



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

استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم
العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي
دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر
-بسكرة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف الدكتور

جمال العيفة

إعداد الطالبة:

الخامسة رمضان

تاريخ المناقشة:

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب + الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
جمال بن زروق أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة سكيكدة
جمال العيفة أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	جامعة عنابة
قوي بوحنية أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة ورقلة
يامين بودهان أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة سطيف

السنة الجامعية: 2012/2011م



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

استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم
العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي
دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر
-بسكرة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف الدكتور

جمال العيفة

إعداد الطالبة:

الخامسة رمضان

تاريخ المناقشة:

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب + الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
جمال بن زروق أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة سكيكدة
جمال العيفة أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	جامعة عنابة
قوي بوحنية أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة ورقلة
يامين بودهان أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة سطيف

السنة الجامعية: 2012/2011م

(اقرأ باسم ربك الذي خلق، خلق الإنسان من علق، اقرأ
وربك الأكرم، الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم)

سورة العلق (الآيات 1-5)

(يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم
درجات)

المباعدة

شكر وعرفان

الشكر والحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل وما توفيقني إلا بالله
قال تعالى: "من لم يجعل الله له نورا فما له من نور"

صدق الله العظيم

(سورة النور - الآية 40)

وأتقدم بفائق الشكر وخالص التقدير والاحترام إلى الأستاذ المشرف د "العيفة جمال"، لقبوله الإشراف على هذه المذكرة وعلى تواضعه الكبير ورعاية صدره، وعلى النّصائح السّديدة والمعلومات القيّمة التي لم يبخل بها علينا. إلى الذي مهما قلت لن أوفيه حقّه الأستاذ الفاضل "بوزيد رملي" الذي كان خير سند ومرشد لنا لإتمام هذا العمل.

ونشكر جزيل الشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد، ونخص بالذكر

الأستاذة فارس شاشة، فريد مشري، باديس لونيس، نجيب بخوش، وكل أساتذة قسم العلوم الإنسانية بجامعة محمد خيضر بسكرة على كل ما قدموه لنا فلمن منا كل الشكر والعرفان

إلى من كانت سندا لي على إتمام هذا العمل بتشجيعاتها ودعمها الدائم أختي
نعيمّة

إلى مبارك، يزيد، خالد، حسام، توفيق، نادية، نسيم، على كل ما قدموه من دعم إلى كل أستاذ آمن برسالة العلم وساهم في غرس بذرة خير في بلدنا الحبيب
الجزائر

إهداء

إلى الوالدين الكريمين

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل زملائي وزميلاتي

إلى روح الغالية ليلى

تغمدها الله برحمته

واسكنها فسيح جنانه

أهدي هذا الجهد وفاء وتقديرا لهم

الملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الشباب الجامعي الجزائري للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، خاصة وأن هذه الأخيرة تغطي شعبية كبيرة لديهم، وذلك نتيجة لما توفره من وظائف وخدمات متنوعة ومتعددة، حيث تتيح للأفراد تبادل الآراء والنقاشات ومختلف أشكال الملفات، بما يؤدي إلى الانتقال الحر للأفكار والقيم والثقافات.

وفي هذا العمل نتناول بالدراسة ما يحدثه هذا الاحتكاك والتبادل بثقافتنا العربية الإسلامية، لا سيما وأن هذه الشبكات لا تخضع إلى أي رقابة، أو حتى قوانين تضبط عمليات التبادل، خصوصا في ظل ضخامة وتنوع المحتوى على هذه المواقع (فيديو أو صور أو نصوص...)، فضلا عن أن هذه المضامين عادة ما تخرج عن ضوابط الثقافة العربية والجزائرية بشكل خاص، وهذا ما يجعل مدى سلبية أو ايجابية هذه المواقع وتأثيرها على قيم الشباب مرهونا بدرجة كبيرة بنوعية استخدام الشباب لهذه المواقع، ومن هنا جاء اختيارنا لهذه الدراسة لتي تهدف إلى التعرف على الاستخدامات والاشباع التي يحصل عليها الشاب الجامعي الجزائري من خلال الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم، ومن هنا تتمثل أهم تساؤلات الدراسة فيما يلي:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري للشبكات الاجتماعية على الإنترنت؟
- 2- ما هي الاشباع المحققة لدى الشباب الجامعي الجزائري من استخدام هذه المواقع؟
- 3- العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية وانتشار قيم العولمة الثقافية؟ وما مظاهر هذه الأخيرة على سلوك الشباب الجامعي الجزائري؟

ونظرا لكون الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية على الإنترنت والاشباع المحققة، وكذا علاقة ذلك بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم، فهي تنتمي إلى الدراسات الاستكشافية الوصفية التي تهدف إلى التعرف أكثر على الظاهرة وإلقاء الضوء على مختلف جوانبها للحصول على معلومات كافية ودقيقة تساعد في الوصول إلى تعميمات حول الظاهرة محل الدراسة.

ولقد اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمنا أداة الاستمارة لجمع البيانات، ونظرا لضخامة مجتمع البحث، فإننا لجأنا إلى المسح عن طريق العينة، والعينة المناسبة لدراستنا هي من نوع العينة العنقودية بتقسيم جامعة محمد خيضر -بسكرة- إلى كليات، ثم سحب مفردات العينة على مستوى كل كلية

بطريقة الحصص المتساوية بين الإناث والذكور، والشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية وخارجها، وباستخدام الأسلوب القصدي في سحب المفردات من خلال انتقاء مستخدمي الشبكات الاجتماعية على مستوى كل كلية، لأن ما يهمنا هو الحصول على معلومات عن آراء حول عادات ودوافع الاستخدام والاشباع المحققة، وليس التمثيل الدقيق لمجتمع البحث، ولقد توصلنا من خلال دراستنا إلى النتائج التالية:

01- تعد الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بمثابة مجتمعات افتراضية، يلتقي من خلالها الأفراد ويتبادلون الآراء والاهتمامات وكذا مختلف أنواع الملفات.

02- يستخدم أغلبية أفراد العينة الشبكات الاجتماعية بكثافة كبيرة، حيث أن استخدام هذه المواقع هو نشاط أساسي لدى أغلبية أفراد العينة، خاصة عند الإناث أكثر من الذكور نظرا للأوقات الطويلة التي يقضيها الإناث في البيت، إضافة إلى عدم وجود منافذ أخرى للتسلية.

03- أغلبية أفراد العينة لديهم خبرة معتبرة في التعامل مع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، كما أن الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية أكثر خبرة في استخدام هذه المواقع من الشباب الذين يسكنون خارجها، وقد يعود ذلك إلى تأخر ربط هذه المناطق بالخطوط الهاتفية والإنترنت، إضافة إلى ضعف الخدمات.

04- يعد فايسبوك "Facebook" ثم يوتيوب "YouTube" أكثر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت استخداما من طرف الشباب الجامعي الجزائري، كما تعتبر "الدردشة" من أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي يقبل على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبنسبة أقل "تحميل الملفات".

05- يستخدم أغلبية أفراد العينة مواقع الشبكات الاجتماعية لمدة طويلة تفوق الساعتين، ويتفوق الإناث في هذا الإطار على الذكور، كما يتفوق الشباب من عاصمة الولاية عن غيرهم.

06- يستخدم أغلبية أفراد العينة الشبكات الاجتماعية "من البيت"، واحتلت "مقاهي الإنترنت" المرتبة الثانية بينما احتلت "الجامعة" المرتبة الثالثة، وهو ما يدل على الانتشار الواسع للإنترنت في البيوت الجزائرية.

07- يتميز استخدام الشبكات الاجتماعية بالخصوصية والفردانية، حيث يفضل أغلبية أفراد العينة استخدامها منفردين.

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

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

10- إن الذكور أكثر نشاطا وتفاعلا من الإناث مع مضامين الشبكات الاجتماعية ويظهر ذلك من خلال ارتفاع نسبة بعض الأنشطة التفاعلية مثل النشر وإنشاء مجموعات اجتماعية... عند الذكور أكثر من الإناث، كما تشهد هذه الأنشطة ارتفاعا لدى الشباب من عاصمة الولاية أكثر من غيرهم.

11- يجمع أغلبية أفراد العينة على أن الشبكات الاجتماعية تحمل قيما غربية واتفقوا على أن أهم القيم الغربية الإيجابية التي تروج لها هي "الحرية"، أما السلبية فهي "الجنس".

12- يرى أغلبية أفراد العينة أن الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية.

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

14- الذكور أكثر تأثرا بقيم العولمة الثقافية، والدليل على ذلك أن النسبة الأكبر منهم يفضلون الملفات "السمعية البصرية" عكس الإناث اللواتي يفضلن "الملفات النصية"، أما عن نوع "الملفات السمعية البصرية" التي يفضلها أفراد العينة فجاءت الملفات "الفكاهية" في المرتبة الأولى ثم "الرومانسية"، ثم "الملفات التي تحمل الخروج عن المألوف" ثم "الملفات الجنسية"، كما أن النسبة الأكبر منهم لا تكتفي بالإطلاع على هذه المقاطع وإنما تقوم بتحميلها.

15- يرى الأغلبية من أفراد العينة أن ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية تحمل قيما سلبية تضر بثقافة المجتمع الجزائري... وعلى الرغم من ذلك فقد أجابت الأغلبية منهم أنهم لا ينوون التخلي عن استخدام هذه المواقع مستقبلا.

Résumé en français:

Cette étude vise à dévoiler l'utilisation et les satisfactions obtenues par les jeunes universitaires algériens à travers les réseaux sociaux sur internet, cette dernière bénéficie d'une grande popularité, elle fournit des fonctionnalités variées et des services, qui permettent aux individus d'échanger des points de vue, des discussions, et divers types de fichiers, conduisant à la transmission libre des idées et des valeurs et des cultures.

Dans ce travail, nous nous proposons d'étudier ce que pourrait causer ce contact et cet échange sur notre culture arabo-musulmane, particulièrement que ces réseaux ne sont pas soumis à aucun contrôle, ni aucune loi régit les échanges, en particulier l'énormité et la diversité des contenus sur ces sites (vidéo, images ou du texte ...), de plus que ces contenus sont habituellement en dehors de l'éthique de la culture arabo-musulmane et surtout la culture Algérienne. C'est ce qui rend l'étendu de l'influence, négative ou positive, de ces sites sur les valeurs des jeunes liée en grande partie à la façon dont les jeunes utilisent ces sites, c'est de là que ressort notre choix sur cette étude qui vise à en savoir plus sur *les usages et les satisfactions qu'obtiennent les jeunes universitaires algériens à travers les réseaux sociaux sur internet et sa relation avec la propagation des valeurs de la mondialisation culturelle chez eux*, et les questions les plus importantes de l'étude sont les suivantes:

1– Quels sont les habitudes et les modes d'utilisation des étudiants de l'université algérienne des réseaux sociaux sur internet?

2 – Quelle sont les satisfactions obtenues par les étudiants de l'université algérienne à travers ces sites?

3 – Quel est la relation entre l'utilisation des réseaux sociaux et la propagation des valeurs de la mondialisation culturelle? Et Quelles sont les aspects ostentatoires de cette dernière sur le comportement des étudiants de l'université algérienne?

En fait que l'étude vise à décrire les aspects de l'usage des réseaux sociaux sur internet et les satisfactions atteintes par les étudiants universitaires, ainsi que la relation avec la propagation des valeurs de la mondialisation culturelle chez eux, dès lors notre étude s'inscrit dans le champ de l'étude descriptive exploratoire, qui vise à en savoir davantage le phénomène et faire la lumière sur ses différents aspects, dans le but de collecter des informations suffisantes et précises afin d'arriver à des généralisations sur le phénomène de cette étude.

Nous avons adopté dans notre étude, la méthode de l'enquête sociale, et nous avons utilisé le questionnaire pour la collecte des données, étant donné l'ampleur de la population cible, nous avons opté pour l'échantillonnage, l'échantillon approprié pour notre étude est l'échantillon en grappes. En divisant l'Université Mohammed Khidhar -Biskra- en facultés, puis en choisissant l'échantillon au niveau de chaque faculté dans un quota égal, entre hommes et femmes et les jeunes qui vivent dans la capitale de la ville et ses environs, et en utilisant la méthode intentionnelle dans la sélection des utilisateurs des réseaux sociaux au niveau de chaque faculté, parce que ce qui nous intéresse c'est d'obtenir des informations

sur les points de vue sur les habitudes et les motivations à utiliser et les satisfactions atteintes, et non la représentativité précise de l'échantillon, et nous avons constaté à travers notre étude, les résultats suivants:

01-Les réseaux sociaux sur internet sont des communautés virtuelles, dont les individus se rencontrent et s'échangent des points de vues, ainsi que divers types de fichiers.

02-la grande majorité de l'échantillon utilise les réseaux sociaux de façon intense, où l'utilisation de ces sites est une activité essentielle pour la majorité des répondants, en particulier chez les femmes plus que les hommes en raison du temps passé par les femmes dans la maison, en plus de l'absence d'autres débouchés pour le divertissement.

03- la majorité des répondants ont une expérience considérable en matière de réseaux sociaux sur internet, et les jeunes qui vivent dans la capitale de la ville, sont plus expérimentés dans l'utilisation de ces sites que les jeunes qui vivent hors de la ville, peut-être est-ce dû à des retards dans la connexion de ces zones, les lignes téléphoniques et l'internet, en plus de la faiblesse des services.

04-"Facebook" et "YouTube" sont les plus grands réseaux sociaux sur internet utilisés par les étudiants de l'université algérienne, "le chat" est l'une des plus grandes raisons qui poussent les jeunes à aller sur les réseaux sociaux sur internet, et à "un téléchargement de fichiers" moindre.

05-la majorité des répondants utilisent les réseaux sociaux plus de deux heures, dans ce cadre les filles dépassent les garçons; Alors que les jeunes du capitale de la ville surpassent les autres.

06-la majorité des répondants utilisent les réseaux sociaux de "la maison", "les cybercafés" occupent la deuxième place, tandis que "l'Université" occupe la troisième place, ce qui indique la large diffusion d'internet dans les foyers algériens.

07-l'utilisation des réseaux sociaux se caractérise par l'intimité, et l'individualité, où la majorité des répondants préfèrent l'utiliser seules.

08-"le divertissement" et "l'accès à l'information et aux connaissances", représentent les motivations les plus importantes qui laissent les jeunes universitaires affluer sur les réseaux sociaux.

09-parler d'une interaction réelle est peu probable, d'autant qu'une grande partie des personnes interrogées ont répondu qu'ils consultent+ commentaires, puis au deuxième rang la catégorie qui se contente de consulter, puis la catégorie active qui publie.

10-les garçons sont plus actifs et plus interactifs que les filles avec les contenus des réseaux sociaux. Cela transparaît à travers la hausse du pourcentage des activités interactives, telles que la publication et la création de groupes sociaux Chez les hommes plus que chez les filles, alors que ces activités sont en hausse chez les jeunes de la ville plus que les autres.

11-la majorité des répondants sont unanimes: les réseaux sociaux véhiculent des valeurs occidentales, et ils sont d'accord que les valeurs positives occidentales les plus importantes promues par ces sites est la "liberté", le négatif, alors il est du "sexe".

12-la majorité des répondants voit que les réseaux sociaux ne réussissent pas à lier des relations réelles et solides.

13-la diffusion des valeurs culturelles occidentales de la mondialisation, s'incarne dans la préférence de la majorité des répondants entre les aspects culturels occidentaux "matérialisme" (des voitures, des maisons...), puis "les attitudes et les comportements", puis "la musique".

14-les hommes sont plus affectés par les valeurs de la mondialisation culturelle, et la preuve en est que le plus grand pourcentage d'entre eux préfèrent "les fichiers audiovisuels" à la différence des femmes qui préfèrent "les fichiers texte", et le type de fichiers, "audio-visuel" des préférences des répondants venaient "Fichiers dessinées" en premier lieu, puis "la romance", puis "les fichiers la réalisation de l'ordinaire", puis "les fichiers Sexuelles", et le plus grand pourcentage d'entre eux non seulement l'accès à ces sections, mais vous téléchargez.

15- la majorité des répondants voit que les vidéos sur les réseaux sociaux de précieux affecter négativement la culture de la société algérienne,...et bien qu'il ait répondu à la majorité d'entre eux n'ont pas l'intention d'abandonner l'utilisation de ces sites à l'avenir.

أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في السنوات القليلة الماضية تغييرات نوعية مست العديد من أوجه الحياة حيث مهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، ومثل ظهور شبكة الإنترنت في هذا الإطار أحد مظاهر ثورة المعلومات، وثمره من ثمار الذكاء الإنساني، حيث ظهرت نتيجة امتزاج ثلاث ثورات هي ثورة المعلومات ثم ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تقنيات الاتصال الحديثة، وأخيراً ثورة الحاسبات الإلكترونية التي تغلغت في جميع مناطق الحياة وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندجت معها وتعتبر الانترنت من الوسائل التي تعرف أهمية متزايدة وإقبالاً من طرف الجماهير وتبرز أهمية هذه الوسيلة من خلال ما توفره لمستخدميها من خدمات متنوعة تتميز بالطابع التفاعلي من خلال فضاء افتراضي.

لقد أثرت الإنترنت على مختلف أوجه الحياة الإنسانية، وأصبحت تلعب دوراً أساسياً في صياغة الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتى نواحي الحياة، نظراً للخصائص التي تتميز بها عن غيرها من الوسائل الأخرى، لا سيما بعد التطورات التي عرفتها هذه الوسيلة مع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة، حيث أدى اكتشاف الجيل الثاني للإنترنت إلى ظهور مجموعة من التطبيقات الحديثة التي تندرج تحت ما يسمى بالإعلام الاجتماعي، والتي أضفت خصائص جديدة على الشبكة وأدت إلى تعميق الجوانب الاجتماعية والاتصالية وكذا تفعيل دور المستخدم وتوسيع صلاحياته، بحيث لم يعد دوره مقتصر على استقبال مختلف المواد الإعلامية والاتصالية وإنما تحول إلى مرسل للمادة الإعلامية.

وتمثل مواقع الشبكات الاجتماعية في هذا الإطار أحد أهم هذه التطبيقات التي عرفت شعبية واسعة لا سيما في أوساط الشباب حيث أحدثت ثورة على مستوى المضامين الاتصالية مما أدى إلى تغيير شكل السلوك الاتصالي لأفراد المجتمع، والأنماط الاتصالية السائدة فيه، كما أدى تشكيل مفهوم الواقع الافتراضي إلى تعميق البعد الاجتماعي للشبكة، وظهور نمط جديد من الاتصال يختلف عن ذلك الذي كان سائداً في عصر وسائل الإعلام التقليدية، فهو من جهة يوفر إمكانية الاتصال الشخصي من خلال المحادثات الشخصية المباشرة بالصوت والصورة، وما يتيح ذلك من تفاعل ورجع صدى بين طرفي العملية الاتصالية، ومن جهة أخرى يحمل الكثير من خصائص الاتصال الجماهيري من حيث كبر حجم الجماهير التي يتوجه إليها، وعدم تجانسهم من حيث السمات السوسولوجية والجغرافية، ومن هنا فلا شك أن لهذا النمط الاتصالي الجديد تداعياته على مختلف مستويات النشاط الإنساني، لاسيما الشق الاجتماعي والاتصالي بحيث أصبحت هذه المواقع تمثل

أداة رئيسية في التواصل بين أفراد المجتمع، بما أدى إلى التجسيد الحقيقي والواقعي لمقولة القرية الكونية التي تنبأ بها مارشال ماكلوهان.

وتمنح مواقع الشبكات الاجتماعية الفرصة للفرد المتلقي أن يكتب، يحرر ويصور وينتج مختلف المواد الاتصالية، ثم يدخل في علاقة من المشاهدة التفاعلية معها والتي لا تكتفي بمجرد المتابعة السلبية، وإنما تتعداها إلى إبداء الرأي والتعليق على مختلف المواد الاتصالية المعروضة، ومن هنا توفر هذه المواقع نوعا من التبادل الحر بين مستخدميها، حيث حولت العالم إلى وحدة واحدة لاغية بذلك كل أنواع الحدود الجغرافية بما يتيح التفاعل والاحتكاك بين مختلف الأفراد من مختلف الدول والحضارات، وهذا ما طرح إشكالية جديدة تتمثل في أثر هذا التبادل الحر والاحتكاك لاسيما على الدول النامية وبصفة خاصة العربية، لأن التبادل بين أفراد من مختلف دول العالم لا يقتصر على المعلومات وإنما يمتد ليشمل كل أشكال الثقافات والأفكار والقيم، وهو ما شكل تحديا كبيرا لهذه الدول لاسيما في ظل الاختلال الكبير والفجوة في التقدم التكنولوجي بين الدول الغربية ودول العالم النامي، ومن هنا فإن تجسيد معاني التدفق الحر للمعلومات في ظل هذا الواقع سيجعل من الانترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة وسيلة لنشر قيم العولمة الغربية والأمريكية بشكل خاص باعتبارها تحمل قيم الدول المنتجة لها والمسيطرة عليها، خاصة وأنها الوسيلة التي اقتصرت المسافات وألغت كل أشكال الحدود الجغرافية بين الدول، في حين تبقى دول العالم الثالث والعربية بشكل خاص مجرد مستهلك لكل ما ينتج في الدول الغربية من أفكار وقيم، والتي تختلف كلية عن أفكارها وقيمها وهذا ما جعل الباحثين يطرحون إشكالية انتشار القيم الغربية وسيطرتها على العالم، وفي نفس الوقت التراجع الكبير للقيم العربية الإسلامية في ظل عدم تمكن هذه الدول من امتلاك الوسائل والأدوات التي تساهم في مواجهة انتشار القيم الغربية أو على الأقل الحفاظ على قيمها من الاندثار، ومن هنا جاء اختيارنا لهذه الدراسة التي تتمحور حول استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، محاولين الغوص في هذا المجال الذي يعرف نقضا فادحا في الدراسات، من أجل التعرف على الاستخدامات والاشباع التي يحصل عليها الشباب الجامعي الجزائري من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم، ولمعالجة هذه الإشكالية جاءت خطة دراستنا كالتالي:

الإطار المنهجي: وتناولنا فيه إشكالية الدراسة متضمنة التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المفاهيم، طبيعة الدراسة، المنهج المستخدم وأدواته، عينة الدراسة، المدخل النظرية للدراسة، الدراسات السابقة والمشابهة، وأخيرا صعوبات الدراسة.

الإطار النظري: جاء في فصلين تناولنا في الفصل الأول الجيل الثاني للويب "Web 2.0" وثورة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من خلال إلقاء نظرة عن الانترنت مفهومها وخصائصها الاتصالية، وتطورها ثم أشهر خدماتها الاتصالية، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى مفهوم الجيل الثاني للويب، ثم الخصائص والإضافات التي تميزه عن غيره، وكذا أشهر تطبيقاته، وفي المبحث الثالث تطرقنا إلى الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من خلال التعرف على مفهومها ثم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت والعلاقات الاجتماعية، ثم نماذج عن أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فايسبوك، ماي سبيس، ويوتيوب، أما في الفصل الثاني فقد حاولنا الغوص في طبيعة العلاقة بين كل من الشباب، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وقيم العولمة الثقافية، من خلال التعرف على ماهية القيم من مفهومها خصائصها وأنواعها، ثم ماهية العولمة الثقافية من مفهومها وأهم مظاهرها ثم علاقة وسائل الاتصال بانتشار العولمة الثقافية، أما في المبحث الثالث فتناولنا فيه مفهوم الشباب وخصائصه وحاجاته، ثم الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ومقترب الاستخدامات والاشباع، وأخيرا استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانعكاساتها الثقافية والاجتماعية.

الإطار التطبيقي: ويشمل عرضا للدراسة الميدانية ونتائجها بداية من عرض خصائص مجتمع البحث والمراحل المختلفة لإعداد الاستمارة وتوزيعها واستعادتها، ثم تحليل الجداول البسيطة والمركبة وفقا لمتغيرات الدراسة كميًا وكيفيًا، من خلال ربطها بالدراسات والأدبيات السابقة، وقد تضمن هذا الفصل أربعة مباحث، الأول حول عادات وأتمتات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، والثاني حول الاشباع المحقة من مواقع الشبكات الاجتماعية، والثالث حول العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية وانتشار قيم العولمة الثقافية، أما الرابع فجاء تحت عنوان مظاهر التأثير على سلوك الشباب الجزائري، وصولا إلى الاستنتاجات العامة للدراسة والتوصيات التي قد تساهم في الاستخدام الأمثل لمواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتجنب المخاطر التي قد تنجم عن التأثير بالثقافات الغربية بسبب الاحتكاك المستمر بالغرب عن طريق هذه المواقع، وأخيرا خاتمة.

الإطار المنهجي

1- الإشكالية:

تعد الإنترنت أهم إنجاز وأكبر ثورة شهدها العصر الحديث، مجسدة بذلك ما تنبأ به مارشال ماكلوهان حول تحول العالم إلى "قرية كونية"، تنتقل داخلها المعلومات بسهولة ويسر، ويستطيع من خلالها الفرد الوصول إلى المعلومة التي يريد والاتصال بأي نقطة في العالم، دون اعتبار لحواجز جغرافية أو ثقافية، ولقد عرفت الإنترنت في الوقت الحالي انتشارا واسعا في مختلف دول العالم المتقدمة منها وحتى النامية، ومما زاد من شعبية الشبكة وكذا عدد جماهيرها، هو تلك التطورات التي عرفتها منذ نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة، وهي تطورات مست مختلف خدماتها، وبصفة خاصة خدمات الويب.

وقد أدى التطور على مستوى الويب إلى ظهور ما يعرف بالجيل الثاني للويب ويب 2.0 (web 2.0)، الذي أفرز هو الآخر ما يعرف بتطبيقات "الإعلام الاجتماعي" "أو إعلام النحن"، وهي عبارة عن تطبيقات جديدة جذبت إليها جماهير واسعة، وتعد مواقع الشبكات الاجتماعية أحد أهم هذه التطبيقات، حيث اكتسبت مواقع مثل "فايسبوك" "Facebook"، ويوتيوب "Youtube"، وماي سبيس "MySpace"، شعبية واسعة بين مختلف فئات المجتمع، وأصبحت تصنف من ضمن أكثر المواقع شعبية في العالم، بل إن الإقبال والرواج الذي تلاقيه مكنها من منافسة كبريات المواقع ومحركات البحث وهو ما حصل مع "فايسبوك" "Facebook"، الذي احتل في ديسمبر 2010 المرتبة الثالثة لأكثر المواقع زيارة بحسب إحصائيات شركة الأبحاث "ComScore"، حيث يزوره قرابة 648 مليون زائر في الشهر⁽¹⁾، خلف كل من غوغل "Google"، ومايكروسوفت "Microsoft"، اللتان تحتلان المركز الأول والثاني، ومتفوقا على موقع ياهو "Yahoo" الذي حل رابعا بـ"630 مليون"، كما حل كل من "فايسبوك" "Facebook"، ويوتيوب "Youtube"، في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي، لأكثر المواقع زيارة حسب آخر تصنيف لموقع "اليكسا" (2010)⁽²⁾.

ولعل هذا التفوق الواضح لمواقع الشبكات الاجتماعية مرده إلى ما وفرته من خصائص جديدة تمكن من التواصل الاجتماعي، وظهور مختلف أشكال التبادل الثقافي، محاولة بذلك إعادة رسم خارطة للعلاقات الاجتماعية من خلال فضاء افتراضي، يتميز بقدر كبير من التفاعلية، بهدف جعل العالم الافتراضي محاكي للعالم

(1) سعود المزاوي، الفيس بوك يتجاوز ياهو ويصبح ثالث أكثر المواقع زيارة في العالم، متاح على الموقع:

www.tech-wd.com/wd/2010/12/28/facebook-yahoo-comscore، 2011/03/17، 10:11.

(2) اليكسا، www.alexa.com، 2011/04/03، 12:48.

الحقيقي، ولعل هذا ما جذب إليها الملايين من الشباب لاسيما العربي الذي يمثل حسب الإحصائيات الأخيرة لـ"غوغل" "Google" 75% من عدد المستخدمين العرب الذي عرف بدوره زيادة كبيرة حيث تذكر أحد التقارير على سبيل المثال أن إجمالي عدد مستخدمي "فايسبوك" في العالم العربي زاد بنسبة 78% المائة، من 11,900,000 في جانفي 2010 إلى 21,300,000 في ديسمبر 2010⁽¹⁾.

ولا شك أن إقبال الشباب العربي على هذه المواقع له ما يبرره، حيث وفرت له فضاء افتراضيا لا يخضع للقيود، كما أتاحت في ذات الوقت العديد من التطبيقات والوظائف التي تتناسب مع حاجات الشباب وميولاته، وتستجيب لرغباته وطموحاته، ورغم هذه الإيجابيات التي تميز مواقع الشبكات الاجتماعية، إلا أن بعض الباحثين يحدرون من تأثيراتها السلبية، خصوصا وأن هذه الشبكات مفتوحة للجميع دون شرط أو قيد، مما يطرح تساؤلات حول مضامينها، ومدى مساهمتها في نشر القيم الغربية والأمريكية، لاسيما في ظل العولمة، وإلغاء الحدود الجغرافية.

وقد بدأ الحديث حول المرحلة الجديدة التي يعيشها العالم، والتحول الكبرى التي أطلقتها العولمة، وساهمت الإنترنت في تعميقها إلى أبعد الحدود، من خلال ما أتاحت من فرص للتقارب والتواصل بين البشر وإذا كانت العولمة ظاهرة شاملة لمختلف المجالات فهي لا تقتصر على جانب دون آخر، إلا أن الثقافة تعد أحد أهم المجالات التي تأثرت كثيرا من هذه الظاهرة، حيث تعد عولمة الثقافة من أخطر أنواع العولمة باعتبار أن الثقافة تشكل أحد أهم مكونات الفرد والأمة، كما أن خضوع الثقافة للعولمة وزوال الحدود، يؤدي إلى سيطرة قيم دون أخرى.

وقد طرح هذا الأشكال بقوة خاصة في ظل زيادة عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر، والذي كان له دور كبير في رواج هذا النوع من التطبيقات الحديثة حيث تعد الجزائر ثالث أكثر الدول استخداما للـfacebook بعد كل من مصر، لبنان⁽²⁾، وذلك حسب الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، وبالتالي فقد ساهم الرواج الكبير لهذه المواقع في حدوث ثورة على مستوى المضامين الاتصالية على الشبكة، ومكن من نقل وتبادل مختلف أشكال الملفات والنصوص ومقاطع الفيديو واللقطات المصورة، بالإضافة إلى التحوار وتكوين علاقات مع أفراد من مختلف أنحاء العالم، مما غير في الكثير من المفاهيم الإعلامية المتفق عليها سابقا، وكذا من أدوار عناصر العملية الاتصالية، ومكن المرسل والمتلقي من تبادل الأدوار، وأصبح بإمكان أي فرد

(1) www.nuqudy.com, 2011/03/15، 10: 15.

(2) عصر الشبكات الاجتماعية، www.aljazeera.net/nr/exeres, 2011/03/15، 11: 23.

أن يكون منتجا للمعرفة، لا مجرد مستهلك لها، ولا شك أن ما تتمتع به الشبكات الاجتماعية من تفاعلية هو الذي أتاح مثل هذه المميزات التي لم تكن موجودة في الإعلام التقليدي، ويبقى الإشكال المطروح هو عدم خضوع هذه الشبكات إلى رقابة، أو حتى قوانين تضبط مختلف أشكال التبادل، وتفرض شروطا على نوعية الملفات المنشورة والمتداولة، خصوصا في ظل تنوع المحتوى على هذه الشبكات الاجتماعية، في شكل فيديو أو صور أو نصوص... أو غيرها من الأشكال الأخرى، فضلا عن أن هذه المضامين عادة ما تخرج عن ضوابط الثقافة العربية والجزائرية بشكل خاص، نظرا لاختلاف ضوابط الثقافة ومحظوراتها من دولة إلى أخرى، فما يباح في دولة قد يكون ممنوعا في أخرى، ولهذا تلعب نوعية الاستخدام دورا كبيرا في الحكم على مدى إيجابية أو سلبية هذه المواقع وتأثيرها على الشباب، ومن هنا كانت أهمية هذه الدراسة التي تحاول الكشف عن استخدامات الشباب الجامعي الجزائري باعتبارها الفئة الأكثر استقطابا، والأكثر إقبالا على مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقة هذه الاستخدامات بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم.

فما هي الاستخدامات والاشباعات التي يحصل عليها الشباب الجامعي الجزائري من خلال الشبكات الاجتماعية على الإنترنت؟ وما علاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم؟
والذي تندرج تحته التساؤلات التالية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري للشبكات الاجتماعية على الإنترنت؟
- 2- ما هي الاشباعات المحققة لدى الشباب الجامعي الجزائري من استخدام هذه المواقع؟
- 3- ما العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية وانتشار قيم العولمة الثقافية؟ وما مظاهر هذه الأخيرة على سلوك الشباب الجامعي الجزائري؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع المتمثل في استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية على الإنترنت (فايسبوك "Facebook"، ويوتيوب "YouTube"، وماي سبيس "MySpace"...)، وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية، جاء لأسباب موضوعية وأخرى ذاتية، أما الأولى فتتمثل في:

- 1- الدور الكبير الذي تلعبه الإنترنت في التأثير على الشباب باعتبارها البوابة التي تمكنه من الاتصال بأي نقطة في العالم والحصول على المعلومة التي يريد، لاسيما بعد ظهور الجيل الثاني للإنترنت 2.0.
- 2- التجربة الحديثة للجزائر في مجال استخدام وتعميم الإنترنت، وسعي الدولة لتشجيعها.

3- الثورة التي أحدثتها مختلف تطبيقات الإعلام الاجتماعي، وتأثيرها على طرق الاتصال وتكوين العلاقات الاجتماعية.

4- قلة الدراسات العلمية إن لم نقل ندرتها فيما يخص مواقع الشبكات الاجتماعية، والإعلام الاجتماعي بصفة عامة في الدول العربية لاسيما الجزائر.

5- التطورات الكبيرة مؤخرا في مجال الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، والإقبال الكبير الذي تعرفه من طرف الشباب خاصة فئة الشباب الجامعي.

6- الاطلاع على دور الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في تشكيل قيم الفرد وخصوصا قيم العولمة الثقافية.

وتتمثل أهم الأسباب الذاتية في:

1- الاهتمام الشخصي بمجال الإنترنت واستخداماتها وأحدث تطبيقاتها.

2- الرغبة الذاتية في التعمق في مجالات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الجزائر، والتأثيرات التي أحدثتها لا سيما على فئة الشباب الجامعي.

3- أهداف الدراسة:

1- الوقوف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري للشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

2- التعرف على الاشباع المحققة لدى الشباب الجامعي من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

3- التعرف على العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية وانتشار قيم العولمة الثقافية، وكذا التعرف على مظاهر هذه العولمة على سلوك الشباب الجامعي الجزائري.

4- أهمية الدراسة:

تتجلى لدينا أهمية الدراسة من خلال العناصر التالية:

1- التطبيقات الحديثة للإنترنت موضوع جدير بالبحث خصوصا بعد التطور الكبير في هذا المجال.

2- الانتشار الواسع، والرواج الكبير الذي تحظى به الشبكات الاجتماعية على الإنترنت (فايسبوك "Facebook"، ويوتيوب "YouTube"، وماي سبيس "MySpace"...) لا سيما من قبل الشباب، فهي

حديث الساعة ثقافيا واجتماعيا وكذا سياسيا من خلال أحداث الإنتفاضات العربية الأخيرة.

3- الاستخدام الواسع والمكثف لمواقع الشبكات الاجتماعية لاسيما من طرف الشباب، حيث بلغ عدد المستخدمين العرب على موقع فايسبوك وحده 15 مليون 75% منهم شباب.

4- الدور الكبير الذي تلعبه الإنترنت عموما والشبكات الاجتماعية بشكل خاص في التنشئة والتعليم ونشر القيم.

5- الجهود الذي قامت به الدولة الجزائرية في مجال تطوير الإنترنت، وتعميمها في مختلف المجالات خاصة التعليم العالي.

6- زوال الكثير من الحواجز بين ما هو وطني ودولي بفعل العولمة، وتأثير هذه الأخيرة على ثقافات مختلف الشعوب خاصة العربية منها.

5-تحديد المفاهيم:

لا تخلو أي دراسة من مجموعة من المفاهيم التي تشكل مفاتيح لاستيعابها، والتعمق في مختلف جوانبها، وتمثل أهم مفاهيم دراستنا في:

1-الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

تعرف على أنها "إحدى تطبيقات الويب التي تتركز على إنشاء مجتمعات من أفراد ذو اهتمامات مشتركة، توفر طرقا متعددة للتفاعل بين مستخدمي الشبكة، وتنحصر الشبكات الشهيرة في "فايسبوك" "Facebook"، "فريندستر" "Friendster"، "اوركت" "Orkut"، و"ماي سبيس" "MySpace"⁽¹⁾.

ومن هنا يمكن الوصول إلى تعريف إجرائي لمواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: أحد تطبيقات الجيل الثاني للويب "Web 2.0"، تتسم بقدر كبير من التفاعلية والديناميكية، بما يمكن المستخدمين الأعضاء من ربط اتصالات وتكوين صداقات مع أشخاص آخرين، كما تمكنهم من تحميل مختلف أنواع الملفات (نصوص، فيديو، صور...)، ومشاركتها مع غيرهم ممن يقاسموهم نفس الاهتمامات.

وهناك من يطلق على هذه المواقع مسميات أخرى مثل الإعلام الجديد، أو صحافة المواطن ولكن هذه المسميات تشير بدرجة كبيرة إلى الجانب الإخباري المتعلق بنقل المعلومات بينما في دراستنا نركز

(1) San Murugesan, **Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications**, Information science reference: New York, 2010, p 612.

على استخدامات الأفراد لهذه المواقع في الجوانب الاتصالية والاجتماعية (العلاقات الاجتماعية والتحميل...)، دون التركيز على الشق الإخباري لهذه المواقع.

2- الاستخدام:

كثيرا ما يتكرر توظيف كلمة "استخدام" لوصف العلاقة بين الإنسان ووسائل الإعلام المختلفة، لاسيما تكنولوجيات الاتصال الحديثة، وذلك بهدف وصف علاقة الإنسان بهذه التكنولوجيات وعادات وأنماط استخدامها، باعتبار أن الاستخدام هو سلوك اتصالي يحدث بفعل دوافع معينة، ويبي اشباعا محددة، ومن هنا يمكن تعريف الاستخدام على أنه "ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل"⁽¹⁾.

ومن هنا يمكن الوصول إلى المفهوم الإجرائي التالي:

نقصد بالاستخدام في دراستنا العلاقة التي تربط الشاب الجامعي بمواقع الشبكات الاجتماعية، ولا نميز هنا بين مختلف الأنشطة، سواء كان الاستخدام في شكل تصفح، دردشة، تحميل... إلى غير ذلك من الأنشطة التي ترتبط باستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

3- الإشباع:

يعرف على أنه "إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال الذي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدعو الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة"⁽²⁾.

أما المفهوم الإجرائي للإشباع حسب دراستنا فهو كل النشاطات المرتبطة بمواقع الشبكات الاجتماعية، والتي من شأنها أن تزيل القلق، وحالة التوتر وتعيد الفرد إلى حالة الاستقرار.

(1) سليمان بورحلة، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007، ص 12.

(2) باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة قسنطينة، 2008/2007، ص 10.

4- قيم العولمة الثقافية:

جاء في مختار الصحاح: "القيمة واحدة (القيم) وقوم السلعة (تقويما) وأهل مكة يقولون (استقام) السلعة وهما بمعنى واحد (الإستقامة والإعتدال)، يقال استقام له الأمر (وقوم) الشيء تقويما وهو قوم أي مستقيم"⁽¹⁾.

أما اصطلاحا فهي تعرف على أنها: "حقائق تعبر عن التركيب الاجتماعي في أي مجتمع من المجتمعات، وبالتالي فإن القيم تتأثر بالظروف السياسية والإقتصادية والاجتماعية التي يمر بها كل مجتمع، ومن هنا فإن القيم وليدة المجتمع وهي تختلف من مجتمع إلى آخر"⁽²⁾.

أما العولمة لغة: فقد وردت في قاموس "لاروس" "Larousse" بالمعاني التالية:

عولمة Mondialisation أي أصبح عالميا.

عولم فعل Mondialiser إعطاء شيء ما صفة العالمية أو امتداد عالميا⁽³⁾.

اصطلاحا: "هي توحيد العالم على مختلف الأصعدة بغض النظر عن مخلفات هذا التوحيد على السيادة الوطنية أو الخصوصية الثقافية لأي دولة من الدول أو أي مجتمع من المجتمعات"⁽⁴⁾.

إجرائيا: هي تحويل العالم من قرية كونية إلى عقل كوني من خلال توظيف مختلف تطبيقات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة والاستفادة منها، مستهدفة بذلك خلق مجتمع عالمي واحد، بقيم ثقافية موحدة، عادة ما تكون قيم ثقافات الدول المسيطرة سياسيا واقتصاديا وخاصة تكنولوجيايا.

5- الشباب الجامعي:

جاء في القاموس المحيط في مادة (ش ب ب) أن الشباب يعني الفتى، كالشبيبة، والشباب بالكسر_النشاط.

(1) منى كشك، القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع: القاهرة، 2006، ص 60.

(2) ثريا التيجاني، دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علم الاجتماع: جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 48.

(3) محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع: عين مليلة، 2006، ص 92.

(4) المرجع نفسه، ص 93.

-من المعنى اللغوي نستنتج أن مرحلة الشباب نقيض مرحلة الهرم، لما لها من خصائص نفسية وسلوكية ومزاجية... إضافة إلى خاصية النشاط...⁽¹⁾.

وفي هذا الإطار "يرى علماء الاجتماع أن مرحلة الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة) وينون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي، بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما بعد، وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة والرجولة الكاملة"⁽²⁾، ويتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الاجتماعية الأخرى.

ودراسة الشباب الجامعي تركز عادة على المرحلة العمرية، وهناك من يرى أن مرحلة الشباب تبدأ من 18 إلى 30 سنة ويقسمونها إلى مرحلتين (من 18 إلى 24) (ومن 24 إلى 30 سنة)، وبالنسبة إلى دراستنا يمكن تحديد المفهوم الإجرائي للشباب الجامعي على أنه كل من يدرس بالجامعة ويكون سنه (من 18 إلى 25 سنة) لأننا سندرس الشباب الجامعي بالجزائر، على أن نستثني في دراستنا الشباب الجامعي الوافد من بلدان أخرى للدراسة بالجزائر.

6- طبيعة الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن نوع الدراسات الإستكشافية الوصفية التي تهدف إلى البحث عن معلومات حول ظاهرة لم تتناول بالدراسة العلمية المتخصصة، قصد التعرف عليها أكثر وإلقاء الضوء على مختلف جوانبها، وبالتالي الوصول إلى تعميمات حول الظاهرة المدروسة، "ومما لاشك فيه أن ذلك يكشف عن وجود مجالات عديدة مجهولة في إطار الدراسات الإعلامية تحتاج إلى جهود بحثية لإرتيادها والكشف عن طبيعتها، وهو الدور الذي تقوم به الدراسات الاستطلاعية في مجال الإعلام"⁽³⁾، خاصة وأن مواقع الشبكات الاجتماعية حديثة النشأة، ومازالت الكثير من جوانبها مجهولة لاسيما في الدول العربية، سواء فيما يخص استخداماتها، أو علاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية.

(1) سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 07.

(2) المكان نفسه.

(3) فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية، 2002، ص 94.

وفي ضوء الأهمية التي ذكرناها بالنسبة للدراسات الاستكشافية يمكن أن نحدد أهم وظائفها فيما يلي:

- 1-زيادة تعرف الباحث على الظاهرة أو الظواهر التي يرغب في دراستها في المستقبل دراسة دقيقة متعمقة، أو تعريفه بالمجال الذي تجري فيه الدراسة.
- 2-زيادة درجة إدراك الباحث للمشكلة التي يتصدى لدراستها وأهم المتغيرات المؤثرة فيها، واكتشاف العلاقات بين تلك المتغيرات.
- 3-تحديد مشكلة البحث وصياغتها صياغة علمية دقيقة تعين الباحث على التخطيط لدراستها دراسة عميقة متكاملة، أي أن الدراسة الاستكشافية هنا تعين الباحث على تخطيط معالم مشكلة غير محددة تماما.
- 4-التعرف على الفروض والاحتمالات التي يمكن إخضاعها للبحث العلمي الدقيق ومحاولة التثبت من صحتها أو خطئها في بحوث تالية.
- 5-توضيح المفاهيم المتعلقة بالمشكلة أو الظاهرة موضع الدراسة.
- 6-تجميع المعلومات الخاصة بالإمكانيات العملية لإجراء البحوث وتنفيذها، واستطلاع حقيقة الموقف الفعلي الذي تجري فيه الدراسة، ومدى الإمكانيات العملية التي تيسر تنفيذ البحث أو تقف عائقا في سبيل تنفيذه.
- 7-تحديد مجموعة من الموضوعات والمشكلات البحثية التي يراها الأخصائيون أنها جديرة بالبحث العلمي في مجال معين.
- 8-تحديد أولويات البحث بالنسبة للبحوث المستقبلية⁽¹⁾.

ومن هنا تمثل دراستنا خطوة أولى في سبيل الكشف عن ظاهرة تعدد مجهولة في الوطن العربي من الناحية البحثية رغم رواجها الكبير من ناحية الإستعمال، وحتى إن وجدت بعض الدراسات فقد اقتصر على بعض مواقع الشبكات الاجتماعية كل على حدا في إطار نظرية الاستخدامات والاشباع، مثل "فيسبوك"، "Facebook"، أو "يوتيوب" "Youtube"... كمواقع ويب نالت شهرة، وليس ضمن تطبيقات "ويب 2.0" "Web 2.0" وما يتميز به من خصائص، إضافة إلى عدم وجود أي دراسة ربطت بين هذه المواقع وانتشار قيم العولمة الثقافية.

بعد الإستكشاف يأتي الوصف، والهدف من الأبحاث الوصفية هو "الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة، كما هو في الحيز الواقعي، أي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء دراسة، دون التدخل في بحث الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة

(1) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2006، ص ص، 128-129.

المدرسة في هذه الوضعية أو تلك... الخ، أو التحكم فيها بصورة جزئية أو كلية. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن الدراسات الوصفية، ليست مجرد جمع للبيانات عن الواقع المدرس فقط... بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية، وتفسيرها تفسيراً شاملاً، من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدرسة، وعلى بناء الأرضية التي يقوم عليها وضع الفرضيات، بالنسبة للدراسات التفسيرية للعلاقات السببية"⁽¹⁾.

7- منهج الدراسة والأدوات:

يعرف المنهج عموماً على أنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين"⁽²⁾، وقد عرفه أحمد بن مرسل على أنه: "عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة، التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة"⁽³⁾.

"إن اختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة المبحوثة، والمجال الذي تنتمي إليه، وكذا الإمكانيات المتاحة لدى الباحث"⁽⁴⁾، ونظراً لطبيعة الدراسة المتمثلة في التعرف على استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية وإشباعاتها، وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم، فإن المنهج المناسب لهذا النوع من الدراسات هو منهج المسح الاجتماعي الذي يعرف على أنه: "الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية عن ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات بشأنها"⁽⁵⁾.

وقد عرفه الباحث ذوقان عبيدات على أنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"⁽⁶⁾، أما أحمد بن مرسل فقد عرفه كالتالي: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات

(1) أحمد بن مرسل، *مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال*، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005، ص 51.

(2) عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، *مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث*، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2009، ص 99.

(3) أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 283.

(4) المرجع نفسه، ص 285.

(5) فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، مرجع سبق ذكره، ص 94.

(6) أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 286.

السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك⁽¹⁾، ويهتم منهج المسح في مجال دراسة جمهور المتلقين "بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الحاجات والدوافع، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها"⁽²⁾.

وفي بحثنا قمنا بمسح ميداني شمل عينة من الشباب الجامعيين الجزائريين، معتمدين على الأدوات التالية:

1- الملاحظة:

"وهي أداة وتقنية مباشرة للتقصي تستعمل عادة في مشاهدة مجال المجموعة محل الدراسة مؤسسة، جمعية... الخ بصفة مباشرة، وذلك بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل الفهم المعمق للوضع والوسط الذي يعيشون فيه بكل شمولياته"⁽³⁾، وفي موضوعنا اعتمدنا على أداة الملاحظة لتقصي معلومات حول استخدامات الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية، وملاحظة أسباب هذا الاستخدام ودوافعه، وعلاقته بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم.

2- استمارة الاستبيان:

يعرف الاستبيان على أنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق"⁽⁴⁾.

وبالنسبة لدراستنا قمنا بتصميم استمارة استبيان أولية تغطي جميع محاور الدراسة، وذلك بالاستفادة من الدراسات السابقة وكذا عرضها على الأستاذ المشرف والأساتذة المحكمين*، ثم قمنا بتوزيع استمارة

(1) أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 286-287.

(2) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2004، ص 159.

(3) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية -تدريبات عملية-، (ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون)، ط2، دار القصة للنشر: الجزائر، 2006، ص 186.

(4) عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مرجع سبق ذكره، ص 67.

* الأساتذة المحكمين هم: الدكتور يوسف عمر من جامعة الجزائر، والدكتور بوهان يامين من جامعة سطيف، والدكتور لعجال اعجال محمد الأمين من جامعة بسكرة، والدكتور العقبي لزه من جامعة بسكرة.

تجريبية للوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة، والذي يشمل أربع محاور: خصصنا المحور الأول لعادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية على الإنترنت ويشمل الأسئلة من 01 إلى 09، والمحور الثاني للإشباع التي يحصل عليها الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ويشمل الأسئلة من 10 إلى 15، ومحور ثالث خصصناه للعلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية ويشمل الأسئلة من 16 إلى 21، ثم محور رابع لمظاهر تأثير هذه العولمة على سلوكيات الشباب الجامعي ويشمل الأسئلة من 22 إلى 32.

8- عينة الدراسة:

إذا كان مجتمع البحث يعني "جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها"⁽¹⁾، لكن الباحث قد يلجأ في بعض الأحيان إلى دراسة العينات التي تعتبر من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام "نظرا لأن الباحث يعتمد في إجراء دراساته على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا، على أساس أنه من الصعب - إن لم يكن من المستحيل- في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله، فضلا على أن الإختيار العلمي الدقيق للعينة يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي عن طريق الحصر الشامل بأخطاء عشوائية محسوبة حسابا دقيقا، مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد والاقتصاد في النفقات، والسرعة في التوصل إلى النتائج البحثية المطلوبة"⁽²⁾، وتعرف العينة على أنها: "الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما"⁽³⁾.

ومجتمع البحث في دراستنا هو شباب جامعة محمد خيضر بسكرة، ونظرا لضخامة مجتمع البحث وعدم توفر القائمة الكاملة له، فإننا لجأنا إلى المسح عن طريق العينة، وبالنسبة للعينة المناسبة لدراستنا فهي من نوع العينة العنقودية وذلك لعدم وجود القائمة الكاملة لمجتمع البحث، إضافة إلى عدم توفر المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع، ومنه فقد حاولنا اختيار مفردات العينة بحيث تغطي أغلب التخصصات الموجودة في الجامعة، العلمية منها والأدبية وذلك من أجل تجنب التحيز في العينة، حيث قمنا بتوزيع 100 استمارة على الكليات التالية: كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية الآداب واللغات الأجنبية، ثم قمنا بسحب

(1) سمير محمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 292.

(2) المرجع نفسه، ص 291.

(3) أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 170.

مفردات العينة على مستوى كل كلية (بالتساوي 20 مفردة لكل كلية)، وبطريقة الحصص المتساوية بين الإناث والذكور، والشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية وخارجها، مستخدمين في ذلك الأسلوب القصدي من خلال انتقاء مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، والذين يتراوح سنهم (من 18 إلى 25 سنة) على مستوى كل كلية، لأن ما يهمنا هو الحصول على معلومات حول عادات وأنماط الاستخدام والشبكات المحققة، وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم، وليس التمثيل الدقيق لمجتمع البحث.

أما بالنسبة لتغيرات الدراسة فقد اخترنا متغيرين هما "الجنس"، و"الإقامة" ويمكن تفسير ذلك بتأثيرهما الكبير على دراستنا، فمتغير الجنس يؤثر بشكل كبير على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، لأن حاجات ودوافع الاستخدام عند الذكور تختلف عن الإناث، أما المتغير الثاني "مكان الإقامة" فيعتبر مهما جدا نظرا لكون خصائص سكان بلدية عاصمة الولاية يختلفون في العادة عن باقي البلديات، لأن عاصمة الولاية تتوفر فيها خصائص المدينة من كثافة سكانية عالية، انتشار التعليم، تراجع سيطرة العرف والتقاليد... وغيرها من الخصائص التي تميزها عن باقي سكان البلديات الأخرى.

09-المدخل النظرية للدراسة:

يعتبر التأصيل النظري شرطا أساسيا في أي بحث علمي، لأنه لا يمكن الإكتفاء بالجانب التطبيقي فقط، وإنما تحتاج كل دراسة إلى تأصيل نظري، عن طريق مقارنة النظريات المرتبطة بالموضوع، وبالنسبة لدراستنا فقد اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والشبكات، نظرا لكونها النظرية التي تبحث في عادات وأنماط الاستخدام والشبكات التي توفرها وسيلة معينة، وهو ما يتناسب مع موضوع بحثنا.

"وتهتم نظرية الاستخدامات والشبكات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال الأربعينات من القرن (20)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام"⁽¹⁾، "وقد طرح أصحاب هذه النظرية سؤالاً مغايراً لما كان سائداً: وهو ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟"⁽²⁾، "بدل السؤال الذي كان سائداً: ماذا تفعل وسائل الإعلام

(1) ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، (ترجمة: كمال عبد الرؤوف)، الدار الدولية للنشر والتوزيع: القاهرة، 1993، ص 266.

(2) أرمان ماتلار، ميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، (ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رابع)، ط3، المنظمة العربية للترجمة: بيروت، 2005، ص 166.

بالناس؟ وهو الإتجاه الذي تبنته نظرية الرصاصة السحرية التي ترى في الجمهور كتلة خاملة تنتظر بسلبية أن تتلقى المعلومات التي يعممها الإعلام من أجل أن تستوعبها وتتبنى مضامينها متبعة سلوكا متشابهما بالنسبة للجميع"⁽¹⁾.

وترى النظرية "أن الأفراد يوظفون -بفعالية- مضامين الرسائل الإعلامية والإتصالية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا اتجاهها، ومن ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والإتصالية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمر كثيرة وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل (متغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث) وسيطة في عملية التأثير"⁽²⁾.

ومنه فقد "حاولت هذه النظرية أن تبحث عن العديد من الإجابات للأسئلة التالية: لماذا يستخدم الناس المنتجات الإعلامية؟ وما هي الاشباع التي يحققونها؟ ولهذا فإنه مقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام والاتصال، فإن هذا النموذج يأخذ في الإعتبار زبون وسيلة الإعلام والاتصال كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية والإتصالية هي نقطة البدء ثم نخبرنا عن سلوكه الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال"⁽³⁾.

ويلخص "كاتز" "Katz" وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

- 1- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- 2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- 3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها..
- 4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

(1) فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر: دمشق، 2006، ص 154.

(2) مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية: بيروت، 2006، ص 279.

(3) المكان نفسه.

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⁽¹⁾.

و"بعكس النظريات السابقة تحاول هذه النظرية أن تنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف ليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام، لذلك ترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، أو حتى تحديد الهوية"⁽²⁾، ومن هنا فقد جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع لتكشف أن ثمة أدوارا قوية جدا للمتغيرات المعرفية والثقافات التحتية في عملية التأثير.

كما توفر هذه النظرية "مجالا رحبا لإختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافا إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشبعونها، حتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها باعتبارها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام والاتصال ولكن غيرها من الحاجات ليس من الضرورة أن تكون نابعة من استخدام وسائل الإعلام والاتصال ولذلك يمكن إشباعها عن طريق مصادر وسائل الإعلام والاتصال أو عن طريق غيرها"⁽³⁾، وبالاستناد إلى جملة من الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالوظائف السيكولوجية والاجتماعية للإعلام الجماهيري، صنف بعض الباحثين الإعلاميين خمس طبقات من الحاجات يمكن للإعلام أن يشبعها وهي:

- حاجات معرفية (اكتساب وتقوية معارف وفهمها).
- حاجات مشاعرية، مظهرية (تقوية التجربة المظهرية والانفعالية).
- حاجات تكميلية على مستوى الشخصية (اطمئنان، استقرار عاطفي، نمو المصداقية، والوضع الاجتماعي).
- حاجات تكميلية على الصعيد الاجتماعي (تقوية العلاقات الشخصية، ومع العائلة، ومع الأصدقاء، ومع الزملاء... الخ).
- حاجات ترويجية (تراخي التوترات والتخفيف من الصراعات).

(1) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب: القاهرة، 2004، ص ص، 284-285.

(2) محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟، ط2، مكتبة العبيكان: الرياض، 1998، ص 26.

(3) مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 280.

-يمكن اعتبار كل طبقة من هذه الحاجات، متغيرا مستقلا لدراسة تأثيرات الإعلام الجماهيري⁽¹⁾.

"وليشبع الفرد حاجاته الإعلامية فإنه يستخدم المواد الإعلامية المختلفة، وعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات، والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد ذاتها وراحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج الذي يتبنى مثل هذا التوجه، وهذا مما يشعرها أنها ليست وحدها في ممارسة هذا السلوك مما يدعم التوجه لديها أكثر فأكثر"⁽²⁾.

وقياسا على هذا الكلام وبالنسبة لموضوع بحثنا المتمثل في استخدام الشبكات الاجتماعية وعلاقته بانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، فلا شك أن إقبال الشباب على مثل هذا النوع من المواقع الإلكترونية يحقق إشباعا معيناً لديهم، ومن هنا جاء تناولنا لهذه المقاربة باعتبار أن تعرض الشباب لهذه الشبكات أو غيرها من المواد الإعلامية أو الاتصالية يعد انعكاسا طبيعيا لحاجاته المختلفة.

وهذا الاتجاه أصبح يميز "المقرب الحديث للاستعمالات والاشباعات الذي بدأ يتبلور منذ الثمانينات من القرن الماضي بتوجيه الاهتمام أكثر فأكثر إلى تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل شبكة الإنترنت والهاتف النقال وجهاز MP3 وMP4... الخ"⁽³⁾، "وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والاشباعات في هذه البحوث والدراسات"⁽⁴⁾.

(1) فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 155.

(2) محمد عبد الرحمن الحضيف، مرجع سبق ذكره، ص 22.

(3) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع، الورسم للنشر والتوزيع: الجزائر، 2010، ص 79.

(4) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 288.

- الدراسات الأجنبية:

1-دراسة قامت بها مؤسسة Moovement تحت عنوان: مستخدموا الإنترنت، الشبكات الاجتماعية، استخدامها⁽¹⁾، وقد شملت الدراسة 292 مستخدما في فرنسا في الفترة ما بين 02 و 14 أكتوبر 2007.

تتمثل أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

- 1-نسبة الذين لا يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت 1.3%.
- 2-أكثر من 71% يستخدمون "لينكدان" "Linkedin"، "فايسبوك" "Facebook"، و"فياديو" "Viadeo".
- 3-الأغلبية أي 78% يستخدمون الشبكات الاجتماعية لتنمية معارفهم، ثم بنسبة أقل للبحث عن عمل أو تربص، ثم للتعرف على رفقاء جدد، ثم للبحث عن زبائن جدد.
- 4-وفيما يخص الشبكات الاجتماعية الأكثر جدوى لتنمية معارفهم فجاءت النتائج متقاربة، في المرتبة الأولى لينكدان "Linkedin"، ثم "فياديو" "Viadeo"، ثم "فايسبوك" "Facebook".
- 5-وفيما يخص الشبكات الاجتماعية الأكثر جدوى للتعرف على رفقاء جدد فجاء لينكدان "Linkedin" في المرتبة الأولى، ثم فياديو "Viadeo"، وفتة (17.5%) أجابت بـ"لا أعلم".
- 6-الشبكة الاجتماعية الأكثر جدوى للبحث عن عمل أو تربص، هي فياديو "Viadeo" في المرتبة الأولى، ثم لينكدان "Linkedin" في المرتبة الثانية، بينما نسبة (21%) أجابت بـ"لا أعلم".
- 7-الشبكة الاجتماعية المفضلة عند أفراد العينة هي "فايسبوك" "Facebook" في المرتبة الأولى، ثم لينكدان "Linkedin" في المرتبة الثانية، وفياديو "Viadeo" في المرتبة الثالثة.

لقد ركزت هذه الدراسة على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، معتمدة في ذلك على منهج المسح الاجتماعي وأداة الإستمارة كوسيلة لجمع البيانات، لكن الملاحظ أن هذه الدراسة ركزت على عادات الاستخدام والشبكات الأكثر استخداما لدى أفراد العينة في كل مجال من المجالات: تنمية المعارف، التعارف وتكوين صداقات، البحث عن عمل...، ولكن دراستنا لم تتوقف عند هذا الحد، وإنما سعت إلى التعرف على عادات الاستخدام، وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، كما أن هذه الدراسة

(1) Les internautes, les réseaux sociaux, leurs usages -Etude réalisée du 02 au 14 octobre 2007 sur un échantillon de 292 internautes-, Site: www.pblog.moovement.comwp-content/uploads2007_09/12/2010_09:18.

تناولت مستخدمي الشبكات الاجتماعية بصفة عامة ولم تحدد فئة بعينها، بينما ركزت دراستنا على فئة الشباب الجامعي دون غيرها من الفئات الأخرى، إضافة إلى أن هذه الدراسة تمت على المجتمع الفرنسي الذي يختلف في خصائصه عن مجتمع دراستنا "المجتمع الجزائري"، وعلى الرغم من كل هذه الاختلافات بين الدراستين فقد استفدنا كثيرا من نتائج هذه الدراسة، لا سيما في الجانب الميداني وفي صياغة أسئلة الإستمارة.

2-دراسة ايفز ماري كان "Yves-Marie CANN" بعنوان: مرصد الشبكات الاجتماعية⁽¹⁾، وقد تمت الدراسة على 1002 من مستخدمي الإنترنت الفرنسيين الشباب أكثر من 18 سنة، مستخدمة في ذلك أسلوب المسح عن طريق استمارة إلكترونية على شبكة الإنترنت، ونشرت الدراسة في جانفي 2010. وتتمثل أهم نتائجها في:

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

2-شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية تختلف حسب متغير السن، حيث تصل أعلى مستوياتها عند الشباب وتنخفض تدريجيا عند كبار السن.

3-77% من مستخدمي الإنترنت صرحوا أنهم مشتركون على الأقل في شبكة اجتماعية واحدة، وتتفاوت هذه النتيجة حسب متغير السن، (96% عند الشباب، من 18 إلى 24 سنة صرحوا أنهم مشتركون على الأقل في شبكة اجتماعية واحدة، وهذه النسبة تنخفض إلى 52% عند كبار السن لأكثر من 65 سنة.

4-25% هم أعضاء في شبكة اجتماعية واحدة، 34% هم أعضاء في اثنين إلى ثلاثة شبكات اجتماعية، و18% هم أعضاء في أكثر من أربع شبكات اجتماعية.

5-أغلبية أفراد العينة مشتركون في فايسبوك "Facebook"، ثم كوبان دافون "Copain d'avant" بدرجة أقل، ثم وينداوز ليف "Windows live"، ثم "ماي سبيس" "MySPACE".

لقد ركزت هذه الدراسة على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، معتمدة في ذلك على منهج المسح الاجتماعي، لكن الملاحظ أن هذه الدراسة تبحث في عادات الاستخدام، والشبكات الأكثر شعبية، ولكن دراستنا لم تتوقف عند التعرف على عادات الاستخدام وإنما سعت للكشف عن الاشباع المحققة

(1) Yves-Marie CANN, Observatoire des réseaux sociaux, Site : www.ifop.commediapoll1032-1study_file.pdf.09/12/2010, 12:20.

من خلال استخدام هذه المواقع، وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، كما يكمن الاختلاف بين الدراستين في مجتمع البحث حيث تمت هذه الدراسة في مجتمع فرنسي يختلف في خصائصه عن مجتمع دراستنا "المجتمع الجزائري"، وعلى الرغم من أن تركيزنا كان على فئة الشباب الجامعي، إلا أننا استفدنا كثيرا من نتائج هذه الدراسة التي شملت فئة الشباب بصفة عامة.

-الدراسات العربية:

3-دراسة رضا عبد الواحد أمين، تحت عنوان استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب "Youtube" على شبكة الإنترنت، وهي دراسة أعدت للمشاركة في أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، البحرين 2009.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب الجامعي في مملكة البحرين لأشهر مواقع إرفاق مقاطع الفيديو حول العالم (يوتيوب "YouTube") الذي يعد ثالث أكثر المواقع الإلكترونية تصفحا طبقا لتصنيف اليكسا العالمي، وقد أجريت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي في جامعة البحرين (الجامعة الحكومية الوحيدة بالمملكة) وثلاث جامعات خاصة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها⁽¹⁾:

1- أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الإنترنت بشكل كثيف، وأن كل الشباب الجامعي في البحرين يعرفون تلك المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاهدة وإرفاق مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها على الإنترنت، والتي تأتي في مقدمتها موقع (يوتيوب)، كما بينت الدراسة أن 70% من الشباب الجامعي في البحرين لا يعرفون مواقع أخرى تقدم هذا النمط الجديد من الإعلام الشبكي.

2- أن غالبية الشباب الجامعي يستخدمون موقع إرفاق لقطات الفيديو (يوتيوب) بنسبة 87.7% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما يشير إلى جاذبية الإعلام الجديد والأنماط الاتصالية الجديدة لقطاعات متعددة من المجتمع، وفي مقدمتها الشباب الجامعي.

3-تمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع يوتيوب في الرغبة في إمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه، والرغبة في مشاهدة أجزاء من برامج تليفزيونية لم يتم التمكن من مشاهدتها، والفضول للتعرض لنمط إعلامي جديد.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب "YouTube" على شبكة الإنترنت، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 533-534.

4- بينت الدراسة أن هذا النمط من الإعلام الجديد حول المستخدمين إلى منتحي رسائل إعلامية، حيث أشارت الدراسة إلى أن 21% تقريبا ممن يستخدمون يوتيوب من الشباب الجامعي لديهم (بروفایل) على الموقع، ويقومون بإرفاق المواد الفيلمية، وإن اختلفت درجة انتظامهم في ذلك، وأن 33% منهم يقومون بالتعليق على المواد الفيلمية على الموقع.

5- توصلت الدراسة أن المواد الفيلمية المأخوذة من القنوات التليفزيونية هي الأكثر تفضيلا لدى الشباب الجامعي، ثم المقاطع السياسية الهامة والنادرة، ثم المواد الفنية المتمثلة في الأفلام والمسرحيات والأغاني، وأخيرا الملفات الشخصية.

6- جاءت الإشباعات المعرفية في مقدمة الإشباعات التي تحققت لعينة الدراسة، حيث جاءت زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات العالمية في مقدمة هذه الإشباعات، كما سجلت الدراسة نسبة عالية لتحقيق إشباعات التسلية وشغل أوقات الفراغ أيضا.

7- توصلت الدراسة إلى أن غالبية الشباب الجامعي يرون موقع عرض مقاطع الأفلام (يوتيوب) فيه وسيلة إيجابية، وتطورا كبيرا في وسائط الإعلام الإلكتروني، بينما أشارت الدراسة إلى أن هناك نسبة من الباحثين يعتقدون بضرورة وجود رقابة على المحتوى المقدم من خلال الموقع، للحفاظ على القيم والأخلاقيات والمعتقدات السائدة.

لقد ركزت هذه الدراسة على أحد أشهر مواقع إرفاق وتحميل مقاطع الفيديو في العالم يوتيوب "Youtube"، وهو يحتل مكانة كبيرة لاسيما لدى الشباب، وتحظى هذه الدراسة بأهمية بالغة بالنسبة لنا نظرا للتقارب الكبير بينها وبين دراستنا، حيث تناولت أحد مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات، ولعل أهم ما يلاحظ على هذه الدراسة على مستوى الجانب الميداني عدم استخدام الجداول المركبة، وهو ما ظهر جليا من خلال نتائج الدراسة التي جاءت بسيطة لم تظهر بوضوح تأثير متغيرات الدراسة على استخدامات الشباب للموقع، وعلى الرغم من ذلك فقد استفدنا كثيرا من نتائجها في الحصول على معلومات حول عادات استخدام الشباب العربي لهذه المواقع والإشباعات المحققة منها.

4-دراسة ثريا السنوسي بعنوان الاتصال التفاعلي والشباب في تونس، وهذه الدراسة تم إعدادها في إطار الملتقى الدولي حول "الشباب والاتصال والميديا"، الذي نظم في معهد الصحافة وعلوم الأخبار بمشاركة مؤسسة كونراد ادناور ووحدة البحث تكنولوجيا الاتصال في أبريل 2010.

وتتمثل أهم نتائج الدراسة فيما يلي⁽¹⁾:

-تستعمل العينة الاتصال الرقمي بنسبة 96%.

-أهم ملامح العلاقة السائدة بين أفراد العينة ومصادر الإعلام الإلكتروني هي علاقة حذر أكثر منها علاقة ثقة عالية ومصداقية.

-هذه العلاقة النفعية مرتبطة بإشباع حاجات اتصالية ومعرفية، أهمها الاطلاع على الأخبار الآنية بأكثر تفاصيل.

-وهي مصدر مكمل للتزود بالأخبار وليست مصدرا رئيسيا وأوليا لها.

-يحتل موقع فايسبوك صدارة المواقع التي تتردد العينة على زيارتها، وذلك بنسبة 78%، يليه موقع وكالة إفريقيا للأنباء بنسبة 64%، ثم الجزيرة بنسبة 62%.

-تبدو العينة واعية بما يتيحها الاتصال التفاعلي من فرص ليس للإطلاع على الأخبار فحسب وإنما للتفاعل معها والمشاركة في إثرائها وصناعتها، وبتقمص دور المتلقي الفضولي الذي يهتم بتفاصيل الأحداث ومتابعتها، وبالتالي استهلاكها، دون الارتقاء إلى مرتبة الشريك الفعلي، أي دون بلوغ المفهوم الجديد الذي حاولنا بلورته للمتقبل النشط والفاعل والمتفاعل مع الأخبار والمشاركة في رسم ملامحها وصنع تفاصيلها بجدية وعمق.

ركزت هذه الدراسة على الاتصال التفاعلي وهو ما يتشابه مع موضوعنا من حيث كون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من بين المواقع التفاعلية، ولكنها ركزت على هذه المواقع كمصدر للأخبار، أي على الإعلام الإلكتروني دون غيره من الأشباع الأخرى، ولعل أهم ما يلاحظ على هذه الدراسة عدم مناسبة العنوان للمقصود من الدراسة حيث جاءت الدراسة تحت عنوان الاتصال التفاعلي بينما كان تركيز الدراسة على المواقع الإلكترونية الإخبارية وهناك فرق بين التسميتين لأن المواقع التفاعلية الإخبارية هي جزء من الاتصال التفاعلي وليست مرادفة له.

(1) ثريا السنوسي، الاتصال التفاعلي والشباب في تونس، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الدولي حول "الشباب والاتصال والميديا"، معهد

الصحافة وعلوم الأخبار: تونس، أبريل 2010، ص 18، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net/index.php، 2010/12/11،

5-دراسة محمد لعقاب حول مجتمع الإعلام والمعلومات (دراسة استكشافية للانترناتيين الجزائريين)،

أطروحة لنيل دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2001/2000.

وقد تمحورت الدراسة حول طبيعة التحولات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة للإعلام والمعلومات على المجتمع البشري، وخلصت إلى النتائج التالية⁽¹⁾:

1- أن استعمال الجزائريين للإنترنت يتزايد بنسبة مرتفعة كل سنة تعادل 100%، وكلما أدرك الناس أهمية الإنترنت كوسيلة إعلام واتصال وبحث علمي وترفيه وتسلية ووسيلة مال وأعمال تضاعف الإقبال عليها.

2- أن المقهى الافتراضي والميدياتيك ومقر العمل والبيوت هي الأمكنة الرئيسية التي يستخدم فيها الانترناتيون الجزائريون الإنترنت، كما اتضح غياب تام للحامعات والمعاهد ومراكز التكوين التي توفر فضاءات الإنترنت للطلبة.

3- أن نسبة 23.53% من الذكور يستخدمون الإنترنت من أجل البحث العلمي، ثم مطالعة الصحف والاستماع إلى الموسيقى، و38.68% من الإناث يستخدمون الإنترنت من أجل البحث العلمي أيضا، ثم الاستماع إلى الموسيقى والبريد الإلكتروني.

3- إن الانترناتيين الجزائريين يستخدمون إلى جانب محركات البحث الغربية، كذلك محركات البحث العربية والجزائرية والإسلامية، وأن استخدام الذكور للمحركات والمواقع الإسلامية يفوق الإناث.

4- ولقد أثرت الإنترنت بالإيجاب على سرعة إرسال الرسائل والدراسة والنقاش والاطلاع على آخر الأخبار واكتشاف عالم جديد والترفيه.

5- على مستوى العلاقة مع الأسرة، خلص الباحث إلى أن الإنترنت يؤثر على العديد من النواحي:

- أصبح قليل الكلام مع الأسرة.

- أصبحت الأسرة توافق على خروج بعض أبنائها ليلا إلى فضاءات الإنترنت.

- تطور مضمون النقاش داخل الأسرة، وأدركت الأسرة أهمية شراء حاسوب آلي.

6- فيما يتعلق بالعلاقة مع الأصدقاء، فإن الإنترنت أثر على:

- أصبح مؤدبا مع أصدقائه، ولم يعد متعصبا لرأيه بل ميالا للمناقشة الهادئة.

(1) محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات، (دراسة استكشافية للانترناتيين الجزائريين)، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2001/2000، ص ص، 333-372.

- رفع مستوى النقاش لما هو أهم.

- قللت من اللقاءات مع الأصدقاء القدامى، وساهمت في التعرف على أصدقاء جدد في فضاءات الإنترنت.

- أصبح البعض يشعرون بأنهم أفضل من أصدقائهم الذين لا يستخدمون الإنترنت.

لقد تناولت هذه الدراسة مجتمع الإعلام والمعلومات، مركزة في ذلك على وسيلة الإنترنت وطبيعة التحولات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة للإعلام والمعلومات على المجتمع، من خلال دراسة على الإنترنتين الجزائريين، وأهم ما يلاحظ على هذه الدراسة أنها ركزت على الجوانب الإيجابية لاستخدام الإنترنت، ولعل هذا له ما يبرره حيث أن الفترة التي أجريت فيها الدراسة كان دخول الإنترنت إلى الجزائر حديثا ومحصورا في الأغراض العلمية والبحثية.

6-دراسة حسبية قيديم حول الإنترنت واستعمالها في الجزائر-دراسة في العادات والأنماط والاشباع-، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2002/2001.

وقد استهدفت الباحثة التعرف على العادات والأنماط التي تحدد سلوك استعمال شبكة الإنترنت في الجزائر العاصمة، ودوافع استعمال هذه الوسيلة وما يفعله المستخدمون بالخدمات التي تقدمها، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح، وتتمثل أهم نتائج الدراسة⁽¹⁾ فيما يلي:

- إن أغلب مستخدمي الإنترنت من سكان الجزائر العاصمة من الشباب بين 21 و30 سنة، وذوو مستوى جامعي، وأغلبهم يتواصلون من مقاهي الإنترنت، وأكثرهم يستخدمون الإنترنت لمدة طويلة تفوق الساعة، ونسبة 15.15% لأكثر من أربع ساعات.

- الفئة الأكثر استخداما هي فئة العازبين، ثم تليها المطلوقون والأرامل، ثم المتزوجون.

- تحتل الدردشة المرتبة الأولى لدى صغار السن من 10 إلى 20 سنة، وتتناقص كلما ارتفع سن المستخدمين، كما احتل الترفيه والتسلية المرتبة الأولى ضمن مجالات استخدامات الإنترنت بنسبة 68%، ثم يأتي المجال العلمي والأكاديمي.

- وبالنسبة لدوافع استخدام خدمة البريد الإلكتروني فقد تبين أن المستخدمين يلجئون إليه، لأجل خلق وتوطيد علاقات القرابة والصدقة أولا ثم علاقات مهنية، وأن ما يدفعهم إلى استخدام منتديات النقاش هو حاجة

(1) حسبية قيديم، الإنترنت واستعمالها في الجزائر -دراسة في العادات والأنماط والاشباع-، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2002/2001، ص ص، 168-174.

اجتماعية تكمن في تبادل الآراء مع أشخاص في كل أنحاء العالم، والشعور بالانتماء لجماعة معينة تتقاسم نفس الاهتمامات، كما أن الإحساس بالحرية عند إخفاء الاسم يحقق إشباعا نفسيا داخليا.

-وبالنسبة لخدمة المحادثة الفورية فإن الأفراد ينجذبون للتحدث الآني في الزمن الحقيقي، كما أن الطابع الافتراضي والخفي للعلاقات يوفر الإحساس بالمتعة والأمن.

-وقد تبين أن الفائدة الأولى للمبحوثين من استخدام الإنترنت هي "التفتح على العالم" والتعرف على الثقافات، ومن ثم توسيع مجال العلاقات الشخصية، ثم الاسترخاء، ماعدا فئة من 51 إلى 60 سنة التي مثلت الفائدة الأولى لها تلبية الحاجات الإعلامية.

-كما أجاب أغلب المبحوثين أن استخدام الإنترنت جعلهم يشعرون بالعزلة خاصة عند استخدام المحادثة الفورية.

-كما تبين أن توقف الاستعمال لأسباب تقنية، يؤدي إلى التوتر الشديد وخيبة الأمل لدى أغلب المبحوثين، وأن استخدام أغلب المبحوثين بنسبة 42% للإنترنت أثر على استخدام التلفزيون إما بالنقصان أو الإحجام، وكذا الصحف، أما الإذاعة فأخذ التأثير شكل الاستماع إليها عن طريق الإنترنت "الدمج بين الوسائل".

لقد ركزت هذه الدراسة على موضوع الإنترنت من خلال مدخل الاستخدامات والاشباعات، ولعل أهم ما يلاحظ على هذه الدراسة أنها ركزت على عادات وأنماط الاستخدام وأهملت الشق الثاني للنظرية المتمثل في دوافع الاستخدام والاشباعات المحققة، والتركيز على عادات ودوافع الاستخدام فقط لا يمكن أن يعطينا صورة حقيقية عن استخدامات الإنترنت والاشباعات المحققة منها، وهذا ما سعت دراستنا إلى تداركه من خلال إعطاء اهتمام أكبر لحاجات ودوافع الاستخدام، والاشباعات المحققة منه.

7-دراسة إبراهيم بعزيز حول منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية -دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.

واستهدف الباحث من خلال هذه الدراسة التعرف على دوافع استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية، وكذا انعكاسات هذه المنتديات على الفرد والمجتمع، مستخدما في ذلك المنهج المسحي، ومن أهم نتائج الدراسة⁽¹⁾ ما يلي:

(1) إبراهيم بعزيز، منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية -دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007، ص ص، 225-222.

-تعتبر منتديات الدردشة فضاء للتفاعل والاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا ومنها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة وتجسد في الواقع، ولذلك فهي أداة لإقامة روابط بين الأفراد ولتشكيل النسيج الاجتماعي.

-هناك علاقة ارتباطية وطيدة بين الدخل واستعمال منتديات الدردشة بصفة خاصة، واستعمال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال بصفة عامة، فكلما زاد الدخل زادت نسبة الاستعمال والعكس صحيح.

-عامل السن كان له أثر كبير على عدة عوامل، فمثلا وجدنا أن صغار السن هم أكثر استعمالا لمنتديات الدردشة وأكثر إدمانا عليها، هم أكثر تعرضا لحمولات ونشاطات بعض الجماعات المشبوهة (المخدرات، الجنس، الإرهاب، جماعات السرقة...)، وهم أكثر من تعرض لمحاولات تنصيرية، واستعمالاتهم كانت لأغراض ترفيهية، وهم أكثر من أحدثت الدردشة تغييرا في حياتهم، ولهذا تعتبر فئة المراهقين والشباب من أكثر الفئات التي تنعكس عليها الدردشة الإلكترونية بالسلب.

-الشعور بالوحدة يتسبب في زيادة استخدام وسائل الاتصال، وأن هذه الزيادة في الاستخدام تزيد أكثر من انطواء الناس بوسائلهم وانعزالهم عن الغير، وبالتالي يزيد شعور الوحدة أكثر.

-هناك نسبة هامة من الأفراد الذين يستعملون منتديات الدردشة بصفة خاصة والإنترنت بصفة عامة لأغراض تثقيفية تعليمية، كما أن هناك عدة أطراف تستغل الإنترنت كمنبر للترويج لإيديولوجياتها وأفكارها، وإن هناك فجوة بين الإناث والذكور فيما يخص استخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة والإنترنت بصفة عامة، وهذا يعود لعدة اعتبارات دينية، اجتماعية...

-من بين العوامل التي جعلت منتديات الدردشة من أكثر خدمات الإنترنت استعمالا: حرية التعبير غير المحدودة، إمكانية إخفاء الهوية (anonymat)، تنوع طبيعة الأشخاص المشاركين من حيث لغاتهم، مستوياتهم، بلدانهم، أجناسهم... توفر ما يسمى بتعدد الوسائط، حيث يمكن الكتابة والكلام والرؤية والاستماع، وكذلك انعدام الحواجز والرقابة الاجتماعية.

-إمكانية إجراء نقاشات وحوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم، من مكان واحد وبتكاليف منخفضة، وإمكانية التثقيف والتعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، خاصة تحسين مستوى التحكم في اللغات الأجنبية، والتعرف على ثقافات وتقاليد الشعوب والدول المختلفة، كما أنها تساهم بشكل كبير في تشكيل الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والتعرف على أشخاص لهم اهتمامات مشتركة، وبالتالي التعاون وتبادل الخبرات كل في مجاله.

-يمكن للردشة الإلكترونية أن تؤدي إلى انحراف السلوكيات، وفساد أخلاق الشباب، خاصة إذا ما تعرضوا للمنتديات التي تعالج مواضيع إباحية، الإدمان، العزلة، التنصير...

-تقلص المدة المخصصة للدراسة والمطالعة، ونقص المردودية بالنسبة للأشخاص الذين يستعملونها في أماكن العمل وكذا انعكاساتها على الصحة والتي تترتب عن الجلوس لساعات متواصلة في وضعية واحدة.
-تقلص الأوقات التي يقضيها الأفراد مع الأهل والأصدقاء، وما يترتب عنها من تفكك اجتماعي وقطيعة بين الأفراد.

لقد ركزت هذه الدراسة على دوافع استخدام منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية وانعكاساتها على الفرد والمجتمع، وهو ما يتقارب كثيرا مع دراستنا حيث تعتبر الردشة والمحادثة الإلكترونية أحد أهم خدمات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ولعل أهم ما يلاحظ على هذه الدراسة عدم مناسبة التساؤلات الفرعية للتساؤل الرئيسي، إضافة إلى أن نتائج الدراسة لم تجب على بعض التساؤلات الفرعية المطروحة، حيث نلاحظ عدم وجود تناسب بين التساؤلات الفرعية للدراسة والمحاور الرئيسية للاستمارة، وتمثلت التساؤلات الفرعية للدراسة فيما يلي:

- ماهي الفئات الأكثر استخداما لمنتديات الردشة؟
- ماهي الحاجات التي يسعى مستعملوا الإنترنت إلى إشباعها من خلال المحادثة الإلكترونية؟
- ماهي المجالات التي تستخدم فيها منتديات المحادثة الإلكترونية؟
- ماهي أسباب استعمال منتديات الردشة الإلكترونية أكثر من خدمات الإنترنت الأخرى؟
- ماهي الانعكاسات والآثار المترتبة عن استعمال منتديات الردشة الإلكترونية؟
- هل أثر استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية على استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟
- هل فعلا تعتبر المحادثة الإلكترونية سلبية أم أنها إيجابية إلى حد ما؟
- أما أسئلة الاستمارة فقد جاءت تحت أربعة محاور هي:

- 1- استعمال منتديات الردشة الإلكترونية
- 2- العلاقات الاجتماعية عبر منتديات الردشة
- 3- الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استعمال منتديات الردشة
- 4- الانعكاسات والآثار المترتبة عن الردشة

8-دراسة سليمان بورحلة حول أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم،

وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.

وقد استهدفت الدراسة التعرف على أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة وسلوكياتهم، مستخدمة في ذلك منهج المسح الاجتماعي، وتمثل أهم نتائجها⁽¹⁾ في:

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

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

- أن أغلبية الطلبة إيجابيين في استخدامهم للإنترنت، وبالتالي فهم بعيدين عن الانحراف والعزلة خاصة وأن أغلبية العينة لا تتصفح المواقع الإباحية لاعتبارات تتعلق بالدين والأخلاق وعدم الأهمية، وأن السبب الأول لاستخدام الإنترنت من أجل البحث العلمي للتحصيل الدراسي وهذا لأن الطلبة الجامعيين هم فئة واعية، كما بينت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين مدة الاستخدام للإنترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية رغم أن أغلبية العينة تستخدم الإنترنت يوميا لأكثر من ثلاث ساعات، وهذا عكس ما أثبتته بعض الدراسات في دول عربية وأجنبية، ولكن في الجزائر نعتقد أن الإنترنت ساعدت على تطوير الاتصال الاجتماعي، حيث توفر للطلبة مواضيع قابلة للنقاش فالإنترنت تعتبر حسب الباحثين امتداد للفضاء العمومي الذي نعيش فيه، وتكملة له.

- كما أكدت الدراسة أنه لا توجد علاقة ترابطية بين السلوكيات المكتسبة وأنماط الاستخدام والمحتويات لأن السلوك حسب عينة البحث يتكون انطلاقا من الأسرة والمسجد والجامعة والمجتمع وليس محتويات الإنترنت.

لقد ركزت هذه الدراسة على أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، ولكن أهم ما يلاحظ على هذه الدراسة أنها بالغت في التركيز على الجوانب الإيجابية للإنترنت، لاسيما بعض النتائج التي جاءت متعارضة مع الإحصائيات والبحوث السابقة في هذا المجال، كما اختصرت آثار الإنترنت في محور واحد، وهو ما أدى إلى إهمال الكثير من الآثار الأخرى، إضافة إلى أنها اكتفت باستخدام الجداول البسيطة

(1) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 222-224.

مما أدى إلى نتائج بسيطة، لم تظهر بوضوح تأثير متغيرات الدراسة على اختلاف آثار الإنترنت من شاب إلى آخر.

9-دراسة باديس لونيس حول جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: جامعة قسنطينة، 2008/2007.

واستهدف الباحث من خلال هذه الدراسة التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة للإنترنت، مستخدما في ذلك منهج المسح الاجتماعي، وتمثل أهم نتائجها⁽¹⁾ في:

-محركات البحث الأكثر استخداما هو غوغل "Google" ثم ياهو "Yahoo"، ثم هوت ميل "Hotmail".
-يفضل الطلبة المواقع التي تتناسب مع تخصصهم الدراسي، ثم المواقع الثقافية، ومن حيث المجال الجغرافي يفضلون، المواقع الدولية، ثم العربية، أما من حيث اللغة المواقع باللغة الفرنسية ثم العربية، وعن أسباب تفضيل مواقع دون غيرها فقد أجاب أغلب أفراد العينة، هو موافقتها لاهتمامهم، ثم شهرة الموقع، ثم الإخراج الجيد.
-وقد أجابت أغلبية أفراد العينة بأنهم يعلقون، على ما يتصفحوه على الإنترنت أحيانا، ثم نسبة أقل أجابت بـ"دائما".

-أغلبية الطلبة يقومون بتحميل ما يتوافق مع حاجاتهم، ثم نسبة أقل تقوم بطبعه.
-أغلب الطلبة يستخدمون الإنترنت استخداما إيجابيا، في حين أن نسبة قليلة تستخدمه استخداما سلبيا، وتمثل أهم الاستخدامات السلبية في زيارة المواقع الإباحية، ثم القرصنة.

-تمثل الاشباع الاجتماعي للطلبة من الإنترنت في الصداقة، ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر وبعدها حلول المشاكل الاجتماعية، أما الاشباع النفسية فتتمثل في التخلص من الروتين، ثم الاطلاع على الطابوهات، ثم التخلص من الوحدة، وتمثل الاشباع الدينية في الاطلاع على الفتاوى، ثم تحميل القرآن الكريم، ثم الإطلاع على الأدب الأخرى.

-أغلبية أفراد العينة لا يتبهنون عند عدم استخدامهم للإنترنت، ونسبة قليلة تحس بالفراغ، وأخيرا نسبة قليلة تحس بالاضطراب والقلق.

-أغلب أفراد العينة أجابوا بأن استخدام الإنترنت لم يؤثر على استخدام وسائل الإعلام التقليدية.
-ربط أغلب أفراد العينة ثقتهم في الإنترنت بمصداقية الموقع، ثم نسبة أقل يثقون فيها ثقة مطلقة، كما أن أغلبية أفراد العينة ينوون زيادة استخدامهم للإنترنت.

(1) باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص ص، 207-215.

لقد ركزت هذه الدراسة على دراسة الإنترنت من خلال منظور الاستخدامات والاشباع، ولعل أهم ما يلاحظ على هذه الدراسة هو أنها حاولت البحث عن الفروق الإحصائية بين الاستخدامات والاشباع ومتغيري الجنس والتخصص، وهو ما يضيف نوعاً من الدقة على نتائجها، حيث استفدنا كثيراً من نتائج هذه الدراسة لا سيما في الجانب الميداني.

10-دراسة محمد الأمين فورار حول موقع "Facebook" والشباب العربي، الاستخدامات، والاشباع، وهي دراسة تم إعدادها في إطار الملتقى الدولي حول "الشباب والاتصال والميديا"، الذي نظم في معهد الصحافة وعلوم الأخبار بمشاركة مؤسسة كونراد ادناور ووحدة البحث تكنولوجيا الاتصال في أفريل 2010.

وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي، وشملت الدراسة أربعة مجموعات إقليمية عربية هي على التوالي: المغرب العربي، ودول المشرق، دول الخليج العربي، القرن الإفريقي، وقد اعتمد الباحث على الاستمارة عن طريق البريد الإلكتروني.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب العربي لموقع فايسبوك، والاشباع التي يحققها، باعتباره ظاهرة لانتشاره السريع حول العالم، وتضاعف أعداد مستخدميه من سنة لأخرى، وتفوقه على جميع الشبكات الاجتماعية المنافسة على غرار موقع ماي سبيس، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج⁽¹⁾ أهمها :

- موقع فايسبوك يقدم نمطا جديدا من الاتصال الاجتماعي مستفيدا من تقنية الويب 2.0.
- توصلت الدراسة إلى أن الشباب العربي يستخدم موقع "فايسبوك" "Facebook" بكثافة، وهذا دليل على انتشاره الواسع في العالم العربي، رغم تباين هذا الانتشار وسرعته من دولة عربية إلى أخرى.
- ترى نسبة هامة من الشباب العرب بأن الموقع يقدم خدمات ممتازة، حيث يعتمد على البساطة في الشكل، مع الفعالية الكبيرة للتطبيقات التي يتيحها لمستخدميه.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الهدف الأساسي لاستخدام موقع "فايسبوك" "Facebook" بالنسبة للشباب العربي هو تكوين صداقات، والبقاء على تواصل مع الأصدقاء، إضافة إلى التسلية والترفيه عن النفس... كما أن نسبة منخفضة جدا من الشباب العربي يستخدمون الموقع لأغراض جنسية.

(1) محمد الأمين فورار، موقع فايسبوك "Facebook" والشباب العربي، الاستخدامات، والاشباع، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الدولي حول "الشباب والاتصال والميديا"، معهد الصحافة وعلوم الأخبار: تونس، 2010.

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

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

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

- نسبة هامة من الشباب العربي ترى في الواقع الافتراضي على موقع "فيسبوك" "Facebook" بديلاً ممتازاً للواقع الذي يعيشونه بعيداً عن شبكة الإنترنت، وهذا مؤشر خطير على ما يمكن وصفه بحالات إدمان مرضي على الموقع.

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

تعتبر هذه الدراسة الأقرب إلى موضوعنا نظراً للتشابه الكبير بينها وبين دراستنا من حيث الموضوع والمقاربة النظرية المتمثلة في الاستخدامات والإشباع والمنهج، وهذه الدراسة تتقاطع كثيراً مع دراستنا باعتبار "فيسبوك" "Facebook" أحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي توفر خدمات عامة (دردشة، تحميل فيديو، صور...) لكن أهم ما يمكن ملاحظته هو أن هذه الدراسة تمت على نطاق أوسع حيث شملت الوطن العربي، كما أنها طبقت طريقة الإستمارة الإلكترونية بينما اعتمدنا في دراستنا على الإستمارة المسلمة باليد، إضافة إلى أن هذه الدراسة ركزت على موقع "فيسبوك" الذي يمثل أحد أنواع هذه الشبكات، ولهذا فإن نتائج هذه الدراسة وإن كانت تفيدنا في الحصول على مؤشرات حول استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، إلا أنه لا يمكن تعميم نتائجها على كل أنواع الشبكات الاجتماعية نظراً لاختلاف خصائص كل نوع والخدمات التي يقدمها.

11-دراسة بعنوان المعولم والخلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري -دراسة

ميدانية لحالة الإنترنت والهاتف المحمول-.

وتهدف الدراسة إلى التعرف على أنماط تصورات الشباب الجزائري لبعض وسائط الاتصال الحديثة، وكذا أنماط استخدامه لها، والتعرف على الممارسات الاتصالية للشباب في بعديها المحلي والمعولم، ولقد استخدم الباحث منهج المسح، وتمثل أهم نتائج الدراسة⁽¹⁾ في:

- إن معظم أفراد العينة يحملون تصورات إيجابية عن الإنترنت التي يعتبرونها كمصدر معلومات أساسا وهذا يتطابق مع التصور الاجتماعي العام للإنترنت في جميع بلدان العالم.

- تعتبر الأغلبية من المبحوثين الإنترنت كمصدر أخبار وتسلية واتصال اجتماعي.

- إن زيارة مواقع الشبكة الاجتماعية على الإنترنت تخضع للمناسبات، والأحداث الطارئة كالأحداث السياسية، وعلى وجه الخصوص الرياضية، والمشاركة فيها ضئيلة بسبب انعدام فرص الولوج للإنترنت بالنسبة لأغلبية المبحوثين، أو لعدم امتلاك المهارات.

- يعتبر "فيسبوك" "Facebook" أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية زيارة من طرف المبحوثين، مع تسجيل ارتفاع طفيف للذكور على حساب الإناث، ويزور المبحوثون "يوتيوب" "YouTube" بنسبة أقل، مع تفوق طفيف للذكور أيضا.

- إن الدردشة ليست ممارسة شائعة لدى مجموع أفراد العينة، والذين يمارسونها لا يفعلون ذلك بصفة منتظمة، وإنما من حين لآخر، وتمارس الإناث الدردشة مع جزائريين أكثر من العرب أو جنسيات أخرى، بينما الذكور يمارسون الدردشة مع العرب وجنسيات أخرى أكثر من الجزائريين.

- إن المواضيع الأكثر حضورا في دردشة المبحوثين هي المواضيع الاجتماعية، والرياضية والعاطفية، ولم تحظى المواضيع السياسية والدينية إلا باهتمام ضئيل.

حاولت هذه الدراسة ربط العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الاتصال والممارسات الاتصالية للشباب، من خلال بحث المعولم والخلي في هذه الممارسات، وهذه هي النقطة المشتركة مع دراستنا وهي ربط تكنولوجيا الاتصال بانتشار العولمة، ولقد استفدنا من نتائج هذه الدراسة، خاصة أنها تمت على مجتمع بحث مشابه لمجتمع بحثنا (الشباب الجامعي الجزائري)، كما أنها تناولت استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 319-320.

في الجزائر، وهو ما أفادنا في الحصول على بعض المعلومات التي تعد كمؤشرات استفدنا منها لإتمام دراستنا الميدانية، ولصياغة أسئلة الاستمارة.

11- صعوبات الدراسة:

يواجه الباحثون في مجال الاتصال بصفة عامة العديد من الصعوبات المرتبطة بطبيعة العلم الحديث النشأة، بالإضافة إلى صعوبات أخرى تتعلق بالظروف الخارجية المحيطة بالباحث، ومنه يمكن إيجاز أهم الصعوبات التي واجهت دراستنا فيما يلي:

1- حداثّة الموضوع وقلة المراجع العلمية، المتخصصة في مجال مواقع الشبكات الاجتماعية، و"الويب 2.0" "Web 2.0" بصفة عامة لاسيما العربية، حيث لا نكاد نجد في الكتب العربية معلومات حول التطبيقات الحديثة للإنترنت، ماعدا بعض المعلومات السطحية التي ترد تحت مسمى الإعلام الجديد، أو صحافة المواطن...

2- تعقيد الموضوع نوعا ما لاسيما وأنه يتعلق بجوانب تقنية خاصة فيما يخص الويب 2.0.

3- قلة الدراسات السابقة في مجال الشبكات الاجتماعية، لاسيما في ربطها بالعولمة الثقافية.

4- صعوبة فهم بعض المعلومات والبيانات حول الإعلام الاجتماعي والجيل الثاني للويب عموما، والتي تعد حديث بالنسبة لمجتمعنا وهو ما استلزم منا مدة طويلة من المطالعة والاستفسار بغية الإلمام بالمعلومات الأساسية للموضوع.

ورغم هذه الصعوبات التي واجهتنا، حاولنا تجاوزها وتقديم عمل يقدم ولو بعض المعطيات والمؤشرات لدراسات مستقبلية أكثر تعمقا.

الإطار النظري

الفصل الأول

الجيل الثاني للويب "Web 2.0" وثورة

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورا تكنولوجيا كبيرا في مجال الاتصالات أدى إلى تغييرات جذرية في نمط حياة الإنسان، وأثر على طريقة اتصاله وعلى الهيكل العام الذي تقوم عليه العملية الاتصالية، وهذا ما جعل الباحثين يتنبؤون، بأن مثل هذا الاتجاه سيؤدي إلى ألفية ثالثة تعتمد بصورة شبه كلية على إنتاج وعرض منتجات وخدمات معلوماتية...

وإذا كانت شبكة المعلومات الإلكترونية المعروفة باسم (انترنت) تعتبر من أفضل طرق تداول المعلومات حاليا، وهي من أهم الأسباب التي أدت إلى الوصول إلى ما يعرف باسم الطريق السريع للمعلومات، فالإنترنت التي تمثل قلب ثورة المعلومات عرفت تطورات كثيرة لاسيما على مستوى خدمات الويب وهذا ما أدى إلى ظهور الجيل الثاني للويب الذي أحدث ثورة على مستوى المضامين الاتصالية، وغير من أدوار عناصر العملية الاتصالية، مما نتج عنه ظهور مجموعة من التطبيقات التي تندرج تحت مسمى الإعلام الاجتماعي، والتي أدت إلى تعميق البعد الاجتماعي للشبكة، وتفعيل دور المستخدم بحيث تسمح له بالتحاور وإنشاء صداقات، والنقاش حول الاهتمامات المشتركة، والتعليق على مختلف المقالات، كما تسمح بالتعديل والحذف والإضافة وإنشاء مختلف أنواع الملفات وتبادلها، ولعل من بين أهم هذه التطبيقات مواقع الشبكات الاجتماعية التي تحظى بإقبال كبير من طرف المستخدمين بفضلها أصبح بإمكان أفراد المجتمعات المعلوماتية القيام بجولات إلكترونية والالتقاء بالأصدقاء وزملاء الدراسة أو الأساتذة أو حتى أرباب العمل دون أدنى حاجة لمغادرة بيوتهم أو أماكن عملهم، كما أصبح بإمكانهم مشاركة بعضهم في مختلف الملفات والأنشطة بما يشكل مجتمعات تحاكي إلى حد كبير الواقع، ومن هنا يتضمن هذا الفصل ثلاث مباحث، يشتمل المبحث الأول على مفهوم الإنترنت، وتطورها عبر الزمن، ثم أهم خدماتها الاتصالية، أما المبحث الثاني فيتضمن مفهوم الجيل الثاني للويب "ويب 2.0 2.0"، ثم خصائصه والإضافات التي جاء بها، ثم أشهر تطبيقاته، أما المبحث الثالث فيتضمن مفهوم الشبكات الاجتماعية، من تعريفها وأهم خصائصها ونشأتها وأهم أنواعها، ثم استخدام الشبكات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، وأخيرا نماذج عن أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية.

المبحث الأول: مفهوم الإنترنت وتطورها وأشهر خدماتها الاتصالية

تعد الإنترنت أحد أهم مميزات العصر الحالي، حيث مثل ظهورها ثورة أثرت على مختلف مجالات الحياة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بل وحتى الثقافية مشكلة بذلك أحد أهم التطورات العالمية التي شهدتها العالم خلال التسعينات وحتى وقتنا الحالي، حيث تتسم بأنها ظاهرة كونية ألغت الحدود الجغرافية ومكنت الأفراد من الاتصال بأي نقطة في العالم، وإذا كانت وسائل الإعلام التقليدية قد أحدثت تغيرات على مستوى الأفراد والجماعات فلاشك أن دور الإنترنت في هذا المجال سيكون أعمق، نظرا للسمات التي تتميزها عن غيرها من وسائل الاتصال حيث تعد من أكثر الوسائل تطورا باعتبارها تدمج بين خصائص العديد من الوسائل، ومن هنا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على مفهوم الإنترنت وتطورها، وكذا أشهر خدماتها الاتصالية.

المطلب الأول: مفهوم الإنترنت

على الرغم من أنه لا يوجد تعريف محدد يمكن صياغته لتحديد مفهوم شبكة المعلومات الإلكترونية _إنترنت_ نظرا لأن التعريفات العديدة التي أطلقها الخبراء والباحثون والعلماء والعاملون في مجال علم المعلومات وتكنولوجيا الاتصال والكمبيوتر والإعلام، جاءت بناء على زاوية تعامل كل واحد منهم معها واستخدامه لها، إلا أن الجميع يتفق على أن الإنترنت "هي ثورة تفوق في أهميتها كافة وسائل الاتصال الحديثة"⁽¹⁾، ولقد ذهب "عبد المالك ردمان الدناني" إلى أن "تشعب الإنترنت واتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها، ويرى "ريتشارد ج. سميث" "Richard Smith" و"مارك جيتس" "Mark Gates" أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها، حيث يرى الشخص العادي الإنترنت بشكل مختلف عن ما يراه المهني أو المهندس"⁽²⁾، ومن هنا فإن من الصعوبة تقديم تعريف شامل للإنترنت، وإنما سنحاول استعراض أهم التعاريف مركزين في ذلك على الشق الاتصالي للوسيلة. بما يخدم موضوع بحثنا.

(1) ماجد سالم تربران، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2008، ص 27.

(2) عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2003، ص 111.

هناك اختلاف حول الأصل اللغوي لكلمة إنترنت "Internet"، فهناك من يرى أن كلمة إنترنت هي اختصار الكلمة الإنجليزية "International Network"، ومعناها: "شبكة المعلومات الدولية" التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الهاتف، والأقمار الصناعية...⁽¹⁾، بينما يذهب باحثون آخرون وعلى رأسهم: "علي محمد شمو" إلى أن إنترنت "Internet"، "كلمة منحوتة من كلمتين "Interconnection" وهي بمعنى ربط أكثر من شيئين ببعضهما البعض، وكلمة "Network" وتعني شبكة، فاستعير من الكلمة الأولى الجزء الأول منها وهو "Inter"، ومن الثانية الجزء الأول منها وهو "Net" فصارت الكلمة الجديدة المنحوتة هي "Internet"⁽²⁾، ولاشك أن الرأي الثاني هو الأرجح حيث برهن "علي محمد شمو" على رأيه بالعديد من الأدلة من بينها أن "الإنترنت هي شبكة دولية حقا بحكم أنها انتشرت وعمت أرجاء العالم، ولكن عندما أطلق عليها الإسم "Internet" لم تكن دولية بل كانت شبكة محلية أمريكية وحتى في أمريكا كانت بدايتها ممعنة في المحلية، إذ أنها كانت تابعة لوزارة الدفاع الأمريكية ومحصورة في البنتاجون ولا تستطيع الدوائر الأخرى في الإدارة الأمريكية الدخول إليها إلا بإذن... كان ذلك في الأيام الأولى للإنترنت أي في نهاية الستينات وبداية السبعينات"⁽³⁾، كما أضاف أن الإنترنت "قد تكون شبكة محلية "Area Network" وقد تكون قومية "Wide area network"، وقد تكون داخل وزارة أو جامعة أو مؤسسة "Internet work"، فالإنترنت ليست بالضرورة أن تكون إقليمية أو دولية أو حتى على مستوى قطر بأكمله، بل إن أي مجموعة من الحاسبات الآلية ترتبط ببعضها في شكل شبكات، ويوضع لها بروتوكول للتخاطب مع بعضها البعض يمكن أن يطلق عليها إنترنت"⁽⁴⁾.

ويطلق عليها مسميات عدة مثل الشبكة "The net" أو الشبكة العالمية "Word net" أو شبكة العنكبوت "The web"، أو الطريق السريع للمعلومات "Super information way"⁽⁵⁾.

(1) عمر موفق بشير العباحي، الإدمان والإنترنت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع: عمان، 2007، ص 45.

(2) علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة (الإنترنت، القمر الصوتي الرقمي، الملتيميديا)، مطبعة ومكتبة الإشعاع: الإسكندرية، 2008، ص 240.

(3) المكان نفسه.

(4) المكان نفسه.

(5) ماجد سالم تربان، مرجع سبق ذكره، ص 27.

تعرف "الإنترنت" على أنها: "مجموعة من آلاف الحواسيب تنتشر في جميع أنحاء العالم ويمكنها الاتصال فيما بينها عن طريق الألياف الضوئية، الأسلاك الهاتفية والأقمار الصناعية التي تسمح لها بالتحاور مع بعضها البعض وتبادل المعلومات والرسائل"⁽¹⁾، ويعرفها محمد عبد الحميد على أنها: "نظام للبنية الأساسية التي توفر الربط وتدعيم الاتصال ونقل البيانات بين الشبكات، بينما الشبكات الأخرى أيا كان موقعها على شبكة الإنترنت فإنها تنظم للمحتوى وإدارته، وتحكمه المعايير الخاصة بإدارة المحتوى ونشره على شبكة الإنترنت"⁽²⁾.

وبهذا فالإنترنت ليست مجرد شبكة حاسوب دولية، بل مجموعة من شبكات الحواسيب الجزئية، وتصل إلى أكثر من (60.000) شبكة حاسوب، منتشرة في شتى بقاع الأرض، وتتركز حوالي (60%) من مجموع هذه الشبكات في الولايات المتحدة الأمريكية، بينما تغطي أوروبا بحوالي (26%) منها و(14%) لبقية الدول من ضمنها الوطن العربي"⁽³⁾، ولقد تنبأ "كولن" "Colen" بالتطور والنمو الكبير الذي ستعرفه الإنترنت عندما عرفها على أنها: "مجموعة من قنوات الاتصال المعقدة يسهل النظر إليها كنظام الهاتف، وأنها ليست حاسوبا واحدا فحسب بل هي المحصلة النهائية للملايين من أجهزة الحاسوب المرتبطة ببعضها بعضا، كما ينظر إلى شبكة الإنترنت على أنها رمز يشبه الغيمة إلى حد بعيد بحيث إذا ما أضيف حاسوب جديد للشبكة فإن الغيمة تكبر"⁽⁴⁾.

"والإنترنت بصيغة أخرى تمثل عند "اتوستراد"، ما يطلق عليه "بالطريق السريع للمعلومات" وهي عبارة مستعارة عن نائب الرئيس الأمريكي السابق "آل غور" أطلقها في حملة الانتخابات الرئاسية عام 1993م"⁽⁵⁾.

وقد انتقد "بيل جيتس" هذا المصطلح وذهب إلى أن مصطلح (الطريق السريع) ليس دقيقا تماما، "فهذا التعبير يشير ضمنا إلى وجود مشهد طبيعي وجغرافي، ومساحة بين نقطتين، كما يعني ضمنا أن عليك أن تسافر لكي تنتقل من مكان لآخر، والواقع أن أحد أبرز أوجه تكنولوجيا الاتصالات الجديدة هذه إنما يتمثل في أنها

(1) أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة شباب مصر: مصر، 2000، ص 122.

(2) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب: القاهرة، 2007، ص 14.

(3) عبد المالك ردمان الدنان، مرجع سبق ذكره، ص 29-30.

(4) جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2007، ص 68.

(5) محمد شطاح، مرجع سبق ذكره، ص 118.

ستلغي المسافة، فلن يهتم في شيء ما إذا كان الشخص الذي تتصل به موجودا في الغرفة المجاورة أو في قارة أخرى، لأن هذه الشبكة ذات الطابع الواسطي عالي الكفاءة لن تتقيد بالأميال أو بالكيلومترات، كذلك يوحي تعبير (الطريق السريع) بأن كل الأشخاص يسلكون ويتبعون المسار أو الطريق نفسه، في حين أن هذه الشبكة هي أشبه ما يكون بمجموعة من مجازات الريف، حيث يمكن لكل فرد أن ينظر إلى، أو يفعل، ما يتناسب مع اهتمامه الشخصي... على أن المشكلة الفعلية هي أن هذا التعبير -الطريق السريع- يؤكد على البنية الأساسية للمحاولة لا على تطبيقاتها"⁽¹⁾، وبهذا فإن "بيل جيتس" يفضل استخدام تعبير "(المعلومات في متناول يدك)، والذي يسلط الضوء على الفائدة وليس على الشبكة نفسها"⁽²⁾.

ولقد عرفها "علاء عبد الرزاق السالمي" على أنها: "شبكة الشبكات، وهي أضخم تطبيق لتكنولوجيا المعلومات على مستوى العالم، وخلال فترة قصيرة فرضت نفسها كمصدر للمعلومات في جميع مجالات الحياة، وتعتبر إحدى أدوات العمل الضرورية وهي مجدية اقتصاديا في الكثير من الاستخدامات"⁽³⁾، ويمكن النظر إلى شبكة الإنترنت على أنها الأداة الأولى للتعبير الحر عن الرأي وكذلك التواصل مع الآخرين من خلال ما أتاحتها من خدمات مختلفة، فغالبا "ما يعتبر مستعملوا الكمبيوتر جهاز الكمبيوتر بأنه امتداد لعقولهم وشخصيتهم، وفي الفضاء الإلكتروني يعكسون ويعبرون عن أذواقهم واتجاهاتهم واهتماماتهم، وبمفردات التحليل النفسي نقول أن أجهزة الكمبيوتر والفضاء الإلكتروني الواسع أصبحت نمطا من الفضاء الإلكتروني يمتد فيه عالم الفرد ونفسيته حيث تلتقي فيه نفس بأخرى منفصلة عنها"⁽⁴⁾.

وإن كان البعض يرى في الإتصال عن طريق الإنترنت بأنه غير واقعي ويفتقر إلى الوجود الإنساني، لأن أطرافه عادة ما يكونون مجهولين بالنسبة لبعضهم البعض عكس الاتصال وجها لوجه، وما يوفره من وجود في الزمان والمكان، ولكن هذا لا ينفي الطابع الاجتماعي للشبكة، كونها "تمكن ملايين البشر على اتساع رقعتهم الجغرافية من الاتصال ببعضهم البعض والمشاركة في الشبكة والمفاعلة فيما بينهم"⁽⁵⁾، عن طريق

(1) بيل جيتس، المعلوماتية بعد الإنترنت، (ترجمة: عبد السلام رضوان)، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1998، ص 16-17.

(2) المرجع نفسه، ص 17.

(3) ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(4) أحمد محمد صالح، سيكولوجية البريد الإلكتروني، كتاب العربي: مستقبل الثورة الرقمية العرب والتحدي القادم، العدد 55، وزارة الإعلام

الكويتية: الكويت، 2004، ص 137-138.

(5) طريف اقبليق، الإنترنت -المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء-، دار الإيمان: دمشق، 1996، ص 20-21.

الرسائل الإلكترونية، البريد الإلكتروني، فرق المناقشة... وغيرها من الخدمات ولهذا فهي تمكن الفرد المستخدم من التفاعل مع مختلف الثقافات "لأن الدخول إلى عالم الإنترنت يعني الدخول إلى عالم واسع متنوع من البشر مختلف الثقافات والأنشطة البشرية"⁽¹⁾.

ولم يقتصر دور الإنترنت على جانب الاتصال الشخصي فحسب، وإنما أدت التطورات التكنولوجية المتسارعة إلى تحويلها إلى وسيلة اتصال جماهيرية ضخمة، "وظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجية عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية، تربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة استيعابية واسعة حتى باتت جزءا مهما من حياة الأفراد والمؤسسات"⁽²⁾.

وبهذا فقد حققت الإنترنت "ثورة معلوماتية واتصالية، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)، لهذا يعتبر الاتصال أهم مميزات شبكة الانترنت"⁽³⁾، "فبدون الاتصال لا يمكن للمستخدمين الاستفادة من خدمات الإنترنت بمختلف أبعادها على المستويين العلمي والاجتماعي معا، فالثقافة الاتصالية الشبكية إنما تتأطر من خلال الاستخدامات الاتصالية بأنواعها، فيحدث التخاطب والتحاوور عبر النصوص والأصوات والرموز والصور"⁽⁴⁾.

ومن هنا يمكن الوصول إلى أن للإنترنت أهمية خاصة يمكن النظر إليها على أنها: "عبارة عن دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشاركين فيها الحصول على معلومات حول أي موضوع معين، في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط"⁽⁵⁾، كما تتيح خدمة التعارف والدردشة الإلكترونية الافتراضية بين الملايين من البشر عبر مختلف أنحاء العالم عن طريق مواقع متخصصة، وهي بهذا "تربط عشرات الملايين من أجهزة الحاسوب المنتشرة حول العالم عن طريق البروتوكولات المتعددة، وتعمل بواسطتها على تبادل المعلومات الهائلة والمعارف المتنوعة في مختلف مجالات الحياة البشرية والطبيعية والكونية بكل سهولة ويسر"⁽⁶⁾.

(1) طريف اقبيق، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(2) فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2010، ص 41.

(3) المرجع نفسه، ص 42.

(4) محمد علي رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005، ص 170.

(5) ماجد سالم تربان، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(6) جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجع سبق ذكره، ص 69.

- الخصائص الاتصالية لشبكة الإنترنت:

تتمثل أهم الخصائص الاتصالية لشبكة الإنترنت في:

1- التفاعلية "Interactivity":

عرف "رفايلي" "Refaili" التفاعلية بأنها "أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالإستجابة"⁽¹⁾، ومن هنا تعد الإنترنت إحدى أكثر وسائل الاتصال تفاعلية حيث تتيح انتقال المعلومات في اتجاهين، عكس وسائل الإعلام الأخرى التي يكون انتقال المعلومات فيها في اتجاه واحد، فالإنترنت تتيح للمستخدم التحول "من مجرد متلقي سلمي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته"⁽²⁾، فالتواصل عبر الإنترنت "لا يقتصر على إبلاغ الرسائل بل يتجاوز ذلك إلى مهام التعليم والتعلم والترفيه واسترجاع المعلومات، ويشمل -أيضا- التراسل عبر البريد الإلكتروني، والتحاور والتسامر من خلال حلقات النقاش وعقد المؤتمرات عن بعد"⁽³⁾.

2- الوسائط المتعددة "Multimedias":

يشير علاء عبد الرزاق السالمي بأن "كلمة ملتي ميديا تتألف من جزأين، "الأول" "Multi" أي متعددة، "Medias" وتشير إلى الوسائط المادية الحاملة للمعلومات كالورق، والأشرطة، والأقراص السمعية البصرية المغنطة وغيرها"⁽⁴⁾، و"تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة، لتوصيل الأفكار والمعاني، ويرى "Gibbs" أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات، تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة عبرها.

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(2) رحيمة الطيب عيساني، العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية، عالم الكتب الحديث: اربد (الأردن)، 2010، ص 66.

(3) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 2001، ص 364.

(4) علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج: عمان، 2000، ص 411.

وأسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصورا ورسوما كاريكاتورية⁽¹⁾.

3- الافتراضية "Virtualité":

"أو ما يعرف أيضا بالواقع الافتراضي، وهو مفهوم جديد ظهر مع تكنولوجيا المعلومات، للتعبير عن عالم وهمي يحاكي الواقع ويناظره إلى درجة التخيل أنه واقع، إذ يتردد كثيرا على المسامع: متاحف خائلية (افتراضية)، متاجر خائلية، ومصانع خائلية... إلخ.

وهي في حقيقة الأمر صور اصطناعية ثلاثية الأبعاد تتمزج فيها الحقيقة بالخيال، يحصل عليها المبدع عن طريق الحاسوب ليتمكن المستخدم من الغوص بكل حواسه في هذه البيئة المصطنعة، لاستكشاف الصور المعروضة، ومعايشة عالم المحاكاة، والخيال كما لو كان واقعا فعليا"⁽²⁾.

4- التزامنية واللاتزامنية:

فإضافة إلى إمكانية استخدامها في الوقت الحقيقي "التزامنية"، تتيح الإنترنت "إمكانية إرسال واستقبال الرسالة في الوقت الذي يناسب المرسل والمستقبل على حد سواء، فأصبح لكل مرسل أن يبعث برسالته الاتصالية التي يريدتها في التوقيت الذي يناسبه، كما أصبح لكل مستقبل أن يستقبل الرسالة التي تصله في الوقت الذي يناسبه"⁽³⁾، وبالتالي فالإنترنت لا تتطلب من مستخدميها أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، وإنما تتيح لهم استخدامه في الوقت الذي يناسب كلا منهم.

5- ديمقراطية الإنترنت:

لا شك أن أهم مشكل عانى منه الصحفي أو حتى الجمهور المستقبل في وسائل الإعلام التقليدية (الصحف والإذاعة والتلفزيون) هو مشكل التحكم في المعلومات، حيث أن هناك دائما قوى سياسية واقتصادية... تتحكم

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 93.

(2) ربيعة فندوشي، الإعلان عبر الإنترنت، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2005/2004، ص 130.

(3) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 66.

في كمية المعلومات المنشورة ونوعها وطبيعتها ومن هنا "اعتبر انتشار الإنترنت انتصاراً للحرية"⁽¹⁾، "كما أنها أداة للتعبير عن الرأي في حرية مطلقة عن طريق البريد الإلكتروني والمشاركة في الندوات الإلكترونية التي تعقد على شبكات الاتصالات الدولية، ولا تخضع للرقابة أو القيود ويتم فيها مناقشة كل المشكلات العامة، بما في ذلك الأوضاع والتنظيمات السياسية وأساليب وطرق الحكم، وسياسات الدول المختلفة والقوانين والتشريعات"⁽²⁾.

6- الكونية:

حيث تتميز الإنترنت بقدرتها على تخطي حواجز الزمان والمكان، وتمكن أي فرد من التجول عبر العالم والاتصال بالنقطة التي يريد من خلال الضغط على أزرار لوحة التحكم، متفوقة بذلك على باقي الوسائل الأخرى.

7- الديناميكية "Dynamisme":

"بدأت شبكة الأنترنت، في سنواتها الأولى بإتاحة المعلومات من خلال تبادل الملفات في شكل ثابت (Statique)، بما يعرف بـ (one to many)، لكن مع ارتقائها الفني -بمخرج موادها الإلكترونية عن النصوص والأشكال الثابتة إلى التصميم الحيوي وتحديث المضمون- فتح المجال بها للطابع التفاعلي، ليجد المستخدم نفسه مشاركاً، ومحاوراً بكل حرارة؛ مما جعله يخرج عن صفة المتلقي إلى عالم التفاعل الإيجابي، الذي تميزه الديناميكية والحركية، في جو جديد؛ يجمع بين المشاركة الجماعية، والاتصال الفردي..⁽³⁾

ومن هنا فإن هذه الخصائص، بالإضافة إلى العديد من المزايا الأخرى، جعلت من الإنترنت أحد الوسائل التي تحظى بالريادة، وتتفوق على باقي وسائل الاتصال الجماهيرية، وتعرف نمواً متسارعاً يوماً بعد يوم سواء في عدد جماهيرها، أو في الخدمات والتطبيقات التي تقدمها لمستخدميها.

(1) عبد الحليم حمود، الإنترنت -إعلام ضد الإعلام-، دار الهدى: بيروت، 2008، ص 86.

(2) أحمد أبو زيد، الإنترنت...الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، كتاب العربي: المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، وزارة الإعلام الكويتية: الكويت، 2005، ص 106.

(3) ربيعة فندوشي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 130، 131.

المطلب الثاني: نشأة الإنترنت وتطورها

"يعد الانتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة للاتصال، وتبادل للمعلومات من أهم سمات المجتمع المعاصرة"⁽¹⁾، "وبلا شك فقد غيرت التكنولوجيا في شكل الاتصالات بفعل شبكة الإنترنت لتكون مجموعة من المصادر لمجموعة من المتصفحين فهذه التغيرات أدت دورا مهما ومشاهما لما أدته الطباعة، كما تركن على درجة من الاتساع والعمق إلى درجة أن شبكة الاتصالات "الإنترنت" هي التي أصبحت تعرف بعصر المعلومات "The informatiopn age"، وأصبحت شبكة "الإنترنت" نموذجا يحتذى به لشبكات عسكرية ومدنية عديدة، خصوصا في ظل الحاجات الاقتصادية والاجتماعية المتزايدة، والتي حتمت ظهور نزعة اتصالية تكسر مركزية المعلومات وتجعلها أكثر جماهيرية وشيوعا"⁽²⁾، وهي أحد مميزات الإنترنت حيث تتيح الحصول على المعلومات لكل الأفراد من مختلف أنحاء العالم.

كما أنها تتميز عن بقية الوسائل التقليدية بأنها أكثر تفاعلية "يصبح فيها المتلقي قائما بالاتصال وتسير فيها الرسائل في اتجاهات متعددة، لتمثل نموذجا فعالا لديناميكية الاتصال عبر التفاعل المستمر بين جمهور المستخدمين للشبكة"⁽³⁾، ولكن هذه المميزات والخصائص لم تأت هكذا وإنما جاءت نتاج مجموعة من المراحل وكانت البدايات الأولى "عندما اشتعلت حماسة المشتغلين بالعلوم والتكنولوجيا في الشرق والغرب بسبب المنافسة الحادة التي بدأت تطفو على السطح بعد إطلاق السوفييت لأول تابع فضائي 1957 سبوتنيك (Spotnik Satellite) وتأثرا بوجهة النظر المرتبطة بمفهوم الشبكات العلمية... فقد كانت البداية مع شبكة "اربانات" ARPANET، "وكالة مشروعات الأبحاث المتطورة، وهي إحدى الوكالات التي تتبع لوزارة الدفاع الأمريكية بغرض إتاحة الفرص للعلماء والباحثين لتبادل المعلومات ونتائج التجارب العلمية..، ولتيسير التعاون في الأوراق العلمية التي يقدمها زملاؤهم أو المتعاونون مع وزارة الدفاع الأمريكية في مراكز البحوث والجامعات لإجراء دراسات وبحوث متنوعة"⁽⁴⁾.

و"كان الهدف من هذا المشروع -أربا- تطوير تقنية تشبيك كمبيوتر تصمد أمام أي هجوم عسكري، وصممت "أربا" عن طريق خاصية تدعى طريقة إعادة التوجيه الديناميكي، وتعتمد هذه الطريقة على تشغيل

(1) ماجد سالم تربران، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(2) المرجع نفسه، ص 34.

(3) المكان نفسه.

(4) علي محمد ثنمو، مرجع سبق ذكره، ص 229.

الشبكة بشكل مستمر حتى في حالة انقطاع إحدى الوصلات أو تعطلها عن العمل تقوم الشبكة بشكل مستمر بتحويل الحركة إلى وصلات أخرى"⁽¹⁾.

"تطورت "اربانات" "ARPANET" مرات عديدة، ففي العام نفسه (1972) تم توصيل 72 جامعة ومركز أبحاث بها، واستمر معدل نموها إلى أن وصلت الحاسبات المتصلة بها نحو 254 حاسبا... حيث كان الباحثون يستعملون "ARPANET" للتعاون على المشاريع ومبادلة الملاحظات على العمل، وكذلك الدردشة المفيدة "Chatting"، ولم يكن استعمال أجهزة "ARPANET" مقتصرًا على الاتصال الشخصي، فقد كانوا متحمسين جدا لهذه الخدمة... وتم بعد زمن قصير اختراع ما يعرف بالقائمة البريدية "MAIL LIST" حيث تذاغ رسالة واحدة آليا على أعداد كبيرة من مستخدمي الشبكة بشكل مثير للإنتباه"⁽²⁾.

"وقد استخدمت "اربانات" "ARPANET" من قبل الجامعات الأمريكية بكثافة كبيرة إلى حد أنها بدأت تعاني من ازدحام يفوق طاقتها، وأصبح من الضروري إنشاء شبكة جديدة ولهذا ظهرت شبكة جديدة في عام 1983 تسمى باسم "مل نت" "MIL NET" لتخدم المواقع العسكرية فقط، وأصبحت شبكة "اربانات" تتولى أمر الاتصالات غير العسكرية مع بقائها موصولة مع "مل نت" من خلال برنامج اسمه "بروتوكول إنترنت" "Internet Protocol" (IP) الذي أصبح فيما بعد المعيار الأساسي في الشبكات"⁽³⁾، ورغم الانقسام الذي حصل للشبكة "ظلت إمكانية تبادل المعلومات بين الشبكتين متاحة، وعرف هذا الاتصال باسم "الإنترنت"، وفي الثمانينات ظهرت شبكات أخرى عديدة مثل "Bit net" التي تستخدم للاتصالات الأكاديمية، وهي شبكة دولية ذات هدف تعليمي...، ثم ربطت هذه الشبكات بشبكة الإنترنت وأصبحت جزء منها"⁽⁴⁾.

"وفي سنة 1986 قامت مؤسسة العلوم الوطنية بتشبيك الباحثين بعضهم ببعض في كافة أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية من خلال خمسة حواسيب عملاقة وسميت هذه الشبكة باسم "SFNET"، لقد تكونت هذه الشبكة من مراكز لخطوط الإرسال، وذلك كي تحمل المعلومات التي تتحرك سريعا جدا ولمسافات بعيدة،

(1) عمر موفق بشير العباسي، مرجع سبق ذكره، ص 45-46.

(2) ماجد سالم تربان، مرجع سبق ذكره، ص 36-37.

(3) عمر موفق بشير العباسي، مرجع سبق ذكره، ص 46.

(4) ماجد سالم تربان، مرجع سبق ذكره، ص 39.

إن هذه الشبكة كونت العمود الفقري للبنية التحتية للإنترنت وخاصة بعد أن رفعت الحكومة الأمريكية يدها عنها، بدأت تقديم خدمة الإنترنت للناس عمليا في سنة 1985⁽¹⁾.

"وفي أواخر الثمانينات ارتبطت بالإنترنت المتكونة شبكات أخرى من فرنسا واليابان والمملكة المتحدة، وغيرها من دول العالم الأخرى، وساهمت أوروبا بممرات للنقل السريع مثل (net Nord) بغرض توفير إمكانيات ربط أكثر من مائة ألف حاسوب متفرقة عبر عدد كبير من الشبكات"⁽²⁾، وهكذا عرف عدد المشتركين في الإنترنت تزايدا كبيرا ومن هنا ظهرت تطورات في معالجة شبكة الإنترنت للمعلومات فقد "بلغ عدد المعلومات التي مرت من خلال شبكة الإنترنت في عام 1989 حوالي 12 مليون وحدة معلومات، وفي ديسمبر عام 1992 تمكنت حوالي 6 بليون وحدة معلومات من المرور عبر الشبكة"⁽³⁾.

"وفي بداية التسعينات انتشرت الإنترنت لتغطي رقعة واسعة من العالم وانضمت إليها آلاف الشبكات، ويعود الفضل في ذلك لتطبيق نظام بروتوكول* (tcp-IP) ووصلت حينه إلى حوالي (5000) شبكة في أكثر من 36 دولة وارتبط بها أكثر من 7000 حاسوب، وشهدت دخول شبكات أخرى إليها زودتها بالصوت والصورة، وأدوات الإعلام المتعددة مثل شبكة "WEB"⁽⁴⁾، حيث "ابتكر" تيم برنرزي "TIM Berners-lee" من مختبرات المركز الأوروبي لبحوث الطاقة النووية "CERN" في جنيف لغة HTML التي تحقق ربطا حيا للنصوص الموزعة في مواقع مختلفة على إنترنت وهذا كان الأساس لنشوء الشبكة العنكبوتية العالمية التي فاق نموها في سنوات معدودة نمو شبكة إنترنت خلال عشرات السنين"⁽⁵⁾، لاسيما بعد نزول البرامج الخاصة بالتصفح مثل: موزايك في نهاية عام 1993، نيتسكايب Netscape..، ثم ظهور متصفح مايكروسوفت "M.S.INTERNET EXPLORER"، وذلك بعد إصدار نظام التشغيل العالمي الجديد المنتظر WINDOWS⁽⁶⁾95.

(1) عمر موفق بشير العباسي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

(2) عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سبق ذكره، ص ص، 44-45.

(3) علي محمد شمو، مرجع سبق ذكره، ص 233.

* البروتوكول هو مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الإنترنت بحيث تجعل الحواسيب تتحدث وتبادل المعلومات مع بعضها.

(4) عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سبق ذكره، ص 45.

(5) هاني شحادة الحوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، مركز الرضا للكمبيوتر: دمشق، 1998، ص 107.

(6) المكان نفسه.

ومنذ ذلك الوقت عرفت الإنترنت وشبكة الويب بالتحديد تطورات كبيرة، جذبت إليها الملايين من المستخدمين في مختلف أنحاء العالم، "وبذلك غدت مكانا يزدحم بالناس والأفكار، وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي "CYBER SPACE"⁽¹⁾، "وفي نهاية عام 2004 قدر عدد مستخدمي الإنترنت عالميا بنحو 840 مليون شخص أي ما تقدر نسبته بـ13% من إجمالي عدد السكان، مع وجود أعلى معدل لذلك في أوروبا والأمريكيتين، كما زاد عدد الصفحات الإلكترونية الموثوقة على الإنترنت إلى بليون صفحة مع ارتفاع عدد الحاسبات الخادمة إلى خمسة ملايين حاسب"⁽²⁾، "وهذا ما يؤكد أن شبكة الإنترنت تطورت وأصبحت شبكة مفتوحة يمكن من خلالها الوصول إلى آلاف الموارد والخدمات المختلفة في مجال المعلومات، وما يزال العدد الحقيقي لمستخدمي الإنترنت غير محدود بشكل دقيق لأنه في ازدياد مستمر"⁽³⁾.

الإنترنت في الجزائر

كان أول ربط للجزائر بشبكة الإنترنت في سنة 1993، وذلك عن طريق "خط هاتفي متخصص (pardialup)، وفي مارس 1994 أقامت الجزائر الربط الكامل بشبكة الإنترنت، عن طريق كابل يربط مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني بمدينة "بيز" pise الإيطالية، وتقدر طاقة هذا الربط بـ 9600 بايت في الثانية، ويندرج هذا الربط في إطار مشروع تعاون مع اليونيسكو في إطار مشروع شبكة "RINAF" بحيث تكون الجزائر النقطة المحورية في الشبكة، وفي ديسمبر 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص (liaison spécialisée) يمر بمدينة باريس، وتبلغ سرعته 256 كيلوبايت في الثانية"⁽⁴⁾.

"وفي 1995 فتحت الشبكة لفائدة الباحثين، ثم فتحت أول مصلحة للإشتراك سنة 1995 للأشخاص المعنويين، وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم الشبكة بخطين هاتفيين، وفي 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق الساتل الأمريكي (MAA) وخلال سنة 99/2000 ارتبط المركز بالشبكة عن طريق القمر

(1) ماجد سالم ترابان، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) المرجع نفسه، ص 43.

(3) المكان نفسه.

(4) إبراهيم بعزيز، منتديات الحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق

ذكره، ص ص، 31-32.

الصناعي الرابط بالولايات المتحدة الأمريكية، وتم إنشاء خط هاتفي من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز عبر ولايات الوطن"⁽¹⁾.

"ولأهمية الوسيلة ظهر متعاملون خواص في هذا المجال مثل مؤسسة خدمات الحاسوب العامة "GECOS" ومقاهي الإنترنت "Cyber Café"، وإلى غاية 1999 ظل "CERIST" المزود الوحيد بالاتصال بشبكة الإنترنت، بغض النظر عن المؤسسات التي استفادت من خطوط اتصال متخصصة من قبل المركز، وعرف مجال الاتصال عبر الإنترنت ظهور العديد من الخواص خاصة بعد إصدار المرسوم التنفيذي 257/98 بتاريخ 25 أوت 1998، الذي حدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الإنترنت"⁽²⁾، ومنذ ذلك الوقت عرف عدد المستخدمين للإنترنت في الجزائر تزايدا كبيرا، لاسيما بعد انخفاض أسعار الاشتراك، حيث يقدر "عدد المبحرين على الانترنت في الجزائر بحوالي 4,5 مليون جزائري أي 12,8% من السكان"⁽³⁾ (حسب دراسة تحت عنوان "TM@WebDialn" الموجة الثانية"، وهي خاصة بواقع الإنترنت في الجزائر لسنة 2009).

المطلب الثالث: الخدمات الاتصالية للإنترنت

"عندما ظهر الحاسوب، وبدأت الشبكات كانت الوسيلة الرئيسية لنقل المعلومات هي الطريقة المقروءة "TEXT"، ولكن بتطور التكنولوجيا وتطور الحاسوب والبرمجيات التي تساعد (على معالجة الصوت والصورة (Audio, Video) ظهرت الفكرة والحاجة إلى نقل المعلومات بشتى صورها المقروءة والمرئية والمسموعة، وأخيرا الصور ذات البعد الثلاثي، ودمج كل هذه الأشكال المعلوماتية في نظام معلوماتي موحد"⁽⁴⁾، كل هذا أدى إلى ظهور خدمات جديدة للإنترنت، كما أدى إلى تطوير بعض الخدمات التقليدية، "ونظرا لأن الإنترنت كانت تستخدم في البداية للأغراض البحثية العلمية فقط، فقد كان من الصعب استخدام هذه الخدمات، أما في الوقت الراهن فقد اتسع نطاق استخدامها وتم أيضا ابتكار واجهات تعامل بسيطة يستطيع الجميع

(1) مليكة هارون، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2004، ص 161.

(2) المرجع نفسه، ص 162.

(3) منتدى أخبار الإنترنت، متاح على الموقع: www.startimes.com، (07:15، 2011/01/12).

(4) عمر موفق بشير العباحي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

التعامل معها بسهولة مطلقة، وتمثل خدمات الإنترنت مجموعات من البروتوكولات والبرامج التي تسمح للأشخاص والهيئات باستخدام الإنترنت بطرق مختلفة ومتنوعة"⁽¹⁾.

وتقدم شبكة الإنترنت في الوقت الحالي "عددا من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة، وتحقق قدرا كبيرا من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة"⁽²⁾، كما "تقدم شبكة الإنترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخطيبية جديدة تستخدم نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنصوص المكتوبة، وتتمثل أهم الخدمات الاتصالية فيما يلي"⁽³⁾:

1- البريد الإلكتروني "Electronic Mail":

وهو "عبارة عن خط مفتوح على كل أنحاء العالم، يستطيع الفرد من خلاله إرسال واستقبال كل ما يريده من رسائل إلى أي من الأصدقاء أو غيرهم، سواء كانوا يسكنون في الشارع المجاور أو على الطرف الآخر من الكرة الأرضية"⁽⁴⁾، باعتباره لا يعترف بالحواجز الجغرافية بين الدول، "أو هي الخدمة التي تشرف على إرسال واستقبال الرسائل من حاسوب إلى آخر داخل شبكة الإنترنت"⁽⁵⁾.

"ويستمد البريد الإلكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الإلكترونية، وهي تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية "Text" أو الصوتية "Voice" أو الصور المرئية "Photos"، وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني، وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطى المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية والتواصل مع الآخرين"⁽⁶⁾.

(1) ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 59.

(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 70.

(3) حسنين الحمدي بوادي، إرهاب الإنترنت، دار الفكر الجامعي: الإسكندرية، 2008، ص 39.

(4) المرجع نفسه، ص 39.

(5) جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجعه سبق ذكره، ص 91.

(6) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 70-71.

"ويعد البريد الإلكتروني الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقاً لدراسة توصلت إليها مجلة (إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الإلكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت حيث بلغت نسبة متصفح البريد الإلكتروني 71% من إجمالي مستخدمي الشبكة"⁽¹⁾، وتتميز هذه الخدمة بأنها "تحافظ على سرية الرسائل، حيث يوجد لكل مستخدم كلمة سر للتعامل مع البريد الإلكتروني، بحيث لا يعمل النظام إلا بعد إدخالها"⁽²⁾.

وإذا كان البريد التقليدي الورقي يحتاج إلى "كتابة أو طباعة رسالة، شخصية كانت أو مهنية أو رسمية، ومن ثم كتابة العنوان على غلافها وإيصالها إلى دائرة البريد، وتضمينها أية وثائق ملحقة، ومن ثم إرسالها إلى الجهة المعنية، ويستغرق البريد لإرساله بهذه الطريقة أيام، عادة ما تطول أو تقصر حسب المكان المرسل إليه، أما البريد الإلكتروني فلا يحتاج إلى كل هذه الجهود، فعن طريق حاسوب المستخدم يستطيع إرسال واستلام الرسائل بشكل سهل وسريع، وتضمينها أية وثائق أو ملفات ضرورية ومطلوبة"⁽³⁾، وبهذا فإن البريد الإلكتروني يختصر الكثير من الجهد والوقت الذي يتطلبه البريد التقليدي، "كذلك فإن رسالة المستخدم يمكن أن تكتب مرة واحدة وتوزع المئات منها إذا استدعى الأمر، إلى مئات من الجهات والأفراد الموزعين في مختلف مناطق العالم عن طريق حواسيبهم المشاركة في الشبكة، وهذا ما يفيد المنظمات والأفراد في توزيع الإعلانات، الاستبيانات، أو إرسال الإشعارات والفواتير،..."⁽⁴⁾.

وبالنسبة لعنوان البريد الإلكتروني فإن كل مستخدم للبريد الإلكتروني عبر إنترنت ينبغي أن يخصص له عنوانه البريدي الخاص به، وغير المتطابق مع أي عنوان آخر ويشمل العنوان على العناصر التالية:⁽⁵⁾

أ- اسم تعريف شخصي

ب- عنوان موقع المستخدم

ج- تعريف بنوع وصفة الموقع: هل هو تجاري، أم تعليمي... الخ، ومن أهم الرموز المستخدمة في هذا المجال ما يلي:

Edu - وتعني مواقع الجامعات والكليات والمعاهد التعليمية

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 71.

(2) حسنين المحمدي بوادي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(3) عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والاتصالات، دار المسيرة: عمان، 2009، ص 160، 161.

(4) المرجع نفسه، ص 160.

(5) المرجع نفسه، ص 161.

- Gov وتعني مواقع حكومية
- Int وتعني مواقع المنظمات الدولية
- Org وتعني المنظمات ذات النفع العام
- Com وتعني مواقع تجارية وشركات
- Mil وتعني مواقع المؤسسات العسكرية

2-القوائم البريدية "Mailing list":

"تعد القوائم البريدية أشهر خدمات الإنترنت التي تعتمد على البريد الإلكتروني، إذ تستطيع مجموعة من الناس لهم الاهتمامات المشتركة نفسها مناقشة الموضوعات التي تهمهم باستخدام هذه القوائم"⁽¹⁾، ويمكن تعريف القوائم البريدية على أنها: "مجموعة من القوائم التي تتضمن مجموعة من العناوين الإلكترونية لأشخاص لديهم اهتمامات وهوايات مشتركة، ويهتمون بتبادل الرسائل، عن طريق البريد الإلكتروني، حول هذه الاهتمامات والهوايات"⁽²⁾.

وبهذا فالقوائم البريدية "أشبه بالنادي الاجتماعي أو الصالون الثقافي حيث يلتقي الأعضاء والمتقنون لتبادل الأفكار والآراء وهذه القوائم متجددة دوماً، حيث تظهر كل يوم قوائم جديدة وتختفي قوائم أخرى"⁽³⁾، "إذا ما وجدت موضوعاً في خدمة القوائم هذه تكون أنت مهتم به فإنك تستطيع الانتساب والإشتراك، وفيما بعد فإنك ومن خلال بريدك الإلكتروني ستستلم كل الرسائل المرسلّة من قبل الآخرين، ومما له علاقة بنفس الموضوع، كذلك فإنك تستطيع بدورك إرسال رسالة إلى خدمة القوائم المنسب إليها، وهي تقوم بدورها ببث رسالتك تلقائياً (أوتوماتيكياً) إلى المشاركين الآخرين، وعلى هذا الأساس فإنه توجد الآلاف من مجاميع خدمة القوائم هذه"⁽⁴⁾.

"وإذا أراد المستخدم الإشتراك في قوائم البريد فعليه أن يرسل طلب الإلتحاق إلى المسؤول عنها، الذي قد يكون برنامجاً يقوم بتسجيله فيها، وقد يكون إنساناً، فإذا كان المسؤول عن هذه القائمة برنامجاً فعلى المستخدم

(1) ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 60.

(2) حسنين المحمدي بوادي، مرجع سبق ذكره، ص 42.

(3) المرجع نفسه، ص ص، 42-43.

(4) عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 163.

أن ييثر رسالة بالبريد الإلكتروني تشتمل على أمر لهذا البرنامج لكي يقوم بإشراكه فيها، أما إذا كان إنسانا فعلى المستخدم أن ييثر رسالة عادية بالبريد الإلكتروني بما طلب الإلتحاق"⁽¹⁾.

"وبالطبع وكأي نادي اجتماعي فقد يقبل طلب المستخدم في الإشتراك بأحد هذه القوائم وقد يرفض إذا كانت مواصفات المستخدم غير متوافقة مع مواصفات الأعضاء على حسب الاختصاص... ويستقبل المشترك كل الرسائل المتبادلة في المجموعة أو المجموعات التي انضم إليها، ولذلك إذا لم تلق هذه الرسائل إعجابه، فإنه يمكنه سحب اسمه من هذه القائمة حتى لا يستقبل رسائل أخرى"⁽²⁾.

ومن مزايا وفوائد هذا النوع من الخدمة"⁽³⁾:

1- تبادل الأفكار والمعلومات الفعالة بين الأشخاص والجهات المعنية بمجال أو موضوع معرفي أو حياتي معين.

2- لا يشترط بالمشارك في هذه الخدمة أن يكون مرتبطا بشكل كامل بالإنترنت، بل يستطيع مستخدموا البريد الإلكتروني فقط الوصول إليها والاستفادة منها.

3- إمكانية إصدار نشرة، أو مجلة تشتمل على الآراء والمحدثات والأفكار المجمعّة من المشاركين في قائمة محددة.

4- للمشاركة في هذه الخدمة أن ينضم إلى مجموعة محددة، والاستمرار فيها، أو تركها متى يشاء. وهناك نوعان من قوائم الخدمات أو النقاشات، الأولى تدار تلقائيا، من دون الحاجة إلى توسط أو توجيه شخص أو جهة، والنوع الثاني عبارة عن قوائم تدار بواسطة الشخص أو الجهة المؤسسة لقائمة محددة.

3- المجموعات الإخبارية "NEWS GROUPS":

تعرف المجموعات الإخبارية بأنها: "عبارة عن مجموعة من المشتركين تتناقش حول موضوع معين، وهي منتشرة بواسطة شبكة (Use net)، ويمكن نشر مقالات معينة على شكل رسائل يقرأها المشتركين من خلال المجموعة ويتبادلون الآراء حولها"⁽⁴⁾، "ويمكن وصف مجموعة الأخبار بالمائدة المستديرة التي تضم عددا

(1) حسنين المحمدي بوادي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

(2) المكان نفسه.

(3) عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 163-164.

(4) جودت احمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجع سبق ذكره، ص 76.

من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر، ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي، والصور الثابتة والمتحركة ويمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به، وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات، وأخبار وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته، عبر البريد الإلكتروني⁽¹⁾، "كما يمكن لكل مشترك في الشبكة أن يراجع مجموعة المناقشة من وقت لآخر لمعرفة الأخبار الجديدة، التي أضيفت كما يستطيع إضافة خبر أو مذكرة، أو رد على أحد الأخبار المنشورة"⁽²⁾.

"وتتميز بعض المجموعات بأنها تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشاركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر، وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشتركين عبر البريد الإلكتروني، ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير"⁽³⁾، "وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية إلى عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشاركين فيها الاتصال ببعضهم البعض، وازدادت شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية الأخرى مجموعات إخبارية بأعداد كبيرة على الشبكة"⁽⁴⁾.

4- خدمة جوفر "GOPHER":

"جوفر" في اللغة الإنجليزية هم "اسم حيوان أمريكي قارض" يتميز بقدرته الفائقة على حفر سراديب وأنفاق تحت الأرض يصعب تحديد مداخلها ومخارجها"⁽⁵⁾.

أما اصطلاحاً فهو "برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الإنترنت، إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات، وتسمح خدمة "جوفر" بالبحث في قوائم مصادر المعلومات، وتساعد في إرسال

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 72-73.

(2) ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 61.

(3) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 73.

(4) المكان نفسه.

(5) موفق بشير العباسي، مرجع سبق ذكره، ص 54.

المعلومات التي يختارها المستخدم، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الإستعراض شمولية وتكاملاً إذ تسمح بالنفاز إلى قوائم المكتبات، وإلى الملفات وإلى قواعد البيانات وغيرها"⁽¹⁾.

هذا النظام "جوفر" "طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991 بهدف تسهيل عملية استخدام الإنترنت، وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات، يمكنه الإشارة إلى الملفات ومواقع "TELENET" ومراكز معلومات WAIS وغيرها"⁽²⁾.

"وتسمح خدمة "الجوفر" بالدخول إلى جميع الخادمت التي تقدم المعلومات في جميع أنحاء العالم وخاصة ما يتعلق بالهيئات الحكومية والجامعات والتي تنشر معلومات خاصة يصعب توافرها على أحد مواقع شبكة الويب وتضم خادمت "جوفر" وثائق وملفات، يمكن قراءتها أو نقلها إلى الحاسوب الشخصي للمستخدم وتخزينها"⁽³⁾، "ومن المميزات المهمة لهذه الخدمة أنه يمكن أداء ثلاث مهمات معا في وقت واحد، ومن خلال نوافذ منفصلة مع إمكانية مواصلة تصفح قوائم "الجوفر" أثناء إتمام عملية نسخ الملفات الثلاثة"⁽⁴⁾.

5-الدردشة "Chat":

"تعتبر مواقع الدردشة بمثابة حلقة الوصل التي تجمع بين أكثر المشاركين على الشبكة، حيث يمكن الإلتقاء بزائري الشبكة حول العالم والتحاوور معهم، وقد تغطي مثل هذه المحادثات نطاقا واسعا من الموضوعات وقد تعنى بمجال محدد"⁽⁵⁾، "ويسمح هذا النوع من الخدمة إلى إثنان أو أكثر من الأشخاص الذين يرتبطون بشكل متزامن (في وقت واحد) عبر الإنترنت للتحاوور بشكل مباشر، ومجموعات الدردشة والحوار هذه تقسم عادة إلى قنوات وكل مجموعة محددة بموضوع معين خاص بهم للحوار"⁽⁶⁾.

ولعل أشهر الأنظمة الخاصة بالدردشة هو ما يعرف باسم (IRC) (Internet Reley Chat) أي "المحادثة عبر الإنترنت...وقد تم تطوير هذه الخدمة في فنلندا عام 1988 بواسطة كارينين"⁽⁷⁾، ومنذ ذلك الوقت "تشغل

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 75.

(2) المكان نفسه.

(3) جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجعه سبق ذكره، ص 98.

(4) المرجع نفسه، ص 99.

(5) ماجد سالم تربران، مرجع سبق ذكره، ص 64.

(6) عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 166.

(7) جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجع سبق ذكره، ص 100.

"تشغل الدردشة -عبر إنترنت- مساحة كبيرة من حزمة البيانات التي يتم تبادلها بين مستخدمي هذه الشبكة العالمية، بل إن كثيرا من المستخدمين لا يرون في إنترنت إلا وسيلة للوصول إلى الآخرين، عن طريق وسائل الاتصال العديدة التي توفرها مثل البريد الإلكتروني والمنتديات وبرامج التراسل الفوري ومواقع الدردشة، وعلى الرغم من أن الأخيرة وسيلة اتصال إلا أنها الدافع الرئيسي لأكثر من 25% من المستخدمين لهذه الشبكة"⁽¹⁾، "ومن مزايا الدردشة عبر الإنترنت أنها نوع من الاتصال بين الناس، يقتصر على تبادل النصوص بين المتحاورين، ولذلك فهو نوع من الحوار الفكري البحت بعيدا عن أية مؤثرات أخرى كالعرق أو الجنسية أو اللون أو الصوت، ويرى كثيرون أن هذا التواصل بين الناس -عبر غرف الدردشة- سيغير طريقة اتصال الناس مع بعضها البعض في دول العالم المختلفة حيث يسمح بالتبادل الفكري الذي بدوره سيؤدي لتطور الفكر البشري بصورة أسرع عما قبل"⁽²⁾.

-ويمكن تقسيم مواقع الدردشة إلى قسمين:

1-المحادثة "Talk"⁽³⁾:

فباستخدام هذا النوع يستطيع أحد المستخدمين كتابة رسائل للمستخدم الآخر واستقبال رسائل منه، ويتم التحدث في الوقت نفسه دون تداخل بين الرسائل المرسله من المستخدم الأول والرسائل المستقبله من المستخدم الآخر.

2-الدردشة الجماعية "Realy Chat"⁽⁴⁾:

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التحدث بطريقة مباشرة (on line) مع مجموعة من الأشخاص في الوقت نفسه، أي أنه يستطيع من خلال هذه الخدمة المشاركة في محادثة عامة تتعلق بموضوع معين بين مجموعة كبيرة من الأشخاص.

ونظرا لأن الدردشة تستقطب أعدادا متزايدة من مستخدمي الإنترنت فقد أدى ذلك إلى تطوير البرامج الخاصة بالدردشة، "ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام، فالخدمات التي تقدمها البرامج متعددة المهام هي تلك الخدمات التي يمكن استخدام بعض البرامج الخاصة

(1) عبد الفتاح بيومي، الأحداث والإنترنت، دار الفكر الجامعي: الإسكندرية، 2002، ص 26.

(2) المكان نفسه.

(3) ماجد سالم تربان، مرجع سبق ذكره، ص 65.

(4) المكان نفسه.

في التراسل الفوري في تبادل المعلومات بأشكال متعددة، مثل الصوت، الصورة إلى جانب النصوص، أما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية ذات المهام المحدودة، فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على أشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط أو النصوص فقط أو بما معا دون استخدام الصورة"⁽¹⁾.

"ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري، برنامج "بال توك" "Pal Talk" الذي يمكن من خلاله التواصل مع الآخرين عبر الصوت والصورة والنصوص المكتوبة، وهناك بالطبع خدمة التراسل الفوري عن طريق برنامج "MSN messenger" و"MSN yahoo messenger"....، وهي تتميز جميعا بسهولة الاستخدام، وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها"⁽²⁾، ولعل ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية أو ما يطلق عليه "التشبيك الاجتماعي" وانتشارها على نطاق واسع لدى مختلف شرائح المجتمع لدليل على الشعبية الكبيرة التي تحظى بها هذه الخدمة، حيث تستقطب أعدادا كبيرة من الجماهير لاسيما من فئة الشباب.

6- شبكة الويب (web): "Word wide web"

"أو شبكة العنكبوت العالمية، تختصر بـ"WEB"، وقد أنشأت في بداية التسعينات بمبادرة من الاتحاد الأوروبي لبحوث الطاقة النووية في سويسرا"⁽³⁾، وتعد هذه الخدمة أحد أهم الأدوات التي ساهمت في تطور شبكة الإنترنت بصفة عامة، وقد ابتكرها بعد تجارب كثيرة "الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرزي" "TIM Berners-lee" في المعمل الأوروبي لفيزياء الجزيئات في جنيف"⁽⁴⁾ حوالي سنة 1991، وشبكة الويب العالمية هي واحدة من وسائل كثيرة جدا لاستخدام الإنترنت لأغراض الاتصال، "وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الإنترنت حكرا على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري أنظمة الكمبيوتر، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم العلمية الإلكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها، بجانب المهام التي يضطلع

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 74.

(2) المرجع نفسه، ص 74-75.

(3) هاني شحادة الحوري، مرجع سبق ذكره، ص 113.

(4) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 77.

بها باحثون آخرون في خدمة المؤسسة العسكرية الأمريكية، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم يعد الإنترنت حكراً على هؤلاء"⁽¹⁾.

يخلط الكثير من الأشخاص بين الويب وشبكة الإنترنت، بل إن هناك من يظنهما شيئاً واحداً، مع أنه في الواقع يوجد اختلاف كبير بينهما حيث أن شبكة الويب هي عبارة عن "ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب خادم "server" يمكن الولوج إليها عبر شبكة الإنترنت، ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالباً لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع، تتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات مثل الفأرة قصد الانتقال من ملف إلى آخر داخل الموقع أو خارجه"⁽²⁾.

"أما الإنترنت فهي شبكة دولية من الكابلات والأسلاك ووصلات المستخدمين، التي يتم عبرها بث صفحات البدء لتسهيل الوصول إليها وتدخل ضمن كل صفحة بدء "Home Page" وصلات فائقة "Hyper links"، تستعمل الكلمات والرموز والعبارات المعيارية التي تعتبر نقاطاً مرجعية لأجزاء أخرى من الوثيقة ذاتها، أو من وثائق أخرى ضمن شبكة الويب وهنا يمكن للمستخدم أن يشير إلى اهتمامه بمشاهدة أحد هذه الأجزاء الأخرى باستعمال لوحة المفاتيح...والقفز من وصلة إلى وصلة أخرى...والقدرة على الاتصال بهذا الشكل هي أحد المزايا الرئيسية لشبكة الويب، فضلاً عن القدرة الإستعراضية (أي استعراض الويب) التي تمكن المستخدم من استكشاف أو استعراض عدة صفحات بدء من مختلف المواضيع"⁽³⁾.

ويقول الدكتور عباس مصطفي: "لقد نشأت الويب على الإنترنت وهي تستفيد من آليات الإنترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والملققات والأجهزة في جميع أنحاء العالم، العناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالاتصال بالحواسيب حول العالم، بينما الويب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا"⁽⁴⁾.

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 77-78.

(2) المرجع نفسه، ص 78.

(3) هاني شحادة الخوري، مرجع سبق ذكره، ص 114.

(4) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 79.

وعلى هذا فالويب "ليست الإنترنت ككل، بل إنها جزء منها، ولكن هذا الجزء مهم وجوهري... وعلى هذا الأساس فقد جاء دخول هذه الشبكة إلى الإنترنت توسع كبير في استخدام الشبكة العالمية للمعلومات"⁽¹⁾.

وتتم مشاهدة الصفحات عبر شبكة الويب "باستخدام مجموعة من المستعرضات منها "نتسكيب" "Netscape"، و"موزايك" "Mosaic"، و"إنترنت إكسبلورر" "internet explorer" وغيرها. "إن ظهور وتطور المستعرضات نتسكيب "Netscape"، "إنترنت إكسبلورر" "internet explorer"، بعد سلسلة من المستعرضات التي صممها طلاب الجامعات مثل مستعرض "جوفر" ومستعرض "فيولا-فيولا"، ومستعرض ميداس وغيرها، بعد المستعرض الذي صممه "بيرنرزي" جعل من الإنترنت سهل الاستخدام ويمكن مستخدميه من الوصول إلى المعلومات المستخدمة فيها وبأي لغة كانت، حيث مكنت المستعرضات من عرض صفحات الويب، وبالصورة وبالوسائط المتعددة، وأضاف -الدكتور عباس مصطفى- الويب فن جديد هو تصميم وإنشاء الصفحات التي تخدم أغراضا مختلفة، ومكنت الأفراد والمؤسسات من وضع أنفسهم على الشبكة"⁽²⁾.

"تتميز صفحات الويب بالتفاعلية "Interactivity" فهي نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص، والصور، الأصوات، الإطارات والأشكال المتحركة وهي حالة المشاركة والأخذ والعطاء، وتستفيد من ميزات "الوصلات التشعبية" "Hyper links" التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى موقع آخر"⁽³⁾ وكل صفحة ويب "لها موقع محدد ومعروف وغير متكرر يسمى محدد المصدر العالمي أو المصدر الموحد URL (UNIFORMER UNIVERSAL RESOURCE LOCATOR)، وعناوين صفحات الويب تبدأ بالرمز (http:/)، وهي اختصار للبروتوكول الخاص بنقل النصوص المستخدمة في شبكة الويب، وهو بروتوكول نقل النص المتشعب عبر صفحات الإنترنت (transport protocol Hyper text)"⁽⁴⁾.

(1) عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 157.

(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 79.

(3) المرجع نفسه، ص ص، 79-80.

(4) جودت احمد سعادة، عادل فايز السراطوي، مرجع سبق ذكره، ص 96.

المبحث الثاني: الجيل الثاني للويب "Web 2.0" مفهومه، خصائصه، وأشهر تطبيقاته

لقد عرفت الشبكة العنكبوتية المعروفة بـ"الويب" منذ ظهورها تطورات كثيرة أدت إلى ظهور الجيل الثاني للويب أو "الويب 2.0" (Web 2.0) الذي وسع من دور المستخدمين في إنتاج المضامين الاتصالية وطرق عرضها، وإذا كانت الإنترنت قد عرفت بخاصية التفاعلية، فإن الويب 2.0 قد عمق من معنى هذه الأخيرة إلى أبعد الحدود، فلم تعد الإنترنت مجرد مخزن للمعلومات، أو مجرد أداة للتسلية، أو التجوال في مختلف غرف الحوار والدردشة، وإنما تحولت إلى فضاء يمثل مجتمعا موازيا للمجتمع الواقعي، يتيح التفاعل بين المستخدمين، ويمنحهم الفرصة لإنتاج مختلف المواد الاتصالية ونقدها ومناقشتها، أي المساهمة في تطوير المعرفة بكل أشكالها وبناء علاقات اتصالية، من خلال العديد من التطبيقات التي تندرج تحت ما يسمى بـ"الإعلام الاجتماعي" أو "إعلام النحن" أو "إعلام الجمهور"... الخ.

المطلب الأول: مفهوم الجيل الثاني للإنترنت "ويب 2.0" "Web 2.0"

"تبين في السنوات الأخيرة، أن جودة خدمات الإنترنت وكفاءتها أصبحت تقل وتضعف بعض الشيء، مع تزايد الأعداد الهائلة للمستخدمين وذلك لاشك يرجع لجملة من الأسباب الفنية، يأتي في مقدمتها أن التقنية المستخدمة في الإنترنت، كانت أصلا منذ سنوات تطويرها الأولى مصممة لأعداد أقل مما هي عليه الآن،... فتقنية مصممة للآلاف أصبحت تستعمل من قبل الملايين، إضافة إلى تصاعد حاجات البحث العلمي والتعليمي...، وبخاصة فيما يخص نقل كميات ضخمة جدا من المعلومات بسرعة هائلة وأساليب فنية دقيقة ومأمونة، واستعمال تطبيقات شبكية بالغة التقدم والتعقيد"⁽¹⁾، كل هذه الأسباب أثارت اهتمام الباحثين، ودفعت بهم إلى البحث عن الطرق التي تمكنهم من تطوير الشكل التقليدي للويب القائم على "تبادل المعلومات عبر الإنترنت من خلال تبادل الملفات والوثائق ذات الطابع الاستاتي-الجامد الخالي من التفاعلية"⁽²⁾، إلى شكل آخر حديث يتيح إمكانية تفاعل المتلقي مع المادة المعروضة، بل وإنتاجها أيضا، وقد خضع الويب الذي نعرفه والمواقع الشخصية إلى تغييرات كبيرة، سواء من الناحية التكنولوجية أو الوظيفية، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بـ "ويب 2.0" أو (Web 2.0).

(1) علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص 161-162.

(2) نبيل علي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

ويذهب بعض الباحثين إلى أن تيم أوريلي "O'Reiley Tim" (صاحب مؤسسة O'Reiley Media) هو من صاغ مصطلح "الويب 2.0" في سنة 2004، لكن هناك باحثين آخرين يخالفونهم الرأي ويرون أن كلمة "ويب 2.0" سُمعت لأول مره في دورة نقاش بين شركة "أورلي" (O'Reilly) الإعلامية المعروفة، ومجموعة "ميديا لايف" (MediaLive) الدولية لتكنولوجيا المعلومات في مؤتمر تطوير ويب الذي عُقد في سان فرانسيسكو في 2003، الكلمة حسبهم ذكرها نائب رئيس شركة أورلي O'Reilly، داييل دوغرتي (Dale Dougherty) في محاضرة الدورة للتعبير عن مفهوم جيل جديد للشبكة العالمية، ومنذ ذلك الحين اعتبر كل ما هو جديد وشعبي على الشبكة العالمية جزءاً من "ويب 2.0"، ولهذا السبب فإنه حتى الآن، لا يوجد تعريف دقيق لـ "ويب 2.0"⁽¹⁾، حيث اختلف الباحثون حول إعطاء تعريف موحد لما يعرف بـ "ويب 2.0"، كما أن أغلب التعاريف تناولته من حيث خصائصه ومميزاته، أو من حيث التفرقة بينه وبين الويب 1.0، وليس كشيء مستقل.

ولقد ذهب عباس مصطفى صادق إلى "عدم وجود تعريف واحد ومحدد لهذا المصطلح، ولكنه يحدد سمات جديدة لشبكة الويب، هو: "أنها نسخة جديدة من الويب يتم فيها تحويل شبكة الإنترنت إلى منصة عمل بدلا من كونها موثلا للمواقع فقط، أي أن تعمل التطبيقات من خلال المواقع بدلا من أن يعمل عليها المستخدم من خلال جهازه الشخصي"⁽²⁾، وهذا التعريف لا يعطي صورة كاملة عن ما يعرف بـ "ويب 2.0"، فهو يقتصر على شرح طريقة عمله، دون أن يعطي تعريفا محدد له.

وذهب باحث آخر إلى أن "ويب 2.0" "يجمع بين الخدمات الحديثة للويب بالإضافة إلى خدمات أخرى كالهاتف،..."⁽³⁾.

أما ويكيبيديا "wikipedia" فتعرفه على أنه: "مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية "إنترنت"⁽⁴⁾، وهذا التعريف كسابقه فيه الكثير من الغموض كما أنه لا يعطي صورة كاملة عن ما يعرف بـ "ويب 2.0" (Web 2.0)، حيث أنه تحدث عنه كتقنية جديدة

(1) ويكيبيديا، www.wikipedia.org، 2011/03/07، 17:52.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2008، ص 107.

(3) philippe Torloting, **enjeux et prospectives des reseaux sociaux**, 2009, p 08. Site: www.phive-online.com, 07/12/2010, 12: 24.

(4) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

غيرت من سلوك شبكة الإنترنت، دون الغوص في نوع هذا التغيير وطبيعته، أو إعطاء تعريف لهذه التقنية وخصائصها.

ويرى سان مورغيزان "San Murugesan" أن "ويب 2.0" (Web 2.0) عبارة عن "مصطلح شامل يضم مختلف تقنيات الويب الحديثة: مدونات، ويكي، شبكات اجتماعية،... الهندسة والتكنولوجيات التي تشكل ويب 2.0 توفر مزايا عديدة تضم:

- تسهيل تصميم صفحات ويب مرنة، خلاقية...، وسهلة التحديث.
- توفير واجهة مستخدم، غنية وسريعة الاستجابة.
- دعم التعاون والمساعدة في تجميع الذكاء الجمعي.
- تيسير إنشاء محتوى تعاوني مبدع والتعديل من قبل المستخدمين.
- إنشاء شبكات اجتماعية للأفراد الذين يملكون اهتمامات مشتركة.
- التمكين من إنشاء تطبيقات جديدة جذابة من خلال إعادة استخدام، والجمع، و/ أو دمج التطبيقات المختلفة على شبكة الإنترنت أو عن طريق الجمع بين البيانات والمعلومات من مصادر مختلفة"⁽¹⁾.

وبهذا فإن المصطلح يعطى "الوصف الجليل الثاني للشبكة العالمية العنكبوتية "ويب" "Web" والذي يركز على قدرة الأفراد على التعاون ومشاركة المعلومات على الإنترنت"⁽²⁾، أما بالنسبة للمستخدم، ففي ويب 1.0 كان "المستخدم سلبى، ولكن مع ويب 2.0 المستخدم أصبح نشط "إيجابي": يبدع محتوى خاص به، يتقاسم المعلومات (صور، فيديو،...) "⁽³⁾، حيث لم يعد الويب "Web" مجرد وسيلة للنفاد للمعلومات على شبكة الإنترنت بل وسيلة تمكن أي شخص عادي من إنتاج المعرفة ونشرها، حيث يبنى ويب 2.0 (Web 2.0) حول زيادة سرعة الاتصالات، ويركز على تشجيع مشاركة المستخدمين، ويكون التعاون هو النتيجة الحتمية لهذه النقلة النوعية السريعة"⁽⁴⁾.

وقد تناول "عبد الله الزين الحيدري" "ويب 2.0" مركزا على الشق التفاعلي للجيل الثاني للويب معتبرا إياه "الهندسة التي حولت الويب من مداره السيميائي الغارق في المضامين إلى مداره الاجتماعي العلائقي المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي كذلك الهندسة

(1) San Murugesan, Op.Cit, p 05.

(2) Ibid, p 508.

(3) philippe Torloting, Op.Cit, p 08.

(4) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, **E-research collaboration theory-technique and challenges**, springer: New york, 2010, p 220.

التي منحت الفرد قوة التحكم في المضمون الذي يبثه والمضمون الذي يستقبله، وهيات له التربة الصالحة للتواصل والإندماج عبر زراعة الأفكار والأحاسيس، والمهم في هذه الزراعة...تحررها من الرقابة، وخلوها من القواعد والقيود"⁽¹⁾.

ومن هنا فإن -ويب 2.0- أكثر دينامية من سابقه ويب 1.0، حيث "يسمح -ويشجع- كافة المستخدمين على إنشاء، المشاركة، وتوزيع المعلومات والصور، في الواقع لقد تسبب ويب 2.0 في ثورة اجتماعية في استخدام الويب، وتسبب في نقلة نوعية من كونه وسيلة نشر إلى وسيلة مشاركة"⁽²⁾.

وعلى الرغم من الخصائص التي يتميز بها ويب 2.0، فإنه "في الواقع ليس شيئاً جديداً، ولا هو إصدار مُحسن، بل هو امتداد تقني طبيعي للويب 1.0، والتقنيات المستخدمة لتطوير مواقع الإنترنت في الويب 1.0 ما زالت كما هي منذ أكثر من 16 عاماً، وكل ما تفعله تطبيقات الويب 2.0 هو أنها تقوم باستدعاء الوظائف القديمة للويب 1.0 ولكن في الخلفية.

فصفحات الإنترنت في الويب 2.0 مثلاً، برغم كل التطور الذي يبدو عليها، مازالت تستخدم بروتوكول الـhttp، وتقنية الـhtml البدائية، التي تستخدمها جميع مواقع الإنترنت دون استثناء، منذ أن قام بتطويرها العالم الفيزيائي تيم بيرنيز - لي "TIM Berners-lee" في عام 1991 لحساب المنظمة الأوروبية للأبحاث النووية"⁽³⁾.

من خلال استعراض التعاريف السابقة يمكن أن نجزم بعدم وجود تعريف جامع لما يعرف بـ"ويب 2.0"، وذلك لكونه من المصطلحات الحديثة والمعقدة في آن واحد، نظراً لتشعب تطبيقاته وتعدد خصائصه، بالإضافة إلى أنه من المصطلحات الغير ثابتة، فهو أحد الظواهر التي تتطور وتتغير خصائصها باستمرار.

(1) عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد النظام والفوضى، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، مطبعة جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 141.

(2) San Murugesan, Op.Cit, p 03.

(3) عماد عراي، ماذا تعرف عن Web 2.0، متاح على الموقع: www.infomag.news.sy، 06/03/2011، 42: 17.

المطلب الثاني: "ويب 2.0"... الخصائص والإضافات

لقد مثل ويب 2.0 عصرا جديدا للويب، ألغى النمط التقليدي للنشر، والذي كان يميز ويب 1.0، حيث لم يعد التحكم في مواقع الإنترنت حكرا على أصحاب هذه المواقع، ولكن أتاح لجميع المستخدمين هذه الإمكانية من خلال تمكينهم من النشر، والتعديل لبعض المعارف، والتعليق على مقالات أخرى، كما أتاح تسهيل استخراج واستخدام، وإعادة استخدام البيانات، والمعلومات وتحديثها بطريقة مرنة، ومنه فإن ويب 2.0 (Web 2.0) هو نتاج لحاجات حقيقية، لاستخدامات وتطبيقات واقعية تستفيد من الذكاء الجمعي، وليس لاستخدامات مثالية محصورة بصاحب الموقع، وتتطلب معارف كثيرة بالمعلوماتية، ولم يتوقف الحد عند ويب 2.0 (Web 2.0)، ولكن تلاه ظهور ويب 3.0، 4.0... إلا أنها اعتمدت كلها على نفس خصائص ويب 2.0، بالإضافة إلى بعض التحسينات والخصائص الجديدة.

و"أهم ما يميز "الويب 2.0" هي قيامه على حزمة من التطبيقات الموجودة أصلا، خاصة تطبيقات الأجاكس "AJAX" وهي أداة تسهل التصفح للزوار، وهي اختصار للمصطلح Asynchronous JavaScript and XML وهي طريقة يمكن بواسطتها تطوير تطبيقات الويب، بحيث يكون أكثر تفاعلية وأكثر استجابة للمستخدم، لكي يتم التقليل من حالات العودة إلى السيرفر، وإعادة تحميل الصفحة، هذا بالإضافة إلى "الجافا ويب استارت" "Java web start"، وهي تسمح لأي شخص بتشغيل البرامج على الإنترنت، وكأنه قام بثبيتها على جهازه، بجانب استخدام لغات "السي اس اس" "CSS" "الاكس اتش أم ال" "XHTML" بشكل صحيح واستخدام أدوات نقل المحتوى مثل "الاتو" و"الاراراس" "RSS/Atom"..."⁽¹⁾.

"هذه الأدوات لا يشترط توافرها جميعها في الموقع أو الخدمة لكي تصنف تحت تصنيف ويب 2.0 (Web 2.0)، ولكن كلما وجدت خصائص أكثر في الموقع كلما كان الموقع يميل بشكل أكبر لأن يصنف تحت تصنيف الويب 2.0 (Web 2.0)، فالمواقع البرمجية التي تستخدم الجافا التي تمكن الشخص العادي من العمل على البرنامج داخل متصفح الإنترنت وكأنه يعمل على جهازه، هذا بجانب تطبيقات أخرى تشمل التحول في نشر محتويات المواقع من الطريقة التقليدية التي تعتمد على التحديث "Update" من صاحب الموقع، إلى طريقة التعديل المفتوح لمحتويات المواقع، مثلما الحال في الويكي "Wiki"، والمدونات "Blogs" وغوغل اي

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 107.

بي اس "Google APIs" وتطبيقاته المختلفة وكريبتف كومونس "Creativ Commons" التي حملت تطبيقات جديدة ومستحدثة تسهل التفاعل مع زوار الموقع، والتعامل الحر مع البرمجيات المفتوحة وغيرها"⁽¹⁾.

وبهذا فقد حول 2.0 (Web 2.0) مواقع الإنترنت من كونها "مجرد صفحات ثابتة غير تفاعلية نادرا ما يتم تحديثها، "أي مواقع للقراءة فقط"، إلى مواقع ديناميكية متغيرة باستمرار بفضل إسهامات المستخدمين ومشاركاتهم في النشر والتعليق...، وهذا ما جعل الإنترنت "تتحول من مصدر للمعلومات الجاهزة، إلى مصنع للمعلومات التفاعلية، وأدى إلى انتقال المستخدم من دور الزبون إلى دور الشريك"⁽²⁾، الذي يصنع محتويات المواقع ويضيف ويعدل ويعلق بسهولة من خلال أنظمة إدارة المحتوى، كما تتيح مشاركة الملفات مع الآخرين.. الخ.

ويمكن تحديد أهم خصائص "ويب 2.0" "Web 2.0" فيما يلي:

1- ويب هي منصة تطوير متكاملة: "يفترض في جيل "ويب 2.0" "Web 2.0" أن يتعامل مع ويب كمنصة تطوير بمعزل عن أي عوامل تقنية أخرى، الموقع يستفيد من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطور التطبيقات من أوامر النظام الذي يبرمج برنامجه عليه"⁽³⁾.

2- تحكم فريد من نوعه⁽⁴⁾، بالإضافة إلى إمكانية تصفح الموقع باستعمال كل الأجهزة الرقمية: الحاسوب العادي الشخصي وهو الشكل الأكثر شيوعاً لتصفح الإنترنت، والهاتف الخليوي والحاسوب الجيبى، وربما في القريب العاجل التلفاز.

3- الاستفادة من الذكاء الجمعي "Collective Intelligence": "وهذا مصطلح من علم الاجتماع يقول بأن هناك خبرات تتطور نتيجة العمل الجماعي، وهذا يعني أننا يجب أن نجعل زوار الموقع يطورون الموقع وما يحتويه من معلومات تطويراً مباشراً من خلال التعليقات، والرسائل والحوارات وتطويراً غير مباشر من خلال مراقبة وتسجيل اهتماماتهم"⁽⁵⁾.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 107.

(2) عماد عراي، مرجع سبق ذكره.

(3) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(4) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, Op.Cit, p 290.

(5) عماد عراي، مرجع سبق ذكره.

4- المشاركة: مستخدموا الويب هم المطورون⁽¹⁾، حيث "أن المستخدمين هم من يبنون خدمات الويب 2.0 وليس صاحب الموقع، فصاحب الموقع يقدم النظام كخدمة أو كفكرة قائمة أساسا على تفاعل المستخدمين بالمشاركة في هذه الخدمة، فموقع "فليكر" مثلا مبني على الصور الشخصية للمستخدمين، وموسوعة ويكيبيديا مبنية على جهود الآلاف إن لم نقل ملايين البشر، الذين يكتبون يوميا معلومة جديدة تفيد البشرية"⁽²⁾.

5- التشبيك Networking: "الذي تعتبره غايتها الأساسية، حيث أن الأساس في هذه الحقبة ربط التطبيقات المختلفة بالشبكة والسماح للمستخدم باستعمالها لأغراض التواصل العميق وليس فقط الاتصال"⁽³⁾.

6- التفاعلية أو "ما بعد التفاعلية": وهو ما يعني بحسب الباحثين "ظهور جيل جديد من الإنترنت يبشر بمرحلة جديدة هي مرحلة "ما بعد التفاعلية"، و"ما بعد التفاعلية" تسمية دخلت إليها الإنترنت بدء من عام 2004، وأمكن فيها لكل متصفح الإنترنت أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبلها في آن واحد، أي أن الإنترنت كوسيلة إعلامية صارت منصة أو "Platform" تضمن تدفق المحتوى الإعلامي في اتجاهين أو أنه أصبح تدفق متعدد الاتجاهات "Many to Many" بعد أن كان إنتاج محتوى الإنترنت وفقا فقط على من يملكون المواقع، وهو ما يعرفه خبراء الإعلام باسم اتجاه "One to Many"، بفضل التطور التقني، وترجمته في وسائل مثل السيرفرات الضخمة، وقواعد البيانات المتطورة، وتقدم لغات تطبيقات الويب"⁽⁴⁾.

7- أنظمة تتطور إذا كثر استخدامها: "تلك هي أنظمة ويب 2.0 (Web 2.0)، استخدامك لموقع فليكر بكثافة على سبيل المثال، يعني أنك تطور خدمة فليكر للأفضل، مشاركاتك في خدمة ويكيبيديا يعني أنك تجعل موسوعة ويكيبيديا مصدرا مهما للمعلومات، نشرك للروابط المفضلة لديك في موقع "Delecious" يعني أنك تطور هذا الموقع ليكون مرجعا مهما للروابط"⁽⁵⁾.

8- خدمات فعالة من حيث التكلفة، ولكن ليس حزم برمجيات⁽⁶⁾: "حيث أنه من أهم مفاهيم ويب 2.0 (Web 2.0) هي أنها مجموعة من الخدمات متوفرة في المواقع أو في التطبيقات وليست بحد ذاتها حزمة برمجيات

(1) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, Op.Cit, p 290.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 108.

(3) www.kenanaonline.com، 14/2011/01/11، 00:

(4) يامين بودهان، المواقع التواصلية لشبكة الإنترنت نحو ميلاد بيئة اتصالية افتراضية جديدة، ورقة مشاركة في المنتدى الوطني الأول حول

تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات: جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.

(5) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(6) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, Op.Cit, p 290.

تقدم للاستفادة منها، على سبيل المثال، برنامج "Itunes" يعتبر من ويب (2.0) "Web 2.0" (على الرغم من أنه ليس تطبيق ويب) ولكنه يقدم بحد ذاته خدمة مرتبطة بشبكة ويب ارتباطا وثيقا، لذا فالفكرة في هذا البرنامج هو تنظيم الملفات الصوتية ومشاركتها أو نشرها على شبكة ويب، فبرنامج "Itunes" هو خدمة وليس حزمة برمجيات⁽¹⁾.

لقد حاولنا من خلال المعلومات المقدمة عن الـ"ويب 2.0" عدم التعمق في الجوانب التقنية والاكتفاء بما يخدم موضوعنا من معلومات، لأن ما يهمنا هو التعرف على ما أنتجه مصطلح ويب 2.0، من النواحي الاجتماعية والاتصالية، حيث أدى إلى ظهور ما يعرف بالإعلام الاجتماعي "Social media"، أو "إعلام المجتمع" أو "الإعلام الشعبي" أو "إعلام النحن"...

وبغض النظر عن الاختلاف في التسمية فإنه يشير إلى "المحتويات التي تم إنشاؤها بواسطة جماهيرها"⁽²⁾، وهو مصطلح يطلق على مواقع الويب، والأدوات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع بعضهم البعض بطريقة أو بأخرى، عن طريق تبادل المعلومات والآراء والمعارف والاهتمامات، فهو يتركز حول الفرد بحيث يتيح له الفرصة ليكون عنصرا فاعلا ينتج ويتفاعل مع مختلف المضامين، ومع غيره من مستخدمي مختلف مواقع الإعلام الاجتماعي، أي أنه يشير إلى 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 في حالة أعقد أنواع الإنتاج الإعلامي وهو الإعلام المسموع المرئي، وهو ذلك النوع الذي ينتمي إليه ما يمكن أن نطلق عليه (صحافة الفيديو) بعد انتشار المواقع الإلكترونية التي تسمح بإرفاق وبث هذه المقاطع على الإنترنت⁽³⁾.

إذا الإعلام الاجتماعي هو عبارة عن مجموعة من التطبيقات التي تحمل خصائص وسمات الجيل الثاني للويب "Web 2.0" يتمثل أبرزها في: الشبكات الاجتماعية "Social Networks"، المدونات "Blogs"، التأليف الحر "Wiki"، وصف المحتوى "Content Tagging"، الملخص الوافي للموقع "RSS".

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) Joel comm, **twitter power 2.0**, John Wiley & Sons: New Jersey, 2010, p 02.

(3) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 518.

وعلى الرغم وجود بعض الاختلافات بين هذه التطبيقات إلا أن النقطة المشتركة بينها هي تفعيل دور المستخدمين وتفعيل المشاركة والتعاون فيما بينهم، من خلال إنتاج مختلف المواد الإعلامية الاتصالية والتعليق عليها.

*ويمكن الاطلاع على أهم الاختلافات بين ويب 1.0 (Web 1.0) وويب 2.0 (Web 2.0) في الشكل التالي:

Web 2.0	Web 1.0
قراءة + كتابة	قراءة
متغير	ثابت
مشاركة	نشر
تهتم بالمشاركة بالمعلومات	تهتم بحقوق ملكية المعلومات
يعتمد في المقام الأول على الـ XML	يعتمد في المقام الأول على HTML
تكوين المحتوى من خلال أي شخص	تكوين المحتوى من خلال مؤلفي الموقع
تهتم بالمشاركة بالمعلومات	تهتم بحقوق ملكية المعلومات
مدونات	مواقع شخصية
شبكات اجتماعية	مواقع جماعية
ويكيبيديا	الموسوعة البريطانية
Flickr	Ofoto
Google AdSense	نقر مزدوج
BitTorrent	Akamai
Napster	mp3.com
وحدة المحتوى هي التسجيل	وحدة المحتوى هي الصفحة

جدول من إنجاز الطالبة

الجدول رقم 01: يوضح الفرق بين ويب 1.0، وويب 2.0

المطلب الثالث: نماذج عن أشهر تطبيقات ويب 2.0 (Web 2.0):

رغم أن ويب 2.0 (Web 2.0) يضم الكثير من التطبيقات، والتي تندرج تحت مسمى الإعلام الاجتماعي، إلا أننا اخترنا تناول نموذجين عن أشهر هذه التطبيقات، متمثلة في المدونات "Blogs" والويكي "Wiki" نظرا لكونها من أكثر التطبيقات استخداما ليس في الجزائر فحسب بل حتى في العالم، بالإضافة إلى الدور الفعال لهذين التطبيقين سواء في الجانب السياسي، أو الاجتماعي أو المعرفي...، كما أنهما يحظيان بشعبية كبيرة لاسيما في أوساط الشباب، بالإضافة طبعا إلى الشبكات الاجتماعية* التي هي موضوع بحثنا، والتي خصصنا لها المبحث الثالث.

1- المدونات Blogs:

إذا كان ويب 2.0 هو مصطلح يعبر عن الموجة الثانية من الويب (WWW)، وبمقتضى تلك التكنولوجيا الجديدة يتمكن الأفراد من نشر ومشاركة وتبادل الخبرات والمعلومات مع المجموعات والأفراد، فلا شك أن المدونات تمثل أحد أهم تطبيقاته، ولقد عرفت المدونات في الفترة الأخيرة انتشارا كبيرا بين شرائح المجتمع، بمختلف أشكاله.

من الناحية اللغوية يذهب "جمال الزرن" إلى أن أصل كلمة المدونة أو "WebLog" تعني: "سجلات الشبكة"، وتعريفها دفتر يوميات إلكتروني، وقد تم الاتفاق عربيا على "مدونة" كتعريب لـ "Web blog" أو (Blog) وكلمة "تدوين" هي تعريب لـ "Bloggng"⁽¹⁾، و"يوجد إجماع على أن الترجمة العربية للبلوغر هي المدونة، ويفضل البعض الآخر كتابتها على النحو الآتي: بلوجر عوض بلوغر أو بلوقر ويذهب موقع "أراب بلوغر" إلى ترجمة Blogger بكلمة "مدونة"، وجمعها مدونات أي Bloggers"⁽²⁾.

"وهناك أيضا كلمة "Blogers" وتعني كتاب المدونات، وتتألف بالإنجليزية من شقين، يمثل الحرف الأول "ب" "B"، القسم الأول منها يشير إلى كلمة "بيوغرافي" "Biography" التي تعني سيرة، ويرتكز القسم الثاني

* يمكن أن تحتوي الشبكات الاجتماعية على خدمة التدوين أيضا.

(1) جمال الزرن، المدونات الإلكترونية و"سلطة التدوين"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص 02، متاح على الموقع:

www.arabmediastudies.net، 11/12/11، 2010: 14.

(2) المكان نفسه.

على كلمة لوغ "Log" وتعني جدولاً تسجل عليه الأشياء بالتسلسل، يطلق اسم "بلوغرز" على من يقوم بكتابة ذلك المزيج المتألف من جدول وسيرة"⁽¹⁾.

وقد دخل مصطلح بلوغ "Blog" لأول مرة إلى معجم أكسفورد في طبعة مارس 2003"⁽²⁾.

أما اصطلاحاً فيمكن تعريف المدونة على أنها: "عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت، تظهر عليها تدوينات (مدخلات)، مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر منها عدداً محدداً يتحكم فيه ناشر المدونة بنفسه، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، ويمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط، ويحول دون تحللها"⁽³⁾، ومنه فقد أتاحت المدونات الفرصة لكل فرد أن ينشر ما يشاء، وأن يشارك غيره المعرفة ويتفاعل معهم، كما أصبح بإمكانه أن يكون منتجاً للمعرفة لا مجرد متلقي سلبي، "على خلاف زمن الوسائط الإعلامية الكلاسيكية أين كانت النخب السياسية والثقافية والإعلامية تحتكر إنتاج الخطابات العامة"⁽⁴⁾.

هذه الآلية وعلى الرغم من الخصائص والسمات التي تتميز بها، إلا أنها لا تتسم بأي تعقيدات تقنية، فهي "تعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بالإنترنت، وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة، يتيح موفروا خدمة عديدون آليات أشبه بواجهات بريد إلكتروني على شبكة (الويب) تتيح لأي شخص أن يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد. بمجرد ملء نماذج وضغط أزرار، وكما يتيحون أيضاً خصائص مكملة، مثل تقنية "التلقيح" التي تهدف إلى تسهيل متابعة التحديثات التي تطرأ على المحتوى المنشور دون الحاجة إلى زيارة المواقع بشكل دوري، ودون الحاجة للإشتراك في قوائم بريدية، وخدمات أخرى للربط بين المدونات، إضافة إلى الخاصية الأهم وهي التعليقات التي تحقق التفاعل بين المدونين والقراء"⁽⁵⁾، "حيث تمثل

(1) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 89.

(2) الحمزة منير، وسائل إعلام الألفية الثالثة: المدونات الإلكترونية نموذجاً وسيلة إعلامية منافسة أم مكملة، ضمن كتاب: "وسائل الإعلام والمجتمع"، دار الخلدونية للطباعة والنشر: الجزائر، 2010، ص 189.

(3) المرجع نفسه، ص 190.

(4) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(5) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 151-152.

ردود أفعال القراء بعدا رئيسيا في المدونات، وتأتي قيمة مدونة ما من حجم ردود فعل القراء عليها، والتي تأتي في شكل رسائل"⁽¹⁾.

وقد ذهب "بيزاني" إلى اعتبار المدونات: "يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة، تسمح بطبع نص على الكمبيوتر، وإرساله فور الاتصال بالشبكة، ليظهر على صفحة موقع المعني، وهي تمزج بين المعلومات والآراء وتكون متصلة بمصدر أصيل أو بفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة أو يعلق عليها"⁽²⁾ وهي بهذا أشبه ما يكون، بمذكرة شخصية، يسجل الفرد فيها معلوماته الشخصية وآراءه، وأفكاره اتجاه مختلف القضايا والمواضيع.

ويذهب البعض إلى أبعد من ذلك حينما يعتبرها شكلا من الكتابة الصحفية، حيث يعرفها الدكتور "جمال الزرن" بأهما: "اسم يطلق على موقع ذلك الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من رزنامة من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة إلكترونية، فهي شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية، والثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية، الجماعية منها والفردية، كما تشفع المدونة عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة التي تكون غالبا من صنع المدون نفسه"⁽³⁾.

وإذا كانت المدونات في بداية ظهورها "عبارة عن مذكرات يومية، إلا أن ظهور العديد من الأحداث والحروب في الفترة الأخيرة، جعلها تقترن بالشكل الصحفي، في طريقة الكتابة وتناول القضايا ويجري جدل حول العلاقة بينها، وبين الصحافة على خلفية قيام بعض الصحفيين بنشر صحافتهم عبرها، فقد نشر "مات دردغ" Matt Drudje "قصة مونيكا-كلينتون، في تقريره المعروف "دردغ ريبورت" "Drudje Report" في 17 يناير 1998 للمرة الأولى التي تخرج فيها القصة خارج البيت الأبيض، وقد نشط هذا الجدل حول أهلية صحافة المدونات، عندما علقت المدونات على أحداث "11 سبتمبر"، والحرب في أفغانستان والعراق (أشهرها

(1) الصادق الحمادي، "علمهن المكشف" المدونات العربية النسائية، البوابة العربية للعلوم الإعلام والاتصال، ص 03، متاح على الموقع:

www.arabmediastudies.net، 2010/12/11، ص: 56، 14.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 196.

(3) جمال الزرن، المدونات الإلكترونية و"سلطة التدوين"، مرجع سبق ذكره، ص 03.

موقع سلام باكس Slam pax *) ثم أثناء الانتخابات الأمريكية** في 2004، ففي هذه الانتخابات أصدر الحزبان الجمهوري والديمقراطي أوراق اعتماد صحفية إلى بعض أصحاب المدونات الذين كانوا يغطون مؤتمرات الحزبين، وهو ما أشار لمستوى جديد من التأثير والمصدقية للمصحفين غير التقليديين⁽¹⁾.

كل الأسباب السابقة أدت إلى انتشار ظاهرة المدونات على نطاق واسع بداية من سنة 2004، "وتطور الأمر، كما رأى أحد الباحثين إلى أن أصبح عام 2005 هو عام المدونات، ويقدر مشروع "بيو للإنترنت والحياة الأمريكية" زيادة عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات إلى حوالي 32 مليون قارئ، ويفيد مشروع الإمتياز في الصحافة التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك، أن معظم هؤلاء يتابعون المدونات من أجل الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار"⁽²⁾، "وفيما يتعلق بعدد المدونات المتاحة على العنكبوتية، تقوم شركتنا Blog, Technorati بتكشيف ما يزيد عن 20 مليون مدونة وسجلت الشركة الأولى في سبتمبر 2005 أن عدد المدونات يتضاعف تقريبا مرة كل 5 شهور، بينما تضيف شركة "Intellisseek Blog pulse" إلى محرك البحث الخاص بها حوالي 50.000 مدونة يوميا"⁽³⁾، "وتفيد بعض الدراسات إلى أنه يتم إنشاء 120.000 مدونة في العالم يوميا"⁽⁴⁾، لا شك أن كل هذه مؤشرات عن تطور المدونات في العالم، وأن هذا التطور مرشح للزيادة بقوة في السنوات القادمة.

"إن الحديث عن عوامل تطور المدونات بوصفها ظاهرة اتصالية، لا يمكن عزلها عن عنصر محوري يعود إلى ما توفره شبكة الإنترنت من مرونة في الاتصال وأدوات تدوين بسيطة ومتاحة ومجانية، نتيجة لذلك فإن المستخدمين يستطيعون الاتصال بسهولة مع الآخرين في شبكاتهم الاجتماعية ومجتمعهم الجغرافية، حيث تمثل المدونات أنظمة اجتماعية منظمة ذاتيا تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، بالإضافة لحل المشكلات الجماعية، ومن أهم ما يميز المدونات أنها توفر حالة من التفاعلية

* وهو شاب من العراق كان يدون يومياته بشكل منتظم في موقع باسم "Where is raed" "أين رائد"، وكان الشاب يحكي في مدونته الشخصية مشاهد الحرب، وتفصيل حياته الأسرية... كما كان ينقل مناحي الحياة اليومية في بغداد المحتلة. انظر عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 199، والحمزة منير، مرجع سبق ذكره، ص 192.

** لعبت المدونات الإلكترونية دورا كبيرا، في الانتخابات الأمريكية الأخيرة أيضا 2008، حيث لقيت إقبالا كبيرا من طرف الجمهور، وساهمت في نجاح اوباما، انظر عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 198-199.

(2) الحمزة منير، مرجع سبق ذكره، ص 192.

(3) المكان نفسه.

(4) عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى، حيث تسمح المدونات لقرائها بالتعليق على ما يطرحه المدون من رؤى وأفكار وموضوعات بشكل آني ودون قيود⁽¹⁾، "وأمام هذه الأهمية البالغة للمدونات، شرعت بعض قوى الضغط، والجمعيات والأحزاب والمؤسسات في العديد من المجتمعات في تجربة المدونات لتحقيق مستويات من التفاعل مع المحيط، مستويات مشحونة بروح تواصلية اجتماعية أكثر أنسنة، على غرار ما يحدث في مستوى المدونات الشخصية... ونجد مؤسسات كبرى مثل أي بي أم (IBM) وغوغل (Google) وبوينغ (Boeing) وجنرال موتورز (Generale Motors) قد بدأت تجربة التدوين لما في ذلك من فعالية في التواصل وجدوى في تحقيق الحضور المتميز"⁽²⁾.

-أنواع المدونات:

تتنوع المدونات تبعاً للوسائل، فهناك مدونات نصوص فقط، وهناك مدونات صور ومدونات إذاعية صوتية، وهي تحتوي على وصلات لملفات صوتية ويطلق على بعضها مدونات الـMP3 المتخصصة في بث الأغاني والصوتيات، وتوجد مدونات البودكاست، وهناك مدونات الفيديو Vblog، كما توجد مدونات مختلطة، على ذلك تنقسم المدونات إلى عدة أنواع تشمل⁽³⁾:

-**المدونة الصحفية:** يكون وراءها صحفيون أو أناس عاديون يكتبون بطريقة صحفية، ينقلون أحداثاً يومية أو يعلقون على قضايا أو يقدمون أفكاراً واقتراحات في شكل صحفي أقرب لكتابة العمود أو المقال.

-**المدونة الشخصية:** حيث يكتب الناشر أفكاره الخاصة، أو شعراً خاصاً به، أو رسوماً قام برسمها، بالتالي تصبح المدونة كمعرض شخصي يمكن الوصول إليه من أي مكان في العالم.

-**مدونة الخبرات السابقة:** بحيث يقوم الناشر بكتابة خبراته وتجاربه في المدونة، بالتالي تصبح المدونة وكأنها سيرة خاصة به، تعرض جميع قدراته ومهاراته.

-**المدونة الاجتماعية:** يتناول المدون المواضيع الاجتماعية، ويكتب قصصاً من وحي المجتمع الذي يعيش فيه. بالإضافة إلى المدونات الأدبية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية، العلمية، الرياضية.

(1) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(2) عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

(3) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 202، 203.

لقد "وجدت الكثير من الجماعات الافتراضية في الإنترنت منبرا لإسماع صوتها للآخرين، ولم يعد فضاء التعبير عن الآراء والمواقف مقتصرًا على النخب والصفوة من المجتمع، بل أصبح للأفراد العاديين فرص للتعبير عن آرائهم"⁽¹⁾، وإسماع صوتهم ومشاركة الآخرين في النقاش وتبادل الآراء، ونشر الأخبار والمعلومات والخبرات على نطاق واسع، ومن هنا فقد ساهمت المدونات في "كسر الحاجز النفسي وحاجز الخوف لدى المواطنين، وفتح الباب أمام التعبير عن الرأي مع إمكانية التخفي عبر الإنترنت من خلال الظهور بأي اسم، ونشر لا مركزية العمل السياسي، وتحقيق مفهوم العالمية والتواصل والتفاعل"⁽²⁾.

2- الويكي "WIKI":

يعتبر "الويكي" **"WIKI"** أحد تطبيقات الجيل الثاني للويب 2.0 (Web 2.0) مثلها مثل المدونات، إلا أن هناك اختلافات بينهما، فإذا كانت المدونة عبارة عن صفحة ويب تسمح لصاحبها بتسجيل مذكراته وعرضها للجمهور والتعليق عليها، فإن "الويكي" **"WIKI"** "قد تأسست على مبدأ مفاده أن كل شخص تقريباً لديه بعض المعرفة التي يستطيع مشاركتها مع الآخرين، محررون تتراوح أعمارهم بين سبعة إلى سبعين عاماً وما يزيد، كل منهم يساهم بجزء بسيط يساعد على بناء أشمل جهد تعليمي، نؤمن بأن التعلم حق للجميع، وفي الوقت نفسه لدى كل منا بعض من العلم الذي نستطيع (ويتوقع منا) تعليمه للآخرين"⁽³⁾، هذه هي الفكرة الأساسية التي يقوم عليها "الويكي"، ألا وهي التشارك في المعرفة.

لغة: كلمة "Wiki" بلغة شعب جزر هاواي الأصليين، تعني: بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي: "نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الإنترنت"⁽⁴⁾.

* ولعل خير مثال على ذلك الدور الذي لعبته المدونات في ثورة الشباب التونسي "ثورة الياسمين"، حيث كانت المحرك الأول للأحداث التي شهدتها البلاد.

(1) يامين بوهان، مرجع سبق ذكره.

(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 161.

****** يمكن أن تشير الكلمة أيضاً إلى "برنامج ويكي" وهو تطبيق ويب يعتمد تقنية ويكي لإدارة محتويات الموقع، و يسمى أيضاً محرك ويكي Wiki Engine، وهذا البرنامج تتوفر فيه خاصيتان، إمكانية تعديل الصفحات بواسطة الزائر (أو الأعضاء المصرح لهم) دون الحاجة لأي تطبيق آخر من أي نوع، وإمكانية إدراج رابط لصفحة لم تنشأ بعد عن طريق كلمات الويكي WikiWords، فمثلاً صفحة فلسطين سوف اجعل القدس رابطاً لصفحة في المواقع العادية يجب أن يكون للقدس صفحة موجودة فعلاً أشير إليها، لكن مع ويكي لا يهم، سأضع رابطاً للقدس سواء وجدت صفحتها أو لا، وربما اكتبها فيما بعد.

(3) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 210.

(4) المكان نفسه.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال لـ"مارشال دانيسي" "Marcel Danesi" كلمة "ويكي" على أنها: "اسم يطلق على موقع الويب الذي يسمح للزوار أنفسهم بحذف، أو تعديل محتوياتهم، بدون الحاجة إلى التسجيل أحيانا، وأول البرمجيات التي أطلق عليها اسم "WIKI" هي Wiki Wiki Web، أطلقه عليها منشئها وارد كينغهام "Ward Cunningham"..."⁽¹⁾، ومنذ ذلك الوقت-1995- أصبح "ويكي" يتيح لأي شخص المساهمة في تقديم المعلومات والمشاركة في المعرفة، بما يمكن أي شخص من المساهمة في تطوير محتويات الموقع، وقد ذهب باحث آخر إلى اعتبار "الويكي" عبارة عن "قاعدة بيانات ويب، التي تسمح لكل مشاهدي الصفحة بتعديل المحتوى...، صناعة الويكي سهلة وبسيطة، لاستخدامها كقاعدة للعمل التعاوني على النصوص والنصوص الفائقة"⁽²⁾.

ويذهب "Jérôme Bondu" إلى تعريف "الويكي" على أنه: "مساحة مشتركة أين يتم نشر صفحات الويب بحرية، وأيضا تعديلها من طرف كل الزوار المخول لهم"⁽³⁾، وبالتالي فهو يتيح للمستخدمين "أن يحرروا الموقع جماعيا وبلغة ترميز بسيطة، وباستخدام المتصفح، ما يميز مواقع الويكي بشكل عام هو سهولة إنشاء مواضيع جديدة، أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادة إلا في حالة وجود أخطاء، وبعض مواقع الويكي لا تتطلب حتى تسجيل الدخول في الموقع لإنشاء أو تعديل مواضيع"⁽⁴⁾، حيث أن معظم مواقع ويكي "تكون مفتوحة لعامة الناس ولا يحتاج أي شخص إلى التسجيل في الموقع ليتمكن من إنشاء وتعديل المواضيع بل يستطيع مباشرة المساهمة في الموقع دون قيد أو شرط"⁽⁵⁾.

و"يمكن استخدام "الويكي" لأغراض كثيرة ابتداء من استخدامها كوسيلة للاحتفاظ بملاحظات شخصية، إلى إنشاء قاعدة بيانات معرفية، مروراً بإنشاء مواقع تقليدية، ومن هنا فقد "ظهرت برامج "ويكي" كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن"⁽⁶⁾.

(1) Marcel Danesi, *dictionary of media and communications*, M.E.sharpe: new york, 2009, p 305.

(2) Anja Ebersbach and others, *Wiki Web Collaboration*, Springer: Germany, 2006, p 10.

(3) Jérôme Bondu, Alain Garnier, *L'impact Des Reseaux Sociaux*, Inter-Ligere, Jamespot: Montreuil, 2009, p 06.

(4) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(5) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 164.

(6) عباس مصطفى صادق، *الإعلام الجديد*، مرجع سبق ذكره، ص 211.

وتتمثل أهم خصائص "الويكي" فيما يلي:

1-الوصلات المتشعبة (Hypertext) *:

"تحتفظ مواقع الويكي بكل محتويات الموقع في قاعدة بيانات متشعبة، وتستطيع مواقع الويكي معرفة كل صفحة وكل وصلة بين الصفحات، ولا يهم مواقع الصفحات هنا، على المشارك في تحرير محتويات الويكي أن يجعل بعض الكلمات تعمل كوسيلة وسيقوم موقع "ويكي" بتفعيل هذه الوصلات، إن كانت الوصلة تشير إلى صفحة موجودة سينتقل الزائر لها، وإن كانت تشير إلى صفحة غير موجودة سيظهر نموذج لإضافة محتوياتها وعندما، تنشأ الصفحة سيقوم موقع "ويكي" تلقائيا بتفعيل كل وصلة تصل هذه الصفحة الجديدة"⁽¹⁾.

2-تنظيم المحتويات:

"لا توجد هيكلية محددة لتنظيم المحتويات في مواقع ويكي، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، عادة لا تحوي مواقع ويكي على صفحات تنظيم المحتويات إلا في مواقع ويكي الكبيرة مثل "ويكيبيديا"، ففي "ويكيبيديا" هناك صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، ويمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظيم المحتويات وتقسيمها، هذه المرونة في ويكي غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في ويكي يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدونها وتناسبه"⁽²⁾.

* وهي عبارة عن برجة تحيل القارئ أو المتصفح لمضمون الإنترنت إلى نص آخر، فإذا أراد المتصفح مزيدا من المعلومات بخصوص موضوع معين (شخصية، فكرة، مفهوم، قضية... الخ)، فما عليه سوى الضغط عليه وهي عادة ما تكون عبارة عن صورة ليد على كلمة أو جملة ملونة بلون، (Link) إشارة لرابط مغاير، وهذه السمة لا تتيحها إطلاقا وسائل الاتصال التقليدية، وتخلق هذه النصوص الذكية متعة في القراءة وهذا نتيجة إتاحتها إمكانية اختيار الأخبار والمعلومات، وتوسيع الأخبار والمعلومات إن أراد. انظر محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة:

الجزائر، 2007، ص ص، 56-57.

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) المكان نفسه.

3- التحكم بالتعديلات:

بالإضافة إلى الخصائص السابقة يمكن عد خاصية "التحكم بالتعديلات" "أحد أهم الخصائص التي تميز مواقع "الويكي"، حيث أنها "صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة، بدلا من التركيز على تجنب الأخطاء، لذلك مواقع ويكي تعتبر حرة تماماً ويمكن لأي شخص أن يرتكب الأخطاء، لأن هذه الأخطاء ستصحح من قبل الشخص نفسه أو من قبل أناس آخرين"⁽¹⁾.

ومن هنا تتمثل أحد أهم سمات مواقع الويكي في "تبسط عملية تحرير المحتويات، فكل صفحة تحوي رابطا لتغيير محتوياتها، وإذا أراد شخص ما تغيير محتويات الصفحة فعليه أن يضغط على الرابط وسيظهر له نموذج لتحرير المحتويات، وعندما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد عليه أن يضغط الزر لإرسال التعديلات، وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها، فهي تشجع على العمل الجماعي"⁽²⁾.

"وهناك خاصية متوفرة في أغلب مواقع ويكي وهي صفحة أحدث التغييرات والتي تعرض قائمة بآخر التعديلات التي أجريت على صفحات موقع ويكي، هذه القائمة توفر وظيفتين: الأولى هي عرض الصفحة قبل آخر تعديل، والثانية هي: عرض الاختلاف بين الصفحة الحالية وآخر تعديل أجري عليها، بهذا الأسلوب يستطيع أي كاتب أن يعرف ماذا أضيف للموضوع في كل تعديل، ويمكن إرجاع الصفحة إلى تعديل سابق في حال أن التعديلات الأخيرة لم تكن في صالحه"⁽³⁾.

4- العبث والتخريب:

طبيعة مواقع ويكي المفتوحة للجميع والتي تتيح للجميع تعديل المقالات تسمح للبعض أن يعبثوا في المواضيع، وأسباب هذا التخريب كثيرة، فالبعض يعبث لمجرد العبث وتجربة الموقع، والبعض يريد حذف ما لا يوافق رأيه أو تخريب المقالات التي تخالفه الرأي، والبعض يكتب مقالات جديدة لا علاقة لها بتخصص أو توجه الموقع، قد تكون هذه المقالات دعاية له أو دعاية ضد شخص ما أو فكر معين. الكثير من برامج ويكي تتيح لمدرء الموقع حماية الصفحات فلا يستطيع أحد تعديلها، وهذا الإجراء يتخذ في حالة المواضيع الخلافية التي يكثر تعديلها دون الوصول إلى وجهة نظر محايدة ترضي جميع الأطراف، وقد تضطر مواقع ويكي

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 211.

(3) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

في بعض الأحيان إلى وقف الكتابة والتعديل تماما في كل الموقع. بشكل عام يمكن تعديل أي تخريب وإعادة الصفحات إلى ما كانت عليه قبل التخريب، لذلك من الأفضل ترك المخرب يعبث كما يشاء لأنه سيتوقف لاحقا، بعد ذلك يمكن لأي شخص إصلاح ما عبث به المخرب، ويمكن في بعض المواقع وقف المخرب عن طريق رقم IP فلا يستطيع تخريب المقالات، أو في بعض الحالات منعه تماما من تصفح الموقع وقراءة محتوياته⁽¹⁾.

وعلى الصعيد العربي نلاحظ أن هناك نقصا فادحا في مواقع "ويكي" بالعربية، وهو ما يمثل انعكاسا للحضور العربي المحتشم على الشبكة بصفة عامة، "فبينما يصل عدد مواقع الويكي الإنجليزية 2800 والألمانية 400 موقع"⁽²⁾، فإن عدد مواقع "الويكي" العربية لا يتجاوز أصابع اليد، لعل أشهرها، ويكيبيديا، وجوريسبيديا، والمعرفة...

نموذج ويكيبيديا:

توجد نماذج كثيرة لمواقع "الويكي"، ولكن تعد موسوعة ويكيبيديا "Wikipedia" النموذج الأكثر شهرة، وتمثل ويكيبيديا "Wikipedia" "مصدر مفتوح يمكن لأي شخص أن يضيف ويعدل فيها، ولكنها في الوقت نفسه تتمتع ببنية واضحة تمنح المديرين السلطة لممارسة السيطرة التحريرية وشطب المواد غير المناسبة، وحماية تلك المواد المعرضة للتشويه"⁽³⁾، ويعرفها قاموس الإعلام والاتصال على أنها: "الموسوعة الحرة المتعددة اللغات على الإنترنت، انطلقت يوم 1 مارس 2002، الاسم هو مزيج من الكلمات "Wiki" (ويكي)، و"encyclopedia" (الموسوعة)، تكتب بالتعاون بين متطوعين، يمكن تعديل معظم مقالاتها من طرف أي شخص تقريبا يصل إلى موقع الويب ولهذا السبب هناك جدل على مدى دقة ويكيبيديا"⁽⁴⁾ بين من يرى بأن معلوماتها غير موثوق منها، باعتبار أنه من حق كل شخص أن ينشر ما يشاء دون أي شروط مسبقة، وبين من يرون أن الموقع يشرف عليه مجموعة من المنظمين، غالبا ما يكونون من الشباب يتولون عملية حماية الموقع من التخريب، وكذا التحقق من صدق المعلومات المنشورة فيه.

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 166.

(3) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(4) Marcel Danesi, Op.Cit, p 305.

"وتعمل ويكيبيديا "Wikipedia" من خلال مؤسسة "ويكيبيديا" "Wiki Media" ومقرها فلوريدا في الولايات المتحدة الأمريكية، وهي المنظمة المسؤولة عن جمع التطبيقات التي تحمل اسما ممتدا لويكيبيديا "Wikipedia" والمشاريع الشقيقة".

"ويضم مشروع الويكيبيديا "Wikipedia" ما يلي⁽¹⁾:

*قاموس ويكاموس على "ar.wiktionary.org" وهو عبارة عن مشروع تعاوني تشاركي، يهدف لتوفير قاموس متعدد اللغات لكل اللغات ومنها العربية مع توضيح أصول وجذور الكلمات، وطريقة اللفظ، وكافة المعاني في كل المجالات.

*مشروع المكتبة الإلكترونية العالمية "wikibook.Org" الذي يهدف إلى توفير الكتب الإلكترونية مجاناً.

*موسوعة الاقتباسات "wikiquote.Org" المتعددة اللغات، وموسوعة مصادر ويكي "wikisource.org" وهي مستودع للنصوص المجانية الحرة المشاعة التي لا يملك أحد حقوق الطبع والتأليف لها، كالرسائل الأدبية، الكتب، المحاضرات الدينية....

*الويكي نيوز أو الويكي الإخباري "Wikinews" وهو يشير إلى أنه المصدر الحر للأخبار التي يمكن أن تكتبها أنت، وهو يقدم الأخبار من جميع أنحاء العالم لحظة نشرها في الانترنت لتغطي طيفا واسعا من الاهتمامات، وبعكس جميع مشاريع ويكيبيديا، فإن ويكي نيوز يعتمد على أدوات من "كريتف كومونوز" "Creative commons" لترخيص حقوق الملكية للأخبار التي تنشر فيه.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 212.

المبحث الثالث: ظهور الشبكات الاجتماعية كأحد أشهر وسائل الإعلام الاجتماعي

واكب ظهور مصطلح الويب 2.0 العديد من التطبيقات الحديثة في تقديم خدمات الإنترنت، كما ظهرت سبل جديدة للتواصل بين مجتمع مستخدمي الإنترنت، وهو ما جعل البعض يظن خطأً بأن الويب 2.0 تقنية جديدة، ولكن في الواقع أن الويب 2.0 -وكما أوضحنا مسبقاً- هي فلسفة أو أسلوب جديد لتقديم خدمات الإنترنت يتميز بخصائص معينة من أبرزها تعظيم دور المستخدم، هذه الخاصية تجسدت في العديد من النماذج والتطبيقات، ولعل من أبرز هذه النماذج مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، التي خلقت بيئة تواصلية جديدة جذبت إليها جماهير كبيرة، وهذا ما جعلها تحتل الصدارة ضمن أكثر مواقع الإنترنت شعبية نظراً لما توفره من خصائص تفاعلية، وكذا تكنولوجية، ومن هنا وللإلمام بالموضوع سنحاول تناول مفهوم هذه الشبكات وتطورها، وكذا دورها في بناء العلاقات الاجتماعية، ونماذج عن أشهر مواقعها.

المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

ظلت الإنترنت وسيلة للقاء الناس بعضهم ببعض، ولقد كان ظهور الشبكات الاجتماعية تلبية لحاجات الأفراد المتمثلة في التواصل والتفاعل الذي أصبح في الفترة الأخيرة "ظاهرة تميز الشبكة، الأمر الذي ولد جيلاً جديداً من المواقع الإلكترونية، فالمبدأ الذي يوفره الجيل الجديد من "الويب 2.0" هو مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع، حيث يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها، وهذا ما أوجد أكثر المواقع شعبية على الإنترنت، ولذلك فإن أي شخص يريد أن يكون جزءاً من شبكة اجتماعية عبر الإنترنت، يستطيع تحقيق ذلك عبر هذا الويب⁽¹⁾، وتمثل الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أداة مثلى تتيح تجمع عدد كبير من المستخدمين الذين يشتركون في نفس الاهتمامات، وتسهل بذلك التفاعل فيما بينهم.

والشبكات الاجتماعية هو مفهوم قديم عرف في علم الاجتماع إلا أنه استعير للدلالة على ظاهرة اتصالية اجتماعية جديدة، ومن هنا يذهب بعض الباحثين إلى إضافة بعض الكلمات للدلالة على هذا النوع من المواقع، بحيث أصبحت عبارات مثل "الشبكات الاجتماعية على الإنترنت" "Online Social Network"، أو مواقع الشبكات الاجتماعية "Social Network Site" تستخدم للدلالة على هذه الظاهرة الجديدة.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 79.

"مأخوذة من فعل أشبك، يشبك، والتشابك يكون شبكة بحيث لا يعني الإصطدام وإنما التلاحم، أي تلاحم مجموعة من الخيوط، أو الأسلاك، أو الألياف، أو الطرق أو الخطوط أو الأفكار أو الجهود.. أو أي مادة أخرى ملموسة أو غير ملموسة، مرئية أو غير مرئية لتكون في النهاية نسيجاً متكاملًا وظيفته احتواء الشيء أو ضمه أو حمايته أو قنصه أو اصطيداده، أو القبض عليه، أو المحافظة عليه والإحالة دونه ودون أشياء أخرى غير مرغوب فيها..."⁽¹⁾.

اصطلاحاً:

تختلف معاني كلمة شبكة "reseau" بحسب مجال استخدامها، إلا أن النقطة المشتركة التي تميز استخدام مصطلح شبكة هو "الربط"، ففي علم الاجتماع تشير كلمة شبكة إلى: "مجموعات من أفراد، والعلاقات التي تحافظ على علاقة أولئك بآخرين"⁽²⁾، أو هي: "مجموعة من العلاقات بين كيانات اجتماعية (أفراد)، يمكن أن تكون الاتصالات بين هؤلاء الأفراد على سبيل المثال: علاقات مشاركة، صداقة،..."⁽³⁾.

أما في علم المعلوماتية فهي تشير إلى: "الربط بين واحد أو عدد من أجهزة الكمبيوتر، مع كثير من الطرفيات المتباعدة، بواسطة عدة طرق للنقل"⁽⁴⁾.

ومن هنا يمكن تعريف الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على أنها: "موقع الويب الذي يسمح للأفراد بالانضمام، ملكية، وتحرير صفحة ملف شخصي "profile"، للربط علنا مع غيره من الأعضاء (على سبيل المثال أصدقاء)، والتواصل مع أعضاء آخرين"⁽⁵⁾، ومما يلاحظ على هذا التعريف أنه لم يتعد كثيرا عن مفهوم علم الاجتماع للشبكة الاجتماعية، بل إنه دمج بين تعريف الشبكات الاجتماعية في علم الاجتماع وكذا تعريفها في علم المعلوماتية، فبعد أن كانت الشبكات الاجتماعية تتم بين أشخاص يجمعهم البعد الجغرافي، أصبحت تنشأ عبر وسيط تكنولوجي، وعن طريق موقع ويب، حيث "أصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية

(1) فضيل دليو وآخرون، العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة، مخبر علم اجتماع الاتصال (جامعة منتوري): قسنطينة، 2002، ص 178.

(2) Laurent Collée, **Sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, Master en gestion de la sécurité des systèmes d'information: Faculté de Droit, d'Economie et de Finance: université du Luxembourg, 2009, p 12. Site : www.cases.public.lu/fr/public.lu/fr/publication, 30/11/2010, 17:02.

(3) Philippe Torloting, Op.Cit, p 10.

(4) Laurent Collée, Op.Cit, p 12.

(5) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, **Social Computing and Virtual Communities**, Taylor & Francis Group: New york, 2010, p 265.

الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيرى جديد يمكنهم من الاتصال بالآخرين"⁽¹⁾.

ولكن ما يؤخذ على هذا التعريف أنه يشير إلى بعض خصائص الشبكات الاجتماعية فقط، والتي قد تنطبق على بعض المواقع الخاصة بالعلاقات الاجتماعية "التشبيك الاجتماعي" مثل: "فايسبوك" "Facebook"، "ماي سبيس" "MySpace"،... وليس على مواقع أخرى مثل "اليوتيوب" "Youtube"، "فليكر" "Fliker"،... والتي ينظر لها المستخدمون على أنها مواقع للتبادل وليس للتواصل وتكوين العلاقات الاجتماعية، حيث أن الفئة الثانية من المواقع لها خصائص تميزها عن الأولى باعتبار أنها تركز على تبادل المحتويات أكثر من العلاقات بين الأفراد.

هذا وقد ذهب "برادلي" "Broadly" إلى تعريف الشبكات الاجتماعية على أنها: "موقع ويب، أو أي نوع آخر من الاتصال عبر الإنترنت الذي يسمح للأفراد بالتفاعل مع بعضهم البعض"⁽²⁾.

ويعد هذا التعريف أشمل من سابقه، كما أنه أضفى عنصر التفاعل بغض النظر عن نوعية هذا التفاعل وطبيعته إذا كان في شكل تبادل ملفات، أو ربط علاقات اجتماعية... ويعتبر التفاعل خاصية مميزة لمواقع الشبكات الاجتماعية، ولتطبيقات الويب 2.0 بصفة عامة، حيث "سمحت تطبيقات الإنترنت في وقت مبكر للناس بالتواصل في مجموعات صغيرة من خلال شبكات مغلقة، عندما تطورت الإنترنت _خصوصا الويب_ وأصبحت شبكة مفتوحة، زاد عدد الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت، كما أمكنهم التواصل بحرية أكبر، وعلانية أكثر من أي وقت مضى"⁽³⁾.

وهناك من يعرف الشبكات الاجتماعية على أنها "مصطلح يشير إلى موقع على شبكة الإنترنت، يسمح للمستخدم بالتسجيل وإنشاء بطاقة تعريف افتراضية غالبا ما تسمى "بروفایل" "profile"، ويقال عن الشبكة أنها اجتماعية عندما تسمح بالمشاركة مع أعضاء آخرين مسجلين على نفس الشبكة: رسائل عامة أو شخصية، وصلات، أشرطة الفيديو، صور، ألعاب،..."⁽⁴⁾.

وبالنسبة للـ "بروفایل" "profile" فإنه يعتبر بطاقة هوية المستخدم على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، فكما لكل فرد هوية واقعية، فإن له هوية افتراضية متمثلة في "profile" أو الملف الشخصي

(1) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(2) Carla Mooney, **Online Social Networking**, Gale: New york, 2009, p 10.

(3) Loc.Cit.

(4) Laurent Collée, Op.Cit, p 12.

الذي يتكون من مجموعة من البيانات التي تميز مستخدما عن غيره، وتشكل بطاقة تعريفه على موقع الشبكة الاجتماعية، بما يمكنه من التواصل مع أفراد آخرين والمشاركة معهم في مختلف الأنشطة والمواضيع، وهذه هي الفكرة الرئيسية لمواقع الشبكات الاجتماعية حيث تقوم على "جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ"(1).

ومنه يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية "على الإنترنت" تقوم على مبدئين، يمكن تلخيصهما على النحو الآتي(2):

1-أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي.

2-الأشخاص الذين يشتركون معي في نفس الاهتمامات هم أصدقائي.

ويعد التعريف الذي قدمته كل من دانا بويد "Dana Boyd" وزميلها نيكول أليسون "Nicole Elisson"، أحد أشهر التعاريف وأكثرها استخداما من طرف الباحثين، واللدان يشيران إلى أن الشبكات الاجتماعية "Social networks" هي عبارة عن "مواقع خدمات على شبكة الإنترنت، والتي تتيح للأفراد: (1) بناء ملفات عامة، شبه عامة وفق نظام محدد، (2) تحديد قائمة المستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال، (3) عرض والتنقل بين قوائم اتصالاتهم، والتي أعدت من طرفهم داخل النظام"(3)، وبهذا فإنه يمكن اعتبار الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل ولتوثيق علاقات الصداقة، حيث ترى دانا بويد "Dana Boyd" أنها وسيلة للاتصال مع الأصدقاء القدامى، أكثر من كونها وسيلة لتكوين صداقات جديدة، وتعتبر أن التسمية التي تطلقها بعض مواقع الشبكات الاجتماعية على قوائم الاتصال "List of freind"، لا تعبر حقيقة عن طبيعة هذه العلاقات، حيث تقول: "يمكن أن يكون مصطلح "الأصدقاء" مضللا، لأن الاتصال لا يعني بالضرورة الصداقة في الاستعمال اليومي للمعنى، كما أن أسباب تواصل الناس مختلفة"(4)، ولا تكون دائما في شكل صداقات، وإنما قد تكون علاقات مهنية، تبادل مصالح....

(1) هبه محمد خليفة، قاعة شوقي سالم، متاح على الموقع: www.alyaseer.net/vb/showthread.php?، 2011/03/09، 17:30.

(2) Laurent Collée, Op.Cit, p 12.

(3) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, **social network sites: definition, history, and sholarship**, journal of computer-Mediated communication, issue 13, 2008, p 211. Site: www.onlinelibrary.wiley.com/doi, 09/12/2010, 14: 54.

(4) Ibid, p 213.

ومنه يمكن القول أنه وعلى الرغم من الاختلافات بين الباحثين على إعطاء تعريف موحد للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، يبقى الأهم أنها أصبحت فعلا ظاهرة تستحق الدراسة نظرا للشعبية الكبيرة التي تحظى بها، لاسيما في أوساط الشباب وكذا تأثيرها الكبير عليهم، خاصة وأنها تقوم على "عرض أخبار مثيرة اجتماعية، فنية رياضية أو سياسية وغالبا ما تكون هذه الأخبار متبوعة بصور ومقاطع فيديو، وما يزيد الأمر إثارة إمكانية مشاركة الموقع ونشره عدة مرات، إضافة إلى فتح المجال على التعليقات حيث يمكن للأعضاء "الأصدقاء" أو المنخرطين في الصفحة إبداء رأيهم في كل مرة بالتعليق عن أي موضوع"⁽¹⁾، مما يساهم في تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية في فضاءات افتراضية، "هذه الأخيرة أصبحت لها مكان في بيئة الإنترنت التواصلية الجديدة، أي بعبارة أخرى أصبح المكان أكثر حضورا في المتخيل منه في الواقع الموضوعي على حد تعبير جمال الزرن، رغم الإقرار والإعتراف بواقعية شبكة الإنترنت ومحتوياتها"⁽²⁾.

وبهذا يمكن الوصول إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع ويب، تتسم بقدر كبير من التفاعلية والديناميكية، بما يمكن المستخدمين الأعضاء من ربط اتصالات وتكوين صداقات مع أشخاص آخرين، كما تمكنهم من تحميل مختلف أنواع الملفات (نصوص، فيديو، صور...)، ومشاركتها مع غيرهم ممن يقاسموهم نفس الاهتمامات.

- خصائص الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

تتميز مواقع الشبكات الاجتماعية بنفس خصائص جل تطبيقات ويب 2.0، وهي تعتمد "على إنشاء المادة المعروضة ديناميكيا من مجموع البروفيلات والتفاعلات التي تتم عبرها، فالعناصر المكونة للتواصل بين المشتركين مستمدة من الهوية الاجتماعية (من أنت؟ أين تقطن؟ في أي مدرسة تلقيت تكوينك؟ ما هي ميولاتك الفكرية؟ ما هي عقيدتك السياسية؟) وهو ما يعطي الجيل الثاني للويب (Web 2.0) خصوصيته، إذ لم يعد مصمموا المواقع مطالبين بتوفير المحتوى كما لم يعد موفروا المحتوى مطالبين بتصميم المواقع... لقد حسمت هذه التقنيات -ولو ظاهريا- شكل الويب في الألفية الجديدة، حيث صار الهرم المعلوماتي قائما على التشارك... بما قطع

(1) ليندة سليمان، اغتصاب. انتحار. جرائم قتل تحبس الأنفاس تحمل على هواتف مراهقين، جريدة الأحداث، العدد 2619، 19 ديسمبر،

2010، ص 16.

(2) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

الطريق أمام الرغبة في الاستشارة بحكومة الإنترنت والحصول على ترخيص أممي حصري لإدارتها⁽¹⁾، ومنه يمكن تلخيص أهم خصائص الشبكات الاجتماعية على الإنترنت فيما يلي:

1- المشاركة (التقاسم) "Sharing":

لا ريب في أن الشبكة العنكبوتية العالمية تعد الوسيلة الأكثر مشاركة من بين وسائل الاتصال، حيث ساهمت في تفعيل دور المستخدمين من خلال تمكينهم من نشر المعلومات التي يرغبون في نشرها، بل وحتى تبادلها مع غيرهم من مستخدمي الشبكة والمشاركة في المعلومات نفسها بين عدد كبير منهم.

وتتيح الشبكات الاجتماعية للأفراد مشاركة غيرهم -ممن يقاسموهم نفس الاهتمامات- في مختلف أنواع المضامين، التي تحظى باهتمامهم من خلال "إنشاء والقدرة على التسجيل في مجموعات تتقاسم حول مركز اهتمام مشترك"⁽²⁾، بما يمكن أعضاء المجموعة من إرسال واستقبال مختلف الرسائل والملفات وتبادلها فيما بينهم، وعلى الرغم من أن أول خدمة للويب كان من أهم خصائصها "المشاركة في المعلومات وتبادلها والتعاون في مختلف المجالات"، ولكن أول ويب مكن من "المشاركة" على شكل نصوص فقط، وفي سنة 1992 طور مارك أندرسون "Marc Andreessen" متصفح ويب يستطيع معالجة الصور بالإضافة إلى النصوص⁽³⁾، "ومع التطورات التي عرفها الويب، عرفت "المشاركة" "Sharing" تطورا كبيرا لاسيما مع ثورة المعلومات وظهور "ويب 2.0" الذي مكن المستخدمين من المشاركة في المحتوى والمعرفة: بإمكان الأفراد التعليق على مواقع المدونات، كتابة مقالات ويكي"⁽⁴⁾ ومشاركة الآخرين في الاتصالات، النصوص والصور والفيديو... الخ من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، فالمشاركة أحد الخصائص الأساسية لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث تعد هذه المواقع أمثلة ملموسة للتقارب الاجتماعي من خلال خلق عوالم افتراضية أين يتفاعل الأفراد بحرية ويتصلون بعلاقات تبادلية (صداقة، إعجاب، تقاسم اهتمامات، علاقات مهنية...).

(1) عامر بوعزة، زمن الفايبروك، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص 5-6، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net (2011/12/15، 06:30).

(2) Jérôme Bondu, Alain Garnier, Op.Cit, p 10.

(3) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit, p 153.

(4) Ibid, p p, 15-16.

2-التفاعلية "Interactivity":

يعرف المعجم الإعلامي لمحمد منير حجاب التفاعلية على أنها: "من أهم سمات المجتمع المعلوماتي، وتعني قدرة مستقبل الاتصال على التعامل مع المشتركين الآخرين وتبادل ردود الأفعال المستمر لمعلومات ومكونات هذه الشبكة طبقا لما يروونه من ردود أفعال، ولهذا تتميز التفاعلية بالتشبيك"⁽¹⁾، بمعنى الربط الكامل بين جميع مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، وقد عرفها "ديرلاك" "Durlak" على أنها: "العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد"⁽²⁾، بل إن هناك من يرى أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تخطت مرحلة التفاعلية إلى ما "بعد التفاعلية" أين يمكن لكل متصفح الإنترنت أن يكونوا مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبليها في آن واحد، حيث أصبحت الإنترنت بمثابة "منصة" أو "Platform" تضمن تدفق المحتوى الإعلامي في اتجاهين، وعن طريق الشبكات الاجتماعية "يمكن للأفراد إرسال الكتابة والصور والفيديو، والموسيقى على شبكة الإنترنت ودعوة الآخرين للمشاهدة والتعليق عليها"⁽³⁾، كما أن المستخدم في الشبكات الاجتماعية ليس مجرد متلقي للمعلومة مثل وسائل الإعلام التقليدية، وإنما لديه الحرية في التعبير عن آرائه، التعليق على الموضوعات، الإضافة، التعديل، بل حتى إنشاء مختلف أنواع المحتويات ونشرها.

3-الدرجات الست للانفصال "Six degrees of séparation":

حيث تقوم فكرة مواقع الشبكات الاجتماعية على "افتراض أن أي شخص في العالم، وليكن في اليابان تفصلي عنه "6 درجات "Six degree" (أو أشخاص)، وأستطيع التوصل إليه من خلال هؤلاء الأشخاص الستة، ويفيد هذا المفهوم بأن كل البشر متصلون فعليا ببعضهم البعض عبر ست درجات من المعارف أو ست خطوات اجتماعية، فمثلا قد يكون لي صديق له ابن عم درس في الولايات المتحدة الأمريكية وتعرف في الجامعة إلى صديق مقرب من "الرئيس أوباما"، وعبر ست خطوات اجتماعية يمكن لي (على الأقل نظريا) أن أكون متصلة بالرئيس الأمريكي"⁽⁴⁾، وعلى الرغم من أن الفكرة لها جذور منذ 1990، إلا أن نظرية

(1) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2004، ص 156.

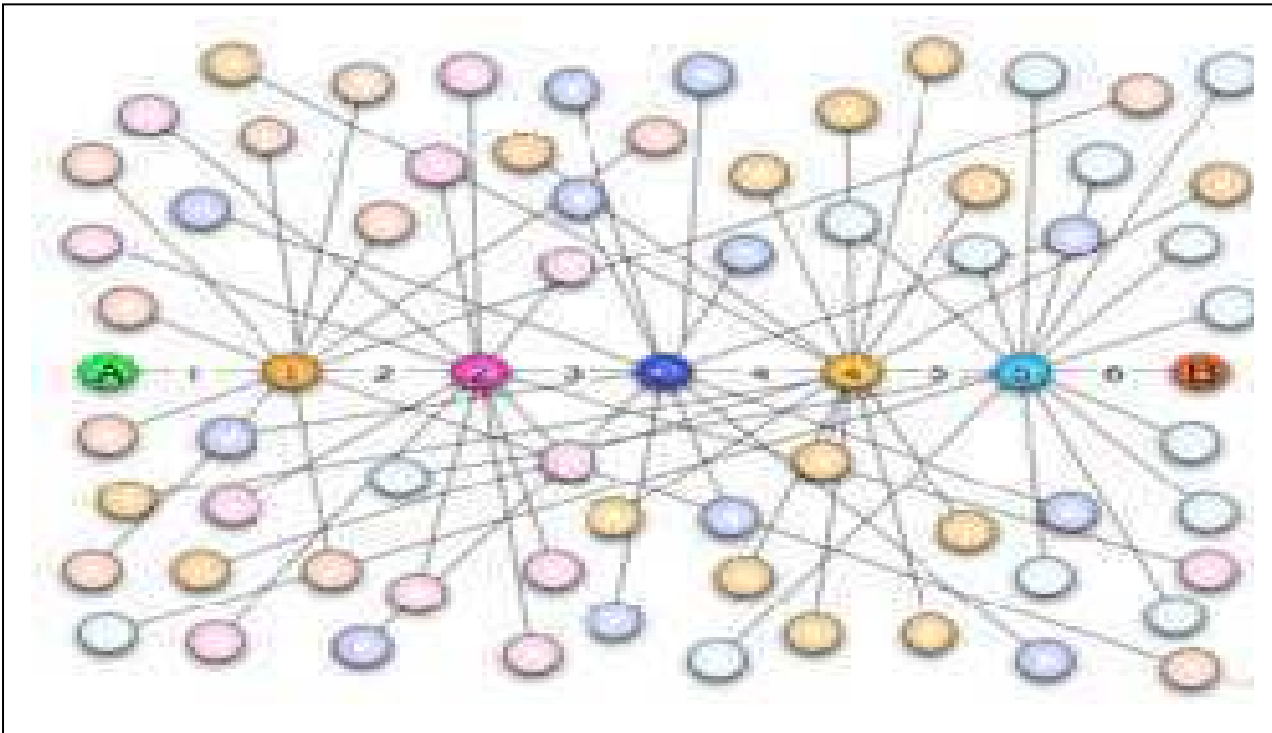
(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(3) Carla Mooney, Op.Cit, p 12.

(4) رشا عبد الله، مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بين الخصوصية والحرية، ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة،

تأليف مجموعة من الباحثين، كتاب العربي، ع 81، 2010، ص ص، 163-164.

6 درجات للانفصال" تم الإعراف بها على نطاق واسع منذ سنة 2006، عندما قام باحثان من ميكروسوفت هما "أريك هورفيتز" "Eric Horvitz"، و"جير لوزكوفاك" "Jure Leskovec" بتحليل 30 مليار من المحادثات الإلكترونية لـ"180" مليون مستخدم لـ"Messenger Live"... وكشفت الدراسة أنه يجب على الأقل إنشاء علاقات مع 6.6 أشخاص، قبل أن يتمكنوا من التحدث مع شخص معين لا يظهر على قائمة اتصالاتهم وذلك في 78% من الحالات"⁽¹⁾.



Source: Laurent Collée, Op.Cit, p 20.

الشكل رقم 01: الدرجات الست للانفصال

–أنواع الشبكات الاجتماعية:

هناك تصنيفات عديدة لمواقع الشبكات الاجتماعية لعل أهمها⁽²⁾:

–شبكات منصات المشاركة "التبادل": ويرمز لها بـ"SNSs" "Social Network Site sharing"

تسمح بنشر المحتوى للمستخدمين وغالبا ميلتيميديا (فيديو وصوت)، مثلا أصبح التحميل والمشاركة في مقاطع الفيديو أسهل وفي متناول كل مستخدم مجتمعات الانترنت.

أمثلة: يوتيوب "YouTube"، دايلي موشن "Dailymotion"....

(1) Laurent Collée, Op.Cit, p 19.

(2) Philippe Torloting, Op.Cit, p 11.

-الشبكات الشخصية والعامة:

غالباً ما تتمحور حول مركز اهتمام (موسيقى، قراءة،...)، الهدف من هذا النوع هو ببساطة تقاسم الهوايات مع باقي المجتمع "مجتمع الشبكات" (تدخل ضمن هذا النوع مواقع التواصل "التشبيك الاجتماعي" ما يطلق عليه بالانجليزية "Social networking").

أمثلة: "...", "Friendster", "Skyblog", "MySpace".

-الشبكات الشخصية والموضوعية:

غالباً ما تعمل على نفس مبدأ الشبكات العامة، ولكنها تتمحور حول موضوع: السيارات، الموسيقى، المطبخ...

أمثلة: "...", "EonsCom", "Boompa".

-الشبكات المهنية:

هي الشبكات الأكثر نجاحاً بالمعنى الحقيقي للكلمة، إنها توفر إمكانية الربط وتبادل المعلومات (عناوين، معلومات عن المؤسسات...).

أمثلة: "6nergies, Viaduc, LinkedIn, OpenBC".

نشأة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

على الرغم من أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد سبقت ظهور مصطلح الويب 2.0 بكثير، إلا أنها تعد من ضمن تطبيقات "الويب 2.0"، حيث تتوفر في الشبكات الاجتماعية الحديثة خصائص وسمات خدمات الإنترنت في بيئة الويب 2.0، وهو ما تميزت به عن الشبكات الاجتماعية القديمة، "مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية ليست بالجديدة على الرغم من أن نجمها لم يبرز إلا منذ خمس سنوات فقط"⁽¹⁾، "ووفقاً لتعريف الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي فإن أولى مواقع الشبكات الاجتماعية انطلق سنة 1997 "Six degree.Com"، والذي سمح للمستخدمين بإنشاء ملفات، وقائمة لأصدقائهم، وتصفح قوائم الأصدقاء ابتداء من سنة 1998"⁽²⁾.

وهذا الموقع سبقته مواقع أخرى مثل موقع "Classmatte.com"، الذي بدأ في عام 1995، وقسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية تشتمل على المناطق الداخلية وكل منطقة بما عدد من المدارس المتاحة

(1) رشا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص، 163-162.

(2) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 214.

والتي تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد للبحث 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 الفكر⁽¹⁾، و"على الرغم من أن موقع "Classmatte.com" قد سمح للأفراد بالانضمام، وتصفح الشبكة للبحث عن أفراد آخرين منضمين أيضا، لكن لم يكن بإمكان المستخدمين إنشاء ملفات أو قوائم أصدقاء حتى سنوات لاحقة، وكان "Six degree.com" الأول الذي جمع بين هذه الصفات⁽²⁾، حيث يعتبر أول موقع "حاول تحديد ورسم خريطة لمجموعة من العلاقات الحقيقية، بين أشخاص حقيقيين، يستخدمون أسماءهم الحقيقية"⁽³⁾، ويشير مصطلح "Six degree" إلى أن كل فرد يمكن أن يرتبط بسلسلة طويلة من العلاقات التي تبدأ من أصدقائك المقربين، تنتقل إلى الدرجة الموالية-أصدقاء أصدقائك-، وحتى الدرجة السادسة⁽⁴⁾، ورغم التطورات التي عرفها الموقع -حيث فاق عدد مستخدميه مليون مستخدم- إلا أنه لم يكن مربحا، وتوقف بصفة نهائية (كان ذلك سنة 2001)، وقد وصف من قبل مؤسسه* بأنه كان "سابقا لأوانه"⁽⁵⁾، وفي "هذه الفترة لم تكن تطبيقات الويب 2.0 ظهرت أو تعارف عليها من جانب مستخدمي شبكة الإنترنت، ولم تكن التقنيات المصاحبة والبرمجيات وثقافة التحوار قد أخذت مكانها في بيئة الويب، ولكن نشأت الشبكات التي كانت تعتمد على بيئة الويب "Web Based" والتي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية وغيرها"⁽⁶⁾.

وعلى الرغم من توقف الموقع "Six degree" إلا أن المحاولات بعده لم تتوقف، حيث مثل هذا الموقع الأساس لظهور شكل جديد من المواقع الاجتماعية، وبهذا ظهرت منذ سنة 1997 وحتى 2001 مجموعة من مواقع الويب مثل: Asia avenue, Blak planet, Live journales...، وكلها عانت من نفس المشاكل المادية.

وتتمثل "الانطلاقة الفعلية لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في انطلاق مواقع: "الأصدقاء" "freind" و"ماي سبيس" "MySpace" و"فايسبوك" "Facebook"، تعد هذه المواقع الأكثر شهرة بين المواقع

(1) أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، ص 08، متاح على الموقع:

informationstudies.net/images/pdf/86.pdf، (2010/04/05، 11:13).

(2) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 214.

(3) David KirkPatrick, **the face book effect**, Simon & Schuster: New York, 2010, p 68.

(4) Loc.Cit.

* مؤسس موقع Six degree.Com هو اندرو وينريش "Andrew Weinreich".

(5) Laurent Collée, Op.Cit, p p, 15-16.

(6) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 08.

الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ويعتبر الموقع الأول هو الأقدم حيث تم إطلاقه عام 2002 ويعتبر الموقع الذي شارك في تطوير الصفات المشتركة لما يطلق عليه المواقع الاجتماعية حيث نجد فيه قوائم الأصدقاء الذين يجمعهم اهتمام واحد، وإمكان إرسال الصور وتسجيلات الفيديو...⁽¹⁾.

ولقد عرف الموقع في البداية نجاحا سريعا، وكان الناس يتحدثون عن "freindster" على أنه خليفة غوغل "Google"، حتى أن صاحبه رفض صفقة بـ "35 مليون دولار" من غوغل "Google" نفسه، إلا أنه وبعد هذه الفترة تعرض الموقع إلى مشاكل مادية وتقنية (مرتبطة بذلك الوقت مثل سوء خدمات الهاتف، وضعف تدفق الإنترنت...)، وكذلك ظهور العملاقين "ماي سبيس" "MySpace" و"فايسبوك" "Facebook"، أما "ماي سبيس" فقد بدأ في 2003، ولقد كان استخدام "ماي سبيس" "MySpace" للفرق الموسيقية مثل "Indie rock" أحد الأسباب الرئيسية لنجاحه.

وعلى الرغم من أن هذه الفرق لم تكن "المصدر الوحيد لنمو" ماي سبيس " لكن العلاقات التكافلية بين الفرق والمعجبين ساعدت "ماي سبيس" على التوسع على المستخدمين السابقين لـ "فرندستر" "freindster"، كان للفرق والمعجبين النشطين منافع متبادلة: الفرق ترغب أن تكون قادرة على الاتصال بالمعجبين في حين المعجبون يتوقون إلى الاهتمام من طرف فرقهم المفضلة⁽²⁾.

ولقد حظي "ماي سبيس" "MySpace" بشعبية كبيرة في بدايته، حيث كان يعتبر من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما، ولكنه عرف تراجعاً فيما بعد لاسيما بعد ظهور "فايسبوك" "Facebook" في 2004، والتطور الذي عرفه هذا الأخير، حيث أصبح يحظى بشعبية كبيرة، جلبت إليه أكثر من 648 مليون زائر* في سنة 2010، محتلا بذلك المرتبة الثالثة بعد كل من غوغل "Google"، ومايكروسوفت "Microsoft"، و"لديه متوسط 250.000 من التسجيلات الجديدة كل يوم منذ بداية عام 2007، كما أن عدد المستخدمين النشطين يتضاعف تقريبا في كل ستة أشهر، ما يقرب من نصفهم يتصفحون يوميا، ويتقاسمون معا أكثر من 1 مليار قطعة من المحتوى، تشمل إرسال مدونات، وملاحظات وصور وقصص إخبارية كل أسبوع"⁽³⁾.

(1) رشا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 163.

(2) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 217.

* هذه الأرقام تخص شهر نوفمبر 2010 حسب التقرير الذي نشره موقع comscore. انظر أين عبدالله، تقرير: فايسبوك تنصدر خرائط الشعبية للشبكات الاجتماعية حول العالم، متاح على الموقع: www.swalif.net، 2011/03/16، 15:35.

(3) Joel Comm, Op.Cit, p 03.

وبهذا "أصبح "فايسبوك" "Facebook" الموقع الأكبر والأسرع من حيث النمو في العالم"⁽¹⁾، "كما ظهرت أنواع أخرى من الشبكات الاجتماعية، التي تهتم بالصور "مثل موقع الفلكر "Fliker" الذي ظهر عام 2004"، ونشر مقاطع الفيديو "مثل اليوتيوب "YouTube" الذي بدأ في 05 فبراير 2005"⁽²⁾.

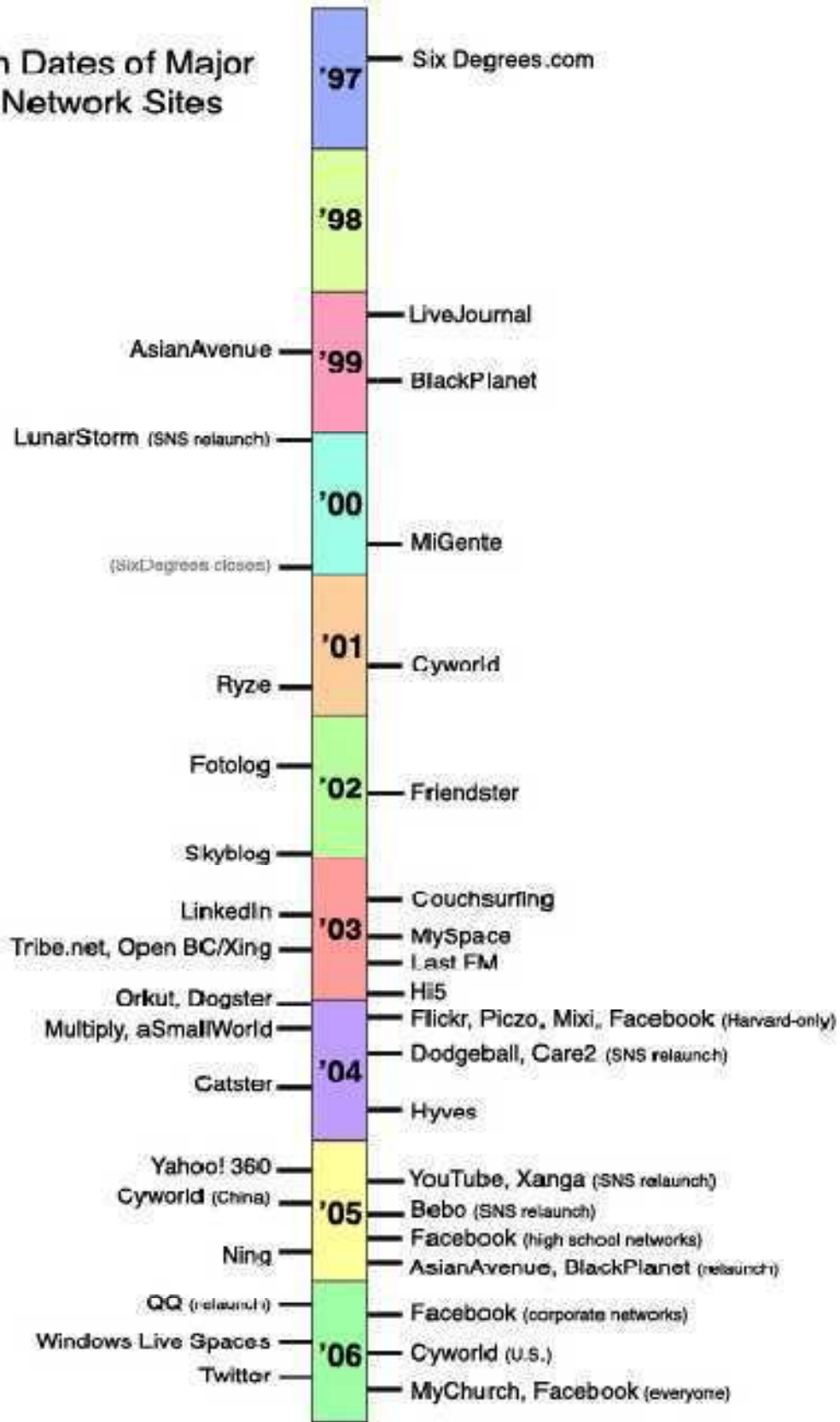
ويعرف الوقت الحالي نموا كبيرا في عدد مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بمختلف اللغات والبلدان، حيث فرضت نفسها وجذبت إليها أعدادا كبيرة من المستخدمين، ولعل خير دليل على الإقبال الكبير الذي تلاقيه، هو احتلال عدد كبير منها لمراكز متقدمة من بين 500 موقع الأكثر شعبية في العالم يتقدمهم "فايسبوك" "Facebook" الذي حل في المركز الثاني بعد غوغل، وبعده يوتيوب في المركز الثالث... وذلك حسب موقع اليكسا لسنة 2010⁽³⁾، ويفوق عدد الشبكات الاجتماعية حاليا 200 موقع، والرسم التالي للباحثة دانا بويد "Dana Boyd" يبين سنوات ظهور أبرز الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتطورها.

(1) Laurent Collée, Op.Cit, p 16.

(2) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره.

(3) اليكسا، مرجع سبق ذكره.

Launch Dates of Major Social Network Sites



Source: Laurent Collée, Op.Cit, p 17.

الشكل رقم 02: يوضح سنوات ظهور أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتطورها



المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت والعلاقات الاجتماعية

لقد أدت الإنترنت منذ نشأتها دورا كبيرا في مجال التعارف وتكوين العلاقات الاجتماعية، وهو ما أثر على التركيبة البشرية وطبيعة العلاقات بين الأفراد، فأصبح التعارف بين الأفراد يتم افتراضيا من خلال غرف الحوار والدردشة، ثم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي، على خلاف ما كان سائدا في السابق أين كان البعد الجغرافي والتقارب بين أفراد المجتمع أحد أهم العوامل المشكلة للعلاقات الاجتماعية، ولعل ذلك ما تنبأ به "Philippe Breton" عندما قال "سندخل في المستقبل القريب في علاقات من خلال الإنترنت، مع أناس لن نراهم أمامنا، فكل اتصال وعلاقة وكل مقابلة ستتم من الآن فصاعدا عن طريق الشبكة"⁽¹⁾.

ولاشك أن للعلاقات الاجتماعية أهمية كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات وذلك لدورها الكبير في "تحقيق الترفيه والتسلية والمودة والصحة، كما أنها أيضا تجنبنا مساوئ الإنعزال والوحدة وتؤكد إحساسنا بقيمتنا، وتمكننا من تبادل الود مع الآخرين، ومشاركتهم في الرأي وتبادل وجهات النظر معهم"⁽²⁾، ومن هنا تعتبر الصداقة وإقامة العلاقات الاجتماعية هي "المركز لتجمع أنشطة أعضاء مواقع الشبكات الاجتماعية (SNS)"⁽³⁾، ويرى "فريزر ودوتا" أن "الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار بصورة لا تصدق، فالمواقع التي من قبيل ماي سبيس "MySpace" وفيس بوك "Facebook" وهاي فايف "hi5" وأوركت "Orkut" وفريندستر "Friendster" يعد أعضاؤها الآن بمئات الملايين في جميع أنحاء العالم... ويتم اعتناقها بحماسة من قبل الشباب... أما عن الحوافز التي تدفع الناس للاشتراك في مواقع الشبكات الاجتماعية

(1) Philippe Breton, *le culte de l'internet, une menace pour le lien social?*, la découverte: paris, 2000, p 96.

(2) برنت روبن، *الاتصال والسلوك الإنساني*، (ترجمة: نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم)، معهد الإدارة العامة: المملكة العربية السعودية، 1991، ص 365.

(3) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit, p 267.

فهي أسباب متعددة ومعقدة، يمكن تقسيمها على نحو من التبسيط المفرط، إلى فئتين واسعتين: الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية، فالمهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل لينكدن "LinkedIn" يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناء على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية، في حين أن معظم المراهقين الذي يجمعون "الأصدقاء" على موقع ماي سبيس "MySpace" لا يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية، حيث يكمن الحافز الرئيس وراء تفاعلهم الاجتماعي في حاجتهم الغريزية غير العقلانية لعقد روابط اجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك⁽¹⁾.

• العلاقات الاجتماعية التقليدية والعلاقات على مواقع الشبكات الاجتماعية:

تستخدم كلمة "العلاقة" للتعبير عن صداقة لها أهمية خاصة لنا، ولقد بدأ في السنوات الأخيرة استخدام هذه الكلمة بطريقة محددة للدلالة على صداقة من نوع خاص تشير إلى صلة جنسية منظمة متفق عليها بين شخصين، كما تشير إلى صلات أخرى بين الوحدات الاجتماعية، كالصلة بين المعلم والطالب، والزوج والزوجة والوالدين والإبن، وصاحب العمل والموظف..⁽²⁾، وباختصار فإن مصطلح العلاقات الاجتماعية يشير إلى "نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء كانا فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين، أو قيمة معينة تشكل قاعدة لتفاعلهم...ويمكن القول بشكل آخر أن العلاقات الاجتماعية هي نسق التفاعل المنظم بين شريكين على أساس خطة محددة"⁽³⁾.

ومما لاشك فيه أن "العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وتقنية الإنترنت، وهو ما يهيئ الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي الذي تتخذه وتشكل في إطاره مختلف نماذج العلاقات الاجتماعية"⁽⁴⁾.

(1) إبراهيم إسماعيل عبده، العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت -دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة-، 2009، متاح على الموقع:

www.asbar.com/ar/contents.aspx, 2011/04/11, 10:54.

(2) برنت روين، مرجع سبق ذكره، ص 356-357.

(3) جمال مجدي حسنين، سوسيولوجيا المجتمع، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007، ص 99.

(4) إبراهيم إسماعيل عبده، مرجع سبق ذكره.

وما دامت "الشبكة العنكبوتية إبداع اجتماعي أكثر من كونه إبداعا تكنولوجيا"⁽¹⁾، فقد "أدت التكنولوجيات الجديدة إلى استبدال علاقة الإنسان بالآلة بعلاقة البشر ببعضهم البعض، وأسهمت بذلك في تغيير النظرة إلى القيم التي تحكم السلوك الإنساني، واقتضت - في رأي الكثيرين - قيام قيم جديدة تراعي الاتجاهات والأفكار والعلاقات القائمة الآن، والتي تختلف في جوانب عديدة عما كان سائدا في الماضي غير البعيد"⁽²⁾.

وعلى الرغم من وجود اختلافات بين كل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والعلاقات الاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، فلا أحد يستطيع أن ينكر أن هناك العديد من السمات المشتركة بينهما "ففي كلا النوعين يتجمع الأفراد على قاعدة من المصالح المشتركة، والقيم المتقاسمة بينهم، وبالتالي فهي _الشبكات الاجتماعية على الإنترنت- بكل بساطة نقل للشبكات الاجتماعية التقليدية على الويب، مع إلغاء الحدود الجغرافية، والزمنية، وإلى حد ما النفسية"⁽³⁾، وهو ما ذهب إليه "عابد الجابري" الذي "يرى أن هذا العالم الجديد "عالم الإنترنت" يضم جميع أنشطة اتصال عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى، فقط مع هذا الفارق وهو أن جميع أشيائه وأنشطته تسمى بأسماء يسبقها أحد المقطعين، سير "cyber"، وتلي "télé". الأول يدل على التحكم، والثاني معناه عن بعد، أما هوية الأشياء التي يحتويها والأنشطة التي تتم فيه فتتحدد بالوصف اعتباري: "virtuel"، بمعنى أن الاتصال فيه يتم عن بعد وعبر رموز"⁽⁴⁾.

وقد ذهب "ميشال ويش" "Michael Wesch" في نفس الاتجاه عندما قال "مع الشبكات الاجتماعية، هناك سحر مع ألفة لأنها تحاكي الاتصال وجها لوجه"⁽⁵⁾، ومن هنا يشكل الفضاء الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "محاكاة رقمية للفضاء الفيزيائي التقليدي"⁽⁶⁾.

ويذهب بعض الباحثين إلى أن الفرق الأساسي بين كل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والعلاقات الاجتماعية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية يكمن في العامل الجغرافي الذي يعد أساسيا في تكوين العلاقات

(1) ديفيد كريستال، اللغة والإنترنت، (ترجمة: أحمد شفيق الخطيب)، المجلس الأعلى للثقافة: القاهرة، 2005، ص 08.

(2) الفيصل عبد الرحمن، العرب وتكنولوجيا الاتصال: تحدي الثورة المعلوماتية، دار النهضة العربية: القاهرة، 2001، ص 26.

(3) Manuela Teixeira, L'émergence de réseaux sociaux sur le Web comme nouveaux outils de marketing, p 33, site: www.michelleblanc.com/images/reseaux-sociaux-marketing.pdf, 30/11/2010, 17: 38.

(4) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(5) Carla Mooney, Op.Cit, p 18.

(6) حسن مظفر الرزوي، الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2001، ص 21.

التقليدية "فكلما اقترب الشخص منا في مكان إقامته وكلما اقترب منا فيزيائيا، كلما زادت الفرصة في الانجذاب نحوه، وإقامة روابط صداقة معه، إلا أن هذا العامل غير متوفر في العالم الافتراضي لأنه لا يمكن النظر إلى معناه الجغرافي، والانجذاب نحو شخص معين لا يكون أيضا اعتباريا، ولكن حاجز الحوار قد يعوض بعوامل أخرى كاللغة التي يمكن أن تحدد فضاءات التفاعل، فالذي لا يتقن إلا اللغة الفرنسية مثلا لا يمكنه أن يتفاعل مع جماعات تستعمل لغات أخرى"⁽¹⁾.

إضافة إلى أن العلاقات الاجتماعية التقليدية عادة ما تخضع لمجموعة من المحددات الدينية والثقافية والاجتماعية...، حيث يشترك أفرادها في مجموعة من القيم التي تنظم العلاقات فيما بينهم داخل مجتمع من المجتمعات، أما العلاقات التي تتكون عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت فهي لا تعترف بأي نوع من الحدود أو القيم، ولا تحكمها ثقافة معينة ومن هنا فقد أدى هذا الاحتكاك بين مختلف الثقافات إلى "ظهور هيكلية اجتماعية من نوع جديد، برزت بوصفها نتيجة حتمية لمتطلبات عصر المعلومات"⁽²⁾.

وبالنسبة إلى مدى إلزامية العلاقة في كلا النوعين فإن العلاقات الافتراضية على مواقع الشبكات الاجتماعية غير ملزمة بنفس درجة العلاقات التقليدية الفيزيائية "إذ يرى "جورج هومانس" "أن الناس يرون عواطفهم تجاه الآخرين انطلاقا من الفائدة، أي الفرق بين كمية ما يجزى به الشخص من وراء علاقة ما والتمن الذي تكلفه إياه هذه الأخيرة، فكلما كانت المجازاة كبيرة والتمن ضئيلا كلما كان هناك انجذاب نحو هذه العلاقة، فهذه النظرية تنطبق كثيرا عن العلاقات الافتراضية لأن الشخص يختار علاقاته التي تستجيب لحاجاته ورغباته وهواياته، فهو يجني فائدة من وراء هذه العلاقات، لكنه وفي الوقت ذاته لا تلزمه هذه العلاقة أشياء معتبرة أو تفانيا يتعدى حدود العلاقة"⁽³⁾.

ومن هنا يمكن تبيان أهم الفروقات بين الشبكات الاجتماعية التقليدية، والشبكات الاجتماعية على الويب كالآتي:

-
- (1) حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 69.
 - (2) حسن مظفر الرزوي، مرجع سبق ذكره، ص 34.
 - (3) حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 71.

الشبكات الاجتماعية التقليدية	الشبكات الاجتماعية على الويب
-على أساس جغرافي	-إلغاء الحدود
-تبني على مصالح مشتركة	-تبني على مصالح مشتركة
-محددة بسبب القيم الاجتماعية، الدين.	-بدون حدود (من حيث المبدأ)
-انتشار محدود للمعلومة	-انتشار المعلومة في الوقت الحقيقي (الفعلي)
-سلطة قادة الرأي محدودة مع حضور في وسائل الإعلام التقليدية أو أنشطة شخصية	-حضور قادة الرأي على الانترنت مهم جدا. التأثير في الوقت الحقيقي ومضاعف
-نشر وتشجيع الاختراع والابتكارات محدودة بالأماكن الفيزيائية، أو عن طريق وسائل الإعلام التقليدية اللازمة للاتصال.	-نشر وتشجيع الاختراع والابتكارات في الوقت الحقيقي.
-المعلومات الشخصية غير موجودة أو محدودة في جماعات الإنتماء.	-عرض المعلومات الشخصية عن الأعضاء على الإنترنت.

Source: Manuela Teixeira, Op.Cit, p 33.

الجدول رقم 02: يوضح الفرق بين الشبكات الاجتماعية التقليدية، والشبكات الاجتماعية على الويب.

• استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في مجال العلاقات الاجتماعية:

يتمثل استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في مجال العلاقات الاجتماعية في اتجاهين أساسيين فهي إما تستخدم للتواصل مع أصدقاء سابقين، أو لربط علاقات صداقة جديدة.

1-التواصل مع الأصدقاء السابقين:

تشير بعض البحوث التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية "أن أغلب الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تستخدم للحفاظ على العلاقات الموجودة سابقاً"⁽¹⁾، وهناك مواقع متخصصة في هذا المجال مثلًا "Copaindavant.Com" في فرنسا الذي يقترّب من 10 ملايين عضو⁽²⁾، والذي يمكن الأفراد من لقاء أشخاص افترقوا عنهم لسبب أو لآخر مثل أصدقاء الإبتدائي أو الثانوي إلى غير ذلك...، وفي هذا الإطار ترى الباحثة دانا بويد "Danah Boyd" أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هي وسيلة لدعم العلاقات السابقة، وليست وسيلة فعالة لتكوين صداقات حقيقية وتضيف: "من المهم الإدراك أن الصداقة على مواقع الشبكات الاجتماعية واقعيًا هي أضعف من العلاقات خارج الإنترنت _التقليدية_"⁽³⁾، فالشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقة الاجتماعية بينهم"⁽⁴⁾.

2- إقامة علاقات جديدة:

سهل إنشاء الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من إمكانية البحث عن صداقات مع أفراد من مختلف أنحاء العالم، إما من خلال الإسم، الوظيفة...وبالتالي بإمكان المستخدم ربط علاقات جديدة، مع أشخاص من مختلف الثقافات يقاسمونه الأفكار والاهتمامات دون اعتبار لعوامل العرق أو الجنس أو الدين، وهذا ما تؤكده الفكرة الأساسية التي يقوم عليها عمل الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أي "الدرجات الست للإنفصال" فهي تتيح إمكانية الاتصال بأي شخص في العالم عبر ست خطوات اجتماعية، ومن هنا قد تنشأ

(1) Miltiadis D. Lytras, Patricia Ordóñez de Pablos, **Social Web Evolution: Integrating Semantic Applications and Web 2.0 Technologies**, Information science reference: New York, 2009, p 61.

(2) Jérôme Bondu, Alain Garnier, Op.Cit. p 09.

(3) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 268.

(4) هبة محمد خليفة، قاعة د. شوقي سالم، مرجع سبق ذكره.

إما علاقات حميمة تستمر لمدة طويلة أو علاقات عارضة تنتهي بمجرد نهاية اللقاء الأول، فالعلاقات العارضة هي التي يتبادل فيها أطراف العلاقة كلاماً "يمكن أن يتبادل أي إنسان مع أي إنسان آخر، فليس فيها ما يوحي بوجود أهمية تذكر لهذه العلاقة بالنسبة لأي من المتحدثين، زد على ذلك أن هذه الحادثة تنقصها الموضوعات التي تتعلق بشخصية المتحدثين أو حتى بموضوع الحديث، أو بمعنى آخر لا يدلي أي من المتحدثين بمعلومات عن شخصيته وآرائه ومعتقداته إلا بشكل سطحي لا يعول عليه، كما نلاحظ بوضوح خلو هذه الحادثة من التعبير عن حقيقة ما يشعر المتحدثون.

ولكننا نلاحظ أن المشاركين في العلاقات الحميمة يتبادلون المعلومات فيما يتعلق بحياتهم الشخصية وآرائهم عن الحياة والموت والمرض، وشعورهم نحو الآخرين ونحو أنفسهم"⁽¹⁾، وغالبا ما يتميز هذا النوع من "العلاقات والتفاعلات الافتراضية بالعفوية، وصدق البيانات المتبادلة، خاصة ما كان منها شخصيا، بحيث يتم التعبير بحرية عن كل شيء يرغب فيه أطراف هذه العلاقة، ومع استمرار الاتصالات بطريقة جدية بين شخصين، تنشأ نوع من الثقة المتبادلة، والتي تتحول مع مرور الوقت إلى علاقة وطيدة، تنتهي في كثير من الأحيان بالالتقاء المباشر (وجها لوجه)، حتى ولو كانت مسافة طويلة تفصل بينهما"⁽²⁾.

وعادة ما تكون العلاقات الحميمة طويلة المدى حيث يسعى الطرفان للحفاظ على العلاقة، بينما العلاقات العارضة هي عادة قصيرة المدى، حتى إذا انتهت "فلن تكون لذلك إلا نتائج محدودة وخسائر شخصية يسيرة لأن هذه العلاقات... لا تحدد بوضوح التصور والأفعال التي يتوقعها الطرف الآخر"⁽³⁾، "فإذا انزعجنا من شخص ما في إحدى اللقاءات الافتراضية فإننا يمكننا تجاهله بسهولة ووقف الاتصال به"⁽⁴⁾.

(1) برنت روين، مرجع سبق ذكره، ص 367.

(2) إبراهيم بعزير، منتديات الحادثة والدراسة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع - مرجع سبق ذكره، ص 89.

(3) برنت روين، مرجع سبق ذكره، ص 366.

(4) حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 71.

• تأثير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على العلاقات الاجتماعية:

لقد اختلف الباحثون حول تأثير تكنولوجيا الاتصال الجديدة، ولاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، وانقسم رأي الباحثين في هذا الإطار إلى اتجاهين رئيسيين: بين من يرى أن تأثيرها على العلاقات الاجتماعية هو تأثير إيجابي، وبين من يرى العكس من ذلك.

فالاتجاه الأول يرى فيها "فضاءات تواصلية تنشئها مجموعات يربط أفرادها بعضهم ببعض الإلتزام بمسائل وقضايا مشتركة"⁽¹⁾، وفي هذا الإطار يرى الأستاذ جمال الزرن أن من "بين مزايا الإنترنت هو أنها تحولت إلى معوض للفراغ الروحي والوجداني، لذلك وصلت الإنترنت إلى حد التآليه والعبادة والقدسية، ومن جهة أخرى تحولت إلى أداة للتواصل الاجتماعي كمعوض للأسرة فتحوّلت إلى فاعل في ربط صلات صداقة وزواج ناجحة"⁽²⁾، ويعتبرها كثيرون من "مظاهر تحول الأرض إلى "قرية كونية" حيث يتلاقى الناس من أماكن متباعدة، وكأنهم يجلسون معا في غرفة منزلية"⁽³⁾، وبهذا فإن "تحسين العلاقات الاجتماعية يتم من خلال تحرير الفرد من القيود الجغرافية أو الصحية أو غيرها حيث تعمل على بناء علاقات اجتماعية قائمة على أساس الاهتمامات المشتركة"⁽⁴⁾ بعيدا عن معايير أخرى كالدين، أو العرق...

بينما هناك **اتجاه ثاني** يرى أن الشبكات الاجتماعية وغيرها من تكنولوجيات الاتصال الحديثة "تعمل على ندرة الاتصالات الشخصية القائمة على المواجهة الشخصية"⁽⁵⁾، حيث أن الاستخدام المتواصل والمفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "يهدد بشكل مباشر كيان العلاقات الحقيقية وجها لوجه، ويحدث قطيعة بين الأفراد، مما يؤدي إلى زوال النسيج الاجتماعي التقليدي، وحلول نسيج اجتماعي افتراضي محله، يتميز بانعدام حميمية الحوار والتقارب"⁽⁶⁾، كما أن "التصفح الطويل للإنترنت يؤدي نسيج العلاقات الاجتماعية ويسبب الكثير من المشكلات الاجتماعية كاعتزال الناس، والإنطواء وفقدان التواصل، وخسارة

(1) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(2) جمال الزرن، تساؤلات عن الإعلام الجديد والإنترنت، ضمن كتاب: "العرب وثورة المعلومات"، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005، ص 121-122.

(3) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 85.

(4) بسبوي إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب: القاهرة، 2008، ص 125.

(5) المرجع نفسه، ص 126.

(6) إبراهيم بعزیز، وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين، ضمن كتاب: "وسائل الإعلام والمجتمع"، دار الخلدونية: الجزائر، 2010، ص 182.

الأصدقاء وضعف الرقابة الأسرية على الأبناء"⁽¹⁾، إضافة إلى أن القدرة على تغيير الهوية لا يجعل الأفراد صادقين في هوياتهم ولا في علاقاتهم "لأن إحساس الفرد بالقدرة على تغييب هويته التي التصقت بوجوده في العالم الفيزيائي، عندما ينتقل بين مواقع شتى على الإنترنت، ستشعره بمزيد من الإحساس بالأمان، والقدرة على ممارسة أفعال لا يريد أن يعلم الغير أنه متلبس بممارستها، وتوفر هذه الخاصية تربة خصبة لحصول كثير من الانحرافات السلوكية بعيدا عن أنظار الغير"⁽²⁾.

من خلال الاتجاهين السابقين يمكن القول أن تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية لا يمكن أن يكون سلبيا فقط أو إيجابيا فقط، فهي وإن كانت تؤثر سلبا على العلاقات وجها لوجه مع المقربين والعائلة والأصدقاء، إلا أنها تقرب المسافات وتؤدي إلى ربط علاقات مع أشخاص من مختلف المناطق والبلدان.

المطلب الثالث: نماذج عن أشهر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

تعدد مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتنوع، حيث أن لكل موقع خصائص وسمات تميزه عن غيره، وتبقى خاصيتها التفاعلية، ومشاركة المتلقي هما الخاصيتان المشتركتان بين جل هذه المواقع، ونظرا لتعدد كل مواقع الشبكات الاجتماعية التي فاق عددها 200 موقع اخترنا نماذج عن أشهر هذه المواقع، والتي لم تعد مجرد مواقع ويب بقدر ما أصبحت تشكل أحد أكثر الظواهر شعبية في العالم، من بينها أكبر شبكة من حيث عدد المستخدمين، ومن حيث النمو فايسبوك "Facebook" وهي شبكة عامة تقدم خدمات مختلفة ومتنوعة إلا أنها تشتهر بخدمتين أساسيتين هما: التواصل الاجتماعي "التشبيك"، و"تبادل الصور"، وكذلك "ماي سبيس" الذي يشتهر بالترويج للفنانين وآخر إصداراتهم، وقد اخترنا هذا الموقع نظرا لكونه من أكثر المواقع شعبية عند الشباب والمراهقين، ثم شبكة اجتماعية من النوع الذي يركز على تبادل المحتوى "موقع يوتيوب YouTube" وهو أحد أشهر شبكات تبادل مقاطع الفيديو، وقد أدرجنا هذه النماذج على سبيل المثال لا الحصر.

(1) وليد أحمد المصري، الأسرة العربية وهوس الإنترنت، مجلة العربي، العدد 573، 2007، ص 173.

(2) حسن مظفر الرزوي، مرجع سبق ذكره، ص 294.

"لا خلاف على أن "فايسبوك" "Facebook" أبرز الشبكات الاجتماعية على الإطلاق_لاسيما في الوطن العربي، وقد شكل عالما خاصة لدى الكثيرين من مستخدمي الإنترنت"⁽¹⁾، "وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء"⁽²⁾.

ويمكن تعريف "فايسبوك" "Facebook" على أنه مجتمع افتراضي يشير إلى "مكان أين يمكن أن يلتقي الأفراد ويتفاعلوا: تبادل صور، فيديو، ومعلومات أخرى، واتصالات عامة مع الأصدقاء، العائلة..."⁽³⁾، المشاركة في أعمال مشتركة، والتفاعل حول اهتمامات متبادلة، والتواصل مع مجموعات الاهتمام والأفراد...

أما ويكيبيديا فتعرفه على أنه: "أحد مواقع التواصل الاجتماعي... يمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة، ومكان العمل والمدرسة والمنطقة ويمكن للأفراد أيضا إضافة أصدقاء، وإرسال رسائل إليهم، وتحديث ملفاتهم الشخصية..."⁽⁴⁾، "القاعدة الأساس في "ممارسة الفايسبوك" هي التبادل والتقاسم والاشترك، يحاول كل مشترك أن يضع في "البروفایل" الخاص به إضافة إلى المعلومات الشخصية، الروابط التي تعبر عن ميولاته وأفكاره، والمواد متعددة الوسائط التي تلخص اهتماماته، ومن هذا الخليط الذي يكونه المشتركون تتغير كل لحظة محتويات الصفحة الأولى و صفحة البروفایل "Profile" ديناميكيا وآليا"⁽⁵⁾.

"يمنح الموقع فايسبوك_ لمشركيه ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له، وهي ملف الصور، وملف المذكرات، وملف المجموعات، وملف الأحداث، وملف الرسائل... وملف مكان التسوق،

(1) محمود عبد الستار خليفة، الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0، متاح على الموقع:

www.journal.cybrarians.info/index.php?، 2011/02/22: 11: 16.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(3) Sherry Kinkoph Gunter, **Teach Yourself Facebook**, Sams: United States of America, 2010, p 05.

(4) Todd Kelse, **Social Networking Spaces_ From Facebook to Twitter and Everything In Between**, apress: New York, 2010, p 26.

(5) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 05.

وملف آخر حول الفيديو، ومن ضمن ما يتميز به نظام "Iinke" الذي يسمح بالعثور على أشخاص لهم الاهتمامات الموسيقية نفسها"⁽¹⁾.

لا يمكن الحديث عن فايسبوك كموقع عادي، بل يمكن القول أنه ظاهرة أذهلت العالم فزيادة على العدد الكبير من المستخدمين، يعد أكثر المواقع نموا في العالم، وقد قال عنه جون ولفورد "John Walford": "أنا أرى "فايسبوك" أحد الأدوات من بين أخرى التي يمكنها فتح الحوار بين الناس، ليس بديلا عن التواصل الشخصي، ولكن أكثر كآلية ربط فعالة للبقاء على اتصال دائم"⁽²⁾.

"قد يكون الصعود الصاروخي لمؤسسة فايسبوك الأمريكية وتعاضم شعبية شبكتها الاجتماعية أهم الأحداث التي شهدتها الإنترنت في السنوات الأخيرة، فقد ساد الاعتقاد أن زمن النجاحات السريعة الخاطفة والثروات العملاقة بسبب الشبكة قد انتهى قبل أن يبدأ، وأن السوق الجديدة قد تقاسمتها الشركات الكبرى المؤسسة ومن الصعب بما كان الصمود إزاء تنامي إمبراطوريات المعلومات هذه بعد أن احتلت كل المواقع المتقدمة، لكن نجاح "فايسبوك" "Facebook" السريع وتحوله إلى ظاهرة ثقافية اتصالية على المستوى الكوني كذب هذه التوقعات"⁽³⁾، وأثبت أنه لا يوجد كبير في السوق الجديدة للإنترنت وأن التميز التكنولوجي والإبداع هو السبب الرئيسي للتفوق والنجاح.

ولقد جاءت "فكرة إنشاء موقع "فايسبوك" بعد أن فكر "زوكربيرغ" "Mark zuckerberg"* في تسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل إذا تم بنجاح، سيكون له شعبية جارفة، وأطلق "زوكربيرغ" "Mark zuckerberg" موقعه "فايسبوك" سنة 2004"⁽⁴⁾، وكان في الأصل مصمما لمساعدة الطلبة في الكليات/ الجامعات"⁽⁵⁾، وقد استمر موقع فايسبوك "Facebook" قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر "زوكربيرغ" "Mark zuckerberg" أن يخطو خطوة أخرى

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(2) Todd Kelse, Op.Cit, p 52.

(3) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 01.

* من عائلة يهودية تقيم في نيويورك، يمتلك أبوه ادوارد "Edward" عيادة لطب الأسنان أما أمه "كارين" فنشغلت في مجال الفيزياء، برزت مواهبه في مجال البرمجة منذ وقت مبكر حتى أنه لفت أنظار ميكروسوفت "Microsoft" إليه ورغبت في انتدابه وضمه إلى قائمة مطوريها وهو لم يمه بعد دراسته الثانوية، لكنه على عكس "بيل جيتس" اختار مواصلة الدراسة الجامعية في هارفارد وهناك أطلق الشبكة الاجتماعية "Facebook".

(4) إلهام غازي، الطفل الذي رفض مليار دولار، جريدة الخبر الأسبوعي، من 14 إلى 20 جويلية 2010، العدد 594، ص 17.

(5) Miltiadis D. Lytras, Patricia Ordóñez de Pablos, Op.Cit, p 59.

للأمام، وهي أن يفتح موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه"⁽¹⁾ لكل من هو أكثر من 13 سنة خارج مجتمع الجامعة، "ولعل السبب الرئيسي في فتح الموقع أمام الجميع بعد سنتين من انطلاقه، هو الرواج الكبير الذي لقيه الموقع بين طلبة جامعة "هارفارد" "Harvard" الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية"⁽²⁾.

وكغيره من الشبكات الاجتماعية فإن "فايسبوك" "Facebook" انطلق أساسا كوسيلة لدخول الإنترنت والانضمام إلى مجموعة من الناس مع شيء ما مشترك ومن ثم تبادل المعلومات مع بعضهم البعض"⁽³⁾، ومع النمو الكبير لأعداد المستخدمين والعائدات المالية الضخمة أصبح "من الصعب استيعاب حجم النمو العالمي لـ"فايسبوك" منذ لحظة أن افتتح على المستخدمين من غير الطلبة في خريف 2006،... في بداية 2008 افتتح "فايسبوك" مشروع الترجمة الجديد، وفي نهاية 2008 أمكن استخدامه بـ35 لغة...، 145 مليون من المستخدمين النشيطين خارج الولايات المتحدة الأمريكية..30% من مستخدمي الإنترنت في العالم على "فايسبوك"، بارتفاع قدره 11.11%"⁽⁴⁾، وبعد هذه الفترة عرف فايسبوك ارتفاعا ملحوظا لعدد المستخدمين حيث وصل في "نهاية 2009 إلى أكثر من 350 مليون مستخدم وكان ينمو بحوالي 1 مليون مستخدم جديد في اليوم في 180 دولة"⁽⁵⁾، موقع "فايسبوك" هو الآن الشركة الرائدة في السوق في 115 من أصل من 132 بلدا في أربعة أركان العالم...، "وتجاوز عدد أعضاء فايسبوك 600 مليون مستخدم حتى شهر ديسمبر الحالي (حسب تقرير موقع Vincos.it عن حرائط انتشار الشبكات الاجتماعية في الكرة الأرضية 2010)"⁽⁶⁾.

وعلى الرغم من "وجود شبكات أخرى مفتوحة ومغلقة تهدف كلها إلى خدمة العلاقات الاجتماعية وتنمية الخبرات والصدقات... فإن لفايسبوك جاذبية غريبة أصبح مارك بفضلها سنة 2008 أحد أثرياء العالم الأربعمئة المصنفين في مجلة "فوربس" الشهيرة، بل إن ثروته تجاوزت سنة 2009 البليون دولار"⁽⁷⁾، كما "اختير مؤسس ورئيس موقع فايسبوك كرجل العام، من طرف مجلة "تايمز" "Times" الأمريكية متقدما بذلك

(1) إلهام غازي، الطفل الذي رفض مليار دولار، مرجع سبق ذكره، ص 17.

(2) المكان نفسه.

(3) Todd Kelse, Op.Cit, p 26.

(4) David Kirkpatrick, Op.Cit.p 275.

(5) Loc.Cit.

(6) أيمن عبدالله، مرجع سبق ذكره.

(7) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 04.

على جوليان أسانج (مؤسس موقع ويكيليكس)، وستيف جوبز (الذي اختارته "فاينانشيال تايمز" كرجل العام بسبب إطلاق الأيباد)، وذلك حسبما قالت مجلة "تايمز" "Times"، لأن فايسبوك غير حياتنا وكيف نتعامل مع الناس والمعلومات إلى الأبد"⁽¹⁾.

● استخدامات فايسبوك "Facebook":

لاشك أن النمو السريع لموقع "فايسبوك" والشعبية المتزايدة له لم تأت من فراغ، وإنما نتيجة ما يوفره للعضو من استخدامات متعددة، وذات أهمية بالغة، ومن بين أهم هذه الاستخدامات ما يلي⁽²⁾:

- التواصل مع الناس..التواصل مع الأصدقاء، العائلة...التواصل مع الأصدقاء القدامى، وأعضاء العائلة المنتشرين حول العالم، تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم اهتماماتك.
- متابعة نشاطات أصدقائك...
- المشاركة في الرسائل، الروابط، ألبومات الصور،...
- التدوين مع ميزة مذكرات فايسبوك.
- تنظيم الأحداث ودعوة الأصدقاء إلى حفلات، سهرات...وكل أنواع التجمعات.
- التسلية مع الأصدقاء.
- إرسال هدايا افتراضية، تهاني ميلاد، وأشياء رقمية أخرى.
- الانضمام إلى مجموعات وشبكات للتواصل مع أفراد يشتركون في الاهتمامات.
- تصبح معجب بشخص مشهور، سياسي، فرقة موسيقية...
- صفقات وتجارة أعمال في "Facebook Marketplace".
- المشاركة بملخص، إيجاد وظيفة، أو موظف.
- التعاون في مشاريع علمية في العمل أو المدرسة
- تسويق نفسك، منتجك، مؤسستك.

وتختلف وجهات النظر حول "فايسبوك" بين مؤيد ومعارض، "فمن جهة يستهوننا توظيف الفضاء الافتراضي للتبادل الثقافي والتواصل الاجتماعي وتعزيز فاعلية المشترك الإيجابية، ومن جهة أخرى نحتز

(1) عمار بكار، كيف سيكون حال «الإعلام الاجتماعي» في 2011؟، متاح على الموقع: www.tech-k.com/2010/12/27

2011/04/05، 14:13.

(2) Sherry Kinkoph Gunter, Op.Cit, p 08.

من "تسليع" المعلومات الشخصية وقد تذهب بنا الريبة إلى اعتبار هذا المنتج سلاحاً آخر من أسلحة الإمبريالية الثقافية الجديدة، وبين هذين الموقفين عديد المواقف الأخرى تدور في فلك الرفض والقبول، بينما تتزايد شعبية الموقع ويرتفع عدد مشتركيه يومياً وتتدفق في شرايينه مليارات النصوص والروابط والصور والتفاصيل في كل ساعة من ساعات النهار"⁽¹⁾.



2- موقع "ماي سبيس" "My Space":

يعتبر التعارف وتكوين العلاقات الاجتماعية وتعميقها، السمة المشتركة بين أغلب مواقع الشبكات الاجتماعية، ويعد ماي سبيس "MySpace" أحد أهم المواقع الخاصة بالتواصل (التشبيك الاجتماعي)، وهو يمكن المستخدمين من "الإلتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للالتقاء والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب"⁽²⁾، هذا الموقع أطلقه في سنة 2003 كل من "توم أندرسون وكريس دو وولف" "Tom Anderson and Chris DeWolfe" في "سنটা مونيكال" كاليفورنيا "Santa Monica California"⁽³⁾.

"يعتبر "ماي سبيس" ثاني أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية "SNS" زيارة في العالم في جويلية 2008، وفقاً لترتيب "اليكسا" Alexa من قائمة لجميع أنواع المواقع على شبكة الإنترنت.

ماي سبيس هو عبارة عن موقع ويب يهدف إلى: عقد صداقات بين الأعضاء، بحث عن أصدقاء والوصول لأصدقاء سابقين، يمكنك من عمل صفحة خاصة بك، وتحميل صور فيديو، وتحميل موسيقى، ويمكنك استقبال خدمة الموقع على التليفون المحمول، يمكنك إعداد مدونة، واستقبال رسائل بريدية على الموقع... وغيرها من الخدمات الاجتماعية"⁽⁴⁾، وهو بهذا يجمع بين "الخصائص الاجتماعية لكل من مواقع التشبيك وقدرات النشر بالمدونات"⁽⁵⁾.

(1) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 01.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(3) Carla Mooney, Op.Cit, p p, 16-18.

(4) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 30-31.

(5) Carla Mooney, Op.Cit, p p, 16-18.

"نشأ "ماي سبيس" "MySpace" في البداية كتجمع لمشجعي الفرق الموسيقية، حيث كان يستخدم للترويج لمختلف الفرق الموسيقية... وحسب وولف "Wolf" كانت الفرق الموسيقية أداة تسويقية عظيمة في البداية، يقول: "كل هؤلاء المبدعين أصبحوا سفراء لـ"ماي سبيس" باستخدامنا لهم، يجب الناس التحدث عن الموسيقى، وهكذا أقامت الفرق الموسيقية بيئة طبيعية للتواصل"⁽¹⁾.

"يملك أعضاء "ماي سبيس" "MySpace" صفحة ملف تحتوي على صورة لهم، وبعض المعلومات الشخصية، أغاني، قوائم الاهتمامات الشخصية، قوائم الأصدقاء، قوائم تعليقات الأصدقاء، بالإضافة إلى ذلك، توجد وصلات "روابط" لمعلومات في صفحات أخرى، مثل مواقع المدونات، ومقاطع فيديو، وصور"⁽²⁾. صفحات ملف "ماي سبيس" "MySpace" ذات هيئة نمطية، لكن يمكن للأعضاء تجاوز ذلك مع خلفيات الصور، وأنظمة الألوان، يمكن الاتصال بالأصدقاء إما عن طريق إرسال رسائل خاصة أو عن طريق الكتابة على مساحات أخرى للتعليقات العامة، ويمكن للأعضاء أيضا أن يبتثوا لكل أصدقائهم عن طريق مدونتهم، صور وأفلام فيديو.

وبهذا يوفر "ماي سبيس" "MySpace" للمستخدمين "مساحة شخصية، حيث يمكنهم التعبير عن أنفسهم بحرية، والتعرف على أصدقاء جدد بأسهل طريقة ممكنة، بالإضافة إلى مجانية وسهولة استخدام الخدمة، يمكن للمشارك: إضافة وظائف لصفحة الشخصية: مدونة ليحكى فيها عن حياته، ورغباته، معلومات مفيدة أو العكس، نظاما لتقاسم، ونشر مقاطع الفيديو والصور، وأخيرا منتدى لكل المجتمع. كما يقدم "ماي سبيس" "MySPACE" خدمات إضافية مثل قائمة الأحداث لمنطقة محددة، خدمة إعلانات قصيرة، دليل للمدارس... وأخيرا منصة لتقاسم الفيديو والموسيقى على الويب"⁽³⁾.

ويعتبر "ماي سبيس" "MySpace" في أحوال كثيرة "مكانا لإبراز الهوية والتعبير عن الشخصية، من خلال المظهر الخارجي للملفات، الأشخاص في قوائم الأصدقاء، ومحتوى التعليقات المكتوبة على صفحات الملف الشخصي"⁽⁴⁾، وقد يلجأ البعض لاستخدام الموقع كمنبر من أجل إبراز الذات والحصول على تقدير الآخرين "الشهرة الافتراضية" لاسيما أن أغلب مستخدميه هم من المراهقين والشباب الذين يسعون دائما إلى التعبير عن أنفسهم، أفكارهم وانفعالاتهم، ويمنح "ماي سبيس" "MySpace" المستخدمين ميزة إضافية تتمثل

(1) Carla Mooney, Op.Cit, p 18.

(2) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 267.

(3) Philippe Torloting, Op.Cit, p 21.

(4) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 269.

في "وضع الملف بصورة خاصة تسمح فقط لمن دخلوا "كأصدقاء" بمشاهدة الصفحة، ولا يتطلب ذلك سوى معرفة المعلومات الأساسية للغة HTML، التي تستخدم في بناء صفحات الإنترنت كما يقدم أيضا آلة بحث داخلية ونظام بريد الكتروني داخلي"⁽¹⁾، وقد أثبتت الدراسات اختلافا بين الأفراد في هذا المجال، حيث أكد الباحثون أن المراهقين الأصغر سنا يتجهون إلى تفضيل إظهار هويتهم، بينما يفضل المراهقون الأكبر سنا استخدام قوائم الأصدقاء لهذا الغرض.

"ظهرت شبكة "ماي سبيس" عام 2003، وظلت تتربع على عرش الشبكات الاجتماعية إلى أن خرجت منافستها الشهيرة "الفايسبوك" إلى العالمية عام 2006"⁽²⁾، وهنا تراجعت شعبية الشبكة، وفي جويلية 2005 اشترت "نيوز كوربوريشن" News Corporation "ماي سبيس" "MySpace" بـ 580 مليون دولار⁽³⁾، ولا شك أن أحد أهم القضايا التي أثرت على شعبية الشبكة هي قضية "الأمن" لأعضائها الشباب "المراهقين"،... أدى هذا القلق بـ "ماي سبيس" إلى "وضع حد عمر أدنى أربعة عشرة سنة، إلغاء ملفات الغرباء الذين تقل أعمارهم عن ستة عشر، وتمكين المستخدمين الكبار أيضا من تقييد المعلومات الشخصية الخاصة بهم للأصدقاء،..."⁽⁴⁾، وإذا كانت قضية الأمن مطروحة على كل مواقع الشبكات، فإن هذه القضية مطروحة أكثر على "ماي سبيس" نظرا لكون أغلب مشتركيه من المراهقين والشباب، وهناك من يتهم "ماي سبيس" على أنه روج لكثير من الأنشطة غير المشروعة مثل تعاطي المخدرات وشرب الكحول في أوساط المراهقين بصفة خاصة، بل هناك حديث عن أن "الموقع كان متورطا في سلسلة من الفضائح الجنسية بين بالغين وقصر"⁽⁵⁾، ورغم الإجراءات المتخذة من جانب المسؤولين عن الموقع لتأمين المستخدمين لاسيما المراهقين، ومواجهة التجاوزات والانحرافات، إلا أن قضية أمن الملفات والبيانات تبقى مطروحة ليس على "ماي سبيس" فقط ولكن على أغلب مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع الإنترنت عموما.

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(2) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 30.

(3) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 217.

(4) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit, p 270

(5) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 217.



3- موقع يوتيوب "Youtube":

"هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت...وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت 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 مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع"⁽¹⁾.

"يقوم موقع "يوتيوب" "YouTube" على فكرة مبدئية هي: "بث لنفسك" أو "ذع نفسك" يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الإنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم إنتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تم منتج الفيلم"⁽²⁾.

ويعتبر نمو يوتيوب "YouTube" واحدة من أهم التطورات النوعية لشبكات الإعلام الجديدة، وتم إنشاء يوتيوب "YouTube" بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في بنك المعلومات "بال بايل" وهم جواد كريم "Jawed Karim"، شد هري "Chad Hurley"، وستيف شان "Steve Chen".

"وقد بدأت فكرة إنشاء موقع "يوتيوب" "YouTube" في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت"⁽³⁾.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره ص 520.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 216.

(3) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 521.

وبالتالي فكروا في طريقة تمكن المستخدم من إعادة لقطات الفيديو التي يريد في الوقت الذي يريد لاسيما التي بثت في التلفزيون حول مختلف القضايا كارثة تسونامي مثلاً...، "وقرروا بناء موقع لتقاسم الفيديو...بدأ في نوفمبر 2005 وكان نجاحه فورياً، وهو يقدم الملايين من أشرطة الفيديو القصيرة للمشاهدين في جميع أنحاء العالم كل يوم، وفي ظرف عام اشترته "غوغل" "Google" مقابل 1.6 مليار دولار"⁽¹⁾، "ولديه حالياً 79 مليون مستخدم وحوالي 3 مليار مشاهد"⁽²⁾.

و"ذكرت صحيفة الـ "وول ستريت جورنال" "Wall Street Journal" الأمريكية بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت في 2007، استهلك الموقع قادراً من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000، ويتم رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة، وفي مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً، ويستخدم الموقع تقنية "الأدوبي فلاش"* لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها، وهو حالياً مزود بـ 67 موظف"⁽³⁾.

"شعبية "اليوتيوب" قادت مجلة تايمز الأمريكية إلى تسميته كاختراع العام سنة 2006، لدوره في إعطاء الفرصة لزواره مجاناً لإنتاج وعرض مواد فيلمية على الموقع الإلكتروني، وقالت مجلة "تايمز" "Times" إن اختيار الموقع الإلكتروني يعكس أهمية الدور الذي يلعبه الإنترنت في صياغة موازين القوى في الإعلام سواء عن طريق المدونات، أو صور الفيديو أو منتديات الحوار عبر الإنترنت"⁽⁴⁾.

"وقد سجل الموقع في يوليو 2008 خمسة مليارات مشاهدة لأفلام الفيديو"⁽⁵⁾، وبحسب موقع "اليكسا" "ALEXA" المتخصص في قياسات مواقع الإنترنت فإن يوتيوب "YouTube" هو حالياً (خلال 2010) ثالث

(1) Martin Lister and others, **New Media: a critical introduction**, 2rd edition, Routledge: new york, 2009, p 225.

(2) larry clavette and others, **new media and the air force**, p 12, site: www.af.mil/shared/media/document/AFD-090406-036.PDF, 24/02/2010, 20:16.

* الفلاش هو برمجية تملكها شركة "أدوبي" بعد أن كانت تملكها شركة مايكروميديا، والاسم تعدى البرمجية إلى نوع من أنواع وسمات مواقع الإنترنت ومشروعات الوسائط المتعددة، وهو يستخدم لبناء الجرافيك والصور والكارتون والكتابة المتحركة جنباً إلى جنب مع استخدام الصوتيات والفيديو وتطبيقات التفاعلية في مكان واحد. انظر عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 111-112.

(3) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 521.

(4) عباس مصطفى صادق، اليوتيوب... من كليبات الفيديو إلى البث المباشر، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 76، جانفي 2009، ص 21.

(5) اليكسا، مرجع سبق ذكره.

أكثر المواقع شعبية في العالم بعد كل من "غوغل" "Google"، و"فايسبوك" "Facebook"⁽¹⁾.

يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من الكليبات التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية، أو ما يطلق عليه الفيديو "بلوغنغ"، ويعمل "يوتيوب" وفق المنظومة التالية:

* يستطيع المستخدمون تحميل، وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.

* العثور على جماعات فيديو والإلتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء، وحفظ المقاطع المفضلة، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

* دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ"يوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل "أي بي أي"، وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.

* يستطيع المستخدمون اختيار، عرض مقاطعهم أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.

* يحتوي الموقع على المقاطع: الأحداث، والحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش، والأكثر تفضيلا، والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.

* تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا⁽²⁾.

تعد النماذج السابقة من أشهر نماذج الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الإطلاق، حيث تلاقي إقبالا جماهيريا واسعا من طرف الجماهير لاسيما الشباب، التي وجدت فيها جوا من التفاعل والتواصل، وخلقت واقعا جديدا أصبح إنتاج المعرفة فيه والتناقش حولها وتكوين العلاقات الاجتماعية يتم في فضاء افتراضي، لا تقتصر أبعاده على جوانب تكنولوجية وإنما اجتماعية وثقافية أيضا، ومن هنا فإن هذه المواقع تحمل من دون شك قيما وثقافات معينة، خاصة في ظل الانفتاح وإلغاء الحدود، وهي إشكالية نالت اهتمام الكثير من الباحثين، لا سيما علاقة هذه المواقع بانتشار قيم العولمة الثقافية خاصة عند الشباب باعتبارها الفئة الأكثر استخداما لهذه المواقع، وهو ما سنحاول التطرق له في الفصل الثاني.

(1) عباس مصطفى صادق، اليوتيوب... من كليبات الفيديو إلى البث المباشر، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(2) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 206-207.

الفصل الثاني

الشباب، الشبكات الاجتماعية

على الإنترنت، وقيم العولمة الثقافية

تعد العولمة أحد الظواهر التي استحوذت على اهتمام الباحثين والمتخصصين ووسائل الإعلام، بل وحتى الناس العاديين، حتى أصبحت ظاهرة العصر من كثرة ما يثيره المصطلح من نقاشات في الأوساط العامة بين مؤيد ومعارض، والأكيد أن العولمة تمثل موجة فكرية واسعة الانتشار، وأحد الظواهر المعقدة والمركبة بحيث لا تشمل جانبا واحدا وإنما تتعدد مجالاتها من اقتصادية إلى سياسية، اجتماعية، ثقافية، وإذا كان ظهور العولمة قد ارتبط بالمجال الاقتصادي إلا أن المجال الثقافي يعد أكثر المجالات تضررا من هذه الظاهرة نظرا للأهمية التي تحتلها الثقافة في حياة الأفراد والمجتمعات.

ويرجع العديد من الباحثين السبب الرئيسي لانتشار العولمة الثقافية على نطاق واسع إلى تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة، باعتبارها ساهمت في تذويب الحدود بين الدول والتدفق الحر للمعلومات والأفكار والعقائد والقيم، حيث أصبح التحكم في تكنولوجيات الاتصال الحديثة ووسائل الإعلام أحد أهم عوامل نشر الثقافة مما أدى إلى انتشار قيم ثقافات على حساب أخرى، لأن التدفق الحر للمعلومات سيكون في صالح الدول المتقدمة لا محال، وبهذا فقد وفدت إلينا الكثير من القيم الغربية ولاسيما قيم الولايات المتحدة الأمريكية، وبغض النظر عن طبيعة هذه القيم من حيث إيجابيتها أو سلبيتها سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لاسيما الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وانتشار هذه القيم، وذلك بالتعرف أولا على القيم الثقافية مفهومها، خصائصها وأنواعها في المبحث الأول، ثم تناولنا العولمة الثقافية مفهومها، مظاهرها، ثم علاقتها بوسائل الاتصال في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فحاولنا من خلاله الربط بين العولمة الثقافية واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال التعرف على الشباب مفهومه، خصائصه، حاجاته، ثم الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ومقترب الاستخدامات والاشباع، وأخيرا استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وأهم انعكاساتها الثقافية والاجتماعية.

المبحث الأول: مفهوم القيم، خصائصها، وأنواعها

يثور خلاف كبير بين الباحثين حول موضوع القيم، حيث تعتبر أحد أهم الموضوعات التي اهتم بها الباحثون نظرا لأهميتها البالغة لأي مجتمع، وكذا لكونها أحد المكونات الهامة والأساسية لأي ثقافة من الثقافات، سواء كانت غربية أو عربية.

ولعل الاهتمام الذي يحظى به موضوع القيم في الوقت الحالي، نابع من الوضعية التي تعيشها القيم في الوقت الراهن، والتغيرات التي طرأت عليها نتيجة العديد من الظروف والعوامل، ومن هنا سنحاول من خلال هذا المبحث إلقاء الضوء على مفهوم القيم، وخصائصها وكذا أنواعها حسب التصنيفات المختلفة.

المطلب الأول: مفهوم القيم

"تعد القيم "Values" من أهم الموضوعات التي تناولها الفلاسفة منذ القدم بصورة عامة، ولم يظهر مبحث القيم أو ما يسمى بالأكسيولوجيا* "Axiology" في صورته المعاصرة إلا خلال القرن التاسع عشر"⁽¹⁾، أين بدأ علماء الأنثروبولوجيا الحضارية وعلماء الاجتماع يضمون جهودهم إلى جهود الفلاسفة"⁽²⁾ ثم التحق بهم علماء النفس الاجتماعي.

"ومع انتهاء الحرب العالمية تفجرت طاقة الإبداع عند مستكشفي هذا العلم الجديد من أمثال "فلوريدا ألبرت" في الولايات المتحدة الأمريكية، "ويخترف ودلينج" في الاتحاد السوفياتي، ومع انتهاء العقد الثالث من القرن، وابتداء من العقد الرابع كان هذا العلم الجديد يقف على قدميه، ويبدأ خطواته الطموح نحو دراسة موضوعات بالغة التعقيد جاء في مقدمتها موضوع القيم، ومنذ ذلك الحين والدراسات النفسية الاجتماعية تتقدم وتتفرع وتتشابك حول القيم كجانب بالغ الأهمية في سلوك البشر"⁽³⁾.

ويعتبر موضوع القيم من أكثر الموضوعات غموضا وذلك لارتباطه بالفلسفة من جهة، ولكونه موضوعا مشتركا بين العديد من العلوم الأخرى (علم النفس، علم الاجتماع...) من جهة أخرى.

* يقصد بها البحث في طبيعة القيم وأصنافها ومقاييسها ومزئتها من الفلسفة.

(1) فائزة أنور شكري، القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2008، ص 19.

(2) عبد اللطيف خليفة، ارتقاء القيم، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1992، ص 07.

(3) المكان نفسه.

لقد عرف مفهوم القيمة اختلافا كبيرا بين الباحثين تبعا لاختلاف تخصص كل منهم (الفلسفة، علم الاجتماع، علم النفس...)، بل أحيانا حتى في التخصص نفسه، مما جعل من مفهوم القيمة أحد أصعب المفاهيم وأكثرها تعقيدا، وبغية الإلمام بمفهوم القيمة، سنورد تعريفاتها في كل علم على حدا الفلسفة، علم النفس، علم الاجتماع ثم في الدين وهو التصنيف الذي يتفق عليه أغلب الباحثين.

1- مفهوم القيم في الفلسفة:

حاول العديد من الفلاسفة تحديد مفهوم القيمة، فذهب "ريبو" "Rebot" إلى القول بأن قيمة الشيء هي قدرته على إثارة الرغبة، وأن القيمة تتناسب مع قوة الرغبة، جاعلا هذا التعريف شاملا لكل من القيم الاقتصادية والقيم المعنوية، ويذهب بعض المفكرين إلى القول بتعريفات أخرى للقيمة مثل "القيمة صفة الشيء الاعتبار أنه قابل للرغبة فيه، أو ما هو جدير بأن يطلب"⁽¹⁾، ويمكن أن تعرف القيم على حسب الاتجاهات الفلسفية إلى:

1-الفكر المثالي:

وهو الذي يرى أن الإنسان يستمد قيمه من عالم المثل، و"قيمة الفعل -في الفكر المثالي- تابعة لما يتضمنه من خيرية، وكلما كانت المطابقة بين الفعل والصورة الغائية للخير أكمل، كانت قيمة الفعل أكبر، وتسمى الصور الغائية المرتسمة على صفحات الذهن بالقيم المثالية"⁽²⁾.

2-الفكر الواقعي:

"ويرى الواقعيون أن القيم حقيقة موجودة في عالمنا وليست خيالا أو تصورا، وأن لكل شيء قيمة وأن الإنسان يستطيع أن يكتشف القيم باستخدام الأسلوب العلمي والخطوات العلمية، أو عن طريق الفعل، فالقيم عندهم مطلقة ولكن يمكن الحصول عليها وتقديرها عن طريق المشاهدة، ويرون أن هناك قيما غنية كافية وشاملة ممثلة للناس، وبالتالي فإن هناك مجموعة من القيم المطلقة نستطيع أن نخرج عنها أي أنها لا تقيد

(1) محمود حمدي زقزوق، مقدمة في علم الأخلاق، ط3، دار القلم: الكويت، 1983، ص 136.

(2)فايزة أنور شكري، مرجع سبق ذكره، ص 24.

الإنسان بالالتزام بها، وكل القيم بالتالي هي قيم اجتماعية تحقق للإنسان سعادة ولذة، ومنفعة، والسعادة هي الخير المرغوب فيه لذاته دون النظر لنتائجه وآثاره"⁽¹⁾.

3-الفكر البراهماتي:

"يؤمن البراهماتيون بعدم وجود قيم أخلاقية مطلقة فأحكامنا حول القيم قابلة للتغير وبالتالي فالقيم والأخلاق عندهم نسبية، حيث يرى البراهماتيون وجود قوانين قيمية يفرضها واقع طبيعي، فالقيم تقاس عندهم بنتيجتها أي ما يعود فيها بالخير على الفرد والمجتمع، ويقوم الشخص باستنباط القيم من واقع خبرته نفسه ويستخدم ذكائه وتفكيره في ذلك حيث يختار بين ما هو خير وما هو شر، وحتى لا تتذبذب الأحكام، فالقيم عندهم ذاتية لأنهم يرون ضرورة أن تعتمد على الأحكام التي تصدرها على شيء ما...وبالتالي فالقيمة ليست موضوعية. بمعنى أنها تعود لذات الشخص الذي يقيم الشيء، فالشجرة لم تكن جميلة إلا لأن الشخص رآها كذلك"⁽²⁾.

"وعلى الرغم من الاختلافات بين الفلاسفة حول مفهوم القيمة إلا أنهم يتفقون على أنها-القيمة- تطلق على كل ما هو جدير باهتمام المرء وعنايته لاعتبارات اقتصادية أو سيكولوجية أو اجتماعية أو أخلاقية أو جمالية، فالقيمة بمعناها الواسع هي ما يجعل أي شيء جديرا بأن يطلب أو يتحقق، ومن ثم يمكن القول أن القيمة هي ما يسعى إليه الفرد في الواقع على نحو أصلي"⁽³⁾.

وبهذا تعد القيم في الفلسفة بمثابة المعيار أو المقياس الذي يقيم المرء على أساسه ما يصادفه من أفكار أو أشخاص أو معلومات...أو أشياء، ويزن به حقيقة تصوراته ورغباته واهتماماته وحاجاته وأفعاله، من حيث حسننها أو قبحها، ومن حيث قيمتها أو عدم قيمتها له.

(1) مني كاشك، مرجع سبق ذكره، ص 62.

(2) المكان نفسه.

(3) جائزة أنور شكري، مرجع سبق ذكره، ص ص، 22، 23.

2- مفهوم القيم في علم الاجتماع:

"نظر علماء الاجتماع إلى القيمة باعتبارها أنماط تعاون في توجيه الفعل، فقد ذكر ج. ك. فولسوم J.K. Volsom أننا في دراسة الثقافة نهتم بالأنماط والقواعد أو المبادئ العامة للتكامل، وهذا يتضمن دائما القيم"⁽¹⁾، واعتبرها البعض وسائل مثالية للسلوك مثل: الحق، والعدل والجمال، أو الدقة، أو التعقل، أو التواضع والفخر والولاء، أو يتحدثون عنها كأهداف مثالية مثل: "الأمن، السعادة، الحرية، المساواة، والقوة والإخلاص.. الخ"⁽²⁾.

وقد ذهب العديد من علماء الاجتماع إلى اعتبار أنها -القيم- "كذلك عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالترتيب أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لها، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف"⁽³⁾، فالقيم بحسب هذا التعريف وإن كانت أحكاما إلا أنها لا تصدر إلا من خلال تراكم معرفي وتراكم في الخبرات والتجارب التي تجعل الفرد يفضل قيما دون أخرى.

ويذهب بعض علماء الاجتماع إلى وضع تعريف للقيم على اعتبار أنها "مستوى أو معيار للإلتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي"⁽⁴⁾، فالقيمة "ليست تنظيما خارجيا تفرضه سلطة ما مثل سلطة العقل أو التقليد الاجتماعي أو النظام الديني، فالقيمة نظام يلزم الوجود، ونحن نرجع إليه بأنفسنا حين نود أن نطلق على إنسان نعت خير، أو شر أو نصف سلوكا ما بصفة الصلاح أو الطلاح"⁽⁵⁾.

"فالمستوى أو المعيار يعني وجود مقياس يقيس به الشخص، وبضاهي من خلاله بين الأشياء من حيث فاعليتها ودورها في تحقيق مصالحه، وهذا المقياس الذي يقيمه الشخص يرتبط بوعيه الاجتماعي، وإدراكه

(1) حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الثقافة... دراسة في علم الاجتماع الثقافي-، مؤسسة شباب الجامعة: الإسكندرية، 2006، ص 161.

(2) المرجع نفسه، ص 162.

(3) عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة- المفاهيم والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة-، مركز دراسات الوحدة العربية: لبنان، د.س.ن،

ص 142.

(4) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(5) فائزة أنور شكري، مرجع سبق ذكره، ص 23.

للأمور، وما تؤثر فيه من مؤثرات اجتماعية اقتصادية تحيط بالشخص أو بالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، وبالجمتمع أو ما يعايشه من ظروف تاريخية واقتصادية واجتماعية"⁽¹⁾.

"أما الانتقاء: فهو عملية عقلية معرفية يقوم فيها الشخص بمضاهاة الأشياء وموازينها في ضوء المقياس الذي وضعه لنفسه، والذي تحدد بظروفه الاجتماعية والاقتصادية، وعملية الإنتقاء هذه ليست مطلقة وإنما هي مشروطة بوضع الشخص وفرصه، فكلما ارتقى الشخص في السلم الاجتماعي تعددت وتنوعت فرص انتقائه، وأما البدائل فهي مجموعة الوسائل والأهداف التي تتجه نحو مصالح الإنسان المتعددة والمتنوعة"⁽²⁾.

3- مفهوم القيم في علم النفس:

يتعامل علماء الاجتماع مع القيم الجماعية، "أما علماء النفس فيتركز اهتمامهم على دراسة قيم الفرد، ومحدداتها سواء كانت نفسية أم اجتماعية أم جسمية... الخ، فعلى حين تمثل الجماعة بؤرة اهتمام علماء الاجتماع، يمثل الفرد بؤرة ومركز الاهتمام لدى علماء النفس"⁽³⁾.

ويمكن توضيح مفهوم القيم من خلال التمييز بينه وبين غيره من المفاهيم الأخرى كالآتي:

1- القيمة والحاجة:

"تعرف الحاجة بأنها إحساس الكائن الحي بافتقاد شيء ما، وقد تكون داخلية أو خارجية وينشأ عنها بواعث معينة بافتقاد شيء ما، ترتبط بموضوع الهدف (الحافز)، وتؤدي الاستجابة لموضوع الهدف إلى خفض الحاجة، وتأخذ هذه الأهداف والحاجات شكلا متدرجا، ومرتبنا حسب الأهمية بالنسبة للفرد.

وقد اعتبر بعض العلماء من أمثال ماسلو (Maslow) أن مفهوم القيمة مكافئ لمفهوم الحاجة، كما تصور بعضهم أن للقيمة أساسا بيولوجيا يقوم على الحاجات الأساسية للفرد، إذ لا يمكن أن توجد قيمة لدى الفرد إلا إذا كانت لديه حاجة معينة يسعى إلى تحقيقها وإشباعها، فالحاجات الأساسية هي التي تحدد للفرد اختياراته ومن ثم فهي "قيم بيولوجية أولية" تتحول فيما بعد، ومع نمو الفرد إلى "قيم اجتماعية"⁽⁴⁾، "ومن جانب آخر

(1) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(2) المرجع نفسه، ص 33-34.

(3) المرجع نفسه، ص 34-35.

(4) ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، 2007، ص 24.

يفرق بعض العلماء بين الحاجة والقيمة إذ يرون أن القيم تحتوي أو تتضمن تمثيلات معرفية لحاجات الفرد أو المجتمع لذلك هي تختص بالإنسان لوحده دون سائر الكائنات، في حين توجد الحاجات لدى جميع الكائنات الحية من إنسان وحيوان⁽¹⁾.

2- القيمة والدافع:

"هناك خلط شائع لدى بعض الباحثين في استخدام هذين المفهومين والنظر إلى القيم على أنها ما هي إلا أحد الجوانب لمفهوم أشمل هو الدافعية، وقد تستخدم القيم بالتبادل مع الدافعية، فمثلا اعتبر الدافع للإنجاز بمثابة قيمة لدى "ماكلياند"، ويؤيد ذلك "ولسون" من خلال نتائج دراساته، التي أوضحت أن هناك ارتباطا مرتفعا بين الدافع للأمن وقيمة الأمن القومي (على مقياس روكيتش)⁽²⁾.

"ويرى "بنجستون" أنه عندما تؤثر القيم في سلوك الفرد، وتؤدي به إلى اختيار بديل دون آخر، فهي تعتبر كدافع، كما يتعامل "فيدر" مع القيم على أنها مرادفة أو مكافئة للدوافع، فهو يعرف القيم بأنها "بناء مترابط يتضمن الوجدان، والموقف الحالي الذي يوجد فيه الفرد، وأنها تتكون مما يراه الفرد حسنا أو سيئا، إيجابا أو سلبا"، ويرى أن ذلك يتسق مع النظرية المعرفية الدافعية⁽³⁾.

"وتصورنا للقيم كما يرى "فيدر" بأنها فئة من الدوافع لا يعني أن كل الدوافع تعتبر قيما، فأحيانا يريد الشخص شيئا ما أو يشعر بوجوب عمل معين، ولكنه لا يفعل شيئا، فالقيم لها وجهتان، إحداهما سلبية والأخرى إيجابية⁽⁴⁾.

ولقد ذهب عبد اللطيف محمد خليفة إلى التفريق بين القيمة والدافع على أساس نوع الهدف في كل منهما حيث عرف الدافع بأنه: "حالة شعورية تدفع الكائن الحي نحو هدف معين، وأنه أحد المحددات الأساسية للسلوك، يمكن المقارنة بين القيمة والدافع على أساس نوع الهدف في كل منهما، حيث أن الهدف في القيمة

(1) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 24-25.

(2) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 36.

* تدعم هذه النظرية الافتراض بأن دوافع الأفراد نحو الموضوعات أو الأنشطة في موقف معين تكون مختارة حسب رغبتهم لما هو مفضل أو غير مفضل من هذه الموضوعات أو الأنشطة، لما هو إيجابي ويجاولون الوصول إليه وما هو سلبي ويجاولون تجنبه والإبتعاد عنه. انظر المرجع نفسه، ص 37.

(3) المرجع نفسه، ص ص، 36، 37.

(4) المرجع نفسه، ص 37.

من النوع المطلق ويتسم بالوجوب فيقول الشخص مثلا: أريد أن أعمل هذا الشيء، كما يقارن بينهما على أساس أن الفرد يوجه إليه النقد إذا فشل في السعي نحو إشباع الدوافع لموضوع معين، فالدافع يتولد عنه قيمة معينة، ففي حالة عدم وجود قيمة للدافع (كالحاجة للطعام)، فإننا لا نشعر بالرغبة نحوه، ويزيد من فهمنا للفرق بين القيمة والدافع ما أشار إليه بعضهم من أن القيم ليست كالدافع أو البواعث مجرد ضغوط تعمل على توجيه السلوك في اتجاه معين، بل تعني القيم نظاما من الضغوط لتوجيه السلوك، ومن الأفكار والتصورات لتأويل هذا السلوك بإعطائه معنى وتبريرا معينا"⁽¹⁾.

وهناك من يفرق بين القيمة والدافع على "أساس أن القيمة تسبق الدافع فهي الأساس التي تتشكل في إطارها الدوافع، فالدافع يتولد عن قيمة معينة تمثل نظاما لتوجيه السلوك وإعطائه معنى وتبريرا معينا، وفي حالة عدم وجود القيمة لا يوجد الدافع، فمثلا مالذي يدفع الإنسان للأمانة ويوجهه سلوكه نحوها؟ إنها منظومة القيم الفاعلة التي توظف السلوك وتعطيه التبريرات والتصورات التي توجهه نحو سلوك قيمي محدد يتسم بالأمانة"⁽²⁾.

3- القيمة والاهتمام:

يرى الكثير من الباحثين بأن القيم "مكافئة لما نفضله أو نرغبه، ويمثل مركز اهتمامنا، وأن الرغبة والاهتمام هما خبرات للقيم، كما تعامل بعض الباحثين في الميدان مع القيمة على أنها مرادفة للإهتمام متأثرين في ذلك بمنظور كل من "ألبورت وفيرنون" "Alport, Virnon" في تعريفهما للقيم وقياسها من خلال الاهتمامات، فالقيم بالنسبة "لألبورت وفيرنون" ما هي إلا اهتمامات معينة نحو أشياء أو مواقف أو أشخاص.

فالقيمة وفق هذا المنظور ما هي إلا موضوع يسعى إليه الفرد، ويهتم به نظرا لما يمثله هذا الموضوع من قيمة بالنسبة له، فهي تعد الإطار المرجعي لتقويماتنا المختلفة، كما أنها توجه اهتمامنا وأشكال سلوكنا في المواقف المختلفة.

وفي الحقيقة فإن هذا المنظور وإن ارتكز فيه بعض الباحثين على الاهتمامات كتعبير عن القيم، أو هي القيم ذاتها، فإنهم يرون أنها تشتمل على كل المحددات الأساسية الخاصة بالتعامل مع مختلف جوانب الحياة، سواء أكانت تلك المحددات ممثلة في الاهتمامات أم الاتجاهات أم السلوك، كما أنهم يتعاملون مع القيم في إطار

(1) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 37.

(2) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 25.

هذا التعريف تارة على أنها كامنة في الأشياء، وتارة أخرى على أنها ذات هوية رمزية تملّي على الفرد نوعاً من القداسة"⁽¹⁾.

ولقد ذهب باحثون آخرون إلى التفريق بين القيمة والاهتمام، ويمكن تلخيص أوجه الاختلاف بين المفهومين فيما يأتي:⁽²⁾.

1- أن الاهتمام يعتبر مظهراً من المظاهر العديدة للقيمة فظهور اهتمامات معينة لدى الفرد إنما يكشف عن بزوغ قيم معينة ترتبط بهذه الاهتمامات.

2- أن الاهتمام مفهوم أضيق من القيمة، ويرتبط الأول غالباً بالترفضيات المهنية التي لا تستلزم الوجوب أو الإلزام، في حين ترتبط القيمة بضرب من ضروب السلوك المثالية أو غاية من الغايات، وتستلزم الوجوب.

4- القيمة والاتجاه:

"الاتجاه هو نزعة شخصية، أو استعداد نفسي يستند إلى عناصر وجدانية، بمعنى أن الاتجاهات والقيم هي دوافع مكتسبة، وقد تتعدد الاتجاهات بينما تقل القيم، وقد تتخذ شكلاً هرمياً يتسلسل وفقاً لدرجة التفضيل الاجتماعي، تلك التي تميز من فرد لآخر"⁽³⁾.

"ولا شك أن الثقافة هي في ذاتها نسق من القيم ومجموعة من الاتجاهات، وحول القيم تتجمع الاتجاهات، فالقيم هي النواة وهي الجوهر، وهي مكنم الدوافع وراء كل سلوك هادف وغرضي يتجه نحو هدف خاص له جاذبيته النفسية أو الاجتماعية"⁽⁴⁾، ويتضح أن هناك علاقة وثيقة بين القيمة والاتجاه وتداخل بينهما، ومن أبرز مظاهر الاتفاق بينهما ما يأتي:⁽⁵⁾

- تتفق القيمة والاتجاه من حيث المكونات الثلاثة المعرفية والوجدانية والسلوكية.

- ترتبط القيمة والاتجاه بالسلوك حيث يصدر عنهما سلوك إيجابي أو سلبي نحو موضوع معين.

- تتضمن القيمة والاتجاه إصدار أحكام تقييمية محددة اتجاه موضوع ما.

(1) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 38.

(2) المرجع نفسه، ص 39-40.

(3) قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، المعارف: الإسكندرية، 1984، ص 70.

(4) المرجع نفسه، ص 70-71.

(5) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 29.

ومن ناحية ثانية يظهر أن بين القيمة والاتجاه فروقا أساسية منها: (1)

- العموم والخصوص:

فمفهوم القيمة أعم وأشمل من مفهوم الاتجاه من ذلك أن القيمة لها صفات العمومية فهي تعبر عن اتجاهات مركزة أو شاملة، وتتكون من مجموعة من الاتجاهات المترابطة، فالقيمة قد تتضمن مئات الاتجاهات الفرعية، فنحن نجد عند الفرد عشرات القيم، في حين نجد عنده آلاف الاتجاهات منها: الاتجاه نحو القراءة، والاتجاه نحو المدرسة، والاتجاه نحو المعلم، والاتجاه نحو طلب العلم، والاتجاه نحو البحث والاتجاه نحو التعلم الذاتي... وغيرها. فالاتجاه هو كما يقول "بيتي" "BITTY" ورفاقه الوحدة الأساسية التي تتكون منها القيمة، وذلك يعني أن طبيعة القيم جزء من طبيعة الاتجاهات، ويعتمد وجود القيمة على تكوين عدد من الاتجاهات نحو موضوعات ذات صلة، فأى تغير في أحد الاتجاهات التي ترتبط بقيمة معينة سيؤدي إلى تغير في الاتجاهات التي تتكون منها هذه القيمة، ولذلك قلنا أن القيمة عبارة عن اتجاه مركزي.

- الغائية والوسائلية:

حيث تمثل القيمة غايات نهائية تنسم بالتحريد والرمزية في حين يمثل الاتجاه هدف وسائلي أقل تحريدا ورمزية، ومعنى ذلك أن القيمة تعد غاية في حد ذاتها يسعى إليها الفرد ويحرص عليها ويظهرها في سلوكه، في حين ترتبط الاتجاهات بمجموعة معتقدات تتعلق بموضوع معين قد يحبه الفرد أو يكرهه، فينظر إلى "الحرية" باعتبارها قيمة عندما يسعى إليها الفرد ويعدها غاية نهائية مجردة يمثّلها في سلوكه، وينظر إليها كاتجاه عندما يجب الفرد بعض مظاهرها كمحبته لتقبل وجهات نظر تختلف مع رأيه وتوجهه.

- الثبات والتغير:

فالقيم أكثر ثباتا من الاتجاهات وذلك لطبيعتها المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تعززها الموروثات الثقافية والاجتماعية، ولأهميتها في بناء شخصية الفرد وسلوكياته تجاه الكون والإنسان والحياة، فالقيم تقوم على مجموعة من المعتقدات الراسخة تتعلق بشكل من أشكال السلوك، أو غاية من الغايات التي اكتسبها الفرد خلال ما مر به من خبرات تعليمية طويلة حتى تعمقت في نفسه وأصبحت جزء من ذاته، يتحدد في إطارها سلوكه ومعرفته ووجدانه نحو حقائق الوجود الكبرى، ومن هنا فهي صعبة التغير وبطيئة الاكتساب، في حين

(1) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 29-30.

تشكل الاتجاهات لدى الفرد من خلال ما يواجهه من مواقف وهي تتغير بتغير ما يكتسبه من خبرات وما يمر به من تجارب.

بعد استعراض العلاقة بين مفهوم القيمة ومختلف المفاهيم الأخرى في علم النفس، يمكن القول أن علماء النفس عموماً ينظرون إلى القيمة على أنها: "معايير تتصل من قريب بالمستويات الخلقية التي تقدمها الجماعة، ويمتصها الفرد من بيئته الاجتماعية الخارجية، ويقوم منها موازين يبرر بها أفعاله، ويتخذها هادياً ومرشداً، وتنتشر في حياة الأفراد فتحدد لكل منهم خلانه وأصحابه وأعداءه"⁽¹⁾.

4- القيمة في الدين:

"جاءت الديانة المسيحية فأبرزت ما للتعاليم والوحي السماوي من شأن في الحكم على قيم الأشياء والأعمال، فتكبر بشعور ما يترتب عليها من ثواب، وقد أكثر الإسلام من هذا وأبرزه في صورة واضحة، وبين ما يربط الحياة الدنيا بالحياة الأخرى، ولهذا الإرتباط شأنه في تقويم الأشياء والأعمال والحكم عليها، وخطاب الله هو الفيصل في الحكم على الحسن والقبيح، وعلى المباح والمحرم، والحسن ما وافق الشرع واستوجب الثواب، والقبيح ما خالف الشرع ويترتب عليه العقاب في الآخرة، فأعمال الدنيا مقومة حسب نتيحتها في الآخرة"⁽²⁾.

ولقد جاء لفظ القيمة في مواقع عديدة في القرآن الكريم لتدل على معاني عديدة ومختلفة ومن بينها:

1- الديمومة والثبات:

"وهو ما يشير إليه أصل الفعل (قوم) لأنه يدل على القيام مقام الشيء، يقال: (ماله قيمة) إذا لم يدل على الشيء ولم يثبت عليه، ومنها قوله عز وجل: "عذاب مقيم" (الآية 45 سورة الشورى) أي دائم، وقوله: "إن المتقين في مقام أمين" (سورة الدخان) أي في مكان تدوم إقامتهم فيه"⁽³⁾.

(1) الطيب أحمد عبد الصمد الشنقيطي، الأساليب التنموية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 2007، ص 57. متاح على الموقع: www.4shared.com/get/JYyasLE، 2011/01/27، 17:35.

(2) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(3) يوسف محمد عبد الرحمان السقاف، القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 2010/2009، ص 30. متاح على الموقع: www.4shared.com/get/JYyasLE، 2011/01/27، 13:55.

2-الصالح والاستقامة:

"فالشيء القيم، له قيمة بصلاحه واستقامته، ومنه قوله عز وجل "دينا قيما ملة إبراهيم حنيفا" (سورة الأنعام: آية 161) أي مستقيما، وأورد الراغب أن الدين القيم هو الثابت القوم لأموال الناس ومعاشهم "وأمر قيم أي: مستقيم، وخلق قيم أي: حسن، ودين قيم أي: مستقيم لا زيغ فيه، وكتب قيمة أي: مستقيمة بين الحق والباطل، "وذلك دين القيمة" (سورة البينة) أراد الملة الحنيفية"⁽¹⁾.

ويعتبر عزي عبد الرحمن من الباحثين الذين يعتبرون الدين المصدر الأساسي للقيم، حيث يقول: "والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المترلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم"⁽²⁾.

من خلال التعاريف السابقة في مختلف مجالات المعرفة الفلسفة، وعلم الاجتماع،... نستنتج أن القيم تعددت وتراوحت بين الاتساع والضييق، كما أن هذه المفاهيم اختلفت بحسب كل مجال علمي وتأثرت بخصائصه، لكن الشيء المتفق بين كل التعاريف هو أن القيم هي محددات للسلوك المفضل في المجتمع، كما تمتاز باعتبارها سمة حميدة، يرغب كل فرد في بلوغها، وهي تختلف من مجتمع لآخر تبعا لاختلاف الثقافات، فهي "الجانب المعنوي في السلوك الإنساني وهي تشكل السجل العصبي للسلوك الوجداني والثقافي والاجتماعي عند الإنسان، ويمكن القول بأن القيم تشكل مضمون ثقافة أي مجتمع من المجتمعات"⁽³⁾.

(1) يوسف محمد عبد الرحمان السقاف، مرجع سبق ذكره، ص 30-31.

(2) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2005/2006، ص 144.

(3) جيهان سليم، الثقافة العربية-أسئلة التطور والمستقبل-، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2003، ص 26.

المطلب الثاني: خصائص القيم

تمثل القيم إضافة إلى التقاليد والمعتقدات والثقافة مجموع العناصر التي تمنح "للإنسان قدرة التفكير في ذاته وهي التي تجعل منه كائنا يتميز بالإنسانية المتمثلة في العقلانية والقدرة على النقد والالتزام الأخلاقي، وعن طريقها نتهدي إلى القيم ونمارس الإختيار، وهي وسيلة الإنسان للتعبير عن نفسه والتعرف على ذاته كمشروع غير مكتمل وإعادة النظر في إنجازاته والبحث دون توان في مدلولات جديدة وإبداعات وأعمال يتفوق فيها على نفسه"⁽¹⁾، ومن هنا تدرج القيم الثقافية ضمن مجموعة من القيم الأخرى التي تتميز بمجموعة من الخصائص أهمها:

1- النسبية:

نعني بنسبية القيم "أنها تختلف باختلاف الزمن والمكان والإنسان، فتقديرها وبيان أهميتها وجدواها تختلف من إنسان إلى آخر، ومن مكان إلى آخر، ومن زمان إلى زمان، وذلك لتصورات الأفراد للقيمة وارتباطاتها الزمانية والمكانية، وهي بذلك تتبع لمعتقدات الإنسان، وتصوراته كما يحددها في زمن معين ومكان معين"⁽²⁾، "فالقيم ثابتة راسخة عند معتقديها سواء من حيث مصدرها وأهميتها وجدواها وضرورة تمثلها، لأنهم اختاروها وميزوها بالعقل والفهم العميق وجعلوها معيارا لسلوكهم، أما من الناحية التنظيرية فالقيم نسبية وهي مثار جدل واختلاف بين الأشخاص والثقافات والأجيال، فما يراه جيل بأنه قيمة إيجابية قد يراه جيل آخر بأنه قيمة سلبية وهكذا، وذلك كله مرجعه إلى المعتقد والتصور الذي تتبع القيمة منه، فاختلاف التصورات يورث الرؤى للقيم الحسن منها والقبیح، والمقبول منها والمردود، بناء على قاعدة "القيم تابعة للفكر ومتولدة منه"⁽³⁾.

ولقد أشار "بارسونز" إلى أن "نسبية القيم تؤسس بدورها لمنظومة أخرى من القيم، تكون فيها المجتمعات والثقافات المختلفة أرضية خصبة لبروز قيمة دون أخرى، إذ ما يعتبر قيمة إيجابية في مجتمع ما قد يعد هو نفسه قيمة سلبية في مجتمع آخر"⁽⁴⁾.

(1) جيهان سليم، مرجع سبق ذكره، ص 27.

(2) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 37.

(3) المكان نفسه.

(4) سمير لعرج، مرجع سبق ذكره، ص 50.

ولكن القول بنسبية القيم لا يؤخذ على الإطلاق لأنه لو كانت القيم دائمة التغيير والتبديل، لتعذر استمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الاجتماعية، ومن ثم فإن أي تصور للقيم الإنسانية يتعين أن يأخذ في اعتباره كلا من السمتين للقيم وهما الإستمرار النسبي والتغير النسبي، ومنه يمكن القول أن القيم "ذات ثبات واستقرار نفسي واجتماعي نسبي، لأنها تدخل في نطاق العادات الفكرية والاجتماعية والسلوكية، لكن هذا الثبات النسبي يسمح بالتغيير والتعديل إذا أراد الفرد ذلك"⁽¹⁾، وتوفرت له مجموعة من الشروط التي تسمح بحدوث هذا التغيير.

2- القيم تجريدية:

"القيم معان مجردة تنسم بالموضوعية والإستقلالية، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معنا ذهنيا غير محسوس لكنه يتخذ قيمته من الواقع الحي الممارس، فنسمي سلوك الأب الذي يعطي أبناءه حقوقهم ويساوي بينهم عادلا، ونسمي الذي يجابي أحدهم على الآخر "غير عادل"، فقيمة العدل تمثلت في واقع وسلوك واضح ومحدد، إلا أن مفهوم العدل الكلي وطابع قيمته الكلية لا يزال قائما، فالعدل يبقى عدلا إلا أنه لا يدرك إلا من خلال الواقع الذي تمتزج فيه القيمة المجردة بعالم الأشياء"⁽²⁾.

ولكن يمكن القول "إنه لا مجال لفهمها _القيمة_ إلا في السلوك الذي يمثل الإطار الثقافي الذي يعيشه الإنسان، لكن يمكن أن يكون لها وجود ذاتي أي ماهية، لأنها موجودة في حد ذاتها، وتحدث نفعاً وصلاً للناس، فالقيم إذن معاني كلية ومطلقة، ومجردة ورغم هذا لا تكون إلا إذا تلبست بالواقع والسلوك، أي يؤمن بها الإنسان كموجه له ويحتضنها في سلوكه"⁽³⁾.

(1) حسين عبد الله حسين بانبيله، بعض القيم والأساليب التربوية المستنبطة من خطب المصطفى صلى الله عليه وسلم، مذكرة ماجستير (غير منشورة) قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 1988/1987، ص 73. متاح على الموقع:

www.4shared.com/get/stbEbq16، 2011/01/27، 40: 15.

(2) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 37.

(3) المرجع نفسه، ص 37-38.

3-القيم ذاتية شخصية:

"ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا، وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات، والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات، والأحكام، مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم.

وهي بذلك تؤثر وتتأثر بذاتية الفرد واهتماماته وميوله ورغباته وتأملاته وطبيعته وذوقه، فتفاوت الناس واختلافهم في الحكم على الأشياء إنما جاء نتيجة لاختلاف بنائهم الشخصي ولعتقداتهم حولها، فالحسن والقبح، والقبول والرفض لشيء ما يبنى على تصور الفرد لهذا الشيء واعتقاده فيه، إذ لا يوجد شيء حسن وقبيح في حد ذاته بل تصور الإنسان عنه هو الذي يعطيه هذه الصفة كما يقول أنصار الفلسفة الواقعية، فتصوراتنا للأشياء هي التي تكسبها قيمتها عندنا، ومن هنا تكتسب القيمة أهميتها لدى تمثيلها والتمسك بها من الناحية العملية"⁽¹⁾.

"وهذا يؤكد أهمية ترسيخ العقائد والتصورات الصحيحة عند بناء القيم وتشكيلها، فلا يعتمد في تلقينها على التعليم بل ينبغي أن يبنى لها أساس عقدي متين متغلغل في أعماق النفس والعقل والوجدان"⁽²⁾.

4-تعدد مصادر القيمة:

"للقيمة مصادر كثيرة ومتنوعة مثل الثقافة، مما يسمح لنا بالقول أن القيم معايير تلي رغبة الثقافة العامة التي تمثل رغبة المجتمع، وتعتبر القاسم المشترك لكل أفراد، حيث يحترمها الجميع، إضافة إلى الانفعالات التي تكونها عند الناس، كما يعتبر الدور الاجتماعي مصدرا للقيم، التي تحدد المكانة الاجتماعية وتسمح للفرد بتوظيف انطباعاته ونزعاته واختياراته، كما تنبثق القيم من المعتقدات مهما كان نوعها، وكذلك عن الظروف الاجتماعية والاقتصادية"⁽³⁾.

(1) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 35.

(2) المكان نفسه.

(3) ثريا التيجاني، مرجع سبق ذكره، ص 51.

5-القيم متدرجة:

بمعنى أن القيم "تترتب ترتيبا هرميا، إذ يحاول الفرد أن يخضع قيمه بعضها لبعض فيخضع الأقل قبولاً عند الناس للأكثر قبولاً وفقاً لترتيب خاص به"⁽¹⁾، فلكل فرد "قيم أساسية مسيطرة، لها درجة كبرى من الأهمية، وهي تأتي في قمة الهرم، كما أن لديه قيماً أخرى أقل أهمية، مما يشكل عنده نسقاً قيمياً داخلياً متدرجاً للقيم، ويظهر السلم القيمي واضحاً في مواقف الحياة وبخاصة عندما تتعارض القيم المهمة مع تلك الأقل أهمية فيعمل على الإختيار منها وإخضاع بعضها لبعض، فالصلاة وطلب العلم قيمتان يدين بهما المرء، إلا أنه قد يوجد في ظرف يحتّم عليه الإختيار بينهما، فيقدم الصلاة على طلب العلم وفقاً لترتيبه الهرمي وقد يفعل عكس ذلك"⁽²⁾.

ومنه فإن القيم "ذات أهمية نسبية تتحدد داخل ما يعرف باسم تدرج أو سلم القيم، فالقيم يكتسبها الفرد من خلال التعليم وعملية التنشئة الاجتماعية لهذه القيم والتي تدخل بعضها مع بعض في منافسة حول الأهمية النسبية، وينتج بالضرورة عن هذه المنافسة ترتيب متدرج للقيم وهو يخضع للتغير كلما استحدثت خبرات جديدة"⁽³⁾.

6-الوجوب والإلزام:

"أي أنها تتسم بخاصية الوجوب أو الإلزام التي تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي تنتمي إليه هذه القيم، وهي خاصية تختلف باختلاف نوع القيمة، فالقيم الوسيلية (أو الوسيطية) مثلاً تتميز بهذه الخاصية عن القيم الغائية، كما تتميز بها القيم الوسيلية الأخلاقية عن القيم الوسيلية التي تتعلق بالكفاءة، فالفرد يشعر بضغط كبير عليه لكي يسلك بأمانة ومسؤولية أكثر من الضغوط لأن يسلك بذكاء أو منطقية"⁽⁴⁾.

(1) حسين عبد الله حسين بانيله، مرجع سبق ذكره، ص 73.

(2) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 38.

(3) عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص 154.

(4) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

7- الانتقائية:

"فالقيم في حقيقتها عبارة عن عمليات انتقاء واختيار يقوم بها الإنسان في ميادين الحياة أو مجالاتها التي تضم اتجاهاته الأساسية، وميوله العميقة الجذور، والأشياء التي تحظى منه بالإحترام والتقدير"⁽¹⁾، حيث يختار الفرد قيمه من بين العديد من البدائل المتاحة.

8- أن القيم التي يتبناها الفرد تنتظم مع بعضها لتشكل منظومة قيمية أو نسقا قيميا، وأن هذا النسق ليس نسقا استاتيكا جامدا بل يتسم بالديناميكية، خصيصة الديناميكية تكشف عن نفسها في إمكانية تغير القيم أو توزيعها أو ترتيبها حسب أهميتها وفقا لمتغيرات متعددة.

9- إن القيم التي يتبناها الفرد تكشف عن نفسها إما من خلال التعبير اللفظي الصريح أو من خلال الأنشطة السلوكية التي تصدر عن الفرد في المواقف المختلفة⁽²⁾.

10- القيم أساسية في حياة كل إنسان سوي، فالقيم أشبه بمرشد يتحكم في النشاط الحر الإرادي، وهذه القيم تساعد كل إنسان على تنظيم معالم شخصيته الفردية الاجتماعية، كما تساعد القيم على تناسق بناء الذات.

11- القيم ذات طبيعة اجتماعية لها أثر بارز في السلوك العام والخاص، وفي تحديد العلاقات مع بعض أفراد الجماعة الكبرى التي يعيش فيها ذلك الفرد⁽³⁾.

من خلال ما ذكر من خصائص يمكن القول أن القيم "Values" تعد من المفاهيم السهلة الممتنعة، فهي سهلة بسيطة واسعة الانتشار بين عامة الناس، تستخدم لوصف ما هو مرغوب فيه، من أنماط السلوك، وهي معقدة لارتباطها بتراث فلسفي عميق يمتد إلى وجود الإنسان على سطح المعمورة، وهي تشير إلى "المبادئ الأساسية التي نعيش في ظلها، مبنية لنا ما ينبغي عمله، وما لا يجب المضي فيه في علاقتنا مع البيئة، ومع من يعيش فيها من البشر"⁽⁴⁾.

(1) عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 42.

(2) يوسف محمد عبد الرحمان السقاف، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(3) حسين عبد الله حسين بانبيله، مرجع سبق ذكره، ص 72-73.

(4) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص 220.

المطلب الثالث: أنواع القيم

"نظرا لصعوبة دراسة القيم لكثرتها وتنوعها وتشعبها، يرى الكثير من الباحثين وعلماء الاجتماع أنه من الصعب تصنيفها تصنيفا شاملا ودقيقا، وذلك حسب وجهة نظر (سورلي) "Sorly"، الذي يرى أنه من المستحيل وجود قاعدة تحدد على أساسها جميع أنواع القيم"⁽¹⁾، ولهذا فإن "مسألة التصنيف هي مسألة خلافية بمقدار ما هي مسألة أكاديمية، وهي انعكاس للخلاف حول التعريف"⁽²⁾، ومن هنا ظهرت العديد من التصنيفات في مختلف العلوم والمجالات ويمكن أن نتناول هذه التصنيفات بالاعتماد على مجموعة من المعايير التي تسهل عملية التصنيف:

المعيار الأول: محتوى القيمة⁽³⁾

من أشهر التصنيفات التي اعتمدت معيار محتوى القيمة ومضمونها، تصنيف عالم النفس الألماني "سبرانجر" "Spranger" في كتابه "أنماط الرجال"، حيث قسم الناس إلى ستة أنماط بناء على القيم التي يعتقدون بها، وقد جاء تصنيفه بناء على دراسته وملاحظته لسلوك الناس في حياتهم اليومية:

أ- القيم النظرية: وتعني الاهتمام بالمعرفة واكتشاف الحقيقة والسعي إلى التعرف على القوانين وحقائق الأشياء، وتمثل نمط العالم والفيلسوف.

ب- القيم الاقتصادية: وتتضمن الاهتمام بالمنفعة الاقتصادية والمادية والسعي إلى المال والثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج واستثمار الأموال... وهي تمثل نمط رجال الأعمال والاقتصاد.

ت- القيم الجمالية: تعبر عن الإهتمام بالجمال والشكل وبالتناسق.

ث- القيم الاجتماعية: وتتضمن الإهتمام بالناس ومحبتهم ومساعدتهم وخدمتهم، والنظر إليهم نظرة إيجابية كغايات، لا وسائل لتحقيق أهداف شخصية، وتجسم نمط الفرد الإجتماعي.

ج- القيم السياسية: تتضمن عناية الفرد بالقوة والسلطة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص والسيطرة عليها.

(1) ثريا التيجاني، مرجع سبق ذكره، ص 52.

(2) عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص 146.

(3) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 47-48.

ح-القيم الدينية: وتتضمن الإهتمام بالمعتقدات والقضايا الروحية والدينية والغيبية والبحث عن حقائق الوجود وأسرار الكون.

ولا بد من الالتفات هنا إلى أن التصنيف السابق لا يعني أن وصف الفرد بنمط قيمي معين ينفي أن تكون لديه قيم من أنماط أخرى، بل نعي أن هذا النمط من القيم غالب عليه وظاهر في سلوكه، ولذلك وسم به.

المعيار الثاني: المقصد من القيمة⁽¹⁾

تنقسم القيم باعتبار مقصدها إلى قسمين:

أ-قيم وسائلية:

وهي القيم التي تعد وسيلة لغايات أبعد، فهي ليست مقصودة لذاتها بل لتحقيق غاية أبعد منها.

ب-قيم غائية:

وهي القيم التي تكون غاية في حد ذاتها -مثل السعادة- ويصعب التمييز بين القيم الوسائلية والغائية، وذلك نظرا لتداخلها ولامتزاجها بعضها ببعض، وتبعاً للظرف والزمان الذي ينظر إليها فيه، فمثلاً تحصيل العلم في الجامعة يمكن أن يكون وسيلة لتحقيق العمل والسعادة في الحياة، ولكنه في الوقت نفسه غاية يسعى الطالب لتحقيقها في مرحلته الجامعية.

المعيار الثالث: شدة القيمة⁽²⁾

ترتبط شدة القيمة بأمرين، أولهما: درجة الإلزام التي تفرضها على الفرد، وثانيهما الجزاء أو العقوبة التي تقررها وتوقعها على من يخالف القيمة، وبمقدار درجة الإلزام والجزاء تكون شدة القيمة أو ضعفها، فمثلاً عدم الغش في الإمتحانات قيمة درجة الإلزام فيها عالية، والجزاء عليها شديد، إذن هي قيمة ذات شدة عالية، أما قيمة "مقابلة الإساءة بالإحسان" فدرجة الإلزام فيها ضعيفة، والجزاء على من لا يفعلها ضئيل، ولذلك فإن شدتها ضعيفة، وتنقسم القيم باعتبار شدتها إلى ثلاثة أنواع:

(1) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 49.

(2) المرجع نفسه، ص ص، 49-50.

أ- القيم الملزمة أو الآمرة الناهية:

وهي تتعلق بما ينبغي أن يكون، ويجب الإلتزام بها، ويكون جزءا من يخالفها شديدا، وهي غالبا ما تتعلق بالمصلحة العامة وبما تعارف عليه المجتمع من قيم وفضائل تحقق أمنه واستقراره ونموه، ومن أمثلتها القيم المتعلقة بالمعتقدات الدينية، وبعدم الإعتداء على الآخرين وإيذائهم، والالتزام بمعايير المجتمع الخلقية.

ب- القيم التفضيلية:

وهي القيم التي يفضل أن تكون، حيث يشجع الفرد على تمثلها بصورة تفضيلية غير ملزمة، ولا يكون جزءا من يخالفها شديدا أو صارما، ومن أمثلتها إكرام الضيف، والإحسان إلى الجيران، وصلة الأرحام.

ت- القيم المثالية:

وهي القيم التي يرحى أن تكون، والتي يتطلع الناس إلى تمثلها في سلوكهم ولكنهم يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم وبصورة كاملة، وهذه القيم على درجة كبيرة من الأهمية لأن أثرها يعمل على توجيه سلوك الأفراد نحو المثل العليا، ويعطي أمودجا وقدوة حسنة للآخرين ومن أمثلتها الزهد في الدنيا، والإيثار والتضحية والبذل والعطاء.

المعيار الرابع: عمومية القيمة⁽¹⁾

تنقسم تلك القيم من حيث الشبوع والانتشار إلى قسمين، قيم عامة وأخرى خاصة.

أ- القيم العامة:

وهي تلك القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن طبقاته وفئاته المختلفة، وعن أنحاء الجغرافية من ريف وحضر، ومن أمثلة ذلك أضحية العيد، وإكرام الضيف، وصلة الرحم، والتربية الحسنة، ويتوقف انتشار القيم العامة في مجتمع معين على التجانس في أحواله الاقتصادية وظروفه المعيشية، ويكون تماسك ووحدة المجتمع بقدر ما يتضمنه من القيم العامة.

ب- القيم الخاصة:

وتتمثل في القيم المتعلقة بمواقف ومناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محدودة، أو بطبقة أو جماعة خاصة كالخطبة والزواج والولادة والختان، ومراسيم الدفن...، ومن أنواع القيم الخاصة أيضا قيم المركز والدور،

(1) ثريا التيجاني، مرجع سبق ذكره، ص ص، 54-55.

وهي تلك القيم التي تتناسب مع المركز الذي يحتله الفرد، ويليق بالدور الذي يقوم به في المجتمع، فالشخص الذي يقوم بخدمة رسالة علمية كالأستاذ الجامعي أو رسالة دينية كالوعظ والإرشاد كالواعظ وإمام المسجد، كل هؤلاء يحتّم عليهم المركز الذي يحتله كل واحد منهم، والدور الذي يقوم به، أن يتمسك بقيم خاصة معينة يتبناها ويرمج سلوكه وفقا لها، كما توجد قيم خاصة بالجنس وأخرى خاصة بالسن، ومثال ذلك فقيمة تربية الأطفال خاصة بالمرأة في مجتمعتنا، وقيمة الشجاعة خاصة بالرجل في ثقافتنا.

أما القيم الخاصة بالسن فنلاحظ أن لكل مرحلة من العمر قيمها الخاصة بها، فللأطفال قيمهم الخاصة بهم، وللشباب قيمهم الخاصة بهم، وللكهول قيمهم الخاصة بهم، وللمسنين قيم خاصة، وتمر الأجيال في نموها بمراحل مختلفة، وكل مرحلة يصلون إليها يتبنون القيم المرتبطة بها، كما تعيّن الثقافة التي يتبناها المجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء الأفراد.

المعيار الخامس: وضوح القيمة⁽¹⁾

تنقسم القيم من حيث الوضوح إلى قسمين:

أ- القيم الصريحة: وهي القيم التي يصرح بها الفرد ويعلم عنها بالكلام.

ب- القيم الضمنية: وهي القيم التي يستدل عليها من خلال السلوك المنتظم الذي يصدر عن الأفراد، ولذلك تعتبر قيما حقيقية صادقة، إذ أن أفضل ما يدل على القيمة هي أثارها الظاهرة في السلوك.

المعيار السادس: دوام القيمة⁽²⁾

تنقسم القيم من ناحية دوامها إلى قسمين:

1- القيم العابرة:

وهي القيم العارضة التي لا تدوم طويلا وإنما توجد لوقت قصير مؤقت لارتباطها بحدث ما أو ظاهرة معينة تزول بزوالها، فقد تظهر قيمة معينة بين طلبة الجامعة تتعلق بموضة ما أو سلوك معين ثم سرعان ما تتلاشى وتذهب.

(1) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 51.

(2) المكان نفسه.

2-القيم الدائمة:

وهي القيم التي تدوم طويلا ويتناقلها الناس من جيل إلى جيل، وتتخذ صفة الإلزام والتقدير كالقيم الخلقية من صدق وأمانة وعدل.

المعيار السابع: طبيعة القيمة

ويقسمها الباحثون إلى قسمين:

أ -القيم المادية:

"تتمثل في القيم المتعلقة بالجوانب المادية كالمال وغيره من الملذات الحسية المختلفة، المتعلقة بشهوات الفرد وميوله، ووردت هذه القيم في القرآن الكريم من خلال قوله تعالى: "اعلموا أن الحياة الدنيا لعب ولهو وزينة وتفاخر بينكم وتكاثر في الأموال والأولاد...، وكل هذه القيم المادية ضرورية لنا ولا يمكننا الإستغناء عنها، لكن يجب أن يكون تحقيقها باعتدال ووسطية وإلا كانت سببا في الفوضى والفساد"⁽¹⁾.

ب -القيم الروحية:

"وتعني القيم المتعلقة بالأمور المعنوية الاجتماعية كالشرف والطاعة والمحبة والصدقة والتعاون والوطنية والإيثار، وغيرها من القيم التي تحث عليها التربية والأخلاق. وكذلك القيم المنبثقة من الأديان وسائر النظم الإنسانية الأخرى كالعدل والعفة والسلام والصبر...وتكون أكثر دواما، وكلما كانت القيم مستقلة عن الأحوال المادية كلما كانت أطول بقاء، ويقصد بالدوام هنا الدوام النسبي وطول فترة البقاء مقارنة بالقيم المادية، لأنها ترتبط بضبط النفس والتضحية بها في سبيل مصلحة المجتمع، وبذلك تتميز القيم الروحية باتجاهها نحو مصلحة الجماعة وسعادتها ورفاهيتها، وذلك خلافا للقيم المادية التي تتسم بالانسياق نحو الأنانية"⁽²⁾.

وبالتالي لا يمكن حصر أنواع القيم في عدد معين، لأنها تختلف بحسب المعيار الذي تصنف حسبه، كما أنها تختلف باختلاف المحددات الثقافية لكل دولة، ومن هنا فإن الوصول إلى تصنيف واحد جامع لكل أنواع القيم يعد أمرا غاية في الصعوبة.

(1) ثريا التيجاني، مرجع سبق ذكره، ص 57.

(2) المكان نفسه.

المبحث الثاني: ماهية العولمة الثقافية

لا شك أن مفهوم العولمة يعد من أكثر المفاهيم شيوعاً، وقد جاءت نتيجة لإلغاء الحدود بين الدول وتقريب المسافات، مما نتج عنه توحيد العالم على مختلف المستويات فظهرت عولمة السياسة، وعولمة الاقتصاد، وعولمة الثقافة، هذه الأخيرة التي أثارت اهتمام الكثير من الباحثين نظراً لأهمية الثقافة باعتبارها أحد المكونات الأساسية للأفراد والمجتمعات، وعاملاً حاسماً في تكوين التركيبة النفسية والاجتماعية لهم، حيث تسعى عولمة الثقافة إلى توحيد القيم الثقافية السائدة في العالم، من خلال تشجيع التبادل بين الثقافات، ومن هنا سنحاول من خلال هذا المبحث إلقاء الضوء على مفهوم العولمة الثقافية، وكذا أهم مظاهرها، والعلاقة بين وسائل الاتصال والعولمة الثقافية.

المطلب الأول: مفهوم العولمة الثقافية

لقد أثار مصطلح العولمة الكثير من الجدل بين الباحثين حول مفهومها، بين مؤيد ومعارض، مما أحدث انقساماً كبيراً بينهم، حيث "لم يتفق الباحثون على تعريف جامع أو محدد لظاهرة العولمة، ولكنهم اتفقوا على أن الغموض والإبهام ما يزالان يكتنفان الظاهرة، ولذلك استمرت إشكالية تحديد المفهوم، ونتيجة لذلك ظهرت العديد من التعريفات، بعضها اتسم بالتركيز على بعد واحد، وبعضها نظر إلى العولمة على أنها عملية متعددة الأبعاد"⁽¹⁾، بعضها اعتبرها إيجابية والآخر سلبية...

1- لغة:

العولمة لغة "تعميم الشيء وتوسيع دائرته، ليشمل العالم كله، ويتصل بها فعل "عولم" على صيغة "فوعل"، وهي من أبنية الموازين الصرفية العربية، وهي صيغة تفيد وجود فاعل يفعل تماماً"⁽²⁾.

والعولمة في الإنجليزية "هي الترجمة الحرفية لكلمة "Globalization" وهذه الكلمة تعني إعطاء الشيء صفة العالمية والخروج من نطاق المحلية والإقليمية"⁽³⁾.

(1) محمد حسن البرغثي، الثقافة العربية والعولمة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر: بيروت، 2007، ص 59.

(2) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 380.

(3) محمد سيد فهمي، العولمة والشباب - من منظور اجتماعي-، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر: الإسكندرية، 2007، ص 17.

لقد برز اتجاهان أساسيان في تناول مفهوم العولمة، مؤيد يرى في الظاهرة حلا لكل المشاكل، واتجاه معارض يرى أنها قضاء على خصوصيات الدول الأخرى لاسيما النامية، ومن هنا فقد تأثرت تعريفات الباحثين للظاهرة باتجاهاتهم نحوها، حيث عرفها "رولاند روبرتسون" "Roland Robertson" على أنها: "اتجاه تاريخي نحو انكماش العالم"⁽¹⁾، بل يذهب إلى أبعد من ذلك عندما يقول: "إن العولمة لا تعني مجرد الانكماش الموضوعي للعالم، وإنما الوعي بهذا الإنكماش الذي حدث على صعيدي الزمان والمكان، أي باعتباره مكانا واحدا، وزيادة الوعي الحضاري والاجتماعي والإقليمي والفردى في العالم"⁽²⁾، وبهذا يتحول العالم إلى وحدة واحدة متجانسة على كل الأصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ويذهب "جورج لودج" "George Lodge" إلى اعتبار العولمة "العملية التي من خلالها تصبح شعوب العالم متصلة ببعضها في كل أوجه حياتها ثقافيا واقتصاديا وسياسيا وتقنيا"⁽³⁾، ولا يتأتى هذا الاتصال بطبيعة الحال دون إلغاء الحواجز الجغرافية بين الدول فتتصهر في الأخير في شكل وحدة متجانسة على كافة الأصعدة وفي مختلف المجالات، ولعل أهمها المجال الثقافي حيث ذهب "جون توملنسون" "John Tomlinson" للتدليل على العلاقة القوية بين العولمة والثقافة في قوله: "إن العولمة ترتبط بقلب الثقافة الحديثة كما ترتبط الممارسة الثقافية بقلب العولمة"⁽⁴⁾.

وتوحي لفظة العولمة في المجال الثقافي بأن "هناك خصائص ثقافية مشتركة، ذات طابع عالمي وهي خصائص متحررة من سيادة ثقافة بعينها، وتصلح للأخذ بها من طرف مجتمعات متباينة"⁽⁵⁾، وسار "مالكوم واترز" "Malcom Waters" على نفس النهج عندما عرف العولمة بأنها: "كل المستجدات التي تسعى بقصد أو بدون قصد إلى دمج سكان العالم في مجتمع عالمي واحد"⁽⁶⁾، وهي بهذا "تشير إلى بروز وعي، وإدراك مفاهيم وقناعات ورموز وسائط ثقافية عالمية الطابع"⁽⁷⁾.

(1) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 18.

(2) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 380.

(3) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2007، ص 49.

(4) عبد القادر تومي، العولمة (فلسفتها، مظاهرها، تأثيراتها)، كنوز الحكمة: الجزائر، 2009، ص 134.

(5) المكان نفسه.

(6) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

(7) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 23.

ويربط كثير من الباحثين بين ظاهرة العولمة الثقافية والتطور على مستوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مثل تعريف "أكبر أحمد" و"هستنجر دونان" على أنها "تشير أساسا إلى التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصالات والمواصلات والمعلومات، والتي قربت أقاصي أصقاع العالم حتى أصبحت قريبة في المتناول"⁽¹⁾، وبهذا فهما يربطان بين التنامي الكبير لتكنولوجيا الاتصال و بروز ظاهرة العولمة، باعتبار أن التطور الكبير للتكنولوجيا ساهم في إلغاء الحدود وتقليص المسافات، ولكن هناك من الباحثين من انتقد هذه الفكرة على اعتبار أن العولمة كظاهرة هي قديمة بل إنها وجدت حتى قبل وجود التكنولوجيات الحديثة للاتصال، ولكن هذه الأخيرة ساهمت في تعميقها وليس في وجودها.

ومن الباحثين العرب نجد "د.عدنان" يعرفها على أنها "ظاهرة الإنتماء العالمي، وهي تعبير مختصر عن مفاهيم عدة فهي تشمل: الخروج عن الحدود الإقليمية، والعنصرية، والطائفية، وغيرها إلى الإنتماء العالمي الأعم"⁽²⁾، معتبرا بذلك العولمة ذلك العالم الواسع بعيدا عن كل أشكال الحدود الإقليمية والطائفية والعرقية، بل هي الاندماج ضمن فكر الثقافة العالمية الموحدة، وفي نفس الإطار يرى "إبراهيم غليون" أن العولمة الثقافية هي: "الدخول بسبب تطور الثورة المعلوماتية والتقنية والاقتصادية معا، مرحلة من التطور الحضاري يصبح فيه مصير الإنسانية موحدا أو نازعا للتوحد، ويستدرك على معنى الوحدة المقصودة هنا، فيرى أنها لا تعني التجانس والتساوي بين جميع أجزاء العالم والمجتمع البشري، ولا تعني درجة عالية من التفاعل بين مناطق ومجتمعات بشرية مختلفة ومتباينة وبالتالي ازدياد التأثير المتبادلين"⁽³⁾.

ويرى بعض الباحثين أن "العولمة الثقافية تشير إلى عالم بلا حدود ثقافية حيث تنتقل الأفكار والمعلومات والأخبار والاتجاهات القيمية والسلوكية بحرية كاملة على الصعيد العالمي، وبأقل قدر من التدخل من قبل الدول وذلك بسبب التقدم الهائل في وسائل ووسائط نقل المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات"⁽⁴⁾.

وبالتالي فإن "العولمة الثقافية القائمة على التبادل الحر والمتوازن للأفكار والمفاهيم والثقافات، هي التي تحقق التقارب الإنساني بين المجتمعات والشعوب ولكن إذا كان هناك اختلال في تدفق الأفكار والثقافات لصالح ثقافة معينة فلن يكون هناك تكافؤ ولا تبادل حر بسبب عوامل خارجة عن الثقافة قد تؤدي إلى إضرار بالثقافة

(1) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

(2) حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلمانية والعولمة-من منظور علم الاجتماع-، مركز الإسكندرية للكتاب: الإسكندرية، 2007، ص 19.

(3) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 23.

(4) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 23.

الخليّة"⁽¹⁾، ومن هنا فإن "السعي من أجل تقارب الحضارات وانفتاحها على بعضها البعض ومحاولة تعزيز الهوية الوطنية، وربما محاولة خلق عالم بلا حدود ثقافية هو مجرد وجه واحد من الوجوه العديدة للعولمة الثقافية، ذلك أنه بقدر ما يسعى التوجه العام نحو تقارب الثقافات وانفتاحها، فإن العولمة الثقافية يمكن لها أن تتوجه نحو صراع الحضارات، ونحو الهيمنة الثقافية لثقافة واحدة على سائر الثقافات، ونحو نشر الثقافة الاستهلاكية وجعلها الثقافة الأكثر رواجاً على الصعيد العالمي، فالعولمة الثقافية التي تمهد الطريق جلياً لترابط المناطق الثقافية بإمكانها أيضاً أن ترسخ انقسام العالم إلى مناطق حضارية مغلقة، وتزداد انغلاقاً، وتستعد لمواجهة بعضها البعض"⁽²⁾، بما يؤدي في الأخير إلى سيادة ثقافات الدول القوية "والإنتشار السريع والفعال لأنماط القيم الغربية في الفن والملبس والمأكل والتسلية التي تحمل رؤية محددة للعالم تختلف اختلافاً جذرياً من جوانب متعددة مع رؤية المجتمعات غير الغربية والتي أصبحت ترى شباهاً بوجه خاص يتبنون تلك الرؤية الغربية عن غير وعي"⁽³⁾.

ومن هنا فقد برز اتجاه آخر في تعريف العولمة الثقافية يرى أنها "تشكل تحدياً قوياً للثقافات، فهي انقلاب كوني يستهدف القيم والمفاهيم، وطرق التفكير وهي بذلك قوة اختراق قد تقضي على التنوع الثقافي والحضاري الذي أنتجه التطور البشري"⁽⁴⁾، بما يؤدي إلى خلق ثقافة واحدة ذات بعد عالمي، وقد ذهب "مارتن وولف" "Martin Wolf" إلى أبعد من ذلك عندما عرف العولمة الثقافية على أنها: "عملية غسل حقيقية للعقول وهو ما يقصد به أنها عملية لحو الخصوصيات والذاكرة الجماعية والفردية والعمل على استلاب التاريخ وتفريغها من مضمونها الإنساني العميق...، كما أننا نعيش عالماً مفتوحاً لا حواجز فيه، ولا قيود عليه...تنظمه وتشكل آلياته قوانين النظام الدولي الجديد"⁽⁵⁾، التي تتحكم فيها الولايات المتحدة الأمريكية، ولعل هذا ما دفع بـ"فريدمان" إلى القول: "العولمة من الناحية الثقافية هي إلى حد بعيد ولكن ليس بصورة شاملة إنتاج للأمركة، بدءاً من "البيج ماك والاي ماك" وانتهاءً بـ"ميكسي ماوس" على نطاق يشمل العالم"⁽⁶⁾ وكلها منتجات تحمل في ثناياها قيم الثقافة الأمريكية، بما يجسد في الأخير سيطرة أمريكا على العالم ثقافياً، وفي نفس

(1) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 111.

(2) رحيمة الطيب عيسائي، مرجع سبق ذكره، ص 48.

(3) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 23-24.

(4) محمد حسن البرغثي، مرجع سبق ذكره، ص 110.

(5) جمال محمد أبو شنب، الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007، ص 43.

(6) محمد حسن البرغثي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

الإطار يقول "العولمة تعني بالضرورة الأمركة إذا فهمنا من الأمركة أرجحية المساهمة الثقافية في الإنتاج الثقافي، الذي يملأ - وسوف يملأ- الفضاء العالمي الجديد الذي أنشأته ثورة المعلومات"⁽¹⁾، ويواصل بالقول "إن الأمركة ليست ثمرة العولمة وإنما هي أحد أركانها، لكنه يرى أيضا أن إبراز مخاطر الهيمنة الأمريكية التي تنطوي عليها العولمة، لا يكون من أجل تبرير رفضها أو الخروج منها لأن مقاومة هذه الهيمنة لا تتحقق من خلال الرفض الإيديولوجي للعولمة"⁽²⁾، هذه الأخيرة التي فرضت نفسها بقوة، وأصبحت ظاهرة كونية لا يمكن لأي دولة تجنب تأثيراتها، أو عزل نفسها عنها وهي موجودة بقوة وتصل تأثيراتها إلى كل شعوب العالم والحل لا يكمن في الهرب من العولمة وإنما في التخلص من الهيمنة الأمريكية.

ويرى بعض الباحثين أن "العولمة الثقافية ليست بنفس القدر من الاكتمال، والعالم بعيد كل البعد من أن يكون معولما عولمة ثقافية، كذلك فإنه إذا كانت العولمة الاقتصادية والتجارية والمالية والتي تسارعت خلال عقدي السبعينات والثمانينات، فإن العولمة الثقافية هي في المقابل ظاهرة جديدة وتمر بمراحلها التأسيسية الأولى، ولم تبرز كحقيقة حياتية إلا خلال عقد التسعينات"⁽³⁾، "والعالم ليس موحدًا ثقافيًا كما هو موحد تجاريًا وماليًا، كما أنه لا وجود لنظام ثقافي عالمي كما يوجد نظام اقتصادي عالمي"⁽⁴⁾، فهي "لم تعمل على تغييب الثقافة الوطنية، لأنها تعمل على تخفيض الثقافات الوطنية إلى مستوى الثقافات الشعبية"⁽⁵⁾، "حيث أن الخصوصيات المحلية قد أعيد تكوينها فأصبحت لا معنى لها إلا من خلال فهم علاقاتها بهذه الثقافة المعولمة الحاكمة"⁽⁶⁾.

ومنه يمكن القول أن عملية وضع تعريف لظاهرة العولمة الثقافية يعد عملية غاية في الصعوبة، فهي أحد أكثر الظواهر تعقيدًا، كما أنها تتميز بسرعة تطورها، وكثرة تنوعها وتعدد مجالاتها، فهي وإن كانت تعبر في ظاهرها عن حرية التبادل بين الثقافات، إلا أن التبادل يجب أن يكون بين أقطاب متكافئة القوى، لأن التبادل بين قوى غير متكافئة، سيجعله يأخذ مفهوم الهيمنة، مما سيكون له أضراره على الدول الضعيفة، حيث تفقد "القدرة على الاستمرار، وتصاب بحالة من التفكك، وفي هذه الحالة ليس هناك معنى لمفهوم التبادل

(1) محمد حسن البرغثي، مرجع سبق ذكره، ص 70.

(2) جمال محمد أبو شنب، مرجع سبق ذكره، ص 272.

(3) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 105.

(4) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 47.

(5) جمال محمد أبو شنب، مرجع سبق ذكره، ص 272.

(6) مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع: عمان، 2002، ص 44.

الثقافي"⁽¹⁾، لأنه سيؤدي في الأخير إلى القضاء على التنوع الثقافي الذي يسود العالم، حيث أن سيطرة ثقافة من الثقافات على العالم في ظل التفاوت الموجود في الإمكانيات الإعلامية والتكنولوجية سيؤدي بالضرورة إلى اندثار غيرها، لاسيما في ظل الاختلاف في القيم بين هذه الثقافات والثقافة المسيطرة.

المطلب الثاني: مظاهر العولمة الثقافية

"هناك إقرار بأن العولمة ظاهرة يلفها الغموض، وهناك اجتهادات مختلفة للوصول إلى تعريف دقيق، حيث أن الظاهرة في حالة (سيولة) وتمر بمرحلة تطور ولم تصل بعد إلى مرحلة التبلور في صيغتها الكاملة"⁽²⁾، إلا أنه وعلى الرغم من ذلك فإن تجلياتها ومظاهرها قد برزت في مختلف المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، ويمكن إجمال أهم مظاهر العولمة الثقافية فيما يلي:

1- التمكين للترعة المادية على حساب الترعة الروحية:

"حيث يولي الإنسان -في عصر العولمة- وجهه شطر الماديات ويعرض وينأى بجانبه عن الاعتبارات القيمة وذلك على اعتبار أن القيم هي التي تضيء على الإنسان ذاتيته، وتميزه في مواجهة غيره من البشر، وهي بذلك التي تشكل مجالاً للاختلاف والتمايز الفكري والثقافي بين المجتمعات، ومن ثم فهي التي تمثل عائقاً يعترض سياسات العولمة، ومن هذا المنطلق فقد كان من المنطقي أن تتجه آليات العولمة الثقافية (كالسينما العالمية والقنوات الفضائية الموجهة) إلى ما يمكن تسميته بالتسطيح الثقافي أو التجهيل. بمعنى التركيز على مواد الترفيه الخالية من أي مضمون قيمى أو معنوي...، ومن هنا نجد أن متلقي مثل هذه النوعية من المواد الثقافية لا يأخذها مأخذ الجد وإنما يتعامل معها باعتبارها مادة للتسلية أو مضيفة للوقت، قد تحقق له متعة آنية أو سعادة لحظية عابرة، غير أنها لا تخلف وراءها أي أثر تثقيفي حقيقي"⁽³⁾.

(1) محمد حسن البرغثي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

(2) المرجع نفسه، ص 83.

(3) ممدوح محمد منصور، العولمة دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد، دار المعرفة الجامعية للنشر: الإسكندرية، 2000، ص ص، 83-84.

2- محور الخصوصية الثقافية والترويج لفكرة الثقافة العالمية:

"إذا كان هدف العولمة هو إزالة الحدود الفاصلة بين المجتمعات والقضاء على فكرة المحلية أو الأقلية فإنه من الطبيعي أن يكون هدفها -على الصعيد الثقافي- هو محو الهوية الثقافية لمجتمعات الأطراف وطمسها، فالهوية الثقافية لأي مجتمع إنما تتمثل أساساً في ذلك الشعور بالانتماء والولاء لنسق قيمي معين، ومن ثم فهي التي ترسم حدود التميز الثقافي بين الأنا والآخر"⁽¹⁾.

وتعتبر "الخصوصيات الثقافية هي رمز للهوية الذاتية، والمشكلة هي الاتجاه لصياغة ثقافة عالمية في ظل العولمة لها قيمها ومعاييرها، والغرض منها ضبط سلوك الدول والشعوب، ولأن الدعوة إلى العولمة قد ظهرت في الولايات المتحدة، فإن هذا يفترض أنها تعني الدعوة إلى تبني النموذج الأمريكي في الاقتصاد والسياسة وفي طريقة الحياة بشكل عام"⁽²⁾.

"والحق أنه لا مجال البتة لإنكار وجود مشترك ثقافي إنساني عالمي بين البشر كافة، غير أن ذلك لا ينفي أن ثمة خصوصية ثقافية لكل مجتمع يتعين على أبنائه الحفاظ عليها والاستمسك بها باعتبارها جزءاً من كيانهم الإنساني ومقوماً من مقومات ذاتيتهم"⁽³⁾، وفي هذا الإطار يقول أحد الكتاب: "إن الأمة العاجزة عن المحافظة عن جوهر كينونتها، وروحها الحضاري والدفاع عن خصوصيتها أي القابلة للذوبان في أي محلول حضاري غريب عنها ليست جديرة بالبقاء، ولن تجد من يأسف عنها"⁽⁴⁾.

وفي إطار السعي للترويج لفكرة الثقافة العالمية الواحدة، استغل الغرب وسائل الاتصال والتطور الذي وصلت إليه بهدف السيطرة على العالم ثقافياً، والوصول إلى فكرة الثقافة العالمية الموحدة، وهي الثقافة التي ظهرت وأخذت توطن حضورها بعد ضمور الثقافة المكتوبة أمام هجمة ثقافة الصورة التي استطاعت أن تحطم الحواجز اللغوية بين المجتمعات الإنسانية نتيجة لتطور الثقافة التي ساعدت على انتشار منظومة الاتصال الحديثة خارج البلدان التي أنتجتها وتشكلت في ضوئها إمبراطوريات إعلامية مهمتها تصدير ثقافة الصورة بالنظام السمعي البصري"⁽⁵⁾، "فإذا كانت فعالية الكلمة مرهونة بسعة الاطلاع اللغوي للمتلقين فإن الصورة قادرة

(1) ممدوح محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص 85.

(2) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 118.

(3) ممدوح محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص 85.

(4) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 140.

(5) عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص 289.

على تحطيم الحاجز اللغوي، تماما مثلما أفلحت العولمة الاقتصادية في تحطيم الحواجز الإقليمية... وهكذا يتضح أن سياسات العولمة الثقافية تستهدف أولا سلب الوعي من خلال تحطيم الهويات الثقافية المحلية، ثم السيطرة على الإدراك بوسائله وآلياته وفنونه، تمهيدا لغرس المحتوى الثقافي الذي يستهدف الداعون إلى العولمة بثه أو ترويجه"⁽¹⁾.

3- التمكين لسيادة القيم الغربية والأمريكية ولنمط الحياة الأمريكي:

"بمعنى أن القوة الاقتصادية والعسكرية، والسياسة المتزامنة مع قوة الثقافة الغربية والمسببة لها، تزيد من جاذبيتها بالنسبة للغير"⁽²⁾، حيث أن "من أبرز السمات لعصر العولمة، هيمنة الثقافة الغربية بوجه عام والثقافة الأمريكية، بل ونمط الحياة الأمريكي ذاته على الثقافة الإنسانية ككل"⁽³⁾، وهذا ما تجسد من خلال تصريحات بعض المسؤولين الأمريكيين، مثل تصريح الرئيس جورج بوش الذي قال: "إن القرن القادم سوف يشهد انتشار القيم الأمريكية وأنماط العيش والسلوك الأمريكي"⁽⁴⁾.

وحول أسباب تسيد المنتج الأمريكي في العالم، يقول "مايكل ايزنر" "Michael Eisner" عملاق صناعة الأفلام ورئيس مجلس إدارة شركة والت ديزني: "إن وسائل التسلية الأمريكية تتميز بالتنوع بشكل يتلاءم مع الإمكانيات والخيارات وطرق التعبير الفردية، الأمر الذي يرغبه الأفراد في كل مكان"، أما بنجامين ل. باربر "Benjamin R. Barber" مدير مركز والت وايتمان "Walt Whiteman Centre" في جامعة روتغرز "Rutgers University" في ولاية نيوجيرسي فيرى أن سبب استعمار "والت ديزني" للثقافة العالمية يكمن في ظاهرة "المنافسة بين الشاق والسهل، بين البطيء والسريع، بين المعقد والبسيط. فكل أول من هذه الأزواج يرتبط بنتاج ثقافي يدعو إلى الإعجاب والإكبار، أما كل ثان من هذه الأزواج فإنه يتلاءم مع لهونا وتعبنا وحمولنا، إن ديزني وماكدونالدز وMTV تروج لما هو سهل وسريع وبسيط"⁽⁵⁾.

(1) ممدوح محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص 85-86.

(2) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 118.

(3) ممدوح محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص 86.

(4) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 149.

(5) عمر مصطفى محمد سمحة، العولمة الثقافية والثقافة السياسية العربية: برامج الإصلاح الديمقراطي والثقافة السياسية التشاركية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التخطيط والتنمية السياسية: جامعة النجاح الوطنية (فلسطين)، 2005، ص 40.

ولعل مرد تلك الهيمنة إلى العوامل التالية⁽¹⁾:

أ- سيطرة الدول الغربية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية أيضا، على تكنولوجيا الإعلام والاتصال ونقل المعلومات بمختلف صورها وأدواتها.

ب- هيمنة هذه الدول على عمليات إنتاج المادة الإعلامية والثقافية والإعلانية وكذا على كافة عمليات تدفق الأفكار والمعلومات عبر العالم (إمبراطورية "روبرت مردوخ") على سبيل المثال أو على صناعة السينما العالمية (استوديوهات هوليوود)، وعلى عالم الكمبيوتر (إمبراطورية بيل جيتس)، وعلى شركات البث الفضائي التلفزيوني (شركة ديزني)، وكذا وكالات الأنباء العالمية الكبرى التي تتحكم في التدفق الإخباري العالمي (يونيتد برس، اسوشيتد برس).

ت- هيمنة شركات الإعلان الأمريكية على عمليات التسويق العالمي، مما أدى إلى سيطرتها على أساليب الدعاية والإعلان ومن ثم قدرتها على تشكيل أذواق واتجاهات ورغبات المستهلكين أو المتلقين.

ث- أن الولايات المتحدة الأمريكية هي بلد المهاجرين، ومن ثم فهي مكونة من خليط من الجماعات العرقية المتباينة سلاليا ودينيا وثقافيا ومن ثم فليس لها طابع ثقافي أو هوية ثقافية مميزة، فضلا عن افتقارها إلى هوية تاريخية أو حضارية عميقة الجذور وقد كان من شأن ذلك التنوع الثقافي الذي اتسمت به الثقافة الأمريكية أن أصبحت أكثر قبولا لدى شعوب العالم المختلفة التي قد تجد فيها بعضا من ملامح ثقافتها أو طرفا من جوانب شخصيتها.

ج- أن قوة الإقتصاد الأمريكي وتمتع الولايات المتحدة الأمريكية بالوفرة الإقتصادية قد أتاحت فائضا اقتصاديا قابلا للتوجيه إلى ميدان الإنتاج الثقافي، كما أن سعة السوق الأمريكية وارتفاع مستويات معيشة الإنسان الأمريكي قد هيا لأزدهار صناعة الثقافة في الولايات المتحدة الأمريكية (كالسينما، والنشر والموسيقى والتلفزيون) مقارنة بغيرها من الدول. بما فيها الدول الأوروبية ذاتها.

ح- أن المؤسسات التعليمية والبحثية الجامعية الأمريكية قد حققت شهرة طاعية ومكانة مرموقة، من خلال نجاحاتها البارزة في مجالات الإبداع والتطوير العلمي والتكنولوجي، مما جعلها قبلة النخب المثقفة في جميع دول العالم. مما ينطوي عليه ذلك من تزايد درجة التأثير بالمجتمع الأمريكي وثقافته، وبأسلوب معيشتته.

(1) مدوح محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص 86-87.

خ- أن اللغة الإنجليزية- بل واللهجة الأمريكية بالذات- باتت تشكل لغة عالمية "Globale language" منذ نهاية الحرب العالمية الثانية" ح ع 2، مما هيا المجال أمام الثقافة الأمريكية للذيع والانتشار لعدم وجود عائق اللغة كوسيط للتفاعل.

د- أن انتصار المعسكر الليبرالي بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية قد جعلها محط إعجاب العديد من أبناء دول الجنوب باعتبارها تعتبر تجسيدا للنموذج الأمثل للتنظيم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي مما جعل القيم الأمريكية تلقى قبولا عبر أرجاء المعمورة.

ومن هذا المنطلق فقد وضعت الولايات المتحدة الأمريكية ذاتها، ومن خلفها دول العالم الغربي في كفة، بينما وضعت بقية دول العالم الأخرى مجتمعة في كفة أخرى أخذنا بمقولة الغرب في (مواجهة الآخرين)، ففتحت بذلك المجال أمام فكرة صدام الحضارات... ومن هذا المنطلق باتت الولايات المتحدة الأمريكية عازمة على فرض قيمها ورؤاها على العالم، ومقتنعة بأن بقية دول العالم يتعين عليها الأخذ بالنموذج الأمريكي باعتباره النموذج الأمثل.

4-العولمة اللغوية:

"يقصد بالعولمة اللغوية الإنتشار العالمي للغة ما وهيمنتها على غيرها من اللغات، إن اللغة باعتبارها وسيلة اتصال البشر بعضهم ببعض، أصبحت أهميتها في عصر العولمة أكثر مما كانت عليه فهي من أهم الأركان التي تتأسس عليها الثقافات، والإعتزاز باللغة ليس وليد الاعتزاز بذات اللغة، وإنما اعتزاز بالثقافة التي تمثلها هذه اللغة، ومن هنا كانت الدعوة لاعتبار اللغة مقوما أساسيا من مقومات الأمة كما هي عند الألمان"⁽¹⁾.

ويتجسد هذا فعليا على أرض الواقع حيث نلاحظ أن اللغات المسيطرة والمنتشرة عبر العالم هي لغات الدول المتقدمة سياسيا واقتصاديا ولاسيما تكنولوجيا، وتعتبر اللغة الإنجليزية هي اللغة المسيطرة في العالم، ما أدى إلى انتشار الثقافة الأمريكية على نطاق واسع، ليس على حساب الثقافات العربية والإسلامية فحسب بل وحتى على حساب ثقافات الدول الأوروبية غير الناطقة بالإنجليزية، "حيث أن فرنسا عبرت عن رفضها لهيمنة الثقافة الأمريكية، واتخذت قرارات وإجراءات للحفاظ على لغتها وثقافتها في مواجهة هذه الموجة"⁽²⁾، وكل هذا ينذر بخاطر هيمنة اللغة الإنجليزية على العالم وتأثيرها على اللغات الأخرى حتى في أوروبا، وفي هذا الإطار "نشرت صحيفة "لوموند" "Le monde" في شهر مارس من عام 2006 مقالا يبرز فيه صاحبه أن هيمنة

(1) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 153.

(2) رضا عبد الواحد أمين، الإعلام والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 110.

اللغة الوحيدة هي تهديد للفرنسيين ودعا الكاتب إلى ضرورة النضال ضد هذا التهديد"⁽¹⁾، فإذا كانت دول غربية لديها العديد من القواسم الثقافية المشتركة مع الولايات المتحدة الأمريكية، إضافة إلى الإمكانيات الإعلامية والتكنولوجية التي تزخر بها، تعتبر هيمنة الثقافة الأمريكية تهديدا لثقافتها فلاشك أن هذا التأثير سيكون أكبر ونتائجه أخطر على ثقافات الدول العربية والإسلامية بشكل خاص نظرا للتباعد الكبير بينها وبين القيم المكونة للثقافة الغربية والأمريكية بشكل خاص.

لاشك أن هذه تمثل أهم مظاهر العولمة الثقافية لا كلها، لأن مظاهرها كثيرة ومتشعبة ولهذا فإن حصرها هو أمر غاية في الصعوبة، ومن هنا كان تركيزنا على أبرز المظاهر المصاحبة لظاهرة العولمة الثقافية.

المطلب الثالث: وسائل الاتصال والعولمة الثقافية

إذا كانت العولمة الثقافية "هي تجاوز للحدود القومية، فإنها في الوقت نفسه مقدمة لتكوين القرية الكونية التي توحيدها وسائل الاتصال والمعلومات، ويتكون فيها إنسان جديد يأخذ ملامحه من عصر جديد، ولغته من لغة المسيطر، ويغدو انتماءه إلى القرية الكونية، وبالتالي يكون أقوى من الإلتواء لأي أمة أو قومية.

وقد أكد "فيليب بروتن" "Philippe Breton" "أن العالم مقبل على تبني إيديولوجية جديدة هي إيديولوجية الاتصال كبديل للإيديولوجيات السابقة التي عرفت البشرية، وهي إيديولوجية مرشحة لتحقيق نجاح كبير، وهذا لا يعود لناقلها الإيديولوجي الذي يزداد قوة وشراسة، بل لكون خصمها أو عدوها لا يمكن تحديده سياسيا أو اجتماعيا أو عرقيا وبالتالي ليس لها ضحايا، فهو عوضا أن يراها مقولة أولى من مقولات إيديولوجية العولمة وخدمة للعولمة، يراها إيديولوجية قائمة بذاتها وذات قوة وشراسة، ويعلم "فيليب بروتن" "Philippe Breton" حق العلم مدى ما يوفره الاتصال في إطار عالم مقبل على مدى من التشكل وربما لم ينعى بعد بتوصيف العولمة"⁽²⁾.

وتعد وسائل الاتصال والمعلومات "الأساس الأكثر أهمية في تكوين القرية الكونية، وفي توحيد العالم في إطار هذه القرية"⁽³⁾، "ولقد أشار بعض الباحثين إلى أهمية البعد الإعلامي، حيث أن الدعوة للعولمة لا يمكن

(1) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 154.

(2) منصور بوزفور، العولمة والنظم الحارسة (التضليل الإعلامي وثقافة الميديا)، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية: الجزائر، 2004، ص 262.

(3) المرجع نفسه، ص 261.

لها أن تتم إلا بفعل التطور الهائل في وسائل الاتصالات، الذي فتح آفاقا واسعة أمام عالم الإعلام، وكسر حاجز احتكار الدولة له، وغدا هذا العالم الذي يستخدم مئات الأقمار الصناعية، التي تبث مادتها الإعلامية ليستقبلها ملايين البشر، عبر الأجهزة المرئية أو عبر شبكة المعلومات (الإنترنت)"(1).

وباعتبار وسائل الاتصال "أدوات ثقافية"، "فهي تشكل الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الشعوب، وعلى الرغم من أن قدرا هائلا من التعبير الثقافي لا يزال يحتفظ بإشكاله التقليدية المباشرة فإن وسائل الإعلام الجماهيرية في العصر الراهن توفر الزاد الثقافي وتشكل الخبرة الثقافية للملايين من البشر، ولذلك يمكن القول أن المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية هائلة، ذلك أنها لا تقوم بدور تأصيل ونشر الثقافة فحسب بل تؤثر بشكل أساسي في انتقاء محتواها أو ابتداعه"(2)، خاصة "في ظل تطور هائل لوسائل الاتصال فتح المجال أمام فيض ثقافي يجتاح الكرة الأرضية، مصدره الشمال ويخضع لمعاييره، وبشكل خاص الولايات المتحدة حيث تكاد تحتكر سوق المعلومات، سواء من خلال وكالات الأنباء أو البث التلفزيوني، حيث يتدفق 65% من المعلومات العالمية من الولايات المتحدة.

هذا الفيض من المعلومات لا يمكنه إلا أن يشكل رغبات وحاجات المستهلكين، وأشكال سلوكهم وأنماط حياتهم"(3)، وفق تصور يعكس الفكر الغربي، تهندس وسائل الإعلام وتبثه في أجمل صورته حتى يقدم الثقافة الأمريكية على أنها الثقافة المثالية لأي فرد في هذا العالم، والشخص الأمريكي على اعتبار أنه النموذج المأمول، والمثالي الذي يسعى كل فرد في العالم وخاصة الشباب لتمثل سلوكياته، أفكاره، لباسه وتصرفاته...

أما عن أهم القيم الثقافية التي تروج لها وسائل الإعلام فيلخصها "نبيل علي" في قوله "وفيما يخص القيم، فإن مناظر العنف على الشاشتين الكبيرة والصغيرة، وانتشار مناظر الجنس عبر الإنترنت، تمثل أكثر الجوانب الإعلامية الأخلاقية إثارة للجدل هذه الأيام"(4).

وعلى عكس نبيل علي "يرى كثير من الدارسين والكتّاب أن القيم التي تبشر بها العولمة هي قيم تعتمد على العقلانية والحدأة وحقوق الإنسان والتسامح وقبول الآخر، وهي قيم لها رصيد في ثقافتنا في عهود

(1) محمد حسن البرغني، مرجع سبق ذكره، ص 68.

(2) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب"، الكويت، 1984، ص 52.

(3) عمر مصطفى محمد سمحة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(4) نبيل علي، مرجع سبق ذكره، ص 389.

الإزدهار، مما يسهل غرس تلك القيم في المنظومة القيمية العربية، بشرط أن تتوافر الإرادة السياسية والوعي الحضاري للحظة التاريخية التي تمر بها الأمة العربية"⁽¹⁾، كما أن وسائل الاتصال قد تتيح من جانب آخر "للمجموعات الإثنية المحافظة على جوانب مهمة من خصوصياتها الثقافية، وفي هذا المجال يقول أحد الباحثين: "إذ أن العمال الأتراك في ألمانيا شاهدوا عام 1988 الألعاب الأولمبية لحظة وقوعها في سيول، من خلال إذاعتها بالأقمار الصناعية، كما أن سائقا باكستانيا لتاكسي في شيكاغو يسمع الشرائط والأناشيد الدينية المسجلة في باكستان وإيران، وهكذا نشهد صوراً متحركة تتقابل مع مشاهدين لا ينتمون إلى إقليم محدد وثابت وبعبارة أخرى ينقل الناس هوياتهم معهم خلال هجرتهم ولا يفقدون الصلة تماماً بها من خلال تفاعلهم مع الإعلام ووسائل الاتصال"⁽²⁾.

ولا شك أن قيم العولمة الثقافية ارتبطت ظهورها وانتشارها على نطاق واسع مع ظهور ما يعرف بـ "ثقافة الصورة"، "ونظراً لارتباط هذه الثقافة بوسائل الاتصال الجماهيري، يرى كثير من الباحثين والمفكرين أن ثقافة العولمة هي "ثقافة ما بعد المكتوب"، وقد ظهرت هذه الثقافة بعد احتضار الثقافة المكتوبة، إنها ثقافة الصورة، ثقافة لها من القدرة على التأثير مثلما هو الحال في العولمة الاقتصادية التي استطاعت تحطيم الحواجز الجغرافية والجمركية، وكذا الحال بالنسبة لثقافة الصورة، فإنها استطاعت أن تحطم الحواجز اللغوية بين المجتمعات الإنسانية"⁽³⁾.

ويذهب ممدوح محمد منصور إلى وصف تركيز العولمة الثقافية على ثقافة الصورة حيث يقول: "يميل مهندسو العولمة الثقافية إلى التركيز على ما يعرف بثقافة الصورة، فقد أصبحت الصورة - في ظل ثقافة العولمة - هي المفتاح السحري لنظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم، فالصورة هي المادة الثقافية التي يمكن تسويقها على أوسع نطاق جماهيري، إذ لا تحتاج الصورة إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي إذ أنها تمثل لغة بذاتها ولعل ذلك مكنم خطورتها،... هكذا بات من الملاحظ - في عصر العولمة - طغيان ثقافة الصورة على الوعي الثقافي الإنساني مع التراجع الشديد لمعدلات القراءة، وانحسار ثقافة الكلمة أمام الهجمة الشرسة للإعلام السمعي البصري"⁽⁴⁾.

(1) عماد موسى، قِيم العولمة في الأدب الطَّفَلِي في فلسطِين، متاح على الموقع:

www.almolltaqa.com/vb/showthread.php، 2011، 21:13/03/29.

(2) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 141.

(3) عمر مصطفى محمد سمحة، مرجع سبق ذكره، ص 38.

(4) ممدوح محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص، 85، 86.

وإذا كانت المكانة التي تحتلها الصورة في حياتنا اليومية أحد أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور "ثقافة الصورة والبيث المتلفز الذي أضعف العمل بنظام المخاطبة الثقافية التقليدية عبر الكتب والمجلات وصولاً إلى المدارس والجامعات، فإن المشروع الثقافي الغربي في عصر العولمة قد أصبح في عهد الإمبراطوريات -السمعية البصرية- بما تملكه من نفوذ وإمكانات وسلطة تمكنها من تقديم مادتها الإعلامية للمتلقي في قالب مشوق يجذب الانتباه عبر تكنولوجيات الإثارة والتشويق، ويقارب عتبة المتعة ومعها يبلغ خطابه الإيديولوجي أهدافه الإستهلاكية، ويسهم في وأد حاسة النقد لدى المتلقي الذي يجد نفسه في النهاية قابلاً لتمرير وتقبل جميع القيم والمواقف السلوكية دون اعتراض عقلي أو ممانعة نفسية، وفي وضعية شديدة الشبه بوضع السم في الدسم"⁽¹⁾.

وبهذا فقد حولت وسائل الاتصال الجماهيرية لا سيما التلفزيون "عالمنا الشاسع إلى شاشة صغيرة يمكن التجول في أرجائها عبر جهاز التحكم عن بعد (رؤموت كنترول)، فليست هناك رقعة على وجه الأرض لا تمسها بالبيث قنوات الأقمار الصناعية التلفزية لذا لا ريب أن يوصف التلفاز بـ(القوة العظمى الثالثة) عبر هذا التوسع الهائل حيث أصبح عدد مشاهديه الآن أضعاف ما كان عليه قبل (30) سنة نتيجة لهذه التطورات"⁽²⁾.

ومن هنا يمكن الحديث عن سيطرة كاملة للتلفزيون من بين وسائل الإعلام التقليدية على تشكيل وعي المتلقين، ولعل هذا ما أكد عليه "سعيد حارب" عندما قال: "إن ألف خطبة أو مقال لا تقف أمام برنامج تقدمه محطة CNN أو BBC أو حتى بعض محطاتنا العربية المهاجرة، وقد أدى إلى أن الممنوع ليس له مكان في عالم الاتصالات سواء كان الممنوع دينياً أو سياسياً أم اجتماعياً، فما زال الناس يتحدثون عن برنامج بثته إحدى المحطات الفضائية العربية حول ممارسة الجنس قبل الزواج... كما أصبح تأثير التواصل يطرق أبوابنا إلى غرف نومنا ويخاطبنا جميعاً لا فرق بين كبير وصغير ولا بين أمي ومتعلم"⁽³⁾.

ولا شك أن تأثير التلفزيون يزداد أكثر فأكثر مع استغلال آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا، ويمكن تلخيص أهم نتائج التطورات في مجال الاتصال الفضائي وعولمته في:

(1) منصور بوزفور، مرجع سبق ذكره، ص ص، 262-263.

(2) مؤيد عبد الجبار الحديثي، مرجع سبق ذكره، ص 83.

(3) سعيد حارب، الثقافة والعولمة، دار الكتاب الجامعي: الإمارات، 2000، ص 11.

-التغيرات التكنولوجية في وسائل البث التي فتحت مجالات جديدة لتوزيع برامج التلفزيون وأدت إلى زيادة عدد القنوات التلفزيونية المتاحة للفرد بشكل لم يسبق له نظير، سواء من خلال شبكات التلفزيون الكابلي أم البث بأقمار الاتصال.

-التنوع الكبير الذي حدث لقنوات التلفزيون جعل الصناعة توسع نطاق بعض الخدمات من أجل جذب جمهور يتميز بخصائص ديمغرافية يتم الوصول إليه من خلال البث.

-أدى وجود إمكانات أفضل للبث المباشر، وبروز قنوات جديدة، بالخدمات التلفزيونية العادية إلى منافسة شديدة، وانخفاض عدد المشاهدين لبرامجها⁽¹⁾.

ويعيش العالم العربي في ظل البث الفضائي ويتأثر به أكثر من غيره، لا سيما في ظل الاختلاف في القيم بين الدول العربية والغربية، وكذا سيطرة الدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية على الإنتاج الإعلامي العالمي، من خلال الشركات المتعددة الجنسيات، وتظهر خطورة هذا الاحتكار بشكل جلي "بإحلال (عصر التخطي المعلوماتي للحدود القومية) حاملا معه ظاهرة (الثقافة عابرة القوميات) وهي عملية أساسية يحل فيها بدرجات متفاوتة وفي سياقات مختلفة تنظيم الشعوب بعضها ببعض بأساليب إلكترونية وليس بالحوار الجغرافي وليس بالثقافة الوطنية أو القومية، ويرى العديد من الباحثين أن هذه الظاهرة، ليست في جوهرها إلا ظاهرة (الأمركة) بسبب التفوق الأمريكي الواضح في هذا المجال"⁽²⁾.

ومن هنا فإن التبادل بين العالم العربي والدول الغربية تكرر في شكل تدفق أحادي الاتجاه من الدول الغربية إلى الدول العربية، ليس هذا وحسب بل إن "الدول الصناعية المتقدمة تحصل من الدول النامية على خير ما عندها من عناصر الثقافة خصوصا الموسيقى والرقص، بينما تحصل الدول النامية على ما يمكن وصفه بأي معيار موضوعي بأنه من أسوأ ما ينتج في الدول الغربية، ولا بد أن يؤدي هذا التبادل غير المتكافئ (في الكم والكيف) إلى إلحاق أضرار فادحة بالثقافات القومية لدول العالم الثالث، والقانون الأساسي الذي يحكم عملية التبادل الثقافي غير المتكافئ هو القانون التجاري الذي يعامل الثقافة كسلعة، وتقوم الشركات المتعددة الجنسية بالدور الرئيسي في نقل المنتجات الثقافية والكتب والأفلام...على أن تدفق الثقافات الأجنبية داخل دول العالم

(1) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(2) مؤيد عبد الجبار الحديثي، مرجع سبق ذكره، ص 75.

الثالث، لا يؤدي فحسب إلى إعاقة نمو الثقافة الوطنية بسبب انتشار -الأنماط الدولية الموحدة للثقافة- بل كثيرا ما يضع المثقفين والمبدعين الوطنيين في منافسة غير عادلة مع المنتجات الثقافية الأخرى⁽¹⁾.

أما بالنسبة للتجربة العربية في مجال وسائل الاتصال والفضائيات بصفة خاصة، فقد اتجهت الدول العربية مؤخرا إلى اقتناء مختلف الأجهزة التي تمكنها من إطلاق قنوات عربية جديدة بعد أن أدركت هذه الدول أن منع المواطن من متابعة الفضائيات، بات أمرا مستحيلا، "ودخل العرب بقوة في مجال البث الفضائي، وهناك اليوم العشرات (بل المئات) من القنوات الفضائية داخل الوطن العربي وفي بلاد المهجر"⁽²⁾، لكن المشكل المطروح ليس في عدد هذه القنوات بل في مدى قدرتها على مواجهة أو حتى حماية الثقافة العربية من خطر العولمة الثقافية بصفة خاصة، وهنا يمكن التساؤل: هل قامت الفضائيات العربية بدورها في تقديم الثقافة العربية والترويج لها، أم أن دورها لم يتجاوز التسلية والترفيه والربح المادي؟

لا شك أن وسائل الاتصال تلعب دورا كبيرا في زرع القيم والأفكار النفسية والفكرية والثقافية للقوى المسيطرة في وعي الآخرين وعلى الأخص أبناء المجتمعات العربية وفتح هذه المجتمعات "اختراقها ثقافياً" وإسقاط عناصر الممانعة والمقاومة والتحصين لديها وبالمعنى الثقافي الحضاري إعادة صياغة قيم وعادات جديدة تؤسس لهوية ثقافية وحضارية أخرى لهذه المجتمعات مهددة لهويتها الحضارية بشكل جدي باتجاه فرض نمط ثقافي وهو ما يجسد العولمة الثقافية بمختلف أشكالها، فالعولمة ماضية بأبعادها القيمية والثقافية الرأسمالية من أجل سيطرة الثقافة الغربية على جميع الثقافات المنتشرة في العالم، ولتحقيق ذلك تسخر وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة لنشر ثقافة العولمة ولمنحها القدرة على فرض ما تريد، عن طريق الإغراء والإغواء "وليس عن طريق القوة، بل من خلال استعمال الإغراءات التي وفرتها التقنيات الحديثة في مجال الاتصال"⁽³⁾.

(1) عواطف عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

(2) محمد شطاح، مرجع سبق ذكره، ص 98.

(3) عماد موسى، مرجع سبق ذكره.

المبحث الثالث: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت والشباب في ظل العولمة الثقافية

يمر كل إنسان بمراحل في حياته بداية من الطفولة حتى الشيخوخة، وتمثل مرحلة الشباب الفترة الإنتقالية التي تعقب مرحلة الطفولة، فهي إحدى المراحل الهامة جدا ليس للشخص فحسب وإنما للمجتمع ككل، ومع نهاية الألفية الثانية أصبح الشباب يتعرض لكثير من الضغوط النفسية والاجتماعية، والعاطفية، بعضها داخلي مرتبط بخصائص المرحلة والتغيرات الفيزيولوجية والنفسية والاجتماعية، وبعضها الآخر خارجي مرتبطة بالمجتمع والتغيرات المختلفة المرتبطة به، ولا شك أن من أهمها تكنولوجيات الاتصال الحديثة، والتطورات التي عرفتها لاسيما تلك التي مست الإنترنت، وأدت إلى ظهور ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أصبحت تمثل عاملا أساسيا في التأثير على شخصية الأفراد، لا سيما الشباب باعتبار هذه الفئة الأكثر تفاعلا وإقبالا على كل ما هو جديد، خاصة في ظل اجتياح ظاهرة العولمة للعالم حيث وفرت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت للشباب فضاء للحرية والتعبير عن رأيه، بل وحتى التحول عبر العالم دون مغادرة مكانه.

المطلب الأول: الشباب مفهومه، خصائصه، وحاجاته

1- مفهوم الشباب:

"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، وأنها المرحلة التي يكون فيها الإنسان (رجلا كان أم امرأة) قادرا ومستعدا على تقبل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات الجديدة التي من خلالها يستطيع العيش في المجتمع والتفاعل مع الأفراد والجماعات"⁽¹⁾.

ويرى علماء الاجتماع أن فترة الشباب "تبدأ عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية، ولكي يؤدي دورا أو أدوارا في بناء المجتمع، وتنتهي هذه الفترة عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية، ويبدأ في أداء أدواره في المجتمع بشكل ثابت ومستقر"⁽²⁾.

(1) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 119.

(2) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

ويشير كينستون "Keniston" إلى أن مصطلح الشباب المقصود منه: "أولئك الأفراد الذين يدخلون مرحلة أخرى من مراحل نموهم، تلي فترة المراهقة وتسبق فترة الرشد، وعلى الرغم من أن سنوات الشباب يمكن تحديدها بصورة تقريبية على أنها تلك الفترة التي تقع بين سن الثامنة عشر ومنتصف أو أواخر العشرينيات—أي الفترة التي تسبق بلوغ سن الثلاثين—، فإن فترة الشباب في حقيقتها تمثل حالة من حالات الذهن أو العقل، ونظاما من نظم التفكير وإثارة التساؤلات، ومسارا من مسارات النمو النفسي يجتازها الفرد في نموه وتطوره"⁽¹⁾، ويرى آخرون من بينهم "عبد الله بوجلالة" "أن مرحلة الشباب تمتد من الخامسة عشرة إلى السادسة والعشرين، إلا أنه وعند الضرورة الإجرائية يمكن أن تقسم هذه المرحلة إلى مراحل متدرجة، كالتقسيم الذي ورد في دراسته على النحو التالي: مرحلة الشباب الأولى وتقع بين 15-18 سنة، ومرحلة الشباب الثانية وتقع بين 19-22 سنة، ومرحلة الشباب الثالثة وتقع بين 23-26 سنة"⁽²⁾.

وقد أشار "نصير بوعلي" إلى أن فترة الشباب يتم تحديدها في الغالب من (15 إلى 24 سنة) لأن الشباب فيها يكون ناضجا وتكبر طموحاته نحو التطلع والتفتح على العالم الخارجي، وفيها أيضا قد يتأثر بعوامل كثيرة داخلية وخارجية، هذا بخلاف فترة ما دون 15 سنة التي يكون فيها الشباب في سن المراهقة، أو أكثر من 24 سنة أين يكون الفرد بدأ تدريجيا يبتعد عن دينامية وحركية الشباب بفعل عوامل أخرى اقتصادية واجتماعية بدأت تتحكم فيه وبالتالي قد تقلل من نشاطه وحيويته"⁽³⁾.

2- خصائص الشباب:

"تمثل مرحلة الشباب فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة طفولة واعتماد على غيره إلى حال يتم فيها الاعتماد على النفس واكتمال النمو الجسمي والعقلي والعاطفي"⁽⁴⁾، ومن هنا يمكن تحديد أهم خصائص هذه المرحلة كما يلي:

(1) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 119.

(2) السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 176.

(3) نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2003/2002، ص 13.

(4) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

1-النمو الجسمي:

حيث "تشهد بداية مرحلة الشباب اقتراب شكل الجسم ووظائفه من آخر درجات النضج، وفيها تشهد تحولات واسعة وعميقة وسريعة في ملامح جسم الشباب، وإذ تتلاشى الرهافة ودقة القسّمات المميزة للطفولة وتحل محلها من الفظاظة النسبية الناتجة من اختلاف نسب أعضاء الجسم وأطرافه بخاصة نسب اليدين والساقين والأنف، كما يسبق النمو العظمي النمو العضلي، ولذلك يشعر الشباب بتوتر العظام وتزداد سعة القلب بشكل يزيد على سعة الشرايين وقوتها مما يؤدي إلى زيادة ضغط الدم ويظهر آثار ذلك في الشعور بالصداع والإعياء وتنمو المعدة مما يترتب عليه زيادة شهية الشباب للطعام..."⁽¹⁾.

2-النمو الجنسي:

"من النمو الفيزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور التي تجعل الشاب قادرا على التناسل، ويحدث أثرا عليه من حيث الحالة المزاجية والنفسية، وتتجلى حاجاته الجنسية بالحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسات التي تتيح له إشباعها، وهل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر، وإلى أي حد تسمح له القيم السائدة باتخاذ هذا الحل أو ذاك، وعليه فإن هذه الصراعات والاضطرابات التي يعاني منها الشاب في هذه المرحلة تتباين من حيث الشدة والعنف باختلاف المجتمعات والثقافات"⁽²⁾.

3-النمو العقلي أو الذهني:

"ويقصد بها نمو الوظائف العقلية، كالذكاء العام، والقدرات العقلية الخاصة، والعمليات العقلية كالتفكير والإدراك والتذكر والحفظ واكتساب المعرفة والتحصيل العلمي أو المهني"⁽³⁾.

"في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير مثل القدرة على التعبير اللفظي والقدرة العددية، ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور، وينمو التذكر والانتباه معتمدا على الفهم واستنتاج العلاقات والمتعلقات، وتنمو معه القدرة على الاستدعاء والتعرف، وعند الذروة تزداد

(1) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

(2) السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 179.

(3) الطيب أحمد عبد الصمد الشنقيطي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

القدرة على التخيل المجرد غير المحصور في نطاق الصور الحسية، كما ينمو التفكير المجرد وتزيد القدرة على الاستدلال والاستنتاج والحكم على الأشياء وحل المشكلات والقدرة على التحليل والتركيب"⁽¹⁾.

4-النمو الاجتماعي:

"في هذه المرحلة يشعر الشاب أنه أصبح رجلا "ناضجا" يميل إلى مشاركة الآخرين حياتهم الاجتماعية، ويحاول من خلال صلاته الاجتماعية أن يلج إلى عالم الشباب والرجولة ويعتمد على نفسه في بناء علاقات مع الآخرين، حيث يكون من مظاهر النمو الاجتماعي للشباب الرغبة في مقاومة السلطة، والميل إلى انتقاد الآباء أو المعلمين، إذ يزداد الوعي الاجتماعي، والميل إلى النقد والرغبة في تأكيد الذات، وقد يكون الهدف من السلوك الاجتماعي حسبما يتصور البعض من الشباب الإصلاح الاجتماعي وتغيير الأمور بطريقة حادة"⁽²⁾.

"كما أن مرحلة الشباب تعتبر مرحلة اتزان نسبي في العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء وأفراد المجتمع، وهذا الإتران نسبي إذا قورن بمرور المراهقة وطيشها، فالشباب يحترم جماعته، ويوقر والديه والكبار، ويحسب لنظرة الجماعة ورأيها فيه حسابا يدفعه إلى الحد من كثير من رغباته الجامحة، وشهوته المندفعة، لأنه يرى أنها لا تليق به كشاب عاقل ناضج.

ويتميز الشباب في هذه المرحلة بنمو الذكاء الاجتماعي والذي يمثل القدرة على التصرف في المواقف الاجتماعية، وملاحظة السلوك الإنساني والمشاركة مع الآخرين في أفراحهم أو أتراحهم، وأساس هذا السلوك الرغبة في تحقيق التوافق الشخصي والاجتماعي والشعور بالسعادة كلها لأن السلوك يقابله تقدير واحترام الآخرين، ومن المظاهر أيضا الرغبة في الاستقلال عن الأسرة وفي تكوين أسرة خاصة، والاعتماد على النفس، والاهتمام بالعمل والمهنة، والاهتمام بالشخصية"⁽³⁾.

(1) السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 179.

(2) الطيب أحمد عبد الصمد الشنقيطي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 26-27.

(3) المرجع نفسه، ص ص، 27-28.

5- ظاهرة الرفض والنقد:

تتبدى هذه الظاهرة "في رفض الشباب للمعايير، والسلطة، والتوجيه الذي يمارسه الكبار، بل إن الرفض أصبح يمثل موقفا عاما موحدا، يظهر بصورة سافرة في مواقف عديدة، ومجتمعات مختلفة... من حيث درجة تقدمها الحضاري، وطبيعة النظام السياسي السائد فيها.

لكن الشيء الذي ينبغي أن نشير إليه، هو أن ذلك الرفض الذي يظهر بين الشباب، يرتبط بالظروف التاريخية والاقتصادية والسياسية التي يمر بها المجتمع، مثال ذلك أن الرفض الذي يظهر بين الشباب في دول أوروبا وأمريكا مختلف فيما يتعلق بأساليب التعبير عنه، ومحتواه وغاياته عن نماذج الرفض الأخرى التي تصدر عن الشباب في أقطار عديدة من البلاد النامية، ويفسر ذلك إلى جانب التفسير التاريخي الثقافي، في ضوء الظروف الراهنة للمجتمع، والنسق القيمي السائد فيه"⁽¹⁾.

6- القلق وعدم الاستقرار:

بالإضافة إلى الخصائص السابقة "تتميز مرحلة الشباب بالتوتر والقلق ويشوبها الكثير من المشكلات سواء بالنسبة للشباب أو أهله أو المجتمع فبعد فترة طويلة، نسبيا من النمو الهادئ غير الملحوظ والاستقرار الإنفعالي -مرحلة الطفولة- يصبح الفرد غير متزن وغير مستقر ولا يمكن التنبؤ باتجاهات تصرفاته، فهو غير قابل للإنصياع، متمرد على طلبات الأسرة يرفض تحريماتها غير متأكد من حقيقة ذاته، يتعامل مع الكبار بشيء من الحساسية وقدر واضح من العناد"⁽²⁾.

تمثل النقاط السابقة أهم خصائص ومميزات مرحلة الشباب، وعلى الرغم من كون هذه الخصائص تواكب مرحلة معينة من مراحل حياة الإنسان إلا أنها تعتبر المحدد الرئيسي لشخصية الفرد وحاجاته في المستقبل، كما أنها تسهم في تكوين "مفهوم ثقافة الشباب الذي يعبر عن مجموعة القيم والمستويات السلوكية التي يكونها الشباب، وتمثل ثقافة فرعية متميزة داخل الثقافة الأكبر، وفوق ذلك فإن جماعات الشباب ذات الثقافة الخاصة تنطوي هي الأخرى على محددات متعارف عليها بين أعضائها للمكانة الاجتماعية ومقاييس للهبة ومعايير للقيادة، وتتسم هذه الثقافة بالتنوع والتباين باختلاف الوسط الاجتماعي الذي تنشأ فيه"⁽³⁾.

(1) سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2003، ص 21.

(2) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 95-96.

(3) سامية الساعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

3- حاجات الشباب:

تتسم مرحلة الشباب بكونها مرحلة صعبة "تتميز بدرجة عالية من التعقيد والتشابك، تتداخل فيها عوامل جسمية ونفسية واجتماعية وحضارية عديدة، تلعب -بشكل أو آخر- دورا حاسما في تحديد مسارها ونتائجها"⁽¹⁾، حيث يفرض ظهور الخصائص السابقة سواء كانت فيزيولوجية أو جنسية، أو عقلية... تغييرا كبيرا على شخصية، ونفسية الشباب لاسيما في ظل العولمة ومتغيرات العصر الحديث، مما يؤدي إلى ظهور حاجات تقترب من مرحلة الشباب، وقد حددها الدكتور "عبد السلام زهران" كما يلي⁽²⁾:

1- الحاجة إلى الأمن:

وتتضمن الحاجة إلى الأمن الجسمي والصحة الجسمية، والحاجة إلى الشعور بالأمن الداخلي، والحاجة إلى تجنب الخطر والألم، والحاجة إلى الحياة الأسرية الآمنة.

2- الحاجة إلى الحب والقبول:

تتضمن الحاجة إلى الحب والمحبة، والحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، والحاجة إلى الأصدقاء والانتماء إلى الجماعات، والحاجة إلى الشعبية وإلى إسعاد الآخرين.

3- الحاجة إلى مكانة الذات:

تتضمن الحاجة إلى الانتماء إلى جماعة الرفاق وإلى المركز والقيمة، وإلى الشعور بالعدالة في المعاملة وإلى الاعتراف من الآخرين، والحاجة إلى المساواة مع رفاق السن والزملاء في المظهر واللباس والمصاريف والمكانة الاجتماعية.

4- الحاجة إلى النمو العقلي والابتكار:

وتتضمن الحاجة إلى التفكير وتوسيع الفكر والسلوك، والحاجة إلى الخبرات الجديدة والتنوع، وإلى إشباع الذات عن طريق العمل، والحاجة إلى النجاح والتقدم الدراسي والحاجة إلى التعبير عن النفس وإلى المعلومات والتعود على أخذ القرارات.

(1) عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1985، ص 38.

(2) مليكة هارون، مرجع سبق ذكره، ص 79.

5- الحاجة إلى الإشباع الجنسي:

تتضمن الحاجة إلى التربية الجنسية وإلى الاهتمام بالجنس الآخر والحاجة إلى التوافق الجنسي الغيري، بالإضافة إلى حاجته إلى التخلص من التوتر النفسي وهي حاجة نفسية، والحاجة إلى الترفيه والتسلية والحاجة الاقتصادية.

ويبحث الشباب باستمرار عن إشباع هذه الحاجات، وتعتبر وسائل الاتصال والإعلام أحد الأدوات التي توفر بعضاً من الإشباع، حيث ترتب عن انتشار وسائل الإعلام "نتيجة مهمة تتعلق باستقلالية الشباب عن آبائهم، ومعلميهم، وذلك بوصف وسائل الإعلام مصدراً مهماً للمعلومات متاحاً ومتوافراً لشباب العالم أجمع، مع ملاحظة أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تواجه المتطلبات والاهتمامات المتباينة للأفراد كافة من مختلف الأعمار"⁽¹⁾، ومن هنا كان بحث الشباب عن وسائل أخرى تلي هذه الحاجات لا سيما التعبير عن آرائهم، وإتاحة المجال لهم للنشر والتعليق والتفاعل وتكوين صداقات...، ولعل هذا ما توفره التطبيقات الحديثة للإنترنت وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية.

المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ومقرب الاستخدامات والإشباع

تندرج هذه الدراسة ضمن مقرب الاستخدامات والإشباع، والذي يعتبر من أكثر المقتربات استخداماً في علوم الإعلام والاتصال، "ويعتبر الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته، بل إن الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل الأخرى في الاختيار بينها وبين وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات على شبكة الإنترنت"⁽²⁾، حيث أصبح الإبحار عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية يلي الكثير من الحاجات، من تحميل ملفات إلى التعرف على الأشخاص، إلى التواصل مع الأصدقاء القدامى وغيرها من الحاجات التي تأتي تلبية لطلب جمهور المستخدمين.

(1) سامية الساعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(2) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 288.

ولا شك أن بروز تكنولوجيات الاتصال الجديدة التي من أهمها مواقع الشبكات الاجتماعية والأهمية الكبيرة التي تحظى بها من طرف الباحثين في ميدان الاستخدامات والاشباعات، مرده إلى "توليفها بين عناصر الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، كما تتميز بميزة التفاعلية"⁽¹⁾، من خلال خدماتها وتطبيقاتها المتنوعة.

"وتتسم النظرية -الاستخدامات والاشباعات- بطبيعة نفسية اجتماعية، وتتخذ من الجمهور محورا لها، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له، وقد بنيت معظم الدراسات الحديثة للاستخدامات والاشباعات على نفس التصور الذي قامت عليه منذ ثلاثين عاما تقريبا، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة"⁽²⁾، ومن هنا وجب على النظرية أن تتكيف مع المتغيرات الحاصلة على مستوى التطبيقات الحديثة للإنترنت، حيث أصبحت هناك حاجة ماسة لتطوير المفاهيم النظرية والأدوات المنهجية التي تتفق مع هذه الوسائل الجديدة، "فالنماذج المعاصرة يجب أن تستوعب مفاهيم مثل التفاعلية، وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الإنترنت، والالتزامية، وعلى الباحثين أيضا أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الإنترنت، وفقا لمنهج عام وشامل وكلي"⁽³⁾.

ولاشك أن الخصائص السابقة المرتبطة بظهور تكنولوجيات الاتصال الحديثة والشبكات الاجتماعية على الإنترنت باعتبارها أحدث هذه التطبيقات، يعد السبب الرئيسي للاهتمام الذي تحظى به النظرية من طرف الباحثين، "فخاصية التفاعلية عززت من المفهوم الرئيسي للجمهور النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والاشباعات، إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية وفق درجة أعلى من السيطرة والتحكم، والتفاعلية في نظر البعض الآخر مفهوم متعدد الأبعاد قوامه تعدد فرص المشاركة والاختيار المتاحة أمام المستخدم، وحجم الجهود الذي يبذله المشارك في العملية الاتصالية من أجل الحصول على المعلومات، وتشير التفاعلية كذلك إلى دور الوسيلة في تفعيل وتشجيع التفاعل الشخصي بين قطاعات جماهيرية واسعة.

أما المفهوم الثاني المرتبط بوسائل الاتصال الجديدة والذي يعمل في اتجاه سيادة هذا الاتجاه فهو مفهوم الجمهور الجزأ، أو بعبارة أوضح إمكانية القائم بالاتصال أن يصل برسائله إلى جماهير عديدة كل منها يمثل

(1) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 82.

(2) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 120.

(3) المكان نفسه.

قطاعا متجانسا في داخله بخلاف الحال مع وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية التي تصل إلى جمهور عام متباين وغير قادر على الاتصال المباشر والفوري مع القائم بالاتصال، أو بأعضاء آخرين في نفس الجمهور. ويشير المفهوم الثالث "اللاتزامنية" إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة عبر الوسيلة الاتصالية في الوقت الذي يناسب ظروف طرفي العملية الاتصالية، أي أن المرسل والمتلقي لديه إمكانية إرسال واستقبال وتخزين واستدعاء المعلومات من الوسيلة في الوقت الذي يراه ملائما له"⁽¹⁾، حيث أن "الرسائل يمكن أن تخزن عبر الزمن، ويمكن لمرسل الايمائلات ومتلقيها أن يقرأ كل واحد منهما هذه الايمائلات في الوقت المناسب"⁽²⁾.

كل هذه السمات جعلت البحوث الخاصة بالتطبيقات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال وخاصة الإنترنت تنصدر "كافة البحوث والدراسات التي تجري في هذا المجال، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والاشباع في هذه البحوث والدراسات.

فإذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة، فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره بالاستخدام عن وعي كامل بالحاجات ومدى إشباعها من استخدام الاتصال الرقمي مقارنة بوسائل الإعلام أو المصادر الأخرى"⁽³⁾.

• دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

من المتعارف عليه أنه بظهور أي وسيلة إعلامية جديدة فإنها تساهم في "خلق دوافع جديدة واشباعات جديدة وسط جماعات الجمهور المتنوعة، وبالتالي يتعين على الباحث تحديد هذه الأبعاد الجديدة لدوافع المستخدمين وإشباع حاجاتهم، وبالرغم من أن دوافع استعمال الإنترنت -والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة- قد تتنوع وسط الأفراد المستخدمين والوضعيات والمحركات الإعلامية، إلا أن معظم دراسات الاستعمالات والاشباعات تبحث انطلاقا من بعض أو كل الأبعاد التالية: الاسترخاء، والمرافقة، والعادة، وتمضية الوقت، الترفيه والتفاعل الاجتماعي، والمراقبة الإعلامية، والإثارة، والهروبية...."⁽⁴⁾.

(1) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 122-123.

(2) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(3) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 288.

(4) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 82-83.

ويمكن حصر أهم الحاجات التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الآتي:

- 1- **اكتشاف الذات:** بمعنى البحث عن كيف يكون رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث، وكيف يظهرن في عيون الناس، وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الإنترنت، مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم، لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.
- 2- **التعويض الاجتماعي:** أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم، وبصفة خاصة عند الإناث والمنطويين نفسانيا.
- 3- **التيسير الاجتماعي:** ويشير إلى أن استعمال الانترنت يسهل تكوين العلاقات الاجتماعية، وبصفة خاصة عند المراهقين الأكبر سنا، لأن المعروف هو أنه كلما تقدم المراهق في السن قل عدد أصدقائه⁽¹⁾.
- 4- **التعلم وتوسيع المعارف:** هناك من يكون دافعه من المناقشة الإلكترونية تنمية معارفه وتطويرها في مجال معين، من خلال تبادل الخبرات والمعارف بين الأفراد.
- 5- **استكشاف الهوية ولعب الأدوار (identity play):** "هناك من يعمد إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص، ويستخدم شخصية مستعارة تختلف من فرد لآخر، لكي يتعرف على نظرة الناس ورأيهم عن تلك الشخصية التي قدمها لهم، وبالتالي فهو يحاول أن يكشف مختلف الشخصيات، من خلال لعب أدوار مختلفة، فالعالم الافتراضية تفسح المجال للفرد أن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، وذلك بأن يلعب دورا معينا مع كل علاقة (...)", ولذلك أطلق بعض علماء النفس على هذه العوالم الافتراضية اسم ورشات هوية "identity work shops"، أو كما يسميها تومبسن "Thompson" مجتمعات كشف الذات "société de révélation de soi"⁽²⁾، وفي هذا الإطار "يشير Livingstone and Bober" إلى أن المراهقين الأكبر سنا يستعملون الإنترنت في غالب الأحيان من أجل الاتصال بشبكتهم الشخصية القائمة، بينما المراهقون الأقل سنا فيستعملون الإنترنت من أجل الاتصال بالغرباء، ويلعبون بهوياتهم، بمعنى أنهم قد يؤدون أدوار هويات متعددة أثناء التفاعل مع الآخر"⁽³⁾.

(1) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 84.

(2) إبراهيم بعزيز، منتديات الحادثة والدراسة الإلكترونية، -دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-، مرجع سبق ذكره، ص ص، 109-110.

(3) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 84.

- 6- تحقيق الإنتماء الاجتماعي (social involvment):** بحيث أن الفرد يحاول دائما أن يجد الجماعة التي لها نفس اهتماماته، ولها خصائص تتوافق مع شخصيته، وبالتالي فإن إشباع دافع الانتماء يؤدي إلى إقامة روابط اجتماعية وتوثيقها مع هؤلاء الأشخاص الذين يتصل بهم ويدردش معهم.
- 7- التحرر العاطفي (emotional release):** أو كما يسميه البعض التنفيس العاطفي، حيث يطلق الأفراد العنان لانفعالاتهم، ويعبرون بحرية عن المشاعر المكبوتة ويوحدون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه.
- 8- الاسترخاء والتخلص من الإحباط (relaxation):** يمكن الاسترخاء والاستراحة عبر النقاش الإلكتروني، خاصة إذا ما كان الحديث يتم مع أشخاص لهم نفس الإنشغالات والمشاكل، فالتعبير الحر يساعد كثيرا على التخلص من القلق والتوتر والإحباط، وتشير بعض المصادر أن هناك حوالي 6% من الأمريكيين المحبطين يمارسون العلاج بواسطة الانترنت (net-therapie). عمدة 10 ساعات يوميا، وهذا لأن النقاش مع أشخاص لهم نفس المشاكل والأسباب التي جعلتهم يصابون بهذا الشعور، يساعد كثيرا في نسيان هذه المشاكل والتخلص من تأثيرها ولو لوقت مؤقت.
- 9- الحصول على المعلومات (information seeking):** يستطيع الأفراد أن يتحصلوا على معلومات قيمة وهامة من خلال الاتصال مع الآخرين، ...
- 10- التعارف وبناء علاقات جديدة:** تساهم الدردشة الإلكترونية بنسبة كبيرة في إقامة علاقات جديدة وبالتالي في تشكيل النسيج الاجتماعي.
- 11- التخلص من العزلة والوحدة:** من خلال التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم بصفة دائمة، فهناك من يبحث عن يقاسمه نفس الاهتمامات والهوايات، لكي يتخلص من شعور الوحدة والانفصال عن المجتمع.
- 12- الانتماء والمرافقة (inclusion/companioship):** حيث أن المرء بطبعه الاجتماعي غالبا ما يبحث عن أصدقاء أو الجماعة التي يرافقها ويندمج فيها.
- 13- تضيئة الوقت (pass time):** وهذا يكون في حالة الفراغ والإحساس بالضجر والقلق، مما يجعل الفرد يحاول أن يقتل الوقت بأي وسيلة.
- 14- التفاعل الاجتماعي (social interaction):** أي التعامل مع الغير، وهذا ضروري في حياة أي إنسان ولا بد أن يكون تفاعل مع المحيط الاجتماعي.

15- حاجة التعبير (expressive need) (1).

وهناك من يضيف دوافع أخرى كالتالي (2):

- الطابع الحميمي للحوارات واللقاءات
- إمكانية تعدد اللقاءات
- إمكانية التحدث بحرية عن مواضيع الجنس والطبوهات
- متعة الكلام من أجل الكلام
- سهولة وسرعة إيجاد أفراد أو مجموعات لتقاسم نفس الاهتمامات.
- طريقة لهزم الوحدة وكسر العزلة.
- القدرة على الاتصال بعيدا عن الحواجز الاجتماعية.
- إرسال الرسائل إلى كل أنحاء العالم.
- تحقيق بعض الأعمال عن بعد.
- فرصة للتوغل بسهولة وبسرعة أكبر في الأمور الحميمة للناس وبكل أمان.
- وسيلة لاستهداف عدد معتبر من الأشخاص.
- إمكانية اكتشاف وإشباع الفضول.
- ويمكن إضافة حاجة مشاركة الآخرين النصوص والفيديو ومختلف أنواع الملفات.
- وسيلة للتنفيس عن المعايير الاجتماعية.
- احتمال الدخول في لقاءات وجهها لوجه بعد التحاور عبر الشبكة

ولقد توصلت إحدى الدراسات عن أهم دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت إلى ما يلي:

- مشاهدة الأفلام
- الإستماع إلى الموسيقى

(1) إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 110-111.

(2) حسينية قیدوم، مرجع سبق ذكره، ص 91.

-الدردشة مع الأصدقاء⁽¹⁾.

ومنه يمكن القول أنه من الصعب حصر جميع الحاجات التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، ولكن حاولنا ذكر أهمها حسب بعض الدراسات السابقة في هذا المجال، والتي تعد حاجات مشتركة لدى أغلب مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لاسيما فئة الشباب، فالشبكات الاجتماعية باعتبارها أحد أحدث تكنولوجيات الاتصال "لا تمكن الفرد النشيط من الاستخدام لمجرد تلبية حاجاته، ولكن لتلبية حاجات الآخرين في الوقت نفسه، فكل فرد قد يكون لديه الحرية والإمكانية لأن يصبح دار نشر متنقلة ووسيلة اتصال متحررة ومصدرا للحدث الهام وأداة لإشباع احتياجات الآخرين طالما أنه يمتلك مهارات التعامل الفعال"⁽²⁾.

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباع ثلاث أهداف رئيسية:

- 1-السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.
- 2-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري⁽³⁾.

وبالنسبة إلى موضوعنا المتمثل في استخدام الشبكات الاجتماعية وعلاقته بانتشار قيم العولمة الثقافية، فلا شك أننا نستهدف من خلال تطبيق النظرية نفس الأهداف السابقة المتمثلة أساسا في اكتشاف كيفية استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية، من عادات وأنماط الاستخدام ثم دوافع وأسباب الاستخدام، ومن ثمة نتائج الاستخدام في ظل التحديات المعاصرة وعلاقته بانتشار قيم العولمة الثقافية.

(1) ليندة سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 16.

(2) بسيوي إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 127-128.

(3) حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، الدار المصرية اللبنانية:القاهرة، 2003، ص 241.

المطلب الثالث: استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانعكاساتها الثقافية والاجتماعية

يرى الدكتور عزي عبد الرحمن أن "كل اكتشاف في الاتصالات يحدث هزة ثقافية خاصة، فإكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، وإكتشاف الطباعة نقل الثقافة من الحالة الشفوية إلى المكتوبة، وإكتشاف الإذاعة والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية-بصرية، وأخيرا أدى إكتشاف الحاسوب والشبكات المعلوماتية إلى بروز الثقافة التفاعلية، هذا التجاذب وإن كان يمس شكل الثقافة وليس محتواها بالضرورة، فإنه يبرز مدى التفاعل الجدي بين الثقافة ووسائل الإتصال"⁽¹⁾.

ومع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي نجحت التطبيقات التفاعلية للإنترنت لاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية في تحويل العالم إلى قرية كونية، مشكلة بذلك "فضاء للثقافة الموازية"⁽²⁾، لأن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت كوسيلة إتصال لا يخلو من تأثير وتأثر بثقافات الغير، "فالشخص الذي يتحدث ويتفاعل مع شخص آخر مختلف عن ثقافته ومجتمعه لا بد وأن ينقل كل واحد منهما أفكارا للآخر، ويسوق له ثقافته وقيم مجتمعه، فالإتصال أصبح ملازما للثقافة، وكما يقول (فلاح كاظم) فإن "التكافل والتفاعل بين الثقافة والاتصال قد غدا في عصرنا الراهن أكثر وضوحا من أي وقت مضى"⁽³⁾.

وفي هذا الإطار يقول المفكر الجزائري مالك بن نبي: "بيد أن جميع العلاقات السائدة بين الناس تعد علاقات ثقافية،.. إنها خاضعة لأصول ثقافة معينة...إن الثقافة هي المحيط الذي يصوغ كيان الفرد، كما أنها مجموعة من القواعد الأخلاقية والجمالية..."⁽⁴⁾، وقد نعني بها "فن استثمار المعرفة حيث يستوعب الفن كل القدرات الإبداعية والتخيلية لدى الأفراد والجماعات، وبالمقابل يستوعب الإستثمار كل الأساليب والتصرفات الموزونة المقننة التي تتعلق بالجانب الإستخدامي والتخطيطي"⁽⁵⁾.

ونظرا لتميز الشبكات الاجتماعية -باعتبارها أحد تطبيقات الإنترنت- بالكونية، لأن "استخداماتها لا تقتصر على المجتمعات الصناعية المتقدمة فحسب بل تخترق كافة المجتمعات في نفس الوقت بالرغم

(1) سليمان بورحلة، مرجع سابق، ص 74.

(2) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 05.

(3) إبراهيم بعزير، وسائل الإتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين، مرجع سبق ذكره، ص 184.

(4) مالك بن نبي، ميلاد مجتمع شبكة العلاقات الاجتماعية، ترجمة: عبد الصبور شاهين، ط3، دار الفكر، الجزائر، 1986، ص 22.

(5) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 139.

من تفاوتها"⁽¹⁾، وبهذا فهي كغيرها من تطبيقات الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة بصفة عامة لديها إيجابيات وسلبيات، بين من يرى فيها انفتاحا على ثقافات أخرى واستفادة من تجارب الغير، وبين من يرى فيها تهميشا للشعوب الضعيفة، وقضاء على خصوصياتها الثقافية، ولكن الشيء المتفق عليه بين جل الباحثين هو أنها ألغت جميع أنواع الحدود بين الشعوب والثقافات، ومن هنا فإنها -التكنولوجيا- "أصبحت تسوق العولمة"⁽²⁾، على حد تعبير كلايتون براون "Clayton Brown".

وفي هذا الإطار ركز الباحثون في دراسة انعكاسات استخدام التكنولوجيات الحديثة على فئة الشباب، وقاموا بدراسة "العلاقة بين الشباب وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات، والوصول إلى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية ومفاده أن تكنولوجيا الاتصال تشكل الشباب، وبدوره يشكل الشباب تكنولوجيا الاتصال، إذ يلاحظ أن الشباب في جميع بلدان العالم، يتميز بألفة أكثر بالإنترنت وبالحاسب الآلي... وهو القوة الأولى والمتبني الأول للتكنولوجيا الجديدة، فالشباب يظهر رغبة ملححة في التعبير الحر عن نفسه وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني هذه التكنولوجيا الجديدة وتكييفها وتوظيفها من أجل الإبداع الثقافي والتواصل الاجتماعي"⁽³⁾.

ويعتبر "الشباب الذي تتراوح أعمارهم ما بين 15 و25 سنة هم الأكثر إقبالا على مواقع المحادثة، لأهم أكثر رغبة في التغيير، ووقتهم أكبر من مشاغلهم، وبالتالي يعتبرون المحادثة المباشرة أفضل طريقة لإفراغ ما في القلب من هموم يعتبرها المراهق مصيرية كإحساسه بالكبت الاجتماعي الذي يتحول إلى رغبة في الكلام"⁽⁴⁾، وتشهد الشبكات الاجتماعية وفي مقدمتها موقع "فايسبوك" إقبالا كبيرا من طرف الشباب الجزائري، حيث يمثل الشباب حسب الدراسة التي أعدتها كل من مؤسستي IDEATIC وMed&com لسنة 2009 ما بين 20-29 سنة: 29,2% وهي أكبر فئة تستخدم الإنترنت في الجزائر من بين عدد المبحرين الجزائريين على الإنترنت الذين يقدرون بحوالي 4,5 مليون جزائري أي 12,8% من السكان، وحسب هذه الدراسة فإن الشباب الجامعي يمثل الثلثين من المبحرين بنسبة 66,2% وهم طلاب جامعيون مع مستوى دراسي يتراوح بين

(1) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 73.

(2) عبد القادر تومي، مرجع سبق ذكره، ص 139.

(3) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 289.

(4) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 151.

BAC+1 و BAC+3، كما أن أكثر من النصف من المبحرين على الإنترنت في الجزائر يترددون على الشبكات الاجتماعية بنسبة 57,9%، والشبكة الاجتماعية التي يفضلها الجزائريون هي "Facebook"⁽¹⁾.

● ثقافة الإنترنت:

لقد اختلف الباحثون حول الثقافة التي تقدمها الإنترنت، حيث نظر البعض منهم لإقبال الشباب على استخدام الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال عموماً "على أنها فرصة أكثر من كونها تهديداً للثقافة والقيم والعلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المسلم،... إن انتشار الثقافة الغربية وغياب التوازن في التدفق الدولي المعلوماتي والثقافي قد يمثل -حسب هذا الاتجاه- شيئاً إيجابياً للطرف المتلقي، من حيث أنه يحفز للمقاومة ويحثه للبحث عن التنوع الثقافي والتمسك بالقيم المحلية"⁽²⁾، فقد أحدث الجيل الثاني اللويب بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة ثورة حضارية، ينبغي على الكل تقبلها والإندماج فيها، لأن كل شخص "هو جزء من هذا العالم، وليس بإمكانه ولا من مصلحته إقامة حواجز تحول دون وصول تلك الثقافات والمعارف والعلوم"⁽³⁾.

ولكن برز اتجاه آخر يرى أن الثقافة التي تقدمها الإنترنت هي "الثقافة السريعة السطحية القائمة على تمجيد الذات والفردية، أو ثقافة المأكولات السريعة كما يسمونها، لأنها ثقافة المتغيرات لا الثوابت وليس فيها قيم روحية أو تربوية، بحيث أنها تعتمد على التزعات الإنسانية نحو التحرر والمصلحة والاستمتاع، وإن فسح المجال أمام هكذا نوع من الثقافة ناتج -حسبهم- عن التسارع وعدم التوازن في استثمار تقنيات ومواقع ومعلومات إنترنت، فاختيار العلم والبحث والتواصل بين المفكرين والباحثين يخف تأثيره أمام قدرة مؤثرات "المالتيديا" في فسح مجال التقنيات والخدمات القائمة على الألعاب الالكترونية والصور الخلاعية وعارضات الأزياء... وحتى تمجيد لاعبي الكرة وبعض المغنيين، في أعين الشباب المراهق، الذي لم يع محاطر هذه الثقافة الاستهلاكية"⁽⁴⁾.

(1) منتدى أخبار الإنترنت، مرجع سبق ذكره.

(2) بسيوي إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 132.

(3) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 231.

(4) هاني شحادة الحوري، مرجع سبق ذكره، ص ص 177-178.

من خلال الاتجاهين السابقين يمكن تلخيص أهم ملامح ثقافة الإنترنت فيما يلي:

- 1- استخدام لغة مكتوبة يمكن وصفها بلغة الإنترنت، تقوم على الاختصارات المختلفة للتعبير عن المشاعر الإنسانية.
- 2- المكانة التي تتحقق لدى الفرد في المجتمع الافتراضي للإنترنت من خلال ما يكتبه ويعرضه للآخرين وليس من خلال "من هو".
- 3- تتكون ثقافة الإنترنت من مجموعة من الأعراف والتقاليد، وأي انتهاك لها يواجه بأشكال مختلفة من العقوبات من جانب الأفراد الذين يشكلون المجتمع الافتراضي.
- 4- طور مجتمع الإنترنت طرقا خاصة به تضمن تحقيق التماسك بين أعضائه وتقليل حدة الانشاقات مثل الكثير من الآليات التي تمكن أي عضو من عدم استقبال رسائل معينة.
- 5- مفهوم الطبقة ليس غريبا على مجتمع الإنترنت ومعيار التصنيف الطبقي هو الجوانب الفنية والقيود المالية التي تمكن من الحصول على المعلومات.
- 6- يتسم مجتمع الإنترنت بأعلى درجات الديمقراطية، فالكل يتمتع بنفس الحقوق تقريبا.
- 7- يمثل التفاعل بين الأعضاء الأساس الذي يقوم عليه مجتمع الإنترنت⁽¹⁾.
- 8- حرية المناقشة والتعبير للجميع: إذ أنه بالرغم من اللجوء لتشفير الشبكات لحفظ السلطة الأرباح، فإن مجتمعات الإنترنت تعد منتديات تشجع الناس على التفاعل والتواصل.
- 9- الترحيب الدائم بالأعضاء الجدد: حيث يوجد حوالي 940 مليون مستخدم للإنترنت عام 2004، وهذا العدد يتزايد باستمرار.
- 10- الشعور بالانتماء القوي لثقافة مجتمع الإنترنت: على اعتبار أن الأعضاء انضموا إلى هذا المجتمع بإرادتهم الحرة.
- 11- تحديد شخصية العضو من الذي يقوله ويفعله: فعندما يضع الشخص في موقعه موارد مهمة ويسمح للآخرين باستعمالها، يوصف بأنه خير وإنساني، والعكس عندما يرسل رسائل مفخخة بالفيروسات يصبح عدوانيا⁽²⁾.

(1) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 150.

(2) جمال محمد أبو شنب، مرجع سبق ذكره، ص ص، 173-174.

• الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت

لقد عملت العولمة على الربط بين الثقافات المختلفة وقامت بتحويلها إلى شيء مختلف وفريد من نوعه، وهذا ما عبر عنه "إيرلا زوينجل" في إحدى مقالات مجلة "Geographic National" تحت عنوان "العولمة": عندما تستقبل الثقافات مختلف التأثيرات الخارجية، فإنها تستوعب بعضها وترفض البعض الآخر منها، ثم تعمل بعدها فوراً على تحويل ما تم استيعابه.

ومن هنا فالشبكات الاجتماعية على الإنترنت قادت نحو "نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل، وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين علاوة على اتساع وتنوع حرية المستقبل في الاختيار"⁽¹⁾، "وقد شهد عصرنا الحالي ميلاد ثقافة إلكترونية مرشحة لتكون هي الثقافة المهيمنة في القرن الحادي والعشرين"⁽²⁾، ومن هنا جاء مصطلح "العولمة الثقافية" أي قدرة الثقافات الأقوى تكنولوجياً على السيطرة على الثقافات الأضعف تكنولوجياً إذ أن التكنولوجيا بدأت تلعب دوراً تأثيرياً بارزاً ليس على نطاق محلي فحسب وإنما على نطاق عالمي، والعولمة الثقافية بصورة أوضح هي محاولة كل مجتمع تعميم نموذج ثقافي على المجتمعات الأخرى من خلال التأثير على المفاهيم الحضارية والقيم الثقافية والأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات بوسائل سياسية واقتصادية وثقافية وتقنية متعددة.

"ونظراً لأن المبحرين في عالم إنترنت لا يحتاجون إلى جوازات سفر ولا إلى تأشيرات دخول، فهم يدخلون إلى كافة مراكز خدمات المعلومات على الشبكة العنكبوتية التي تلف الكون، ويحصلون على المعلومات بحرية وبتعة دون النظر إلى جنسياتهم، هذا العالم الجديد بأبعاده لم يتقنون بعد، والعديد من المشكلات على إنترنت تواجه العالم، فمن المشاكل الإباحية والصور الخلاعية إلى أمن المعلومات وأمن التجارة على إنترنت إلى السرقات الإلكترونية والرسائل المزعجة إلى البطء والازدحام الشديد على خطوط إنترنت كلها مشاكل تدل على أن عالم الحرية الإلكترونية بحاجة إلى قوانين وضوابط وجهات رقابية مسؤولة تستطيع أن تفرض سلطاتها، وهذه الرقابة والقوانين ليست موجودة حتى الآن على الشبكة العالمية، وتأخير هذه القوانين وتوصيفها هو لغاية فرض هذه التقنية وسهولة انتشارها في العالم أجمع، قبل أن تتحول هذه الشبكة مرة أخرى إلى جزر

(1) رحمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 81.

(2) فلاح كاظم المحنة، العولمة والجدل الدائر حولها، الورق للنشر والتوزيع: عمان، 2002، ص 167.

الكثرونية تحكمها السلطات والحدود والرقابة"⁽¹⁾، ويمكن إجمال أهم انعكاسات مواقع الشبكات الاجتماعية لا سيما على المجالات الثقافية والاجتماعية فيما يلي:

1- انتشار الثقافة الاستهلاكية:

تتيح تكنولوجيات الاتصال الحديثة "مجالا ضيقا للحوار والتعاون والتنوع في الثقافات لأنها مصممة على أساس الهيمنة والسيطرة والتنميط"⁽²⁾، "ومع تسارع منطق السوق وتوجهاته الكونية، ما برح الإنتاج الثقافي يتخذ صفة السلعة المادية، وهو بحق سلعة لكن لها مواصفاتها المعنوية، وهي مواصفات يظهر أنها قد قدر لها أن تزاح، لأن القيم التي بنيت على أساسها هذه الثقافة هي قيم جديدة"⁽³⁾.

وتقوم فكرة الثقافة الاستهلاكية على مبدأ "أن البشر في كل مكان القادرون على الاستهلاك، توحد بينهم وتجمعهم سلع وبضائع ومنتجات تخلق فيهم ميولا وأذواقا ورغبات مشتركة، ترفع من مستوى الإنتاج الثقافي فيما بينهم، وتدرجيا تجرد ثقافتهم من هويتها وخصوصيتها وتلبسها ثوب الثقافة الاستهلاكية الجديدة"⁽⁴⁾، أي أن العالم يتوجه حسب هذه النظرة نحو عالم متماثل ومتجانس، إلا أن هذا التوجه خضع للكثير من النقد من طرف الباحثين واعتبر البعض منهم هذه الفكرة مجرد وهم، فحتى مطاعم "ماكدونالدز" المتشابهة في شكلها الخارجي المنتشرة في جميع أرجاء العالم في الواقع تحمل معان اجتماعية مختلفة بحسب الثقافات التي تتواجد فيها.

ويرى الباحثون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا سيما تطبيقات الجيل الثاني للويب "Web 2.0" وما تتميز به من خصائص، قد أسهمت في "تحويل الثقافة إلى صناعة وتجارة عالمية، حيث ساعدت الوسائل الجديدة المنتجين على تخطي عقبات الرقابة التي تفرضها الدول على توزيع المنتجات الثقافية، ومكنت المستهلكين الثقافة من الحصول على ما يرغبون بدون مواجهة مشاكل من حكوماتهم، وقد أثر ذلك في السياسات الثقافية على المستوى العالمي، فالنتيجة المترتبة على سيادة الطابع التجاري للثقافة من وجهة نظر بعض الدراسات هي غياب الثقافة العامة التي كانت تخطى بدعم حكومي،... وترتب على ذلك نمو ظاهرة الاستهلاك الفردي للثقافة على حساب الاستهلاك الجماعي"⁽⁵⁾، والثقافة هنا لا تقتصر على جانب واحد

(1) هاني شحادة الخوري، مرجع سبق ذكره، ص 174.

(2) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 231.

(3) منصف بوزفور، مرجع سبق ذكره، ص 324.

(4) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 131.

(5) بسبوي إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 151-152.

وإنما تعبر عما يتناوله الأفراد من طعام، وما يرتدونه من ملابس، كما أنها تعبر عن المعتقدات والأفكار التي يتبعونها والأنشطة التي يمارسونها.

2- المواد الإباحية:

"تعتبر مسألة الخلقية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة، بالإضافة إلى أن التجارة فيها تعد رائجة جدا حيث يبلغ رأس مالها ثمانية مليارات دولار، كما أن لها أواصر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة حسب ما ذكرته وزارة العدل الأمريكية"⁽¹⁾.

وتعد الإباحية الجنسية عبر الإنترنت "شكلا من أشكال الجريمة المنظمة تقوم بها شبكات محلية وجهوية وعالمية، تقدم عروضاً جنسية مغرية نفسياً ومالياً عبر مواقع ظاهرة ومستترة تقتحم بها بريد مستخدمي إنترنت دون استئذان، ويجد هذا النوع من الإباحية الدعم الكامل والتشجيع العلني من طرف الجماعات الموازية والجمعيات الافتراضية التي تعمل على فرض أخلاقياتها الإباحية في شتى المجالات وتوفير الحماية القانونية لها.

واعتبرت مؤخراً بعض وسائل الإعلام الفرنسية أن 60% من مستخدمي إنترنت اطلع ولو مرة واحدة على واحد أو أكثر من مواقع الإباحية الجنسية، وبأن كلمة جنس هي الكلمة الأكثر استعمالاً عبر إنترنت"⁽²⁾، ليس هذا وحسب بل إن الإحصائيات الحديثة تؤكد أن "أكثر من 28 ألف مستخدم إنترنت يتصفح مواقع إباحية في كل ثانية، من بينهم 372 مستخدم يكتبون كلمة جنس بحثاً عن المواقع الإباحية في كل ثانية، كما أن الولايات المتحدة الأمريكية تنتج شريط فيديو إباحي كل 39 دقيقة"⁽³⁾.

ولعل رواج الجنس في مواقع الإنترنت بشكل واسع، مرده إلى فعالية الوسيلة والجاذبية التي تتميز بها مقارنة بغيرها من الوسائل، إضافة إلى تميزها بالطابع العالمي باعتبارها الوسيلة العابرة للحدود والقارات، حيث أتاحت "تبادل الصور الفوتوغرافية المخلة بجمرية تامة عن طريق هذه الشبكة، وأصبح هناك نواد إباحية في الغرب، تباشر

(1) محمد الأمين بونيف، بوبكر بوعزيز، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الأسرة الجزائرية، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الوطني الأول حول

تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010، ص 06.

(2) فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(3) محمد الأمين بونيف، بوبكر بوعزيز، مرجع سبق ذكره، ص 03.

أعمالها بالاستعانة بشبكة الويب العالمية، ورغم أن الغرب كان يتغاضى أحيانا عن إباحية الكبار بدعوى الحق في حماية الخصوصية... فإن ذلك لا ينطبق على الأطفال والصبية الصغار، بعدما انتشرت "دعارة أطفال"⁽¹⁾.

ولا شك أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد أتاحت مختلف أشكال الإباحية على نطاق واسع، حيث يقوم الشباب والمراهقون "بتحميل مقاطع فيديو مخلة بالحياء، وكذا لقطات مثيرة وحتى جرائم بشعة، بطرق قتل، اختطاف، اغتصاب، وغيرها على هواتفهم النقالة، وإرسالها إلى أكبر عدد ممكن من الأصدقاء، وقد يستغل آخرون الصور الشخصية المنشورة... لتحميلها واستغلالها بطرق مختلفة"⁽²⁾، ويشغل الجنس حيزا كبيرا في مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية، لاسيما الخاصة بتبادل مقاطع الفيديو، حيث تشكل مقاطع الفيديو التي تروج للجنس مساحة كبيرة... "سواء تلك التي يقوم أفراد بإعدادها عن أنفسهم أو أصدقائهم، أو المقاطع الدعائية لمواقع وشركات البورنو"⁽³⁾، وتشكل هذه النوعية من الأفلام تحديا كبيرا أمام متصفح هذه المواقع من الشباب الجزائري والعربي عموما، خاصة وأنها لا تتفق مع القيم الإسلامية والعربية، ولكنها في ذات الوقت تجذب عدد كبيرا من المستخدمين لا سيما الشباب، مما يدر عليها أرباحا كبيرة.

"وبالاستعانة بموقع اليكسا "Alexa" أشهر المواقع لتحليل زيارات صفحات الإنترنت لمعرفة أكثر الدول تصفحا للمواقع الإباحية نجد تصدر الولايات المتحدة الأمريكية لعدد الزيارات تليها إيران ثم الإمارات العربية ومصر ثم الكويت بالمرتبة السابعة تليها السعودية بالمركز الحادي عشر، علما بأن هناك رقابة للمواقع صارمة وحجب المواقع الإباحية في كل من الكويت والسعودية البلد الذي يتصدر الدول الأكثر حجبا للمواقع"⁽⁴⁾، ورغم ذلك تحتل هذه الدول مواقع متقدمة في مجال البحث عن المواقع الإباحية.

3- العزلة وتراجع العلاقات الاجتماعية:

وضع "مارشال ماكلوهان" مصطلح "القرية الكونية" لوصف التغيرات في تكنولوجيا الاتصالات والتي بدت له أنها تقوم برسم العالم بأكمله، ليصبح نوعا من المدينة الصغيرة التي يتم ربطها إلكترونيا، وبهذا أصبح من السهل في عصر الاتصال الإلكتروني خلق "مجتمعات سيكولوجية" "psychological communicaties"

(1) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال- المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية-، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2000، ص 130.

(2) ليندة سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 16.

(3) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 522.

(4) محمد الأمين بونيف، بوبكر بوعزيز، مرجع سبق ذكره، ص 09.

تقوم بتوسيع نطاق علاقاتنا عبر الوقت والمسافة، حتى يتم في النهاية خلق "مجتمعات افتراضية" "virtual communicaties"، التي تتكون من الناس الذين نعرفهم فقط من خلال شبكات الاتصال، ولعل هذا الاتجاه هو ما يقودنا إلى مجتمع ما بعد الحداثة"⁽¹⁾.

وتعتبر العزلة أكثر المشاكل المرتبطة باستخدام الإنترنت بصفة عامة، والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة حيث تؤدي كثرة استخدام الشبكات الاجتماعية إلى زيادة فردانية الأفراد، ونقص احتكاكهم بالعالم الخارجي ومن "أهم الملاحظات الملموسة في حياتنا اليومية هو قضاء الناس أوقات طويلة أمام التلفزيون أو الفيديو أو أجهزة الحاسب مما يجعلهم يقضون وقتا أكثر داخل بيوتهم إلى درجة عزلتهم عن الاتصال بالجيران أو الأقارب، وقد أثبتت بعض الإحصائيات في الولايات المتحدة الأمريكية أن 25% فقط ممن أجريت عليهم الدراسة يعرفون من هم الجيران،..."⁽²⁾.

وقد أكدت إحدى الدراسات أن "هناك علاقة بين استعمال الإنترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية والاكنتاب، وبينت دراسة أخرى أن الاستعمال الزائد للإنترنت كانت له علاقة مع انخفاض الاتصالات العائلية، ونقص حجم الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة، مع زيادة مشاعر الاكنتاب والوحدة، فالتقنيات الاتصالية للإنترنت تجعل الفرد يشعر بمتعة وانسباط، نظرا لإمكانية الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المتزامن، وهذا ما يجعله يستغرق في النقاشات ويقضي أوقاتا دون أن يشعر، وبالتالي ينفصل عن المجتمع الحقيقي ويدخل في مجتمعات افتراضية، ويصبح شخصا غريبا عن مجتمعه، وينقص اهتمامه بقضاياه وبأحداث محيطه الاجتماعي، ومع مرور الوقت يتحول إلى شخص منعزل تماما عن بيئته الاجتماعية، ويصبيه ما يسمى "بالانعزال الذاتي" "le repli sur soi"، ويزداد ارتباطه بأصدقائه الافتراضيين، إلى درجة أن يفقد الرغبة في الجلوس لمدة طويلة مع أفراد عائلته وأصدقائه"⁽³⁾.

ولقد قام الباحثون بالعديد من الدراسات في هذا المجال، وأكدت كلها أن استخدام الإنترنت يوفر بيئة افتراضية تتميز بعلاقات افتراضية بين مستخدميها، وكل هذا يؤدي إلى التأثير على علاقة الفرد بمحيطه الاجتماعي الحقيقي، لأن البيئة الافتراضية التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لا يمكن أن تكون بأي حال

(1) شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص 193.

(2) جمال محمد أبو شنب، مرجع سبق ذكره، ص 176.

(3) إبراهيم بعزیز، منتديات الحداثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-، مرجع سبق ذكره، ص 114-115.

معوذا عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية، حيث أن "ثمة شيئا مفقودا عندما نستخدم الاتصال عبر وسائط إلكترونية، ومن أمثلة هذه الأشياء المفقودة التلميحات غير اللفظية، كتعبيرات الوجه وحركات الجسد، والإيماءات والتي تساعدنا في فهم المعاني الأكثر عمقا للكلمات، وهذا هو مفهوم الحضور الاجتماعي "Social Presense" الذي يختلف عن الحضور النسبي، الذي يعني غياب التلميحات المحسوسة التي تساعد في نقل المعاني المستترة"⁽¹⁾.

4- تهديد الخصوصية:

تشير الخصوصية إلى "حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر معلومات عن أنفسهم، فثمة أمور تدخل في عداد الأمور الخاصة مثل الإدلاء بصوتك في الانتخاب، وماذا تقول في خطاب مرسل من خلال البريد"⁽²⁾، وتكمن خطورة مواقع الشبكات الاجتماعية في عدم إدراك الشباب المستخدم لها "بخطورة الاختراقات التي قد تقوم بها مثل هذه المواقع عن طريق نشر مواقع تجسس في شكل برامج ترفيهية للتحميل، قد تكون عبارة عن ألعاب كمبيوتر مجانية أو رموز مشاعر تستعمل في الدردشة أو حتى قنوات تلفزيونية غير مشفرة وغيرها من البرامج التي يتم تحميلها بسهولة ويصعب حذفها من الكمبيوتر، والخطر الأكبر اعتماد هذه المواقع في تحميل مقاطع فيديو خطيرة على الهواتف النقالة ونشرها سواء كان بدافع التسلية، الفضول..⁽³⁾.

وعلى الرغم من عدم وجود دليل عملي يؤكد وجود عمليات تجسس، إلا أن الكثير من الباحثين يحذرون من تبعات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على خصوصية الأفراد، حيث يتنكر العديد من الجواسيس في شكل أصدقاء، لاصطياد "الشباب المراهق الذي يجب أن يتكلم في الأشياء الممنوعة في الجنس وفي السياسة أيضا، فالذين يدخلون غرف الشات يفعلون ذلك بحثا عن فتاة أو امرأة "متحررة" تستطيع أن تحكي وتتكلم وتناقش بكل حرية معهم، ولا يهم من تكون تلك المرأة، مكانها، هويتها، جنسيتها وأهدافها، المهم أن ساعة من المحادثة الحرة تتطور إلى تبادل لأرقام الهاتف الجوال أحيانا..⁽⁴⁾، ومن هنا ينظر بعض الشباب إلى هذه المواقع على أنها "فسحة من الحوار الذي لا تتدخل فيه الموانع ولا التابوهات يجد الشخص نفسه داخلا

(1) شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص 194.

(2) المرجع نفسه، ص 185.

(3) ليندة سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 16.

(4) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص ص، 149-150.

إلى مواقع معينة باسم مستعار، وهو الأمر الذي يجعله يحس بالأمان كثيرا كون البيانات التي يقدمها للدخول غير حقيقية، ولكنه ينسى أن ما سيقوله أثناء الحديث هو الذي سيكون حقيقيا⁽¹⁾ وهنا تكمن الخطورة.

وفي هذا الإطار نشرت مجلة "لومغازين ديسرائيل" الصادرة في فرنسا أن "الانفتاح على العالم لم يعد يكلف "إسرائيل" كما في السابق فيما يخص جلب المعلومات، بحيث يكفي الدخول إلى مواقع الشات لتعرف كل شيء"⁽²⁾.

كما يؤخذ على مواقع الشبكات الاجتماعية أنها "أصبحت تمتلك ثروة ضخمة من المعلومات الشخصية تستثمرها في مجال الدعاية الموجهة، ويمكن بسهولة تقديمها لأطراف أخرى لتحقيق غايات غير تجارية وهو أمر رغم صعوبة إثباته يبقى قائما ومحتملا، وتحتفظ فايسبوك -مثلا- لنفسها حسب العقد الذي يبرمه معها كل مشترك بحقها في التصرف في البيانات الشخصية واستخدامها لغايات تجارية إذ يوضح العقد الذي نادرا ما يقرأه أحد أنها بغاية توجيه الدعاية المناسبة لك يهمها أن تعرف كل ميولاتك، وكلما كنت سخيا في عرض خصوصياتك، كانت الإعلانات المعروضة على بروفايلك متناسبة وهويتك الاجتماعية التي هي شخصيتك الحقيقية، وبينما تبدو مسألة الخصوصية بالنسبة إلى البعض ضربا من الترف وموضوعا ثانوي الأهمية في مقابل مناخ الحرية الذي توفره الشبكة، بدأت تظهر في فرنسا وكندا وعديد الدول الغربية الأخرى احترازا كثيرة من الإندفاع المبالغ فيه وراء عرض الخصوصيات... لكن السؤال المؤامرة الأكثر أهمية إنما يتعلق بمصير هذه الأطنان من المعلومات وقيمتها في التاريخ بوصفها التعبير المثالي التلقائي والعفوي عن عصر الطوفان المعلوماتي الذي نعيش، لقد لاحظ كثيرون أغلقوا حساباتهم في فايسبوك ثم أعادوا تنشيطها بعد فترة أن كل ما كتبوه وما تفاعلوا به مع الآخرين ظل موجودا على حاله كأن لم تمسسه يد..."⁽³⁾.

ولقد أوضحت دراسة قامت بها مجلة "تست" الألمانية التي تنشرها هيئة "شتيفتونغ فارين تست" المتخصصة في تقييم المنتجات المختلفة أن معظم الشبكات لديها ثغرات فيما يتعلق بحماية الخصوصية، وهو ما يؤكد المحرر بالمجلة، فالك موركو: "موضحاً حقوق الملكية الفكرية الخاصة بكل محتويات تلك الشبكات مما ينشره المستخدمون من نصوص وصور، تخص تلك الشبكات: أي أنها تملك الحق أن تفعل ما تشاء بتلك المعلومات، وهو الأمر الذي يعتبر تعدياً صريحاً على الحقوق الشخصية"، ومن ناحيته يحذر "هولجر براكامان" المستخدمين

(1) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 150.

(2) المكان نفسه.

(3) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 06.

قائلاً إن عليهم أن يقرأوا شروط الاستخدام، والتي عادة ما تحمل، ويضيف في هذا الإطار: "يجب أن يستخدم المرء تلك الشبكات بوعي، وألا ينشر شيئاً ما إلا إن كان مستعداً أن يتم نشره على لوحة كبيرة أمام منزله"⁽¹⁾.

5- القرصنة:

"من وجهة نظر أخلاقية بحتة، تعد القرصنة عملاً شبيهاً بسرقة منتج ما من على أرفف أحد المحلات ونحن نقصد بالقرصنة سرقة أو توزيع دون تفويض أو ترخيص، أو استخدام مادة تتمتع بحقوق النشر والتأليف أو براءة اختراع، وأحد أنماط القرصنة الاستيلاء على تصميم كمبيوتر أو برنامج، وهذا النوع من القرصنة هو ما ادعته شركة "ابل" Apple للكمبيوتر، عندما رفعت دعوى قضائية تم رفضها ضد شركتي "مايكروسوفت" Microsoft و"هيوليت باكارد" Hewlett-Packard" تتهمها فيها بأن بعض البنود في برامجها مثل الأيقونات والنوافذ قد تم نسخها"⁽²⁾.

"وقرصنة البرامج هي النسخ دون تفويض أو ترخيص، لبرامج كمبيوتر-أو أي نوع آخر من الملفات من صور أو فيديو أو نصوص... تتمتع بحق النشر والتأليف، وتوجد ثمة أساليب لنسخ هذه البرامج، منها: نسخ برنامج من قرص مرن لقرص آخر، أو تحميل البرنامج على جهاز الكمبيوتر من على شبكة معلومات، كالإنترنت مثلاً، وعمل نسخة منه.

أما قرصنة الشبكة فهي استخدام الشبكات الإلكترونية لتوزيع مواد تتمتع بحق النشر والتأليف في صورة رقمية مثلاً، دون الحصول على ترخيص بذلك، وعلى سبيل المثال فقد احتجت شركات المواد المسجلة على الممارسة الخاصة بمستخدمي الكمبيوتر، الذين يرسلون نسخاً، غير مصرح بها من التسجيلات الرقمية عبر شبكة الإنترنت"⁽³⁾.

وتشير مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة العديد من "المشكلات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية"⁽⁴⁾، وخاصة فيما يتعلق بالمواقع الخاصة بتبادل الفيديو مثل "يوتيوب" "حيث أقامت عدة شركات دعاوى قضائية

(1) موقع جريدة العرب، 2011/03/03، ص 9، متاح على الموقع: WWW.Alarabonline.orgpreviouspagesAlarab%20Daily، 2011/07/16، 11:15.

(2) شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص 205.

(3) المرجع نفسه، ص 205-206.

(4) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 523.

ضد الموقع لنشره مواد فيلمية تمتلك حق ملكيتها الفكرية، وقام المسئولون عن الموقع بإزالتها، ويجاوب الموقع تجنب تحميل الأفلام الكاملة والبرامج التلفزيونية عن طريق منع أي مادة تزيد مدتها على 10 دقائق، أما المشكلة التي تظهر مع هذه المحاولة فهي أن العديدين يحملون الأفلام الشهيرة والبرامج التلفزيونية في أجزاء قصيرة، ثم يجمعوا تلك الأجزاء مع بعضها البعض، ولعدم قدرة الشركة على معالجة المشكلة بفاعلية، ظهر عدد من الشكاوى المتعلقة بحق الملكية الفكرية⁽¹⁾.

6-الإدمان:

يعاني مستخدموا الإنترنت بصفة عامة ومستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة من مشكلة الإدمان، وهي مشكلة مرتبطة بالجلوس الطويل أمام جهاز الكمبيوتر، حيث "يشعر المدمن بالقلق أو الانزعاج عندما يحاول التوقف أو التقليل من عاداته.

لقد بينت دراسة حديثة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية أن ستة بالمائة (6%) من مستخدمي شبكة الويب، أي حوالي 11 مليون شخص، هم مدمنون في حدود قد تصل إلى 40 ساعة أسبوعياً، مما قد يتسبب في ضعف المردودية الدراسية للأطفال، والإنتاجية للموظفين، بالإضافة إلى المشاكل النفسية الاجتماعية (القلق، الغضب، الانطواء، تصديق الأكاذيب، المشاكل العائلية...) "⁽²⁾، وحتى الفيزيولوجية (نقوس الظهر من كثرة الجلوس، ضعف البصر، مرض بعض أصابع اليد...)، ولا شك أن مشكلة الإدمان لا تقتصر على الدول الغربية فقط وإنما أصبحت ظاهرة موجودة حتى في الدول العربية، ففي الجزائر مثلاً كشفت دراسة حديثة عن استخدامات الشباب الجزائري للإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية "أن 66% من مستخدمي الشبكة العنكبوتية مدمنون على الإنترنت، 40% منهم يتواصلون بشكل يومي لأكثر من 20 ساعة في الأسبوع وحوالي 2.1 مليون جزائري على موقع فايسبوك"⁽³⁾.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 523.

(2) فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 30-31.

(3) ليندة سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 16.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث

استخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات

الاجتماعية في ظل العولمة الثقافية

خصائص مجتمع البحث

يجدر التذكير بأن حجم العينة هو 100، وقد تم اختيارها عن طريق العينة العنقودية، وباستخدام الأسلوب القصدي في سحب المفردات على مستوى كل كلية.

ومجتمع البحث في دراستنا هو شباب جامعة محمد خيضر بسكرة، ونظرا لضخامة مجتمع البحث وعدم توفر القائمة الكاملة له، فإننا لجأنا إلى المسح عن طريق العينة، وبالنسبة للعينة المناسبة لدراستنا فهي من نوع العينة العنقودية وذلك لعدم وجود القائمة الكاملة لمجتمع البحث، إضافة إلى عدم توفر المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع، ومنه فقد حاولنا اختيار مفردات العينة بحيث تغطي أغلب التخصصات الموجودة في الجامعة، العلمية منها والأدبية وذلك من أجل تجنب التحيز في العينة، حيث قمنا بتوزيع 100 استمارة استبيان على الكليات التالية: كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية الآداب واللغات الأجنبية، ثم قمنا بسحب مفردات العينة على مستوى كل كلية (بالتساوي 20 مفردة لكل كلية)، وبطريقة الحصص المتساوية بين الإناث والذكور، والشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية وخارجها، مستخدمين في ذلك الأسلوب القصدي من خلال انتقاء مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية على مستوى كل كلية، لأن ما يهمنا هو الحصول على معلومات حول عادات وأنماط الاستخدام والاشباع المحققة، وعلاقة ذلك بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم وليس التمثيل الدقيق لمجتمع البحث.

ولقد قمنا بتوزيع الاستمارات واسترجاعها خلال أسبوع واحد، وبعد عملية ترقيم الاستمارات من 01 إلى 100 وترميزها، قمنا بتحليل البيانات، ومن خلال تحليل البيانات وفقا لمتغيرات الدراسة (الجنس، الإقامة) نستطيع تقديم النتائج التالية:

-بيانات شخصية:

الجدول رقم 01 يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس والإقامة:

المجموع	النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	المتغير
100	%50	50	ذكر	الجنس
	%50	50	أنثى	
100	%50	50	في عاصمة الولاية	الإقامة
	%50	50	خارج عاصمة الولاية	

تظهر بيانات الجدول أن نسبة الذكور جاءت مساوية لنسبة الإناث، نظرا لاعتمادنا على طريقة الحصص المتساوية، وذلك لعدم وجود إحصائيات دقيقة حول مجتمع البحث من جهة، ولأن ما يهمنا ليس التمثيل الدقيق لمجتمع البحث بقدر الحصول على آراء حول تفضيلات واستخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من جهة أخرى، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الإقامة حيث أن هناك اختلافات بين خصائص سكان بلدية عاصمة الولاية وباقي البلديات، لأن عاصمة الولاية تتوفر فيها خصائص المدينة، من كثافة سكانية عالية، انتشار التعليم، تراجع سيطرة العرف والتقاليد..، وغيرها من الخصائص والتي لا تتوفر في باقي سكان البلديات الأخرى.

المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

الجدول رقم 02 يبين كثافة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
40%	40		دائماً
33%	33		أحياناً
27%	27		نادراً
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن ما نسبته 40% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية "دائماً"، تليها "أحياناً" بـ 33% ثم "نادراً" بنسبة 27%، وهو ما يعني أن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هو نشاط أساسي لدى أغلب أفراد العينة، كما أن هذه البيانات تدل دلالة واضحة على أن مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت من الإنترنت وسيلة جماهيرية بدرجة كبيرة، حيث أن استخدام الشبكات الاجتماعية أصبحت من الأنشطة الاتصالية الراسخة لدى فئة الشباب الجامعي بصفة خاصة، نظراً للخصائص والكفاءات العلمية التي يتميز بها، وما أتاحتها هذه المواقع من خدمات تتناسب مع هذه الإمكانيات والكفاءات، وهذا ما يؤكد نتائج دراسة "فايسبوك والشباب العربي" والتي توصلت "إلى أن الشباب العربي يستخدم موقع فايسبوك بكثافة، وهذا دليل على انتشاره الواسع في العالم العربي، رغم تباين هذا الانتشار وسرعته من دولة عربية إلى أخرى"⁽¹⁾.

وكذا نتائج دراسة حول استخدامات الإنترنت في دولة الإمارات، والتي توصلت إلى أن نسبة "59.8%" من مفردات العينة يستخدمون الإنترنت دائماً واحتلت المركز الأول ويليها أحياناً بنسبة (33.8%)... واحتلت المركز الثاني، بينما نادراً فقد بلغت نسبة ضئيلة (6.2%)، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على قدرة هذه التقنية الحديثة في جذب إقبال جمهور الطلبة إليها، والإقبال على استخدامها بصفة دائمة"⁽²⁾.

(1) محمد الأمين فورار، مرجع سبق ذكره.

(2) فوزية عبد الله آل علي، الآثار الاجتماعية والنفسية للإنترنت على الشباب في دولة الإمارات، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 351.

وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة عزة مصطفى الكحكي حول استخدام الإنترنت في المجتمع القطري، والتي ذهبت إلى أن "نسبة عالية تصل إلى (69.1%) تستخدم الإنترنت غالباً، ويستخدمه أحياناً (21.8%) من العينة، في حين نادراً ما يستخدم الإنترنت نسبة (9.1%) فقط وهي نسبة ضئيلة إذا ما قورنت بمن يستخدمون بشكل مكثف بالعينة"⁽¹⁾.

وهذه النتائج متقاربة إلى حد بعيد مع ما توصل إليه عبد الجواد سعيد محمد ربيع في دراسته حول التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، والذي ذهب إلى أن "(61.6%) من أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل دائم، وأن (21.6%) منهم يستخدمون الشبكة بشكل غير منتظم (أحياناً)، و(16.8%) من أفراد العينة يستخدمون الشبكة بشكل نادر"⁽²⁾.

الجدول رقم 03 يبين عادات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
40	40%	22	44%	18	36%		دائماً
33	33%	16	32%	17	34%		أحياناً
27	27%	12	24%	15	30%		نادراً
100	100%	50	100%	50	100%		المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=0,74			

عند ملاحظة عادات الاستخدام وفقاً لمتغير الجنس فإن أهم ما يبرز هو ارتفاع عدد الإناث اللواتي أجبن بـ "دائماً" حيث وصل إلى نسبة 44% مقارنة بعدد الذكور الذين أجابوا نفس الإجابة، والذين يقدر بـ 36%، في حين نلاحظ ارتفاع نسبة الذين أجابوا بـ "أحياناً" عند الذكور بـ 34% مقابل 32% عند

(1) عزة مصطفى الكحكي، استخدام الإنترنت وعلاقته بالوحدة النفسية، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 291.

(2) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 180.

الإناث، أما الذين أجابوا بـ "نادراً" فقد بلغت نسبتهم 30% عند الذكور، مقابل 24% عند الإناث فقط، وهذا ما يعني أن الإناث أكثر كثافة في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من الذكور، "وتفوق الإناث يمكن تفسيره بنقص وسائل التسلية وأماكنها بالنسبة للإناث وهذا ما قد يجعلهن يلجأن إلى وسائل بديلة كالإنترنت"⁽¹⁾، لتمضية أوقات فراغهن، لا سيما وأن الفترة التي يقضيها الإناث في البيت طويلة إذا ما قارناها بالفترة التي يقضيها الذكور بالبيت.

وتتفق نتائج دراستنا إلى حد بعيد مع ما توصلت إليه إحدى الدراسات حول آثار استخدام الإنترنت في دولة الإمارات فيما يخص تأثير متغير الجنس على كثافة الاستخدام، والتي ذهبت إلى أن "نسبة الذين يستخدمون الإنترنت من أفراد العينة دائماً من الإناث بلغت نسبة (61.8%) مقابل (57.8%) من الذكور..، بينما بلغت نسبة الذين يستخدمون الإنترنت أحياناً من الذكور (36.8%) مقابل (30.9%) للإناث..، ويليها وبنسبة ضئيلة "نادراً" للذكور بنسبة (5.21%) مقابل (7.3%) للإناث"⁽²⁾.

ويتضح من خلال الجدول رقم 03 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99 أما قيمتها المحسوبة فهي 0,74، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة وكثافة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

(1) عبد الرحمن عزى، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 302.

(2) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 351.

الجدول رقم 04 يبين عادات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
40	%40	07	%14	33	%66	33	دائما
33	%33	25	%50	08	%16	08	أحيانا
27	%27	18	%36	09	%18	09	نادرا
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=28.64			

يظهر من الجدول أعلاه التأثير الكبير لمتغير الإقامة على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حيث وصلت نسبة الذين أجابوا بـ "دائما" عند الذين يقطنون في عاصمة الولاية 66% مقابل 14% عند الذين يقطنون في البلديات الخارجة عن عاصمة الولاية، في حين أن أغلب الشباب الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "أحيانا" هم من خارج عاصمة الولاية بنسبة 50% مقابل 16% للذين يسكنون في عاصمة الولاية، كما يلاحظ ارتفاع نسبة الذين يستخدمون هذه المواقع "نادرا" من خارج عاصمة الولاية بنسبة 36% مقابل 18% للشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية، وبالتالي يمكن أن نستنتج أن الشباب الجامعي الذين يسكنون في عاصمة الولاية أكثر كثافة في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من أولئك الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وهذا ما يفسر بقلّة انتشار ثقافة استخدام الإنترنت بصفة عامة، والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة في البلديات الخارجة عن عاصمة الولاية، لاسيما وأن أغلب البلديات خارج عاصمة الولاية هي عبارة عن مناطق ريفية، لم تنتشر فيها ثقافة استخدام تكنولوجيات الاتصال بشكل كبير، إضافة إلى كون هذه المناطق تعاني غالبا من ضعف خدمات الإنترنت وقلّة الربط، بل وانعدامه في أحيان أخرى.

ونجد من خلال الجدول رقم 04 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99، أما قيمتها المحسوبة فهي 28.64، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك

علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة لدى أفراد العينة وكثافة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 05 يبين خبرة المبحوثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
30%	30		منذ سنة
38%	38		منذ سنتين
18%	18		منذ 3 سنوات
14%	14		منذ أكثر من 3 سنوات
100%	100		المجموع

يظهر من الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة لديهم خبرة معتبرة في التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أحاب 38% أنهم يستخدمون هذه المواقع "منذ سنتين"، وهو ما يتزامن مع الأحداث والتغيرات التي حدثت في الوطن العربي، "ويبرر ذلك أن عام 2008 م-وما بعده- كان أكثر الأعوام انتشارا وشهرة بين الشباب وأدى أدوارا كثيرة في الأحداث السياسية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي"⁽¹⁾، والجزائر بصفة خاصة لا سيما ما يتعلق بالانتصارات التي حققها الفريق الوطني لكرة القدم، وبعدها الصراع الكبير الجزائري المصري خلال التصفيات المؤهلة للمونديال وهو ما جعل الشباب يبحثون عن مجال للتعبير عن آرائهم، وأفراحهم، وأحزانهم ويقبلون على هذه المواقع بكثرة بحثا عن مساحات للنقاش، وتبادل وجهات النظر وكذا الحصول على المعلومات والأخبار... وهذا ما يؤكد النتائج التي توصلت إليها إحدى الدراسات التي أجريت في الجزائر، حيث ذهبت إلى أن "المشاركة في مواقع الشبكة الاجتماعية على الإنترنت تخضع للمناسبات والأحداث الطارئة كالأحداث السياسية وعلى وجه الخصوص الرياضية"⁽²⁾.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 526.

(2) عبد الرحمن عززي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 307.

كما بينت نتائج الجدول أن 30% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية "منذ سنة"، وقد يعود السبب في هذا الإقبال إلى الأحداث السياسية الأخيرة التي شهدتها المنطقة العربية والتي كانت سببا في سقوط بعض الأنظمة العربية التي دامت فترة حكمها عقودا، مثل ثورة الياسمين في تونس التي أدت إلى نهاية نظام زين العابدين بن علي، بالإضافة إلى الأحداث في كل من ليبيا واليمن وسوريا، وفي هذا الإطار لعبت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت الدور الأساسي والفاعل في هذه الحركية، حتى أن هناك من أطلق عليها لقب "السلطة الخامسة" نظرا لدورها الكبير في التأثير على الآراء وتكوين اتجاهات الشباب في الحياة المعاصرة.

وقد بلغت نسبة الذين يستخدمون هذه المواقع "منذ 03 سنوات" 18%، وهي نسبة متقاربة مع الذين يستخدمون هذه المواقع "لأكثر من 03 سنوات" والتي بلغت 14%، ويمكن أن نفسر أهم أسباب تأخر رواج هذا النوع من المواقع في الجزائر بغلاء أسعار الإنترنت في تلك الفترة، إضافة إلى أن "غياب فرص الولوج والمهارات التقنية لدى الشباب الجامعي يمكن أن يعرقل زيارة مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة فيها"⁽¹⁾.

الجدول رقم 06 يبين خبرة المبحوثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
30	30%	22	44%	08	16%	08	منذ سنة
38	38%	15	30%	23	46%	23	منذ سنتين
18	18%	06	12%	12	24%	12	منذ 3 سنوات
14	14%	07	14%	07	14%	07	منذ أكثر من 3 سنوات
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=10,2			

تظهر بيانات الجدول أن الذكور أكثر خبرة في التعامل مع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت مقارنة بالإناث، حيث أن الفئة الأكبر من الذكور يستخدمون هذه المواقع "منذ سنتين" وذلك بنسبة 46%، تليها نسبة 24% يستخدمونها "منذ 3 سنوات"، ولعل هذا الارتفاع في الاستخدام لدى الذكور يتناسب مع ما عرفته

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 308.

الإنترنت بصفة عامة من رواج في الفترة الأخيرة والارتفاع الكبير في عدد المشتركين نتيجة الإجراءات التي اتخذتها الدولة الجزائرية والتي يتمثل أهمها في خفض أسعار الإنترنت، أما الإناث فإن أكبر نسبة تستخدم هذه المواقع "منذ سنة" فقط بنسبة 44% تليها نسبة 30% يستخدمونها "منذ سنتين"، وهو ما يفسر بأن استخدام هذه المواقع عند الإناث لم ينتشر بصفة موسعة إلا بعد رواجها بصفة كبيرة في أوساط المجتمع، وبهذا فإن الذكور أكثر خبرة في استخدام هذه المواقع من الإناث.

ولكن نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 10,2، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وخبرة الباحثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 07 يبين خبرة الباحثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		داخل عاصمة الولاية		التكرار والنسبة(%)
						الإجابة
30	30%	18	36%	12	24%	منذ سنة
38	38%	17	34%	21	42%	منذ سنتين
18	36%	08	16%	10	20%	منذ 3 سنوات
14	14%	07	14%	07	14%	منذ أكثر من 3 سنوات
100	100%	50	100%	50	100%	المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=01.84		

عند تحليل البيانات الواردة في الجدول، والخاصة بخبرة أفراد العينة في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية حسب متغير الإقامة، يمكن القول أن أكبر فئة من الشباب الجامعي الذين يسكنون مقر عاصمة الولاية يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية "منذ سنتين" وذلك بنسبة 42%، مقابل 34% بالنسبة للذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل هذا الارتفاع بالنسبة لسكان عاصمة الولاية على حساب سكان

البلديات المجاورة يعود إلى قلة خدمات الإنترنت وضعفها في هذه البلديات في ذلك الوقت، عكس عاصمة الولاية التي تحظى بأكثر اهتمام، كما أن أغلب البلديات المجاورة هي عبارة عن مناطق ريفية، وبالتالي قد يعود هذا الانخفاض إلى طبيعة خصائص سكان الريف الذين هم أقل إقبالا على تكنولوجيا الاتصال الحديثة من سكان المدن، حسب ما تؤكدته أغلب الدراسات، ولكن في ظل العولمة وإلغاء الحدود الجغرافية فقد بدأت هذه الطريقة في التفكير تتناقض شيئاً فشيئاً، والدليل على ذلك ارتفاع عدد الذين بدأوا يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية منذ سنة وذلك بنسبة 36% عند الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، مقابل 24% عند الشباب الجامعي الذين يسكنون مقر عاصمة الولاية.

ولعل أهم ما يلاحظ هو انخفاض عدد الذين يستخدمون الإنترنت منذ فترة طويلة تتجاوز الثلاث سنوات حيث لم تتجاوز نسبتهم 14% لكلا الفئتين، وكذا "منذ 03 سنوات" بنسبة 20% عند الشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية، مقابل 16% للذين يسكنون خارجها.

ويتضح من خلال الجدول رقم 07 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (χ^2) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 01.84، وبالتالي فإن قيمة (χ^2) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان الإقامة وخبرة المبحوثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 08 يبين الشبكات الاجتماعية على الإنترنت الأكثر استخداما:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
33.333%	94	-فايسبوك Facebook
27.659%	78	-يوتيوب Youtube
15.602%	44	-سكايب Skype
12.411%	35	-مسنجر Messenger
2.836%	08	-ماي سبيس MySpace
3.9%	11	-تويتر Twitter
4.255%	12	-تاجد Tagged
100%	282	المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "282" تكرارا، كما أظهرت بيانات الجدول أعلاه أن موقع فايسبوك "Facebook" هو أكثر الشبكات استخداما لدى أفراد العينة وذلك بنسبة 33.333% ولعل هذا ليس بالشيء الجديد، إنما هو تأكيد لما سبق من دراسات، حيث ذهبت إحداها إلى "أن فايسبوك "Facebook" هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية زيارة من طرف المبحوثين"⁽¹⁾، وهو نفس ما توصلت إليه دراسة أخرى والتي ذهبت إلى أن "الشبكة الاجتماعية التي يفضلها الجزائريين هي فايسبوك "Facebook" خاصة الشباب الجزائري وذلك بنسبة 44%"⁽²⁾.

وارتفاع عدد مستخدمي موقع فايسبوك "Facebook" ليس مقتصرًا على الجزائر فحسب بل في أغلب دول الوطن العربي والعالم، وفي هذا الإطار أكدت دراسة أقيمت في تونس أن موقع فايسبوك "Facebook" يحتل "صدارة المواقع... وذلك بنسبة 78%"⁽³⁾، ولعل الشعبية الكبيرة التي يحظى بها الموقع تعود أساسا إلى كونه يعتمد على الخدمات الكثيرة والمتنوعة التي يقدمها للمستخدمين، بالإضافة إلى التطوير المستمر لهذه الخدمات،

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 307.

(2) منتدى أخبار الإنترنت، مرجع سبق ذكره.

(3) ثريا السنوسي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

وعلى دراسة مستفيضة لبيانات وأفكار مستخدميها، وهذا ما انعكس إيجاباً على تقدمه مقارنة بالمواقع التي تقدم نفس الخدمات.

ولقد حل موقع يوتيوب "YouTube" في المرتبة الثانية وهو أكبر مكتبة لمقاطع الفيديو وذلك بنسبة 27.659%، ثم سكايب "Skype" بنسبة 15.602%، ومسنجر "Messenger" بنسبة 12.411%، أما ماي سبيس "MySpace"، وتويتر "Twitter" فلم يحظيا إلا بنسب اهتمام ضئيلة، وقد أضاف بعض المستخدمين ويقدر بنسبة 4.255% "موقعا آخر هو "تاجد" "Tagged"، ولعل أهم ما يلاحظ على نتائج هذه الدراسة هو أن كل الشباب الجامعي بنسبة 100% والذين شملتهم الدراسة يستخدمون أكثر من موقع واحد، وهذا ما يمكن تفسيره بأنه ليس هناك ولاء لموقع بعينه، وإنما يتميز أفراد العينة بحب الاكتشاف والتجريب لعدد من المواقع، وإن كان هناك إجماع بين أغلب أفراد العينة على موقعي فايسبوك "Facebook"، ويوتيوب "YouTube"، حيث يقدمان خدمات متميزة جعلتهما يحظيان بالريادة.

الجدول رقم 09 يبين السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
40%	40		-الدردشة
23%	23		-تحميل ملفات
22%	22		-إنشاء مجموعات اجتماعية
15%	15		-التطفل على الآخرين
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن السبب الرئيسي لاستخدام أفراد العينة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هو "الدردشة" وذلك بنسبة 40%، فعلى الرغم من التطور الكبير الذي عرفته مواقع الشبكات الاجتماعية والخدمات التي تتيحها بحيث تعدد استخداماتها بحسب خصائص كل شبكة والسماح التي تميزها عن غيرها من الشبكات، وكذلك بحسب الجمهور المستهدف وأهدافه من الاستخدام، فهي إضافة إلى استخدامها في الدردشة ومن أجل تكوين العلاقات الاجتماعية تستخدم في الدول الغربية في مجال تسيير المؤسسات وعقد الاجتماعات الافتراضية والتعامل مع الزبائن وكذا "التسويق والإعلان عن فعاليات كما تستخدم كتجمع

للمعجبين بفنان أو موسيقى، ولنشر أعمال الفنانين الجدد ونشر المقالات والمداحلات الأدبية، وهي أيضا وسيلة للتعبير، ولنشر المعلومات...⁽¹⁾، إلا أن الصورة السائدة لدى المستخدمين عن هذه المواقع في الوطن العربي عموما هي اعتبارها أماكن للقاء والدردشة وتكوين العلاقات الاجتماعية، وهذا ما يتفق مع نتائج إحدى الدراسات التي أجريت في المنطقة العربية "حين أشارت إلى أن استخدام الإنترنت من جانب معظم الباحثين يتركز على البريد الإلكتروني والدردشة أكثر من الاستخدامات الأخرى"⁽²⁾، ويذهب بعض الباحثين إلى تفسير الظاهرة بأنها عبارة عن "حالة مرضية من جانب أن الفرد يعوض بواسطة هذه الوسيلة ما يفتقده في واقعه خاصة إذا ما تعلق الأمر بالعلاقات الاجتماعية، فالتعلق للحصول على علاقات اجتماعية مفقودة في الواقع قد يحدث إحساسا وهميا بالتعويض مما يزيد الفرد عزلة وابتعادا عن السياق الاجتماعي الحقيقي"⁽³⁾.

لكن هناك دراسات أخرى أثبتت عكس هذه النتائج، حيث ذهبت إلى أن هناك "ثلاثة أسباب لاستخدام أفراد العينة للإنترنت وهي على التوالي البحث العلمي 83.2 بالمائة، الأخبار 44.9 بالمائة، الدردشة 39.3 بالمائة"⁽⁴⁾.

أما "تحميل الملفات" فقد حل في دراستنا في المركز الثاني وذلك بنسبة 23% ولعل هذا يعود بدرجة كبيرة إلى كون أفراد العينة هم من فئة الشباب الجامعي، ومن هنا فإن ارتفاع نسبة الأفراد الذين يقومون بتحميل الملفات يعود لأسباب تتعلق بالدراسة، أو للترفيه أو غير ذلك...، وقد جاء "إنشاء مجموعات اجتماعية" في المركز الثالث بنسبة 22% وتمثل هذه المجموعات تجمعات لأفراد حول مركز اهتمام مشترك، وبهذا فهي عبارة عن مساحات للنقاش وتبادل الرأي حول موضوع معين سواء كان مشكلة أو دفاع عن فكرة أو اهتمام معين... لا سيما وأن أفراد العينة هم فئة لها من الطاقات والإمكانيات ما يؤهلها للعب دور فاعل في المجتمع، ويبحثون عن مجالات ومساحات للتعبير عنها، أما "التطفل على الآخرين" فلم يحظى إلا بنسبة 15%.

(1) رشا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 165.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 307.

(3) المرجع نفسه، ص 281.

(4) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 161.

الجدول رقم 10 يبين السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
40	%40	24	%48	16	%32		-الدردشة
23	%23	11	%22	12	%24		-تحميل ملفات
22	%22	12	%24	10	%20		-إنشاء مجموعات اجتماعية
15	%15	03	%06	12	%24		-التطفل على الآخرين
100	%100	50	%100	50	%100		المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=07.22			

تظهر بيانات الجدول الخاص بالسبب الرئيسي الذي يدفع أفراد العينة إلى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، أن الإناث أكثر إقبالا على استخدام "الدردشة" بنسبة 48% مقابل 32% عند الذكور، وقد يعود هذا الارتفاع لعدم توفر وسائل أخرى للترفيه والتسلية لدى الإناث عكس الذكور، إضافة إلى الحواجز الموضوعية على الإناث في الواقع فيما يخص إقامة العلاقات الاجتماعية لاسيما مع الجنس الآخر، مما يجعلهن يلجأن إلى مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لإقامة علاقات سواء مع الذكور أو الإناث، من مختلف الجنسيات دون وجود أي نوع من الحواجز، أو الرقابة.

أما "تحميل الملفات" فقد جاء بنسب متقاربة بين كلا الفئتين (24% عند الذكور و22% عند الإناث) وهو ما يكشف عدم وجود فروق جوهرية بين الفئتين في مجال تحميل الملفات نظرا لكون أفراد العينة من فئة الشباب الجامعي، حيث أن كلا الجنسين يقوم بالتحميل سواء ملفات متعلقة بالدراسة، أو الترفيه وتضييع وقت الفراغ، ونفس الشيء بالنسبة لـ "إنشاء مجموعات اجتماعية" (20% عند الذكور، و24% عند الإناث) كون كلا الجنسين يبحثان عن مساحات اهتمام مشتركة حول مختلف القضايا حسب اهتمامات كل فئة منهم، وقد يعود الارتفاع الطفيف للإناث على حساب الذكور، نظرا لأن الإناث عادة ما يعانين من التهميش ولا تحظى آراؤهن بنفس درجة الإهتمام التي يحظى بها الذكور في أغلب الأسر الجزائرية والعربية، مما يجعلهن أكثر بحثا عن مساحات أخرى للتعبير عن اهتمامهن كنوع من التعويض، أما الخيار الأخير المتمثل في "التطفل

على الآخرين" فقد أثبتت النتائج تفوقا واضحا للذكور بـ 24% مقابل 06% عن الإناث وهذا ما يكشف أن درجة الفضول للتعرف على بيانات الآخرين عند الذكور أكثر من الإناث.

ويتضح من خلال الجدول رقم 10 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن K^2 الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 07.22، وبالتالي فإن قيمة K^2 المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة والسبب الرئيسي الذي يدفعهم لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 11 يبين السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
40	40%	14	28%	26	52%	26	-الدردشة
23	23%	14	28%	09	18%	09	-تحميل ملفات
22	22%	12	24%	10	20%	10	- إنشاء مجموعات اجتماعية
15	15%	10	20%	05	10%	05	-التطفل على الآخرين
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
K^2 الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		K^2 المحسوبة=06.52			

يظهر من الجدول المبين أعلاه التأثير الكبير لمتغير الإقامة على نتائج الدراسة فيما يخص السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حيث تحتل "الدردشة" السبب الأول للاستخدام بالنسبة للشباب الجامعيين الذين يقطنون عاصمة الولاية وذلك بنسبة 52% مقابل 28% بالنسبة للذين يقطنون خارج عاصمة الولاية، وقد يعود ذلك إلى خصائص سكان المدن وعواصم الولايات عموما أين تكون العلاقات

الاجتماعية أقل من تلك السائدة في البلديات الأخرى والمناطق الريفية عموماً، إضافة إلى ارتفاع نسبة الذين يملكون الربط بالإنترنت من البيت في عاصمة الولاية مقارنة بباقي البلديات، لأن الدردشة عادة ما تأخذ وقتاً طويلاً ولهذا تتطلب أن يكون هناك ربط بالإنترنت من البيت.

أما "تحميل الملفات" فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة 18% عند الشباب الجامعي الذين يقطنون عاصمة الولاية، مقابل 28% بالنسبة للذين يقطنون خارج عاصمة الولاية، واحتل "إنشاء مجموعات اجتماعية" المرتبة الثالثة بنسبة 20% عند الشباب الجامعي الذين يقطنون عاصمة الولاية، مقابل 24% بالنسبة للذين يقطنون خارج عاصمة الولاية، وقد يعود هذا الارتفاع لدى الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية والمناطق الريفية عموماً، لعدم وجود مساحات للشباب للتعبير عن اهتماماتهم مما يجعلهم أكثر رغبة في إبداء آرائهم حول ما يهمهم من مواضيع والبحث عن مساحات للتعبير عنها.

في حين احتل "التطفل على الآخرين" المرتبة الرابعة بنسبة 10% عند الشباب الذين يقطنون عاصمة الولاية، مقابل 20% عند الذين يقطنون خارج عاصمة الولاية، ويمكن تفسير هذا الارتفاع عند الذين يقطنون خارج عاصمة الولاية بكون هذه البلديات هي في الغالب عبارة عن مناطق ريفية، ولعل أهم ما يميزها ارتفاع درجة الفضول عند سكانها أكثر من سكان المدن وعواصم الولايات.

ويتضح من خلال الجدول رقم 11 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81، أما قيمتها المحسوبة فهي 06.52، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهري بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير إقامة أفراد العينة والسبب الرئيسي الذي يدفعهم لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 12 يبين استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
39%	39		يومية
8%	08		06 أيام في الأسبوع
7%	07		05 أيام في الأسبوع
12%	12		04 أيام في الأسبوع
5%	05		03 أيام في الأسبوع
19%	19		يومان في الأسبوع
10%	10		يوم واحد في الأسبوع
100%	100		المجموع

تظهر البيانات الموضحة في الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "يومية" وذلك بنسبة 39% وبفارق كبير عن الذين يستخدمونها "يومان في الأسبوع" بنسبة 19%، وتدل هذه النتائج على أن هذه المواقع قد حولت الإنترنت إلى وسيلة إعلام جماهيرية بامتياز، وهذا عكس نتائج العديد من الدراسات التي تمت في فترات سابقة والتي توصلت إلى أن "معظم الطلبة لا يحرصون كثيرا على زيارة الإنترنت، وإنما يقومون بعملية تصفحها حسب الظروف"⁽¹⁾، ولكن ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية غير من طبيعة التصفح لدى الطلبة وحولها من سلوك عرضي إلى أحد السلوكيات الأساسية التي يقبل عليها الشباب الجامعي بصفة يومية.

وقد جاء في المرتبة الثانية الأشخاص الذين يتصفحون مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "يومان في الأسبوع" بنسبة 19%، ثم الفئة التي تتصفح "04 أيام في الأسبوع" بنسبة 12%، ثم الأشخاص الذين يتصفحون "يوما واحدا في الأسبوع" بنسبة 10%، و"06 أيام في الأسبوع" بنسبة 8%، ثم 7% للذين يتصفحون "05 أيام في الأسبوع"، وأخيرا الذين يتصفحون "03 أيام في الأسبوع" بنسبة 5%.

(1) باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 127.

ودراستنا تؤكد النتائج التي توصلت إليها دراسة حول استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، والتي ذهبت إلى أن "الشباب الجامعي في البحرين الذي ينتمي غالبية إلى البحرين، يستخدمون الإنترنت بشكل كثيف، حيث أفاد 76% من الشباب الجامعي أنهم يتعرضون للإنترنت بشكل يومي"⁽¹⁾، كما توصلت دراسة أخرى حول استخدام الإنترنت في المجتمع القطري إلى أن "أكثر من نصف العينة بنسبة (55.5%) تستخدم الإنترنت يوماً أي كل أيام الأسبوع وتستخدمه من (3-4 أيام) أسبوعياً بنسبة (22.4%)، ويستخدمه من يومين إلى ثلاث أيام بنسبة (17.4%)، في حين تضاءلت نسبة الذين يستخدمونه يوم واحد فقط إلى (4.7%) فقط من أفراد العينة"⁽²⁾.

الجدول رقم 13 يبين أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)
						الإجابة
39	39%	22	44%	17	34%	يوميًا
08	08%	04	08%	04	08%	06 أيام في الأسبوع
07	07%	02	04%	05	10%	05 أيام في الأسبوع
12	12%	07	14%	05	10%	04 أيام في الأسبوع
05	05%	03	06%	02	04%	03 أيام في الأسبوع
19	19%	10	20%	09	18%	يومان في الأسبوع
10	10%	02	04%	08	16%	يوم واحد في الأسبوع
100	100%	50	100%	50	100%	المجموع
كا ² الجدولية=12.59		درجة الحرية=06		كا ² المحسوبة=06.08		

نلاحظ من خلال بيانات الجدول الذي يوضح أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وفقاً لمتغير الجنس أن النسبة الكبيرة من كلا الجنسين يستخدمون هذه المواقع "يوميًا" مع وجود فارق بين الإناث

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 524.

(2) عزة مصطفى الكحكي، مرجع سبق ذكره، ص 291.

والذكور، 34% بالنسبة للذكور مقابل 44% عند الإناث، وفي المرتبة الثانية الذين يتصفحون "يومان في الأسبوع" 18% عند الذكور و20% عند الإناث، ثم في المرتبة الثالثة الذين يتصفحون "04 أيام في الأسبوع" 10% عند الذكور و14% عند الإناث، وفي المرتبة الرابعة الذين يتصفحون "يوم واحد في الأسبوع" 16% عند الذكور و04% عند الإناث، تليها الذين يتصفحون "06 أيام في الأسبوع" بنسبة 08% عند كل من الذكور والإناث، ثم الذين يتصفحون "05 أيام في الأسبوع" بنسبة 10% عند الذكور و04% عند الإناث، وأخيرا الذين يتصفحون "03 أيام في الأسبوع" بنسبة 04% عند الذكور و06% عند الإناث، وهذا ما يمكن تفسيره بوجود مواظبة على استخدام هذه المواقع عند الإناث أكثر من الذكور، بحيث يمكن اعتبار استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت كأحد الأنشطة الأساسية لدى الإناث أكثر من الذكور، وهذا ما تؤكد النسبة المرتفعة للإناث اللواتي يستخدمن هذه المواقع يوميا، وكذا 04 أيام في الأسبوع.

ومن خلال الجدول رقم 13 نجد أنه بدرجة حرية 06 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 12.59 أما قيمتها المحسوبة فهي 06.08، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة وأيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 14 يبين أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
39	%39	10	%20	29	%58	29	يومية
08	%08	00	%00	08	%16	08	06 أيام في الأسبوع
07	%07	00	%00	07	%14	07	05 أيام في الأسبوع
12	%12	12	%24	00	%00	00	04 أيام في الأسبوع
05	%05	05	%10	00	%00	00	03 أيام في الأسبوع
19	%19	15	%30	04	%08	04	يومان في الأسبوع
10	%10	08	%16	02	%04	02	يوم واحد في الأسبوع
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=12.59		درجة الحرية=06		كا ² المحسوبة=51.2			

تظهر البيانات الواردة في الجدول أعلاه التأثير الكبير لمتغير الإقامة على أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حيث يستخدم الشباب الذين يقطنون في عاصمة الولاية هذه المواقع بكثافة أكبر من الذين يقطنون خارج عاصمة الولاية، وقد أجابت الفئة الأولى بـ "يومية" بنسبة 58%، ثم "06 أيام في الأسبوع" بنسبة 16%، ثم "05 أيام في الأسبوع" بنسبة 14%، تليها يومان في الأسبوع بنسبة 8%، وأخيراً يوم واحد في الأسبوع بنسبة 4%، وتنعدم النسبة عند كل من 04 و 03 أيام في الأسبوع، أما الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية نجد أن 30% منهم يستخدمون هذه المواقع يومان في الأسبوع فقط، و24% يتصفحونها 04 أيام في الأسبوع، في حين أجابت بـ "يومية" نسبة 20% فقط، ثم الذين يتصفحون يوم واحد في الأسبوع بنسبة 16%، وتنعدم النسبة عند كل من 06 و 05 أيام في الأسبوع، كل هذا يعطي مؤشرات على أن استخدام الشبكات الاجتماعية يكون أكثر كثافة لدى سكان عاصمة الولاية من سكان باقي البلديات الأخرى، وهذا ما يعود في الأساس إلى خبرة هؤلاء في التعامل مع هذه المواقع، إضافة إلى ارتفاع عدد المشتركين في الإنترنت من البيت في عاصمة الولاية، عكس المناطق الأخرى التي تتسم بقلة عدد الذين يملكون اشتراكا في الإنترنت من البيت، إضافة إلى نقص مقاهي الإنترنت، وكذا بعض المشاكل التقنية مثل بطء التدفق وغيرها من المشاكل.

ويتضح من خلال الجدول رقم 14 أنه بدرجة حرية 06 ومستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 12.59 أما قيمتها المحسوبة فهي 51.2، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة لدى أفراد العينة وأيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 15 يبين فترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
07.638%	11		صباحا
32.638%	47		بعد الظهر
43.055%	62		في السهرة
16.666%	24		بعد منتصف الليل
100%	144		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من فترة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "144" تكرارا، كما أظهرت بيانات الجدول أن الفترة المفضلة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى أفراد العينة هي "في السهرة" وذلك بنسبة 43.055% ثم فترة "بعد الظهر" بنسبة 32.638%، ثم فترة "بعد منتصف الليل" بنسبة 16.666%، وأخيرا فترة "الصباح" بنسبة 07.638%، ويمكن اعتبار هذه النتائج منطقية بدرجة كبيرة كون أفراد العينة هم من فئة الشباب الجامعي، وبالتالي فإنهم لا يملكون في الغالب أوقات فراغ في الفترة الصباحية، وبهذا تمثل فترة "السهرة" وقت الفراغ بالنسبة إليهم، كما أن نوعية الاتصال في الفترة الليلية تكون أفضل وأقل تشويشا، مقارنة بالأوقات الأخرى حيث يشتد الازدحام في الخطوط الهاتفية، إضافة إلى بحث الكثير من الشباب الجامعي على الاسترخاء والترفيه عن طريق السهر لساعات متأخرة سواء في البيت أو في مقاهي الإنترنت التي تشتغل عادة إلى ساعات متأخرة، وقد جاءت فترة "بعد الظهر" في المرتبة الثانية نظرا لارتباطها بأوقات الفراغ لدى بعض الشباب الجامعي، ثم فترة

"بعد منتصف الليل" حيث يفضل عدد كبير اختيار هذه الفترة والسهر لساعات متأخرة بحثا عن السكنية والهدوء، أما فترة "الصباح" فهي لا تحظى بنفس الإهتمام لدى أفراد العينة، لأنها في الغالب مرتبطة بالأوقات المخصصة للدراسة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة، لاسيما دراسة إبراهيم بعزیز التي توصلت إلى "أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية في الفترة الليلية (44.66%)، وتليها الفترة المسائية بنسبة (41.10%)، ثم الفترة الصباحية بنسبة (14.22%)"⁽¹⁾.

كما توصلت دراسة باديس لونيس إلى أن "الفترة المسائية هي أكثر الفترات جذبا للطلبة وذلك بنسبة (40%)، ثم تليها الفترة الليلية بنسبة (34.28%)، ويستخدم ما نسبته (21.90%) من أفراد العينة الإنترنت في الفترة الصباحية، أما فترة الهزيع الممتدة من منتصف الليل حتى السادسة صباحا فلا يستخدم فيها الانترنت سوى (3.80%) من الطلبة"⁽²⁾.

(1) إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدرشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع-، مرجع سبق ذكره، ص 130.

(2) باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 136.

الجدول رقم 16 يبين فترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
07.638%	11	08.219%	06	07.042%	05		صباحا
32.638%	47	28.767%	21	36.619%	26		بعد الظهر
43.055%	62	46.575%	34	39.436%	28		في السهرة
16.666%	24	16.438%	12	16.901%	12		بعد منتصف الليل
100%	144	100%	73	100%	71		المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=01.14			

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من كلا الفئتين يتصفحون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "في السهرة" مع وجود بعض الاختلافات بين الإناث والذكور، 39.436% عند الذكور، و46.575% عند الإناث وهذا الارتفاع البسيط للإناث على حساب الذكور يمكن تفسيره بأوقات الفراغ الطويلة التي لدى الإناث عكس الذكور الذين يملكون بدائل كثيرة للتسلية فعادة ما يستغل الإناث فترات المساء للدراسة وهذا ما يجعلهن يبحثن عن أداة للترفيه في فترة السهرة، وتأتي في المرتبة الثانية فترة "بعد الظهر" في نتائج مقارنة لكلا الفئتين 36.619% عند الذكور مقابل 28.767% عند الإناث، ثم نسب مقارنة بالنسبة للأفراد الذين يتصفحون "بعد منتصف الليل" 16.901% عند الذكور و16.438% عند الإناث، وكذا "صباحا" 07.042% عند الذكور، و08.219% عند الإناث.

وتتفق نتائج دراستنا مع ما توصلت إليه إحدى الدراسات حول استخدامات الإنترنت في دولة الإمارات حيث ذهبت إلى أن "أوقات استخدام الانترنت بالنسبة للذكور والإناث بلغت على التوالي في المساء (52.6%) للذكور مقابل (46.3%) للإناث واحتلت المركز الأول...، ويليهما أثناء النهار، وفي وقت متأخر من الليل بنسبة (35.5%) للإناث مقابل (26.3%) للذكور... وجاءت في المرتبة الثانية، بينما جاء الاستخدام أثناء النهار في المركز الثالث وبنسبة (6.3%) للذكور مقابل (18.5%) للإناث"⁽¹⁾.

(1) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 354.

ويتضح من خلال الجدول رقم 16 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 01.14، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة والفترات التي يستخدمون فيها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 17 يبين فترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
07.638%	11	16.417%	11	00%	00		صباحا
32.638%	47	44.776%	30	22.077%	17		بعد الظهر
43.055%	62	31.343%	21	53.246%	41		في السهرة
16.666%	24	07.462%	05	24.675%	19		بعد منتصف الليل
100%	144	100%	67	100%	77		المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=28.63			

يظهر الجدول التالي فروقات كبيرة في الاستخدام وفقا لمتغير الإقامة حيث أن أكبر عدد من الشباب الجامعي الذين يسكنون في عاصمة الولاية اختاروا فترة "السهرة" بنسبة 53.246%، ثم "بعد منتصف الليل" بنسبة 24.675%، مقابل أكبر نسبة من الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية اختاروا "بعد الظهر" بنسبة 44.776%، ثم "فترة السهرة" بنسبة 31.343% ويمكن تفسير هذا بكون نسبة كبيرة من الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية ينخفض عندهم الإشتراك في الإنترنت بالبيت، بالإضافة إلى نقص مقاهي الإنترنت في هذه المناطق، كما يمكن تفسير ذلك بطبيعة سكان الريف حيث أنهم عادة ما ينامون باكرا ومن ثمة فإن الفترة المفضلة عندهم لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية هي فترة "ما بعد الظهر"، أما بالنسبة لانعدام الأشخاص الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية من سكان عاصمة الولاية "صباحا" فيمكن تفسيره

بارتباط هذه الفترة عادة بانشغال الشباب الجامعي بدراساتهم، أو بأعمال أخرى، باعتبار أن فترة الصباح هي فترة النشاط بالنسبة للشباب.

وإذا ما طبقنا معامل (كا²) على بيانات الجدول رقم 17 فإنه يتضح أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 28.63، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة لدى أفراد العينة وفترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 18 يبين مدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
14%	14		أقل من ساعة
14%	14		ساعة
35%	35		ساعتين
37%	37		أكثر من ساعتين
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لمدة تدوم "أكثر من ساعتين" وذلك بنسبة 37%، وبفارق ليس بالكبير عن أولئك الذين يستخدمونها لمدة "ساعتين بنسبة 35%"، بينما بلغت نسبة الذين يتصفحون هذه المواقع لأقل من ساعة، وساعة واحدة 14% لكل منهما، وهذه النسب تدل دلالة واضحة على التأثير الكبير لهذه المواقع على عقول الشباب بحيث تجعلهم يستغرقون يومياً في مختلف خدماتها لمدة طويلة، بما يؤثر من دون شك على أدائهم للواجبات اليومية لاسيما الدراسية منها، كما أن جزء كبيراً منهم يستخدم هذه المواقع في السهرة وبعد منتصف الليل كما بينه الجدول رقم 15، وهو ما يؤثر بلا شك على الجانب الصحي لهؤلاء الشباب، كما يؤثر على نشاطهم وحيويتهم حيث أن السهر

لساعات طويلة أمام جهاز الكمبيوتر يجعلهم يتأخرون في النهوض في اليوم الموالي، والآلام التي تصاحب الجلوس طويلاً أمام جهاز الكمبيوتر، إضافة إلى خطر إصابتهم بالإدمان، والعديد من الآثار الاجتماعية⁽¹⁾ كالعزلة، وتأثيراتها على الهوية الثقافية والعادات والقيم..، خسارة الأصدقاء، ضعف الرقابة الأسرية على الأبناء... إلى غير ذلك من التأثيرات.

ولقد جاءت العديد من الدراسات مقارنة في نتائجها لدراستنا مثل دراسة سليمان بورحلة التي توصلت فيما يخص مدة الاستخدام إلى "أن أغلبية عينة البحث تستخدم الإنترنت من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا أي ما يقارب 65.30 بالمائة"⁽²⁾، أما دراسة إبراهيم بعزيم فقد كانت نتائجها مقارنة لدراستنا مع فارق بسيط حيث توصلت إلى "أن معظم أفراد العينة (46%) يستخدمون منتديات المحادثة الإلكترونية من ساعة إلى ساعتين، ثم تليها نسبة (27.5%) للذين يستخدمونها لأكثر من ساعتين"⁽³⁾، ونفس الشيء بالنسبة لدراسة حسبية قيديم التي توصلت إلى أن "الفئة المستعملة التي احتلت المرتبة الأولى هي تلك التي تستعمل الإنترنت لمدة ساعتين في اليوم وهذا بنسبة 30.3%"⁽⁴⁾.

وفي الوطن العربي ومن خلال نتائج دراسة حول استخدامات الإنترنت في دولة الإمارات بلغت نسبة "فئة الاستخدام من 3-4 ساعات (52.0%) واحتلت المركز الأول، ويليهما من 5-6 ساعات بنسبة (26.0%) احتلت المركز الثاني، وأما باقي الفئات فقد نالت نسبة ضئيلة"⁽⁵⁾.

وفي نفس الإطار توصلت إحدى الدراسات حول استخدامات الإنترنت في قطر إلى أن "نسبة (34.1%) يستخدمون لفترة تتراوح بين ساعتين وثلاث ساعات، يليها نسبة (27.1%) يقضون من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات أمام الإنترنت، وجاءت نسبة تصل إلى ربع حجم العينة تستخدم الإنترنت بكثافة عالية تصل (25.6%) أشارت إلى أنها تقضي أكثر من أربع ساعات أمام الإنترنت، في حين جاءت نسبة (13.2%) فقط تستخدم الإنترنت لحوالي ساعة يوميا.

(1) سمية بن عمارة، الأطفال وإدمان الإنترنت، ضمن كتاب "وسائل الإعلام والمجتمع"، دار الخلدونية: الجزائر، 2010، ص 67.

(2) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 159.

(3) إبراهيم بعزيم، منتديات المحادثة والدرشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 126.

(4) حسبية قيديم، مرجع سبق ذكره، ص 106.

(5) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 352.

-بتصنيف العينة إلى ثلاثة مستويات في كثافة استخدام الإنترنت، أشارت النتائج إلى "ارتفاع معدل استخدام الإنترنت بين أفراد العينة، حيث جاءت نسبة كثيفوا الاستخدام (57.1%) من العينة ومتوسطوا الاستخدام (33.8%)، في مقابل نسبة ضئيلة بلغت (9.1%) فقط من العينة قليلوا الاستخدام للإنترنت"⁽¹⁾.

أما دراسة "رضا عبد الواحد أمين" فقد توصلت إلى نتائج مختلفة "حيث ذكر أكثر من ثلث العينة (39.3%) أنهم يستخدمون انترنت أقل من ساعة في اليوم، بينما أفاد (22.2%) أنهم يتعرضون للإنترنت لفترة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين يوميا، في حين ذكر (14.8%) أنهم يقضون أكثر من ساعتين في اليوم وهم يتصفحون مواقع الإنترنت، بينما ذكر (23.7%) أنهم لا يتعرضون للإنترنت كل يوم"⁽²⁾.

(1) عزة مصطفى الكحكي، مرجع سبق ذكره، ص 291.

(2) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 524.

الجدول رقم 19 يبين مدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
14	%14	05	%10	09	%18		أقل من ساعة
14	%14	03	%06	11	%22		ساعة
35	%35	13	%26	22	%44		ساعتين
37	%37	29	%58	08	%16		أكثر من ساعتين
100	%100	50	%100	50	%100		المجموع
ك ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		ك ² المحسوبة=19.9			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية الفئة المستخدمة للشبكات الاجتماعية على الإنترنت من الذكور تستخدم هذه المواقع لمدة "ساعتين" يوميا وذلك بنسبة 44%، تليها "ساعة واحدة" بنسبة 22%، ثم "أقل من ساعة" بنسبة 18%، وأخيرا فئة أكثر من ساعتين بنسبة 16%، في حين أن أكبر فئة من الإناث تستخدم هذه المواقع لمدة "تتجاوز الساعتين" وذلك بنسبة 58% ثم الفئة التي تستخدم هذه المواقع لمدة "ساعتين" بنسبة 26% ثم فئة "أقل من ساعة" بنسبة 10%، وأخيرا فئة ساعة واحدة بنسبة 06%، وهذا ما يدل على أن الإناث أكثر ارتباطا بهذه المواقع من الذكور، وذلك بسبب المكوث الطويل للفتاة بالبيت إضافة إلى "التواجد اليومي في البيت بعد فترات الدراسة، بسبب قرب الجامعة أو المركز الجامعي الذي ينتمون إليه، فخلال السنوات القليلة الماضية قد شهد قطاع التعليم العالي بالجزائر تطورا كبيرا في عدد الهياكل الجامعية والمقاعد البيداغوجية فقد فاق عدد الجامعات والمراكز الجامعية الـ(50) هيكلا، وأضحى التنقل من مدينة إلى أخرى لمزاولة الدراسة لا يتم إلا في بعض الفروع القليلة جدا على المستوى الوطني مما يسمح لكثير من الطلبة أن ينتسبوا لجامعات أو مراكز جامعية بمدنهم وأماكن إقامتهم، خاصة بالنسبة للإناث، بحكم أن المجتمع مازال محافظا لا يسمح بتنقل الفتاة خارج المدينة أو الولاية التي تقطن بها للتمدرس إلا في حالات الضرورة"⁽¹⁾، وبالتالي فإن فترات الفراغ الطويلة عند الإناث تسمح لهن باستخدام أطول للشبكات الاجتماعية على الإنترنت من الذكور.

(1) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، 163.

ولقد توصلت إحدى الدراسات حول استخدامات الإنترنت في دولة الإمارات بالنسبة لعدد ساعات الاستخدام وحول تأثير متغير الجنس على مدة الاستخدام إلى أن "نسبة ساعات الاستخدام بلغت (61.8%) بالنسبة للإناث مقابل (42.1%) للذكور... واحتلت المركز الأول ويليها عدد الساعات (5-6) بنسبة (31.5%) للذكور مقابل (20.6%) للإناث واحتلت المركز الثاني... وأما باقي الفئات 7-8 ساعات و9 ساعات فأكثر فقد نالت نسبة ضئيلة تراوحت ما بين (6.3%) إلى (9.2%) وهي ليست مرتفعة"⁽¹⁾.

وتؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه دراسات سابقة، والتي أكدت كلها أن النساء أكثر إدماناً على الإنترنت، "حيث كشفت دراسة بريطانية... عن تزايد مضطرب في عدد السيدات، اللاتي يستخدمن الشبكة إلى حد الإدمان، وبشكل يفوق استخدامها الذي كان مقصوراً على المراهقين والبالغين من الرجال في العالم"⁽²⁾.

وبتطبيق معامل (ك²) على بيانات الجدول رقم 19 يتضح أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 19.9 وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس لدى أفراد العينة ومدة استخدامهم للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

(1) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 352.

(2) شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص 42.

الجدول رقم 20 يبين مدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
14	%14	07	%14	07	%14	أقل من ساعة	
14	%14	06	%12	08	%16	ساعة	
35	%35	21	%42	14	%28	ساعتين	
37	%37	16	%32	21	%42	أكثر من ساعتين	
100	%100	50	%100	50	%100	المجموع	
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=02.34			

تظهر من بيانات الجدول الخاص بمدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وفقا لمتغير الإقامة أن أكبر فئة من سكان عاصمة الولاية يستخدمون هذه المواقع "لأكثر من ساعتين" وذلك بنسبة 42% مقابل الفئة الأكبر من جانب الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية بنسبة 42% لمدة "ساعتين"، وهو ما يفسر بتفوق سكان عاصمة الولاية في مدة الاستخدام على سكان البلديات خارج عاصمة الولاية، وذلك لكون سكان المدن أكثر ارتباطا بتكنولوجيات الاتصال الحديثة من سكان الأرياف، وقد جاء في المرتبة الثانية بالنسبة لسكان عاصمة الولاية الذين يستخدمون لمدة "ساعتين" بنسبة 28%، ثم الذين يستخدمون "الساعة واحدة" بنسبة 16%، وأخيرا الفئة التي تستخدم "لأقل من ساعة" بنسبة 14%، أما بالنسبة للذين يسكنون خارج عاصمة الولاية فقد جاء في المرتبة الثانية الفئة التي تستخدم "لأكثر من ساعتين" بنسبة 32%، ثم الفئة التي تستخدم "لأقل من ساعة" بنسبة 14%، وأخيرا الفئة التي تستخدم "الساعة واحدة" بنسبة 12%.

ويمكن تفسير تفوق سكان عاصمة الولاية في مدة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بالعديد من الأسباب من بينها ارتباط نسبة كبيرة من البيوت بالإنترنت إضافة إلى العدد الكبير من مقاهي الإنترنت المنتشرة على مستوى عاصمة الولاية، والخبرة الطويلة في التعامل مع الإنترنت حيث أن أغلب أفراد العينة من الشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت منذ سنتين كما بينه الجدول رقم 07.

ويتضح من خلال الجدول رقم 20 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 02.34، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير إقامة أفراد العينة ومدة استخدامهم للشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 21 يبين مكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
55.038%	71		من البيت
26.356%	34		من مقهى الإنترنت
18.604%	24		الجامعة
100%	129		المجموع

نلاحظ على بيانات الجدول أن مجموع التكرارات هو أكبر من عدد أفراد العينة "129" تكرارا، وهذا ما يفسر بأن بعض أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية من أماكن مختلفة، كما يظهر من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة تستخدم الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "من البيت" وذلك بنسبة 55.038%، مقابل الفئة التي تستخدمها "من مقهى الإنترنت" والتي تقدر نسبتها بـ 26.356%، وفي المرتبة الثالثة الذين يستخدمون هذه المواقع "من الجامعة" بنسبة 18.604%، ولا شك أن ارتفاع نسبة الأفراد الذين يستخدمون هذه المواقع من البيت يرجع إلى الإجراءات والتسهيلات التي اتخذتها الدولة الجزائرية والخاصة بتخفيض أسعار الإنترنت، مما انعكس إيجابا على أعداد المشتركين في الإنترنت الذي عرف ارتفاعا ملحوظا في الفترة الأخيرة، وهذا ما يؤكد نتائج الدراسة التي أعدتها كل من مؤسستي IDEATIC و Med&com لسنة 2009، حيث توصلت إلى أن "65% من المبحرين يلجؤون للإنترنت من منازلهم... 6,5% من المبحرين يتصلون غالبا من مقاهي النت، مراكز الشباب ومدارسهم أو ثانوياتهم أو جامعتهم... أكثر من 50% من المنازل المتصلة بشبكة ADSL تجمع على الأقل 3 مستخدمين للإنترنت

في آن واحد"⁽¹⁾، وقد يعود نقص الأفراد الذين يتصفحون مواقع الشبكات الاجتماعية من الجامعة إلى تحديد أوقات استخدام قاعات الإنترنت، والتي عادة ما تتصادف مع أوقات الدراسة لدى الطلبة.

وقد توصلت بعض الدراسات التي أجريت في الماضي إلى نتائج مختلفة عن النتائج التي توصلنا إليها نظرا لارتفاع تكلفة الإنترنت في ذلك الوقت، وكذا لعدم شيوع استخدامها في أوساط المجتمع، ومن بين هذه الدراسات دراسة حسبيبة قيدوم التي توصلت إلى أن "مقهى الإنترنت يحتل المرتبة الأولى بنسبة 44.6%، ثم في المرتبة الثانية البيت بنسبة 17.62% وأخيرا الجامعة بنسبة 9.71%"⁽²⁾، وهي تقريبا نفس النتائج التي توصلت إليها دراسة سليمان بورحلة والتي ذهبت إلى أن "أغلبية المبحوثين من الطلبة يستخدمون الإنترنت في المقاهي الافتراضية بنسبة 60.2% بالمائة، ثم في البيت 34.2%، ثم الجامعة بنسبة 25.5%، وأخيرا أماكن أخرى الحي الجامعي، في العمل، عند الأصدقاء بنسبة 6.6%"⁽³⁾، كما توصلت دراسة باديس لونيس إلى "اعتبار البيت آخر مكان يفضله أفراد العينة وفقا للترتيب التالي أولا مقهى الإنترنت بنسبة 47.95%، ثم الجامعة 39.79%، ثم البيت 12.24%"⁽⁴⁾.

أما في الوطن العربي فقد توصلت إحدى الدراسات إلى نتائج مقاربة لما توصلنا إليه، حيث ذهبت إلى أن "استخدامات الإنترنت في المنزل جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (54.6%)، ويليهما في الجامعة في المرتبة الثانية بنسبة (27.0)"⁽⁵⁾.

(1) منتدى أخبار الإنترنت، مرجع سبق ذكره.

(2) حسبيبة قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 100.

(3) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 156.

(4) باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، 139.

(5) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 353.

الجدول رقم 22 يبين مكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)
						الإجابة
71	55.038%	34	59.649%	37	51.388%	من البيت
34	26.356%	11	19.298%	23	31.944%	من مقهى الإنترنت
24	18.604%	12	21.052%	12	16.666%	الجامعة
129	100%	57	100%	72	100%	المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=02.63		

تظهر البيانات الواردة في الجدول أعلاه والخاص بمكان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وفقاً لمتغير الجنس، أن كلا الجنسين يستخدمان هذه المواقع "من البيت" مع فارق بسيط في النسب 51.388% للذكور مقابل 59.649% للإناث، وقد جاء "مقهى الإنترنت" في المرتبة الثانية لكلا الفئتين مع وجود فارق بينهما 31.944% للذكور مقابل 19.298% عند الإناث، ويفسر هذا الارتفاع لدى الذكور بهروبهم من الرقابة الأسرية سواء في ربط علاقات مع الجنس الآخر أو في التصفح وتحميل مختلف أنواع الملفات، لأنه عادة ما يكون في البيت الواحد جهاز كمبيوتر واحد، وبالتالي فإن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة بحضور أفراد من العائلة قد يسبب لهم بعض الإحراج، أما "الجامعة" فقد حلت في المرتبة الأخيرة بنسبة 16.666% عند الذكور مقابل 21.052% عند الإناث.

وفي الوطن العربي توصلت إحدى الدراسات حول تأثير متغير الجنس على مكان الاستخدام أن "نسبة الذين يستخدمون الإنترنت في المنزل هي أعلى نسبة حيث بلغت للإناث (61.8%) مقابل (47.3%) للذكور...، واحتلت المركز الأول ويليهما "في الجامعة" بنسبة (37.1%) للإناث مقابل (10.5%) للذكور... واحتلت المركز الثاني بينما جاءت نسبة الاستخدام في المقاهي المرتبة الثالثة بنسبة (36.8%) للذكور وأما الإناث فلم يتبين من الدراسة أية استخدامات لهم في المقهى"⁽¹⁾، وذهبت الباحثة إلى أن الذكور ينفردون "في الاستخدام في المقاهي حيث بلغت النسبة (18.2%) مقابل لا شيء للإناث، وهذا وإن دل على شيء

(1) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 353.

إنما يدل على طبيعة المجتمع الإماراتي المحافظ، حيث أن الفتيات لا يستطعن الذهاب إلى مقاهي الإنترنت، حيث أنه مخالف للعادات والتقاليد السائدة في المجتمع" (1).

ويتضح من خلال الجدول رقم 22 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99 أما قيمتها المحسوبة فهي 02.63، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس لدى أفراد العينة ومكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 23 يبين مكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
71	55.038%	27	42.187%	44	67.692%	44	من البيت
34	26.356%	20	31.25%	14	21.538%	14	من مقهى الإنترنت
24	18.604%	17	26.562%	07	10.769%	07	الجامعة
129	100%	64	100%	65	100%	65	المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=09.27			

تظهر بيانات الجدول أن أكبر فئة من الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "من البيت" بنسبة 67.692%، مقابل 42.187% بالنسبة للذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وهذا الارتفاع لدى سكان عاصمة الولاية يمكن تفسيره بارتفاع عدد المشتركين في الإنترنت "من البيت" في عاصمة الولاية عن الذين يقطنون خارجها، إضافة إلى قرب المنازل من الجامعة عكس سكان البلديات الأخرى خاصة البعيدة عن الجامعة مما يحتم عليهم أحيانا حتى ولو كان لديهم اشتراك في البيت استخدام مقاهي الإنترنت أو حتى القاعات المخصصة للإنترنت على مستوى الجامعة.

(1) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 353.

وجاء استخدام "مقاهي الإنترنت" لدى أفراد العينة في المرتبة الثانية لكلا الفئتين مع وجود فارق بسيط بينهما 21.538% عند الذين يسكنون في عاصمة الولاية، و31.25% عند الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وقد تعود هذه النسب لما ذكر من أسباب، والخاصة بنقص عدد المشتركين في الإنترنت خارج عاصمة الولاية بالمقارنة مع عاصمة الولاية، إضافة إلى بحث بعض الشباب عن الخصوصية بعيدا عن رقابة الوالدين أو أفراد الأسرة، أما "الجامعة" فقد جاءت في آخر الترتيب لكلا الفئتين مع فارق بسيط بينهما 10.769% عند الذين يسكنون في عاصمة الولاية، و26.562% عند الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية.

ويتضح من خلال الجدول رقم 23 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99 أما قيمتها المحسوبة فهي 09.27، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة لدى أفراد العينة ومكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 24 يبين الأشخاص الذين يتصفح معهم المبحوثون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
70.085%	82		بمفردك
12.820%	15		مع الأصدقاء
17.094%	20		مع العائلة
100%	117		المجموع

من الملاحظ أن عدد التكرارات أكبر من عدد أفراد العينة بسبب اختيار بعض المبحوثين لأكثر من طريقة على حسب الموقف فمثلا أحيانا نفضل أن نكون منفردين في الاستخدام، وأحيانا أخرى نستخدم هذه المواقع مع أفراد الأسرة إذا تطلب الأمر ذلك وهكذا..، كما تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يتصفحون مواقع الشبكات الاجتماعية "بمفردهم" وذلك بنسبة 70.085%، وهذا ما يدل على أنهم يبحثون

عن السرية والخصوصية في استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، خاصة وأن السبب الرئيسي للاستخدام - كما سبق وأوضحنا- يتمثل في الدردشة لدى غالبية أفراد العينة، إضافة إلى خصوصية استخدام الحاسوب الذي يتميز بأنه وسيلة لا تسمح بالاستخدام الجماعي مثل وسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون مثلا، وجاء في المرتبة الثانية "مع العائلة" وذلك بنسبة 17.094% خاصة بالنسبة للذين لديهم أفراد من العائلة يعيشون خارج الوطن، وبالتالي فإنهم يستخدمون هذه الشبكات جماعيا للتواصل مع أقاربهم، وفي المرتبة الثالثة اختار المبحوثون "مع الأصدقاء" وذلك بنسبة 12.820%، وقد يعود انخفاض نسبة الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية مع أصدقائهم نظرا لكون هذه المواقع شخصية لا تتطلب أكثر من مستخدم، إضافة إلى طبيعة الحاسوب في حد ذاته والذي يتميز بكونه وسيلة ذات استخدام فردي عكس وسائل الاتصال الأخرى.

ولقد جاءت نتائج دراسة باديس لونيس متقاربة مع ما توصلنا إليه مع فارق بسيط حيث احتلت المرتبة الأولى بمفردهم بنسبة 51.45% ثم مع الأصدقاء والزملاء بنسبة 43.68%، وأخيرا "مع أفراد العائلة" بنسبة 04.85%⁽¹⁾.

(1) باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، 142.

الجدول رقم 25 يبين الأشخاص الذين يتصفح معهم المبحوثين الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
82	%70.085	41	%69.491	41	%70.689		بمفردك
15	%12.820	03	%05.084	12	%20.689		مع الأصدقاء
20	%17.094	15	%25.423	05	%08.620		مع العائلة
117	%100	59	%100	58	%100		المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=10.39			

تظهر نتائج الجدول المبينة أعلاه فيما يخص الأشخاص الذين يتصفح معهم المبحوثون مواقع الشبكات الاجتماعية أن كلا الجنسين يفضلون استخدام هذه المواقع "بمفردهم" بنسبة %70.689 عند الذكور مقابل %69.491 عند الإناث، واحتلت المركز الثاني "مع العائلة" بنسبة %08.620 عند الذكور مقابل %25.423 عند الإناث، ويمكن تفسير هذه النسب بكون الإناث أكثر ارتباطا بالعائلة وأكثر مكوثا بالبيت من الذكور، الذين يرتبطون كثيرا بجماعات الأصدقاء، حيث يفضل ما نسبته %20.689 استخدام هذه المواقع "مع الأصدقاء"، أما الإناث فهن لا يفضلن ذلك إلا بنسبة %05.084.

ويتضح من خلال الجدول رقم 25 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99 أما قيمتها المحسوبة فهي 10.39، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس لدى أفراد العينة والأشخاص الذين يتصفح معهم المبحوثون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

المبحث الثاني: الاشباعات المحققة من مواقع الشبكات الاجتماعية

الجدول رقم 26 يبين دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
28,571%	40		الترفيه
26,428%	37		الحصول على معلومات ومعارف
9,285%	13		التعارف وتكوين صداقات
7,857%	11		التواصل مع الأصدقاء القدامى
8,571%	12		ربط علاقات مع الجنس الآخر
3,571%	05		التخلص من الشعور بالوحدة
10,714%	15		تقاسم الميولات والاهتمامات
05%	07		الشهرة الافتراضية
100%	140		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من الباحثين اختارت أكثر من دافع لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "140" تكرارا، كما أظهرت بيانات الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة والمتمثلة في 28.571% يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية للحصول على "الترفيه"، لاسيما في ظل نقص مرافق الترفيه في الجزائر والمرافق الرياضية والثقافية، ومن هنا يعتمد الشباب الجامعي لقضاء وقت فراغه في هذه المواقع بحثا عن التسلية والترفيه، ثم نسبة 26.428% للحصول على معلومات ومعارف"، وهذا طبيعي على اعتبار أن أفراد العينة هم من الشباب الجامعي ومن هنا فهم يلجئون إلى هذه المواقع للبحث عن معلومات عن مذكراتهم أو أبحاثهم المختلفة، ونسبة 10.714% "لتقاسم الميولات والاهتمامات"، سواء كانت اهتمام بقضية مثل القضية الفلسطينية أو موضوع معين أو فنان أو شخصية..، أما التعارف وتكوين صداقات فقد حظي بنسبة 9,285%، ثم "ربط علاقات مع الجنس الآخر" لما نسبته 8.571%، وقد شكل "التواصل مع الأصدقاء القدامى" نسبة 7,857%، ومثلت "الشهرة

الإفترضية "الدافع" لما نسبته 05%، في حين لم يحظى "التخلص من الشعور بالوحدة" إلا باهتمام ضئيل قدرت نسبته بـ "03,571%".

ومن هنا يمكن القول أن هناك تقارباً واضحاً في دراستنا بين الدوافع النفسية ودوافع التسلية والترفيه بينما لم تحظ بقية الدوافع إلا باهتمام ضئيل من طرف أفراد العينة.

وتتفق نتائج دراستنا التي توصلت إلى ارتفاع نسبة إشباع حاجات الترفيه والتسلية مع ما توصل إليه كل من "كريستوفر" "Christopher" وهينتر "Hunter" الذين أشاروا في دراستهم التي أجروها على عينة من مستخدمي الإنترنت بشكل عام إلى أن طلب التسلية والحاجة للاستمتاع من الإشباع المهمة التي تتحقق من استخدام الإنترنت، ويرون أن المستخدم عندما يقوم بالتجوال التلقائي بين المواقع المختلفة فهو بذلك يمارس خبرة الإحساس بالإثارة مع استكشاف مجالات جديدة، ومساحات جديدة من المعلومات بشكل عفوي، وهو ما يرضي إحدى حاجاته العاطفية، وهي الحاجة إلى التسلية والانشغال، وفي رحلاته بين المعلومات قد يصادف المستخدم معلومات ومواد إعلامية تتفق واهتماماته، وهو ما يشبع بالتبعية حاجاته المعرفية في نفس الوقت"⁽¹⁾.

ولقد توصلت إحدى الدراسات حول استخدامات موقع يوتيوب "YouTube" في الوطن العربي فيما يخص دوافع الاستخدام إلى أن (31.7%) من عينة الدراسة يشاهدون ملفات الفيديو على يوتيوب "YouTube" لرغبتهم في إمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، فعلى سبيل المثال بعد واقعة ضرب الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش بالحذاء حين أراد الصحفي العراقي منتظر الزبيدي وداعه في ديسمبر 2008 بدقائق قليلة كان الفيديو الذي يسجل هذه اللقطة يتصدر الموقع، وسجل نسبة مشاهدة كثيفة جدا خلال ساعات قصيرة، ...

كما بينت الدراسة أن دافع التسلية والترفيه جاء في المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت (29.9%) من إجمالي عينة الدراسة، حيث يحفل الموقع بآلاف اللقطات الكوميدية مثل المسرحيات والأفلام والبرامج التلفزيونية الكوميدية، ثم الرغبة في مشاهدة أجزاء من برامج تلفزيونية لم يتم التمكن من مشاهدتها بنسبة (26,1%) حيث يمكن القول أن موقع يوتيوب يمثل أرشيفا ضخماً للأعمال التلفزيونية الهامة، ليتخطى عائق التزامية التي يتسم بها الإعلام التلفزيوني، وهو تطور هام في علاقة الجمهور بوسائل الإعلام التقليدية، وخاصة التلفزيون.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 531.

وأظهرت الدراسة أن (20,5%) من المبحوثين الذين يتعرضون للموقع ذكروا بأن دافع استخدامهم لموقع مشاهدة وإرفاق مقاطع الفيديو "يوتيوب" هو الفضول للتعرض لنمط إعلامي جديد ومختلف عن ما سواه⁽¹⁾. وذهبت دراسة أخرى إلى تصنيف دوافع استخدام الإنترنت إلى قسمين أساسيين، حيث توصلت إلى ما يلي:

1- الدوافع الطقوسية لاستخدام الإنترنت:

وتوصلت الدراسة إلى "ارتفاع معدل الذين يستخدمون الإنترنت "شغل وقت الفراغ" إلى حد ما بنسبة (37.2%) وبدرجة كبيرة بنسبة (36.9%) يليه دافع الشعور بالمرح والتفاؤل بنسبة (47%) إلى حد ما وبدرجة كبيرة (37.5%) يليه إلى حد ما نسيان الهموم والمشكلات حيث جاء بنسبة (43.2%)، يليه الشعور بالوحدة (39.1%)، ثم البحث عن الصحة بنسبة (36.3%)"⁽²⁾.

2- الدوافع النفعية لاستخدام الإنترنت:

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع "نسبة الذين يستخدمون الإنترنت بدرجة كبيرة بدافع اكتساب المعرفة في مختلف المجالات إلى (67.2%) من إجمالي العينة، يليهما إلى حد ما (45.7%) دافع "التواصل مع الآخرين" ثم دافع "التعامل مع الناس" يليه بنسبة (45.4%) إلى حد ما "مناقشة بعض الأمور من خلال المنتديات والشات" بنسبة (43.2%) وارتفع معدل رفض دافع "اكتساب صداقات من الإنترنت" من جانب أكثر من نصف العينة بنسبة (57.7%)"⁽³⁾.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 528.

(2) عزة مصطفى الكحكي، مرجع سبق ذكره، ص 292.

(3) المرجع نفسه، ص 293.

الجدول رقم 27 يبين دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
28.571%	40	23,943%	17	33,333%	23		الترفيه
26.428%	37	32,394%	23	20,289%	14		الحصول على معلومات ومعارف
8.571%	13	9,859%	07	8,695%	06		التعارف وتكوين صداقات
9.285%	11	5,633%	04	10,144%	07		التواصل مع الأصدقاء القدامى
8.571%	12	5,633%	04	11,594%	08		ربط علاقات مع الجنس الآخر
3,571%	05	4,225%	03	2,898%	02		التخلص من الشعور بالوحدة
10.714%	15	12,676%	09	8,695%	06		تقاسم الميولات والاهتمامات
5%	07	5,633%	04	4,347%	03		الشهرة الافتراضية
100%	140	100%	71	100%	69		المجموع
كا ² الجدولية=14.06		درجة الحرية=07		كا ² المحسوبة=06.14			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة من الذكور يعتبرون أن الدافع الأساسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هو "الترفيه" بنسبة 33.333%، في حين احتل الدافع الأساسي للاستخدام لدى الإناث "الحصول على معلومات ومعارف" بنسبة 32.394%، ولعل هذا يعود في الأساس إلى كون الدراسة تقع ضمن أولويات الإناث في حين أن الذكور أقل اهتماماً من الإناث بالدراسة، وأكثر بحثاً عن وسائل الترفيه والتسلية، حيث حل "الحصول على المعلومات والمعارف" لديهم في المرتبة الثانية بنسبة 20.289%، وحل في المرتبة الثانية لدى الإناث "الترفيه" بنسبة 23.943%، وقد جاء دافع "ربط علاقات مع الجنس الآخر" في المرتبة الثالثة لدى الذكور بنسبة 11.594%، في حين لم يحظى باهتمام الإناث حيث لم تتجاوز نسبته 5.633%، ويمكن تفسير هذه النسبة المرتفعة لدى الذكور إلى كونهم يقيمون العديد من العلاقات مع الجنس الآخر عن طريق هذه المواقع، لا سيما الأجنبية رغبة في ربط علاقات صداقة أو زواج تساعدهم على الهجرة.

أما "تقاسم الميولات والاهتمامات" فقد احتل عند الإناث المرتبة الثالثة بنسبة 12.676%، في حين لم يحظى عند الذكور إلا بنسبة 08.695%، وقد احتل "التواصل مع الأصدقاء القدامى" عند الذكور نسبة 10.144%، مقابل 05,633% عند الإناث، ولم تحظى كل من "الشهرة الافتراضية"، و"التخلص من الشعور بالوحدة" إلا بقدر ضئيل من الإهتمام لدى كلا الفئتين.

ويتضح من خلال الجدول رقم 27 أنه بدرجة حرية 07 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 14.06 أما قيمتها المحسوبة فهي 06.14، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، ومن هنا فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة ودوافع استخدامهم للشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 28 يبين الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
17.931%	26		التخلص من القلق والضغط
04.137%	06		الهروب من الواقع
23.448%	34		إبداء آرائك بحرية
22.068%	32		إشباع حاجتك للمعلومات
32.413%	47		المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة
100%	145		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من الباحثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "145" تكرارا، كما تظهر نتائج الجدول المبين أعلاه أن أكبر فئة من أفراد العينة اختارت "المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة" وذلك بنسبة 32.413%، حيث أتاحت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت للأفراد الانتماء إلى صفحات حسب اهتمامهم والتطرق إلى مختلف المواضيع

التي تهمهم سياسية، رياضية... وهذا ما يتيح لهم المساهمة في إيجاد حلول لبعض القضايا من خلال إبداء كل عضو لرأيه حول الموضوع محل الاهتمام من المجموعة، ويمكن تفسير اختيار الباحثين لهذا الإشباع بالذات كون المشاركة في مناقشة مختلف القضايا تحقق لهم الحرية في إبداء آرائهم حول الموضوعات التي تهمهم، كما يحقق لهم عنصر التفاعل والتعاون مع بعضهم البعض وتحقيق ذواتهم، والشعور بمكانتهم، وهو ما يفتقده الشباب العربي في الواقع لاسيما الجامعي، الذي على الرغم من المستوى الذي يتميز به إلا أنه يجد نفسه يعيش في المجتمع دون أن يكون له أي دور فاعل في أي مجال من المجالات، وبهذا فقد وجد هؤلاء الشباب في هذه المواقع مجالا لتفريغ طاقاتهم من خلال مناقشة بعض القضايا ومحاولة إيجاد حلول لها كل حسب اهتماماته.

ولقد اختار ما نسبته 23.448% "إبداء آرائهم بحرية" وبنسبة مقارنة للذين اختاروا "إشباع حاجة المعلومات" وذلك بـ 22.068%، ويمكن تفسير ذلك بعدم وجود مجال لإبداء الآراء بحرية في الواقع، إضافة إلى القيود المفروضة على الشباب، مما يجعلهم يبحثون عن وسائل بديلة تتيح لهم إبداء آرائهم بحرية أكبر في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية، إضافة إلى أن "إشباع حاجة المعلومات" تعد أحد أهم الاهتمامات لدى الشباب الجامعي سواء كانت معلومات تتعلق بمجال دراسته، أو حتى في مجال إضفاء معلومات لثقافته العامة خاصة وأن نسبة الفضول تكون مرتفعة لدى الشباب أكثر من غيرهم، وقد اختار بعض أفراد العينة التخلص من القلق والضغط بنسبة 17.931%، حيث يلجأ الكثير من الشباب لهذه المواقع كنوع من الترفيه عن النفس والتخلص من كل أنواع الضغوط التي يتعرض لها الشباب الجامعي سواء المتعلقة بالدراسة أو في أي مجال آخر، أما "الهروب من الواقع" فلم يحظى إلا باهتمام بسيط من طرف أفراد العينة وتقدر نسبته بـ 04.137%، وهذا دليل على أن الشباب الجامعي لا يسعى للهروب من الواقع بقدر ما يسعى للتأقلم معه وإيجاد حلول لمشاكله.

الجدول رقم 29 يبين الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)
						الإجابة
17.931%	26	19.512%	16	15.873%	10	التخلص من القلق والضغط
4.137%	06	00%	00	9.523%	06	الهروب من الواقع
23.448%	34	19.512%	16	28.571%	18	إبداء آرائك بحرية
22.068%	32	23.170%	19	20.634%	13	إشباع حاجتك للمعلومات
32.413%	47	37.804%	31	25.396%	16	المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة
100%	145	100%	82	100%	63	المجموع
كا ² الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		كا ² المحسوبة=11.07		

تظهر البيانات الموضحة في الجدول التأثير الكبير لمتغير الجنس على الاشباعات التي يحققها الشباب الجامعي من خلال استخدامهم للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حيث جاء في مقدمة الاشباعات التي اختارها الذكور "إبداء آرائهم بحرية" وذلك بنسبة 28.571%، ثم "المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة" بنسبة 25.396%، أما بالنسبة للإناث فقد جاءت "مناقشة القضايا الراهنة" في مقدمة الاشباعات التي يحصلون عليها من خلال هذه المواقع وذلك بنسبة 37.804%، ثم "إشباع حاجة المعلومات" بنسبة 23.170%، ويمكن تفسير اختلاف الاشباعات بين الذكور والإناث بكون الذكور أكثر بحثا عن الحرية وتمردا على القيود التي يفرضها الواقع من الإناث، كما أن المكانة التي يحظى بها الذكور في المجتمع تجعلهم يبحثون عن مساحات أكبر للحرية وقول ما يشاءون في مختلف المجالات دون أي نوع من القيود، وجاءت "مناقشة القضايا الراهنة" في المرتبة الثانية من حيث الاشباعات المحققة للذكور من هذه المواقع والتي يبدي من خلالها آراءه في مختلف الأحداث والقضايا بدون قيود وبدون تحمل لتبعات أقواله، خاصة إذا كان يستعمل اسما مستعارا، وقد جاءت في مقدمة الاهتمامات بالنسبة للإناث نظرا لكونها تفسح لهن مجالا للتعبير عن أفكارهن وآرائهن حول مختلف القضايا التي تحظى باهتمامهن، وتمكنهن من المساهمة الفعالة في إيجاد حلول لمختلف المشاكل الاجتماعية والثقافية والسياسية أو حتى إثرائها، وجاء "إشباع حاجة المعلومات" في المرتبة الثانية لدى الإناث نظرا لأن الإناث

في العادة أكثر اهتماما بالمجال الدراسي من الذكور، حيث يضع الإناث الدراسة في مقدمة الأولويات، أما عند الذكور فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 20.634%، أما "التخلص من القلق والضغط" فعرفت ارتفاعا عند الإناث بنسبة 19.512% مقابل 15.873% عند الذكور، وذلك لنقص وسائل الترفيه إضافة إلى الضغوط الكثيرة والقيود التي تعاني منها الإناث في المجتمع الجزائري والمجتمعات العربية بشكل عام، حيث تخضع العديد من الأسر الإناث للكثير من القيود، إضافة إلى الرقابة الكثيرة المسلطة عليهن من مختلف أفراد الأسرة لا سيما الذكور، مما يجعلهن يبحثن عن مساحات للتنفيس عن هذه الضغوط التي تسبب للإناث في الكثير من الأحيان القلق والتوتر، وقد اختار الذكور "الهروب من الواقع" بنسبة 09.523% في حين انعدمت النسبة عند الإناث.

ويتضح من خلال الجدول رقم 29 أنه بدرجة حرية 04 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 11.07، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والأشباع المحققة لدى أفراد العينة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 30 يبين الاشباكات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
17.931%	26	16,901%	12	18,918%	14		التخلص من القلق والضغط
04.137%	06	08,450%	06	00%	00		الهروب من الواقع
23.448%	34	29,577%	21	17,567%	13		إبداء آرائك بحرية
22.068%	32	15,492%	11	28,378%	21		إشباع حاجتك للمعلومات
32.413%	47	29,577%	21	35,135%	26		المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة
100%	145	100%	71	100%	74		المجموع
كا ² الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		كا ² المحسوبة=11,62			

يظهر من بيانات الجدول أن الإشباع الأكثر طلبا بالنسبة للشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية هو "المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة" بنسبة 35,135% وبفارق واضح عن الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية بنسبة 29,577%، إضافة إلى "إبداء آرائهم بحرية" بنفس النسبة، حيث يعاني الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية -وهي عموما عبارة عن بلديات ريفية- من الكثير من الضغوط لا سيما وأن مرحلة الشباب ترتبط بالبحث عن الحرية وتجاوز كل القيود، كما أن هذه المناطق مازالت متمسكة بالعادات والأعراف بدرجة كبيرة، إضافة إلى كونها مناطق محافظة جدا، ما جعل مساحات التعبير عن الرأي عند الشباب أقل بالنسبة لهذه المناطق، وقد اختار 28,378% من الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية "إشباع حاجة المعلومات" مقابل 15,492% للشباب الذين يسكنون خارجها، ونسبة 18,918% اختارت "التخلص من القلق والضغط" والتي ترتبط عادة بسكان المدن أكثر من المناطق الريفية التي مثلت عندهم 16,901% فقط، تليها 17,567% اختاروا "إبداء آرائهم بحرية"، أما "الهروب من الواقع" فلم تسجل أي اهتمام

من هذه الفئة وعلى العكس من ذلك مثلت اهتماما كبيرا بالنسبة للشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية حيث سجلت ما نسبته 08,450%.

ويتضح من خلال الجدول رقم 30 أنه بدرجة حرية 04 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 11,62، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة والاشباعات المحققة لدى أفراد العينة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 31 يبين الصفحات المفضلة "Page Fan" لدى أفراد العينة:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
14,685%	21		الأزياء والموضة
19,580%	28		الأعمال السينمائية العالمية
30,069%	43		الرياضة
07,692%	11		الثقافة الجنسية
27,972%	40		الثقافة المحلية (الجزائرية)
100%	143		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "143" تكرارا، كما تظهر بيانات الجدول أن الصفحات المفضلة لدى أغلبية أفراد العينة هي تلك "الخاصة بالرياضة" وذلك بنسبة 30,069%، ويمكن تفسير ذلك بكون أفراد العينة هم كلهم من الشباب الذين يفضلون كثيرا متابعة كل ما يتعلق بالرياضة لاسيما كرة القدم، خاصة بعد الصراع المصري الجزائري حول التأهل إلى كأس العالم، ومن ثمة تأهل المنتخب الوطني الجزائري، كل هذا جعل أغلب الجزائريين يتابعون بشغف كبير كل ما يتعلق بالمنتخب الوطني، ونظرا لعدم وجود فضائيات جزائرية

متخصصة، لم يجد الشباب إلا مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت التي تمكنهم من الحصول على ما يريدون من معلومات والتفاعل معها والمشاركة فيها، كما اهتم ما نسبته 27,972% بكل ما يتعلق "بالثقافة المحلية" وهو مؤشر إيجابي يدل على أن الشباب الجامعي الجزائري لازال متمسكا بثقافته ومقوماته، وتلاها "الصفحات الخاصة بالأعمال السينمائية العالمية" بنسبة 19,580%، ثم "الصفحات الخاصة بالأزياء والموضة" بنسبة 14,685%، وأخيرا "الصفحات الخاصة بالثقافة الجنسية" بنسبة 7,692%.

وهذا ما يؤكد نتائج أحد الدراسات السابقة والتي توصلت إلى أن "56.63 بالمائة من أفراد العينة لا يتصفحون المواقع الإباحية، أما الذين يتصفحونها نادرا فقد بلغت 30.61 بالمائة، أما المتصفحون لهذا النوع من المواقع أحيانا فقد بلغت 11.73 بالمائة، أما الذين يتصفحون المواقع الإباحية بصورة دائمة أي بنسبة 01.02 بالمائة"⁽¹⁾.

على الرغم من أن الصفحات المفضلة التي احتلت المقدمة لا تمثل على الأقل في ظاهرها قيم العولمة الغربية إلا أننا نجد أن السينما العالمية، الأزياء والموضة، والجنس، والتي تمثل أهم قيم العولمة الثقافية الغربية قد حظيت بنسب لا بأس بها من الاهتمام، خصوصا وأن أفراد العينة لا يمثلون العامة وإنما هم من الشباب الجامعي الذي يمثل صفوة المجتمع، ويتميز عن غيره بالمستوى العلمي والثقافي، ولا شك أن هذه النسب ستكون أكبر بكثير إذا كانت العينة من الشباب الذي لم يواصل تعليمه، وهذا ما ينذر بخطر انتشارها لدى شرائح أخرى في المستقبل كون هذه القيم تتوسع دائرة انتشارها يوما بعد يوم، ومن هنا وجب أخذ الاحتياطات الملائمة التي تحصن الشباب من هذه القيم الغربية.

(1) سليمان بورحلة، مرجع سبق ذكره، ص 166.

الجدول رقم 32 يبين الصفحات المفضلة "Page Fan" لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
14,685%	21	27.272%	18	03,896%	03		الأزياء والموضة
19,580%	28	13.636%	09	24,675%	19		الأعمال السينمائية العالمية
30,069%	43	19.696%	13	38,961%	30		الرياضة
07,692%	11	04.545%	03	10,389%	08		الثقافة الجنسية
27,972%	40	34,848%	23	22,077%	17		الثقافة المحلية (الجزائرية)
100%	143	100%	66	100%	77		المجموع
كا ² الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		كا ² المحسوبة=23.4			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة من الذكور اختاروا "الصفحات الخاصة بالرياضة" بنسبة 38,961% مقابل 19.696% عند الإناث، وهذا أمر طبيعي لأن الذكور أكثر اهتماما بأمور الرياضة من الإناث، وحظيت "الصفحات الخاصة بالثقافة المحلية الجزائرية" بنسبة 22,077% عند الذكور، و34,848% عند الإناث وهو ما يبرز أن الإناث أكثر تعلقا بكل ما يخص الثقافة المحلية من الذكور، وجاء في المرتبة الثالثة "الصفحات الخاصة بالأعمال السينمائية العالمية" بنسبة 24,675% عند الذكور، مقابل 13.636% عند الإناث، وهذا ما يبين الاهتمام الكبير الذي تحظى به الأعمال السينمائية الغربية لاسيما عند الذكور حيث لا يكتفي الشباب بمتابعة الأفلام بل يبحثون عن معلومات حولها، وهو أحد مظاهر عولمة الثقافة لأن بحث الشباب عن معلومات حول هذه الأعمال نابع من الاهتمام الكبير الذي يولونه لها، بل يحاول بعضهم تقليد لباس نجوم السينما العالمية وحركاتهم وطريقة حديثهم ويتأثرون بأفكارهم الغربية التي تنتمي إلى ثقافات تختلف عن ثقافتنا، أما "الصفحات الخاصة بالأزياء والموضة" فلم تحظى عند الذكور إلا بنسبة 03,896%، مقابل 27.272% عند الإناث، ويمكن تفسير هذه النسبة من الاهتمام من طرف الإناث بالأزياء والموضة بطبيعة المرأة حيث يميل النساء عموما إلى الاهتمام بمظهرهن أكثر من الرجال، أما "الصفحات الخاصة بالثقافة الجنسية" فلم تحظى إلا بنسب اهتمام ضئيلة 10,389% عند الذكور، مقابل 04.545% عند الإناث، ولعل هذا يعود بالدرجة الأولى إلى الثقافة المحافظة التي تتميز بها الأسر الجزائرية، حيث أن الحديث عن الجنس يعد من المحظورات

في المجتمع الجزائري والعربي عموماً، ورغم أننا بدأنا نشهد مؤخراً بعض مظاهر الإنحلال في المجتمعات العربية عموماً، ومع هذا فإنه يصعب في الكثير من الأحيان على الأفراد البوح بتصفحهم لمواقع الجنس حتى لو قاموا بزيارتها فعلاً.

ويتضح من خلال الجدول رقم 32 أنه بدرجة حرية 04 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 23.4، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والصفحات المفضلة "Page Fan" لدى أفراد العينة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 33 يبين نوعية نشاط أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
19,879%	33	الاطلاع فقط
34,337%	57	الاطلاع+التعليق
18,072%	30	النشر
17,469%	29	إنشاء مجموعات اجتماعية
10,240%	17	الانضمام لحمالات التوعية
100%	166	المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من نشاط ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "166" تكراراً، كما تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة اختاروا نشاط "الإطلاع+التعليق" وذلك بنسبة 34,337%، تليها في المرتبة الثانية نشاط "الاطلاع فقط" وذلك بنسبة 19,879% وهذا ما يعني أن نشاط الشباب الجزائري الجامعي لم يتجاوز بعد مرحلة إبداء الرأي إلى المساهمة الفعالة في النشر، حيث لم تتجاوز نسبة الذين اختاروا نشاط "النشر" 18,072%، وهي نسبة منخفضة

إذا ما قارناها بمستوى أفراد العينة، حيث تمثل هذه الفئة نخبة المجتمع التي يفترض أن تساهم مساهمة فعالة في هذه المواقع بما يناسب مستواها.

وبالنسبة "لإنشاء مجموعات اجتماعية" فقد أجاب ما نسبته 17,469% بأنهم قاموا بإنشاء مجموعات اجتماعية، وتعرف المجموعات التي ينشئها جزائريين زيادة كبيرة أما مواضيعها فتختلف حسب اهتمامات المستخدمين "منها من تندد بالتسلح مثلا أو باستغلال الأطفال في سوق الدعارة والمخدرات، بداية من دعم المجاهدة الجزائرية جميلة بوحيرد...، مروراً بانتقاد جدار العار المصري والحملات المسيئة للرسول الكريم..."⁽¹⁾. أما بالنسبة "للإنضمام لحملات التوعية" فلم تحظى إلا بنسبة 10,240%، وتختلف هذه الحملات من حملات اجتماعية إلى سياسية أو اقتصادية... وكمثال على الحملات التي ينظمها الشباب الجزائري "حملة تنظيف المدن التي سعت إلى تجنيد الجماهير للإنضمام إليها من أجل مدن جزائرية نظيفة وقد جاءت تحت عنوان "نقي بلادك" بفضل شبكة الاتصالات الاجتماعية الفيسبوك، وأشرفت على هذه المبادرة مجموعة "البلاد بخير"، والتي تضم شبابا متطوعين بمختلف مستوياتهم"⁽²⁾.

ولقد ذهب العديد من الدراسات إلى نتائج مماثلة لما توصلنا إليه، حيث توصلت إحداها إلى أن "مشاركة الباحثين في مواقع الشبكات الاجتماعية تبقى ضئيلة للغاية، إذ بلغت نسبة الذين شاركوا في فيسبوك "Facebook" (16.8%)، وبنسبة (05%) في يوتيوب "YouTube"⁽³⁾.

وفي نفس الاتجاه توصلت دراسة أجريت في تونس إلى أن "عملية التفاعل مع ما يقرأ عبر الويب، هي ممارسة يقوم بها (52%) من الطلبة المستجوبين سواء كان ذلك بصفة دائمة (10%) أو بصفة غير منتظمة (42%)، وهو ما يفضي بنا إلى استبعاد الحديث عن عادة ممارسة التفاعلية عند العينة المستجوبة لاسيما وأن 48% من الطلبة المستجوبين صرحوا باكتفائهم بالاطلاع على الأحداث دون إبداء رأي أو تعليق أو المشاركة في النقاشات المطروحة عبر المواقع التفاعلية، فالاستخدام الرقمي للإعلام ممارسة مستجدة وسطحية"⁽⁴⁾.

(1) إلهام غازي، أكثر من مليون جزائري ينضم إلى دولة الفيسبوك الإلكترونية، جريدة الخبر الأسبوعي، من 14 إلى 20 جويلية 2010، العدد 594، 2010، ص 16.

(2) رزيقة ادريغال، حملة على "الفيسبوك" لتنظيف المدن الجزائرية بشعار "نقي بلادك"، جريدة الخبر (يومية جزائرية)، العدد 6327، 2011/04/16، ص 24.

(3) عبد الرحمن عزوي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 307.

(4) ثريا السنوسي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

وقد ذهبت نفس الدراسة إلى أنه "من بين الـ(52%) الذين صرحوا بأنهم يستعملون التفاعل لإشباع حاجات اتصالية لديهم، يكتفي قرابة الثلثين منهم (68%) بإضافة رأي أو تعليق دون متابعة الحوارات الافتراضية الجادة، لذلك يعتبر الحديث عن إضافة فعلية لطلبة العينة عبر النت، وعن تقمص دور المتقبل الفاعل والمتفاعل أمر سابق لأوانه بحثيا وأكاديميا، فتقافة المشاركة في صياغة الأحداث الآنية والمساهمة في حياة تفاصيلها مغيبة عند العينة"⁽¹⁾.

وفي نفس الإطار توصل "رضا عبد الواحد أمين" فيما يتعلق بمستوى المشاركة في موقع عرض لقطات الفيديو "يوتيوب" إلى أن "(08.4%) فقط هم الذين يحرصون على إرفاق ملفات الفيديو على الموقع بانتظام، وأن (12.1%) الذين يقومون أحيانا بإرفاق المقاطع على الموقع، وقد عد الباحث من يقوم بإرفاق ملف فيديو واحد في الأسبوع على الأقل منتظما في النشاط المتعلق بإرفاق الملفات على يوتيوب، ومن يرفق في مدة زمنية أكثر من ذلك يستحق متغير (أحيانا).

كما بينت النتائج الميدانية أن (14.9%) يقومون بالتعليق على ملفات الفيديو بشكل منتظم، وأن (18.7%) يعلقون أحيانا على هذه الأفلام القصيرة، وبهذا يكون إجمالي الشباب الجامعي الذي يتعرض بنشاط ويحقق مستوى معين من التفاعلية مع الموقع (54.1%) ما بين معلق ومرفق، وما بين منتظم في نشاطه ومتقطع، وهو ما يعني أن أكثر من نصف العينة تقريبا تتعامل مع الموقع بمستويات متعددة من النشاط، في حين توصلت الدراسة إلى أن (22.4%) من المبحوثين ينتظمون في مشاهدة المادة الفيلمية على يوتيوب فقط، وأن (23.4%) منهم يشاهدون أفلام الفيديو على يوتيوب بشكل غير منتظم"⁽²⁾.

(1) ثريا السنوسي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

(2) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 529-530.

الجدول رقم 34 يبين نوعية نشاط أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
19,879%	33	21,917%	16	18.279%	17		الإطلاع فقط
34,337%	57	41,095%	30	29.032%	27		الإطلاع+التعليق
18,072%	30	13,698%	10	21.505%	20		النشر
17,469%	29	16,438%	12	18.279%	17		إنشاء مجموعات اجتماعية
10,240%	17	06,849%	05	12.903%	12		الإنضمام لحمالات التوعية
100%	166	100%	73	100%	93		المجموع
كا ² الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		كا ² المحسوبة=04.88			

تظهر بيانات الجدول أن الذكور أكثر نشاطا من الإناث على مواقع الشبكات الاجتماعية، فعلى الرغم من أن نسبة الإناث اللواتي يقمن بنشاط "الإطلاع+التعليق" بلغت 41,095%، وهي تفوق نسبة الذكور الذين يقومون بنفس النشاط 29.032% إلا أن هذا النشاط لا يعبر عن تفاعل حقيقي مع هذه المواقع حيث لا يتجاوز إبداء رأي العضو حول مضامين معينة، في حين نلاحظ تفوق الذكور في بعض الأنشطة التفاعلية الأخرى مثل "النشر" و"إنشاء مجموعات اجتماعية"، و"الإنضمام لحمالات التوعية" عن الإناث، والتي تعد مقياسا حقيقيا على مدى تفاعل أفراد العينة مع هذه المواقع، حيث جاء نشاط "النشر" في المرتبة الثانية عند الذكور بنسبة 21.505%، بينما لم يسجل عند الإناث إلا نسبة 13,698%، وأجاب ما نسبته 18.279% من الذكور بأنهم يكتبون بنشاط "الإطلاع"، في حين بلغت نسبة الإناث اللواتي يكتبن بالإطلاع 21,917%، ونفس الشيء بالنسبة "إنشاء مجموعات اجتماعية" وكذا "الإنضمام لحمالات التوعية" التي سجلت عند الذكور على التوالي 18.279%، و 12.903%، بينما لم يسجل كلا النشاطين عند الإناث إلا ما نسبته 16,438%، و 06,849%.

كل هذه النتائج تؤكد أن الذكور أكثر تفاعلية في تعاملهم مع مواقع الشبكات الاجتماعية من الإناث في مختلف أنواع النشاطات ولعل هذا يعود في الأساس إلى قلة معرفة الإناث للمهارات التقنية إضافة إلى إقبال الفتيات على الدردشة أو على الأكثر تحميل الملفات وهذا ما يجعلهن أقل اهتماما بباقي النشاطات.

ويتضح من خلال الجدول رقم 34 أنه بدرجة حرية 04 ومستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن K^2 الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 04.88، وبالتالي فإن قيمة K^2 المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ونوعية نشاط أفراد العينة على مواقع الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 35 يبين نوعية نشاط أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
19,879%	33	36,486%	27	06,521%	06		الاطلاع فقط
34,337%	57	24,324%	18	42,391%	39		الاطلاع+التعليق
18,072%	30	13,513%	10	21,739%	20		النشر
17,469%	29	16,216%	12	18,478%	17		إنشاء مجموعات اجتماعية
10,240%	17	09,459%	07	10,869%	10		الإنضمام لحمالات التوعية
100%	166	100%	74	100%	92		المجموع
K^2 الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		K^2 المحسوبة=45.06			

تظهر بيانات الجدول أن النشاط المفضل لدى فئة الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية هو "الاطلاع+التعليق" بنسبة 42,391%، في حين مثل "الاطلاع فقط" النشاط المفضل عند الشباب الجامعي الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية وذلك بنسبة 36,486%، ويمكن تفسير ارتفاع نسبة نشاط "الاطلاع+التعليق" وانخفاض نشاط "الاطلاع فقط" لدى شباب عاصمة الولاية، وفي نفس الوقت ارتفاع نشاط "الاطلاع فقط" وانخفاض "الاطلاع+التعليق" عند الشباب الجامعي الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، بكون سكان عاصمة الولاية هم أكثر نشاطا ومشاركة في مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا لاملاكهم للمهارات التقنية، إضافة

إلى الخبرة الطويلة في التعامل مع هذه المواقع والاستخدام المكثف لها، وما يبرهن على ذلك أكثر أن النشاط الذي حل في المرتبة الثانية بعد "الاطلاع+التعليق" لدى الشباب في عاصمة الولاية هو "النشر" وذلك بنسبة 21,739%، ثم "إنشاء مجموعات اجتماعية" بنسبة 18,478%، ثم "الانضمام لحملات التوعية" بنسبة 10,869%، بينما لم يحظى نشاط "الاطلاع فقط" إلا بنسبة 06,521%، بالمقابل وبالنسبة للشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية فإن النشاط الذي حل في المرتبة الثانية بعد "الاطلاع فقط" هو "الاطلاع+التعليق بنسبة 24,324%، ولم تحظى باقي الأنشطة إلا باهتمام ضئيل، "إنشاء مجموعات اجتماعية" بنسبة 16,216%، "النشر" بنسبة 13,513%، "الانضمام لحملات التوعية" بنسبة 09,459%، وكل هذا يمكن تفسيره بانخفاض المهارات التقنية لدى سكان البلديات الخارجة عن عاصمة الولاية والأرياف عموماً، وذلك بسبب تأخر دخول الإنترنت إلى هذه المناطق إضافة إلى رداءة نوعية الاتصال، وغياب ثقافة استخدام تكنولوجيا الاتصال لدى سكانها وانخفاض عدد المشتركين في الإنترنت من البيت كما أوضحه أفراد العينة في الجدول رقم 23.

ويتضح من خلال الجدول رقم 35 أنه بدرجة حرية 04 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 45.06، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ونوعية نشاط أفراد العينة على مواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 36 يبين الإحساس في حال عدم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
23%	23		فراغ وقلق
23%	23		ملل
08%	08		اكتئاب
46%	46		لا تحس بشيء
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة "لا يحسون بشيء" في حال عدم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لظرف طارئ وذلك بنسبة 46%، وهذا دليل على أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى أفراد العينة هو استخدام عقلائي لم يصل إلى حد الإدمان، وقد بلغت نسبة الذين أجابوا بأنهم يحسون بـ"فراغ وقلق" 23%، وهي نسبة مساوية للذين أجابوا بـ"ملل"، فيما لم تتجاوز نسبة الذين أجابوا بـ"اكتئاب" 08%.

والنتائج التي توصلنا إليها تؤكد نتائج دراسة سابقة والتي توصلت إلى أن:

–أغلبية أفراد العينة لا ينتبهون لذلك، نسبتهم (47.56%).

–ثم بعدهم تأتي فئة أخرى يحسون بالفراغ، ونسبتهم (19.56%).

–وأخيرا تمثل نسبة الطلبة الذين يصل بهم الأمر إلى الإحساس بالاضطراب والقلق (19.15%)⁽¹⁾.

أما دراسة حسبية قيدوم حول الإنترنت فقد توصلت إلى نتائج مغايرة لنتائج دراستنا، حيث ذهبت إلى أن "47% قد صرحوا بالإحساس بتوتر شديد عند تعذر أو انقطاع الربط بالشبكة... وإذا أضيفت إلى هذه الأخيرة نسبة (21.32%) المتعلقة بمؤشر الإحساس بخيبة أمل فإننا نتحصل على نسبة (49.54%) من مجموع التكرارات تمثل نفس الاتجاه في الإحساس ورد الفعل وهو الرفض والاستياء، وتدعم هذه الحالة النفسية بسلوك الإصرار مجسدا في البقاء أمام الحاسوب ومحاولة إعادة الربط عدة مرات وقد ورد هذا المؤشر بنسبة 42% من مجموع مفردات العينة و25.22% من مجموع التكرارات.

(1) باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 195.

وقد يصل الأمر بالبعض إلى تغيير مكان الربط كما صرح بذلك 35 شخص من العينة أي 17.5%...وقد يتغير السلوك لكن ليس في إتجاه الإصرار وتغيير مكان الربط وإنما بالانتقال لممارسة نشاط آخر وهذا ما أكده 19% من مجموع مفردات العينة، وقد ورد مؤشر عدم الإنزعاج إطلاقاً بنسبة ضئيلة جداً تقدر بـ"01%" من مجموع مفردات العينة"⁽¹⁾.

الجدول رقم 37 يبين الإحساس في حال عدم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
23	23%	10	20%	13	26%		فراغ وقلق
23	23%	14	28%	09	18%		ملل
08	8%	05	10%	03	6%		اكتئاب
46	46%	21	42%	25	50%		لا تحس بشيء
100	100%	50	100%	50	100%		المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=02.3			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة لا تحس بشيء في حال وقع طارئ منعها من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك بنسبة 50% عند الذكور، و42% عند الإناث، ولعل ارتفاع نسبة الذين لا يحسون بشيء لدى الذكور مقارنة بالإناث يفسر بوجود العديد من منافذ التسلية للذكور مقارنة بالإناث، إضافة إلى أن الإناث أكثر ارتباطاً بمواقع الشبكات الاجتماعية بحيث يقضون وقتاً أطول من الذكور على هذه المواقع وهو ما بينه الجدول رقم 19، ولهذا فإن وقوع ظرف معين سيكون تأثيره على الإناث أكبر من الذكور، حيث تحس 28% من الإناث بـ"ملل" و20% بـ"فراغ وقلق"، و10% بـ"اكتئاب" وهي أشد حالات التأثير، بينما يبدو الذكور أقل تأثراً من عدم الاستخدام حيث أن النسبة الأكبر تحس بـ"فراغ وقلق" بـ26%، بينما تنخفض نسبة الذين يحسون بـ"ملل" إلى 18%، والذين يحسون بـ"اكتئاب" إلى 6% فقط.

(1) حسبية قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص ص، 147-148.

ويتضح من خلال الجدول رقم 37 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 02.3، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وإحساس أفراد العينة في حال عدم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 38 يبين الإحساس في حال عدم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
23	23%	10	20%	13	26%	13	فراغ وقلق
23	23%	08	16%	15	30%	15	ملل
08	08%	05	10%	03	06%	03	اكتئاب
46	46%	27	54%	19	38%	19	لا تحس بشيء
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=04.38			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة "لا يحسون بشيء" في حال وقعت ظروف منعتهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مع وجود بعض الفروق 38% عند الأفراد الذين يسكنون في عاصمة الولاية، و54% عند الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وهو ما يمكن تفسيره بأن سكان عاصمة الولاية أكثر ارتباطاً من غيرهم بمواقع الشبكات الاجتماعية حيث يحس 30% منهم بـ"ملل"، و26% بـ"فراغ وقلق"، و06% بـ"اكتئاب"، بينما نلاحظ أن الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية أقل تأثراً من جراء عدم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية حيث نجد أن 20% يحسون بـ"فراغ وقلق"، و16% بـ"ملل"، مع ارتفاع في نسبة الذين يحسون بـ"اكتئاب" إلى 10% إلا أنها نسبة قليلة قد ترتبط ببعض الأفراد الذين يدمنون على استخدام هذه المواقع، ويمكن تفسير هذه النسب بكون سكان البلديات الخارجة عن العاصمة أقل ارتباطاً بهذه المواقع نظراً لقلّة عدد المشتركين في الإنترنت، بالإضافة إلى انخفاض كثافة الاستخدام حيث أن 50%

يستخدمون هذه المواقع "أحيانا" و14% "دائما"، مقابل 16% فقط "أحيانا" و66% "دائما"، عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية وذلك حسب ما هو موضح في الجدول رقم 04.

ويتضح من خلال الجدول رقم 38 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 04.38، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة وإحساس أفراد العينة في حال عدم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 39 يبين مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على استخدام وسائل الإعلام التقليدية:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
49%	49	49%	تتابع وسائل الإعلام بدرجة أقل
06%	06	06%	تتابع وسائل الإعلام بدرجة أكبر
14%	14	14%	لا تتابع تماما
31%	31	31%	لم يؤثر تماما
100%	100	100%	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أثر على استخدام وسائل الإعلام التقليدية بحيث أن أغلبية أفراد العينة أي ما يقارب 49% أصبحوا "يتابعون وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أقل"، بينما 31% "لم يؤثر" استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية على متابعتهم لوسائل الإعلام التقليدية، و14% أصبحوا "لا يتابعون وسائل الإعلام التقليدية تماما"، و06% فقط أصبحوا "يتابعون وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أكبر".

ولعل الانخفاض في متابعة وسائل الإعلام التقليدية لدى النسبة الأكبر من أفراد العينة يمكن تفسيره بأن أفراد العينة هم من الجامعيين وبالتالي فإن وقت فراغهم ضيق، بالإضافة إلى أن 37% يستخدمون هذه المواقع

لمدة تتجاوز الساعتين، و35% لمدة ساعتين كما هو موضح في الجدول رقم 18، وبالتالي فإن هذا سيؤثر على الوقت المخصص لاستخدام وسائل الإعلام التقليدية لا محال.

وقد توصلت دراسات سابقة إلى نتائج مقارنة لما توصلنا إليه، ومن بينها دراسة إبراهيم بعزير التي ذهبت إلى أن "الدردشة الإلكترونية أثرت على أفراد العينة بحيث أدت إلى تراجع نسبة استعمالهم لوسائل الإعلام وذلك لدى 52%، مقابل 05% لم يتراجع معدل استخدامها لوسائل الإعلام، و05% بقيت دون إجابة"⁽¹⁾.

ونفس الشيء بالنسبة إلى دراسة حسبية قيديم والتي توصلت إلى "أن 78.82% من مجموع مفردات العينة التي أقرت بحدوث هذا التأثير قد صرحت أن استعمال الإنترنت قد أثر بالنقصان في مشاهدة التلفزيون وأن 07.05% منها أصبحت لا تشاهد التلفزيون إطلاقاً"⁽²⁾.

ولا شك "أن اهتمام وكالة أنباء عالمية بحجم "رويترز" بالشبكات الاجتماعية كمصدر من مصادر الخبر، يعد اعترافاً صريحاً بأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية اليوم في مجال العمل الصحفي، والاتجاه أكثر نحو صحافة المواطن"⁽³⁾، "حيث تلعب هذه المواقع دوراً هاماً في مجال تغطية الأحداث المختلفة، أما إذا كانت هذه التقنيات ستؤدي إلى انتهاء عصر الإعلام التقليدي فهو أمر محل تساؤل، ولكن المؤكد أن السلطة والسطوة المطلقتين اللتين كانتا تتمتعان بما وسائل الإعلام التقليدية هي صور من ماضٍ لن يعود"⁽⁴⁾.

وفي دراسة حديثة في مارس 2008 على 17 ألف مستخدم من مستخدمي الإنترنت أشارت الدراسة التي طبقت على 29 دولة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي أصبحت مصدراً للإعلام والمعلومات أكثر أهمية من الإعلام التقليدي (الإذاعة والتلفزيون والصحافة...)، كما تشير بعض النتائج إلى أن:

- 83% من المستخدمين يتابعون لقطات الفيديو على الإنترنت.

- 55% سبق أن شاركوا في تبادل صور شخصية.

(1) إبراهيم بعزير، منتديات الحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 205.

(2) حسبية قيديم، مرجع سبق ذكره، ص 154.

(3) جمال العيفة، الإعلام الجديد تساؤلات عن المصدقية والفعالية، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010، ص 06.

(4) المرجع نفسه، ص 04.

22% سبق أن شاركوا في تبادل فيديو شخصي⁽¹⁾.

الجدول رقم 40 يبين مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على استخدام وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)
						الإجابة
49	49%	28	56%	21	42%	تتابع وسائل الإعلام بدرجة أقل
06	06%	00	00%	06	12%	تتابع وسائل الإعلام بدرجة أكبر
14	14%	08	16%	06	12%	لا تتابع تماما
31	31%	14	28%	17	34%	لم يؤثر تماما
100	100%	50	100%	50	100%	المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=07.56		

تظهر البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أصبحت "تتابع وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أقل" مع وجود فارق بين الفئتين 42% عند الذكور و56%، عند الإناث ويمكن تفسير نسبة الارتفاع عند الإناث بكونهن أكثر ارتباطا باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من الذكور، وبالتالي فقد أثر استخدامهن لهذه المواقع على تقلص الأوقات المخصصة لوسائل الإعلام التقليدية بدرجة أكبر من الذكور، كما أن ما نسبته 16% من الإناث أصبحن "لا يتابعن وسائل الإعلام التقليدية تماما"، بينما 12% فقط من الذكور هم الذين أصبحوا "لا يتابعون وسائل الإعلام التقليدية تماما"، وما يؤكد أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أثر على الأوقات المخصصة لوسائل الإعلام التقليدية لدى الإناث أكثر من الذكور هو نسبة الذين لم يؤثر استخدامهم لهذه المواقع على الأوقات المخصصة لوسائل الإعلام التقليدية حيث وصل لدى

(1) علي بن شويل القرني، الإعلام الاجتماعي.... هل يسقط الإعلام التقليدي؟ 700 مليون مستخدم في شبكات التعارف الدولية، الموقع:

.17:25، 2011/03/06، www.al-jazirah.com.sa/2009

الذكور إلى نسبة 34% بينما لم يتجاوز عند الإناث نسبة 28%، كما أن ما نسبته 12% من الذكور أصبحوا يتابعون وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أكبر من قبل، بينما انعدمت النسبة عند الإناث.

ولقد توصلت دراسة إبراهيم بعزیز إلى نتائج مخالفة لما توصلنا إليه حيث ذهبت إلى "أن الذكور هم الذين تراجعت نسبة استعمالهم لوسائل الإعلام بفعل الدردشة الإلكترونية أكثر من الإناث، حيث بلغ نسبته (42.5%) متجاوزين بذلك نسبة الذين لم يتراجع تعرضهم لوسائل الإعلام (33%)، أما بالنسبة للإناث فعكس ذلك تماما، إذ أننا نجد (9.5%) فقط ممن تراجع تعرضهن لوسائل الإعلام بفعل الدردشة الإلكترونية، مقابل (12.5%) ممن لم يتراجع استعمالهن"⁽¹⁾.

ويتضح من خلال الجدول رقم 40 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 07.56، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على استخدام وسائل الإعلام التقليدية.

(1) إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 205.

الجدول رقم 41 يبين مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على استخدام وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
49	49%	21	42%	28	56%	28	تتابع وسائل الإعلام بدرجة أقل
06	06%	06	12%	00	00%	00	تتابع وسائل الإعلام بدرجة أكبر
14	14%	06	12%	08	16%	08	لا تتابع تماما
31	31%	17	34%	14	28%	14	لم يؤثر تماما
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=07.56			

تظهر البيانات الموضحة في الجدول أن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أثر على استخدام وسائل الإعلام التقليدية لدى فئة كبيرة من أفراد العينة بنسبة 56% عند الجامعيين الذين يقطنون مقر عاصمة الولاية، مقابل 42% عند الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل هذا الفارق بين الفئتين يمكن تفسيره بارتباط سكان عاصمة الولاية بهذه المواقع أكثر من غيرهم حيث يستخدمونها بصفة دائمة بنسبة 66% كما هو مبين في الجدول رقم 04، وهذا ما يؤثر على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة وأن وقت أفراد العينة محدود باعتبارهم من فئة الجامعيين، كما يمكن تفسير ارتفاع نسبة الذين أصبحوا "يتابعون وسائل الإعلام بدرجة أكبر" عند الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية بنسبة 12%، مقابل انعدامها عند الشباب في عاصمة الولاية، بانعدام وسائل الترفيه في هذه البلديات لاسيما وأن أغلب البلديات خارج عاصمة الولاية هي عبارة عن مناطق ريفية، وما يؤكد أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أثر على الأوقات المخصصة لوسائل الإعلام التقليدية لدى الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية أكثر من الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، هو نسبة الذين لم يؤثر استخدامهم لهذه المواقع على الأوقات المخصصة لوسائل الإعلام التقليدية، حيث وصل لدى الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية إلى نسبة 34%، بينما لم يتجاوز لدى الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية نسبة 28%.

ويتضح من خلال الجدول رقم 41 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 07.56، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ومدى تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على استخدام وسائل الإعلام التقليدية.

المبحث الثالث: العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية

الجدول رقم 42 يبين إذا كانت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحمل قيم غربية:

الإجابة	التكرار والنسبة(%)	التكرار	النسبة(%)
نعم	92%	92	92%
لا	08%	08	08%
المجموع	100%	100	100%

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة ترى أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحمل قيم غربية وذلك بنسبة 92%، مقابل 08% التي ترى أنها لا تحمل قيم غربية، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن أغلب أفراد العينة واعون بالقيم الغربية الموجودة في هذه المواقع، ويعرفون تمام المعرفة أن الكثير من القيم التي تحملها هذه الشبكات هي من ثقافات مختلفة تماما عن القيم التي تحملها ثقافة المجتمع العربي والإسلامي والجزائري بشكل خاص.

ولقد ذهبت دراسة إبراهيم بعزيز إلى "أن هناك نسبة هامة من المبحوثين (30.5%) ممن يرون أن الدردشة الإلكترونية قد تؤدي إلى التغريب، وإلى اعتناق الثقافات الغربية وتبني عاداتهم وسلوكياتهم، ورغم أن نسبة الذين قالوا بأن المحادثات الإلكترونية لا تؤدي إلى التغريب والتمسك بالقيم الغربية وصلت إلى (69.5%)، إلا أن الدردشة الإلكترونية لها أثر واضح ولا يمكن أن يخفى على أحد، وذلك على أخلاق وسلوكيات الأفراد، وطبيعة الأنماط الثقافية التي يتأثرون بها ويتبنونها، خاصة في طريقة اللباس والكلام، حيث أن الحديث بلغات أجنبية لمدة طويلة وفي مرات عديدة، يؤدي إلى التأثير بهذه اللغة إلى درجة استعمالها في الحياة اليومية مع المحيط الاجتماعي"⁽¹⁾.

(1) إبراهيم بعزيز، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 168.

الجدول رقم 43 يبين إذا كانت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحمل قيمة غربية حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)
92	%92	50	%100	42	%84	الإجابة
08	%08	00	%00	08	%16	نعم
100	%100	50	%100	50	%100	لا
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=08.64		

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة أجابت بأن مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيمة غربية وذلك بنسبة 84% عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 100% عند الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل هذا الارتفاع لدى الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية يمكن إرجاعه إلى كون هذه المناطق والبلديات الخارجة عن عاصمة الولاية، هي عبارة عن مناطق محافظة جدا، وتمسكة بالقيم وبالتالي فهي تعتبر أن المضامين التي تحمل على مواقع الشبكات الاجتماعية لا تحترم ثقافات الدول العربية والإسلامية، ومن هنا فهي تعمل على بث القيم الغربية وتروج لها، أما سكان عاصمة الولاية فقد كانوا أقل تشددا في الحكم على هذه القيم والدليل على ذلك أن 16% منهم أجابوا بأنها لا تحمل قيمة غربية، وذلك للانفتاح النسبي لسكان عاصمة الولاية.

ويتضح من خلال الجدول رقم 43 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83 أما قيمتها المحسوبة فهي 08.64، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة لدى أفراد العينة ونظرتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية إذا كانت تحمل قيمة غربية أم لا، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 44 يبين القيم الإيجابية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
43.939%	58		الحرية
27.272%	36		المشاركة
21.212%	28		التفاعلية
7.575%	10		المساواة
100%	132		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "132" تكرارا، كما تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة ذهبت إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية تروج لقيمة "الحرية" وذلك بنسبة 43.939%، حيث تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية بالنسبة إلى الشباب منابر إعلامية تسمح لهم بالتعبير عن أنفسهم وعما يجول في خواطرهم دون أدنى خوف أو شعور بالمسؤولية، يعبرون عن حاجاتهم ومتطلباتهم وحتى آرائهم في السياسة والاقتصاد..، وقد اختار 27.272% من أفراد العينة قيمة "المشاركة"، حيث تسمح هذه المواقع لمستخدميها أن يتقاسموا مختلف الإهتمامات والملفات، ثم "التفاعلية" بنسبة 21.212%، بينما لم تحظى قيمة "المساواة" إلا بنسبة 7.575%.

ويمكن تفسير اختيار النسبة الأكبر من المبحوثين لقيمتي "الحرية" و"المشاركة" ببحث الشباب عن مجالات تتيح لهم التعبير عن آرائهم والتشارك مع من يبادلونهم نفس الإهتمامات بعيدا عن أي نوع من الضغوط أو الرقابة.

الجدول رقم 45 يبين القيم الإيجابية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
58	43.939%	22	29.729%	36	62.068%		الحرية
36	27.272%	26	35.135%	10	17.241%		المشاركة
28	21.212%	16	21.621%	12	20.689%		التفاعلية
10	7.575%	10	13.513%	00	00%		المساواة
132	100%	74	100%	58	100%		المجموع
كا ² الجدولية=07.81		درجة الحرية=03		كا ² المحسوبة=17.47			

تظهر بيانات الجدول اختلافات فيما يخص القيم الإيجابية التي تحملها مواقع الشبكات الاجتماعية وفقا لمتغير الجنس، حيث يرى أغلبية أفراد العينة أن هذه المواقع تحمل قيمة "الحرية" وذلك بنسبة 62.068% عند الذكور و29.729% عند الإناث، وجاءت قيمة "المشاركة" في المرتبة الثانية بنسبة 17.241% عند الذكور و35.135% عند الإناث، ثم قيمة "التفاعلية" بنسبة 20.689% عند الذكور و21.621% عند الإناث، أما قيمة "المساواة" فقد جاءت في المرتبة الرابعة حيث لم تحظى بأي اهتمام من طرف الذكور، في حين حظيت بنسبة 13.513% عند الإناث.

ولعل اختيار أغلبية الذكور لقيمة "الحرية"، وبالمقابل اختيار أغلبية الإناث لقيمة "المشاركة" يمكن تفسيره بكون الذكور أكثر تمردا من الإناث وبجثا عن التحرر، كما أنهم أكثر رغبة في إبراز آرائهم ووجهات نظرهم من الإناث اللواتي ينظرن إليها على أنها أداة للمشاركة من خلال مختلف عمليات التبادل والتفاسم لمختلف أنواع الملفات، كما أن ارتفاع نسبة الإناث اللواتي اخترن قيمة "المساواة" يمكن تفسيره بالتهميش الذي يعاني منه الإناث داخل أغلب الأسر العربية والجزائرية، حيث أنه غالبا ما يتم تفضيل الذكور على الإناث، ومن هنا فهن يرين في هذه المواقع مساحات من المساواة والعدل بينهن وبين الذكور.

ويتضح من خلال الجدول رقم 45 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 17.47، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة

ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس لدى أفراد العينة والقيم الإيجابية التي تحملها مواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 46 يبين القيم الإيجابية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

الإجابة		التكرار والنسبة (%)		في عاصمة الولاية		خارج عاصمة الولاية		المجموع	
الحرية	24	33.802%	24	55.737%	34	43.939%	58	43.939%	58
المشاركة	24	33.802%	24	19.672%	12	27.272%	36	27.272%	36
التفاعلية	21	29.577%	21	11.475%	07	21.212%	28	21.212%	28
المساواة	02	02.816%	02	13.114%	08	07.575%	10	07.575%	10
المجموع	71	100%	71	100%	61	100%	132	100%	132
كا ² المحسوبة=15.6		درجة الحرية=03		كا ² الجدولية=07.81					

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أكبر فئة من أفراد العينة اختارت "الحرية" مع وجود بعض الفروق بين الفئتين 33.802% عند الجامعيين الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 55.737% عند الجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وقد جاءت في المرتبة الثانية قيمة "المشاركة" بنسبة 33.802% عند الجامعيين الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 19.672% عند الجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ثم قيمة "التفاعلية" بنسبة 29.577% عند الجامعيين الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 11.475% عند الجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، أما قيمة "المساواة" فلم تحظى إلا بنسبة 02.816% عند الجامعيين الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 13.114% عند الجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية.

ويمكن تفسير اتجاه أغلبية الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية إلى قيمة "الحرية" بكثرة الضغوط والقيود التي يعاني منها سكان البلديات الريفية بصفة خاصة، حيث تخضع هذه المناطق للعرف والتقاليد بدرجة كبيرة، كما أن الأفراد فيها يتقيدون بالمبادئ والأعراف السائدة، وهو ما يجعل مساحة التعبير عن الرأي محدودة جدا، وبما أن مرحلة الشباب تقترن برفض القيود والسعي إلى إبداء الآراء حيث يتميز الشاب في هذه المرحلة

بأنه "غير قابل للإنصياح، متمرد على طلبات الأسرة يرفض تحريماتها غير متأكد من حقيقة ذاته، يتعامل مع الكبار بشيء من الحساسية وقدر واضح من العناد"⁽¹⁾، وبهذا يجد الشباب في هذه المواقع مجالاً للحرية وإبداء الرأي دون قيود أو أي تحمل للمسؤولية حول ما قاله أو كتبه في أي مجال من المجالات، كما تسمح له بالظهور تحت اسمه الحقيقي، أو تحت أسماء مستعارة، بما يمكنه من تقمص أي شخصية من الشخصيات تحت اسم مستعار دون أن يظهر هويته الحقيقية، أو يظهر بعضاً من جوانبها فقط.

ويتضح من خلال الجدول رقم 46 أنه بدرجة حرية 03 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 07.81 أما قيمتها المحسوبة فهي 15.6، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة والقيم الإيجابية التي تحملها مواقع الشبكات الاجتماعية حسب أفراد العينة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 47 يبين القيم السلبية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
09.629%	13		العنف
49.629%	67		الجنس
40.740%	55		الخروج عن الدين
100%	135		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من الباحثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "135" تكراراً، كما تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة ترى أن مواقع الشبكات الاجتماعية تروج لـ "الجنس" كأهم قيمة سلبية تعمل هذه المواقع على نشرها، وذلك بنسبة 49.629% من أفراد العينة، ويظهر ذلك من خلال مختلف أشكال الإباحية الجنسية التي تنتشر على هذه المواقع،

(1) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 96.

إما من خلال الإعلانات أو الملفات السمعية البصرية المنتشرة بكثرة عبر هذه الشبكات، أو غيرها من الوسائل والطرق، وعلى الرغم من أن "الجنس" يعد أحد أهم القيم السائدة في وسائل الإعلام التقليدية، ولكن مواقع الشبكات الاجتماعية ساهمت في نشره على نطاق واسع، مع توفيرها لدرجة كبيرة من الخصوصية لمستخدميها، بحيث يمكن لكل فرد أن يطلع على هذه الملفات ويحملها على هاتفه أو أي جهاز آخر في أي وقت أراد، عكس وسائل الإعلام التقليدية التي لا تتيح كل هذه الخصائص.

وترى نسبة 40.740% من أفراد العينة أن أكثر القيم المروج لها عبر هذه المواقع هي قيمة "الخروج عن الدين"، وذلك من خلال الترويج لمختلف أشكال المساس بالدين الإسلامي، من خلال نشر قيم العولمة الغربية التي تتناقض في كثير من الأحيان مع مبادئ الدين الإسلامي، والسعي إلى تشويبه ومحاوله القضاء على كل ما يمت بصلة له، وجاءت قيمة "العنف" في آخر مرتبة من حيث القيم السلبية المروج لها وذلك بنسبة 09.629% من أفراد العينة، سواء في شكل مقاطع فيديو تتضمن اعتداءات بالضرب على أشخاص، أو مقاطع لأفلام تلفزيونية عنيفة أو غيرها من الطرق والوسائل، وهو ما يؤكد أن مواقع الشبكات الاجتماعية تعد أحد أهم الوسائل لنشر قيم العولمة الثقافية لاسيما قيمة الجنس باعتبارها من أكثر القيم انتشارا على هذه المواقع.

الجدول رقم 48 يبين الموضوعات التي تم أفراد العينة عند استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
15.384%	28	سياسية
2.197%	04	اقتصادية
28.571%	52	ثقافية
29.120%	53	رياضية
24.725%	45	اجتماعية
100%	182	المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "182" تكرارا، كما تظهر البيانات الواردة في الجدول التالي أن الموضوعات "الرياضية" وبدرجة أقل "الثقافية" تحظى باهتمام أكبر قدر من أفراد العينة حيث تحظى الأولى بنسبة 29.120%، والثانية بنسبة 28.571%، وهذا ما يفسر بالاهتمام الكبير من جانب الشباب بالمجال الرياضي، لاسيما الأخبار الخاصة بالمنتخب الوطني، خاصة بعد مباراة أم درمان في السودان وتأهل المنتخب الوطني إلى نهائيات كأس العالم، ومن بعدها التصنيفات الإفريقية حيث أصبحت الرياضة تشكل أحد أهم الأولويات لدى مختلف شرائح المجتمع وخاصة الشباب..، وجاء اهتمام الشباب الجامعي الجزائري بالقضايا الثقافية في المرتبة الثانية، وليس هذا بغريب فلطالما حظيت هذه الأخيرة بأكثر اهتمام من الشباب الجزائري، وهذا ما أكدته دراسة إبراهيم بعزيز التي توصلت إلى أن "المواضيع الثقافية تحتل مقدمة اهتمامات الجزائريين في منتديات الدردشة بنسبة 37.29%، ثم المواضيع العاطفية بنسبة 23.48%، ثم الدينية 17.40%، ثم الرياضية 11.04%، والسياسية 10.77%"⁽¹⁾.

(1) إبراهيم بعزيز، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 153.

وقد اختار المبحوثون المواضيع "الاجتماعية" بنسبة 24.725%، ولعل الأمر المثير للإنتباه هو احتلال المواضيع "السياسية" لمكانة هامة بنسبة 15.384%، فبعد أن كان الشباب في الماضي يتعدون عنها، أصبحوا أكثر إقبالا على هذا النوع من المواضيع، ولعل الأحداث الأخيرة والانتفاضات التي شهدتها بعض الدول العربية هي التي زادت من اهتمام الشباب بالمواضيع السياسية، إضافة إلى بعض القضايا الدولية التي لطالما حظيت بدعم الجزائريين "على غرار الجدار الفولاذي، فمنذ الإعلان الأول عن هذا الجدار تأسست مجموعة أطلقت على نفسها "جدار العار" دعت إلى إقامة تجمعات ومظاهرات أمام جميع السفارات المصرية في العالم، بالإضافة إلى حشد الدعم للقضية الفلسطينية"⁽¹⁾، فيما لم تحظى المواضيع "الاقتصادية" إلا بنسبة اهتمام ضئيلة تقدر بـ02.197%.

الجدول رقم 49 يبين الموضوعات التي تم أفراد العينة عند استخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
15.384%	28	16.129%	15	14.606%	13		سياسية
02.197%	04	00%	00	04.494%	04		اقتصادية
28.571%	52	38.709%	36	17.977%	16		ثقافية
29.120%	53	15.053%	14	43.820%	39		رياضية
24.725%	45	30.107%	28	19.101%	17		اجتماعية
100%	182	100%	93	100%	89		المجموع
كا ² الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		كا ² المحسوبة=19.97			

تظهر بيانات الجدول التأثير الكبير لمتغير الجنس على نوعية المواضيع المفضلة لدى أفراد العينة، حيث تمثل المواضيع "الرياضية" أحد أولويات الاهتمام لدى الذكور وذلك بنسبة 43.820%، مقابل اختيار أكبر فئة

(1) إلهام غازي، أكثر من مليون جزائري ينضم إلى دولة الفاييسوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 16.

من الإناث للمواضيع الثقافية وذلك بنسبة 38.709%، ويمكن تفسير هذه النسب بكون الذكور أكثر اهتماما بالرياضة من الإناث لاسيما كرة القدم، ثم مثلت المواضيع "الاجتماعية" بالنسبة للذكور المرتبة الثانية بنسبة 19.101%، ثم "الثقافية" 17.977% و"السياسية" 14.606%، و"الاقتصادية" بدرجة أقل 04.494%، أما الإناث فقد مثلت المواضيع "الاجتماعية" المرتبة الثانية بنسبة 30.107%، ثم "السياسية" بنسبة 16.129% و"الرياضية" 15.053%، أما المواضيع "الإقتصادية" فلم تحظى بأي اهتمام من طرف الإناث.

ويتضح من خلال الجدول رقم 49 أنه بدرجة حرية 04 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كأ²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 19.97، وبالتالي فإن قيمة (كأ²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والموضوعات التي تم أفراد العينة عند استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 50 يبين وجود أصدقاء من دول غربية لدى أفراد العينة:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
58%	58		نعم
42%	42		لا
100%	100		المجموع

تبرز بيانات الجدول أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا بأن لديهم أصدقاء من دول غربية وذلك بنسبة 58%، مقابل 42% الذين أجابوا بـ"لا"، ولعل هذا ما يبرز التفتح الكبير على الثقافات الذي يميز الشباب الجزائري بصفة خاصة والفضول في التعرف على مختلف أشكال الثقافات، إضافة إلى أنه من المعروف أن الجزائريين غالبا ما يتقنون أكثر من لغة، وهذا ما يسهل عمليات التعارف على أجناب والتحاور معهم بكل

بساطة، وهو ما تؤكدته نتائج دراسة إبراهيم بعزیز التي ذهبت إلى أن "52% من أفراد العينة أجروا نقاشا أو حوارا مع شخص غير مسلم حول أمور العقيدة والدين، مقابل 48% لم يجروا"⁽¹⁾.

الجدول رقم 51 يبين وجود أصدقاء من دول غربية لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
58	58%	25	50%	33	66%	33	نعم
42	42%	25	50%	17	34%	17	لا
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=02.62			

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن الذكور أكثر اتجاهها نحو ربط علاقات مع أشخاص من دول غربية من الإناث، حيث وصلت نسبة الذين أجابوا بـ "نعم" منهم إلى 66%، مقابل 50% فقط بالنسبة للإناث، وهو ما يفسر بكون الذكور أكثر فضولا ورغبة في التعرف على الأجانب من الإناث، إضافة إلى أن الذكور لديهم العديد من الأسباب التي تدفعهم لذلك، من بينها الرغبة في الهجرة، حيث يستخدم الكثير منهم هذه المواقع لربط علاقات مع أجناب تساعد في الحصول على معلومات عن أسلوب العيش في الدول الغربية. وتوصلت إحدى الدراسات إلى نتائج مقارنة لما توصلنا إليه، حيث ذهبت إلى أن "الإناث يمارسن الدردشة بانتظام مع جزائريين بنسبة 16.7% ومع جنسيات أخرى بنسبة 9.2% ومع عرب بنسبة 4.2%، أما الذكور فيمارسون الدردشة بانتظام مع جزائريين، وجنسيات أخرى بنفس النسبة (24%)، ومع عرب بنسبة (8%)"⁽²⁾.

(1) إبراهيم بعزیز، منتديات الحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 168.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 311.

ويتضح من خلال الجدول رقم 51 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 02.62 وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة ومدى اتجاههم نحو ربط علاقات صداقة مع أشخاص من دول غربية عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 52 يبين وجود أصدقاء من دول غربية لدى أفراد العينة حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
58	58%	26	52%	32	64%	32	نعم
42	42%	24	48%	18	36%	18	لا
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=01.46			

تظهر بيانات الجدول التأثير الكبير لمتغير الإقامة على اتجاه أفراد العينة نحو ربط علاقات مع أصدقاء من دول غربية، حيث أجاب أغلبية الجامعيين الذين يسكنون عاصمة الولاية بـ "نعم" بنسبة 64%، مقابل 52% فقط للجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ويمكن تفسير هذا الفارق بأن سكان المدن وعواصم الولايات عادة ما يكونون أكثر انفتاحاً ورغبة في تكوين علاقات مع أجنبي، من سكان المناطق البعيدة عن عاصمة الولاية، الذين ينتمون إلى مناطق ريفية محافظة في العموم، وعلى الرغم من ذلك تبقى نسبة الذين أجابوا بـ "نعم" مرتفعة عن الذين أجابوا بـ "لا"، وقد يعود ذلك إلى كون هؤلاء الشباب قد تأثروا بـ جو المدينة كون العينة من طلبة الجامعة ولهذا بدت أكثر انفتاحاً وتقبلاً لصداقات مع أشخاص من دول أجنبية.

ويتضح من خلال الجدول رقم 52 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 01.46، وبالتالي فإن

قيمة (ك²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهري بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة لدى أفراد العينة ومدى اتجاههم نحو ربط علاقات صداقة مع أشخاص من دول غربية عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 53 يبين الأسباب التي تدفع أفراد العينة إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
18.644%	22		تحسين لغاتك الأجنبية
30.508%	36		الرغبة في التعرف على ثقافات أخرى
37.288%	44		التعريف بثقافتك الجزائرية ودينك الإسلامي
11.016%	13		الإعجاب بالغرب والرغبة في التقرب منهم
02.542%	03		البحث عن زوج(ة)
100%	118		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من الباحثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "118" تكرارا، كما تظهر بيانات الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بأن الأسباب التي تدفعها إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية هي "التعريف بالثقافة الجزائرية والدين الإسلامي" وذلك بنسبة 37.288%، وهذا دليل على أن نسبة لا بأس بها -والتي تفوق الثلث- لم تؤثر قيم العولمة الوافدة مع مواقع الشبكات الاجتماعية على اعتزازها بثقافتها ورغبتها في نشرها، فيما ذهبت نسبة 30.508% من أفراد العينة إلى أن السبب الرئيسي الذي يدفعهم إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية هو "رغبتهم في التعرف على ثقافات أخرى"، حيث يتطلع الشباب الجامعي الجزائري إلى التعرف على طبيعة حياة الغرب، وطريقة عيشتهم، والأسباب التي جعلتهم يتفوقون في العديد من المجالات، أما "الرغبة في تحسين

اللغات الأجنبية" فقد اختارها ما نسبته 18.644% من أفراد العينة، حيث أن الكثير من الشباب يبررون ذلك بأن عدم استخدامهم للغات التي يعرفونها في الواقع سيجعلهم ينسون هذه اللغات مع مرور الزمن وهذا ما يدفعهم إلى ربط علاقات مع أفراد من الدول الأم لهذه اللغات بما يساعدهم ليس على الاستخدام فقط، بل حتى على تطوير لغاتهم الأجنبية وتعلم لغات أخرى، ولعل ما يلاحظ هو ارتفاع نسبة الذين أجابوا بـ "الإعجاب بالغرب والرغبة في التقرب منهم" بنسبة 11.016%، وهو مؤشر خطير يدل على أن انتشار عولمة الثقافة أصبح له تأثير واضح على القيم المحلية، لأن الإعجاب يعني من دون شك تقليد القيم الغربية ومن ثمة القضاء على قيم الثقافة الجزائرية والإسلامية، أما نسبة الذين يربطون علاقات مع أشخاص من دول غربية من أجل "البحث عن زوج (ة)" فلم تمثل إلا 02.542% من مجموع المبحوثين، وهذا ما يدل على أن علاقات الزواج مازالت تخضع لمجموع القيم والأعراف المرتبطة بالثقافة المحلية.

الجدول رقم 54 يبين الأسباب التي تدفع أفراد العينة إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية حسب

متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
18.644%	22	16.949%	10	20.338%	12		تحسين لغاتك الأجنبية
30.508%	36	40.677%	24	20.338%	12		الرغبة في التعرف على ثقافات أخرى
37.288%	44	42.372%	25	32.203%	19		التعريف بثقافتك الجزائرية ودينك الإسلامي
11.016%	13	00%	00	22.033%	13		الإعجاب بالغرب والرغبة في التقرب منهم
02.542%	03	00%	00	05.084%	03		البحث عن زوج(ة)
100%	118	100%	59	100%	59		المجموع
كا ² الجدولية=09.48		درجة الحرية=04		كا ² المحسوبة=20.98			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يربطون علاقات صداقة مع أفراد من دول أجنبية "للتعريف بثقافتهم الجزائرية ودينهم الإسلامي" وذلك بنسبة 32.203% عند الذكور، و42.372% عند الإناث، ويمكن تفسير ارتفاع النسبة عند الإناث على حساب الذكور بكون الإناث أقل تأثراً بقيم العولمة الغربية عن الذكور على الرغم من أنهن أكثر استخداماً لهذه المواقع من الذكور كما بينته نتائج سابقة، وجاء في المرتبة الثانية "الرغبة في التعرف على ثقافات أخرى" بنسبة 20.338% عند الذكور، و40.677% عند الإناث، تليها "تحسين لغاتك الأجنبية" بنسبة 20.338% عند الذكور و16.949% عند الإناث، ثم "الإعجاب بالغرب والرغبة في التقرب منهم" وذلك بنسبة 22.033% عند الذكور في حين انعدمت النسبة عند الإناث وهذا ما يبرر ما ذكرناه سابقاً بأن الذكور أكثر تأثراً بقيم العولمة الغربية، كما أن بحث 05.084% من الذكور عن زوجات أجنبيات لدليل على تأثرهم الكبير بالحضارة الغربية وإعجابهم بها، على عكس الإناث اللواتي انعدمت عندهن النسبة.

ويتضح من خلال الجدول رقم 54 أنه بدرجة حرية 04 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 09.48 أما قيمتها المحسوبة فهي 20.98، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس لدى أفراد العينة والأسباب التي تدفعهم إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 55 يبين مدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش:

التكرار والنسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
الإجابة		
نعم	37	37%
لا	63	63%
المجموع	100	100%

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة أي حوالي 63% أجابت بأن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لا توفر للفرد واقعا بديلا أفضل من الذي يعيشه، وهذا مؤشر إيجابي يدل على أن الشباب الجامعي الجزائري لم يصل بعد مرحلة الإدمان على هذه المواقع حيث أن ارتباطه بالعالم الحقيقي أكبر من ارتباطه بالواقع الذي توفره له هذه المواقع، لأن الواقع الافتراضي على الرغم مما يوفره من مزايا، إلا أنه لا يمكن في أي حال من الأحوال أن يشكل بديلا للواقع الحقيقي، وهذا لا ينفي التأثير الكبير الذي تمارسه هذه المواقع في تفشي العديد من القيم الثقافية الغربية، حيث أن ما نسبته 37% أجابت بـ "نعم" وهي نسبة مرتفعة تعكس تأثر هؤلاء بهذه المواقع لدرجة أنها شكلت لهم واقعا بديلا أفضل من الذي يعيشونه.

ولقد توصلت إحدى الدراسات إلى أبعد من ذلك، حيث ذهبت إلى أن "نسبة هامة من الشباب العربي ترى في الواقع الافتراضي على موقع "فيسبوك" بديلا ممتازا للواقع الذي يعيشونه بعيدا عن شبكة الإنترنت، وهذا مؤشر خطير على ما يمكن وصفه بحالات إدمان مرضي على الموقع، حيث يفضل الشباب أن يعيش واقعا

افتراضيا بعيدا عن الحياة الطبيعية، بقية الشباب العربي يرى بأن الواقع الافتراضي على الموقع هو امتداد للواقع الحقيقي، حيث يمكن الواقع الاجتماعي الافتراضي من القفز على حواجز الزمان والمكان⁽¹⁾.

الجدول رقم 56 يبين مدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
37	37%	15	30%	22	44%	22	نعم
63	63%	35	70%	28	56%	28	لا
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
ك ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		ك ² المحسوبة=02.08			

تظهر بيانات الجدول أن كلا الفئتين أجابت بأن مواقع الشبكات الاجتماعية لا توفر واقعا بديلا أفضل من الواقع المعاش، وذلك بنسبة 56% عند الذكور و70% عند الإناث، ولعل هذا الفارق يمكن تفسيره بالبيانات التي وردت في الجدول رقم 54 والتي أكدت أن الذكور أكثر إعجابا بالغرب ورغبة في التقرب منهم، وبالتالي فقد وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية لهؤلاء أداة تسمح لهم بالتعرف عن قرب على المجتمع الغربي، طرق عيشه، وأفكاره وقيمه... وبالتالي الاندماج فيه حتى ولو افتراضيا حيث يعاني الكثير من الشباب حالات إدمان لدرجة جعلتهم يعيشون عالما وهميا على هذه المواقع ويندمجون فيها حتى أصبحوا يعتبرونها امتدادا للواقع الحقيقي، بل واقعا بديلا أفضل حتى من الواقع الحقيقي.

ويتضح من خلال الجدول رقم 56 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 02.08، وبالتالي فإن

(1) محمد الأمين فورار، مرجع سبق ذكره.

قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهري بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 57 يبين مدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
37	%37	16	%32	21	%42	21	نعم
63	%63	34	%68	29	%58	29	لا
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=01.04			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة ترى أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لا توفر واقعا بديلا للشباب الجامعي، وذلك بنسبة 58% عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 68% للشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ويمكن تفسير هذا الفارق بين الفئتين بكون سكان عاصمة الولاية أكثر ارتباطا بمواقع الشبكات الاجتماعية من الشباب الذين يسكنون خارجها، ولعل هذا ما يعود في الأساس إلى أنهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بكثافة أكبر كما بينه الجدول رقم 04، ومدة أطول كما بينه الجدول رقم 20، كما أنهم أكثر اشتراكا في الإنترنت من سكان البلديات الخارجة عن عاصمة الولاية كما بينه الجدول رقم 23، كل هذه المؤشرات تدل على ارتباط سكان عاصمة الولاية أكثر من غيرهم من البلديات بمواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالي يعتبر عدد لا بأس به بنسبة 42% أن هذه المواقع يمكن أن توفر لهم واقعا بديلا، أفضل حتى من المعاش.

ويتضح من خلال الجدول رقم 57 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 01.04، وبالتالي فإن قيمة (كا²)

المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ومدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من المعاش حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 58 يبين أسباب توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
30.232%	13	الحرية المتاحة
25.581%	11	قدرة القائمين على هذه المواقع على فهم نمط التفكير البشري
25.581%	11	كثرة الخدمات التي تقدمها هذه المواقع
18.604%	08	الرواج الكبير الذي تلقاه من طرف الشباب
100%	43	المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات "43" أكبر من عدد الأفراد الذين أجابوا بـ"نعم" والمقدر عددهم بـ"27" مفردة، كما تظهر بيانات الجدول أن السبب الأساسي لتوفير مواقع الشبكات الاجتماعية لواقع بديل أفضل من الواقع الذي يعيشونه حسب أفراد العينة هو "الحرية المتاحة لمستخدمي هذه المواقع" وذلك بنسبة 30.232%، من مجموع الأفراد الذين أجابوا بأن هذه المواقع توفر لهم واقعا بديلا، ولعل بحث الشباب الجزائري عن الحرية في هذه المواقع للدليل على كثرة الحواجز المبررة وغير المبررة التي يعاني منها، والتي تجعله يعيش الكثير من الضغوطات، وبهذا فهو يبحث عن مساحات من الحرية لقول ما يشاء، خاصة في ظل تتميز مرحلة الشباب بالطاقة والحيوية.

ولقد جاءت كل من "قدرة القائمين على هذه المواقع على فهم نمط التفكير البشري" وكذا "كثرة الخدمات التي تقدمها هذه المواقع" في المرتبة الثانية بنفس النسبة وذلك بـ25.581% لكل منهما، ولعل هذا ما يعود إلى نمط العرض والواجهة الجذابة لأغلب هذه المواقع، إضافة إلى أن الخدمات التي تقدمها هذه المواقع غالبا ما تمتاز بالمرونة والتنوع، أما نسبة 18.604% فقد ذهبت إلى أن "الرواج الكبير الذي تلقاه من طرف الشباب" هو السبب الأساسي لتوفيرها لواقع بديل.

المبحث الرابع: مظاهر التأثير على سلوك الشباب الجزائري

الجدول رقم 59 يبين مدى نجاح الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في ربط علاقات حقيقية وقوية:

التكرار والنسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
الإجابة		
نعم	27	27%
لا	73	73%
المجموع	100	100%

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة ترى أن مواقع الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية وذلك بنسبة 73%، مقابل 27% الذين أجابوا بأنها ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية، ولعل هذا أكبر دليل على أن الأفراد لا يثقون في الأشخاص الذين يتواصلون معهم عن طريق هذه المواقع والإنترنت عموماً، وهو ما يؤكد النتائج الخاصة بدوافع الاستخدام، أين حل الترفيه في المرتبة الأولى، كما يلعب إخفاء الهوية دوراً أساسياً في عدم وجود ثقة بين الأشخاص الذين يتواصلون عن طريق هذه المواقع، فكل فرد يمكنه أن ينتحل الشخصية التي أراد دون وجود أي إثباتات على صحة البيانات التي تدلي بها.

ويعد هذا تأكيداً لكلام الباحثة دانا بويد "Dana Boyd" عندما اعتبرت أن مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل مع الأصدقاء القدامى، أكثر من كونها وسيلة لتكوين صداقات جديدة، وتعتبر أن التسمية التي تطلقها بعض مواقع الشبكات الاجتماعية على قائمة الاتصال "contacts freind"، لا تعبر حقيقة عن طبيعة هذه العلاقات، حيث تقول: "يمكن أن يكون مصطلح الأصدقاء مضللاً، لأن الاتصال لا يعني بالضرورة الصداقة، في الاستعمال اليومي للمعنى، كما أن أسباب تواصل الناس مختلفة"⁽¹⁾.

ولقد أكدت دراسات سابقة هذا الكلام وتوصلت إلى أن "61.5%" من المبحوثين لا يثقون في الأشخاص الذين يدرسون معهم، وهذا راجع إلى كون العلاقات الافتراضية علاقات آنية، والطرف الآخر غير معروف بشكل جيد، وبالتالي فهم لا يثقون حتى يتأكدوا من صحة البيانات الخاصة بهوية الشخص الذي يدرسون

(1) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 213.

معهم، وحتى يتبين لهم بأنه صادق، وخاصة في البدايات الأولى للعلاقة، أين يتوخى المرددشون الحذر من الطرف الآخر، إلى غاية أن تتكرر الاتصالات وتتوطد العلاقة، فالكثير من الأفراد يخشون من حصول مشاكل من جراء الكشف عن هويتهم ومن خلال تقديم معلومات شخصية⁽¹⁾.

الجدول رقم 60 يبين مدى نجاح الشبكات الاجتماعية في ربط علاقات حقيقية وقوية حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
27	%27	10	%20	17	%34	17	نعم
73	%73	40	%80	33	%66	33	لا
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=02.46			

تظهر بيانات الجدول أن كلا الفئتين يرون أن مواقع الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية وذلك بنسبة 66% عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 80% عند الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل أهم ما يلاحظ هو الارتفاع النسبي للذين أجابوا بـ "نعم" عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية وهذا ما يمكن تفسيره بكون هؤلاء هم أكثر استخداما لهذه المواقع من غيرهم، حيث أن كثافة الاستخدام وانتظامها يجعل المستخدمين أكثر ارتباطا بهذه المواقع وأكثر ثقة فيها من أولئك الذين يستخدمونها بدرجة أقل، وبالتالي يندمجون في الواقع الافتراضي الذي توفره هذه المواقع ويصبحون جزء منه، بل وتراجع علاقاتهم مع محيطهم الاجتماعي لصالح علاقاتهم الافتراضية، أما الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية فهم أقل ثقة في مدى نجاح هذه المواقع في ربط علاقات حقيقية وقوية، وقد يعود سبب عدم ثقتهم في مواقع الشبكات الاجتماعية إلى عديد الأسباب من بينها أن هذه العلاقات التي تتكون عن طريق هذه المواقع غير ملزمة لصاحبها، فبإمكان أي شخص قطع الاتصال إذا أحس أن الطرف

(1) إبراهيم بعزير، منتديات الحادثة والدراسة الالكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 149.

الآخر قام بتصرف أو سلوك آثار استياءه، إضافة إلى أن إمكانية إخفاء الهوية وانتحال شخصيات أخرى، تجعل الأشخاص لا يثقون في هذه المواقع، ولعل هذه النسب تؤكد أن الدافع الأساسي للشباب المستخدم لمثل هذه المواقع في ربط علاقات صداقة هو التسلية والترفيه وليس ربط علاقات حقيقية.

ويتضح من خلال الجدول رقم 60 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (χ^2) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83 أما قيمتها المحسوبة فهي 02.46، وبالتالي فإن قيمة (χ^2) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ومدى ثقة المبحوثين في مواقع الشبكات الاجتماعية في ربط علاقات حقيقية وقوية.

الجدول رقم 61 يبين نوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
88.888%	24		صداقة حقيقية
11.111%	03		مشروع زواج
100%	27		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة الذين تحولت علاقاتهم إلى علاقات حقيقية وقوية عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية تمثلت في علاقات "صداقة" بنسبة 88.888%، بينما نلاحظ الإنخفاض الكبير في العلاقات التي تحولت إلى "مشاريع زواج"، ولعل هذا ما يمكن تفسيره بنقص الثقة في العلاقات التي تتم عن طريق هذه المواقع، لأن الزواج يحتاج إلى معرفة حقيقية في الواقع وليس افتراضية، أما الصداقات فيمكن لها أن تنشأ حتى عن طريق واقع افتراضي، وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أن التعلق بالإنترنت وبالعلاقات التي تنشأ عن طريقها "لا يكون نتيجة رغبة تلقائية وإنما هروبا من واقع اجتماعي يعتبره الفرد لا يلي

احتياجاته"⁽¹⁾، إلا أن هناك من الباحثين من يعتبر أن العلاقات الافتراضية "قد أحدثت وأوجدت حقلاً جديداً للتفاعل وشكلاً من أشكال نقل المعلومات، حيث أن الأفراد بإمكانهم تبادل المعارف المختلفة، والحصول على المعلومات (خاصة بالنسبة للفقراء)، وجعل ثقافتهم تنتشر بين شعوب العالم، وهذا ما يؤدي إلى تلاقي وتزاوج هذه الثقافات، ولهذا يعتبر (wolton) أن الاتصال من بين الوسائل التي تساهم في التقريب بين الأفراد والقيم والثقافات"⁽²⁾.

وقد ذهبت إحدى الدراسات التي تمت في الكويت أن "30% من الشباب يستخدمون الإنترنت للقاء الجنس الآخر، ويعني ذلك أن القيود القيمة الخاصة بعدم لقاء الجنس الآخر خارج الأقارب والزواج تم تجاوزها، ويظهر في الدراسة المذكورة أن المواضيع التي تدفع الإناث إلى الاحتكاك بالجنس الآخر معرفة منظور الذكور وكيفية التعامل مع الصراع مع الأصدقاء والقلق مع الأولياء والزواج المثالي، كما اعتبر الجنسان أن التواصل مع الجنس الآخر على الشبكة يوفر الأمن الشخصي وجذاباً، والبعض من هذا التواصل يتحول إلى لقاءات حقيقية في المقهى مثلاً، وتشير الدراسة المذكورة أن 61% من هؤلاء الشباب يرون أن الإنترنت تؤثر سلباً على أخلاقيات وسلوكيات الشباب ومرة أخرى، فإن هؤلاء الشباب يرون أن علاقاتهم مع الجنس الآخر على الإنترنت ليس بغرض تكوين علاقات حقيقية كالزواج مثلاً وإنما يرونها حالة مؤقتة غير جدية في كل الأحوال"⁽³⁾.

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 280-281.

(2) إبراهيم بعزير، منتديات الحادثة والدراسة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 118.

(3) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 278-279.

الجدول رقم 62 يبين نوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب

متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
24	88.888%	14	100%	10	76.923%	10	صداقة حقيقية
03	11.111%	00	00%	03	23.076%	03	مشروع زواج
27	100%	14	100%	13	100%	13	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=03.61			

تظهر بيانات الجدول أن الإناث أكثر اتجاهها لربط "علاقات الصداقة" عبر مواقع الشبكات الاجتماعية من الذكور، وذلك بنسبة 100% مقابل 76.923% عند الذكور، وقد يعود هذا كما سبق وأوضحنا للمكوث الطويل للإناث في البيت عكس الذكور الذين يملكون خيارات أخرى للترفيه، إضافة إلى القيود المفروضة على الإناث في مجال تكوين العلاقات الاجتماعية لا سيما مع الجنس الآخر، وفي الجانب الآخر تفوق الذكور في إقامة "مشاريع زواج" على الإناث وذلك بنسبة 23.076% عند الذكور في حين انعدمت النسبة عند الإناث، ولعل هذا ما يمكن تفسيره باتجاه الذكور للبحث عن زوجات أجنبيات، أو مغتربات يحملن الجنسية الأجنبية لأحد البلدان الأوروبية، بغرض الحصول على فرصة في الهجرة إلى أحد البلدان الغربية، لأن تأثر الذكور بطريقة الحياة الغربية جعلهم يعتقدون أن السفر إلى هذه البلدان سيحل كل مشاكلهم ويوفر لهم كل حاجاتهم، خاصة وأن الرجل هو المطالب بالعمل والإنفاق على البيت وتوفير متطلبات المنزل، لاسيما في ظل المشاكل التي يعاني منها الشباب في البلدان العربية عموماً من بطالة، وفقر...ولهذا فهم أكثر رغبة في الهجرة إلى الضفة الأخرى من الإناث، ويعتبرونها الحل الوحيد لكل مشاكلهم.

ويتضح من خلال الجدول رقم 62 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83 أما قيمتها المحسوبة فهي 03.61، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة

إحصائية بين متغير الجنس ونوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 63 يبين نوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
24	88.888%	10	100%	14	82.352%	14	صداقة حقيقية
03	11.111%	00	00%	03	17.647%	03	مشروع زواج
27	100%	10	100%	17	100%	17	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=01.98			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية الشباب الذين أحابوا بأن مواقع الشبكات الاجتماعية ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية، قد تحولت علاقاتهم في الغالب إلى "علاقات صداقة"، وذلك بنسبة 82.352% عند الشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية، مقابل 100% عند أولئك الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، فيما يلاحظ أن الشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية أكثر إقامة "لمشاريع زواج" وذلك بنسبة 17.647%، في حين انعدمت النسبة عند الذين يقيمون خارج عاصمة الولاية، وهذا ما يمكن تفسيره بالانفتاح النسبي للأسر في عاصمة الولاية مقارنة بغيرها من البلديات، إضافة إلى أن المشاكل التي يعاني منها الشباب في المدينة تجعله يبحث عن أجنيبات للسفر إلى الخارج أما بالنسبة للبلديات الأخرى لاسيما الريفية منها فهي أكثر تحفظا في هذا المجال كما أن الزواج في هذه المناطق مازالت تحكمه الأعراف والتقاليد السائدة.

ويتضح من خلال الجدول رقم 63 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83 أما قيمتها المحسوبة فهي 01.98، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة

إحصائية بين متغير الإقامة ونوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 64 يبين طبيعة العلاقات التي تنشأ عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
04%	04		أقوى من الواقعية
23%	23		لا فرق بينهما
73%	73		لا تتسم بالجدية
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أن العلاقات على مواقع الشبكات الاجتماعية "لا تتسم بالجدية" وذلك بنسبة 73%، مقابل 23% يرون أنه "لا يوجد فرق بين العلاقات على مواقع الشبكات الاجتماعية والعلاقات في الواقع"، بينما ذهب ما نسبته 04% فقط إلى أن "العلاقات على مواقع الشبكات الاجتماعية أقوى من العلاقات الواقعية"، ولعل النسبة المرتفعة للذين أجابوا بأن العلاقات عن طريق الشبكات الاجتماعية لا تتسم بالجدية يمكن تفسيرها بكونها ليست واقعية إضافة إلى أنها غير ملزمة لأصحابها، حيث أن إخفاء الهوية أو ما يعرف بـ"استخدام الهوية المستعارة" يؤثر تأثيراً كبيراً على طبيعة العلاقات ومدى عمقها، ويذهب أغلبية المستخدمين إلى أنهم لا يكشفون عن هوياتهم بسبب عدم الثقة في الشخص الذي يتحدثون معه، وبهذا فهذا النوع من العلاقات يطبعه نوع من الحذر والاحتراس من الجانبين مما يجعل العلاقات لا تتسم بأي نوع من الجدية، وإنما هي مجرد علاقات للترفيه والتسلية.

وتؤكد نتائج دراستنا ما توصلت إليه الباحثة دانا بويد "Danah Boyd" حيث ذهبت إلى أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هي وسيلة لدعم العلاقات السابقة، وليست وسيلة فعالة لتكوين صداقات حقيقية

وتضيف: "من المهم الإدراك أن الصداقة على مواقع الشبكات الاجتماعية واقعيًا هي أضعف من العلاقات خارج الإنترنت _التقليدية_"⁽¹⁾.

ولقد توصلت إحدى الدراسات إلى "أن غالبية أفراد العينة يفضلون العلاقات الحقيقية المباشرة وجها لوجه، وذلك بنسبة (73%)، وقد برر هؤلاء الأفراد بكون العلاقات الحقيقية صادقة وعفوية، وتحدث في سياق تتوفر فيه الأشياء الملموسة وعناصر اللغة غير اللفظية كالمظاهر وتعبيرات الوجه والأحاسيس، بالإضافة إلى أنها واقعية وصداقة أكثر من العلاقات الافتراضية، وتسهل عملية التعرف على الطرف الآخر، وبالتالي فهي علاقات متينة وقوية أكثر، أما الذين يفضلون العلاقات الافتراضية عبر الإنترنت (20.5%)، فيبررون ذلك بكون هذا النوع من العلاقات يمكنهم من اكتشاف أمور كثيرة غير موجودة في العلاقات المباشرة، وتمكنهم من استعمال هويات وشخصيات مختلفة، ومعرفة آراء الناس ونظرتهم لها، كما أنها توفر حرية أكثر للأفراد سواء من حيث التعبير أو السلوك"⁽²⁾.

(1) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 268.

(2) إبراهيم بعزيم، منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 137.

الجدول رقم 65 يبين طبيعة العلاقات التي تنشأ عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
04	%04	00	%00	04	%08	04	أقوى من الواقعية
23	%23	14	%28	09	%18	09	لا فرق بينهما
73	%73	36	%72	37	%74	37	لا تتسم بالجدية
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=05.08			

تظهر بيانات الجدول أن كلا من الذكور والإناث متفقون على أن "العلاقات على مواقع الشبكات الاجتماعية لا تتسم بالجدية" وذلك بنسبة 74% عند الذكور، و72% عند الإناث، ولكن ما يلاحظ هو ارتفاع نسبة الإناث اللواتي يرين أنه "لا فرق بينهما" بنسبة 28% مقابل 18% للذكور، ويمكن تفسير ذلك بكون الإناث يستخدمن هذه المواقع بكثافة كبيرة، مما ولد نوعاً من الارتباط بينهما وبين هذه المواقع بحيث أن نسبة لا بأس بها تلجأ إلى هذا النوع من المواقع لتكوين علاقات صداقة، كما أن الكثير من الإناث يتغلبن على الخجل بإقامة علاقات افتراضية للتنفيس عما يشعرون به، خاصة إذا كان الشخص الآخر لا يعرف عنهن إلا بعض المعلومات، والتي قد تكون غير حقيقية في الأساس، أما الذين أجابوا بأنها "أقوى من الواقعية" فلم تتجاوز نسبتهم 08% عند الذكور بينما انعدمت النسبة عند الإناث.

ولقد توصلت إحدى الدراسات في تأثير متغير الجنس على نوع العلاقات المفضلة إلى "أن نسبة الذين يفضلون العلاقات الحقيقية (73%) تفوق نسبة الذين يفضلون العلاقات الافتراضية (20.5%) وهذا عند كلا الجنسين، فالذكور يفضلون العلاقات الحقيقية بنسبة (56.5%) مقابل (17.5%) ممن يفضلون العلاقات

الافتراضية، والإناث يفضلن العلاقات الحقيقية بنسبة (16.5%) مقابل (3%) ممن يفضلن العلاقات الافتراضية⁽¹⁾.

ويتضح من خلال الجدول رقم 65 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99 أما قيمتها المحسوبة فهي 05.08، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وطبيعة العلاقات التي تنشأ لدى أفراد العينة عن طريق الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 66 يبين طبيعة العلاقات التي تنشأ عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

التكرار والنسبة (%)		في عاصمة الولاية		خارج عاصمة الولاية		المجموع
الإجابة						
أقوى من الواقعية	02	%04	02	%04	04	%04
لا فرق بينهما	15	%30	08	%16	23	%23
لا تتسم بالجدية	33	%66	40	%80	73	%73
المجموع	50	%100	50	%100	100	%100
كا ² المحسوبة=02.78	درجة الحرية=02	كا ² الجدولية=05.99				

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة ترى أن العلاقات التي تتكون عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "لا تتسم بالجدية" وذلك بنسبة 66% عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 80% عند الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ويمكن تفسير هذا الارتفاع عند الشباب الذين

(1) إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 139.

يسكنون خارج عاصمة الولاية وفي بلديات مجاورة، إلى كونهم أقل ارتباطا بهذه المواقع حيث أن قلة استخدامهم لهذه المواقع تجعلهم لا يندمجون فيها كثيرا، وبالتالي فهم لا يتقنون فيها في تكوين علاقات جديدة، إضافة إلى أنه من المعروف عن سكان المناطق الريفية أنهم أقل ارتباطا بتكنولوجيا الاتصال الحديثة من سكان المدن، وبهذا فهم يستخدمونها فقط لمجرد التسلية والترفيه عن النفس، وهذا ما يتضح أكثر من خلال نسبة الذين أجابوا أن "لا فرق بينهما" وذلك بنسبة 30% عند الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 16% عند الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، بينما كانت نسبة الذين أجابوا بأنها "أقوى من الواقعية" متساويا بين الفئتين بنسبة 04% لكل منهما.

ويتضح من خلال الجدول رقم 66 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99 أما قيمتها المحسوبة فهي 02.78، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة وطبيعة العلاقات التي تنشأ لدى أفراد العينة عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

الجدول رقم 67 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الوقت مع الأسرة:

الإجابة	التكرار والنسبة(%)	التكرار	النسبة(%)
نعم	42	42	42%
لا	58	58	58%
المجموع	100	100	100%

تظهر بيانات الجدول أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا بأن استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية "لم يؤثر على الوقت الذي يقضونه مع الأسرة" وذلك بنسبة 58%، مقابل 42% للذين "أثر استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية على الوقت الذي يقضونه مع أفراد الأسرة"، وعلى الرغم من أن النسبة الأكبر لم يؤثر

استخدامها لهذه المواقع على الوقت الذي يقضيه أفرادها مع أسرهم، إلا أن النسبة التي أجابت بـ "نعم" تبقى مرتفعة مقارنة بطبيعة المجتمع، وهذا ما يدل على التراجع الكبير لدور الأسرة في التنشئة والحوار مع الأبناء، وهو ما يعتبر انتشارا صارخا لقيم العولمة الثقافية الغربية، بحيث يلغى دور الأسرة والوالدين بصفة خاصة في التربية وتوجيه الشباب، ولعل لهذا أسبابه حيث أن لجوء الشباب لاسيما الجامعي لهذه المواقع بهذا الحجم، يدل على أن هناك شيئا ما مفقودا في الأسر الجزائرية والعربية عموما، ولا شك أن الوقت الطويل الذي يقضيه هؤلاء الشباب في هذه المواقع سيكون له تأثير كبير عليهم، حيث سيؤدي إلى انتماء هؤلاء الشباب إلى المجتمعات الافتراضية أكثر من انتمائهم إلى أسرهم والواقع الاجتماعي الحقيقي، مما سيؤدي إلى شعورهم بنوع من العزلة عن واقعهم ويقل اهتمامهم به، ولا شك أن كل هذا سينتج عنه تقلص الأوقات التي يقضيها هؤلاء الشباب مع أصدقائهم وأسرهم مما سيؤثر على طبيعة العلاقات مع المجتمع الواقعي والتي سيصيبها الفتور لا محال.

ولقد توصلت إحدى الدراسات إلى "أن هناك علاقة بين استعمال منتديات المحادثة الإلكترونية، ومدى تقلص الوقت الذي يقضيه الأفراد مع الأهل والأصدقاء، فرغم أن الذين أجابوا بـ "نعم" كانت نسبتهم (35%) إلا أن ذلك يؤكد على تأثير الدردشة الإلكترونية على أوقات الأفراد، واقتطاع جزء منها لاستغراقه في المحادثات الإلكترونية، وهذا ما يجعلهم يحسون بالعزلة والانفصال عن المجتمع مع مرور الوقت، ويقل اهتمامهم. مما يحدث حولهم من أحداث ووقائع مختلفة، ويقل عندهم حس الجماعة والتضامن مع أفرادها"⁽¹⁾، حيث أن "كثرة استخدام الشبكة يكون على حساب العلاقة مع العائلة والأتراب والفرق المرجعية الأخرى مما يضعف الإلتزام العائلي والاجتماعي وما يترتب عن ذلك من ابتعاد الفرد عن المسؤولية العائلية والاجتماعية والأدوار، وقد بينت نظرية "الثقافة ذات السياق الواسع والضيق" أن وسائل الإعلام تلعب دورا عكسيا في الثقافات المختلفة فهي تلعب دورا سلبيا في الثقافة الغنية في محيطها بالمعاني والعلاقات الاجتماعية (كالثقافة العربية مثلا) فهي تبعد الأفراد عن بعضهم البعض وتحرمهم من اكتساب هذه المعاني والعلاقات والعكس بالنسبة للثقافة الفقيرة نسبيا في هذه المعاني والعلاقات"⁽²⁾.

(1) إبراهيم بعزير، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 166.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيرة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 276-277.

وتوصلت دراسة أخرى إلى "أن الدردشة الإلكترونية لم تؤد إلى تقلص نسبة الجلوس مع الأهل والأصدقاء بنسبة كبيرة وذلك عند كلا الجنسين، فالذكور الذين تقلصت مدة جلوسهم بلغت نسبتهم (29%) مقابل (48%) ممن لم تقلص مدة جلوسهم مع المحيط الاجتماعي، أما الإناث فبلغت نسبة اللواتي تراجعن مدة جلوسهن مع الأهل (6%)، مقابل (64%) ممن لم تتراجع المدة التي يقضينها مع الأهل والأصدقاء"⁽¹⁾.

الجدول رقم 68 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الوقت مع الأسرة حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
42	42%	15	30%	27	54%	27	نعم
58	58%	35	70%	23	46%	23	لا
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=05.9			

تظهر بيانات الجدول أن النسبة الأكبر من الشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية يرون أن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أثر على الوقت الذي يقضونه مع الأسرة وذلك بنسبة 54%، مقابل 30% فقط عند الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل هذا ما يمكن إرجاعه إلى الارتباط الكبير بين الشباب الجامعي الذي يسكن عاصمة الولاية ومواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أن استخدامهم المكثف لهذه المواقع يجعلهم يتقنون فيها أكثر من الشباب الأقل استخداما، بحيث يقيم هؤلاء شبكة من العلاقات الافتراضية تجعلهم ينتمون إلى مجتمعات افتراضية تعوضهم عن المجتمعات الواقعية التي ينتمون إليها، وهي في نفس الوقت تحقق لهم إشباعا لحاجاتهم المختلفة التي تبقى أهمها حرية التعبير والترفيه، ومن هنا تصبح الأوقات التي يقضيها هؤلاء الشباب في هذه المواقع أكبر بكثير من تلك التي يقضونها مع أسرهم.

(1) إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والإنعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 167.

ويتضح من خلال الجدول رقم 68 أنه بدرجة حرية 01 و بمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83 أما قيمتها المحسوبة فهي 05.9، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ومدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الوقت مع الأسرة لدى أفراد العينة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 69 يبين الأسباب التي جعلت استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يؤثر على الوقت مع الأسرة:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
50%	21	وفرت التواصل
23.809%	10	وفرت الحرية
26.190%	11	وفرت الخصوصية
100%	42	المجموع

تظهر بيانات الجدول أن الأغلبية من أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يقضون في مواقع الشبكات الاجتماعية وقتنا أطول من الذي يقضونه مع أفراد الأسرة، يرون أن السبب في ذلك يعود لما وفرت هذه المواقع من "تواصل" وذلك بنسبة 50%، مقابل 26.190% اختاروا "الخصوصية"، و 23.809% اختاروا "الحرية"، ويمكن تفسير هذه النسب بأن أفراد العينة هم من فئة الشباب الجامعي الذي يتميز بمهارات وكفاءات علمية ويبحث عن مساحات للتواصل، والتفاعل مع غيره من الشباب الذين يقاربونه في السن والاهتمامات والحاجات والانشغالات، آرائه في السياسة، في الاقتصاد، الثقافة، وبهذا فقد وجد في هذه المواقع مجالا للتواصل، الذي تفتقده الكثير من الأسر الجزائرية والعربية بشكل عام، حيث يمثل الأب الجزائري الرجل المسؤول عن التنظيم العائلي التقليدي بسلطة مطلقة وغير مشروطة على أبنائه، وأهم ما يميز العلاقة بين الآباء

والأبناء هو عدم التساوي فعلى الابن الإحترام العميق والطاعة لوالديه مهما كان سنه، فهو مطالب بتقبل رأي الأب والخضوع لطلباته بدون نقاش.

فالأب يترك مسافة بينه وبين أبنائه وهو يتعامل معهم انطلاقا من أنهم أطفال يحتاجون باستمرار إلى حمايته وقيادته، ويحتل الأب هذه المكانة من الشرع الإسلامي، فالقرآن والسنة يؤكدان على الطاعة الكاملة للوالدين إضافة إلى فكرة أن الأب يتكلم باسم مصلحة العائلة، وباسم التقاليد الموروثة والتي تعطيه هذه الحقوق والإمميزات⁽¹⁾، ومن هنا فالشباب كثيرا ما يشكون من نقص مساحات الاتصال والتواصل ويجاولون البحث عن هذه المساحات على مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يجدون من يستمع إليهم ويتفاعل معهم ويبادلهم الآراء والاهتمامات.

الجدول رقم 70 يبين الأسباب التي جعلت استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يؤثر على الوقت مع الأسرة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة(%)	الإجابة
21	50%	12	57.142%	09	42.857%	09	وفرت التواصل
10	23.809%	04	19.047%	06	28.571%	06	وفرت الحرية
11	26.190%	05	23.809%	06	28.571%	06	وفرت الخصوصية
42	100%	21	100%	21	100%	21	المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=0.9			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية الشباب الجامعي من أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يقضون وقتا في مواقع الشبكات الاجتماعية أطول من الذي يقضونه مع أسرهم، يرون أن السبب في ذلك يعود إلى ما وفرت هذه المواقع من "تواصل"، سمح بتعويض الاتصال المفقود في العائلة وذلك بنسبة 42.857% عند الذكور، و57.142% عند الإناث، ولعل هذا الارتفاع عند الإناث يمكن تفسيره بأن الإناث في الأسر الجزائرية والعربية

(1) سميرة سطوطاح، تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الأسرية دراسة ميدانية بمدينة - عنابة -، ورقة مشاركة ضمن المنتدى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010، ص 08.

عموما لا يحظين بنفس الاهتمام الذي يحظى به الذكور حيث "أن العلاقة التي تربط الأخ بأخته تتصف في أغلب الأحيان بعدم المساواة فأمام سيطرة الأخ هناك خضوع الأخت"⁽¹⁾، ومن هنا تعاني الإناث في العموم من التهميش داخل الأسرة، ونقص المكانة مما يجعلهن يبحثن عن مساحات حرة للتعبير عن أنفسهن، وبهذا فهن يجدن في هذه المواقع مساحات للتواصل وإبداء آرائهن والتعبير عن انشغالهن عكس الذكور الذين يتمتعون بمكانة أكبر داخل الأسرة.

كما جاءت "الخصوصية" في المرتبة الثانية بنسبة 28.571% عند الذكور، مقابل 23.809% عند الإناث، حيث أن الذكور أكثر بحثا عن مساحات توفر لهم السرية والخصوصية في الاستخدام من الإناث، وجاءت "الحرية" في المرتبة الثالثة بنسبة 28.571% عند الذكور، مقابل 19.047% عند الإناث.

ونجد من خلال الجدول رقم 70 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99، أما قيمتها المحسوبة فهي 0.9، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس لدى أفراد العينة والأسباب التي جعلت استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يؤثر على الوقت مع الأسرة.

(1) سميرة سطوطاح، مرجع سبق ذكره، ص 09.

الجدول رقم 71 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الثقافة الغربية:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
26%	26		نعم
74%	74		لا
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة يرون أن استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية لم يرسخ لديهم الاعتقاد بأن الثقافة الغربية والأمريكية بشكل خاص أحسن من الجزائرية، وذلك بنسبة 74%، مقابل 26% من الشباب الذين أجابوا بـ "نعم"، ولعل هذا ما يعطي الانطباع بأن الإعتزاز بالثقافة الجزائرية يعد أحد الأمور الراسخة التي لم تتأثر ولو نسبيا من تيارات العولمة الثقافية الغربية، رغم كل ما يستخدم من إمكانيات من الدول الغربية لتوحيد العالم ثقافيا وفق نظرة الشمال المتقدم، وعلى الرغم من هذه النسب فإن تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على انتشار قيم الثقافة الغربية ظاهر للعيان في مختلف الدول العربية التي من بينها الجزائر، وذلك من خلال مختلف أشكال السلوكات والألبسة وطريقة الحديث والتي أصبحت تحاكي إلى حد بعيد السلوكات الغربية، ولا شك أن أكبر دليل على هذا التأثير هو التزايد الكبير في استخدام تكنولوجيا الاتصال لدى الشباب لاسيما الإنترنت التي عرفت تزايدا كبيرا في أعداد المستخدمين في الجزائر خاصة فئة الشباب الجامعي، وذهب أحد الباحثين إلى تبرير الظاهرة بأن هؤلاء الشباب "مازالوا في مرحلة الإنبهار الذي يصاحب عادة ظهور أية وسيلة جديدة، ثم ما يلبث أن يعود الاستخدام إلى وضعه الطبيعي مع مرحلة النضج"⁽¹⁾، إلا أن الظاهرة تتجاوز ذلك بكثير حيث أن استخدام الشباب لهذه التكنولوجيات لا يخلو من مظاهر التأثير بما تحمله من قيم غربية، حيث أن "المضامين الثقافية المستوردة تعمق مفاهيم ومعتقدات وعادات وسلوكات تتعارض مع الثقافات الوطنية باتجاه هيمنة الثقافة الأجنبية، وما تسوقه من قيم ومعايير اجتماعية وتربوية، تجعل المواطن يهمل أنموذجه الوطني متطلعا إلى تقليد الأنموذج الأجنبي الوافد، وهذا ما يفسر

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 272-273.

بروز بعض الظواهر الغربية في المجتمعات المختلفة تطرق اللباس والتعامل والسلوك غير الأخلاقي وغير القيمي"⁽¹⁾.

وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن "هناك نسبة هامة من المبحوثين (30.5%) ممن يرون أن الدردشة الإلكترونية قد تؤدي إلى التغريب، وإلى اعتناق الثقافات الغربية وتبني عاداتهم وسلوكياتهم، ورغم أن نسبة الذين قالوا بأن المحادثات الإلكترونية لا تؤدي إلى التغريب والتمسك بالقيم الغربية وصلت إلى نسبة (69.5%)، إلا أن الدردشة الإلكترونية لها أثر واضح ولا يمكن أن يخفى على أحد، وذلك على أخلاق وسلوكيات الأفراد، وطبيعة الأنماط الثقافية التي يتأثرون بها ويتبنونها، خاصة في طريقة اللباس والكلام، حيث أن الحديث بلغات أجنبية لمدة طويلة وفي مرات عديدة، يؤدي إلى التأثير بهذه اللغة إلى درجة استعمالها في الحياة اليومية مع المحيط الاجتماعي"⁽²⁾، ورغم أن نسبة الذين أجابوا بـ "نعم" ليست بالكبيرة إلا أنه لا شك أن هذه النسب ستتزايد خاصة مع الإمكانيات المسخرة من الدول الغربية لفرض نموذجها الثقافي على باقي الدول لا سيما النامية منها، والإمكانيات التكنولوجية الهائلة التي تملكها وتسخرها لهذا الغرض.

وذهبت إحدى الدراسات إلى أن "أغلب أفراد العينة يعتقدون أن عاداتنا وتقاليدنا أحسن من عادات وتقاليد الغرب (67.52%) من أفراد العينة بذلك، مثلتها نسبة (67.35%) لدى الذكور و(67.63%) لدى الإناث، في مقابل ذلك رأت نسبة (32.08%) منهم أن بعض عادات الغربيين وتقاليدهم أحسن من عاداتنا وتقاليدنا، حيث أجابت نسبة (31.63%) من الذكور، ونسبة (32.08%) من الإناث بذلك، ولم تر إلا نسبة قليلة جدا تكاد تكون معدومة (0.40%) أن كل عادات الغربيين أحسن من عاداتنا وتقاليدنا"⁽³⁾.

(1) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 141.

(2) إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-، مرجع سبق ذكره، ص 168.

(3) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 256.

الجدول رقم 72 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الإتجاه نحو الثقافة الغربية حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)
26	%26	06	%12	20	%40	نعم
74	%74	44	%88	30	%60	لا
100	%100	50	%100	50	%100	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=10.16		

تظهر بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة يرون أن استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية لم يرسخ لديهم الاعتقاد بأن الثقافة الغربية والأمريكية أحسن من الجزائرية، وذلك بنسبة 60% عند الذكور و88% عند الإناث ولعل النسبة المنخفضة للذكور يمكن تفسيرها بكونهم أكثر تأثراً بالغرب، حيث يمتاز الذكور بأنهم أكثر رفضاً للمواقع والقيود والضغوط التي تميزه، ومن هنا فهم يتطلعون إلى الحياة الغربية أكثر من الإناث ويرون أن الحياة هناك توفر لهم حلاً لكل مشاكلهم، حاجاتهم، تطلعاتهم، أشباعاتهم... وبهذا يحاول الكثير منهم تقليد الغرب في أكلهم، وطريقة حديثهم، ولباسهم... ومحاولة التقرب منهم، وهذا ما يعد خطراً كبيراً يساهم في التغريب وإحداث تجانس ثقافي ينتج عنه محو الخصوصيات الثقافية المحلية، حيث تؤدي "عولمة الثقافة" إلى سيطرة ثقافة واحدة على العالم أجمع وهي الثقافة الغربية والأمريكية بصفة خاصة وهذا التوحيد العالمي للثقافة يجعل الشباب العربي والجزائري بصفة خاصة "يشعر وكأنه لا ينتمي إلى ثقافة مجتمعه، وتبدأ أعراض التملص من عادات مجتمعه وتقاليدته، وتبدوا أعراض التشبث بالقيم الغربية، وأنماطهم الثقافية الناتجة عن كثرة الاحتكاك بهم والاتصال معهم"⁽¹⁾، حيث أن العلاقات المتكررة للذكور بأجنبيات سواء من أجل البحث عن الزوجة المناسبة أو حتى بدافع الفضول للتعرف على الثقافات الغربية، يجعلهم يتعودون على الحديث بلغات أجنبية، ويحاولون تقليدهم في مختلف مجالات الثقافة، ومن هنا وجب إيجاد الطرق الناجعة ليس لصد هذا الغزو

(1) إبراهيم بعزيز، الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من طرف الأفراد: الآثار والإنعكاسات، ورقة مشاركة ضمن المنتدى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010، ص 13.

الأجنبي، وإنما على الأقل محاولة الحفاظ على الشباب الجزائري من خلال تقوية ثقته واعتزازه بثقافته ووطنه وجذوره.

ويتضح من خلال الجدول رقم 72 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 10.16، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الاتجاه نحو الثقافة الغربية لدى أفراد العينة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 73 تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الثقافة الغربية حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
26	37%	11	22%	15	30%	15	نعم
74	63%	39	78%	35	70%	35	لا
100	100%	50	100%	50	100%	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=0.80			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية الباحثين أجابوا بأن استخدامهم للشبكات الاجتماعية على الإنترنت لم يرسخ لديهم الاعتقاد بأن الثقافة الغربية والأمريكية أحسن من الجزائرية وذلك بنسبة 70% عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 78% عند الشباب الذين يسكنون خارجها، ولكن على الرغم من ذلك وعند المقارنة بين الفئتين على أساس مكان الإقامة نلاحظ ارتفاعا ملحوظا لدى الذين تأثروا بهذه المواقع وأصبحوا يرون أن الثقافة الغربية أحسن من الجزائرية -وهي أحد أبرز خصائص العولمة الثقافية- وذلك بنسبة 30% عند الذين يسكنون عاصمة الولاية مقابل 22% عند الذين يسكنون خارجها، وهذا ما يمكن تفسيره بالعديد من الأسباب التي من بينها الاستخدام المكثف للشباب في عاصمة الولاية للإنترنت وربطه للكثير من العلاقات، لا سيما مع الأجانب إضافة إلى طول مدة الاستخدام، كلها أسباب أدت مع مرور الوقت لترسيخ تفوق الثقافة الغربية على الجزائرية في عقول بعض الشباب.

وبتطبيق معامل (كا²) على بيانات الجدول رقم 73 نجد أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 0.80، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ومدى تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الاتجاه نحو الثقافة الغربية حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 74 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الهجرة:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
53.846%	14		نعم
46.153%	12		لا
100%	26		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن نسبة كبيرة من الشباب الذين أجابوا بأن استخدامهم للشبكات الاجتماعية جعلهم يرون أن الثقافة الغربية والأمريكية أحسن من الجزائرية، أصبحوا يتجهون إلى التفكير في الهجرة بنسبة 53.846%، مقابل 46.153% الذين لا يفكرون في ذلك، ولعل هذا ما يمثل قمة التأثر بالثقافة الغربية، حيث أن الرغبة في الهجرة أضحت أهم مميزات هذا العصر في ظل العولمة، وليس الهجرة الشرعية فحسب بل عرف العصر الحالي تنامي ما يعرف بالهجرة الغير شرعية "ظاهرة الحراقة"، حيث يعرض الشباب نفسه لخطر الموت للوصول إلى الضفة الغربية، وهي أحد أخطر انعكاسات العولمة على التفكير أين يصل حد الإنبهار بالغرب عند الشباب لدرجة تصبح حياته لا معنى لها، ويغامر بنفسه من أجل السفر للمجهول، وهذا لا يقتصر على الشباب الذي لم يكمل تعليمه بل حتى الشباب حامل الشهادات الجامعية، كل هذا يحدث نتيجة التغريب الثقافي الذي أنتجته عولمة الثقافة، والذي يمس فئة الشباب بالخصوص، ويجعلهم يتخلون عن ثقافتهم وخصوصيتهم، ويتنكرون من عاداتهم وحضارتهم ويتشبثون بالقيم الغربية، وينجر عن هذا الانخداع بالثقافة الغربية، اهتمام بالغ بكل ما يفعلونه (سلوكات، عادات، لباس...)، واهتمام بلغتهم إلى درجة إهمال اللغة الأم،

بسبب الركض وراء استعمال اللغات الأجنبية قبل تعلم اللغة الوطنية، حيث نجد أن الشباب في أغلب الدول العربية يميل إلى استخدام كلمات من أجنبية ما يؤثر على استخدام اللغة الأصلية، "وينجر عن كل هذا تفكير للغة المستعملة وبالتالي يحدث عجز في القدرة على الاصطلاح والتفكير الحر"⁽¹⁾.

الجدول رقم 75 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الإتجاه نحو الهجرة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
14	53.846%	04	66.666%	10	50%	10	نعم
12	46.153%	02	33.333%	10	50%	10	لا
26	100%	06	100%	20	100%	20	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=0.49			

تظهر بيانات الجدول أن نسبة كبيرة من الشباب الجامعي الذي تأثر تفكيره من جراء استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وأصبح يرى أن الثقافة الغربية أحسن من الجزائرية أصبح يفكر في الهجرة وذلك بنسبة بـ50% عند الذكور مقابل 66.666% عند الإناث، وعلى الرغم من أن عدد الإناث الذين تأثروا من استخدام هذه المواقع أقل من الذكور إلا أن نسبة اللواتي أصبحن يفكرن في الهجرة أكبر من نسبة الذكور، ولعل هذا ما يمكن تفسيره بالتقنيات الهائلة لمواقع الشبكات الاجتماعية وغيرها من تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي فرضت نمطا ثقافيا معيناً يتميز بالتركيز على فئة الشباب بصفة خاصة، لاسيما ما يتعلق بالصورة المضيفة التي تقدمها هذه المواقع عن الوضعية التي تعيشها المرأة في الدول الغربية، حيث تصورها على أنها متساوية تماماً مع الرجل وتشغل مناصب عليا وتعيش حرية مطلقة ولا تعاني من أي نوع من أنواع التهميش بل إن القانون يحمي كل حقوقها ويضمن لها كرامتها، كل هذا يغري الإناث لاسيما الجامعيات اللواتي يتميزن بمستوى علمي

(1) إبراهيم بعزير، منتديات الحادثة والدراسة الالكترونية - دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -، مرجع سبق ذكره، ص 117.

وكفاءات عالية، مما يجعلهن يرين أن الدول الغربية هي المكان الوحيد الذي يناسب إمكانيتهن، في ظل التهميش الذي تعاني منه الكفاءات الجامعية في الجزائر والبلاد العربية بصفة عامة، وفئة الإناث بصفة خاصة. ولقد ذهبت رحيمة عيساني إلى نتائج مخالفة لما توصلنا إليه، حيث أشارت إلى أن "هناك فروقا واضحة في التعبير عن حالات الشعور بالاغتراب والتفكير بالمهجرة بين الذكور والإناث، فقد عبر عن حالة الشعور بالغربة داخل المجتمع المحلي نسبة (72.11%) من الذكور، مقابل نسبة (39.69%) من الإناث اللواتي عبرن عن ذلك، كما أبدت نسبة (62.24%) من الذكور الرغبة في الهجرة خارج الوطن بعد التخرج، فيما أبدت الرغبة نفسها نسبة (38.36%) من الإناث، وفضلت نسبة (61.24%) من الإناث عدم الهجرة، فيما فضلت نسبة (37.76%) فقط من الذكور عدم الهجرة خارج الوطن"⁽¹⁾.

ويتضح من خلال الجدول رقم 75 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 0.49، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الاتجاه نحو الهجرة لدى أفراد العينة.

(1) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 262.

الجدول رقم 76 يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الهجرة حسب متغير الإقامة:

الإجابة		التكرار والنسبة(%)		في عاصمة الولاية		خارج عاصمة الولاية		المجموع	
نعم		07	%46.666	07	%63.636	14	%53.846		
لا		08	%53.333	04	%36.363	12	%46.153		
المجموع		15	%100	11	%100	26	%100		
كا ² المحسوبة=0.71		درجة الحرية=01				كا ² الجدولية=03.83			

تظهر بيانات الجدول أن نسبة كبيرة من الأفراد الذين يسكنون في عاصمة الولاية لا يفكرون في الهجرة وذلك بنسبة 53.333%، فعلى الرغم من أن استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية جعلهم يعتقدون أن الثقافة الغربية أحسن من الجزائرية، إلا أن النسبة الأكبر منهم لا تفكر في الهجرة، مقابل 46.666% الذين يفكرون في الهجرة، في حين نجد نسبة 63.636% من الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية يفكرون في الهجرة مقابل 36.363% فقط الذين لا يفكرون في ذلك، ولعل هذه النسبة المرتفعة لدى الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية تمثل الفئة التي تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية بكثافة كبيرة، كما أن القيود والضغوط التي يعاني منها سكان البلديات الريفية والشباب بصفة خاصة تحد من حريتهم وتقف عائقا أمام أحلامهم وطموحاتهم، إضافة إلى أن هذه البلديات عادة ما تعاني من كثرة البطالة وانتشار الفقر ونقص المرافق الترفيهية والثقافية، مما يدفع الشباب إلى اليأس وتصبح نظرتهم متشائمة عن الوضع في البلاد العربية عامة، وفي نفس الوقت تصبح الهجرة هي الحل الوحيد بالنسبة إليه الذي يرى فيه خلاصا من كل مشاكله وتحققا لآماله وطموحاته.

ويتضح من خلال الجدول رقم 76 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 0.71، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ومدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الهجرة.

الجدول رقم 77 يبين المظاهر الغربية التي رسختها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لدى أفراد العينة:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%)	الإجابة
08.208%	11		اللباس
09.701%	13		الأكل
05.223%	07		المشروبات
15.671%	21		الأغاني
38.805%	52		الماديات
22.388%	30		السلوكات والتصرفات
100%	134		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "134" تكرارا، كما تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة تفضل من المظاهر الثقافية الغربية "الماديات" المتمثلة في (السيارات، المنازل...) وذلك بنسبة 38.805% ولعل هذا ما يجسد التأثير الكبير لظاهرة العولمة، التي يعد أحد أهم خصائصها تشجيع الثقافة الاستهلاكية المادية، على حساب الجانب الروحي المعنوي، فيتحول كل شيء إلى سلع قابلة للبيع والشراء، ويصبح هم الإنسان الوحيد في هذه الحياة هو الحصول على هذه الماديات، والتي تحولت من مجرد وسائل يستخدمها الإنسان في حياته إلى غايات يسعى إليها، "ورغم أن الثقافة الاستهلاكية ليست جديدة، بيد أنها أصبحت في التسعينات الأكثر رواجاً فلم يحدث في التاريخ أن أصبح العالم مقبلاً على رموز ومعطيات و سلع الثقافة الاستهلاكية، كما هو مقبل عليها الآن، كما أنه لم يحدث في السابق أن تمكنت الثقافة الاستهلاكية من الوصول إلى قطاعات واسعة من الأفراد والشعوب من كل المستويات الاجتماعية، وفي كل القارات، ورغم رواجها بين كل شرائح الاجتماعية إلا أنها تتوجه بشكل خاص للشباب"⁽¹⁾ باعتبارها الفئة الأكثر إقبالا على هذا النوع من السلع والخدمات نظراً لما تتميز به مرحلة الشباب من إقبال على كل جديد والرغبة في المغامرة والتجريب، ولعل ما يجسد انتشار عولمة الثقافة على نطاق واسع وتغلغلها في أوساط الشباب هو أن ما نسبته 22.388% يعجبون

(1) رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 49.

بسلوكات وتصرفات الغرب وهو ما يمثل أشد أنواع التأثير، حيث أن الإحتكاك المستمر بالغرب عن طريق الدردشة معهم والتعرف على خصائص الثقافة الغربية، واستعمال لغتهم، ومحاولة الإندماج فيهم، كل هذا أدى بمستخدمي الشبكات الاجتماعية على الإنترنت للإعجاب حد الإنبهار بكل ما يصدر عن الغرب من تصرفات وسلوكات وأنماط التفكير، حتى ولو كانت لا تناسب ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه أولئك الشباب، بل حتى ولو كانت تتنافى مع المنطق، والأخلاق والذوق السليم، فكما يقول ابن خلدون "المغلوب مولع بتقليد الغالب"، ومن هنا فإن مساهمة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في تحجيم العالم وتحويله إلى وحدة متجانسة، أدى إلى سيطرة الثقافات التي تملك المؤهلات المالية الإعلامية والتكنولوجية، فأصبحت الثقافة الغربية وبصفة خاصة الأمريكية هي ثقافة كل العالم دون تمييز لخصوصيات معينة، مع إلغاء كل الحواجز والقيود التي تعوق تحقيق هذا الهدف، فإن كانت وسائل الإعلام التقليدية قد ساهمت في إلغاء المسافات، فإن دور التطبيقات الحديثة للإنترنت يتجاوز ذلك بكثير.

وقد اختارت 15.671% الأغاني، وهي إحدى وسائل انتقال الثقافة، والتي لا تقل أهمية عن الوسائل الأخرى، لأن الفيديو كليبات المصورة لا تنقل أغاني فقط بل أفكارا ولغات وسلوكات ونمط عيش الإنسان الغربي بصفة عامة، أما بالنسبة للأكل، اللباس، والمشروبات فلم تحظى إلا بنسب اهتمام ضئيلة وهي على التوالي 09.701%، 08.208%، 05.223%.

"ومن هنا فلا أحد ينكر التأثير العالمي للثقافة الغربية على العالم، وإن بدا هذا التأثير سطحيا في بعض المجالات كالألبسة، وأنماط الاستهلاك، إلا أنه يحمل معه تأثيرا على الفكر والثقافة بصورة عامة"⁽¹⁾، وهذا ما ظهر جليا من خلال ارتفاع نسبة المعجبين بـ"سلوكات وتصرفات الغرب"، وفي نفس الوقت الانخفاض النسبي للمعجبين بمظاهر أخرى كالأكل، اللباس، والمشروبات.

(1) رحمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 147.

الجدول رقم 78 يبين المظاهر الغربية التي رسختها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)
						الإجابة
08.208%	11	10.144%	07	06.153%	04	اللباس
09.701%	13	15.942%	11	03.076%	02	الأكل
05.223%	07	07.246%	05	03.076%	02	المشروبات
15.671%	21	13.043%	09	18.461%	12	الأغاني
38.805%	52	26.086%	18	52.307%	34	الماديات
22.388%	30	27.536%	19	16.923%	11	السلوكيات والتصرفات
100%	134	100%	69	100%	65	المجموع
كا ² الجدولية=11.07		درجة الحرية=05		كا ² المحسوبة=15.66		

تظهر بيانات الدراسة أن أغلبية الذكور اختاروا من بين المظاهر الغربية التي تعجبهم "الماديات" بنسبة 52.307%، ولعل هذا الاختيار يعكس بشكل واضح ميل الرجل إلى الجانب المادي، وذلك شيء طبيعي لأنه المكلف الأول بالإففاق على البيت، كما أن إعجاب الشباب الجامعي من الذكور بالماديات التي يعيش عليها الغرب من سيارات ومنازل... يعد انعكاسا طبيعيا للحاجات التي يشعرون بها، حيث أن افتقادهم لهذه الأشياء هو ما جعلهم يعجبون بها، وقد استغلت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هذه الحاجات، وعملت على تشجيع النمط الاستهلاكي وانتشار هذا السلوك على نطاق واسع داخل مختلف المجتمعات لاسيما في الوطن العربي، وهو ما يجسد أحد أهم خصائص عولمة الثقافة، أما الأغاني فقد حلت في المرتبة الثانية بنسبة 18.461%، والأغاني تمثل سفيرة الدولة فهي لا تنقل أغنية فحسب بل ثقافة متكاملة من لغة، سلوكيات وقيم...، ثم جاءت السلوكيات والتصرفات في المرتبة الثالثة بنسبة 16.923%، ولم تحظى كل من اللباس، الأكل، والمشروبات إلا باهتمام ضئيل لكل منها 06.153%، 03.076%، 03.076%.

أما بالنسبة للإناث فقد اختارت أكبر نسبة منهن "السلوكيات والتصرفات" بـ 27.536%، ولعل هذا الإعجاب نابع في الأساس من تأثيرات تكنولوجيات الاتصال الحديثة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة، التي جاء دورها مكملا لما جاء في الإعلام التقليدي، فإذا كان هذا الأخير قد عمل على رسم صورة

ذهنية للإنسان الغربي على أنه ذلك الإنسان الذي تجتمع فيه كل صفات الكمال، فهو الطيب الذي يحب الخير والقوي الذكي في آن واحد، مما يجسد شخصية الإنسان المثالي لدى سكان العالم الثالث والدول العربية بشكل خاص، فقد عملت مواقع الشبكات الاجتماعية على ترسيخ هذه القيم لدى الشباب العربي والجزائري بصفة خاصة، وأتاحت الفرصة للاحتكاك المباشر بالغرب والتكلم بلغتهم، والتعرف على أفكارهم وعقائدهم.. مما يثير إعجاب الفتيات بشكل خاص نظرا لكونهن أكثر عاطفية من الذكور، كما أنهن أكثر إقبالا على الدردشة وتكوين العلاقات الاجتماعية، وقد جاءت "الماديات" في المركز الثاني لدى الإناث بنسبة 26.086%، ثم "المأكولات" بنسبة 15.942%، حيث أصبحت مأكولات مثل (هومبرغر، بيزا...) تمثل رموزا لمنط ثقافي مهيمن، ثم "الأغاني" بنسبة 13.043% و"اللباس" بنسبة 10.144%، و"المشروبات" بنسبة 7.246%.

ولعل أهم ما يلاحظ على بيانات الجدول أن انتشار قيم العولمة الثقافية الغربية قد شملت بعض المجالات دون أخرى حيث أدت إلى انتشار الثقافة الاستهلاكية والثقافة المبنية على الماديات، كما أنها أدت إلى عولمة السلوكيات وأساليب التصرف، وبدت مجالات أخرى كالأكل والمشروبات أقل تأثرا من مظاهر العولمة الثقافية الغربية.

ويتضح من خلال الجدول رقم 78 أنه بدرجة حرية 05 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 11.07، أما قيمتها المحسوبة فهي 15.66، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والمظاهر الغربية التي رسختها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب أفراد العينة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 79 يبين الملفات المفضل للإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
41.739%	48	نصية
58.260%	67	سمعية بصرية
100%	115	المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من الباحثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "115" تكراراً، كما تظهر بيانات الجدول أن أكبر فئة من أفراد العينة تفضل الإطلاع على "الملفات السمعية البصرية" وذلك بنسبة 58.260%، مقابل 41.739% الذين يفضلون "الملفات النصية"، ولعل تفضيل الشباب الجامعي للملفات السمعية البصرية مرده إلى الثقافة الشفوية التي انتشرت بكثرة في الآونة الأخيرة، حيث أن استخدام وسائل الإعلام التقليدية لاسيما التلفزيون قد ساهم في انتشار الثقافة السمعية البصرية التي تتميز في الغالب بالتركيز على ثقافة الصورة والحركة دون النصوص، وقد عملت مواقع الشبكات الاجتماعية على تكريس هذه الثقافة وتعميقها أكثر لدى الشباب بصفة خاصة، حيث يحمل جهاز الحاسوب الكثير من خصائص التلفزيون ويفوقه من خلال تعميق مبدأ التفاعلية، ودور المتلقي في التحكم في مختلف المحتويات الاتصالية، إضافة إلى أن الكثيرين يعتبرون أن المطالعة تأخذ وقتاً طويلاً، وباعتبارهم شباباً جامعيين لا يملكون الكثير من الوقت خاصة إذا كانت هذه الملفات لا تتعلق بمجال دراستهم، وإنما في إطار اهتمامات أو ثقافة عامة، كما أن الكثير منهم يعتبر الملفات السمعية البصرية أكثر إيضاحاً من الملفات النصية، إضافة إلى توفر عناصر الإثارة والتشويق التي تميز الملفات السمعية البصرية وتجعلها أكثر جاذبية وأكثر واقعية في عرض الحقائق وأقرب إلى تمثيل الواقع.

"فمن النواحي الإعلامية كل رهانات جذب الجماهير تصب لصالح الرسالة المسموعة المرئية في آن معاً، ذلك أن تأثير الصوت والصورة المصحوبتان بالحركة يفوق مرات تأثير الصوت فقط، أو الصورة فقط، أو الكلمة المطبوعة وحدها، وهو ما يفسر تفوق القنوات التلفزيونية في اعتماد الجماهير عليها إخبارياً وإعلامياً عن كل من الصحافة المطبوعة ومحطات الراديو، بيد أن (صحافة الفيديو) - إن صح هذا التعبير -

الذي يشير إلى ملفات الفيديو المتوفرة في يوتيوب وغيره من المواقع المشابهة تنفرد بميزة أخرى عن الإعلام التلفزيوني وهي خاصية اللاتزامنية، حيث بوسع المستخدم أن يتعرض لمقطع الفيديو الذي يريده بعد البحث عنه في أي وقت يشاء وفي أي مكان يشاء⁽¹⁾.

وأما من الناحية التقنية فإن التطوير المتسارع للوسائل والتكنولوجيات الجديدة لم يتوقف، فالتوصيل الفيديوي من خلال الهاتف النقال هو أحدث فقرة في تكنولوجيا المعلومات، وينطوي على إمكانية تغيير المجتمع بطرق لا يمكن التنبؤ بها على حد قول "جيف جراننيك" أستاذ الإعلام الجديد في كلية الصحافة بجامعة كولومبيا، فالهواتف الخلوية النقالة من الجيل الثالث 3Gs بدأت تنتشر بسرعة هائلة في ساحة الاتصالات العالمية، ويؤدي ذلك إلى القدرة على الحصول على الأخبار والمعلومات والبرامج والمواد الترفيهية في عالم لاسلكي، إن ما فعله راديو الترانزستور في المجال السمعي عام 1945 م يفعله الهاتف الخلوي الآن في مجال الفيديو البصري سواء فيما يتعلق باستقبال البث أو إنتاج المواد الفيديوية باستخدام الكاميرات عالية الجودة، ومن ثم إرسالها إلى آخرين عبر الهواتف النقالة أو عبر أجهزة الكمبيوتر على مواقع متعددة، أهمها تلك المواقع المتخصصة في عرض أفلام الهواة، أو الأفلام المنقولة من قنوات تلفزيونية أو الأفلام السينمائية إلى آخره⁽²⁾.

ويمكن تحميل الملفات السمعية البصرية إما من مواقع متخصصة في تحميل الفيديو، مثل موقع يوتيوب "YouTube" أو مواقع تقدم خدمات عامة، وفي نفس الوقت تقدم خدمات تحميل الفيديو والصور مثل فايسبوك "Facebook" أو ماي سبيس "MySpace".

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 527.

(2) المكان نفسه.

الجدول رقم 80 يبين الملفات المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
41.739%	48	56.923%	37	22%	11	نصية	
58.260%	67	43.076%	28	78%	39	سمعية بصرية	
100%	115	100%	65	100%	50	المجموع	
ك ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		ك ² المحسوبة=14.15			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية الذكور يفضلون تحميل "الملفات السمعية البصرية" وذلك بنسبة 78%، مقابل 22% فقط من الذكور الذين يفضلون تحميل "الملفات النصية"، في حين تفضل النسبة الأكبر من الإناث تحميل "الملفات النصية" بنسبة 56.923%، في مقابل 43.076% يفضلن تحميل الملفات السمعية البصرية، ويمكن تفسير هذا الاختلاف بين الجنسين بكون الذكور أكثر رغبة في الإثارة والحركة، وعلى العموم هم أقل اهتماما بالدراسة، كما أنهم أقل رغبة في المطالعة عكس الإناث اللواتي نجدهن أكثر رغبة في الدراسة، بل إن الدراسة تمثل أحد أهم الأولويات عند الإناث، ومن هنا فإن ارتفاع نسبة تحميل الإناث للملفات النصية، يعود في الأساس إلى كون هذه الملفات تساعدن في دراستهن، ويعد الاهتمام الكبير من جانب الذكور بالملفات السمعية البصرية "ملفات الفيديو" تجسيدا لانتشار الثقافة السمعية البصرية أو كما يطلق عليها بـ "ثقافة الصورة"، والتي تعد تكريسا لثقافة العولمة بكل أشكالها حيث يشهد العصر الحالي "انتقال ثقل الحرف إلى الصورة، حيث لم تعد الكتابة ذات جدوى في عصر الصورة، وذلك لعدم قناعة الأجيال الجديدة بالقراءة"⁽¹⁾، وبهذا أصبحت فئة الشباب "لا ترى ثقافة الأدب وجمادته بمقدار ما ترى الثقافة العامة أو ثقافة الصورة، المتمثلة بالدراما التلفزيونية والسينما الجديدة والفيديو كليب والإعلانات الإلكترونية الفظيعة في المواقع الإلكترونية ووسائل النشر الجديدة وغيرها من الصور التي تتغير معها أدوات الرؤية، والمؤسف أننا

(1) محمد أحمد القضاة، الثقافة كمتغير في الإتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 468.

نرى المطابع تدفع يومياً بمئات الكتب ولا نجد من يشتريها أو يطالعها في حين نجد مئات المحطات الفضائية والمواقع الإلكترونية تستقطب الأجيال وتدفعهم للتمترس أمامها ساعات وساعات، والنتيجة غياب الكتاب وحضور الصورة، وهو ما ينعكس على القدرة على النقد والتمييز والأذواق⁽¹⁾.

ويتضح من خلال الجدول رقم 80 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن K^2 الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83 أما قيمتها المحسوبة فهي 14.15، وبالتالي فإن قيمة K^2 المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والملفات المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب أفراد العينة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 81 يبين الملفات المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
48	43.478%	23	46%	25	38.461%	25	نصية
67	58.260%	27	54%	40	61.538%	40	سمعية بصرية
115	100%	50	100%	65	100%	65	المجموع
K^2 الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		K^2 المحسوبة=0.64			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة تفضل تحميل "الملفات السمعية البصرية" وذلك بنسبة 61.538% عند الشباب الجامعي الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 54% للشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل هذا الارتفاع لدى الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية يمكن تفسيره

(1) محمد أحمد القضاة، مرجع سبق ذكره، ص 468

بالعديد من الأسباب من بينها جودة خدمات الإنترنت في عاصمة الولاية لأن الملفات السمعية البصرية عادة ما تحتاج إلى سرعة تدفق عالية بالمقارنة مع الملفات النصية، بالإضافة إلى ارتفاع عدد مشتركى الإنترنت من البيت في عاصمة الولاية، مما يمكن من تحميل أي ملف مهما كان حجمه، حتى ولو استغرق يوماً كاملاً أو أكثر.

ويتضح من خلال الجدول رقم 81 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 0.64، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة والملفات المفضل الإطلاع عليها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 82 يبين نوع الملفات السمعية البصرية المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
07,534%	11		العنف والحركة
19,178%	28		الرومانسية
45,205%	66		الفكاهية
13,698%	20		الجنسية
14,383%	21		الخروج عن المألوف
100%	146		المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من الباحثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "146" تكراراً، كما تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة تقبل

على ملفات الفيديو "الفكاهية" وذلك بنسبة 45,205% ولعل هذه النسبة المرتفعة يمكن تفسيرها بكون الشباب بصفة عامة لاسيما الجامعي يبحث عن الترفيه في ظل الضغوط والمشاكل التي يعاني منها، ومن هنا فإن أغلب الشباب يقبل على ملفات الفيديو التي تحمل لقطات غريبة أو مضحكة ومسلية، أو بعض البرامج الفكاهية التي تم بثها في التلفزيون أو الكاميرا الخفية، أو حتى بعض الخطابات المضحكة لشخصيات فنية أو سياسية....

ولقد جاء في المرتبة الثانية "ملفات الفيديو الرومانسية" بنسبة 19,178% وهذا طبيعي لكون الشباب في هذه المرحلة يميل إلى هذا النوع من الملفات، حيث أن مرحلة الشباب - كما تم التطرق إليه سابقا في خصائص مرحلة الشباب - عادة تكون متأحجة العواطف يعيش فيها الشباب فترة عدم استقرار عاطفي، تجعله أكثر إقبالا على هذا النوع من الملفات، التي ارتبط ظهورها وانتشاره على نطاق واسع بـ "ثقافة الصورة" التي ظهرت مع ظهور التلفزيون، ولعب التطور التكنولوجي الكبير الذي عرفته مختلف وسائل الاتصال دورا كبيرا في تشجيع هذا النوع من الملفات الذي ينتشر بكثرة على مواقع الإنترنت عموما ولاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية، ثم احتلت ملفات الفيديو الخاصة بكل ما هو "خارج عن المألوف" المرتبة الثالثة بنسبة 14,383%، حيث يبحث الشباب عن كل ما هو جديد خارج عن المألوف نظرا للفضول الكبير الذي يميز هذه المرحلة وكذا حب الإكتشاف، بينما احتلت "الملفات الخاصة بالجنس" المرتبة الرابعة بنسبة 13,698%، وهي نسبة معتبرة إذا ما قارناها بطبيعة المجتمع الجزائري المحافظ، هذا إضافة إلى أن هناك فئة كبيرة قد تقبل على هذا النوع من الملفات ولا تفصح عن هذا الإقبال إحساسا منها بالحرج، ثم جاءت "الملفات الخاصة بالعنف والحركة" بنسبة 07,534%، وقد تعود هذه النسبة المنخفضة إلى توفر هذا النوع من الملفات بكثرة في وسائل أخرى وحتى وسائل الإعلام التقليدية.

وفي دراسة تمت في البحرين حول الملفات المفضلة لدى الشباب الجامعي توصلت إلى أن "المقاطع المأخوذة من البرامج التلفزيونية هي الأكثر تفضيلا لدى الشباب عينة الدراسة بنسبة مئوية بلغت (57.9%) تليها المقاطع السياسية الإخبارية الهامة والنادرة بنسبة (53.3%) والمقاطع الفنية المأخوذة من المسرحيات والأفلام والأغاني بنسبة (52.3%)، ثم الموضوعات الرياضية بنسبة (41.1%)، تلتها الموضوعات الدينية بنسبة (27.1%)، وحصلت الملفات التي تحتوي على مقاطع جنسية على نسبة تفضيل بلغت (21.4%)، ثم الفيديوهات الشخصية، وهي تلك الملفات التي يعدها أشخاص غير معروفين لأنفسهم أو لأبنائهم

أو أصدقائهم، وتحتوى على مواقف كوميدية أو غريبة بنسبة تكرار بلغت (07.4%) من عينة الدراسة، مع الأخذ في الإعتبار أن المبحوثين كان بإمكانهم اختيار أكثر من بديل⁽¹⁾.

الجدول رقم 83 يبين كيفية التعامل مع الملفات السمعية البصرية بعد الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
22.047%	28	تكتفي بالاطلاع
54.330%	69	تحميلها على جهاز الكمبيوتر
23.622%	30	تحميلها على هاتفك أو أي جهاز آخر
100%	127	المجموع

الملاحظ على بيانات الجدول هو أن هناك فئة من المبحوثين اختارت أكثر من إجابة ولهذا جاء مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة "127" تكرارا، كما تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة لا تكتفي بالإطلاع على ملفات الفيديو المفضلة لديها وإنما تقوم بتحميلها على جهاز الكمبيوتر بنسبة 54.330%، ولعل هذا ما يمكن تفسيره بالتعلق الكبير للشباب بهذا النوع من الملفات السمعية البصرية، حيث يقومون بتحميلها لتكرار مشاهدتها عدة مرات أو تبادلها مع أصدقائهم، ثم جاء في المرتبة الثانية الأفراد الذين يقومون بتحميلها على "الهاتف الخاص أو أي جهاز تحميل آخر" بنسبة 23.622%، وأخيرا الفئة التي "تكتفي بالإطلاع فقط" ولا تقوم بالتحميل بنسبة 22.047%.

-إن قيام أغلبية أفراد العينة بتحميل الملفات بعد الإطلاع عليها لدليل على ارتباطهم الكبير بهذه الملفات، ومن هنا فهو ارتباط بالثقافة السمعية البصرية التي تعد أحد أوجه العولمة الثقافية وأحد خصائصها وهي ثقافة تتميز بتسطيح الوعي، ونشر الثقافة الاستهلاكية كنموذج معمم بين أفراد المجتمع.

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 530.

الجدول رقم 84 يبين كيفية التعامل مع الملفات السمعية البصرية بعد الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
22.047%	28	20%	12	23.880%	16		تكتفي بالاطلاع
54.330%	69	61.666%	37	47.761%	32		تحميلها على جهاز الكمبيوتر
23.622%	30	18.333%	11	28.358%	19		تحميلها على هاتفك أو أي جهاز آخر
100%	127	100%	60	100%	67		المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=02.66			

تظهر بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة من كلا الجنسين لا يكتفون بالإطلاع، فهم إما يقومون بتحميل الملفات على جهاز الكمبيوتر، وذلك بنسبة 47.761% عند الذكور، ونسبة 61.666% عند الإناث، أو على الهاتف أو أي جهاز آخر للتحميل بنسبة 28.358% عند الذكور، مقابل 18.333% عند الإناث، وأهم ما يلاحظ عند المقارنة بين الذكور والإناث هو أن الذكور أقل تحميلاً على جهاز الكمبيوتر من الإناث وأكثر تحميلاً على الهاتف الخاص أو أي جهاز تحميل آخر، ولعل هذا ما يمكن تفسيره بكون الذكور أكثر بحثاً عن الخصوصية من الإناث، وهو ما يؤكد النتائج السابقة، لأن التحميل على جهاز الكمبيوتر يعني أن بإمكان أي أحد من أفراد الأسرة أن يطلع على تلك الملفات، على خلاف إذا كانت على الهاتف أو أي جهاز آخر، خاصة وأن بعض الذكور يميلون إلى إخفاء ما يقومون بتحميله أكثر من الإناث، أما نسبة الذين أجابوا بأنهم يكتفون بالإطلاع فبلغت 23.880% عند الذكور، و20% عند الإناث.

ويتضح من خلال الجدول رقم 84 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99، أما قيمتها المحسوبة فهي 02.66، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج

عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وكيفية التعامل مع الملفات السمعية البصرية بعد الإطلاع عليها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية حسب أفراد العينة.

الجدول رقم 85 يبين الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
32%	32		نعم
68%	68		لا
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة لا يتزعجون إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات الخاصة بهم وذلك بنسبة 68% مقابل 32% أجابوا بأنهم يتزعجون عندما يطلع أحد على الملفات التي قاموا بتخزينها، وعلى الرغم من أن النسبة الأكبر لا تزعج من ذلك، إلا أن نسبة الذين يتزعجون تعتبر مرتفعة ولعل هذا يعود بالأساس إلى انتشار ثقافة العولمة التي تشجع في الأساس على ثقافة الفردانية والخصوصية، والاستخدام المنفرد لوسائل الاتصال بصفة عامة، والإنترنت بصفة خاصة.

الجدول رقم 86 يبين الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
32	%32	11	%22	21	%42		نعم
68	%68	39	%78	29	%58		لا
100	%100	50	%100	50	%100		المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=04.58			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة لا يتزعجون إذا اطلع أحد أفراد العائلة على الملفات التي قاموا بتحميلها، وذلك بنسبة 58% عند الذكور مقابل 78% عند الإناث، في حين أن ما نسبته 42% من الذكور يتزعجون في مقابل 22% فقط من الإناث، ويمكن تفسير هذا الارتفاع لدى الذكور مقارنة بالإناث نظرا للأسباب المتعلقة بالخصوصية، والفردانية، واللذان تعدان من خصائص العولمة حيث يعتبر الفرد أن هذه من الخصوصيات التي لا ينبغي للآخرين الإطلاع عليها، خاصة وأن الذكور أكثر إقبالا على الملفات السمعية البصرية، عكس الإناث اللواتي هن أكثر إقبالا على الملفات النصية كما بينه الجدول رقم 80، كما أن الذكور يقومون بتخزين بعض الملفات التي تحمل قيما قد لا تتناسب في أحوال كثيرة مع قيمنا مثل الملفات الإباحية أو تلك التي تتضمن لقطات مرعبة أو مؤذية للمشاعر الإنسانية، ومن هنا فهم يتخرجون من محتوى هذه الملفات ولا يجوبون أن يطلع عليها أحد، وخاصة إذا كان من أفراد العائلة.

ويتضح من خلال الجدول رقم 86 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 04.58، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة ومدى الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول رقم 87 يبين أسباب الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها:

النسبة(%)	التكرار	التكرار والنسبة(%) الإجابة
65.625%	21	أمر خاص
34.375%	11	تتخرج من محتوى الملفات
100%	32	المجموع

تظهر بيانات الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة الذين لا يحبون أن يطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات الخاصة بهم يبررون ذلك بأنهم يعتبرونه "أمرًا خاصًا" وذلك بنسبة 65.625% وهذا ما يعد أحد أهم مخلفات العولمة الثقافية، هذه الأخيرة التي تقوم على أساس تشجيع قيم الفردانية والخصوصية، كما أن ما نسبته 34.375% أحابوا بأنهم "يتخرجون من محتوى هذه الملفات" ولاشك أن تخرجهم نابع من أن هذه الملفات تحمل قيما غير مقبولة في المجتمع الجزائري، ولعل أكثر القيم الغير مقبولة هي الجنس الذي يعد أحد أشهر قيم العولمة الغربية، فهو وإن كان شيئًا مباحًا في الدول الغربية إلا أنه يعد في ثقافتنا الجزائرية، وديننا الإسلامي أحد المحظورات التي يعد الحديث عنها أو ممارستها خارج إطار الزواج الشرعي إخلالا بالقانون والدين، والعرف.

الجدول رقم 88 يبين أسباب الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
21	65.625%	08	72.727%	13	61.904%		أمر خاص
11	34.375%	03	27.272%	08	38.095%		تتخرج من محتوى الملفات
32	100%	11	100%	21	100%		المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=0.35			

تظهر بيانات الجدول أن الأغلبية من كلا الجنسين تعتبر أن السبب الأساسي لانزعاجها من إطلاع أحد أفراد الأسرة على الملفات الخاصة بهم، هو اعتبار أن هذا "الأمر خاص" ولا يجبون أن يطلع أحد على خصوصياتهم، وذلك بنسبة 61.904% عند الذكور، مقابل 72.727% عند الإناث، ويرى ما نسبته 38.095% من الذكور أنهم "يتخرجون من محتوى الملفات"، مقابل 27.272% من الإناث، ولعل ارتفاع نسبة الذين يتخرجون من محتوى الملفات لدى الذكور مرده إلى كونهم أكثر إقبالا على بعض القيم الغربية التي يراها المجتمع سلبية، مثل قيمة الجنس، قيمة العنف... في حين أن الإناث أقل إقبالا على هذا النوع من ملفات الفيديو، وهو ما تؤكد النتائج التي توصلنا إليها سابقا.

ويتضح من خلال الجدول رقم 88 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 0.35، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين أن الفرق الجوهرى بين القيمتين هو فرق ضئيل ناتج عن عامل الصدفة، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض صحيح، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة وأسباب الانزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها حسب أفراد العينة.

الجدول 89 يبين مدى سلبية ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

الإجابة	التكرار والنسبة(%)	التكرار	النسبة(%)
نعم	88	88	%88
لا	12	12	%12
المجموع	100	100	%100

تظهر بيانات الجدول أن الأغلبية من أفراد العينة يرون أن ملفات الفيديو على مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيمة سلبية وذلك بنسبة 88%، مقابل 12% الذين يرون أن هذه المواقع لا تحمل قيمة سلبية تضر بثقافة المجتمع الجزائري، ولعل السبب في ذلك يعود لما تتضمنه بعض مقاطع الفيديو التي تحمل على مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من قيم مخالفة لثقافات الدول العربية والإسلامية، كالمقاطع الفيلمية التي تروج للجنس، أو عمليات اغتصاب، أو مشاهد عنف مثل رجل يتعرض للضرب المبرح والركل بالأقدام، أو فتيات يتعرضن للعنف من أفراد أسرهن أو الضرب والركل...، إضافة إلى ما تحمله الإعلانات من صور مشينة، تروج لمختلف أشكال العنف، والجنس والإباحية، إلى غير ذلك من السلوكيات التي تروج لقيم العولمة الغربية البعيدة كل البعد عن ثقافتنا الجزائرية العريقة، ومن هنا فإن الشباب الجامعي واعي كل الوعي بهذه القيم الغربية التي تبثها بعض المواقع الاجتماعية على الإنترنت ولعل ذلك يعود في الأساس للمستوى العلمي الذي يتميز به.

ولعل أهم ما يلاحظ على هذه النتائج هو وجود نظرة مزدوجة لدى الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية فهم من جهة واعون بأنها تعمل على نشر قيم غريبة، ومن جهة أخرى يقبلون على هذا النوع من المواقع، ويرى بعض الباحثين في تفسير هذه الظاهرة أن هؤلاء الشباب ما هم إلا محصلة لبيئتهم الثقافية العربية التي تنظر إلى التكنولوجيا الوافدة من الغرب بنظرة الانبهار والتخوف في نفس الوقت، أما الانبهار فيعود أن هذه الثقافة العربية لا تنتج أو تساهم في إنتاج هذه الوسائل ومن ثم فإن المغلوب عادة ما يقلد الغالب وينبهر به، أما التخوف فمبرره الخوف على القيم والموروثات والتقاليد والسلوكيات التي تتميز هذه الثقافة عن غيرها،

وهذه الازدواجية تؤثر على استخدامها بعيدا عن إشراف الأولياء مثلا، وقد يؤدي سوء استخدامها إلى الإحساس بالذنب عند البعض لأن ذلك مساس بقيم المجتمع وثقافته من جهة أخرى" (1).

الجدول 90 يبين مدى سلبية ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
88	%88	40	%80	48	%96	48	نعم
12	%12	10	%20	02	%04	02	لا
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=06.04			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أن ملفات الفيديو التي تبث على مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيمة سلبية بنسبة 96% عند الذكور، مقابل 80% عند الإناث، ولعل النسبة المرتفعة لدى الذكور يمكن تفسيرها بكونهم أكثر فضولا وزيارة لمختلف المواقع، وبالتالي فهم أكثر معرفة بالسلبيات إضافة إلى أنهم أكثر تصفحا للمواقع المحضورة كما سبق توضيحه.

وعلى خلاف ما توصلنا إليه، ذهبت إحدى الدراسات التي أقيمت في البحرين إلى أن نسبة الشباب الجامعي الذي أبدى بعض التحفظ على مواقع عرض مقاطع الأفلام، وخاصة يوتيوب بلغت (38.3%) حيث ذكروا بأن الموقع جيد، ولكن ينبغي أن يكون هناك رقابة على المحتوى المقدم من خلاله حتى لا يكون عاملا من عوامل التأثير السلبي على الأخلاقيات العامة والثقافة السائدة، نظرا لاحتوائه على ملفات جنسية تحتل واجهة الموقع وصفحته الرئيسية بالرغم من حرص القائمين على الموقع على عدم عرض الجنس الصريح، أو حجب بعض الملفات أمام من يذكرون أن أعمارهم تقل عن ثلاثة عشر عاما.

كما أوضحت الدراسة أن ربع العينة تقريبا أعطوا الموقع قيمة سلبية، حيث ذكر (27.1%) من المبحوثين أن الموقع سيء، ويضر بالقيم والأخلاقيات السائدة، للتبريرات السابقة.

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 273-274.

وبينت نتائج الدراسة أن (46.7%) من المبحوثين مع أن تقوم الحكومات العربية بفلتره موقع عرض مقاطع الفيديو يوتيوب حتى يتوفر للمستخدم العربي تصفح آمن للموقع، حيث ذكر بعض المبحوثين أنه يتجنب تصفح الموقع في نطاق الأسرة أو في المنزل، نظرا لاحتواء واجهة الموقع على مقاطع جنسية⁽¹⁾.

ويتضح من خلال الجدول رقم 90 أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 06.04، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ورأي المبحوثين حول مدى سلبية ملفات الفيديو على مواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول 91 يبين مدى سلبية ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة:

المجموع		خارج عاصمة الولاية		في عاصمة الولاية		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
88	%88	48	%96	40	%80	40	نعم
12	%12	02	%04	10	%20	10	لا
100	%100	50	%100	50	%100	50	المجموع
كا ² الجدولية=03.83		درجة الحرية=01		كا ² المحسوبة=06.04			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أن ملفات الفيديو التي تبث على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحمل قيمة سلبية بنسبة 80% عند الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، مقابل 96% عند الشباب الجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، ولعل النسبة المرتفعة لدى الجامعيين الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، يمكن إرجاعها إلى كون هذه المناطق تتميز بأنها محافظة بدرجة كبيرة، كما تتميز بسيادة

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 532.

الكثير من القيم والأعراف التي تسير نمط معيشة هؤلاء الأفراد، وتعد المحك الرئيسي الذي يفرقون به بين الحسن والقيح، السيء والجيد، عكس سكان عاصمة الولاية عموما الذين هم أكثر ارتباطا بهذه الوسائل، كما أنهم أقل التزاما بالأعراف والتقاليد، وأكثر انفتاحا لتقبل كل ما هو جديد.

وبتطبيق معامل (كا²) على بيانات الجدول رقم 91 يتضح أنه بدرجة حرية 01 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (كا²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 03.83، أما قيمتها المحسوبة فهي 06.04، وبالتالي فإن قيمة (كا²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الإقامة ورأي المبحوثين حول مدى سلبية ملفات الفيديو على مواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

الجدول 92 يبين القدرة على التحلي على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت مستقبلا:

النسبة (%)	التكرار	التكرار والنسبة (%)	الإجابة
19%	19		نعم
51%	51		لا
30%	30		لا أدري
100%	100		المجموع

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أنهم لا يمكن أن يستغنوا عن مواقع الشبكات الاجتماعية حتى مع السلبيات التي تقوم بنشرها، وبرروا ذلك بأننا في عصر العولمة ولا يمكن أن نرجع للوراء، وأن الحل لا يكمن في التحلي عن هذه الوسائل والتوقف عن استخدامها، بقدر ما يكمن في إيجاد السبل المثلى للتعامل معها، كما أن التنشئة الأسرية الجيدة بإمكانها أن تجنب الشباب أي آثار سلبية يمكن أن تنجم عن استخدام هذه المواقع، حيث يرون أن التربية السليمة على الثقافة الجزائرية، والدين الإسلامي هي القاعدة الأساسية لحماية المجتمع والشباب بصفة خاصة من خطر عولمة الثقافة.

وذهب ما نسبته 19% من الشباب إلى أنهم ينوون فعليا التوقف عن استخدام هذه المواقع بصفة نهائية لأنها تحمل قيما غربية تضر بثقافة المجتمع الجزائري وقيمه، ومن هنا فإن الحل الوحيد حسبهم لتجنب تأثيراتها السلبية يكمن في مقاطعتها نهائيا، أما ما نسبته 30% من الشباب فهم مترددون بين ما قدمته لهم هذه المواقع من تقريب للمسافات والمشاركة في مختلف الملفات...، وبين تأثيراتها السلبية على القيم والثقافة المحلية، كما ذهب البعض منهم إلى أن التوقف عن استخدام هذه المواقع مرهون بما يحدث في المستقبل من تطورات، لأن الانبهار الذي تلاقيه الشبكات الاجتماعية من طرف الشباب في الوقت الحالي مرتبط بجداثة الوسيلة، حيث أن أي وسيلة في بدايتها تحدث انبهارا عند الجمهور لكن سرعان ما يتعود عليها الأفراد وتصبح مجرد أدوات لتحقيق وظائف محددة لا أكثر.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة حول استخدامات فايسبوك "Facebook" التي توصلت إلى أن الشباب العربي يقر "بأن الموقع قد يتعارض مع الثقافة، والقيم والمبادئ السائدة في الدول العربية لكنهم رغم هذا لا يمكن أن يستغنوا عن الموقع اقتناعا منهم بأن نمط استخدامهم هو الذي يحدد ما إذا كان الموقع فعلا يعارض الثقافة، القيم المتعارف عليها في المجتمعات العربية، أم لا"⁽¹⁾.

(1) محمد الأمين فورار، مرجع سبق ذكره.

الجدول 93 يبين القدرة على التخلي على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت مستقبلا حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة (%)	الإجابة
19	%19	05	%10	14	%28		نعم
51	%51	26	%52	25	%50		لا
30	%30	19	%38	11	%22		لا أدري
100	%100	50	%100	50	%100		المجموع
كا ² الجدولية=05.99		درجة الحرية=02		كا ² المحسوبة=06.38			

تظهر بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أنهم لا يمكن أن يستغنوا عن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حتى مع السلبات التي تقوم بنشرها، وذلك بنسبة 50% عند الذكور، مقابل 52% عند الإناث، تليها نسبة الذين أجابوا بـ "لا أدري" والمقدرة بـ 22% عند الذكور، مقابل 38% عند الإناث، وفي المركز الأخير الذين أجابوا أنهم سيستغنون عن هذه المواقع مستقبلا بنسبة 28% عند الذكور، مقابل 10% عند الإناث.

ولعل أهم ما يلاحظ على هذه البيانات أن النسبة الأكبر التي حددت موقفها بعدم التوقف عن الاستعمال متقاربة بين الذكور والإناث، أما الفئة التي أجابت بـ "لا أدري" فمثلت فيها الإناث النسبة الأكبر بـ 38% مقابل 22% عند الذكور، وهذا ما يمكن تفسيره بكون الإناث أكثر ترددا، فهن يعين سلبيات هذه المواقع وفي نفس الوقت لا يستطعن التخلي عن استخدامها، كونها أصبحت من الأدوات الضرورية في العصر الراهن، أما الذين قرروا التخلي عن هذه المواقع مستقبلا فشكل الذكور النسبة الأكبر بـ 28% مقابل 10% فقط للإناث، وهذا ما يمكن تفسيره بما سبق ذكره من أسباب، والتي من بينها توفر الذكور على منافذ كثيرة ومتعددة للتسلية والترفيه، بينما يشعر الإناث بالملل بسبب الفترات الطويلة التي يقضونها في البيت، ومن هنا فإن الذكور أكثر قدرة على التخلي عن هذه المواقع مستقبلا.

ويتضح من خلال الجدول رقم 93 أنه بدرجة حرية 02 وبمستوى معنوي 0.05 وبدرجة ثقة 95% فإن (ك²) الجدولية من خلال جدول كارل بيرسون هي 05.99، أما قيمتها المحسوبة فهي 06.38، وبالتالي فإن قيمة (ك²) المحسوبة أكثر من قيمتها الجدولية، وهو ما يبين الفرق الجوهرى بين القيمتين، أي أنه ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والقدرة على التحلي على مواقع الشبكات الاجتماعية مستقبلا، وبالتالي فإن الفرض محل الاختبار هو فرض غير صحيح.

المبحث الخامس: الاستنتاجات العامة والتوصيات

بعد تحليل وتقييم البيانات توصلنا إلى النتائج التالية:

01- تعدد الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بمثابة مجتمعات افتراضية تسمح للأفراد بالالتقاء والتحاور وتكوين العلاقات الاجتماعية مع أفراد من مختلف دول العالم، بما يمكن من تبادل وجهات النظر وتقاسم الاهتمامات وكذا مختلف أنواع الملفات.

02- يستخدم أغلبية أفراد العينة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بكثافة كبيرة، وهذا ما يدل على أن استخدام هذه المواقع هو نشاط أساسي لدى أغلبية أفراد العينة، حيث أضفت هذه المواقع صفة الجماهيرية على الإنترنت.

03- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير جنس أفراد العينة وكثافة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حيث أن الإناث أكثر كثافة في استخدام هذه المواقع من الذكور نظرا للأوقات الطويلة التي يقضيها الإناث في البيت، إضافة إلى عدم وجود منافذ أخرى للتسلية.

04- أغلبية أفراد العينة لديهم خبرة معتبرة في التعامل مع هذه المواقع، حيث أن نسبة كبيرة منهم يستخدمونها "منذ سنتين"، كما أثبتت النتائج وجود دلالة إحصائية بين مكان إقامة أفراد العينة والخبرة في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حيث أن الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية أكثر خبرة في استخدام هذه المواقع من الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وقد يعود ذلك إلى تأخر ربط هذه المناطق بالخطوط الهاتفية والإنترنت، إضافة إلى قلة خدمات الإنترنت وضعفها.

05- يعد فايسبوك "Facebook" ثم يوتيوب "YouTube" أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف الشباب الجامعي الجزائري نظرا لما يوفرانه من خدمات ومزايا، كما تعتبر الدردشة من أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي يقبل على مواقع الشبكات الاجتماعية، وبنسبة أقل تحميل الملفات، ثم إنشاء المجموعات الاجتماعية.

06- أغلبية أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "يوميًا"، مع وجود مواظبة عند الإناث أكثر من الذكور للأسباب المذكورة سابقا.

07- تمثل فترة "السهرة" الوقت المفضل للاستخدام لدى أغلبية أفراد العينة وهذا ما يمكن تفسيره بكون أفراد العينة هم من فئة الشباب الجامعي وبالتالي فهم لا يملكون في الغالب أوقات فراغ في الفترة الصباحية، ومن هنا

تمثل فترة "السهرة" وقت الفراغ بالنسبة إليهم، إضافة إلى أن نوعية الاتصال في الفترة الليلية تكون أفضل وأقل تشويشا، مقارنة بالأوقات الأخرى حيث يشتد الازدحام في الخطوط الهاتفية.

08- أثبتت نتائج الدراسة أن هناك اختلافا في وقت استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية حسب متغير الإقامة، حيث تمثل فترة "السهرة" الوقت المفضل للشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، بينما تمثل فترة "الظهر" الوقت المفضل لدى أغلبية أفراد العينة من الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وذلك لعدة اعتبارات، والتي من بينها انخفاض نسبة الذين يملكون اشتراكا في الإنترنت من البيت بالنسبة للشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية.

09- يستخدم الشباب الجامعي من أفراد العينة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لمدة طويلة "تفوق الساعتين"، مع بعض التفوق للإناث اللواتي يقضين وقتا أطول من الذكور، ونفس الشيء بالنسبة للشباب من عاصمة الولاية على حساب الشباب الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية.

10- يستخدم أغلبية أفراد العينة مواقع الشبكات الاجتماعية "من البيت" واحتلت "مقاهي الإنترنت" المرتبة الثانية بينما احتلت "الجامعة" المرتبة الثالثة، وهو ما يدل على الانتشار الواسع للإنترنت، وتطور عدد المشتركين من منازلهم، نتيجة الإجراءات والتسهيلات التي اتخذتها الحكومة الجزائرية من أجل تعميم الإنترنت على كل البيوت الجزائرية.

11- يتميز استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية "بالخصوصية والفردانية"، حيث يفضل أغلبية أفراد العينة استخدامها منفردين.

12- يمثل "الترفيه"، و"الحصول على معلومات ومعارف"، و"تقاسم الميولات والاهتمامات" ثم "التعارف وتكوين صداقات" أهم الدوافع التي تجعل الشباب الجامعي يقبلون على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

13- هناك اختلافات بين الذكور والإناث في مجال دوافع الاستخدام، حيث يمثل "الترفيه"، ثم "الحصول على معلومات ومعارف"، ثم "ربط علاقات مع الجنس الآخر" ثم "التواصل مع الأصدقاء القدامى"، أهم الاشباع التي يبحث عنها الذكور، في حين تمثل كل من "الحصول على معلومات ومعارف"، ثم "الترفيه"، ثم "تقاسم الميولات والاهتمامات"، أهم دوافع استخدام الإناث لهذه المواقع.

14- تمثل "المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة"، ثم "إبداء الآراء بحرية"، ثم "إشباع حاجة المعلومات"، ثم "التخلص من القلق والضغوط"، أهم الاشباع التي يحصل عليها الشباب الجامعي من خلال استخدامه للشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

15- تعتبر "الصفحات الخاصة بالرياضة"، ثم "الصفحات الخاصة بالثقافة المحلية"، ثم "الخاصة بالأعمال السينمائية العالمية"، ثم "الخاصة بالأزياء والموضة"، وأخيرا "الخاصة بالثقافة الجنسية"، الصفحات المفضلة لدى الشباب الجامعي حسب أفراد العينة.

16- يؤثر متغير الجنس على الصفحات المفضلة لدى الشباب الجامعي حيث يفضل الذكور "الصفحات الخاصة بالرياضة"، ثم "الخاصة بالأعمال السينمائية العالمية"، في حين تمثل "الصفحات الخاصة بالثقافة المحلية"، ثم "الخاصة بالأزياء والموضة"، الصفحات المفضلة لدى الإناث.

17- إن عملية التفاعل لدى أغلبية أفراد العينة مجسدة في الاطلاع على ما ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية+التعليق فقط، ومن هنا فإن الحديث عن تفاعل حقيقي يعد أمرا، مستبعدا خاصة وأن نسبة كبيرة أجابت بأنها تكتفي بالإطلاع، ثم جاء في المرتبة الثالثة الفئة النشطة التي تقوم بالنشر على مواقع الشبكات الاجتماعية، ثم إنشاء مجموعات اجتماعية، بينما حل نشاط الانضمام لحمالات التوعية في المرتبة الأخيرة.

18- يلعب كل من متغير الجنس والإقامة دورا كبيرا في التأثير على طبيعة النشاط الذي يقوم به أفراد العينة، حيث توصلنا إلى أن الذكور أكثر نشاطا وتفاعلا من الإناث مع ما ييثر أو ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال ارتفاع نسبة بعض الأنشطة التفاعلية مثل النشر، وإنشاء مجموعات اجتماعية، والانضمام لحمالات التوعية عند الذكور أكثر من الإناث، كما تشهد هذه الأنشطة ارتفاعا لدى الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية أكثر من الذين يسكنون خارجها.

19- أجاب أغلبية أفراد العينة أنهم "لا يحسون بشيء" في حال وقع طارئ منعهم من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ثم هناك فئة "تحس بفراغ وقلق"، وفئة أخرى "تحس بممل"، في حين لم تشكل فئة الذين "يحسون باكتئاب" إلا نسبة ضئيلة، وعن تأثير متغير الجنس أظهرت النتائج أن نسبة الذين لا يحسون بشيء في حال وقع طارئ منعهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من الذكور أكثر من الإناث، وهو ما يبين الارتباط الكبير للإناث بهذه المواقع أكثر من الذكور، ولعل ما يبرهن على ذلك أكثر هو النسبة المرتفعة من الإناث اللواتي يشعرون "بممل"، وعن تأثير متغير الإقامة فقد توصلت النتائج إلى أن الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية أكثر ارتباطا بمواقع الشبكات الاجتماعية من الذين يسكنون خارجها، حيث أن نسبة الذين "لا يحسون بشيء" في حال عدم الاستخدام من خارج عاصمة الولاية أكبر من الشباب الذين يسكنون في عاصمة الولاية، إضافة إلى ارتفاع الذين "يحسون بفراغ وقلق"، وكذا "بممل" لدى سكان عاصمة الولاية.

20- أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على استخدام وسائل الإعلام التقليدية بحيث أدى إلى تقليص الأوقات التي يخصصها الشباب الجامعي لهذه الوسائل لدى فئة كبيرة منهم، بل أن نسبة لا بأس بها أصبحت لا تتابع وسائل الإعلام التقليدية.

21- يجمع أغلبية أفراد العينة على أن مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيما غربية واتفقوا على أن أهم القيم الغربية الإيجابية هي "الحرية" ثم "المشاركة"، أما السلبية فهي "الجنس" ثم "الخروج عن الدين".

22- تمثل الموضوعات "الرياضية"، ثم "الثقافية"، ثم "الاجتماعية"، ثم "السياسية" أهم المواضيع التي تثير اهتمام الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية، ويؤثر متغير الجنس على الموضوعات المفضلة لدى الشباب حيث يفضل الذكور "الموضوعات الرياضية"، في حين يفضل الإناث "الموضوعات الثقافية".

23- أجاب ما يفوق النصف من أفراد العينة بأن لديهم أصدقاء من دول غربية، وتفوق نسبة الذكور الذين أجابوا بأن لديهم أصدقاء من دول غربية نسبة الإناث، كما تفوق نسبة الشباب من سكان عاصمة الولاية الذين أجابوا بأن لديهم أصدقاء من دول غربية نسبة الذين يسكنون خارج عاصمة الولاية، وذهبت نسبة كبيرة منهم إلى تبرير الأسباب التي تدفعهم إلى هذه الصداقات بـ "التعريف بالثقافة الجزائرية والدين الإسلامي"، ثم "الرغبة في التعرف على ثقافات أخرى"، تليها "تحسين لغاتهم الأجنبية".

24- نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لا توفر لهم واقعا بديلا أفضل من الذي يعيشونه، وتفوق نسبة الإناث الذكور، وعلى الرغم من ذلك تبقى النسبة التي أجابت بأن هذه المواقع وفرت لها واقعا بديلا مرتفعة، وبررت ذلك بأنها وفرت لهم "الحرية"، ثم "قدرة القائمين على هذه المواقع على فهم نمط التفكير البشري"، و"كثرة الخدمات التي تقدمها هذه المواقع"، وأخيرا "الرواج الكبير الذي تلقاه من طرف الشباب".

25- يرى أغلبية أفراد العينة أن مواقع الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية، أما الذين أجابوا بـ "نعم" فقد أجاب أغليبتهم بأن تلك العلاقات تحولت في الغالب إلى علاقات صداقة، بينما نسبة ضئيلة جدا هي التي تحولت إلى مشاريع زواج وشملت الذكور دون الإناث.

26- ذهبت نسبة كبيرة من أفراد العينة إلى أن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لم يؤثر على الوقت الذي يقضونه مع أفراد الأسرة.

27- ترى أغلبية أفراد العينة أن مواقع الشبكات الاجتماعية لم ترسخ لديهم الاعتقاد أن الثقافة الغربية والأمريكية أحسن من الجزائرية، وعلى الرغم من ذلك فإن ما يفوق الربع قد أجابوا بـ "نعم"، وهو ما يكشف عن بروز اتجاهات عولمية لدى الشباب، وهذا ما يمكن ملاحظته من خلال سلوكيات وتصرفات الشباب

وطريقة الحديث واللباس... إلى غير ذلك، كما أن ما يفوق النصف من الذين أجابوا بأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية رسخ لديهم الاعتقاد بأن الثقافة الغربية والأمريكية أحسن من الجزائرية أصبحوا يفكرون في الهجرة إلى بلاد أخرى، وهو مؤشر آخر يدل على التأثير الكبير لقيم العولمة الثقافية على سلوك الشباب الجامعي.

28- يتجسد انتشار قيم العولمة الثقافية الغربية في تفضيل أغلبية أفراد العينة من بين المظاهر الثقافية الغربية "الماديات" المتمثلة في (السيارات، المنازل...)، ثم "السلوكات والتصرفات"، تليها "الأغاني"، ثم "الأكل"، ثم اللباس وأخيرا المشروبات.

29- يفضل أغلبية أفراد العينة تحميل "الملفات السمعية البصرية" أكثر من "الملفات النصية" وهو ما يجسد التأثير الكبير لثقافة العولمة التي يعد من أهم خصائصها التركيز على ثقافة الصورة، ولكن يلاحظ أن هناك اختلاف بين الإناث والذكور، حيث يفضل أغلبية الذكور تحميل "الملفات السمعية البصرية"، في حين تفضل النسبة الأكبر من الإناث تحميل "الملفات النصية"، ويمكن تفسير هذا الاختلاف بين الجنسين بكون الذكور أكثر رغبة في الإثارة والحركة وعلى العموم هم أقل اهتماما بالدراسة، كما أنهم أقل رغبة في المطالعة عكس الإناث اللواتي نجدهن أكثر رغبة في الدراسة، أما عن نوع "الملفات السمعية البصرية" التي يفضلها أفراد العينة فجاءت "الملفات الفكاهية" في المرتبة الأولى، ثم "الرومانسية"، ثم "الملفات التي تحمل الخروج عن المألوف"، ثم "الملفات الجنسية"، ثم "الملفات التي تحمل عنف وحركة".

30- إن عدم اكتفاء نسبة كبيرة من أفراد العينة بالإطلاع على مقاطع الفيديو على الشبكات الاجتماعية، وقيامهم بتحميلها إما على جهاز كمبيوتر كما أجاب الأغلبية، أو على الهاتف الخاص أو أي جهاز تحميل آخر، للدليل على التأثير الكبير لهذه الملفات على هؤلاء الشباب.

31- أجاب عدد كبير من أفراد العينة بأنهم لا يتزعجون إذا اطلع عليها أحد أفراد الأسرة أما الذين أجابوا بأنهم يتزعجون فقد برر الأغلبية ذلك بأنه "أمر خاص" ولا يحق للآخرين الإطلاع عليه، بينما ذهبت فئة أخرى إلى تبرير ذلك بأنهم "يتخرجون من محتوى الملفات".

32- يرى أغلبية أفراد العينة أن ملفات الفيديو على مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيما سلبية تضر بثقافة المجتمع الجزائري، ولعل السبب في ذلك ما تتضمنه بعض مقاطع الفيديو التي تحمل على هذه الشبكات، مثل المقاطع الفيلمية التي تروج للجنس، أو عمليات اغتصاب، أو عنف.. ومن هنا يمكن اعتبارها أحد أهم أدوات العولمة الثقافية، وعلى الرغم من كل هذه السلبيات فقد أجاب الأغلبية منهم أنهم لا ينوون التخلي عن استخدام هذه المواقع مستقبلا.

التوصيات:

- 1- تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية أحد أهم الظواهر التي تحظى باهتمام جماهير واسعة من الشباب الجزائري، ومن هنا وجب إلقاء الضوء على هذه الظاهرة وذلك من خلال تناولها في أبحاث ودراسات أكاديمية متعمقة من أجل الوصول إلى نتائج تعطي تصورا واضحا عن الأسباب الحقيقية لإقبال الشباب لا سيما الجامعي على هذه المواقع، وعادات هذا الإقبال والاشباع المحققة منه.
- 2- استغلال نتائج هذه الدراسات في فهم نمط تفكير الشباب الجزائري وحاجاته، من أجل الوصول إلى وضع الخطط والاستراتيجيات المناسبة لتوجيه استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية نحو الاستخدام الإيجابي الذي من شأنه أن يطور من مهارات وكفاءات الشباب الجامعي الجزائري.
- 3- استغلال هذه الشبكات بإمكانياتها التقنية العالية وخدماتها التفاعلية في تطوير الإمكانيات العلمية للشباب الجامعي من خلال استخدامها في نشر الأبحاث العلمية وتبادلها بأقل جهد وتكلفة.
- 4- توعية الشباب بصفة عامة، والجامعي بصفة خاصة بالاستفادة من إيجابيات هذه المواقع وتجنب المخاطر التي قد تنجم عن بعض الاستخدامات السلبية لها وذلك على كافة المستويات الصحية والأخلاقية وحتى على أدائهم العلمي.
- 5- توعية الشباب بعدم الإسراف في عرض خصوصياتهم وكل ما يتعلق بتفاصيل حياتهم على هذه المواقع، وتجنب وضع الصور الشخصية، حتى لا يساء استخدامها، وكذا عدم التواصل مع أي شخص صدرت عنه تعليقات غير لائقة، وتجنب قبول أي دعوات من أشخاص مجهولين.
- 6- إن المبدأ الذي تقوم عليه مواقع الشبكات الاجتماعية عموما ليس بالمعقد، وإنما تقوم على أفكار بسيطة، ومن هنا وجب التفكير في خلق وإنشاء نماذج لشبكات اجتماعية ذات ثقافة عربية إسلامية، تحاكي المواقع العالمية الموجودة تقنيا، وفي نفس الوقت تحترم قيم المجتمع الجزائري والعربي عموما.

لقد شكل ظهور التطبيقات الحديثة للإنترنت طفرة حقيقية وتطورا غير مسبوق عمق من أهمية الإنترنت وجعلها تحظى بالأولوية والريادة من بين وسائل الاتصال الأخرى، كما أضفى عليها بعدا اجتماعيا من خلال منح المستخدمين مجالا أكبر لإبداء آرائهم والتفاعل فيما بينهم، بل وحتى منحهم الفرصة لإرسال المواد الاتصالية التي يرغبون في نشرها أو تبادلها مع غيرهم، وشكلت مواقع الشبكات الاجتماعية في هذا الإطار أحد أهم التطبيقات التي حظيت بشعبية كبيرة في أوساط الجماهير لاسيما فئة الشباب، وذلك لأنها تستجيب لحاجات ورغباته، وتتلاءم مع طموحاته من خلال ما توفره من خدمات بداية من الترفيه، توفير المعلومات والمعارف، وتقاسم الميولات والاهتمامات، وكذا التعارف وتكوين صداقات.

ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل غيرها من الوسائل والأدوات لها جوانب ايجابية وأخرى سلبية، وفي هذا الإطار تلعب نوعية استخدام هذه المواقع دورا أساسيا في الحكم على مدى سلبيتها أو ايجابيتها، لاسيما في ظل العولمة وإلغاء مختلف أشكال الحدود بين الدول، وهذا ما شكل تحديا كبيرا خاصة بالنسبة للدول العربية، فهي من جهة تلعب دورا كبيرا في تقريب المسافات وتسهيل عمليات انتقال المعلومات والمساهمة في ربط العلاقات الاجتماعية أو تعميق العلاقات الموجودة وتنمية الاهتمامات المشتركة، وهي في ذات الوقت تحمل مؤهلات وخصائص ترشحها لتكون أحد أهم أدوات العولمة حيث أن استخدام الشباب الجامعي الجزائري لهذه المواقع ساهم في بدور كبير في انتشار العديد من القيم الغربية لا سيما الأمريكية منها كنموذج للثقافة الراقية والمثالية لكل شاب في هذا العالم، وهو ما يظهر جليا من خلال تأثير عدد كبير منهم بمظاهر الثقافة الغربية من ماديات وسلوكات وطرق تفكير...، بالإضافة إلى الإقبال الكبير على الثقافة السمعية البصرية من خلال تحميل مختلف مقاطع الفيديو التي تنتشر بكثرة على هذه المواقع، وعلى الرغم من أن نسبة كبيرة من الشباب الجزائري أكدوا أن هذه المواقع لم تؤثر على اعتزازهم بثقافتهم، وبالتالي لا يمكن أن تشكل لهم بأي حال من الأحوال واقعا بديلا للواقع الذي يعيشونه، إلا أنهم في الوقت ذاته يقبلون عليها بكثافة كبيرة وهو ما يكشف عن نوع من الازدواجية لديهم.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب باللغة العربية:

- 1- أبو شنب (جمال محمد)، الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007.
- 2- أبو عيشة (فيصل)، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2010.
- 3- إسماعيل (قباري محمد)، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، المعارف: الإسكندرية، 1984.
- 4- أقبيق (طريف)، الإنترنت المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء، دار الإيمان: دمشق، 1996.
- 5- البرغثي (محمد حسن)، الثقافة العربية والعولمة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر: بيروت، 2007.
- 6- الجلاد (ماجد زكي)، تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، 2007.
- 7- الحديثي (مؤيد عبد الجبار)، العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع: عمان، 2002.
- 8- الخوري (هاني شحادة)، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، مركز الرضا للكمبيوتر: دمشق، 1998.
- 9- الخولي (أسامة) وآخرون، العرب وثورة المعلومات، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005.
- 10- الدناني (عبد المالك ردمان)، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2003.
- 11- الرزو (حسن مظفر)، الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2001.
- 12- الساعاتي (سامية)، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2003.
- 13- السالمي (علاء عبد الرزاق)، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج: عمان، 2000.
- 14- العباجي (عمر موفق بشير)، الإدمان والانترنت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع: عمان، 2007.
- 15- العبد الله (مي)، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية: بيروت، 2006.
- 16- اللبان (شريف درويش)، تكنولوجيا الاتصال-المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية-، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2000.
- 17- المحنة (فلاح كاظم)، العولمة والجدل الدائر حولها، الورق للنشر والتوزيع: عمان، 2002.
- 18- المصري (أحمد محمد)، العلاقات العامة، مؤسسة شباب مصر: مصر، 2000.
- 19- أمين (رضا عبد الواحد)، الإعلام والعولمة، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2007.

- 20- بن مرسلبي (احمد)، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005.
- 21- بوادي (حسنين المحمدي)، **إرهاب الإنترنت**، دار الفكر الجامعي: الإسكندرية، 2008.
- 22- بوحوش (عمار)، **الذنيبات (محمد محمود)**، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2009.
- 23- بوزفور (منصور)، **العولمة والنظم الحارسة (التضليل الإعلامي وثقافة الميديا)**، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية: الجزائر، 2004.
- 24- بيومي (عبد الفتاح)، **الأحداث والإنترنت**، دار الفكر الجامعي: الإسكندرية، 2002.
- 25- ترابان (ماجد سالم)، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"**، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2008.
- 26- تومي (عبد القادر)، **العولمة (فلسفتها، مظاهرها، تأثيراتها)**، كنوز الحكمة: الجزائر، 2009.
- 27- حارب (سعيد)، **الثقافة والعولمة**، دار الكتاب الجامعي: الإمارات، 2000.
- 28- حجازي (عزت)، **الشباب العربي ومشكلاته**، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1985.
- 29- حسنين (جمال مجدي)، **سوسيولوجيا المجتمع**، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007.
- 30- حسين (سمير محمد)، **بحوث الإعلام**، عالم الكتب: القاهرة، 2006.
- 31- حمادة (بسيوني إبراهيم)، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، عالم الكتب: القاهرة، 2008.
- 32- حمود (عبد الحلیم)، **الإنترنت - إعلام ضد الإعلام-**، دار الهدى: بيروت، 2008.
- 33- خليفة (عبد اللطيف)، **ارتقاء القيم**، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1992.
- 34- دليو (فضيل)، **العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة**، مخبر علم اجتماع الاتصال (جامعة منتوري): قسنطينة، 2002.
- 35- رحومة (محمد علي)، **الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية**، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005.

- 36- رشوان (حسين عبد الحميد أحمد)، العلمانية والعمولة-من منظور علم الاجتماع-، مركز الإسكندرية للكتاب: الإسكندرية، 2007.
- 37- _____، الثقافة...-دراسة في علم الاجتماع الثقافي-، مؤسسة شباب الجامعة: الإسكندرية، 2006.
- 38- زقروق (عمود حمدي)، مقدمة في علم الأخلاق، ط3، دار القلم: الكويت، 1983.
- 39- سعادة (جودت احمد)، السرطاوي (عادل فايز)، استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2007.
- 40- سليم (جيهان)، الثقافة العربية-أسئلة التطور والمستقبل-، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2003.
- 41- شطاح (محمد)، قضايا الإعلام في زمن العمولة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع: عين مليلة، 2006.
- 42- شكري (فايزة أنور)، القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2008.
- 43- شمو (علي محمد)، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة (الانترنت، القمر الصوتي الرقمي، الملتيميديا)، مطبعة ومكتبة الإشعاع: الإسكندرية، 2008.
- 44- صابر (فاطمة عوض)، خفاجة (ميرفت علي)، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية، 2002.
- 45- صادق (عباس مصطفى)، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2008.
- 46- عبد الحميد (محمد)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2004.
- 47- _____، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب: القاهرة، 2004.
- 48- _____، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب: القاهرة، 2007.
- 49- عبد الرحمن (الفيصل)، العرب وتكنولوجيا الاتصال: تحدي الثورة المعلوماتية، دار النهضة العربية: القاهرة، 2001.
- 50- عبد الرحمن (عواطف)، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1984.
- 51- عزي (عبد الرحمن)، بومعيزة (السعيد)، الإعلام والمجتمع، الورسم للنشر والتوزيع: الجزائر، 2010.

- 52- علي (نبيل)، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 2001.
- 53- عماد (عبد الغني)، سوسيولوجيا الثقافة-المفاهيم والإشكاليات.. من الحداثة إلى العولمة-، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.س.ن.
- 54- عيساني (رحيمة الطيب)، العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية، عالم الكتب الحديث: اربد (الأردن)، 2010.
- 55- فهمي (محمد سيد)، العولمة والشباب _من منظور اجتماعي_، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر: الإسكندرية، 2007.
- 56- قنديلجي (عامر إبراهيم)، السامرائي (إيمان فاضل)، شبكات المعلومات والاتصالات، دار المسيرة: عمان، 2009.
- 57- كشك (منى)، القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع: القاهرة، 2006.
- 58- لعقاب (محمد)، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة: الجزائر، 2007.
- 59- مكاوي (حسن عماد)، السيد (ليلى حسن)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2003.
- 60- منصور (محمد ممدوح)، العولمة دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد، دار المعرفة الجامعية للنشر: الإسكندرية، 2000.
- 61- مهنا (فريال)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر: دمشق، 2006.
- 62- مجموعة من الباحثين، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، (كتاب خاص بأبحاث المؤتمر الدولي جامعة البحرين) منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009.
- 63- مجموعة من الباحثين، وسائل الإعلام والمجتمع، (كتاب خاص بالمؤتمر العلمي الأول وسائل الإعلام والمجتمع جامعة محمد خيضر بسكرة)، دار الخلدونية: الجزائر، 2010.
- 64- مجموعة من الباحثين، المعرفة وصناعة المستقبل، كتاب العربي، العدد 61، وزارة الإعلام الكويتية: الكويت، 2005.
- 65- مجموعة من الباحثين، مستقبل الثورة الرقمية العرب والتحدي القادم، كتاب العربي، العدد 55، وزارة الإعلام الكويتية: الكويت، 2004.

66- مجموعة من الباحثين، الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، تأليف مجموعة من الباحثين، كتاب العربي، العدد 81، وزارة الإعلام الكويتية: الكويت، 2010.

الكتب المترجمة:

1- بن نبي (مالك)، ميلاد مجتمع شبكة العلاقات الاجتماعية، (ترجمة: عبد الصبور شاهين)، ط3، دار الفكر: الجزائر، 1986.

2- أنجرس (موريس)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات عملية-، (ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون)، ط2، دار القصة للنشر: الجزائر، 2006.

3- جيتس (بيل)، المعلوماتية بعد الانترنت، (ترجمة: عبد السلام رضوان)، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1998.

4- ديفلير (ملفين)، روكيتش (ساندرا بول)، نظريات وسائل الإعلام، (ترجمة: كمال عبد الرؤوف)، الدار الدولية للنشر والتوزيع: القاهرة، 1993.

5- روبن (برنت)، الاتصال والسلوك الإنساني، (ترجمة: نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم)، معهد الإدارة العامة: المملكة العربية السعودية، 1991.

6- كريستال (ديفيد)، اللغة والإنترنت، (ترجمة: احمد شفيق الخطيب)، المجلس الأعلى للثقافة: القاهرة، 2005.

7- ماتلار (أرمان)، ماتلار (ميشال)، تاريخ نظريات الاتصال، (ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رابح)، ط3، المنظمة العربية للترجمة: بيروت، 2005.

المعجم والقواميس:

1- حجاب (محمد منير)، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2004.

رسائل جامعية:

1- التيجاني (ثرية)، دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علم الاجتماع: جامعة الجزائر، 2006/2007.

- 2- السقاف (يوسف محمد عبد الرحمان)، القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 2010/2009، متاح على الموقع: www.4shared.com/getgJYyasLE.2010/2009، 2011/01/27، 13: 55.
- 3- الشنقيطي (الطيب أحمد عبد الصمد)، الأساليب التنموية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 2007، متاح على الموقع: www.4shared.com/getgJYyasLE.2007، 2011/01/27، 17: 35.
- 4- بانبيله (حسين عبد الله حسين)، بعض القيم والأساليب التربوية المستنبطة من خطب المصطفى صلى الله عليه وسلم، مذكرة ماجستير (غير منشورة) قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 1988/1987. متاح على الموقع: www.4shared.com/getstbEbq16، 2011/01/27، 15: 40.
- 5- بعزیز (إبراهيم)، منتديات المحادثة والردشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 6- بورحلة (سليمان)، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 7- بوعلي (نصير)، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2003/2002.
- 8- بومعيزة (السعيد)، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2006/2005.
- 9- فندوشي (ربيعة)، الإعلان عبر الإنترنت، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2005/2004.
- 10- قيدوم (حسيبة)، الانترنت واستعمالها في الجزائر -دراسة في العادات والأنماط والاشباع-، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2002/2001.

- 11- سمحة (عمر مصطفى محمد)، العولمة الثقافية والثقافة السياسية العربية: برامج الإصلاح الديمقراطي والثقافة السياسية التشاركية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التخطيط والتنمية السياسية: جامعة النجاح الوطنية (فلسطين)، 2005.
- 12- لعرج (سمير)، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2007/2006.
- 13- لعقاب (محمد)، مجتمع الإعلام والمعلومات، (دراسة استكشافية للانترناتيين الجزائريين)، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2001/2000.
- 14- لونيس (باديس)، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة قسنطينة، 2008/2007.
- 15- هارون (مليكة)، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2004.

مقالات ودراسات:

- 1- الحمامي (الصادق)، "عالمهن المنكشف" المدونات العربية النسائية، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، 2010/12/11، 56: 14.
- 2- الزرن (جمال)، المدونات الإلكترونية و"سلطة التدوين"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، 2010/12/11، 11: 14.
- 3- العيفة (جمال)، الإعلام الجديد تساؤلات عن المصادقية والفعالية، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات: سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.
- 4- بعزیز (إبراهيم)، الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من طرف الأفراد: الآثار والإنعكاسات، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.
- 5- بودهان (يامين)، المواقع التواصلية لشبكة الإنترنت - نحو ميلاد بيئة اتصالية افتراضية جديدة-، ورقة مشاركة في الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.

6- بونيف (محمد الأمين)، بوعزيز (بوبكر)، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الأسرة الجزائرية، ورقة مشاركة في الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.

7- بوعزة (عامر)، زمن الفايبر، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2011/12/15، 06:30).

8- السنوسي (ثريا)، الاتصال التفاعلي والشباب في تونس، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الدولي حول "الشباب والاتصال والميديا"، معهد الصحافة وعلوم الأخبار: تونس، أبريل 2010، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net/index.php، 2010/12/11، 13:21.

9- سطوطاح (سميرة)، تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الأسرية دراسة ميدانية بمدينة - عنابة-، ورقة مشاركة ضمن الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات، سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.

10- فورار (محمد الأمين)، موقع "فايسوك" "Facebook" والشباب العربي، الاستخدامات، والإشاعات، دراسة تم إعدادها في إطار الملتقى الدولي حول "الشباب والاتصال والميديا"، معهد الصحافة وعلوم الأخبار: تونس، أبريل 2010.

المجلات والجرائد:

1- الخبر اليومي، العدد 6327، 2011/04/16.

2- الخبر الأسبوعي، العدد 594، من 14 إلى 20 جويلية 2010.

3- الأحداث، العدد 2619، 19 ديسمبر، 2010.

4- مجلة العربي، العدد 573، أغسطس 2007.

5- مجلة الخليج، العدد 76، جانفي 2009.

مواقع الإنترنت:

1- القرني (علي بن شويل)، الإعلام الاجتماعي.. هل يسقط الإعلام التقليدي؟ 700 مليون مستخدم

في شبكات التعارف الدولية، متاح على الموقع: www.al-jazirah.com.sa/2009jaz/feb/7/ar4.htm

2011/03/06، 17:25.

- 2- الهواوي (سعود)، الفيس بوك يتجاوز ياهو ويصبح ثالث أكثر المواقع زيارة في العالم، متاح على الموقع: www.tech-wd.com/wd/2010/12/28/facebook-yahoo-comscore، 2011/03/17، 10:11.
- 3- بكار (عمار)، كيف سيكون حال «الإعلام الاجتماعي» في 2011؟، متاح على الموقع: www.tech-k.com/2010/12/27، 2011/04/05، 14:13.
- 4- خليفة (محمود عبد الستار)، الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0، متاح على الموقع: www.journal.cybrarians.info/index.php?، 2011/02/22، 11:16.
- 5- خليفة (هبة محمد)، سالم (قاعة شوقي)، متاح على الموقع: www.alyaseer.net/vb/showthread.php?، 2011/03/09، 17:30.
- 6- عبدالله (أيمن)، تقرير: فيس بوك تتصدر خرائط الشعبية للشبكات الاجتماعية حول العالم، متاح على الموقع: www.swalif.net، 2011/03/16، 15:35.
- 7- عبده (براهيم إسماعيل)، العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت - دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة-، 2009، متاح على الموقع: www.asbar.com/ar/contents.aspx، 2011/04/11، 10:54.
- 8- عراي (عماد)، ماذا تعرف عن Web 2.0، متاح على الموقع: www.infomag.news.sy، 06/03/2011، 17:42.
- 9- مجاهد (أماني جمال)، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، ص 08، متاح على الموقع: informationstudies.net/images/pdf/86.pdf، 2010/04/05، 11:13.
- 10- موسى (عماد)، قِيم العولمة في الأدب الطفلي في فلسطين، متاح على الموقع: www.almolltaqa.com/vb/showthread.php، 2011، 21:13/03/29.
- 11- موقع جريدة العرب، 2011/03/03، متاح على الموقع: www.Alarabonline.orgpreviouspagesAlarab%20Daily، 2011/07/16، 11:15.
- 12- اليكسا، www.alexa.com، 2011/04/03، 12:48.
- 13- عصر الشبكات الاجتماعية، www.aljazeera.net/nr/exeres، 2011، 11/03/15، 23.
- 14- منتدى أخبار الإنترنت، www.startimes.com، (2011/01/12)، 07:15.
- 15- ويكيبيديا، www.wikipedia.org، 2011/03/07، 17:52.
- 16- www.kenanaonline.com، 2011/01/11، 14:00.
- 17- www.nuqudy.com، 2011/03/15، 15:10.

-Bibliographie en langue étrangère

- Livres

- 1- Andarajan (Murugan), Andarajan (Asokan), **E-research collaboration theory-technique and challenges**, springer: New york, 2010.
- 2- Bondu (Jérôme), Garnier (Alain), **L'impact Des Réseaux Sociaux, Inter-Ligere, Jamespot** : Montreuil, 2009.
- 3- Breton (Philippe), **le culte de l'Internet, une menace pour le lien social?**, la découverte: paris, 2000.
- 4- Comm (joel), **twitter power 2.0**, John Wiley & Sons: New Jersey, 2010.
- 5- Ebersbach (Anja) and others, **Wiki Web Collaboration**, Springer : Germany, 2006.
- 6- Gunter (Sherry Kinkoph), **Teach Yourself Facebook®**, Sams: United States of America, 2010.
- 7- Kelse (Todd), **Social Networking Spaces_ From Facebook to Twitter and Everything In Between_**, apres: New York, 2010.
- 8- KirkPatrick (David), **the face bookeffect**, Simon & Schuster: New York, 2010.
- 9- Lister (Martin) and others, **New Media: a critical introduction**, 2rd eddition, Routledge: new york, 2009.
- 10- Lytras (Miltiadis D), Ordóñez de Pablos (Patricia), **Social Web Evolution: Integrating Semantic Applications and Web 2.0 Technologies**, Information science reference: New York, 2009.
- 11- Mooney Carla, **Online Social Networking**, Gale: New york, 2009.
- 12- Murugesan (San), **Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications**, InformatIon science reference: New York, 2010 .
- 13- Zaphiris (Panayiotis), Siang Ang Chee, **Social Computing and Virtual Communities**, Taylor & Francis Group: New york, 2010.

Dictionnaire

- 1- Danesi (Marcel), **dictionary of media and communications**, M.E.sharpe: new york, 2009.

Etudes et memoires

- 1- CANN (Yves-Marie), **Observatoire des réseaux sociaux**, Site: www.ifop.commediapoll1032-1_study_file.pdf.09/12/2010, 12 :20.

Collée (Laurent), **Sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, Master en gestion de la sécurité des systèmes d'information: Faculté de Droit, d'Economie et de Finance: université du Luxembourg, 2009. Site : www.cases.public.lu/fr/public.lu/fr/publication, 30/11/2010, 17:02.

- 2- Teixeira (Manuela), **L'émergence de réseaux sociaux sur le Web comme nouveaux outils de marketing**, Département de communication Faculté des arts: Université d'Ottawa,

2009, Site: www.michelleblanc.com/images/reseaux-sociaux-marketing.pdf, 30/11/2010, 17:38.

3- Torloting (Philippe), **enjeux et perspectives des reseaux sociaux**, 2009, p 08. Site: www.phive-online.com, 07/12/2010, 12: 24.

4- Les internautes, **les réseaux sociaux, leurs usages**, Etude réalisée du 02 au 14 octobre 2007 sur un échantillon de 292 internautes. Site: pblog.moovement.com/wp-content/uploads/2007/10/etude-reseauxsociaux.pdf, 09/12/2010, 09:18.

Articles

1- Boyd (Danah), Elisson (Nicole .B), **social network sites: definition, history, and sholarship, journal of computer-Mediated communication**, issue 13, 2008, Site: www.onlinelibrary.wiley.com/doi, 09/12/2010, 14:54.

Raport

1- clavette (Larry) and others, **new media and the air force**, Site: www.af.mil/shared/media/document/AFD-090406-036.pdf, 24/02/2010,20:16.

Sites internet

1- **Top Twenty Five Social Networking Sites–Feb 2009**, Site: social-media-optimization.com/2009/02/top-twenty-five-social-networking-sites-feb-2009/, 05/09/2011, 09:52.

الملاحق

ملحق رقم 01: استمارة الدراسة الميدانية

ملحق رقم 02: قائمة لأشهر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

ملحق رقم 03: أكثر مواقع الإنترنت زيارة في العالم حسب موقع اليكسا

ملحق رقم 04: أكثر مواقع الإنترنت زيارة في الجزائر حسب موقع اليكسا

ملحق رقم 05: مقارنة بين تطور عدد زوار "فايسبوك" و"ياهو"

ملحق رقم 06: مقارنة بين تطور عدد زوار "فايسبوك"، "ماي سبيس" و"تويتر"

ملحق رقم 07: خريطة انتشار الشبكات الاجتماعية في العالم

ملحق رقم 08: نماذج عن واجهات شبكات اجتماعية على الإنترنت

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

استمارة الاستبيان بعنوان:

استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم

العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي

دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر
-بسكرة-

إشراف الدكتور
جمال العيفة

إعداد الطالبة:
الخامسة رمضان

أخي(تي) الطالب (ة):

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني، حول موضوع: استخدام الشبكات الاجتماعية وعلاقته بانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، ومن هنا نطلب منك التفضل بالإجابة على أسئلة الاستمارة مع العلم أن هذه المعلومات ستستغل في الجانب العلمي، كما انه لا يطلب ذكر الاسم.

ملاحظة: ضع علامة (X) داخل مربع الإجابة الصحيحة

السنة الجامعية: 2010-2011

-بيانات شخصية:

-الجنس:

-ذكر

-أنثى

-الإقامة:

-في عاصمة الولاية

-خارج عاصمة الولاية

1-عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

1-هل تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية (فايس بوك "Facebook"، تويتر "Twitter"، يوتيوب

"Youtube"، ماي سبيس "MySpace"...)؟

-دائما

-أحيانا

-نادرا

2-منذ متى وأنت تستخدم هذه المواقع؟

-منذ سنة

-منذ سنتين

-منذ ثلاث سنوات

-أكثر من ثلاث سنوات

3-ما هي مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها؟ (يمكن التشطيب على أكثر من موقع واحد)

-فايسبوك Facebook

-يوتيوب Youtube

-سكايب Skype

-مسنجر Messenger

-ماي سبيس MySpace

-تويتر Twitter

-آخر

أذكره.....

4- ما هو السبب الرئيسي الذي يدفعك لاستخدام هذه المواقع؟

- الدردشة
- تحميل ملفات
- إنشاء مجموعات اجتماعية
- التطفل على الآخرين
- آخر

أذكره.....

5- ما عدد الأيام التي تستخدم فيها مواقع الشبكات الاجتماعية؟

- يوميا
- ستة أيام في الأسبوع
- خمسة أيام
- أربعة أيام
- ثلاثة أيام
- يومان
- يوم واحد

6- ما هي الفترات التي تستخدم فيها مواقع الشبكات الاجتماعية؟

- صباحا
- بعد الظهر
- مساء
- في السهرة
- بعد منتصف الليل

7- ما عدد الساعات التي تخصصها لمواقع الشبكات الاجتماعية في اليوم؟

- أقل من ساعة
- ساعة واحدة
- ساعتان
- أكثر من ساعتين

8- من أي مكان تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية؟

- من البيت
- من مقاهي الانترنت

- من الجامعة
- أماكن أخرى

اذكرها.....

- 9- هل تتصفح هذه المواقع عادة؟
- بمفردك
- مع الأصدقاء
- مع العائلة

2- الاشياء المحققة من الشبكات الاجتماعية على الإنترنت:

10- ما هي دوافع استخدامك للشبكات الاجتماعية؟

- الترفيه
- الحصول على معلومات ومعارف
- التعرف وتكوين صداقات
- التواصل مع الأصدقاء القدامى
- ربط علاقات مع الجنس الآخر
- التخلص من الشعور بالوحدة
- تقاسم الميولات والاهتمامات
- الشهرة الافتراضية
- أخرى

اذكرها.....

11- هل تظن أن الشبكات الاجتماعية تحقق لك؟

- التخلص من القلق والضغط
- الهروب من الواقع
- إبداء آرائك بحرية
- إشباع حاجتك للمعلومات
- المشاركة في مناقشة قضايا راهنة
- آخر

اذكره.....

12- ما هي الصفحات "page fan" المفضلة لديك؟

- الخاصة بالأزياء والموضة
- الخاصة بالأعمال السينمائية
- الخاصة بالرياضة
- الخاصة بالثقافة الجنسية
- الخاصة بالثقافة المحلية (الجزائرية)

لماذا؟.....

13- نشاطك على الشبكات الاجتماعية غالبا ما يتمثل في:

- الاطلاع على ما ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية فقط
- الاطلاع على ما ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية والتعليق عليها
- أنت عضو نشط تساهم في النشر (مدونات، مقالات، فيديو....)
- تقوم بإنشاء مجموعات اجتماعية
- تنضم لإحدى حملات التوعية التي تنظمها مجموعات معينة

14- في حال وقعت ظروف طارئة منعتك من الإبحار على مواقع الشبكات الاجتماعية، هل تحس؟

- بفراغ وقلق
- الملل
- بالاكئاب
- لا تحس بشيء

15- هل تظن أن استخدام الشبكات الاجتماعية، أثر على استخدامك لوسائل الإعلام التقليدية(الصحافة

الإذاعة والتلفزيون...)، بحيث:

- أصبحت تتابع وسائل الإعلام الأخرى بدرجة أقل
- أصبحت تتابع وسائل الإعلام الأخرى بدرجة أكبر
- أصبحت لا تتابع وسائل الإعلام الأخرى
- لم يؤثر تماما

3-العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية

16- هل تظن أن مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيم الغريبة؟

- نعم
- لا

17- ما هي في رأيك أهم القيم الايجابية التي تروج لها الشبكات الاجتماعية؟

- الحرية
- المشاركة والتعاون
- التفاعلية
- المساواة

18- وما هي القيم السلبية التي تروج لها هذه الشبكات؟

- العنف
- الجنس
- الخروج عن الدين
- آخر

اذكره.....

19- أي الموضوعات التي تثير اهتمامك على الشبكات الاجتماعية؟

- سياسية
- اقتصادية
- ثقافية
- رياضية
- اجتماعية

20- هل سبق وأن تعرفت على أصدقاء من دول غريبة عن طريق الشبكات الاجتماعية؟

- نعم
- لا

- إذا كانت الإجابة ب"نعم"، ما هو السبب الرئيسي الذي يدفعك لربط مثل هذه العلاقات؟

- تحسين لغاتك الأجنبية
- الرغبة في التعرف على ثقافات أخرى
- التعرف بثقافتك الجزائرية ودينك الإسلامي
- إعجابك الكبير بالغرب ورغبتك في الاحتكاك بهم
- البحث عن زوج (ة)
- آخر

اذكره.....

21- هل تظن أن مثل هذه المواقع وفرت لك واقعا بديلا، أفضل من الواقع الذي تعيشه؟

- نعم

- لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، لماذا؟

- الحرية المتاحة على هذه المواقع، والتي تفتقدها في الواقع
- قدرة القائمين على هذه المواقع، على فهم نمط التفكير البشري
- كثرة الخدمات والتطبيقات التي يتيحها الموقع
- الرواج الكبير الذي تلقاه من طرف الشباب بصفة خاصة

4- مظاهر التأثير على سلوك الشباب الجزائري:

22- هل تظن أن مواقع الشبكات الاجتماعية ناجحة في ربط علاقات صداقة حقيقية وقوية؟

- نعم

- لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، هل سبق وأن تطورت علاقتك مع أحد تعرفت عليه على مواقع الشبكات

الاجتماعية، بحيث تحولت إلى:

- صداقة حقيقية
- مشروع زواج
- آخر

اذكره.....

23- العلاقات التي تتكون عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية هي:

- أقوى من العلاقات الواقعية
- ليس هناك فرق بين العلاقات الواقعية أو على الشبكات الاجتماعية
- العلاقات على مواقع الشبكات لا تتسم بالجدية

24- هل تظن أن الوقت الذي تقضيه، في مواقع الشبكات الاجتماعية، أطول من الوقت الذي تقضيه مع أفراد

أسرتك؟

- نعم

- لا

- إذا كانت الإجابة بنعم، لماذا؟

- لأنها وفرت لك جوا من التواصل
- لأنها وفرت لك جوا من الحرية

- لأنها وفرت لك الخصوصية

- آخر

اذكره.....

25- هل تظن أن استخدام الشبكات الاجتماعية، جعلك تظن أن الثقافة الغربية عموماً والأمريكية خصوصاً أحسن من الجزائرية؟

- نعم

- لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، هل أصبحت تفكر في الهجرة إلى الضفة الأخرى؟

- نعم

- لا

26- فيم تتمثل أهم المظاهر الثقافية الغربية التي تعجبك:

- لباسهم

- أكلهم (هومبرغر، بيزا، ...)

- المشروبات الغازية (كوكاكولا، بيبسي، ...)

- أغانيهم

- ماديات (سياراتهم، منازلهم...)

- سلوكياتهم، طريقة الحديث والأكل والتصرف عموم

27- ما نوع الملفات التي تفضل الاطلاع عليها أو تحميلها؟

- نصية

- سمعية بصرية "فيديو"

لماذا؟.....

28- في حال اطلاعك على الملفات السمعية البصرية (فيديو)، ماذا تفضل؟

- الخاصة بالعنف والحركة

- الرومانسية

- الفكاهية

- الخاصة بالجنس

- الخاصة بالخروج عن المؤلف

- آخر

لماذا؟.....

29- بعد اطلاعك على الملفات المفضلة لديك، هل:

-تكتفي بالاطلاع

-تحميلها على جهاز الكمبيوتر

-تحميلها على هاتفك أو أي جهاز آخر

30- في حال قمت بتحميل ملفات معينة، هل تترجع إذا اطلع عليها احد إختوتك أو أفراد عائلتك؟

-نعم

-لا

-إذا كانت الإجابة ب "نعم"، لماذا؟

-لأنك تظن أنه أمر خاص

-تتخرج من محتوى هذه الملفات

-آخر

اذكره.....

31- هل ترى أن الملفات المتداولة على هذه الشبكات (فيديو) تحمل قيما سلبية تضر بثقافة المجتمع الجزائري؟

-نعم

-لا

32- مع السلبيات الموجودة في الشبكات الاجتماعية على الانترنت، هل تفكر الاستغناء عنها مستقبلا؟

-نعم

-لا

-لا أدري

-أية إضافات أخرى.....

.....

.....

قائمة عن أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

الشبكة	نوعها	طريقة التسجيل
ماي سبيس (MySpace)	عام فقد بعض من شعبيته في عامي 2007 و2008، ولكن بدأت تجربة طفيفة في النهضة في الآونة الأخيرة.	مفتوحة أمام الذين تتراوح أعمارهم 13 وما فوق.
فيس بوك (Facebook)	عامة	مفتوحة أمام الشعب
ويندوز لايف سبايسز (Windows Live Spaces)	المدونات	مفتوح
هابو (Habbo)	عامة للشباب... غرفة دردشة وملفات المستخدمين.	مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر.
فريندستر (Friendster)	عامة منتشر في جنوب شرق آسيا، لم يعد منتشرًا في العالم الغربي.	مفتوحة أمام الشعب من سن 16 وأكبر.
hi5	عامة ذات شعبية كبيرة في الهند، والبرتغال، ومنغوليا، وتايلاند، ورومانيا، وجامايكا، ووسط أفريقيا، وأمريكا اللاتينية. لا تحظى بشعبية كبيرة في الولايات المتحدة.	مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر. لا يسمح للأطفال
Tagged.com	عام	مفتوح
اوركت (Orkut)	عامة تملكها جوجل. ذو شعبية في البرازيل والهند.	مفتوحة أمام الشعب من سن 18 وأكبر
فليكستر (Flixster)	الأفلام السينمائية	مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر.
Reunion.com	جمع الأصدقاء والعائلة	مفتوح
Classmates.com	زملاء المدرسة، الكلية، العمل، والعسكرية	مفتوح للشعب من سن 18 وأكبر.

مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر.	عام ذو شعبية في أوروبا وتركيا والعالم العربي وكندا في مقاطعة كويبيك . كانت تعرف سابقا باسم Facebox و Redbox	نت لوج (Netlog)
مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر.	عامة	بيبو (Bebo)
مفتوحة أمام الشعب من سن 18 وأكبر.	عامة، ولكن هي متخصصة أساسا في الأعمال	لينكدين (LinkedIn)
مفتوح	عام له شعبية في روسيا والجمهوريات السوفياتية السابقة	Odnoklassniki
مفتوح	شبكة إباحية للكبار فقط	أدلت فريندفايندر (Adult FriendFinder)
مفتوح	شبكة اجتماعية روسية	V Kontakte
مفتوح	خدمات الشبكة الاجتماعية الموجه إلى العائلة	MyHeritage
مفتوح	المدونات	إكسنگا (Xanga)
مفتوح	موسيقى، فيديو، صور، مدونات	إيميم (imeem)
مفتوح	عام المدونات الصغيرة، آر إس إس، والتحديثات	تويتير (Twitter)
مفتوح	الشبكة الاجتماعية للعالم الناطق بالفرنسية	سكاي روك (Skyrock)
مفتوح مفتوحة أمام الذين تتراوح أعمارهم 13 وما فوق	موسيقى	(Last.fm)
بالدعوة فقط	اليابان	Mixi
مفتوح	أمريكيين من أصل أفريقي	بلاك بلانت (BlackPlanet)
مفتوح	تحويل الصور. ذو شعبية في أمريكا الجنوبية واسبانيا.	فوتولوج (Fotolog)

مفتوحة	مقرها في المملكة المتحدة، المدرسة، الكلية، والعمل، والرياضة، والشوارع	فريندز ريونيتد (Friends Reunited)
مفتوح	المدونات	لايف جورنال (live journal)
مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر.	بشكل عام ذو شعبية في أمريكا اللاتينية واسبانيا والبرتغال والمناطق الناطقة بالبرتغالية.	Sonico.com
مفتوح	القائم بالتسويق	Plaxo
مفتوح	موقع مهم في الصين	Xiaonei
مفتوح	الأسر، الأنساب	Geni.com
مفتوحة أمام الشعب من سن 18 وأكبر.	عامة، منتشرة في أوروبا	بادوو (Badoo)
مفتوح	زملاء وأصدقاء الدراسة، منتشرة في بولونيا	Nasza-klasa.pl
مفتوحة أمام الشعب من سن 18 وأكبر.	السفر وأسلوب الحياة	Wayn
مفتوح	الموسيقى وثقافة البوب	Buzznet
مفتوحة أمام الشعب من سن 13 وأكبر. لا يسمح للأطفال بمشاهدته.	علاقات في "العالم الحقيقي". ذات شعبية في آسيا، لا يحظى بشعبية كبيرة في العالم الغربي.	ملتيبلي (Multiply)

Source : Laurent Collée, Op.Cit, p p, 23-25.

-أكثر مواقع الإنترنت زيارة في العالم لسنة 2010 حسب موقع اليكسا

الموقع	الرتبة
Google (google.com)	1
Facebook (facebook.com)	2
YouT ube (youtube.com)	3
Yahoo (yahoo.com)	4
Baidu.com (baidu.com)	5
Blogger.com (blogspot.com)	6
Wikipedia (wikipedia.org)	7
Windows Live (live.com)	8
Twitter (twitter.com)	9
QQ.COM (qq.com)	10
MSN (msn.com)	11
Yahoo! Japan (yahoo.co.jp)	12
LinkedIn (linkedin.com)	13
Google India (google.co.in)	14
Amazon.com (amazon.com)	15

المصدر: اليكسا، مرجع سبق ذكره.

–أكثر مواقع الإنترنت زيارة في الجزائر لسنة 2010 حسب موقع اليكسا

الموقع	الرتبة
Facebook (facebook.com)	1
Google (google.com)	2
YouT ube (youtube.com)	3
Google France (google.fr)	4
Windows Live (live.com)	5
Yahoo (yahoo.com)	6
Echroukonline (echoroukonline.com)	7
El Khabar (elkhabar.com)	8
Startimes (startimes.com)	9
Blogger.com (blogspot.com)	10
Elheddaf (elheddaf.com)	11
Maktoob.com Inc. (maktoob.com)	12
MSN (msn.com)	13
Ennaharonline (ennaharonline.com)	14
Babylon (babylon.com)	15
Wikipedia (wikipedia.org)	16
Kooora (kooora.com)	17
Ouedkniss (ouedkniss.com)	18
google.dz (google.dz)	19
Conduit.com (conduit.com)	20
MediaFire (mediafire.com)	21
Djelfa "الجلفة للأخبار والمنتديات" (djelfa.info)	22
XNXX Galleries (xnxx.com)	23
4shared (4shared.com)	24
Microsoft Corporation (microsoft.com)	25

المصدر: اليكسا، مرجع سبق ذكره.

مقارنة بين تطور عدد زوار فايسبوك وياهو حسب موقع comescore نوفمبر 2010

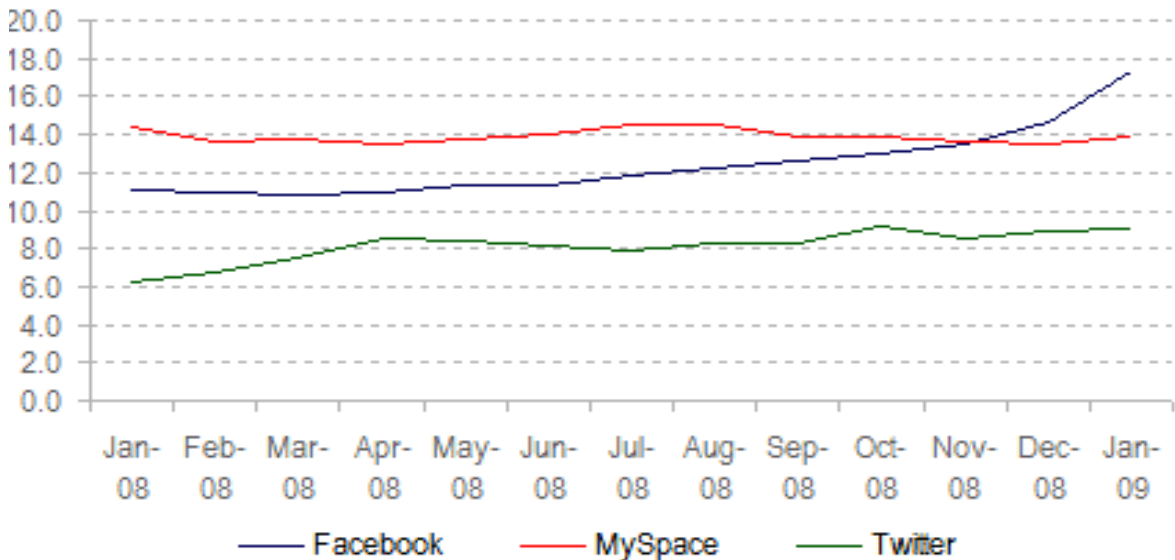


المصدر: سعود الهواوي، مرجع سبق ذكره.

مقارنة بين تطور عدد زوار "فايسبوك"، "ماي سبيس" و"تويتر حسب موقع "Compete"

Sessions per Monthly Unique Visitor

(Aug '07 - Jan '09)



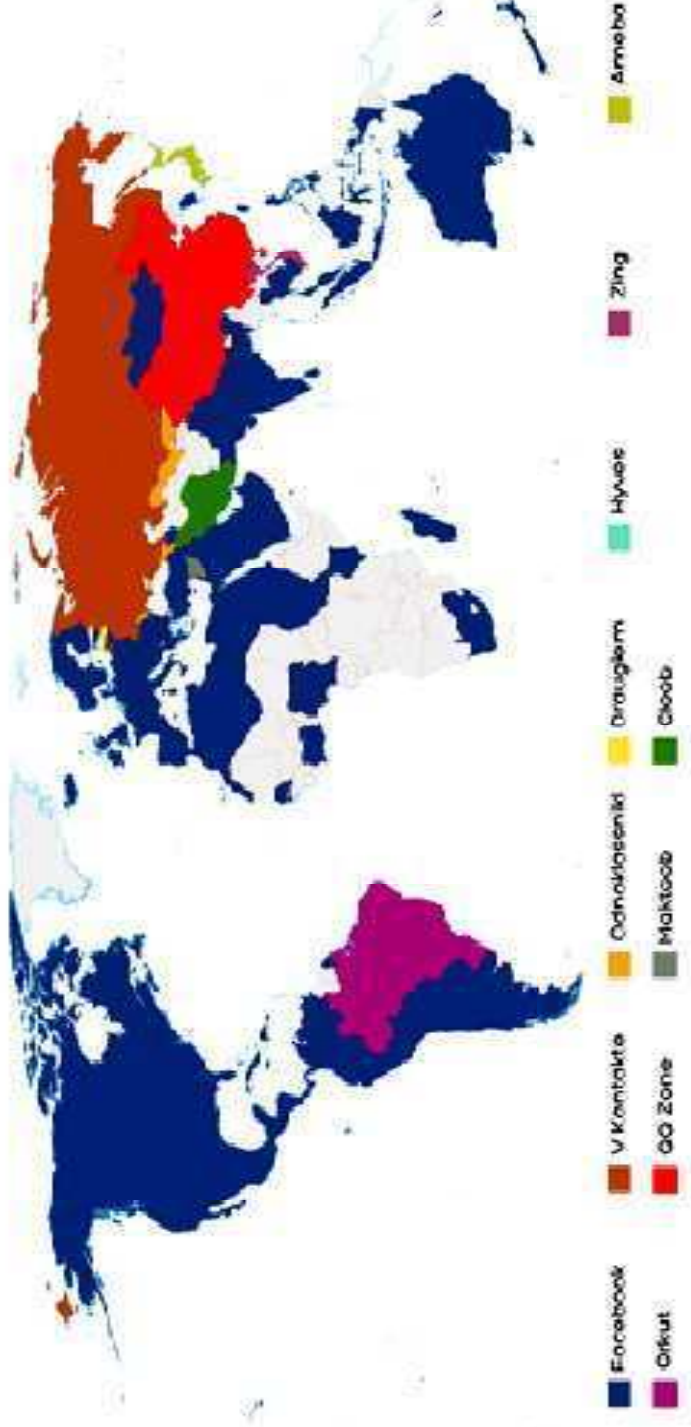
Source : Top Twenty Five Social Networking Sites – Feb 2009, Site: social-media-optimization.com/2009/02/top-twenty-five-social-networking-sites-feb-2009/, 05/09/2011, 09: 52.

انتشار الشبكات الاجتماعية في العالم لشهر ديسمبر 2010 حسب

موقع Vincos.it

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2010



source: Google Trends for Websites / Alexa

inense IT-RV-NC

ments: Vincenzo Cosenza www.vincos.it

المصدر: انظر أين عبد الله، تقرير : فايبيوك تنصدر خرائط الشعبية للشبكات الاجتماعية حول العالم، الموقع: www.swalif.net، 15: 35، 2011/03/16.

واجهة موقع فيسبوك

المصدر : www.facebook.com

واجهة موقع يوتيوب

المصدر : www.youtube.com

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يوضح الفرق بين ويب 1.0، وويب 2.0	68
02	جدول يوضح الفرق بين الشبكات الاجتماعية التقليدية، والشبكات الاجتماعية على الويب.	84

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	شكل يوضح الدرجات الست للانفصال	87
02	شكل يوضح سنوات ظهور أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية	92

قائمة جداول الدراسة الميدانية

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس والإقامة	180
02	جدول يبين كثافة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	181
03	جدول يبين عادات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	182
04	جدول يبين عادات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	184
05	جدول يبين خبرة الباحثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	185
06	جدول يبين خبرة الباحثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	186
07	جدول يبين خبرة الباحثين في استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	187
08	جدول يبين الشبكات الاجتماعية على الإنترنت الأكثر استخداما	189
09	جدول يبين السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	190

192	جدول يبين السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	10
193	جدول يبين السبب الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	11
195	جدول يبين أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	12
196	جدول يبين أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	13
198	جدول يبين أيام استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	14
199	جدول يبين فترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	15
201	جدول يبين فترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	16
202	جدول يبين فترات استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	17
203	جدول يبين مدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	18
206	جدول يبين مدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	19
208	جدول يبين مدة استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	20
209	جدول يبين مكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	21
211	جدول يبين مكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	22
212	جدول يبين مكان استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	23
213	جدول يبين الأشخاص الذين يتصفح معهم المبحوثين الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	24
215	جدول يبين الأشخاص الذين يتصفح معهم المبحوثين مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	25
216	جدول يبين دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	26
219	جدول يبين دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	27
220	جدول يبين الاشباع المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	28
222	جدول يبين الاشباع المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	29
224	جدول يبين الاشباع المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	30
225	جدول يبين الصفحات المفضلة "Page Fan" لدى أفراد العينة	31
227	جدول يبين الصفحات المفضلة "Page Fan" لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس	32

228	جدول يبين نوعية نشاط أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	33
231	جدول يبين نوعية نشاط أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	34
232	جدول يبين نوعية نشاط أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	35
234	جدول يبين الإحساس في حال عدم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	36
235	جدول يبين الإحساس في حال عدم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	37
236	جدول يبين الإحساس في حال عدم استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	38
237	جدول يبين مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على استخدام وسائل الإعلام التقليدية	39
239	جدول يبين مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على استخدام وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير الجنس	40
241	جدول يبين مدى تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على استخدام وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير الإقامة	41
243	جدول يبين إذا كانت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحمل قيم غربية	42
244	جدول يبين إذا كانت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تحمل قيما غربية حسب متغير الإقامة	43
245	جدول يبين القيم الإيجابية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	44
246	جدول يبين القيم الإيجابية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	45
247	جدول يبين القيم الإيجابية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	46
248	جدول يبين القيم السلبية التي تحملها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	47
250	جدول يبين الموضوعات التي تم أفراد العينة عند استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	48
251	جدول يبين الموضوعات التي تم أفراد العينة عند استخدام الشبكات الاجتماعية	49

	على الإنترنت حسب متغير الجنس	
252	جدول يبين وجود أصدقاء من دول غربية لدى أفراد العينة	50
253	جدول يبين وجود أصدقاء من دول غربية لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس	51
254	جدول يبين وجود أصدقاء من دول غربية لدى أفراد العينة حسب متغير الإقامة	52
255	جدول يبين الأسباب التي تدفع أفراد العينة إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية	53
257	جدول يبين الأسباب التي تدفع أفراد العينة إلى إقامة صداقات مع أشخاص من دول غربية حسب متغير الجنس	54
258	جدول يبين مدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش	55
259	جدول يبين مدى توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش حسب متغير الجنس	56
260	جدول يبين مدى توفير الشبكات الاجتماعية لواقع بديل أفضل من الواقع المعاش حسب متغير الإقامة	57
261	جدول يبين أسباب توفير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لواقع بديل	58
263	جدول يبين مدى نجاح الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في ربط علاقات حقيقية وقوية	59
264	جدول يبين مدى نجاح مواقع الشبكات الاجتماعية في ربط علاقات حقيقية وقوية حسب متغير الإقامة	60
265	جدول يبين نوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	61
267	جدول يبين نوعية العلاقات التي نشأت عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	62
268	جدول يبين نوعية العلاقات التي نشأت عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	63
269	جدول يبين طبيعة العلاقات التي تنشأ عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	64
271	جدول يبين طبيعة العلاقات التي تنشأ عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	65
272	جدول يبين طبيعة العلاقات التي تنشأ عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	66
273	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الوقت مع الأسرة	67

275	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الوقت مع الأسرة	68
276	جدول يبين الأسباب التي جعلت استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يؤثر على الوقت مع الأسرة	69
277	جدول يبين الأسباب التي جعلت استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يؤثر على الوقت مع الأسرة حسب متغير الجنس	70
279	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الثقافة الغربية	71
281	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الثقافة الغربية حسب متغير الجنس	72
282	جدول تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الثقافة الغربية حسب متغير الإقامة	73
283	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الهجرة	74
284	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الهجرة حسب متغير الجنس	75
286	جدول يبين تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على الاتجاه نحو الهجرة حسب متغير الإقامة	76
287	جدول يبين المظاهر الغربية التي رسختها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لدى أفراد العينة	77
289	جدول يبين المظاهر الغربية التي رسختها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس	78
291	جدول الملفات المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	79
293	جدول يبين الملفات المفضل الإطلاع عليها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	80
294	جدول يبين الملفات المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	81
295	جدول يبين نوع الملفات السمعية البصرية المفضل الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	82
297	جدول يبين كيفية التعامل مع الملفات السمعية البصرية بعد الإطلاع عليها عبر الشبكات	83

	الاجتماعية على الإنترنت	
298	جدول يبين كيفية التعامل مع الملفات السمعية البصرية بعد الإطلاع عليها عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	84
299	جدول يبين الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها	85
300	جدول يبين الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها حسب متغير الجنس	86
301	جدول يبين أسباب الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها	87
302	جدول يبين أسباب الإنزعاج إذا اطلع أحد أفراد الأسرة على الملفات السمعية البصرية في حال تحميلها حسب متغير الجنس	88
303	جدول يبين مدى سلبية ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت	89
304	جدول يبين مدى سلبية ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الجنس	90
305	جدول يبين مدى سلبية ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت حسب متغير الإقامة	91
306	جدول يبين القدرة على التخلي على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت مستقبلا	92
308	جدول يبين القدرة على التخلي على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت مستقبلا حسب متغير الجنس	93

الفهرس

الفهرس

الصفحة	العنوان
أ	المقدمة
	الإطار المنهجي
2	1- الإشكالية
4	2- أسباب اختيار الموضوع
5	3- أهداف الدراسة
5	4- أهمية الدراسة
6	5- تحديد المفاهيم
9	6- طبيعة الدراسة
11	7- منهج الدراسة والأدوات
13	8- عينة الدراسة
14	9- المداخل النظرية للدراسة
18	10- الدراسات السابقة والمشاهدة
18	-الدراسات الأجنبية
20	-الدراسات العربية
23	- الدراسات الجزائرية
33	11- صعوبات الدراسة
	الإطار النظري
	الفصل الأول: الجيل الثاني للويب "Web 2.0" و ثورة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
37	المبحث الأول: مفهوم الإنترنت، وتطورها وأشهر خدماتها الاتصالية
37	المطلب الأول: مفهوم الإنترنت
45	المطلب الثاني: نشأة الإنترنت وتطورها
49	المطلب الثالث: الخدمات الاتصالية للإنترنت
60	المبحث الثاني: مفهوم الجيل الثاني للويب "Web 2.0"، خصائصه، وأشهر تطبيقاته
60	المطلب الأول: مفهوم الجيل الثاني للويب "Web 2.0"

64	المطلب الثاني: ويب 2.0... الخصائص والإضافات
69	المطلب الثالث: نماذج عن أشهر تطبيقات ويب 2.0
80	المبحث الثالث: ظهور الشبكات الاجتماعية كأحد أشهر وسائل الإعلام الاجتماعي
80	المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية على الإنترنت (تعريفها/ خصائصها/ أنواعها/ نشأتها)
93	المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت والعلاقات الاجتماعية
101	المطلب الثالث: نماذج عن أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت (فايسبوك/ ماي سبيس/ يوتيوب)
	الفصل الثاني: الشباب، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وقيم العولمة الثقافية
114	المبحث الأول: ماهية القيم
114	المطلب الأول: مفهوم القيم
125	المطلب الثاني: خصائص القيم
130	المطلب الثالث: أنواع القيم
135	المبحث الثاني: ماهية العولمة الثقافية
135	المطلب الأول: مفهوم العولمة الثقافية
140	المطلب الثاني: مظاهر العولمة الثقافية
145	المطلب الثالث: وسائل الاتصال والعولمة الثقافية
151	المبحث الثالث: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت والشباب في ظل العولمة الثقافية
151	المطلب الأول: الشباب مفهومه، خصائصه، حاجاته
157	المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ومقترب الاستخدامات والاشباع
164	المطلب الثالث: استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانعكاساتها الثقافية والاجتماعية
	الإطار التطبيقي
	الفصل الثالث: استخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية في ظل العولمة الثقافية
181	المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
216	المبحث الثاني: الاشباع المحققة من مواقع الشبكات الاجتماعية
243	المبحث الثالث: العلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية وانتشار قيم العولمة الثقافية
263	المبحث الرابع: مظاهر التأثير على سلوك الشباب الجزائري
310	المبحث الخامس: الاستنتاجات العامة والتوصيات
316	الخاتمة

318	قائمة المراجع
	الملاحق
330	- ملحق رقم 01: استمارة الدراسة الميدانية
339	- ملحق رقم 02: قائمة لأشهر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
342	- ملحق رقم 03: أكثر مواقع الإنترنت زيارة في العالم حسب موقع اليكسا
343	- ملحق رقم 04: أكثر مواقع الإنترنت زيارة في الجزائر حسب موقع اليكسا
344	- ملحق رقم 05: مقارنة بين تطور عدد زوار "فايسبوك" و"ياهو"
344	- ملحق رقم 06: مقارنة بين تطور عدد زوار "فايسبوك"، "ماي سبيس" و"تويتر"
345	- ملحق رقم 07: خريطة انتشار الشبكات الاجتماعية في العالم
346	- ملحق رقم 08: نماذج عن واجهات شبكات اجتماعية على الإنترنت
348	فهرس الجداول والأشكال
355	الفهرس