



جامعة غليزان
RELIZANE UNIVERSITY

جامعة غليزان

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

أطروحة

للحصول على شهادة دكتوراه ل. م. د

في علم الاجتماع الاتصال

" أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية – الفيسبوك - أنموذجا "

دراسة ميدانية في الاستخدام والإشباع على عينة من الطلبة الجامعيين بغليزان

مقدمة ومناقشة علنا من طرف

السيد: بلعباس يوسف

أهـام لـجـنـة المـناقـشة

اللقب والاسم	الرتبة	المؤسسة الأصلية	الصفة
بطاوي بهية	أستاذ التعليم العالي	جامعة غليزان	رئيسا
مزاري فاطمة	أستاذ محاضر أ	جامعة غليزان	مشرفا ومقررا
درامشية لمياء	أستاذ محاضر أ	جامعة غليزان	مشرفا مساعدا
جنيدي عبد الرحمن	أستاذ محاضر أ	جامعة غليزان	مناقشا
شامة حورية	أستاذ محاضر أ	جامعة غليزان	مناقشا
بن تامي رضا	أستاذ التعليم العالي	جامعة تلمسان	مناقشا
صبيشي يسري	أستاذ محاضر أ	جامعة شلف	مناقشا

السنة: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نَرَفَعُ دَرَجَاتٍ مِّنْ نَّشَاءٍ
وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ

عَلِيمٍ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمَ

من الآية (76) سورة يوسف.

شكرو عرفان

لا ينكر الفضل إلا جاحد

الحمد لله حمدا كثيرا، والشكر لله على جزيل نعمه.

وصلّ اللهم وسلم وبارك على سيدنا مُحَمَّد خاتم النبيين خير خلق الله عليه أفضل الصلاة والسلام

الحمد والشكر لله أن وفقني لإتمام هذا العمل وأرجوا أن يجعله الله خالصا في ميزان الحسنات

كما لا يسعني في هذا المقام سوى أن أرد ولو بأبسط الكلمات لأجمل هدية في الوجود كلّ،

أهدي ثمرة جهدي إلى والداي العزيزان، أمي حفظهما الله وأبي رحمة الله عليه.

فتحية حب وتقدير وإجلال.

كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الدكتورة المشرفة على العمل: مزارى فاطمة

نظير المتابعة الدؤوبة والمتواصلة دون كلل منذ أول خطوة أخطوها حتى آخر ثماره.

وإلى كل طاقم الأساتذة الكرام من جامعات الجزائر، والوطن العربي فلهم كل الشكر والعرفان.

إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل

إلى أمي الحبيبة؛ الصديقة والرفيقة

حفظها الله ورعاها

وإلى أبي الغائب الحاضر في قلبي

والحمد لله أن وقّفتني لأنجز وعدي لأبي

رحمة الله عليه

وكل من ساهم في مدّ يد العون

من أصدقاء وأخص بالذكر صديقي ناصر مكروسي، والدكتورة الأستاذة: سميرة بلغيثية

وكل الأساتذة الذين ساندوني من قريب أو من بعيد وسواء من داخل الوطن أو خارجه.

كما لا يفوتني أن أهدي هذا العمل بكل اعتزاز إلى موظفي مكتبة كلية الإعلام بالجزائر

العاصمة ومكتبة جامعة غليزان ومستغانم و باتنة وقسنطينة وتمنغست.

ومكتبة السالمية بدبي. والمكتبة العمومية بالشارقة.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة إشكالية تغير نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية نتيجة تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، من خلال الكشف عن أنشطة المستخدمين وتفاعلاتهم في المنصة، وتسعى الدراسة إلى معرفة الدوافع والحاجات الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية التي تحفز الطلبة الجامعيين على الاستخدام النشط للفيسبوك، كما تهدف أيضا إلى رصد وتحديد أهم الإشباعات التي يبحثون عن تحقيقها في ظل التفاعل المتزايد في الشبكة، كما تحاول الدراسة تحليل ومعرفة طبيعة التأثيرات الاجتماعية والنفسية على نمط الاتصال الشخصي وجها لوجه وكذلك العزلة والإيمان وأيضا جودة التفاعلات الاجتماعية والتراط الاجتماعي الحقيقي، استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، مطبقة أداة الاستبيان على عينة شملت 400 مفردة طالب وطالبة من كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان.

توصلت الدراسة إلى أنّ (82%) من طلبة كلية العلوم التكنولوجية يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بصفة يومية، وبمعدل 8 ساعات في اليوم بنسبة (34.3%)، كما كشفت أنّ (64.5%) من الطلبة يفضلون التواصل مع أصدقاء من المجتمع الحقيقي، وبيّنت أيضا أنّ أغلب الطلبة يستخدمون الهاتف الذكي للتواصل في الفيسبوك بنسبة (92.5%)، كما يتواصل (56.7%) من الطلبة مع الجنس الآخر لإقامة علاقات عاطفية افتراضية، وأشارت الدراسة أيضا إلى أنّ (55.7%) من الطلبة يستخدمون هويات حقيقية في الفيسبوك أغلبهم من الإناث بنسبة (60.8%)، بينما يستخدم (40.2%) من الطلبة هويات مستعارة أغلبهم من الذكور بنسبة (41.5%)، كما أظهرت الدراسة أنّ دوافع وحاجات الطلبة لاستخدام الفيسبوك لأغراض العلاقات الاجتماعية تمثلت في الدردشة والتواصل بنسبة (25.1%)، ومتابعة الدروس والمحاضرات وتحميل الكتب بنسبة (17.6%)، وكسر الملل والروتين اليومي بنسبة (16.4%)، ثمّ التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (16.6%)، وبيّنت الدراسة أنّ أهم الإشباعات التي يحققها الطلبة تتمثل في إشباع حاجة التعبير بكلّ حرية عن الرأي بنسبة (36.8%)، وإشباع حاجة تعميق التواصل مع الأساتذة الجامعيين بنسبة (32.8%)، وإشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (30.9%)، وإشباع الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (18.8%)، كما بيّنت النتائج أن استخدام الفيسبوك أدى إلى تغيير في نمط العلاقات الواقعية من خلال انخفاض جودة الاتصال الشخصي الذي أصبح يعتمد على التواصل الافتراضي أكثر منه على الواقعي، كما أكدت الدراسة وجود تأثيرات نفسية بسبب كثرة استخدام الفيسبوك كالإدمان والعزلة النفسية والاجتماعية والاكتئاب، وتوصلت الدراسة إلى أنّ الاستخدام المفرط للفيسبوك أدى إلى انخفاض جودة التراط الاجتماعي وتفاعلات العلاقات الاجتماعية والواقعية.

Résumé:

Cette étude vise à aborder la problématique du changement de modèle des relations sociales réelles en raison de l'influence de l'utilisation du réseau social Facebook, en révélant les activités des utilisateurs et leurs interactions sur la plateforme. L'étude cherche à comprendre les motivations et les besoins personnels, cognitifs, psychologiques et sociaux qui incitent les étudiants universitaires à utiliser activement Facebook. Elle vise également à identifier et à déterminer les principales satisfactions que ces étudiants cherchent à atteindre dans le contexte de l'interaction croissante sur le réseau. L'étude tente également d'analyser et de comprendre la nature des impacts sociaux et psychologiques sur le mode de communication en face à face, ainsi que l'isolement et la sécurité, en plus de la qualité des interactions sociales et de la cohésion sociale réelle. La méthodologie de l'étude repose sur une enquête sociale, appliquant un questionnaire à un échantillon de 400 étudiants de la Faculté des Sciences et Technologies de l'Université de Relizane.

L'étude a révélé que (82%) des étudiants de la Faculté des sciences technologiques utilisent quotidiennement le réseau social Facebook, avec (34,3%) y passant en moyenne 8 heures par jour. Elle a également révélé que (64,5%) des étudiants préfèrent communiquer avec des amis de leur communauté réelle. De plus, l'étude a montré que la majorité des étudiants (92,5%) utilisent des smartphones pour accéder à Facebook et que (56,7%) des étudiants interagissent avec le sexe opposé pour établir des relations amoureuses virtuelles, En outre, l'étude a indiqué que (55,7%) des étudiants utilisent leurs vraies identités sur Facebook, la majorité étant des femmes (60,8%), tandis que (40,2%) utilisent des pseudonymes, dont la plupart sont des hommes (41,5%). Les motivations et les besoins qui poussent les étudiants à utiliser Facebook pour des relations sociales incluent la discussion et la communication (25,1%), le suivi des cours et le téléchargement de livres (17,6%), la rupture de la monotonie quotidienne (16,4%), et la communication avec la famille, les proches et les amis réels (16,6%), L'étude a également montré que les principales satisfactions obtenues par les étudiants étaient la possibilité d'exprimer librement leurs opinions (36,8%), l'approfondissement de la communication avec les professeurs universitaires (32,8%), le soulagement de l'ennui et de la détresse (30,9%), et l'évasion des pressions sociales (18,8%). Les résultats ont indiqué que l'utilisation de Facebook a conduit à des changements dans le modèle des relations réelles en réduisant la qualité de la communication personnelle, qui est devenue plus dépendante des interactions virtuelles que réelles. L'étude a confirmé des effets psychologiques dus à l'utilisation excessive de Facebook, tels que la dépendance, l'isolement psychologique et social, et la dépression. Elle a conclu que l'utilisation excessive de Facebook a entraîné une baisse de la qualité de la cohésion sociale et des interactions dans les relations réelles.

Abstract:

This study aims to address the issue of changing patterns in real social relationships due to the influence of using the social networking site Facebook. It seeks to uncover the activities and interactions of users on the platform and to understand the personal, cognitive, psychological, and social motivations and needs that drive university students to actively use Facebook. Additionally, the study aims to identify and determine the main gratifications that these students seek to achieve amidst the increasing interaction on the network. It also attempts to analyze and understand the nature of social and psychological impacts on face-to-face personal communication, as well as isolation, security, the quality of social interactions, and real social cohesion. The study employs a social survey methodology, using a questionnaire administered to a sample of 400 students from the Faculty of Technological Sciences at the University of Relizane.

The study found that (82%) of students from the Faculty of Technological Sciences use Facebook daily, with (34.3%) spending an average of 8 hours per day on the site. It also revealed that (64.5%) of students prefer to communicate with friends from their real-life community. Additionally, the study showed that the majority of students (92.5%) use smartphones to access Facebook, and (56.7%) interact with the opposite sex to establish virtual romantic relationships, Furthermore, the study indicated that (55.7%) of students use their real identities on Facebook, with the majority being female (60.8%), while (40.2%) use pseudonyms, with most of these being male (41.5%). The motivations and needs driving students to use Facebook for social relationships included chatting and communicating (25.1%), following lectures and downloading books (17.6%), breaking the monotony of daily life (16.4%), and communicating with family, relatives, and real friends (16.6%), The study also showed that the main gratifications achieved by students were the ability to freely express opinions (36.8%), deepening communication with university professors (32.8%), relieving boredom and distress (30.9%), and escaping social pressures (18.8%). The results indicated that using Facebook led to changes in the pattern of real-life relationships by reducing the quality of personal communication, which became more dependent on virtual rather than real interactions. The study confirmed psychological effects due to excessive Facebook use, such as addiction, psychological and social isolation, and depression. It concluded that excessive Facebook use resulted in a decline in the quality of social cohesion and interactions in real-life relationships.

شكر وعرفان.

إهداء.

ملخص الدراسة.

فهرس المحتويات.

فهرس الأشكال والجداول.

مقدمة.

الصفحة	المحتويات
05	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
06	إشكالية الدراسة.....
11	التساؤلات.....
11	الفرضيات.....
11	أهمية الدراسة.....
13	أهداف الدراسة.....
13	أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
15	منهج الدراسة.....
17	أدوات جمع البيانات.....
23	مجتمع البحث.....
24	عينة الدراسة.....
24	مجالات الدراسة.....
27	مفاهيم ومصطلحات الدراسة.....
53	الدراسات السابقة.....
70	الفصل الثاني: الفصل الميداني.....
71	تمهيد.....

فهرس المحتويات

73	المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك.....
199	المبحث الثاني: دوافع استخدام الفيسبوك.....
319	المبحث الثالث: الإشباعات المحققة.....
371	المبحث الرابع: تأثير الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية
446خلاصة
447مناقشة نتائج الدراسة
468خاتمة
474قائمة المصادر والمراجع
495ملاحق

1- قائمة الأشكال:

الصفحة	الموضوع	رقم الشكل
160	بنية الصفحات الافتراضية في الشبكات الاجتماعية	01
171	يبين تغيير الأدوار الاتصالية للمستقبل في الشبكات الاجتماعية	02
202	يوضّح هرم "أبراهام ماسلو" للحاجات	03
369	يوضح نموذج "جيرارد" و"ستون" وآخرون لنظرية الاستخدامات والإشباع عام 2003	04

02- قائمة الجداول:

الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
21	يبين صدق الاتساق الداخلي حسب معامل الارتباط "بيرسون"	01
21	يبين ثبات المقياس حسب معامل "ألفا كرونباخ"	02
25	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	03
26	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	04
27	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والسن	05
77	يبين الفترة الزمنية التي يستخدم فيها المبحوثون موقع الفيسبوك	06
82	يبين الفترة الزمنية التي يملك فيها المبحوثين موقع الفيسبوك حسب متغير الجنس	07
84	يبين الفترة الزمنية التي يملك فيها المبحوثين موقع الفيسبوك حسب متغير السن	08
86	يبين عدد الأيام التي يستخدم فيها المبحوثون الفيسبوك في الأسبوع	09
89	يبين الأيام التي يستخدم فيها المبحوثون الفيسبوك حسب متغيري الجنس والسن	10
92	يبين عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيسبوك في اليوم	11
98	يبين عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيسبوك في اليوم حسب متغير الجنس	12
100	يبين عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيسبوك في اليوم حسب متغير السن	13
101	يبين أوقات تواصل المبحوثين عبر موقع الفيسبوك في اليوم	14
107	يبين أوقات تواصل المبحوثين عبر موقع الفيسبوك في اليوم عند متغير الجنس	15
109	يبين أوقات تواصل المبحوثين عبر موقع الفيسبوك في اليوم عند متغير السن	16

فهرس الأشكال و الجداول

111	بيّن عدد أصدقاء المبحوثين في موقع الفيسبوك	17
117	بيّن عدد الأصدقاء عند المبحوثين حسب متغير الجنس	18
118	بيّن عدد الأصدقاء عند المبحوثين حسب متغير السن	19
120	بيّن طبيعة الأصدقاء لدى أفراد العينة	20
124	بيّن طبيعة الأصدقاء لدى أفراد العينة حسب متغيري السن والجنس	21
128	بيّن معايير وشروط اختيار وإضافة المبحوثين لأصدقائهم في الفيسبوك	22
135	معايير اختيار المبحوثين لأصدقائهم في الفيسبوك حسب متغيري الجنس والسن	23
138	بيّن الوسيلة التكنولوجية المفضلة لتواصل المبحوثين في الفيسبوك	24
141	بيّن الوسيلة التكنولوجية المفضلة للتواصل في الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس	25
142	بيّن المكان المفضل للمبحوثين أثناء تواصلهم في الفيسبوك	26
146	بيّن المكان المفضل للمبحوثين أثناء تواصلهم في الفيسبوك حسب متغير الجنس	27
147	بيّن اشتراك المبحوثين في صفحات الفيسبوك.	28
150	بيّن اشتراك المبحوثين في صفحات فيسبوك عبر الفيسبوك عند متغير الجنس	29
151	بيّن نوع الصفحات الفيسبوكية التي يشترك المبحوثون فيها	30
156	يوضّح نموذج ليفي وويندال حول نشاط الجمهور في عملية الاتصال	31
161	بيّن نوع الصفحات التي يشترك فيها المبحوثون حسب متغيري الجنس والسن	32
164	بيّن نوع المجتمع الذي يتفاعل معه المبحوثين في الفيسبوك	33
167	بيّن نوع المجتمع الذي يتفاعل معه المبحوثين في الفيسبوك عند متغير الجنس	34
168	بيّن نوع النشاط التفاعلي لدى المبحوثين مع أصدقائهم على صفحة الفيسبوك	35
175	بيّن نوع النشاط التفاعلي للمبحوثين في الفيسبوك عند متغير الجنس	36
177	بيّن نوع النشاط التفاعلي للمبحوثين في الفيسبوك عند متغير السن	37
179	بيّن طريقة تواصل المبحوثين مع أصدقائهم على الفيسبوك	38
182	بيّن طريقة تواصل المبحوثين مع أصدقائهم على الفيسبوك عند متغير الجنس	39
183	بيّن اللغة المستخدمة لدى المبحوثين في الفيسبوك	40
195	بيّن اللغة المستخدمة لدى المبحوثين في الفيسبوك عند متغير الجنس	41
197	بيّن اللغة المستخدمة لدى المبحوثين في الفيسبوك عند متغير السن	42

فهرس الأشكال و الجداول

204	بيّن دوافع أفراد العينة تجاه طلبات الصّداقة المرسلّة إليهم	43
210	بيّن دوافع أفراد العينة تجاه طلبات الصّداقة المرسلّة إليهم عند متغير الجنس	44
212	بيّن قرار أفراد العينة بحذف أصدقاتهم الموجودين على قائمتهم في الفيسبوك	45
214	بيّن دوافع حذف أفراد العينة لأصدقاتهم على الفيسبوك	46
217	بيّن دوافع أفراد العينة من حذف أصدقاتهم في الفيسبوك عند متغير الجنس	47
218	بيّن نوع الجنس الذي يرغب المبحوثون بإقامة صداقة معه في الفيسبوك	48
221	بيّن نوع الجنس الذي يرغب المبحوثون بإقامة صداقة معه تبعا للجنس والسن	49
223	بيّن مشاركة أفراد العينة أصدقاتهم في الفيسبوك مشاكلهم المختلفة.	50
227	بيّن مشاركة أفراد العينة أصدقاتهم لمشاكلهم المختلفة عند متغير الجنس	51
230	بيّن نوع المشاكل التي يسردها أفراد العينة لأصدقاتهم في الفيسبوك	52
232	بيّن نوع المشاكل التي يشاركها أفراد المبحوثون أصدقاتهم حسب متغير الجنس	53
233	بيّن طبيعة اهتمام أصدقاء الفيسبوك مع أفراد العينة تجاه مشاكلهم المختلفة.	54
235	بيّن طبيعة اهتمام أصدقاء الفيسبوك تجاه المشاكل المختلفة حسب متغير الجنس	55
236	بيّن الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى الفيسبوك	56
243	بيّن الهوية التي يدخل بها أفراد العينة في الفيسبوك عند متغير الجنس.	57
245	بيّن الهوية التي يدخل بها أفراد العينة في الفيسبوك عند متغير السن	58
246	بيّن دوافع استخدام المبحوثين للهوية الحقيقية في الفيسبوك	59
248	بيّن دوافع استخدام الهوية الحقيقية في الفيسبوك عند متغيري الجنس والسن	60
251	بيّن دوافع استخدام المبحوثين للهوية المستعارة في الفيسبوك.	61
255	بيّن دوافع استخدام الهوية المستعارة في الفيسبوك عند متغير الجنس والسن	62
258	بيّن الدوافع والحاجات الشخصية من استخدام المبحوثين الفيسبوك	63
267	بيّن الدوافع والحاجات الشخصية من استخدام الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس	64
270	بيّن الدوافع والحاجات الشخصية من استخدام الفيسبوك تبعا لمتغير السن	65
273	بيّن الدوافع والحاجات المعرفية من استخدام المبحوثين الفيسبوك	66
280	بيّن الدوافع والحاجات المعرفية من استخدام الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس	67
282	بيّن الدوافع والحاجات المعرفية من استخدام الفيسبوك تبعا لمتغير السن	68

فهرس الأشكال و الجداول

284	بيّن الدوافع والحاجات النفسية من استخدام المبحوثين الفيسبوك	69
295	بيّن الدوافع والحاجات النفسية من استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس	70
297	بيّن الدوافع والحاجات النفسية من استخدام الفيسبوك عند متغير السن	71
300	بيّن الدوافع والحاجات الاجتماعية من استخدام الفيسبوك	72
311	بيّن الدوافع والحاجات الاجتماعية من استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس	73
314	بيّن الدوافع والحاجات الاجتماعية من استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس	74
323	بيّن الاشباعات الشخصية المحقّقة للمبحوثين من استخدام الفيسبوك	75
329	بيّن الاشباعات الشخصية المحقّقة من استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس	76
332	بيّن الاشباعات الشخصية المحقّقة من استخدام الفيسبوك عند متغير السن	77
334	بيّن الاشباعات المعرفية المحقّقة من استخدام المبحوثين للفيسبوك	78
338	بيّن الاشباعات المعرفية المحقّقة من استخدام للفيسبوك عند متغير الجنس	79
340	بيّن الاشباعات المعرفية المحقّقة من استخدام للفيسبوك عند متغير السن	80
343	بيّن الاشباعات النفسية المحقّقة من استخدام المبحوثين للفيسبوك	81
351	بيّن الاشباعات النفسية المحقّقة من استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس	82
348	بيّن الاشباعات النفسية المحقّقة من استخدام للفيسبوك عند متغير السن	83
354	بيّن الاشباعات الاجتماعية المحقّقة من استخدام المبحوثين للفيسبوك	84
362	بيّن الاشباعات الاجتماعية المحقّقة من استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس	85
365	بيّن الاشباعات الاجتماعية المحقّقة من استخدام الفيسبوك عند متغير السن	86
372	يبين تأثير استخدام الفيسبوك على نمط الاتصال الشخصي الواقعي للمبحوثين	87
397	بيّن التأثير النفسي على المبحوثين من استخدام الفيسبوك	88
419	يبين تأثير استخدام الفيسبوك على نمط التفاعل والترابط الاجتماعي	89

مقدمة

أحدث ظهور الاتصال مفارقة هامة منذ بدأت الحياة البشرية تنتظم ضمن مجموعات صغيرة على هذه الأرض، فقد استخدم الإنسان البدائي لغة الرموز والإشارات والرسوم على جدران الكهوف والأصوات والعلامات الأيقونية كوسائل اتصال للتفاعل البشري، ويعتبر هذا النوع من الاتصال خلية بالغة الأهمية في توطيد وتلوير بناء علاقاته الاجتماعية الضيقة مع الآخرين كالعائلة أو القبيلة، والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية، كما دفعت الاحتياجات التواصلية اليومية إلى ظهور وسائل اتصال أكثر فعالية لاستمرار العلاقات الاجتماعية، فظهرت الكتابة كأحدث وسيلة اتصال استخدمت في بناء وتقدم الحضارات القديمة كالحضارة السومرية والمصرية بحوالي عام 3200 قبل الميلاد، وكان ذلك نقلة نوعية في تاريخ الاتصال، فاستخدم البشر الكتابة في نقل الرسائل والأفكار بينهم، وتسجيل الأحداث اليومية، وحفظ الثقافات وتناقلها عبر الأجيال، فقد أصبح اعتماد الإنسان على الكتابة بشكل كبير كوسيلة معرفية أساسية لتسجيل المعلومات، وساهم هذا الاختراع في تلوير العلوم وانتشار الأفكار، وخلق مساحات التواصل البشري.

وفي منتصف القرن الخامس عشر أدى اختراع الطباعة على يد الألماني "يوهانس غوتنبرغ"، إلى إحداث نقلة نوعية في وسائل الاتصال كأبرز مظاهر العصر الحديث، واعتبرت الطباعة مقدمة لبزوغ فجر الثورة الاتصالية، في تلك الحقبة، واستمر الإنسان في البحث عن ابتكار وسائل تقنية متطورة تمكّنه من ممارسة الاتصال بالعالم الخارجي، فساهمت الثورة الصناعية في ظهور وسائل اتصال سلكية ولاسلكية أكثر تطوراً وحادثة آنذاك، فتمّ كاختراع التلغراف والهاتف والراديو والتلفزيون، وقد عززت هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة من فعالية الاتصال والتواصل وغيّرت من شكل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والشعوب، وأدّت إلى إحداث هزة ثقافية واجتماعية مذهلة بشكل غير مسبوق في وسائل الإعلام والاتصال، وقد وظّفت هذه المخترعات في بثّ الأخبار والمعلومات وانتشار الموسيقى والأفلام على أوسع نطاق إلى الجماهير القريبة والبعيدة، فساهمت في بلورة شكل جديد من الاتصال والتواصل الاجتماعي والثقافي.

ومع مطلع تسعينيات الألفية المنصرمة دخل العالم حقبة جديدة من عصر وسائل الاتصال الاجتماعي، تمثل بظهور الإنترنت كأحدث شبكة ترسخ للعملة في مجال الاتصال تسمى "بالشبكة العنكبوتية العالمية"، وحملت معها متصفحات الويب، والتي بدأ انتشارها سريعاً، فأصبحت وسيلة أساسية بل ركيزة هامة جداً في التواصل الرقمي في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات، فأحدث دخولها النظام الاجتماعي انقلاباً سريعاً في طرق الاتصال والتواصل والحياة الاجتماعية بشكل خاص، ولعبت بفضل تقنياتها الحديثة دوراً هاماً في إعادة صياغة مفهوم التواصل البشري، وتبادل المعلومات وأخذت في اكتساب مكانتها ضمن تفاعلاتنا اليومية، حتى أصبحت جزءاً

محوريًا من كيان شبكة علاقاتنا الاجتماعية، وبدأت الكثير من معالم التواصل البشري التقليدي في تغييرات عميقة نتيجة الانفتاح الكبير على خدماتها واستغلال وظائفها، فمع اختراعها غدت البشرية تشهد نموًا جديدًا من التواصل غير المعهود، ولم يقتصر دورها على التواصل فحسب بل تغلغت أساليبها لتدخل في الوظائف المركزية الاجتماعية، فكانت كثير من مؤسسات المجتمع كالأُسرة والمدرسة وغيرها من البنيات التعليمية والثقافية التي حرص المجتمع على بقائها مصنونة وسعى للحفاظ على تناسق نظامها، عرضة لتأثيرات التهور الكبير الذي مس أنساق القيم والعلاقات الاجتماعية ذات التركيبة التقليدية.

فلقد أصبحت فرص التواصل والاتصال التفاعلي متاحة في كل وقت وفي أي مكان، ومثلت الإنترنت قوة هائلة للتأثير في المستخدمين وفي تشكيل علاقاتهم وتفاعلاتهم اليومية، وأعدت صياغة مفهوم جديد للتواصل التقليدي، فعرفت البشرية ظهور مسميات كثيرة كالفضاء الافتراضي التفاعلي الذي سمح باشتراك ومشاركة الأفراد في بناء المعنى من خلال التفاعل الرمزي، فالأفراد يتبادلون الرسائل الاتصالية الفورية فيما بينهم عبر صفحات الويب المختلفة، وهو ما دفع بالباحثين إلى إعلاء مفهوم جديد للاتصال الاجتماعي، وهو نفس الأمر الذي مهد لظهور شبكات التواصل الاجتماعي، وانتقال المجتمعات من وسائل اتصال بدائية تقليدية إلى وسائل أكثر تطورًا وسهولة في بناء العلاقات الاجتماعية.

رَبَّحت الإنترنت إذن؛ العالم المترامي بشبكة حديثة من وسائل الاتصال، وبدأت معها ثورة هائلة في التفاعلات الاجتماعية والثقافية، فظهرت خلال سنوات التسعينات الكثير من مواقع المعلومات وخدمات البريد الإلكتروني ومنتديات التواصل الإلكترونية ومنصات الدردشة على الحواسيب، وبدأت استخدامات الهواتف تتزايد في مختلف المجتمعات، وقد شكّل هذا التحول غير المسبوق قوة دافعة لتغيير أدوات التواصل ونسج العلاقات الاجتماعية لتتناغم مع وظائف الاتصال الجديدة القائمة على التفاعلات الاجتماعية، فأصبحت هذه الوسائط أكثر تطورًا وسرعة وسهولة، ووفّرت قنوات جديدة للاتصال والتواصل وساهمت في تعزيز التفاعل الاجتماعي، ويمكن القول أنّ هذه الثورة الرقمية لم تأت إلاّ لخدمة البشرية وأغراض التواصل الافتراضي المبني على التفاعل الفوري، وأطلق على هذا الفضاء الأنترناتي مسمى الإعلام الجديد.

إنّ الهزة الاجتماعية والثقافية التي أحدثتها ثورة الإنترنت كانت لها انعكاساتها المتعددة على نظم المجتمعات، وبنياته التواصلية في الأسرة والثقافة والتعليم والعمل وغيرها، ورغم الكثير من خصائصها الإيجابية في تعزيز التواصل الشخصي البعيد والتفاعل الفوري، إلا أنّ إشكاليات كبيرة بدأت تلقو إلى السّاحة خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي عرفت نموًا اجتماعيًا واقتصاديًا سريعًا، بل إنّ العالم لم يشهد ثورة تكنولوجية في مجال

التواصل الافتراضي كالذي شهدته تقنيات الوسائط الاجتماعية، التي جعلت الكثير من الأنظمة الاجتماعية الصلبة تخضع لسقوطها، وتتعاطى معها بمنطق المؤثر والمتأثر، فأحدث تغييرات اجتماعية بنيوية جوهرية في طرق التفاعل الإنساني لم يتوقعها حتى الذين اخترعوها وصمّموها.

ومع مطلع القرن الواحد والعشرين بدأت ملامح عصر جديد من التواصل الافتراضي في الظهور، حينما انتشرت عبر شبكة الإنترنت مواقع اجتماعية جديدة، لها غايات تواصلية تجمع الملايين من البشر الذين يتفاعلون مع بعضهم البعض، وأخذت معالم هذه الثورة الاتصالية في التحقق بظهور شبكات التواصل الاجتماعي كان في مقدمتها منصّات مثل (Classmates.com) و(MySpace) و(Friendster)، وتعتبر الانطلاقة الحقيقية لعصر مواقع التواصل الاجتماعي بميلاد الفيسبوك رسمياً عام 2004، والذي سمح لشرائح واسعة من المستخدمين بإنشاء ملفّاتهم الشخصية، والتغلّب على عوائق الاتصال والتواصل البعيد، وأعقب ظهوره الكثير من المنصّات الاجتماعيّة لتسهيل التراسل الفوري وتبادل الصور والفيديوهات، وساهمت هذه الشبكات بشكل كبير في إضافة ميزات تفاعلية جديدة، أدّت إلى تنوع طرق التواصل البشري.

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي إذن، وشكّل وفودها إلى المجتمعات المعاصرة أبرز انتاجات الثورة الرقمية في الحياة اليومية، فمع تعاظم استخدامها بين الأفراد استقامت هذه الشبكات على تنوعها اختراق العديد من البنيات التواصلية التقليدية، وأحدثت معها هزّات اجتماعية طاعية، وبرزت تحديات جذرية في الهوية الاجتماعية والاتصالات الشخصية والبناءات الاجتماعية، وأعدت تشكيل النسيج العلائقي، من خلال تقليص المسافات بل إزالة الحواجز الزمنية والجغرافية، وأصبح ما كان صعب المنال متاحاً، خاصة مع ظهور الويب (0.2) في مطلع عام 2003، فأعطت فرص جديدة للتفاعل الاجتماعي عابر القارات، وقد تحدّث عالم الاجتماع "مارشال ماكلوهان" عن هذه التحوّلات والتغيّرات العميقة في أنساق التواصل الاجتماعي، وأطلق عليها مصطلح (القرية الكونية أو العالمية)، فلم تعد الشبكات الاجتماعية مجرد وسيلة للتواصل، بل تعدّدت وظائفها كمنصّات لتبادل المعلومات ونقل الأفكار والمشاعر، والتعبير عن الآراء، وأسهم وجودها في تعزيز التفاعل مع المجتمعات العالمية بلّرق لم تكن ممكنة من قبل.

بدأت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في التكتشف، على مستوى العلاقات الاجتماعية للأفراد، وتظهرت مخاطرهما في الصرّاع المستمر بين أنماط التواصل التقليدية وأشكال الاستخدامات الجديدة، فهذه المواقع لم تغيّر أنماط تواصل الأفراد وطرق ربطهم ببعضهم فحسب، بل أعادت رسم شكل جديد من العلاقات الاجتماعية، حيث تلاشت الفوارق الاجتماعية والثقافية بين الأفراد وأصبح الكلّ يتواصل وينسج علاقاته، فكلّ إمكانات

التواصل والتفاعل أصبحت متاحة لكل البشر، خاصة لدى الشباب الذي يتعاطى بشكل مكثف مع مختلف أشكال مواقع التواصل الاجتماعي، فأصبح يزوج بين عالمين؛ عالمه المادّي الواقعي والعالم الافتراضي، وقد أسهم هذا التواصل الافتراضي بشكل كبير في تغيير نماذج التفاعل البشري وأنماط التواصل، ونظير هذا التغيير برزت تبعات خطيرة وحاسمة على مستقبل نسيج العلاقات الاجتماعية الواقعية، ورافقت هذه التأثيرات مسميات جديدة كالإدمان الرقمي والعزلة الاجتماعية وتغيير أنماط الاتصال الشخصي وتهديد الروابط الاجتماعية، وتبعاً لهذه التحوّلات الجذرية في العلاقات الاجتماعية الحقيقية أعيد توظيف مصطلحات كثيرة كانت تنسب لوسائل الإعلام التقليدية في فترة الخمسينيات من القرن الماضي، حيث أخذت مفاهيم كالاستخدام والإشباع وتأثيرات أنماط الاستخدام تأخذ حيّزها الكبير لدى كثير من اللّاحات النظرية الجديدة أو تلك النظريات التقليدية التي مارست عملها لتقديم تفسيرات عميقة عن تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمعات، فأعيد العمل بها، لأنّ فروضها القويّة ومفاهيمها الصّلبة تواكب هذه التحوّلات الرّقمية والبشرية، وتسعى جهود الباحثين من خلال إجراء دراسات مكثّفة عن علاقة أنماط التفاعلات الافتراضية بمتغيّرات الحداثة، وما أنتجته من تواصل جديد وعلاقات افتراضية في إرساء أسس علمية لتفسير الظواهر الاجتماعية بشكل معمّق والتي كانت نتاج العصر الرّقمي.

لذلك تأتي دراستنا في الشأن لتسلّط الضوء على أهمّ التأثيرات الاجتماعية والنفسية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الواقعية لدى اللّلبة الجامعيين، وقد ارتأينا أن يكون موقع الفيسبوك أنموذجاً لدراستنا، نظراً لكثير من الأسباب والدوافع يأتي تفصيلها في سياق الدراسة، وقد تناول الباحث هذه الدراسة وفق طريقة منهجية (IMRAD) والتي يقصد بها ازدواجية الفصول، بالرّغم من قلة الدراسات المعمول بها محلياً، لذلك احتوت دراستنا على فصلين فقط؛ فصل يتناول الإطار المنهجي للدراسة، وتقرّنا فيه إلى تحديد الإشكالية وطرح التساؤلات والفروض، إلى جانب مفاهيم الدراسة وأسبابها وأهدافها وعرض أهمّ الدراسات السابقة الملائمة لموضوعنا ومناقشتها، وكذا عرض المنهج المتّبع في الدراسة وتحديد مجتمع البحث واختيار العينة، أما الفصل الثاني فقد خصّصناه لمعالجة نتائج الدراسة الميدانية التلّبيقية بالتّحليل، وتفسير نتائج المبحوثين حول محاور الاستبيان، وفقاً للتساؤلات المروحة، والتي شملت عادات وأنماط استخدام اللّلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، ودوافع وحاجات الاستخدام، ثمّ الإشباع المحقّقة من الاستخدام، وكذلك تأثيرات الاستخدام على مستوى الاتصال الشخصي، والنفسي والتفاعل والترابط الاجتماعي، ثمّ عرض أهمّ النتائج المستخلصة من الدراسة.

الفصل المنهجي

للدراسة

إشكالية الدراسة:

مع مطلع الألفية الثالثة دخل العالم حقبة جديدة من عصر التواصل والاتصال الاجتماعي بإنشاء الفيسبوك كأشهر شبكة تواصل اجتماعية، ظهر الموقع على يد "مارك زوكربيرغ" وزملائه حينما كانوا طلاباً في جامعة "هارفارد" الأمريكية، وكان هدف الفيسبوك حينئذ بحسب "زوكربيرغ" نفسه جعل العالم أكثر انفتاحاً، فأحدث ظهوره انعطافاً كبيراً في شكل التواصل وبناء العلاقات الاجتماعية، ومعه بدأت تظهر تساؤلات حول قوة تأثيره على المستخدمين وأنماط تفاعلهم، وبدأت طروحات كثيرة تحاول تسليط الضوء على مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية في ظلّ انسياب التواصل الافتراضي، وقدمت الكثير من البراهين عن دوره الموازي في نسج العلاقات وتعزيز الاتصالات الشخصية، ودعم طرق التواصل بين الأفراد، والأصدقاء الحقيقيين، ومتابعة أخبارهم و بث الصور والفيديوهات ومشاركة الأحداث اليومية في عملية تفاعلية، فأصبح منصة نموذجية في صيانة الروابط والتفاعلات، وبذلك بدأ عصر جديد يتخذ من الاتصالات التفاعلية مصدراً لتأسيس الهياكل والبنى الاجتماعية، فحسب "جيهان رشتي" فإنّ عناصر الاتصال تنطلق من العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتمّ نقل أفكار ومعلومات - منبّهات - بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء) (رشتي، 1978، صفحة 53) وهذا بفضل بقاء الأفراد متصلين مهما تباعدت الحدود الجغرافية واختلفت الأزمنة، واعتبر الفيسبوك بفضل ذلك أداة قوية للحفاظ على التواصل البشري، ولعب فيه التفاعل عاملاً جوهرياً وحيوياً في كلّ الأنشطة، وأصبح التعاطي مع محتوياته أمراً ضرورياً لاكتساب تجارب عميقة تنمّي مهارات التواصل الافتراضي، وتزيد من تعميق فرص نسج العلاقات الاجتماعية، ممّا أدّى إلى فرض نوع من الهيمنة التقنية لوسائل الاتصال على الحياة وزعزعة مكانة العلاقات الاجتماعية الواقعية.

وعلى الطّرف الآخر كانت بوادر أزمة اجتماعية في الظهور تهدّد العلاقات وتواصل الأفراد في مجتمعاتهم الحقيقية، فقد مكّن الفيسبوك المستخدمين من العيش في مجتمعين أو عالمين، يطلق على أحدهما المجتمع الواقعي وهذا المجتمع يتركز على الاتصال الشخصي كفاعل أساسي في علاقات الأفراد، بينما يطلق على الآخر المجتمع الافتراضي أو المجتمع الرقمي، وهو المجتمع القائم على شبكة الإنترنت والفيسبوك كوسيط اتّصالي، وبحسب "كاستلز" و"كروت" أنّه ما من وسيلة من وسائل الاتّصال التي أوجدتها الإنسان عبر مسيرته الاتّصالية الطويلة، كانت قد أحدثت تغييرات جوهرية في عملية التّواصل الاجتماعي في المجتمع كما فعلت الإنترنت، فالخصائص الاتّصالية التي تتمتع بها الإنترنت تجعل منه وسيلة اتّصالية متميزة ومتفردة في تاريخ الاتصال الاجتماعي. (ساري،

(2006، صفحة 18)، وهو ما أدى إلى رقمنة العلاقات الاجتماعية وتحوّلها إلى مجرد آلة تتوقع داخل شبكة من الاتصالات الهاتفية، فظهرت تغييرات في أنماط الكثير من تفاعلات المجتمع الطبيعية، وانسحبت إلى حياة رقمية افتراضية، هذا التغيير لم يكن اعتباطاً أو مجرد انقياد البشرية لتوظيف التقنية، فما فرضه تغلغل الإنترنت كمظهر عملي على سياقات التفاعلات الاجتماعية والاستخدامات اليومية، شكّل أبرز تحدّيات المواجهة بين خطر الصّراع أو الانصياع، وتؤكد "شيري تركل" أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدّى بالفعل إلى تغيير نمط الاتصال الشخصي، أين أصبح التواصل أكثر رقمنة وأقلّ واقعية، حيث تصير تفاعلاتنا الهامة من خلال أجهزة الاتصال والتطبيقات، وتصبح المحادثات والرسائل النصية والمشاركات عبر الإنترنت الوسيلة الأنسب للتواصل بدل تجربة الاتصال الشخصي (Turkle, 2011)

إنّ الشكوك التي أثّرت في منتصف القرن الماضي عن دور وسائل الإعلام والاتصال في التأثير على جمهورها استدعى الباحثين إلى سعي حثيث لإيجاد تفسيرات وإجابات منهجية عن هذا السؤال، وهو ما أدى إلى تعميق النظرة السلبية للجمهور نظراً لحداثة التقنية آنذاك، ولكن مع مجيء "إيهو كاتز" انقلب البحث السوسولوجي التقليدي إلى سؤال جوهري؛ ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟، فأدّت المساعي حينئذ للكشف عن طبيعة استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال، إلى بروز نظرية الاستخدامات الإشباعية والتي تعتبر مفهومي الاستخدام والإشباع مصطلحين مركّبين وأساسيين في تفسيراتها لنشاط الأفراد، وأسباب أو دوافع استخدامهم لوسائل الاتصال في سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والثقافية.

وفي سياق استخدام الفيسبوك أيضاً فإنّ جملة من الإشباعيات يسوقها الطلبة كذريعة لتبرير هيمنة الحاجات عليهم، وعلى رأسها التواصل والانتماء الاجتماعي والتعبير عن الذات والحصول على المعلومات والتسلية والترفيه، وهذه القوى النفسية والاجتماعية هي التي تدفع بالطلبة إلى تبني التكنولوجيا الرقمية، فبدخول الإنترنت كفضاء مستحدث إلى الحياة الاجتماعية وما أثارته من تأثيرات إيجابية وسلبية أدّى إلى توظيف هذه النظرية كمقاربة سوسولوجية تقدّم تفسيرات اجتماعية ونفسية لظاهرة الإقبال على الإنترنت وأدواتها المتمثلة في الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية وآثار استخداماتها على الفرد المجتمع.

ومع تعاظم استخدامات الأفراد للفيسبوك خاصة الشباب الجامعي، أدّى ذلك إلى تراجع في الوظائف المجتمعية التي قامت عليها أسس النظريات السوسولوجية في تفسيراتها للتغيرات التي طرأت آنذاك، فلقد لعب هذا الوسيط الاتّصالي دوراً في إثارة الجدل حول مستقبل الاتّصال الشخصي وإضعاف الرّوابط العائلية والعاطفية في ظلّ تنامي حجم الاستخدام، فقد أحدث دخول الدردشة إلى البيوت باعتباره أحد أهمّ طرق الاتصال والتواصل

الحديثة، مفارقات كثيرة على مستوى الاتصال الشخصي وبنى العلاقات الاجتماعية، كما أدى التطور الهائل في الهواتف الذكية إلى النزعة الرقمية، حيث يمتلك كل فرد هاتفه الخاص به، بل يشكّل من خلاله عامله المحظور عن الآخرين مشاركته، وكما أشار باحثون بأنّ "هذا الجيل لا يقضي سوى أوقاتا رمزية في التفاعل الاجتماعي داخل العالم الحقيقي، فأدى هذا النمط إلى ظهور ظاهرة جديد تسمى "بالحضور المغيب في التجمّعات العائلية"، أين تتواجد الأجساد في نفس المكان، بينما تظنّ العقول والعيون منشغلة باستخدامات الهواتف الذكية" (مجموعة مؤلفين؛، 2021، صفحة 72).

فالإنسان إضافة إلى أنّه كيان اجتماعي ونفسي يعبر عن وحدة جسمية متكاملة تلزمه طباعه بالتعايش وسط جماعة الانتماء ومشاركتهم الاهتمام، وهذا من طبع تكوينه الفيزيولوجي والنفسي، فهو في موقع التأثير والتأثر بمن حوله، ولهذا تشكّلت الحواضن الاجتماعية للإنسان؛ بدءًا من الأسرة مرورًا بالقبيلة أو العرش ثمّ إلى نظم اجتماعية أكثر تأطيرا وتنظيما ضمن بيئات اجتماعية وهياكل ظلّت صامدة مدى قرون، إلى أن أصبحت الممارسات والأفعال الاجتماعية تخضع لمنطق وسائط الاتصال، فظهرت على إثرها تجمّعات اجتماعية افتراضية جديدة تسمى "بالمجمّعات الافتراضية"، والتي ساعدت على تجميع عدد هائل وغير محدود من البشر يتواصلون في بيئتهم الافتراضية ويتفاعلون باستمرار وبشكل متكرّر، لتظهر هويّتهم الرقمية كتعويض للوجود الفيزيائي المتقمّص، في إزاحة للاتصال المواجهي كجزء من التحولات الاجتماعية الكبرى، والذي لن يقوم أي بناء اجتماعي مقامه ولن يؤدّي غيابه إلى تحقيق تواصل كامل وفعل ضمن شبكة العلاقات الاجتماعية.

لقد أصبح ميل الطلبة اليوم إلى استخدام الفيسبوك واقعا ملموسا لتلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم، كما سمح انخراطهم بشكل مكثّف في المجتمع الافتراضي بتلبية أغراضهم المختلفة، انطلاقا من دوافع وحاجات متعدّدة، وسواء تقبلنا الأمر أم لم نتقبله، فإنّه صار حتمية اجتماعية، فرضتها تغيّرات العصر الرقمي، فأصبح الفيسبوك هو الصديق والزميل والعائلة والحبيب لكلّ طالب، باعتباره عضو ضمن نسق اجتماعي يسهم في بناء المؤسسات الاجتماعية، لذلك يثير تعلق الطلبة وانشغالهم بالاستخدام المتزايد للفيسبوك مخاوف كثيرة من الوقوع في العزلة الاجتماعية وإدمان التواصل الافتراضي، وتراجع جودة الاتصالات الشخصية والأسرية الحقيقية، فكثيرا ما حذرت دراسات اجتماعية ونفسية من الانغماس فيه، وشكّلت منطلقا منهجيا لكثير من التّساؤلات والاستفهامات حول مدى تأثير استخداماته على عمق التفاعل والترايط الاجتماعي في الواقع، وسعت محاولات علمية لفهم دوره في تحفيز الأفراد نحو التواصل الافتراضي، أين شكّل هذا الفضاء الأزرق عالما موازيا للمجتمع الحقيقي الذي ألفه الطلبة وتربّوا فيه واكتسبوا منه سلوكياتهم وطباع عيشتهم.

وتأتي دراستنا في هذا الشأن لتحاول تقصي دوافع طلبة العلوم التكنولوجية ونزوعهم نحو استخدام الفيسبوك، أي من الواقعي إلى الافتراضي؛ هذا الافتراضي الذي استعار من المجتمع الحقيقي شخوصه المادية بهوياتهم الحقيقية وسلبه تفاعلاتهم المشكّلة ونقل مهاراتهم التواصلية إليه، فكيف استطاع جلب هياكل البيئة الاجتماعية إليه، فهل دفعتهم مغريات اجتماعية ونفسية وعاطفية ووجدانية إلى الاندماج فيه، أم أنّ غياب الرقابة وتقمّص الشخصيات والتواصل دون حدود جغرافية وزمنية هيمن على ملامح تلك الدوافع؟، وهل نستطيع الجزم بأنّ ميزات الفيسبوك الموضوعية أساسا للتواصل المفتوح دون قيود ولا ضوابط أعطى فرص اندماج أكثر للطلبة مع الفيسبوك؟، وإن سلّمنا اعتقاداً أنّ الأفراد نقلوا تفاعلاتهم الحقيقية من مجتمعهم الواقعي إلى مجتمع غير واضح المعالم ونسجوا فيه علاقاتهم الاجتماعية، ألا يعتبر هذا التنوع امتداداً طبيعياً لأنماط التواصل الأخرى في واقعهم!، أم أنّ هناك عوامل جذب إلى هذا العالم الذي يميّز بتفاعلاته المتغيرة، من التعليقات والكتابة والمشاركات والانخراط في مجموعات دون شروط وسهولة المحادثات الصوتية والمصوّرة والتعبير بكل حرية وبأي لغة يفهمها مخاطبوه، وبأي هويّة يريد دون رقابة أو سلطة.

إنّ تعامل الطلبة مع فضائين غير متماثلين في الزمان والمكان، يفتح النقاش معتمداً حول طبيعة الممارسات وأشكال هذا التواصل الافتراضي، وتذكرنا ظاهرة التزوح إلى العالم الافتراضي هذه، بانتقال الأفراد من البيئة الريفية إلى البيئة الحضرية المتطورة، فالأشخاص هم أنفسهم ولكنّ الفضاء مختلف، فأصبحت التفاعلات الواقعية تنزاح تدريجياً إلى تفاعلات أكثر انفتاحاً واتساعاً في المنصّة الافتراضية، فأدّى إلى تنوع في العلاقات الاجتماعية للطلبة الجامعيين، من خلال اعتمادهم على الفيسبوك في التواصل مع أصدقائهم واستغراق الوقت في الاستخدام لمشاركة الأفكار وبناء الهويّات الاجتماعية، والتغلّب على مشاكل التواصل الحقيقي كبعد الأماكن والتواصل في الليل وفي سكونهم وحركاتهم، حيث يستأنف الطلبة تواصلهم وتفاعلاتهم من مجتمعهم الحقيقي الذي لا يمكنهم الانفصال عنه إلى الفضاء الافتراضي لاستكمال نشاطهم معه أو مع نسيج جديد من العلاقات لإنتاج تفاعلات أخرى، أين يمارس المستخدمون سلوكيات أكثر ضبابية نتيجة انخراطهم المفرط واعتمادهم المتزايد على الفيسبوك، ولا شكّ بأنّ الطلبة كفاعلين اجتماعيين يميّزون بالديناميكية والتغيّر، فلا يكتفون بعلاقاتهم الحقيقية التي أعادوا رسمها، بل يسعون إلى توسيع هذه العلاقات مع أفراد وأصدقاء آخرين اكتسبواهم من خلال التفاعل الافتراضي، سواء كانوا من داخل الجزائر أو من مجتمعات وجنسيات أخرى، وقد يؤدي هذا التوسّع في التعارف في النهاية إلى تآكل العلاقات والروابط الاجتماعية الحقيقية، وقد يلعب فيها التعلّق بالوسيلة والإدمان على استخداماتها وإشباعاتها

دورا بارزا في التأثير على مهارات الطلبة الجامعيين في التواصل الشخصي، وانجرفهم نحو العلاقات المشبوهة، وتكون نتيجته العزلة الاجتماعية والنفسية وتراجع مستوى التفاعل الواقعي والاتصال الوجداني.

وتأتي أهمية استكشاف أنماط التواصل الافتراضي من خلال استخدامات الفيسبوك كوسيط اجتماعي، لتلبية حاجة المعرفة والتعرف على تأثير هذا النزوح على العلاقات الحقيقية للطلبة الجامعيين، ولذلك تهدف هذه الدراسة من خلال التحليل الكمي إلى توضيح الرؤية السوسولوجية، من خلال العديد من المقاربات النظرية التي تدعم مساعيها لتقديم رؤية معمّقة عن كيفية حدوث هذا التأثير وتجلياته على الأنشطة والتفاعلات الاجتماعية، وتشكل الهويات الفردية والجمعية، وكذلك طبيعة تغيير أنماط التواصل والتفاعل الداخلي في الأسرة وبين زملاء الجامعة والجيران وجماعة الرفاق والعلاقات العاطفية والشخصية، ونسعى لتوضيح هذا التقارب بين الواقعي والافتراضي بشكل أساسي، ومدى ارتباطه بطموح الأفراد في التحرر من سلطة القيود الاجتماعية والضغوطات النفسية، علاوة عن تأثيره على جودة الاتصال الشخصي والروابط الاجتماعية وتعزيز الدعم النفسي، أو انخفاض مستوى التقارب والتفاعل في المجتمع الحقيقي، وهو ما ينعكس إيجاباً أو سلباً على جودة الحياة الاجتماعية والنفسية للطلبة وتظهر تأثيرات الدوافع على طبيعة الاستخدام وحجم الإشباع المحقق.

ومن خلال ذلك ستركز دراستنا على نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية كظاهرة سوسولوجية اتصالية، وتأثيرها باستخدامات طلبة كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك ودوافعهم الاجتماعية والنفسية والشخصية والمعرفية، نظراً لارتباطها الوثيق بإفرازات الفضاءات التواصلية، نتيجة بحثهم عن علاقات اجتماعية افتراضية بديلة، قد تكون مستنسخة ومجهولة وذات أبعاد خطيرة على مستوى التفاعل الشخصي والاجتماعي والنفسي، ونقدم في هذا الإطار فهماً شاملاً لهذه الظاهرة المتزايدة، بإشراك باقي العوامل النفسية والاجتماعية والتي لا بدّ أنها أسهمت في خلق هذه الظاهرة وسارعت في هذه التحوّلات السريعة، وفي هذا الإطار وجب طرح العديد من التساؤلات المنهجية والاستفسارات، حول نمط وطبيعة التواصل الافتراضي عبر الفيسبوك، وكيف تمارس عادات الاستخدام المتكرّر تأثيراتها على نمط التواصل الحقيقي، لتشكّل لنا ظاهرة تغيير رويتن العلاقات الواقعية بين الطلبة، استجابة لحاجاتهم ودوافعهم المختلفة، والتي يهدفون من خلالها إلى تحقيق إشباع ضرورية قد تعزز التوازن بين علاقاتهم في المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي.

ومن خلال كلّ ما تقدّم يمكن أن نطرح تساؤلاًنا الرئيسي كالتالي: إلى أيّ مدى يؤثّر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية لطلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان؟.

تساؤلات الدراسة:

- 1- فيما تتمثل عادات وأنماط استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية بغليزان لموقع الفيسبوك؟
- 2- لماذا يلجأ طلبة كلية العلوم التكنولوجية إلى استخدام الفيسبوك؟.
- 3- ما هي الإشباعات التي يجنيها الطلبة من استخدامهم لموقع الفيسبوك؟
- 4- ما تأثير استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك على نمط الاتصال الشخصي؟.
- 5- ما التأثيرات النفسية الناتجة عن استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك؟.
- 6- ما طبيعة تأثير استخدام الفيسبوك على نمط التفاعل والترابط الاجتماعي الواقعي للطلبة؟

فرضيات الدراسة:

- 1- تختلف عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم التكنولوجية للفيسبوك تبعاً لمتغيري الجنس والسن.
- 2- يستخدم طلبة العلوم التكنولوجية موقع الفيسبوك بدوافع وحاجات مختلفة ترجع لمتغيري الجنس والسن.
- 3- يحقق الطلبة إشباعات مختلفة تبعاً لمتغيري الجنس والسن.
- 4- يؤدي استخدام الطلبة للفيسبوك إلى انخفاض مستوى الاتصال الشخصي الواقعي (وجها لوجه).
- 5- يؤدي استخدام الطلبة للفيسبوك إلى الإدمان والعزلة النفسية والاجتماعية والاكتئاب.
- 6- يؤدي استخدام الفيسبوك إلى تفكك الروابط الاجتماعية وتقليل التفاعل الاجتماعي الحقيقي.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية دراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل خاص الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية في حقل البحث العلمي من خلال العناصر الآتية:

- 1- تفرض التحديات الاجتماعية والتكنولوجية في دراسة ظواهر تأثير المجتمعات الافتراضية على حياة الأفراد تقديم تقرير علمي شامل مدعم بالتحليل والنقد والطروحات المقنعة والمدججة بالأدلة العلمية، من خلال الدراسات والأبحاث التي تم إجراؤها في إطار الدراسة، ولذلك تمثل هذه التحديات ظواهر يعينها نتيجة التغيرات التكنولوجية المتلاحقة وإفرازاتها الاجتماعية كتهديد العلاقات الاجتماعية وانخفاض جودتها، والإدمان والعزلة الاجتماعية، ما يجعل البحث في هذه الظاهرة مبرراً علمياً لدراسة تأثيرها وإظهارها للتعامل معها.

- 2-** أيضا وجد الباحث أنّ عددا من الدراسات الأكاديمية في درجة الدكتوراه لا تغوص في عمق الظاهرة، وتتناولها بشكل علائقي سطحي من مجرد الاستخدام لغرض إشباع حاجة منتقصة لدى الطلبة، دون فهم العلاقة بأبعادها الشخصية والنفسية والتفاعلية الاجتماعية.
- 3-** أصبح من الضرورة على الباحثين والمجتمع العلمي الاستجابة إلى التغيرات والتحديات الناتجة عن علاقة الأفراد بمواقع التواصل الاجتماعي، في ظلّ التطورات السريعة في الفضاءات الرقمية، من خلال فهم الآثار الاجتماعية والنفسية بشكل واقعي مدروس لهذه التطورات.
- 4-** تندرج هذه الدراسة ضمن أنماط التفاعل الاجتماعي، لذلك وجب فهم التأثير الاجتماعي والنفسي والثقافي لمنصات التواصل الاجتماعي خصوصا الفيسبوك، وهو ما يعكس تطورات تكنولوجية ثقافية هائلة على استخدامات الأفراد، ومنه تعدّ دراسة آثارها على تفاعلات العلاقات الاجتماعية الواقعية سبيلا لفهم الكيفية التي يتم بها التأثير وتشكل الأنماط الجديدة ومدى تغيير في طبيعة العلاقات الإنسانية لدى المجتمع المدروس.
- 5-** التنبؤ بالتغيرات الاجتماعية من خلال تحليل وفهم الاتجاهات الزاهنة والمستقبلية الخاصة بدراسة آثار استخدامات الفيسبوك على نمط التفاعل الافتراضي بين الأشخاص وعلاقته بالتفاعل في الحياة الواقعية.
- 6-** مساهمة الدراسة في استمرارية استكشاف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على هذا النوع من الأبحاث، وبالتالي تحقيق تطور معرفي متلاحق للدراسات السابقة والمتعاقبة في نفس الظاهرة لفهم ورصد مدى التغيير الاجتماعي فيها، وبالتالي توجيه البحوث المستقبلية في تطوير هذه الدراسة في مجتمعات أخرى وأزمنة متفرقة.
- 7-** تشكل هذه الدراسة موضوعا معاصرا ومهما للباحث في توعية الطلبة والمجتمع بخطورة آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بفضل النتائج المتوصل إليها، وهذا بتطوير برامج للشباب والطلبة الجامعيين حول كيفية وطرق تحقيق تفاعل افتراضي جيّد على الفيسبوك وتأثيرات أقل.
- 8-** تركز الدراسة على بعض المؤشرات لفهم تأثير الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية مثل العلاقات الحميمة والعلاقات الشخصية والترابطات الاجتماعية والإدمان الرقمي، وأيضا توضيح كيفية تغيير نمط هذه العلاقات من خلال تحليل التواصل والتفاعل في سياق البحث عن علاقات اجتماعية افتراضية أخرى بديلة عن العلاقات الاجتماعية الواقعية.

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال دراسة تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك إلى تحقيق عدّة أهداف ترسم الطريق للوصول إلى الحقيقة العلمية تجاه الظاهرة المدروسة، وبما أنّ البحث العلمي هو مجال واسع يحتاج إلى تحديد الأهداف بدقّة وبموضوعيّة لإزالة الغموض المعرفي، لأجل ذلك وضع الباحث جملة من الأهداف تتمثّل في:

- 1- التعرّف على أنماط وعادات استخدام طلبة العلوم التكنولوجيّة لموقع الفيسبوك.
- 2- الكشف عن الدوافع والحاجات المختلفة لاستخدام الطلبة موقع الفيسبوك في إطار علاقاتهم الاجتماعيّة.
- 3- التعرّف على الإشباعات المحققة للطلبة من خلال سعيهم لبناء علاقات اجتماعية افتراضية.
- 4- الكشف عن طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.
- 5- فهم طبيعة التفاعل الافتراضي بين محتويات الفيسبوك والطلبة.
- 6- فهم الظاهرة قيد الدراسة من خلال تتبّع ورصد كيفية تأثير الفيسبوك على العلاقات الاجتماعيّة الواقعية لدى الطلبة من خلال فهم الميكانيزمات التي تحكم هذه العلاقة.
- 7- الكشف عن مجموعة العوامل والمحدّدات التي تزيد أو تقلّل من آثار الفيسبوك على العلاقات الاجتماعيّة الواقعية، كنوع المحتوى ومدى حضور شبكة الفيسبوك في حياة الطلبة ومدى التفاعل الشخصي عبر الفيسبوك.
- 8- التعرف على الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام موقع الفيسبوك على طبيعة ونمط العلاقات الاجتماعيّة، لتسهيل إيجاد حلول جادّة من الجهات المختصة للتقليل من الآثار السلبية وتعزيز الآثار الإيجابية.

أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر مرحلة اختيار موضوع الدّراسة من أهمّ المراحل التي تشكّل منطلقاً علمياً لبناء التصوّرات العلمية الكبرى التي تدفع الباحث إلى تبنيّ دراسة مشكلة أو ظاهرة ما، خاصة الظاهرة قيد الدراسة، ولذلك يمكن صياغة عدّة أسباب قادتنا إلى تبني واختيار موضوع دراستنا:

الأسباب الذاتية:

- 1- الاهتمام الشخصي بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها.
- 2- الرغبة الملحّة في دراسة أنماط العلاقات الاجتماعيّة الافتراضية بناءً على تجارب شخصيّة وملاحظات ومراقبات الاتجاهات الاجتماعيّة.

3- يمثل جنوح الطلبة إلى استخدام الهواتف الذكية والفيديو في ساحات الجامعة كوسيلة للتواصل سببا في محاولة الفهم الشخصي بكيفية استخدام هذه الوسيلة نظرا لتغلغلها ضمن نشاط التفاعل الاجتماعي في إطار العلاقات الاجتماعية بحكم أنّ الباحث يمارس هذا النشاط.

4- الرغبة في فهم ظاهرة نسج الطلبة للعلاقات الاجتماعية الافتراضية وجملة العوامل المتداخلة في تشكيلها.

5- شعور الباحث بالقلق الاجتماعي إزاء الآثار السلبية للفيديو على العلاقات الاجتماعية الواقعية.

6- رغبة الباحث في توعية المجتمع خصوصا مستخدمي مواقع التواصل من خلال تقديم نتائج علمية ميدانية.

7- حاجة الباحث إلى المعرفة الأعمق لحجم التغيرات الكبيرة على مستوى العلاقات الاجتماعية الواقعية في العصر الرقمي.

8- خبرة الباحث في دراسة الشبكات الاجتماعية بنشره للعديد من المقالات العلمية والدراسات الميدانية الحديثة، وتوظيف هذه الخبرة في دراسة العلاقات المتشكلة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة.

الأسباب الموضوعية:

يغطي موضوع دراسة تأثيرات موقع التواصل الاجتماعي الفيديو على العلاقات الاجتماعية بأهمية متزايدة، خاصة في ظل الإغراق الرقمي، لذا يعتبر فهم الظاهرة وتقديم تحليلات علمية موضوعية تحدّ هامّ لرصد تطورات المجتمع الحديث.

1- يغطي موضوع الدراسة في الفترة الأخيرة بتوجهات بحثية جادة تشير إلى ضرورة استكشاف التفاعل القائم بين الفيديو والعلاقات الاجتماعية الواقعية لدى طلبة الجامعة.

2- النقص الأكاديمي في صنف أطروحات الدكتوراه التي تركز على دراسة الآثار المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الواقعية لدى طلبة الجامعة بشكل مفصّل في المجتمع الطلابي الجزائري.

3- تزايد اعتماد الشباب خاصة الشباب الجامعي وفقا للعديد من الدراسات الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي هو بحدّ ذاته يمثل دافعا علميا لاستطلاع أنماط الاستخدامات لدى طلبة الجامعة.

4- تزويد الباحث للمكتبات والمواقع المعرفية بنتائج قيمة قد تسهم في تحسين التوجهات الطلابية اجتماعيا وتربويا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عموما والفيديو بشكل خاص نحو الطريقة الفعالة والاستخدام الأمثل بشكل سليم.

5- الإسهام في البحث العلمي كمرجع للدراسات اللاحقة في موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الطلبة، لذا سيساهم هذا البحث في تطوير البحث العلمي ودفع التوجهات الجديدة في تبني الموضوع خاصة في

جامعة غليزان، إذ تمثل الدراسة أول أطروحة دكتوراه في موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في تخصص علم اجتماع الاتصال.

6- تقديم تحليلات علمية جديدة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأفراد والطلبة الجامعيين، وطرح الأفكار المبتكرة التي تناقش موضوع آثار الفيسبوك على طبيعة العلاقات الاجتماعية الواقعية.

منهج الدراسة:

يعتبر المنهج أهم خطوة يحذوها الباحث في اختياره لنوع دراسته التي سوف يجتريها على مجتمع البحث ويحدّد طبيعتها، فالباحث يرسم طريقاً علمياً للوصول إلى منطق سليم ذو نتائج معبّرة عن حجم الظاهرة قيد الدراسة، لذا يعتبر المنهج العلمي بمثابة العمود الفقري لأي دراسة علمية.

ويعرّف المنهج بأنه مجموعة منظّمة من العمليّات تسعى لبلوغ هدف، وهو طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال وعلى إجراءات معترف بها للتحقق في الواقع (أنجوس، 2004، صفحة 102)، وهو أيضاً أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على تنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة (أحمد عارف و محمود، 2015، صفحة 104).

ونظراً لطبيعة الدراسة والموضوع المتعلق بأثر مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، فإنّ دراستنا تندرج ضمن بحوث الدراسات الوصفية، الذي تعرّف بأنّها: (أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدّد عبر فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تمّ تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، وتعرّف أيضاً بأنّها طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتمّ التوصل إليها على أشكال رقمية معرّبة يمكن تفسيرها). (الزغبي، 2022، صفحة 113)، ويعرّف أيضاً بأنه استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها، وتحديد العلاقات بين عناصرها وبينها وبين ظواهر أخرى، فالأسلوب الوصفي في البحث أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محدّدة، وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقنّنة عن الظاهرة، أو المشكّلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة (عبد الرحمن، 2014، صفحة 131).

ونحن في دراستنا نركز على وصف ظاهرة تغيير استخدامات الفيسبوك لدى الطلبة ونرصد آثارها على طبيعة العلاقات الواقعية، ونسعى إلى الحصول على معلومات كافية حول مستخدمي الشبكات الاجتماعية، ومن خلالها نرصد أنماط استخدامهم لها وحجم الإشباع التي تم تحقيقها وطريقة تفاعلهم ونشاطهم على الموقع، ولذلك فإن

الدراسات الوصفية هي الأنسب لدراستنا لأنها تمنحنا عملية وصف الظاهرة بشكل دقيق ومفصّل، ولأنها ترشدنا إلى كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة، وتتبع اتجاهات الظاهرة والظروف المحيطة بها. وبناءً عليه فإنّ دراستنا اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي الذي يندرج ضمن البحوث أو الدراسات الوصفية، والتي تسمح بدراسة الأشكال والمواقف واتجاهات الأفراد نحو استخدام مواقع التواصل والظواهر التي تدخل في دائرتها في وقت حدوثها، فهذا المنهج ملائم لطبيعة دراستنا المعاصرة ومعرفة متغيّراتها، كما يعتبر منهج المسح الاجتماعي من أشهر مناهج البحث وأكثرها استخداماً في الدراسات الوصفية خاصّة.

ويعرّف منهج المسح الاجتماعي بأنه دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معيّنة وفي مكان معيّن وفي الوقت الحاضر، دون الخوض في تأثير الماضي والتعمّق في هذا الماضي، كما أنّها تدرس الظواهر كما هي دون تدخّل الباحث فيها والتأثير على مجرياتها، وفي المسح الاجتماعي يتمّ جمع بيانات مقنّنة من مجتمع البحث، ويعدّ الاستبيان والمقابلات المقنّنة من أكثر الأساليب استخداماً في تنفيذ المسوح الاجتماعية، ويتمثّل الغرض الرئيسي من إجراء المسح في إنتاج بيانات تشكّل أساساً للتعميم حول مجتمع المسح أو الجماعات المستهدفة، وتستخدم الدراسات المسحية أيضاً لاكتشاف العلاقات الارتباطية بين المتغيرات. (الزبياري، 2011، صفحة 67).

وتهتم المناهج المسحية أساساً بالإحصائيات العامة التي تنتج عن استخلاص البيانات من حالات فردية، أي من الحالات المستعرضة، ولا تهدف هذه الطريقة إلى مجرّد جمع البيانات والمعلومات وجدولتها، بل إنّها تقوم بتفسيرها للدلالة على ما يحدث فعلاً من أجل التوصل إلى مبادئ ونظريات (المغربي، 2007، صفحة 97).

وبناءً على ذلك فإنّ اعتماد الباحث على هذا النوع من الدراسات كونه أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، ذلك لأنّ المناهج المسحية أثبتت فعاليتها في الموضوعات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية المعاصرة، وعلى هذا الأساس سيكون استخدامنا لبحوث الوصف المسحي ضرورياً في دراستنا، لأنها ستساعدنا على وصف الظاهرة الماثلة أمامنا، ومن ثمّ نقوم بتحليل خصائصها والعوامل المؤثرة فيها، وتفسير كافة الأسباب الظاهرية المؤدية للمشكلة، كما سنقوم بوصف علاقات وسمات وآراء واتجاهات وكيفية استخدامات عيّنة الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك الممثّلة لمجتمع البحث لدينا، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في دراسته على أدوات علمية تمكّنه من اكتشاف الظاهرة ووضع استنتاجات تفسيرية يمكن تعميمها فيما بعد، وهذه الأدوات تساعد في جمع البيانات والمعلومات من البيئة الواقعة فيها الظاهرة، واعتمد الباحث على الملاحظة والإستبيان كأدوات رئيسية للتعامل مع المبحوثين الممثلين للدراسة موضوع البحث.

الملاحظة:

تعتبر الملاحظة الخطوة الأولى في البحث الاجتماعي وأداة رئيسية له، بل يمكن القول أنّ البحث الاجتماعي يستخدم الملاحظة بدرجات مختلفة من الدقة والضبط، ابتداءً من الملاحظة السريعة غير المضبوطة وصولاً إلى الملاحظة العلمية الدقيقة (الزيباري، 2011، صفحة 131)، وتعرّف الملاحظة بأنّها المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات أولاً بأول، كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدقّ المعلومات، فهي عملية تتبّع لسلوك معين بهدف تسجيل البيانات بغرض استخدامها في تفسير وتحليل المسببات وآثار ذلك على السلوك. (المحمودي، 2019، الصفحات 149-150).

ويأتي اعتمادنا على الملاحظة في دراستنا لأننا انطلقنا من الواقع الظاهري للمشكلة المدروسة من خلال شبكة ملاحظة ومراقبة المبحوثين، بدءاً من تسجيل أوقات تجمّعاتهم المتكرّرة، وملاحظة أماكن استخدامهم للهواتف الذكية، ومراقبة انهماك مجموعات من الطلبة في استخدام الفيسبوك، لفهم أنماطهم والاقتراب من تجاربهم اليومية وما ينتج عنها من تفاعلات وتأثيرات لعلاقاتهم الافتراضية على العلاقات الواقعية دون التدخل فيهم، كما لجأ الباحث إلى بعض الصفحات الطلابية وشاهد تفاعلاتهم ومشاركاتهم النشيطة من تعليقات وردود ونشر وغيرها ممّا يتيح الموقع لصفحات المستخدمين، وهو ما ساعد الباحث على ملاحظة ظاهرة مستفزة كانت لها تصوّرات مبدئية، وبالتالي فإنّ الملاحظة عزّزت من دوافعنا وأهدافنا لإجراء هذه الدراسة.

وسمحت لنا الملاحظة أيضاً أثناء جمع البيانات المتعلقة بتوزيع الاستبانات من مراقبة سلوك الطلبة الجامعيين في المواقف الواقعية دون جهد كبير، وهذا على اعتبار أنّ الباحث يتابع تكوينه الأكاديمي في نفس الجامعة، ومتواجد على الدوام في مكان البحث، وتكمن أهمية الملاحظة الميدانية هنا في المقدرة على اكتشاف التناقض وعدم التناسق في إجابات المبحوثين من واقع المشاهدة والملاحظة اليومية، وأثناء مراجعة الاستبيان استطاع مقارنة الإجابات وقت مراجعتها.

الاستبيان:

تعتمد دراستنا بشكل أساسي على أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات والمعلومات من مجتمع البحث المستهدف في الدراسة، ولأنه من أكثر الأدوات شيوعاً واستخداماً في بحوث الوصف المسحي، كونه يمكن الباحث من تسجيل وكشف أبعاد الظاهرة من خلال إجابات المبحوثين.

والاستبيان هو استمارة بحثية ورقية أو إلكترونية تحتوي على مجموعة من أسئلة صاغها الباحث وفقاً لأسئلة وأهداف وفرضيات الدراسة، وهي تضم خيارات متعددة من الفقرات (متغيرات) يقوم كل مستجيب من عينة البحث بالإجابة عليها بنفسه دون مساعدة أو تدخل من أحد (الزغي، 2022، صفحة 211).

وقد كان الهدف من استخدامنا هذه الأداة في دراستنا للأغراض التالية:

1- أتمها من الأدوات البحثية قليلة التكاليف نظراً لضخامة الجمهور الذي تستهدفه الدراسة، أي أنها تساعد الباحث على إجراء دراسة مسحية شاملة تغطي أعداداً كبيرة من المبحوثين، وهذا بحسب نوعية العينة المدروسة خاصة إن كانت في أماكن متفرقة.

2- نستطيع من خلالها معرفة وقياس اتجاهات الشباب الجامعي حول مدى استخدامهم لموقع الفيسبوك.

3- تهدف أسئلة استمارة الاستبيان إلى الحصول على إجابات واقعية وليس تخمينات وآراء وتوقعات، بناءً على الملاحظة والقراءات السابقة والدراسة الاستطلاعية.

4- نوعية الدراسة التي تهدف إلى الكشف عن طبيعة استخدامات الشباب الجامعي ودوافعه وإشباعاته وتأثير ذلك على العلاقات الاجتماعية، ويحتاج الباحث إلى معرفة كم هائل من المعلومات، وهذا لا يكون الحصول عليه بسهولة وفي وقت وجيز سوى باستمارة الاستبيان.

5- كما أنّ أسئلتها تتيح لعينة الدراسة التعبير بكل حرية من خلال تعدد الإجابات ونوعية الأسئلة وفقرات المقاييس المستخدمة فيها، والتي تعكس إطار المشكلة البحثية.

وقبل إعداد محاور الاستبيان ووضع الصياغة النهائية للأسئلة قام الباحث بمراجعة التراث النظري للدراسات السابقة ذات الصلة بدراسته من أجل الإطلاع على نماذج الأسئلة والمقاييس المستخدمة، وهو ما سمح لنا بوضع تصوّر نهائي للأسئلة، وبناءً عليه تم تقسيم أسئلة الدراسة إلى خمسة محاور كبرى، أربعة منها اعتمدت كمباحث أساسية للدراسة وهي:

المحور الأول: ضمّ البيانات الشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، وضم هذا المحور 15 سؤالاً.

المحور الثالث: دوافع وحاجات استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك، وضم هذا المحور 15 سؤالاً..

المحور الرابع: الإشباع المحقق للطلبة الجامعيين من استخدامهم الفيسبوك، وضمّ هذا المحور 04 أسئلة.

المحور الخامس: تأثير استخدام الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية: حيث ضمّ عدداً من العبارات مقسمة ثلاثة أبعاد يضمّ كل بعد 20 سؤالاً.

6- بعد الاتصال الشخصي: الذي يبحث في جودة العلاقات الاجتماعية من خلال وتيرة وطبيعة الاتصال الشخصي بعد استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.

7- البعد النفسي: والمتعلق بالتأثيرات النفسية والوجدانية نتيجة استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.

8- بعد التفاعل والترابط الاجتماعي: والذي يكشف عن قوة أو ضعف الروابط الاجتماعية، وطبيعة التفاعلات الافتراضية نتيجة استخدامهم للفيسبوك وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية.

وقبل إعداد استمارة الدراسة النهائية أجرى الباحث دراسة استطلاعية على عينة اختارها مكونة من 20 مفردة من طلبة جامعة غليزان من نفس مجتمع البحث، حيث تمكّن الباحث من معرفة رأي واتجاهات الطلبة حول موضوع الدراسة ومدى شيوع استخدام موقع الفيسبوك، وهل الموضوع يشكل لديهم ظاهرة تستحق فعلاً البحث والتقصّي، كما تمكّن الباحث من التحقق من جودة الأسئلة المصاغة ومدى فهمها واستيعابها، ومن خلال مراجعة الإجابات تم إعادة صياغة بعض الأسئلة لتفادي سوء الفهم والغموض فيها.

صدق وثبات الأداة: من أجل التحقق من صدق الأداة تم اتباع الخطوات التالية:

1- الصدق الظاهري: قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين في تخصصات ذات العلاقة بالدراسة (العلوم الاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال، علم النفس) من جامعات جزائرية ودولية (الملحق رقم 01)، بغرض التأكد من الصدق الظاهري، والتحقق من مدى ملائمتها لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات، وبعد تحكيمها تم استرجاع الاستمارة مرفقة بمجموعة من الملاحظات تضمنت تعديلات في الصياغة اللغوية، وتصويبات في بعض الأسئلة لتخدم هدف الدراسة، كما قمنا بحذف وإضافة بعض الأسئلة التي اتفق المحكمون عليها ولها علاقة بالموضوع، وبناءً عليه تم تعديل أسئلة الدراسة وفقرات المقاييس المستخدمة. وقد تم التأكد من صدق المحكمين بتطبيق القانون التالي:

$$\text{(صدق المحكمين = عدد الاتفاقات / عدد المحكمين} \times 100)$$

ومن خلال إجراء العملية الحسابية تم الحصول على نسبة صدق تساوي (81.81%)، وهي نسبة مرتفعة، ممّا يعني أنّ الأداة المستعملة في الدراسة تتوقّر على درجة قوية من صدق المحكمين.

2- ثبات الأداة: وللتحقق من ثبات الأداة، قام الباحث بتطبيق الأداة على 35 مفردة من المبحوثين الذين تنطبق عليهم خصائص مجتمع البحث تبعاً للدراسة للتأكد من وضوح أسئلة الاستبيان ومدى سهولة فهمها لدى المبحوثين، وبعد 20 يوماً أعاد الباحث تطبيق الأداة على نفس العينة، وبعدها تمّ حساب معامل الارتباط (بيرسون) بين التطبيقين لمعرفة ثبات واتساق الأداة بواسطة (تقنية الاختبار - إعادة الاختبار) (Test-retest) حيث بلغ معامل الارتباط (0.84)، ومنه شرع الباحث في استخراج معامل الثبات (ألفا كرونباخ) حيث بلغ معامل الثبات (0.87)، وتدللّ هذه النتائج الجيدة على أنّ المقياس الذي تمّ إعداده في استمارة الاستبيان يتمتّع بالثبات القويّ واتساق كافٍ ما يسمح لنا بإجراء الدراسة الميدانيّة بشكل سليم.

وبعد اتباع الاجراءات الضرورية تم الانتهاء من الإعداد لأسئلة الاستبيان، كما تمّ بناء مقياس الدراسة النهائي، فيما يتعلق بال محور الرابع الذي يضمّ ثلاث أبعاد (3 مقياس)، بالإضافة إلى الخطوات المذكورة سابقاً تم الاستعانة في بناء المقياس بالتّراث النظري لبعض الدراسات ذات الصلة، وبعد تكيفه مع موضوع الدراسة وطبيعة مجتمع البحث، وبعد إخراجها في صورته المكتملة قمنا بتوزيعه على العينة المدروسة.

وقد تمّ الإستعانة في بناء مقياس الأبعاد بالإطلاع على المراجع التي تشمل مقياس واستبانات لدراسات سابقة:

- 1- مقياس اختبار "يونج كمبرلي" لإدمان الإنترنت (الشافعي، 2019).
- 2- مقياس إدمان الإنترنت المفهوم - النظرية - التطبيق (Kimberly & Cristiano, 2014)
- 3- الخصائص السيكمومترية لمقياس إدمان الإنترنت (عزب، 2016).
- 4- مقياس إدمان الفيسبوك (محمود م.، 2016).
- 5- استبيان وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب الاجتماعي (المنيع، 2017).
- 6- مقياس التفكك الأسري (www.mhceg.com).
- 7- مقياس العزلة الاجتماعية (نانسي، فشقوش، و شند، 2012).
- 8- مقياس العلاقات الاجتماعية (الحنفي، 2005).
- 9- استبيان استخدام الإنترنت والتفاعل الاجتماعي (عبد الفتاح، 2009).
- 10- استبيان استخدامات الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية (عبد المنعم، 2015).
- 11- مقياس العلاقات الاجتماعية (Boyd & Ellison, 2007).
- 12- استبيان الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (السالم، 2019).
- 13- استبيان تأثير وسائل التّواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعيّة والأسرية (الناصر، 2019).

14- استبيان ومقياس الاتصال الشخصي والعلاقات الاجتماعية (نومار، 2012).

15- مقياس التفاعل الاجتماعي (ساري، 2006).

16- مقياس العلاقات الاجتماعية (وارم و قرين، 2020).

وقد قام الباحث بحساب الصدق الداخلي للأبعاد الثلاثة من خلال معامل الارتباط "بيرسون"، وحساب ثبات المقياس من خلال "ألفا كرونباخ" كما هو موضَّح في الجدول التالي:

جدول (01) يبيّن صدق الاتساق الداخلي حسب معامل الارتباط "بيرسون"

الملاحظة	معامل الارتباط "بيرسون"	عدد العبارات	الأبعاد
قويّ	0.863	20	بعد الاتصال الشخصي
قويّ	0.912	20	البعد نفسي
قويّ	0.837	20	بعد التفاعل والترابط الاجتماعي

جدول (02) يبيّن ثبات المقياس حسب معامل "ألفا كرونباخ"

الملاحظة	معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	الأبعاد
قويّ	0.813	20	بعد الاتصال الشخصي
قويّ	0.868	20	البعد نفسي
قويّ	0.834	20	بعد التفاعل والترابط الاجتماعي

أساليب تحليل البيانات: بعد تفرغ إجابات الباحثين والحصول على أرقام، لابد للباحث من طريقة لتحليل وتفسير هذه البيانات عن طريق اتباع إجراءات وأساليب منهجية علمية، وقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية (Spss) حزمة 25 (IBM SPSS, Version 25).

أسلوب التحليل الكمي: تم استخدام نوعين من التحليلات الكميّة لقراءة البيانات قراءة رياضية:

1- التكرارات والنسب المئوية والتي تسمح بإعطاء قراءة أوليّة لكلّ الجداول قيد الدراسة، ومن ثمّ توظيفها في معرفة الاختلافات بين إجابات الباحثين، وفي معرفة تأثير المتغيرات (السن والجنس) على اتجاهات الطلبة، وإجراء عملية مقارنة بين توزيعات النسب المئوية.

2- مقياس الدلالة الإحصائية: نظرا لطبيعة الفروض المطروحة لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام (اختبار χ^2) لأجل معرفة واختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية (الاختلاف) بين استخدامات ودوافع وإشباعات أفراد العينة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك حسب متغيري الجنس والسّن. وتم تطبيق χ^2 من خلال كشف قيمة χ^2 المحسوبة ومقارنتها بقيمة χ^2 الجدولية عند درجة الحرية المستخرجة من القيم الحرجة للاختبارات الإحصائية، وبخصوص كيفية تطبيق χ^2 المحسوبة فقد تم من خلال القاعدة الآتية:

$$\chi^2_{\text{المحسوبة}} = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{المتوقع التكرار}}$$

وبعد حصولنا على القيم تأتي عملية المقارنة التي تكون بين قيمة χ^2 المحسوبة مع χ^2 الجدولية حسب درجة الحرية المستخرجة من الجداول الإحصائية للقيم الحرجة مثلما ذكرنا سابقا، وهنا نقوم بعملية قراءة لقيمة χ^2 الجدولية التي تعطينا رتبة درجة الحرية التي نستخرجها حسب القاعدة الآتية:

$$d = (\text{عدد الصفوف} - 1)(\text{عدد الأعمدة} - 1).$$

وبعدها نقوم بعملية قراءة روتينية لكافة القيم عند مستوى الدلالة أو الثقة الذي حددناه بـ (0.95) أو (5%¹) وهي نسبة احتمال الصدفة التي تعتبر شائعة في دراسات العلوم الاجتماعية. وعلى هذا الأساس فإنه إذا كانت χ^2 المحسوبة أكبر من χ^2 الجدولية عند درجة حرية معينة ومستوى ثقة وغالبا ما يكون (0.05)، وبالتالي فإنّ نتيجته رفض الفرض الصّفري وقبول الفرض البديل الذي يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين أو بالعكس (المتغيرين).

مقياس شدة الاتجاه (ليكرت) (Likert Scale):

تم الاعتماد في هذه الدراسة في المحور الرابع على ثلاثة مقاييس تم تصميمها على مقياس ليكرت، فكلّ بعد يمثّل مقياسا منفصلا، ويتضمّن أسئلة تم طرحها على أفراد العينة ليجيبوا عن كلّ سؤال، وهذه الإجابة يتمّ قراءتها بلغة الدرجات، وتمّ تطبيق مقياس ليكرت ذو الخمس درجات ولكلّ منها ترقيم معيّن وهي كالاتي:

5 (موافق بشدة)، 4 (موافق)، 3 (محايد)، 2 (غير موافق)، 1 (غير موافق بشدة)، وهذا التدرج يعكس توزيع سلّم المقياس للزيادة في الموضوعية (دليو، 2010، صفحة 55).

ويكون حساب الاتجاه العام للعينة حسب مقياس ليكرت وفق المراحل التالية حسب المرجع الحديث للدكتور "فضيل دليو": (دليو، 2024، الصفحات 375-378)

1- نقوم بعملية استخراج العلامات الكلية التي تعبر عن اتجاه العينة ككل نحو كل عبارة، ثم نجري حساب لمتوسطاتها والانحراف المعياري لكل درجة.

2- بعد ذلك نقوم بحساب الاتجاه الخاص بكل عبارة من العبارات القياسية في الجدول، ثم نعمل إلى مقارنة النتيجة النهائية بالدرجة المعيارية المحايدة (3)، فإن فاقتها فنقول عن الاتجاه بأنه اتجاه إيجابي، والعكس إن كانت أقل منها نقول عنه اتجاه سلبي.

3- من أجل تحديد اتجاه كل فرد من أفراد العينة نقوم بحساب مجموع شدة كل عبارة من العبارة القياسية المجدولة، ثم نجري عملية مقارنة للنتيجة العامة لكل المبحوثين بقيمة المتوسط (عدد العبارات × قيمة المستوى المحايد 3)، فإذا كان الاتجاه العام أكبر من المتوسط فهو إيجابي والعكس إن كان الاتجاه العام أقل من قيمة المستوى المحايد (3) فهو اتجاه عام سلبي.

وبناءً عليه إذا كان ناتج المتوسطات الحسابية يفوق درجة الحياد (03) نقول عندئذ أن الاتجاه إيجابي، والعكس إن كان الناتج أقل من الدرجة المحايدة كان الاتجاه سلبياً. وبعد الانتهاء من حساب الاتجاه لكل عبارة نقوم بحساب معدل الاتجاه العام، ونجري عملية مقارنة بين المتوسط الحسابي الكلي للمقياس (الذي يضم 20 سؤالاً) مع الدرجة المحايدة.

مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث كما عرفه الباحثون بأنه مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر، الوحدات) المحدد مسبقاً حيث تنصب الملاحظات، أي أنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث (بن مرسلي، 2003، صفحة 166)، أو هو المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات مثل الأشخاص، السيارات، الشوارع،... إلخ. (المحمودي، 2019، صفحة 158).

وانطلاقاً من موضوع الدراسة الذي يبحث في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، فإن مجتمع البحث لدينا تم تحديده بجميع الطلبة الجامعيين الذين يتابعون دراستهم الجامعية في كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان والذين بدورهم يستخدمون موقع الفيسبوك.

عينة الدراسة:

نظرا لصعوبة تطبيق الدّراسة على كافّة مجتمع البحث المتمثّل في طلبة العلوم التكنولوجيّة، فإنّه يستوجب علينا اتّباع الإجراءات المنهجية باختيار عيّنة ممثلة لمجتمع دراستنا، وقد عرّف "موريس أنجرس" العيّنة بأنها مجموعة فرعية من عناصر مجمع بحث معين (أنجرس، 2004، صفحة 304)، أو أنّها جزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثّل المجتمع تمثيلا صحيحا (المغربي، 2007، صفحة 96)، ويعتبر المسح بالعيّنة أكثر الأنواع استخداما لقلّة تكاليفه نسبيا، وإمكانية الحصول على نتائج يمكن تعميمها على جميع وحدات مجتمع الدراسة، فالباحث يكتفي بدراسة عدد محدود من المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لديه (الزيباري، 2011، صفحة 68).

وقد اعتمد الباحث في الدّراسة على العيّنة العمدية والمعروفة في بعض المراجع بالقصدية أو الغرضية، وهي العيّنة التي يذهب إليها الباحث ويقصدها بالتحديد، أي أن يقصد أشخاصا بعينهم، فينتقي الباحث الأفراد الذين سيكونون هم أفراد العيّنة الخاصة بدراسته، ويبنى حكمه على مدى مطابقتها هؤلاء الأفراد لأغراض بحثه المحدّد (الكندري، 2006، صفحة 218).

فالباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، ويتم اختيارها على أساس توفّر صفات محدّدة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محلّ البحث (المحمودي، 2019، صفحة 176).

وبناءً عليه فإنّ مجتمع البحث قيد الدراسة يبلغ عدده (4812) من طلبة كلية العلوم التكنولوجية، حسب إحصائيات موقع جامعة غليزان للموسم الدّراسي لسنة (2022-2023)، لذلك سوف تكون العيّنة القصدية (المتاحة) حسب التمثيل النسبي (10%)، وعند إجراء العملية الحسابية $(100/10 \times 4812)$ نتحصّل على العينة العلمية المقبولة والتي بلغ عددها (482) مفردة من مختلف الأعمار، والتي تمثّل طلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان.

مجالات الدراسة: اتبع الباحث عدة خطوات في دراسته يمكن إجمالها في مايلي:

المجال المكاني للدراسة: أجرى الباحث الدراسة بجامعة غليزان، بكلية العلوم التكنولوجية.

المجال البشري للدراسة: شملت الدراسة (400) مفردة ذكورا وإناثا والذين تتراوح أعمارهم بين 18 سنة إلى أكثر من 34 سنة، من طلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان، حيث تمّ توزيع الاستبيان على الطّلبة أثناء استخدامهم للهواتف الذكية ولديهم حساب فيسبوك.

المجال الزمني للدراسة: أجريت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2024/2021، وقد شرع الباحث في الجانب الميداني في أواخر ديسمبر سنة 2022، حيث تمّ تصميم استمارة استبيان أوليّة، وبعد تجريبيها على عيّنة صغيرة وتحكيمها من قبل أساتذة محليّين ودوليّين في تخصصات علميّة مختلفة، شرعنا في تصحيحها وضبطها لتوزيعها بشكل نهائي، وتمّ توزيع إستمارة الاستبيان في الفترة من 21 فبراير من سنة 2023، إلى غاية 16 جوان من نفس السنة، وقد استمرّ تفرّيع الاستبيان على برنامج حزمة (SPSS) أكثر من شهرين.

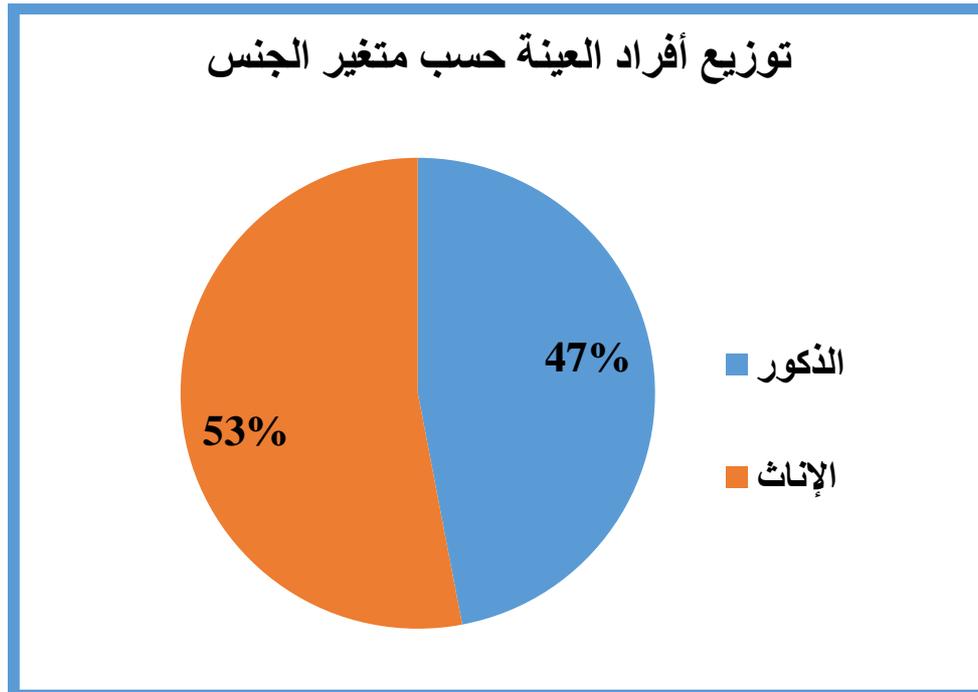
- تمّ توزيع (482) استمارة استبيان، واسترجاع (438) استمارة، وبعد الاطلاع عليها وتنظيمها ومراقبتها وترقيمها، وإلغاء غير الصالحة منها تأكّد الباحث من استرجاع (400) استمارة كاملة مضبوطة.

وقد جاءت عيّنة الدّراسة موزّعة حسب متغير الجنس كما يلي:

جدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	% النسب المئوية
ذكور	188	47
إناث	212	53
المجموع	400	100

يمثّل الجدو رقم (01) خصائص أفراد العينة حسب متغير الجنس، وتكشف النتائج أنّ عدد الذّكور 188 ذكرا بنسبة (47%)، وعدد الإناث 212 بنسبة (53%)، ويتبين من النتائج أنّ نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، وهذا راجع إلى كثافة الإناث المسجلين بجامعة غليزان عموما، وفي كلية العلوم التكنولوجية خصوصا.

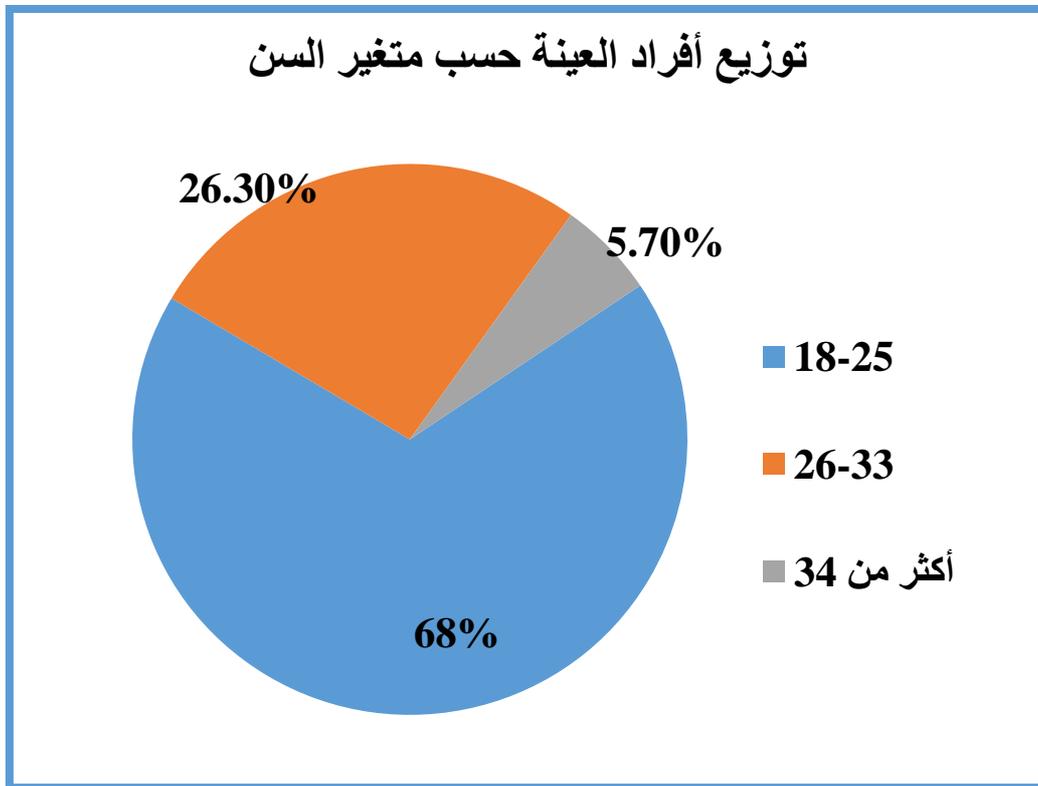


جدول رقم (04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسب المئوية %	العدد	السّن
68	272	25 – 18
26.3	105	33 – 26
05.7	23	أكثر من 34
100	400	المجموع

تظهر نتائج الجدول خصائص أفراد العينة حسب متغير السن، حيث أنّ أفراد العينة الذين في فئة الطلبة الذين أعمارهم بين سنتي (18 و 25) سنة عددهم 272 طالبا وطالبة بنسبة (68%)، أمّا فئة الطلبة (26 و 33) عددهم 105 بنسبة (26.3%)، وفي فئة الطلبة الأكثر من 34 سنة جاء عددهم 23 بنسبة (05.7%).

ويبين من خلال عرض النتائج أن الفئة العمرية (18 و 25) هي أكثر الفئات حضورا في عينة الدراسة، وهذا راجع إلى حداثة السنّ بالنسبة للطلبة الذين نجحوا في شهادة البكالوريا والتحقوا بالتكوين الجامعي، حيث تكون نسبة التسجيل كبيرة، حسب موقع جامعة غليزان الذي يظهر إحصائيات سنة 2023/2023.



جدول رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب متغيري الجنس والسن

المجموع الكلي		السن						النوع
		أكثر من 34		33-26		25-18		
%	ت	%		%		%	ت	
47	188	08.5	16	34	64	57.4	108	ذكور
53	212	03.3	07	19.3	41	77.4	164	إناث
100	400	05.8	23	26.3	105	68	272	المجموع

تظهر نتائج الجدول خصائص أفراد العينة حسب متغير السن والعمر، حيث أنّ مجموع أفراد العينة في فئة 18-25 سنة هم 272 مفردة، يمثل الذكور 108 تكراراً بنسبة (57.4%) والإناث 164 تكراراً بنسبة (77.4%)، أمّا فئة 26-33 سنة بمجموع 105 مفردة يمثل الذكور 64 تكراراً بنسبة (34%) في مقابل الإناث 41 تكراراً بنسبة (19.3%)، أمّا فئة الأكثر من 34 سنة فمجموع مفرداتها 23 مبحوثاً، يمثل الذكور 14 تكراراً بنسبة (8.5%) والإناث 07 مفردات بنسبة (3.3%).

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

تناولت الكثير من الأبحاث والدراسات مواقع التواصل الاجتماعي بالبحث والتحليل، وقد تعددت التعاريف من باحث لآخر حسب التخصص العلمي، حيث وردت بأشكال كثيرة فهناك من يسميها بالوسائط الاجتماعية والبعض الآخر يطلق عليها الشبكات الاجتماعية وآخرون وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، إلا أنّ هذه المفاهيم تشير إلى وسيط واحد تتفق عليه، وسوف نورد أهم التعاريف التي لها علاقة بدراستنا فيما يلي:

بحسب موسوعة (PC Magazine encyclopedia) تعرّف الشبكات الاجتماعية بأنّها مواقع على الإنترنت توفر لمستخدميها تبادل أنشطتهم مع الأهل والأصدقاء والزملاء أو لتبادل المعلومات والاهتمامات في موضوع معين، إذ تسمح للمستخدمين بإنشاء صفحة شخصية على الإنترنت تحتوي على بيانات السيرة الذاتية والصور وأية معلومات أخرى يرغبون بنشرها، فضلاً عن التواصل مع بعضهم بعضاً عن طريق البريد أو الرسائل الفورية أو الصوت والصور أو مواقع على الإنترنت (التميمي، 2017، صفحة 78).

كما يشير "آلان لوفابر" (Alain Lefebvre) بأن أول من تطرّق إلى مفهوم الشبكات الاجتماعية كان عالم الاجتماع "جون بارن" (John Barne) في مقال نشره بيّن فيه ضرورة الاهتمام بالدراسة تعنى بقوة الوسائط الاجتماعية وإنشاء ميكانيزماتها بين الأشخاص، وقد عرّف "لوفابر" الواقع قبل ظهور مواقع التواصل على الإنترنت حينما أشار إلى أنّ كلّ فرد يملك شبكة اجتماعية تتميّز بالضعف أو القوة، أو الكبر أو الصغر، وهذا حسب درجة روابط العلاقات بين أفراد الشبكة نفسها، ومدى مساهمتها في تحقيق أهداف واهتمامات الأفراد. (رايس، 2020، صفحة 149)، لذلك نجحت هذه الوسائط في تغلغلها في الكثير من الروابط الاجتماعية.

ويعرّف "جون ريتز" (Joan M. Reitz) مواقع التواصل بأنّها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية (World Wide WEB)، وهذه المواقع تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد معيّن، أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات، فالشبكات الاجتماعية (social networking service)؛ هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفّات شخصيّة لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين (Joan, 2012, p. 3).

ويطلق على هذه المواقع أيضا مسمّى شبكات التواصل الاجتماعي حيث تقوم أساسا على المشاركة والتفاعل، ويمثّل المتلقّي محور العمليّة التفاعليّة، فالنصوص والصور والفيديوهات والرّسوم تتّسم بانفتاح البنية والتطور المستمر، فيظهر من خلالها عمليّات التدوين والقراءة والمشاهدة والاستماع والبحث والطباعة والكتابة والدردشة، وتتيح التواصل وبناء العلاقات والتعبير عن الآراء والأفكار (السعدي، 2016، صفحة 156).

ويمكن اعتبارها خريطة للعلاقات المحددة مثل: الصداقة، وبين العقد (Nodes) التي تجري دراستها من طرف المرسل والمستقبل، وهي اتصالات اجتماعية لهؤلاء الأفراد، باختصار هي العقد والنقاط والوسائط الاتصالية بين عناصر الشبكة (Hill & Dumbar, 2009, p. 14)، في هذا الصّدّد نجد تعريف "سافكو" (Safko)، الذي يرى فيه "أن شبكات التواصل الاجتماعي هي الوسائط التي نستخدمها لنكون اجتماعيين" (الرعود، 2012، صفحة 30).

كما تم تعريفها بأنّها مجموعة المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، وتتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو بنية إنتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة... إلخ)، يتم التواصل ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي أتاحوها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية (مرزوقي، 2009، صفحة 47).

أما تعريف "إليسون" و"بويد" فيشير بأنّها خدمات ويب تسمح للأفراد بإنشاء ملف شخصي عام أو شبه عام في إطار نظام محدّد، ويستطيع كل فرد إدارة قوائم المستخدمين المشاركين معه في التواصل والاتصال، والإطلاع على منشوراتهم ومنشورات الآخرين عندهم وتبادل المعلومات، وتعمل على توسيع نطاق التعارف وتعزيز التفاعل الاجتماعي بطرق تواصلية جديدة مبتكرة. (Ellison & Boyd, 2013, p. 153).

ويقترّب كل من "أدريان" و"كابلين" و"ميشيل هانلين" من هذا التعريف حينما يصفون وسائل التواصل الاجتماعي بأنّها مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي يتم بناؤها باستخدام التكنولوجيا الواب 2.0، والتي تسمح للمستخدمين بخلق وتبادل المحتوى الاتصالي، أي أنّها تطبيقات تمكن المستخدمين من إنشاء صفحات أي ملفات شخصية تربطهم مع أصدقائهم ومعارفهم وتمكّنهم من التواصل معا من خلال تبادل الرسائل الشخصية عبر البريد الإلكتروني الخاص بالملف الشخصي للمستخدم، أو من خلال ترك التعليقات المختلفة التي تشارك فيها المستخدمين، وقد تحتوي تلك الملفات أو الصفحات الشخصية على الصور أو ملفات فيديو أو ملفات صوتية (علاء الدين، 2020، صفحة 114). وبالتالي فإنّ الهدف الاجتماعي والاتصالي لهذه الشبكات، هو توحيد الأفراد في مكان افتراضي واحد، لبناء شبكة علاقات اجتماعية مرنة، تقوم على التفاعل كأساس لها والتبادل الاجتماعي وتكوين الصداقات المختلفة.

تركّز هذه التعاريف على اعتبار مواقع التواصل شبكة افتراضية قائمة على التفاعل وتلبي خدمات الدردشة وتبادل الصورة والصوت وغيرها بين المستخدمين، وكان ظهورها بعدما أصبحت الحاجة ملحة لإيجاد فضاء آخر للتواصل في ظلّ انخفاض التواصل الحقيقي، ومن جهة أخرى نجد تعاريف تربط الشبكات الاجتماعية بالعلاقات الاجتماعية بالرغم من عدم الإشارة إلى ذلك صراحة.

وفي إطار العلاقات الاجتماعية تصف "شيرلي تركل" مواقع التواصل الاجتماعي في كتابها (وحدنا معاً: لماذا نتوقع المزيد من التكنولوجيا؛ ونحن أقلّ من بعضنا البعض)؛ بأنّها مجموعة المنصّات الإلكترونية التي تسهّل لمستخدميها التواصل الافتراضي، وتتيح لهم فرص المشاركة في المجتمعات الرقمية، فهذه الشبكات وفّرت للمستخدمين وسائل قيمة لتكوين الهوية الرقمية، وبناء العلاقات الاجتماعية، غير أن كثيرا من التساؤلات طرحت حول طبيعة التواصل الذي تتيحه هذه المنصّات الرقمية، وما علاقتها بالشعور بالوحدة والعزلة- (Turkle, 2011, pp. 10-11).

كما يعرفها "أندرسون" (Andurson, 2005) بأنها أدوات تدعم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من خلال شبكة الإنترنت مثل منتديات الحوار وتبادل ملفات الشات والمدونات وخلاصات المواقع والعالم الافتراضي، وجميع هذه المواقع تعمل معا على إبقاء تحكم الأفراد في وقتهم ونشاطهم وعلاقاتهم ببعض (العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 22).

وفي هذا السياق تعرفها "هبة عبد العال" بأنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقات الاجتماعية بينهم. (جرار، 2012، صفحة 38)، وتضيف "هبة" مُجّد خليفة" وصفا لهذه الشبكات بأنها صفحات الويب التي يمكن أن تسهّل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض، ويمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات) (مهنا، 2002، صفحة 144). وهو أساس عمل هذه المواقع التي تعتمد بشكل أساسي على الصفحات التفاعلية، ودعم الكثير من الخدمات والميزات لتسهيل التواصل الافتراضي.

ومن جهته يعرف "لينهارت ومادن" (Mary Madden & Amanda Lenhart) مواقع التواصل بأنها مساحات افتراضية في شبكة الإنترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية واستخدام الأدوات المتنوعة للتفاعل والتواصل مع معارفهم من ذوي الاهتمامات المشتركة وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها (بن عوض، 2013، صفحة 9)، وبالتالي تتضح الآلية الهوياتية للشبكات الاجتماعية التي تركز على التفاعل بين مجموعات الاهتمام ومناقشة موضوعات مختلفة.

وفي نفس الاتجاه تعرف بأنها مواقع على شبكة الإنترنت يتفاعل داخل محيطها المرسل والمستقبل في إطار رسالة معينة عبر قناة تجمع الطرفين، فيظهر أثر التفاعل الدلالي بينهما من تبادل وتبليغ وتأثير، ويظهر الأثر السلوكي المؤثر على المتلقي إما إيجابيا أو سلبيا، ذلك أن تلك العملية سارت وفق انفعالات وتعايير وميول شخصية أو إيديولوجية (محمود، 2011، صفحة 85)، وهي أيضا مواقع تتيح للأفراد التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي تكون فيه علاقات جيدة، ويتفاسمون فيه هويات واهتمامات مشتركة ويتبادلون فيه عددا من المواضيع والصور والفيديوهات والتي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة (مراكشي، 2014، صفحة 56).

حاولت هذه التعاريف وضع تصور لمفهوم الشبكات الاجتماعية انطلاقاً من وظيفتها التواصلية التي تركز على على التفاعل الافتراضي بين المحتوى والأفراد، والتي تسمح للمستخدمين بالاشتراك فيها والاستفادة من مزاياها لبناء علاقات اجتماعية مختلفة، كالصداقة والتقارب العائلي وغيره، وبهذا فإنّ التعاريف تعطي صبغة وظيفية لمواقع التواصل الاجتماعية.

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي: هي شبكة اجتماعية موجودة على الإنترنت، يسجل فيها الأفراد بطريقة مجانية، وتتيح التواصل والتفاعل بين أعضائها، ظهرت هذه المواقع مع مطلع عام 1995، وأخذت شهرتها مع موقع (Friendster) عام 2003، ثم بعد ظهور ماي سبايس (My Spice)، ولايف بون (Life Bonne)، وهاي فايف (Hi Five)، وأوركت و(Google)، وتاجد (Taged)، ولينكد إن (Linked In)، ثم يوتيوب (Youtube)، ثم ظهور الفيسبوك الذي شكّل علامة فارقة في التواصل الاجتماعي في العالم، وبعده انتشرت الكثير من المواقع الاجتماعية التي تعزّز تواصل الأفراد عبر العالم. ويقسم العديد من الخبراء مواقع التواصل الاجتماعي إلى نوعين هما (محمود، 2011):

النوع الأول: مواقع التواصل الشخصية: تتكون بشكل أساسي من ملفات شخصية للمستخدمين وتضم مجموعة من الخدمات العامة كالمراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والروابط والنصوص، والملفات الصوتية والمرئية، والمعلومات بناء على تقسيمات ومجالات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي، وتكون خدمة التواصل بين المستخدمين مهما اختلفت أماكنهم وجنسياتهم ولغاتهم.

النوع الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بالعمل: ويعدّ من أهم الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية للمستخدمين، فهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي، وأصحاب الأعمال والشركات، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية، وما قاموا به في سنواتهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

2- الفيسبوك:

يعتبر ظهور موقع الفيسبوك مع مطلع عام 2004 طفرة نوعية في عالم التواصل الاجتماعي عبر العالم، وقد ظهرت الكثير من الدراسات المتخصصة التي تناقش دور ووظائف الفيسبوك على اختلافها، كما تم رصد تعاريف متعدّدة تناولت الفيسبوك حسب الوظائف وحسب التخصصات، وفيما يلي بعض التعاريف التي قدّمت اسهامات علمية في تحديد مفهوم وطبيعة الموقع:

يعرفه (مارسال دينسي) في قاموس الإعلام والاتصال (Dictionary of media and communication) بأنه: موقع حاصل بالتواصل الاجتماعي تمّ إنشائه في سنة 2004، ويتيح نشر الصفحات الخاصّة (profiles)، وكان الغرض الأول من تأسيسه لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظّفين، بهارفارد، غير أنّه بدأ في التوسّع ليشمل مختلف الأفراد (Marcel, 2009)، وعند العودة إلى الترجمة الأصليّة لكلمة الفيسبوك نجدّها مكوّنة في قسمين (The Face) وتعني الوجه، وكلمة (Book) ومعناه كتاب، من هنا يتشكّل لنا مصطلح (Facebook) والتي تعني "كتاب الوجوه".

ويعرّف الفيسبوك بأنّه واحد من أهمّ وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة الأكثر شعبية، والذي أطلقه "مارك زوكربيرغ" (Mark. Zuckerberg) أصغر ملياردير في العالم، وكان وقتها طالبا في جامعة "هارفارد" في العشرينيات من عمره، وكان متعثرا في الدراسة، في شهر فبراير من عام 2004 في الولايات المتّحدة الأمريكيّة وأعطاه اسم (Face book) ومعناه (كتاب الوجوه) من الدلائل المطبوعة، فهو مستوحا من اسم الدليل الذي تعدّه بعض الجامعات الأمريكيّة، والذي يصدر نهاية كل سنة دراسية، ويتضمن صور الطلاب وأنشطتهم وإنجازاتهم خلال السنة الجامعية وتقدمه للطلبة الجدد لمساعدتهم في التعرف على أسماء زملائهم في الصف، كما عرّف الموقع نفسه في صفحة التسجيل: (بأنّ الفيسبوك موقع ذو نفع اجتماعي لأنه يربطك بالناس المحيطين بك) (السعدي، 2016، صفحة 162).

ومن هذا المنطلق فإنّ اسم الموقع يشير إلى دفتر أو دليل الصور والمعلومات عن الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكيّة إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم (صلاح، 2015، صفحة 250).

ويصف كل من "بويد و إليسون" (boyd & Ellison) الفيسبوك بأنّه منصة تواصل اجتماعية تفاعلية موجودة على شبكة الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى الرقمي مع الأصدقاء والعائلة والمجتمع، وتمكّنهم من التفاعل مع المحتوى الآخر وتبادل الأفكار والمعلومات، كما يتيح الموقع الذي تمّ تأسيسه عام 2004 بناء شبكات مختلفة من الصداقات والعلاقات الاجتماعية، ويعتبر الفيسبوك واحدا من أشهر منصات التواصل الاجتماعي عبر العالم، حيث يسمح الموقع للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية، وأيضا مشاركة الصور والفيديوهات، والتواصل مع الأصدقاء والأقارب والشركات والمجتمعات المختلفة. (Boyd & Ellison, 2007, p. 12)

ويمكن القول أيضا أنّ الفيسبوك هو موقع ويب وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي ويمكن تعريفه بأنه: (شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجانا وتديره شركة "فيسبوك" شركة مساهمة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، وكذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم) (صلاح، 2015، صفحة 250)، فالفيسبوك الآن هو من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، فالموقع ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجانا وسهلاً ويستطيع أي شخص أن يستخدمه (خضر ف.، 2011، صفحة 12).

أما "جيرى كينكوف" و"غونتر" (Sherry Kinkoph & Gunter) فيعرّفان الفيسبوك بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمع دولي على الإنترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو، وغيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة، وغيرهم، وموقع الفيسبوك يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق، والعمل أو المنزل أو المدرسة أو أي مكان آخر، وتبنى هذه العلاقات على سطح صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين، ويسعى الفيسبوك إلى إيجاد بيئة جديدة يمكن للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزملاء، وتبادل الأنشطة، والانضمام إلى الجماعات والشبكات (الأخرى) (Sherry Kinkoph, 2010, p. 5).

نلاحظ من خلال هذه التعاريف بأنّ الفيسبوك في الأساس هو موقع تواصلية يؤدي خدمة ربط الأشخاص مع بعض بعضهم عبر شبكة الإنترنت، وهو نظام مفتوح لمن أراد التسجيل فيه مجانيا، ولذلك نجد أنّ الفيسبوك من أبرز مزاياه هو سهولة الاستخدام والوصول إلى أشخاص موجودين في أماكن بعيدة، وعلى صعيد آخر تم تعريف الفيسبوك انطلاقاً من وظيفته ومكانته الاجتماعية تلبية لحاجات الإنسان المتعددة، وهذه الحاجة تنبع من فطرة التفاعل الاجتماعي في إطار العلاقات الاجتماعية التي يطمح أي فرد لتكوينها.

لذلك نجد هذا التعريف الذي يصف الفيسبوك بأنه جزء هامّ جدا من ظاهرة التواصل الاجتماعي في الفضاء الرقمي، والذي يتيح للأفراد المستخدمين له التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض عبر شبكة الإنترنت (van Dijck, 2013)، فهو بمثابة أداة اجتماعية تواصلية تسهم في تقوية العلاقات الاجتماعية عبر التواصل المستمر ومن خلال مشاركة المستخدمين للأنشطة المختلفة والأفكار (Ellison, Steinfield, & Lampe,

(2007)، ونفس الأمر عند كل من "ويليام" و"كان هاس" وآخرون، الذين يعتبرون موقع الفيسبوك في بداية نشأته بأنه أداة ووسيلة فعّالة لبناء علاقات اجتماعية، وتوسيع دائرة العلاقات الشخصية والمهنية، عبر التواصل المستمر ومن خلال مشاركة المستخدمين للأنشطة المختلفة والأفكار في بيئة تفاعلية يشترك فيها المستخدمون، وهنا تظهر أهمية الفيسبوك في جعله مولداً للتفاعلات الافتراضية التي تصبّ أساساً في الروابط والعلاقات الاجتماعية، من خلال بنيته القويّة ومزياء العديدة التي لم تسبقه إليه مواقع أخرى على شبكة الإنترنت (Wellman, Quan-Haase, Boase, & Chen, 2003).

ومن خلال هذه التعاريف التي تعتبر الفيسبوك كواحد من أهم منصات التواصل التفاعلية التي تجمع ذوي الاهتمامات المشتركة والهوايات المختلفة، فهو يسمح للأفراد بالتسجيل فيه مجاناً ابتداءً من سن 18، ويوفّر الفيسبوك العديد من المزايا الهامة في التواصل الافتراضي كبناء الصداقات وتقوية العلاقات الاجتماعية القائمة والجديدة، إضافة إلى الاشتراك في مجموعات افتراضية عديدة، فهو يستخدم من قبل العامة والمتخصّصين والطلاب والباحثين، ويدخلون إليه بدوافع معينة ولأجل تحقيق إشباعهم الشخصية والمعرفية والاجتماعية والنفسية.

ولكن التعريف الأبرز لموقع الفيسبوك طرحه كل من "بويد و إليسون" (boyd & Ellison) الفيسبوك بأنه: "منصة تواصل اجتماعية تفاعلية موجودة على شبكة الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى الرقمي مع الأصدقاء والعائلة والمجتمع، وتمكّنهم من التفاعل مع المحتوى الآخر وتبادل الأفكار والمعلومات، كما يتيح الموقع بناء شبكات مختلفة من الصداقات والعلاقات الاجتماعية، تأسسه عام 2004م، ويعتبر الفيسبوك واحداً من أشهر منصات التواصل الاجتماعي عبر العالم، حيث يسمح الموقع للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية، وأيضاً مشاركة الصور والفيديوهات، والتواصل مع الأصدقاء والأقارب والشركات والمجتمعات المختلفة. (Boyd, Ellison, 2007, p. 12)، لذلك يشير "روبيرت كراوت" و"بيرك" (Robert Kraut & Burke) إلى أنّ الفيسبوك مكّن المستخدمين من تقوية علاقاتهم الاجتماعية من خلال التفاعلات اليومية المتكرّرة، كالرسائل والتعليقات والمشاركة في مختلف الأنشطة، وسمح للأفراد بمشاركة المحتوى الشخصي، كما سمح الفيسبوك بالحفاظ على الاتصالات الاجتماعية كالأصدقاء والأقارب، لتقوية الروابط الاجتماعية (Kraut, Burke, & Riedl, 2016, p. 267).

وتظهر أهمية الفيسبوك بأنه يقوم بربط العديد من المستخدمين له مع بعضهم البعض مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم بالاعتماد على المحتوى المنشور والحوار المتبادل، فهو يمثل شبكة ذات بنية اجتماعية وديناميكية مشكّلة من قمم وأطراف، فالقمة تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة ببعضها البعض

بتفاعلات اجتماعية والأطراف هم المشتركون أصدقاء المستخدم (السعدي، 2016، صفحة 29)، وفي هذا الاتجاه يؤكد "جون ولفورد" (Jhon.Walford) أنّ الفيسبوك هو أحد الأدوات من بين أخرى التي يمكنها فتح الحوار بين الناس ليس بديلا عن الاتصال الشخصي ولكن كآلية ربط فعالة للبقاء على اتصال دائم)، (مراكشي، 2014، صفحة 68)، وهو ما زاد في شهرة الموقع نظرا لحاجة الناس إلى التواصل والتعارف بدلا من العزلة والانقطاع، غير أن القضايا التي أثارها فيما بعد خاصة فيما يتعلق بطريقة الاستخدام وانعكاسه على بنية شبكة العلاقات الاجتماعية ستكون محلّ نقاش وتحليل في دراستنا.

التعريف الإجرائي للفيسبوك: هو ذلك الحساب الشخصي لطلبة كلية العلوم التكنولوجية، والذي يستخدمونه بشكل يومي متكرر، وندرس من خلاله أنماط استخدامهم ودوافعهم وأهمّ الإشباع التي يحققونها لبناء العلاقات الاجتماعية من خلال تفاعلاتهم عبر الصفحات وأنشطتهم عبر المحادثات والتواصل مع الآخرين.

3- العلاقات الاجتماعية:

يعتبر مصطلح العلاقات الاجتماعية واحدا من أكثر المفاهيم تداولاً في علم الاجتماع، نظرا لارتباطه بكثير من المتغيرات الاجتماعية والثقافية والاتصالية، وقد أورد الباحثون تعاريفهم الخاصة بهذا المصطلح انطلاقاً من تعدّد مشاربهم واهتماماتهم الفكرية، وسنتطرق إلى أبرز التعاريف والتي ترتبط أساساً بموضوع دراستنا. جاء في التعريف اللغوي لكلمة "علاقة" بأنها كلّ ما يخصّ الإنسان وما يتعلق به وجدانياً من مال وزوجة وولد وصدّاقة، والحب اللازم للقلب، ويقصد بها أيضاً السياق الموجود بين المعاني الأصلية والمعاني المرادفة في علم البيان، أما اصطلاحاً؛ فهي سلوك متواتر متوقع يحدث بين شخصين، فيؤثر أحدهما في الآخر ويتأثر، فالعلاقة هي رابطة بين شيئين أو ظاهرتين تستلزم تغيير إحداها تغيير الأخرى، وأنّ مبدأ العلاقة هي أحد مبادئ التفكير لأن العمل الذهني في جملته محاولة ربط بين طرفين بالآخر. (السيد، 1980، صفحة 10).

ويذكر "مُجد عاطف غيث" العلاقات الاجتماعية بأنها نموذج التفاعل المتبادل بين شخصين أو أكثر، وهو يمثل أبسط وحدة من وحدات التحليل السوسولوجي الذي يستمر فترة معيّنة من الزمن تؤدّي إلى ظهور مجموعة توقّعات اجتماعية ثابتة وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة والعلاقة بين المحلّل النفسي والمريض أمثلة على العلاقات الاجتماعية، كما تنطوي على الاتصال الهادف والمعرفة المسبقة لسلوك الشخص الآخر. (غيث، قاموس علم الاجتماع، 2002، صفحة 437).

ومنه فالعلاقات الاجتماعية قد أخذت تعريفها في هذا السياق بأنّها علاقة تقوم بين طرفين كلّ منهما يؤثر أو يتأثر بالآخر، وقد تعدّدت تعاريف العلاقات الاجتماعية تبعاً للسياقات المختلفة للباحثين.

بداية يشير مفهوم العلاقة الاجتماعية إلى ترتيب أو تنظيم ثابت للعناصر التي تظهر في الفعل الاجتماعي، فهي لا توجد بمعزل أو خارج الأفعال الاجتماعية، بل هي ترتيبات متخيلة للفعل لا يمكن تصورها على النحو لردّها كأعماط الفعل الاجتماعي (عبد العاطي، د.سن، صفحة 329).

ويعد البروفيسور "مورس كيزبيرك" (1889-1970) من رواد النظرية التفاعلية فهو يحمل نظرية متكاملة في العلاقات الاجتماعية إذ لا يكتفي بتعريف العلاقات وتوضيح طبيعتها وأسبابها وآثارها وكيفية تعميقها فحسب، بل يذهب إلى أبعد من ذلك إذ يقول: (بأنّ العلاقات هي الموضوع الأساس الذي يدور علم الاجتماع حول دراسته وتحليله، فضلا عن قيامه بتطبيق نظرية العلاقات الاجتماعية التي جاء بها على العديد من الموضوعات كالصناعة والتربية والقانون والقضاء والشرطة والطب). (الحسن، 2015، صفحة 71).

وقد عرّفها "خليل معن" بأنّها: (تلك العلاقات التي يتم تأسيسها وإقامتها بين أفراد أو جماعات نتيجة تفاعلهم ضمن ظروف ومواقف الحياة المختلفة، وهي التي تتكون نتيجة التفاعل (التأثير و التأثير أو الأخذ والعطاء) بين شخصين يشغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة أو التنظيم أو المؤسسة الاجتماعية). (خليل م.، 1999، صفحة 77)، فهي تدلّ على الصّلة بين شخصين أو أكثر مبنية على التّجاذب والاختيار أو الرّفص والتنافر (Sullivan & Paradise, 2012, p. 74).

فحسب هذه التعاريف فإنّ العلاقات الاجتماعية ما هي إلّا صلة بين طرفين أو أكثر، تقوم على تبادل الأفعال الاجتماعية، وتتداخل هذه الأفعال فيما بينها حسب علاقات التأثير والتأثر تبعاً للتنظيم الاجتماعي وحسب الرّغبة، وهذه التعاريف لا تعتبر التّفاعل الاجتماعي محور العلاقات الاجتماعية فحسب، بل هو نتيجة فقط للعلاقة التأثيرية.

لذا نجد "عبد الجواد رأفت" يعرف العلاقات الاجتماعية في هذا الإطار التفاعلي؛ بأنّها: (نموذج للتفاعل المتبادل بين شخصين أو أكثر، ويمثل هذا النموذج أبسط وحدة من وحدات التحليل السوسولوجي، كما أنّه ينطوي على الاتصال الاجتماعي الهادف والمعرفة المسبقة بسلوك الشخص الآخر، وقد تكون العلاقة الاجتماعية ذات أمد طويل، وتكون العلاقة ذات أمد قصير، وقد تكون العلاقة مباشرة وواضحة، وقد تكون غير مباشرة وغامضة، وأيضا هناك علاقات تؤدي إلى البناء والإيجابية والتجمع تسمى بالعلاقات المجمعّة، ومنها ما يؤدي إلى الهدم والسلبية والتنافر والطلاق والحروب وما إليها وتسمى بالعلاقات المفرقة أو المفككة). (عبد الجواد، 1983، صفحة 9).

ونفس الرأى ذهب إليه "خليل" حينما وصف العلاقات الاجتماعية بأنها المعاملات أو التأثيرات التي يتبادلها الأفراد أو الجماعات، وتقوم العلاقات الاجتماعية على التواصل والاتصال، ويمكنها أن تكون فردية (معاملة الفرد لنفسه: التدبير والتدبير) لكنها تكون جماعية واجتماعية غالبا. (خليل أ.، 1989، صفحة 288).

ومنه تعتبر العلاقات الاجتماعية نتاج التفاعلات بين الأفراد، ولكن بنيتها ترتبط بالاتصال الإيجابي الهادف، الذي يحفظ بقاءها لتؤدي مهامها في النسق الاجتماعي، ولذلك تذكر بعض التعاريف الفرد بوصفه وحدة رئيسية في بناء النسق السوسولوجي، بل هو وحدة مركزية لقوام العلاقات الاجتماعية من خلال التفاعلات الاجتماعية.

وفي هذا الاتجاه يستكمل "مورس كينزبيرك" (1889-1970) تعريفه للعلاقات الاجتماعية بأنها تفاعلات تقع بين شخصين أو أكثر من أجل تحقيق أغراض الأشخاص الذين يدخلون في مجالها أو فلنحيا كالعلاقة بين الطالب والأستاذ والعلاقة بين الضابط والجندي والعلاقة بين العامل والمهندس والعلاقة بين البائع والمشتري والعلاقة بين المريض والطبيب (الحسن، 2015، صفحة 72).

وهو ما يؤكد عليه "إبراهيم عثمان" الذي يعتبرها صورة من صور التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر بحيث تكون لدى كل طرف صورة عن الآخر والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات الصداقة والروابط الأسرية والقرابة وزمالة العمل ورفاق الحي والمدرسة والمعارف والأصدقاء. (عثمان، 2004، صفحة 27).

وهو التعريف الأقرب والأنسب إلى موضوع دراستنا، فهو يؤكد على ضرورة بل أهمية وجود الروابط القرابية والمجاورة كأساس للعلاقات الاجتماعية، لكنه يعتبر تعريفا محدودا بالنظر إلى عمق العلاقات داخل المجتمع، وهنا تكون العلاقات الاجتماعية قائمة على مبدأ النفعية التي تدفع أعضاء المجتمع إلى الدخول فيها، وليست بالضرورة أن تكون مادية بل تتعداه إلى العلاقات المعنوية.

ونجد على صعيد آخر من الباحثين الذين يركزون على مصطلح "الرّوابط" في تبنيهم لمفهوم العلاقات الاجتماعية، حيث يعرفها كل من "جبريل العريشي" و"سلمى الدوسري" بأنها الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع، والتي تنشأ نتيجة اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع، وتعتبر العلاقات الاجتماعية التي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناءً على تفاعلهم مع بعضهم البعض بغض النظر عن كونها علاقات سلبية أو ايجابية من أهم ضرورات الحياة (العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 101)، كما لا يختلف هذا التعريف كثيرا عما ذهب إليه الباحثون في علم الاجتماع، حيث تم وصفها بأنها الرّوابط القائمة على التفاعلات التي تعمل على ربط الأفراد ببعضهم البعض داخل بيئة اجتماعية معيّنة، وتشمل

هذه الروابط جملة العلاقات والصدقات، وعلاقات القرابة والعائلية، وتشمل أيضا العلاقات المهنية وعلاقات الجيرة وما إلى ذلك من التفاعلات الاجتماعية (Baumeister & Leary, 1995)

وبالتالي فإنّ العلاقات الاجتماعية تتداخل مع جملة الروابط التي تقع ضمن تصنيفات موضوعة مسبقا، وهو ما يعطينا أنواعا وأشكالا متعدّدة لهذه العلاقات والروابط، سواء تلك الروابط التي تنشأ فطريا أو حتميا كروابط العائلة والدراسة، أو التي تكون اختياريا كالصدقة وزملاء العمل والدراسة.

ويصنّف "ماكس فيير" العلاقات الاجتماعية إلى نوعين: العلاقات المفتوحة والعلاقات المغلقة، وتشمل العلاقات المفتوحة مجمل الارتباطات الاجتماعية التي تصنّف خارج دائرة العائلة أو الطبقات الاجتماعية المحدّدة بالدين أو المهن، وتتميز هذه العلاقات بعدم ارتباطها بالمنافع أو المكافآت المتبادلة أو حتى العواطف الرومنسية، بل تتأسس هذه العلاقات على الاحترام المتبادل بين أعضائها والودّ، ويمكن أن تضمّ عددا غير محدّد من الأقارب أو أشخاص في طبقات أخرى، وهو ما يسمح بدمج الغرباء والأشخاص الذين ينتمون من خارج هذه الدوائر، أمّا العلاقات المغلقة فتقتصر على دائرة ضيّقة من روابط الدم والقرابة والمصاهرة، أو العلاقات بين الأفراد الذين ينتمون إلى طبقة اجتماعية أو اقتصادية معيّنة، كما تضمّ علاقات السّلطة والمصالح والأهداف المشتركة، ويكون الهدف من هذه العلاقات الاجتماعية وغايتها الحصول على إشباع الحاجات والرغبات المعنوية والمادّية. (Weber, 1978, pp. 41-45)

وتذكر "انشراف الشال" أنّ "ماكس فيير" و"جورج زيمل" وألفريد فركانت" اهتمّوا بدرجة أولى في علم الاجتماع بدراسة العلاقات الاجتماعية، وقد انقسمت آرائهم إلى ثلاثة اتجاهات رئيسية: (الشال، 2013، صفحة 20)

- 1- التزم فريق منهم بدراسة العلاقات الاجتماعية في صورتها المجرّدة، ويحاول ردّها إلى عناصرها الأولى.
- 2- اختصّ فريق آخر بدراسة العلاقات الاجتماعية كما تنشأ في المجتمع بين أفراد، غير أنّهم قسّموا العلاقات الاجتماعية إلى قسمين: علاقات ثابتة ومنتظمة وهي في نظرهم موضوع علم الاجتماع، وعلاقات غير ثابتة وغير مستقرّة ولم يشملها التنظيم، وهذه العلاقات تخرج بطبيعتها عن موضوع العلم.
- 3- أمّا الفريق الثالث فيرى أنّ موضوع علم الاجتماع هو دراسة جميع العلاقات الاجتماعية الثابتة منها وغير المستقر، المنظم وغير المنظم، المباشر وغير المباشر، لأنّ هذه العلاقات غير المستقرّة تأخذ سبيلها إن عاجلا أو آجلا إلى التنظيم والاستقرار والثبات.

وهنا نجد طرح "تشارلز كولي" (c. cooley) الذي يضع فيه تصنيفه للروابط الاجتماعية انطلاقا من تصنيفه للجماعات الاجتماعية التي قسّمها إلى نوعين: جماعات أوليّة وأخرى ثانويّة، وذلك انطلاقا من نوع الروابط

والعلاقات والاتصال والتفاعل بين أفراد الجماعة (سوامية، 2016، صفحة 160)، وفي مفهوم آخر للعلاقات الاجتماعية انطلاقاً من البعدين الاجتماعي والعاطفي نجد أنها تعكس الروابط العاطفية والاجتماعية بين الأفراد، وتشمل التواصل والتفاعل والدعم العاطفي والانتماء إلى مجموعات وشبكات اجتماعية (House, Landis, & Umberson, 1988)

وتصنّف العلاقات الاجتماعية حسب نظرية "كينزبيرك" إلى أربعة أنواع: العلاقة الاجتماعية العمودية وهي اتصال أو تفاعل يقع بين شخصين أو أكثر يحتلون مراكز اجتماعية مختلفة من ناحية الجاه والسّمعه، والعلاقة الاجتماعية الأفقية التي هي اتصال أو تفاعل يقع بين شخصين أو أكثر يحتلون مراكز اجتماعية متساوية أو متكافئة، والعلاقة الرسمية وهي الاتصال أو التفاعل الذي يقع بين شخصين أو أكثر ويكون الاتصال حول العمل والواجب، وأخيراً العلاقة الاجتماعية غير الرسمية وهي الاتصال أو التفاعل الذي يقع بين شخصين أو أكثر ويدور الاتصال حول الأمور الشخصية للأفراد الذين يدخلون في خضم هذه العلاقة الاجتماعية (الحسن، 2015، صفحة 72).

وحسب هذين التصنيفين "تشارلز كولي" و"كينزبيرك" الذين يدخلان في سراج واحد، فإنّ العلاقات الاجتماعية هي علاقات هرميّة، تستقطب جودتها ودورها من خلال أهميّة مركز الأفراد ووجودهم ضمن تصنيف معيّن.

أما العلاقات الاجتماعية الافتراضية:

فيعرّفها "إبراهيم سعد الدين" 1998 بأنها: جميع أوجه الاتصال الإنساني التي تتمّ في المجتمع بين أبناء المجتمع الواحد أو المجتمعات الإنسانية ككلّ، وتتم من خلال وسائل اتصال إلكترونية (جرار، 2012، صفحة 111)، وهي أيضاً علاقات تنطلق من المجتمع الواقعي إلى الافتراضي الذي تستفيد من أدواته ومزاياه، أي هي جزء من العلاقات الاجتماعية الحقيقية غير أنها تستخدم أدوات افتراضية عبر الإنترنت لتحقّق انتشاراً وتوسّعاً في علاقات الأفراد الذين يدخلون فيها لتحقيق أهداف محدّدة (العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 22).

ونحن في دراستنا نستهدف العلاقات القائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الفيسبوك، الذي يستخدمه الطلبة الجامعيين للدخول في علاقات اجتماعية افتراضية تلبية لعدة دوافع وحاجات معينة.

لذلك يعرفها "ماهر الضبع" بأنها كافة أشكال العلاقات التي تتمّ بين مستخدمي شبكة الإنترنت والمعزّزة بالوسائط التكنولوجية مثل مستخدمي الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك وتويتر، ومستخدموا برامج الدردشة عبر أجهزة الحاسب والهواتف النقال (الضبع، 2017/1436، صفحة 23).

ومن هنا تعرّفها "حنان الشهري" بأنها تلك العلاقة التي تقوم بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجات اجتماعية أو عاطفية أو اقتصادية عبر موقع الفيسبوك حيث يكون لهذه العلاقات نتائج وآثار سواء إيجابية أم سلبية وهي محدّدة

في البحث عن صداقات جديدة، تعزيز علاقات الصداقة القديمة، للتواصل مع الأقارب البعيدين مكانياً، التواصل مع أشخاص من بلدان ومجتمعات مختلفة (الشهري ح.، 1434هـ/2012، صفحة 16).

وتعرفها "غمشي الزهرة" بأنها العلاقات الاجتماعية التي تستخدم للإشارة إلى ذلك النموذج من التفاعلات التي تجمع الفرد بأفراد آخرين، في السياق الافتراضي (العلاقات الاجتماعية الافتراضية)، أي تلك العلاقات التي تتم في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والتي تقع في أغلبيتها تحت مسمى صديق "ami" مثلما أكد "توماس ستونجار" (Thomas Stenger) و"ألكسندر كوتان" (Alexandre Coutant) (غمشي، 2018، صفحة 40)

التعريف الإجرائي للعلاقات الاجتماعية:

نقصد بالعلاقات الاجتماعية في دراستنا بأنها العلاقات والروابط التي ينسجها طلبة كلية العلوم التكنولوجية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والتي تقوم على التفاعلات الرقمية التي يدخلون فيها من أجل تحقيق أهداف وإشباعات ساقطهم إليها دوافعهم وحاجتهم المختلفة الاجتماعية والنفسية والشخصية والمعرفية، بناءً على التأثير المتبادل، ويعتمدون على التواصل الافتراضي كمحور مركزي لهذه العلاقات، ويكون تشيكل هذه العلاقات تبعاً لنمط الاتصال القائم بينهم.

وانطلاقاً من تقسيم "تشارلز كولي" و"كينزبرك" للعلاقات الاجتماعية فإن الباحث يتبنى في دراسته نموذج العلاقات الاجتماعية التالية: العلاقات الأسرية التي يدخل فيها علاقة الأبناء بأفراد الأسرة والعلاقات القرابية، وأيضاً علاقات الصداقة الشخصية التي تنشأ بين نتيجة التفاعل بين زملاء الدراسة أو الحي أو أصدقاء الطفولة، وأيضاً العلاقات العاطفية بين الجنسين الذكور والإناث.

4- المجتمع الافتراضي:

تشير الحفريات في التراث النظري الاجتماعي إلى أنّ البدايات الأولى لظهور مصطلح المجتمعات الافتراضية يعود إلى "هووارد راينغولد" عندما طرح كتاباً بعنوان (المجتمعات الافتراضية: استيطان الحدود الإلكترونية) عام 1993، وبعد ذلك أصبح توظيف هذا المصطلح شائعاً في توصيف جماعة المستخدمين عبر شبكة الإنترنت، وتم إسقاط اللفظ على العديد من المشابهات وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

وحسب "ريمي ريفل" (Riffle) ظهر هذا المصطلح في صورته الإنجليزية عنواناً لكتاب (rheingold) عام 1993، وهو يعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية ودينية وسياسية، يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطوّرون فيما بينهم شروط الانتساب إلى

الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها، وتعبير (moor and weignd) "المجتمع الافتراضي" هو نظام اجتماعي تكنولوجي (rifflé, 2010, p. 2016) ويشير "هاوارد رينجولد" (Rhingold) إلى مفهوم المجتمع الافتراضي في كتابه (المجتمع الافتراضي: استيطان على الحدود الإلكترونية) (The Virtual Community Homesteading on the Electronic Frontier)، بأنها تجمّعات يتمّ تكوينها في الشبكات الاجتماعية تظهر عبر فضاء الإنترنت، وهذه المساحات الاجتماعية تقوم على أساس التفاعل والتواصل الرقمي بين الأفراد، حيث يتشكّلون من مواطنين متفرّقة من العالم، ولكنهم يتواصلون ويتقاربون من خلال الدردشة دون حاجتهم إلى وجود جغرافي فعليّ، بحيث يتشاركون المعلومات والأفكار وتجارب الحياة، كما يؤدي إلى إيجاد فضاءات افتراضية تسمح بالتعلم والتعاون والتضامن، فتتكوّن بينهم صداقات تقوم على الاهتمام المشترك، فهم يعتمدون على استخدام التكنولوجيا لإحداث التقارب والتفاعل من أجل بناء علاقات اجتماعية (Rheingold, 1993)، ويضيف "سيرج بروكس" (proulx.2004) إلى هذا التعريف بأنه مجموعة أفراد يستخدمون منتديات المحادثات وحلقات النقاش أو مجموعات الحوار، والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق؛ القيم؛ الاهتمامات ولهم أهداف وقيم مشتركة. (proulx, 2004).

ويؤكد في نفس السياق "أحمد زايد" بأنّ المجتمعات الافتراضية هي تجمّعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني. (زايد، يوليو 2003، صفحة 61).

كما يرتبط مصطلح الافتراضية أو التخيلية بالإنترنت بشكل عام وبالشّات على وجه الخصوص، حيث يعتبر الشّات مجتمعا افتراضيا قائما بذاته، والمجتمع التخيلي أو الافتراضي يشير إلى وحدة اجتماعية أو مجتمع محليّ يتشكّل من العالم الإلكتروني على الشبكة ولا يحدّد على أساس المعايير التقليدية التي يستخدمها علماء الاجتماع وغيرهم وبخاصة الحدود الجغرافية والسياسية، كما أنّ الانفتاح واللامحدودية في مجتمع الإنترنت قد عمّق الشعور لدى المستخدم بحاجته إلى التعرّف على ثقافات غير التي يعرفها ونتيجة لهذه الحاجة فإنّ اطلاعه قد ساعده على اكتساب بعض السلوكيات الجديدة (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 75).

ومن خلال تقصي التراث العلمي لاحظنا أنّ مصطلح "المجتمعات الافتراضية" تمّ توصيفه بعدة ألفاظ حسب تخصّصات الباحثين، حيث تمّ وصفها بأنّها تلك المجموعات عبر الإنترنت التي تتم بطرق مختلفة مثل "المجتمعات

الإلكترونية" أو "المجتمعات عبر الإنترنت" وحتى "المجتمعات الرقمية"، غير أنّ الكثير من الدراسات في مجال الإنترنت تفضّل تبيّن "المجتمعات الافتراضية"، وقد تم استخدامه كمترادف لمصطلح "مجموعة الإنترنت". كما لا حظ الباحث وجود تعاريف كثيرة لدى العديد من الباحثين لكنّ أغلبها يستقي تعريفه من مصطلح "المجتمعات الافتراضية" الذي جاء به "راينغولد" (Rheingold)، فهو استخدم مصطلح "المجتمع الافتراضي" لوصف ظاهرة تشكيل مجتمعات جديدة عبر فضاء الإنترنت، وقد تمّ تشبيه هذه العملية بما قام به المهاجرون الأمريكيون القدامى لما استوطنوا الحدود الغربية في ق19.

ويشير باحثون أيضاً أنّ "هارولد راينغولد" (H.R heinold) عندما عرّف مصطلح "المجتمع الافتراضي" عام 1993، كان ذلك بناءً على تجربته الشخصية، وكان يهدف إلى تصميم نظام يمكن من التواصل بين الأعضاء/الأصدقاء، ومنذ ذلك الوقت أخذ المصطلح بالتداول في الدراسات، وفي التعريف بالأفراد الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، فيتبادلون الأحاديث (الدردشة)، والمعلومات، والرسائل، والصور، والفيديوهات، وغير ذلك في فضاء يختلط فيه الخيال بالحقيقة. (ملحم، 2019).

كما استخدم مصطلح "المجتمع الافتراضي" حسب "راينغولد" (Rheingold) في وصف شبكات العلاقات الشخصية في الفضاء الإلكتروني، وتم تعريفها: (بأنّها مجموعة من الأفراد ذوي المصالح المشتركة الذين يجتمعون بانتظام لمناقشة موضوع الاهتمام الذي يشاركه أعضاؤها من خلال منصات الإنترنت، وهذه المجتمعات الافتراضية التي تتكون في الغالب من الشباب، إلى جانب كونها مجتمعات ذات أهمية، فالمجتمعات الافتراضية مبنية على التفاعلات والممارسات والعلاقات الاجتماعية. لذلك؛ لا يقاس نجاحهم بالضرورة بعدد الأفراد الذين يشكلون جزءاً منه، ولكن بقدرة أعضائهم على إنشاء روابط اجتماعية والمشاركة في محادثات أو أنشطة عبر الإنترنت (PABLO & RAQUEL, p. 68).

المجتمع الافتراضي إجرائياً: هو المجتمع الذي يضمّ مجموعة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية، والذين يتواصلون عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في عملية تفاعلية افتراضية خطية تزامنية منتظمة دون الحاجة إلى الاتصال المواجهي (وجهاً وجه) أو التواجد في نفس المكان، ويتمثل هذا المجتمع في الصفحات الافتراضية المختلفة والدردشة الافتراضية وتكوين الصداقات ويكون التفاعل محور التواصل الافتراضي.

5- الاستخدام:

لغة: من استخدم استخداماً، أي اتخذ من الشخص خادماً، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدّام. (عبد الحميد، 2023، صفحة 63)، وكلمة الاستخدام مشتقة من مصدر الفعل استخدم، يستخدم، استخداماً فهو

مستخدم، استخدام الآلة هو استعمالها، واستخدام كلِّ الإمكانيات: أي استغلَّها (حمدي و شريف، 2021، صفحة 378)، وفي الفرنسية يقابل مصطلح الاستخدام كلمة (Usage) اصطلاحاً: يعرفه قاموس علم الاجتماع بأنه: (نمط سلوكي يقبله المجتمع)، ويعدّ جاك "جاك بريوت" أول من تحدّث عن هذا المفهوم في كتابه (منطق الاستخدام) في بداية الثمانينات، فكلمة "استخدام" توظّف كمرادفات للاستعمال والممارسة، وفي أحيان أخرى كمرادف للملك، (قسايسية، 2007، صفحة 34)، وقد عرف مفهوم الاستخدام (USAGE) توظيفاً لأول مرة في علم الاجتماع من طرف التيار الوظيفي (1960-1970) بغرض التوصل إلى تحديد الإشباع التي تلبي الحاجات النفسية والاجتماعية للمستخدم (النشط) (رايس، 2016، صفحة 7).

يشير مفهوم الاستخدام إلى استعمال شيء ما؛ أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم، ويبدو أنّ مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوماً واضحاً بسيطاً المعنى غير ذي حاجة إلى جهة أو نشاط يتوخى ضبطه. (فاضل، 2020، صفحة 146).

ويعرفه "يافيس فرنسوا" "لوكونا ديك" بأنه نشاط اجتماعي يتحوّل إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرراً ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام (Coadic & Cacaly, 1997, p. 19)، وفي المقابل يطرح "ريمي ريفل" (Remy Rieffel) في معرض حديثه عن أهمية "إطار الاستخدام" أثناء الاستخدام ذاته، فيقول: (هو نشاط المستخدم والذي يشمل

كيفية استخدامه للأجهزة التكنولوجية في واقع الحياة اليومية) (Remy Rieffel, op.cit, p: 192) ويتحدث الكثير من الباحثين عن تداخل بين مفهومي الاستعمال والاستخدام فهذا الأخير يحيط به الكثير من الضبابية، فبعض البحوث تتحدّث عن "الاستخدامات الاجتماعية" الممارسات التي تنهيكل خلال زمن، وأحياناً تتحدث عن "الاستخدامات الاجتماعية" بدءاً من اللحظة التي تظهر كنماذج للاستعمال (Modes d'usage) التي تتأكّد من خلال التكرار الكافي على شكل عادات مدججة في سياق الحياة اليومية، لتشكّل ممارسات نوعيّة أو أنّها تفرض ضمن الممارسات الثقافية السابقة الوجود (عبدلي، 2014، صفحة 52)

وفي هذا الإطار يميّز (Proulx) بين مفهومي الاستخدام (Usage) والاستعمال (Utilisation)؛ فالمفهوم الأول يندرج ضمن إطار تساؤل سوسيولوجي أخذ بعين الاعتبار سياق فعل الاستخدام، بالإضافة إلى التاريخ الشخصي للمستخدم في تعامله مع الأجهزة التقنية وتصورتها، ويشير هنا مصطلح الاستخدام إلى الروابط النفسية الاجتماعية التي تربط المستخدم بالجهاز التقني، أما المفهوم الثاني فيشير إلى إشكالية إرغمونية يتم فيها فهم فعل

الاستخدام في وضعية ضيقة تجمع المستخدم بالجهاز التقني وتقيمه تبعاً لمطابقته لكيفية استعمال محدّدة، وعليه فإن مصطلح الاستعمال يشير إلى فعل توظيف الجهاز التقني (دهلاس، 2010، الصفحات 44-45).

وقد أشار "نصر الدين العياضي" إلى أنّ "جون غي لacroix" (Jean Guy Lacroix) أوضح أنّ هناك خلطاً بين مفهومي: الاستخدام والممارسة، ويقترح بدلها مفهوم الاستخدامات الاجتماعية التي تعني أنماط من الاستعمال التي تتجلى عبر تواترها في صيغة العادات المندمجة كلياً في الحياة اليومية لتندرج في طائفة من الممارسات الثقافية السالفة وتنغرس فيها، ومن المحتمل أن تقاوم الممارسات المنافسة الأخرى أو ذات الصلة. (العياضي، 2020، صفحة 11).

كما يمكن أن يعالج المفهوم كمنشأ ذات طابع اجتماعي وتقني داخل المنظومة السلوكية السابقة الوجود، حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ شكل نماذج استخدامية؛ تتمثل أساساً في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم، بهدف فرضها ودمجها واقعياً مقابل ممارسات منافسة أو متصلة بها، لذلك تعددت تسميات المستخدم للهواتف النقالة الذكية، فهناك من يسميه المستخدم أو المستعمل وهي تشير كلها إلى مستخدم الهاتف (الشامي، 2021، صفحة 179).

وفي هذا السياق يشير البروفيسور "قسايسية علي" إلى إنّ مفهوم الاستخدام في بحوث الاتصال، يعكس مجمل الاستخدامات لتكنولوجيات الإعلام والاتصال من قبل الأفراد، تتحكم في هذه الاستخدامات مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية انطلاقاً من ممارسات، تمثلات، وقيم خاصة، تربط الأفراد بمختلف الوسائل التقنية للاتصال، فالعلاقة التي يبنها المستخدم مع أداة الاتصال، تجعل منه عنصراً نشطاً وليس سلبياً في استخدامه للأدوات التقنية، وذلك من خلال الأبعاد الذاتية والجمعية والمعرفية، التي يجسدها المستخدم في علاقته مع الأداة التقنية. (قسايسية و بن ديبلي، 2015، صفحة 28).

ومن جهة أخرى يتجلى استخدام وسائل الاتصال الرقمية في اتجاهين أساسيين: يتمثل الأول في الاتصال بالغير على شبكة الإنترنت، كاستخدام البريد الإلكتروني والحوار (chat) حيث يكون المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا، أما الاتجاه الثاني فهو التجول بين المواقع المتعددة كمواقع الويب أو الصحافة الإلكترونية من أجل تلبية الحاجات المستهدفة مثل الحاجات المصرفية والتعليمية أو حاجات التسلية والترفيه والاسترخاء، والحاجة إلى الإعلان والتسويق (خضّور، 1999، الصفحات 15-16).

ومن خلال استعراض مفاهيم الاستخدام التي تؤكد بأنه توظيف وتشغيل الوسائل التكنولوجية المتاحة في إطار اجتماعي لأجل الترفيه أو التواصل والبحث عن العلاقات والصداقة، وفي مظاهر الحياة اليومية، ويظهر من المفهوم أنّ الاستخدامات تتجلى فقط في فكرة الأنشطة التكنولوجية المستخدمة لأجل تحقيق الإشباع، وهذا المفهوم يقترب من "الاستعمال"، وقد ارتبط الاستخدام بالنظرية الوظيفية المعروفة باسم "نظرية الاستخدامات والإشباع" التي ترى بأنّ استخدام الأفراد لوسائل الاتصال يكون بطريقة نشطة إيجابية بناءً على توقّعات معينة لتحقيق إشباعات مختلفة.

التعريف الإجرائي للاستخدام:

نقصد بالاستخدام في دراستنا استعمال وتوظيف طلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، استخداما يوميًا متكررًا لأغراض متعدّدة، في محادثاتهم ودراساتهم وتفاعلاتهم الافتراضية، ويكون استخدام الفيسبوك ضمن عادات الطلبة وأنماطهم الحياتية، بدوافع البحث عن المعلومات وتكوين علاقات اجتماعية وصداقات افتراضية، وهذا الاستخدام الروتيني اليومي يحقق لهم إشباعًا يدخل ضمن بحثهم ورغبتهم في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية تنسجم مع دوافعهم الشخصية والنفسية والاجتماعية وحتى الثقافية، وتشكّل لهم هذه الممارسات والأنماط قيما وتمثلات فيما بعد لتندرج ضمن سلوكياتهم المتكررة.

6- الإشباع:

لفظ إشباع؛ مأخوذ من الشَّبَع (بفتح الشين وفتح الباء)، والشبَع (بكسر الشين) مثل عنب ضدّ الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وإمرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمة، وثوب شبيع الغزل أي كثيره، وشبيع العقل أي وافره، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك. (عبد الحميد، 2023، صفحة 63).

تم توظيف لفظ الإشباع كثيرا في الدراسات السيكولوجية، التي اهتمت بنظرية الداووع والفروقات في التعرض لوسائل الإعلام، لذلك عند البحث في معانيه ومفاهيم هذا المصطلح نجد حضورا قويا لبعض المفردات النفسية المستمدة من نظرية التحليل النفسي.

ويعرف الإشباع عند إرجاعه إلى أصله السيكولوجي بأنه إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدلّ الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة (حجاب، المعجم الإعلامي، 2004، صفحة 4874).

ويرتبط مفهوم الإشباع ارتباطاً وثيقاً بالدافعية في أي الميادين كانت مهنية أو نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو علمية، نظراً لكون هذه العمليات النفسية كلها تتتابع تتابعا استمرارياً، فالحاجات سبب نتيجهتها السلوك، والسلوك سبب نتيجهته الإشباع أو عدم الإشباع، كما أن للإشباع نتائج كثيرة ومتنوعة، حيث يتدخل الإشباع في تحديد شعور الفرد بالرضا أو الإحباط، عن طريق تعيينه للنسبة بين الحاجات التي لقيت الإشباع عند الفرد، وبين الحاجات التي لم تلق الإشباع. (المصري، 2010، صفحة 10).

الإشباع إجرائياً:

نعرف الإشباع إجرائياً بأنه بلوغ الأهداف المرجوة من الحاجات والدوافع لاستخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية لموقع الفيسبوك، وهو يشمل مجموع الرغبات المحققة والنتائج التي يحصل عليها المستخدمون نتيجة التعرض للمحتويات والسعي لتحقيق علاقات اجتماعية افتراضية.

فالإشباع في دراستنا هو تلك الاستجابات الفورية أو المؤجلة والتي ترتبط أساساً بأنماط وعادات الاستخدام، لتلبية حاجات لدى أفرادها خبرة بقدرة تلك الوسائل الاتصالية على تحقيقها، وتقسّم الإشباعات إلى قسمين: الإشباعات الداخلية والمرتبطة بتحقيق مجموعة الحاجات البيولوجية والفيزيولوجية، أما الإشباعات الخارجية فتتعلق بسعي المستخدم بتحقيق مستلزماته ضمن إطار علاقته الاجتماعية، وتختلف هذه الإشباعات تبعاً لاختلاف الفروق الفردية في الاستخدام وفي الحاجات.

7- العادات:

جاء في التعريف اللغوي للعادات: بأنها جمع عادٍ؛ وعادات؛ وعوائد؛ وهي حالة تتكرر على نهج واحد أو كل ما اعتيد حتى صار يُفعل من غير جهد (معجم المعاني الجامعي)، ولفظ العادة من الفعل: تعود يتعود تعويداً (أمين، أميرة)، وذكر "إبراهيم مذكور" أنّ لفظ العادة جاء في المعجم العربي الأساسي "لاروس" بأنها عادة، أي جمعها عادات وهي كل ما عاود فعله الشخص حتى صار يفعله من غير تفكير، وهي فعل يتكرر على وتيرة واحدة. (مذكور، 1975، صفحة 381).

أما اصطلاحاً فهي تلك الأشياء التي تداول الناس على عملها أو القيام بها أو الاتّصاف بها، وهي تكرر عملها حتى أصبحت شيئاً مألوفاً ومأنوساً عندهم، وهي نمط من السلوك أو التصرف يُعتاد حتى يفعل تكراراً، فلا يجد المرء غرابة في هذه الأشياء لرؤيته لها مرّات متعدّدة في مجتمعه وفي بيئته التي يعيش فيها، فالعادة إذن هي ما تكرر فعله حتى أصبح "ديدنا" وألفته الأبصار لكثرة مشاهدته في حياة الناس اليومية. (أمين، أميرة).

وفي علم الاجتماع ينظر إلى مفهوم العادة بأنها نمط سلوكي منتظم يتكرر خلال سياقات معينة، بحيث يتم التنبؤ بسلوكيات الأفراد الذين يثبتون انتمائهم لتلك السياقات الاجتماعية والنفسية والثقافية وغيرها، وتؤثر العادات على التفاعلات اليومية والأفعال والتصرفات التي تصدر عنهم، وتعتبر العادات سببا رئيسيا في تكوين ثقافات المجتمعات وكذا بناء هوية الأشخاص. (Gardner, 2015)

أما في علم النفس يشير مفهوم العادة إلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم، وتستثيره مواقف محددة، كما يكتسبه بتكراره، وذلك استجابة لهذه المواقف بقدر من الثبات النسبي والاستقرار مع سهولة في الأداء إلى حدّ الآلية (مذكور، 1975، صفحة 381).

ويُفرّق "مُجد عاطف غيث" بين العادات الفردية التي يعتبرها نمطا متكررا للفعل الذي يصدر عن فرد بالذات، ويكون مكتسبا وملاحظا من جانب الآخرين، أي أنّ العادة الفردية تكون مرتبطة بالأشخاص، بينما العادة الجمعية ترتبط بالمجتمعات أو أي تشكّلات وتجمّعات أخرى (غيث، 1996، صفحة 219).

وقد رصد الباحث من خلال التراث النظري أنّ العادات تتكوّن من ثلاثة عناصر أساسية لتؤدّي أثرها:

التكرار: حيث يتم تحقيق العادات بدون توقّف وبشكل متكرّر مستمرّ ومتواصل.

الانتظام: من الضروري أن تنتظم العادات في ظروف زمنية أو مكانية ومواقف محدّدة ضمن سياق التفضيلات.

التلقائية: لا يشترط في العادات التفكير أو التخطيط المسبق لها، حيث يكون سلوك المستخدم وقراره عاديا وجزءا من نشاطه وروتينه اليومي.

وانطلاقا من ذلك فإنّ العادات هي ذلك السلوك المنتظم لطلبة كلية العلوم التكنولوجية في تصفّح واستخدام الفيسبوك، وتظهر هذه الأنماط في تفضيلهم لأماكن التصفح وعدد ساعات الاستخدام والأيام والفترات الزمنية، ومستوى الانتظام وطبيعة التصفح الفردية أو الجماعية، والوسائل واللغة المستخدمة والأشخاص الذين يدخلون معه في هذه العادات.

8- الأنماط:

جاء في معجم المعاني لفظ نمط، وهو مفرد وجمع "نمط"، ويعني طريقة أو أسلوب أو شكل أو مذهب، كما يعني الصنف أو النوع أو الطراز من الشيء، فنقول هم على نمط واحد؛ أي هم متشابهون. (معجم المعاني الجامعي)، كما جاء في المعجم العربي الأساسي "لاروس" حول النمط؛ جمعه أنماط ونمّاط وهي: نوع من البسط، وطريقة وأسلوب، وهي أيضا؛ صنف ونوع؛ أو جماعة من الناس أمرهم واحد. (بابوري، 2005، صفحة 16).

وفي الاصطلاح يعرف النمط بأنه الطريقة والصنف والنموذج، نقول على نمط واحد أي على طريقة واحدة، ومن نمط واحد أي من نوع واحد، والأنماط الأفلاطونية هي النماذج التي جاءت الموجودات على مثالها، وذكرت "يونغ" أنّ النمط في علم النفس التحليلي يقصد به صنف من الناس أو طريقتهم في توجيه طاقاتهم النفسية (عبد الفتاح، 1997، صفحة 1509).

وفي العلوم الاجتماعية يعرف النمط أو الأنماط بأنها جزء من السلوك التفاعلي تتكرر بشكل غالب؛ كتناول أفراد الأسرة ثلاث أكالات في اليوم، أو نوم الأطفال واستيقاظهم في وقت محدد، فالنمط هو مجموعة متناسقة من السلوك التفاعلي الذي يقوم به الفرد الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض أو يوجد بينهم اعتماد متبادل أو تأثير متبادل (دراجي، 2003، صفحة 10). أمّا "مجدّ الفاتح حمدي" فيعرفها بأنها طريقة تصفح واستعمال الأفراد لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (مدة الاستخدام وكيفيته، والأوقات المفضلة له). (حمدي و شريف، 2021، صفحة 378).

ويرى "هيل وتورنير" أنّ فهم الأنماط الاجتماعية يعتبر جزءا بالغ الأهمية في علم الاجتماع، إذ يقدم طريقة لكيفية فهم تنظيم المجتمعات وتشكيلها، ويسهم في تحسين طريقة دراسة المجتمعات والهويات، ويمكن أن يشكل نقطة بدء لدراسة التفاعلات الاجتماعية داخل نسيج المجتمعات. (Abercrombie, Hill, & Turner, 2006) كما تعرف العلوم النفسية "الأنماط" بأنها سلوكيات محدّدة متكرّرة معيّنة تؤدّي إلى تفاعلات منتظمة تتكرر باستمرار وتؤثر على تصرفات الأفراد وطريقة تفكيرهم، حيث يستجيب الأفراد لمجموعة المواقف المختلفة التي تملئها الأنماط المألوفة لديهم، كما تعتبر الأنماط عنصرا أساسيا من الطبيعة البشرية (McLeod, 2020) ويضيف "سيرفون وبيرفين" (Cervone & Pervin) أنّ للأنماط خصائص وسمات ترتبط بجوانب نفسية وسلوكية تميّز الأفراد وتفكيرهم، مثل الأنماط الشخصية والأنماط الاجتماعية، والأنماط العاطفية، والأنماط التفكيرية، ويعتبر فهم هذه الأنماط عملية أساسية في تحليل ودراسة شخصية وسلوك الأفراد وتحدّد توقعاتهم اتجاه مواقف محدّدة (Cervone & Pervin, 2019)

ويمكن أن نعرف الأنماط في دراستنا والتي ترتبط باستخدامات الفيسبوك، والتي نرى أنّها السلوك المتكرر لمستخدمي موقع الفيسبوك، وتتحدّد بطريقة دورية متكرّرة، وتتمثّل هذه الأنماط في الدردشات والتفاعلات المتكرّرة مثل نشر المنشورات والمشاركة والقراءة وكتابة التعليقات والإعجابات والرودود، ومشاهدة الفيديوهات المختلفة، وتبادل الرّوابط، وإعداد المناسبات الهامة، كما تشتمل هذه الأنماط على عادات التصفّح مثل الوقت المخصّص،

ومجموعات الاهتمام التي انضموا إليها، ومتابعة الصفحات المتنوعة والإعلانات التسويقية، والمحتويات الترفيهية وغيرها من أنشطة المستخدم المتكررة والمنظمة.

ويمكن القول أنّ عادات وأنماط استخدام الفيسبوك بشكل متكرر أصبح جزءاً هاماً من أنماط شخصية الطلبة وسلوكهم الرقمي، ويقود في النهاية إلى التأثير على تجاربهم وتفاعلاتهم مع المجتمع الافتراضي في البيئة الرقمية.

9- الأثر:

لغة: يقصد به العلامة أو أثر الشيء: أي بقيته، وتأثر: أي ظهر فيه الأثر، والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء (يحياوي و جبالي، 2014، صفحة 25)، فهو أيضاً أثر تأثيراً فيه وعليه، ترك فيه أثراً، جمعه آثار وأثور (البستاني، 1990، صفحة 7).

اصطلاحاً: تعرّفه موسوعة علوم الإعلام والاتصال بأنه: (نتيجة الفعل الذي يظهر جزاء مؤثر ما) (Bernard & Ahmed, 1997, p. 228)، وهو نتيجة الاتصال بالنسبة للمستقبل أو المتلقي وهو نفسه الهدف بالنسبة للمرسل، وقد يكون الهدف هنا التأثير على أفكار المتلقين أو مشاعرهم أو اتجاهاتهم أو آرائهم لتحقيق طلب أو تلقي معلومات، وهو الذي يحدّد مدى نجاح عملية الاتصال (حجاب، نظريات الاتصال، 2010، صفحة 200).

ويشير "أحمد بن مرسل" إلى أنّ الأثر أو التأثير يستخدم بصفة عامة للإشارة إلى النتائج المباشرة المفترضة أو المتصورة (بن مرسل، 2003، صفحة 170)، فكلمة التأثير يقصد بها النتائج أو التأثيرات التي يمكن أن يؤدي إليها سلوك أو تفاعل اجتماعي على الفرد أو المجتمع، ويمكن أن يكون الأثر إيجابياً أو سلبياً وقد يكون ظاهراً أو غير ظاهر، ويمكن أن يترك أثراً مباشراً أو غير مباشر (McLeod & Lively, 2003)، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 52).

كما يقصد بالتأثير العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة، أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير، وقد توصلت بحوث الإعلام إلى تحديد أهم المجالات التي تؤثر فيها وسائل الإعلام وهي: التغيير المعرفي، التنشئة الاجتماعية، الإثارة الجماعية، الضبط الاجتماعي، صياغة الواقع (العبد الله، 2014، صفحة 81)، وهو أيضاً ما تحدّثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي، وكلما استجاب المتلقي للرسالة

يحدث التأثير والتأثير هو نتاج التفاعل الواقعي بين خصائص الرسالة الإعلامية وخصائص المتلقين. (بجياوي و جبالي، 2014، صفحة 25).

أما الأثر الإعلامي فهو ما يحدث من تغيرات على مستقبل الرسالة، وتعلمه شيئاً من محتوى الرسالة، أو تبنيه اتجاهها مؤيداً لمحتوى الرسالة، أو تخليه عن أفكار كان قد تبناها من قبل (إسماعيل، 2003، صفحة 226)، وهو ما يذهب إليه "السعيد بومعيزة" بأن الأثر هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكيف رسائلها مع خصائص الجمهور، الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها لأسباب مختلفة، باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي (بومعيزة، 2005، صفحة 29).

أما التأثير الاجتماعي فيشير إلى القوة أو القدرة التي يمكن للفرد أو المجموعة ممارستها لتغيير أو تحديد سلوك الآخرين أو آرائهم، ويمكن أن يكون التأثير مباشراً أو غير مباشر وقد يكون ناجماً عن القيم والمعتقدات أو من وسائل الإعلام أو الأشخاص المؤثرين (Cialdini & Goldstein, 2004)، فالتأثير الاجتماعي هو تلك النتيجة الهامة التي تتم بعد مرحلتها المواجهة والتبادل، أي أنه قائم على التفاعل الاجتماعي الذي يتم بين طرفين أو جماعتين، وبعد هذه المرحلة والعلاقة الاجتماعية الضرورية يحصل التأثير الاجتماعي، بحيث نتكلم عن مؤثر ومؤثر، فالأول هو ذلك الفرد أو تلك الجماعة التي اعتمدت القدرة على إثبات الصواب لديها عن طريق المهارة والبرهان، وأما الثاني فهو ذلك الشخص أو تلك الجماعة المغيرة لسلوكها حيث انبهارها بصواب الطرف الآخر الذي أثر في سلوكها وجعلها تغير موقفها. (المستاري، 2010).

كما يشير التأثير الرقمي إلى التأثير الذي يمارسه الوسائط الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي على الأفراد والمجتمعات، بما في ذلك التأثير على السلوك الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي، يمكن أن يكون التأثير الرقمي إيجابياً أو سلبياً ويمكن أن يكون على مستوى فردي أو جماعي (Van Dijck, 2013).

تعريف التأثير إجرائياً:

هو تلك النتائج الاجتماعية والنفسية التي تظهر على مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، نتيجة تفاعلهم مع محتويات ومضامين الموقع ومع أصدقائهم في إطار علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، ويكون التأثير مباشراً مع الوسيلة وغير مباشر، وهو ما يحدث تغييراً أو تعديلاً في السلوك والنمط الاجتماعي، حيث تظهر الآثار

الإيجابية والسلبية على المستخدمين في أنماط تواصلهم الجديدة وتغيّر وتيرة علاقات الاجتماعية الواقعية بسبب استجابتهم لمنبهات ودوافع مختلفة، وتحقيق إشباعات متنوعة حصلوا عليها من اندماجهم في المجتمع الافتراضي.

10- الطالب الجامعي:

بما أنّ الطالب الجامعي جزء من الشباب بصفة عامة، فإننا ندرج التعاريف التي تناولت الشباب في هذا الإطار.

• جاء في المعجم اللغوي عن الشباب بأنه جمع مذكر ومؤنث معاً، وتعني الفتاة والحداثة، ويطلق لفظ شبان وشبيبة كجمع لمذكر مفرد شاب، ويطلق لفظ شابات، وشائب، وشواب، كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل كلمة شباب هو شبّ بمعنى صار فتياً، أي "من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة" (أنيس و آخرون، 2004، صفحة 470)، و"شبّ لون المرأة خمّار أسود لبسته أي زاد في بياضها ولونها فحسنها" (ابن منظور، 1977، صفحة 482)، و"شب قصيدته بفلاحة أي حسنها وزينها بذكرها" (ويس، 1960، صفحة 371)

• أما في المعجم اللغوي الإنجليزي (Oxford) فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كل من اللفظتين (Youth) و (Young) و"تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداءً من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد (Adulte) (Oxford, 2008)

وفي معجم "روبير" (Rober) الفرنسي نجد فيه أنّ لفظة الشباب (Jeunesse) تطلق على الفترة بين الطفولة والنضج. (Robert, 2006)

يبدو من خلال المعجم اللغوي، أن الشباب في المعجم العربي، يدل على المرحلة التي يكون فيها الفرد في مظهر حسن، ووجه حسن، وجسد مفعم بالحوية، في حين نجد المعجم الأجنبي يشير على أن المراهقة يستعمل كمرادف لمفهوم الشباب، لأن المرحلة العمرية التي تحدث ما بين الطفولة وسن الرشد يحصل فيها مجموعة من التغيرات النفسية والبيولوجية والاجتماعية.

وفي الاصطلاح تعرّف مرحلة الشباب بأنها الفترة العمرية التي يصبح فيها الفرد مؤهلاً للقيام بأدوار اقتصادية واجتماعية وسياسية في المجتمع، وهي الفترة التي تقع ما بين 18 سنة و 35 سنة على اعتبار أنّ معظم المجتمعات العربية يعتبر فيها الفرد البالغ من العمر 18 سنة فأكثر (عبد الوهاب، 1990، الصفحات 170-171).

وحسب دراسات علم النفس التي تحدّد فترة الشباب بأنها تمتدّ من بدايه الحلم أو البلوغ حتى سنّ الثلاثين، بينما يشير معجم العلوم الاجتماعية إلى مصطلح الشباب بالأفراد في مرحلة المراهقة؛ أي الأفراد بين مرحلة البلوغ الجنسي والنضج إلا أن الفترة التي تنتهي فيها مرحلة الشباب ليست محدّدة (المغزالي، 2020، صفحة 14).

أما عند علماء الاجتماع فإن الشباب هم كل شاب يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة)، وهذا التصنيف للشباب مبني على أساس أنّ أولئك الأفراد قد اكتمل نموهم الفسيولوجي أو العضوي، غير أنّ نموهم النفسي والعقلي لم يكتمل بعد وهناك من يرى أنّ مرحلة الشباب أو الرشد تبدأ من (18 إلى 30 سنة تقريبا)، ويقسمها إلى: (الزيني، 1969، صفحة 86)

- مرحلة الشباب الأولى (من 18 إلى 24 سنة تقريبا) وهي تقارب مرحلة التعليم العالي.

- مرحلة الشباب الثانية (من 24 إلى 30 سنة تقريبا).

وترى "آمنة المغزالي" أنّ فترة الشباب يتم تحديدها من خلال الأبعاد التالية:

• يحدّد هذا البعد مرحلة الشباب على أساس القياس الزمني وما يميز هذه المرحلة من خصائص وسمات مميزة وذلك اعتبارا من 15 إلى 30 سنة.

• البعد الثاني ويحدد أصحاب هذا البعد المعيار الاجتماعي بتحديد مجموعة من الصفات والخصائص التي تطبق بوصفها مقياسا على أفراد المجتمع لكي تميز الشباب عن غيرهم بغض النظر عن المرحلة العمرية، وأهم هذه الصفات القدرة على التعليم وتكوين العلاقات الإنسانية والعمل المنتج والتكيف الاجتماعي، فإذا وصل الانسان إلى هذا المستوى أصبح شابا.

• البعد الثالث يحدّد هذا البعد مرحلة الشباب من خلال المقياس السلوكي الذي يشكل مجموعة من الاتجاهات السلوكية ذات الطابع المميز الذي يتحرّر من الطابع الزمني ويتشكّل في إطار مجموعة من الاتجاهات السلوكية الاجتماعية، والتي إذا ما تميز بها الإنسان وتطابقت مع شخصيته وتصرفاته وأفعاله أمكن اعتباره شابا (المغزالي، 2020، الصفحات 14-15).

وبناء عليه نعتبر أنّ الطلبة الجامعيين بما أنّهم شريحة من الشباب، فهم كلّ طلبة الجامعة الذين سمح لهم اجتياز مرحلة البكالوريا بالالتحاق بالتعليم الجامعي لمواصلة دراستهم، بغرض الحصول على شهادات جامعية (ليسانس، ماستر، دكتوراه)، في تخصصات علمية أكاديمية مختلفة، ويسعى الطلبة في مساهمهم الجامعي إلى تكوين وتطوير مهاراتهم ومعارفهم وتحسين مكتسباتهم حسب مجالات اهتمامهم، كما ينخرط الطلبة الجامعيون في مختلف الأنشطة الطلابية لتحسين تواصلهم وتدريبهم على مواجهة الواقع، كما ينخرط الطلبة في مهام بحثية خاصة بتخصصاتهم من أجل تعزيز تجاربهم الجامعية والتقنية وكذا تحقيق الأهداف والطموحات الشخصية والمهنية في سوق العمل.

التعريف الإجرائي للطالب الجامعي في الدراسة:

ونقصد بالطلبة الجامعيين في دراستنا هم كل طلبة كلية العلوم التكنولوجية الذين يزاولون دراستهم ويتابعون تكوينهم الأكاديمي بجامعة غليزان، لغرض حصولهم على شهادة التخرج في مختلف التخصصات في جميع الأطوار، وتبدأ أعمارهم من 18 سنة، من ذكور وإناث، ويستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في بناء ونسج علاقات اجتماعية.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة في البحث ذات دور حيوي، حيث تساعدنا في مرحلة بناء الإطار المفاهيمي للدراسة، كما تسمح بفهم السياقات العلمية والتاريخية لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها، فمن خلال مراجعة الدراسات ذات العلاقة المباشرة، استطعنا تحديد بعض الفجوات المعرفية التي لم تتناولها هذه الدراسات، وهو ما شكّل لدينا تحدياً في معالجة تلك النقاط، ومن جهة أخرى تتيح لنا مراجعة الأبيات السابقة بتفادي التكرار في أبحاثهم، لتقديم عمل جديد بمعالجة معمّقة تنطلق ممّا انتهت منه تلك الدراسات، وهو ما وقرّ لدينا قدراً من الوقت والجهد، ولهذا الغرض تم الاستعانة بها في صياغة فرضيات جديدة واستخدام أسئلة ومقاييس في بناء الاستبيان، كما تم الاستعانة بها في تقديم الأدلة العلمية لدعم بعض النتائج التي توصلنا إليها. وعموماً تزخر المكتبة العلمية بكثير من الدراسات، إلا أنّ الباحث اختار بعضاً منها لتميّزها في المعالجة العلمية والرصانة في تناول الظاهرة، وتتمثّل الدراسات السابقة في هذه الدراسة كما يلي:

الدراسات العربية: يمكن تقسيم الدراسات العربية إلى قسمين هما:

أولاً الدراسات المحلية (الجزائرية):

1- دراسة "لونيس باديس" 2008 حول: (جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت: دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة)، انطلقت الدراسة من فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث سعت إلى معرفة عادات وأنماط استخدامات الطلبة الجزائريين للإنترنت، كما هدفت إلى الكشف عن الإشباعات المحققة، وهدفت أيضاً إلى معرفة الفروق بين الاستخدامات والإشباعات وفق متغيريّ الجنس والتخصّص بين الكليّات الاجتماعية والإنسانية وبين الكليّات العلمية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني بالعينة الذي ينتمي إلى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث أداة الاستبيان في جمع البيانات، من عينة طبقية متعددة المراحل بلغت (82) مفردة، من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وكلية علوم الطبيعة والحياة.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج التي أظهرت أنّ (18%) من الطلبة بدؤوا في استخدام الإنترنت من 04 إلى 08 سنوات، حيث يقضي (39.02%) ما بين ساعة وساعتين في التصفح، وأظهرت الدراسة أنّ أغلبية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بين 5 و10 ساعات في الأسبوع، وتمثل الفترة المسائية أكثر الفترات استخداما للإنترنت، كما يصفح الطلبة شبكة الإنترنت وهم بمفردهم، وبينت النتائج أنّ (54.54%) من الطلبة قاموا بزيارة المواقع الإباحية تليها مواقع القرصنة، وأنّ أهم الإشباعات المحققة للطلبة هي الإشباعات المعرفية ثم الإعلامية والدينية، والاجتماعية، والنفسية، كما كشفت الدراسة عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للإنترنت وبين كل من متغيري التخصص والجنس. (لونيس، 2008).

2- دراسة "نومار مريم ناريمان" 2012 بعنوان: (استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن دوافع استخدام موقع الفيسبوك والإشباعات المحققة من خلاله، كما سعت إلى وضع تفسير علمي لظاهرة استخدام الشبكات الاجتماعية ومدى تأثيراتها على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية، واعتمدت على منهج المسح الوصفي، وتمّ استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة قصدية قوامها 280 مفردة موزعة عبر أربعة ولايات (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة).

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنّ النسبة الأكبر من المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفيسبوك، وأشارت إلى أن أغلب المبحوثين يفضلون بالدرجة الأولى خدمة التعليقات والدردشة، وأنّ أغلبهم يستخدمون الفيسبوك بدافع التثقيف والتواصل مع الأهل والأصدقاء، كما بيّنت أنّ من أهم الإشباعات المحققة هو ربط علاقات صداقة مختلفة بما فيها العلاقات مع الجنس الآخر، وأكدت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور للفيسبوك وبين الإناث، وأشارت إلى أن المبحوثين الأكبر سنا يستخدمون موقع الفيسبوك بوعي، وخلصت الدراسة إلى أنّ استخدام الفيسبوك يؤثّر على الاتصال الشخصي المواجهي عند الشباب، كما يؤثّر أيضا في علاقتهم الاجتماعية في تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم، إذ يؤدي إلى انسحابهم الملحوظ من التفاعل الاجتماعي، وأكدت أيضا أنّ استخدام الفيسبوك ساعد أفراد العينة على توسيع علاقاتهم الاجتماعية والحفاظ على العلاقات القديمة وكذا القائمة (نومار، 2012).

3- دراسة "عبديش صونيا" 2014 حول (الشبكات الاجتماعية على الإنترنت دراسة مسحية لمستخدمي الفيسبوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة)، سعت هذه الدراسة إلى فهم واقع استخدام الفيسبوك لدى طلبة كليات جامعات الجزائر العاصمة (1 و2 و3)، استخدمت الدراسة منهج المسح الوصفي على عينة حصصية

قوامها 500 طالب وطالبة، اعتمدت الباحثة في دراستها على أداتي استمارة الاستبيان والملاحظة بالمشاركة، لجمع البيانات من المبحوثين.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل أهمها في أنّ أغلبية الطلبة قد صرّحوا بأنهم تعرفوا على الفيسبوك عن طريق وسائل الاتصال الشخصي ويستخدمونه من 3 إلى 5 سنوات، ويستخدمون الأحرف اللاتينية للحديث بالعربية "الدارجة" عبر الفيسبوك، وبيّنت الدراسة أنّ الطلبة ليسوا مدمنين على استخدام الموقع، كما كشفت النتائج أنّ الحاجات الإدراكية والدوافع المعرفية هي أهم الحاجات والدوافع، ويتراوح عدد أصدقاء المبحوثين بين 301 و400، وبيّنت الدراسة أنّ الأغلبية تميل إلى استخدام الفيسبوك لنسج علاقات الصداقة، كما أنّ الكثير من الطلبة لا يثقون في أصدقائهم الفيسبوكيين، كما يعتبر أغلبية المبحوثين بنسبة (75%) أنّ العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر الفيسبوك هي فرصة للعلاقات الاجتماعية التقليدية، وبيّنت الدراسة تفاعل أغلبية الطلبة مع محتوى الصفحات الاجتماعية، بينما كما عبرت الأغلبية أنّها لا تثق في المعلومات الدينية على الموقع، ويستخدم أغلب الطلبة هويّات مستعارة، وقد أكّد (71.62%) أنّهم سيستمرون في التخفي والتستر وراء الهويات المستعارة (عبدش، 2014).

4- دراسة "صافا أمينة" 2015 حول (آثار استعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية)، هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام الإنترنت على المراهقين المستعملين لها وذلك على جميع المجالات، النفسية والاجتماعية، والأخلاقية وكذا الصحية، كما سعت إلى الكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية تبعاً للمتغيرات التالية: الجنس، مدة الاستعمال وكذا فترات الاستعمال، وعدد ساعات الاستخدام اليومي. استخدمت الدراسة منهج الوصف التحليلي، وطبقت على عينة قصدية بلغ عددها 200 تلميذاً من تلاميذ المرحلة المتوسطة من مدينة أم البواقي الذين يتراوح سنهم ما بين 13 و15 سنة من الجنسين ومن مستخدمي الإنترنت، واعتمدت على أداتين بحثيتين استمارة المعلومات وبيانات حول عادات استعمال الإنترنت عند التلميذ المراهق، بالإضافة إلى مقياس الآثار النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية من إعداد الباحثة، وقد أثبتت الدراسة وجود الإنترنت داخل الأسرة الجزائرية من خلال استخدامه من طرف أبناء المراهقين وذلك عند كلا الجنسين وباختلاف مدة الاستعمال وفتراته وعدد ساعاته، وتوصلت إلى وجود فروق في التأثيرات النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية لدى المراهقين المستعملين لشبكة الإنترنت تبعاً لعدة متغيرات، وأظهرت الدراسة تأثيرات إيجابية وسلبية مختلفة في البعد المعرفي والنفسي والسلوكي والاجتماعي والأخلاقي والصحي والبدني لدى المراهقين الذين يستخدمون شبكة الإنترنت (صافا، 2015).

5- دراسة "عبادة نور الهدى" 2016 حول (العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر)، هدفت الدراسة إلى معالجة إشكالية العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك من حيث الدوافع النفسية والاجتماعية والإعلامية الكامنة وراء إقبال الطلبة الجامعيين بجامعة الجزائر 3 على إقامتها عبر موقع الفيسبوك، وكذا الإشباع المحقق، استخدمت الدراسة المنهج المسحي، وأداة الاستبيان مطبقة على عينة طبقية قدرها 268 مفردة من طلبة جامعة الجزائر 3 بكلية علوم الإعلام والاتصال.

توصلت الدراسة إلى أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك، لأكثر من ثلاث سنوات ولمدة أكثر من ثلاث ساعات يوميا وبمعدل ثلاث مرات في اليوم ويباشرون هذا الاستخدام بشكل منتظم مساءً بين الساعتين السادسة والعاشر ليلاً، ويتناسب أغلبية الطلبة في مجموعات افتراضية مختلفة ويتواصل أغلبهم مع أصدقاء من العالم الحقيقي، مع مجموع لم يتعد الـ 100 صديق، ويستخدمون الفيسبوك بدافع نفسي تمثل في التخلص من الشعور بالوحدة عن طريق الدردشة من دون إخفاء هوياتهم الحقيقي، حيث حقق لهم الراحة النفسية، ومكّنهم من توسيع علاقاتهم الاجتماعية، وحقّق لهم التفاعل الاجتماعي الواسع خاصة مع محيطهم الخارجي، وبينت الدراسة أنّ العلاقات الأسرية للمبحوثين لم تتأثر، مع شعورهم في نفس الوقت بالانتماء إلى المحيط الافتراضي الذي نشطوا فيه لإحساسهم بحضورهم الهام على مستواه، لكن مع تفضيلهم للعلاقات الاجتماعية الحقيقية بنسبة (61%)، ويؤكد الطلبة أن العلاقات الاجتماعية في العالم الحقيقي شغلت النصيب الأكبر من تواصلهم على الفيسبوك، وهو ما يؤكّد ارتباطها بإشباع حاجة إعادة ربط العلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء القدامى. (عبادة، 2016)

6- دراسة "غمشي الزهرة" 2018 حول (رأس المال الاجتماعي الافتراضي: دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك الشباب بالجزائر)، هدفت الدراسة الكيفية إلى البحث في أطروحات نظرية رأس المال الاجتماعي الذي يسعى الأفراد إلى تكوينه عبر موقع الفيسبوك، وسعت إلى الوقوف على السياقات الواقعية والافتراضية لمفهوم رأس المال الاجتماعي، وكذا البحث في طبيعة العلاقة الجدلية مع الفيسبوك من خلال السعي للبحث في مفهوم رأس المال الاجتماعي وتوصيفه في المجتمعات الافتراضية، وما يحمله التواجد الافتراضي للمستخدمين من جهة وإنتاج رأس المال الاجتماعي الافتراضي من جهة أخرى، استخدمت الباحثة منهج الوصف التحليلي المتعدد المقاربات الذي يتركز على التكامل المنهجي، من خلال إجراء دراسة استطلاعية بمقابلات غير مقيّنة مع أعضاء من شبكات التواصل الاجتماعي، وقد لجأت الباحثة إلى المجموعات البؤرية وصياغة شبكة تحليل خاصة بالفيسبوك، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة بنمطين من المجتمعات: مجتمع شبكات التواصل الاجتماعي الممثلة في موقع الفيسبوك، ومجتمع مستخدمي الفيسبوك، وقد اعتمدت الباحثة على

العينة القصدية، فقد اختارت مجموعتين من الشباب مجموعة من (80 أفراد أقل من 20 سنة) من طلاب الثانوية، والمجموعة الثانية تضم (08 أكثر من 20 سنة) ضمت مستويات تعليمية مختلفة من الجنسين. توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك هو مصدر علائقي لرأس المال الاجتماعي، فهو منح مستخدميه فرصة لتكوين رأس المال الاجتماعي الافتراضي العابر للحدود، وكشفت أنّ من أبرز عوائق تكوين رأس المال الاجتماعي والعلاقات الافتراضية هو أزمة الثقة بسبب تعدد الهويات والمجهولية، وأوضحت أنّ أغلبية الأفراد يمارسون قيمهم في الفضاء الافتراضي كما يكونون عليه في الواقع، كما يعزز الفيسبوك جسور التواصل والروابط الاجتماعية التي تدعم تأسيس رأس المال الاجتماعي، كما أشارت الباحثة إلى أنّ الفيسبوك يتيح فرصة التعزيز الاجتماعي لمستخدميه من خلال مبدأ الوفرة الاجتماعية في الصفحات والمجموعات الفيسبوكية، كما أكدت النتائج أنّ غاية رأس المال الاجتماعي عبر صفحات الفيسبوك تحددها غاية الانضمام لشبكة الفيسبوك، وهو ما يدعم رغبة المستخدمين بالبقاء على اتصال مع أصدقائهم ومع أفراد عائلاتهم، وأشارت إلى أنّ تحقيق الذات يستمد من علاقات الاعتراف التي يحظى بها المستخدم في الفيسبوك (غمشي، 2018).

7- دراسة "وارم العيد" و"قرين العيد" 2020 بعنوان (العلاقات الاجتماعية السائدة بين طلبة الجامعة عبر الفيسبوك) هدف الدراسة إلى معرفة طبيعة العلاقات الاجتماعية لطلبة الجامعة الذين يستخدمون الفيسبوك، واعتمدت على المنهج الوصفي باعتبارها دراسة وصفية تحليلية، بتطبيق أداة الاستبيان على عينة تم سحبها بطريقة العينة العشوائية البسيطة، شملت (200) مفردة (ذكور وإناث) من طلبة الليسانس بجامعة محمد البشير الإبراهيمي بولاية برج بوعريش بالشرق الجزائري (وارم و قرين، 2020).

توصلت الدراسة إلى أنّ (63.40%) من الطلبة يرون أنّ طبيعة العلاقات السائدة بينهم عبر الفيسبوك هي علاقات معرفية وتعليمية وثقافية، حيث يناقشون الأمور الدراسية مع الأصدقاء ويتواصلون مع الأساتذة، كما أظهرت الدراسة أنّ (19.24%) كانت دوافعهم لبناء علاقات من أجل الصداقة والتعارف والتواصل، ليس فقط مع الأسرة ورفاق الحي والمدرسة بل يتعدى الحدود الوطنية إلى دول أخرى، وأظهرت أنّ أفراد العينة يفضلون العلاقات الفيسبوكية على العلاقات الواقعية، كما بينت النتائج أنّ طبيعة العلاقات السائدة بين الطلبة هي علاقات جنسية وتضييع الوقت والهروب من الواقع بنسبة (63.04%)، وأوضحت أنّ أغليبتهم يمضون وقتاً طويلاً في الدردشة لأوقات متأخرة في الليل، ويستخدمون الفيسبوك للتواصل مع الجنس الآخر بغرض الاستمتاع ومتابعة الفيديوهات والصور والرسائل الجنسية (وارم و قرين، 2020).

8- دراسة " مدي مُجد الفاتح " و"شريف جمال" 2021 حول (عادات وأنماط استخدام الأسرة الجزائرية لمنصات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من أسر ولاية المسيلة)، هدفت الدراسة إلى معرفة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل عليها أفراد الأسرة الجزائرية أثناء تصفحهم والكشف عن أهم تأثيراتها، وتسليط الضوء على أهم عادات وأنماط استخدامهم لها، كما رصدت علاقة المتغيرات الديمغرافية (الحالة الاجتماعية) لأفراد الأسرة بأنماط وعادات استخدامهم لمنصات التواصل، وهذا لفهم طبيعة التأثيرات السلبية المترتبة عن سوء الاستخدام لدى الآباء والأبناء ومحاوله إيجاد حلول ناجعة لمواجهة هذه التأثيرات على مستوى الأسرة الجزائرية المسيلة خاصة والمجتمع الجزائري عموما، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان على عينة قصديّة ضمّت عددا من أفراد الأسرة المسيلية بطريقة كرة الثلج قوامها (425) مفردة، موزعة على الإناث والذكور والمتزوجين والعزاب من مختلف الأعمار والمستويات التعليمية والمهنية.

توصّلت الدّراسة إلى أنّ موقع الفيسبوك يحتل مكانة كبيرة داخل الأسرة الجزائرية بكلّ فئاتها بنسبة (44.9%)، كما كشفت أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجين والعزاب في استخدامه، كما حلّ موقعا اليوتيوب والأنستغرام كأفضل منصّتين يستخدمهما أفراد العينة بعد موقع الفيسبوك، وكشفت الدراسة أنّ المتزوجين أكثر ميلا إلى استخدام الهاتف الذكي في التصفح بينما يميل العزاب إلى الهاتف الذكي إلى جانب اللّوح الإلكتروني كأفضل وسيلتين في الاستخدام، وأظهرت الدراسة أنّ أغلب أفراد العينة بنسبة (59.1%) يقضون بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ويفضل أغلبهم الفترة الليلية في التصفح لدى الفئتين بنسبة (46.6%)، كما أظهرت النتائج اختلافا في تفضيل وقت التصفح وفقا للمتغيرات الديمغرافية (السن، الجنس، المستوى...)، وكشفت أنّه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية كبيرة بين المتزوجين والعزاب فيما يتعلق بالمواضيع التي يعالجها المتصفحون لمواقع التواصل، وبيّنت الدّراسة أنّ أعلى نسبة للفئتين العزاب والمتزوجون تتمحور حول نشر المواضيع والصور والتفاعل مع منشورات الأصدقاء (حمدي و شريف، 2021).

ثانيا: الدراسات العربية:

1- أجرى "ساري حلمي خضر" 2006 دراسة بعنوان: (سلوك الأفراد) (التحادث) عبر الإنترنت دراسة في الأبعاد النفسية والاجتماعية من منظور التفاعلية الرمزية)، هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة سلوك الأفراد في الموقف الاتصالي داخل غرف المحادثة في الإنترنت، ودور العواطف في إدارة هذا السلوك والتحكم به، وعلاقة ذلك بمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، طبقت الدراسة على عينة تتألف من (694) شابا وشابة من

مرتادي 83 مقهى من مقاهي الإنترنت المنتشرة بمدينة عمان بالأردن، وتم توزيع الاستبيان الذي تألف من 16 سؤالاً لقياس الأبعاد الاجتماعية والنفسية لسلوكهم داخل غرف الدردشة. وتوصلت الدراسة إلى وجود اختلاف بين استجابات الأفراد للأسئلة المتعلقة بالبعد الاجتماعي لهذا السلوك داخل هذه الغرف باختلاف جنسهم أثناء اتصالهم مع الآخرين عبر الإنترنت ما عدا في حالة بروز الطاقات الكامنة لدى الجنسين في غرف المحادثة، وفي حالة وجود معايير وضوابط سلوكية في غرف المحادثة توجه سلوكهم فيها، وكشفت الدراسة عن وجود اختلاف لدى أفراد العينة في استجاباتهم للأسئلة المتعلقة بالبعد النفسي للسلوك داخل هذه الغرف، وباختلاف نوعهم الاجتماعي، ومستوياتهم التعليمية، ما عدا في حالة تكرار كلا الجنسين لعب الأدوار الناجحة مع الآخرين، وبيّنت الدراسة دور العواطف في إدارة السلوك داخل غرف المحادثة، حيث تباينت قوته وتأثيره تبعاً لتباين المستويات التعليمية والنوع الاجتماعي، ما عدا في حالتي الاعتداد بالنفس والشعور بالذنب (ساري، 2006؛ ساري، 2006).

2- دراسة "عبد الفتاح علياء سامي" 2009 بعنوان (الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي)، سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الاتصال الحديثة (الإنترنت) في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي، من خلال معرفة استخداماته للإنترنت والإشباع الاجتماعي المحققة منها في ضوء المتغيرات الوسيطة والديمغرافية، كما هدفت إلى معرفة شكل العلاقات الاجتماعية التي أحدثتها استخدام الإنترنت بين الشباب الجامعي وأفراد البيئة المحيطة به المتمثلة في البيئة الداخلية (أفراد الأسرة المقيمين في نفس المنزل)، والبيئة الخارجية (الشباب الجامعي خارج نطاق المنزل)، مقارنة مع شكل العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجامعي المستخدم لوسائل الاتصال التقليدية وأفراد البيئة المحيطة بهم، كما سعت الدراسة إلى المقارنة بين الإنترنت كوسيط اتصالي وبين الاتصال الشخصي لمعرفة الفروقات بين النمطين وأي علاقة تربط بينهما، استخدمت الباحثة المنهج المقارن لإجراء دراسة مقارنة بين مالكي الكمبيوتر منزلي ووصلة إنترنت، وغير المالكين لهذه التقنية ويستخدمون وسائل الاتصال التقليدية المتمثلة في الصحف والراديو والتلفزيون، وهذا لمعرفة مدى تأثير استخدامهم للإنترنت من قبل ومدى استمراريتهم في استخدامها على شكل علاقاتهم الاجتماعية بأفراد البيئة المحيطة بهم، وأجرت الباحثة دراستها على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري وشمل مجتمع البحث أربع جامعات هي: الجامعات الأجنبية وضمت الجامعة الأمريكية وجامعة القاهرة، وجامعة الأزهر، وجامعة 6 أكتوبر.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة أبرزها أنّ معظم المبحوثين يستخدمون الإنترنت بشكل يومي بمعدل ساعة إلى أربع ساعات، وجاء في أعلى مرتبة الدوافع الحصول على معلومات والتواصل مع آخرين في المرتبة الثانية، ودافع التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ، وكذا دوافع التواصل مع الأفراد الذين تمنعهم ظروف المبحوثين عن رؤيتهم، وكشفت الدراسة عن جملة من الإشباعات جاء في مقدمتها الإشباع الخاص يجعل المبحوث إنسانا اجتماعيا أكثر، وسهولة وجود شخص يتحدث معه المبحوث في أي وقت، وكذا إشباع استرجاع العلاقات السابقة، وأيضا إشباعا جعل المبحوث قادرا على التواصل مع الآخرين عندما يتحدث إليهم وجها لوجه، كما أوضحت أنّ المبحوثون يفضلون الاتصال الشخصي وجها لوجه، وأيضا أظهرت نسبة تفضيلها للاتصال عبر الهاتف كوسائل تواصل بين المبحوثين وأفراد أسرهم وأصدقائهم وأشخاص تربطهم بهم علاقات عاطفية وزملاء الدراسة والمعارف (عبد الفتاح، 2009).

3- دراسة "حلاوة" مُحمَّد السيد" و"عبد العاطي رجاء علي" 2011 حول: (العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفيسبوك)، هدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية الناتجة عن استخدام عينة من الشباب لبرنامج دردشة الإنترنت ومدى تأثير ذلك على علاقاتهم الاجتماعية داخل وخارج الأسرة، كما سعت إلى معرفة طبيعة استخدام أفراد العينة لبرنامج دردشة الإنترنت ومدى متابعة الأسرة لهم من خلال الوقت المفضل للشات مكان الاستخدام، وأسباب الاستخدام وكذلك معرفة الأسرة بمن يتحدث معهم المبحوث عبر الشات، ومدى متابعة الوالدين للمبحوث أثناء استخدامه للشات، وسعت أيضا إلى معرفة مدى تأثير استخدام الشات على تصرف المبحوث في المنزل وفق عدّة متغيرات، شملت الدراسة عينات من طلاب الجامعات وعينة من مرتادي مقاهي الإنترنت بجمهورية مصر العربية.

توصلت الدراسة إلى أنّ أغلبية الطلاب يستخدمون الشات بصفة دائمة، ولا تعرف أسرهم مع من يتحدثون عبر الشات، وكشفت النتائج أنّ حوالي ثلاثة أرباع العينة لم يلاقوا متابعة من قبل أفراد العينة من قبل أفراد أحد الوالدين أثناء حديثهم على الشات، كما أظهرت أنّ أغلبية أفراد العينة يستخدمون الشات من منازلهم أو من منازل أحد أصدقاءهم ويكون باب الغرفة مغلقا دائما، وأن أفراد العينة يستخدمون الشات بدوافع التسلية والترفيه ومحادثة الأصدقاء والأقارب خارج مصر، وكذلك البحث عن شريك الحياة والبحث عن أصدقاء جدد والتنفيس عن المشاكل الأسرية ولزيادة الخبرة والمعلومات والتعرّف على جنسيات وعادات وتقاليد جديدة، وأوضحت النتائج أنّ أغلبية طلاب الجامعة تكون الأولوية لديهم في التحدث عبر الشات إلى الأصدقاء القدامى، وأصدقاء الشات من مصر، والأقارب داخل وخارج مصر، وكذا أصدقاء الشات من دول عربية وأجنبية، كما أظهرت النتائج أنّ

الأغلبية من طلاب الجامعة يستخدمون الشات بأسماء حقيقية أحيانا وأسماء مستعارة أحيانا أخرى، وأن أغلبهم يجدون اهتمامات من أصدقاء الشات حول مشاكلهم المختلفة (حلاوة و عبد العاطي، 2011).

4- دراسة "الشهري حنان بنت شعشوع" 2012 بعنوان (أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية الفيسبوك وتويتر على العلاقات الاجتماعية)، هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب ودوافع اشتراك الطالبات الجامعيات في موقعي الفيسبوك والتويتر، وسعت إلى التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية التي ينشئها عبر الموقعين وعلاقتها بمتغيرات العمر والسنة الدراسية وعدد ساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام، كما هدفت إلى الكشف عن أبرز التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تنجم عن استخدام الطالبات للموقعين، اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان، لجمع البيانات من عينة قصدية شملت (150) طالبة من جامعة الملك عبد العزيز.

توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج التي أظهرت أن أبرز دوافع الاستخدام هي سهولة التعبير عن آراء الطالبات الجامعيات واتجاهاتهن الفكرية، وتعزيز الصداقات مع الأشخاص والأقارب البعيدين مكانيا، وأشارت إلى أن هناك مجموعة من الآثار الإيجابية والسلبية كان أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، وقلة التفاعل، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات، وأشارت أيضا إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات، وأكدت الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات (الشهري ح.، 1434هـ/2012).

5- دراسة "الضبع ماهر" 2017 حول (العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي: دراسة في الخصائص والمحددات)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي يقيمها الشباب في المجتمع السعودي باستخدام وسائل الاتصال الحديثة، كما سعت إلى التعرف على أهم المحددات المسؤولة عن تشكل العلاقات الافتراضية وأهم خصائص الفاعلين فيها، ودور المتغيرات الوسيطة (النوع) في تشكّل قضايا العلاقات الافتراضية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 340 مفردة، من الطلاب والطالبات المنتسبين لجامعة تبوك بالمملكة العربية السعودية ضمن كلية التربية والآداب.

توصلت الدراسة إلى أنّ أفراد العينة يتواصلون مع الأهل والأقارب بنسبة كبيرة ضمن علاقاتهم الافتراضية، كما كشفت أنّ الأغلبية من أفراد العينة تتواصل فقط مع الإناث عبر شبكة الإنترنت، كما أوضحت الدراسة أن أبرز دوافع الشباب في إقامة علاقات افتراضية عبر الإنترنت تتمثل في قضاء أوقات الفراغ والسعي لأجل تكوين علاقات جديدة، وصلة الرحم، كما بينت أن استخدام الشباب لتكنولوجيا التواصل الاجتماعي يحقق لهم إشباعات كثيرة تتعلق بالأمور الحياتية، وأكدت الدراسة أنّ الأغلبية من الشباب تؤكّد على أن علاقاتهم الافتراضية تخضع لمعايير وتقاليد ورقابة المجتمع. (الضبيع، 2017/1436).

6- دراسة "الناصر منال" 2019 بعنوان (تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض، كما سعت إلى معرفة دوافع الطلبة في استخدام مواقع التواصل، ومدى واقعية الحضور الفعلي لنمط الاستخدامات، كما سعت إلى إبراز أهم الفروق في استخدام الشبكات الاجتماعية عند متغير الجنس والحالة الاجتماعية ونوع الكلية والمستوى الدراسي في متغير الجنس والحالة الاجتماعية ونوع الكلية والمستوى الدراسي من وجهة نظر الطلبة، اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي المسحي وأداة الاستبيان، وطبقت الدراسة على عيّنة طبقية عشوائية بلغت 315 طالبا وطالبة من الجامعة السعودية الإلكترونية.

توصلت الدراسة إلى أنّ أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداما من قبل الطلبة بالترتيب واتساق وأنستغرام وتويتر وفيسبوك، كما أشارت إلى أنّ أغلب الطلبة الجامعيين يستغرقون خمس ساعات فأكثر في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وبشكل خاص في الفترة المسائية، وهي أكثر الفترات تفضيلا في تواصل الطلبة، كما أظهرت النتائج أنّ استخدام المواقع الاجتماعية هو معيق لعمل الطلبة، وبينت النتائج وجود تباين في مدى تأييد العائلة (الأب والأم والإخوة) في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأظهرت الدراسة أن من أبرز دوافع الطلبة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي جاء بدرجة كبيرة، كما بينت النتائج أن وسائل التواصل ذات أثر كبير على الحياة الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الإلكترونية (الناصر، 2019).

7- دراسة "السالم فاطمة" 2019 بعنوان (الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت)، سعت هذه الدراسة إلى مناقشة أهم الآثار التي تنجم عن استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على السمات الشخصية للأفراد، وكذا بغرض الكشف عن آثارها والتأثيرات النفسية والاجتماعية، ورصد مدى الارتباط ودوافع استخدام مواقع التواصل، بالإضافة إلى

التعرف على طريقة استخدامها، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي وأداة استبيان على عينة قوامها (583) من الشباب (236 ذكور، و346 إناث).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أنّ موقع الأنستغرام هو أكثر استخداماً لدى الشباب الكويتي، كما أوضحت النتائج أنّ الأغلبية يقضون أكثر من 6 ساعات، كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بعلاقة معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والرضا العام عن الحياة، وأشارت إلى أن أبرز الدوافع الطقوسية للطلبة تتمثل في تضيئة الوقت وحرية التعبير واكتساب صداقات جديدة، كما أكدت على وجود نسبة عالية من مستوى الرضا عن النفس ومستوى الرضا عن الحياة الاجتماعية بسبب استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي، وبيّنت نتائج الدراسة أنّ معدل الاستخدام يؤثر على درجة الارتباط بالمواقع الاجتماعية، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإناث والذكور في معدل الارتباط بمواقع التواصل (السالم، 2019).

8- دراسة "قطب أفنان" 2020 حول (دوافع استخدام الأسماء المستعارة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي)،

هدفت هذه الدراسة إلى وصف ورصد حجم استخدام الأسماء المستعارة وكذا تعدّد الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، كما سعت إلى التعرف على الأسباب الحقيقية لتوجه الطلبة إلى استخدام أسماء مستعارة بدلا من أسماء حقيقية للتعبير عن هوية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما هدفت الدراسة إلى التعرض لأبرز دوافع استخدام الطلبة للأسماء المستعارة في البيئة الرقمية، استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان، حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة من المجتمع السعودي.

توصلت الدراسة إلى أنّ الشباب السعودي يوظّف الأسماء المستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي بدوافع مختلفة منها إخفاء الهوية، والتخلص من الضغوط الاجتماعية، وأيضاً نتيجة الخوف من عواقب التعبير عن الرّأي، وكذلك لتجيب التحرش والمضايقات الإلكترونية، وأنها وسيلة للاحتيال الإلكتروني، كما كشفت الدراسة أن هناك تأثيراً للجمهور المتابع للمحبوثين في اتخاذ قرارات استخدام الاسم الحقيقي من الاسم المستعار في مواقع التواصل الاجتماعي، كما بينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المحبوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن آرائهم الشخصية (أفنان قطب، 2020).

الدراسات الأجنبية:

1- أجرى كل من "إليسون وبويد" (Ellison & Boyd, 2007) دراسة حول (تأثير استخدام

فيسبوك على أداء الطلاب الأكاديمي: دور التنظيم الذاتي والثقة)، وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن

العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل رأس المال الاجتماعي وكيفية الحفاظ عليه وارتباطه بالرضا النفسي، كما سعت إلى فهم أعمق حول كيفية أو طريقة استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي مثل: (Facebook و MySpace و LinkedIn... وغيرها)، ومدى تأثير ذلك على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي، أجرى الباحثان تحليلاً لبيانات تم جمعها من مسح استقصائي مباشر عبر الإنترنت، على عينة مكونة من 286 مفردة من طلبة جامعة ميتشغان بالولايات المتحدة الأمريكية، وهذا لوضع تفسيرات لسلوكيات وعادات مستخدمي مواقع الاجتماعي، ولأجل الكشف عن تأثير هذه المواقع على علاقتهم الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى تعزيز الاتصال الاجتماعي، ويمكن أن يسهم في تشكيل علاقات افتراضية جديدة بالإضافة إلى تعزيز العلاقات القائمة، مثل العلاقات الشخصية والمهنية، وأشارت الدراسة إلى تأثيرت عميقة على حياة الأفراد، كما كشفت عن جملة من التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طبيعة العلاقات الاجتماعية، وأوضحت أن استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك يزيد من توسع رأس المال الاجتماعي لديهم، وأشارت إلى وجود ارتباط إيجابي مع التوافق والرضا النفسي، كما أكدت الدراسة أنّ للفيسبوك فوائد كثيرة للمستخدمين الذين يشعرون بتدني مفهوم الذات أو انخفاض الرضا عن الحياة. (Boyd & Ellison, 2007)

2- أجرت "تيركل شيري" (Turkle Sherry; 2008) دراستها بعنوان (دائماً متصل/دائماً بك: الذات المرتبطة) التي سلّطت الضوء من خلالها على مفهوم تأثير "الذات المربوطة" ومدى تأثير الوسائل التكنولوجية المحمولة على الهوية الشخصية وانعكاسها على مستوى العلاقات الاجتماعية، حيث سعت الباحثة إلى تبيان مدى تأثيرات التكنولوجيا على العلاقات الاجتماعية من خلال حجم الوقت والزمن الذي يتم فيه التواصل الافتراضي على حساب الزمن والتواصل الحقيقي.

وأبرزت الدراسة العديد من المشكلات النفسية والعاطفية التي تأتي نتيجة الاستخدام المفرط للتكنولوجيا المحمولة، كما شددت على أهمية إيجاد مساحة متوازنة بين الاستفادة من التكنولوجيا المحمولة وبين ضرورة المحافظة على الصحة النفسية ومستوى العلاقات الاجتماعية السليمة، كما كشفت الدراسة أن الاستجابة للتكنولوجيا يؤدي إلى تقليص زمن التفاعل الشخصي الحقيقي ويؤثر على طبيعة التواصل وجها لوجه، وأشارت "تيركل" في دراستها أن الاتصال الرقمي أصبح بديلاً عن الاتصال الشخصي المباشر، وهو في تزايد مستمر، ما قد يشتت الانتباه ويقلّل من جودة العلاقات الاجتماعية، العائلية والصدقات (Turkle, 2008).

3- أجرت "سبراغين أماندا" (Spraggins Amanda, 2009) دراسة حول (الاستخدام المشكّل لوسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت لدى طلاب الجامعات: انتشاره، وعوامل التنبؤ به، والارتباط بالرفاهية والصحة النفسية)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين إمكانية تطوير إشكالية مواقع التواصل الاجتماعي ومدى التحقيق في بعض العوامل التنبئية لاستخدام الإشكاليات أو ما يعرف بالاستخدام المشكّل، مثل القلق الاجتماعي وعدم الانتماء إلى شبكة اجتماعية غير متواجدة حالياً، طبق الباحث منهج الوصف المسحي باستخدام أداة الاستبيان المكوّن من عدّة مقاييس: (مقياس تقييم دعم العلاقات الشخصية، ومقياس استخدام إشكالية الإنترنت المعمّمة ومقياس الاكتئاب والتجنّب الاجتماعي وأيضاً مقياس الاكتئاب بمركز الدراسات الوبائية ومقياس جامعة كاليفورنيا للوحدة النسخة الثالثة، ومقياس تقدير الذات -روزنبرغ- واستبانة "أكسفورد" للسعادة، ومقياس الرضا في الحياة)، طبقت الدراسة على 367 طالباً وطالبة من جامعة "فلوريدا" بالولايات المتحدة الأمريكية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود إشكالية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، كما أظهرت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية إيجابية بين القلق الاجتماعي وإشكالية الاستخدام لدى الطلبة، كما أشارت إلى أنّ للوحدة دور وسطي في العلاقة بين القلق الاجتماعي والاستخدام المشكّل، وبيّنت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإشكاليات والصحة النفسية، وأنّ هناك ارتباطاً بين زيادة أعراض استخدام المشكّل وانخفاض تقدير الذات، السعادة الرضا والارتياح في الحياة، وزيادة الاكتئاب والشعور بالوحدة (Spraggins, 2009)

4- أجرى "سانغاري" و"لايمايم" و"رويس" (Sangari & Limayem & Rouis, 2011) دراسة حول (تأثير استخدام فيسبوك على أداء الطلاب الأكاديمي: دور التنظيم الذاتي والثقة) والتي هدفت إلى معرفة تأثيرات استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت بجامعة "لوي" التكنولوجية بدولة السويد (lule)، وسعت الدراسة إلى الكشف عن تأثيرات استخدام الإنترنت على الصفات الشخصية وتنظيم النفس والثقة وإنجازات الطلبة العملية، واستهدفت عيّنة مكوّنة من 239 طالباً وطالبة من جامعة لوي السويدية، قام الباحثان بتصميم مقياس لاختبار غرض قياس تأثير الإنترنت استناداً على نظرية التدفق الذي يتضمن آثاراً سلبية نتيجة استخدام طلاب الجامعة للفيسبوك، حيث وظّف الباحثان في الدراسة نموذج (PLS) الذكي، وهذا من أجل اختبار نموذج المعادلة الهيكلية الذي تم اقتراحه.

وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الفيسبوك بشكل متزايد يؤثر بصورة سلبية على الأداء الأكاديمي السيء، بينما الطلبة الذين يتصرفون بشكل منتظم حيال أنفسهم ينتج عنه أداء أكاديمي أفضل، وأشارت النتائج أنّ كل من ضبط النفس وميزات الشخصية يرتبطان بحجم الوقت الذي يقضيه الأشخاص في استخدام الفيسبوك، كما بينت الدراسة أيضا أن مستويات الرضا لدى الطلاب عن الحياة تناقصت بشكل ملحوظ وهذا راجع إلى الاستخدام الكثيف للفيسبوك، كما أوضحت الدراسة أنّ الفيسبوك ليس له دور مهم على الأداء الأكاديمي للطلاب (Sangari, Limayem, & Rouis, 2011).

5- أجرى كل من "سوليفان وبراديس" (Sullivan & Paradise, 2012) دراسة بعنوان (تهديدات (غير) مرئية؟ التأثير الشخصي الثالث في تصورات تأثير فيسبوك)، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن الآثار السلبية لاستخدام الفيسبوك من قبل الشباب، حيث ركّز الباحثان من خلالها على محاولة فهم تقدير الشباب للتأثيرات عليهم وعلى غيرهم، طبقت الدراسة على 357 من طلبة شمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال إجراء مقابلات ضمت عددا من الأسئلة تتعلق بالآثار السلبية لاستخدام الشباب للفيسبوك.

أظهرت نتائج الدراسة أنّ (64%) من مستخدمي الفيسبوك المشاركين في المقابلة يستخدمون الموقع 07 أيام في الأسبوع، وقد بلغ متوسط عدد مرات الدخول إلى الفيسبوك (2.76) مرة يوميا، ويمكث المبحوثون فيه مدة (35.06) دقيقة يوميا، وأشارت الدراسة أنّ المستجوبين يملكون عدد الأصدقاء بمتوسط حسابي (37.44) صديقا على حسابهم، كما كشفت أنّ (84%) من أصدقاء الفيسبوك لديهم معرفة مسبقة في الحياة الواقعية، وبينت أنّ (27.05%) يتلقون طلبات صداقة من أشخاص غرباء، وأظهرت النتائج أنّ المشاركين في الاستجواب أكدوا وجود إدمان على الفيسبوك جعلهم يعزلون اجتماعيا، وأنّ استخدام الفيسبوك باعتدال يمكن أن يساهم بشكل جيد في التوافق النفسي والاجتماعي (Sullivan & Paradise, 2012).

6- أجرى كل من "هويان" و "إليف" و "ليروزا" (Huyuan & Elif & Ierosa, 2014) بعنوان (كيف تعزز شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت رضا الحياة؟ العلاقات بين التفاعل الداعم عبر الإنترنت، والمشاعر، والدعم الاجتماعي المدرك، والشعور بالمتجمع، ورضا الحياة) هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير العلاقات الاجتماعية الداعمة في مواقع التواصل الاجتماعي تبعا لعدد الأصدقاء والمتابعين وعلاقة ذلك بالرضا عن الحياة وكذلك الشعور بالدعم الاجتماعي والاندماج المجتمعي، اعتمدت الدراسة على 339 فردا بالغا من متابعي مواقع التواصل الاجتماعي.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين التواصل الداعم مع عدد الأصدقاء والمتابعين عبر شبكات التواصل الاجتماعي والشعور الإيجابي والرضا، وأشارت إلى أنّ العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات مباشرة على مشاعر الأفراد وهذا بعد الاستخدام والتواصل خلال خمسة أيام، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين عدد الأصدقاء والتواصل والدعم وبين الشعور بالرضا عن الحياة وكذا الشعور بالاندماج على مواقع التواصل الاجتماعي، كما كشفت الدراسة عن علاقة طردية بين عدد الأصدقاء والشعور بالرضا، أي أنّه كلما زاد عدد الأصدقاء زاد الشعور بالرضا عن الحياة والشعور بالاندماج المجتمعي، بالإضافة إلى أنّه كلما زاد تواصل الفرد بشكل إيجابي ومع جماعات داعمة كلما زاد الشعور بالرضا عن الحياة (Ozkaya, Hyun Jung, & LaRose, 2014)

7- أجرى فريق من الباحثين يضمّ كلّ من "دافيد ويلدر" و"أندرو كيم" و"نيكولاس سيويك" و"شيا مونغ هو" (David Wilder, Andrew Kim, Nicholas Siwek, Xiaomeng Hu, 2017) دراسة حول (تناقضات الفيسبوك: تأثير استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية للأفراد والرفاهية النفسية)، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مجموعة التأثيرات النافعة والضارة لاستخدام الفيسبوك على الرفاهية لدى الأفراد، وحاولت الدراسة التوفيق بين النتائج المتضاربة وغير المتسقة من خلال فحص التأثيرات المحددة لاستخدام الفيسبوك على رضا المستخدمين في العلاقات الاجتماعية الافتراضية والواقعية والرفاهية النفسية، واستخدمت الدراسة نموذج المعادلات الهيكلية بفحص الارتباط بين كثافة استخدام الفيسبوك ورضا الباحثين عن علاقاتهم الاجتماعية في الفيسبوك والعلاقات الواقعية، والدعم الاجتماعي المدرك، والقلق من التفاعل الاجتماعي والرفاهية النفسية، فمن خلال الدراسة تمّ تقييم تأثير الفروقات الشخصية على هذه الروابط، من خلال عينة شملت 342 طالبا جامعيًا في الولايات المتحدة الأمريكية.

أظهرت نتائج الدراسة أنّ الاستخدام المكثّف للفيسبوك يرتبط إيجابيا بالرفاهية النفسية للمستخدمين من خلال رضاهم عن العلاقات الاجتماعية الفيسبوكية ولكنه مرتبط في نفس الوقت سلبيا برفاهيتهم من خلال رضاهم عن العلاقات الاجتماعية الواقعية، كما بيّنت التحليلات المتعدّدة للدراسة أنّ العلاقة بين الدعم الاجتماعي المدرك والرفاهية النفسية كانت أقوى لدى الأفراد المنعزلين والانطوائيين مقارنة بالانبساطيين، وأشارت النتائج إلى أنّ التأثيرات الإيجابية أو السلبية لاستخدام الفيسبوك يمكن أن تكون حسب سياق الاستخدام (Kim, Siwek, & Wilder, 2017)

التعليق على الدراسات السابقة: من خلال استعراض بعض الدراسات السابقة التي وجده الباحث أنها تتقاطع مع موضوعه، وبالتالي يمكن رصد بعض النقاط المهمة التي استفاد منها الباحث في تفحصه للدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع دراسته سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، ويمكن تلخيص أهم العناصر فيما يلي:

1- لوحظ أنّ أغلب هذه الدراسات لها صلة مباشرة بالموضوع، لكنها ليست مشاهجة لها في الجوهر.
2- أغلب هذه الدراسات هي ميدانية إلا دراسات قليلة منها استخدمت المنهج التحليلي، من خلال توظيف أداة المقابلة مع المبحوثين.

3- أغلب الدراسات الميدانية تناولت مسحا لعينة من الشباب الجامعي وهو ما يخدم موضوعنا بشكل ممتاز.
4- أن أغلب الدراسات اشتركت في الهدف الذي قامت من أجله وهو البحث عن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام والإشباع المحققة، موظفة نظرية الاستخدامات والإشباع منطلقا لدراساتها.

5- أنّ هذه الدراسات حاولت إظهار الفروق بين النوع والسن والتخصص في استخدامات وإشباع مواقع التواصل الاجتماعي.
6- رصدت أغلب الدراسات المذكورة العلاقة الطردية بين نقص التفاعل على مستوى العلاقات الاجتماعية

الواقعية وزيادته في المجتمع الافتراضي، ومحاولة تفسيره على أساس الحاجات والإشباع المحققة.
7- سعت أغلب الدراسات السابقة إلى قياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية والمعرفية والسلوكية لاستخدام

الفيسبوك، وتأثير ذلك على علاقاتهم الاجتماعية.
8- كان هدف الدراسات هو محاولة فهم التداخل بين المجتمعين (الواقعي والافتراضي) من خلال معرفة مدى

حاجة الأفراد إلى مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم، ووعيمهم بحجم تأثيراتها في وقت وطبيعة ونوع الاستخدام.
9- رغم اختلاف الدراسات في حجم العينة وهذا أمر منطقي راجع إلى طبيعة ونوع المجتمع المدروس إلا أنّ

أغلبها كان مركزا على فئة الطلبة الجامعيين، وهو ما نجده إيجابيا اتجاه دراستنا التي تتطرق إلى نفس العينة مع اختلاف التخصص العلمي.
10- اختلفت الدراسات السابقة في نوع المجتمع المدروس وكذا نوع العينة، حيث نجد في الدراسات المحلية أنها

كل دراسة طبقت على مجتمع محلي معين (الجزائر العاصمة، قسنطينة، وهران، برج بوعرييج، باتنة) وهذا ما يوحي بشمولية الدراسة وتطبيق أحد متغيراتها أو كله على مجتمع بحثي، أي أن موضوع العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجد اهتماما معتبرا في الأبحاث العلمية مؤخرا سواء فيما يتعلق بأطروحات الدكتوراه أو رسائل

الماجستير أو حتى الأبحاث والدراسات الميدانية الجادة التي نشرت في مجلات علمية، وكانت إضافة هامة إلى التراث النظري العلمي.

11- أغلب الدراسات اتفقت على توظيف المنهج الوصفي كمنهج أساسي في دراستهم، رغم استخدام فروع هذا المنهج في بعض الدراسات مثل منهج الوصف التحليلي، ومنهج المسح الوصفي، وبعض الدراسات العربية استخدمت منهج الوصفي المقارن مثل دراسة (علياء سامي، 2008).

12- لاحظ الباحث أنه في أغلب الدراسات المذكورة تم استخدام أداة الاستبيان كأداة أساسية في البحث، كما رصد الباحث إعداد بعض الدراسات لأداة الاستبيان وبناء المقاييس هو من جهد الباحث نظرا لخصوصية الموضوع المدروس لأجل تكييف الأسئلة مع هدف الدراسة.

13- كما لاحظ الباحث أنّ الدراسات السابقة تميزت بطرح أكثر جرأة ومفصّل وموسّع، من زوايا متشعبة، شملت التأثيرات المختلفة لاستخدام الفيسبوك على الطلبة.

14- من حيث النتائج أظهرت الدراسات السابقة تزايد اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك، وتعدد دوافع استخدامهم له وأيضا تحقق أغلب الإشاعات منه، كالترفيه والتسلية والبحث عن علاقات اجتماعية بديلة عن الواقعية، وأيضا رصدت أغلب الدراسات توظيف الفيسبوك في البحث العلمي والمعرفة، كما لاحظ الباحث اتفاق أغلب الدراسات على وجود تأثيرات نفسية واجتماعية، سواء إيجابية أو سلبية، كما وجد الباحث أن تفاعل الطلبة مع المجتمع الافتراضي أكبر من تفاعلهم مع مجتمعهم الواقعي، كما أكدت جميع الدراسات سعي المبحوثين إلى بناء علاقات اجتماعية تتمثل في الصداقة والتواصل مع البعيدين وكذا سعيهم لتكوين رأس مال اجتماعي افتراضي لإثبات الذات.

مجال الاستفادة من الدراسات السابقة: تظهر قيمة الدراسات السابقة في أي بحث علمي أو دراسة جادة في أنها تقدّم للباحث طريقا ممهّدا لموضوعه أو بحثه الذي يعتزم دراسته حول ظاهرة ما، سواء كانت هذه الظاهرة اجتماعية أو اتصالية تحدث في المجتمع المحلي أو العربي أو على المستوى العالمي، إلا أنّ الباحث بمهاراته وتقنياته المنهجية وأساليبه العلمية يمكن له أن يستخلص منها ما قد يجده صعبا في طريق بحثه العلمي تجاه الظاهرة المدروسة، وعليه فإنّ مجال الاستفادة الباحث من الدراسات السابقة يمكن تلخيصه في النقاط التالية:

1- رؤية واضحة بخصوص طرح الأسئلة الخاصة بدراسته، وكيفية صياغة الفرضيات.

2- بلورة أفكار حول كيفية تحديد أهداف الدراسة بدقة.

- 3- تمكن الباحث من فحص المجتمعات المدروسة والعينة المختارة في الدراسات السابقة، وبناءً عليه اتخذ قراره في اختيار مجتمع البحث تكملة لباقي الدراسات المحليّة التي عالجت الظاهرة في مجتمعات بحثية خاصة بها، كما كانت رغبة الباحث في معالجة الظاهرة في مجتمعه المحلي الأولى بالدراسة، مستفيداً من عمل الأبحاث السابقة.
- 4- اختار الباحث عينة ذات تخصص تقني وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة، فقد لاحظ أنّ أغلبها يركز على التخصصات الاجتماعية والإنسانية، أو أنّها تركز على مستوى معين مثل الليسانس أو الماجستير مثلاً.
- 5- استفاد الباحث من طريقة اختيار الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل نتائج دراسته، وكيفية تطبيقها.
- 6- تمكن الباحث من الإطلاع على كيفية بناء أداة الاستبيان وصياغة مختلف الأسئلة، وكذا تصنيف المحاور.
- 7- استفاد الباحث من طريقة بناء المقاييس خاصة فيما يتعلق بالمحور الرابع الذي يتضمّن ثلاثة أبعاد، وقد قام بإعداد مقاييس تكيّف مع طبيعة دراسته، وتماشى مع أسئلة الدراسة وفرضياتها وتحقق أهدافها.

الفصل الميداني

للدراسة

تمهيد:

إنّ ما شهدته استخدامات موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في العقود الأخيرة من تطوّرات هائلة في طرق ووسائل الاتصال والتواصل، جعلت منه وسيلة هامة في إحداث تغييرات جوهرية على مستوى العلاقات الاجتماعية والتفاعلات الافتراضية، حيث يستخدمه الطلبة لتعزيز تواصلهم واحتكاكهم الاجتماعي وبناء الهويّات الاجتماعية وتبادل المعلومات والخبرات وغيرها، لذلك أصبح الفيسبوك منصّة رئيسيّة اتخذت أهمّيّتها من عمق التفاعل الاجتماعي وتحقيق التواصل بين المستخدمين، وحجم الإشباع التي تلبّيها لهم، ويأتي هذا الفصل الميداني لتحليل وتفسير البيانات التي تحصّلنا عليها من خلال الاستبيان الذي تمّ توزيعه على طلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان، واستند هذا الفصل إلى نظرية الاستخدامات والإشباع بشكل رئيسي وكذلك تمّ توظيف مقاربات نظرية أخرى كنظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الفروق الفردية ونظرية المعرفة وغيرها من النظريات النفسية والاجتماعية لتفسير وتحليل النتائج.

كما نسعى من خلال توظيف بعض الأساليب الإحصائية إلى فهم أعمق لطرق استخدام الطلبة للفيسبوك والكشف عن كيفية تحقيق إشباعهم، وتأثير كلّ ذلك على جودة العلاقات الشخصية والأسرية والتفاعلات الاجتماعية، والتماسك والترابط الاجتماعي، فنحن نحاول من خلال ذلك تقديم فهم عميق لديناميكيات التواصل الافتراضي في الفيسبوك، لتقديم رؤى علمية وعملية عن تأثيرات العادات والأنماط المتكرّرة على الحياة الاجتماعية اليومية لدى طلبة كلية العلوم التكنولوجية، وتقييم الإيجابيات والسلبيات المرتبطة باستخدامات هذه المنصّة الاجتماعية في السياقات الاجتماعية المعاصرة.

المبحث الأول

عادات وأنماط

استخدام الفيسبوك

تعتبر العادات والأنماط محورا جوهريا وهاما في دراسة أداء مستخدمي الوسائل التكنولوجية وتطبيقاتها الاجتماعية، وهي تعكس السلوكيات التي يتبعها المستخدمون بشكل روتيني متكرر، وتكون استجابة الأفراد اتجاه الأنشطة الرقمية بالإيجاب أو بالسلب تبعا لطبيعة التفاعل، وتعتبر العادات والأنماط في دراستنا عملية أساسية للتعرف على الهوية الشخصية للأفراد الذين يستخدمون الفيسبوك، وكيف يؤثر هذا الاستخدام بشكل ملفت على أنماط عاداتهم الاجتماعية وجودة حياتهم وأدائهم الاجتماعي في الواقع، فالعادات والأنماط هي نتاج لعملية دينامية للاستخدام الذي يتكرر، فتصبح جزءا من سلوكياتهم، وتدخل ضمن قائمة النشاطات اليومية للأشخاص، فتأخذ درجة من الأهمية يحددها السلوك التواصلي ونمط التفاعل الافتراضي فيما بعد.

بدأت دراسات سوسيولوجيا الاستخدام مع "بييربورديو" (Pierre Bourdieu) حول الاستخدامات العادية للآلات الفوتوغرافية، ثم بدأت مساعي حثيثة من قبل "ميشال دو سرتو" (Méchèle de Certau) الذي حدّد إطارا نظريا ومنهجيا لموضوع الاستخدام، حيث قدّم شروحات قيمة من أجل تأسيس مفهوم حقيقي في حقل السوسيولوجيا (Philippe & Proulx, p. 258)، وتشير العديد من الأبحاث إلى أنّ هذا المصطلح بدأ توظيفه في الفترة ما بين (1960 - 1970) في العلوم الاجتماعية من قبل التيار الوظيفي، وقد ظهر من خلال كتابات "ريمي ريفل" (Remy Rieffel)، وتم الإشارة إليه لتوضيح الإشباع المتوصل إليها وبشكل خاص لإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية عند مستخدم التقنية الذي تم وصفه في نظرية الاستخدامات والإشباع بالمستخدم "النشط".

ويشير "ريفل" إلى أهمية الاستخدام وقت أو أثناء الاستخدام بحد ذاته، فيعرفه بأنه (نشاط المستخدم الذي يشمل كيفية استخدامه للأجهزة التكنولوجية في واقع الحياة اليومية) (riffle, 2010, p. 192)، وبالتالي فإنّ هناك ترابط بين العوامل التكنولوجية والعوامل الاجتماعية التي تؤثر على استخدامات العاديين، وهو يركّز على كيفية وطريقة تعامل الأفراد مع الوسائل التكنولوجية في حقل الاتصال، والذي يخلق تفاعلات مستمرة تقود إلى عادات متكررة لها نتائج مختلفة، ولهذا قرّر "بلوملر" (Bloumler) أن يسوق لهذه الفكرة فهو يعتقد أنّ الأفراد يكونون على علاقة مع التقنية من خلال استخدامهم للتكنولوجيا، لذلك يبنون ارتباطا رمزيا مع المعنى الذي تعنيه الأشياء التي تقود سلوكهم، وهذا المعنى ينتج عن عملية التفاعل الاجتماعي مع الآخرين (Philippe & Proulx, p. 255).

ومن خلال ذلك سيتم التركيز في هذا المبحث على أنماط ممارسة الباحثين ونشاطهم الرقمي في استخدام الفيسبوك، وهو ما أشار إليه "سيرج بروكس" (Serge Brox) حينما اعتبر أنّ الاستخدامات الاجتماعية عبارة

عن أنماط من الممارسات التي يقودها فرد أو مجموعة من الأفراد، وتتميز هذه الأنماط بالاستقرار النسبي، وتضم مجموعة اجتماعية واسعة (Serge، 2008)، وهو ما يؤكد أنّ العادات والأنماط استخدامات متكررة، وأكد على ذلك "يافيس فرونسا" (Yves-François Le Coadic) بأنّ الاستخدام نشاط اجتماعي يتحوّل إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والتّقدم، فعندما يكون الاستعمال بشكل تكراري ويحدث الاندماج ضمن ممارسات وعادات الفرد حينئذ يمكن الحديث عن الاستخدام (Coadic & Cacaly, 1997).

وقد ارتبط مفهوم الاستخدام بنظرية الاستخدام والإشباع، التي تركزّ جلّ اهتماماتها على الفرد كوحدة مركزية في دراستها للسلوك الاتصالي، وتعرّف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنّها: (دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرض بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة) (العادي، 2004، صفحة 109)، ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على أساس المدخل الوظيفي الذي يتلخّص في أنّ تحديد دور وسائل الإعلام في المجتمع يتمّ من خلال استخدام الناس لهذه الوسائل، وأنّ تأثير وسائل الإعلام يتوقّف على طبيعة الجمهور، والظرف الاتصالي وتأثير الجماعة، وتأثير الدوافع والحاجات والفروق الفردية والعوامل الديمغرافية (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 42).

ولقد ظهر مفهوم "الاستخدامات" من خلال البحوث والدراسات التي تمتّ في هذا المجال، والذي تفترض أنّ هناك إشباعاً تتحقق نتيجة هذا الاستخدام، من خلال اختبار العلاقة بين الوظائف التي يتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرّض الجمهور بناءً على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب، ونظريات الدوافع من جانب آخر (الطرابشي و السيد، 2006، صفحة 231)، ويرى الباحثون أنّ مدخل الاستخدامات والإشباع يرتبط بمفهوم - الوظيفية الفردية -، ويهتمّ هذا المفهوم بالنظر لوظائف وسائل الإعلام الجماهيري من وجهة نظر الجماهير بالتركيز على احتياجاتهم ودوافعهم من تعرّضهم لتلك الوسائل (العادي، 2004، صفحة 103)، وقد أكّد "روزنجرين" و"وندال" أنّ أنموذج الاستخدامات والإشباع يركّز على الفرد المستعمل لوسائل الاتصال والذي يبادر باستعمال هذه الوسائل ويبنى سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنّه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستعمله لكي يشبع حاجاته (الفهداوي و حسن، 2023، صفحة 59).

وفقاً لما ذكر؛ تعدّ هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يعدّ هذا النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركّز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على تغيير المعرفة، والاتجاه، والسلوك، بينما يركّز مدخل الاستخدامات والإشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور، ويتميز الجمهور في ظلّ مدخل الاستخدامات والإشباع بالنشاط، والإيجابية، والقدرة

على الاختيار الواعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أنّ للجمهور إرادة من خلالها يحدّد أي الوسائل والمضامين يختار (حجاب، 2010، صفحة 298)، عّوة على ذلك فإنّ هذا المدخل يوفّر لنا مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشبعونها، لذلك يشكّل التعرّض لوسائل الإعلام والاتصال جانباً من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان (العبد الله، 2010، صفحة 280).

ويؤكّد باحثون أنّ مدخل الاستخدامات والإشباعات يمكن تطبيقه على الفضاء الرقمي كالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث تفرض صفحات الويب تفاعلاً نشطاً مستمراً من مستخدميها، حيث يتيح تصميم الإنترنت الأساسي للمستخدم ممارسة الاختيار، ويقدم له خيار التحكم في اختيار المواقع والمحتوى، وإعادة زيارة الموقع، وحفظ وتنزيل المحتوى، وبذلك تعتبر هذه النظرية الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الإنترنت، ففي السنوات القليلة الماضية استخدم مدخل الاستخدامات والإشباعات لاستكشاف تأثيرات التكنولوجيا الجديدة على الجمهور، وأثار ظهور الإنترنت حافزاً لدى الباحثين في استخدام المدخل لدراسة دوافع استخدام الإنترنت والنتائج المترتبة ومقارنتها مع الاستخدامات والإشباعات لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى. (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 44)، وحسب "رايس" و "وليمز" فإنّ الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار نظرية الاستخدامات والإشباعات، كما تشير مقالات "ويليمز" و "ستورفر" و "قرانت" بين 1994 وديسمبر 1996 إلى مدى ملاءمة نظرية الاستخدامات والإشباعات لبحوث الإعلام الجديد، ويقترح "رافيل" و "نيهوجن" (Rafaeli & Newhagen) أنّ نظرية الاستخدامات والإشباعات ستكون صالحة للإستخدام خاصة في ظل تحولية الإنترنت (نومار، 2012، صفحة 46).

وعلى العموم يسعى منظور "كاتز" للإستخدامات والإشباعات إلى تحقيق الأهداف التالية: (المكي، 2016، صفحة 113)

- 1- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- 2- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
- 3- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- 4- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.

5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة.

6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

وبناءً عليه سنركز في هذا المبحث على عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم التكنولوجية للفيسبوك، في إطار مقارنة

نظريّة الاستخدامات والإشباعات التي حرصت على توظيف مفهوم الاستخدام كمصطلح محوري في عملها.

جدول (06): يبين الفترة الزمنية التي يستخدم فيها المبحوثون موقع الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
أقل من سنة	10	02.5
بين سنة وستين	20	05
بين سنتين وثلاث سنوات	24	06
بين ثلاث سنوات وأربع سنوات	37	09.3
بين أربع سنوات وخمس سنوات	211	52.8
أكثر من خمس سنوات	98	24.5
المجموع	400	100

كان لظهور الفيسبوك في مطلع عام 2004 أثره البالغ ليس فقط على مستخدميه، بل حتى على صعيد مختلف النقاشات في حقل الاتصال والإعلام والاجتماع ومختلف العلوم، وتشير الفترة الزمنية إلى الوقت أو المدة الزمنية التي بدأ فيها المبحوثون يستخدمون موقع الفيسبوك، وهذا للكشف عن مدى الاندماج الافتراضي لأفراد العينة مع الموقع، ويمكن أن تؤثر الفترة الزمنية على شكل العلاقات الافتراضية ومدى تعمقها، ومن أجل معرفة ذلك طرحنا عليهم السؤال رقم (01) كالتالي: (منذ متى وأنت تستخدم موقع الفيسبوك؟).

تظهر نتائج الجدول أنّ (52.8%) من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك في الفترة بين أربع سنوات وخمس سنوات، وأشار (24.5%) أنهم يستخدمونه منذ أكثر من خمس سنوات، في حين قال (09.3%) أنّهم مسجلين في موقع الفيسبوك بين ثلاث سنوات وأربع سنوات، كما أظهرت النتائج أنّ (06%) من المبحوثين بدأوا استخدامهم للفيسبوك بين سنتين وثلاث سنوات، بينما أجاب (05%) أنّهم يستخدمون الفيسبوك بين سنة وستين، وأشار (02.5%) من المبحوثين أنّهم يستخدمونه منذ أقل من سنة.

تبين نتائج الجدول أنّ أغلبية أفراد العينة يملكون الفيسبوك في الفترة الزمنية بين أربع وخمس سنوات بنسبة (52.8%)، وهذا ما يؤكد حضور الطلبة في المجتمع الافتراضي، حيث أصبح الموقع جزءاً مهماً من نشاطاتهم

اليومية، فمنذ أن دخلت المستحدثات التكنولوجية حياة البشر فرضت سطوتها بقوة داخل المجتمعات، وبدأت تتغلغل بانسيابية إلى أن أصبحت كيانا افتراضيا متّصاً بتفاعلاً تناوعاً وقائنا المباشرة.

كما تشير الأرقام في الجدول إلى أنّ (24.5%) من أفراد العينة بدأوا فعليا في استخدام الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات، وهذا راجع إلى عدة عوامل فرضتها مرونة موقع التواصل الاجتماعي وإغراءاته، فعلى الرغم من وجود العديد من المواقع والتطبيقات إلى أنّ الشباب الجامعي أصبح لا يكتفي باستخدام موقع واحد، فهو نشيط فعّال في التّعاظم مع الأشكال التكنولوجية المختلفة لأنّه محاط بعالم افتراضي مفتوح على كل الاتجاهات من جهة، ومن جهة أخرى فإنّ لكل موقع خصوصيته وطريقة جذبه للمستخدمين، إلا أنّ الفيسبوك يعتبر أسهل المواقع في الفضاء الرقمي وأبسطها في التسجيل والاستخدام، فالموقع لا يفرض شروطا كبيرة للتسجيل والدخول، فيكفي أن يكون عمر المستخدم 18 سنة لكي يحصل على صفحته الخاصة ويبدأ تفاعله اليوميّة في الموقع الافتراضي، وقد نجد أنّ من سمات هذا العصر التّفاخر باستخدام موقع أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يضع الطالب الجامعي في تحدٍّ أمام المظاهر الاجتماعية وحمل الهواتف الذكية المتطورة والتّباهي بأقدميّة وأسبقيّة امتلاكه لحساب في الفيسبوك، ليثبت أنّه مواكب للتطور ومساير لعصر التكنولوجيا، وهو ما يدخل في نفسيّة الآخرين نوعا من الاحترام الضّمني لهذا المستخدم، ويكسبه جزءا من الثقة.

ويعود تاريخ إنشاء الشبكات الاجتماعية إلى عام 1954 من قبل "جون بارنر" (J. barners) الذي كان باحثا في جامعة لندن، كما ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، ولقد اعتبرت قوائم البريد الإلكتروني أولى التقنيات التي سهّلت التعاون والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة المدى مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة (الردود، 2012، صفحة 32).

وفي أواخر القرن العشرين أعلن موقع (Classmates.com) عام 1995 عن ميّاد أول منصة لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد اهتمت بتشكيل مختلف الروابط المباشرة لتجميع الأفراد، رغم اختفاء فاتهم العرقية والدينية، وكان هذا بداية تأسيس لعالم افتراضي تقوده مواقع التواصل الاجتماعي دون حدود أو قيود، وفتحت المجال أمام المستخدمين بإنشاء ملفّات شخصية افتراضية وتبادل الرسائل مع الأصدقاء وتشكيل العلاقات، وبدأت العديد من مواقع التواصل في الظهور والانتشار بين عامي 1997-1999 مثل موقع (sixdégrées.com)، بهدف تعزيز القواعد الاجتماعية، من خلال العمل بمنصّات تواصل ترتبط بمجموعات معيّنة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين وموقع لذوي البشرة السّمراء (Asianavenue.com)، و (Blackplanet.com)، واستمر

ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي مع مطلع الألفية الثالثة بين 1999 و2000 معتمدة في نشأتها على تقنيات الويب (2.0) في مراحلها الأولى، والذي يشير إلى مجموعة من التطبيقات والمدونات ومواقع المشاركة والوسائط المتعددة على الويب، حيث اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون.

وخلال الفترة بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل عبر العالم ذروتها بظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع (Friendster) 2003، وبعده موقع (Myspace) و(linkedin.com) والتي انطلقت رسمياً عام 2003، ولكن الثقل الكبيرة في عالم الشبكات الاجتماعية كانت بانطلاق موقع التواصل الشهير الفيسبوك (Facebook.com) رسمياً في فبراير 2004 كأحد أهم منصات التواصل الاجتماعية وأشهرها من قبل "مارك زوكربيرغ" (M.Zuckerberg)، وكان بهدف جمع زملاءه في الجامعة وأصبح بسرعة أهم المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة (الدبسي و الطاهات، 2008، صفحة 70)، وبدأ الموقع في الانتشار بالتوازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام 2007، فقام بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه بشكل كبير (ص 247، 2015، صفحة 247)، ثم ظهرت مواقع كثيرة تسهم في التواصل والتشبيك الاجتماعي.

وتعتبر سنة 2003 مفصلية في تاريخ التواصل الاجتماعي بظهور موقع الفيسبوك الذي بدأت قصته عندما جلس طالب جامعي عشريني يدعى "مارك زوكربيرج" أمام حاسوبه في غرفته بالإقامة الجامعية بجامعة "هارفارد" الأمريكية العريقة، فشرع في تصميم موقع على شبكة الإنترنت، لتسهيل التواصل بين الطلبة داخل الحرم الجامعي، ويتيح هذا الموقع إرسال الصور والإطّاع على الأخبار وتبادل الآراء.

وفي 04 نوفمبر 2003 قام "مارك" بإضافة الموقع ليصبح على نطاق (thefacebook.com)، وقد أدلى "زوكربيرج" بتصريح لجريدة "هارفارد كريسمون" قائلاً: (لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ في جامعة "هارفارد"، أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط) (ص 253، 2015، صفحة 253).

حقق "زوكربيرج" بعد فترة قصيرة من إطلاق الفيسبوك رسمياً في مطلع فبراير 2004 نجاحاً كبيراً، وشهد الموقع شعبية وانتشاراً واسعاً، الأمر الذي دفع به إلى السماح لطلبة من جامعات ومدارس أخرى بالدخول والتسجيل فيه للإطّاع والتعرّف على تجارب الحياة الجامعية.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وفي أكتوبر من عام 2008، افتتح الموقع مشروعة للتّرجمة الجديدة وتمكّن من استخدام 35 لغة، وفي نفس السنّة أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك اتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة "إيرلندا" مقرا دوليا له (صح، 2015، صفحة 252).

ويعتبر الفيسبوك حاليًا أكبر شبكة اجتماعية عبر الإنترنت في العالم ويلعب دورًا نشطًا في ربط الناس من مناطق جغرافية متميزة وبخلفيات ثقافية متنوعة، وفقًا للإحصاءات الصّادرة على موقعها الرسمي على الإنترنت، فإنّ مستخدميها النّشطين شهريًا يتجاوزون حاليًا تجاوز 1.79 مليار ومستخدم نشط يوميًا 1.18 مليار اعتبارًا من سبتمبر 2016، كما لا يزال استخدام الفيسبوك جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للناس، ممّا يثري فهمنا تأثير (Facebooking) على مستخدميه. (Kim, Siwek, & Wilder, 2017)

وفي الجزائر أشارت إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي لعام 2023 بوجود (23.95) مليون مستخدم في الجزائر، بينهم (22.1) مليون تبلغ أعمارهم 18 عامًا فأكثر يستخدمون وسائل التواصل وهو ما يعادل (75.4%) من إجمالي عدد السكان الذين تبلغ أعمارهم 18 عامًا فما فوق، كما تشير البيانات المنشورة في مصادر إعلّانات (Meta) أنّ فيسبوك كان لديه (20.8) مليون مستخدم بالجزائر في أوائل عام 2023، وتشير البيانات المنشورة وجود (13.60) مليون مستخدم لفيسبوك مسنجر في في أوائل عام 2023 بما يعادل (30%) من إجمالي عدد السّكان في بداية العام، ففي بداية عام 2023 كان (38.6%) من جمهور إعلّانات فيسبوك مسنجر في الجزائر من الإناث، بينما كان (61.4%) من الذّكور (datareportal, 2023).

إنّ الأرقام الواردة في الجدول (06) رغم اختلّفها تؤكّد حضورا اجتماعيا قويًا لأفراد العيّنة في وسائل التواصل الاجتماعي، فهم جزء من مستخدمي تكنولوجيا الاتصال الرّقمي في العالم الافتراضي الذي أضحي سمة العصر حيث تتأسس وفقها شبكة من العلقّات والروابط الجديدة، ومن جهة أخرى يكتسي موضوع امتلاك أفراد العيّنة موقع الفيسبوك منذ سنوات دون تغييره أهمية كبيرة لدى الطلبة بهدف الحفاظ على علقّاتهم الاجتماعية وروابط الصّدّاقة التي اكتسبوها، ومراسلّتهم ومنشوراتهم من صور أو فيديوهات وتعليقات ومشاركات، إلى غير ذلك من التّفاعّل الرّقميّة، وهو ما يعطي انطباع الأريحية والمصدّاقة تجاه الآخرين بثقة هذا الحساب كونه مسجّل مسبقا وله بصمة رقميّة من مختلف التّفاعّلات والمشاركات مع الأصدقاء، وقد يسهّل من عملية قبول الآخرين لطلبات الصّدّاقة التي يرسلها هذا المستخدم.

وقد فسّرت نظرية الحضور الاجتماعي لـ"جون شورت وآخرون" (John Short et al) إقبال الأفراد على تكنولوجيا الاتصال الجديدة بأنّه: كلّما كان غنى الوسيلة الاتصالية بالحضور الاجتماعي كان إقبال الأفراد عليها لتأسيس عناقدهم الاجتماعية، وترى أيضا أنّ إحساس الفرد بالآخر في أثناء الاتصال يؤدي دورا مهما في تقبل التكنولوجيا ما ينتج عنه زيادة الإقبال عليها (الفهداوي و حسن، 2023، صفحة 61).

وقد كشفت الكثير من الدراسات أنّ استخدام المستخدمين للفيسبوك ابتداءً من ثلاث سنوات، فقد بينت دراسة "نور الهدى عبادة" أنّ (45%) من أصل (268) طالب جامعي يستخدمون موقع الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات (عبادة، 2017)، كما أظهرت دراسة "الفتاح حمدي" و"جمال شريف" أنّ (48.6%) من الأسر المسيّلة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أربع سنوات (الفتاح و شريف، 2021)، وهو ما يؤكّد انخراط فئات واسعة من المجتمع الجزائري في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن جهة أخرى أظهرت دراسة عربية لـ(ماجدة خلف الله العبيد) أنّ أغلبية أفراد العينة يملكون حسابا على مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من خمس سنوات بنسبة (33.5%) وأنّ (26.9%) بدأ يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بين السنّة وثلاث سنوات، كما أشارت الدراسة إلى أنّ (25.9%) بدأوا يستخدمون مواقع التواصل منذ أقلّ من سنة (العبيد، 2014). كما أظهرت دراسة "مؤيد السعدي" أنّ (25.7%) من مجموع (420) مبحوثا من الطّلبة الجامعيّين وهي الأغلبية بدأوا استخدام الفيسبوك منذ أقلّ من سنة (السعدي، 2016).

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النتائج بأنّ فترة الاستخدام لا تبقى على حالها، ذلك أنّ الأفراد عادة ما يغيّرون حساباتهم تبعاً للظروف ودوافع وحاجات مختلفة من استخدام الفيسبوك، لذلك نجد في دراسات أخرى نتائج تتفق ولا تتفق مع دراستنا الحاليّة، كما أنّ النتيجة التي توصلنا إليها قد تتغيّر بعد مدّة تبعاً لهوس التجديد والتغيير في شخصية الطالب الجامعي.

ويمكن القول أنّ فرضية القرية العالمية لـ"مارشال ماكلوهان" تحققت فعليا ليس مع بداية وسائل الإعلام والاتصال التقليدية فقط، وإنّما مثلته الثورات التكنولوجية المتلاحقة والتطورات الرّهيبية في مجالات الاتصالات وتشكيل العوالم الافتراضية التي اختزلت المسافات والأزمنة في نقرة أصبع واحدة للإبحار في عالم لا متناهي، وعبر ثقافات وأجناس مختلفة، ولغات كثيرة، كانت شبه مستحيلة بالأمس القريب.

وبعض النظر عن الاختلاف في النتائج إلا أنّ أفراد العينة يثبتون انخراطهم بشكل فعّال في الفيسبوك، ويمكن تفسيره بأنّ منصة الفيسبوك أصبحت وسيلة هامة للحفاظ على التواصل الاجتماعي سواء مع الروابط العائلية أو الأصدقاء والزملاء، وهو ما يبيّن رغبتهم في استمرار الترابط الاجتماعي والشعور بالانتماء، فهم رغم انتقالهم من

مراحل دراسية إلى غاية الجامعة يسعون إلى تعزيز عاقتهم الاجتماعية المختلفة، فقد وجد فيه الطلبة منصة تفاعلية وفعالة في التعلّم الاجتماعي، وكذلك لما يوقّره من الخدمات الأكاديمية والترفيهية، وبشكل عام تعكس النتائج الصورة الإيجابية؛ حيث يتفاعل المبحوثون مع ثقافة التواصل الرقمي، ويبحثون عن الاندماج في المجتمع الافتراضي الواسع، كما يرغبون في بناء هويّة اجتماعية رقمية خاصة بهم، ممّا يؤدّي إلى فسح المجال لفرص أكثر رحابة من أجل بناء شبكة عاقت اجتماعية سواء ضمن الإطار الأكاديمي أو ضمن شبكة العاقت الأوسع، وبالتالي يسمح الاحتفاظ بالفيسبوك أو بما يسمّى "الذاكرة الرقمية" لمدة طويلة ببقاء ذكرياتهم ومشاركاتهم من صور وفيديوهات ومحادثات تمّمهم، وقد ينتج عنه الشعور بالاستقرار ويعزّز من ثبات هويّتهم الرقمية، وينعكس على التطور الشخصي والاجتماعي للمبحوثين.

جدول (07): بيّن الفترة الزمنية التي يملك فيها المبحوثين موقع الفيسبوك حسب متغيّر الجنس.

المجموع الكلي		الإناث		الذكور		المتغيّرات
%	ت	%	ت	%	ت	
02.5	10	04.7	10	00	00	أقل من سنة
05	20	06.6	14	03.2	06	من سنة إلى سنتين
06	24	09.4	20	02.1	04	من سنتين إلى ثلاث سنوات
09.3	37	12.7	27	05.3	10	من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات
52.8	211	36.8	78	70.7	133	من أربع سنوات إلى خمس سنوات
24.5	98	29.7	63	18.6	35	أكثر من خمس سنوات
100	400	100	212	100	188	المجموع

تظهر النتائج أنّ أكبر نسبة هي (70.7%) تعود للذكور الذين بدأوا استخدام الفيسبوك بين أربع وخمس سنوات، مقارنة بالإناث حيث جئن بنسبة (36.8%)، في مقابل ذلك بلغت نسبة الإناث اللواتي صرّحن أنّهن يملكن الفيسبوك أكثر من خمس سنوات (29.7%) مقارنة بالذكور الذين بلغت نسبتهم (18.6%).

وتبيّن هذه النتائج أنّ أفراد العينة من الذكور أكثر الفئات الطّلبة حفاظا على ما اكتسبوه من خاّصّات تواصلهم وتفاعلهم عبر الفيسبوك، إذ لا يغيّرون عادة الفيسبوك باستمرار، وبالتالي يعتبرون الفيسبوك قاعدة اجتماعية افتراضية تبنى عليها المكانة والحضور الاجتماعي في الفضاء التواصلي الرقمي.

وبيّن اختبار كا² أنّ هناك فروقا واضحة بين الذكور والإناث حول فترة امتلاك الفيسبوك، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (52.76) أكبر من قيمة كا² الجدوليّة (11.07)، بدرجة حرّية (05) ومستوى الثقة (0.000).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² اُسوبة
<u>دال</u>	11.07	0.000	05	<u>52.76</u>

تتفق هذه النتيجة مع دراسة "صونيا عبديش" التي أظهرت أنّ (40.42%) من الذكور اكتشفوا الفيسبوك من ثلاث لخمس سنوات (عبديش، 2014)، كما أوضحت دراسات أنّ الذكور أكثر تعاملاً مع الشّات من الإناث، فقد أظهرت دراسة (انشرح الشال، 2001) عن "الدشّ والإنترنت والتلفزيون" في إطار علم الاجتماع الإعلاني، أنّ الذكور أكثر استخداماً للشّات من الإناث (حقوق و عبد العاطي، 2011، صفحة 89).

كما تؤكّد "دانا بويد" أنّ طرق أو المصادر التي يتعرّف بها أفراد العيّنة على الفيسبوك تختلف من جنس لآخر، وذلك من خلال بحث جماعة الرفاق أو زملاء الدراسة، حيث بيّنت دراسات عديدة أنّ أبرز المصادر التي تجعل الطلبة الجامعيين يقبلون على فتح حساب عبر الفيسبوك هم الأصدقاء والمعارف، وتضمّ هذه الفئة زملاء الدراسة، فقد أكّدت (دانا بويد) من خلال دراستها أنّ من أبرز أسباب تعرف الشباب على موقع (ماي سبايس) هم الأصدقاء والمعارف الذين يرسلون لهم دعوات أو طلبات الصّدقة (Danah, p. 10).

ويرى الباحث أنّه يمكن تفسير هذه الفروق بين الذكور والإناث إلى عدّة أسباب نذكر منها:

1- الاهتمامات بالاستخدامات الاجتماعية التي تظهر اختلافاً بين الجنسين، فمثلاً قد نجد ميلاً لبعض الذكور إلى استخدام وسائل اجتماعية أخرى توفر له مواضيع تهّمه كالمستحدثات التكنولوجية وأخبار الرياضة، بينما قد تستخدم بعض الإناث الفيسبوك للتواصل مع عائلاتهم وأصدقائهم.

2- اختلاف ثقافة المستخدم وتوجهاته الاجتماعية التي تعتبر عاملاً أساسياً في تحفيز جنس على آخر لاستخدام موقع تواصل محدد من عدمه بناءً على التوجهات الثقافية للمجتمع وعاداته.

3- اختلاف الاحتياجات الشخصية التي تحدّد التفضيلات الشخصية بين الذكور والإناث لمواقع التواصل الاجتماعي، كما قد تبدي فئة ما رغبتها في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبرها نشاطاً مهمّاً في حياتهم، بينما قد تظهر فئة أخرى رغبة أقلّ في التواصل الافتراضي.

فبقدر ما أصبح للإنترنت مكانة هامة في حياة الشباب بقدر ما شكّلت محورا مركزيا تعتمد عليه أغلبية المجتمعات في استخدامات متعدّدة المجالات، ورغم ذلك فإنّ الإقبال عليه سيحدث الكثير من التأثيرات الاجتماعية الإيجابية كالتواصل والتثقيف وتعميق العلاقات الاجتماعية وزيادة المعارف والأصدقاء، وأيضاً هناك التأثيرات السلبية،

كالإدمان على الإنترنت والتفكك الاجتماعي وتراجع دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية. فقد أشار كل من (سميث وفليتشير) (Smith & Flichter; 2001) إلى أنّ الإنترنت عندما يصل إلى كلّ بيت ومرفق، فقط حينها سنلمس التأثيرات الحقيقية له (الفهداوي و حسن، 2023، صفحة 36).

جدول (08): يبيّن الفترة الزمنية التي يملك فيها المبحوثين موقع الفيسبوك حسب متغيّر السن

المتغيرات	25-18		33-26		أكثر من 34		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
أقل من سنة	02	8	00	00	05	02	2.5	10
من سنة إلى سنتين	3.5	14	01	04	05	02	05	20
من سنتين إلى ثلاث سنوات	4.5	18	1.3	05	06	01	06	24
من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات	6.5	26	1.8	07	9.3	04	37	9.3
من أربع سنوات إلى خمس سنوات	36	144	14.5	58	09	09	211	09
أكثر من خمس سنوات	15.5	62	7.8	31	05	05	98	05
المجموع	100	272	100	105	100	23	400	100

تظهر نتائج الجدول أنّ الفئة العمرية بين 25-18 سنة هي أكثر الفئات امتداداً للفيسبوك منذ ما يزيد عن أربع سنوات بنسبة (36%) مقارنة بفئة 33-26 سنة بنسبة (14.5%) ثم فئة الأكثر من 34 سنة (2.3%)، كما أظهرت النتائج أنّ (15.5%) من فئة 25-18 مسجّلة في الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات، مقارنة بفئة 33-26 سنة بنسبة (7.8%) تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (1.3%)، وفي الترتيب الثالث نجد أنّ فترة بين ثلاث وأربع سنوات حصلت على أعلى نسبة لدى فئة 25-18 سنة بنسبة (6.5%) في مقابل الفئات الأخرى في فئة 33-26 سنة بنسبة (1.8%) وفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (01%)، كما يمتلك (4.5%) من فئة 25-18 سنة الفيسبوك بين سنتين وثلاث سنوات، يليه فئة 33-26 سنة بنسبة (1.3%) ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (0.3%)، بينما عبّر (3.5%) من فئة 25-18 سنة أنّهم فتحوا حساباً على الفيسبوك منذ أكثر، مقارنة بفئة 33-26 سنة بنسبة (01%) ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (0.5%)، وفي الأخير يمتلك (02%) من أفراد العينة في فئة 25-18 سنة الفيسبوك في مدّة أقل من سنة، مقارنة بفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (0.5%)، أمّا فئة 33-26 سنة فجاءت نسبتها معدومة فلم تحصل على أيّ تكرار.

وتؤكد النتائج أنّ فئة المبحوثين بين 18 و25 سنة هي أكثر الفئات العمرية امتداداً لحساب الفيسبوك منذ ما يزيد عن أربع سنوات، أي قبل حتى دخولها إلى مقاعد الجامعة، وهو ما يعكس انتشار الهواتف الذكية بين الشباب والاستخدام الشائع لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة عند هذه الفئة التي تعتبر فعّالة في نفس الوقت ومتفاعلة مع التكنولوجيا الرقمية.

وبيّن اختبار كاي² أنّه لا توجد فروق إحصائية بين الفئات العمرية في فترة امتداد الفيسبوك، حيث أنّ قيمة كاي² المحسوبة (12.696) أقلّ من قيمة كاي² الجدولية (18.307)، بدرجة حرّية (10) ومستوى الثقة (0.241)

النتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
غير دال	<u>18.307</u>	0.241	10	12.696

ويمكن تفسير النتيجة عند الفئات العمرية في ضوء الخصائص النفسية والاجتماعية التي قد تتشابه بين الأعمار، وبالرغم من عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية إلا أنّ دافع الفضول والاستكشاف والرغبة في الاستقلالية الذاتية خاصة لدى فئة بين 18 و25 سنة تعتبر عاملاً مهماً في امتداد التكنولوجيا والولوج إلى الفضاء الافتراضي، وهو ما يعكس الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت لا تحتاج إلى تعريف ولا إلى موجّه لاستخدامها، كما أنّ حداثة السن تعتبر عاملاً قوياً لإثبات النضج والاختلاف عند وضع المقارنات مع الفئات الأخرى.

كما نؤكد أنّ هذه المرحلة تعتبر مرحلة انتقالية بالغة الأهمية في حياة الطلبة، إذ ينتقلون من وسط مدرسي قد يكون مغلقاً وأكثر انضباطاً باعتبارهم مراهقين، بيد أن انتقالهم إلى الحرم الجامعي يزيد من رغبتهم في تطوير اهتماماتهم وهويتهم الشخصية والاجتماعية، من خلال التعبير عن ذواتهم مع أقرانهم، وعلى الأغلب فإنّ الأفراد في هذه المرحلة العمرية تكون احتياجاتهم للتواصل وتكوين صداقات والتفاعل، وخوض تجارب حياتية أكثر جرأة وبناء علاقات عاطفية، وهو ما يعكس تكيفهم مع الثقافة الرقمية المنتشرة ونمط الحياة المبتكر، كما يعزز الاستقلال المالي لهذه الفئة من وصولهم وامتدادهم للهواتف الذكية ما يتيح لهم استخدام الفيسبوك شبكة الإنترنت بشكل مكثّف، فالفيسبوك عندهم ليس مجرد أداة للتواصل فحسب بل هو جزء من عادات ونمط حياتهم اليومي، سواء في تبادل المعلومات الأكاديمية أو الانضمام إلى مجموعات فيسبوكية تهتم بتخصصاتهم، كما تميل هذه الفئة في غالب الأحيان إلى الترفيه من خلال الاستمتاع بالألعاب ومشاهدة الفيديوهات وغيرها، وبالتالي تظهر هذه الفئة اندماجها السريع مع التكنولوجيا، ما يسمح باستخدامات أوسع للفيسبوك، وهو ما سنتطرق إليه بتفصيل في الجداول ضمن مبحث الدوافع والحاجات.

جدول (09): يبيّن عدد الأيام التي يستخدم فيها المبحوثون الفيسبوك في الأسبوع

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
يوما واحدا في الأسبوع	06	01.5
بين 2 و 4 أيام في الأسبوع	33	8.3
بين 4 و 6 أيام في الأسبوع	30	07.5
أدخل يوميا	331	82.8
المجموع	400	100

بهدف معرفة عدد المرات التي يدخل فيها أفراد العينة إلى الفيسبوك، تم طرح السؤال رقم (02) عليهم كالتالي: (ما هو عدد الأيام التي تستخدم فيها الفيسبوك على مدار الأسبوع؟).

من خلال نتائج الجدول عبر المبحوثون أنهم يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي بنسبة (82.8%)، وقال (08.3%) منهم أنهم يقضون في استخدام الفيسبوك بين 2 و 4 أيام في الأسبوع، بينما أشار (07.5%) أنّ عدد مرات الاستخدام بين 4 و 6 أيام في الأسبوع، وأوضح (01.5%) أنهم يقضون يوما واحدا فقط في استخدامهم لموقع الفيسبوك خلال الأسبوع.

يرتبط تصفّح الأفراد لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بدرجة الحاجة إليه، وقد يكون ارتباطا بما تقدّمه هذه الوسيلة من تعويض للواقع الاجتماعي الذي يجد فيه المستخدمون أنّه يوفّر لهم كلّ شيء غير متاح وغير مسموح لهم في عالمهم الحقيقي.

إنّ هذه النتائج تبين مدى الحضور الفعلي والروتيني عبر موقع الفيسبوك في يوميات الطلبة الجامعيين، وكنتيجة لهذا فإنّ حالة من الرضا والإشباع النفسي يجعل المستخدم متعلّقا بما يدور عبر صفحته من نشر وتعليقات ومشاركات، حتى لو لم يكن مشاركا فيها وفعّالا فيها، إلا أنّ التفقّد المستمر للهاتف وتصفّح الحساب يجعل المستخدمين مرتبطين بما يدور خارجا عن عالمهم وما قد لا يحصلون عليه من وسائل إعلام أخرى.

لقد أكّد أفراد العينة بنسبة كبيرة بلغت (82.8%) أنهم يتواصلون دائما وباستمرار عبر حسابهم في الفيسبوك، ونفسر هذه النتيجة بأنّ هناك نشاطا رقميا هائلا يدخل ضمن عاداتهم ونشاطاتهم اليومية حتى أصبح جزءا أساسيا من تعاملهم الحياتية، وهو ما يتركهم في حالة من التعلّق الشديد والذي بدوره يؤدّي إلى التعلّق ومنه إلى الإدمان الرقمي الذي يأسر صاحبه، وهو ما يوفّر للمستخدمين فرصا أكثر للتواصل والإطّاع على آخر الأخبار والدردشة والتعارف، بما يعزّز الوظيفة الاتصالية والاجتماعية للفيسبوك.

وتبيّن هذه النتيجة عدّة مؤشرات تؤكّد على أنّ تفقّد الفيسبوك كلّ وقت، هو من أكثر السلوكيات التي تحسّن المستخدم بالراحة والإطمئنان كونها تجعله في تواصل مستمرّ مع العالم الخارجي حيال تسارع القضايا والتغيّرات الكثيرة المتّحقة، وهو ما يبرّر أنّ غيابه لفترة قصيرة يشعره بالقلق إزاء عزلته وفقدانه التواصل حتى لو لبضع دقائق، ويدخله في حالة من الهوس والارتباك لعدم تمكّنه من معرفة ما حدث عبر حسابه في الفيسبوك كالمنشورات الجديدة والتعليقات والرّدود عليها، ومعرفة من على الخط للتواصل معه، والرسائل الجديدة ومن أيّ شخص، ومن هم الأشخاص الذين يفتحون حسابهم الآن ولا يتواصلون معه وغير ذلك.

فقد أظهرت دراسة "سوليفان وبراذايس" أن (64%) من أفراد العينة الذين أجريت معهم المقابلات لديهم الفيسبوك بشكل متواصل دون انقطاع 7 أيام في الأسبوع بمتوسط حسابي بلغ (2.76)، حيث يستغرقون ما مدته (35.06) ساعات يومياً (Sullivan & Paradise, 2012)

فمنذ أن تم إطلاق موقع الفيسبوك في عام 2004 بدأت أعداد المنضمّين إليه في تزايد وتساعد مستمر، وبدأت مزاياه وخدماته تجذب العديد من المستخدمين، فهي توفّر لهم طرق الاتصال الفوري والتفاعل المستمر دون حواجز زمنية أو مكانية، كما سهّلت من اكتساب المعرفة والحصول على آخر المستجدات سواء فيما يتعلّق بالأخبار اليومية التي تحجبها وسائل الإعلام التقليدية أو حصولهم على خدمات التسلية والترفيه، على غرار أنّ استخدام باقي الوسائل الإعلامية التقليدية بدأ يتضاءل في وجود خدمات الفيسبوك التي منحتة حرية وسهولة ومرونة الاستخدام متى شاء وفي أي مكان وزمان، وهو ما يحدث بدوره عملية دائرية للتأثير والتأثر مع عالمه المحيط به. وتتمثل الخدمات التي يُقبل مستخدموا الفيسبوك عليها، لما توفّره من ميزات تسهم في بناء علاقاتهم مع الآخرين ويتفاعلون معهم باستمرار تعليقاً وردّاً باستخدام ما تتيحه لهم من عناصر جذب وموّد ومحتويات، ويمكن أن نذكر:

- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile Page): حيث تحتوي على المعلومات التي يصرّح بها المستخدم على حسابه وتعتبر تعريفاً رقمياً له، من الجنس والسّن وتاريخ الميلاد وصورته والاهتمامات.
- المشاركة: تسمح بمشاركة المستخدم لشبكتة الاجتماعية العديد من المواضيع والروابط والحالات التي تعبر عنه.
- 1 اادئات: يتيح الفيسبوك المحادثات المترامنة باتجاهين، وهذه الخاصية لا توفّرها وسائل الإعلام التقليدية.
- التجمع: يسمح الفيسبوك بتجميع عدد هائل من الأصدقاء ليسهل التواصل معهم ومحدثهم بشكل سريع.
- الأصدقاء / العلاقات (Friends/Connections): حيث تطلق مختلف الوسائط الاجتماعية مسمّى صديق على الأشخاص الافتراضيين الذين ينضمّون إلى قائمة الأصدقاء على الفيسبوك أو على باقي الشبكات.

- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن.
 - ألبومات الصور: حيث تمكن المستخدم بتجميع صورته أو صور أخرى في ألبومات ومشاركتها في صفحته.
 - المجموعات: حيث تكون مجموعات الاهتمامات المشتركة بأسماء ترمز إلى الهدف منها، أين يسهل التواصل والتفاعل السريع، وتشبه هذه المجموعات منتديات مصغرة للنقاش أو الحوار، وتتميز بخاصية الإشارة إلى الأحداث وتنسيق الاجتماعات، وإرسال الدعوات، خاصة في المناسبات والمؤتمرات العلمية والأحداث الهامة.
 - الصفحات: أوجد الفيسبوك هذه الخاصية لأغراض تجارية تسويقية، ثم بدأ استخدامها على نطاق واسع في عدة نشاطات، وتسهّل وضع معلومات المنتج والتعريف بالشخصية والأحداث وربط طرق الاتصال بها. وتشير النسب الأخرى بأنّ أفراد العينة لا يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي، وهذا راجع إلى أنّ بعض الطلبة نظرا لظروف خاصة تمنعهم من التواصل المستمر، كما أنّ منافسة مواقع التواصل الأخرى في ازدياد، إذ تشهد باقي التطبيقات حضورا كبيرا، كالأنستغرام والتيك توك الذي يتهافت عليه الكثيرون لميزاته وخدماته في العرض والتصوير وصناعة الشخصية الافتراضية بالطريقة التي يريد أيّ مستخدم إظهار نفسه عليها.
- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شفيق و بركات، 2016) التي أظهرت أنّ أغلبية أفراد العينة بنسبة (70%) ليس لديهم وقت محدد لاستخدام الفيسبوك، وأوعزت الدراسة سبب ذلك أنّه كلّما كان للطلبة أوقات فراغ كان استخدامهم للفيسبوك أكثر، وتتفق أيضا مع دراسة (السعدي، 2016) حيث بينت أنّ (54.5%) من الطلبة الجامعيين يستخدمون الفيسبوك يوميا، و(33.5%) يستخدمونه أكثر من مرة في الأسبوع، وأشارت إلى أنّ من يدخلون إلى الفيسبوك مرة واحدة في الأسبوع كانوا أقل نسبة مع من يستخدمونه مرة واحدة في الشهر بنسبة (3.1%) و(2.9%) على التوالي، كما بينت الدراسة أنّ الفيسبوك أصبح جزءا من النشاط اليومي لأفراد العينة البالغ عددهم (420) من طلبة الجامعة وذلك بنسبة (59.3%).
- وقد بين كثير من الباحثين أنّ سهولة الإبحار في الفيسبوك قد يقود صاحبه إلى حالة من التبني التكنولوجي ومنه إلى التعلّق والذي بدوره يسبّب الإدمان، حيث أنّ الاستخدام الزائد للإنترنت يسبّب إدمانا نفسيا يشبه نوعا ما في طبيعته الإدمان الذي يحدثه تعاطي المخدرات والكحوليات (العبودية، التعلّق وعدم السيطرة)، ويتميز بفترة الإبحار في الإنترنت، وبناء على ذلك فإنّ زيادة استخدام الفيسبوك المفرط سيزيد من الإحساس بالوحدة والإكتئاب وإدمان الجلوس أمام الإنترنت، بالإضافة إلى عدم رغبة المستخدم في الاختلاط والاكتماء بمتابعة الحياة عبر الشاشة ومراقبة أصدقائه ومعارفه بدلا من التفاعل معهم (الزويني و الكناني، 2021، صفحة 26).

جدول (10): يبيّن عدد الأيام التي يستخدم فيها أفراد العينة الفيسبوك حسب متغيّري الجنس والسّن.

المتغيرات	الذكور						الإناث						المجموع الكلي	
	25-18		33-26		أكثر من 34		25-18		33-26		أكثر من 34			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
يوما واحدا في الأسبوع	0.9	01	00	00	00	00	03	05	00	00	00	00	00	06
بين 2 و 4 أيام في الأسبوع	07.4	08	05	07	05	06	01	07	05	06	01	07	05	08
بين 4 و 6 أيام في الأسبوع	08.3	09	04	06	04	03	05	09	03	06	04	03	05	07
يومية	83.3	90	55	85	55	75	12	85	55	75	12	85	55	82
المجموع	100	108	64	100	64	100	16	100	16	100	16	100	16	100

تظهر النتائج في الجدول أعلاه أنّ أغلب الذكور يتواصلون عبر الفيسبوك بصفة يومية، حيث أنّ الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة يتصفحون الفيسبوك بنسبة (85.9%)، بينما نجد الفئة العمرية بين 18 و 25 سنة جاءت نسبتهم (83.3%)، أما الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة تتصفح الموقع يوميا بنسبة (75%). والملاحظ لدى الذكور أنّ جميع الفئات العمرية مشتركة في نفس عدد المرّات التي تستخدم فيها الفيسبوك وبنسبة عالية، إذ تستخدم الفيسبوك يوميا، وهو ما يؤكّد حضورها باستمرار في التفاعلات الرقمية والاستخدام المتواصل للموقع.

وبالمقابل نجد أنّ الإناث اللواتي أعمارهنّ تتراوح بين 26 و 33 سنة هنّ أكثر الفئات الجامعية تصفّحا للفيسبوك بصفة يومية، فقد بلغت نسبتهم (87.8%)، ونفس الأمر بالنسبة للفئة بين 18 و 25 جئن بنسبة (81.7%)، في حين نجد الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة تتصفح الفيسبوك يوميا بنسبة (57.1%)، ونفس الأمر بالنسبة للإناث اللواتي اتفقن على عدد المرّات الأكثر استخداما للفيسبوك في الأسبوع، حيث يتصفحن

موقع الفيسبوك يوميا، وتؤكد النتائج بأنه لا غنى عن الفيسبوك الذي أصبح يشكل جزءا مهما من حيثيات التفاعل اليومي للطالبات الجامعيات، وجزءا من نفعهن وحاجتهن لاستخدام المتواصل كحتمية تكنولوجية. والملاحظ من الجدول أنّ فئة الإناث اللواتي أعمارهن بين 26 و 33 هنّ اللاتي تتصفحن الفيسبوك بصفة يومية، مقارنة بالذكور من نفس الفئة العمرية حيث جئن بنسبة (87.8%)، في مقابل (85.9%) من نفس الفئة العمرية عند الذكور، وحسب اختبار كاي² يتضح أنّه لا توجد فروق واضحة بين فئتي الذكور والإناث في عدد مرّات استخدام موقع الفيسبوك، وبحسب النتائج فإن قيمة كاي² المحسوبة التي بلغت (15.175) كانت أقل من الجدولية التي بلغت (25)، وبدرجة حرية 15 ومستوى ثقة (0.440).

نتيجة	كاي ² الجدولية	درجة الحرية	مستوى الثقة	كاي ² سوية
غير دال	25	15	0.440	15.175

ومن خلال هذه النتيجة يظهر مدى التقارب في لجوء الجنسين إلى الاستخدام المكثف للفيسبوك، لأنهم يحرصون على استمرارية جعل هذا الوسيط أداة للتواصل وبناء العلاقات الاجتماعية الافتراضية، حيث أصبح الفيسبوك أسرع وسيلة اتصال وأرخسها تكلفة، وتتميّز بسهولة ربط التواصل في أي زمن وتحت أي ظرف. وفي هذا الاتجاه يذهب كثير من الباحثين إلى أنّ مستخدمي الإنترنت يتّسمون بخصائص محدّدة ترتبط باستخدامهم لهذا الوسيط الاتصالي، وتحدّد هذه السمات بناءً على بعض المتغيرات أهمّها: (عبد الفتاح ع، 2009، الصفحات 21-22)

السّن: أشار (جارديان) و(بول) 1999 إلى أنّ فئة الشباب من 16 إلى 30 سنة هم أكثر فئات المجتمع استخداما للإنترنت، كما يعتبر طلاب الجامعات والمدارس الثانوية أكثر فئات المجتمع استخداما للإنترنت بصفة عامة، وأكثر فئات المجتمع استخداما لها كوسيط اتصالي، فهم يستخدمونها لإجراء البحوث المدرسية أو الجامعية أو اللعب أو للتواصل الاجتماعي والإشباع العاطفي. وهو ما سنتطرّق إليه في مبحث الإشباع.

الجنس: في دراسة قام بها كل من "كاندال" (Kendall, 1999) و"هيرنج" (Herung, 1966)، أشارا إلى أنّ الذكور أكثر استخداما للشبكات الاجتماعية ولأدواتها الاتصالية المتنوعة وعلى رأسها غرف الدردشة (Instant Realy Chating)، والمناقشات الجماعية (Online Group Discussion)، في حين أشار "دركلي" (Derkley, 1998) إلى أنّ هذا الأمر ليس مسلّما به، حيث أنّ نسبة استخدام الإناث للإنترنت بدأت في الزيادة، كما لاحظ كل من "ستيوارت" (Stewart) و"سبندر" (Spender) وآخرون أنّ

الإنترنت كوسيط اتصالي من أكثر الوسائل ملاءمة للتواصل الاجتماعي بالنسبة للإناث اللواتي يجدن الحرية أكبر في استخدامها حيث تزيد من ثقتهن بأنفسهن.

وفي نفس السياق أعدّ مركز (Pew Internet and American Life) عام 2012 تقريراً عن خصائص مستخدمي الوسائط الاجتماعية، أظهر أنّ (67%) من مستخدمي الإنترنت يدخلون إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وأنّ الذكور يمثلون (62%) بينما الإناث فيمثلون (71%) من الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وبيّن التقرير أنّ (67%) ممن يستخدمون الإنترنت يستخدمون الفيسبوك وأنّ الإناث أكثر من الذكور، وأوضحت الدراسة أنّ (83%) من مستخدمي الإنترنت الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 29 سنة يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وأنّ (77%) تتراوح أعمارهم بين 30 و 49 سنة، وأنّ (52%) ممن يستخدمون الإنترنت هم بين 50 و 64 سنة، بينما مثلت (32%) أعمار 65 سنة فما فوق (Social Media Fact Sheet).

وهذا ما يبيّن أنّ مرحلة الشباب أكثر المراحل عمرية التي تتأثر بالوسائط الاجتماعية خاصة موقع الفيسبوك، كما أنّ كل مرحلة من المراحل العمرية للإنسان تتميز بالنضج في الخصائص البنائية.

جدول (11): يبيّن عدد ساعات استخدام المبحوثين للفيسبوك في اليوم

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
أقل من ساعة	31	07.8
بين ساعة وساعتين	62	15.5
بين ساعتين وأربع ساعات	60	15
بين 4 و 6 ساعات	54	13.5
بين 6 ساعات و 8 ساعات	56	14
أكثر من 8 ساعات	137	34.3
المجموع	400	100

بهدف معرفة عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون أمام الفيسبوك، تمّ طرح السؤال رقم (03) عليهم كالآتي: (كم عدد الساعات التي تستغرقها في استخدام فيها الفيسبوك خلال اليوم؟).

أظهرت نتائج الجدول أنّ (34.3%) من المبحوثين يقضون أكثر من 8 ساعات في استخدام الفيسبوك، وقال (15.5%) أنّهم يستغرقون من ساعة إلى ساعتين، بينما أوضح (15%) من أفراد العيّنة أنّ عدد ساعات

استخدامهم تتراوح بين ساعتين وأربع ساعات، وأشار (14%) منهم أنّ مدة الاستخدام لديهم تتراوح بين 6 ساعات و8 ساعات، ويستغرق (13.5%) من المبحوثين بين 4 و6 ساعات، بينما قال (07.8%) أنّهم يستغرقون في استخدام الفيسبوك أقلّ من ساعة خلال اليوم.

تبين النتائج أنّ أغلبية أفراد العيّنة يستغرقون أكثر من ثمان ساعات في استخدام الفيسبوك وهو ما يعادل ثلث اليوم، وهذه العادة المتواترة تشغل حيزًا كبيرًا من أوقات الطلبة باعتبار أنّ لهم أولويات أخرى غير الانشغال بالهاتف وتصفّح الفيسبوك، كالدراسة والرياضة وأنشطة حياتية مختلفة كان من المفترض أن تحظى بوقت أكبر من اهتمامهم بدل استغراقهم لساعات طويلة في استخدام الفيسبوك، مما يؤدي إلى نوع من الاعتماد الاجتماعي والنّفسي على الفضاء الرّقمي.

لقد جاءت هذه النتائج لتؤكد أنّ الفيسبوك أصبح يحتل أعلى قائمة في ترتيب أولويات الطلبة، ولربّما أنّ الشكل الجديد الذي تتميز به خدمات الفيسبوك ساهم في فرض هيمنة رقمية افتراضية ضمن جدول ميول واهتمامات الطلبة، خاصة وأنّ أغلب الدراسات النفسية التي تتحدّث عن إدمان الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، قد أشارت أنّ حجم استخدام هذه الوسائل إذا ما تجاوز أربع ساعات يوميًا فإنّ ذلك يعتبر إدمانًا، حتى ولو كان بأهداف أخرى كالعمل أو الدراسة، وبالنظر إلى النتائج التي توصلنا إليها فإنّ مجموع أفراد العيّنة الذين فاق استخدامهم للفيسبوك أربع ساعات بلغت نسبتهم (61.7%) وهو ما يفوق أكثر بكثير من نصف أفراد العينة المدروسة، أي أنّ هناك إدمان للمبحوثين على استخدام الفيسبوك، ممّا قد يزيد من حجم الاندماج مع العوالم الافتراضية في الفيسبوك.

ففي دراسة توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الاستخدام ومستوى العوالم الاجتماعية التي يكوّنها الأفراد عبر الإنترنت، حيث بيّنت أنّه كلما زاد معدل الاستخدام اتجه الأفراد إلى تكوين عوالم اجتماعية مستقرّة، وكلّما انخفض الاستخدام اتجه الأفراد إلى تكوين علاقة اجتماعية عابرة، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين معدّل استخدام الشباب للمواقع ومعدل التحصيل الدراسي لديهم، وبينت أنّه كلّما شعر الأفراد بالخصوصية في استخدام الإنترنت كلّما زاد انغزالهم عن الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم. (سليم، 2019، صفحة 23).

ولعلّ من أكثر الخدمات جذبا للطلبة نحو الفيسبوك هو التسلية والترفيه والدراسة والبحوث الأكاديمية، وسهولة الاستخدام والتواصل الاجتماعي والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأصدقاء وإنشاء المجموعات المختلفة الدراسية والمهنية الاجتماعية والسياسية والعلمية والرياضية، وهو ما يساهم في إشباع ترفيهي والانخراط في المجتمع الافتراضي،

والبحث عن الدعم العاطفي والنفسي، الأمر الذي يجعل المستخدمين ينسحبون تدريجياً من الأنشطة الحياتية اليومية، ما يؤثر سلباً على عتبة الطالب مع محيطه وبمجتمعه الحقيقي، حتى يغدو الاستخدام الافتراضي محلّ الواقعي، وهو ما يؤدي بإعادة إنتاج الواقع الاجتماعي الحقيقي بطريقة جزئية تفكّكية، من خلال افتقاد الإحساس بالوقت وطغيان الزمن الافتراضي على الزمن الحقيقي، وبالتالي الحصول على الرضا النفسي وتحقيق أكبر قدر من المتعة على حساب إهمال الكثير من الواجبات الحياتية الهامة.

إنّ المستخدمين لموقع الفيسبوك من الطلبة الجامعيين والذين أغلبهم من الشباب قد يجدون فيه المأوى الآمن والمريح للهروب من ضغوطات الحياة والمشاكل الاجتماعية والأسرية، فيؤدّي ذلك إلى إفراطهم في الاستخدام، فهم عادة الأكثر استعمالاً وتوظيفاً للفيسبوك، وقد يعود هذا إلى انبهارهم بما تحوزه الوسيلة من فتوحات جديدة للعلاقات الاجتماعية البديلة والتواصل والتفاعل الشخصي، وقد يكون هذا السلوك أكثر إقناعاً من وجهة نظر نفسية، خصوصاً إذا علمنا ما أصبحت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الرضا النفسي والأمن الشخصي بعيداً عن مواجهة الواقع الاجتماعي الذي يفتر منه أغلب الأفراد، لأنهم وجدوا في العالم الافتراضي تعويضاً لحالة اليأس التي لا تشبع حاجاتهم ولا تلبّي دوافعهم الشخصية والاجتماعية.

إنّ هذا الانغماس يسحب المستخدمين إلى واقع أليم قد تكون لذة الإدمان عليه فترة قصيرة، لكن سرعان ما يستفيق من غفوته التي سببها له الانبهار بهذا العالم السحري الذي يسحب منه الوقت تدريجياً ليدخله في حالة من العزلة الاجتماعية، وهو ما يسهم في تحقيق إشباعات سطحية غير حقيقية لا تلبّي له الانتماء الاجتماعي الواقعي، بل نجدها تفتقر إلى الشعور العاطفي، وهو ما يقلص من قوة الروابط الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية داخل مجتمعه الحقيقي.

فلقد أكّدت أغلب الدراسات العلمية التي تناولت ظاهرة الإدمان على الإنترنت أو الإدمان الرقمي أنّ معدل ساعات استخدام الفرد للإنترنت والتي تعدّ مؤشراً على الإدمان هو أربع ساعات يومياً، وأنّ هذا الإدمان يشبه بدرجة كبيرة الإدمان على لعب القمار والمخدرات والألعاب الإلكترونية، والتي تدخل الفرد في حالة من التعلّق الشديد الذي يتسبب في عواقب لاحقة اجتماعية ونفسية وحتى أخلاقية، وهي تأثيرات سلبية تظهر في الانسحابية الاجتماعية التي تجعل المستخدم يقطع اتصاله بمحيطه الأسري وبيئته وعلاقاته الاجتماعية، ويترك الفرد في حالة من التفوق الذاتي، والانعزال النفسي، وهو ما يدخله في دوامة العزلة والاعتزاب الاجتماعي، ويؤدّي هذا بالتأكيد إلى نتيجة طبيعية شعور الطلبة الجامعيين بالوحدة النفسية، وقد ينجرّ عنه أمراض نفسية خطيرة كالاكتئاب وضعف تقدير الذات، وربما تدمير الطالب في مشواره الدراسي ودخوله في متاهة الإدمان.

وتعتبر العاملة "يونغ كيمبرلي" من أوائل المختصين النفسانيين الذين ناقشوا موضوع ظاهرة الإدمان على الإنترنت، من خلال دراسة قدمتها في مؤتمر الاتحاد النفسي الأمريكي المنعقد سنة 1996 بمدينة "تورنتو"، حيث أكدت من خلال نتائج دراستها بعنوان "الإدمان على الإنترنت؛ اضطراب سريري جديد" على خطورة هذا الاضطراب (غلمي، 2016، صفحة 101)، وحسب "كيمبرلي يونغ" (Kimberly Young) التي عرّفت إدمان الإنترنت بأنها استخدام الإنترنت أكثر من 38 ساعة أسبوعياً (النوي، 2010، صفحة 19)، وقياساً على دراسة "يونغ" فإنّ الزمن الفعلي كمؤشّر للإدمان على استخدام الفيسبوك هو 38 ساعة أسبوعياً، أي بمعدل 6 ساعات يومياً.

ويعرّف الإدمان على الفيسبوك أو الإدمان الرقمي بأنه: (المكوث لساعات طويلة أمام الإنترنت وعدم القدرة على الاستغناء عنها، فمنهم من يكون أسيراً إلى الحوار وألعاب الإنترنت أو عمليات البحث عن المعلومات لإشباع حاجاتهم العاطفية والنفسية) (الزويني و الكناني، 2021)، كما تمّ تعريفه بأنه اضطراب يظهر حاجة سيكولوجية قسريّة نتيجة عدم الإشباع من استخدام الإنترنت والمصاب بهذا الاضطراب يعاني من أعراض عديدة (غلمي، 2016، صفحة 107).

ويعتبر الإدمان على الإنترنت بشكل عام واستخدام الفيسبوك خاصة، من أبرز الظواهر التي تؤدّي إلى مشاكل اجتماعية ونفسية لدى الطلبة ويدخلهم في دوامة العزلة الاجتماعية، ويمكن أن نرصد الكثير من الدراسات التي أجريت على طلبة الجامعات وأوضحت معدّل انتشار أكبر للظاهرة بين الطلبة أكثر من عمارة الناس.

فمن خلال استخدام إصدارات متعدّدة من الدليل التشخيصي والإحصائي (DSM) في جامعة تكساس وجد "شيرار" (Scherer, 1997) أنّ (13%) من (531) طالبا وطالبة، أجرى عليهم المسح بدت عليهم أعراض اعتيادية على الإنترنت، ووجد "مورهان" وآخرون (Morhan-Martin, et al, 1999) أنّ (14%) من طلبة (Bryant College) في (رود إيـند) ظهرت عليهم نفس المعايير في جامعة تايوان، وفي الهند توصلت دراسة إلى أنّ (38%) من أفراد العيّنة من مستخدمي الإنترنت أظهروا أعراضاً لاستخدام المكثف (8.2) ساعة يومياً، وكان الذكور خاصة من طلبة الجامعة من أكثر فئات مستخدمي الإنترنت ويقترح الاستنتاج النهائي أنّ طلبة الجامعة لديهم دخول (access) أسهل للإنترنت يشجعهم على الاستخدام المفرط للإنترنت (Kimberly & Cristiano, 2014, pp. 16-18).

وعند مقارنة نتيجة الدراسة مع بعض نتائج الدراسات العربية والمحلية التي أجريت نجد أنّها تطوّر ملحوظ في حجم الاستخدام، فقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (العبيد، 2014) التي أشارت إلى أنّ الأغلبية الساحقة من

أفراد العينة من طلبة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا يقضون ساعة واحدة يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (37.6%)، وأنّ (16.2) منهم تقضي أكثر من خمس ساعات يوميا في التواصل، كما أظهرت دراسة "صافا أمينة" أنّ أغلبية المراهقين عيّنة الدراسة يستغرقون حجما ساعيا في استخدام الإنترنت ما بين ساعة وساعتين بنسبة (58%)، بينما من يستغرقون أكثر من 3 ساعات يوميا بنسبة (33.5%)، أمّا الذين يستغرقون أقلّ من ساعة فنسبة (8.5%) واعتبرت الدراسة أنّ الوقت المستغرق بدأ يأخذ حيزا من وقت المراهقين في حياتهم الاجتماعية (صافا، 2015)، وبيّنت كذلك دراسة أجراها (مُجّد الفاتح حمدي) عام 2009م، عن استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعّام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، أنّ الشباب الجامعي يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين أمام شبكة الأنترنت وذلك بنسبة (41.98%)، وأنّ الذين يقضون أقلّ من ساعة في اليوم بنسبة (39.51%)، وكشفت الدّراسة أنّ أغلبية المبحوثين من الشباب الجامعي يعانون من الفراغ ما يدفعهم إلى قضاء وقت أطول في استخدام وسائط التكنولوجيا وذلك بنسبة (15.63%) منهم (الفاتح، 2009).

إنّ هذا الاستغراق الافتراضي يأخذ من الطلبة حيزا زمنيا كبيرا في الاستخدام، يؤدّي بهم إلى الشعور بالرضا نظرا للحجم السّاعي الكثيف في الاستخدام والتفاعل دون حدود أو قيود، وقد تحوّل هذا الاستخدام المتواصل إلى سبب للحصول على المتعة والاسترخاء والسعادة، وسيحوّلهم إلى مجرد آلة رقميّة لا تحس بالزّمن الاجتماعي، وهو زمن الاستغراق الافتراضي في المحادثات والسّعي وراء تشكيل عّاقات اجتماعية افتراضية بديلة للواقع الحقيقي، والذي ينتج عنه تأثيرات على التفاعلات الاجتماعية والأسرية الحقيقية، لأنّ هذا الاستغراق الكثيف في استخدام الفيسبوك يعدّ من الحالات المرضية التي تدخل المدمن في دوّامة من الانكفاء على الذات، وتقليل فرص الدّعم الاجتماعي والحصول على المقدار الكافي من السّعادة الحقيقية، مما يؤدّي إلى الشعور بالإحباط وعدم الرغبة في التواصل والابتعاد عن كافة النشاطات والممارسات الاجتماعية في شتّى الظروف التي تحيط بهم.

وقد تحدّث الدكتور "عزي عبد الرحمن" عن هذه الصورة بما أسماه (الزمن الإعّامي) الذي يقصد به كثرة استخدام الوسيلة الإعّامية والاتصالية، وتأثيره السّلبّي على الزمن القيمي، وقد وصفها بسوء الاستخدام أي؛ المبالغة في حجم الاستخدام إلى حد الإدمان، وأوضح "عزي" أنّه يصعب تحديد سوء الاستخدام بعدد الساعات وإنّما يمكن القول أنّ المبالغة تبدأ عندما يكون الزّمن المخصّص للإنترنت على حساب التّواحي الأخرى من حياة الفرد (عزي، 2009، صفحة 33)، كما أظهرت دراسة (كيث) (Keith, 2001) التي طبّقت على (1300) من الطلبة عبر ثمان جامعات أمريكية وتناولت (استخدام طلبة الجامعة للإنترنت)، حيث بحثت الدّراسة في حجم الوقت

الذي يقضيه الطّاب على الإنترنت، وحاولت أن تجيب عن التساؤل: هل يؤثر الاستخدام المفرط في الحياة الاجتماعية والأكاديمية وأسلوب الحياة لدى الطّاب؟، وتوصّلت إلى أنّ الطّلبة يستخدمون شبكة الإنترنت لمدة تتجاوز 100 دقيقة يوميا، وأنّ نسبة قليلة منهم تستخدم الإنترنت بدرجة تتعارض مع الجوانب الأخرى في حياتهم، ويمثّل الذكور المتخصّصين أغلب الطلبة المسجلين في العلوم التطبيقية، ولكن بالرغم من قلة عدد ساعات الاستخدام إلا أنّ الطلبة أظهروا أنّ هناك تأثيرا عليهم يتعلق بباقي الأنشطة الحياتية الأخرى (Keth t, 2001, p. 21)

وبشكل عام يفسّر الباحث هذا الحجم السّاعي الكبير الذي يستغرقه أفراد العينة في استخدام الفيسبوك بالنظر إلى عدّة عوامل يمكن إرجاعها إلى الطبيعة النشطة للفيسبوك، من خالل التفاعلات الاجتماعية والتي تظهر في السلوكيات الرقمية كالإعجابات والتعليقات والمشاركات، والذي يعبر عن حاجتهم إلى الحصول على شكل من أشكال تقدير الذات والقبول، أين يمكن أن يحصل المبحوثون على إشباع فوري، تزيد حاجته بمجرد إنقضاءه، كما وجد أفراد العينة في الفيسبوك فضاءاً للتسلية والترفيه بفضل المحتويات المتنوعة التي تجذبهم إضافة إلى إتاحة حرية الاختيار حسب تفضيلهم كالصور والفيديوهات والمعلومات والأخبار وغيرها، وهو ما يؤدي إلى طلب المزيد من الترفيه من خالل تكثيف ساعات الاستخدام، هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد يكون الهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية ولتخفيف التوترات اليومية والتخلص من الملل من الروتين المتكرّر بملء أوقات الفراغ، بينما قد يكون جزء من نشاط الاستخدام مرتبط بحاجة أفراد العينة لقضاء وقت أطول في الدردشة مع مختلف أعضاء شبكاتهم الاجتماعية، من أصدقاء أو أقارب بعيدين أو حتى زملاء الدراسة، أو في الصفحات الافتراضية التي ينخرطون فيها ويشعرون بالانتماء إلى مجتمع يشاركهم نفس الاهتمامات.

لذلك ترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن ميل الأفراد إلى الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال قد يكون للبحث عن إشباعات مختلفة، منها الإشباعات الاجتماعية لإحساسهم بالحاجة إلى البقاء مدة أطول في المجتمع الافتراضي، بغرض تكوين علاقات اجتماعية جديدة أو تعزيز تلك العلاقات القائمة، كما يأتي البحث عن الإشباعات العاطفية والدعم العاطفي والتعبير عن الذات من أبرز الحاجات التي يبحثون عنها في الفيسبوك، لذلك ستظهر نتائج الجداول الآتية حقيقة حجم التفاعل مع المحتويات وشبكة علاقاتهم في الفيسبوك.

ويمكن أن يشعر أفراد العينة بانتمائهم إلى المجتمع الافتراضي، لأنهم يخصّصون أكبر وقت للتواصل الافتراضي مع مجتمعات الفيسبوك، وهو ما يؤدي إلى نوع من الشعور بالإيجابية أثناء تواجدهم مع هذا العالم الذي يتفاعل معهم،

وربما يخلق لديهم تفضيلاً وميلاً أكثر من مجتمعهم الواقعي، وسيكون لنا تفصيل أكثر في باقي الجداول في مبحث الدوافع والإشباع وكذلك البعد النفسي في هذه الدراسة.

وتؤكد الكثير من الدراسات النفسية أنّ استخدام الإنترنت بشكل عام والذي يدفع المدمنين إلى البقاء مدة أطول في المجتمع الافتراضي لا يخرج عن مجالات أربع وهي كما يلي (النوبي، 2010، الصفحات 38-39):

1- الإدمان الجنسي: ولا يقتصر هذا النوع من الإدمان على مشاهدة المواد الإباحية في الفيسبوك، بل يتعدى إلى قضاء أوقات طويلة في غرف الحوارات والدرشات في أحاديث جنسية مع مستخدمين آخرين، أو تبادل صور، أو عناوين وروابط جنسية.

2- إدمان الحوارات: ويكون عن طريق الدخول في غرف الحوارات، وبغض النظر عن نوعية الأحاديث المتبادلة فيها، فإنّ كثيراً من المستخدمين يقضون أوقاتاً طويلة تكون على حساب التزامات شرعية واجتماعية.

3- الألعاب الإلكترونية: ويضم هذا الصنف الاستخدام المكثف للألعاب الإلكترونية الموجودة في الفيسبوك عبر تطبيقات كثيرة في صفحة المستخدم، والتي تمكّن اللعب مع آخرين والتفاعل معهم لأوقات طويلة.

4- الإفراط المعلوماتي: حيث يكون لكثرة المعلومات وتنوعها دور في إفراط بعض المستخدمين في التصفح، وقضاء وقت طويل في الاستخدام والتنقل من صفحة لأخرى أو من مستخدم لآخر دون هدف.

جدول (12): يبيّن عدد ساعات استخدام وتصفّح المبحوثين للفيسبوك في اليوم حسب متغيّر الجنس

المجموع الكلي		إناث		ذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
07.8	31	08	17	07.4	14	أقل من ساعة
15.5	62	14.6	31	16.5	31	بين ساعة وساعتين
15	60	13.2	28	17	32	بين ساعتين وأربع ساعات
13.5	54	14.2	30	12.8	24	بين 4 و6 ساعات
14	56	15.1	32	12.8	24	بين 6 ساعات و8 ساعات
34.3	137	34.9	74	33.5	63	أكثر من 8 ساعات
100	400	100	212	100	188	المجموع

يظهر الجدول الوقت الذي يستغرقه أفراد العيّنة البحثية في استخدام الفيسبوك، وتظهر النتائج أنّ الإناث يستغرقن وقتاً أكثر من 8 ساعات في اليوم بنسبة (34.5%) مقارنة مع الذكور بفارق بسيط حيث بلغت نسبتهم

(33.5%)، بينما يقضي الذكور في استخدام الفيسبوك ما بين ساعتين إلى أربع ساعات بنسبة (17%) مقارنة بالإناث حيث جاءت نسبتهن (13.2%)، كما يستغرق أفراد العينة من الذكور ما بين ساعة وساعتين بنسبة (16.5%) في مقابل الإناث بنسبة (14.6%)، في حين تقضي الإناث ما بين 6 و 8 ساعات في تصفح الفيسبوك بنسبة (15.1%) مقارنة بالذكور بنسبة (12.8%)، أما الفئة التي تقضي ما بين 4 و 6 ساعات فقد جاءت بنسبة (14.2%) لدى الإناث مقارنة بالذكور بنسبة (12.8%)، وفي الأخير بلغت فئة الإناث اللواتي يستغرقن أقل من ساعة في الاستخدام (08%) مقارنة بالذكور بنسبة (07.4%).

ويتضح من خلال هذه النتائج أنّ الإناث أكثر الفئات تصفحاً للفيسبوك، حيث يقضين وقتاً أطول بحجم ساعي أكثر من 8 ساعات في اليوم، والملاحظ أنّ الذكور ينافسونهم في نفس مدة استخدام الفيسبوك، إذ لا تظهر فروق كبيرة بين الجنسين.

وهو ما تبينه نتائج اختبار كا²، حيث أكدت أنّه لا توجد فروق واضحة بين الذكور والإناث في عدد ساعات استخدام الفيسبوك، إذ تظهر قيمة كا² المحسوبة (1.816) أقل من قيمة كا² الجدولية (11.070) عند درجة الحرية 5 ومستوى الثقة (0.874).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² سوية
غير دال	11.070	0.874	05	1.816

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ الطلبة من كلا الجنسين يلجؤون إلى الفيسبوك لملاً أوقات الفراغ وكسر الروتين اليومي، وكذلك فإنّ محتوى الفيسبوك الذي يجذبهم لا يستهدف فقط أحد الجنسين دون الآخر، كما أنّ المحادثات والاتصالات الشخصية تعدّ أكثر استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبح الجنسان متماثلين في الحاجة إلى البقاء وقتاً أطول في الاستخدام بغض النظر عن الدوافع، فالمجتمع الافتراضي أصبح يشكل لهم الفضاء الأفضل للتعبير وتوليد الشعور بالانتماء أكثر وإثبات الذات النفسية والاجتماعية.

فقد أجرت "إزميرالدا هارجيتاي" دراسة للكشف عن الأنماط المختلفة في استخدام طلبة الجامعة موقع الفيسبوك وماي سبيس، وبينت الدراسة أنّ استخدام الطلبة للموقعين كان شائعاً ونشطاً، وأظهرت نتائجها أنه لم تكن هناك فروق كبيرة بين الجنسين في عدد ساعات الاستخدام أو الوقت المنفق الذي يقضونه، ما يشير إلى توازن نسبي بين الذكور والإناث، كما أشارت الدراسة إلى أنّ الطلبة النشطين في استخدام الفيسبوك وماي سبيس لهم ميل للتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم من العالم الحقيقي، بخلاف الذين لا يستخدمون الموقعين لمدة أطول فقد كانوا أقل توقّعاً لمشاركتهم في الأنشطة الاجتماعية والجامعية، وأقل تعلقاً بالشبكات الاجتماعية (Hargittai,

(2008)، كما بيّنت دراسة محلية أجرتها "زويدة بن عويشة" أنّ أغلبية فئة الشباب الجامعي يقضون أكثر من 6 ساعات يوميا في تصفّح الإنترنت بنسبة (49.5%) ويشكّل منها الذكور نسبة (53.5%) أمّا الإناث فيمثّلن نسبة (46.5%) (بن عويشة، 2019)، وأظهرت نتائج دراسة "البلوشي" عام 2011 التي أخضعت 140 من طلبة الجامعة للدراسة ارتفاع متوسط عدد ساعات استخدام الإنترنت في الأيام العادية للذكور بنسبة 3.15 ساعة، والإناث 2.98 ساعة، بينما تجاوزت ذلك في أيام العطل والإجازات لتصل إلى 5.15 ساعة للذكور و4.20 للإناث مما أوجد سلوكا سلبيا على الطلبة في مجمل عيّناتهم الاجتماعية، ممّا أصابهم بالعزلة الاجتماعية لأنّ معظمهم أصبحوا يفضلون العالم الافتراضي الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغباتهم (حسن، 2011).

جدول (13): يبيّن عدد ساعات استخدام و تصفّح المبحوثين للفيسبوك في اليوم حسب متغير السن

المجموع الكلي		أكثر من 34		26-33		18-25		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
07.8	31	08.7	02	04.8	05	08.8	24	أقل من ساعة
15.5	62	08.7	02	18.1	19	15.1	41	بين ساعة وساعتين
15	60	08.7	02	13.3	14	16.2	44	بين ساعتين وأربع ساعات
13.5	54	08.7	02	06.7	07	16.5	45	بين 4 و6 ساعات
14	56	17.4	04	15.2	16	13.2	36	بين 6 ساعات و8 ساعات
34.3	137	47.8	11	41.9	44	30.1	82	أكثر من 8 ساعات
100	400	100	23	100	105	100	272	المجموع

تظهر نتائج الجدول أنّ أفراد العينة من الفئة العمرية التي تفوق 34 سنة هي الأكثر استخداما للفيسبوك بحجم ساعي أكثر من 8 ساعات يوميا بنسبة (47.8%)، مقارنة بالفئات العمرية الأخرى التي تتراوح أعمارها ما بين 26-33 سنة بنسبة (41.9%)، ونفس الأمر لفئة 18-25 سنة بنسبة (30.1%)، والملاحظ من الجدول تقارب النتائج.

وقد بيّنت هذه النتائج أنّ جميع الفئات العمرية تشترك في استخدام الفيسبوك بأكثر من 8 ساعات يوميا، كما تؤكد أنّ الفئة العمرية التي تستخدم الفيسبوك بأقل من ساعة هي فئة ما بين 18-25 سنة، وذلك بنسبة (08.8%)، كما تشير النتائج إلى أنّ مدّة الاستخدام الطّاغية على أفراد العينة من الطلبة الجامعيين هي أكثر من

8 ساعات في فئة أكثر من 34 سنة، تليها فئة 26 - 33 ثم فئة 18 - 25، ويستنتج الباحث أنه لا يوجد فروق أو تفاوت بين أفراد العينة في استخدام الفيسبوك بكثافة، وهو ما يفسر دخولها في حالة من الإدمان الرقمي نظرا لجلوسهم الطويل في التصفح والتفاعل المتواصل مع خدمات الفيسبوك، وهو ما تظهره نتائج اختبار كا² حيث بينت أن قيمة كا² المحسوبة (14.55) أقل من قيمة كا² الجدولية (18.31) عند درجة الحرية 10 ومستوى الثقة (0.149).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² سوبة
<u>غير دال</u>	<u>18.31</u>	0.149	10	14.55

ويرى الباحث أن عدم وجود اختلاف بين الجنسين في الوقت المستغرق يمكن أن يعود إلى عدة عوامل أدت إلى تغيير في عادات استخدام الفيسبوك، فالانفتاح الثقافي للمجتمع على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يقلص الفروق، لذا قد تؤثر العوامل الثقافية والاجتماعية على نمط استخدام الطلبة للفيسبوك، وبالتالي فإنّ تباين الفروق يرجع إلى نوع المجتمع والقيم السائدة فيه، ويعزى السبب أيضا لسهولة الحصول على الهواتف الذكية واستخداماتها الواسعة لكلّ الفئات العمرية والجنسية بدءا من الصّغر سواء كانوا ذكورا أو إناثا، كما تلعب اهتمامات الأفراد واحتياجاتهم الشخصية رغم اختلافها بين الجنسين دورا في توحيد الاستخدام في بعض الدوافع والإشباع، ومن الملاحظ أنّ التغيرات الديمغرافية وإشراك المرأة في عدة مجالات بسوق العمل، أدّى لتقليل الفجوات بين الجنسين في مشكلة لديها في مكوثها ساعات طويلة في الاستخدام، وقد يتأثر الوقت المنفق أيضا بالشروط التنظيمية والأحكام في استخدام الفيسبوك مما يؤدي إلى تقليل الفروق بين الجنسين.

ولا تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (نومار، 2012) حيث أظهرت النتائج أنّ الفئة بين 26 و36 سنة أكثر إدمانا على الفيسبوك، نظرا لجلوسهم لأكثر من ثلاث ساعات مقارنة ببقية الفئات العمرية الأخرى، كما أظهرت دراسة (عبد المحسن العصيمي، 2004) أنّ الشات استحوذ على أوقات (60%) من أفراد العينة وأظهرت النتائج أنّ (18.9%) من أفراد العينة يقضون أوقاتا طويلة نسبيا مع أصدقاء الشات، واعتبرت الدراسة أنّ هذا الاستحواذ هو من أعراض الاستخدام المتواصل أو الاندماج مع الشات، وفي فلندا أجريت دراسة على المراهقين لبحث مدى انتشار إدمان الإنترنت من سن 12 إلى 18 عاما، وتوصلت الدراسة إلى أنّ نسبة انتشار الظاهرة هي (4.7%) بين الفتيات، وتتفق مع معايير (Young) لتشخيص إدمان الإنترنت 1998، حيث أنّ (4.6%) من الذكور تتفق مع نفس المعايير (حلاوة و عبد العاطي، 2011، الصفحات 17-19).

جدول (14): يبين أوقات وفترات تواصل المبحوثين عبر موقع الفيسبوك في اليوم

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
صباحا	07	01.8
ظهرا	10	02.5
مساءً	29	07.3
ليلا	87	21.8
توجد فترة محدّدة في اليوم	267	66.8
المجموع	400	100

من أجل معرفة الوقت الذي يناسب أفراد العيّنة لاستخدام الفيسبوك وتحقيق الاندماج مع المجتمع الافتراضي والتواصل مع عوّقاتهم الاجتماعية الافتراضية، طرحنا عليهم السؤال رقم (04) كالتالي: (ما هي الأوقات التي تستخدم فيها الفيسبوك خلال اليوم؟).

أوضح (66.8%) من المبحوثين أنّه لا توجد لديهم فترة محدّدة خلال اليوم لاستخدام الفيسبوك، وقال (21.8%) أنّهم يستخدمون الموقع ليلاً، بينما أشار (07.3%) أنّهم يدخلون إلى موقع الفيسبوك في فترة المساء، ويفضّل (02.5%) من المبحوثين استخدام الفيسبوك في فترة الظهيرة، في حين يستخدم (01.8%) الفيسبوك في الفترة الصباحية.

تظهر النتائج أنّ أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يقرّون أنّه لا توجد لديهم فترة زمنية محدّدة لاستخدام الفيسبوك، فكلّ الأوقات متاحة للتواصل والتفاعل، وهذه الميزة أو الخاصيّة متاحة في كل أنواع الإعمّام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ تتيح الوسائط الجديدة الاتصال والتواصل مع العالم في أيّ وقت وفي أيّ مكان عبر التطبيقات الذكيّة، كما أنّ سمة وميزة التّواصل اللّحظي تعتبر نافذة سهلة في تعاطي طلبة العلوم التكنولوجية مع الفيسبوك طوال فترات اليوم بدون قيود، وهو ما يعبر عن حالة التعلّق الشّديد وتفقد حسابه باستمرار في كل وقت، فهو لا يمكنه أن يغيب عن عالمه الافتراضي الذي يربطه بما يجري من أحداث وتفاعلات متسارعة خارج هاتفه.

ونفسر ذلك بأنّ الفضاء الافتراضي المفتوح وارتباط الكثير من وقائع الحياة بما تتداوله مواقع التواصل لا يعطي خياراً آخر للمستخدم في التعرّض لوسائل اتصال أخرى كالوسائل التقليدية مثلاً، وبالرغم من وجود اختيّاف في تفضيل الأوقات إلّا عبارة "لا يوجد فترة محدّدة" تشير إلى تمتّعهم بكامل الحرية فهم ليسوا مقيدين بوقت أو بفترة

زمنية لدخولهم إلى حساباتهم، فهم مرتبطون على الدوام بالفيسبوك، وتكشف هذه النتيجة حالة من الإدمان مما يؤدي بما يعرف "بهوس الفيسوك" الذي يشير إلى أنه أصبح جزءاً مهماً بل أساسياً في نمط حياتهم وعادة أساسية من عاداتهم اليومية، ما يؤدي إلى هوس كبير لدى أفراد العينة بمجرد الانقطاع ولو لفترة قصيرة عن الاستخدام أو الإطّاع على آخر المستجدات والرسائل والتعليقات والمنشورات والتفاعلات من إعجابات وغيرها، فهو يبقى شارد الذهن بما قد يفوته من أحداث ويحسّ بأنه معزول عن العالم الخارجي، وتشكّل هذه الهواجس تهديداً حقيقياً للعلاقات الاجتماعية الواقعية ويخلق نوعاً من الرتابة وبداية في تفاعله مع محيطه الاجتماعي، وهو ما يبيّن حضور الفيسبوك كنشاط أساسي ضمن عاداتهم الاجتماعية نظراً لتمتعهم بالمرونة وسهولة الاستخدام.

وبالفعل قدّم كل من "فرانك" و"جرينبرج" (Frank & Greenberg) عام 1980م الأدلة على أنّ استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ينسجم مع أساليبهم في الحياة، فمع اختفاء الجماعات وتنوع حاجاتها، واهتماماتها يكون لكل جماعة أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام، واختيار المحتوى المناسب.

وتذكر "ليلي السيد" أنّ "دونيهو" و"المجرين" و"ريبرن" (Donohew & Plamgreen & rayburn) ، قاموا عام 1987م بمحاولة للوصول إلى تفسير لاستخدامات وسائل الإعلام الجماهيرية، فاهتموا بدراسة العوامل النفسية والاجتماعية بما فيها الحاجة إلى النشاط، وأنماط استخدام وسائل الإعلام، فأظهرت نتائج الدراسة التي قام بها أن هناك متغيرات عديدة، اجتماعية ونفسية تؤثر في استخدامات وسائل الإعلام الجماهيري بطرق معقدة، ومتماسكة في الوقت نفسه، ويختلف الاستخدام تبعاً لاختلاف هذه العوامل عند الأفراد (الجبوري، 2009، صفحة 30).

وتتفق نتيجة الدراسة مع نتائج دراسة (حذوة و عبد العاطي، 2011) في أنّ (46.4%) من أفراد العينة من طلاب الجامعة ليس لديهم وقت محدد لاستخدام الإنترنت، كما بينت الدراسة حول الوقت المفضّل لاستخدام الشات ومكان استخدامه أن (84%) من أفراد عينة طلاب الجامعة يستخدمون الشات بصفة دائمة في مقابل (16%) يستخدمونه أحياناً، وأظهرت أيضاً أنّ (63.2%) من أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد لاستخدام الشات وأنّ (53.2%) من المبحوثين يستخدمون الشات يومياً، كما اختلف ترتيب فترات الاستخدام مع دراسة "حنان الشهري" التي أظهرت أنّ أطول فترة يقضيها طلبة الجامعة الإلكترونية السعودية في مدينة الرياض باستخدام وسائل التواصل هي فترة المساء بنسبة (52.4%)، ثم منتصف الليل بنسبة (32.4%)، تليها فترة الصباح بنسبة (11.4%)، ثم الظهيرة بنسبة (3.8%) (الشهري، 1434هـ)، وأظهرت كذلك دراسة "منال الناصر" أنّ أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترة المساء بنسبة (52.4%)، يليها بعد منتصف

الليل (32.4%)، ثم فترة الصباح (11.4%)، بينما كانت فترة الظهيرة بنسبة ضعيفة جدا (3.8%) (الناصر، 2019).

ويعكس اختفاء النتائج عدم انتظام أوقات التواصل مع الفيسبوك وهذا راجع إلى أنّ الظاهرة الاتصالية والاجتماعية متغيرة باستمرار، ومن الملاحظ أنّ فترة الليل احتلت المرتبة الثانية ضمن قائمة اختيارات الطلبة في الجدول، وهو ما يفسّر بعض السلوكيات والتغيرات عندهم، فاستخدام الهواتف والسّهر مع الفيسبوك لساعات قد يؤثّر على وقتهم في الدراسة أو العمل والنهوض باكرا صباحا وهو ما يسبّب حالة من الإرهاق والتعب طوال اليوم، وبالتالي الشعور المستمر بالنعاس والكسل والخمول في قضاء الأعمال والخروج من البيت أو الدراسة، وقد يحرم السهر في استخدام الفيسبوك من إفراز هرمون السعادة "الدوبامين" الذي يفرزه الجسم ليلاً، ما يؤثّر بشكل مباشر على الحالة النفسية والمزاجية، وينعكس على نشاطه وحيويّته بالسلب، وهذا ما تثبتته العديد من الدراسات التي أكّدت أنّ استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في فترات الليل يؤثّر على مردودية العمل والدراسة لدى المتدربين والطلبة.

ويرى الباحث أنّ هذه المسألة تثير قضية خطيرة حيث يكون نتيجة الإدمان إهمال العديد من المهام والواجبات المنزلية والدراسية والحياتية، نظرا لانهمك الطالب الجامعي في غرف الدردشة والتواصل الإلكتروني محدود، وهو ما يجعله منعزلا عن عالمه، بل منفصلا عنه، مع شعور الإلكتروني بمبالاة بكلّ التغيرات، إذ يفقد الاحساس بالانتماء الاجتماعي لعائلته وأصدقائه وزملائه وحتى انقطاعه عن كافة الأحداث، ولربما التي تكون قريبة منه، ممّا يؤدي إلى صياغة مفهوم جديد للمكان الافتراضي في غياب الوجود الجسدي، وهو ما يسمّى لدى بعض الباحثين بالحياة الثانية". فلقد كانت جميع الظروف مواتية لأن تكون مواقع التواصل فضاءات تواصلية حقة، فهي تشكل أمكنة افتراضية، تتيح التحدّث عبر غرف الحوار والدردشة، حيث لا يحكمنا الإطار الجغرافي ولا التاريخ، وتعامل مع هذه المواقع باعتبارها تحمل شحنات ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها، على الرغم من أنّ المكان الافتراضي مصطلح حديث نسبيا، فهو مرتبط بالفضاء التخيلي، أين تغيب فويا المكان، ويكون الفرد أكثر حرية (بوراس، 2018، صفحة 18).

وتسبّب ظاهرة استخدام الفيسبوك لساعات طويلة وفترات غير محدّدة، والانهماك في البحث عن العنقود الافتراضية آثارا سلبية على العنقود الواقعية والصحة النفسية والجسدية، إذ أنّ الفيسبوك أصبح ممّزا للشخص كظله، فإكاد تمضي مدة زمنية قصيرة إلا والهاتف بيده ونجده تلقائيا يفتحه ويقلّب صفحاته ويتفقد الرسائل

الجديدة كلّ حين ويجري تحديثات مستمرة لصفحته، فهو متّصل بعالمه منفصل عنه، فعالمه الحقيقي الذي لم يجد منه إشباعاً يلبيّ دوافعه وحاجاته النفسية والاجتماعية وجد عوضاً عنه فضاءً افتراضياً يلبيّ ويرضي هذه الحاجات. فقد أجرى باحثون من جامعة "بيبل" دراسة حول استخدام الشباب للفيسبوك لفترات طويلة وعوّقتهم بقوة أو انخفاض العمق الاجتماعي، ومن خلال مقابلات شخصية واستبيانات بغرض معرفة نمط استخدام الشباب في وقت مبكر وحالة العمق الاجتماعي، أظهرت النتائج أنّ الأفراد الذين يستخدمون الفيسبوك لفترات طويلة يومياً أصبحت عمقهم الاجتماعي الواقعية أكثر ضعفاً ومعرضةً لانفصال اجتماعي في مقابل من يستخدمون الفيسبوك لفترات قصيرة ووقت أقل، وفي ضوء ذلك أكّد القائمون على الدراسة أنّ قضاء وقت طويل أمام الفيسبوك سيؤدّي إلى التركيز على العمق الافتراضية في الفيسبوك، ممّا يؤدي إلى زيادة مشاعر العزلة الاجتماعية والتأثير على جودة العمق الواقعية (Primack, et al., 2017).

كما يحذّر العلماء من مخاطر الإدمان على استخدام الإنترنت عامّة والفيسبوك خصوصاً، حيث لاحظ المختصون أنّ هناك أعراضاً مختلفة تظهر على مدمن الوسيلة الاتصالية ومواقع التواصل الاجتماعي، وأنّ هذه الأعراض تعتبر مؤشرات خطيرة لدخول الأفراد في عزلة نفسية واجتماعية، وقد أطلق عليها مصطلح "إدمان الفيسبوك". وفي هذا الاتجاه يتحدّث مختصون عن أعراض إدمان الفيسبوك التي يسببها سوء الاستخدام فيما يلي: (الزويني و الكناني، 2021، الصفحات 63-64)

- 1- عدم شعور الشخص بالاكْتفاء من الموقع وقضاء أوقات طويلة عليه بغضّ النظر عن النشاط الذي يمارسه الموقع سواء كان تواصل أو تعارف أو ألعاب أو الاختبارات الشخصية وغيرها من المزايا.
- 2- حال مغادرة هذا الشخص الفيسبوك يشعر برغبة في الدخول إليه من جديد.
- 3- إهمال كلّ شيء أو جزئي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.
- 4- إهمال الاهتمامات الأخرى والهوايات المحببة التي كانت للشخص في السابق.
- 5- لجوء الشخص بعد التعب الشديد من تصفح الفيسبوك إلى النوم العميق لفترة طويلة.
- 6- ظهور اضطرابات نفسية كالارتعاش وتحريك الأصابع بصورة مستمرة.
- 7- القلق والتفكير المفرط في الفيسبوك وما يحدث فيه عندما يكون الشخص بعيداً عن الإنترنت وشعوره بالحزن والاكتئاب إذا بقي بعيداً عنه فترة من الزمن.
- 8- تركيز التفكير حول الفيسبوك إلى حد الهوس في الحديث مع الأصدقاء ومن يلتقي بهم عبر الفيسبوك وعمّا يحدث من أحداث داخله عندما يكون الشخص بعيداً عن الإنترنت.

9- فشل الشخص المتكرر لمحاولات التقليل من عدد الساعات التي يقضيها على الفيسبوك نتيجة حدوث حالات إدمان سابقة ومتكررة عند الشخص على استخدام الإنترنت في مرات سابقة وخروجهم منها بسقم. وفي نفس السياق أظهرت الكثير من البحوث النظرية والتطبيقية التي تتناول مصطلح إدمان الإنترنت أو الفيسبوك تحديدا أنها لا تتفق على التسمية المحظية، ذلك أن مفهوم الاستخدام هو إجرائي لا غير فقد يكون الشخص مجبرا على استخدام الفيسبوك نظرا لطبيعة عمله التي تتطلب توظيف برمجيات أو تطبيقات معينة، كما نجد أن أصحاب البحوث العلمية أو الذين يمارسون أنشطة رقمية كالتجارة الإلكترونية هم مضطرون لاستخدام الإنترنت بشكل عام، ولا يمكن أن تنطبق عليهم شروط الإدمان الرقمي.

لذلك خلص "سترافيسك" إلى أن مصطلح "إدمان الإنترنت" هو مصطلح مضلل وينبغي الاستعاضة عنه بمصطلح الإدمان على الأنشطة المتصلة بالإنترنت على أساس أن هذه الأنشطة تفي بالمعايير الخاصة بمفهوم الإدمان السلوكي، غير أن "يونغ كيمبرلي" أوضحت أن غرف الدردشة تمثل المصدر الرئيس للإدمان الإلكتروني، وأرجعت ذلك إلى أن هذه الغرف تسمح للأفراد بفرص تلبية الحاجات النفسية التي لا يتم تلبيتها في الواقع الحقيقي، كالحصول على الدعم الاجتماعي والشعور بالانتماء للجماعة والإفصاح عن الجوانب المخفية من الشخصية (الزويني و الكنايني، 2021، صفحة 65).

هذا بالإضافة إلى أن التعرض المستمر لشاشة الهاتف يحدث مشاكل وأضراراً صحية على العين وآلام الظهر وزيادة السمنة إضافة إلى الشرود المستمر مع الفيسبوك والنسيان والقلق والتوتر العصبي بسبب قلة النشاطات والحركة والاعتناء بالنفس، وقد تحدثت الكثير من التقارير العلمية والدراسات التي أجريت عن تأثير شاشة الهواتف على العين وآلام الرأس والظهر، نتيجة قلة الراحة ووضعية الجلوس وطول فترة التصفح دون مشي أو ممارسة الرياضة.

فقد كشفت دراسة بريطانية حديثة أجراها باحثون بمركز الأعصاب الإدراكي والمعرفي بجامعة "كينت" أن المراهقين البريطانيين يقضون أكثر من تسع ساعات يوميا وهم منخرطون في الأنشطة الإلكترونية، وحذرت الدراسة من تصفح وسائل التواصل بما فيها الفيسبوك الذي يؤثر بشكل كبير على تقدير الوقت وعدم الإحساس بالزمن (alwafd.news)، وهو ما بينتة دراسة "زينك وآخرون" (Zheng et al, 2001) التي أجريت على عينة صينية قوامها (513) طالبا، وأظهرت نتائجها أن هناك تأثيرات جسمية مختلفة عليهم، فقد أصيب (74%) بجفاف العيون، وعانى (64%) من تراجع حدة البصر، كما عانى (34%) منهم من الصداع، واشتكى (32%) من آلام أسفل الظهر، بينما عانى (30%) من انخفاض في جودة النوم، وعانى (27%) من نقصان القدرة على التعامل مع التعب، واشتكى (20%) من زيادة الوزن، وعانى (13%) من تنميل الأصابع، وأصيب

(11%) بآلام الرّسع، وتعرّض (10%) لتساقط الشعر، وفقد (9%) الشهية في الأكل (الفهداوي و حسن، 2023، صفحة 68).

ويمكن تبرير قلة استخدام أفراد العينة في فترة الصّباح، لاستغراقهم في النوم بعد سهرهم في استخدام الفيسبوك، أو لانشغالهم بالتنقل إلى مكان الدّراسة أو العمل، ولأنّ أغلبهم لا يفتحون حساباتهم في هذا الوقت إلّا بعد قضاء حاجاتهم الأخرى، ونظرا لأنّ أغلب الفئات التي يتواصلون معها لا تستخدم الهاتف وبشكل خاص الفيسبوك في هذا الوقت بالتحديد.

جدول (15): يبين أوقات تواصل المبحوثين عبر موقع الفيسبوك في اليوم عند متغير الجنس

المجموع الكلي		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
01.8	07	0.9	02	02.7	05	صباحا
02.5	10	04.2	09	0.5	01	ظهرا
07.3	29	09.4	20	04.8	09	مساءً
21.8	87	17.5	37	26.6	50	ليلا
66.8	267	67.9	144	65.4	123	توجد فترة محدّدة
100	400	100	212	100	188	المجموع

تظهر النتائج أنّ الإناث يستخدمون الفيسبوك طوال فترات اليوم، فإّ توجد لديهم فترات زمنية مخصّصة لتصفّح الفيسبوك خلال اليوم وذلك بنسبة (67.9%)، وبفارق طفيف جاءت نسبة الذّكور (65.4%). أمّا في الفترة الليلية نجد الذّكور بنسبة (26.6%) مقارنة بالإناث اللواتي يملن إلى استخدام الفيسبوك في نفس الفترة حيث جئن بنسبة (17.5%)، كما يتّضح من خلال نتائج الجدول أنّ الإناث أكثر استخداما للفيسبوك في الفترة المسائية وذلك بنسبة (9.4%) مقارنة بفئة الذكور الذين بلغت نسبتهم (04.8%)، أمّا فترة الظهيرة فقد بلغت نسبة الإناث (04.2%) اللواتي يفضّلن استخدام الفيسبوك فيها، في مقابل الذكور الذين بلغت نسبتهم (0.5%)، وتظهر نتائج اختبار كاي² أنّ هناك فروقا أو اختلافات واضحة بين الذكور والإناث في فترة استخدام الفيسبوك، حيث جاءت قيمة كاي² المحسوبة (14.06) أكبر من قيمة كاي² الجدولية (09.49)، عند درجة حرية 04 ومستوى الثقة (0.0071).

النتيجة	كاف 2 الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاف 1 سوية
<u>دال</u>	09.49	0.0071	04	<u>14.06</u>

ويرى الباحث أنه رغم وجود اختلال طفيف بين الفئتين إلا أنّ الإناث يسيطرن على أغلب نسب الفترات خلال اليوم، ما يشير إلى أنّ الفيسبوك أصبح يحتلّ جزءاً من الروتين اليومي ضمن قائمة أنشطتهنّ المعتادة، كما نفسّر إقبال الإناث على استخدام الفيسبوك طول فترات اليوم، بتواجدهنّ في أغلب الأوقات بالجامعة أو البيت فإّ مشكلة لديهنّ في استخدام الفيسبوك ليلاً أو نهاراً أو مساءً، نظراً لغياب الرقابة عليهنّ، وبدافع التحرّر من ضغوطات المجتمع وقيد السلطة الذكورية عليها، فقد وجدت فيه أغلب الإناث فضاءً لراحتهنّ ولتفريغ همومها وعواطفها ومشاكلها، ونظراً لأنّ أغلب الإناث يمتلكن هواتف ذكية بشرائح تتيح استخدام الإنترنت في أي وقت وأي مكان.

ويمكن تفسير استخدام الذكور للفيسبوك في فترة الليل بنسبة كبيرة، بأنهم دائماً ما يكونون منشغلين بالأعمال أو الدراسة، وتواجدهم خلال فترات كبيرة خارج المنزل قد لا يساعدهم على استخدام الفيسبوك في ظلّ المسؤولية الملقاة عليهم، أو حرصاً منهم على عدم لفت الانتباه حولهم من طرف المحيطين بهم، ولا يجنّبون التواصل في الأوقات الأخرى تفادياً للإحراج الذي قد يسببه لهم استخدام الفيسبوك، ولأنّ طبيعة الشباب الحيوية والنشاط فقد لا يجدون فيه المتعة في النهار، ولكن بعد عودتهم إلى البيت في أوقات الراحة يلجؤون لاستخدام الفيسبوك بغرض البحث عن التسلية والترفيه عن أنفسهم بعد تعب ومشقة النهار.

فقد بينت دراسة (حمدي و شريف، 2021) أنّ الفترة المفضّلة لأفراد العيّنة بأغلبية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي فترة الليل بنسبة (46.4%)، وفسّرت الدراسة أنّ هذه الفترة تعتبر فترة الذروة في الاستخدام، وهي فترة راحة وفراغ وتخلو من الكثير من الارتباطات، وبيّنت الدراسة أنّ مواقع التواصل سرقت وقتاً ثميناً من اجتماع الأسرة، نتيجة الانعزال بالهاتف وبالاجار الافتراضي، بعيداً عن الجوّ الأسري والعائلي الذي يقوّي الرّوابط وأواصر القرابة الدموية ويزيد من متانة العلاقات الاجتماعية والأسرية.

وقدّمت دراسة (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007) عن عادات طلاب الجامعات الأمريكية في استخدام الفيسبوك تبعاً لفترات اليوم، فأظهرت أنّ أكثر عادات الطلبة في التواصل مع أصدقائهم أو التفاعل مع الأحداث اليومية جاء بشكل مستمرّ ومتكرّر، وأكّدت الدراسة وجود تباين في فترات وأوقات استخدام الطلبة للفيسبوك، كما أظهرت اختلالاً في أنماط نشاطات الطلبة على الفيسبوك تبعاً لخصائص كلّ فترة.

وبشكل عام تعتبر الفترة الليلية لكافة الجنسين وقتاً مناسباً لاسترخاء والبحث عن التفاعل الاجتماعي والتواصل مع أصدقائهم أو متابعة أيّ جديد والقيام بباقي الأنشطة الرقمية بشكل فعّال، بعيداً عن التشتت، مما يؤدي إلى الانغماس أكثر في الفضاء الافتراضي، فالليل أفضل فترة للانفصال عن المجتمع الواقعي والتعبير عن الضغوطات الاجتماعية والنفسية، وبمحا عن مساحة أكبر للتعبير بكل حرية والحصول على الدعم العاطفي.

وفي هذا الإطار رصدت دراسة تحليل أنماط استخدامات موقع الفيسبوك ومدى تأثيرها على العلاقات الاجتماعية والصحة النفسية، وأكدت الدراسة التوصل إلى أربعة أنماط أساسية في استخدامات الفيسبوك، وهي الاستخدام المعتدل، والاستخدام الاجتماعي، والاستخدام العاطفي، والاستخدام المرتفع، وأظهرت الدراسة أنّ كل من الاستخدام العاطفي والاستخدام المرتفع لهما آثار سلبية على الصحة النفسية (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014).

فمن خلال النتائج تبين أنّ هناك نشاطاً رقمياً كثيفاً، يدخل في إطار البحث عن إشباعات معيّنة، غير أنّه قد يقود في مرحلة لاحقة إلى التعلق والإدمان على الاستخدام الرقمي. لذلك تبنت (يونغ، 1998) إلى أنّ الشات يحدث تأثيرات سلبية على الأنشطة الاجتماعية للفرد وعاقبته بالآخرين.

وقد عدّدت "يونغ كمبرلي" مراحل إدمان الإنترنت والذي يعبر بالضرورة على مراحل إدمان الشباب: (حاقبة و عبد العاطي، 2011، صفحة 82)

المرحلة الأولى: بدء الاستخدام.

المرحلة الثانية: إيجاد البديل لما يمكن إيجاده في الحياة، وتتم خلال أسابيع أو أشهر وتعني هروب الذات والتوجه أكثر وأكثر للمجتمع البديل.

المرحلة الثالثة: الوقوع في الاستخدام لساعات طويلة، بحيث يكون هو المجتمع للفرد المستخدم.

وتعتبر هذه المراحل مقدّمة لعوامل ظهور الإدمان الرقمي، والتي تتركز بشكل أساسي على طول فترة أو ساعات الاستخدام، غير أنّ (جرول، 1997) وهو أستاذ علم النفس الأمريكي، أشار إلى أنّ ما يتم الحديث عنه من إدمان الإنترنت هو عملية مرحلية، لأنّ المستعملين الجدد عادة ما يكونون أكثر استعمالاً وإفراطاً في استعمال الإنترنت، بسبب انبهارهم بتلك الوسيلة، ثم بعد فترة يحدث للمستعمل عملية خيبة أمل من الإنترنت فيحدّ إلى درجة كبيرة من استعماله لها، ويولي ذلك عملية توازن الشخص لاستعماله الإنترنت، بيد أنّ بعض الأفراد تطول معهم المرحلة الأولى إذ لا يتخطّونها إلاّ بعد وقت أطول ممّا يحتاج إليه أغلب الناس (الفهداوي و حسن، 2023، صفحة 61)

جدول(16): يبين أوقات تواصل المبحوثين عبر موقع الفيسبوك في اليوم عند متغير السن

المتغيرات	25 - 18		33 - 26		أكثر من 34		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
صباحا	03	01.1	04	03.8	00	00	07	01.8
ظهرا	08	02.9	02	01.9	00	00	10	02.5
مساءً	18	06.6	08	07.6	03	13	29	07.3
ليلا	58	21.3	23	21.9	06	26.1	87	21.8
توجد فترة محددة	185	68	68	64.8	14	60.9	267	66.8
المجموع	272	100	105	100	23	100	400	100

تظهر نتائج الجدول أنّ أغلبية أفراد العينة يؤكّدون بأن استخدامهم للفيسبوك لا يخضع لفترة زمنية محدّدة، إذ تعبّر فئة بين 18 و 25 سنة عن ذلك بنسبة (68%)، مقارنة بالفئة العمرية بين 26 و 33 سنة بنسبة (64.8%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (60.9%).

وتحتل فترة الليل المرتبة الثانية ضمن تفضيلات أفراد العينة الذين يستخدمون الفيسبوك، حيث تفضّلها الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة بنسبة (26.2%)، ثم فئة 26 و 33 سنة بنسبة (21.9%)، وفئة 18 و 25 بنسبة (21.3%)، حيث نلاحظ أنّه لا توجد اختلافات كبيرة بين الفئات العمرية في هذه الفترة وهو ما قلنا عليه سابقاً أنّ هذه الفئات تجدد في فترة الليل أكثر متعة وخلوداً إلى الراحة والهدوء بعد طول فترة النهار الشاقة. أمّا الفترة المسائية التي جاءت في المرتبة الثالثة فهي من تفضيلات الخاصة بالفئة العمرية الأكثر من 34 سنة بنسبة (13%)، مقارنة بفئة 26 و 33 سنة بنسبة (07.6%)، وفئة 18 و 25 سنة (06.6%).

وبالنسبة لفترة الصباح فقد بيّنت النتائج أنّ أفراد العينة ما بين 26 و 33 سنة يفضلونها لاستخدام الفيسبوك بنسبة (03.8%)، مقارنة بفئة 18 و 25 سنة حيث بلغت نسبتها (01.1%)، و(00%) للفئة الأكثر من 34 سنة، وفي الأخير جاءت فترة الظهيرة في تفضيلات فئة بين 18 و 25 بنسبة (02.9%) مقارنة بفئة 26 و 33 بنسبة (01.9%) أما فئة الأكثر من 34 سنة فقد جاءت نسبتها معدومة (00%).

والنلاحظ أنّ الفئة العمرية بين 18 و 25 سنة تحتل الصدارة عن باقي الفئات الأخرى، إذ تمثل متوسط عمر الطالب الجامعي، وتظهر نتائج الجدول جنوح الطلبة إلى تصفح الفيسبوك في الفترة الليلية بالمرتبة الأولى ثم فترة المسائية، ويمكن تفسير ذلك بأنّ لهذه الفئة نزوع لاستخدام الفيسبوك في وقت فراغ أكبر من غيرها، لذلك تقضي معظم أوقاتها في التواصل مع أصدقائها والمشاركة والتفاعل والتعبير عن أنفسها كنوع من الرفاهية النفسية، ويعتبر

تغذية هذا الشعور ضمن تلبية الحاجات الاجتماعية والعاطفية المختلفة في هذه المرحلة الحساسة، مما يدفعهم بالشعور بالانتماء أكثر إلى مجتمع الفيسبوك، لذلك نجدهم يفضلون البقاء متّصلين بالفيسبوك طوال فترات اليوم لتعزيز ذلك الشعور.

ويظهر اختبار χ^2 عدم وجود فروق بين الفئات العمرية في فترة استخدام الفيسبوك، فقد بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (6.24) وهي أقلّ من χ^2 الجدولية (15.51)، عند درجة حرية 08 ومستوى ثقة (0.621)

النتيجة	χ^2 الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	χ^2 سوية
<u>غير دال</u>	<u>15.51</u>	0.621	08	6.24

ويمكن تفسير تباين الاختلافات في تفضيلات فترات استخدام الفيسبوك من طرف أفراد العينة لارتباطها بظروف الدراسة وأوقات العمل وحاجتهم إلى ملء أوقات الفراغ والاسترخاء والترفيه عن النفس في فترات الليل، فطول اليوم يقضي الطاب معظم أوقاتهم في الجامعة وبالتالي فإنّ أفضل وقت لاستخدام الفيسبوك هو بالليل أين يجدون المتعة في التواصل مع بقية زملاء الجامعة أو أصدقاء افتراضيين يستخدمون الفيسبوك في تلك الفترة، كما تلعب السمات العامة التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي من سهولة الاستخدام وخدمات الهواتف النقالة دوراً في انتشار الثقافة التكنولوجية التي أصبحت أبرز مظاهر وسمات هذا العصر الرقمي.

ولم تختلف هذه النتيجة مع دراسة (العبيد، 2014) التي أظهرت نتائجها أنّ طاب جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا يفضلون الفترة المسائية لاستخدام الفيسبوك بنسبة (57.4%) بينما يفضل (19.3%) فترة بعد منتصف الليل، كما بينت أنّ أقلّ نسبة هي فترة الظهيرة بنسبة (12.7) والفترة الصباحية بنسبة (10.7%).

جدول (17): يبيّن عدد أصدقاء المبحوثين في موقع الفيسبوك.

المتغيّرات	التكرارات	النسب المئوية %
أقل من 100	181	45.3
من 101 إلى 500	80	20
أكثر من 500 صديق	139	34.7
المجموع	400	100

تقول الدكتورة "جنا زعبوي" الاختصاصية في الطب النفسي بشرح مفهوم الصداقة والأصدقاء بقولها إنّ: (كلمة صديق تعطي فقط للصديق الحقيقي، أمّا غير الحقيقي فهو لا يندرج تحت كلمة الصداقة، فقد يكون زميل عمل أو زميل دراسة أو غيرها، لكن ليس صديقاً، فالصداقة مأخوذة من الصدق، كما أنّ الصداقة ليست بالكم بل

بالتنوع، إذا كانت هذه الصداقات بالصفات التي ذكرت سابقاً فإن أثرها يكون إيجابياً على الشخص، وبالتالي وجودها يحسّن إنتاجيته، أما إن لم تكن صداقة حقيقية فالتقليل منها أفضل) (خير، 2022)، ولأجل معرفة عدد الأصدقاء الذين تضمّمهم قائمة أصدقاء كل مبحوث قمنا بطرح السؤال رقم (05) عليهم كالتالي: (كم عدد أصدقاؤك على الفيسبوك؟).

من خلال الجدول أوضح (45.3%) من المبحوثين أنّ عدد أصدقاؤهم على الفيسبوك أقل من 100 صديق، وقال (34.7%) أنّ قائمة أصدقاؤهم على فيسبوك تضمّم أكثر من 500 صديق، في حين بيّن (20%) أنّ عدد أصدقاؤهم في الفيسبوك يتراوح ما بين 101 إلى 500 صديق.

منذ تأسيس موقع الفيسبوك في عام 2004 والذي كان عبارة عن صفحة داخلية تضمّم فقط أعضاء جامعة التدريس مع طلبتهم المعروفين بينهم، حيث أنشأت هذه الصفحة في المقام الأول على أساس التواصل مع طلاب جامعة "هارفارد" بالولايات المتحدة الأمريكية، وبعد تطويره إلى موقع إلكتروني أصبح يضمّ عامة الناس وزادت أعداد المسجّلين فيه، وبدأت خدماته في ربط شبكات التواصل والعلاقات الافتراضية بين المستخدمين، الأمر الذي فتح المجال واسعاً أمامهم في إضافة أصدقاء أو قبول طلبات صداقة مرسله إليهم.

وتتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء علاقات صداقة افتراضية، إذ تعتبر خاصية إضافة واستقبال طلبات الصداقة من أهمّ الميزات في موقع التشبيك الاجتماعي الفيسبوك؛ ويلجأ المستخدمون لهذه الميزة لأنّها تسمح لهم بالتواصل مع الأشخاص سواء أقرباء أو زملاء عمل أو أصدقاء واقعيين أو تمّ التعرف عليهم في الموقع فقط، وهذه الميزة بالأساس تمّ تأسيسها لإيجاد نوع من الترابط الاجتماعي الافتراضي بعيداً عن أرض الواقع التي تعبر بالمستخدمين إلى عوالم أخرى مع أشخاص غرباء وحتى معارف ليتواصلوا معهم دون قيود أو حواجز.

وتبيّن نتائج الجدول أنّ أغلبية أفراد العينة لديهم على قائمة الأصدقاء أقل من 100 صديق، ويمكن تفسير ذلك بأنّ هذه الفئة من الطلبة تفضّل التفاعل مع عدد قليل من الأصدقاء نظراً لاحتياجاتها الاجتماعية المحدودة وتبعاً لاختلاف ثقافتهم، لذلك لا يرغبون في إضافة الكثير من الصداقات الافتراضية على حسابهم لقناعتهم بعدم صديقيتها، فهؤلاء لا يسعون إلى التعرف وإنشاء العلاقات والدراسة والتواصل الافتراضي، كما تتحكّم التفضيلات الشخصية في عدد الأصدقاء، إذ يفضلون عدداً قليلاً على قائمتهم، لتجنّب التشويش والضوضاء وكثرة الرسائل، وهذا لضمان التفاعل الجيد معهم.

ويمكن القول بأنّ العِلاقات عبر الشبكات الاجتماعية تتأسس على مبدأين هما: أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي أيضاً، والأشخاص الذي يتبادلون ويشتركون الاهتمامات نفسها التي أهتم بها هم أيضاً أصدقائي؛ فتكوين الصّدقات من أهمّ الممارسات التي يقوم بها مستخدموا شبكة الفيسبوك (لصلح، 2017).

كما يرتبط عدد الأصدقاء في الحقيقة بمدى اهتمام ورغبة المستخدمين في توسيع شبكة معارفهم تعويضاً لشبكة عِقاتهم في الواقع، ضف إلى ذلك أنّ قائمة التحكم بطلبات الصداقة تتيح خيارات الموافقة عليها أو حذفها حسب رغبة أفراد العيّنة بالإبقاء عليهم أو حذفهم من خِلال عملية تنظيف قائمة الأصدقاء، اقتناعاً منهم بعدم جدوى أو فشل في تكوين تلك العِقات عبر الفيسبوك، فالمستخدمون أحرار في توسيع أو تقليص عدد أصدقائهم حسب رغبتهم وحاجتهم إلى التعارف والتواصل مع المجتمع الافتراضي.

ومن منظور اجتماعي تناولت دراسة "سيباستيان فانك" و"روبين دنبر" (Sebastian, Robin Dunbar, Funk) مفهوم "رقم دنبر" والذي يشير إلى العدد الأقصى من الأصدقاء على الفيسبوك، الذين يمكن أن يحافظ عليهم المستخدم ضمن عِقاته الاجتماعية، حيث بيّنت الدراسة أنّه توجد حدود أسمتها بالطبيعية والتي تتّئم مع قدرة الإنسان في الحفاظ على كمية العِقات الاجتماعية القريبة، وتبعاً لذلك تؤثر على عدد الأصدقاء في الفيسبوك، وقد اقترح العالم الاجتماعي "روبين دنبر" كحدّ أقصى رقم (150) شخصاً أو صديقاً افتراضياً، وهو العدد الذي يمكن أن يتذكر فيه الفرد الأسماء والمعلومات الشخصية عن كل صديق في قائمته، كما شرحت الدّراسة العوامل العصبية والاجتماعية التي تتدخل في التحكم بعدد الأصدقاء وفهم كيفية إدارة الأفراد لهم بشكل فعّال، وهي تدخل ضمن معدّل القدرة الاجتماعية للأشخاص، حيث تدخل بعض الخصائص كسّن الأفراد ومستوى الهرمونات وعِقاته بالحاجة إلى التفاعل الاجتماعي، وغيرها من العوامل البيئية التي في تتدخل في انتقاء الأصدقاء (Robin & Sebastian, 2014).

وفي دراسة "سوليفان" و"براديس" أشارت نتائجها أنّ المستجوبين يملكون عدد الأصدقاء بمتوسط حسابي (37.44) صديقاً على حسابهم، وكشفت أنّ (84%) من أصدقاء الفيسبوك جزء من الحياة الواقعية، كما بينت أنّ (27.05%) يتلقون طلبات صداقة من أشخاص غرباء، وفسّرت الدّراسة هذا العدد من الأصدقاء بأنّ أغلبية المستجوبين في المقابلة يرغبون في الاحتفاظ بشبكة عِقات متوازنة بين الأصدقاء في المجتمع الواقعي وبين الأصدقاء في الفيسبوك، ممّا يؤدّي إلى إدارة فعّالة وتحكّم أفضل بعِقاتهم الاجتماعية، دون الحاجة إلى الانغماس في شبكات اجتماعية واسعة قد يصعب إدارتها (Sullivan & Paradise, 2012).

وهذا يعني أنّ قلة عدد الأصدقاء تعكس أهمية العلاقات الاجتماعية ورغبة الأفراد في زيادة موثوقيتهم نظرا لشعورهم بأهميتها، وقد ينتج عنه الحصول على دعم اجتماعي وعاطفي أفضل، والذي يعتبر جزءا مهما من تكوين الرأس المال الاجتماعي.

وتتفق نتيجة الدراسة مع الكثير من الدراسات حيث بيّنت دراسة (عبادة، 2017) أنّ (58%) من طلبة الجامعة لديهم أقل من 100 صديق، وأظهرت دراسة (نومار، 2012) أنّ (64.15%) من الشباب يملكون أقل من 150 صديقا، وهي نسبة تفوق نصف العينة، كما أوضحت دراسة (لصلح، 2017) أن الفئة الغالبة في دراستها هي فئة أقل من 100 صديق بنسبة (47%)، بينما تختلف نتيجة الدراسة مع ما توصلت إليه (عبدش، 2014) التي أكّدت نتائجها أنّ (24.2%) من المبحوثين يملكون من 301 إلى 400 صديقا، بينما (22.6%) لديهم بين 201 و300 صديق، ويملك (21.2%) مبحثا بين 201 و200 صديقا.

ومن جهة أخرى تسعى نسبة من أفراد العينة إلى توسيع شبكة علاقاتها الاجتماعية الافتراضية عبر الفيسبوك في إطار تكوين رأس مال اجتماعي افتراضي، وهذه الرغبة الافتراضية تعكس المرونة التي تتمتع بها هذه الفئة، والتي لا حرج لديها في التعرّف وقبول طلبات الصداقة أو إرسالها، فمن خلال إجابات الطلبة عن الأسئلة المفتوحة لتحديد عدد الأصدقاء قال أغلبيتهم أنّ قائمة أصدقائهم وصلت إلى العدد الأقصى الذي يقبله الفيسبوك، وهو 5000 صديق، وهو عدد ضخم دون إغفال أنّ صفحة الفيسبوك لا تتيح إضافة أو قبول ما يفوق هذا الرقم.

ونفسر ذلك بأنّ أفراد العينة هم جزء من الشباب وينتمون إلى مجتمع طيّبي واسع فهم بحاجة إلى تكوين صداقات وعلاقات افتراضية، تسمح لهم بتوسيع نطاق هذه العلاقات واستغلالها، ومن خلالها يتم إنشاء قاعدة شعبية تمكّنهم من التعرّف بأنفسهم والانفتاح على الأساتذة وزملاء آخرين جدد وضمّهم إلى حساباتهم في الفيسبوك، وهذا حسب حاجتهم إلى من يضيفونهم من الأشخاص، وبالتالي زيادة حجم التفاعل والاتصال الفعّال عبر الفيسبوك نتيجة تنوع أصدقائهم من مختلف الشرائح.

لكنّ الكثير من الأبحاث تؤكد أنّ هناك علاقة ترابطية بين عدد الأصدقاء في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع النفسي، ويتولّد هذا الإشباع من عدد الأصدقاء الذين يولّدون الشعور بالرضا والرفاهية النفسية والدعم النفسي والاجتماعي المدرك، وهذه العلاقة طردية أي كلّما زاد عدد الأصدقاء في حسابات المستخدمين زاد حصولهم على الإشباع الشخصي والنفسي والاندماج المجتمعي الافتراضي، وهذه الإشباعات تنتج من التواصل الفعّال والإيجابي مع مجموعاتهم الداعمة في المواقع الاجتماعية (Ozkaya, Hyun Jung, & LaRose, 2014)، لأنّ هؤلاء الأصدقاء الافتراضيين يمثلون الرأس المال الاجتماعي للأفراد وقاعدة علاقاتهم الاجتماعية.

فقد بينت دراسة أميركية حديثة لـ"راشيل نار" في جامعة فرجينيا الأميركية، حيث جرى رصد (169) شخصا تتراوح أعمارهم ما بين 15 و25 عاما، وتوصلت إلى أنّ إقامة صداقات مع أشخاص أسمتهم بالأوفياء في فترة المراهقة من عمر الإنسان تجنّب التعرّض للقلق الاجتماعي على المدى البعيد، وأشارت إلى أهمية الأصدقاء في مرحلة المراهقة بالنسبة لحياة الأشخاص، وذكرت أنّ مستوى اضطراب القلق الاجتماعي لدى من يملكون قليلا من الأصدقاء الأوفياء أو المميزين، يكون منخفضا على المدى الطويل مقارنة مع غيرهم، وتزداد عندهم الثقة بالنفس مقابل تراجع مستوى الكآبة مع مرور الزمن، ويرى خبراء أنّ إقامة الصداقات في الوقت الراهن هو أمر سهل للغاية في ظل وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، إلا أنهم يؤكدون ضرورة تفضيل العلاقات القويّة والموثوقة قدر المستطاع (الجزيرة و الأناضول، 2017).

فلقد فتحت مواقع التواصل الاجتماعي خيارات كثيرة للمستخدمين بتجميع أو ضمّ عدد كبير من الأصدقاء أو المتابعين لصفحاتهم بحثا عن الرضا والسعادة، لكن هذا الأمر ينعكس على التفاعل الحقيقي مع الأهل والمقربين في المجتمع الحقيقي، ممّا يعطي صورة سلبية عن هذا المستخدم، الذي يقضي أغلب أوقاته مع أصدقاء افتراضيين، غير أنّ الكثير من الأصدقاء الذين يتمّ التعرف عليهم في الفيسبوك عادة ما يتمّ التخلّص منهم أو حذفهم بسرعة، ولا يستمرّ معه سوى عدد محدود، نظرا لتداخل عوامل نفسية واجتماعية عديدة في هذا الأمر.

فقد أجريت دراسة على عيّنة من الشباب الهولندي في مدينة أمستردام من قبل الباحثين "فيلكنبرغ" و"بيتر" (Velkenburg & Peter, 2007)، فأظهرت وجود تأثيرات إيجابية لاستخدام المبحوثين لشبكة الإنترنت أسهمت في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية، إضافة إلى شعورهم بالسعادة من خلال تواصلهم مع بأصدقائهم، والقضاء على الملل وشغل وقت الفراغ من خلال شعورهم بالتسلية والترفيه (سليم، 2019، صفحة 65).

وبدوره يؤكّد استشاري علم الاجتماع الأسري "مفيد سرحان" أنّ تكوين الصداقات حاجة للإنسان في جميع المراحل العمرية وفي جميع الظروف، فكثير من الناس يتباهون بكثرة أصدقائهم وتنوّعهم وهم يشعرون بالسعادة والراحة فأينما يذهبون لهم صداقات، حتى أنّ بعض الأشخاص ممّن تقتضي طبيعة عملهم كثرة السفر والتنقل إذ يحرصون على تكوين صداقات في أكثر من دولة، وهم لا يشعرون بالغبّة.

لذلك يؤكّد (سرحان) أنّ الحرص على زيادة عدد الأصدقاء لا يعني التساهل في مواصفات الصديق، وبلغت إلى أنّ بعض الأشخاص لديهم كثير من المعارف في العمل والحياة وممن يتعاملون معهم، لكن ليس بالضرورة أنهم جميعا أصدقاء (خير، 2022).

ضف إلى ذلك أنّ الكثير من ميزات التفاعل الافتراضي ساعدت أفراد العينة على التعبير بشكل حر، وخلق فرص جديدة في بناء نمط من العادات الواسعة ضمن حيز زمني وجغرافي مفتوح، يتواصلون معهم في أي وقت وفي مختلف أوقات اليوم وعلى مدار أيام الأسبوع مثلما أكدت عليه النتائج السابقة، وهذا الارتباط الافتراضي يعتبر جزءاً مهماً في بناء الهوية الافتراضية لدى المستخدم وبه سوف يحدّد كيفية انتقاءه لأفراد بيته في الفيسبوك من خلال الموافقة والحذف التي سوف نتطرّق إليها في نتائج الجداول فيما بعد، وهذا السلوك هو الأساس التقائي يسمح باختيار وترتيب مجتمع الفيسبوك وفقاً لشروط محدّدة تتحكّم فيها عوامل التفاعل أمام المتابعين لإظهار نوعيّة الأشخاص في قائمتهم، لرسم صورة انطباعية وذهنيّة عن شخصيّتهم الافتراضية، فمن المهمّ جداً أن نعرف كيف ولماذا يضيف أفراد العينة أصدقائهم، ولمن يتوجّهون بالمنشورات على حساباتهم الشخصية.

وما يلاحظ من خلال أغلبية النتائج بشكل عام أنّ أفراد العينة لا مانع لهم من كسب المزيد من الأصدقاء على صفحاتهم للحصول على مزيد من الدعم من خلال الإعجابات والتعليقات والردود، وهذه السمة الإيجابية يستغلها الكثير من الشباب لإثبات أنّ لديهم معارف وشبكة علاقات اجتماعية يؤثرون فيها، وأنّ آرائهم ومنشوراتهم على جدران الفيسبوك تثير النقاشات والتفاعلات، وأنّ هناك أنواعاً من الأصدقاء الموثوقين والمرموقين على صفحاتهم، وبالتالي فإنّ ضمّ الكثير من الأصدقاء ذوي السمعة يعزّز المكانة الاجتماعية لأفراد العينة ويرفع لديهم مستوى الثقة والافتخار بأنفسهم.

غير أنّ هذه المسألة تقودنا إلى الحديث عن النرجسية الرقمية من خلال كثرة الأصدقاء والتظاهر والتفاخر أمام الآخرين بعدد الأشخاص على حساباتهم، وهي ظاهرة خطيرة تؤدّي إلى الإدمان على الاستخدام وترك الشخص في حالة من القلق والضغظ المستمرّ حول ما يدور من نقاش وتفاعل على منشوراته أو صورته وفيديوهات، لأنّها رأس ماله الاجتماعي وسمته الرقمية، التي لم يستطع تكوينها في الواقع الاجتماعي، وسيتم التطرّق إليها لاحقاً.

ومن جهة أخرى يطرح عديد من الباحثين المهتمين بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها استفسارات حول ماهيّة هذه الشبكات خاصة الفيسبوك، الذي كثر مرثادوه، وتعدّدت الدراسات حول مدى تأثيراته السلبية والإيجابية، وهل هذه الشبكة صديقة لنا أم عدوة؟ وهل هي تشكّل ضرورة لنا أم تبقى مجرد وسيلة لقضاء أوقات مسليّة عليها؟، وقد شكّلت هذه التساؤلات انطوفاً لاقتراح نماذج أنواع الصداقات الذين يمكن أن يضيفهم أعضاء الفيسبوك على قائمتهم أو يقترحهم الفيسبوك عليهم.

ولهذا يعتبر "مفيد سرحان" أنّه من الحكمة أن يميّز الشخص من هو الصديق الحقيقي الذي يلجأ إليه، وهذا لا يعيب الآخرين أو يقلل من أهميّتهم، فالصديق الذي يجلب السعادة لصديقه ويفرح عنه همومه لا يأتي بالصدفة أو

لأنه مرتبط معه بـقوة عمل أو جيرة أو قرابة فقط، بل هو نتيجة اختيار وتجربة، فـ يجوز أن تترك الصداقة للصدفة حتى لا يندم الإنسان على صداقاته بعد فوات الأوان (خير، 2022).

ومن المهمّ جدا الإشارة إلى أنّ عدد الأصدقاء يرتبط بمفهوم الانطباعات عبر الفضاء الافتراضي من خـال ما يـحظه ويتابعه الأصدقاء الفيسبوكيون، ويدخل ضمن نطاق الرأس المال الاجتماعي الشخصي، وهو مؤشّر على جودة نمط العـلاقات الافتراضية الظاهرية، ويستخدمها الباحثون في تقديم استنتاجاتهم حول سمات أفراد العينة التي تعزّز الرغبة الاجتماعية، وانطـاقا منها يتمّ تشكيل الانطباعات عن بروفيـلات صفحاتهم وعدد أصدقائهم ومتابعيهم ومستوى جاذبيّتهم، وفي الاتصال الواقعي يكون التواصل اللفظي وجهها لوجه ضروري لإدراك المرغوبية والجاذبية الاجتماعية للأفراد، وهذا ما يؤثّر على تحقيق الانطباعات التي ينتج عنها تكوين الرأس المال الاجتماعي. فقد كشفت دراسات عن سلبيات محتملة لاستخدام الفيسبوك على سبيل المثال، عدد أصدقاء الفيسبوك يرتبط سلبا باحترام الذات والتكيف الأكاديمي، ويرتبط ارتباطاً إيجابياً بالرومانسية والغيرة وعدم الرضا عن العـلاقات، كما أنّ زيادة استخدام الفيسبوك، وعـاقبته بانخفاض في الإدراك والرفاه العاطفي مع مرور الوقت، قد يحدث "حسد الفيسبوك" خاصة عندما يميل الناس إلى المشاركة أكثر تجاربهم إيجابية لبناء شخصيّة جاذبية عبر الإنترنت، حيث تكشف الأدلّة أنّ "حسد الفيسبوك" يتوسط العـلاقة بين مراقبة الفيسبوك والاكتئاب، وقد يشكل "الرضا عن الحياة" تهديدا خفيا أكثر إثارة للحيرة من طرف المستخدمين. (Kim, Siwek, & Wilder, 2017)

جدول (18): يبيّن عدد الأصدقاء عند المبحوثين حسب متغير الجنس

المتغيرات	الذكور		الإناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من 100	34	18.1	147	69.3	181	45.3
من 101 إلى 500	44	23.4	36	17	80	20
أكثر من 500	110	58.5	29	13.7	139	34.8
المجموع	188	100	212	100	400	100

تظهر نتائج الجدول أنّ أغلبية إناث العيّنة لديهم أقلّ من 100 صديق بنسبة (69.3%)، مقارنة بالذكور من نفس الفئة حيث بنسبة (18.1%).

وفي المرتبة الثانية نجد أنّ أغلبية ذكور العينة بنسبة (58.5%) يصرّحون بأنهم يملكون على صفحاتهم في الفيسبوك أكثر من 500 صديق في مقابل الإناث اللواتي جئن بنسبة (13.7%).

وحلّت في المرتبة الثالثة فئة الأصدقاء من 101 إلى 500 حيث عبّر أغلبية ذكور العينة عنها بنسبة (23.4%)، مقارنة بالإناث اللواتي كانت نسبتهنّ (17%).

ويؤكّد اختبار χ^2 وجود فروق إحصائية بين الجنسين حول عدد الأصدقاء في الفيسبوك، فقد جاءت قيمة χ^2 المحسوبة (117.53) أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (05.99) عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة (0.000).

النتيجة	درجة الحرية	مستوى الثقة	كا ² الجدولية	كا ² سوية
<u>دال</u>	02	0.000	05.99	<u>117.53</u>

ومن خلال النتائج يتبيّن أنّ أفراد العينة من الذكور أكثر نشاطا ورغبة في توسيع علاقاتهم الاجتماعية، وحصولهم على الدعم المعنوي من قبل أصدقائهم الافتراضيين، وهذه الرغبة تعبّر عن ميل الكثير من الذكور لاستخدام الفيسبوك، وأنّه أصبح جزءا من حيثيات الحياة اليومية، نظرا لدرجة الحرية لدى الذكور بحرف الإناث، فقيود اجتماعية تعوق أو تحول عن توسيع نطاق معارفهم، ذلك أنّ أغلبية الإناث يتخوّفن من إعطاء حساباتهنّ الشخصية تفاديا لمشاكل المستقبل مع أشخاص غير موثوقين.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في اختلافا ثقافة التواصل بين الجنسين، فالذكور عادة ما يفضلون إضافة عدد أكبر من الأصدقاء بحرف الإناث، ويعود ذلك إلى عدة اعتبارات وعوامل مثل انتفاخ الذكور أكثر على التفاعل الافتراضي والتواصل الاجتماعي، والرغبة في بناء شبكة من الصداقات الافتراضية يبرّرها وجود اهتمامات بالترفيه مع مجموعات افتراضية واسعة كالرياضة والأحداث السياسية وهوايات أخرى، وسوف نتطرّق إلى هذا العنصر في جدول معايير انتقاء الأصدقاء وطبيعة الانتماء إلى الصحفات الفيسبوكية المختلفة.

جدول (19): يبين عدد الأصدقاء عند المبحوثين حسب متغير السن

المجموع الكلي		أكثر من 34		26 – 33		18 – 25		المتغيرات
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
181	45.3	06	26.1	38	36.2	137	50.4	أقل من 100
80	20	01	04.3	17	16.2	62	22.8	من 101 إلى 500
139	34.8	16	69.6	50	47.6	73	26.8	أكثر من 500
400	100	23	100	105	100	272	100	المجموع

تكشف نتائج الجدول أنّ الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة لديها أكثر من 500 صديق بنسبة (69.6%) في مقابل الفئات الأخرى 26 و33 سنة بنسبة (47.6%)، أمّا فئة بين 18 و25 سنة بنسبة (26.8%).

وفي المرتبة الثانية صرّحت الفئة العمرية ما بين 18 و25 سنة أنها تملك أقل من 100 صديق بنسبة (50.4%) مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، الفئة العمرية التي بين 26 و33 سنة بنسبة (36.2%)، وفئة أكثر من 34 سنة بنسبة (26.1%).

وعن الفئة التي تملك بين 101 و500 صديق فنجد نفس الفئة العمرية بين 18 و25 سنة بنسبة (22.8%)، في مقابل الفئات العمرية الأخرى، ثم فئة 26 و33 سنة بنسبة (16.2%)، تليها نسبة (04.3%) للفئة العمرية الأكثر من 34 سنة.

والملاحظ من خلال النتائج أنّ الفئة العمرية بين 18 و25 سنة أكثر ميلاً لتوسيع شبكة علاقاتها الاجتماعية، فهذه الفئة حديثة السن، ويدفعها عنفوان الشباب وطموح المعرفة والرغبة في التعارف وإثبات الذات، فهي كثيرة النشاط والحيوية، ولا تعتبر بقيود معيّنة، ويمكن تفسير هذا السلوك بما يعانيه الكثير من شبابنا من عزلة اجتماعية واقعية ورفض مجتمعي لهذه الفئة، وقد ساعدت في ذلك النظرة التشاؤمية لمرحلة الشباب من قبل الآباء والمحيطين بهم، ما يجعل الحاجة إلى تكوين علاقات اجتماعية أخرى لاكتشاف العالم خارج أسوار الواقع.

ويؤكّد اختبار كاي² أنّ هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية، حيث تظهر قيمة كاي² المحسوبة (27.913) أكبر من قيمة كاي² الجدولية (09.49) عند درجة حرية 04 ومستوى ثقة (0.000).

النتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوبة
<u>دال</u>	09.49	0.000	04	<u>27.913</u>

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في أنّ الفئة العمرية 18-25 خاصة الطلبة الجدد في الجامعة، إذ بعد نجاحهم في البكالوريا هم بحاجة إلى كسب المزيد من المعارف والأصدقاء، ويحسّون بذلك بالانتماء إلى مجتمع طلابي جديد يمدّهم بقيمتهم المعنوية، لتعزيز شخصيتهم التي كان ينظر إليها على أنهم فتیان صغار، فوجدوا في الفيسبوك بيئة رقميّة تساعد على تشكيل مجتمعهم الافتراضي الجديد بأشخاص جدد ومعارف أكثر انفتاحا واختلافا، وينظر أيضا إلى هذه الفئة العمرية أنّها تتمتع بالحيوية والنشاط والاندفاع، وتريد كسب المزيد من المعارف بغرض تغيير الوضع عمّا كانوا عليه قبل الجامعة، وهذا لأجل التباهي والمفاخرة بأنهم استطاعوا تحقيق التعارف عبر حسابهم في الفيسبوك، وهو ما يعزّز شعورهم بالانتماء والرضا عن حياتهم من خلال تفاعل والاندماج، وهو ما سيتم التطرق إليه من خلال تحليل الجداول اللاحقة.

وفي نفس السياق أجرى باحثون من تركيا بجامعة أنقرة دراسة لفهم العلاقة بين عدد الأصدقاء على الفيسبوك والعمر، وسبب تغيّر عدد الأصدقاء مع تقدّم السن، وأظهرت النتائج تباينا في عدد الأصدقاء بين مختلف

الأعمار، فقد وجدت الدراسة أنّ المستخدمين الأصغر سنًا لهم عدد أكبر من الأصدقاء، ومن جهة أخرى لاحظ الباحثون تزايداً تدريجياً في عدد الأصدقاء مع التقدّم في العمر ولكن بوتيرة أقلّ وأبطأ، وعن سبب ذلك بيّنت الدراسة أنّ هناك عدّة عوامل تؤثر على زيادة أو انخفاض عدد الأصدقاء مثل الهدف من استخدام الفيسبوك ونوع النشاط الاجتماعي للمستخدمين وتفضيلهم الشخصية، وكذا طبيعة العلاقات الاجتماعية التي يملكونها فعلاً في الواقع أو عبر الفيسبوك. (Deniz, Hasan, & Abdurrahman, 2011).

كما بيّنت دراسة "فاطمة سالم" أنّ هناك علاقة إيجابية بين عدد الأصدقاء في مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل الداعم وبين الشعور بالرضا عن الحياة والشعور بالاندماج ممّا يعني أنّه كلّما زاد عدد الأصدقاء زاد شعور الفرد بالرضا عن الحياة والشعور بالاندماج في المجتمع، وأشارت الدراسة إلى أنّه كلّما تواصل الفرد بشكل إيجابي مع جماعات داعمة كلّما زاد شعوره بالرضا عن الحياة (سالم، 2019).

جدول (20): بيّن طبيعة الأصدقاء لدى أفراد العينة

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
أصدقاء من الواقع الاجتماعي	258	64.5
أصدقاء افتراضيين	114	28.5
الإثنين معا	28	07
المجموع	400	100

لم تقتصر التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيات الإنترنت، والتي ألقت بظلالها على العلاقات الاجتماعية على طبيعتها وبنياتها وخصائصها فحسب، بل أدت إلى تغيير كبير على مستوى المفاهيم المرتبطة بها، إذ وضعت شبكة الفيسبوك مفهوماً آخر لمصطلح صديق أو الصداقة، وأدرجتها كلفظ يليق بالعلاقات الاجتماعية الافتراضية المتنوّعة؛ كالأبوة والأخوة والصداقة والزمانة، فكلّ هؤلاء الأصناف يتمّ التعامل معهم بمعنى "صديق"، ضف إلى ذلك التحولات المفاهيمية في اللغة الإنجليزية من خلال توليد فعل (Freinding)، الذي جيء به لرسم الحدود بين الصداقات الافتراضية عبر الفيسبوك وصداقات العالم الحقيقي (غمشي، 2018، صفحة 200)، لأجل ذلك وسعياً منّا لمعرفة نوع الأصدقاء الذين يفضّل أفراد العينة التواصل معهم طرحنا عليهم السؤال رقم (06) كالتالي: (ما طبيعة انتماء الأصدقاء الذين تتواصل معهم عبر الفيسبوك؟).

أكّد (64.5%) من المبحوثين أنّهم يتواصلون مع أصدقائهم الحقيقيين أو من الواقع الاجتماعي الحقيقي، بينما أوضح (28.5%) أنّهم يتواصلون عبر صفحاتهم في الفيسبوك مع أصدقاء افتراضيين، في حين قال (07%) من أفراد العينة أنّهم يتواصلون مع أصدقائهم من خلال المجتمعات (الحقيقي والافتراضي).

لقد سمح الاندماج والتفاعل مع موقع الفيسبوك بدخول أفراد العينة في عناق افتراضية، ويعكس نوع العناق القائمة مدى ثقتهم بأصدقائهم الافتراضيين أو بأصدقائهم الواقعيين، وقد يعتبر البعض أنّ العناق تتشكل أساساً انطلاقاً من تأثير وسيلة الاتصال، ويرون أنّ الفيسبوك هو منطلق هذه العناق الافتراضية، فطبيعة تواصل أفراد العينة تتأسس ابتداءً من اختيارهم لنوع الأصدقاء الذين يفضلون إقامة تواصل وبناء عناق اجتماعية معهم، وهو ما يحدد شكل وطبيعة قائمة أصدقائهم على الفيسبوك، فهم لا يريدون غيرهم للتواصل والحديث والردشة والتفاعل معهم، لأنهم ينتمون إلى مجتمع - افتراضي وحقيقي - ديناميكي يميّز بالتفاعل والحركة الدائمة.

ولكي تتضح لنا ميول أفراد العينة نحو رغبتهم في توسيع أو تأسيس عناق اجتماعية فإنّ الخيارات المتاحة لهم سوف تكشف لنا عن مدى حرصهم في الدخول إلى الفيسبوك بغرض التواصل الفعّال مع أعضاء صفحتهم ونوع العناق التي ينوون الدخول فيها ويحرصون على بقائها أو دوامها.

فمن خلال النتائج تبين لنا أنّ أفراد العينة وبأغلبية كبيرة بنسبة (64.5%) لهم أصدقاء من الواقع الاجتماعي، وهذه الفئة تتصل فقط بأصدقائهم الذين لهم عناق سابقة بهم في العائلة أو الأقارب أو جيران الحي أو المدرسة والجامعة ورفقاء الواقع المختلفين، فهم لا يرغبون في إضافة أصدقاء افتراضيين على الفيسبوك، وليس لديهم نية في التعرف أو الدخول مع غيرهم في عناق اجتماعية، ومن خلال تجارب الطلبة السابقة ومقدار الثقة التي تحلّوا بها يمكن لهم اتخاذ القرار، وذلك بالنظر إلى انتكاستهم فهم مجبرون على تجديد عناقهم السابقة من خلال إضافة أصدقاء من المجتمع الواقعي فقط، ولأجل ذلك فإنّ تحقيق الاتصال الافتراضي مع فئة معيّنة ترغب أفراد العينة في الاندماج معهم يبيّن لنا جلياً إن كان الطلبة يتواصلون عبر الفيسبوك مع أصدقاء حقيقيين لهم سابق معرفة في المجتمع الحقيقي، ويدل هذا على أنّ لهم تفضيلات وأولوية على أصدقاء افتراضيين، وأنّ العناق الافتراضية لا تمثّل لهم أهمية كبيرة وتأثيراً على حياتهم.

فمن منظور نظرية الاستخدامات والإشباع فإن موقع الفيسبوك يعدّ وسيطاً هاماً لتحقيق إشباع اجتماعية ونفسية مهمّة تدرج ضمن التفاعل والثقة المتبادلة والانتماء الافتراضي، وهو ما تقرّه نظرية التفاعلية الرمزية والتي تؤكد بأنّ العناق التي تتشكل عبر الفيسبوك تبنى على جملة المعاني المشتركة والرموز الاجتماعية المتعارف عليها، ويعززها التفاعل المستمر الذي يعكس مرونة وديناميكيات المجتمعات الافتراضية والحقيقية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبادة، 2017) التي أظهرت أنّ (89%) أي أغلبية الطلبة يفضلون إقامة عناق اجتماعية مع أصدقاء خارج استخدام موقع الفيسبوك، بينما يفضل (11%) فقط إقامة عناق اجتماعية عبر استخدام موقع الفيسبوك، كما أظهرت دراسة "ماهر الضبع" أنّ أغلبية أفراد العينة يتواصلون مع نسبة كبيرة من

المجتمع الواقعي عبر العـقـدات الافتراضية، حيث جاء الأقارب بنسبة (30%) ثم الأصدقاء الحقيقيون في الواقع بنسبة (26.5)، يليهم الأصدقاء الذين تعرّفوا عليهم عبر الإنترنت بنسبة (24.1%)، ثم زملاء الدراسة (19.1%) (الضبع، 2017/1436)، كما بيّنت دراسة "نرمين خضر" بأنّ (76.5%) من أفراد العينة يفضلون إقامة عـقـدات الصداقة مع أصدقاء خارج الفيسبوك؛ أي العـقـدات الواقعية السابقة، لأنهم يعتبرون العـقـدات خارج الموقع أقوى من العـقـدات داخله، بالإضافة إلى وجود الاتصال وجها لوجه دون وسيط ولأنهم يتقنون في أصحاب هذه العـقـدات أكثر من هؤلاء الذين على الموقع (خضر ن.، 2009، صفحة 937).

كما تظهر النتائج رغبة وحرص أفراد العينة على التواصل مع أصدقاء افتراضيين، وهذا من قبيل نيتهم في إقامة عـقـدات افتراضية على حساب العـقـدات الواقعية، فالتعارف المبدئي وتصقح أفراد العينة لصفحات أصدقائهم الافتراضيين سيعطي صورة انطباعية عن ثقافة وعقلية هؤلاء الأصدقاء ومدى انسجامهم مع شخصيتهم، وبالتالي يعطي لهم انطباعاً أولياً يدفعهم لمغامرة الدخول في عـقـدات معهم لا يحدّها زمان ولا مكان.

وتعكس هذه النتائج طبيعة موقع الفيسبوك الذي أصبح وسيلة اتصال هامة لدى شريحة واسعة، تستخدمه للتواصل مع أصدقائهم المتواجدين في مناطق مختلفة ويصعب الاجتماع بهم كل مرة نظراً لظروف العمل أو الدراسة أو انتقلوا إلى مكان آخر، حيث يسعى الأفراد إلى الحفاظ على عـقـداتهم رغم بعد المكان والزمان، ولذلك فإن استخدام الفيسبوك هو لتجديد العـقـدات السابقة والابقاء على التواصل الافتراضي الفوري، حتى لو بعد انتهاء الموسم الدراسي أو بعد المكان، وهذا أصل وجود وإنشاء الفيسبوك في البداية من طرف طـبـق جامعة هارفارد، فأفراد العينة يستخدمون الفيسبوك للتواصل مع أقاربهم البعيدين عنهم، خاصة في أوقات المناسبات والمعايدات، إذ يكتفون بالاتصال والتواصل عوض الزيارات العائلية التي تأخذ وقتاً طويلاً في التنقل خاصة في أول أيام الأعياد، فيكتفون فقط بالرسائل الكتابية أو المحادثات الصوتية أو المرئية، ولكن رغم الاستفادة من مزايا وخدمات الفيسبوك إلا أنه لا يعوّض الاتصال الحقيقي المباشر، الذي يزيد العـقـدات الاجتماعية الحقيقية متانة واستمرارية.

ومن جهة أخرى بيّنت نتائج الجدول أنّ أفراد العينة يتواصلون مع أصدقائهم الافتراضيين بنسبة (28.5%)، وهذه الفئة استطاعت من خلال الفيسبوك الدخول في عـقـدات اجتماعية افتراضية، لتوسيع معارفها مع أشخاص لم تربطهم معها أية عـقـدات خارج موقع الفيسبوك، بل استغلّت خدمات الموقع الذي يتيح الاتصال عن بعد، ويتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، وينظر البعض إلى أنّ الطلبة في هذه المرحلة بحاجة إلى تكثيف روابط اجتماعية وتشكيل أطراف آخرين من المجتمع الافتراضي للتباهي بهم لإثبات الذات وتحقيق إشباع شخصي ونفسي، ويمكن

القول أنّ هذه الفئة نجحت في تأسيس الرأس المال الاجتماعي الافتراضي، وله أسبابه ودوافعه المتعدّدة، وهو ما سيظهر لنا وتكشفه النتائج المتعلقة بمعايير اختيار أفراد العينة لأصدقائهم.

كما تكشف لنا النتائج أنّ (07%) فقط من أفراد العينة يتواصلون مع أصدقائهم من كلاً المجتمعين، فهم يقيمون توازناً بين عوّقائهم مع أصدقائهم الحقيقيين ومع أصدقائهم في المجتمع الافتراضي، وهذه الفئة لا ترغب في الدخول في عوّقات اجتماعية واسعة، وتبقي استخدامها للفيسبوك لأغراض أخرى لإشباع دوافع وحاجيات دراسية أو معرفية فقط، دون تعمق في هذه العوّقات وتحوّلها إلى عوّقات جادة وحقيقية، وهو ما يدلّ بأنّ هناك وعياً لدى هذه الشريحة في التفاعل مع أعضاء شبكتهم الاجتماعية الموجودة في قائمة الأصدقاء على الفيسبوك.

وحسب طرح "بيير بورديو" فإنّ مستخدمي الفيسبوك يكوّنون الرأس المال الاجتماعي في صورة عوّقات اجتماعية افتراضية، لكنّ هذه العوّقات يجب أن تكون على أتمّ الجاهزية لأجل تحقيق أهداف الفاعل سواء كانوا أعضاء صفحة افتراضية في الفيسبوك أو مجرد مستخدمي باحثين عن تكوين عوّقات افتراضية تعويضا لما افتقدوه في واقعهم، ومن جهة أخرى فإنّ هذه النتائج تطرح مسألة هامة حول طبيعة الشخصية المستخدمة للفيسبوك، والتي تحدّد ابتداءً إلى أيّ المجتمعات يكون التواصل أكثر لبناء الرأس المال الاجتماعي المرين.

ومن هذا المنطق تؤكّد العديد من أبحاث الاتصال أنّ لجوء الأفراد إلى تبني نوعية الأصدقاء الذين تكون بينهم محاكاة اجتماعية واقعية يكون حسب شخصية المستخدم، إذ تمّ تحديد ثلاثة أنواع للشخصية: (عبد الفتاح ع.، 2009، صفحة 23).

1- المنغلقون (الإنطوائيون) (Introverts): وهم الأفراد الذين يشعرون بعدم الراحة أو الإزعاج عند التواصل مع آخرين وجها لوجه، ويشعرون دائماً بالوحدة والعزلة، ويفضّلون البقاء بمفردهم في معظم الأحيان، ويخفون ضعفهم وخجلهم خلف شاشة الإنترنت، وعوّقائهم بالأفراد الذين يتواصلون معهم عبر الإنترنت أقوى بكثير من عوّقائهم بالأفراد الذين يحيطون بهم، ومعدّل استخدامهم لوسائل الاتصال الشخصي كالاتقاء وجها لوجه أو التحدّث في التلفون محدود.

2- المنفتحون اجتماعيون (Extroverts): وهم الأفراد الذين يرغبون بشكل دائم ومستمرّ في التحدّث مع الآخرين وتوسيع دائرة عوّقائهم الاجتماعية والتعرّف بأشخاص جدد، ويفضّلون دائماً التواجد وسط جماعة، ويميلون إلى مشاركة أفراد الجماعات المحيطة بهم في جميع الأحداث التي يمتّون بها، وقد أتاحت لهم الإنترنت كوسيط اتصال الفرصة لزيادة عوّقائهم الاجتماعية والحصول على المزيد من الأصدقاء.

3- المعتدلون (Neutrals): وهم الأفراد الذي تمتاز عـقـاقـهم الاجتماعية باعتدال، أيّ الشّخصيات الوسط بين المنغلقين والاجتماعيين، ويستخدمون الإنترنت كوسيط اتصالي بشكل يتّسم بالاعتدال. ويؤكّد الباحث أن المبحوثين أمامهم العديد من الخيارات التي تعكس مستوى الثقة والاعتمادية، أين يعرف الأصدقاء بعضهم بعضاً، سواء في التفاعلات الافتراضية أو المقابلات الحقيقية، وهو ما يجعل من الصّعب عليهم خلق درجة من الثقة في الفيسبوك بخلاف الواقع، الذي يتيح التعرف بشكل أعمق، وينتج لهم روابط اجتماعية دائمة، وهو ما يعكس يقظة هذه الفئة من الطلبة في تقدير العلاقات الاجتماعية الحقيقية المباشرة.

جدول (21): يبيّن طبيعة الأصدقاء لدى أفراد العينة حسب متغيري السن والجنس

المتغيرات	الذكور						الإناث							
	25-18		33-26		أكثر من 34		25-18		33-26		أكثر من 34			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
أصدقاء من الواقع الاجتماعي	62	67	65.6	42	37.5	06	67.1	110	68.3	28	71.4	05	64.5	258
أصدقاء افتراضيين	28.1	31	28.7	18	43.8	07	28.6	47	24.1	10	14.3	01	28.5	114
الإثنين معا	09.3	10	06.3	04	18.8	03	04.3	07	07.3	03	14.3	01	07	28
المجموع	100	108	100	64	100	16	100	164	100	41	100	07	100	400

تظهر النتائج المتعلقة بطبيعة أصدقاء أفراد العينة عند متغيري الجنس والسن، أنّه لا توجد اختلافات جوهرية كبيرة، حيث أنّ الإناث في فئة 25-18 بنسبة (67.1%)، و 33-26 بنسبة (68.3%)، وفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (71.4%) لهم أصدقاء من الواقع الاجتماعي، في مقابل الذكور من فئة 25-18 بنسبة (62%)، و 33-26 بنسبة (65.6%)، وفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (37.5%). كما أظهرت النتائج أنّ الذكور في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (43.8%) يتواصلون مع أصدقاء افتراضيين، يليها فئة 25-18 سنة بنسبة (28.7%)، ثمّ فئة 33-26 بنسبة (28.1%)، مقارنة بالإناث اللواتي يتواصلن

مع أصدقاء افتراضيين في فئة 18-25 بنسبة (28.7%)، ثم فئة 26-33 بنسبة (24.4%)، يليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (14.3%).

وأوضحت النتائج أيضا أنّ الذكور أفراد العينة لهم ميل في التواصل مع الأصدقاء الواقعيين والافتراضيين معا في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (18.8%)، يليها فئة 18-25 بنسبة (9.3%)، ثمّ فئة 26-33 بنسبة (6.3%)، مقارنة بإنثاء العينة في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (14.3%)، تليها فئة 26-33 بنسبة (7.3%)، ثمّ فئة 18-25 بنسبة (4.3%).

وتعكس هذه النتائج حالة من التنوع في أنماط علاقات الصداقة الفيسبوكية، ويرى الباحث أنّ هذه النتائج يمكن تفسيرها بالعودة إلى طبيعة الاحتياجات الاجتماعية والثقافية والميول والرغبات المختلفة تبعا لاختلاف الأنماط الاجتماعية لأفراد العينة والتي تحدّد في الأخير تفضيلهم مع من يتفاعلون أكثر، كما تنعكس أولويات الأشخاص على طبيعة الانتماء الافتراضي، إذ يفضّل بعض الأفراد التواصل مع عائلاتهم وأصدقائهم الواقعيين، بينما يجنّب آخرون تعزيز التفاعل مع الأصدقاء الافتراضيين، ويمكن أن يؤثّر البعد الجغرافي على طبيعة الأصدقاء حيث يصعب في ظل الاعتماد على الصداقات الافتراضية في بعض المرات الاحتفاظ بالصداقات الواقعية.

فقد ذكرت "داليا عاصم" الباحثة في علم الاجتماع الافتراضي أنّه: (مع التحولات المتسارعة في عالم التواصل الاجتماعي أصبحت العلاقات الاجتماعية أكثر ثراءً وتنوعاً، خاصة وأنّها يمكن أن تحدث في أيّ وقت ودون قيود بعكس الزيارات واللقاءات العائلية) (جعود، 2021، صفحة 136).

وعلى العموم تعكس هذه النتائج المرنة التي يتمتّع بها طلبة كلية العلوم التكنولوجية في خلق فضاء تواصلية مزدوج بين أصدقاء من العالم الافتراضي وأصدقاء موجودين أصلاً في الواقع، من المعارف والأقارب الزملاء وغيرهم، ممّا يعطي الانطباع بأن منصة الفيسبوك تتيح للطلبة أفضل الخيارات في نسج وبناء علاقات اجتماعية افتراضية وتعزيز العلاقات الواقعية.

وعلى العموم تؤكد النتائج على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تشكيل علاقات اجتماعية مختلفة، فقد توصّلت دراسة (دراحي، 2020) إلى أنّ أكثر من نصف عينة طلبة الجامعة بنسبة (60%) أكّدوا أنّ عدد أصدقائهم الواقعيين أكثر من أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما أشارت الدراسة أنّ (40%) يتواصلون مع أصدقاء افتراضيين أكثر من الأصدقاء الحقيقيين الذين يعرفونهم من خلال الاتصال المباشر.

وفي هذا الاتجاه طرح كل من الكاتبة الألمانية "إلينا زنغر" و"خالد الكوطيط" قائمة بأنواع الأصدقاء الذين قد تحتويهم قائمة الفيسبوك، من خلال مقال نشر عبر "موقع دويتشه فيله" (DW) بعنوان (أطلعني على موقعك

بالفيسبوك أقول لك من أنت!)، فقد تعددت أصناف ونماذج مستخدمو موقع الفيسبوك إلى عدة نماذج، وبالعودة إلى السؤال الأساسي من هم مستخدمو الفيسبوك؟ ومن هم مرتادوا هذه الشبكة المثيرة للجدل؟، وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟، حيث توقّف الكاتبان أمام ثمانية نماذج من زوّار أو أصدقاء الفيسبوك والمشاركين فيه، وقاما باستعراضهم كما يلي: (زنغر و الكوطيط، 2010)

النموذج الأول؛ المتخفي: وهو يشير إلى المستخدمين الذين يكتفون بالتسجيل دون صورة، أو يدعون أصدقاء وضع معلوماتهم الشخصية، فحسب الكاتبان: (هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالحدّ لحظة والإطّاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين، ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما، أو يعيشون طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة - يكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم - لكن التجربة أظهرت أنّ خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق، إذا ما أخذت بعض التعليقات غير الثقة التي يكتبها البعض بعين الاعتبار).

النموذج الثاني؛ رفيق المدرسة: يشير إلى الذين انقطعت أخبارهم وفقد التواصل بينهم، ويرى الكاتبان من خلال عبارة "لم نلتقي منذ وقت طويل" أنّ (هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا أنّهم زملاء من أيام المدرسة، وهي رسالة تثير فضولا كبيرا عمّا أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء).

النموذج الثالث؛ الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: في السابق كان المرء يلجأ إلى موقع البحث "غوغل" إذا ما أراد معرفة أخبار الآخرين، أما الآن فقد أصبح التجسس على صفحات الفيسبوك وسيلة أكثر فعالية. فموضوع الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة هم أصدقاء غير المريحين؛ فكل المعلومات حول مكان العطلة السابقة، أو الحالة الاجتماعية الحالية قد تثير مشاعر قديمة/جديدة، خاصة إذا رافق خيانة الحالة الاجتماعية رمز القلب الأحمر، الإشكالية الأخرى هي كون الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة غالبا ما يظهر في صور الأصدقاء الآخرين، بشكل لا يمكن تفاديه، فإسبيل لمحو أثره من الشبكة ومن ثم من الذاكرة إلا من خلال شطبه من لائحة الأصدقاء وشطبه أصدقائه أيضا.

النموذج الرابع؛ الأبوين: غالبا ما يجهلون ما هو الفيسبوك، أو لا يرغبون في فهم مغزاه، كما أنّهم ينظرون إلى كلّ نشاطات أطفالهم في الشبكة العنكبوتية وكأنّها فضائح لا قرين لها، كلّ ذلك لم يكن ليحصل في الماضي، حيث كان كل شيء على ما يرام، أي في سنوات الثمانينات، آنذاك خرج هذا الجيل؛ أي جيل الآباء إلى الشوارع للتظاهر من أجل احترام الدولة للحرمة الشخصية للأفراد أمّا الجيل الجديد فإسبيل يعطى أي نوع من

المعلومات، حتى بدون طلب، إنّ الفيسبوك يبقى بالنسبة لجيل الآباء اختراعاً مشتبهاً فيه، لذا لا يملكون صفحات شخصية فيه، لكن في بعض الحالات يقومون بتسجيل أنفسهم لطلب الصداقة من أبنائهم، الذين يؤسسون مجموعات يطلقون عليها إسم: "دعونا نقصي الآباء من الفيسبوك."

النموذج الخامس؛ المدير: هذا هو النموذج الوحيد الذي يستخدم الفيسبوك لأهداف مهنية، ليجعل الشبكة الاجتماعية مكاناً غير رسمي لقضاء أشغاله، ربما تعرف على فيسبوك في دورة تدريبية خاصة بالمدرّاء، حيث أخبره أحد ما أنّ الحياة الحقيقية ستدور هناك في المستقبل، وعندما يفتح صفحته الشخصية يدعو كلّ زملائه ليكونوا أصدقاء له، دعوة يصعب على العاملين لديه رفضها، وهذا ما يستغله نموذج المدير لمراقبتهم، لكن نموذج المدير يستغل الشبكة أيضاً حين يدعو رؤساءه، ليظهر لهم مدى إدراكه لوسائل الاتصال الحديثة، وأنه عامل دؤوب لأنه ينشر اهتمامه بعمله على الحائط، حتى في أوقات الفراغ.

النموذج السادس؛ القريب: يرى الكاتبان في هذا النموذج أنّه لا داعي لمكالمة القريب البعيد لمعرفة كيف حاله. فالخبر يمكن قراءته على الفيسبوك، ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها، فالفيسبوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم.

النموذج السابع؛ الأصدقاء الحقيقيون: وهذا بصرف النظر إن تم إضافتهم في العالم الافتراضي أو لا، ويرى الكاتبان أنّ الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه من منذ وقت طويل؛ في هذه الحالة لا يحتاج المرء إلى الفيسبوك للحفاظ على الصداقة، لكن ضمّ هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيسبوك هو أمر طبيعي، على الرغم من قلّة أو عدم أهميّة ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.

النموذج الثامن؛ النموذج الطبيعي: الذي يمثل الجماهرة الكبيرة من مرتادي الفيسبوك المكونة من العلماء والخبراء والباحثين والكتاب والأدباء والفنانين والصحفيين وأساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين، الذين يسهمون دائماً بأفكارهم وإنجازاتهم العلمية والثقافية، جوانب ليست بالقليلة من الحضارة الإنسانية، ويسهمون بثقافة التعايش والتسامح والحوار، ويقدمون خدمة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخير البشرية (المنصور، 2012، صفحة 90)، وعموماً فإنّ الملاحظ من النتائج أنّه لا توجد اختبارات لدى أفراد العيّنة، حيث تظهر اختبار χ^2 أن قيمة χ^2 المحسوبة (10.57) أقل من قيمة χ^2 الجدولية (18.31) عند مستوى ثقة (0.390) ودرجة حرية 10 وهو ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغيري الجنس والسّن.

نتيجة	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² سوية
غير دال	0.390	10	10.57
	18.31		

وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة "ماهر الضبع" التي أظهرت وجود اختلافاً بين الجنسين حول أكثر الأشخاص الذين يتواصلون معهم، حيث مثلت الفئة الأكبر الذين تتواصل معهم الإناث من الأقارب الواقعيين، في حين أن الذكور يفضلون التواصل مع الأصدقاء الذين تعرّفوا عليهم في الإنترنت (الضبع، 2017/1436).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ المبحوثين يتفوقون بأولوية إقامة علاقات اجتماعية مع العالم الحقيقي أكثر من أصدقاء الفيسبوك، وقد يعود ذلك إلى عدة أسباب كالثقة والشعور بالراحة والرضا وكذا الاستفادة من التجارب السلبية السابقة التي خاضوها ضمن علاقاتهم الاجتماعية، وكذا درجة الإشباع التي يحصلون عليها والتي تختلف بين العالمين الواقعي والافتراضي، وهذا تبعا لاختلاف احتياجاتهم وميولهم مثلما ذكرنا سابقا.

فقد كشفت دراسة حديثة لأستاذ علم النفس التنموي "ميشايل جلور" من جامعة (بيلفيلد) الألمانية أنّ أصدقاء الشبكات الاجتماعية لا يصلون إلى مرتبة أصدقاء الواقع عند الأطفال والشباب، وأنّ التواصل مع رفاق العالم الواقعي أفضل بكثير ممّا يحدث مع الأصدقاء الافتراضيين، كما يحتل الأصدقاء في العالم الواقعي مكانة أكبر عند الأطفال والشباب بخلاف أصدقاء العالم الافتراضي، وقد أرجع جلور سبب أهمية أصدقاء العالم الواقعي إلى أنّ الإنسان يحسّ بالقرب منهم، بينما لا يعتريه الإحساس ذاته فيما يتعلّق بالأصدقاء الافتراضيين، خاصة وأنّ تعبيرات الوجه تساعد كذلك على التواصل والتّفاهم وهو ما لا يحدث بالمستوى نفسه في التّواصل الافتراضي (www.dw.com, 2014)

جدول (22): يبين معايير وشروط اختيار وإضافة المبحوثين لأصدقائهم في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
نوع الجنس	95	13.1
البلد	55	07.6
اللغة	54	07.4
الديانة	66	09.1
المستوى الثقافي	92	12.7
اهتمام المشترك	66	09.1
علاقات سابقة	109	15
منشورات الفيسبوك	41	05.7
صورة البروفايل	23	03.2
يوجد معيار محدد	124	17.1
إجمالي الإجابات	725	100

يسعى مستخدمو الفيسبوك إلى بناء عـقـات اجتماعية مختلفة تشبع حاجاتهم، لذلك ينتقي الأفراد أصدقائهم بعناية حسب معايير متنوّعة تعطي الصبغة الوظيفية للتواصل الافتراضي التي يبنى عليه استخدام للفيسبوك، فوجود قائمة من الأصدقاء الافتراضيين التي يتيحها كل حساب في الفيسبوك، دليل على الدور الأساسي لهذا الفضاء في ربط عدد كبير من الناس في شكل شبكات تعارف بشرية تكتسب أهميتها من خـلـ وعي المستخدم في الانتقاء. ويهدف معرفة كيف ينتقي أفراد العينة أصدقائهم في الفيسبوك في إطار نسج عـقـاتهم الاجتماعية، تم طرح السؤال رقم (07) عليهم كالتالي عليهم: (على أيّ أساس تختار أصدقائك في الفيسبوك؟).

من خـلـ فحص الجدول جاءت النتائج كالتالي: أكبر نسبة من المبحوثين أوضحوا أنّه لا يوجد لديهم معيار محدّد لاختيار أصدقائهم على الفيسبوك بلغت (17.1%)، بينما يختار (15%) أصدقائهم حسب معيار العـقـات الاجتماعية السابقة، و(13.3%) حسب نوع الجنس، و(12.6%) على أساس المستوى الثقافي، و(9.4%) على أساس الديانة والاهتمام المشترك، ويختار (7.6%) أصدقائهم على أساس الديانة، و(7.4%) على أساس اللغة، و(5.3%) حسب المنشورات، و(3.2%) يختارون أصدقائهم من خـلـ إعجابهم صورة البروفيل.

مرة أخرى يثبت أفراد العينة جدوى التواصل الواعي، فأغلبية المبحوثين بنسبة (16.6%) يؤكّدون أنه لا توجد لديهم معايير واضحة أو محدّدة في عملية الانتقاء، فاختيار الأصدقاء لا يحتكم على شروط واضحة بل هي معايير متداخلة متشعبة، لأنّ الدّات الافتراضية تفضل الإبحار بحرية دون قيود، فهؤلاء الأصدقاء هم سلسلة من رموز افتراضيين لم يختبرهم المبحوثون بعد، ولكنّ السعي الجادّ لربط عـقـات معهم يعطي صورة واقعية لنمط العـقـات الاجتماعية السائدة، فيدفعهم إلى البحث عن ملء قائمة من الخيارات المتناسقة، وقد يؤدّي هذا المنحى بأفراد العينة إلى الاغتراب الافتراضي فيدفعهم إلى حالة من الانفصال الاجتماعي والتّفسي.

إنّ هذه النتائج تقودنا إلى محاولة فهم واستيعاب درجة الوعي السائدة لدى أغلبية الطلبة في انتقاء أصدقائهم، حيث لا تحتكم معايير التّصنيف على الاعتباريّة أو ميول عشوائية، وبالتالي اختيار الأصدقاء وفق معايير يفسّر لنا ترتيب الاهتمامات كأولية مسبقة لتحقيق الإشباع التي يسعون إليها، ويتّضح لنا الهدف الذي حدّده المستخدمون للفيسبوك حسب وظائف وسائل الاتّصال المتعارف عليها، كالتثقيف والأخبار وزيادة المعرفة وبناء عـقـات اجتماعية على نطاق واسع، استفادةً من ميزة الحرية المتاحة وبفضل عالميّة موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

فلقد وصف عالم الاتصال "دينيس ماكويل" الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال بأنها تخلق حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام، حيث يسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام وتنحصر هذه الوظائف فيما يلي: (المشاقبة، 2013، صفحة 113)

- الوظيفة الإعلامية: وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.
- تحديد الهوية: وتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية والتواجد مع الآخرين.
- التفاعل الاجتماعي: وتتركز هذه الوظيفة على حاجة الفرد للانتماء والحوار والتواصل مع الآخرين.
- الترفيه: وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات والخلود للراحة وملتء الفراغ.

ولعل هذا ما يطرح لدينا تساؤلاً عن جدوى التواصل الافتراضي الذي يحقق أكبر قدر من الرضا عن الحاجات الاجتماعية، فنستطيع من خلاله الحكم على العلاقات الاجتماعية، وقد نتساءل عن طبيعة هذه المعايير، وكيف نحكم عليها وتقنعنا بدوافع مختلفة تلبي إشباعاً غير مفهومة إلا إذا تم وصلها عبر تفسيرات اجتماعية ونفسية وثقافية قد تبيننا عن استفسارات متعددة نطرحها باستغراب؛ فهل هذه العلاقات الافتراضية المكتشفة امتداد لعلاقات اجتماعية واقعية؟ أم هو شكل جديد من التغيير الاجتماعي ينابي ثقافة التعارف وقواعد بناءها؟، وهو ما يجلبنا إلى رغبة الذات الافتراضية الغامضة المستترة التي تبحث عن إثبات وجودها ضمن قائمة اختيارات تصيغ حدود رغبتها في التمتع الافتراضي.

فقد أظهرت دراسة (السعدي، 2016) أنّ أغلبية أفراد العينة بنسبة (60.5%) لا يجدون صعوبة في تكوين علاقات جديدة مع أصدقاء جدد، بينما وجدت الدراسة أنّ (31.9%) عبّروا أنهم أحياناً ما يجدون صعوبة إيجاد أو التعرف على أصدقاء جدد فيكتفون بعلاقاتهم السابقة عبر الفيسبوك، كما أظهرت النتائج أنّ (7.6%) يجدون صعوبة في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الأصدقاء في موقع الفيسبوك.

وبعرض بقية النتائج نجد أنّ أفراد العينة من خلال اختيار أصدقائهم على أساس العلاقات السابقة يقطع الشكّ يقينا بأنّ جزءاً من هؤلاء المستخدمين لن يتخلّوا عن البنية الاجتماعية التي أسسوها في واقعهم، فهم يميلون إلى تشكيل مزيج من الأصدقاء الواقعيين مع أصدقاء جدد تتوافق شروطهم مع شبكة العلاقات السابقة، وهذا يعني أنّ الفيسبوك يعمل على تدعيم وتسهيل الاتصال والتواصل بشكل دائري، من خلال إعادة إحياء وتحديد العلاقات الاجتماعية السابقة، وكذا توسيعها بما تتوافق مع المعايير الخاصة بقناعة وهدف الأشخاص من تكوين علاقات اجتماعية افتراضية، فهم يملكون سلطة معنوية تقديراً لمكانتهم المتينة التي تحظى بثقتهم ولها أهمية في نفسية أفراد العينة، إذ يسعون إلى الحفاظ على علاقاتهم السابقة مع أفراد المجتمع، بل أكثر من ذلك نجدهم يحرصون كل

الحرص على توطيدها وتقويتها في المجتمع الافتراضي، فإنه يمكن الاستغناء حتما عن عناقهم التي تشكلت من خلال الاتصال الشخصي والتي تحظى بمكانة في نفوسهم؛ حيث أن جلب أصدقاء واقعيين لهم عنقات معرفة سابقة بهم هو من قبيل تميّز هذه العناق في الواقع، لذلك يتم إعادة صياغتها افتراضيا بهدف الاستمرارية، وهو ما يترجم عندنا بعض النتائج في الجداول والبيانات التي سوف تأتي لاحقا في الدراسة.

ويمكن القول أن الطلبة الجامعيين يسلكون في اختيار أصدقائهم عدة طرق، ولديهم تفضيلات مختلفة في هذا الشأن، إلا أن النتائج تعكس اهتمام الطلبة بتوطيد عناقهم مع الأهل والأصدقاء، ما يعني أنهم يعززون عناقهم مع الأصدقاء الحقيقيين على الفيسبوك، فهو يحقق لهم التواصل الدائم مع الأصدقاء الذين يعرفونهم، كما أن لهم الدراسة دور في الحياة الجامعية ولهم تأثير كبير باعتبارهم مرافقين طوال فترة الدراسة وهي ليست بالفترة القصيرة، وهو ما يشير إلى أن الموقع يؤدي وظيفة تواصلية بالغة الأهمية، ويقوم بربط مجموعة كبيرة من أفراد العينة مع بعضهم البعض، ويتم عن طريق هذا الاتصال نقل الأفكار والآراء والاتجاهات وتبادل المشاعر والأخبار والنقاشات ذات الاهتمام المشترك.

لذلك يشكّل المتواصلون على الفيسبوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية، ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم، ولا يشعر المتواصل عبر الفيسبوك بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات، حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريده من أصدقاء أو مكان أو قراءة (شقرة، 2014، الصفحات 56-57).

كما يعبر جزء من أفراد العينة عن تفضيلهم في سلم اختيارات الأصدقاء من خلال نوع الجنس، لأن الرغبة في التعرف على الجنس الآخر والحرية المطلقة في التعبير عن حاجات وعواطف مع الجنس الآخر هو منطق تتيحه خيارات متعدّدة على صفحة المستخدم في الفيسبوك، فأساس العناق الاجتماعية الافتراضية التي تروق للطلبة في هذا العصر هو التنوع والبحث عن المساندة الاجتماعية، من خلال إيجاد شريك يبادل نفس الاهتمام ويرقى إلى فهم عواطفه، فالقيود المفروضة اجتماعيا ودينيا وقيمية وعرفيا تمنع الاتصال المباشر بشكل علني بين الذكور والإناث، لذا يسعى المستخدمون عبر الفيسبوك إلى تجاوز هذه الحواجز التي فرضتها رقابة قيود المؤسسات الاجتماعية، وقد نجد فهما لهذا السياق من خلال صفحات الذكور التي تصرّح بنوع الجنس، بخلاف الإناث بسبب اعتبارات شرعية وعرفية، لذلك فإن سعي أفراد العينة إلى البحث عن الجنس الآخر هو نتيجة منطقية

لحاجة كـ الطرفان لبعضهما، وتفاديا للعواقب الوخيمة في الاتصال المباشر وهو ما سوف نتطرق إليه في نتائج الجدول المتعلقة بهوية المستخدم ودوافع استخدام الحسابات المستعارة عند الإناث.

فقد بينت دراسة "أفنان طلعت عبد المنعم" بأن (66%) من أفراد العينة يرون أنّ النوع أو الجنس لا يتحكم في إضافة الأصدقاء، بينما يفضل (29%) أن تكون صداقاتهم من نفس جنسهم. (عبد المنعم، 2015).

كما يأتي في سلّم معايير أفراد العينة لاختيار أصدقائهم المكوّن الثقافي الذي يعبر عن درجة الوعي والإلمام بظروف الحياة، فالمستوى الثقافي يميّز النخبة عن غيرهم بكونهم أشخاص مرموقين من الصنف المتميز، ومن حيث الدرجة العلمية والتحكم باللغات والتخصّص المدروس وغير ذلك، ما يفتح أمام المستخدمين فضاءً رحباً لبناء جسور مع أشخاص لهم قيمة علمية وثقافية في المجتمع، وتفسير ذلك أنّ الطلبة أعضاء في مجتمع منفتح ثقافياً وجزء من نخبة وطلبة المستقبل، لذلك فمن المنطقي أنّ يختار أفراد هذا الاتجاه كنوع من إبراز الاهتمام أمام مجتمع الفيسبوك، بعبارة أخرى تظهر هذه النخبة في مشاركتها وتعليقاتها ومنشوراتها على صفحة الفيسبوك، ما يعطي انطباعاً لدى باقي الأصدقاء أنّ هذا المستخدم يسلك نفس مسار هذه الفئة.

كما يتمّ قبول الصداقة مثلما عبّر عنه أفراد العينة على أساس الاهتمام المشترك والدين في نفس المرتبة، ممّا يوحي بأنّ الطلبة واعون بدرجة عالية ومهتمون بانتقاء أعضاء صفحاتهم في الفيسبوك بالشكل الذي يسمح لهم بالتعرّف على أشخاص مختلفين عنهم في الديانة والانفتاح على الآخر، أو حتى لزيادة فهم الدين من خلال إضافة أصدقاء متخصصين في الدين من خلال النقاشات في العقيدة والفقه وغيرها من أمور الدين، ويضاف إلى ذلك الاهتمام المشترك وهي الصيغة التي وحدت قناعات المستخدمين لأنها تنشر وتشارك وتتفاعل مع ما يتفق مع اهتماماتها، وبالتالي يزيد من التشويق وفهم أمور الحياة والدراسة وتبادل العواطف وفهم المشكّلات المختلفة، لذلك يقدّم الاهتمام المشترك ضمناً دعماً نفسياً واجتماعياً لدى أفراد العينة.

وبفارق بسيط جداً يختار أفراد العينة أصدقائهم وفق معيار البلد واللغة، وجاء هذان الاختياران دليلًا على ما تطرّقنا إليه سابقاً أنّ هناك وعياً ودرجة من التمييز لدى هذه النخبة الجامعية، ويمكن تفسير هذا الاختيار بطبيعة التخصص العلمي ورغبة أفراد العينة في البحث عن صداقات خارج الوطن كنوع من تغيير النمط الاجتماعي، ومن جهة أخرى هناك فئة تظهر هذه العادات كنوع من الافتخار والتظاهر عبر صفحاتها بأنّها لها شبكة علاقات من جنسيات مختلفة عنهم اجتماعياً وثقافياً وعقائدياً، لذلك يفضّل أفراد العينة اختيار أصدقائهم وفق معيار اللغة، وهو ما يظهر الحاجة الملحة لإبراز تميّزهم عن باقي أعضاء المجتمع، وكذلك فإنّ التخصص العلمي يفرض هذا

التمط ولعلّ هذا من أبرز إيجابيات الفيسبوك إذ يتيح التعرف على أشخاص جدد مختلفين لغة وفكراً وثقافة، حيث يربط الأفراد بشبكة من العلاقات الاجتماعية المعقدة.

وتظهر نسبة من الطلبة رغبتها في اختيار أصدقائهم حسب معيار المنشورات، وهو معيار ثقة؛ إذ فور تلقّي طلب الصداقة أو الرغبة في إرسال طلبات الصداقة يقوم المستخدم بتفحص صفحة ذلك الحساب وتفقد منشوراته في الفيسبوك، فإن كانت تنسجم مع تطّعاته وثقافته أو مع اهتماماته وتحترم خصوصيّة هويّته الافتراضية يوافق عليها أو يباشر عملية الإرسال، كما أنّ الكثير من الأشخاص يهتمّون بالصفحات التي تضع صورها للتعبير عن هويتهم في المجتمع الحقيقي، وبالتالي يشعر أفراد العينة بنوع من الثقة والارتياح تجاه هذه الصفحات كونها تعود لأشخاص معروفين وموثوقين، ضف إلى ذلك قد تدلّ الصورة الشخصية في البروفايل على سمعة الشخص ومكانته العلمية والاجتماعية وبالتالي لا حرج في قبولها أو إرسال طلب الصداقة إليها، وهو ما تطرّقنا إليه في المرغوبة الاجتماعية. وفي هذا السياق بينت دراسة (خضر ن.، 2009) التي وظّفت نظرية الاستخدامات والإشباع، أنّ من أهمّ الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع الفيسبوك تتمثل في مشاهدة ألبوم الصور الخاص بالأصدقاء، يليها تهنئة الأصدقاء بأعياد ميلادهم والمناسبات المختلفة، ثم الاشتراك في مجموعات مختلفة لتبادل الآراء والأفكار حول موضوعات متعدّدة.

وبشكل عام فقد أظهرت نتائج الجدول مزيجا وتنوعاً لدى أفراد العينة في الاعتبارات والمحدّدات التي يختارون حسبها أصدقائهم ويتفاعلون معهم في إطار علاقاتهم الاجتماعية. وفي هذا الاتجاه بيّنت العديد من الدراسات مثل دراسة (A. Bum garner, 2007 Brutt)، ودراسة (سحر جابر، 2014)، وأيضاً دراسة (آمال كمال، 2011)؛ أنّ الشبكات الاجتماعية أتاحت للشباب فرص التفاعل مع بيئتهم الاجتماعية، من الأصدقاء والمعارف، وسهّلت عليهم فرص بناء علاقات إنسانية تستند إلى الاهتمامات والأنشطة المشتركة، حيث يظهر إقبال واهتمام الشباب باستخدام الفيسبوك لأجل التواصل مع أصدقائهم الحقيقيين ورغبة في استمرارية العلاقات السابقة وإحياء العلاقات القديمة، وأيضاً لأجل البحث والتعرّف وإضافة أصدقاء جدد، ومتابعة تفاعلاتهم ونشاطاتهم المختلفة عبر صفحات المنصّة (أنظر) (عبد المنعم، 2015).

لذلك يرى الباحث أنّه من خلال النتائج؛ بالإضافة إلى وجود تنوع في معايير انتقاء الأصدقاء فقد تبين أنّ هناك ثغرات فئات من الطلبة:

الفئة الأولى: تعتمد معايير قرابية واجتماعية في تشكيل عناقها الاجتماعية، وهذه الفئة تنظر إلى أصدقاء الفيسبوك حسب الحاجة وحجم الإشباع الذي يمكن أن يقدمه أصدقائهم الافتراضيون لهم، من خلال تدعيم عناقهم الاجتماعية الواقعية.

الفئة الثانية: والتي تعتبر المكوّن المعرفي والثقافي كميّار يحدّد تصنيف أصدقائهم على الفيسبوك، وبالتالي قد تكون الصورة الانطباعية لصفحة الفيسبوك جزء من الانطباع الكلي عن طبيعة انتماء هؤلاء الأصدقاء الافتراضيين الذين يتم قبول طلبات صداقة منهم، أو إرسالها إليهم.

الفئة الثالثة: وهي فئة الانتماء الجنسي والديني واللغوي، وهذه المحدّات أو المعايير تشكّل لدى المستخدم حاجات ودوافع في نفس الوقت، كونها ترتبط بهوية وغايات يسعى أفراد العينة إلى إقامة عناق اجتماعية بواسطتها لتحقيق إشباع لغوية ودينية وجنسية (عاطفية).

ولتفسير هذا السياق الاتصالي والذي نعتبره مزيجاً بين الدافع والإشباع، جاءت دراسة (منال أبو الحسن، 2007) التي أثبتت أنّ للإنترنت دور أساسي في تشجيع الشباب على إقامة العناق الاجتماعية على مستويات مختلفة، كما أوضحت دراسة (pempet) أنّ أحد أهمّ استخدامات الفيسبوك ليس فقط معرفة معلومات عن الآخرين، إنّما لإعادة الاتصال والتواصل بالحياة اليومية للأصدقاء، فواحدة من أكثر إغراءات الفيسبوك تكمن في قابلية توسيع وتقوية الشبكة الاجتماعية للفرد، لبيان بعد آخر للرأسمال الاجتماعي، فمجموعات الفيسبوك تطبيق يسمح للمستخدم بالانضمام إلى شبكات فرعية ذات اهتمامات مشتركة لديها قوة زيادة المشاركة المدنية والسياسية من خلال عناق تبادلية، وهذا يظهر فعالية الفيسبوك في ربط وتمكين الجماعات ذات الاهتمامات المشتركة والآراء المشتركة (أنظر) (الصلح، 2017، صفحة 66).

كما جاءت دراسة (Shadnyang Zaho) لتفرّق بين نوعين من المستخدمين، فهناك مستخدموا الإنترنت للتصفّح، وهناك مستخدموا الإنترنت لتكوين عناق اجتماعية، وفرقت الدراسة بين المستخدمين الذين يميلون إلى التواصل مع أفراد يعرفونهم مسبقاً، وبين مستخدمي الدردشة الذين لهم ميل للتواصل مع أفراد عبر الإنترنت، ويحافظون على هذه العناق الافتراضية من خلال الزيارات والاتصالات الهاتفية، كما بينت الدراسة تأثيرات لاستخدام الإنترنت على الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم، وأضافت أنّ هناك نوعين من العناق الإلكترونية، هما عناق مؤسسية مثل (الأسرة وزملاء العمل)، وعناق تطوّعية مثل (الأصدقاء) وهي تعتبر بمثابة جهود الفرد في التواصل عبر الإنترنت (Shanyang, 2006, pp. 858-859).

جدول (23): يبين معايير اختيار وإضافة المبحوثين لأصدقائهم في الفيسبوك حسب متغيري الجنس والسّن

إجمالي الإجابات		الإناث						الذكور						المتغيرات
		أكثر من 34		33-26		25-18		أكثر من 34		33-26		25-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
13.1	95	14.3	02	14.9	11	14.6	44	05.9	02	13.7	19	10.4	17	نوع الجنس
07.6	55	00	00	04.1	03	07	21	14.7	05	09.4	13	08	13	البلد
07.4	54	07.1	01	06.8	05	09	27	11.8	04	06.5	09	04.9	08	اللغة
09.1	66	21.4	03	06.8	05	08.3	25	14.7	05	09.4	13	09.2	15	الديانة
12.7	92	14.3	02	14.9	11	09.6	29	14.7	05	15.1	21	14.7	24	المستوى الثقافي
09.	66	14.3	02	12.2	09	08.3	25	05.9	02	07.9	11	10.4	17	اهتمام المشترك
15	109	21.4	03	12.2	09	15	45	11.8	04	10.8	15	20.2	33	علاقات سابقة
05.7	41	00	00	08.1	06	06	18	05.9	02	05.8	08	04.3	07	منشورات الفيسبوك
03.2	23	07.1	01	06.8	05	02.7	08	05.9	02	04.3	06	0.6	01	حسب صورة البروفايل
17.1	124	00	00	13.5	10	19.6	59	08.8	03	17.3	24	17.2	28	يوجد معيار محدد
100	725	100	14	100	74	100	301	100	34	100	139	100	163	إجمالي الإجابات

- تظهر النتائج في الجدول مدى التفاوت بنسب بسيطة بين فئات أفراد العينة الذين يعبرون عن تفضيلهم في اختيار أصدقائهم في الفيسبوك، حيث تختار أغلبية الإناث الأكثر من 34 سنة أصدقائهم تبعاً للعلاقات السابقة والديانة بنسبة (21.4%)، ثم حسب معيار نوع الجنس والمستوى الثقافي والاهتمام المشترك بنسبة (14.3%)، يليها معيار اللغة وحسب صورة البروفايل بنسبة (7.1%).

- في مقابل ذلك يميل الذكور الأكثر من 34 سنة في اختيار أصدقائهم حسب معيار البلد والديانة والمستوى الثقافي بنسبة (14.7%)، ثم معيار اللغة والعلاقات السابقة، يليه معيار اللغة بنسبة (11.8%)، ثم دون معيار محدد بنسبة (8.8%)، يليه معيار نوع الجنس والاهتمام المشترك ومنشورات الفيسبوك وحسب صورة البروفايل بنسب متساوية (5.9%).

- ويختار الذكور في فئة 18 و 25 سنة أصدقائهم حسب معيار العلاقات السابقة بنسبة (20.2%)، ثم دون معيار محدد بنسبة (17.2%)، يليه حسب معيار المستوى الثقافي بنسبة (14.7%)، ثم معيار نوع الجنس والاهتمام المشترك بنفس النسبة (10.4%)، ثم يليه حسب الديانة بنسبة (9.2%)، ويليه حسب البلد بنسبة (4.9%)، وحسب منشورات الفيسبوك بنسبة (4.3%)، وحسب معيار صورة البروفايل بنسبة (0.6%).

- وتختلف الإناث من نفس الفئة العمرية بين 18 و 25 سنة في اختيار أصدقائهم على الفيسبوك حسب العديد من المعايير، إذ أوضحت (19.6%) أنهنّ تختارن أصدقائهم دون وجود معيار محدد، ثم حسب معيار العلاقات السابقة بنسبة (15%)، يليه حسب معيار نوع الجنس بنسبة (14.6%)، ويليه معيار المستوى الثقافي بنسبة (9.6%)، ثم اللغة بنسبة (9%)، وحسب الديانة والاهتمام المشترك بنسبة متساوية (8.3%)، ثم معيار البلد بنسبة (7%)، يليه حسب منشورات الفيسبوك بنسبة (6%)، وأخيراً حسب صورة البروفايل بنسبة (2.7%).

- أمّا ذكور أفراد العينة من الفئة العمرية 26 و 33 فيختارون أصدقائهم دون أي معيار بنسبة (17.3%)، وحسب المستوى الثقافي بنسبة (15.1%)، ثم معيار نوع الجنس بنسبة (13.7%)، ومعيار العلاقات السابقة بنسبة (10.8%)، كما يختار أفراد العينة الأصدقاء حسب معيار البلد والديانة بنسبة متساوية (9.4%)، ثم معيار الاهتمام المشترك بنسبة (7.9%)، يليه معيار اللغة بنسبة (6.5%)، وحسب منشورات الفيسبوك بنسبة (5.8%)، ثم معيار صورة البروفايل بنسبة (4.3%).

- في المقابل نجد اختفاً طفيفاً في ترتيب معايير اختيار الأصدقاء لدى الإناث في فئة 26 و 33 سنة، حيث يتم انتقاء شبكة علاقاتهم حسب معيار نوع الجنس والمستوى الثقافي بنسبة (14.9%)، ثم دون معيار محدد

بنسبة (13.5%)، يليه الاهتمام المشترك والعلاقات السابقة بنسبة (12.2%)، معيار منشورات الفيسبوك بنسبة (08.1%)، ويليه معيار اللّغة والديانة وصورة البروفايل بنسب متساوية (06.8%)، وأخيرا حسب معيار البلد بنسبة (04.1%).

وبين اختبار كاي² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنس والسّن، فقد جاءت قيمة كاي² المحسوبة (43.90) أقلّ من قيمة كاي² الجدولية (61.66)، عند مستوى ثقة (0.519) ودرجة حرية (45).

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
غير دال	61.66	0.519	45	43.90

ويمكن تفسير هذه النتائج بأنّ أفراد العيّنة وهم بصدد اختيار شبكة أصدقائهم في إطار تأسيس عّقاقهم الاجتماعية الافتراضية يتعاملون بدرجة كبيرة من الوعي والحضور الثقافي، الذي يساعدهم في انتقاء مفرداتهم العنقوية، لأنّ هذا الانتقاء الواعي سيّلي لهم فيما بعد إشباعات متعدّدة كانوا يسعون إليها انطلاقاً من دوافع وحاجات اجتماعية مختلفة.

وفي هذا الاتجاه أكّدت نظريّة "عدم التّفاوت" أنّ الأفراد وهم بصدد تشكيل عّقاقهم الاجتماعية يبحثون عن أصدقاء يتفاعلون ويشتركون معهم في الاهتمامات والخلفيات الاجتماعية والثقافية المتشابهة، ممّا قد يقلّص التّفاوت بين الجنسين في الفيسبوك، وأوضحت الباحثة أنّ هذه الطّريقة تعزّز أهميّة فهمنا للعلاقات الاجتماعية الافتراضية وعّقاقها بتشكيل رأس المال الاجتماعي للمستخدم (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

فقد بيّنت دراسة (الضبع، 2017/1436) أنّ هناك شروطاً حدّدها أفراد العيّنة لإقامة عّقاقات افتراضية عبر الإنترنت في مقدمتها أن يكونوا من الأقارب بنسبة (30%)، ثمّ الزمّاء (19.1%) يليه من نفس الجنس (17.9%)، ثمّ الأصدقاء المعروفين لي (14.4%)، وبينت الدراسة أنّ (12.1%) أشارت إلى أنّه لا توجد شروط محدّدة لاختيار أصدقائهم، كما أشار (6.5%) أنّ يكون الطّرف الآخر يتحدّث باللغة العربية. ويرى الباحث أنّه رغم وجود فروق طفيفة في هذه النتيجة، إلا أنّه يمكن أن يعود لعدّة عوامل من بينها:

1- السياق الاجتماعي والثقافي: والذي يمكن أن يؤثّر بشكل ملحوظ على تحديد معايير انتقاء الأصدقاء، وكذلك طبيعة الانتماء الثقافي والعادات والتقاليد الاجتماعية المحيطة بالأفراد.

2- التغيرات الاجتماعية واقتصادية: حيث تلعب دوراً في التحولات الكبيرة التي تشهدها العّقاقات الاجتماعية، وأنماط الحياة بتفّاعها المختلفة، ممّا يزيد الفروق بين الجنسين في معايير انتقاء الأصدقاء.

3- تغيير الصورة النمطية: بفضل الثقافة التكنولوجية التي غيّرت الأدوار الجنسية التقليدية بدأت الصورة النمطية تتبدّل عن دور الجنسين في تحديد توجهاتهم حول اختيار الأصدقاء، تبعاً لاهتمامات والقيم المشتركة على غرار الجنس، وما يتوقع منهم في عملية التواصل الافتراضي.

4- المعايير التكنولوجية: مع زيادة استخدامات الوسائط الاجتماعية قد يؤدي ذلك إلى زيادة الفجوة الرقمية، وقد ينتج اختلافاً ولو طفيف في شروط ومعايير انتقاء الأصدقاء وبالتالي تقارب في التفكير بين الجنسين. وحسب نظرية "عدم التفاوت" (Homophily theory) التي تشير إلى أنه قد لا يكون هناك فروق كبيرة بين الذكور والإناث حينما يختارون أصدقائهم، بناءً على جملة من المميزات الشخصية والخصائص المشتركة مثل العمر والانتماء الثقافي وقيم المجتمع ومختلف الاهتمامات، مما ينتج عنه قبول أكبر للأصدقاء المتشابهين في تلك الخصائص، وترى النظرية أنّ هؤلاء الأفراد يميلون إلى جذب وانتقاء الأصدقاء والتفاعل معهم بناءً على تلك الميزات، ممّا يسهم في بناء علاقات اجتماعية أكثر نجاحاً، تتميز بالفاعلية والاستمرارية (McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001, p. 422)

جدول (24): يبيّن الوسيلة التكنولوجية المفضّلة لتواصل المبحوثين في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
الكمبيوتر الشخصي	01	0.3
الهاتف الذكي الشخصي	370	92.5
اللوّح الإلكتروني (Tbilet)	05	01.3
كل الأجهزة	24	06
المجموع	400	100

بهدف معرفة بأيّ الأجهزة الإلكترونية يتّصل أفراد العينة بموقع الفيسبوك، طرحنا عليهم السؤال رقم (08) كالتالي: (ما نوع الجهاز الذي تستخدم منه عادة الفيسبوك؟).

من خلال نتائج الجدول أوضح (92.5%) بأنهم يستخدمون الهاتف الذكي الشخصي، في حين يفضّل (06%) من المبحوثين استخدام كلّ الأجهزة، ويؤكد (0.3%) أنّهم يستخدمون الكمبيوتر الشخصي للتواصل عبر الفيسبوك، وأشار (01.3%) أنّهم يتواصلون عبر الفيسبوك باستخدام اللّوح الإلكتروني.

فمنذ دخول الهواتف الذكية الخدمة في مطلع الألفية الثالثة، غدا انتشارها واسعاً عبر مختلف أرجاء العالم، فتغلّغت تدريجياً داخل البنية الاجتماعية وجميع هياكل المجتمع، لتصبح تفاعلاً وتوطّراً لقائنا الاجتماعية، وتظهر النتيجة

العالية بنسبة (92.5%) أنّ أفراد العينة يستخدمون في اتصالاتهم وتصفحهم للفيسبوك الهواتف الذكية بدرجة أولى، وتعكس هذه النتيجة ما تشهده تكنولوجيا الاتصال من تطوّر هائل في البرامج وتدفّق الشبكات خاصة مع ظهور إنترنت الجيل الرابع (G4)، التي مكّنت العديد من الشرائح الاجتماعية من اقتناءها واستخدامها بكلّ حرّية وسهولة، بخلاف الإنترنت المنزلي المرتبط بمكان ووقت محدّد، وهو ما يبرز لنا استخدامهم للفيسبوك يوميا دون فترات محدّدة.

كما يعكس إقبال الطلبة على الهواتف مسابرة الموضة والتّباهي والتّفاخر بين أقرانهم من المجتمع الطّبي، وبالعودة إلى التّناج السابقة نجد أنّ أفراد العينة ما بين 18 و25 سنة هم الأكثر استخداما للفيسبوك طوال فترات اليوم ودون فترة محدّدة، وهو ما يفسّر تحافت الشّباب بمجرد التحاقه بالحرم الجامعي إلى إقتناء الهاتف الذي يعطي انطبعا لدى الآخرين بمكانته الاجتماعية وحالته الماديّة.

وتؤكد "سلوى الفاضل" في هذا الاتجاه أنّ العالم يشهد اليوم تطوّرات سريعة في ميدان الاتصال، حيث انعكست بصورة كبيرة على ميدان الاتصال الرّقمي الذي جمع بين تقنية المعلومات وتقنية الاتصال، وأدّى إلى ظهور سوق حقيقية للوسائط المتعدّدة التي تسمح بإدماج كثير من المعطيات من مصادر مختلفة، ممّا دفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعمالها يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، في ظلّ بحث المستخدم عن فضاءات أفضل للتعبير والاتّصال من خلال وسائل التواصل الاجتماعيّ (الفاضل، 2013، صفحة 6).

كما يربط "ويندال" (Windhal, 1986) بين نوع أجهزة الاتصال المفضلة وحجم التفاعل المتوقّع، حيث يؤكّد في نموذج على العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، إذ يشير إلى أنّ قرار استخدام وسائل الاتصال يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي: (العبد و العبد، 2008، صفحة 302)

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات.
 - رسم التوقّعات وإدراك مضمون الرسائل الإعلاميّة.
 - قرار استخدام الوسيلة الاتّصالية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل شغل وقت الفراغ الأخرى.
- ويمكن تفسير استخدام الهواتف الذكية أكثر عن بقيّة الأجهزة الأخرى، إلى حالة الخصوصية والأمان التي يوفّرها، وأنّه أصبح يلعب دورا كبيرا في تسهيل حياة الأفراد وكلفته القليلة، وجودة وميزات خدماته المتعدّدة، إضافة إلى التطبيقات التي لا توجد في أجهزة أخرى مثل الحواسيب المحمولة، مع سهولة حمله في الجيب أو اليد والتنقل به في الأسفار، وسهولة توظيف تقنية الـ (Wifi) التي تسمح بربطه عبر الإنترنت في أي مكان تتواجد فيه الشبكة، ناهيك عن توقّر العروض الترويجية الكثيرة والمغرية من اتصالات الجزائر، الأمر الذي يشعر مستخدميه

بالمتعة لسرعته الفائقة وسهولة استخدام واستغلال مزايا وخدمات الفيسبوك فيه، كالتعليق والنشر والمحادثات المرئية والمسموعة في أي مكان وقت ما يشاء، ضف إلى ذلك عدسة الكاميرا المتطورة التي تتيح النقاط الصور بطريقة مبهرة وتسجيل الفيديوهات ومشاركتها مع الأصدقاء عبر الوسائط الاجتماعية، وأكثر منذ ذلك؛ توفره على البيئة الآمنة للتعامل التي تسمح للمستخدمين بالبقاء مدة أطول في الإبحار على الموقع.

فبحسب تقرير (ديجيتال) 2023 عن وكالة الاستشارات الدولية للمكتب العالمي (داتا ريبورتال) المختص في الإحصائيات الخاصة بالإنترنت الثابت والنقال في جميع أنحاء العالم في تقريرها السنوي، الذي نشره موقع وكالة الأنباء الجزائرية، أوضحت أنّ نسبة انتشار الإنترنت في الجزائر بلغت (70.9%) في شهر يناير من عام 2023، وسجل التقرير مجموع (48.53) مليون اتصال في شبكة الهاتف المحمول الخليوي في الجزائر في بداية سنة 2023، كما أبرز التقرير أنّ الاتصال بشبكة الهاتف المحمول في الجزائر بلغت نسبة (107.2%) من إجمالي السكان في يناير 2023، وأنّ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عبر الهاتف المحمول (فيسبوك ووتيوب وإنستغرام، توتير... إلخ) بلغ إلى غاية 31 يناير 2023 نسبة (52.9%) من إجمالي السكان، أي (23.95) مليون مستخدم في الجزائر. (وكالة الأنباء الجزائرية، 2023).

ويمكن تفسير بقية النتائج والتي تظهر قلة الإقبال على الأجهزة التكنولوجية كالحاسوب إلى تراجع دوره في الاتصالات الشخصية، واختلاف خدماتها وبرامج تشغيلها، وتقييد المستخدم بمكان وزمن محدد، وحيث أصبح يُكتفى بها فقط في الأعمال البحثية والدراسية والأكاديمية للطلبة، إضافة إلى تراجع استخدام الإنترنت المنزلية مقارنة بـإنترنت الجيل الرابع والخامس المرتبطة بالهواتف النقالة، وهو ما قد يعيق الاستخدام الفعّال للفيسبوك، ويكبح حرّيته مع أعضاء مجتمعه الافتراضي ويقلّل من تواصله وتفاعله مع أصدقائه، وقد يؤثر على جودة الاتصالات والعلاقات الافتراضية.

ويبدو أنّ الهواتف الذكية تطغى على جلّ استخدامات الطلبة في بناء علاقاتهم الاجتماعية نظرا للدور الكبير في التفاعل الافتراضي وربط المستخدمين ببعضهم أين ما وجدوا، ولتوضيح ذلك ذهب العديد من الباحثين مثل (ويليمان) و(ويلمان) و(ويلمان) (Wellman, Wellas, Garton, 1998) إلى أنّ نوع الأداة التي يستخدمها الفرد للتواصل مع الآخرين عبر الإنترنت يلعب دورا كبيرا في تحديد الدور الذي يمكن أن تلعبه الإنترنت في التأثير على العلاقات الاجتماعية للفرد، حيث يرجّح الباحثون أنّ الأدوات التي تتيح الاتصال المتزامن ورجع الصدى الفوري مثل غرف الدردشة والألعاب الجماعية تجعل الفرد أكثر تفاعلا من الطرف الآخر، كما أنّ وجود رجع صدى فوري يجعل الاتصال عبر الإنترنت أقرب إلى الاتصال الشخصي على عكس أدوات الاتصال التي لا تتيح

وجود رجوع صدى فوري (عبد الفتاح ع.، 2009، صفحة 102)، كما يعتقد (فليدمان، 2002) أنّ فناء المسافة وتناقص شيئا سيعني أنّ أيّ نشاط يعتمد على شاشة حاسوب أو هاتف يمكن نقله من أيّ مكان في العالم، فلقد أصبح الإنسان حبيس غرفته مع مقيدين من أقرانه حبيسي الغرفة أيضا... حيث يتصوّر البعض أنّ الحل الإعجازي سيكون في عالم قادم بمحدود وسيعرف أي شخص كل شيء عن أي شيء... وهذه المعرفة ستقود إلى الفهم وبالتالي تقاسم الهموم والآمال بين أفراد البشرية، هذه هي النهاية السعيدة المتخيّلة للفردوس الإلكتروني. (الخواجه، د.س، صفحة 4).

جدول (25): يبين الوسيلة التكنولوجية المفضّلة لتواصل المبحوثين على الفيسبوك تبعا لمتغيّر الجنس

المتغيرات		الذكور		الإناث		المجموع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
01	0.3	00	0.0	01	0.3		
165	41.3	205	51.3	370	92.5		
03	0.8	02	0.5	05	1.3		
19	4.8	05	1.3	24	06		
188	47	212	53	400	100		

تظهر النتائج أنّ الإناث أكثر استخداما للهواتف الذكية بنسبة (51.3%) مقارنة بالذكور الذين بلغت نسبتهم (41.3%)، وأشارت النتائج أنّ الكمبيوتر الشخصي حصل على نسبة معدومة لدى الإناث ونسبة ضئيلة جدا لدى الذكور الذين بلغت نسبتهم (01%).

وتؤكّد نتائج اختبار كاي² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول نوع الجهاز المستخدم في الفيسبوك، حيث أن قيمة كاي² المحسوبة (12.295) جاءت أكبر من قيمة كاي² الجدولية (07.82) عند مستوى ثقة (0.006) ودرجة حرية (03).

كاي ² سوية	درجة الحرية	مستوى الثقة	كاي ² الجدولية	النتيجة
12.295	03	0.006	07.82	دال

تعكس هذه النتيجة الانتشار الواسع للهواتف الذكية والميل إلى تبني التكنولوجيا الجديدة لكثرة ميزاتها بدءاً من الخصوصية والأمان والاستعمال السهل وسرعة تدفق الإنترنت والولوج إلى العديد من التطبيقات دون عوائق، فقد بيّنت دراسة (الشهري، 1434هـ) أنّ المبحوثات يستخدمن جهاز الكمبيوتر الشخصي والهاتف الجوّال معا

لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، حيث بلغت نسبتهنَّ (46.7%)، وبلغت نسبة من تعتمدن على الهاتف الجوال (30.7%). كما توصلت دراسة "بن عويشة زوييدة" إلى أنّ الغالبية العظمى من طلبة جامعة الجزائر2 يمتلكون هواتف محمولة بنسبة (97%)، ويمثّل الذكور نسبة (98%)، وأوضحت الدراسة أنّ أفراد العينة حصلوا على الهواتف الذكية كهدايا بمناسبة نجاحهم في البكالوريا أو أعياد الميلاد، كما بينت أنّ (49.5%) من الطلبة يقضون على هواتفهم أكثر من ست ساعات في استخدام الفيسبوك، ونسبة الذكور بلغت (53.5%) من إجمالي الطلبة الذين يفضّلون استخدام الهاتف في التواصل عبر الفيسبوك في فترة المساء، وقد يستمرّ ذلك إلى ساعات متقدمة من الليل وأحيانا إلى الفجر (بن عويشة، 2019).

جدول (26): يبيّن المكان المفضّل للمبحوثين أثناء تواصلهم في الفيسبوك

المتغيّرات	التكرارات	النسب المئوية %
لوحدهم	248	52
مع العائلة	42	08.8
مع زملاء الجامعة	74	15.5
مع أصدقاء الحي	44	09.2
مع صديق ييم	69	14.5
إجمالي الإجابات	477	100

بهدف معرفة المكان المفضّل لأفراد العينة أثناء استخدام الفيسبوك طرحنا عليهم السؤال رقم (09) التالي: (مع من تفضّل أن تكون عند استخدامك الفيسبوك؟).

تظهر النتائج أنّ (52%) من المبحوثين يفضّلون الجلوس لوحدهم أثناء استخدام الفيسبوك، وأشار (15.5%) أنّهم يفضّلون استخدامه رفقة زملاء الجامعة، ويبيّن (14.5%) من أفراد العينة أنّهم يستخدمون الفيسبوك أثناء تواجدهم مع صديق حميم، في حين أوضح (09.2%) أنّهم يستخدمونه رفقة أصدقاء الحي الذي يعيشون فيه، بينما أكّد (08.8%) أنّ استخدامهم للفيسبوك يكون أثناء جلوسهم مع العائلة.

عطفا على النتائج السابقة يواصل أفراد العينة تأكيدهم على حالة الخصوصية والفردانية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وهو ما تعكسه نتائج الجدول بأغلبية كبيرة، إذ أنّ أكثر من نصف المبحوثين يفضّلون الجلوس لوحدهم أثناء تواصلهم واستخدامهم للفيسبوك بنسبة (52%)، ويمكن تفسيره من خلال:

- الميزة التكنولوجية أو الحالة "الديجيتالية" للهاتف الذكي الذي يسمح بحمله والتجوال به في أي وقت.

• يعبر امتلاك الهاتف الذكي عن جزء مهم من خصوصيات الأشخاص بل قد يكون محباً أسرارهم، لذا يميل الأفراد إلى الجلوس لوحدهم أثناء استخدام الفيسبوك، فالهاتف لم يعد ذلك الجهاز المخصص فقط للتواصل والتواصل بالعالم، بل تعدى أدواره إلى مهام أخرى ليصبح عنصراً أساسياً في بناء العلاقات الاجتماعية، وتوحي الخصوصية الفردية بسعي الطلبة وراء تشكيل علاقات عاطفية، واستخدامه لدوافع تحظى بسرية تامة، يخشى الأفراد كشفها أمام الآخرين، للحفاظ على خصوصيتهم الشخصية.

• قد يشعروهم الجلوس لوحدهم بالإطمئنان فيتفاعلون ويعبرون بصدق عن شخصيتهم الحقيقية في الفيسبوك.

• الخصوصية الفردية حيث يميل الأفراد لاستخدام والتفاعل الفردي هو دليل على الشعور بالراحة النفسية، والحديث بحرية بعيداً عن القلق بشأن سلوكهم الافتراضي دون رقابة اجتماعية أو ضغوط خارجية من الآخرين

• قد يفضل الأفراد التواصل والتفاعل بمفردهم حفاظاً على الهدوء والتركيز بشكل أفضل وهم منغمسون مع الفيسبوك، وهذه البيئة الهادئة المنعزلة تتيح التعبير عن ذواتهم الحقيقية.

• كما أنّ ميل أفراد العينة في استخدام الفيسبوك لوحدهم يؤكّد النتائج السابقة بخصوص ساعات الاستخدام الكثيفة والمتواصلة على مدار اليوم وطوال أيام الأسبوع، وهو ما يؤثر سلباً على الفرد ويؤدّد لديه الخمول والكسل والتعود على الوحدة، وهو ما يدخله في حالة من الانعزال والانسحابية الاجتماعية.

لذلك كانت هذه الميزات للهواتف والاستخدام المتفرّد للفيسبوك من أهمّ العوامل التي استقطبت فئات كبيرة من الشباب وطلبة الجامعات، نظراً لسهولة الحصول على المعلومات والمحادثات والميل للانفراد والعزلة. في حين أنّ استعمال الفيسبوك ساعات طويلة بإفراط سيؤدّي إلى حصول ما يسمّيه (فيليب بروتون) "بالثمالة الاتصالية" (L'ivress de communication)، وبالتالي يؤدّي ذلك إلى حدوث عدة انعكاسات على الأفراد المستعملين وعلى المستوى العام للمجتمع، سواء كانت انعكاسات اجتماعية، نفسية، أخلاقية، أو ثقافية (بعزيز، 2012، صفحة 86).

في هذا الاتجاه أجرى (Mander, 2020) وطاقمه دراسة لفهم أنماط استخدام الفيسبوك، وعوامل تفضيل الأفراد للتواصل والتفاعل الفردي، وبيّنت النتائج عدّة نقاط تتلخّص فيما يلي: (Mander & al, 2020)

- 1- لتركيز اهتمام أكثر: مع المحتوى الذي يتابعونه أو ينشرونه ويتفاعلون معه بعيداً عن إزعاج الآخرين.
- 2- الشعور بالراحة والخصوصية: أظهرت الدراسة أنّ هؤلاء الأفراد يشعرون بالراحة والأمان أثناء تفاعلهم مع شبكاتهم الاجتماعية، ممّا يؤدّد عندهم المتعة بتجربة الاستخدام الفردي.

3- اختلاف الدوافع: تشير الدراسة إلى أنّ للأفراد دوافع مختلفة ومحدّدة تزيد من رغبتهم في الاستخدام الفردي للفيسبوك على الرّغم من وجودهم في وسط جماعي.

فقد اختبرت دراسة "إليزابيث وارفل" (Elizabeth Warfel, 2008)، مدى الاختلاف بين إدراك الخصوصية لدى مستخدمي الفيسبوك، سواء الذين يستخدمونه بكثافة، أو من يستخدمونه بشكل نادر، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (84) مبحوثا، وتوصّلت النتائج إلى أنّ مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية بكثافة هم الأكثر إدراكا للخصوصية في الفيسبوك، والأكثر إدراكا لأهمية التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية، كما أنّهم يفضلون وضع بياناتهم الشخصية في هذا الموقع، لأنهم يدركون أهمية التواصل مع الآخرين ومدى المنافع التي يحصلون عليها عبر مواقع الشبكة، و أشارت الدراسة إلى عدم وجود اختلاف في إدراك الخصوصية لدى المستخدمين وفقا لمتغيّر النوع أو السن (سليم، 2019، صفحة 26).

لذلك يرى العديد من الباحثين أنّ من أبرز افرازات استخدامات وسائل الاتصال بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصّة ظهور مفاهيم جديدة كمفهوم (المجتمع الافتراضي) و(المجتمع الجماهيري المتفرّد)، حيث تربط بينهما علاقة سببية، إذ يعتبر الاستخدام المفرط لشبكة الإنترنت سببا في إيجاد مجتمعات افتراضية، التي كانت سببا في ظهور ما يسمّى بالمجتمعات الجماهيرية المتفرّدة.

واستكمالا لنتائج الجدول فقد جاءت في تفضيلات المرتبة الثانية استخدام الفيسبوك زميل الجامعة، لأنّ أغلب الأوقات التي يقضيها معظم الطّلبة تكون في الجامعة رفقة زملائهم وأقرانه، حيث يتبادلون الألعاب الإلكترونية وخدمات التّرفيه والتّسلية بالنظر إلى الانتشار الواسع لهاته الخدمات التي تتنافس على تسويق البرامج الخدمية والترفيهية وغيره، وهو ما سوف تظهر نتائج الجدول الخاص بالدوافع الشخصية من استخدام الفيسبوك.

كما حظي خيار استخدام الفيسبوك مع صديق حميم بنسبة لا بأس بها، وهو ما يفسّر لدينا دخول بعض الطلبة في علاقات حميمة، ولا مانع لديهم من تصفّح حساباتهم الشخصية أمامهم كنوع من إظهار الثقة وإثبات الذات، كما بينت النتائج السابقة المتعلقة بمعايير انتقاء أفراد العيّنة أصدقائهم على أساس علاقات سابقة، لذا فهذه العلاقة تزداد قوّتها خاصة أثناء المحادثات الفيسبوكية التي تسمح بمزيد من أوقات الدردشة بحريّة دون قيود اجتماعية أو رقابة عائليّة خاصة لدى الإناث، وهو ما يفسّر ارتياح بعض أفراد العيّنة لبعضهم وفتح حساباتهم الشخصية التي تعتبر من الخصوصيات والأسرار، لذا فإنّ هذا السلوك دليل على قوّة العلاقة بين الطرفين.

كما تتقارب نسب تفضيلات أفراد العيّنة في استخدام الفيسبوك برفقة أفراد الحيّ أو مع العائلة، ويمكن تفسير هذه النتائج بما يقدّمه الفيسبوك من خيارات البحث والتعلّم والتخاطب الفوريّ، فهذه الفئة لا تحبّد غالبا البقاء

بمفردها، بل هي فئة اجتماعية لم يمنعها استخدامها للفيسبوك من الاتصال المباشر، مع عائلتها ومع مقربيها من رفقاء الصبا وأصدقاء الحي الذين تربوا فيه وأفهومهم، ولم يؤثر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي على تلك الروابط والعلاقات الجيدة.

فمن خلال النتائج نؤكد أنّ جلوس أفراد العينة لوحدهم يعكس ميلهم للعزلة والفردانية مما يؤدي إلى الإدمان على استخدام الفيسبوك، حتى ولو جلسوا مع مقربين، فالتعود على تفقد الهاتف باستمرار حتى لو لم يكن يتحدث به، وفتح الفيسبوك وتحديثه كلّ لحظة دليل على درجة التعلق القويّة والارتباط الكبير بين المستخدم والفيسبوك، حيث ينتج عنه شعور بالوحدة وبفقدان التوازن الاجتماعي، ويؤثر على قوّة الروابط الحقيقية ومستقبل الاتصال الشخصي.

فقد أشارت دراسة (حـ) (و عبد العاطي، 2011، صفحة 206) أنّ كـ من المحادثات الفردية والجماعية لهما سلبيات وإيجابيات، فالمحادثة الفردية تتيح الفرصة أكبر للتحدّث بحرية، إلّا أنّها تؤدي إلى التعلّق أكثر بالشّات وأصدقاء الشّات وتجعل المتحدّث أكثر جرأة وطمأنينة في محادثته، أمّا المحادثات الجماعية فإنّها تتوقّف درجة جديتها ومدى إيجابيتها على طبيعة المشاركين فيها وغرضهم من استخدامها، فقد تكون محادثة جماعية سياسية أو دينية أو اجتماعية ومن ثمّ تثمر بالفعل عن نتائج جيّدة.

وفي هذا الاتجاه يتحدّث كل من (مورجن) و(كرمر) (Morgen & Krmar, 1996) و (Wentling, 1990) عن وجود تأثيرات لوسائل الاتصال على نمط العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، حيث أكدوا على أنّها يمكن أن تخلق نمطين من الانفصال أو التباعد وهما: (عبد الفتاح ع.، 2009، الصفحات 75-76)

1-1 انفصال المادي أو المكاني (Physical or Compartmentalization): وهو الانفصال الذي ينشأ نتيجة التباعد المكاني داخل المنزل، مثل وجود حجرة مخصّصة لكل فرد بجميع وسائل الاتصال المتنوعة، وتعرض الفرد لكل وسيلة اتصال بمفرده.

2-1 انفصال الذهني: (Symbolic Compartmentalization): وهو الانفصال الذي ينشأ بين أفراد الأسرة بالرغم من تواجدهم في مكان واحد من أجل استخدام وسيلة اتصال محدّدة، فمع ذلك قد لا يشعر كلّ طرف بوجود الطرف الآخر، وهذا يرتبط بدرجة تركيز الفرد مع الوسيلة.

جدول (27): يبيّن المكان المفضّل للمبحوثين أثناء تواصلهم في الفيسبوك حسب متغيّر الجنس

المتغيرات	الذكور		الإناث		إجمالي الإجابات	
	ت	%	ت	%	ت	%
لوحده	109	48.9	139	54.7	248	52
مع العائلة	15	06.7	27	10.6	42	08.8
مع زملاء الجامعة	31	13.9	43	16.9	74	15.5
مع أصدقاء الحي	30	13.5	14	05.5	44	09.2
مع صديق يم	38	17	31	12.2	69	14.5
إجمالي الإجابات	223	46.8	254	53.2	477	100

- أظهرت النتائج النسب المتقاربة بين الفئات في تفضيلهم أثناء استخدام الفيسبوك، حيث بيّنت أنّ الإناث أكثر ميلاً في استخدام الفيسبوك لوحدهنّ بنسبة (54.7%)، في مقابل الذكور بنسبة (48.9%)، بينما يميل الذكور إلى استخدام الفيسبوك مع صديق حميم بنسبة (17%) أكثر من الإناث بنسبة (12.2%).

- وتفضّل الإناث استخدام الفيسبوك وهنّ برفقة زملاء الجامعة بنسبة (16.9%) مقارنة بالذكور بنسبة (13.9%)، بينما يفضّل الذكور استخدام حساب الفيسبوك وهم برفقة أصدقاء الحيّ بنسبة (13.5%) في مقابل الإناث اللواتي داءت نسبتهنّ ب (05.5%).

- وفي المرتبة الأخيرة فيما يتعلّق باستخدام أفراد العينة الفيسبوك وهم برفقة عائلاتهم أكّدت النتائج تفضيل الإناث لهذا الخيار بنسبة (10.6%)، في مقابل الذكور الذين جاءت نسبتهم (06.7%)، وهي نتيجة طبيعية نظراً لعدم تواجد الذكور بصفة دائمة في البيت وكثرة أنشطتهم، ولا يتواجدون عادة إلا في فترة الليل.

ويتبين من النتائج أنّ الإناث أكثر ميلاً للعزلة والانفرادية أثناء استخدام الفيسبوك، لأنّ ذلك يتسم بالخصوصية الشديدة والرقابة العائلية التي تفرض عادة على البنات، بعكس الذكر الذي لا يسأله أحد، ولا تفرض عليه رقابة لأنّه محميّ اجتماعياً وعرفياً، فوجه للمقارنة بين الجنسين في درجة الحرية والقيود المفروضة عليهما.

وبخصوص عدم تفضيل الذكور الجلوس مع عائلاتهم أثناء استخدام الفيسبوك، يمكن تفسير ذلك بأنّ الفيسبوك عالم مفتوح ولكنه مرهون بالخصوصية الفردية والتي من غير الآثق أبدا إظهارها أمام أفراد الأسرة، وهي طبيعة ذكورية فإذا تم كشفها فإنّها تهدّد شخصيته، لذا رأت هذه الفئة أنّه لا يصحّ التواجد برفقة المقربين في العائلة أثناء وقت الاستخدام، وهو ما يعطي راحة أكبر لفعل ما يريد وهو بمفرده، وعموماً فإنّ استخدام الذكور للفيسبوك

يختلف عن الإناث تبعاً لاختلاف الحاجات الاجتماعية والنفسية وهو ما سنتطرق إليه في محور الدوافع والحاجات، ويؤكد اختبار كاي² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين، لأن قيمة كاي² الجدولية (09.49) أقل من قيمة كاي² الجدولية (13.57) عند مستوى ثقة (0.000) بدرجة حرية (04).

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
<u>دال</u>	09.49	0.000	04	<u>13.57</u>

يرى الباحث أنّ الطلبة من كلاً الجنسين أصبحوا يفضلون استخدام الفيسبوك بطرق مختلفة بفعل التغيرات الثقافية والقيمية التي تأثرت بالنزوح التكنولوجي وغلوّ وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنّ هناك عوامل نفسية واجتماعية مختلفة بين الجنسين كالرغبة في التواصل والتفاعل والتعبير عن الذات ونسج العلاقات، أدت إلى الوصول السهل للمحتويات وهو ما قلص من الفوارق، فلم تعد عائقاً مما أدى إلى توحيد التفكير بين الجنسين، لذلك يتأثر السلوك الاجتماعي للأفراد بطريقة الاستخدام بعيداً عن الفوارق الجنسية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (نومار، 2012) في دراستها التي بينت أنّ هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين تفضيلات مكان استخدام الذكور والإناث الفيسبوك، حيث كانت كاي² المحسوبة (56.75) أكبر من قيمة كاي² الجدولية (37.83) عند درجة حرية 03 ومستوى ثقة (0.05).

جدول (28): يبيّن اشتراك المبحوثين في صفحات الفيسبوك.

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
نعم	312	78
	88	22
المجموع	400	100

من أجل معرفة مدى انخراط أفراد العينة في صفحات فيسبوكية، طرحنا عليهم السؤال رقم (10) كالتالي: هل أنت مشترك في صفحات فيسبوكية؟.

من خلال قراءة نتائج الجدول يؤكد (78%) من المبحوثين أنّهم يشتركون في صفحات فيسبوكية، في حين أوضح (22%) من أفراد العينة أنّهم غير مشتركين في صفحات افتراضية عبر الفيسبوك.

تعتبر المجموعات الافتراضية التي تنطبق عليها فكرة المجتمعات الافتراضية التي يدخل فيها الأفراد، وهي من أكبر التجمّعات الرقمية التي تضمّ مختلف الشرائح ذوي الاهتمامات المشتركة، مثلما جاء في نتائج الجدول الخاص بمعايير الانتقاء، وتهدف هذه التجمّعات إلى تلبية العديد من الاحتياجات الاجتماعية والنفسية والثقافية والرياضية

والسياسية وغيرها، وهي محاولة لموازة العالم الحقيقي الذي ينخرط فيه الأشخاص عبر جمعياته ونواديته ومنظماته بشقّي أطيافها، وبالتالي فإنّ موقع الفيسبوك يوفّر هذه الخاصية من خلال ميزة (Groupes) أو (Pages)، والتي تسمح لأيّ عضو في الفيسبوك بإنشاء مجموعات اهتمام مشتركة، حيث يتبادلون الأخبار والمعلومات حول قضية أو موضوع ما، أو مجرد الدردشة ويتفاعلون بالمشاركة أو التعليق.

وتأتي الصفحات المشتركة كتطوير لهذه التجمّعات، وتأخذ هذه الصفحات التي ينشئها الأفراد مظهرين، صفحات مغلقة لأعضاء معروفين وبشروط محدّدة كصفحات علمية أو دراسية لمجموعة من الطلبة في نفس التخصص لتبادل الدروس والكتب والنقاشات حول المحاضرات والمعلومات، أو تكون صفحات مفتوحة بمجرد الضغظ على زرّ الإضافة ينتقل بصفة آلية ضمن المجموعة كالصفحات السياسية والرياضية والقانونية وغيرها.

إنّ هذا الشكل الجديد في الفضاء الرقمي يتيح للأعضاء فيه النقاش بكلّ حرية والتعبير عن أفكاره حول موضوع ما ويتشاركها مع أعضاء المجتمع الافتراضي، فهذا النوع من الاتصال يمنح فرصة التقرب أكثر واكتشاف الميول والرغبات وتحديد الأهداف ويشبه هذا إلى حدّ ما الاتصال الشخصي، إذ يمكن الحصول على رجع الصدى مباشرة من أعضاء الصّفحة، والتعليقات والرّد عليها والإعجابات والغضب ومشاركة المنشورات وإعادة مشاركتها.

وتظهر النتائج المتعلّقة بهذا السؤال أنّ أغلبية أفراد العينة بنسبة كبيرة (78%) منخرطون ضمن مجموعات افتراضية، وهذا ما يتيح لهم طرح أفكارهم ومشاركتها بكلّ حرية على عكس الواقع الاجتماعي الذي قد يفرض القيود عند الخوض في بعض القضايا، كما تساهم المجموعات الافتراضية في تكوين العلاقات الاجتماعية من خلال مجموعات النقاش، والتعرّف أكثر على ميول مشتركة ويعمّق المحادثات بين الأعضاء، وهنا يمكننا الحديث عن تشكيل الرأس المال الاجتماعي، لأنّه يسمح باكتشاف العضو أكثر عن قرب بأفكاره وثقافته من خلال المنشورات، وحتى بعض الأعضاء ينتقلون من تلك المجموعات العامّة إلى حساباتهم الشخصية نظرا لحدوث توافق في الأفكار والاهتمام، وهذا دور إيجابي للمجموعات الافتراضية المنفتحة على الاندماج والتفاعل الافتراضي الذي قد يفتقده الكثير من الطلبة في وسط بيئتهم وحاضنتهم الاجتماعية، وبذلك تبرز شخصيتهم وتنعزّز ثقتهم بأنفسهم، من خلال الانفتاح على الآخرين وتقبّل آرائهم.

ويعود ظهور المجتمعات الافتراضية إلى "هاوارد راينجولد" الذي ألف كتابا" في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي. ويشير "دي موور" و"وايجاند" (De Moor and Weigand) بأنّ المجتمع الافتراضي لوسائل التواصل الاجتماعي هو نظام اجتماعي يشتمل على مجموعة من العناصر المهمة هي: (عبد المعطي، 2015، صفحة 560).

- 1- جماعة من البشر تزيد وتنقص، تكبر وتصغر، وفق شعبية المواقع وسهولة استخدامه، غير أن هويّات أفراد هذه الجماعة تبقى موضع تساؤل وريبة مالم يكن لها وجود حقي قي معلوم في العالم الواقعي.
 - 2- اهتمامات مشتركة بالأدب أو العلوم أو الفنون أو الصناعات أو الهويّات؛ وقد تكون الاهتمامات تافهة أو غير جادّة أو جانحة غير مقبولة من وجهة نظر من لا ينتمون إلى الجماعة أو المجموعة.
 - 3- تفاعل يتصل بالاستمرارية وسرعة الاستجابة، ومن هنا فالبريد الإلكتروني لا يعدّ مجتمعا افتراضيا، إلا إذا صاحبه الدردشة والرسائل النصيّة الفوريّة، وتشمل التفاعل تبادل المعلومات والدّعم والنصيحة وفق طبيعة الجماعة أو المجتمع الافتراضي.
 - 4- وسيلة فضاء للتواصل، كالمنتدى أو غرفة دردشة أو موقع تواصل اجتماعي أو مجموعة بريدية أو مدونة.
 - 5- شروط العضوية، وتتضمن كلمة مرور واسم مستخدم وبيانات وقواعد تنظيم المشاركة.
- ومن جهته وضع "بورتر سميث" (Porter Smith) خمس خصائص تمتاز بها المجتمعات الافتراضية: وهي كالآتي: (رايس، 2020، الصفحات 152-153)
- 1- وجود هدف ومصلحة مشتركة من وراء تجمعها؛ على سبيل المثال مناقشة قضية أو مواضيع تثر الاهتمام، وقد تعنى بالموضة والسياسة والرياضة والفن والتكنولوجيا، والثقافة وغيرها.
 - 2- وجود فضاء للتواصل؛ وهو الذي يتم فيه التفاعل المتبادل.
 - 3- توفر منصّة للتواصل والتفاعل؛ وقد تكون هذه المنصّة منتديات حوار أو مواقع التواصل المختلفة.
 - 4- وجود جماعة من البشر؛ التي تشكل هاته المجتمعات الافتراضية، يحدث وفقا لنمطيّة التفاعل بينها وهذا حسب نوع العنققات الإنسانيّة وحجمها، التي تربط بين أفرادها.
 - 5- تحديد النّموذج الرّبحي المحقّق من التفاعل؛ وقد يكون ربحا ماديا أو معنويا، وهذا الربح يحصل عليه من المعلومات والخدمات التي تقدّمها الوسائط الاجتماعية، على سبيل المثال الرّاسمال الاجتماعي والرّاسمال الإعّمي، اللذان يؤثّران على شبكة العنققات الاجتماعية وكذلك السوق التجارية.
- وعند تفحص أشكال وأنواع المجموعات الافتراضية ومن خلال سؤال الطلبة، علمنا أنّ هذه الصّفحات قد تكون مقيدة أو مخصصة لنوع معيّن، فنجد أنّ هناك صفحات مخصصة للذكور فقط وصفحات للإناث، وهذا التّشكيل الافتراضي يبرز مدى الاهتمام بمشاركة كلّ الجنسين، ولكن بهدف ودوافع مقصودة لإشباع حاجات معيّنة، قد تكون ترفيهيّة أو تثقيفية ومعرفية أو دراسية، وهو ما سوف يتمّ توضيحه في محور الدّوافع، فهذه الفئة الكبيرة تعطي أهميّة بالغة لهذه المجموعات الافتراضية التي توقّر لهم العديد من المزايا على غرار أنّها تقرّبهم إلى بعضهم من خلال

اكتشاف الأفكار، فيظهر مدى الانسجام والتوافق أو التنافر في مختلف القضايا، التي يتشاركونها، وهذا دليل على أنّ الشباب الجامعي له من الخصائص التي تزيد ثقتهم بأنفسهم وتعزز دورهم الاجتماعي من خلال نقل تلك الأفكار إلى المجتمع الحقيقي، ليثبتوا للأجيال الأخرى أنّهم موجودين ويجب الاعتراف بدورهم الاجتماعي.

جدول (29): يبيّن اشتراك المبحوثين في صفحات فيسبوكية عند متغير الجنس

المتغيرات		الذكور		الإناث		المجموع الكلي	
		%	ت	%	ت	%	ت
نعم		71.3	134	84	178	78	312
		28.7	54	16	34	22	88
المجموع		100	188	100	212	100	400

يوضح الجدول مدى اشتراك كلاً من الجنسين في صفحات الفيسبوك، فرغم التقارب النسبي الملحوظ فقد بيّنت النتائج أنّ الإناث أكثر ميلاً للانضمام لصفحات فيسبوكية بنسبة (84%) مقارنة بالذكور بنسبة (71.3%). ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ الإناث أكثر نشاطاً على الفيسبوك، وهذا لتجاوز بعض القيود المفروضة عليهنّ، فاحساسهنّ بالعزلة يدفعهنّ للسعي إلى تلبية العديد من الحاجات لإشباعها من خلال دخولهنّ في هذا المجتمع الافتراضية، وتأتي هذه النتائج مكتملة لما سبقها من النتائج التي أكّدت أنّ الإناث مستخدمات كثيفات للفيسبوك بمعدّل يومي أكثر من 8 ساعات، وتبيّن اختبار كاي² وجود فروق بين الجنسين، حيث أن كاي² المحسوبة (09.344) أكبر من كاي² الجدولية (03.84) عند مستوى ثقة (0.002) ودرجة حرية (01).

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² مسوبة
دال	3.84	0.002	01	<u>09.344</u>

إنّ المخراط أفراد العينة في مجموعات افتراضية يعكس مدى أهمية الفيسبوك الذي أصبح يلبي العديد من الحاجات النفسية والاجتماعية والثقافية والعلمية والدراسية المختلفة، كما أنّ الانفتاح على مجموعات النقاش يعود إلى خصائص هذه الفئة الحيوية التي تسعى إلى إثبات ذاتها أمام الآخر الذي يحجر عليها، من خلال صناعة عالم افتراضي موازي لعالمه الحقيقي، أين يستطيع الشباب الجامعي التعبير بكل حرية دون رقابة أو قيد، ويلتقي الذكور والإناث في فضاء تواصل مفتوح يزيد من تعميق العلاقات الاجتماعية وتوطيدها بين الطلبة.

ويعود الاختلاف بين الجنسين في رغبتهم بالانخراط في صفحات فيسبوكية إلى اختلاف المحتويات في الصفحات بحد ذاتها، وهو ما يؤثر على قرار الانضمام، مثل بعض الموضوعات التي تهتم أكثر بجنس الإناث أكثر من الذكور،

والعكس تبعاً لاهتمامات والهوايات، كما تلعب الاحتياجات المختلفة والضغط الاجتماعي والنفسي والرقابة على الإناث دوراً في تعزيز الانخراط في تلك الصفحات، والتي يتوقع منها تلبية وإشباعها خاصة فيما يتعلق بالرغبة في التواصل العاطفي والحصول على الدعم النفسي وتحقيق الانسجام الاجتماعي، لذلك تختلف تفضيلاتهم باختلاف الاهتمامات والرغبة في الانخراط في علاقات اجتماعية افتراضية، لإيجاد مساحة أكبر لتفريغ تلك الشحنات بحثاً عن تدعيم الهوية الرقمية من خلال النشر اليومي عبر الصفحات والتفاعل بحرية.

فقد أجرى فريق من الباحثين (Seidman, Barry, & Pretorius, 2011) تحليل مينا للأبحاث، وركزت بشكل أساسي على دراسة الفروق بين الجنسين حول عادات استخدام الفيسبوك، وخلص الفريق إلى نتائج أظهرت وجود فروق هامة بين الذكور والإناث تتلخص في:

التردد على استخدام الفيسبوك: حيث تميل الإناث بشكل متكرر إلى الاستخدام أكثر من الذكور.

التواصل والتفاعل: أظهرت "مينا" أنّ الإناث يتفاعلن مع الفيسبوك أكثر من الذكور، إقماً بالإعجاب أو التعليق أو مشاركة المحتوى، وربطت هذا السلوك بالطبيعة الاجتماعية للإناث وميلهنّ للتواصل أكثر من الذكور.

اهتمام والمشاركة: وجدت "مينا" أنّ الإناث هنّ سلوك إيجابي في الانخراط أكثر من الذكور لنشر المحتوى الشخصي الذي يعكس الحياة اليومية، وتبادل المعرفة وإيجاد الاهتمام والتعويض الاجتماعي بدل الواقع.

جدول (30): يبيّن نوع الصفحات الفيسبوكية التي يشترك المبحوثون فيها

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
اجتماعية	190	12.4
سياسية	69	04.5
ثقافية	196	12.8
دينية	199	13
تسوق	139	09
دراسية	199	13
رياضية	171	11.1
إعلامية	100	06.5
ترفيهية	195	12.7
ألعاب إلكترونية	78	05.1
إجمالي الإجابات	1536	100

من أجل معرفة أيّ المجموعات الفيسبوكية التي يفضّل أفراد العينة الانخراط فيها والتفاعل معها، طرحنا عليهم السؤال رقم (11) كما يلي: (ما هي الصفحات الفيسبوكية التي أنت مشترك فيها؟).

بفحص نسب وتكرارات الجدول جاءت النتائج كالتالي: الصفحات الدينية والدراسية بلغت نسبة (13%)، أما الصفحات الثقافية فنسبة (12.8%)، ثم الصفحات الترفيهية بنسبة (12.7%)، يليها الصفحات الاجتماعية بنسبة (12.4%)، أما الصفحات الرياضية بلغت نسبة (11.1%)، ثم صفحات التسوق بنسبة (9%)، وحصلت الصفحات الإعلانية على نسبة (6.5%)، كما جاءت صفحات الألعاب الإلكترونية بنسبة (5.1%)، بينما نجد نسبة (4.5%) تعبر عن اشتراك المبحوثين في الصفحات السياسية.

منذ أن وجدت مواقع التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها، كانت منبرا للنقاشات وطرح الأفكار والآراء حول الكثير من القضايا الراهنة، واعتبرت فضاءات افتراضية مفتوحة لكلّ شخص باستطاعته تجاوز العوائق الواقعية وتأسيس موقع أو إنشاء صفحة للتعبير عن رأيه وتبادل وجهات النظر، وكانت الكثير من الصفحات الفيسبوكية ذات تأثير على صناعة الرأي العام بتوجيهها شريحة الطلبة، وتنوير أفكارهم حول واقعهم من حقوق ومطالب ومكاسب اجتماعية وسياسية واقتصادية وغيرها.

ويشير الباحث "توفيق البياتي" إلى أنّ استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كان في بداية الأمر للدردشة ولتفريغ الشّحن العاطفية، ولكن يبدو أنّ موجة من النّضج سرت، فأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية ومن هنا تشكّلت حركات الرّفص الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا وسوريا، وتخطّت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي (البياتي، 2017، صفحة 344).

وبالعودة إلى مفهوم الصفحات الافتراضية يشبهه (Bernard Yohan) المجتمعات الافتراضية بالقبائل التي تكوّنت في مجتمعات ما بعد الحداثة والموجودة على شبكة الإنترنت، لها شكل وتجسيد يزدهر في صلب المجموعات الصغيرة غير الظاهرة في جميع أنحاء العالم، كما تتجاذب أفرادها عاطفياً حول مسائل متعددة، كالسياسة والدين والرياضة، ويتشارك فيها عدد كافٍ من الناس لمناقشة المسائل العامة، وبذلك تتشكل شبكة علاقات شخصية في هذا الفضاء الافتراضي، وهذه المجموعات الصغيرة تشكّلت من خلال انتماءات اختيارية ومن خلال عواطف مشتركة، تسمح لهم عضويتهم بمشاركة تجاربهم الخاصة بدون قيد أو وقت محدد (Bernard, 2004, p. 49). أما أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة "كيبك" في (مونتريال) "بكند" فيعرّف المجموعات الافتراضية بأنها: (الرابط الانتمائي الذي يتكوّن بين أعضاء مجموعة معيّنة من مستخدمي فضاءات التخاطب الرقمية، وهؤلاء

يتقاسمون الميولات والقيم والمصالح أو أهداف جماعية، وفي أحسن الحالات يتقاسمون مشروعاً جماعياً حقيقياً (Serge, 2008, p. 379).

ويطلق "توفيق البياتي" على المجموعات الافتراضية تسمية "مجتمعات الممارسة"، ويقصد بها جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكّلات، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة، ولقد أظهر تحليل تأثير تكنولوجيات الاتصال على الحياة اليومية أنّ المجتمعات المحليّة لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحدّدة بل أيضا في الفضاء الإلكتروني وتسمّى "المجتمعات الافتراضية" (البياتي، 2017، صفحة 343). ويمكن أن نفرّق بين نوعين من المجتمعات الافتراضية:

النوع الأول: يعتمد بشكل كليّ على التفاعل بين الأعضاء المنخرطين أو المشتركين فيه، سواء عن طريق التواصل المباشر أو غير المباشر، ويتيح لأعضائه تبادل الآراء والنقاشات والأفكار، وتراسل الملقّات والصّور والمعلومات، ضف إلى ذلك السّماح لمستخدميه بالتعليق والمشاركة الفعّالة، وإضافة الملقّات الهامّة.

النوع الثاني: يشمل بعض المواقع الإلكترونيّة التي تحاكي العالم الواقعي، إذ يتصرّف المستخدمون كأنّهم في العالم الواقعي، من خدمات التسوّق وارتداء الملابس والرحّلات والأسفار، ويطلق على هذا النوع "الحياة الثانية". وبناءً عليه فإنّ المجتمعات الافتراضية سمحت باحتكاك الطّلبة وتقريب وجهات نظرهم، واختبار مدى ثقافتهم وإطّاعهم على الواقع، فقد عكست مدى اهتمام الطّلبة بواقعهم وفهمهم له، وقدمت لهم فرصة للتعبير وإبداء الرّأي بـ قيود، فوسائل الإعّام التقليديّة لم تعد تلبي لهم كلّ الحاجات لأنّ وظائفها كانت على الدّوام مرتبطة بما يسمح به القائم بالاتصال، بل لم تعد ذات مصداقيّة في نظرهم لولائها لجهة معيّنة، ولكن في فضاء الفيسبوك سيجد الطّلبة الذي يمثّلون طليعة المجتمع منبرا يوصلون رسالتهم إلى أطياف أخرى من المجتمع.

ويؤكّد "يامين بودهان" أنّه بفضل شبكة الإنترنت أصبحت تتشكّل فضاءات تواصلية عدّة هي بمثابة أمكنة افتراضية، كتحدّث الأفراد عبر غرف الحوار والدرشة مثلاً، منفردين أو جماعات، دون حدود ودون تاريخ، ويتعاملون مع هذه الفضاءات باعتبارها أمكنة ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها (بودهان، 2012، صفحة 19).

ففي هذه الفضاءات التواصلية يمارس الطّلبة العديد من النشاطات المختلفة باعتبارهم منتج المعلومه وليسوا فقط متلقّين سلبيّين، بل يعتبر استخدامهم للفيسبوك نشيظاً وإيجابياً حسب مفهوم مصطلح المستخدم النشط في نظرية الاستخدامات والإشباع، وذلك من خلال المشاركة في إنتاج المحتوى وصناعة الخبر ونقل الحدث، فالطّلبة واعون بما يجري من أحداث حولهم، لذلك يسعون لنقل سياقاتهم الاجتماعيّة إلى مواقع التّواصل، وهذه العمليّة بين

الواقع والصفحات الافتراضية إيجابية، لأنها تلبي حاجاتهم وتسمح بتناول الواقع حسب إدراكهم للحقائق دون تدخل من أيّ جهة أو طرف، وهو ما يعكس الرغبة في التخلص من قيود المكان والزمان، وفوبيا الرقابة والقيود الاجتماعية والقانونية.

وهذا ما هيأ الأرضية المثممة لقيام التجمّعات الافتراضية، التي يجمعها ذلك العقد التحزري من كلّ ما هو ممنوع، حتى أصبح البعض يهرب من واقعه الاجتماعي المادّي وينجذب نحو الواقع الافتراضي على شبكة المعلومات العالمية (البياتي، 2017، صفحة 344)، وهو ما يقود "جمال الزرن" إلى طرح فكرته عن ما يسمّيه "نهاية فوبيا المكان" أو "الإقليم الافتراضي" حيث يقول: (إنّ الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئاً، بحكم عدم مقدرتنا على تملك الافتراضي بوصفه فضاءاً، لذلك وصفت شبكة الإنترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحريراً، وعدم مقدرة أيّ طرف على امتلاكها (الزرن، 2009).

ويعني هذا السلوك الاتصالي أنّ أفراد العينة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية نشطون في انتقاء أو اختيار شبكة من الصفحات الافتراضية في الفيسبوك للدخول في نقاشات وتفاعلات متعدّدة الخصائص والأهداف، ففي منظور الاستخدامات والإشباع يزعم "هوويت" أنّ النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقياً سلبياً أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعّال حتى ظهر مفهوم الجمهور "العنيد" الذي يبحث عمّا يريد أن يتعرّض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم له هذا المحتوى، وربّما يرجع الفضل إلى "إيهو كاتز" في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارهم نشطين، ويختارون التعرّض للوسائل التي تلبي حاجاتهم، والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم.

ويرى "بلومر" (Blumler) أنّ عنصر النشاط أو الفعاليّة لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي، والانتقائيّة، والأذواق، والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرّض لوسائل الإعلام، كما يؤكد "ريتشارد هاريس" (Harris.R.J) أنّ تأثير وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية، إذ يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة، ويتباينون في طبيعة استجاباتهم لها (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 244)، كما قدّمت بعض الدّراسات أدلة تدعّم فكرة الجمهور النّشط حيث كشفت هذه الدّراسات عن أنّ اختلافاً في اختيارات أفراد الجمهور للقنوات الاتصالية يرتبط بالإشباع التي يبحث عنها هؤلاء الأفراد وكذلك الإشباع

التي تحققت لهم بعد التعرّض للوسائل المختلفة أو الأشكال المختلفة لمحتويات هذه الوسائل، ويرى " ليفس " و" ويندال " أنّ نشاط الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري له بعدان هما: (حمدي ح.، 1998، صفحة 16).
البعد الأوّل: وهو ما أسماه التوجيه النوعي لأفراد الجمهور (Audience Drientation) نحو عملية الاتصال وهو توجه ذو ثلاث مستويات:

1-1 انتقائية (Selectivity): وهو عملية الاختيار غير العشوائي لواحد أو أكثر من البدائل المعرفية أو الإدراكية المرتبطة بوسائل الإعلام، فالجمهور ينتقي الوسائل الإعلامية والمضامين حسب احتياجاته واهتماماته.

2-1 انهماك (Involvement): وهي الدرجة التي يدرك بها فرد من الجمهور وجود رابطة أو صلة بينه وبين محتوى وسائل الإعلام، وكذلك الدرجة التي يتفاعل بها الفرد سيكولوجيا مع وسيلة إعلامية أو محتواها، ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرّض له الفرد من مضامين.

3- المنفعة (Utility): وهي أنّ الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام أو يتوقعون استخدامها لتحقيق أهداف اجتماعية أو نفسية، ويعني ذلك دخول الأفراد في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال.

البعد الثاني: أسماه " ليفي " و" ويندال " عام 1977 "البعد المؤقت" (Temporal) وهو تقسيم نشاط أفراد الجمهور في عملية الاتصال على أساس بذل جهد في هذا النشاط قبل وأثناء وبعد التعرض؛ على النحو التالي:

1-1 نتقاء قبل التعرّض: ويرتبط هذا بتوقع الجمهور بأنّ التعرّض لوسيلة دون أخرى أو مضمون معين يحقق لهم الإشباع المطلوب، كما أوضحت ذلك دراسة (ليفى) عام 1977، وأوضحت الدراسة أنّ البحث عن المضمون أو الوسيلة عند الأفراد يعكس خبرات الفرد بوسائل الإعلام، وإدراكه لمضامينها.

2-1 نتقاء أثناء التعرّض: وله علاقة بما قبله، فالتعرّض يظلّ سلوكاً انتقائياً يحوي عدداً كبيراً من الخيارات.

3-1 نتقاء بعد التعرّض: ويرتبط هذا بالتذكّر الانتقائي للرسائل التي تعرض لها الفرد، ويعد هذا من نشاط الجمهور في التفاعل مع الرسالة مما يؤدي إلى عدم نسيانها بالكلية.

4- المنفعة قبل التعرّض: حيث يحصل الجمهور على منافع قبل التعرّض من خلال الحديث، والنقاش الاجتماعي، ومحاولة التنبؤ بما قد يحصل للرسالة.

5- المنفعة أثناء التعرّض: وهي المنفعة التي تنشأ من تعرض الفرد لوسائل الإعلام.

6- المنفعة بعد التعرّض: يرتبط بالسلوك الذي ينعكس على الفرد من خلال معلومات الرسالة الاتصالية.

ويؤكّد "ماكويل (Maquail) إلى أنّ عملية الاختيار الفرديّ تعبّر عن الذوق السائد في كلّ الثقافات. كما يرى أنّ مضمون وسائل الاتصال مثله مثل كلّ الإنتاج الثقافي، يتمّ بناءه وتحديده ليشمل الأفراد باعتبارهم أعضاء في

الجمهور، ويرى أيضا أنّ مصطلح الجمهور (Audience) لا يعبر عن تجميع (Aggregation) بسيط للأفراد وإنما يعبر عن تضمينات مجتمعية (Umptications Siciete)، يفترض أنّها تمثل صميم الثقافة السائدة، وهكذا يقبل "ماكويل" مدخل الاستخدامات باعتباره يعبر عن نشاط واختيار فردي يتحكّم فيه الإطار الثقافيّ السائد ويستخدم القائمون بالاتصال مهاراتهم للتعبير عن صميم هذه الثقافة، وتستجيب وسائل الاتصال الجماهيري لمطلّبات القيم والأذواق السائدة لدى جماهيرها. (بوزيان ع.، 2010، صفحة 46)، وشرح نشاط الجمهور في عمليّة الاتصال على أساس البعدين السابقين، نلخصه في الشكل التالي (حمدي ح.، 1998، الصفحات 17-18):

توجّه الجمهور	قبل التعرّض	أثناء التعرّض	بعد التعرّض
الانتقائية Selectivity	البحث عن التعرض الانتقائي	الإدراك الانتقائي	التذكر الانتقائي
الانشغال أو الانهماك Involvement	ترقبّ العرض	- الانتباه - إيجاد المعاني - تفاعل شبه اجتماعي	تقمّص أدوار الشخصيات
المنفعة Utility	الاتصال الاجتماعي	استخدام الإشباعات التي تم الحصول عليها	قيادة الرأي. استخدام الموضوع.

جدول رقم (31) يوضّح "نموذج ليفي" و"ويندال" حول نشاط الجمهور في عمليّة اتصال.

من خـ هذا الجدول يتبيّن أنّ جمهور وسائل الاتصال لم يعد ذلك المتلقّي السلبي الذي يتلقّى العديد من رسائل وسائل الاتصال، فيتأثّر بها ويصبح خاضعا لها، بل هو جمهور نشيط، يختار من وسائل الاتصال الجماهيري ما يعتقد أنّه سلبي أهدافه، وداخل الوسيلة الاتصاليّة نفسها، يختار من بين موادّها ما يروقه، وما يعتقد أنّه سيسبب حاجاته؛ وبالتالي لن يكون لوسائل الاتصال التأثيرات نفسها على الجمهور، ويتنوّع التأثير تبعاً لخصائص الأفراد، وانتظارهم من وسائل الاتصال، وطرق إدراكهم لرسائلها.

وبالإضافة على النتائج التي تظهر نسباً متقاربة في تفضيل أفراد العينة، يتبيّن مدى ارتباطهم بمختلف الصفحات والمجموعات، فقد عبّرت أعلى نسبة عن انضمامها لمجموعات دينيّة ودراسيّة، ثمّ صفحات ثقافية وترفيهية واجتماعية، وتعكس هذه النتائج درجة التفاعل مع محتويات هذه الصفحات والتعليق عليها، ومشاركة آرائهم وربما إنشاء عـقات افتراضية من خـلّ التقربّ إلى نخب المجتمع، لذلك تعتبر هذه الصفحات نموذجا تفاعليا خصبا للعديد من الشرائح الاجتماعية وبما تشكّله من زخم معرفي في إنتاج المحتوى ومشاركته.

ويعبر أفراد العينة عن انضمامهم للصفحات الدينيّة التي تحتوي على منشورات رجال دين ومشايخ، وفتاوى مختلفة، وصور لأدعية وآيات قرآنية وأحاديث نبوية شريفة، وتكمن وظيفتها في زيادة الوعي الديني للعديد من المستخدمين

وتقوية عبققتهم برهم، وتعتبر هذه الصفحات جزءاً من مواجهة الحملة الشرسة التي يتعرّض لها الإسلام، والعديد من صفحات الفيسبوك التي تمارس التّضليل ورسم صورة مقبنة عن المسلمين في أنحاء العالم، وهذه الصفحات تعدّ بمثابة منبر حرّ يتواصل من خلاله أفراد العينة مع المجتمع العالمي لتصحيح المفاهيم الخاطئة التي صنعتها وسائل العولمة المضلّلة، وبالتالي فإنّ نشاط الطلبة ليس فقط للتلقّي بل يعبرون بوعي تام عن إدراك لخطورة ما يتعرضون له في مواقع وصفحات فيسبوكية أخرى.

لذا يؤكّد "يامين بودهان أنّ الإنترنت أصبحت تشكّل بيئة اتصالية جديدة لأنّها لم تيسر فقط التّفاد إلى المعلومات بل أنّها أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة كمنتديات الحوار والدرشة والصفحات الشخصية والمدونات (بودهان، 2012، صفحة 19).

كما يستخدم الطلبة الصفحات الدرّاسية بغرض مناقشة وتبادل الدروس وإنجاز أبحاثهم، وهي نتيجة منطقية بغرض تطوير أنفسهم وزيادة نتائج التحصيل الدرّاسي، كتحميل الكتب والمحاضرات والفيديوهات والصور التي تساعد على زيادة فهم واستيعاب ما لم يتمكنوا من فهمه أثناء الحصّة والتي لها عبققة بتخصّصهم، أو تعلّم واكتساب مهارات أخرى لغوية أو برمجيات وتطبيقات لتقوية معلوماتهم، لأنّ هذه الصفحات مجانية التحميل، وهي جزء مكمل للمكتبات الرقمية التي لا يستطيع الطلبة الولوج إليها لفرضها رسوم على محتوياتها.

ومن جهة أخرى تعتبر الصفحات الثقافية منتديات تثقيفية معرفية تهدف إلى تزويد الطلبة بالمعلومات والطرق الجديدة في التعامل مع أمور حياتهم، وفي هذه الصفحات تظهر درجة وعي الطلبة والإمام بالبيئة الاجتماعية والثقافية، وتساعد على رسم الواقع الثقافي وفاعليّة دوره في حياتهم، واكتساب قيم ثقافية تساعد على مواجهة المشكّلات وتفاذي الصّراع الثقافي في عصر الانفتاح العولمي والامبريالية الثقافية، وهو ما يضع الطالب الجامعي في تحدّ أمام زخم المنشورات والمحتويات الغربية عنه التي قد تضرّ بقيمه وحاضنته الثقافية.

وتهدف الصفحات الاجتماعية لمناقشة قضايا المجتمع وفتح حوارات بين الطلبة عن واقعهم المعاش، وبالتالي فإنّ هذه الصفحات نقلت الواقع الحقيقي إلى الافتراضي وساعدت شرائح طابعية واسعة في تكوين صورة وتشكيل وعي اجتماعي جمعي، يناقشون ويتبادلون آرائهم وانتقاداتهم، وهنا تكمن سلطة الفيسبوك في ديمقراطية التّقاش الاجتماعي الواعي، فالمستخدمون يحصلون على درجة عالية من الإشباع الاجتماعي والانفتاح على مجتمعهم وبيئتهم ويعرفون ما يدور حولهم، من قضايا ومشكّلات لم تنقلها لهم وسائل الإعلام التقليدية، وهذه الوظيفة بالغة الأهميّة، لأنّها تربط أفراد العينة بالوعي الاجتماعي، وتسمح لهم بتغيير الواقع وبناء أفكار إيجابية وإبلاغ صوتهم

ورسالتهم للجهات العليا أو المؤسسات ذات السيادة، التي لها سلطة القرار، وهذه الميزة زاد استخدامها وتأثيرها في الوقت الراهن نظرا لحاجة الطّاب لمن يصغي وينصت إليهم.

كما تشهد الصّفحات الرياضية إقبالا من طرف الطلبة، لما توقّره من معلومات عن مختلف الرياضات والمنافسات الوطنيّة والعالميّة، فيدخلون في التّفاشات حول آخر مستجدّات المنتخبات والفرق الرّياضيّة، ما يوحي باهتمام كبير بالشّأن الرّياضي، وأنّ هذه الصّفحات أصبحت تلبي حاجيّاتهم وتشبع معلوماهم حول التّفافة الرّياضيّة.

كما تفضّل شريحة من أفراد العيّنة الانضمام إلى صفحات علميّة لمتابعة جديد الاكتشافات والاختراعات التكنولوجيّة، وهذه الصّفحات تقدّم عروض الشراء والتسوّق الإلكتروني - عن بعد- أين تعرض المؤسسات وصنّاع المحتوى خدماتهم، وهذه الطريقة تسهّل على المستخدمين اقتناء ما يجدونه في السّوق المحليّة لجلبها من الخارج بالعملة الصّعبة، كالهواتف الذكيّة الجديدة والحواشيب وأدوات الصّيانة، والألبسة والبذلات الرّياضيّة وأدوات الطّبخ والكثير من المتوجات بعروض تنافسيّة، فأغلبية الطّلبة لا يملكون بطاقات إئتمان للعملة الصّعبة، لذلك يجدون في مروجي خدمات التسوّق سهولة في الاقتناء إلى باب المنزل، وغالبا ما تكون تلك المنتجات بجودة عالية وبأسعار منخفضة، وهذه الميزة تكون محلّ تفاخر بين الطلبة المهتمّين بالمظاهر ومواكبة العصر.

كما سمح الانفتاح الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على العالم أن تكون بديلا لوسائل الإعلام التقليديّة، وسهّلت ميزة التفاعلية والتشاركيّة من مساهمة الطّلبة في صناعة المحتوى الإخباري، وهو ما يعكس اعتماد أفراد العيّنة في الحصول على الأخبار من الصّفحات الإاعيّة، حيث نقلت الكثير من المحطّات الإخبارية بثّها عبر صفحات الفيسبوك من خلال تقنيّة البثّ المباشر أو الحيّ، وبذلك تكون منافسة لباقي وسائل الإعلام التقليديّة، التي قد تحدّ من التدفق الإاعيّمي والإخباري حول قضية أو حدث ما، لذلك نجد الكثير من الطّلبة يرتبطون بما يجري حولهم من أحداث سياسيّة وثقافية واجتماعية ورياضية واقتصادية، وهو ما يجعلهم مندمجين وغير معزولين عن واقعهم المحليّ والإقليمي والدولي.

وعلى خالف وسائل الإعلام الكميّة سيكية أين كانت النخب السياسيّة والثقافية والإاعيّة تحتكر إنتاج الخطابات العامّة، ولكن بفضل الإنترنت أصبح اليوم للأفراد والجماعات حق الكميّة في هذا المجال، وتتمظهر هذه الخطابات الفردية والجماعية في عدة أشكال كالمدوّانات، والمواقع الجماعية فضاءات تواصلية تنشئها مجموعات يربط أفرادها بعضهم ببعض الالتزام بمسائل وقضايا مشتركة (بودهان، 2012، صفحة 19).

ومن جهة أخرى نجد فئة من أفراد العيّنة لها اهتمامات وميول للألعاب الإلكترونيّة، وهذا بدافع إشباع حاجات ترفيهيّة للتسلية وتمضية الوقت، خاصة أنّ بعض الطلبة يستخدمون الهواتف أثناء تواجدهم مع زملاء الدّراسة أو

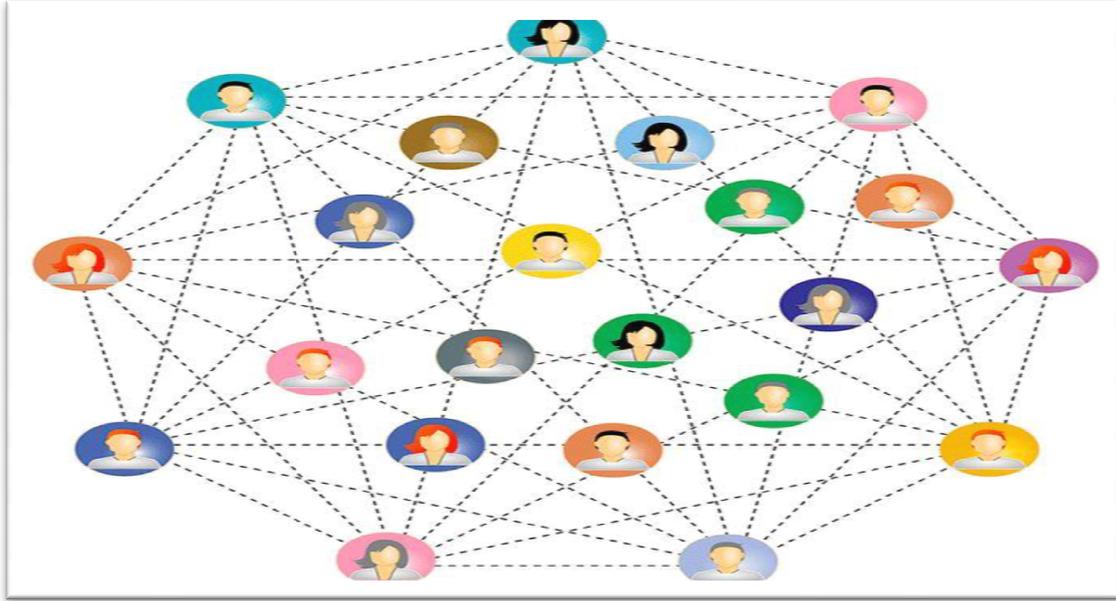
أصدقاء الحيّ، أو حتى أثناء الاستخدام الليلي، ذلك أنّ أغلبية الألعاب الإلكترونية أصبحت تشاركية عبر مجموعات افتراضية، وقد ساعدت هذه الخاصية على الاندماج والتفاعل وتقمّص الشخصية الافتراضية عبر الخط (OnLine)، ويلجأ إليها المستخدمون هروبا من الواقع، ولتخفيف الضّغط النفسي والاجتماعي عنهم، وأيضا كونهم شباب متفاعلون ومواكبون لكافة المستجدات التكنولوجية.

وبالرّغم من أنّ الصفحات السياسية حلّت في آخر تصنيف، ذلك لأنّ أفراد العينة لا يمكن فصلهم عن ما يعيشونه من ظروف سياسية وأحداث متغيرة بشكل سريع، لذلك هذه الصفحات تسمح لهم بالمشاركة في إبداء الرّأي وحرية التعبير، وإثبات ذاتهم من خلال فهم واقعهم الحقيقي وزيادة الوعي، وهذه الثقافة تمكّن الطلبة من مواجهة الصراعات، حيث يتفاعلون بمشاركة المحتوى السياسي بالتحليل والتعليق والنقد وغيره.

فمن خلال النتائج التي تؤكّد انخراط ومشاركة طلبة العلوم التكنولوجية في مختلف الصفحات الفيسبوكية يتبيّن لنا أنّ هذه النخبة منفتحة على كل التطوّرات الحاصلة في واقعهم، وهو ما يدلّ على كثافة نشاطهم وتفاعلهم وأنهم مشاركون إيجابيون وليسوا فقط مستخدمين سلبيين يتلقون ما يملى عليهم من منشورات، فالفيسبوك أصبح يلبّي مختلف أذواق الطّلبة بدافع إشباع حاجاتهم الدّينية والاجتماعية والرياضية والسياسية، وحتى تقول هذه الفئة أنّها موجودة ويمكن لها المساهمة والتأثير في الواقع، وهو ما يعكس صحّة النتائج التي تحصّلنا عليها سابقا من تفضيلات أفراد العينة إضافة أصدقاء حسب معايير الديانة والمستوى الثقافي وحسب الاهتمام المشترك إلى غير ذلك، وهذا يعني أنّ الطلبة يستفيدون من انخراطهم في مجموعات فيسبوكية من خلال توظيف المهارات التي اكتسبوها من واقعهم.

فقد بينت نتائج الدّراسة التي أجراها كل من "سبيستيان فيلينزوي" و"نامسو بارك" و"كي كيرك" 2009، التي استخدم فيها الباحثون المنهج الكميّ في جمع البيانات بالاستناد على استبيان عشوائي إلكتروني وزّع على طلبة الجامعة في ولاية "تيكساس" الأمريكية، أنّ هناك علاقة إيجابية بين كثافة استخدام فيسبوك والمشاركة الاجتماعية والسياسية، ما يعني أنّه كلما زاد استخدام الفرد لموقع الفيسبوك زاد نشاطه ومشاركته السياسية والاجتماعية (سالم، 2019). كما بينت العديد من الدراسات الميدانية أنّ هناك انخراطا كثيفا في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عموما والفيسبوك بشكل خاص، حيث بيّنت كلّ من دراسة (نومار، 2012)؛ (عبد المنعم، 2015)؛ (عبادة، 2017)؛ (عقبة، 2020)؛ أنّ الشباب أكثر الفئات الاجتماعية انخراطا في المجموعات الافتراضية، إذ يفضّلون المجموعات الدّينية والثقافية والترفيهية والاجتماعية والرياضية والسياسية والتسويقية

والإعلامية. فكل فرد أو عضو في هذه المجتمعات والصفحات الافتراضية يطلق عليه مسمى عقدة، وبدوره يرتبط مع مجموعة من العقد مثلما يوضحه الشكل الآتي:



شكل رقم (01) يبين بنية الصفحات الافتراضية في الشبكات الاجتماعية (شاشة، 2020، صفحة 154).

وينظر باحثون إلى هذا النوع من الصفحات الافتراضية على أنها صيغة جديدة للمجتمع العالمي الذي يطلق عليه "المجتمع الشبكي" الذي يستمد خصوصيته من قدرته على النفاذ إلى جميع أرجاء الكون، وارتباط وحداته ارتباطاً وثيقاً، وقد ساهمت هذه الصفحات في تغيير مفهوم الزمان والمكان.

ولهذا يؤكد "مانويل كاستلز" في كتابه (سلطة الاتصال) أنّ السلطة الجديدة للمجتمعات الافتراضية المعلوماتية المعاصرة تقوم على إدارة شبكات الاتصال، والتي أفرزها ما سُمّاه "الاتصال الشخصي الجماهيري"، حيث ينطوي على مفهوم الهوية الافتراضية في ضوء المجتمعات الشبكية المعاصرة، إذ يستطيع المستخدم أن يساهم في ضياع هويته ومشاركتها وتعريفها ونشرها، من خلال التعبير عن اتجاهاته ومواقفه، والمساهمة في نشر المعلومة وتقاسمها، وتحقيق التعبئة الجماهيرية، وهو ما تبرزه أعداد المدونات والصفحات وأعداد الشبكات الاجتماعية على اختلافها، الأمر الذي يفسّر لنا حقيقة التغيرات الحاسمة التي يشهدها المجتمع الشبكي الذي أصبح مجتمعاً مدنياً موازياً للمجتمع الواقعي، بل أحياناً مجالاً عاماً افتراضياً بامتياز (بييمون، 2016، صفحة 79).

جدول (32): يبين نوع الصفحات الفيسبوكية التي يشترك فيها المبحوثون حسب متغيري الجنس والسن

إجمالي الإجابات		الإناث						الذكور						النوع
		أكثر من 34		33-26		25-18		أكثر من 34		33-26		25-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
12.4	19	11.1	02	16.6	25	14.7	94	12.9	09	10.25	25	08.2	35	اجتماعية
04.5	69	00	00	02.6	04	03.1	20	07.1	05	07.4	17	05.4	23	سياسية
12.8	19	11.1	02	10.6	16	15.2	97	10	07	10.4	24	11.7	50	ثقافية
13	19	16.7	03	11.9	18	15.2	93	10	07	10.4	24	12.6	54	دينية
09	13	22.2	04	11.3	17	08	51	10	07	08.7	20	09.4	40	تسويقية
13	19	11.1	02	15.9	24	13.8	88	08.6	06	13	30	11.5	49	دراسية
11.1	17	05.6	01	07.3	11	06.3	40	14.3	10	16.5	38	16.6	71	رياضية
06.5	10	05.6	01	04.6	07	06.6	42	10	07	08.7	20	05.4	23	إعلامية
12.7	19	11.1	02	15.9	24	14.42	92	11.4	08	09.1	21	11.2	48	ترفيهية
05.1	78	05.6	01	03.3	05	03.4	22	05.4	04	05.2	12	08	34	ألعاب إلكترونية
100	1536	100	18	100	151	100	639	100	700	100	231	100	427	إجمالي الإجابات

- تظهر نتائج الجدول اختلافات طفيفة بين نسب أفراد العينة عندي متغيري الجنس والسن، حيث أوضحت النتائج اهتمام أفراد العينة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية من الذكور لدى الفئة العمرية بين 18 و25 سنة بالانضمام للصفحات الفيسبوكية، فجاء ترتيب تفضيلهم للصفحات كالتالي: الصفحات الرياضية (16.6%)، ثم الصفحات الدينية (12.6%)، تليها الصفحات الثقافية (11.7%)، والدراسية (11.5%)، ثم الترفيهية (11.2%)، ثم صفحات التسوق (9.4%)، تليها الاجتماعية (8.2%)، ثم الألعاب الإلكترونية (8%)، ثم الصفحات السياسية والإعلامية (5.4%).

- في مقابل الإناث من نفس الفئة حيث جاء ترتيبها كالتالي: الصفحات الدينية والثقافية (15.2%) ثم الاجتماعية (14.7%)، تليها الصفحات الترفيهية (14.42%)، جاءت بعدها صفحات الدراسة (13.8%) تليها صفحات التسوق (8%)، ثم الصفحات الإعلامية (6.6%) تليها الرياضية (6.3%)، وفي الأخير صفحات الألعاب الإلكترونية (3.4%)، ثم الصفحات السياسية (3.1%).

- أما الفئة العمرية ما بين 26 و33 سنة من الذكور فقد جاء ترتيب الصفحات التي يشتركون فيها كالتالي: الصفحات الرياضية (16.5%) ثم الدراسية (13%) تليها الصفحات الاجتماعية (10%)، ثم الثقافية والدينية (10.4%)، ثم صفحات الترفيه (9.1%)، تليها الصفحات التسويقية والإعلامية (8.7%)، تليها الصفحات السياسية (7.4%)، ثم في الأخير صفحات الألعاب الإلكترونية (5.2%).

- ومقارنة بالإناث من نفس الفئة العمرية جاء ترتيب الصفحات لديهن كالتالي: الصفحات الاجتماعية (16.6%) ثم الدراسية والترفيهية (15.9%)، تليها الصفحات الدينية (11.9%)، ثم التسويقية (11.3%) وبعدها الثقافية (10.6%)، تليها الرياضية (7.3%)، ثم الإعلامية (4.6%)، تليها صفحات الألعاب الإلكترونية (3.3%)، ثم في الأخير الصفحات السياسية (2.6%).

- وفي الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة فجاء ترتيب الذكور حول صفحات الفيسبوك كما يلي: الصفحات الرياضية (14.3%) ثم الاجتماعية (12.9%)، تليها الترفيهية (11.4%)، وبعدها نجد الصفحات الثقافية والدينية والتسويقية والإعلامية في نفس المرتبة (10%)، ثم صفحات الدراسة (8.6%)، تليها الصفحات السياسية (7.1%)، وفي الأخير صفحات الألعاب الإلكترونية (5.4%).

- في مقابل الإناث من نفس الفئة العمرية نجد الترتيب كالتالي: الصفحات التسويقية (22.2%)، ثم الدينية (16.7%)، تليها الثقافية (11.1%)، ثم الصفحات الدراسية والترفيهية في نفس المرتبة (11.1%)، وفي الأخير حلت الصفحات الرياضية والإعلامية والألعاب الإلكترونية في نفس ترتيب اهتمامات أفراد العينة من

الإناث (5.6%)، فيما نلاحظ عزوف الإناث في فئة الأكثر من 34 سنة عن المشاركة في الصفحات السياسية (00%).

وتبيّن النتائج أنّ الطّلبة من مختلف الفئات العمرية يشتركون في الصفحات الاجتماعية والدينية والثقافية والدراسية أكثر من غيرها، غير أنّ الصفحات الرياضية لم تكن ضمن قائمة اختيارات فئة الإناث بشكل كبير، كما أنّ فئة الإناث الأكثر من 34 سنة لا تفضّلن الاشتراك في الصفحات السياسية حيث جاءت بنسبة منعدمة، كما أظهرت النتائج أيضا ضعف انتماء أغلب الفئات العمرية من الذكور والإناث في صفحات الألعاب الإلكترونية.

إنّ النتائج المتتالية للدراسة تؤكد أنّ أفراد العينة عند اختيارهم لأصدقائهم يستخدمون معايير أكثر انتقائية لتجميع أكبر عدد من الأشخاص تحت مسمّى قائمة الأصدقاء في صفحة المستخدم، وهذه المعايير يستفيد منها أفراد العينة في تفضيلهم للمجموعات الافتراضية التي سوف ينتمون إليها، وتعبّر عن هويتهم وثقافتهم، انطّقا من بحثهم عن إشباع دوافعهم وتلبية حاجاتهم من استخدامهم للفيسبوك، هذا الانتماء هو الذي يحدّد تفاعلهم ونشاطهم الرّقمي الذي سوف يدعم عدّ قاتمهم الاجتماعية من خلال اشتراكهم في عدد من الصفحات ذات الاهتمام المشترك لتعكس صورتهم الرّقمية وشخصيتهم الافتراضية التي لم يحقّقوها في المجتمع الواقعيّ.

وما لاحظناه في سلّم ترتيب أفراد العينة عند انتقائهم للمجموعات الافتراضية اعتدّاء المجموعات الاجتماعية والدينية والثقافية صدارة تفضيلهم، وهذا الاتجاه هو إثبات أنّ موقع الفيسبوك أصبح يحاكي الواقع الحقيقي بقضاياهم وهمومهم، انطّقا من وظيفة المراقبة لوسائل الاتصال حيث يلجأ المستخدم إلى الاندماج والاشتراك في الصفحات الافتراضية لمراقبة واقعه، وحتى لا يكون معزول عن الأحداث والتغيرات التي تطرأ في العالم المعاصر. وعند قياس اختبار كاي² يتبيّن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين حول طبيعة المجموعات الافتراضية التي ينخرطون فيها، فقد جاءت قيمة كاي² المحسوبة (95.16) أكبر من قيمة كاي² الجدولية (61.66) عند مستوى ثقة (0.000) بدرجة حرية (45).

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
<u>دال</u>	61.66	0.000	45	<u>95.16</u>

يمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ أفراد العينة لهم ميول شخصية وتفضيلات متفاوتة في الاهتمامات، لأنّهم يمثلون شريحة هامة من الشّباب التّخبيوي الجامعي، لذلك سيعبّرون عن مشاكلهم وقضاياهم من خلال هذه المجموعات، التي تلبي رغبتهم في إشباع العديد من الدوافع والحاجات، ويعود هذا الاندماج والانخراط إلى التحوّل من الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي، وارتباط الأفراد بهوياتهم وتعلّقهم بالإنترنت التي فتحت الآفاق بحدود أو قيود،

فيحرق أفراد العينة في مجتمعات افتراضية أكثر انفتاحاً وتغلغلاً في نسيج شبكة العلاقات الاجتماعية، لأن وجود صفحات الفيسبوك يمثل أكبر تجميع اجتماعي في فضاء واحد لا يقيد زمن محدّد، وربما هذه الميزة التي استطاع من خلالها الفيسبوك تحقيق أكبر نجاح لأنه يتجاوز قصور المجتمع الحقيقي في تأليف مجموعات أو شبكات كبيرة من مئات آلاف الأشخاص بل المليونيين تحت غطاء واحد، تجمعهم اهتمامات مشتركة بأشكال وبهويات مختلفة، تمثل للشباب الجامعي عالماً منفتحاً يدفع شريحة كبيرة منه للهروب من واقعهم الحقيقي إلى واقع رمزي يتقبله دون انتقاد، هذا الإشباع المعنوي تفسره نتائج الجدول الآتي الذي يبيّن طريقة تفاعل أفراد العينة مع مجتمع الفيسبوك.

جدول (33): يبيّن نوع المجتمع الذي يتفاعل معه المبحوثين في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
أتفاعل مع أصدقائي ومعارفي من الواقع	336	84
أتفاعل مع أصدقائي عبر الفيسبوك فقط	64	16
المجموع	400	100

بهدف معرفة نوع الأصدقاء الذين يتفاعل معهم أفراد العينة من خلال نشاطهم الرقمي بكيفيات مختلفة، طرحنا السؤال (12) عليهم: (مع من تتفاعل أكثر في الفيسبوك؟).

فمن خلال النتائج يظهر الجدول أنّ (84%) من أفراد العينة قالوا أنّهم يتفاعلون مع أصدقائهم ومعارفهم من الواقع الاجتماعي، بينما عبّر (16%) من المبحوثين أنّهم يتفاعلون أكثر مع أصدقائهم عبر الفيسبوك فقط.

يعتبر التفاعل الرقمي ركيزة الاتصال الافتراضي، وأهمّ وسيلة يبنى عليها استمرار تواصل الأصدقاء في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية في الفيسبوك، إذ بفضل التفاعل يعبر أفراد العينة عن ميلهم اتجاه طرف من الأصدقاء كنوع من الولاء، وقوة اندماجهم مع أصدقاء من مجتمعهم الحقيقي أو أصدقاء من مجتمعهم الافتراضي، وهو ما يضع المستخدمين تحت رقابة أصدقائهم خاصة إن تطوّرت العلاقات إلى علاقات حميمة أو عاطفية.

وتعني التفاعلية (interactivity) في الإعلام الجديد انتهاء فكرة الاتصال الخطي (linear) أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي (عبد الحميد و آخرون، 2009، صفحة 27)، وهو النموذج الذي كان من قبل مع وسائل الإعلام التقليدية، التي لا تتيح مجالاً للمتلقّي وتجعله يستهلك مضامينها بشكل سلبي، أمّا وسائل الاتصال التفاعلية فهي تجعله يتخلّى عن التلقّي السلبي ويتبنى التلقّي الفعال والنشط (بعزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، 2011، صفحة 70).

ويقول الدكتور "نصر الدين العياضي" عن التفاعلية: (بأنها تشير إلى سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، فالتفاعلية خاصية من خصائص تكنولوجيا المعلومات وتحديدًا الوسائط المتعددة) (كافي، 2016، صفحة 49)، كما تعرّف "نسرین حسونة" التفاعلية أو التفاعل (Interactivity) بأنها قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد، يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليّة التي يريدّها متى أرادها وبالشكل الذي يريده. (حسونة، 2014)، وتظهر أهمية الاتصال التفاعلي في أنه: يوفّر الاتصال المتزامن ويحقق التفاعل في آن واحد، ومن مميّزاته: (كافي، 2016، صفحة 163)

1. تحقيق التفاعل الفوري بين المرسل والمتلقي.

2. إمكانية أن يصبح المتلقي مرسل في نفس الوقت.

3. يوفّر مثيرات وأدوات التفاعل كقنوات رجوع الصدى سواء عن طريق الكتابة أو الصوت أو الصورة.

من الواضح أنّ السمة الأساسية التي تميّز تكنولوجيا اتصالات الحديثة هي التفاعلية (interactivity)، والتي تعني اتجاه الرسالة الاتصالية في اتجاهين، بين المرسل والمستقبل أي أنّ الطرفين يتبادلان الرسالة الاتصالية، ويحدث التعليق وردّ الفعل والاستجابة، ويمكن القول أنّ صفة التفاعلية صفة طبيعية في الاتصال الشخصي، فالمستخدم على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما منتج لها في ذات الوقت، فهو إما يعمل على التعليق على ما كتبه الغير، أو يرّد عليه وينتقده، وبالتالي فوسائل الإعلام الجديدة - على عكس وسائل الإعلام التقليدية - تتيح فرصة أكثر للمتلقي بإبداء رأيه والتعليق على الرسالة بشكل آني ومتزامن (بعزيز، 2011، صفحة 69).

ومن هذا المنطلق أكّدت إجابات أفراد العينة مشاركتهم الفعلية مع أصدقائهم في تفاعلات افتراضية، وتمثّل لهم تلك التفاعلات سمة أساسية في التواصل الافتراضي ومنطلقا لتأسيس نوع من الارتباط الشخصي والعاطفي حسب كثافة التفاعل، الذي يتقيّد بشروط ثقافية وقيمية كمؤشّر استجابة لنمط العنقفة الدائرية، فيشعر طرفا العنقفة بالراحة والقيمة الذاتية، فالتفاعل يعكس الصورة النمطية التي رسمها أحد المستخدمين عن الآخر.

إضافة إلى التفاعل فإنّ الفيسبوك يقدّم لمستخدميه خدمات تسهّل التواصل والمشاركة التفاعلية الفعّالة عبر الفضاء الافتراضي، وهذه الخدمات لم تكن لتتحقق إلا عن طريق خصائص معينة وفّرها الفيسبوك والتي تتمثل في ما يلي: (العوفي، 2015، الصفحات 142-143)

1. التعريف بالذات: وهي الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكة، وإنشاء صفحة معلومات شخصية، بحيث يصنّفها المستخدم ويطوّرها، ويقوم عن طريقها بالتعريف بنفسه من خلال النصّ والصّور والفيديوهات وغيرها من الوظائف، كما يسمح بتنظيم العلاقات الاجتماعية.

2. طرق جديدة لتكوين المجتمع: بحيث يسمح الفيسبوك للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يتبادلون نفس الاهتمام والمحتوى.

3. سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير هي الطريقة البسيطة في التسجيل لدخوله، وكذلك يعتبر من الشبكات الاجتماعية المجانية والمفتوحة أمام الجميع.

4. اهتمام: وهي من بين الشبكات التي تبني من خلال المصلحة المشتركة مثل: الألعاب، والموسيقى الثقافة والمعرفة والصحة وغيرها.

وبالإضافة على نتائج الجدول نجد أنّ أفراد العيّنة بنسبة كبيرة بلغت (84%) أظهروا سلوكهم التفاعلي مع أصدقائهم ومعارفهم من المجتمع الواقعي، فهؤلاء نقلوا تفاعلهم الحقيقية في مجتمعهم الواقعي إلى المجتمع الافتراضي، لأنهم يعرفون أصدقائهم في الواقع، لذلك يكون التفاعل من باب الاحترام وإظهار الاندماج معهم، إعجاباً بمنشوراتهم، كما أنّ هذه الفئة تتبادل التفاعل الافتراضي مع بعضها، تعليقا وردّا ومشاركة وإعادة مشاركة مع أصدقاء آخرين.

ويرى الباحث أنّ هناك جملة من العوامل تؤثر على طبيعة المجتمع الذي يتفاعل معه أفراد العينة، فقد يكون للطلبة معرفة بأصدقائهم من خلال العلاقات السابقة أو قد يكون لهم ارتباط عاطفي قويّ كالقربة الأسرية، مثلما ما أكّده النتائج السابقة عن معايير الانتقاء وطبيعة الأصدقاء، فهذه الفئة تسعى للحفاظ على علاقاتها السابقة وتعزيز العلاقات القائمة بدلا من العلاقات الجديدة، وبناء عليه يشعرون بالراحة والثقة والأمان، وقد يكون للتجارب المشتركة التي خاضها الأصدقاء مع بعضهم تأثير على نمط التفاعل بصورة تعبر عن التفاهم.

كما أظهرت النتائج أنّ (16%) من المبحوثين يتفاعلون أكثر مع أصدقائهم الفيسبوكيين، وتعكس هذه النتيجة القليلة الخوف من المراقبة التي تتحقّق في الفيسبوك، خاصّة في العلاقات الحميمة العاطفية، فهذه الفئة تكفي فقط بالمراقبة بما يجري في حساب الطرف الآخر، كما أنّ الكثير من المستخدمين يفقدون أصدقائهم الافتراضيين

بسرعة نتيجة التفاعل المحدود؛ أو أنه بدأ يقل مع مرور الوقت أو أنّ عوّقناهم الافتراضية أصابتها الرتابة والبؤسة لأنها بقيت فقط حبيسة الفيسبوك، وبالتالي عدم نجاح العوّقات الاجتماعية الافتراضية يجعلهم يتعاملون بحذر مع معارفهم الجدد على الفيسبوك فوّ داعمي للتفاعل حتى تتوثق العوّقة الافتراضية.

جدول (34): يبيّن نوع المجتمع الذي يتفاعل معه المبحوثين في الفيسبوك عند متغير الجنس

المجموع الكلي		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
84	336	83.5	177	84.6	159	أصدقاء ومعارفي من الواقع
16	64	16.5	35	15.4	29	أصدقاء عبر الفيسبوك فقط
100	400	100	212	100	188	المجموع

تظهر نتائج الجدول طبيعة تفاعل المبحوثين مع أصدقاءهم عبر الفيسبوك عند متغير الجنس، حيث أنّه لا توجد فروقات كبيرة بين الجنسين في التفاعل مع أصدقائهم ومعارفهم الواقعيّين، وجاءت نسبة الذكور أعلى بفارق طفيف بلغت (84.6%)، في مقابل نسبة الإناث التي بلغت (83.5%).

ويؤكد اختبار كاي² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، حيث جاءت قيمة كاي² المحسوبة (0.0870) أقلّ من قيمة كاي² الجدولية (3.84) عند مستوى ثقة (0.768) بدرجة حرية 01.

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
غير دال	<u>3.84</u>	0.768	01	0.0870

وعطفا على النتائج فقد بيّنت دراسة (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007) أنّ أغلبية الطلبة من كوّ الجنسين يتفاعلون مع أصدقائهم والذين يعرفونهم في الواقع، في مقابل أولئك الذين تعرّفوا عليهم مجتمع الفيسبوك، وأوضحت أنّ ذلك يعود إلى الروابط الاجتماعية والعاطفية السائدة بينهم، وأكدت على الدور الإيجابي للفيسبوك في تعزيز العوّقات الاجتماعية للطلبة وتقوية شعورهم بالانتماء وبناء الرأس المال الاجتماعي، وأشارت الدراسة إلى أنّه بالرغم من إظهار بعض التفاعلات مع أصدقاء افتراضيين إلّا أنّ التفاعل والتجاوب هو أقوى مع الأصدقاء الحقيقيين لأنّه يتوافق مع حاجتهم الاجتماعية والنفسية ويعزّز شعورهم بالتماسك الاجتماعي.

وفي نفس السياق انتهى "جون جونستون" (Johnstone.J.W) في عام 1974، من دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أنّ أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإمّا باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمّة، وشركاء في بيئة ثقافية

واجتماعية واحدة، وقدّمت العديد من الدّراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرّض بالنّوع، العمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 244).

جدول (35): يبيّن نوع النشاط التفاعلي لدى المبحوثين مع أصدقائهم على صفحة الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
أكتفي بالقراءة	121	11.9
أضع مشاركات الأصدقاء	49	04.8
أعلّق على مشاركة الأصدقاء	109	10.8
تعليقات ودردشة	237	23.4
ألعب مع أصدقائي	35	03.5
أجرب تطبيقات	37	03.7
أبادل الدروس الجامعية	118	11.6
مشاركة منشورات وروابط	66	06.5
أكتفي بالنشر والكتابة على صفحتي	60	05.9
أفاعل بالإيموجي	181	17.9
إجمالي الإجابات	1013	100

يعتبر التفاعل جوهر الاتصال الرقمي الذي يظهر طريقة استخدام الأفراد للوسائل الاتصالية الحديثة، ويعطي انطبعا عن مدى مساهمتهم في المحتويات والمنشورات في المجتمع الافتراضي، وهذه الميزة من أهم سمات وخصائص التي جاءت بها وسائل الإعلام الجديد التي تتيح للمستخدمين التعاطي مع المنشورات والرسائل بشكل فوري آني، وهو عبارة عن رجوع الصدى أو إعادة إرسال الرسالة من المتلقّي إلى المرسل ليعلمه بإستجابته للرسالة الاتصالية وفهمه لها، ويهدف معرفة طريقة تفاعل أفراد العينة في المجتمع الافتراضي في إطار عناقاتهم الاجتماعية، وأشكال هذا التفاعل الرقمي، تم طرح السؤال (13) التالي عليهم: (كيف تتفاعل مع أصدقائك في الفيسبوك؟).

من خلال الجدول جاءت النتائج كما يلي: تعليقات ودردشة بنسبة (23.4%)، أفاعل بالإيموجي كنوع من التعبير بنسبة (17.9%)، و(11.9%) أكتفي بالقراءة، في حين أنّ نسبة (11.6%) لمن قالوا بتبادل الدروس الجامعية، و(10.8%) أعلّق على مشاركة الأصدقاء، بينما مشاركة منشورات وروابط جاءت بنسبة (06.5%)،

أكتفي بالنشر والكتابة على صفحتي بنسبة (05.9%)، وأضع مشاركات الأصدقاء بنسبة (04.8%)، و(03.7%) أجرب تطبيقات، بينما أَلعب مع أصدقائي جاء بنسبة (03.5%).

من خِلّ النتائج يظهر أفراد العيّنة نشاطهم الكثيف في المجتمع الافتراضي، ويتّضح حجم التفاعل النشط لدى مستخدمي الفيسبوك أنّ أعضائه إيجابيين في التّعاطي مع السّمات والخصائص العامة للمنصّة، ويتفاعلون مع الرّسائل الاتصالية للأصدقاء، أو مع المجموعات وصفحات الفيسبوك، وهذا النشاط الرّقمي هو أساس عمل الفيسبوك الذي يربط أعضائه بسلسلة من العمليات الاتصالية المستمرة، وهو يعبّر عن دوافع وميول الأفراد إلى البحث عن إشباع الفضول من خِلّ الدخول في تفاعلات تعبيراً عن وجودهم ودورهم في الفضاء التواصلي، ويحقّق الأفراد من خِلّ التفاعل عملية الاتصال الدائري، حيث يصبحون مرسلين ومتلقّين في نفس الوقت، وبالتالي تتغيّر الكثير من الأدوار الاتصالية، وتؤثّر على طبيعة التفاعلات الافتراضية السائدة من خِلّ ممارسة الضغط على المستخدم الذي يظهر في النشاط والتلقي الإيجابي.

ففي الاتصال المباشر أو المواجهي يكون التفاعل لحظياً دون وسائط تكنولوجية، ويحصل المرسل أو المتفاعل على الاستجابة الفورية وردّ الفعل، ويعرف الانطباع الذي تركته رسالته على وجه أو مِمْح أو تصرّفات المتلقّي، ويمكنه خِلّها من تغيير أو تعديل رسالته تفادياً للتشويش أو سوء الفهم، ويتضمّن موقع الفيسبوك عدداً من السّمات وهي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض في عملية تفاعلية، ولمعرفة عمل الموقع يجب أن نشير إلى أهم هذه السّمات كالآتي:

تتمثل أوّل سمة في الصفحة الشخصية وهي صفحة المستخدم الخاصة التي تضم سيرة المستخدم التي تم انشاؤها وتضم سيرته الذاتية ومشاركاته الخاصة، وكذلك نجد سمة تحديث حالة المستخدم التي تستخدم للإبلاغ عن الأحداث والأعمال وحتى الحالة المزاجية للمستخدم، والتي ينوي مشاركتها مع العامة أو تكون فقط حصراً على قائمة أصدقائه، ثم سمة المعلومات التي تتضمن مثل اسم المستخدم، ومكان ولادته، والمدينة التي يسكن فيها، ورقم الهاتف وغيرها.

كما يتضمّن موقع الفيسبوك سمة (Wall) أو لوحة الحائط وهو المعاينة الافتراضية لحائط المستخدم، بحيث يستطيع عرض محتواه المنشور على كلّ صديق عضو معه أو حتى مع العامة، وسمة (Photos) أو الصور التي تمكّن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، كما يسمح الفيسبوك بتسمية الأصدقاء في صورة ما، وتنبههم من خِلّ خاصية (Tag) فيعلم الصديق أنّ تنبيهها ما وصله، كما نجد خاصية الفيديو

التي تتيح الخدمة للمشاركين إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به، ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية (صوت وصورة) لأصدقائه.

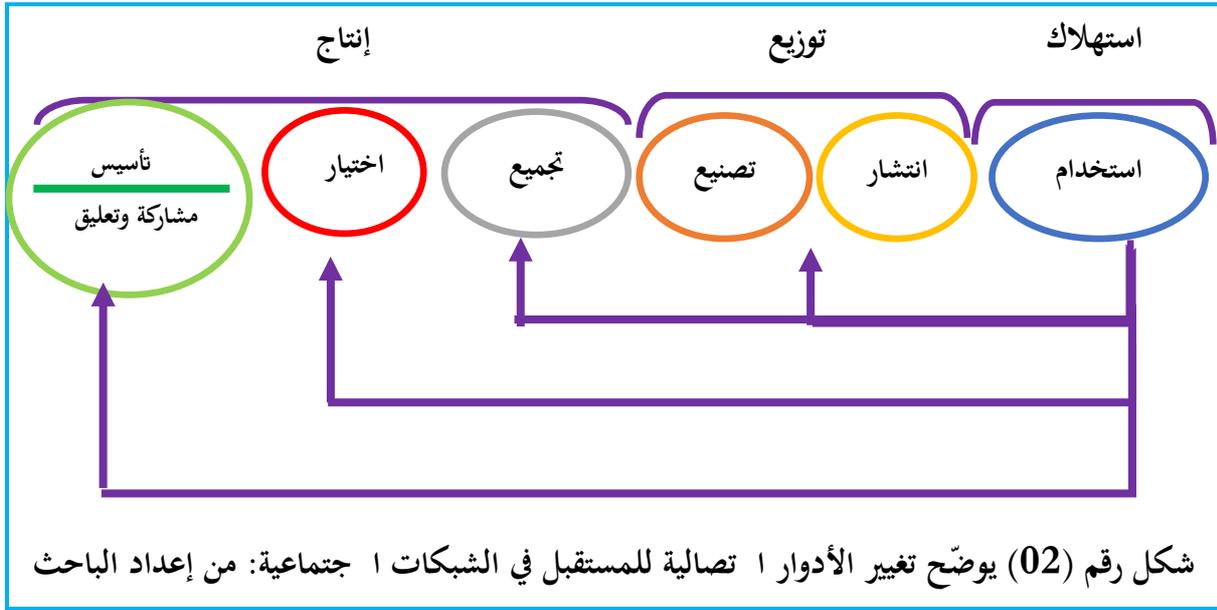
وكذلك يتيح الفيسبوك خاصية المجموعات (Groups) وهي نواد صغيرة في الفيسبوك يستطيع فيها الأعضاء التكلم مع بعضهم البعض ونشر معلومات عن شيء مشترك بينهم، وأيضا يسمح الفيسبوك للمستخدم بمعرفة الأحداث القادمة والدعوات الموجهة للمستخدم فضة عن معرفة أوقات أعياد الأصدقاء، ونجد سمة الأحداث والمواعيد التي يرغب بحضورها كالاحتفالات، والمحاضرات، ويستطيع المستخدم إرسال دعوة إلى الأصدقاء الذين يرغب بحضورهم، ويتيح الموقع للمدعوين أن يستجيبوا لكي يعرف المستخدم أنّ الأصدقاء ينوون الحضور أم لا، ومن السمات التفاعلية في الفيسبوك الإعجاب (Like) على المنشورات، وسمة التعليقات على محتويات الأصدقاء والمجموعات في صفحاتهم.

إضافة إلى سمة الصفحات (pages) التي ابتدعها موقع فيسبوك، واستخدمت بشكل كبير في التسوق والإعلانات التجارية والرياضة، ثم شاع استخدامها إلى باقي المجالات الاجتماعية والمعرفية وغيرها، كما أن هناك العديد من السمات المميزة في الموقع التي جعلته موقعا تفاعليا بامتياز يحظى بإقبال كبير واستخدام منقطع النظير، كالألعاب وشريط التطبيقات وسمة (Gifts) أو الهدايا، وسمة (Marketplace) أو التسوق، والإشعارات وصفحة الإشعارات المتمثلة في إشعارات صغيرة تبليغ المستخدم أنّ شيئا قد حصل وأنّ موقع الفيسبوك أو أحد التطبيقات تبليغ المستخدم بها.

إنّ هذه السمات تلعب دورا كبيرا في صياغة المضمون الثقافي لمستخدم الفيسبوك، فكثيرا ما يلجأ رواد الموقع لاستخدام سمة أو عدة سمات تعبيراً عن رؤية أو حالة أو شعور، إمّا يرغب في إيصالها لزمّاءه أو الإفصاح عن رغبة والتعبير عن مشاغل الحياة ومتاعبها، وتعتبر المنشورات على الحائط وسيلة ثقافية تؤدي وظيفة الترويج والترفيه والتسلية، وتنوع المواضيع المنشورة من اجتماعية أو دينية أو رياضية أو سياسية.

ومن جهة أخرى فإنّ الشخص الذي يكون عضوا في الشبكات الاجتماعية يقوم بثلاث أدوار كبرى منتج رسالة المحتوى وذلك بكتابة التعليقات ووضع صور وفيديوهات وإنشاء مجموعات جزئية، وكموزع وذلك من خلال إعادة النشر، وأخيرا النشر كمستهلك للرسالة الإعلانية وذلك بقراءة المحتوى والتفاعل معها (وضع خاصية j'aime مثلاً) (شاشة، 2020، صفحة 154).

ولتوضيح هذه العملية التفاعلية نورد الشكل الآتي:



فمن منظور تقني ترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن التعرض لوسائل الاتصال ذو دوافع اجتماعية ونفسية، كما أن الإشباع المحققة في هذا التعرض ليست وقتية، بل يلعب الاستغراق والهيمنة على المتلقي دوره، وفيها تكون سمات الفيسبوك ذات أبعاد اجتماعية ونفسية ثقافية ومعرفية محضة، لذا فإن أحكام القيمة حول أهمية التفاعل والتواصل يجب أن تأخذ وقتها لأنه قد يكون توجه الجمهور إلى الفيسبوك بدافع الاستكشاف. فقد أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته.

وفي هذا الشأن أشار "ستيفن" و"ويندهال" إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة، تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العنققة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً (بوضياف، 2010، صفحة 40). لذا تكشف لنا النتائج أن المبحوثين يستخدمون التعليقات والردود في المقام الأول وبأغلبية كبيرة، كنوع من التفاعل النشط الذي يعبرون فيه عن رأيهم ومشاركتهم الفعالة في الفيسبوك، وتعتبر التعليقات بالردود أيضاً كأسلوب للبرهنة على الحضور الاجتماعي وإثبات حقهم في التعبير عن وجهات نظرهم، مع أصدقائهم أو مع مجموعات الاهتمام، ضف إلى ذلك خدمة الردود في الفيسبوك التي تعمق العلاقات الاجتماعية من خلال التعارف وفهم الآخرين في عملية تفاعلية دائرية، وبالتالي فإن دخولهم في نقاش تفاعلي له دوافعه المختلفة لكن

أبرزها إثبات حضور الأنا، وصنع صورة ذهنية عن الشخصية الافتراضية التي يتقمصها المستخدم، ويشير هنا "جورج ميد" إلى أنه لكي نتسب للآخرين فإنّ علينا أن (نلعب أدوارهم) بمعنى أننا يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في جماعة، ثم نستخدم هذه المفاهيم لتتوقع كيف يستجيب الآخرون في أدوار معينة (مكاوي و السيد، 2016، الصفحات 151-152).

ولأنّ هذا الحضور النشط يستطيع أعضاء مجموعته الافتراضية التعرف عليه واكتشاف ذاته ومن ثمّ الاعتراف بفكره وثقافته، وأنّه على دراية بالأحداث ومستوعب لدوره كشاب جامعي، فيستغل هذه الفسحة لتبرير وجوده الذي لم يجده في المجتمع الحقيقي، ولا يمكن إنكار أنّ التفاعل بالردشة والتعليقات من شأنه أن يزيد من قوة الروابط الاجتماعية وتعزيز العلاقات الواقعية لتلك الفئة التي تختار أصدقائها بناء على شبكة العلاقات السابقة. فمن خلال النتائج يتبين أنّ أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع أصدقائهم باستخدام خاصية "الإيموجي"، وهذه الميزة القائمة على الرموز الأيقونية التفاعلية تعبر عن الحالة المزاجية للمستخدم وتتمثل في الإعجاب أو الغضب أو الحب أو الدعم أو الابتسامة أو الحزن أو البكاء وغيرها، وقد تعارف أعضاء مجتمع الفيسبوك على استخدام هذه الرموز التعبيرية التفاعلية لتلخيص الكثير من الرسائل الكتابية أو المشاعر، وتوحي "الإيموجي" بفهم الرسالة بين طرفي الاتصال، وجاءت هذه الأيقونات لدعم التواصل الشخصي الذي نعرف مباشرة رأي الطرف الآخر في الرسالة الاتصالية، وانطباعه عن حديثنا معه بالمزاح أو الجدّ، أو أيّ موضوع نقاش آخر يظهر ردة فعله ورجع الصدى الفوري.

وفي هذا الإطار تؤكد التفاعلية الرمزية بأنّ التفاعل الاجتماعي هو العملية الاجتماعية الأساسية، وهي العملية التي يتشابك الناس فيها بعلاقات معقدة من التأثير والتأثر والتواؤم مع الوسيلة، ومن الواضح أنّ التفاعل الاجتماعي يتم من خلال عملية الاتصال من خلال اللغة والإشارات والأعمال الموجهة للآخرين، ويتمز الاتصال الإنساني باستخدام الرموز (Symbols) وهي الأشياء التي ترمز إلى أشياء أو معاني أخرى، ويتمثل استخدام الاتصال الرمزي في فهم الرموز وترميز الرموز المستخدمة، فالتفاعل من خلال الرموز هو ما يجعل الناس إنسانيين، هذا ويتم فهم الرموز من خلال ما يسمّى بالبناء الاجتماعي للمعاني (Social construction of meanings) (جامع، 2010، صفحة 186).

وفي نفس السياق تقول "سامية زينل عبد الله": (أصبح المستخدمون للمواقع يميلون لاختصارات والإيماءات المتاحة للتعبير عن مزاجهم وردود أفعالهم وانفعالاتهم عوضاً عن التعبير الكتابي، لتصبح تلك الرموز (الإيموجي) من بين الأسباب القوية التي تبعدهم عن لغة الضاد، ويتّرجم بها مستخدمها مزاجه بسرعة عكس التعبير كتابياً)؛ كما

توضح "كريمة سالمى" أنّ ما يحدثه المتكلم من أخطاء قد يعتبره المتكلم نفسه مجرد طريقة للتحرّر من القيود التي تفرضها الضوابط النحوية في اللّغة أو إمكانية لتقريبها من المستوى الدّارج، ونفس هذا الموقف قد يؤدي به إلى توظيف معرفته باللّغات الأخرى محقّفاً من شعوره بالانقباض (معوش، 2019، صفحة 338).

ومن جهة أخرى تكتفي فئة من أفراد العيّنة بقراءة المنشورات فقط، دون تعليق أو إبداء رأي أو حتى تلميح بالإيموجي ليعرف صانع الرّسالة كميّة التفاعل الذي حصلت عليه رسالته الاتصالية، وتعكس هذه الفئة الصّامته اتجاهها آخر في سلوك الطلبة الذي يعبر عن تأثير التكنولوجيا على فلسفة التواصل البشري، حيث حيّدت التكنولوجيا الكثير من أساليب التواصل الفعّال، لأنّ إدمان مواقع التواصل الاجتماعي يخلق نوعاً من العزلة والرّهاب الاجتماعي واضمحلال الأنا وعدم الرّغبة في التواصل، فهذه الفئة اختارت الصّمت لأنّها تحشى أن تبدي برأيها أو أن تظهر للعلن خوفاً من النقد أن تعرّف عليها.

ومن أكثر نشاطات أفراد العيّنة التي يتفاعلون حولها هو تبادل الدّروس الجامعية عبر حساباتهم أو ضمن مجموعاتهم التي شكّلوها لتسهّل عملية النشر والمشاركة، وهذه نتيجة منطقية لأنهم ضمن مجتمع طيّبي يتلقّون المحاضرات والدّروس الجامعية، وهذه الفئة تلبي إشباعاتها المعرفية والدراسية من خلال استغلال خدمات الفيسبوك التي لا تقتصر فقط على الكتابة والرسائل، بل تتعدّاه إلى منصات التدريس والصّور والفيديوهات التعليمية، لذلك نجد أن أفراد العيّنة يعتمدون وبشكل كبير على تلقّي محاضراتهم ودروسهم من خلال مشاركة الأصدقاء إمّا عبر الرسائل الخاصة أو ضمن مجموعات افتراضية، تحمل اسماً معيّناً ولها شروط الانضمام، أو عن طريق إرسال الدّعوات للطلبة المعروفين فقط.

وبشكل عام فإن ظاهرة التفاعلية ميزة إيجابية تحفّز أفراد العيّنة على الانفتاح على المجتمع الافتراضي، والتّعبير بكلّ حرية ما يساعدهم على التعارف وبناء نوع من العناقات الاجتماعية الموثوقة، ولكن بقدر ما نجد لهذا النشاط من إيجابيات إلاّ أنّه قد يثير مسألة خطيرة تتمثّل في مدى قدرة هيمنة الفيسبوك على نشاط ووقت المستخدمين، مما يولّد لديهم النفور الاجتماعي من واقعهم الذي لا يعترف برأيهم أو حتى بحضورهم الفعّال في المجتمع الحقيقي، لأنهم أدمنوا استخدام خدمات الفيسبوك وهذا الاندماج مع التكنولوجيا يحدث لدى الكثير من الأفراد العزلة والانسحابية، من خلال تفضيل التّعليق على مشاركة الأصدقاء ومشاركة المنشورات والروابط، وتجريب خدمات التطبيقات المختلفة، واللّعب الإلكتروني مع الأصدقاء، وهذه الخدمات تأخذ جزءاً من مهام المستخدم على حساب دوره في بيئته الاجتماعية، على غرار أنّها تترك لدى صاحبها فضولاً يحقّقه في معرفة رأي الآخرين حول

تفاعله الرقمية، وهو ما يعكس حتمية الهروب إلى الفضاء الرقمي، فلمهمّ عنده هو اعتراف أعضاء جماعته الافتراضية بدوره النشط فيها.

فقد أثبتت الدراسات العربية والأجنبية أنه لا يمكن الاستغناء عن برامج التواصل الاجتماعي من قبل مستخدميها، وذلك لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة لمعارف ومعلومات مفيدة ومتنوعة ومحادثات (دردشة)، مع الأقارب والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملقّات والصّور ومقاطع الفيديو، كذلك فهي مجال مفتوح لتبادل الآراء، والتعليقات على الآراء والرّدود على تلك التعليقات وتكوين صداقات افتراضية جديدة واستراحة ثقافية وترفيهية لمستخدميها (العززي و المجادي، 2013).

ومن الدّراسات التي تبيّن أنّ مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أكثر نشاطاً وتنوعاً من حيث التّفاعلات، فقد بيّنت دراسة عن الأسر المسيلية أنّ (49.3%) منهم تنشر المواضيع والصور وتتفاعل مع منشورات الأصدقاء، و(29.5%) تنشر المواضيع والصور، و(26.2%) يكتبون بالقراءة فقط، و(25.9%) تتفاعل فقط مع منشورات الأصدقاء (حمدي و شريف، 2021). كما أظهرت دراسة (العبون، ربيع 2018) أنّ (67.3%) من أفراد العينة تفضّل أسرههم خدمة الألعاب على المواقع والبرامج، ثم الدردشة (51.3%)، و(47.7%) لمشاركة الصور، و(43.7%) لمشاركة الفيديو، بينما يفضّل (43.7%) مشاركة الروابط على المواقع والبرامج، وتفضّل (24.3%) خدمة التطبيقات، و(20.3%) خدمة التعليقات على المواقع والبرامج، بينما تفضّل (2.7%) خدمات أخرى على المواقع والبرامج. كما بيّنت دراسة "فاطمة سالم" أنّ (69.5%) من أفراد العينة يفضلون إعادة نشر تغريدات وصور الآخرين، والتراسل الشخصي (69%)، و(61%) يتفاعلون من خلال الإعجاب بتغريدات الآخرين، أمّا نشر صور وفيديوهات شخصية والتعليق على صور الآخرين (51.3%) و(46.5%) على التوالي (سالم، 2019). كما بيّنت دراسة أجريت على طلبة من ولاية "عين الدفلى" حول شكل التفاعل مع المحتويات، فجاءت أكبر نسبة للذين يشاركون في النشر والتدوين بنسبة (49%) تليها (30%) للذين يتفاعلون من خلال التعمّق في الحدث عن طريق الدّخول في نقاشات افتراضية جادة مع أعضاء المجموعات الافتراضية، ثم (21%) من المبحوثين يكتبون بإبداء رأي أو تعليق دون متابعة ردود أفعال بقية المستخدمين (عباس، 2018).

جدول (36): يبيّن نوع النشاط التفاعلي لدى المبحوثين مع أصدقائهم في الفيسبوك عند متغيّر الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيّرات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
11.9	121	10.8	59	13.2	62	أكتفي بالقراءة
04.8	49	05.1	28	04.5	21	أضع مشاركات الأصدقاء
10.8	109	11.7	64	09.6	45	أعلّق على مشاركة الأصدقاء
23.4	237	21.7	118	25.4	119	التعليقات والردود
03.5	35	02.4	13	04.7	22	ألعب مع أصدقائي
03.7	37	03.1	17	04.3	20	أجرب تطبيقات
11.6	118	12.7	69	10.5	49	أبادل الدروس الجامعية
06.5	66	05.5	30	07.7	36	مشاركة منشورات وروابط
05.9	60	06.6	36	05.1	24	أكتفي بالنشر والكتابة على صفحتي
10.8	181	20.4	111	15	70	أتفاعل بالإيموجي كنوع من التعبير
100	1013	100	545	100	468	إجمالي الإجابات

يوضح الجدول أعلاه نشاطات التفاعل لدى أفراد العيّنة حسب متغير الجنس، حيث بينت النتائج أنّه لا يوجد اختلاف في طريقة التفاعل لدى أفراد العيّنة، فقد جاء في المرتبة الأولى التعليقات والردود حيث كانت النسبة لدى الذكور بنسبة (15%) مقارنة بالإناث في نفس المرتبة بنسبة (20.4%)، وهو ما يعكس رغبة الجنسين في المشاركة الفعالة في نشاطات الفيسبوك، للتعبير عن الرأي وإبداء وجهات النظر.

كما تبين النتائج أنّ لا يوجد اختلاف لدى الذكور والإناث في تفضيل نوع التفاعل المستخدم في الفيسبوك، إذ يستخدمون نفس خدمة التفاعل والردود والتعليقات، ويمثل هذا أعلى نسبة لدى كلّ الجنسين بنسبة (25.4%) لدى الذكور و(21.7%) لدى الإناث، ثم التفاعل باستخدام الإيموجي (15%) للذكور و(20.4%) عند الإناث، وفي الوقت الذي يفضّل فيه ذكور العيّنة الاكتفاء بالقراءة دون أي نشاط تفاعلي يذكر بنسبة (13.2%)، نجد أنّ الإناث يفضّلن نفس الخدمة ولكن بنسبة (10.8%)، كما تفضّل الإناث التفاعل مع أصدقائهم من خلال تبادل الدروس الجامعية عبر الفيسبوك بنسبة (12.7%)، اختلفت تفضيلات الذكور لهذه الخدمة بنسبة (10.5%)، كما تفضل الإناث التفاعل من خلال التعليق على مشاركة الأصدقاء بنسبة (11.7%)، بخلاف الذكور الذين يفضّلونه بنسبة (9.6%).

وتبيّن النتائج أنّ الذكور يتفاعلون من خلال مشاركة المنشورات والروابط والكتابة على صفحاتهم، وتبادل الألعاب مع أصدقائهم وإعادة مشاركة الروابط وتجريب التطبيقات، أكثر من الإناث اللواتي اختلفن في درجة تفضيلهن التفاعل عبر الفيسبوك.

فقد بيّن اختبار كا² تقارب النتائج بين كا المحسوبة وكا الجدولية بفارق ضئيل، وهو ما يبيّن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية واضحة بين الذكور والإناث في طريقة التفاعل مع أصدقائهم على الفيسبوك، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (16.81) أقل من كا² الجدولية (16.92) بمستوى ثقة (0.0517) وبدرجة حرية 09.

كا ² سوية	درجة الحرية	مستوى الثقة	كا ² الجدولية	النتيجة
16.81	09	0.0517	16.92	غير دال

من خلال هذه النتيجة يمكن تفسير هذه الفروق بين الذكور والإناث بالنظر إلى طبيعة التوقعات عند كل جنس، فما يعتبر مناسباً للتفاعل عند الذكور قد لا يعتبر مناسباً عند الإناث، وقد تختلف أهداف واهتمامات كل نوع فيؤثر ذلك على طريقة تعاطيهم مع المواضيع، كتفضيل الذكور المواضيع الرياضية والسيارات على المواضيع الاجتماعية أو الموضة عند الإناث مثلاً، ومن جهة أخرى قد تتدخل بعض العوامل الشخصية والنفسية في طريقة التفاعل، ما يؤثّر على هذا الاختلاف، فقد يكون الذكور أكثر تجاوباً مع التجارب الجديدة وأكثر انغماساً بخلاف الإناث أو العكس.

وفي نفس الاتجاه اقترح "دينيس ماكويل" في نموده لـ استخدامات والإشباع، الذي أكد فيه على الخلفية الاجتماعية للفرد، وطبيعة التجربة الاتصالية لديه، ودرجة توقعاته مسبقاً من وسائل الإعلام، والمقارنة بين الإشباع المتوقع وبين الإشباع التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال، وأكد بأنّ هناك ظروف اجتماعية شخصية وسيكولوجية تؤثر في أنماط التعرض لوسائل الإعلام، ومن ثمة طبيعة استخداماتها ومجموعة منافع وتوقعات تقدمها وسائل الإعلام، تشكّل سلوكاً يترتب عليه اختيار الأفراد لنوعيات مضامين معينة من المضامين التي تقدمها تلك الوسائل، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور نتائج تؤدي إلى استخدامات أكثر للوسيلة، ومجموعة المنافع والتوقعات الناتجة عن التجربة الاتصالية إن لم تتحقق مباشرة يمكن أن تتحقق خلال المدى الطويل (الطرابشي و السيد، 2006، صفحة 241).

جدول (37): يبيّن نوع النشاط التفاعلي لدى المبحوثين مع أصدقائهم في الفيسبوك عند متغيّر السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		26 - 33		18 - 25		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
11.9	121	11.3	7	10.5	28	12.6	86	أكتفي بالقراءة
04.8	49	4.8	03	5.2	14	4.7	32	أضع مشاركات الأصدقاء
10.8	109	12.9	08	12.7	34	9.8	67	أعلّق على مشاركة الأصدقاء
23.4	237	24.2	15	24	64	23.1	158	التعليقات والردود
03.5	35	3.2	02	4.1	11	3.2	22	ألعب مع أصدقائي
03.7	37	8.1	05	3.4	09	3.4	23	أجرب تطبيقات
11.6	118	8.1	05	12.4	33	11.7	80	أبادل الدروس الجامعية
06.5	66	9,7	06	7.5	20	5.80	40	مشاركة منشورات وروابط
05.9	60	4.8	03	4.9	13	6.4	44	أكتفي بالنشر والكتابة
17.9	181	12.9	08	15.4	41	19.3	132	أفاعل بالإيموجي
100	1013	06.12	62	26.35	267	67.52	684	إجمالي الإجابات

- أظهرت نتائج الجدول أنّ هناك تفاعلات لدى أفراد العينة مع مجتمع الفيسبوك عند متغيّر السن، حيث بيّنت أنّ كلّ الفئات العمرية (الأكثر من 34 سنة) بنسبة (24.2%)، وفئة (18-25) بنسبة (24%)، وفئة بين (26-33) بنسبة (23.1%)، يفضّلون التعليقات والردود، وتليها التفاعل بالإيموجي كنوع من التعبير، إذ جاءت في تفضيلات نفس الفئات العمرية حيث أنّ الفئة (18-25) بنسبة (19.3%)، و(26-33) بنسبة (15.4%)، و(الأكثر من 34 سنة بنسبة (12.9%).

- وتفضّل الفئة العمرية 18-25 الاكتفاء بالقراءة بنسبة (12.6%)، في حين تفضل فئة 26-33 سنة التفاعل بالتعليقات والردود بنسبة (12.7%)، وتفضل فئة الأكثر من 34 سنة نفس طريقة التفاعل التي جاءت بنسبة (12.9%).

- وتفضّل فئة (26-33) تبادل الدروس الجامعية بنسبة (12.4%)، وجاءت هذه الخدمة في تنفس تفضيلات فئة 18-25 بنسبة (11.7%)، أمّا فئة الأكثر من 34 سنة فتكتفي بالقراءة فقط بنسبة (11.3%).

- أما الفئة العمرية (26-33) جاء في ترتيب تفضيلهم لطريقة التفاعل بالاكْتفاء بالقراء بنسبة (10.5%)، في مقابل التعليق على مشاركات الأصدقاء لدى فئة (18-25) بنسبة (9.8%)، وبعدها مشاركة منشورات وروابط في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (9.7%).
- وبيّنت النتائج أنّ فئة الأكثر من 34 سنة تفضّل التفاعل من خلال تجريب بعض التطبيقات وتبادل الدروس الجامعية بـ (8.1%)، بخلاف فئة (26-33) التي تتفاعل بمشاركة منشورات وروابط بنسبة (7.5%)، أما فئة (18-25) فضّلت الاكْتفاء بالنشر والكتابة على صفحاتها في الفيسبوك بنسبة (6.4%).
- ويلاحظ من النتائج أنّ الفئتين العمريتين (18-25) و(26-33) لا تفضّل استخدام التفاعل مع مجتمع الفيسبوك من خلال اللعب مع أصدقائهم وتجريب تطبيقات مع بعضها، بينما لا تفضّل فئة الأكثر من 34 سنة اللعب مع أصدقائها بنسبة (3.2%).
- ويظهر من خلال النتائج أنّ الفئات العمرية لا تختلف كثيراً في طريقة التفاعل مع مجتمع الفيسبوك، حيث يبيّن اختبار كاسكا² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ليست بالكبيرة بين الفئات العمرية في طريقة تفاعلها مع أصدقاء الفيسبوك في إطار عفاقتهم الاجتماعية، حيث جاءت قيمة كاسكا² الجدولية (28.87) أكبر من قيمة كاسكا² المحسوبة (12.85)، بمستوى ثقة عند (0.800) ودرجة حرية 18.

النتيجة	كاسكا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاسكا ² سوية
غير دال	28.87	0.800	18	12.85

ويمكن تفسير هذه النتيجة من منظور الاستخدامات والإشباع من خلال الكثير من العوامل بالعودة إلى الطريقة التي يتفاعل بها أفراد العينة عبر الفيسبوك، حيث أشار "توماس روجيرو" (Ruggiero, 2000) إلى تأثير الاحتياجات والدوافع للمستخدمين والتي قد تخلق تفاعلات متشابهة بين الأعمار المختلفة، فقد بيّنت النظرية أنّ تجانس الأفراد في استخدام الفيسبوك قد يؤثر على طريقة التفاعل ويخلق حاجات مختلفة لديهم مثل تلبية حاجات التواصل مع أعضاء المجتمع الحقيقي كالأسرّة والأصدقاء، أو بهدف التزوّد بالأخبار والمعلومات الدراسية، كما تشير النظرية إلى أنّ منطق التبيّن الواسع لوسائل الاتصال منها الفيسبوك لدى مختلف الفئات العمرية قد يقلل بعض الفروق، نظراً لأنّ الأفراد يمتلكون مهارات تواصلية جيّدة عبر الفضاءات الرقمية مقارنة بالأجيال السابقة، فإنّ هذا التمايز يمكنهم من التفاعل بشكل أفضل وبطريقة فعّالة مع مجتمع الفيسبوك، ممّا يؤدي إلى تقليص طيف الفروق بين الفئات العمرية، ضف إلى ذلك أنّ الأفراد من الممكن أن يتشابهون في بعض الجوانب الثقافية نظراً

لتواجههم في بيئة اجتماعية قد تؤثر على طريقة استخدامهم للفيسبوك، فهذا التقارب يمكن أن يؤدي إلى خلق أنماط متشابهة لدى الفئات العمرية في طرق الاستخدام وتبني التفاعل الاجتماعي.

وقد أشارت الكثير من الأبحاث إلى دور عادات الاستخدام في خلق أنماط غير متشابهة لدى الفئات العمرية في التفاعل، حيث يؤدي السلوك اليومي المتكرر وغير الواعي في استخدام الفيسبوك إلى زيادة في نشاط الاستخدام، مما يؤدي بنية مختلفة في تكرار هذه العادات لدى أفراد العينة، كما وجد أنّ الضغوط الاجتماعية تعتبر محرّكا ودافعا قويا لاستخدام الفيسبوك بطريقة من أن تكون متشابهة أو تختلف نوعا ما، حيث أنّ ما يتوقع من تفاعلات الآخرين الإيجابية يؤثر على نوايا الاستخدام للحصول على تلك التوقعات وهذا يعتبر عاملاً قويا يوطر الفروق بين الأعمار لدى أفراد العينة في طريقة التفاعل عبر الفيسبوك (Alamgir, 2019)

جدول (38): يبيّن طريقة تواصل المبحوثين مع أصدقائهم على الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
1 أحداث الكتابية	239	48.2
1 أحداث الصوتية	149	30
1 أحداث المرئية أو الفيديو	108	21.8
إجمالي الإجابات	496	100

بهدف الكشف عن الطريقة التي يفضل أفراد العينة التواصل بها مع أصدقاء الفيسبوك في إطار عواقبهم الاجتماعية طرحنا عليهم السؤال (14) التالي: (ما الطريقة التي تفضل التواصل بها مع أصدقائك عبر الفيسبوك؟).

أوضح (48.2%) من المبحوثين أنّهم يفضلون المحادثات الكتابية، وقال (30%) أنّهم يستخدمون المحادثات الصوتية في تواصلهم مع أصدقائهم، في حين عبّر (21.8%) من أفراد العينة أنّهم يفضلون المحادثات المرئية أو الفيديو أثناء استخدامهم للفيسبوك عبر الفيسبوك.

تعتبر المحادثات أو الدردشة الافتراضية شكلاً من أشكال التواصل والتراسل الفوري بين الأشخاص في البيئة الرقمية، عن طريق إرسال الرسائل النصية أو الصوتية أو المرئية، وتسمح الدردشة المتزامنة بحدوث التفاعل في الوقت أو الزمن الحقيقي، ويمكن أن تجرى المحادثات حسب نمط الاتصال المفضل وتلبية حاجات التواصل السلس والسريع، وقد تكون المحادثات شخصية بين طرفين أو محادثات جماعية بين عدة أشخاص، وظهرت طريقة التواصل بالدردشة مع بدايات دخول الإنترنت إلى البيوت وكان يطلق عليها غرف الدردشة من خلال برامج توفر هذه

الخدمة، حيث ربطت المستخدمين بكافة أنحاء العالم، وساعدت الكثير من الشباب على التعارف مع أشخاص آخرين والتحدّث معهم كتابيا، ومع شركات التوظيف، واعتبرت في ذلك الوقت طفرة نوعيّة في عالم الإنترنت، ثم أضيف لها تقنيّات حديثة في برامج متطوّرة مثل (MSN) وغيره، وبعد دخول الفيسبوك على الخطّ أصبحت هذه الميزة عمّامة فارقة في تاريخ الوسائط الاجتماعية، أين أصبح استعمالها شائعا لدى الكثير من المستخدمين الذي يفضلون الكتابة والدردشة والبحث عن صداقات أخرى لتوسيع معارفهم وزيادة أصدقائهم.

وفي هذا الإطار يعرف "مجد بوبكر" و"عبد الحميد بسيوني" الدردشة بأنها وسيلة اتصال حيّة في الوقت الحقيقي، وهي تعتمد على النصّ في نقل المعلومات في بيئة افتراضية، أمّا "جمال صالح" فيعرفها: بأنها وسيلة تعارف وتواصل بين الأجناس بشكل عام، وفيها يتمّ التعارف بين رجل وامرأة أو رجل ورجل أو امرأة وامرأة، والبعض يفضل صداقات جادّة والبعض يريد تمضية الوقت (حوّة و عبد العاطي، 2011، صفحة 74).

ويقصد بالدردشة الإلكترونية عملية التحوار على الإنترنت وتبادل الأحاديث بشكل تفاعلي وفي ظرف آني تزامني، وتسمّى باللّغة الإنجليزية (chatting) وبالفرنسية (Le chat)، وكذلك (cyberbavardage)، وتكون هذه المحادثة بين المستخدمين نصيا أو صوتيا ومرئيا (بودهان، 2012، صفحة 34).

وعطفا على النتائج السابقة يؤكّد أفراد العينة أنّهم يستخدمون خدمات الفيسبوك كجزء من نشاط تفاعلهم أثناء التواصل، فقد بيّنت النتائج أنّ المحادثات الكتابية هي الطريقتان التي يفضلها أغلبية أفراد العينة بنسبة قاربت من النصف (48.20%)، وهو ما يعكس أنّهم يستفيدون من جميع المزايا التي وفّرها الفيسبوك، فالدردشة الكتابية تعمّق من العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي يدخل فيها الطلّبة، سواء بالتعليقات أو الردّ عليها، أو حتى المحادثات الشخصية الانفرادية، لأنّها تبعث على الرّاحة والاطمئنان؛ فالكلمات المكتوبة لها وقع في النفس وتأثير على دفع العواطف والمشاعر نحو اتجاه ما يرغب فيه المرسل، ومن خلال حجم الوقت الذي يستغرقه أفراد العينة فإنّ هناك استعمالا كثيفا للدردشة، لأنّ الطلبة الجامعيين يفضلون الدخول في محادثات دردشة طوال فترات اليوم، وهذا ما يشعرهم أكثر بالانتماء إلى مجتمع الفيسبوك الذي أصبح جزءا من نشاطهم اليومي وكيانا في تفاعلات حياتهم.

وتشير "يونغ" إلى أنّ انتشار نمط الدردشة عبر الإنترنت أدّى إلى إيجاد مواقع للدردشة العائلية الافتراضية، والتي تم اختيار أفراد بها في مواقع معينة وتقوم الدردشة فيما بينهم، وتعتبر الدردشة أحد أنواع بناء العلاقات وتكوين الصداقات بين الفئات خاصة بين المراهقين وطلبة الكليات، وتوقّعت (يونغ) أن تكون هذه أحد طرق التفاعل بين المجتمعات في المستقبل (حوّة و عبد العاطي، 2011، صفحة 83).

ومن جهة أخرى تساعد ميزة المحادثات الكتابية المستخدمين الذين يدخلون إلى حساباتهم بهوية مزيفة، لأن الكتابة تخفي جنس المستخدم فيصعب معها التعرف على هوية الشخص خاصة أثناء الدخول معه في علاقات مشبوهة، أين يتورط الكثير من الأفراد الذين ينخدعون بسهولة ويثقون بما يقوله الطرف الآخر الذي يندمج معهم افتراضيا، وهذا النوع من الاحتيال يفضّل كثيرا استخدام محادثات كتابية حتى لا ينكشف بعد الإيقاع بضحيتته.

ومن جهة أخرى تفضّل فئة أخرى من الباحثين استخدام المحادثات الصوتية ومحادثات الفيديو أثناء الدردشة، وهذه الخدمة تسهّل على الكثير من أفراد العينة التواصل خاصة أثناء القيام بأعمال، كما يستخدمونها كنوع من التسلية الفردية أو الجماعية، وكثير من الأفراد عند تلقيهم طلبات صداقة لا يعرفون هوية المرسل فيطلبون إجراء مكاملة صوتية أو فيديو للتحقق من هوية الحساب، كما تعوّض هذه التقنية أثناء استخدامها تواصل الأفراد مع أقاربهم البعيدين، خاصة في أوقات المعايمة والمناسبات المختلفة وحتى في الأوقات العادية من قبيل صلة الرّحم، وهذا لتقوية أو اصر العائلات الاجتماعية الحقيقية.

ويتبيّن من خلال النتائج أن أفراد العينة يستخدمون طرائق مختلفة في التواصل مع مجتمع الفيسبوك تبعا لاختلاف وتنوع أصدقائهم، والدوافع التي تشبّعها هذه المحادثات سواء زيادة في التعارف، أو شرح الدروس أو الخلود إلى صديق حميم، أو الهروب من الواقع، أو السعي نحو بناء علاقات عاطفية افتراضية، فإن شريحة كبيرة من الشباب الجامعي أصبحت تتفاعل مع أشكال مختلفة من خدمات الفيسبوك، وتوظّفها حسب حاجتها لها.

وذكر (عبد المحسن العصيمي، 2004) أنّ برمجيات الشات التي تطوّرت من حوار كتابي تقليدي إلى استخدامات أكثر عمقا وتأثيرا تشمل الصوت والصورة بتفاعل متكامل تجعل المتفاعلين مكانيا أكثر قربا من بعض وأكثر معرفة وعلاقة وتواصل (حذوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 234).

وفي دراسة أجرتها الدكتورة (العبيد، 2014) توصلت إلى أنّ الوسيلة الأكثر استخداما لدى عينة الباحثين في تواصلهم مع الأصدقاء هي الدردشة النصية بالدرجة الأولى حيث جاءت بنسبة (94.4%)، وفي المرتبة الثانية المكالمات الصوتية بنسبة بلغت (66%)، وبينت الدراسة أنّ المكالمات الصوتية أكثر ما تستخدم لأجل التواصل مع الأهل والأصدقاء في مهاجرهم البعيدة، أما المكالمات المرئية فقد بلغت نسبتها (36%)، وأشارت الدراسة إلى أنّ مكالمات الفيديو لا تستخدم من طرف أفراد العينة إلا مع الأصدقاء الفعليين المعروفين أو مع الأهل والأقارب، ولكنها لا تستخدم بكثرة في أوساط الأصدقاء الافتراضيين الذين يكوّنون صداقتهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا النتيجة التي توصلنا إليها، وتم إثباتها من خلال إجابات الباحثين في سؤال مفتوح حول نوع الاتصال مع طبيعة الأصدقاء الذين يستخدمون معهم التواصل المفضّل.

جدول (39): يبيّن طريقة تواصل المبحوثين مع أصدقائهم على الفيسبوك عند متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
48.2	239	49.6	133	46.5	106	1 ادثات الكتابية
30	149	32.8	88	26.8	61	1 ادثات الصوتية
21.8	108	17.5	47	26.8	61	1 ادثات المرئية أو الفيديو
100	496	100	268	100	228	إجمالي الإجابات

تظهر نتائج الجدول وجود اختلافات واضحة في طريقة تواصل أفراد العينة مع أصدقائهم في الفيسبوك عند متغير الجنس، وبيّنت أنّ الإناث أعلى نسبة في استخدام المحادثات الكتابية بنسبة (49.6%)، مقارنة بالذكور الذين يفضلون في المقام الأول استخدام المحادثات الكتابية أيضاً للتواصل مع أصدقائهم بنسبة (46.5%)، ونفس الأمر بالنسبة للمحادثات الصوتية حيث تفضّلها أغلبية إناث أفراد العينة بنسبة (32.8%) في مقابل الذكور بنسبة (26.8%)، غير أنّ المحادثات المرئية أو مكالمات الفيديو حصلت على تفضيل أفراد العينة من الذكور بنسبة (26.8%) مقارنة بالإناث اللواتي يفضلن استخدامها بنسبة (17.5%).

والملاحظ أنّ المحادثات الصوتية والمرئية جاءت بنسبة متساوية لدى الذكور، وهذا ما يدل على استخدامهما بكثافة أثناء التواصل، فحرج لدى الذكور في إرسال رسائل صوتية أو مرئية، بفارق طفيف مع الإناث حيث أنّ استخدامهنّ لهذه الميزات يكون بحذر شديد خوفاً من الوقوع في المشاكل.

وهو ما يؤكده اختبار كاي² بوجود فروق إحصائية ولو طفيفة بين الذكور والإناث في توظيف خدمات الدردشة عبر الفيسبوك، حيث جاءت قيمة كاي² المحسوبة (6.57) أقل من قيمة كاي² الجدولية (5.99)، عند مستوى ثقة (0.034)، بدرجة حرية 02.

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
<u>دال</u>	5.99	0.034	02	<u>6.57</u>

وترجع الاختلافات بين الجنسين في طريقة الدردشة في الفيسبوك حسب الاحتياجات والتفضيلات الشخصية والاهتمامات، كما تؤثر جودة الاتصال وتدفق الإنترنت وكذلك توفر التكنولوجيات المناسبة على طريقة التواصل بينهم، ويلاحظ من خلال النتائج أنّ الإناث يفضلن الدردشة النصية أكثر من الذكور بينما الدردشة المرئية حظيت بنسبة أقل وهو ما يعكس الاختلاف في التفكير والعواطف والثقافة والتجارب الشخصية.

جدول (40): يبيّن اللغة المستخدمة لدى المبحوثين في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
اللغة العربية الفصحى	61	10.5
الدارجة	172	29.6
اللغة الفرنسية	104	17.9
اللغة الإنجليزية	64	11
لغة فيسبوكية مختلطة	181	31.1
إجمالي الإجابات	556	100

برز مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديداً مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه من خال (تبادل تفاعل رمزي) (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 152)، ومن أجل الكشف عن اللغة المستخدمة في التواصل بين أفراد العينة وأصدقائهم، طرحنا عليهم السؤال (15) التالي: (ما اللغة التي تستخدمها للتواصل مع أصدقائك في الفيسبوك؟).

يعدّ "سيرل" أحد أسفة استخدام اللغة في الأفعال اليومية وتفاعل المتكلم مع السامع داخل الجماعة المتحدثة باللغة، خال عنصري التمثيل والاتصال (Representation and Communication) حيث يؤكّد أن وظائف اللغة تحقّق أشكال المقاصد العقلية، ويعتبر الاتصال أساس كل استخدام لغوي، لأنّ القصد الأساسي هو إبّغ السامع، وعليه يترتب الفهم، ثم التأثير والاقناع واعتناق رأي المتحدث، أو القيام بفعل نتيجة لطلب إنجاز، وبفصل "سيرل" بين المعنى وقصد الاتصال (رداً على بينيت وجرايس Grice)، "فسيرل" لا يرى أنّ الاتصال من الإّزم أن يتجاوز حدود الإّبّغ والفهم (سيرل، 2012، الصفحات 15-16).

ومن هذا المنطلق يوظّف أفراد العينة اللغة في محادثاتهم لأنها تمثّل قوام التّواصل وأحد لبنات الثقافة العالية، وأساس نجاح الرسالة الاتصالية، والظاهر أنّ الطلبة قد وجدوا طريقة لتحقيق تواصلهم بكيفيات مختلفة قد تتجاهل قواعد وقوانين اللغة الأصلية التي سنّها اللّغويّون قبل آلاف السنين، وهذا بفعل دخول وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت، ثم مجيء مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت كثيراً من طرق استخدام اللغة العربية الأم على غرار ما كانت تعانيه سلفاً، إذ تعرّضت في فترة الإستعمار الفرنسي إلى محاولة طمس ضمن حرب الهوية الكبرى على الإّسام والثقافة، باعتبارها لغة القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ومصدر الهوية القومية.

ويشير "عثمان إبراهيم" أنّ النظام الرمزي وخاصة اللّغة تلعب دورا في عمليات التفاعل والاتصال والتي تتضمن استخدام رموز دالة، تأوّل معانيها في إطار خبرات الجماعة وسياق الفعل، وبهذا يعتبر اكتساب الفرد للنظام الرمزي للجماعة أساس قدرته على التفاعل، وفي الوقت ذاته أساس تشكّل ذاته وعقله ونموّها، وكنتيجة أساس تشكّل ما هو اجتماعي ثقافي (عثمان، 2008، صفحة 113)، كما يؤكّد "مُجد عبد العزيز": (بأنّ أهمية اللّغة لا تظهر في التواصل الإنساني باعتبار أنّها تؤدّي مهمّة ليست وظيفية فحسب - كما يتصوّر البعض - بل إنّها وسيلة من وسائل توصيل الأفكار أو التعبير عنها، وهي إلى جانب ذلك أداة للحياة يستخدمها الفرد ليصبح عضوا في جماعة يحقق فيها ومعها أغراضه وأغراضها) (عبد العزيز، 1978).

ويعرّف "منير حجاب" اللّغة بأنّها: (مجموعة من الرموز تعارف عليها الناطقون بها على دلالة ومعنى كل رمز منها ويستعملونها في التفاهم بينهم، ومن اللّغات التي يستعملها الإنسان في التفاهم، اللمس والنظر والصمت والإشارة وتعبيرات الوجه وغيرها، فأيّ منهج منظم ثابت يعرّب به الإنسان عن فكرة تجول في خاطره، وإحساس يحسّه في صدره هو لغة قائمة بذاتها، وتستخدم لنقل رسالة من المصدر إلى المستقبل، واستعمال اللّغة كوسيلة اتصال فعّالة ومؤثّرة تساعدنا على تحقيق أهدافنا، وتجعل اتصّالنا بالآخرين أكثر نجاحا) (حجاب، 2010، صفحة 200).

وقد تحدّث "جورج زمل" في سياق نظرية التفاعل الرمزي عن الرموز واللغة التي يبتكرها الأفراد ليتواصلوا فيما بينهم وتحقق لهم التفاعل الاجتماعي، وهذا التفاعل الرمزي اللغوي هو الذي يحقّق فهما اجتماعيا لهذا النظام الجديد، لذلك فإنّ تفضيل أفراد العينة لاستخدام لغة معيّنة سوف يكشف عن أمرين هاميين: أوّلها نوع الأصدقاء الذين يستخدمون لغة معيّنة وهو ما يحدّد لنا غاية المبحوثين في بناء علاقات اجتماعية جديدة أو المحافظة على العلاقات السابقة، والأمر الثاني سيكشف عن الهوية اللغوية الرقمية نظرا لاستخدامهم المتواصل للفيسبوك، أم أنّها لغة طبيعة متأصلة في مجتمع الشباب الطّبي الجزائري المعاصر، ولكن مهما كان نوع استخدام اللّغة فإنّها تعدّ طريقة اتصال وتواصل ضرورية في بناء العلاقات الاجتماعية على اختلافها.

وفي هذا السياق عمل عالم اللسانيات الشهير "فرناندو ديسوسير" على استخدام وابتكار أدوات منهجية لدراسة اللغة دراسة سيميولوجية تواصلية، واعتبر "ديسوسير" أنّه لكي نفهم اللغة يجب معرفة سياقاتها وكيف توظّف في اللسان البشري، ومردّد ذلك أنّ اللغة تحتاج إلى مفاتيح حتى تتمكّن من إيصال رسالتها وتحقيق الاتصال والتواصل كالإشارات والرموز والدلالات، وهذا العلم هو الذي يرصد تطوّر اللغة وتغيّراتها عند احتكاكها بمؤثرات خارجية، وعرف "ديسوسير" اللغة بقوله: (اللّغة موجودة على هيئة ذخيرة من الانطباعات مخزونة في دماغ كل فرد من أفراد مجتمع معيّن، ويكاد ذلك يشبه المعجم الذي نوزّع منه نسخ على كل فرد في المجتمع، فاللّغة لها وجود في كل فرد

ومع ذلك فهي موجودة عند المجموع، وهي لا تتأثر برغبة الأفراد الذين تحزن عندهم (دي سوسير، 1985، صفحة 38).

وبناءً عليه فمن خال ما أفصحت عنه النتائج بأغلبية والتي أظهرت أنّ (31.1%) من المبحوثين يستخدمون لغة فيسبوكية مختلطة في تواصلهم عبر الفيسبوك، كما أنّ (29.6%) يفضلون استخدام الدارجة في محادثاتهم الفيسبوكية، بينما قال (17.9%) أنّهم يتواصلون باللغة الفرنسية مع أصدقائهم، وعبر (11%) أنّهم يتواصلون باللغة الإنجليزية، بينما قال (10.5%) من المبحوثين أنّهم يستخدمون اللغة العربية أثناء محادثاتهم مع الأصدقاء. وعطفاً على نتائج الجدول السابق الخاص بإقرار أفراد العينة باستخدامهم للمحادثات الكتابية في التواصل مع مجتمع الفيسبوك، ليس فقط من خلال رسائلهم عبر المحادثات الشخصية في إطار دخولهم في علاقات اجتماعية افتراضية، بل كلّ ما يشمل أنواع الاتصال الافتراضي (شخصي أو جمعي)، فلقد تبين لنا من خلال النتائج السابقة أنّ أفراد العينة نشطون بكثافة ويتفاعلون مع مختلف الصفحات الافتراضية تعليقا وكتابة ونشرا، لذلك لا تقتصر اللغة المستخدمة بين محادثات الطلبة فقط بل تظهر في تعليقاتهم على المنشورات والردود عليها، وتتخذ نمطا جديدا في الاستعمال الرقمي لسهولة وفهمه المباشر، وتعارف الجماعة الفيسبوكية عليه، ولتجاوز عقبات القواعد اللغوية والنحوية والصرفية، ولربح الوقت في الكتابة، كما أنّ هذه اللغة أسست لها فئة عمرية لا تعترف بقيمة اللغة كشكل وإنما بما تؤدّيه من وظائف وبما تحقّقه من اتصال سليم.

ولا تعتبر هذه الطريقة في التواصل جديدة، فقد تم توظيفها قبل ظهور شبكات الإعلام الجديد، التي أحدثت فارقا كبيرا في طرق التواصل الافتراضي، وفي هذا الاتجاه يرى الكثير من المختصين في التواصل الافتراضي أنّ مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قد ابتكروا طريقة جديدة تتماشى والتغيرات التكنولوجية والثقافية، ويطلق على هذه اللغة عدة مسميات كاللغة الفيسبوكية ولغة الشباب الرقمي، والعريزي والفرانكو آراب، وغيرها من المسميات التي تدل على أنّها لغة رموز تحتزل الكثير من الإشارات والمعاني، ولا تحتكم إلى قانون أو نظام لغوي محدد.

وجاء في تعريف هذه اللغة؛ العربية أو العريزي أو الفرانكو أو العربيني بأنّها مصطلح يجمع بين كلمتي (عربي) و(إنجليزي)، وهي لغة مستحدثة غير رسمية وغير محدّدة القواعد، وتستخدم للتواصل عبر الدردشة وتنطق هذه اللغة مثل العربية، إلا أنّ الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف والأرقام التينية بطريقة تشبه الشيفرة ويستخدمها البعض في الكتابة عبر الإنترنت أو رسائل المحمول، ويمكن القول إنّ بين ويجمع بين اللغتين في سياق واحد، لا يرقى إلى استخدام ظاهرة ازدواجية اللغة، وقد أصبحت أمرا مألوفا في السنوات الأخيرة بين الشباب، وباتت تشكّل تهديدا ثقافيا وحضاريا للثقافة العربية الأصيلة (المنذري، 2014).

وفي هذا الصدد تؤكد دراسة مصرية أعدّها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بالقاهرة والتي ركّزت على شريحة عشوائية من الشّباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و35 عاما أنّ اختيار الشّباب ثقافة ولغة خاصّة بهم هو تمرد على النظام الاجتماعي، لذلك ابتدعوا لونا جديدا من الثقافة لا يستطيع أحد فك رموزها، ورصدت الدراسة وجود تأثيرات للإنترنت على مفردات اللّغة المتداولة بين الشّباب عبر مواقع الإنترنت والمدونات وغرف المحادثات، وأوضحت أنّ طبيعة الإنترنت باعتبارها وسيلة اتصال سريعة الإيقاع قد واكبتها محاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب منها مثل: استخدام الكلمات المرمزة والمختصرة بحرف أو حرفين، إضافة إلى ترميز الانفعالات وتكرار حرف معيّن في كلمة معيّنة لتحميلها شحنة عاطفيّة من العيار الثقيل مثل: رائع-آآآ، وقد تستعمل رموز أرقام مكان أحرف لغة القرآن مثل: الحاء يرمز لها بالرقم 7 والهمزة بالرقم 2 والعين بالرقم 3، والحمد لله (Hmd) (الفتاح، 2012).

ومن الدّراسات الحديثة في هذا الاتجاه نجد دراسة "محمود عبد العاطي مسلم" 2015 التي أشارت بأنّ نسبة من الشباب المصري يستخدمون "العربيزي" أو "الفرانكو آراب" بصفة دائمة بلغت (72.02%)، بينما من يستخدمونها أحيانا ب(28.08%)، في حين أنّ (0.87%) يستخدمونها نادرا، كما أثبتت الدراسة أن المبحوثين من الشّباب لديهم إدراك يتمثل في أن استخدامهم لما يسمّى "بالعربيزي" أو "الفرانكو آراب" له تأثير سلبي على اللّغة العربية بنسبة (76.90%)، كما توصلت دراسة "مُجد رضا أحمد سليمان" 2015 إلى أنّ (81%) من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعّال، ويبيّن أنّ (48.80%) من عيّنة الدراسة وافقوا تماما بأنّ استخدام الحروف الـتينية في مواقع التّواصل الاجتماعي يمثّل خطرا على اللّغة العربية، بينما وافق على ذلك (23.80%)، وأنّ الذين لم يوافقوا على ذلك فكانت نسبتهم (27.50%) (الشريف، 2015).

ولا يخفى أن استعمال اللّغة والمفردات هي من موضوعات التنشئة الاجتماعية، وقد تغير استعمال اللغة بشكل كبير في عصر الإنترنت، فطوّر المستخدمون طرائق جديدة في التّواصل بأقلّ قدر من الكلمات لتسهيل التّواصل عبر الرسائل القصيرة المختصرة (sms)، فانعكس هذا على استعمال اللغة في التّواصل اليومي، وتطوّرت بسرعة كبيرة عامية الإنترنت، باستخدام الأجهزة المحمولة (laptops) والأجهزة اللّوحية المحمولة (tablets)، والهواتف الذكيّة (smartphones)، وعلى أساس التنشئة الاجتماعية، فإنّ التأثير السلبي لوسيلة التعلّم كانت مهمة لتأثيرات الأسرة وعوّقتها بالمعلّمين (الفهداوي و حسن، 2023، الصفحات 261-262).

ويبدو أنّ هناك اتفاقا عرفيا لتوظيف لغة التّواصل بأشكال مختلفة، ويعكس شيوعها لدى شريحة طيّبة واسعة، خاصة إذا علمنا أنّ فئة أخرى من أفراد العينة تستعمل الدّارجة في محادثاتها بنسبة لا تختلف كثيرا عن السابقة

بـ(29.6%)، وهو ما يبيّن لنا مدى أهمية هذه اللّغة الجديدة وحضورها في السياق الاتصالي الرقّمي، ويترجم هيمنة وسائل التكنولوجيا على أساليب التّراسل والتّحادث بين الشباب الجامعي.

فلقد انسحب التغيير أيضا على اللّغة المنطوقة العاميّة التي شهدت توظيفاً ورواجاً في جميع المنصات والوسائل الاتصالية دون احترام أدبيات التخاطب والحوار؛ (وهذه اللّغة العامية هي لغة الحديث التي نستخدمها في شؤوننا العادية ويجري بها حديثنا اليومي في الصورة التي اصطلحنا على تسميتها "لهجات المحادثة"، وهي لا تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها لأنها تلقائية متغيّرة تتطوّر تبعاً لتغيّر الأجيال والظروف المحيطة بهم، وتختلف في مقدراتها وتراكيبها من بلد إلى آخر، ومن مدينة إلى مدينة أخرى ومن حي إلى حي، ومنهم من يستعملها بطريقة تقترب إلى الفصحى ومنهم من يلفظها بشكل يقترب إلى العامية الشعبية المتوارثة) (ميلود، 2021، صفحة 188).

وفي هذا الإطار يؤكّد "عزي عبد الرحمن" في دراسته للقيم على أهمية الحفاظ على اللّغة التي تترسّخ وظيفتها في الأصل على احتواء القيمة ونقلها، إذ يقول: (فاللّغة وعاء يحوي أسمى ما يمكن أن يتعلق به الفرد من معان)، ويعتبر "عزي" أنّ: (إدخال أو استحداث ألفاظ وتعابير إيجاباً أو سلباً على اللّغة الأم هو من قبيل العنف اللّساني" ظاهرة دخيلة "نسبيّاً" على اللّغة وإن أصبحت طرفاً في اللّغة، ونقصد من ذلك كثرة استخدام الألفاظ المنبوذة في اللّغة أو استحداث أخرى عن طريق الكمّ أو الدارحة أو المحكية) (عزي، 2009).

ولعلّ أنّ عينة من الطلبة الجامعيين يوظفون هذه اللّغة التواصلية الجديدة بهدف ربح الوقت والسّعة في الكتابة والنقل، فهي وسيلة تعبير عن المشاعر والعواطف، ويمكن القول أن الثنائية اللغوية التي اخترعها مستخدموا وسائل الاتصال بما فيها موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ستؤثّر على تواصلهم في المنصّة وتنعكس على شكل وطبيعة العرّقات الاجتماعية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيّين.

فقد أظهرت دراسة (سوهيلة فلة بوعزة) أنّ لجوء الطّلبة إلى لغة الدّردشة يعود إلى رغبة في الاقتصاد في الجهد والوقت، وذلك من أجل سرعة الاتصال والتفاعل، إلى جانب الهروب من القواعد اللّغوية النحوية إذ يجدون سهولة في هذه اللّغة مقارنة بالكتابة التقليدية على اختلّفها وخاصة الأجنبية (بوعزة، 2012-2013).

ويمكن أن نشير إلى أنّ ما تعرّض له لغة الشباب التواصلية من هدم ومساس في بنيتها، أدّى إلى ضعفها سواء كانت اللّغة العربية أو أي لغة أجنبية، فإنّ هذا يرتبط بما تعودّ عليه المستخدمون في محادثاتهم الافتراضيّة، ويرتبط أساساً بحجم وكثافة التعرّض اليومي للفيسبوك.

وهو ما يؤكّده فرض نظرية الإستخدامات والإشباع؛ إذ أشار كل من "سيفن ووندال" إلى أنّ الاستخدام يمكن وصفه في إطار كميّة المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العرّقة مع وسيلة الإعّام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل

المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً، ويرتبط التعرض بالسمات الثقافية العامة التي تحكم خصائص الظروف النفسية والتي تحكم عملية التعرض لوسائل الاتصال، نمط التفاعل والاتصال الجماعي السائد في المجتمع وكذلك مدى توفر مصادر أخرى للمعلومات، كلّها عوامل تؤثر في عملية التعرض (بوضياف، 2010، صفحة 40).

كما يؤكّد "الصادق رابح" أنّ ممارسات لغة "النات" قد دفعت إلى عودة الخطابات القديمة للكبار حول الخوف من تراجع الكفايات اللغوية للشباب وسيادة السجل اللغوي العامي واعتبار ذلك دليل على التردّي اللغوي، فالكثير من الوسائط الاجتماعية ترى أنّ لغة غرف الدردشة تهدّد مصير اللغة العربية من خلال مزجها مع لغة أجنبية واستبدال أحرفها بالأرقام، بل هناك من أفتى بتحريمها وقد أطلق البعض عليها لغة مشاغبة وهجينة ومستنكرة، معتبراً أنّها لغة مشوهة تكتب فيها اللغة العربية بالأحرف اللاتينية، فهي عربية لفظاً لاتينية كتابةً، وهي لغة تعتمد على استخدام أرقام بدلا من الأحرف، ولا يختلف الأمر في السياقات الثقافية الأخرى حيث نجد الخوف من فساد الذوق اللغوي فقد اعتبرت "فانكوفر صان" الكنديه أنّ اللغة الإلكترونية قد تحوّلت إلى لغة مختصرة ومختزلة تفسد اللغة الإنجليزية للمملكة، حيث تقول: (فأولادنا يلجؤون إلى الإنترنت، يصيبهم فيروس لغة الويب، إن هذا المرض الاتصالي ينتشر بقوه بين جيل الإنترنت) (الصادق، 2014، صفحة 99).

فخلال القرن التاسع عشر برزت العمليّة ما بين تركيب اللغة وطريقة استخدام الناس لهذه اللغة لإثارة المعاني في داخلهم، ويرى "إدوارد ساير" أحد رواد دراسات اللغة والثقافة والتي كانت السبب في منطلقات نظرية النسبية في بناء المعاني، واستنتج "ساير" من خلال دراساته بأنّ لغات الجماعات لا تختلف فقط عن بعضها بعضاً بل إنّ فهم الجماعة للعوامل الماديّة والاجتماعية حولهم يختلف أيضاً من جماعة لأخرى، ومن هنا فإنّ مرتكزات نظرية "ساير" انبثقت من ما يلي: (المشاقبة، 2015، الصفحات 203-204)

1- أنّ اللغة دليل للواقع الاجتماعي؛ أي أنّ البشر لا يعيشون في عالم موضوعي فقط ولا في عالم النشاط الاجتماعي كما هو المفهوم المتعارف عليه، لكنّهم يعيشون تحت رحمة اللغة الخاصة بهم والتي أصبحت الوسيط للتعبير عن مجتمعهم، ومن هنا فإنّه من الوهم تصور أنّ الإنسان يتكيّف مع الواقع بدون استخدام اللغة، أو أنّ اللغة مجرد وسيلة لحلّ مشكلات معيّنة تتعلق بالاتصال والتفكير.

2- أنّ الحقيقة تنشقّ من أنّ العالم الحقيقي هو إلى حد كبير يعني بطريقة لا شعورية على أساس عادات الجماعة في استخدام اللغة من منطلق أنّ لا توجد لغتان متشابهتان بدرجة تكفي لاعتبارهما بمثابة نفس الواقع الاجتماعي.

3- نظرية التفاعلية الرمزية؛ جاءت هذه النظرية من منطلق أن مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس وفق نظريات علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتب الناس تحديداً مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة أو من خلال تبادل التفاعل الرمزي كما يقول أو كما ينحاز علماء الاجتماع.

وفي ضوء ذلك يمكن تفسير استخدام الشباب اللغة الفيسبوكية من منظور التفاعل الرمزي، كجزء من عملية التفاعل والتواصل الاجتماعي بين الأفراد عبر المجتمع الافتراضي، حيث تحقق لهم الانتماء الفردي والجماعي والثقافي، وحسب المنظور الرمزي فإن هذه اللغة تعبر عن معان ومشاعر رمزية مختزلة دون الحاجة إلى الكلمات، كما ترى النظرية أن بناء الهوية الرقمية للشباب جزء من عملية الاستخدام المشترك للتعبير عن الذات الجماعية والثقافية في سياق الاندماج مع مجتمعهم الافتراضي للتواصل مع عائلاتهم الاجتماعية عبر الفيسبوك.

ويشير مصطلح التفاعل الرمزي إلى عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة ووسائلهم في تحقيق أهدافهم (غنيم و آخرون، 2008، صفحة 145)، وتعد التفاعلية الرمزية واحدة من المدارس التي تؤكد على أهمية العوامل البيولوجية وضرورة أخذها في الحسبان عند تفسير السلوك البشري، فهي تركز على أهمية اللغة في التفاعل الاجتماعي وفي التفكير، وتؤكد على فهم الإنسان للحالة الاجتماعية التي يجد نفسه فيها مع تفسيرها، إضافة إلى دور المعاني والدلالات في تفسير السلوك، فضلاً عن تجسيدها لكيفية قيام العمليات الرمزية المستندة على دراسة الدور وتقويم الذات بواسطة أفراد يحاولون التكيف مع بعضهم البعض، إضافة إلى أن النظرية تؤكد على قدرة الإنسان على خلق واستخدام الرموز (الحسن، 2015، الصفحات 85-86).

ويمكن القول أن اللغة الفيسبوكية المتعارف عليها بين المستخدمين تسهم في البناء الاجتماعي للمعاني من خلال المصطلحات والرموز التي تسهم في بناء التفاعلات الاجتماعية المختلفة والتي يتشاركها الطلبة في محادثاتهم. ويذهب "هربرت بلومر" إلى أن الزمور اللغوية تسهم في التفاعلات والحركات الاجتماعية، لذلك نجده يشدد على أهمية خلق المعاني من خلال الكتابة اللغوية ودورها في تشكيل الواقع الاجتماعي.

ويؤيد هذا الاتجاه كل من "تشارلز هولتن كولي" و"جورج هربرت ميد" الذي توصل إلى أن القدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحاً لأفكار الفرد، ويؤكد هذا الفريق بأن الأفراد ينتسبون إلى بعضهم بعضاً من خلال الانطباعات التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم، وأطلق "كولي" على هذه الانطباعات الأفكار الشخصية التي هي عبارة عن بناء للمعنى للصفات التي نتخيلها ونسقطها على كل من

أصدقاؤنا ومعارفنا وتفسر شخصياتهم الواقعية كقاعدة للتنبؤ بسلوكهم والنبؤ بسلوك الآخرين الذين الذين يبدون مشابهيهم لهم (المشاقبة، 2015، الصفحات 204-205).

فالتفاعلية الرمزية ترى أنه يجب فهم نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كوّن علاقة معه خالصة مدة زمنية محددة، وتفترض النظرية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلوها، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما، وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية يقوم كل فرد بتقويم الفرد الآخر، الذي يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما، فاللغة تعبر عن الألفاظ الرمزية التي يستعملها هذان الشخصان، والتفاعل لا يمكن أن يتم بدون الأدوار التي يحتلها هذان الشخصان، و يكون كل منهما التصورات الرمزية عن الآخر بمعنى أن كل فرد يقوم الفرد الآخر عبر الرموز التصورية التي يعطيها له بناءً على التقويم الذهني الذي كوّنه عنه من خلال عملية الاتصال والتفاعل بينهما، بمجرد المشاهدة أو القراءة أو سماع قصص وأخبار من الآخرين عنهم (الحسن، 2015، الصفحات 86-87).

وفي إطار تفسيرها لكيفية توظيف العلامات والمصطلحات والرموز في بناء التواصل والعلاقات الاجتماعية بناءً على التفاعلات الاجتماعية في سياقات معقدة لاستخدامات الأفراد أو مستخدمي الفيسبوك، يؤكد رواد التفاعلية الرمزية على دور اللغة المتعارف عليها في التأثير على فهم المتفاعلين رقمياً للرسائل وبناء المعاني، على سبيل المثال الإيموجي والكلمات المختصرة والهاشتاغات وغيرها، وقد تتدخل هذه اللغة في تعزيز العواطف والمشاعر المتبادلة وتعزيز التواصل من خلال توحيد الانطباعات حول معاني تلك الاختصارات.

وقد وضعت نظرية التفاعلية الرمزية في هذا الإطار عدّة نقاط تؤكد من خلالها على نظرية الدلالة اللغوية وعلاقتها ببناء الواقع الاجتماعي كما يلي: (الضلعين و آخرون، 2016، الصفحات 205-206)

- تعتمد اللغة على ما اتفقنا عليه مع الآخرين حول المعاني المشتركة عن العالم الخارجي من حولنا.
- المعرفة الإنسانية تعتمد على فكرة المفاهيم.
- المفهوم هو مجموعة من الصفات ذات المعنى لبعض جوانب الواقع التي نتعرف عليها من الاسم أو الرمز.
- الإيماءات غير المنطوقة تستخدم غالباً مثل الكلمات وتلعب دوراً في عملية الاتصال.
- هناك علاقة وثيقة بين تركيب اللغة وبين طريقة استخدام الناس لهذه اللغة لإثارة المعاني داخلهم.
- اللغة تتغير باستمرار وهي تركيب من الرموز والإيماءات والإيماءات والكلام أو النحو والإعراب والمعاني.

وفي هذا السياق يؤكد "مارك زوكر بيرج" بأن استخدام الشباب للغة الفيسبوكية يعكس التفاعل الابداعي مع التطورات التكنولوجية التي فرضت هذه التحولات الرقمية، وأنتجت نمطا جديدا وتحوّلا طبيعيا في سياقات وأساليب التعبير والتواصل في العصر الرقمي، وتعتبر "ماريام مارتينز" المختصة في دراسات الإعلام الرقمي أن هذه اللغة تعبّر بشكل طبيعي عن التواصل الحديث والتفاعل مع تقنيات العصر الرقمي وتعدّ جزءاً من تطوّر اللغة والثقافة، وتؤكد "شيريل ساندرج" المديرية التنفيذية لشركة فيسبوك سابقا؛ أننا بحاجة إلى فهم عميق لهذه الثقافة الجديدة، فهي لا تعبّر عن رموز واختصارات فقط، بل يعتبرها مستخدموها وسيلة للتعبير عن الذات وبناء الهوية الرقمية، ومن جهة يضيف الباحث في علم اللغة الرقمية "جون دو" أنه وجب الحذر من تزايد الاعتماد على الاختصارات والرموز التعبيرية أثناء عملية التواصل اللغوي، فهي قد تؤثر سلبا على ملكة الإنسان على التواصل بشكل فعال في السياقات الرسمية (CRYSTAL, 2011).

ويمكن القول بأن المعاني المشكّلة من الرموز والعلمّات والمصطلحات تمثل مفاهيم محورية لنظرية التفاعلية الرمزية للتعامل مع التفاعل الاجتماعي الذي يحدث من خلال استخدامات الطلبة للفيسبوك، حيث تتشكّل هذه الأساسيات في التواصل الافتراضي والتعبير عن المشاعر والعواطف والأفكار والانطباعات، في إطار تعزيز العلمّات الاجتماعية التي تحقّق لهم الانسجام والهوية الاجتماعية والثقافية.

وفي هذا السياق يتحدّث الباحثون عن أصل تكوين هذه اللغة المختلطة وحضورها في محادثات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع لعدّة أسباب: (بوزيان، 2019)

1. **تأثر الشباب با يط:** لو نظرنا في طبيعة اللغة التي يستعملها الشباب في نقاشاتهم وحواراتهم على صفحات التواصل الاجتماعي، لوجدناها هي اللغة التي يستعملونها في حياتهم اليومية، وهذا دليل على تأثر الشباب بالمحيط الذي يعيشون فيه، وهذا أمر طبيعي للغاية، ولكن الفئة التي وجهت إليها دراستي ليست من عامة الناس، وإنما هم طلبة جامعيون من النخب العلمية الدقيقة، ولهذا فإنهم بين محيطين اثنين:

أ **يط الأول:** المحيط الجامعي الذي يتلقون فيه تكوينهم العلمي، حيث يشيع فيه استعمال لغات أجنبية.

أ **يط الثاني:** البيت والشارع والسوق وما شابه ذلك، إذ يسمعون فيه العامية.

ومن الملاحظ أنّ لغة النوع الثاني قد سيطرت على لغة النوع الأول، ما يعكس انحصار اللغة العربية فقط داخل حجرات قاعات التدريس ولا مكان لها في فضاءات أخرى.

2. **شعورهم بالأنس:** إنّ لجوءهم إلى استعمال العامية أو اللغات الأجنبية على صفحات التواصل الاجتماعي يعود أساسا إلى شعورهم بالأنس وبعضهم يحاور بعضا، وكأنهم يتكلمون وجها لوجه في الشارع.

3. عدم إدراكهم أهمية الجانب اللغوي: يبدو أن أغلب الطلبة يهتمون بإيصال الفكرة، ولا يهتمون بالطريقة التي تصل بها، وكأن اللغة عندهم مجرد أداة لتوصيل المعاني، وهذا وهم خطير يجب التنبيه إليه.

كما تطرّق "الزغلول" و"حباشة" عند أهم الأسباب التي تدفع بالشباب العربي إلى تبني أو استخدام "لغة العريزي" وذلك من خلال ست أسباب أسهمت في انتشار هذه اللغة: (المنذري، 2014، صفحة 213)

1. أنّ الشباب أكثر استخداماً للوسائل التكنولوجية الحديثة، والأقدر على توظيفها واستثماره مخرجاتها.
2. يهدف مستخدموا لغة المحوّل (الشّات) إلى توفير مساحة الحرّيّة والخصوصية والسّرّيّة التي لا تتيح لغيرهم معرفة ما يدور بينهم من حوارات.

3. هذه اللّغة مناسبة للإختزال والاختصار وتوفير الجهد والمال؛ حيث أنّ الكلفة تحسب بالحجم (في الرسائل النصية وليس في المحادثات عبر الفيسبوك وغيره).

4. يتخلّص مستخدموا هذه اللّغة من مشكلات ضبط الكلمة بالحركات والوقوع في الأخطاء الإملائية.

5. تمنح مستخدميها القدرة على الاختصار والإيجاز، فيتم التعبير بأقلّ عدد من الكلمات.

6. لغة سهلة ومقبولة، مادامت تحقّق التواصل الذي يمثّل غاية اللغة ووظيفتها.

وفي نفس الاتجاه أكّدت دراسة أجريت على (503) طالبا من الذكور والإناث من طابّاق الجامعات الأردنية، أنّ العينة المدروسة أبدت رفضها للعريزي، وأنّها لغة غير مثيرة للإهتمام، ولا تعدّ أسلوباً عملياً للكتابة، فهي تستخدم فقط بين الطابّاق للدردشة في بعض المواقع الاجتماعية مثل تويتر وفيسبوك، وأشارت النتائج إلى رفض العينة وجود العريزي في السياقات الأكاديمية، وقد أوصت الدراسة بضرورة الحذر من العريزي، وبخاصة عند اللّغويين والمؤسّسات التّعليميّة، وينبغي عدم اعتبار العريزي ظاهرة؛ لأنّها تستخدم في الأوساط العربية الشّبابية في مختلف الدول العربية (المنذري، 2014، صفحة 217).

ومن جهة أخرى تعكس نتائج أفراد العينة الذين قالوا أنّهم يوظفون لغة أجنبية في التواصل عبر الفيسبوك، كاللغة الفرنسية بنسبة (17.9%) واللغة الإنجليزية بنسبة (11%)، فهذه الفئة تستعملها في التواصل مع أصدقاء أجنبية، حيث جاءت إجابات الباحثين في سؤال مفتوح أنّ لها علاقات اجتماعية مع أصدقاء خارج الوطن فمن المنطق التحدث بلغتهم.

وتوضح النتائج بخصوص استخدام اللغة العربية الفصحى أنّ فئة قليلة من أفراد العينة تستخدم هذه اللّغة، وهو ما يعكس أنّها لغة مهمّشة في التواصل الافتراضي، وقد يرجع الأمر لصعوبة تركيبها وفهمها، وقد يعتبرها بعض الباحثين أنّها لا تناسب التواصل والدردشة الفيسبوكية التي تتطلّب لغة مناسبة، كما أنّ الشخص الذي يتواصلون

معه قد يفرض عليهم نوع لغة التواصل فيضطرون إلى الانسياق معه والاندماج في محدثته، خوفاً من قطع الاتصال أو حدوث تشويش على رسالة الاتصال عند تلقيها، وبالتالي يؤثر بالسلب على انسياب الرسائل بين الطرفين، وقد يحدث تشويش على العبارات الافتراضية القائمة بين المستخدمين هذا من جهة، ومن جهة أخرى حدود استخدامها وتداولها خارج الفضاء الافتراضي في الحياة الواقعية والعملية.

وهو ما أكدته نتائج الدراسة التي أجراها كل من "نصر الدين عثمان ومريم صالح"، حيث أظهرت بشكل ملحوظ أنّ (75%) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يعتمدون على استخدام العامية على حساب اللغة الفصحى، كما أشارت الدراسة إلى أنّ (55%) من الباحثين لا يهتمون بسلامة اللغة العربية، وهذا عند كتابتها على المواقع الإلكترونية؛ وهو ما يعني تجاهلهم للأثر السلبي الذي يترتب على اهتمامهم باستغلال الأدوات التقنية لصالح ضبط وتحسين اللغة العربية عبر المواقع. (عبد القادر و صالح، 2013/2012)

وكنتيجة عامة عن استخدام أفراد العينة لأشكال لغوية مختلفة في الفيسبوك، يتضح مدى أهمية اللغة في توطيد العلاقات الاجتماعية، وزيادة التفاعل بين المستخدمين، لأنّ اللغة التي يوظفونها لا تعيق فهمهم ولا تحدث تشويشا للرسائل الاتصالية المتبادلة بينهم، وهذا الاتفاق الجمعي بشأن اللغة في المجتمع الافتراضي ينتج لدينا مفردات ومصطلحات جديدة لها مفاهيمها وأسسها قد تتغلب على اللغة التواصلية المتعارف عليها في المجتمع الحقيقي.

ففي دراسة أجراها الدكتور "محمد هاشم" حول شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري عام 2013، توصلت إلى أنّ موقع الفيسبوك هو جزء أساسي في صناعة اللغة الشبابية الجديدة، إذ لم تقتصر على أحرف لاتينية أو عربية، ولكن برزت تنوعات في أسلوب عرض الحوار وعدد الكلمات وحرية التناول والبعد النفسي والاجتماعي، الأمر الذي جعل هذه اللغة تعرف بين مستخدميها بعدة مصطلحات: العربية والشبابية والفيسبوكية والفرانكو آراب والشغايا وغيرها، كما كشفت دراسة أخرى عن أنّ المتفحص في الخطاب اللغوي عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل والهاتف النقال يستشعر بالفعل مدى الخطورة التي تتعرض لها مسيرة اللغة العربية عبر الأجيال (الشريف، 2015).

جدول (41): يبيّن اللغة المستخدمة لدى المبحوثين في الفيسبوك عند متغير الجنس

المتغيرات		الذكور		الإناث		إجمالي الإجابات	
	ت	%	ت	%	ت	%	
اللغة العربية الفصحى	42	14.8	19	06.4	61	10.5	
الدّارجة	81	28.5	91	30.5	172	29.6	
اللغة الفرنسية	54	19	50	16.8	104	17.9	
اللغة الإنجليزية	35	12.3	29	09.7	64	11	
لغة فيسبوكية مختلطة	72	25.4	109	36.6	181	31.1	
إجمالي الإجابات	284	100	298	100	582	100	

تبين النتائج أنّه لا يوجد اختلافاً كبيراً بين الجنسين في توظيف اللغة الفيسبوكية المستخدمة في التواصل، حيث أنّ الإناث يفضلن في المقام الأول لغة فيسبوكية مختلطة بنسبة (36.6%) ثم الدّارجة بنسبة (30.5%)، في مقابل الذكور الذين يفضلون الدّارجة في المرتبة الأولى بنسبة (28.5%)، ثم لغة فيسبوكية مختلطة بنسبة (25.4%). وجاء في المرتبة الثانية اللغة الفرنسية بنسبة (19%) ثم اللغة الإنجليزية بنسبة (12.3%) مقارنة بالإناث اللواتي يستخدمن اللغة الفرنسية بالمرتبة الثانية بنسبة (16.8%) ثم اللغة الإنجليزية بنسبة (9.7%).

أمّا اللغة العربية الفصحى فقد احتلت آخر استعمالات التواصل لدى أفراد العينة في الفيسبوك عند الذكور بنسبة (14.8%)، ونفس الأمر لدى الإناث بنسبة (6.4%).

ويؤكّد اختبار كاي² أنّه لا توجد فروق واضحة بين الجنسين في اللغة المستخدمة عبر الفيسبوك، حيث جاءت كاي² المحسوبة (16.96) أقلّ من كاي² الجدوليّة (09.49) بمستوى ثقة (0.002) ودرجة حرية 04.

نتيجة	كاي ² الجدوليّة	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² سوية
<u>دال</u>	09.49	0.002	04	<u>16.96</u>

تؤكّد هذه النتيجة أنّ أفراد العينة يحقّقون التكيف الاجتماعي من خلال نمط لغوي ثقافي محدّد يحقق التوقعات ويوحّد الانطباعات الشخصية والعاطفية فينتج عنه اختلافاً بين الجنسين يظهر في التفاوت عبر تظاهرات التفاعل مع المحتوى والدردشة وغيرها، وقد تلعب الخلفية التعليمية للمبحوثين كونهم طلاب في تخصص تقني في اختلافاً في اللغة المستخدمة، ممّا يؤدي إلى عدم التوافق الاجتماعي في السلوك اللغوي عند استخدام الذكور والإناث للفيسبوك، ويرى باحثون أنّ مناقشة لغة الإنترنت لأول مرة كان من قبل اللغويين الاجتماعيين في تسعينيات القرن

العشرين، حيث كان يعتقد أنّ أدوار الجنسين ستكون أكثر مساواة لأنّ شكل اللّغة التواصلية فيه كان مجهول الهوية أكثر من التواصل وجهاً وجهاً.

فقد أظهرت بعض الدراسات اختلافات بين الجنسين في استعمال لغة الإنترنت والاتصال عبر الإنترنت، وبيّنت أنّ الفروق الجندرية في أسلوب لغة الإنترنت واضحة بنفس طريقة الفروق (الجندرية) في أسلوب الكلام، كدراسة (Herrin, 2003) ودراسة (Baron, 2004)، حيث تبين أن الرجال يميلون أكثر من النساء إلى استخدام رسائل مطوّلة بخلاف النساء اللواتي يستخدمن الرسائل المختصرة، وأشارت الدراسات إلى أنّ تمثيل الإبتسام مثلاً والضحك مثل الرموز التعبيرية الانفعالية يتم كتابتها ثلاث مرّات في الغالب من لدن النساء بخلاف الرجال أثناء الدردشة. (الفهداوي و حسن، 2023، صفحة 290).

ومن جهتها تناقش "شيرلي تركل" (Turkle, 2011) علاقة اللّغة الرقمية المختصرة باحداث الانفصال والعزلة الاجتماعية، وتؤكد أنّ هذه اللّغة تقلّل من جودة الاتصال الحقيقي والعلاقات الاجتماعية، بالتأثير على قدرة الأفراد على فهم الأفكار والعواطف والمشاعر المعقّدة بطريقة سليمة، حيث أنّ التركيز على استخدام الرسائل النصية السريعة والرموز التعبيرية والمختصرات من شأنها أن تضلّل الأفراد ويكون التفاعل سطحي ومحدود، وترى "تركل" أنّ بناء صورة ذاتية مثالية تقوم على لغة غير واقعية بدلا من الحقيقية يؤدّي في كثير من الأحيان إلى توقّعات غير حقيقية وخيبات أمل في العلاقات الاجتماعية، كما تحذر "تركل" من أنّ تبسيط لغة التواصل الرقمي باستمرار باعتماد الأفراد على الاختصارات والرموز التعبيرية يؤدّي إلى صعوبة في نقل الأحاسيس والعواطف ويحدث سوء التفاهم الذي يؤدّي إلى تدهور المحادثات العميقة في العلاقات الاجتماعية.

جدول (42): يبيّن اللغة المستخدمة لدى المبحوثين في الفيسبوك عند متغير السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.5	61	0.5	03	3.1	18	6.9	40	اللغة العربية الفصحى
29.6	172	1.4	08	6.7	39	21.5	125	الدارجة
17.9	104	1.2	7	6.4	37	10.3	60	اللغة الفرنسية
11	64	0.5	3	4.3	25	6.2	36	اللغة الإنجليزية
31.1	181	01	6	8.2	48	21.8	127	لغة فيسبوكية مختلطة
100	528	100	27	100	167	100	388	إجمالي الإجابات

تظهر نتائج الجدول المتعلق باستخدام أفراد العينة نوع اللّغة في محادثاتهم عند متغيّر العمر، حيث بيّنت النتائج أنّ الفئة العمرية 18-25 سنة تستخدم لغة فيسبوك مختلطة أكثر من باقي الفئات الأخرى بنسبة (21.8%)، تليها فئة 26-33 سنة بنسبة (8.2%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة وهي الأقل بنسبة (01%)، كما تظهر النتائج أنّ اللغة الدارجة حلّت في المرتبة الثانية لدى فئة 18-25 سنة بنسبة (21.5%) تليها فئة 26-33 سنة بنسبة (6.7%)، تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (1.4%)، وأفصحت النتائج أنّ اللغة الفرنسية تحتلّ المرتبة الأولى لدى فئة 18-25 بنسبة (10.3%) مقارنة بفئة 26-33 سنة بنسبة (6.4%)، تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (1.2%)، وجاءت في الأخير اللّغة الإنجليزيّة لدى فئة 18-25 سنة بنسبة (6.2%)، تليها فئة 26-33 سنة بنسبة (4.3%)، مقارنة بفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (0.5%).

كما بيّنت النتائج أنّ الفئة العمرية للمبحوثين بين 18 و25 سنة، تحتلّ الصدارة في استخدام اللغة الفيسبوكية المختلطة واللّغة العامية وباقي اللّغات.

ويؤكّد اختبار χ^2 عدم وجود فروق واضحة بين الفئات العمرية في اللّغة المستخدمة عبر الفيسبوك، حيث جاءت χ^2 المحسوبة (14.25) أقل من χ^2 الجدولية (15.51) بمستوى ثقة (0.158) ودرجة حرية 08.

النتيجة	χ^2 الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	χ^2 اسوية
غير دال	15.51	0.158	08	14.25

ويمكن تفسير تباين الفروق العمرية بأنّ الطالب في كلية العلوم التكنولوجية في هذه المراحل يميل كثيرا إلى استخدام لغة سهلة بسيطة، يفهمه الجميع من محاطبيه، وهذا من طبع الشباب في توظيف وسائل الاتصال التي توفرّ عليه الجهد والعناء واختصار الوقت وسهولة نفاذ الرسالة الاتصالية واستيعابها، تفاديا للتشويش على الاتصال مع الآخرين، ولأنّها لغة منتشرة بين غالبية الطلبة ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني
دوافع وحاجات
استخدام الفيسبوك

تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية وتؤثر على سلوكهم وتفاعلهم مع الآخرين، وتؤدي بالتالي إلى توقعات معينة بحكم إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

ويعرف علماء النفس "الدافع" بأنه: (قوة بيولوجية نفسية داخل الفرد تستحثه على القيام بنشاط معين لإشباع أو إرضاء رغبة محددة، وهذه القوة تستمر في دفع الفرد وتوجيه سلوكه حتى يشبع رغبته تلك، وتظل تعدل في سلوكه ما لم تشبع الرغبة التي بداخله إلى أن يتحول عن طلب إشباع هذه الرغبة إلى طلب إشباع رغبة أخرى) (بوزيان ع.، 2010، صفحة 48)، ويعرّف الدافع أيضاً بأنه قوة عامل أو استعداد أو حالة داخلية دائمة أو مؤقتة تثير السلوك الباطن أو الظاهر في وقت ما، وتوصله حتى ينتهي إلى هدف معين، أو هو حالة من التوتو الجسمي والنفسي تثير السلوك وتواصله حتى يخفّ هذا التوتر أو يزول فيستعيد الفرد توازنه، فهو يعبر عن حالة نفسية جسمية مؤلمة غير مريحة تنشأ من نشاط الدافع وتزداد إذا فشل أو اصطدم السلوك الصادر عنه بمعوقات تصدّه عن بلوغ الهدف (السامراني، 2007، صفحة 54).

وقد تعددت وجهات النظر لدراسة دوافع التعرض لوسائل الاتصال ويمكن عرض هذه الآراء كما يلي: (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 246)

- ينظر إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية (Inter Stater) يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة (Expectancy-Value)، فدوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام تعكس سلوكاً إيجابياً ذا قيمة، والمتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر، ويسعى لإشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الاتصال، وتقدم هذه النظرة الأساس للبحوث التي تقيس التماس الإشباع (Gratification Sought) من خلال دوافع الجمهور (Audience Motives)، وهي تقارن بين دوافع الفرد واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام.

- أنّ دوافع الجمهور يمكن إدراكها وفهمها بشكل غير مباشر، من خلال أنماط السلوك والتفكير.

- أنّ دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلاً قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصرعات غير المحسومة، وهذا ما أكده "ماكجواير" عند مناقشته لمفهوم الدفاع عن الذات باعتبارها أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

- يتبنى "أوستن بابرو" (Babrow) وجهة نظر ترى أنّ سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له دافع، بل يرتبط غالباً بالتعود واللامعقول، أيّ أنه مرتبط بالعادة على التعرّض.

ويشير باحثون إلى وجود علاقة بين إشباع الحاجات والدافع إليها، وبين توقّع سلوك الفرد الذي يقوم به لإشباع الحاجة، وإشباع الحاجات منطلق من الدافع الذي يؤدي إلى سلوك يشبع الحاجة، ويشير "مساها المحيا" إلى الفرد بين الحاجات والدوافع، فالحاجات: (هي كل ما يحتاج إليه الفرد سواء كان عضوياً أو مادياً)، بينما الدافع هي: (حالة مؤقّنة من التوتر النفسي أو الجسمي تنشأ إثر استثارة حاجة معيّنة وتوجّه لتحقيق هدف معيّن)، وعلى سبيل المثال الحاجة إلى الأكل ثابتة لا تنتهي عند الإنسان، لكنّ الدافع للأكل هو الجوع، فالدافع هو الأمر المباشر لتلبية الحاجة (عبد الحميد ص.، 2023، صفحة 76)، كما اعتبر "ميشيل مان" أنّ الحاجة أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة، ممّا يؤدي إلى الشعور بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري (ميشيل، 1999، صفحة 483)، وعلى إثر ذلك بدأت مساعي الباحثين في مجالات العلوم الاجتماعية وعلم النفس والإعلام لفهم تأثير الحاجات، وحركة الدوافع وعلاقتها بالسلوك الإنساني، وظهرت اتجاهات عديدة لتصنيف الحاجات والدوافع، كتصنيف "أبراهم ماسلو" عام 1970، الذي اعتبر أنّ نظرية الاستخدامات والإشباع، هي امتداد لنظرية الحاجات والدوافع التي كان يشغل عليها، وقدم ترتيباً تصاعدياً للإشباع الأساسية التي يحتاجها الأفراد، مرتبة بشكل هرم، بحيث تأتي الحاجات الأكثر أهمية في قاعدة الهرم، والأقل أهمية منها فوقها مباشرة، بحيث لا ينتقل الإنسان للبحث عن الإشباع التالية إلا بعد تحقيقه للأولى (المكي، 2016، صفحة 115).

وقد اتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس بأنّ علم الاجتماع يتناول الفرد من حيث وجوده في المجتمع، أي من حيث طبيعته الاجتماعية، وهذا التحديد الشامل لمجالات الدراسة في علم الاجتماع يستبعد أيّ موضوع يتعلق بطبيعة الفرد النفسية، كما يستبعد طبيعة الفرد الفيزيائية، فمن المعروف أنّ للإنسان ثلاث طبائع أساسية متميزة، ويعبّر كل منها عن ناحية محدّدة في الإنسان: (الشال، 2013، صفحة 21)

1- طبيعة فيزيقية حيوية بوصفه كائننا حياً يخضع لظروف البيئة الكلية المحيطة به.

2- وطبيعة نفسية باعتباره ذاتاً فردية لها كيانها.

3- وطبيعة اجتماعية يشعر الفرد بمقتضاها أنّ كيانه متوقّف على معيشتته مع غيره في مجتمع معيّن، وأنّه لا يمكن أن يعيش بمفرده، بل إنّ لا بدّ أن يكتيف سلوكه وتصرفاته وفق قواعد ونظم اجتماعية، حتى يشبع حاجاته الأساسية، والتي صوّرها أبراهم ماسلو في شكل هرم متدرّج.

قام "أبراهم ماسلو" بتعديل هرمه على امتداد حوالي العشرون عاما، حيث انتقل من خمس حاجيات أساسية، إلى ثماني حاجيات صمّنتها الصيغة النهائية لهرمه، التي بلورها سنة 1970، وسنعرض هرم "ماسلو" للحاجات الأساسية للأفراد في صيغته النهائية لعام 1970م على النحو التالي: (المكي، 2016، صفحة 115)



شكل (03) يوضّح هرم "أبراهم ماسلو" للحاجات.

حسب هرم "أبراهم ماسلو" فإنّ الأفراد لديهم حاجات متعدّدة يسعون إلى تحقيقها من خلال وسائل الاتصال، وتبدأ هذه الحاجات من الهرم إلى القمة، وفي هذا السياق تفترض نظرية الحاجات أنّ هناك حاجات يشعر بها الفرد، وتعمل كدافع محرّك للسلوك، وفي تقسيم الهرم كما هو موضّح في الشكل أعلاه، نجد الحاجات الإنسانية في خمس مستويات على شكل هرم عريض قاعدته الأساسية الحاجات الفسيولوجية (السامرائي، 2007، صفحة 63):

- 1- الحاجات الفسيولوجية: وهي حاجات أساسية تحافظ على الفرد، كالحاجة إلى الطعام والراحة والنوم.
- 2- الحاجة إلى الأمن والاستقرار: ويتمثل ذلك في تأمين الفرد وحمايته كالرعاية الصحية والاجتماعية والعمل.
- 3- الحاجات الاجتماعية: وتمثل في رغبة الفرد في وجوده بين جماعة وإنشاء علاقات تتسم بالاعتزاز والودّ، كما أنّه يسعى للحصول على مركز بين الجماعة التي ينتمي إليها، ممّا يؤدّي إلى إشباع الحاجات الاجتماعية.

4- الاحترام والتقدير: يحتاج الفرد إلى المكانة الاجتماعية، ويحتاج إلى الشعور باحترام الآخرين، ثم الإحساس بالثقة ويزيد في الاحترام والتقدير، الحوافز المعنوية كالترقيات والألقاب وخطابات الشكر والتقدير.

5- تحقيق أو توكيد الذات: وتتمثل في تقييم الفرد لقدراته ومهاراته وتحقيق قدر ممكن من الإنجازات التي تسعده، والأفراد في توكيد ذواتهم يبحثون عن مهام ذات طبيعة متحدية لقدراتهم تدفعهم إلى تطوير مهاراتهم وقدراتهم الإبداعية والابتكارية بالشكل الذي يؤدي على إنجاز عالٍ يستطيع من خلاله أن يحقق ذاته. وهذه الحاجات سيتم التطرق إليها في بعد الدوافع والحاجات الشخصية والنفسية الاجتماعية.

وفي هذا السياق يشير "إليهو كاتز" (Elihu Katz) إلى أنّ الحاجات تنبع أساساً من الأفراد، ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بعملية تلبية حاجاتهم، ويرى "بلمر" (Blumler) و"جورفيتش"؛ أنه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولاً، ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات، وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام، وعلى هذا فإنّ الدوافع تقوم بوظيفة "الدفع والجذب"، "الدفع في التوقع" و"الجذب في الطبيعة غير المحسومة للحاجة" وذلك أنّ الحاجة هي من يولد الدافع (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 246)، وبالتالي ينظر إلى الدوافع بأنها حالات داخلية تزيد من النشاط الموجه نحو تحقيق أهداف، لذلك يؤكّد الباحثون أن الدوافع تتضمن ثلاث مراحل تبدأ من الحالة الداخلية، وهذه الحالات الداخلية تؤدي إلى قيام سلوك (نشاط موجه)، ثم يؤدي هذا السلوك بدوره إلى تحقيق هدف معين يسعى إليه الفرد (السامراني، 2007، صفحة 54).

لذلك نجد تركيز نظرية الاستخدامات والإشباع على دور الدوافع في تحفيز سلوك الاستخدام، فهذه النظرية تعمل على تشكيل مجموعة من الحاجات الاجتماعية والنفسية عند الفرد، والتي تتفاعل مع محيطه الاجتماعي، لتأخذ شكل دوافع تحثه على متابعة وسائل الاتصال التي قد تشبع تلك الحاجات أو لا تشبعها، وما يؤكّد أهميّة النظرية هو أنّ قيمتها العلمية لم تسقط بالتقادم، بل إنها تتمتع بالمرونة والشمول الكافيين لتحتضن وسائل اتصال جديدة، بحيث حافظت النظرية على مواكبتها للتطورات التكنولوجية الحديثة، إذ قام الباحثون بدراسة استخدام الجمهور للعديد من وسائل والاتصال الحديثة من منظور الاستخدامات والإشباع، ومن النماذج التي تقدّمها لإبراز المواكبة التكنولوجية للنظرية، اهتمام الباحثين بدراسة الهاتف النقال كوسيلة اتصال اجتماعية من منظور الاستخدامات والإشباع، كما درس الباحثون أيضاً الاستخدامات والإشباع الناتجة عن استخدام الإنترنت، وتلك المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة خاصة موقع التواصل الاجتماعي الأشهر عالمياً المعروف بالفيسبوك مثلما هو الحال في دراستنا هاته.

جدول (43) يبيّن دوافع أفراد العينة تجاه طلبات الصداقة المرسلّة إليهم

المتغيرات	الدوافع	التكرار	النسب المئوية %	المجموع كلي	
				ت	%
أقبلها	التعرّف على أشخاص جدد	23	29.1	79	19.7
	لتمضية الوقت فقط	17	43.5		
	تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر	39	49.3		
أرفضها	أرفضها خوفاً على الخصوصية	63	58.3	108	27
	أرفض الحسابات الوهميّة فقط	19	17.5		
	أرفض طلبات الصداقة من أشخاص واقعيين	26	24		
تبقى معلّقة	تبقى معلّقة حتى أتأكد من هويّة صاحبها	70	32.8	213	53.2
	أتركها معلّقة وأكتفي بالدرشة على المسنجر معه فقط	92	43.1		
	أتركها معلّقة حتى لا يظهر حسابي لأحد من معارفي	51	24		
المجموع		400	100	400	100

(إنّ السمة التشبيكية هي السمة التواصلية للإنترنت، بفضل ما تزخر به من شبكات اتصالية اجتماعية أمكن جذب ملايين الشباب للحديث والتواصل مع الآخرين "الغرباء"، ومحاورتهم بطريقة تتيح للفرد التكتّم التام على هويته الفعلية، والحضور غير التجسدي، وتضفي على التبادل صيغة تزامنية) (بودهان، 2012، صفحة 68). فبهدف معرفة رغبة أفراد العينة بتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية من خلال موقفهم من طلبات الصداقة التي يستقبلونها من أشخاص آخرين، طرحنا عليهم السؤال (16) كما يلي: (هل تقبل طلبات الصداقة التي يرسلها إليك آخرون؟)، كما ضمّ الجدول تحليلاً مرفقاً مع السؤال رقم (17) والذي نذكره على ما يلي: (ما هي دوافعك تجاه طلبات الصداقة؟).

يؤكد (53.3%) من المبحوثين أنّهم يفضلون ترك طلبات الصداقة معلّقة، وأوضح (27%) أنّهم يرفضون تلك الطلبات، في حين قال (19.8%) من المبحوثين أنّهم يقبلون طلبات الصداقة التي يتلقونها عبر الفيسبوك. تعتبر الصداقة الافتراضية من أهم الخدمات التي يميّز بها الفيسبوك، وتسمح هذه الخدمة لجميع المشتركين القدامى أو الجدد بإرسال طلبات صداقة لمن يشاؤون، سواء تعلّق الأمر بأصدقائهم الواقعيين في المجتمع الحقيقي أو الافتراضيين الذين يشكّلون تصوّراً في أذهانهم بأنهم من يتبادلون معهم التفاعل والاهتمام المشترك، وتزيد رغبة

هؤلاء في توسيع علاقاتهم الاجتماعية بدافع الفضول خاصة إذا واجهوا عزلة اجتماعية حقيقية أو فقدوا احساسهم بالانتماء للمجتمع الحقيقي.

ويستطيع أيّ مستخدم أن يرسل طلبات صداقة عند الضغط على زرّ "إضافة صديق"، وهذه الخاصية لا تعتبر عمليةً نهائيةً للحصول على صديق الفيسبوك، بل يكون أمام الطّرف الآخر أحد الخيارات إمّا قبول الطلب من خلال زرّ "الإستجابة أو تأكيد" أو رفضها من خلال زرّ "حذف" أو إبقائها معلّقة دون قبول أو رفض.

ويتلقى مستخدموا الفيسبوك طلبات صداقة من أشخاص قد يعرفونهم في الواقع أو سمعوا عنهم، أو أشخاص جدد لا يعرفونهم يطلق عليهم لفظ "الغرباء"، وقد يتردّد المستخدم في القبول أو الرّفص أو تركها معلّقة حسب دوافعهم في الرغبة بزيادة عدد الأصدقاء انطلاقاً من حاجتهم إلى التشبّع في قائمة أصدقائهم لتوسيع علاقاتهم الاجتماعية، سواء من أصدقاء واقعيين أو من غرباء سوف يتعرّف عليهم ويتحدّد بقاؤهم على قائمته من كثافة التفاعل والثقة ونمط التواصل عبر الفيسبوك.

وفي هذا السّياق أكّد "جان لويس" (Jane Lewis) بأنّ أغلب الشباب يستخدمون الفيسبوك بعد إقناع أصدقائهم بأنّهم يشعرون بالملل، حيث يريدون إضافة أصدقائهم على حسابهم الشّخصي، كما أنّهم يقسّمون صداقاتهم بين من يعرفونهم ومن لا يعرفونهم، حيث تتنوّع الصداقات في الفيسبوك؛ فمنهم الأصدقاء المقربون ومجموعة المعارف الذين التقى بهم وأصدقاء الدّراسة، وأفراد الأسرة والمعارف العابرة في سياق العمل والسّفر (عبد المنعم، 2015، صفحة 8)، ومن جهة أخرى يشير "يامين بودهان" بأنّ أغلبيّة الشباب يتوجّهون لاستخدام الإنترنت لغرض التعارف، يفسّره وجود ميولات ذاتية نفسية لاستكشاف ما يعرفونه عن أشخاص لا يعرفونهم، ولما لا اتّخاذهم أصدقاء أو شركاء مستقبلاً، سواء بتعزيز التعارف وتوجّه بعلاقة زواج، أو شراكة عمل، سيما إذا لمس الشاب من الشخّ □ الغريب الذي أقام معه علاقة تعارف جديّة والصدق، فربما ينتهي بهما المآل للالتقاء الحقيقي، أمّا إذا أحسّ أنّه شخّ □ مثير للمخاوف وغير جدير بأن يتّخذ صديقاً، فسيقطع علاقة التواصل معه ولن يكلمه مجدداً (بودهان، 2012، صفحة 68).

وعلى هذا الأساس فإنّ أفراد العينة أمام عدد من الاقتراحات، حسب ما تتيحه شبكة الفيسبوك من خدمات تواصلية والتي تسمح بتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية من خلال عدة خيارات:

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء للعضو بإضافة من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له في الموقع، و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلباً أو إيجاباً على الطلب الذي يتلقّاه.

- يمكن لمن تلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص □ طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين، وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.
 - إرشاد صديقين إلى بعضهما عبر هذا الموقع، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.
 - اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى، وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
 - إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب معلوماتهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
 - باستطاعة المستخدم حذف أي صديق من قائمته، إذا لم تتوافق رغبته مع أدائه في الفيسبوك، أو قرّر عدم الاستمرار في علاقته معه لسبب ما سوف يأتي تفصيلها في دوافع حذف الأصدقاء.
 - استخدام الدردشة والتفاعل مع الأصدقاء بالرسائل الكتابية والصوتية وإرسال الهدايا الافتراضية، وإعلام الآخرين بالنشاطات والأعمال التي تجرى في حينها من خلال (Story) أو البث المباشر، مما يتيح البقاء على تواصل وتفاعل مستمر في فضاء الفيسبوك.
- وبالعودة إلى نتائج الجدول يتبين أنّ أفراد العينة يختلفون في استجاباتهم لطلبات الصداقة المرسلّة إليهم، حيث مثّلت أعلى نسبة أنهم يبقون طلبات الصداقة معلّقة بنسبة (53.3%)، وحسب نتائج السؤال رقم (17) في الجدول عن الدوافع فقد أقرّ (43.1%) أنهم يتركونها معلّقة ويكتفون بالدردشة عبر المسنجر، وبين (32.8%) أنهم يفضلون التأكد من هويّة أصحابها قبل اتخاذ القرار، بينما برّر (24.1%) دوافعهم بحيث لا يظهر حسابهم لأحد من المعارف.
- ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ أفراد العينة يتعاطون بحذر شديد مع طلبات الصداقة المرسلّة إليهم، حيث يستقبلون طلبات صداقة من حسابات وهميّة لا تحمل صفة محدّدة تدل على صاحبها، وهذه الحسابات لا يمكن قبولها حفاظا على خصوصيّتهم، وخصوصيّة الأصدقاء المتواجدين على حسابهم، كما أنّ بعض الأصدقاء رغم أنّهم يعرفون صاحب الحساب إلاّ أنهم يتركون طلبه معلّقا لمنع تطّقه وفضوله أو تجسّسه ولتفادي معرفة نشاطهم في الفيسبوك، لكن ومع ذلك يفتحون دردشة معه عبر زرّ الرسائل، وبذلك فإنّ قبول طلب الصداقة أو رفضه لا يمنع بتاتا من تواصل أفراد العينة مع مستخدمين آخرين يرسلون إليهم طلبات الصداقة.
- كما تتعمّد فئة من الطّلبة ترك طلبات الصداقة معلّقة حتى يتمّ التأكد من هويّتهم لأنهم لا يفضلون الدخول في علاقات اجتماعية افتراضية مجهولة، فهم يكتفون بمعارفهم الحقيقيين فقط، وقد ينزعج البعض من تواجد عدد كبير من الأصدقاء على حسابهم وهذه الفئة تبقى عددا قليلا ولا تريد إضافة المزيد، ضف إلى ذلك أنه في كثير من

الأحيان يتلقى الأشخاص طلبات صداقة من أشخاص معروفين لكنهم لا يريدون قبولها لأنهم ليس لهم حاجة بالحديث معهم أو حفاظا على خصوصيتهم، ولا يستطيعون رفضها خجلا أو تفاديا للعتاب منهم. وتعكس هذه النتيجة أنّ الفيسبوك يحترم خصوصية الأفراد في بناء شبكة علاقاتهم الافتراضية بالرغم من العروض الإغرائية لكثير من الشباب في فسح المجال للتعارف والتفاعل والإندماج مع مجتمع الفيسبوك، فكلّ حساب هو بمثابة بيت يصيغه كيف يشاء وبينه حسب رغبته، ويستضيف فيه الأشخاص الذين يكرّ لهم المودّة والاحترام، ويعبّر عدد الأصدقاء ونوعيتهم عن شخصية المستخدم وفكره وثقافته وميوله، كما تشير إلى خيبة التجارب السابقة التي خاضها أفراد العينة، أو لعدم ثقتهم بكلّ علاقات الفيسبوك، فهم واعون في انتقاء الأصدقاء ونضجون في طريقة تشكيل علاقاتهم الاجتماعية.

وبالتالي فإنّ قرار أفراد العينة بترك طلبات الصداقة معلقة له دوافع نفسية واجتماعية وأخلاقية، وقبولها يحتكم إلى معايير وتحقق مجموعة من الشروط، مثلما تطرّقنا إليه في جدول معايير انتقاء الأصدقاء، فهذه الفئة لا تقبل طلبات الصداقة بسهولة إلاّ بعد التأكد من هوية المستخدم، وأنّه يلي لها حاجات شخصية أو معرفية أو اجتماعية أو نفسية، لذلك تتدخل مجموعة من الدوافع لتفرض نفسها في وعي المستخدم لتوجيه سلوكه بالقبول أو الرفض، كما تتحدّد تلك الدوافع بمدى اندماجه مع المجتمع الافتراضي أو ميله إلى المجتمع الواقعي، الذي يشبع فعلا دوافعه، فهو يحافظ على مكتسباته ودوره في بيئته الجامعية أو العائلية ويؤمن بأنّها علاقات دائمة وغير زائفة، فلا حاجة له في البحث عن توسيع علاقاته، أو إضافة أشخاص غرباء متطّقلين على نشاطه الرقمي، وهي طريقة كثيرا ما يتعمّدها المستخدمون بغرض معرفة مع من يتواصل ومع من يتفاعل مع صورته وفيديوهات، دون تفاعل يذكر، وهؤلاء الأشخاص هم الفضوليين.

كما توضّح نتيجة (27%) أنّ فئة من المبحوثين قرّرت رفض طلبات الصداقة، فقد صرّح (58.3%) منهم أنّهم يرفضونها خوفا على الخصوصية، بينما يرفضها (24%) إذا كانت من أشخاص واقعيين يعرفهم المجتمع الحقيقي، وعبّر (17.5%) عن رفضه لطلبات الصداقة بدافع الخوف من الحسابات الوهميّة.

وتعكس النتائج أنّ أفراد العينة لا يقبلون طلبات الصداقة حفاظا على الخصوصية أو مشاكل مثل القرصنة والتطفل، ضف إلى ذلك أنّ أساليب الكثير من المستخدمين في سرقة الخصوصيات كالصور والفيديوهات واستغلالها في أمور أخرى كفتح حسابات وهميّة بإسمهم، أو قرصنة حساباتهم وعمليات الابتزاز، وغيرها من المشاكل الرقمية التي يتعرّص لها الكثير تدفع المستخدم برفض طلبات الصداقة إلاّ ممن يثقون فيهم ولهم سابق معرفة بهم، ويشاركوهم نفس الاهتمام.

كما تعكس النتيجة دوافع هذه الفئة في رفض طلبات الصداقة من أشخاص واقعيين قد لا يعرفونهم بالقدر الكافي أو أنهم يكتفون فقط بالعلاقات الحالية دون الخوض في المزيد من العلاقات تفاديا للشك، وقد يكون لأفراد العينة انطباع سيئ عن أصحاب هذه الطلبات لذا يتفادون قبولها، وتدلل دوافعهم في الخوف من أصحاب الحسابات الوهمية هو أنه على الأغلب يدخل أفراد العينة في الفيسبوك بأسماء حقيقية، فتظهر بياناتهم التعريفية بهم من خلال خاصية "عرض المزيد عن حسابنا" الذي يعرض تاريخ الميلاد ومكان التواجد، والأمكنة التي زارها والأنشطة التي قام بها، والصفحات التي يتابعها، لذلك نجد حساسية لدى هذه الفئة في قبول التواصل مع أشخاص غرباء أو معروفين ويفضلون رفض طلباتهم من قبولها، وهذه الدوافع تلبي حاجات أفراد العينة بأن علاقاتهم الاجتماعية جادة ولا مكان للمزاح، لأن حساباتهم تضم أصدقاء واقعيين وأي نشر أو تعليق أو رأي يجرهم سوف يسيء إلى سمعتهم ومكانتهم في المجتمع، وهذا الخوف سلوك منطقي لأن قبولهم لا يلبي دوافعهم ولا يشبع حاجاتهم في معرفة أشخاص مرموقين اجتماعيا أو ثقافيا.

وفي هذا الشأن يرى الكثير من الباحثين أن الشات يسهم في تحطّي الحواجز الاجتماعية وتجاوز القوالب الجامدة في العلاقات الاجتماعية، فهو يجزّز الأفراد من وسائل الاتصال التقليدية، ويتيح وسيلة جديدة للتواصل بين الأفراد، مما يسهم في تغيير العديد من عادات التواصل، إلا أن استخدام الشات مع الغرباء لا يخلو من الخطورة وهو يحتاج من المستخدم أن يحدّد وجهته وهدفه من استخدام الشات وأن تكون لديه خبرة بسليبات الشات حتى لا ينغمس فيها (رجاء، 208) عبد المحسن العصيمي، (2004).

وبخصوص المبحوثين الذين يقبلون طلبات بنسبة (19.8%) فقد عبّر (49.3) منهم أنهم يرغبون بتكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر، وأكد (43.5) من المبحوثين أن دوافعهم في قبول طلب الصداقة لتمضية الوقت فقط، بينما صرّح (29.1) بدافع التعرّف على أشخاص جدد.

ويمكن تفسير هذه الدوافع بأن أفراد العينة قد يعرفون هوية الأشخاص الذين يرسلون لهم طلبات الصداقة ويتقنون فيهم، كما تعكس رغبتهم في إقامة صداقة معهم بهدف توسيع علاقاتهم الاجتماعية حتى لو لم يرسلها أشخاص من الواقع الاجتماعي، فمن خلال درجة التفاعل الرقمي المستمرّ يزيد تعميق تلك العلاقات أو تسطيحها، فيقرّر أفراد العينة فيما بعد ترك الحسابات أو حذفها.

كما تدلّ دوافع هذه الفئة أنّ خياراتها مفتوحة، إذ سيحدّد مستوى الاندماج الافتراضي وقوة الروابط والاهتمامات المشتركة مدى حجم التشبّع والاستفادة من هذه العلاقات لتلبية حاجات معيّنة نفسية أو اجتماعية أو ثقافية،

خصوصا الفئة التي صرّحت برغبتها في تكوين علاقات غرامية، وربما يفسّره سهولة التواصل مع الجنس الآخر والدخول في دردشات متواصلة بالكتابة أو الصوت أو استخدام الكاميرا فيتبادلون الصور والهدايا ويعبّرون بالإيموجي والرسائل الخاصة، وهذه تمثّل لهم إجراءات تدفهم لمزيد من الاندماج والبحث عن علاقات حميمية تفاعلية متبادلة مع أصدقاء وصديقات داخل الجزائر أو خارجها، حيث تعكس هذه النتيجة مزيدا من الانفتاح لهذه الفئة وتظهر في سلوك واتجاه المجتمع الطّلابي لمزيد من التواصل واستخدام الفيسبوك لأوقات طويلة وفي فترات مختلفة من اليوم وعلى مدى أيام الأسبوع، وهذا التشبع سوف نتطرق إليه في مبحث الإشباعات.

وتظهر العديد من الدّراسات سلوك المستخدمين وعاداتهم ودوافعهم في قبول طلبات الصداقة أو رفضها، حيث أظهرت دراسة "يونس لعوي" و"بوسالم زينة" عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري، أنّ الطلبة الجامعيين لا يقبلون طلبات الصداقة المرسلّة إليهم من أشخاص غرباء بنسبة (55.26%)، أمّا الموافقون على الطلبات بنسبة (44.74%)، وبيّنت الدّراسة أنّ (51.20%) كانت دوافعهم لأجل التعرّف على أصدقاء جدد، بينما (17.06%) يقبلونها بغرض تكوين علاقات غرامية (لعوي و زينة، 2020).

كما أظهرت دراسة (السعدي، 2016) أنّ أغلبية أفراد العينة بنسبة (47.6%) يتردّدون في إضافة أصدقاء لا يعرفونهم على قائمة الأصدقاء عبر الفيسبوك، وأظهرت أنّ (35.7%) أحيانا ما يتردّدون في قبول طلبات الصداقة، وبيّنت الدراسة أنّ (16.7%) عبّرت أنّها لا تقبل طلبات صداقة جديدة من أشخاص لا يعرفونهم. ومن جهة أخرى لا تتفق نتيجة الدراسة مع دراسة "يامين بودهان" حيث أوضحت أنّ غالبية الشباب يوافقون على طلبات الصداقة بنسبة (62%) بينما يرفض (38%) قبول طلبات الدردشة مع أشخاص غرباء، وأوضحت الدراسة بأنّ النسبة الغالبة من الشباب المدروس لا يجدون حرجا من إجابة طلبات دردشة إلكترونية مع أشخاص غرباء لا يعرفونهم من قبل، كما فسّرت هذا السلوك بميل نفسي لدى هؤلاء باستكشاف عوالم أشخاص آخرين، بالتعرف على ثقافتهم وعاداتهم وأنماط عيشتهم، وربما لإقامة علاقات تواصلية مع الجنس الآخر. (بودهان، 2012، صفحة 66)

جدول (44): يبين دوافع أفراد العينة تجاه طلبات الصداقة المرسله إليهم عند متغير الجنس

المتغيرات	الدوافع	الذكور		الإناث		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
أقبلها	التعرف على أشخاص جدد	13	16.4	10	12.6	79	19.7
	لتمضية الوقت فقط	10	12.6	7	8.8		
	تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر	18	22.7	21	26.5		
أرفضها	أرفضها خوفا على الخصوصية	35	32.4	28	25.9	108	27
	أرفض الحسابات الوهمية فقط	7	6.4	12	11.0		
	أرفض طلبات الصداقة من أشخاص واقعيين	10	9.2	16	14.8		
تبقى معلنة	تبقى معلنة حتى أتأكد من هوية صاحبها	33	15.4	37	17.3	213	53.2
	أكتفي بالردشة على المسنجر فقط	41	19.2	51	23.9		
	حتى لا يظهر حسابي لأحد من معارفي	21	9.8	30	14		
المجموع		188	100	212	100	400	100

تظهر نتائج الجدول دوافع تصّرف أفراد العينة اتجاه طلبات الصداقة تبعاً لمتغير الجنس، فبالرغم من تقارب النتائج بين الجنسين إلا أنّ تصّرف الذكور حيال طلبات الصداقة يختلف عن الإناث، حيث تؤكد النتائج أنّ الذكور يتكون طلبات الصداقة معلنة بنسبة (58%)، في مقابل الإناث أيضاً بنسبة (49.1%). وتبين النتائج أنّ الإناث يرفضن طلبات الصداقة المرسله إليهنّ بنسبة (32.5%)، بخلاف الذكور الذين يقبلونها بنسبة (21.3%)، كما يرفض الذكور طلبات الصداقة بنسبة (20.7%) بخلاف الإناث اللواتي يقبلنها بنسبة (18.4%).

ويمكن تفسير هذه النتائج المتقاربة بأنّ هناك حذراً شديداً في التعامل مع الطلبات، وهذا يدلّ على مستوى الوعي السيبراني لدى أفراد العينة، كما تعتبر هذه النتيجة منطقية جداً خاصة لدى الإناث اللواتي يخشين على خصوصيتهنّ من الاختراق وسرقة حساباتهنّ أو التطفّل عليهنّ من قبل أشخاص غرباء.

كما نستنتج من هذه النتائج أنّ رفض طلبات الصداقة أو قبولها تختلف حسب الجنس، ويمكن تفسير هذا بأنّ العالم الافتراضي غير موثوق بنسبة كاملة، وكثيراً ما تحدث اختراقات وتشهير بالناس وابتزازات، نتيجة وجود أشخاص غرباء، لأنّ الإناث كثيراً ما يكرّن مستهدفات من ضعاف النفوس، ويتعرّضن كثيراً للمقايضات والعنف والابتزاز، لذلك فإنّ رفض تلك الطلبات أمر منطقي وحتمي عليهنّ حفاظاً على الخصوصية والتشهير الاجتماعي، أمّا ذكور العينة فلا حرج لديهم من قبول طلبات الصداقة خاصة إن كانت من أشخاص معروفين

ولديهم نفس الاهتمامات في الرياضة والثقافة أو الدراسة وغيرها، فيوافقون على طلبات الصداقة بدوافع مختلفة قد تلي لهم حاجياتهم، لكن كثيرا ما يتعرض الذكور أيضا للخطر نتيجة قبولهم طلبات صداقة من غرباء، فيضطرون إلى حذفها أو حظرها خشية تكرار الخطر.

وقد أظهر اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص موقفهم من طلبات الصداقة التي يتلقونها من أشخاص آخرين، حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة (24.87) أكبر من قيمة كا² الجدولية (15.51)، عند مستوى ثقة (0.002) ودرجة حرية 08.

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الثقة	كا ² الجدولية	النتيجة
<u>24.87</u>	08	0.002	15.51	<u>دال</u>

ويمكن تفسير هذه النتيجة بالنظر إلى عدّة أسباب أو عوامل تتمثل في ما يلي:

1- قد يشعر الجنسان بنق [] في الأمان الشخصي وخوف من تهديد الخصوصية، لذلك فهم أكثر حذرا في قبول طلبات الصداقة من أشخاص لا يعرفونهم بصفة شخصية، وهذا الشعور أو المخاوف قد يدفعهم إلى عدم قبول طلبات الصداقة أو تركها معلقة لمدة طويلة.

2- يمكن أن تلعب التنشئة الاجتماعية محددا هاما في قرار الطلبة، حيث يميل الجنسان إلى التحفظ في قبول طلبات الصداقة، ويمكن أن يتركوا تلك الطلبات لفترة زمنية طويلة، وهذا السلوك يدلّ على أنّهم أكثر انتقائية وحرصا في طريقة التعامل مع طلبات الصداقة وليسوا اندفاعيين.

3- يمكن أن تكون للتجارب السابقة التي خاضها طلبة العلوم التكنولوجية في علاقاتهم الاجتماعية أن تلعب دورا كبيرا في طريقة تعاملهم مع الطلبات، وهو ما يعكس التوقعات وما ينتظر من طلبات الصداقة، لذا فهم يحرصون على أخذ القرار بكل حذر، بالرغم من أنّهم يبحثون عن خوض المزيد من التجارب الجديدة خاصة إذا كانت من الجنس الآخر.

4- يمكن أن يكون لعنصر الثقة بالنفس دور في تعامل طلبة العلوم التكنولوجية مع طلبات الصداقة بكل أريحية خاصة وأنهم لا يجدون عائقا في التفاعل مثلما تقدّم في المبحث الأول حول طرق التفاعل في الفيسبوك، ممّا يؤدي إلى سلوك أكثر إيجابية تجاه الطلبات.

5- يمكن أن تكون أولوية الذكور والإناث في التعامل مع طلبات الصداقة بشكل متشابه، فهم أكثر نشاطا ولديهم مرونة في استخدام الفيسبوك في أي وقت، وبالتالي يكون تقييم طلبات الصداقة واختيار أفضلها أولوية.

وبشكل عام نقول أنّ قرار قبول طلبات الصداقة أو تركها معلّقة أو رفضها إنّما يخضع لعدة عوامل نفسية واجتماعية وحتى ثقافية متداخلة، تحدّد سلوك المبحوثين في التعامل مع الآخرين حينما يرسلون إليهم طلبات صداقة، ولذلك فإنّ فهم هذه العوامل والسياقات المختلفة قد يفسّر الكثير من الغموض لدى الذكور والإناث. ولا تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه (نومار، 2012) فقد أشارت في دراستها إلى وجود فروق بين الجنسين حيال طلبات الصداقة، إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (8.84) وهي تفوق قيمة χ^2 الجدولية (4.42) عند درجة حرية 01 ومستوى ثقة 0.05، وأظهرت الدراسة أنّ أغلبية إناث العينة يقبلون طلبات الصداقة بغرض تعرّفهنّ على أشخاص جدد بنسبة (60.06%)، بينما الذكور كان (52.21%)، كما أشارت إلى أنّ نسبة عالية من الذكور يقبلونها بغرض تكوين علاقات غرامية بنسبة (34.51%).

جدول (45): يبيّن قرار أفراد العينة بحذف أصدقاتهم الموجودين على قائمتهم في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
نعم	309	77.3
لا	91	22.8
المجموع	400	100

بهدف معرفة تصرّف ورغبة أفراد العينة بحذف أصدقاتهم على الفيسبوك طرحنا عليهم السؤال (18) التالي: (هل تقوم بحذف أصدقاتك من قائمتك على الفيسبوك بعد قبولها؟).

أوضح (77.3%) أنّهم يقومون بحذف أصدقاتهم من قائمة الفيسبوك، بينما قال (22.8%) أنّهم لا يحذفون أصدقاتهم في الفيسبوك.

مثلاً يوفّر الفيسبوك ميزة إضافة صديق يرغب المستخدم في التواصل معه، فإنّ هناك ميزة أخرى تتمثل في حذف أشخاص من قائمة أصدقاتهم، حيث بيّنت النتائج أنّ أغلبية أفراد العينة بنسبة (77.3%)، يقومون بحذف الأشخاص الذين تعرّفوا عليهم وكونوا معهم علاقات اجتماعية افتراضية، وتعكس هذه النتيجة أنّه ليس كل العلاقات الافتراضية تستمر، وأنّ هناك حالة من الاندماج والتفاعل إن لم تتوقّف يحدث تشويش للتواصل، فيلجأ المستخدمون إلى إزالته، لأنّه لا يقدر لهم جديداً ولا يبادلهم الاهتمام المشترك، ووجوده في حسابهم لا يشبع حاجاتهم المختلفة النفسية العاطفية أو الاجتماعية أو حتى الثقافية.

كما يعتبر حظر الحسابات ميزة يوقرها الفيسبوك حتى لا يكرّر المرسل إعادة طلب الصداقة، أو لمنع استفساره عن سبب الحذف أو منع التطفّل على حسابه من جديد، وتظهر هذه الحالة ما يسمّى بمصطلح "الغيرة الرقمية" وهي أنّ صديق الفيسبوك يفضل مراقبة الآخر دون التفاعل والاندماج أو الدخول في حوارات ودردشات معه.

وعطفا على ما تقدّم من نتائج حول تصرّف أفراد العينة حيال طلبات الصداقة التي يرسلها إليهم أشخاص آخرون، فإنّ هذه النتيجة تؤكّد ما تمّ التوصل إليه، حيث أنّ دوافع القبول أو الحذف تنبع من حاجة الأفراد إلى تلبية الكثير من المتطلبات التي حرّموا منها في مجتمعهم الحقيقي، وأنّ إشباعها يستوجب معه التعاطي بحذر شديد وليس بعشوائية، لأنّ أفراد العينة هم طلبة جامعيون لهم العديد من الطّموحات والأحلام والتوقّعات من أصدقائهم في الفيسبوك، وهذه التوقّعات قد تتوافق مع حاجاتهم وقد تناقضها، لذلك نجد أنّ هذا التصرف منطقي جدا كون هذه الشريحة لها ميل نحو الانفتاح الاجتماعي، وهي واعية أيضا وتدرك كيف ومتى تشبع حاجاتها، وانطلاقا من دوافع حذف الأصدقاء سوف يتّضح أكثر مدى انخراطهم في تشكيل علاقات افتراضية مشبّعة.

لذلك يؤكّد الباحث أنّ قرار حذف طلبات الصداقة في الفيسبوك إنّما يعكس التحوّل الاجتماعي في ديناميكية العلاقات الاجتماعية وحتى التغيرات التي تطرأ في المواقف الشخصية، مع تزايد درجة الوعي الرقمي بشأن الحفاظ على الخصوصية والأمان، لذلك يلجأ أغلب الطلبة إلى تقليل أو خفض أصدقائهم، وهذا السلوك قد يتيح لهم سهولة التحكم في البيانات والمعلومات والمنشورات التي يضعونها في صفحاتهم، ضف إلى ذلك عامل الانتقال من الثانوية إلى الجامعة قد يلعب دورا في تغيير نظرة المبحوثين حول أصدقائهم الفيسبوكيين، ممّا يدفعهم إلى تنقية شبكتهم الاجتماعية بل وإعادة تقييم علاقاتهم الاجتماعية، رغبة في ترك عدد من الأصدقاء المهمّين فقط والذين يحصلون منهم على الدعم النفسي والاجتماعي ويشعرون اتجاههم بالانتماء، كما يعبر هذا السلوك عن حاجة أفراد العينة في تخفيف بعض الضغوطات النفسية والاجتماعية التي تنتج عن التفاعلات الافتراضية، والتركيز فقط على التفاعلات من علاقاتهم الحقيقية، وهو ما يسمّى بالتخلّي من "العلاقات السامة" أو السلبية، وهو ما يؤدّي إلى بعث الراحة النفسية والعاطفية، ويسمح هذا السلوك الاتصالي بتنظيم رقمي يعزّز علاقاتهم الاجتماعية الإيجابية، والتي تخدم دوافعهم وحاجاتهم من التواصل واستخدام الفيسبوك.

جدول (46): يبيّن دوافع حذف أفراد العينة لأدقائهم على الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
نشر محتوى غير لائق	126	21.5
عدم التواصل	77	13.1
التجاوز على خصوصياتي	120	20.5
التعليق غير اللائق على منشورات الأصدقاء	57	9.7
اكتشاف معلومات زائفة عنه	46	7.8
فشل في إقامة علاقة عاطفية	35	6
مداقة مزيفة	78	13.3
أندم على قبول طلبات مداقة حرجا من أصحابها	47	8
إجمالي الإجابات	586	100

للكشف عن دوافع حذف المبحوثين للأشخاص من قائمة أصدقائهم في الفيسبوك بالنسبة للذين أجابوا بنعم، طرحنا عليهم السؤال (19) كالتالي: (ما هي دوافعك من حذف أصدقائك في الفيسبوك؟).

جاءت نتائج الجدول كما يلي: نشر محتوى غير لائق بنسبة (21.5%)، التجاوز على خصوصياتي بنسبة (20.5%)، أما الصداقة المزيفة بـ (13.3%)، وعدم التواصل بنسبة (13.1%)، و (9.7%) للتعليق غير اللائق على منشورات الأصدقاء، يليه أندم على قبول طلبات صداقة حرجا من أصحابها بنسبة (8%)، ثم اكتشاف معلومات زائفة عنه جاء بنسبة (7.8%)، يليه الفشل في إقامة علاقة عاطفية بنسبة (6%).

مثلا عبر المبحوثون عن تصرفهم حيال طلبات الصداقة في الجدول السابق، يؤكد الطلبة من جديد وبأغلبية بأنهم يقومون بحذف أصدقائهم من حسابهم، وهذه الميزة تمنكهم من القيام بعملية غرلة أو تصفية وتقليل عدد الأصدقاء، كما تدعم خياراتهم بالتخل من الأشخاص غير المرغوب فيهم بعد خوض تجارب معهم أو اكتشاف معلومات عنهم تضرّ بسمعتهم، أو فشل في إقامة علاقات افتراضية سواء كانت عادية أو عاطفية.

وتبيّن النتائج أنّ أفراد العينة يلجؤون لحذف صديق من حسابهم في الفيسبوك بالمقام الأول عند نشر محتوى غير لائق، والتجاوز على خصوصياتهم، وبدل المحتوى غير اللائق على المنشور سواء صور أو فيدوهات أو كتابة على السلوك المنافي للقيم والأخلاق والذي لا يناسب دوافعه من غرض فتح حساب الفيسبوك، أو هو الذي يتعارض مع حاجات وإشباعات المستخدم، ولكن بالعودة إلى طبيعة الفيسبوك فإنه يمنع ويحظر على كل مستخدم نشر

محتوى غير لائق ويمكن التبليغ عن الحسابات التي تنشر محتويات تنافي القيم والأخلاق كالتحريض على الكراهية والعنف والتمييز الجنسي والإباحية والقرصنة واستخدام ألفاظ أو منشورات أو صور أو فيديوهات مشينة. فقد وجد باحثون أمثال (Kinberly, J.David, Finkelhor) أن ربع الذين يستخدمون الإنترنت بانتظام يتعرّضون سنويا لصور جنسية غير مرغوبة، وهي نسبة مرتفعة من المتوقع، وأشارت الدراسة إلى أنّ التعرّض للمواد الجنسية في الأغلب لم يكن طوعا (صافا، 2015، صفحة 82).

ويمكن تفسير هذه الدوافع بأنّ العديد من المستخدمين يقلّلون من طلبات الصداقة بالفترة الأولى التي تعتبر مرحلة تعارف، إذا لم يتمكنوا من اكتشاف طبيعة وشخصية المستخدم فكان القبول مبدئيا، ولكن في مرحلة لاحقة سيتم اكتشاف أنّه صديق غير جدير ببناء علاقات اجتماعية افتراضية معه، فهو يقوم بنشر محتوى على حسابه في الفيسبوك يعتبره المبحوث غير جدير أو لا يجوز نشره، ولا ينبغي أن يراه أو يشاهده أحد آخر وإلا سيعرضه للنقد من طرف أصدقائه.

كما يعتبر أفراد العينة أنّ التجاوز على خصوصياتهم هو ما يدفعهم لحذف صديق لهم في الفيسبوك، وهو ما توصلنا إليه في النتائج السابقة من إبقاء طلبات الصداقة معلقة أو حذفها خوفا من تجاوز الخصوصيات أو القرصنة وغيرها، لذلك فهم مجبرون على القيام بهذه الخطوة حفاظا على خصوصياتهم وعلى ما اكتسبوه من أصدقاء افتراضيين، لأنّ بقاء هذه الفئة على حساباتهم تهدد مكانتهم وسمعتهم الاجتماعية.

ولعلّ قضايا التشهير في الفيسبوك التي طفت في المجتمع خير دليل على خطورة السطو على خصوصية المستخدم، فلقد أتاح الفيسبوك تأمين الحسابات من خلال عمليات حجب نشر خصوصيات عن أشخاص محدّدين من خلال "زرّ العامة" أو "باستثناء أصدقاء" أو "أصدقاء محدّدين" أو خاصة "أنا فقط"، وهكذا يتفادى المستخدم مشاهدة العوام لمنشوراته أو صورته.

فقد أظهرت نتائج دراسة (السعدي، 2016) أنّ أغلبية الطلبة بنسبة (61%) يقومون بحذف الأصدقاء من قائمتهم في الفيسبوك، كما أنّ (39%) لا يحذفون أصدقائهم في الموقع، وفسّرت الدراسة أنّ الطلبة مزاجيون ويرغبون في التجديد المستمر ويحاولون أن يبحثوا عمّن ينسجم مع مزاجهم ورغباتهم المتغيّرة، كما أوضحت أنّ بعض الطلبة ينتقون أفضل الأصدقاء بحرصهم على دوام علاقاتهم الاجتماعية، ويبيّن أنّ نسبة كبيرة منهم كانت دوافعهم من حذف الأصدقاء بالمقام الأول نشر محتوى غير لائق بنسبة (38.8%)، يليه عدم التواصل بنسبة (17.3%)، ثمّ التجاوز على خصوصية الأصدقاء بنسبة (16.9%)، ثمّ التعليق غير اللائق على منشورات الأصدقاء بنسبة (16.7%)، ثمّ اكتشاف معلومات غير صادقة قام بنشرها في صفحات له بنسبة (10.3%).

والملاحظ من نتائج الجدول أنّها متقاربة مع بعضها، وهو ما يشير إلى شبه اتفاق جماعي لأفراد العيّنة بأنّ ما يعرّض الصداقة الفيسبوكية ويهدّد استمرار علاقاتهم الاجتماعية هو خوضهم تجارب افتراضية مسبقة تحوّل لهم معرفة الأشخاص غير الجديرين بصحبتهم، ومن ثمّ قرار الحذف، خاصة إذا علمنا أنّ نسبة لا بأس بها من الذين عبّروا عن اكتشافهم للصداقة المزيفة بنسبة (13.3%)، وعدم التواصل بنسبة (13.1%).

وهو ما يؤكّد الذي قلناه سابقا عن الصورة الانطباعية التي تتركها تجارب علاقات سابقة سهّلت لأفراد العيّنة تقييم العلاقات التي هم بصدد تكوينها وإصدار حكم عليها، ولأجل ذلك فإنّ تعبير أفراد العيّنة بأنّ فشلهم في إقامة علاقة عاطفيّة على حسابهم يؤيّد قرارهم، خاصة وأنّ الجدول المتعلق بتفضيل أفراد العينة لقبول طلبات الصداقة من الجنس الآخر يؤكّد عزم أفراد العينة خوضهم لعلاقات افتراضية، ولكنّ لجوءهم إلى حذف ذلك الصديق هو تعبير عن خيبة أمل وصدمة عاطفية لم تحقق جدواها في الفيسبوك، وبالتالي فإنّ دوافع الحذف بالأساس دوافع شخصية تهدّد السمعة، وهي عاطفية أيضا تؤثر على نمط العلاقات الاجتماعية.

وفي ضوء ذلك تطرح التفاعلية الرمزية مبادئها لواقع العلاقات الاجتماعية بين الطلبة، حيث يشرح الدكتور "مُحَمَّد الحسن" مراحل تطوّر الصداقة في النقاط التالية: (الحسن، 2015، الصفحات 90-91)

1. يتم التفاعل والاتصال بين طلاب الجامعة لفترة بين أسبوع وسنة، يتعرّف فيها كل طرف على الآخر.
2. بعد الانتهاء من التفاعل الذي يستغرق فترة من الزمن يبدأ كلّ طرف من أطراف العلاقة بتكوين صورة انطباعية أو صورة ذهنية أو رمزية عن الطرف الآخر، وهذه الصورة الرمزية لم تتكوّن إلا بعد تجريب كلّ طرف للطرف الآخر والتعرّف على كلّ ما يحمله ذلك الطرف من سمات وخواص.
3. يكون التفاعل عبر اللّغة والاتّصال ومن خلال ذوات الأشخاص المتفاعلين.
4. الصورة الذهنيّة التي يكوّنها كلّ طرف إزاء الطرف الآخر تحوّل الطرف الآخر إلى رمز وهذا الرمز قد يكون مرغوبا به أو غير مرغوب.
5. عندما يصل تقييم أحد الأفراد إلى الفرد الآخر والتقييم هو رمزي كأن يقيم الفرد على أنّه الثرثار أو الأخرس أو الأطرش أو الكذاب فإن الفرد المعني يقيّم نفسه بالتقييم الذي قيّمه به الآخرون، أي أنّ تقييم الفرد لذاته هو من تقييم الآخرين له.
6. إذا كان التقييم الرّمزي إيجابيا فإنّ التفاعل بين الأفراد يستمرّ، أمّا إذا كان سلبيا فإنّه يتعثر أو ينقطع كلية.

جدول (47): يبيّن دوافع أفراد العينة من حذف أصدقائهم في الفيسبوك عند متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
21.5	126	18.1	58	25.7	68	نشر محتوى غير لائق
13.1	77	14.6	47	11.3	30	عدم التواصل
20.5	120	20.9	67	20	53	التجاوز على خصوصياتي
09.7	57	07.5	24	12.5	33	التعليق غير اللائق على منشورات الأصدقاء
07.8	46	09	29	06.4	17	اكتشاف معلومات زائفة عنه
06	35	06.2	20	05.7	15	فشل في إقامة علاقة عاطفية
13.3	78	14	45	12.5	33	مداقة مزيفة
08	47	09.7	31	06	16	أندم على قبول طلبات مداقة حرجا من أصحابها
100	586	100	321	100	265	إجمالي الإجابات

- عند كشف نتائج الجدول أعلاه يتضح أنّ الذكور يلجؤون إلى حذف أصدقاء الفيسبوك في المقام الأول نظرا لنشر محتوى غير لائق بنسبة (25.7%)، مقارنة بالإناث اللواتي يحذفن الصديق بسبب التجاوز على خصوصياتهنّ بنسبة (20.9%)، بينما أتى هذا في الدافع الثاني عند الذكور بنسبة (20%)، أمّا نشر المحتوى غير اللائق فجاء عند الإناث الدافع الثاني بنسبة (18.1%).

- في المقام الثالث يأتي دافع الإناث في حذف الصديق بسبب عدم التواصل بنسبة (14.6%)، مقارنة بالذكور الذين تساوت دوافعهم بين التعليق غير اللائق على منشور الأصدقاء وصدّاقة مزيفة بنسبة (12.5%)

- كما اختلفت الإناث في ترتيب دوافع الحذف حيث جاءت الصداقة المزيفة في المقام الرابع بنسبة (14%)، في مقابل الذكور بسبب عدم التواصل بنسبة (11.30%)، كما عبّرت الإناث عن دوافعهنّ في حذف الصديق بسبب الندم على قبول طلبات الصداقة حرجا من أصحابها واكتشاف معلومات زائفة عنه بنسبة متقاربة جدّا بين (09.70%) و (09%) على الترتيب، في مقابل الذكور الذين كانت دوافعهم لحذف الصديق لنفس السبب ولكن باختلاف طفيف حيث جاء اكتشاف معلومات زائفة عنه بنسبة (09.70%) وأندم على قبول طلبات الصداقة حرجا من أصحابها بنسبة (09%).

- والملاحظ أنّ أفراد العينة لهم نفس سبب حذف الصديق، وهو الفشل في إقامة علاقة عاطفية، فقد جاء في آخر ترتيب قائمة الدوافع لدى الإناث بنسبة (06.20%)، أما الذكور بلغت نسبتهم (05.70%). وقد أوضحت نتائج اختبار χ^2 وجود فروق واضحة في دوافع حذف صديق الفيسبوك بين الذكور والإناث، حيث جاءت قيمة χ^2 المحسوبة (16.45) أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (14.07) بمستوى ثقة (0.021) عند درجة حرية 07.

النتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
<u>دال</u>	14.07	0.021	07	<u>16.45</u>

يمكن تفسير هذه النتيجة بالعودة إلى طبيعة التفاعل الافتراضي أين تتلاشى الأدوار الجندرية جزئياً، وهي التي ظهرت في نسب دوافع الحذف، وهو ما يبيّن أنّ أفراد العينة في عملية بناء علاقاتهم الاجتماعية يديرون حساباتهم على الفيسبوك بأسلوب مختلف، ويتفاعلون مع الدردشات بشكل غير متشابه في الاستخدام، وهو ما يؤدي إلى دوافع متداخلة بين الجنسين من أجل تقليد مساحة شبكاتهم الاجتماعية، نتيجة عوامل مشتركة بينهم كالخوف على الخصوصية والحدّ من التعرّض السلبي للمحتويات، ومن جهة أخرى الرغبة في الحفاظ على الرأس مال الاجتماعي والصورة الإيجابية لهم عبر الفيسبوك ذكورا وإناثاً، وهو ما يظهر في النسبة المتقاربة بين كا المحسوبة وكا الجدولية، أي أنّ هناك حدوداً متفاوتة بين الجنسين في دوافع تقليد أصدقاء الفيسبوك.

جدول (48): يبيّن نوع الجنس الذي يرغب أفراد العينة إقامة صداقة افتراضية معه في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
أفضل إقامة الصداقات الافتراضية مع كلا الجنسين	173	43.3
أفضل إقامة الصداقات الافتراضية مع الجنس الآخر فقط	227	56.7
المجموع	400	100

بهدف معرفة تفضيلات الباحثين لنوع الجنس الذي يرغبون في إقامة صداقات افتراضية معه، طرحنا عليهم السؤال (20) التالي: (مع أي جنس تفضل إقامة علاقات اجتماعية افتراضية معه؟). فمن خلال ما أظهرته النتائج قال (56.7%) من الباحثين أنّهم يفضلون إقامة صداقات افتراضية مع الجنس الآخر فقط، بينما يفضّل (43.3%) منهم إقامة الصداقات الافتراضية مع كلا الجنسين.

يستطيع الأفراد التمييز بين جنس طالب الصداقة من خلال الدخول إلى معلومات الحساب المرسل أو إسم المستخدم أو صورته، وبناءً على ذلك يتخذون قراراً بقبول الطلب أو رفضه، وترجع دوافع مستخدمي الفيسبوك

لقبول طلبات الصداقة من نفس الجنس أو الجنس الآخر إلى إشباع العديد من الحاجات النفسية والاجتماعية، فقد يرغب الكثيرون في إقامة علاقات اجتماعية عاطفية، نظرا لعدم قدرتهم على التواصل مع الجنس الآخر في المجتمع الواقعي، وبدافع التعرف على أشخاص جدد يعرضون لهم معارفهم السابقين، أو تعويضا لاختفاقات عاطفية سابقة يرغب الطرفان في خوص تجارب عاطفية مع الجنس الآخر، وهو ما يعكس سهولة تواصل الأفراد أينما كانوا مع أيّ جنس شاؤوا وفي أي زمن، ويعدّ هذا ضربا للقيم الأخلاقية وتعتبره الشريعة محرّما لأنّ المحادثات الفيسبوكية بين الذكور والإناث دونما قيود أو ضوابط تعتبرها كثير من الفتاوى خلوة غير شرعية.

ومن خلال النتائج يتبيّن أنّ أغلبية المبحوثين يفضلون إقامة علاقات صداقة مع الجنس الآخر بنسبة (56.7%)، وبذلك فإنّ هذه الفئة ترغب في إنشاء علاقات افتراضية عاطفية، ولا عجب في أنّ الفيسبوك الذي هو بالأساس موقع تواصلية دون انقطاع يؤدّي وظيفة التعارف بامتياز، ويزيد من تطوير خدماته كل حين، لذلك تساعد التكنولوجيا المستخدمين على الاندماج السريع مع خدماتها التي تشبع حاجياتهم، الأمر الذي يشجّع الكثيرين للتواصل، وهذه الميزة بقدر ما نجحت في ربط الناس ببعضهم وتكوين علاقات اجتماعية فهي نجحت أيضا في خلق فئة تتعلّق باستخدامات الفيسبوك لأنّها وجدت فيه تعويضا لمجتمعها الذي يحرمه من التواصل مع الجنس الآخر بحرية.

فالبحث عن شريك الحياة المناسب في المجتمع الافتراضي بدافع تكوين علاقات غرامية يدفع هؤلاء المستخدمين إلى الدخول في دردشات طويلة ومحادثات تستغرق زمتنا أكبر، وقد تكون في بعض الأحيان مفتوحة دون قيود، ما يجعل وقوع الإناث فريسة سهلة نتيجة اندماجهنّ على هذا النوع من العلاقات، ونظرا للخصائص العديدة التي يتيحها الفيسبوك من بينها سهولة التواصل بمختلف أنواع الدردشة مثلما توصلنا إليه سابقا، فإنّ كلا الجنسان يتفاعلا مع بعضهما ومع الوسيلة، اندماجا واستغراقا في الأحاديث أوقاتا طويلة دون رقابة عائلية خاصة بالنسبة للإناث اللواتي رغم بقائهنّ في البيت فترة طويلة إلا أنّهنّ يستخدمن هذه الطرّق للتواصل مع الجنس الآخر وبناء علاقات عاطفية غرامية معه.

بالإضافة إلى أن الروابط التي ينشؤها أفراد العينة بغية تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر تصبح هي أساس اهتمامهم، ومركز حياتهم وهذا التعلّق كثيرا ما تكون نهايته خيبات الأمل نظرا لخصوصية وطبيعة مجتمعنا المحافظ في ظاهره، إلا أنّ المكبوتات العاطفية والجنسية تطفو إلى السطح بمجرد أن تجد طريقا لها ومستقبلا لهذه النزوات والعواطف الشاردة، وبالتالي يصبح قضاء وقت أطول مع الجنس الآخر حديثا وتعليقا وترفيها أو تسلية سالبا لحرية الطرفين ومقيّدا لهما في كثير من الأنشطة التفاعلية، التي يرغب كلاهما القيام بها عبر الفيسبوك.

لذلك تعتبر الدوافع العاطفية أو ما يطلق عليها بعض النفسانيين الدوافع الانفصالية أهمّ الحاجات التي يسعى إلى تلبيتها المستخدمون. والتي تدل على حالة داخلية تدفع الفرد إلى أن يسلك سلوكا معيّنا، وأهمّ هذه الدوافع؛ الخوف والغضب والفرح والحب، والكراهية، وهذه العواطف تختلف عن الدوافع البيولوجية من حيث ارتباطها بالمشيرات الخارجية، كما أنّها أكثر مرونة وتنوّعا من الدوافع البيولوجية (السامرائي، 2007، صفحة 64).

فمن خلال الأبحاث التي قدمتها الباحثة الأمريكية "دابورا ويدار" (Deborah Wheder) بخصوص استخدامات الأفراد للإنترنت وممارساتهم في دولة الكويت، أثبتت النتائج أنّ الشباب بما فيهم نسبة كبيرة من الإناث يستخدمون الإنترنت بحثا عن الجنس الآخر، واعتبر الجنسان أنّ التواصل مع الجنس الآخر سلوك جذاب يوفّر الأمن الشّخصي، والبعض الآخر يجعل من التواصل يتحوّل إلى لقاءات حقيقية، وأشارت الدراسة إلى أنّ أغلبية الشباب يرون أنّ ذلك يؤثّر سلبا على أخلاقياتهم وسلوكياتهم، فالشباب يدركون أنّ علاقاتهم مع الجنس الآخر على الإنترنت ليست بغرض تكوين علاقات حقيقية كالزواج مثلا؛ وإنما يرونها حالة مؤقتة غير جدية في كل الأحوال، وأضافت (Deborah) أنّ المواضيع التي تدفع بالإناث إلى البحث عن الجنس الآخر هو معرفة منظور الذّكور وكيفية حلّ النزاعات مع الأصدقاء والقلق مع الأولياء والزّوج المثالي، فهذا النوع من الاتصال يؤدّي إلى فهم أفضل للجنس الآخر بشكل عام، ومن ثمّ إلى زواج أفضل وعلاقات اجتماعية أفضل، وتوصّلت أيضا إلى أنّ أكثر صفات جاذبية للشباب هو ما يقوم به من إمكانية تعدّي خطوط الجنس، كما أكّدت أنّ الشابات اللواتي يستخدمن الإنترنت للتواصل مع الجنس الآخر أصبحن لا يستحيين في مقابلة هؤلاء وطرح المواضيع المقيّدة ثقافيا بجرأة دون تردّد (Deborah, 2003).

كما تظهر فئة أخرى غير قليلة رغبتها في إقامة علاقات اجتماعية افتراضية في الفيسبوك مع كلا الجنسين بنسبة (43.3%)، وتعكس هذه النتيجة انفتاح أفراد العيّنة على كل العلاقات الاجتماعية خاصة النتائج السابقة في ما يتعلّق بعدد الأصدقاء ومعايير انتقائهم، فهذه الشبكة من العلاقات مبنية أساسا على مبدأ الصداقة الافتراضية، وتبادل الاهتمام ثقافيا وفكريا واجتماعيا ومعرفيا ونفسيا، كما أنّ اندماجها في صفحات الفيسبوك يحقق لها كسب المزيد من الأصدقاء بالتفاعل الإيجابي الذي يترك لها بصمة أو صورة ذهنية جيّدة لدى فئتها المتواجدة على قائمة الأصدقاء في الفيسبوك، فهذه الفئة نجحت حقيقة في خلق توازن بين دوافعها من تكوين علاقات مع كلا الجنسين وبين إشباعها التي حقّقتها، ودائما ما نجد الفضول فقط الذي يدفع للتعرف على أشخاص جدد ولكن مع مرور الوقت وبالتفاعل معهم تنشأ تلك العلاقة الافتراضية الحميمة، وتقوى خاصة إذا دعّمها التوافق النفسي

وأشبعها دوافع الطرفين في تكوين تلك العلاقة العاطفية، فإن نجاحها مرهون بمدى تلبية الفيسبوك لحاجيات الطرفين.

جدول (49): يبين نوع الجنس الذي يرغب المبحوثون إقامة صداقة افتراضية معه عند متغيري الجنس والسن.

المجموع الكلي		الإناث						الذكور						المتغيرات
%	ت	أكثر من 34		33-26		25-18		أكثر من 34		33-26		25-18		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
43.3	173	14.2	1	48.8	20	44.5	73	43.8	7	39.1	25	43.5	47	أفضل إقامة الصداقات الافتراضية مع كلا الجنسين
56.7	227	85.7	6	51.2	21	55.5	91	56.2	9	60.9	39	56.4	61	أفضل إقامة الصداقات الافتراضية مع الجنس الآخر فقط
100	400	100	7	100	41	100	16	100	16	100	64	100	108	المجموع

- تظهر النتائج أنّ أغلب الفئات العمرية من كلا الجنسين يفضلون إقامة علاقات صداقة افتراضية مع الجنس الآخر، حيث أنّ فئة 33-26 سنة هم الأعلى في فئة الذكور بنسبة (60.9%)، تليها فئة 25-18 سنة بنسبة (56.4%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (56.2%).

- في مقابل الإناث حيث نجد أنّ الفئة الأكثر تفضيلاً للعلاقات مع الجنس الآخر هي فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (85.7%)، تليها فئة 25-18 سنة بنسبة (55.5%)، ثم فئة 33-26 سنة بنسبة (51.2%).

- أما الذين يفضلون إقامة شبكة من العلاقات مع كلا الجنسين فنجد فئة 25-18 سنة في المرتبة الأولى بنسبة (43.5%) ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (43.8%)، تليها فئة 33-26 سنة بنسبة (39.1%).

- وفي الاتجاه الآخر تفضّل الإناث في فئة 33-26 سنة بنسبة (48.8%) إقامة العلاقات مع كلا الجنسين في الفيسبوك، تليها فئة 25-18 سنة بنسبة (44.5%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (14.2%).

ويمكن تفسير هذه النتائج بأنّ الذكور والإناث معا لهم ميول نحو التعارف وتكوين علاقات مع كلا الجنسين، فدوافع التعرف على بعضهم في إقامة علاقات عاطفية افتراضية تحفّزها الكثير من ميزات وخدمات الفيسبوك، إذ يدخلون في تشابك افتراضي من تفاعل وإظهار الإعجاب عبر المنشورات، والتعليق المستمرّ على صور بعضهم، مثلما تمّ شرحه وتفسيره في الدوافع والحاجات، وذلك للفت انتباه الآخر باهتمامه المتزايد له من خلاله ميزة (Poke)، والتي تستخدم عادة لإثبات الوجود أو تذكير شخص ما بأنه هنا ويهتم به، وظهور خدمة (Tag) أو "الإشارة" على الصورة أثناء نشرها، بحيث يستطيع الطرف الآخر رؤيتها فور الضغط على اسم حسابه في تلك الصورة أو المنشور، ليتمكن من التفاعل معه، لأنّ هذه الخدمات تساعد الطرفان على التقارب بينهما وسهولة التوافق النفسي، والانجذاب نحو الآخر يحسّسه بالإطمئنان والأمان والراحة.

ويؤكّد اختبار كا² أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تفضيلات أفراد العينة حول نوع جنس الذي يفضلونه في أصدقائهم الفيسبوكيين عند متغيري الجنس والسن، حيث جاءت كا² المحسوبة (3.47) أقلّ من قيمة كا² الجدولية (11.07) بمستوى ثقة (0.630) عند درجة حرية 05.

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الثقة	كا ² الجدولية	النتيجة
03.47	05	0.630	<u>11.07</u>	<u>غير دال</u>

يمكن تفسير عدم وجود فروق بين المبحوثين عند متغيري الجنس والسن من منظور مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يؤكّد على الدور الإيجابي للأفراد في استخدام الفيسبوك لتلبية الاحتياجات النفسية والعاطفية والاجتماعية، التي تحقّق التوازن الاجتماعي في العلاقات الرومانسية في بعض الأحيان، إذ تليّ لهم هذه الرغبة فرصة تجارب أكثر اختلافاً عن الواقع، كما يبحث الأفراد عن الدعم المعنوي من خلال حجم النشاط الرقمي والتفاعل مع الجنس الآخر، لتحقيق الرضا والإشباع النفسي والدعم الشخصي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "ماهر الضبع" الذي توصل إلى أن أغلبية أفراد العينة بنسبة (59.1%) يتواصلون مع الجنس الآخر فقط من الإناث، وأظهرت دراسته أن (52.3%) يتواصلون مع كلا الجنسين، كما أكد (15.6%) أنهم يتواصلون فقط مع الذكور، كما أظهرت دراسته أيضاً أن الإناث يفضلن التواصل مع الإناث فقط بنسبة (86.9%) في مقابل تواصلهنّ مع الذكور بنسبة (6.8%)، في حين أنّ (51.7%) من الذكور يفضلون التواصل مع الجنسين، وجاءت نسبة تواصلهم مع الإناث (11.3%) (الضبع، 2017/1436).

كما قدّم كلّ من "تركي" و"مونغيا" (Turkay & Munguia, 2018) دراسة بيّنت أنّ الفيسبوك يليّ للطلاب الدعم الاجتماعي والعاطفي والتعبير عن ذواتهم من خلال إتاحتها التواصل مع الأصدقاء الذين يتبادلون

معهم المشاعر مما يؤدي إلى تعزيز الشعور بالانتماء إلى مجموعتهم الافتراضية وتحسين صحتهم النفسية وتقوية علاقاتهم الاجتماعية، وهذا بدوره يحقق للطلاب الإشباع الذاتي والقبول الاجتماعي من خلال إظهار شخصياتهم للجنس الآخر والتعبير عن ميولهم واهتماماتهم، فيجعلهم أكثر ارتباطا بتلبية هذه الحاجيات عبر استخدامات الفيسبوك (Turkay & Munguia, 2018, p. 123)، وتذكر "أفنان قطب" بأن أفراد العينة من سؤالهم حول مفهوم حرية التعبير بالنسبة لهم أوضحوا بأن حرية التعبير عن الرأي هي الحق في النقد بوزن نسبي (72%)، وعبرت أخرى بأنها تعبير عن الرأي دون التقيّد بالعادات بوزن نسبي (67.7%)، يليها المجاهرة بالأفكار والآراء دون خوف أو قيد بوزن نسبي (65.7%)، وفي الأخير ذكر المبحوثون أنها تعني مساندة الأصدقاء في معتقداتهم بوزن نسبي (44%) (قطب، 2020).

وهو ما يعبر عن تألف في وجهة النظر حول خوض الشباب في موضوعات حساسة تنافي الأخلاق والآداب أو تخرج عن العادات والقيم والأعراف، ويعتبرها الشباب مكسبا تحصلوا عليه من استخدامهم لمواقع التواصل. غير أن الدكتور "عزّي عبد الرحمن" ينتقد هذا التوجّه ويبيّن أنّ بعض المحظورات في المجتمع الحقيقي يتمّ القفز عليها من خلال استخدامات المجتمع الافتراضي، حيث أنّ إضعاف الحساسيّة الاجتماعية قد تجعل الفرد يتجاوز الممنوعات الثقافية بسهولة ودون وعي، ويعني ذلك أنّ القيود القيمية الخاصة بعدم لقاء الجنس الآخر خارج الأقارب والزواج قد تمّ تجاوزها، ومعنى هذا أنّ محاولة إضعاف هذه الحساسيّة تجعل الفرد يتجاوز الممنوعات الثقافية بسهولة دون وعي بذلك، وذلك على الرغم من رمزية هذه العلاقة (عزّي، 2009، صفحة 78).

جدول (50): يبيّن مشاركة أفراد العينة أصدقائهم في فيسبوك مشاكلهم المختلفة.

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
دائما	63	15.8
أحيانا	112	28
نادرا	225	56.2
المجموع	400	100

من أجل معرفة طبيعة الثقة بين المبحوثين وأصدقائهم في الفيسبوك في إطار علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، وانعكاسها على اهتماماتهم ومشاكلهم، طرحنا عليهم السؤال (21): (هل تسرد مشاكلك لصديقك في الفيسبوك؟).

من خلال نتائج الجدول أعلاه أوضحت الأغلبية من المبحوثين أنها نادرا ما تسرد مشاكلها لصديق الفيسبوك بنسبة (56.2%)، وقال (28%) أنهم أحيانا ما يسردون مشاكلهم، بينما أشار (15.8%) أنهم دائما ما يشاركون همومهم ومشاكلهم لصديق الفيسبوك.

وتعكس هذه النتائج أنّ الفيسبوك أصبح يلبي الكثير من طرق التواصل والاندماج لعديد المستخدمين الذين يدخلون في علاقات اجتماعية افتراضية، ويسعى كلّ منهم إلى إيجاد فهم مشترك وتوافق نفسي أو اجتماعي أو عاطفي، كما أنّ المعايير التي يستخدمها الأفراد في انتقاء أصدقائهم، ورغبتهم في إقامة علاقات مع الجنس الآخر، ضف إلى ذلك وعيهم الكامل بالوظيفة التواصلية للفيسبوك، كل هذا يدفع المبحوثين إلى البحث والسعي إلى من يلبي حاجاتهم المتعددة والمختلفة انطلاقا من اختلاف أنماط تواصلهم عبر الفيسبوك.

ولعلّ البحث عن شريك الحياة المناسب في الفيسبوك والسعي وراء إنشاء علاقات عاطفية افتراضية معه، مردّه تحبّب الأفراد وحجم الضغوطات النفسية والاجتماعية التي يعيشونها، وهو ما يؤثّر بشكل واضح على اندفاعهم نحو الاتصال بمجرد تعرّفهم على أيّ شخص أو صديق افتراضي يهتمهم بثقته الزائفة وبعواطفه الكاذبة، فينشقون وراء تلك الأوهام، من اهتمام زائد وانصات لمشاكلهم، أو يدّعي تقديم الدعم المعنوي أو المادي، وعادة ما تظهر نفسية المستخدم في منشوراته أو تعليقاته، أو عبر تقنية (Story) اليومية، أو حتى ضمن رسائله الخاصة بين المقربين، كما أنّ درجة الثقة التي يمنحها المستخدمون لبعضهم تجعلهم يندمجون في علاقات افتراضية خاصة، يحسّون من خلالها أنّ هذا هو الصديق المثالي الذي لا يمكن إيجاده أو تعويضه في المجتمع الحقيقي، لذلك ونظرا لدرجة الأريحية بين الأصدقاء الافتراضيين نجد أنّ الكثير منهم يبادلون أصدقائهم ما يعيشونه في حياتهم الواقعية، متوقّعين منهم الاهتمام وكسب التعاطف ومشاركتهم هموم وحلول المشاكل.

وتعتبر مسألة الثقة المتبادلة بين الأصدقاء الافتراضيين نقطة بدء للعلاقات الاجتماعية ليس فقط بين الجنسين، بل هي امتداد لكل علاقات الصداقة سواء بين الرجل والرجل أو المرأة والمرأة، وفي هذا السياق يعرف "بولاتش" (Bulach, 2001) الثقة بأنّها حالة تبادلية تميز العلاقات الاجتماعية البين شخصية، وتحدّد قيمتها في ضوء شخصية الأفراد وقدراتهم ومصداقيتهم وخصوصية وسرية العلاقات فيما بينهم وكذا قدرتهم على التنبؤ (عبد الخالق، 2012، صفحة 33).

فالثقة إذن أساس قيام العلاقات بين الأفراد أو الطلبة، وعنصر جوهري في نسج الروابط الاجتماعية، ولذلك فإن الحكم على متانة الصداقة يأتي من اكتساب الثقة والتفاهم المتبادل، وهو ما يدفع بالأفراد إلى التجزّأ وسرد مشاكلهم المختلفة لأصدقائهم في الفيسبوك.

فمن خلال إجابات أفراد العينة أُكِّد الأغلبية بأنهم نادرا ما يسردون أو يحكون مشاكلهم لصديق الفيسبوك بنسبة (56.2%)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ طلبة كلية العلوم التكنولوجية من خلال تجاربهم الافتراضية المتعدّدة لا يثقون بشكل كامل بصديق الفيسبوك الذي لا يعرفونه في الواقع، كما قد يخشون على علاقاتهم من الانقطاع خوفا من عدم الاهتمام بمشاكلهم، فيتعاطون بحذر شديد مع هؤلاء الأصدقاء توجّسا من الفضح أو الكشف أو تصوير المحادثات، فبمجرّد أي خلاف بين الطرفين يقوم بنشرها أو الابتزاز بها، وهو ما نراه ونشاهده على أرض الواقع، لذلك فإنّ هذه الفئة نادرا ما تسرد مشاكلها، إلا بعد التعرّف الجيد على الصديق الافتراضي ومبادلته الدردشة والتفاعل معه وكسب الثقة بينهما، ويمكن القول أنّ عامل التوقّع يلعب دورا مهما هنا سواء كان التوقّع إيجابيا أو سلبيا تجاه ذلك الصديق، ولذلك فإنّ سرد المشاكل قد يكلف الطلبة غالبا، وقد يؤدي إلى مشاكل أخرى، وبعبارة أخرى فإنّ كسب المبحوثين لثقة صديقهم في الفيسبوك قد يزيد من تعميق علاقات اجتماعية محترمة لا فيها خوف ولا فيها تهديد، فيمكن لها حينئذ أن تسرد عليه ما تعانیه من مشاكل أو ضغوطات مختلفة.

وبشأن الثقة التي يوليها المستخدمون لعلاقاتهم الافتراضية فقد بينت دراسة "ماهر الضبع" أن (47.1%) من أفراد العينة يثقون إلى حدّ ما في أصدقائهم الافتراضيين، بينما (34.1%) لا يثقون فيهم، و(12.6%) يثقون تماما، بينما (6.2%) بينت أن موضوع الثقة لا صلة له بتلك العلاقات (الضبع، 2017/1436).

وفي نفس السياق يؤكّد "فلاناجان" (Flanagan, 2003) أنّ الثقة مكوّن متعدّد الأبعاد مرتبط بالعلاقات، متعلق بالذات وبالآخر، ويكون على مستويات عدة من العلاقات الحميمة والصدقات والعلاقات الرسمية ويرتقي إلى علاقات إنسانية بشكل عام، ويشير "فلاناجان" إلى ثقة أوليّة اتجاه من ننتمي إليهم، وثقة عامة تجاه الآخر بوجه العموم، ولكلّ منهما أسس تطوّرت تدعمها خبرة الفرد حين يتعلّم كيف يميز بين من يستحق الثقة ومن هو ليس كذلك، كما يفرّق "فلانجان" بين ثقة متأصلة متجذرة وثقة ممتدّة متواصلة تقلّ وتقلّ حتى تشمل الإنسانية كلّها، وبذلك تكون الثقة كما يشير إليها "فينج" وآخرون 2004 الدافعة لدى الفرد للتوقّع الإيجابي تجاه الآخر منطلقا من وجهة نظر إيجابية تجاه الطبيعة الإنسانية (عبد الخالق، 2012، صفحة 39).

فمن خلال النتائج يظهر أنّ فئة أخرى تقرّ بأنّها أحيانا ما تسرد مشاكلها وهمومها على صديق الفيسبوك، لأنّها قد خبرته وألفته وتعاطت معه، وبالتالي فإن طبيعة العلاقات الاجتماعية التي أنشئوها تسمح لهم بمناقشة ما يشعرون به وما يعيشونه في واقعهم، من ضغوطات الأسرة والعمل أو الدراسة أو حتى نق [] المادة، لذلك لا حرج لهذه الفئة أن تجد في صديق الفيسبوك ما لم تجده في مجتمعها الحقيقي وبين أعضائها، وهو ما يفسّر هروب العديد من أفراد العينة إلى البحث عن علاقات مع الجنس الآخر أو حتى مع كلا الجنسين، سواء بين صديقين أو

صديقتين أو حتى بين صديق وصديقة نشأت بينهما علاقة افتراضية خاصة مميزة يشعران براحة نفسية تسمح لهما بسرد مشاكلهما، أو حتى علاقة افتراضية عاطفية؛ فيصبح من الضروري اللجوء إلى هذا الصديق أو بالأحرى شريك الحياة الافتراضي.

بينما عبّر صنف ثالث من أفراد العينة أنهم دائماً بصدد سرد أو عرض مشاكلهم لصديق الفيسبوك الذي يجدون معه راحتهم المطلقة، بعدما ألفوه وخبروه، وربما يكون هذا من صديق الواقع الذي أضافه المبحوث، حيث تفضّل مجموعة من أفراد العينة إضافة أصدقاء لهم علاقات سابقة معهم، ويكون هذا الصديق من الواقع الحقيقي، مثلما تبين في إجابات المبحوثين السابقة، فهم بحاجة إلى من يصغي إليهم ويقدر ظروفهم ويحس بألمهم ويتضامن معهم ويبادلهم مشاعر نفسية، لأنه يمنحهم الثقة ويشعرون اتجاهه بالاطمئنان، وقد تكون من ضمن المشاكل أسرار لا يمكن البوح بها حتى لصديق الواقع، فما بالك بصديق افتراضي، ويفهم من هذا أيضاً أنّ ذلك الصديق الافتراضي يجد مع أفراد العينة اهتماماً متبادلاً وشعوراً خاصاً وثقة ممنوحة، لذلك يشعر كلا الطرفين بالأمان النفسي، وهو ما يعمّق من مشاعرهم العاطفية (بين الذكور والإناث) أو حتى بين أصدقاء من نفس الجنس يحصلون على كامل الدعم والتعاطف المعنوي بينهم، فهذا الصديق تتعمّق معه العلاقات الاجتماعية الافتراضية لأنه جدير بما عوضا عن أصدقاء المجتمع الواقعي.

ويرى "عبد المحسن العصيمي" أنّ برمجيات الشّات المتطورة والتي انتقلت من حوار كتابي تقليدي إلى استخدامات أكثر عمقا وتأثيراً تشمل الصوت والصورة بتفاعل متكامل تجعل المتفاعلين مكانياً أكثر قرباً من بعض وأكثر معرفة وعلاقة وتواصلًا، وبالتالي فإنّ شعور المبحوث أنّ صديق الشّات بأنّه صديق حقيقي ويجزّره بمشاكله بصراحة وبوضوح، يجعله في المقابل على استعداد أن يحكي له مشاكله هو الآخر، حيث تشجّع صراحة صديق الشّات إن وجدت بالفعل وكانت حقيقية على أن يسرد مشاكله بصراحة ووضوح في المقابل (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 234).

وفي المقابل أظهرت نتائج دراسة (جرار، 2012) أنّ (31%) من المشتركين في الفيسبوك يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية مع أصدقائهم المقربين على الفيسبوك، وأشارت إلى أنّ (36.6%) لا يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية، كما أظهرت نتائج دراسة (حلاوة و عبد العاطي، 2011) أنّ (34%) من أفراد عينة مرتادي مقاهي الإنترنت نادراً ما يعتبرون أصدقاء الشّات أصدقاءً حقيقيين ويجزّرونهم بمشاكلهم بصراحة ووضوح، في مقابل (32%) دائماً ما يعتبرون أصدقاء الشّات حقيقيين، كما بيّنت أنّ (50%) يوافقون أحياناً على أن يحكوا لصديق الشّات عن مشاكلهم مادام صديق الشّات لا يعرف حقيقة شخصيتهم في مقابل (42%) يوافقون

دائماً على أن يحكوا عن مشاكلهم، وبزرت الدراسة أنّ أفراد العينة يرون في أصدقاء الشات أصدقاء حقيقيين لهم، مما يشير إلى تحوّل تلك الصداقات من نطاق الشات إلى نطاق الحياة الواقعية لتصبح صداقات العلاقات أكثر عمقا، وأشارت إلى أنّ أكثر الموضوعات التي يتحدّث فيها المبحوثون في المقابلة مع صديق الشات من الجنس الآخر هي الموضوعات الشخصية وقد يعزى ذلك إلى افتقارهم إلى من يتحدثون معهم من أفراد أسرهم مما يؤدي إلى لجوءهم لصديق الشات، تليها الموضوعات الأسرية والعامة، وهو ما يوحي بالرغبة في عمق التعارف والعلاقات التي يكوّنها المبحوث مع صديق الشات.

جدول (51): يبيّن مشاركة أفراد العينة أصدقاءهم على فيسبوك مشاكلهم المختلفة عند متغير الجنس

المتغيرات	الذكور		الإناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
دائماً	29	15.4	34	16	63	15.8
أحيانا	58	30.9	54	25.5	112	28
نادرا	101	53.7	124	58.5	225	56.3
المجموع	188	100	212	100	400	100

من خلال النتائج يتّضح أنّه لا توجد فروق جوهرية كبيرة بين الجنسين في سرد المشاكل لصديق الفيسبوك، حيث أنّ إناث أفراد العينة نادرا ما يحكون تلك المشاكل بنسبة (58.5%)، في مقابل الذكور بنسبة (53.7%)، بينما نجد الذكور أحيانا ما يحكون مشاكلهم لصديق الفيسبوك بنسبة (30.9%)، مقارنة بالإناث بنسبة (25.5%)، ومن جهة أخرى فإنّ الإناث دائماً ما يحكين مشاكلهنّ لصديقهنّ الافتراضي بنسبة (16%) في مقابل الذكور الذين جاءت نسبتهم (15.4%).

ويتبيّن من خلال اختبار كاي² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث الذين يسردون ويحكون مشاكلهم لدى صديق الفيسبوك، حيث جاءت كاي² المحسوبة (1.46) أقل من قيمة كاي² الجدولية (5.99) بمستوى ثقة (0.480) عند درجة حرية 02.

كاي ² المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الثقة	كاي ² الجدولية	النتيجة
1.46	02	0.480	5.99	غير دال

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن كلا الجنسين أصبح لهما وعي وإدراك بالواقع الاجتماعي وأهمية إيجاد السند والدعم العاطفي والنفسي للمشكلات التي يواجهونها في واقعهم، نظرا لشعورهم بالوحدة والعزلة فيلجؤون إليه كنوع من التعويض، وقد لا تكون نية أفراد العينة إيجاد حلول عملية بقدر بحثهم عن الدعم النفسي والتضامن الجماعي المفتقد في واقعهم بسبب الضغوطات المختلفة، وهذا الدافع قد يلغي الفوارق بين الجنسين في البيئة الافتراضية، لشعورهم بالأمان والراحة حينما يفصحون عن تلك المشاكل، لأنّ الفروقات السلوكية تمّ تجاوزها بفعل الثقافة التكنولوجية التي تسمح للجنسين بمناقشة المشاكل الشخصية، فمع زيادة الوعي بتغيير الأدوار والأنماط التواصلية والاهتمام بالصحة النفسية، قلّت الفروق بين الجنسين، خاصة فيما يتعلّق بمشاركة المشاعر والبحث عن الإشباع الاجتماعي والنفسي للحصول على الصحة النفسية قد تتلاشى تلك الفوارق بفضل التعرّض المستمر للفيسبوك والرغبة في التخلّص من الوحدة، وبالتالي فإنّ الفيسبوك يعتبر منبر حرّ لتخطّي الحدود الاجتماعية والنفسية ما يقلّل من الفروقات في الجندر.

وفي هذا الاتجاه يذهب كل من "بيرتل بيرغر" و"أوتوماس لقمان" إلى أنّ فكرة النظرية البنائية التي تشير إلى أنّ تشكيل الواقع الاجتماعي من التفاعلات والتواصل واللّغة، عوامل أساسية لفهم كيف يتمّ بناء الواقع الاجتماعي من خلال التفاعلات الرّقمية، وبواسطتها يقوم الأفراد بمناقشة ومعالجة مشاكلهم وتفاعلات الأشخاص الآخرين معهم من خلال السرد والتفاهم حول المشاكل أو القضايا التي تؤثر على عزلهم في الواقع، ممّا ينتج لنا حقائق اجتماعية تكون مقبولة على العموم، حيث أنّ سرد الأفراد لمواضيعهم عبر الفيسبوك قد يعزّز من بناء الوعي الجماعي تجاه القضايا التي تمّمهم، وبفضل هذه المشاركة والتعبير عن الانشغالات وتفاعلات الآخرين معهم والفهم والتقدير المشترك تقود هذه التفاعلات إلى تغييرات اجتماعية في نمط العلاقات الاجتماعية الافتراضية (Berger & Luckmann, 1996).

وبالتالي فإنّ سرد الباحثين من ذكور وإناث للمشاكل المختلفة مبنيّ على أساس الأفكار والانطباعات المأخوذة عن كل واحد منهم ضمن الإطار الافتراضي، وما يتوقّعه من الصديق لقبول الاضغاء لمشاكله، من خلال مصطلح "الأفكار الشخصية" الذي أطلقه "تشارلز كولي" للتعبير عن التفاعل الاجتماعي كأساس للتفسير الفردي للعالم الموضوعي، فمن خلال "الانطباعات" التي يخلقها كل فرد عن الآخر يكوّن فكرة شخصية عنه أو عن أية جماعة من الناس، وبالتالي تصبح "الفكرة الشخصية" عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة من الصفات التي نتخيّلها ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا كتفسير لشخصياتهم الواقعية، وكقاعدة للتنبؤ بسلوكهم، والتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدون متشابهين لهم.

وهو ما أشار "جورج ميد" إلى أنه لكي ننتسب للآخرين فإن علينا أن (نلعب أدوارهم) بمعنى أننا يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في جماعة، ثم نستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يستجيب الآخرون في أدوار معينة (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 152).

وهذا ما يعني أنّ عملية "العب الأدوار" تسهم في بناء فهم مشترك بين الأفراد داخل المجتمع، حيث يتعلم الشخص كيف يرى نفسه من خلال أعين الآخرين، وهي خطوة أساسية في تكوين الذات الاجتماعية، فعندما نتبنى أدوار الآخرين، نقوم بمحاكاة توقعاتهم وسلوكياتهم، مما يساعدنا على التكيف مع المعايير الاجتماعية ويعزز الانتماء إلى المجموعة، وهذا التفاعل المستمر بين الفرد والمجتمع يؤدي إلى بناء هوية مشتركة تقوم على استيعاب القيم والمعتقدات الجماعية، مما يسهم في تحقيق التماسك الاجتماعي وتعزيز الاندماج بين الأفراد، من خلال هذه العملية يتمكن الأفراد من تطوير وعي ذاتي أعمق وفهم كيفية تأثيرهم على الآخرين وكيف يتأثرون بهم، وهو ما يعكس دور التواصل التفاعلي في تشكيل العلاقات الاجتماعية وتعزيز الروابط بين الأفراد داخل المجتمع، وبناءً على نظرية "العب الأدوار" لـ"جورج ميد"، يمكن فهم كيف يسهم التفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، في تعزيز الروابط بين الأفراد وإحساسهم بالانتماء، فالأفراد الذين يشاركون في الفضاء الافتراضي غالباً ما يتقمصون أدواراً اجتماعية متعددة، ويسعون لفهم ردود أفعال الآخرين تجاههم.

في هذا السياق؛ يختار الكثير من مستخدمي الفيسبوك التعبير عن مشاعرهم ومشاكلهم الشخصية لصديق افتراضي، وذلك نتيجة للشعور بالثقة والأمان العاطفي الذي يوفره هذا الصديق الافتراضي، ومن جهة أخرى تعزز هذه الثقة رغبة الأفراد في مشاركة قضاياهم العاطفية والاجتماعية على المنصة، إذ يجدون في التواصل مع صديق الفيسبوك وسيلة للتنفيس عن الضغوط ومصدرًا للدعم العاطفي دون الحاجة إلى مواجهة ردود أفعال قد تكون قاسية في الحياة الواقعية وبالتالي يصبح هذا الصديق الافتراضي أشبه بمستمع موثوق يمكن أن يلعب دورًا حاسمًا في تقديم الدعم الاجتماعي والنفسي، مما يعزز شعور الأفراد بالقبول ويخفف من حدة مشاعر الوحدة أو العزلة، خاصة لدى من يفتقرون إلى دوائر دعم قوية في حياتهم اليومية.

في هذا الإطار يعتقد "كاتز" أن الأفراد يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجات معينة، لتحقيق الإشباع الذاتي من خلال التفاعل مع الأصدقاء، وبناءً على هذه الرؤية، إذا كان الفرد يشعر بالراحة في "العب الأدوار" أو التفاعل مع الأصدقاء الافتراضيين على الفيسبوك، فإن هذه الاحتياجات قد تتضمن البحث عن دعم نفسي أو موافقة اجتماعية، وهي دوافع تتماشى مع فكرة التعبير عن الذات التي تحدث عنها "ميد"، حيث يمكن للفرد توقع استجابة الآخرين بناءً على الدور الذي يتقمصه في هذه التفاعلات.

جدول (52): يبيّن نوع المشاكل التي يسردها أفراد العيّنة لأدقائهم في الفيسبوك

المتغيّرات	التكرارات	النسب المئوية %
نفسية	163	21.6
عاطفية	140	18.5
اجتماعية	175	23.1
صحية	79	10.4
دراسية	122	16.1
مادية	77	10.2
إجمالي الإجابات	756	100

تكملة للنتائج السابقة، ورغبة منّا في تقديم تفصيل أكثر من قبل أفراد العيّنة حول طبيعة المشاكل التي يسردها لصديق الفيسبوك، طرحنا عليهم السّؤال (22): (ما هي المشاكل التي تسردها لصديق في الفيسبوك؟).

جاء ترتيب إجابات أفراد العيّنة كالآتي: المشاكل الاجتماعية بنسبة (23.1%)، ثم المشاكل الجامعية بنسبة (21.6%)، يليها المشاكل العاطفية بنسبة (18.5%)، ثم المشاكل النفسية بنسبة (16.1%)، ثم المشاكل الصحيّة جاءت بنسبة (10.4%)، وفي الأخير المشاكل المادية بنسبة (10.2%).

يميل معظم مستخدمي الفيسبوك إلى طرح مشاكلهم وقضاياهم المختلفة لأشخاص تعرفوا عليهم أو من معارف سابقة، ذلك أنّ الكثير منهم لا يستطيع مواجهة هذه المشاكل في مجتمعه الواقعي الذي يفرض رقابة وحساسية شديدة خاصة إذا تعلّقت بمشاكل عاطفية بين الجنسين، الأمر الذي يمنع التواصل المباشر بينهما في العلن تفادياً للإحراج، وهو يعتبر خروجاً عن القيم الدّينية والعرف والتقاليد الاجتماعية، ضف إلى ذلك أنّ الكثير من المشاكل الأسريّة تضطّرهم إلى البحث عن سند اجتماعي آخر، لأنّ السند الواقعي تجاهل ظروفهم ولم يحاول فهمها، وهو ما يعكس ضعف التواصل الأسري، لذلك تكوّنت دوافعهم وزادت حاجتهم في طرح مشاكلهم، رغبة في الإشباع الاجتماعي والنفسي في الفضاء الافتراضي.

فمن خلال الجدول أعلاه يتبيّن لنا نوعية المشاكل التي يسردها صديق الفيسبوك، حيث بيّنت النتائج أنّ في أعلى الترتيب هي المشاكل الاجتماعية والنفسية والعاطفية، وتؤكد هذه النتائج أنّ الفيسبوك أصبح فضاءً يعوّض المجتمع الفيزيائي الذي هرب منه أفراد العيّنة ووجدوا في صديق الفيسبوك الاهتمام والتعاطف، فهو قد منحهم الثقة والأمان ليتكلّموا فيه عن معاناتهم الاجتماعية والنفسية، الأمر الذي يعكس مستوى الثقة بينهم ومدى الارتباط

القوي بعضهم، فكثير من العلاقات بين الجنسين تطورت إلى علاقات عاطفية، ولكن ما إن يقلّ التفاعل بينهما يحدث تنافر وبرودة في العواطف وهو ما يدخل الطرفين في صراع ومشاكل عاطفية، فيلجأ الطرفان إلى صديق آخر كنوع من التعويض العاطفي وهو ما يدخلهم في متاهة حقيقية وعواطف وهمية قد تقضي عليه، إذ لم يجدوا في مجتمعهم الحقيقي الشريك المصغي إليهم سواء في الأسرة أو المحيط الخارجي، لأنّ الكثير منهم يعاني من الكبت النفسي والاجتماعي، خاصة إذا تعلّق الأمر بالمشاعر والعواطف والمشاكل النفسية والاجتماعية.

كما يمكن تفسير سرد أفراد العينة للمشاكل الدراسية بأنّ الطلبة ضمن إطار جامعي لهم العديد من الانشغالات والمشاكل الجامعية، المتعلقة بفهم الدروس أو الحصول على المحاضرات أو حتّى مشاكل إدارية أو مع زملاء الجامعة، فمن المنطقي أن يتبادل أعضاء الجامعة ما يشغلهم من هموم ومشاكل ويبحثون لها عن حلول مع زملائهم، وهذه المشاكل تعتبر بالنسبة لهم عادية وليست أسراراً ولا تحتاج إلى بناء ثقة كبيرة مع الآخرين، فلا حرج من تداولها مع بعضهم البعض، ويمكن تبرير سرد بقية المشاكل الصحية والمادية أنّه من قبيل زيادة الألفة الاجتماعية والنفسية حيث في بداية تواصلهم يسأل أفراد العينة عن حالهم وأحوالهم الصحية وظروفهم المادية، وهو من قبيل الاستئناس الذي يعكس طريقاً نحو تقوية علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية.

ونستج من خلال هذه النتائج أنّ أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لسرد مشاكلهم النفسية والاجتماعية والعاطفية، لأنها تمثل أولوية بالنسبة لهم، على غرار باقي المشاكل التي لها وقع أو تأثير أخفّ في حياتهم، لذلك يسعون إلى إيجاد شريك نفسي وعاطفي واجتماعي عبر الفيسبوك خلافاً للواقع.

فقد أظهرت نتيجة دراسة (عبادة، 2017) تقارباً مع نتيجة دراستنا، حيث بيّنت أنّ (27%) من الطلبة الجامعيين يسردون مشاكلهم النفسية على صديق الفيسبوك، كما لاحظت الباحثة أثناء مقابلتها للطلبة أنّ أغلبية الطلبة يتهرّبون من فكرة أن تكون لديهم مشاكل نفسية خوفاً من هذا المصطلح وما يحمله من دلالات سلبية في أذهان الكثيرين، كالجنون أو المرض النفسي، وأوضحت الدراسة أنّ أفراد العينة أكّدوا أنّ أغلبية ما يسردونه لصديق الفيسبوك يتمثل في المشاكل العاطفية بالدرجة الأولى بنسبة (17%)، ثم المشاكل الاجتماعية بالمرتبة الثانية بنسبة (13.40%)، ثم المشاكل الصحية بنسبة (12.37)، تلتها المشاكل الدراسية أو الجامعية بنسبة (7.12%)، ثم في الأخير كانت من نصيب المشاكل المادية بنسبة (5.15%).

جدول (53): يبين نوع المشاكل التي يشاركها أفراد العينة أ مدقائهم على فيسبوك حسب متغير الجنس

المتغيرات	الذكور		الإناث		إجمالي الإجابات	
	ت	%	ت	%	ت	%
نفسية	65	18.3	98	24.4	163	21.6
عاطفية	65	18.3	75	18.7	140	18.5
اجتماعية	97	27.3	78	19.5	175	23.1
صحية	35	09.9	44	11	79	10.4
جامعية	51	14.4	71	17.7	122	16.1
مادية	42	11.8	35	08.7	77	10.2
إجمالي الإجابات	355	100	401	100	756	100

تبين النتائج طبيعة المشاكل التي يشاركها أفراد العينة مع أصدقائهم في الفيسبوك حسب متغير الجنس، حيث أنّ الإناث أكثر ميلا لسرد مشاكلهنّ النفسية بنسبة (24.4%) تليها المشاكل العاطفية بنسبة (18.7%) ثمّ المشاكل الاجتماعية بنسبة (19.5%)، مقارنة بالذكور الذين يميلون إلى طرح مشاكلهم الاجتماعية في المقام الأول بنسبة (27.3%) تليها المشاكل النفسية والعاطفية بنفس الترتيب بنسبة (18.3%). وتسرد الإناث مشاكلهنّ الجامعية بنسبة (17.7%) مقارنة بالذكور بنسبة (14.4%)، ثمّ المشاكل المادية بنسبة (11.8%) لدى نفس الفئة، في مقابل الإناث بنسبة (08.7%)، كما تميل الإناث إلى طرح مشاكل صحية بنسبة (11%)، مقارنة بالذكور فنجدهم بنسبة (09.9%).

ويبين اختبار كاي² أنّه توجد فروق إحصائية واضحة بل تكاد تتساوى في نوع المشاكل التي يسردها الذكور والإناث لأصدقائهم عبر الفيسبوك في إطار علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، حيث جاءت قيمة كاي² المحسوبة (11.48) تفوق بقليل قيمة كاي² الجدولية (11.07) بمستوى ثقة (0.040) عند درجة حرية 05.

النتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² المحسوبة
<u>دال</u>	11.07	0.040	05	<u>11.48</u>

تعكس هذه النتيجة أنّ الذكور والإناث قد يشتركون في نفس الاهتمامات والمشاكل، وتشير نظرية الاستخدامات والإشباع إلى دور الدوافع النفسية والاجتماعية كموجّه للأفراد في سرد مشاكلهم المختلفة عبر الفيسبوك،

لتحقيق الرفاهية النفسية وتعزيز العلاقات الحميمة، وهذه الطريقة تسمح للطلبة بتمييز العلاقات الجادة من غيرها، تماما مثلما يظهر في الاتصال في المجتمع الحقيقي.

ويرى كل من "ويليامز" و"رايس" أنّ الإنترنت كوسيط اتصالي أصبحت أداة جديدة مؤثرة في التفاعل الاجتماعي من خلال إتاحتها فرصا متعدّدة للتواصل بين الأفراد، ومن خلال تحقيقها درجة عالية من الإشباع الاجتماعي للأفراد، كما أكدّ "الزرر" و"ستراس" وآخرون أنّ الإنترنت كوسيط اتصالي يمكن أن تلعب بنجاح وفاعلية الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الشخصية التقليدية مثل الهاتف (عبد الفتاح، 2009، الصفحات 31-48)، فقد بيّنت نتائج دراسة (جعود، 2021) أنّ (67%) من مفردات العينة استفدن من علاقاتهم عبر شبكة الفيسبوك، حيث جاءت خيارات المبحوثات بأنهن: حصلن على إجابات عن انشغالات واستفسارات تتعلق بالمرأة، كما ساعدتهنّ على حلّ بعض المشاكل، وسهلت الاتصال مع أفراد بعيدين في الواقع، أيضا جعلهنّ يتغلبن على الخجل والخوف من التحدّث لأشخاص غير معروفين في الواقع، كما يبحثن فيه عن معلومات حول الدراسة من خلال الصفحة الخاصة بالطلبة وجامعاتهم.

جدول (54): بيّن طبيعة اهتمام أصدقاء الفيسبوك مع أفراد العينة تجاه مشاكلهم المختلفة.

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
يهتم دائما	225	56.3
أحيانا يهتم	130	32.5
لا يهتم أبدا	45	11.2
المجموع	400	100

بهدف معرفة تفاعل الأصدقاء مع المشاكل التي يسردها لهم أصدقاؤهم الآخرين في إطار علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، طرحنا عليهم السؤال (23): (هل تجد اهتماما من صديق الفيسبوك لمشاكلك التي تسردها له؟).

يؤكد أغلبية المبحوثين أنّ صديق الفيسبوك يهتم دائما بالمشاكل التي يسردها له بنسبة (56.3%)، وأوضح (32.5%) أنّهم أحيانا ما يجدون اهتماما من صديق الفيسبوك، في حين أقرّ (11.2%) أنّ أصدقاؤهم على الفيسبوك لا يهتمون أبدا بمشاكلهم التي يسردونها لهم.

توضّح النتائج أنّ أفراد العينة يلجؤون لصديق افتراضي ليحكوا له مشاكلهم المختلفة التي يتجنبون سردها في مجتمعهم الحقيقي لعدة أسباب منها ما ذكرناه في تحليلنا السابق، ومنها ما سوف نتطرّق إليه في الدوافع النفسية والاجتماعية وفي محور تأثير الفيسبوك على طبيعة العلاقات الاجتماعية.

ويشير "بيير بورديو" في أعماله أنّ هذه التصرفات -سرد المشاكل- قد تكون جزءاً من تحوّل أوسع في نوع العلاقات الاجتماعية، حينما تُصبح الشبكات الافتراضية بديلاً عن العلاقات التقليدية في المجتمع المحلي، وهو ما اعتبره "بورديو" نوع من التفاعل الاجتماعي الذي يعكس تحوّلًا في رأس المال الاجتماعي، الذي لم يعد يتشكّل على العلاقات المباشرة فقط بل يتعداه إلى العلاقات الافتراضية التي يمكن أن تكون أكثر مرونة وأقل تقييدًا.

وعموماً فإنّ الاهتمام المقصود به هنا هو مدى تضامن أفراد العينة مع صديقهم الافتراضي عبر الفيسبوك، وحجم تفاعله واندماجه مع المشاكل التي يسردونها عليه، وفي المقابل يبادلهم المشاعر ويقدم لهم الدعم النفسي والعاطفي والاجتماعي، وهو ما يعكس قوّة وصلابة العلاقة، ومثانة تواصلهم الافتراضي الذي أتاح لهم الدخول في شكل جديد من العلاقات المبنية على الثقة والتوقّع الإيجابي والمشاركة والانسجام، لذلك فإنّ نوع الاهتمام بمشاكل المبحوثين يوضّح لنا جدية العلاقة الافتراضية التي يدخلون فيها وقناعتهم بصدقها.

فمن خلال النتائج يتّضح أنّ أغلبية الطلبة يجدون على الدوام اهتماماً عندما يقومون بسرد أو عرض مشاكلهم الخاصة على صديق الفيسبوك الافتراضي، وهو ما يعكس قوّة هذه العلاقة الافتراضية وجدّيتها، الأمر الذي يقودنا إلى اعتقاد أنّ الفيسبوك أصبح مسرحاً لكثير من المستخدمين في مناقشة المشاكل نتيحة ما يخلقه الواقع الاجتماعي من تحجيم دورهم وقهرهم نفسياً ومنعهم من التعبير أو الإفصاح عن كلّ ما يشعرون به، لأنّ المشاكل العاطفية تعتبر من الأسرار لذا لا بدّ من صديق حميم تربطه علاقة وثيقة جداً حتى يتجرّأ على سردها، وبالتالي نستنتج أنّ المجتمع يمارس نوعاً القهر أو القيود لتفريغ الهموم، وهو ما يحاول المبحوثون الحصول عليه من دعم ومساندة لأجل تخفيف الضغوطات وفي أحيان كثيرة ينجح هذا الصديق في معالجة بعض المشاكل لأنه كسب ثقتهم وودّهم فأصبح جديراً يستحق تلك العلاقة الاجتماعية الافتراضية.

على عكس الذين يتلقون اهتماماً أقلّ أو لا يجدون اهتماماً من صديق الفيسبوك، إذ يبدو أنّ هذه الفئة لم تختار صديق الفيسبوك الجيّد، أو أنّ بناء علاقاتها الافتراضية لم يقيم على أساس الاهتمام المشترك، فنقطة الثقة يؤدي إلى نوع من القطيعة أو الانفصام لذلك بيّنت نتائج دوافع حذف الصديق الذي يكتشفون أنّ علاقتهم به علاقة مزيفة ويفشلون عادة في إقامة علاقة عاطفية معه، حيث أنّ حجم الاهتمام نابع من قوة الروابط الافتراضية القائمة على التفاعل المتبادل والثقة بينهم.

فقد أوضحت نتائج (حلاوة و عبد العاطي، 2011) أنّ (64.4%) من أفراد عينة طلاب الجامعة يجدون أحياناً اهتماماً من قبل صديق الشّات بمشكلاتهم، وأنّ (31.6%) من أفراد العينة يساعدهم صديق الشّات في حلّ مشكلاتهم التي يواجهونها في مقابل (52.8%) لم يساعدهم صديق الشّات في حلّ مشكلاتهم، كما

أوضحت النتائج أنّ معظم المشاكل التي يساعد فيها صديق الشّات المبحوثين في حلّها هي المشاكل العاطفية والنفسية، حيث بلغت نسبتها (65.3%).

جدول (55): يبيّن طبيعة اهتمام أصدقاء الفيسبوك تجاه المشاكل المختلفة حسب متغير الجنس

المتغيرات	الذكور		الإناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
يهتم دائما	108	57.4	117	55.2	225	56.3
أحيانا يهتم	64	34	66	31.1	130	32.5
لا يهتم أبدا	16	08.5	29	13.7	45	11.3
المجموع	188	100	212	100	400	100

توضّح نتائج الجدول أنّ ذكور أفراد العينة دائما ما يجدون اهتماما من صديق الفيسبوك الذي تربطه معهم علاقات افتراضية خاصة أو عاطفية، حيث جاءت النسب متقاربة جدا مع الإناث وبفارق بسيط، إذ جاءت نسبة الذكور بنسبة (57.4%) في مقابل الإناث بنسبة (55.2%).

كما أنّ الذكور أحيانا ما يجدون اهتماما بنسبة (34%) مقارنة بالإناث بنسبة (31.1%)، بينما عبّرت إناث العينة أنّهنّ لا يتلقّين اهتماما من صديق الفيسبوك بنسبة (13.7%)، في مقابل الذكور بنسبة (08.5%). وتؤكد نتائج اختبار كاي² أنّه لا توجد فروق إحصائية في نوع الاهتمام الذي يحصل عليه ذكور وإناث العينة من صديق الفيسبوك، وهذا في إطار علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، حيث تبين أن قيمة كاي² المحسوبة (2.716) أقلّ من قيمة كاي² الجدولية (5.99) بمستوى ثقة (0.257) عند درجة حرية 02.

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² المحسوبة
غير دال	5.99	0.257	02	2.716

يرى الباحث أنّ هذه النتائج التي تؤكد أنّ أغلبية الجنسين يجدون اهتمامات متشابهة بمشاكلهم من قبل صديق الفيسبوك، ويمكن تفسيرها بأنّ هذه الفئة الطلابية تعاني من ضغوط نفسية واجتماعية وتتحصر في مشاكلهم النفسية والاجتماعية والعاطفية والدراسية وغيرها، ممّا يدفع بتعزيز علاقاتهم الافتراضية لتصبح أكثر حميمية أكثر من علاقاتهم الواقعية فيؤدي ذلك بالابتعاد عنها أو انخفاض تفاعلاتها، ويكون الخراط الأفراد في سرد المشاكل بناءً على توقّعاتهم من الآخرين في تلبية تلك الحاجات.

وهو ما تؤكده نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يمثل التوقع الجزاء والاحتمال والخاصية المحددة التي يتوقعها الجمهور من الوسيلة الاتصالية، فحسب "بليد" و"كاتز" فإنّ مطالب الجمهور من الإعلام، أو كما يسمّيها "ميندلسون" (Mendelsohn) "ترقّب عاطفي" باحتمالات وقوع أحداث معيّنة لها توقّعات معيّنة، وبالتالي فإنّ الإشباع مرتبط بالتوقّعات الإيجابية من جمهور وسائل الاتصال (عبد الحميد ص.، 2023، صفحة 80)

جدول (56): يبيّن الهوية التي يدخل بها أفراد العيّنة إلى الفيسبوك

المتغيّرات	التكرارات	النسب المئوية %
أستخدم هوية حقيقية	239	59.8
أستخدم هوية مستعارة	161	40.2
المجموع	400	100

يقول "الصادق رابح": (إنّ الفرد يسعى إلى التلاعب بهويته بهدف دفع محاوريه والمتفاعلين معه إلى التعامل معه على أساس أنّ هذه الهوية المتخيّلة الفنتازمية هي هويته الفعلية، ويستطيع، بهذا الشكل، أن يشارك في المنتديات الحوارية بهوية أستاذ، مثلاً، بينما هو طالب، أو من سكان القرى رغم أنّه من سكان المدن، أو كبير في السن بينما هو مراهق، أو امرأة بينما هو رجل، فلقد منحت الإنترنت الأفراد إمكانية "تجريب" وتقمّ [أشكال مختلفة للذوات / الهويّات، بهدف معاينة ماذا يمكن أن يحصل عند ذلك عند تقمّ [هويّات مختلفة (الصادق، 2014، الصفحات 125-126)، وبناءً عليه بهدف معرفة الطريقة التي يدخل بها أفراد العينة إلى موقع الفيسبوك، طرحنا عليهم السؤال (24) التالي: (هل تستخدم في الفيسبوك هويّة حقيقية أم هويّة مستعارة؟).

من خلال النتائج أعلاه أكّد (59.8%) من المبحوثين أنّهم يدخلون إلى حسابهم عبر الفيسبوك باستخدام هوية حقيقية، في حين قال (40.2%) منهم أنّهم يدخلون إلى الفيسبوك باستخدام هوية مستعارة.

بداية نؤكّد أنّ لفهم دوافع الأفراد في إقامة علاقات افتراضية والتي تنطلق من التفاعل الاجتماعي الافتراضي، لا بدّ على الباحث أن يستغلّ [طبائع الشخصية التي يدخل بها المستخدمون إلى حساباتهم، وهو ما يساعد على فهم الآلية الافتراضية للرغبة في إشباع هذا النوع من الشخصية، ولذلك نحن نرى هذا المزيج بين الشخصيات أو الهويات الفيسبوكية بين الحقيقية والمزيّقة أو الوهمية، وهذا ما نحن بصدد معرفته.

قدّم كل من "تركلز" 1995 و"ماركس" و"ناريس" 1986 طرحهم الذين أكّدوا فيه وجود ثلاثة أنواع من الشخصيات والتي بدورها تحكم عملية التواصل في المجتمعات الافتراضية: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 45)

1- الشخصية الفعلية (Actual Self) وهي الشخصية الموجودة في الواقع ويستخدمها في تواصله بالآخرين.

2- الشخصية الحقيقية: وهي التي تجسدها الذات الحقيقية، ولا وجود لأي خداع أو أفنعة، فهي الذات الطبيعية بدون تزييف أو تحريف.

3- الشخصية المثالية: حيث يطمح كل مستخدم أو غيره أن يتقمصها، ويسعى أن يتواجد بها عبر الشبكة. لذلك يرتبط كل حساب في الفيسبوك بإسم أو صورة يستدل من خلالها على الهوية الافتراضية للمستخدم، وعلى هذا الأساس يتم اتخاذ قرار بشأنها من قبل الآخرين، إما بقبول إضافتها إلى قائمة الأصدقاء أو حظرها وحجبها خوفا من تهديد الخصوصية، ومن بين الأسباب التي تدفع الأشخاص رفضهم الدخول في علاقات اجتماعية مع آخرين هو تقمّم الكثير من شخصيات مستعارة وهويات مزيفة، بصور وأسماء غير حقيقية ومخالفة لهويته في الواقع.

ويشير في هذا الاتجاه "عبد المالك الدناني" إلى أنّ انتحال الشخصية يعتبر من أكثر صور العصر، بل أطلق عليها الباحثون بتسمية جريمة الألفية الثالثة، وذلك لسرعة ارتكابها، وهي تتجسّد في استخدام الأفراد هويات شخصية أخرى بطريقة غير شرعية، وتهدف إما للاستفادة من الضحية أو بغرض القيام بأعمال منافية وتسهّل ارتكاب جرائم مختلفة (صافا، 2015، صفحة 85).

ويمكن القول بأنّ الأفراد يستخدمون هويات مختلفة في العالم الافتراضي يتمّ بواسطتها فتح حسابات على الفيسبوك، وممارسة التفاعل الافتراضي سواء بالتعليقات والمنشورات وإرسال الرسائل الشخصية أو الجماعية، وهذه الشخصية المتبنّاة تكتسب ثقمتها من خلال إسمها المعلن وصورتها المطابقة للحقيقة، وهنا تظهر لنا جدية الأفراد في بناء علاقات اجتماعية افتراضية تتسم بالأمان والخصوصية، أمّا الذين يتقمصون شخصيات غيرهم من المشهورين (أسماء زعماء، فنانيين)، أو بأسماء غير مفهومة مكتوبة بلغات رومانية ورموز مختلطة أو علامة لا تشير إلى اهتماماته أو ميوله، يصعب معها تحديد هويته وطبيعة حسابه، إلا أنّنا نجد هذه الهويات المزيفة تشارك في التفاعل من خلال التعليقات والنقاشات في الصفحات الافتراضية ولها منشورات خاصّة بها، وكذلك نجد أنّ لها نشاطا رقميا كثيفا يريد صاحبه من خلالها صناعة بصمة له وإثبات هويته الافتراضية وإقناع الآخرين بها، وفي كثير من الأحيان تتناقض أو تتعارض كليًا أو جزئيا مع شخصياتهم الحقيقية، في الصفات والنوع والطبائع التي لا تمتّ له بأية صلة في مجتمعه الحقيقي.

ويعرّف "نديم منصور" في كتابه (سوسيولوجيا الإنترنت): (الهوية الافتراضية لا يحدّها حدود جغرافية، بل هي ساحة في الفضاء السيبراني، تتفاعل مع المواطنين الكوئيين الآخرين انطلاقا من خلفيات متعددة، يمكننا تحديدها بثلاث خلفيات: الإطار الذاتي للشخصية؛ أي هويته الوطنية المحلية، والإطار الافتراضي للشخصية؛ أي هويته

الافتراضية العالمية، الإطار الثقافي الطبيعي الذي ينطلق منه المواطن الافتراضي نحو الإطار الكوني الواسع (رايس و ميلودي، 2019، صفحة 260)، وتعرّف أيضا بأنها الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كأداة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين (نومار، 2012، صفحة 8)، ويشير "إتزشايد" (Etzscheid) بأن الهوية الافتراضية هي مجموع الآثار المكتوبة أو المحتويات السمعية أو البصرية أو رسائلنا في المنتديات أو بيانات الاتصال أو أعمال الشراء أو المعاينة التي نتركها خلفنا بوعي أو بدون وعي من خلال إبحارنا على الشبكة ومبادلاتنا التجارية أو علاقاتنا في المواقع المخصصة، فالأنترنيتيون يظهرون وجودهم - الوجود الافتراضي - من خلال علامات نصية، صوتية وبصرية، فالهوية في الفضاء الافتراضي تحدد من خلال عنوان البريد الإلكتروني أو الإسم المستعار أو الصورة الرمزية التي يقدمها الأنترناتي وغيرها من الأشياء التي قد لا تعكس هويته الحقيقية، أو لا تقدم القدر الكافي من المعلومات لمعرفة حقيقته (غمشي، 2018، صفحة 151).

ففي المجتمع الحقيقي تتجسد الهوية بحضور الشخص فيزيائيا أثناء الاتصال الشخصي، فلقد نتج عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة اختلالا وظيفيا لمعنى الهوية وفهما آخر لسياقات التماهي الهوياتي، حيث إنّ معطى الهوية الرقمية لم يتم تحديده فعليًا؛ فهل هو الإسم الذي يحمله المستخدم في الفيسبوك أم صورته في عالمه الفيزيائي، أم هي هويته الفكرية والثقافية التي يستدل عليها رقميًا، فكثير من نخب المجتمع البارزة قد لا تستخدم إسمها وصورتها الحقيقية ولكن رغم ذلك يعرف الآخرون أنّه صاحب الصفحة، وبالتالي فإنّ إشكالية التعاطي مع الهويات الرقمية يختلف تماما مع تعاطينا مع هويات حقيقية مجسدة في عالمنا الحقيقي.

فلنعقد من الزمن استخدم مصطلح الصورة الذات من قبل القائمين على نظرية التفاعل الرمزي، ولكن في الوقت الحاضر أصبح أكثر انتشارا بوصفه مصطلحا للذات، والسبب لتغير هذا المصطلح هو أنّ علماء الاجتماع قاموا بوضع نظريات بشكل متزايد لعديد من أبعاد وأنواع وأنماط الذات، وبكلّ وضوح يدلّ مفهوم الذات على هذا.

فقد أدرك هذا المعنى "جورج هربرت ميد" (Meed)، ولكنه لم يوضّحه؛ بأنّ الناس لهم ذوات متعدّدة، ولها أبعاد مختلفة تتممّن: كيف أنّ الارتباط العاطفي للأفراد ينوع ذواتهم؟، وكيف أنّ الموقف العام أو الخاص هو بمثابة ذوات متعدّدة؟، وكيف ترتبط الثقافة والقواعد الأخلاقية والذوات المختلفة؟، وكيف ترتبط الذوات المختلفة بالذوات المحدّدة؟، وما الترتيب علوًا أو انخفاضًا في التسلسل الهرمي للذات في مواقف مختلفة؟ (جونانان، 2019، صفحة 160).

وفي هذا الاتجاه يؤكّد "غورير فيليب" (Guerrier Philippe, 2003) أنّ توارى بعض الشباب وراء تعددية الذات والهويات، واستخدامهم لهويات متعدّدة أساسا في غرف الدردشة والمنتديات، أين يتبنّى الذكور شخصيات

الإناث، ويظهر الكبار على أنهم صغار، والبطّالون على أنهم موظفون أو أطباء أو مهندسون، كما تظهر عملية بناء الهويات أيضا في مواقع الألعاب الإلكترونية التي يقوم بها الأطفال في تجريبهم للأدوار الاجتماعية التي يقدمونها (Guerrier, 2003).

ضف إلى ذلك أنّ الهويات في العالم الافتراضي تكون في إطار عملية ذهنية، يلجأ إليها المتقمّم □ ليس بغرض إيهام الآخرين بأنه "هو ذاته"، بل هو من قبيل التقمّم □ الوجداني لشخصية أحبّها أو تمثل له قدوة، أو تشترك معه في خصاء □ معنوية في شخصيته، لذلك فإنّ الدلالة الرمزية للهوية الرقمية التي يكشف عنها المستخدمون لا يمكن الحكم عليها بالصواب أو الخطأ إلاّ بعد تفقّد حساباتهم في الفيسبوك، فلا يهّم من هذا أو ذاك كما هو فيزيائيا، ولكن تحديد الدوافع من غرض التعرف هي التي تترك لمخيلة الفضول أن تسأل صاحب الحساب من أنت؟، ومن تكون؟، فيجيب هو عن هويته.

وحسب نتائج الجدول التي أفصحت بتفضيل أغلبية أفراد العينة الدخول إلى حسابهم في الفيسبوك باستخدام هوياتهم الحقيقية بنسبة (59.8%)، الأمر الذي يعكس وعي الطلبة بضرورة بناء حساباتهم باستخدام هويات حقيقية، لأنهم لا يميلون إلى استخدام هويات مستعارة متقمّصة وهم بصدد تكوين علاقات اجتماعية افتراضية، لأنّ دوافعهم لأجل توسيع دائرة معارفهم وأصدقائهم يعيقها استخدام حسابات وهمية إلاّ لأغراض أخرى تقع في هوى ونفس المستخدم، فهو لن يجد قبولا ضمن قائمة الأصدقاء، وسيتم العامل معه من طرف المستخدمين بريية وحذر شديدين، وقد يتخذ معه كلّ الإجراءات مثل الحذف أو الحظر النهائي، وهو ما يدل على رغبة أفراد العينة بقبول أصدقاء لهم هويات حقيقية، لأنّ العلاقات الاجتماعية الجادة تتطلب هوية حقيقية لكلا الطرفين، ممّا يؤدي إلى تعزيز تجاربهم في التواصل الشخصي، مع الأصدقاء والأهل والمقرّبين.

وفي هذا الشأن يرى "حسن الرّزو" أنّ ظاهرة غياب الاتصال وجها لوجه مع الآخر يجعل الشباب أسرى لذ □ المكتوب أو لصور الفيديو، فتغيب الأحاسيس الحقيقية المفعمة بالمشاعر والتعبير الصادقة، وتغيب جميع مفردات لغة الجسد التي تولّد صلة الدفء مع الآخر، فتكون أحاسيس من يخفي شخصيته الحقيقية أحاسيسا مختزلة (الرّزو، 2007، صفحة 274).

ويمكن تفسير هذا التوجّه بأنّ أفراد العينة بصفتهم أعضاء في مجتمع طلابي، فمن أجل نجاحهم في نسج علاقات اجتماعية واسعة وصادقة والحفاظ عليها؛ مع زملاء الجامعة والأساتذة والباحثين ونخبة المجتمع الذين يتعرّف عليهم في مشواره الجامعي، فمن الضروري التعاطي مع هذه الفئة بدرجة من الرّقي والتحصّر، والتحلّي بالمسؤولية اتّجاه تفاعلاتها وسلوكياتها الرّقمية، وهو ما يعزّز التفاعل الاجتماعي الإيجابي أمام الرأس المال الاجتماعي، فمن المنطقي

إذن استضافتهم إلى الحساب الافتراضي بهوية حقيقية، وإلا سيضطر إلى الكثير من التبريرات، ويكون مرجحاً أمام مجتمعه وبيئته، ولا نقصد بالهوية الحقيقية الاسم فقط أو الصورة، لأن كثيراً من الحسابات على الفيسبوك بأسماء أخرى وبصور رمزية ولكن أصحابها معروفين للمجتمع، من خلال منشوراتهم ونشاطهم الرقمي وتفاعلاتهم التي تدل على هويتهم، مما يعتبر شرطاً أساسياً في بناء الثقة والمصداقية وتفادي الشكوك حول هويته ونواياه الرقمية.

فقد أظهرت دراسة استطلاعية أجراها كل من (Christofides & Desmarais, 2009) أنّ الذين يظهرون هويتهم على صفحة الفيسبوك هم أكثر قدرة على التحكم في الخصوصية، ويميلون إلى التفاعل بكل حرية مع أدوات الخصوصية في المنصة، وأشارت الدراسة إلى أن استخدام الأفراد لهويتهم الحقيقية في الفيسبوك يزيد من الثقة بين المستخدمين، من حيث المصداقية، وقام الباحثون بتحليل نماذج من السلوكيات عبر الموقع، فأظهرت دوافعهم في المشاركة والتواصل بشكل واسع، بفضل حسن استخدامهم لأدوات الخصوصية المتاحة، وهؤلاء لهم درجة عالية من الوعي الذي يساهم في زيادة وتعزيز التفاعلات الاجتماعية بشكل إيجابي.

وبالرغم من أنّ الوسائط الاجتماعية تتيح سهولة إنشاء حسابات بأية هوية يرغب فيها المستخدم، إلا أنّ إدارة الفيسبوك تعتمد إلى حجب الكثير من لهم هويات غير حقيقية، بل تعتمد إلى إفعال الحسابات، وتطلب منهم تأكيدها في أجل محدّد زمنياً وإلا ستغلق نهائياً، وهذا الإجراء من شأنه أن يحدّ أو يقلّل من توظيف هويات مستعارة أثناء فتح صفحة فيسبوك، ويكون التأكيد بإرسال صورة للهوية أو صورة لبطاقة أو جواز السفر، وهكذا يسجّل الفيسبوك الحساب بإسم المستخدم كما ورد في هوية بطاقة التعريف الوطنية، كما يعكس هذا السلوك التزام أفراد العينة بالقوانين والسياسات الخاصة بشروط الاستخدام، وهذا السلوك الحضاري الذي تظهره هذه الفئة. وهو ما تؤكّده "جونانان إتش تيريز" بأنّ البحث التجريبي كشف عن أنّ لدى الناس العديد من الهويات المحتملة متضمّنة مفهوماً عاماً عن أنفسهم، وآخر خاصاً للشخص نفسه، ولا يوجد هناك إجماع حول أنواع الهويات الأساسية، ولكن هناك قائمة عن الميزات التي تعمل بها لتوضح الحالة للتنظير بخصوص أنواع الهويات وبعض الهويات ترتبط بدور محدّد في بناء اجتماعي خاص (جونانان، 2019، صفحة 160).

ومن جهة أخرى صرّح أفراد العينة بنسبة (40.2%) أنّهم تستخدم هويات مستعارة حين أنشأت حسابها في الفيسبوك، ويشير هذا أنّ لهذه الفئة أكثر من حساب تتعاطى معه مع شرائح مختلفة، وربما لكل حساب دوافعه ووظيفته التي تحددها حاجات المتصلين للإشباع، وبذلك ينتج لدينا أكثر من هوية متقمّصة في الفضاء الرقمي، وهذا الأمر خطير للغاية؛ لأنّ تعدّد الهويات في الفضاء الرقمي يتيح التلاعب بمستقبل الاتصال والتواصل، وبذلك يتضرّر كثير من المستخدمين من تقمّ هويات أو حتى قبول حسابات تحمل هويات مستعارة ويدخلون مجبرين

في علاقات عاطفية افتراضية معها، ضف إلى أنّ البعض يستخدم أكثر من حساب بأسماء مستعارة وبجنس مختلف لإقامة علاقات مختلطة.

فقد توصلت دراسة إلى أنّ أكثر من (50%) من الشباب عينة الدراسة يملكون أكثر من حساب فيسبوك، وهذه الحسابات هي بجنس مختلف وبأسماء مزيفة، وبيّنت الدراسة أنّ الولد قد يستخدم اسم بنت والبنت قد تستخدم اسم ولد، وأشارت إلى أنّ هناك وضع سنّ زائف عبر الحساب، وفسّرت الدراسة أنّ التفاعلات التي تتم بين الأبناء والآخريين عبر الفيسبوك لا تعكس النموذج الأصلي لهم، وهذا ما تطرق إليه عالم النفس الاجتماعي "أريك أركسون" فقد أكد أنّ تشكل أزمة الهوية حين يبدأ الفرد في البحث عن مصادر جديدة للمعنى والانجاز والقيمة (ساحلي و كزيز، 2017، صفحة 129).

وفي دراسة متصلة في هذا السياق أشارت دراسة "أفنان قطب" أن (82%) من عينة الدراسة يرون بأنه لكل مستخدم الحرية في استخدام اسم حقيقي أو مستعار في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تؤكد (21%) أن الأسماء المستعارة تتيح لهم الفرصة للتعبير عن الآراء بحريّة مطلقة، ويعبر (19%) بوعي حيث يرون أنّ الأسماء المستعارة قد تؤدي لعواقب شخصية وأمنية، وأظهرت الدراسة أنّ (17%) ترى أنّه يجب على مواقع التواصل الاجتماعي الزام مستخدميها باستخدام أسماء حقيقية (قطب، 2020).

ويؤكد "محمد القوصي" في هذا الجانب أنّ المستخدم قد يكون في نيته عدم كشف عمره الحقيقي لتزييف شخصيته أثناء التحدث الإلكتروني، فيظهر الصّغير بأنّه كبير، والكبير على أنّه صغير، فيمكنه ذلك من القفز عبر السنّ، فيكون بمقدرته الدردشة مع أيّ شخص [] يريد بغضّ النظر عن عائق العمر، ممّا يجعل عددا كبيرا من الأشخاص المنطوين يصبحون ذوي شخصيات جريئة على الإنترنت بخلاف الواقع (القوصي، 2009، صفحة 530).

ويفسّر الباحث هذه النتيجة بأنّ هذه الفئة من المبحوثين قد تجد أريحة في تقمّ [] هويّات أخرى، لأنها تمنح لهم التجوال والإبحار في الفيسبوك كيف ما شاؤوا دون رقابة اجتماعية ولا أخلاقية، وتسهّل لهم الدخول في علاقات اجتماعية افتراضية عادية أو عاطفية متعدّدة، حيث يطلق العنان للتعبير عن شخصيتهم الحقيقية ودوافعهم النفسية التي يخجلون أو يرحجون للبوخ بها أمام مجتمعهم الحقيقي، الذي يفرض قيودا أخلاقية وشرعية وعرفيّة على الكثير من السلوكيات، وهو ما يبرّر حجم الساعات الكثيفة والاستخدام اليومي دون انقطاع، كما أنّ هذه الحالة تحدث اضطرابات في شخصيتهم الحقيقية وتؤثر على نمط اتصاهم الشخصي الذي يفقداهم التوازن في الواقع، وتؤدي إلى إدماخهم على تقمّ [] عدة هويّات رقميّة ما ينتج عنه عزلة وانطوائية تحدّ من اتصاهم الواقعي.

ويضيف (عبد المحسن العصيمي، 2004) أنه من خلال الطريقة التي يظهر بها الشخص □ أمام الآخرين سواء من اختياره اسم أو لقب أو كنية والمؤهل الذي يضعه لنفسه والمنصب والجنس الذي يختاره يساعده في ذلك عدم معرفة الشخص □ الآخر به، لذا يعتبر الشّات عالماً رجباً لنمط التفاعل اللازم المسؤول عن الخصوصيات، ويشمل ذلك خلطاً من الاهتمامات والمشاعر والهويّات يصاحبه خلطاً من الأكاذيب والقص □ المختلفة ويبقى على المستخدم البحث عن الخيوط الصحيحة في المعلومات أو الصدق مع هذا الخليط الممزوج (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 208).

وقد استعرضت "حسية قيدوم" دوافع دخول الشباب في علاقة افتراضية عبر الإنترنت التي تتم بإخفاء الاسم والظهور باسم مستعار أو مزيف، وكذا غيابه الفيزيائي وبعده الجغرافي كلّها عوامل تدفع بالفرد إلى الكشف عن مكبوتاته دون أن يشعر بأدنى خطر، أو أن تكون لأفعاله الافتراضية انعكاسات على حياته الواقعية، ويقابل ذلك أيضاً يقين بأنه يستحيل الالتقاء في يوم من الأيام مع الرفقاء الافتراضيين في الواقع، فالشعور بالأمان وغياب الخطر يتأكد أكثر إذا تعلّق الأمر بعلاقة افتراضية بين الجنسين (قيدوم، 2008، صفحة 12).

وتتفق نتيجة الدراسة مع دراسة "أفنان قطب" التي بينت أن (75%) من أفراد العينة يستخدمون أسماءً حقيقية، بينما (25%) يستخدم أسماءً مستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي (قطب، 2020)، بينما تختلف نتيجة الدراسة مع نتيجة (العصيمي، 2004) في أنّ (32.9%) من المبحوثين يخفون شخصياتهم وأسمائهم المستعارة بشكل دائم، و(19%) يخفون ذلك أحياناً، و(12%) يخفون الشخصية والإسم نادراً، كما أنّ (12.7%) لا يخفون الإسم والشخصية، أي أنّ نسبة من يستخدمون أسماءً مستعارة ويخفون شخصياتهم الحقيقية أكبر من تلك التي تفصح عن حقيقة شخصياتها، وفي ذلك دلالتين أولهما هي الخوف من الإفصاح عن حقيقة الشخصية وعدم الثقة في أصدقاء الشات، والثانية هي ارتفاع نسبة الكذب والخداع على الشات أو الرغبة في الظهور بشخصية ما، ممّا يجعل المستخدم يظهر بشخصية زائفة تناس ما كان يريد أن يكون عليه في الواقع.

ومن جهة أخرى تختلف نتيجة الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (يامين بودهان) حيث أظهرت أنّ (66%) من أفراد العينة يستخدمون أسماءً مستعارة، و(34%) يفضلون كتابة أسمائهم وألقابهم الحقيقية، فمن خلال مقابلات أجراها الباحث مع شباب من خلال حوارات دردشة عبر موقع سكايب، أكد أنّ هناك تجلّ واضح في اصطناع الهويّات عبر المحادثات الإلكترونية، حيث أنّ الهويّات تمتزج فيما بينها ولا تظهر الهوية الحقيقية من الزائفة، وأضاف أنّ استخدام الهويّات المستعارة بدافع التلاعب بالمتحاورين معهم، حيث يستهويهم هذا بنفسياتهم وأعصابهم لأجل التلاعب والكذب والتشفي منهم (بودهان، 2012، الصفحات 59-60).

جدول (57): يبيّن الهوية التي يدخل بها أفراد العيّنة في الفيسبوك عند متغيّر الجنس.

المجموع الكلي		الإناث		الذكور		المتغيّرات
%	ت	%	ت	%	ت	
59.8	239	60.8	129	58.5	110	أستخدم هوية حقيقية
40.3	161	39.2	83	41.5	78	أستخدم هوية مستعارة
100	400	100	212	100	188	المجموع

تتمّة لنتائج الجدول السابق الذي أكّد فيه أفراد العينة أنّهم يدخلون بأغلبية إلى حساباتهم عبر الفيسبوك بأسماء أو هويات حقيقية، يوضّح لنا الجدول دخول الباحثين بهويات مختلفة حسب متغيّر الجنس، ورغم أننا نلاحظ تقارباً في النسب بين الجنسين، فمن خلال الجدول يتضح الآتي:

- في المرتبة الأولى أغلبية إناث يدخلن إلى الفيسبوك باستخدام هوياتهن الحقيقية بنسبة (60.8%)، أمّا الذكور فيدخلون إلى حسابهم باستخدام هويات حقيقية حيث بلغت نسبتهم (58.5%).

- أمّا الباحثون الذين يستخدمون هويات مستعارة للدخول في الفيسبوك، فقد احتل الذكور المرتبة الأولى بنسبة (41.5%)، بينما جاءت الإناث اللواتي يستخدمن الفيسبوك بهويات مستعارة بنسبة (39.2%).

والملاحظ من النتائج اختلاف النسب المئوية في الفتيّن، حيث توجد فروقات كبيرة في طريقة دخول أفراد العينة إلى الفيسبوك، فأغلبية الجنسين من الذكور والإناث يستخدم هويات حقيقية، ولا يخفون هوياتهم عن أصدقائهم أو يتسترون بهويات أخرى في العالم الافتراضي.

وهذا ما تؤكّده اختبار كا² فقد أظهرت أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الذكور والإناث لهويات حقيقية أو مزيفة عند الدخول في الفيسبوك، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (0.227) أقل من قيمة كا² الجدولية (3.84) بمستوى ثقة (0.634) عند درجة حرية 01.

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
غير دال	3.84	0.634	01	0.227

ولا تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (بودهان، 2012) التي أظهرت أنّ الذكور هم أكثر فئة تفضّل كتابة أسمائهم وألقابهم الحقيقية مقارنة بالإناث، حيث أنّ (62.5%) من الذكور يستخدمون هوياتهم الحقيقية ولا يستعملون أسماءً مستعارة أثناء وقت الولوج إلى الشبكة، على عكس الفتيات فقد أظهرت النتائج أنّ (54%) منهنّ يفضّلن التواري خلف أسماء وشخصيات مستعارة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في رغبة أفراد العينة بتقديم أنفسهم في المجتمع الرقمي بصورة حقيقية، حتى يتسنى لهم الحفاظ على ذواتهم وكسب المزيد من التأييد الاجتماعي أثناء تعرّضهم للمشكلات النفسية والاجتماعية، كما تعكس النتيجة وعي الباحثين بضرورة التقيّد بسياسة الفيسبوك، من أجل الحصول على الحماية والخصوصية عند اختراق حساباتهم، ضف إلى ذلك أنّ كلا الجنسين يمكن أن يتفاعلا مع مستخدمين آخرين قد يكونون أفرادا قلة أو جمهورا واسعا، لذلك يسمح استخدام الهويات الحقيقية بتجنّب حدوث صدمات شخصية أثناء الدردشة والتفاعل، وأيضا يمكن أن يكون استخدام هويات حقيقية أو مستعارة عند كلا الجنسين بالنظر إلى مساحة الحرية التي تمنح لهم، سواء في تمثيل أنفسهم في الصفحات الفيسبوكية من خلال التعبير عن الآراء والمشاعر بدون قيود اجتماعية أو خوف من المراقبة أو التعرض للنقد، وأيضا استخدام هوية محدّدة قد يكون من قبيل التكيف مع الفضاء الرقمي الذي يعجّ بالغرباء وكثير من التفاعلات المزعجة أو التي لا يرغب الباحثون في الانكشاف عليها، وهو ما يدعم احتفاظهم بخصوصيتهم في البيئة الرقمية المعقّدة، وهذه الغايات لا تقتصر على جنس محدّد بل هي مشتركة ومتماثلة بين الجنسين، وتخضع لعوامل مختلفة وثقافة رقمية لدى الذكور والإناث، وتترتّب بنية كلّ فئة بكيفية وطريقة تسيير حسابها بناءً على طبيعة العلاقات الاجتماعية التي يريدون نسجها في الفيسبوك.

فقد لاحظ كل من (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)، وجود علاقة إيجابية بين استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية بالهوية الحقيقية، وبين مزايا الاتصال الشخصي لبناء علاقاتهم الاجتماعية، حيث يمكنهم التواصل بكلّ سهولة وتبادل المعلومات بشكل وثير، ممّا يسهم بشكل إيجابي في بناء الرأس المال الاجتماعي لهم، ويخلق لديهم بيئة افتراضية تفاعلية أكثر ثقة وصدقا، نتيجة الشعور بالتعامل مع أشخاص حقيقيين، ويشاركوهم الاهتمامات ويعبرون عن أنفسهم بكلّ ثقة، ممّا يؤدي إلى زيادة في تعزيز الروابط وبناء علاقات قويّة على المنصات.

جدول (58): يبيّن الهوية التي يدخل بها أفراد العينة في الفيسبوك عند متغيّر السنّ.

المجموع الكلي		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيّرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
59.8	239	56.5	13	54.3	57	62.1	169	أدخل باستخدام هوية حقيقية
40.3	161	43.5	10	45.7	48	37.9	103	أدخل باستخدام هوية مستعارة
100	400	100	23	100	105	100	272	المجموع

يظهر الجدول دخول الباحثين بهويات مختلفة حسب متغيّر السنّ، ويمكن توضيح النتائج كما يلي:

- أفراد العينة الذين يدخلون إلى الفيسبوك باستخدام هوياتهم الحقيقية في المرتبة الأولى فئة 18-25 حيث جاءت بنسبة (62.1%)، تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (56.5%)، ثم فئة 26-33 سنة (54.3%)

- أما أفراد العينة الذين يدخلون باستخدام هويات مستعارة فقد تبين أنّ فئة 26-33 جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (45.7%) تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (43.5%)، ثم فئة 18-25 بنسبة (37.9%).

ورغم تقارب النتائج إلا أنّ الفئة الأولى بين 18-25 سنة تستخدم هويات حقيقية في الدخول إلى الموقع، بينما نجد أنّ نسبة كبيرة من الفئة الثانية 26-33 سنة تفضل تقمّ هويات مستعارة أثناء دخولها إلى الفيسبوك.

وتبيّن النتائج أنّه لا تظهر اختلافات كبيرة بين الفئات العمرية في نوع الهويات المستخدمة في الفيسبوك، حيث أكّدت نتائج كا² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (2.045) كانت أقلّ من قيمة كا² الجدولية (5.99) عند مستوى ثقة (0.360) بدرجة حرية 02.

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الثقة	كا ² الجدولية	النتيجة
2.045	02	0.360	5.99	غير دال

ويرجع اضمحلال الفروق العمرية إلى عدة أسباب يمكن تلخيصها في العوامل المشتركة لدى هذه الفئات والتي تؤثر بشكل ملحوظ في قراراتهم اتجاه الهوية المستخدمة، وهذا القرار نابع من شعورهم بضرورة التحكم في هويّتهم الرقمية بشكل يتيح لهم خوض تجارب حقيقية مع الآخرين، كما تلعب التوقعات الثقافية دورا بالغ الأهمية في دفع الأفراد إلى هذا السلوك، بغض النظر عن الخوف على الخصوصية والشعور بالأمان وطموحهم في إثبات الذات من خلال التعبير بشكل منفتح خاصة لدى فئة 18 و 25 سنة التي تعتبر حديثة في الجامعة، وبشكل عام تعكس هذه الهويات حاجات إنسانية قد تكون متشابهة نوعا ما لظروف أجبرت الباحثين على نهج هوية محدّدة، كما يمكن تفسيرها بأنّ أغلب الفئات أشارت إلى استخدامها لهوات حقيقية، وقد يلعب عامل العمر دورا مؤثرا في استخدام هويات بعينها، وهو ما سيأتي تفصيله في الجدولين الآتيين.

فقد ذكرت دراسة "أماني رضا" أن استخدام الأسماء المستعارة مرتبط بعامل العمر، حيث صرّحت عينة الدراسة أنّهم كانوا يستخدمون الأسماء المستعارة عندما كانوا في مرحلة الثانوية، أما حاليا في المرحلة الجامعية فيستخدمون الأسماء أو الهويات الحقيقية (قطب، 2020، صفحة 215).

ومن جهة أخرى نجد أنّ هذه النتيجة لا تتفق مع دراسة (نومار، 2012) في نتائجها المتعلقة بفئة الذكور من فئة 15 و 25 سنة والتي أظهرت أنّها أكثر استخداما لأسماء مستعارة، مقارنة بالفئات الأخرى، بينما اتفقت مع نتيجتنا المتعلقة بالفروق حيث بيّنت أنّه لا توجد فروق كبيرة بين مستخدمي الأسماء المستعارة والحقيقية حيث أنّ

(37.35%) من ذكور هذه الفئة يستخدمون أسمائهم الحقيقية في مقابل (42.64%) يستخدمون هوية مستعارة، أما الإناث من نفس الفئة العمرية فقد بيّنت الدراسة أنّهم يدخلن بأسمائهن الحقيقية بالدرجة الأولى بنسبة (53.57%) بينما تدخلن إليه (46.42%) بأسماء مستعارة. كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (قطب، 2020) التي بينت عدم وجود فروق إحصائية بين الجنس والعمر في نوع الهوية المستخدمة، حيث أن أغلبية الذكور والإناث يستخدمون اسمهم الحقيقي بنسبة (55.6%) و(75.6%) على التوالي، بينما يستخدم (44.4%) من الذكور و(24.4%) من الإناث هويّات مستعارة، كما تستخدم الاسم الحقيقي فئة 18-25 بنسبة (75.9%) وفئة 25-35 (70.3%) وفئة الأكثر من 34 سنة (79.5%)، أما الاسم المستعار فتستخدمه فئة 18-25 بنسبة (24.1%)، ثم فئة 25-35 (29.3%)، وفئة الأكثر من 35 (20.5%).

جدول (59): بيّن دوافع استخدام المبحوثين للهوية الحقيقية في الفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
حتى يجداك معارفك بسهولة	185	55.7
حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك	59	17.8
حبّ الظهور	31	09.3
حتى يشعر الطرف الآخر بالأمان	57	17.2
المجموع	332	100

من أجل الكشف عن دوافع أفراد العينة الذين يستخدمون أسماءً حقيقية أثناء دخولهم للفيسبوك، طرحنا عليهم

السؤال (25): (إذا كنت تستخدم هويتك الحقيقية للدخول في الفيسبوك فما هي دوافعك؟).

يوضح الجدول أنّ الدافع الأول لـ (55.7%) من أفراد العينة من استخدام هوية حقيقية في الفيسبوك هو حتى يعثر عليهم معارفهم بسهولة، وقال (17.8%) أنّه بدافع كسب ثقة المتفاعلين معهم، بينما أشار (17.2%) أنّ دافعه في الدخول إلى الفيسبوك باستخدام هوية حقيقية هو حتى يشعر الطرف الآخر بالأمان، ونجد نسبة (09.3%) من المبحوثين عبّرت عن دافعها رغبة في حبّ الظهور.

وبشأن تقديم تفسير لدوافع دخول أفراد العينة بهوية حقيقية بيّنها الباحث كما يلي:

- تبين النتائج أنّ أغلبية الطلبة تبرّر دوافعها في استخدام هويّات حقيقية بالمرتبة الأولى بهدف العثور عليهم بسهولة من معارفهم سواء الأهل والأقارب ومعارفهم وأصدقائهم الحقيقيين، وأيضاً من تربطهم بهم علاقات سابقة كالأستاذة وزملاء الدراسة، أو لتسهيل العثور عليهم من طرف مستخدمين آخرين، لأنّ الفيسبوك يتيح ربط

المستخدمين بعلاقات مع معارفهم الجدد وحتى القدامى، وهو ما يوحي بجديّة هذه الفئة ورغبتها في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية، ممّا يتيح حساباتهم للجميع، فمن خلال كتابة الاسم فقط في خانة البحث، يتم إيجاده بطريقة سهلة، حيث يمكنهم إرسال أو استقبال طلبات صداقة لأشخاص حقيقيين.

- وفي المرتبة الثانية عبّر أفراد العينة عن دوافعهم للدخول بهوية حقيقية حتى يحظون بثقة المتفاعلين معهم، مثلما تطرقتنا إليه في النتائج السابقة، حيث أنّ الطلبة لا يتفاعلون مع الحسابات الوهميّة ولا يدخلون في علاقات اجتماعية مع أشخاص غرباء، ذلك أنّ الثقة شرط أساسي لبناء علاقات صداقة أو علاقات عاطفيّة، ولذلك وجب استخدام هوية حقيقية من خلال اسمه وصورته وجنسه وعمره وغير ذلك ممّا يتطلبه التسجيل في الفيسبوك لأول مرة، فالشعور بالأمان يمنح التعامل بأريحيّة دون خوف أو حذر مثلما نجده أثناء تعاملنا مع حسابات وهمية.

- في المرتبة الثالثة نجد أنّ فئة من أفراد العينة تدخل إلى الفيسبوك بهوية حقيقية حتى يشعر الطرف الآخر بالأمان، وهو نفس درجة الثقة التي لا بد من توفرها في بناء علاقات اجتماعية افتراضية ملؤها الاطمئنان والارتياح، ضف إلى ذلك لتفادي هذه الفئة تعرّضها لرفض طلب الصداقة أو حذف الحساب أو الحظر أو التبليغ عنها، لأنّ الفيسبوك يتيح التبليغ عن الحسابات الوهميّة فيتم حجبتها، وتميل هذه الفئة غالباً إلى تبادل مشاعر الحبّ والعواطف لذلك فإن سعيها لبناء علاقات عاطفية عبر الفيسبوك يكون أولويته إحساس الطرف الآخر بدرجة كبيرة من الأمان.

- أما في المرتبة الرابعة فقد أكّد عينة من الطلبة بأنّها تدخل بهويّة حقيقية لأنّها ترغب في الظهور أو البروز في صفحاتها حتى يعرفها الجميع، وهذه الفئة تميل أكثر إلى النّشر والتعليقات والمشاركة والتفاعل والمحادثات والردود وغيرها، وبالتالي يحقّقون شهرة افتراضية بسهولة.

- وتعكس النتائج إفصاح أفراد العينة عن هويّتهم الحقيقيّة، بدوافع مختلفة، حيث بينت دراسة (Cho, 2007) أنّ الأفراد الذين يستخدمون الشّات في محادثاتهم للبحث عن أصدقاء وإقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين أكثر إفصاحاً عن ذاتهم من أولئك الذين يستخدمون الشّات بهدف تبادل المعلومات، كما أثبتت أنّ الدافع لإقامة علاقات مع أصدقاء الشّات هو مزيد من الحديث عن النفس (cho, 2007, p. 212).

ويرى الباحث أنّ دخول أفراد العينة في علاقات اجتماعية افتراضية يعتمد على مدى مصداقيّة حسابات الآخرين، لأنّها تعبّر عن ذواتهم في المجتمع الحقيقي، وتصبح تلك الهوية أيقونة ترتبط بها ذاته ولها صورتها الانطباعية، وبالتالي يسهل معرفتها والتفاعل معها، إمّا بقبول إضافتها إلى قائمة الأصدقاء أو حظرها وحجبتها خوفاً من تهديد الخصوصية والأمان، وهو ما يعكس حرص هذه الفئة تقديم نفسها في الفيسبوك كما هي بالطباع والصفّات التي

ألفها وعرفها الناس عنهم في المجتمع الحقيقي، على خلاف الأشخاص الذين يتبنون شخصيات مستعارة يتقصدونها بغرض الاستخدام، وفي كثير من الأحيان تتناقض أو تتعارض كلياً أو جزئياً مع شخصياتهم الحقيقية، في الصفات والنوع والطبائع التي لا تمت له بأية صلة في مجتمعه الحقيقي.

وفي هذا الإطار أوضحت دراسة "سام غوزلينغ" (Sam Gozling) عالم النفس الأمريكي بجامعة "تكساس" عن البيانات الواردة على صفحة الشخص الخاصة على الفيسبوك، حول ما إذا كانت المعلومات التي يقدمها المشتركون عن أنفسهم كالسن والجنس وباقي البيانات حقيقية أم وهمية فقط؛ تهدف إلى إظهاره بشكل مثالي، فتوصل إلى أنّ الانطباعات التي تأخذ عن الشخص في المواقع الاجتماعية على الأغلب ما تكون دقيقة ولا تتأثر برغبة الشخص في أن يظهر بصورة مثالية، ويؤكد بقوله: (تفاجأت من النتائج، لأنّ الاعتقاد السائد بأنّ الناس يستخدمون الفيسبوك للترويج عن انطباعات محسنة عن أنفسهم، لكن في الواقع تفيد استنتاجاتنا أنّ الشبكة الاجتماعية على الإنترنت تعكس صورة واقعية لأصحاب الصفحة على الفيسبوك)، ويضيف "بودهان يامين" في هذا الاتجاه أنّ الذين يصرّحون بهوياتهم الحقيقية لا يكثرثون بإظهار معلوماتهم كأسمائهم وأعمارهم الحقيقية، ولا يشكّل لهم ذلك إشكالا أو تهديدا ما داموا يستعملون الإنترنت استخداما سليما وإيجابيا (بودهان، 2012، صفحة 64).

جدول (60) يبيّن دوافع استخدام المبحوثين للهوية الحقيقية في الفيسبوك عند متغيري الجنس والسّن

إجمالي الإجابات	الإناث						الذكور						المتغيرات	
	أكثر من 34		33-26		25-18		أكثر من 34		33-26		25-18			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
55.7	185	00	00	57.7	15	49.6	61	61.5	08	47.1	33	69.4	68	حتى يجدر معارفك بسهولة
17.8	59	00	00	19.2	05	15.4	19	15.4	02	25.7	18	15.3	15	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
09.3	31	00	00	11.5	03	13	16	07.7	01	10	07	04.1	04	حب الظهور
17.2	57	10	02	11.5	03	22	27	15.4	02	17.1	12	11.2	11	حتى يشعر الطرف الآخر بالأمان
100	332	10	02	100	26	10	12	100	13	100	70	100	98	إجمالي الإجابات

تظهر النتائج أنّ أغلبية الذكور والإناث من كلّ الفئات العمرية متفقون على الدافع الأول للدخول إلى الفيسبوك

بهيوة حقيقية (حتى يجدر معارفك بسهولة)، وهو ما يدلّ على أنّه لا يوجد اختلاف كبير في دوافع هذه الفئات.

- فالذكور بين 25-18 سنة يدفعهم استخدام هوية حقيقية سهلة إيجادهم من قبل معارفهم بنسبة (69.4%)، في مقابل فئة 33-26 بنسبة (47.1%)، وفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (61.5%)، كما جاءت الإناث في فئة 25-18 بنسبة (49.6%)، وفئة 33-26 بنسبة (57.7%)، أمّا فئة الأكثر من 34 سنة فسببها معدومة (00%).

- كما أنّ أغلبية الذكور بين 33-26 سنة يستخدمون هوية حقيقية حتى يحظون بثقة المتفاعلين معهم بنسبة (25.7%)، ثمّ فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (15.4%)، ثمّ بفارق طفيف جدا تليها فئة 25-18 سنة بنسبة (15.3%)، في مقابل الإناث من فئة 33-26 سنة بنسبة (19.2%) وفئة 25-18 سنة بنسبة (15.4%)، أمّا فئة الأكثر من 34 سنة رفضت هذا الخيار.

- كما عبّر ذكور أفراد العيّنة عن استخدامهم لهوية حقيقية بدافع شعور الطرف الآخر بالأمان في فئة 26-33 سنة بنسبة (17.1%)، تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (15.4%)، ثم فئة 18-25 سنة بنسبة (11.2%)، مقارنة بالإناث اللواتي عبّرن عن هذا الخيار بنسبة (22%) في فئة 18-25 سنة، أمّا فئة 26-33 سنة جاءت بنسبة (11.5%)، أما الأكثر من 34 سنة فيلاحظ أنّها حصلت على أعلى نسبة في هذه الفئة كون الذين أجابوا عن هذا الخيار هما مبحوثان فقط بنسبة (100%).

- أمّا دوافع حبّ البروز فقد عبّرت عنها الإناث من فئة 18-25 سنة بنسبة (13%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (11.5%)، بينما فئة الأكثر من 34 سنة لم تختّر هذا الخيار، مقارنة بالذكور من فئة 26-33 سنة بنسبة (10%)، ثمّ (07.7%) لفئة الأكثر من 34 سنة، ثم فئة 18-25 سنة بنسبة (04.1%).

ويظهر من إجابات المبحوثين أنّه توجد اختلافات في التكرارات بخصوص الخيارات الأربعة المقترحة عليهم، حيث بيّنت اختبار χ^2 يؤكّد وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الذكور والإناث لهوية حقيقية عند الدخول في الفيسبوك، حيث أنّ قيمة χ^2 الجدولية (25) أقل من قيمة χ^2 المحسوبة (27.09) عند مستوى ثقة (0.028) ودرجة حرية 15.

النتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
<u>دال</u>	25	0.028	15	<u>27.09</u>

يمكن تفسير التباين الكبير بين الجنسين في الدوافع انطلاقاً من الثقافة الرقمية ووعي المستخدمين باستخدام الهويات الحقيقية، فهي أكثر ملائمة لهم، وتعزّز من بناء علاقات اجتماعية في بيئة افتراضية أكثر صدقاً وموضوعية وموثوقة، بخلاف الهويّات المستعارة التي تعيق نجاح التواصل الفعّال بين الأفراد، فهذا السلوك من الممكن أن يقلّل من الضغوطات الاجتماعية التي ترتبط بالعمر والجنس، ويؤدّي إلى الشعور أكثر انتماءً واندماجاً في المجتمع الافتراضي.

فقد أوضح (Venkatesh & all, 2003) أنّ نظرية الاستخدامات والإشباع تدعّم استخدام الأفراد لهويّاتهم الحقيقية لتلبية احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية، حيث يؤدّي ذلك إلى تعزيز الشعور بالانتماء والاندماج الاجتماعي في الفيسبوك، ممّا يحقّق زيادة في الإشباع الاجتماعي والرّضا النفسي بغضّ النظر عن العمر والجنس، وبناء علاقات اجتماعية أكثر قوّة وتفاعلية.

جدول (61): يبيّن دوافع استخدام المبحوثين للهوية المستعارة في الفيسبوك.

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليك أحد	61	39.4
الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية	22	14.2
رغبة منك في تقمّم شخصية غير شخصيتك	17	11
ميل عاطفية لا تريد البوح بها لأحد معروف	30	19.4
لفشلي بمواجهة العالم عند تعرّضي لمشكلة	11	07.1
لعب كلّ الأدوار	14	09
إجمالي الإجابات	155	100

بهدف معرفة دوافع استخدام أفراد العينة لهوية مستعارة في الدخول إلى الفيسبوك طرحنا عليهم السؤال (26) التالي: (إذا كنت تستخدم اسماً مستعاراً فما دافعك؟).

من خلال النتائج أشار (39.4%) من أفراد العينة أنّ دوافع استخدامهم لهوية مستعارة على الفيسبوك هو رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليهم أحد، وقال (19.4%) أنّهم دافعهم هو ميل عاطفية لا يريدون البوح بها لأحد معروف، بينما تمثّلت دوافع (14.2%) بسبب الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتهم الحقيقية، في حين أكّد (11%) أنّهم يدخلون إلى الفيسبوك باستخدام هوية مستعارة رغبة منهم في تقمّم شخصية غير شخصيتهم الحقيقية، وقال (09%) من المبحوثين أنّ سبب الدخول إلى الفيسبوك بهوية مستعارة هو الرغبة في لعب كلّ الأدوار، وأكّد (07.1%) أنّ دافعهم هو الفشل في مواجهة العالم عند تعرّضهم لمشكلة.

نشير بداية إلى أنّ تقمّم الفرد لهوية مزيفة أثناء استخدام الفيسبوك للتواصل مع الآخرين الذين شكّل معهم علاقات اجتماعية وربما حاول الانتقال بهم إلى الواقع الحقيقي، قد يكون عائفاً أمامه لتحويل تلك الصداقات لعلاقات حقيقية، أو قد يحدث وأن يلتقي بهم صدفة في أماكن أخرى في الواقع، ويتعرّف عليهم غير أنّه لا يستطيع التواصل معهم مباشرة، وهو ما يدفعنا للحديث عن التضليل الذي تمارسه هذه الشخصيات الوهمية، هذا بالإضافة أن تعودده على شخصيات افتراضية متعدّدة يجعل ذاته الحقيقية تتيه وتضيع مع الذات الافتراضية، ما يضيّع عليه فعلاً فرصة التواصل الحقيقي وإنشاء علاقات اجتماعية مستقرة في الواقع بسبب الوهم الذي يجعله معزولاً في فوطة الذات الفيسبوكية.

وتظهر هذه النتائج دوافع الفئة التي قالت أنها تدخل إلى الفيسبوك بھوية مستعارة ويمكن تفسيرها كالتالي:

- رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليهم أحد وهو ما يعكس نيتهم في استخدام الموقع دون قيود ولا ضوابط، حتى يتفادون رقابة المجتمع الحقيقي والمجتمع الافتراضي على حد سواء فهذه الفئة تجد راحتها ومنتهى لذتها في تصفح الفيسبوك لإشباع حاجتها التي لا تجد لها تلبية في الواقع، والظاهر من النتيجة أن الفيسبوك قد يطلق العنان لمستخدميه بالتصرف كيف شاؤوا ونشروا وتعليقوا وغيره ما لم يبلغ عنه في تجاوز الحدود الأخلاقية المسيئة للقيم، فإن الفيسبوك يتصرف حياله بالغلاق.

- رغبة في تقمّم شخصيّة غير شخصيتهم لأن الكثير من المجتمع الشباني الآن يتقمّم قذوته التي يحبّها ليس فقط في المجتمع الافتراضي بل حتى في مجتمعه الواقعي الحقيقي، نظرا لتأثير شخصية معينة على سلوكياته وفكره وطباعه، فيتّرحم هذا في الفيسبوك حتى يمنحه شعورا بقيمته وأناه النفسية والاجتماعية، وحتى يعلم من يريد إضافته هويته الرياضية أو العلمية أو التاريخية أو الدينية أو السياسية أو القومية وغيرها.

- ميول عاطفية لا يريدون البوح بما لأحد معروف وهذه الميول تدفعهم إلى تقمّم العديد من الهويات وليس هوية واحدة، لأنهم في بحث مستمر عمّن يشبع رغباتهم ويرضي عواطفهم، وغالبا ما نجد هذه الهويات لذكور بأسماء إناث أو إناث بأسماء ذكور، أو للبحث في الإباحية أو ما يسمّى بالجنس الثالث، أو (المختئين جنسيا)، وهو ما يطرح مدى خطورة هذه الفئة التائهة في الفضاء الافتراضي التي لم تجد إشباعا حقيقيا لدوافعها وحاجاتها، وهو ما يطرح إشكالا بخصوص تحديد معنى الهوية، لأنّ الكثير من متقمّصي الهوية المستعارة في الفضاء الافتراضي هم في الحقيقة يعبرون عن هويتهم الحقيقية المكبوتة في المجتمع الحقيقي، لكن ميولهم الجنسية والعاطفية دفعتهم للاحتجام عن الظهور، ذلك أنّ الفيسبوك ضمن لهم الإبحار بكل سرية وفعل ما يريدون دون حرج أو خجل وتكوين علاقاتهم بالشكل الذي يرغبون، لأنهم بالفعل استطاعوا تجاوز الرقابة الاجتماعية والدينية والأخلاقية المفروضة عليهم، وهذا النوع من التخفي عبر الهويات المستعارة ينطلق من الرغبة في تحقيق أهداف شخصية تدفعها الرغبة في المشاركة والتفاعل مع مجتمعات تفرض عليها قيود في الواقع، ولكنها أكثر انفتاحا وتحمل ثقافات وميولات معيّنة.

وتعتقد "شيري تركل" أنّ ما سمح بظهور الشخصيات المتعدّدة في الفضاء الافتراضي هو خصاء هذا العالم الذي يظهر الأفراد الحقيقيين بأنهم غرباء أو مجهولين لدى الآخرين، وأنه في حقيقة الأمر أنّ هذه هي شخصيتهم الحقيقية في الواقع ولكنهم يستخدمونها فقط أثناء الحديث مع غرباء، بيد أن هذا المستخدم عندما يواجه العالم

الحقيقي فإنه يتحدث معهم بشخصية ترغب في نيل رضاهم ومدحهم بدافع الحصول على المكانة أو الدعم الاجتماعي والنفسي (عبد الفتاح، 2009، صفحة 46).

وهو ما يعني أنّ الشخصية التي يظهر بها أفراد العينة في الفيسبوك حتى لو كانت مستعارة فإنها هي شخصيتهم الحقيقية لممارسة ما هو ممنوع عليهم في واقعهم، ويجعلون من إبداءه أو إشباعه، أمّا في الواقع فقد يظهر الأفراد بشخصيات غير حقيقية لأنهم لا يستطيعون مواجهة العالم الحقيقي إلا بهذه الشخصية التي تجد عنانها في فضاء الفيسبوك، والتي لا تستطيع معارضة القيم والمعايير الاجتماعية إلا خلف ستار الشخصية المتقمّصة.

- الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتهم الحقيقية: فهذه الفئة تبحث عن تبرير لدوافعها من خلال افتقادها للأمان والثقة وهي تستخدم الفيسبوك، خوفاً من كشف هويتها الحقيقية وتعرضها لمشاكل اجتماعية و نفسية، فهي تريد استخدام الفيسبوك بكل هدوء دون التعرّض لخصوصيتها، وتكوين علاقات اجتماعية خاصة بها، إشباعاً لحاجة الهروب من الواقع الحقيقي ومشاكلها الاجتماعية.

- لعب كلّ الأدوار: وهذه الفئة تريد الحصول على قدر كبير من الحرّيّة والرّاحة دون خطر عليها، لأنها لم تفصح عن هويتها الحقيقة وهو ما يتيح لها فعل أي شيء في هذا الفضاء الافتراضي، وغالبا ما تكون هذه الهوية مزعجة للكثير، وتتعرض للحظر والحذف والتبليغ عنها والغلق.

- الفشل في مواجهة العالم عند التعرّض لمشكلة: وهي الفئة التي تمارس نشاطها الرقمي بهوية مستعارة بدافع الهروب من مراقبة المجتمع الحقيقي، لأنها تتعرض للاضطهاد والنقد المستمرّ، ولا مكان لها في هذا المجتمع، وهذه الشخصية نجدها في ضعاف النفوس أو المنعزلين عن واقعهم الحقيقي الذي يتهرّبون من معالجة مشاكلهم وخلافاتهم فيه، لذا فهم يستخدمونها تفادياً للإقصاء والتهميش، ويبدوا أن مشاكلها في بيئتها تعترض إشباعها لحاجاتها المختلفة فتلجأ إلى تقمّم شخصيات مستعارة في المجتمع الافتراضي.

وفي هذا السياق توصلت دراسة "أفنان قطب" بأنّ على رأس دوافع أفراد العينة في استخدام أسماء مستعارة هو لأجل إخفاء الهوية، يليها التهرب من الصغوبات الاجتماعية، ثم الخوف من عواقب التعبير عن الرّأي، ثم لتجنب التحرّش والمضايقات الإلكترونية، ثم بهدف التسلية فقط، وأخيراً للاحتيال الإلكتروني (قطب، 2020)، وهو ما يعطي ذريعة لتعدد الهويات والشخصيات في مواقع التواصل والتي تزداد ضحاياها كل يوم. ولأجل ذلك يفرّق باحثون بين عدة شخصيات تنتج عن التفاعلات الاجتماعية: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 46)

1. الشخصية المادية: وهذه الشخصية تكون أساس التفاعل الاجتماعي الذي يحدث أثناء الاتصال المواجهي.

2. الشخصيات المعدّدة: وتبرز هذه الشخصية بذات غير ذاتها، ولا تعتبر حقيقة متأصلة في الشخصية الحقيقية، بل تعمل على تضليل الآخرين نحوها ويتواجد هذا النوع من الشخصيات عبر الفضاء الافتراضي فقط.
 3. الشخصية الحقيقية للفرد في الإنترنت: وتبرز الشخصية الافتراضية التي تتطابق مع ذات المستخدم الحقيقية.
 4. الشخصية الافتراضية: وهي التي تستخدم الإنترنت للظهور والتواصل، مع إبراز ملامحها المادية كالحسابات التي تحمل صورا للدلالة عليها، أو أحداث تبيّن حقيقتها، حتى يعرفها الآخرون.
- وفي منظور الإستخدامات والإشباعات توجد العديد من الدوافع لاستخدام الأفراد للهويات المستعارة نوضحها في النقاط التالية:

- تلبية الحاجات الاجتماعية والنفسية: تشير إلى أنّ الأفراد لهم ميول نحو توظيف أسماء مستعارة لتحقيق مختلف الاحتياجات في الفضاء الرقمي كتعبير عن التواصل والانتماء والتفاعل، وبلوغ الإشباع والرضا النفسي.
 - تجارب اجتماعية: وهذا بدافع خوض تجارب شخصية، والتفاعل مع مختلف البيئات الافتراضية، تفاديا للالتزام بشروط وسياسة المنصة بهدف الحصول على المتعة مع أشخاص آخرين دون الحاجة إلى كشف هويته.
 - الحصول على أكبر قدر من الرضا: قد يكون توظيف الأسماء المستعارة كجزء من تلبية حاجات ورغبات الأفراد الشخصية، فيما يتعلّق بالخصوصية أو التنفيس عن النفس بكل حرية لتجنّب المضايقات وغيرها.
- فقد استعرض "شرفاوي" وآخرون (Cherkaoui & all, 2016) دراستهم حول فهم دوافع استخدام الأفراد للهويّات المستعارة وكيفية تأثيراتها على سلوكيات المستخدمين وتجاربهم عبر الشبكات الاجتماعية، حيث أجريت الدراسة على عينة متنوعة من المستخدمين، وتمّ تحليل مجموعة من الأنماط السلوكية والتفاعلات الاجتماعية والأبعاد النفسيّة لهم، وأظهرت الدراسة أنّ تأثير الهويّات المستعارة يصل مداه إلى تهديد العلاقات الشخصية الحقيقية، لأنّ الانغماس والشعور بالمتعة والخصوصية يقود إلى علاقات مشبوهة أكبر انفتاحا، ممّا يدفع بهم إلى استعراض عديد الشخصيات عبر حسابات وهمية كثيرة، والتعبير والتفاعل بوضعيات مختلفة، وأكّد الباحثون أنّ هذا النشاط قد يؤثّر أيضا على طرائق التعبير عن المشاعر والعواطف في العلاقات الرومنسية، وسيقود حتما إلى تغيير في نمط التفاعل والردّة مع الأطراف الأخرى ضمن العلاقات.
- ومن جهة أخرى أوضحت نتائج دراسة (بودهان، 2012) أنّ معظم أفراد العينة بنسبة (58%) يفضلون التستر وراء أسماء وشخصيات مستعارة، خوفا من أن يتعرّف عليهم أن يتعرّف عليهم أحد، لذا لا يصرّحون بحقيقة أسمائهم ومعلوماتهم الحقيقية حين يدخلون لمواقع معيّنة كمواقع المنتديات والردّة الإلكترونية، وأظهرت الدراسة

أنّ (23%) من مجموع المستجوبين يخفون أسمائهم الحقيقية رغبة منهم في تقمّم شخصيات غير شخصياتهم، لاستكشاف الآخرين ولعب أدوارهم الاجتماعية.

ويوضّح "عزّي عبد الرحمن" أن تقمّم الشباب لهويات الآخرين مرده ميلهم النفسي للتمرد على المجتمع بغرض لفت الانتباه وربما تأكيد الذات، سيما أنّ مرحلة الشباب والمراهقة كما أكّدت الدراسات النفسية والسلوكية، حيث تتسم هذه المرحلة بتحوّلات نفسية واجتماعية وجسدية تجعل الشباب غير متوازن نسبياً، ومن ثمّة عرضة للتقلّبات النفسيّة والمزاجية، ويكون هذا الأمر داع كي يجعل الشباب يحاول لفت انتباه الآخرين إلى وضعه وتميّزه، فهو يريد أن يقول أنه كائن متميّز ومستقل ويختلف عن أترابه، ويمتلك من السمات والمهارات ما لا يمتلكه الآخرون، وذلك ما يتطلّب اعتراف الآخرين له وتقديرهم له (عزّي، 2010، صفحة 1).

جدول (62): بيّن دوافع استخدام المبحوثين للهوية المستعارة في الفيسبوك عند متغيري الجنس والسن

إجمالي الإجابات	الإناث						الذكور						المتغيرات	
	أكثر من 34		33-26		25-18		أكثر من 34		-26 33		-18 25			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
39.4	61	33	02	42	09	42	32	4	0	40	1	23	0	رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون التعرّف عليه
		.3		.9		.7		0	2	.7	1	.8	5	
14.2	22	33	02	14	03	09	07	4	0	14	0	19	0	الخوف من أن يتعرف الآخرون على حقيقته
		.3		.3		.3		0	2	.8	4		4	
11	17	00	00	04	01	12	09	0	0	14	0	14	0	رغبة منك في تقمّم شخصيّة غير شخصيتك
				.8				0	0	.8	4	.3	3	
19.4	30	16	01	23	05	18	14	2	0	18	0	19	0	ميل عاطفية لا تريد البوح بها لأحد معروف
		.7		.8		.7		0	1	.5	5		4	
07.1	11	16	01	09	02	06	05	0	0	07	0	04	0	لفشلي في مواجهة العالم عند تعرّضي لمشكلة
		.7		.5		.7		0	0	.4	2	.8	1	
09	14	00	00	04	01	10	08	0	0	03	0	19	0	لعب كلّ الأدوار
				.8		.7		0	0	.7	1		4	
100	15	10	06	10	21	10	75	1	0	10	2	10	2	إجمالي الإجابات
	5	0		0		0		0	5	0	7	0	1	

تظهر النتائج في دوافع استخدام أفراد العينة هويات مستعارة عند متغيري الجنس والسّن اختلافا طفيفا في النتائج بين الجنسين، حيث جاءت دوافع رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليك أحد في المرتبة الأولى وبتوافق كل الفئات، إذ يمكن عرضها كالاتي:

- رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليك أحد: توزعت نسبها على الإناث حيث جاءت في فئة 26-33 سنة بنسبة (42.90%)، ثم فئة 18-25 سنة بنسبة (42.70%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (33.30%)، أما ذكور أفراد العينة في فئة 26-33 سنة بنسبة (40.70%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (40%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (23.80%).

- الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية حيث جاءت لدى إناث أفراد العينة في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (33.30%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (14.30%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (09.30%)، أما ذكور أفراد العينة فقد جاءت في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (40%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (19%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (14.80%).

- ميول عاطفية لا تريد البوح بها لأحد معروف حيث جاءت لدى إناث أفراد العينة في فئة 26-33 سنة بنسبة (23.80%)، ثم فئة 18-25 سنة بنسبة (18.70%)، تليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (16.70%)، أما بالنسبة لذكور أفراد العينة فقد جاءت في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (20%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (19%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (18.50%).

- لعب كلّ الأدوار حيث جاءت لدى أفراد العينة فقد جاءت في فئة 18-25 سنة بنسبة (19%)، تليها فئة 26-33 سنة بنسبة (03.70%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة والتي جاءت نسبتها معدومة في هذه الفئة، أما إناث أفراد العينة في فئة 18-25 سنة بنسبة (10.70%)، تليها فئة 26-33 سنة بنسبة (04.80%)، ونفس الملاحظة لفئة الأكثر من 34 سنة التي جاءت نسبتها معدومة.

- لفشلي بمواجهة العالم عند تعرّضي لمشكلة فقد توزعت نسبها على الإناث حيث جاءت في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (16.70%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (09.50%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (06.70%)، أما ذكور أفراد العينة في فئة 26-33 سنة بنسبة (07.40%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (04.80%)، وبخصوص فئة الأكثر من 34 سنة فقد جاءت أيضا نتائها منعدمة في هذا الخيار.

- رغبة منك في تقمّ □ شخصيّة غير شخصيتك فقد توزعت نسبها المتقاربة على ذكور أفراد العينة في فئة 26-33 سنة بنسبة (14.80%)، تليها فئة 18-25 سنة بنسبة (14.30%)، أما فئة الأكثر من 34 سنة فقد

جاءت أيضا نتائجها منعدمة في هذا الخيار، في مقابل الإناث في فئة 18-25 سنة بنسبة (12%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (04.80%)، ونفس الملاحظة لفئة الأكثر من 34 سنة التي جاءت نسبتها معدومة.

ويعكس الخيار الأول في دوافع استخدام هويّات مستعارة (رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليك أحد)، أنّ أفراد العينة يبحثون عن فضاء للتنفيس يوفّر لهم مساحة التعبير بكل حرية دون قيود، وكذلك يسمح للمستخدم أن يظهر بالصورة التي يريد أن يرسمها في مَحْيَلَة الآخرين بعيدا عن صورته الواقعية الشّاحبة في بيئته الاجتماعية والتي يعجز عن تحقيقها في الواقع الاجتماعي.

فقد أوضحت نتائج دراسة (Huang, 2006) التي أظهرت أنّ المبحوثين ينجذبون إلى الشّات لأنه يوفّر لهم السبيل للترويج عن أنفسهم والتعبير عمّا بداخلهم، كذلك فهم يظهرون فيه بالوضع الذي كانوا يريدون أن تكون حياتهم عليه، ويتعدون عن واقعهم المؤلم الذي يعانون فيه من الوحدة (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 208).

- ومن خلال نتائج كا² يتبيّن، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الذكور والإناث لأسماء مستعارة، حيث أظهرت النتيجة أن قيمة كا² المحسوبة (16.30) أقلّ من قيمة كا² الجدولية (37.65) عند مستوى ثقة (0.910) بدرجة حرية 25.

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
<u>غير دال</u>	<u>37.65</u>	0.910	25	16.30

يرى الباحث أنّ هذه النتيجة تعكس رغبة الطلبة في بناء هويّات مختلفة تستجيب للبيئة الافتراضية، وبالتالي قد تتلاشى الفروق في الجنس والعمر، لأنّ هذه الهويّات المستعارة على تنوّعها ستقود إلى التعبير بكل حرية عن ميولهم، ممّا ينتج لنا معاني ورموز تحمل انطباعات مختلفة عن الأشياء والأشخاص وكذلك الأحداث، فتقود إلى عدم التماثل في الدوافع، كما قد يواجه المبحوثون تحديات بخصوص الأمان والحماية وتجنّب النقد اللاذع، خاصة عند التعبير عن ميولات غير مرغوبة في المجتمع الواقعي، فأفراد العينة من طلاب العلوم التكنولوجية قد يدفعهم الفضول إلى حب المغامرة والاستكشاف أثناء الخوض أو الانخراط في مجتمعات يحظر التواصل معها في المجتمع الحقيقي، وبالتالي فإن هذه الرغبات والدوافع لا يمكن أن تقتصر على جنس محدد أو فئة عمرية محدّدة، بل تتداخل معها عوامل عديدة خارجية.

جدول (63): يبيّن الدوافع والحاجات الشخصية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك.

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية
الدردشة والتواصل كضرورة شخصية	329	25.1
تمضية الوقت فقط	108	08.2
متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني	73	05.6
تقدير الذات وحبّ البروز بالحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات	156	11.9
متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرين	90	06.9
المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية	148	11.3
الألعاب الإلكترونية	78	05.9
تحقيق الخصوصية الشخصية	156	11.9
عرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها	80	06.1
البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف	94	07.2
إجمالي الإجابات	1312	100

يهدف الكشف عن دوافع المبحوثين الشخصية طرحنا عليهم السؤال (27) كآتي: (فيما تتمثل دوافعك وحاجاتك الشخصية من استخدام الفيسبوك؟).

تظهر النتائج أنّ أفراد العينة وبأغلبية كبيرة يضعون على رأس قائمة دوافعهم وحاجاتهم الشخصية لاستخدام الفيسبوك حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (25.1%)، يليه (11.9%) من المبحوثين تؤكد أنّ دافعهم هو تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات، بنفس النسبة مع دافع تحقيق الخصوصية الشخصية، يليه (11.3%) بدافع المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية، ثمّ تمضية الوقت فقط بنسبة (8.2%)، ثمّ دافع البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف بنسبة (7.2%)، ثمّ بدافع متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون، يليه (6.9%)، بينما نجد (6.1%) بدافع عرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها، في حين نجد (5.9%) من أفراد العينة قالوا أنّ دوافعهم الشخصية لاستخدام الفيسبوك هو الألعاب الإلكترونية، وفي الأخير متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني بنسبة (5.6%).

استطاع الفيسبوك منذ إنشائه جلب العديد من المستخدمين نظرا لخدماته المتميزة في إرضاء الأفراد وتلبية مختلف حاجاتهم، ولأنّ المجتمع الحقيقي لا يوفر لهم إشباعات تلبي تلك الحاجات، فقد سمحت الوظيفة التواصلية للفيسبوك أن تكون منطلقا لطموحات الأفراد وآمالهم في بناء توقّعات إيجابية حول تكوين علاقات اجتماعية افتراضية من خلال تواصلهم بالفيسبوك، لذلك شكّلت دوافعهم حاجات تتأسس عليها نوعيّة الخدمات التي تُحقّق وتبني علاقاتهم الاجتماعية.

ويؤكّد باحثون أنّ وسائل التواصل الاجتماعي تعمل على تنمية المهارات الحياتيّة والسلوكيّة والاجتماعيّة، واكتشاف المواهب والقدرات الشخصية وتنميتها، والشعور بتحقيق الذات والرضا عن النفس ممّا ينعكس إيجابيا على تعامل الفرد مع أسرته وتكيفه معها (اللبان، 2013، صفحة 203)، كما تعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال عملية معقدة، ترجع لعدة عوامل متشابكة منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجّهاها، والعوامل الشخصية ومنها أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع، نوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الإعلامية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للفرد، إذ أنّ لكلّ هذه المتغيّرات أو بعضها تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها (عدلي و نهي، 2008، صفحة 298).

وفي هذا الإطار لاحظ "هارولد لازوال" ورفاقه وجود أنماط متشابهة في استخدام الناس لوسائل الاتصال، ممّا دفعهم في عام 1972م إلى تقديم أربع وظائف تؤدّيها وسائل الاتصال لجمهورها في السياق الاجتماعي (المكي، 2016، صفحة 117):

- العلاقات الشخصية: الاستعاضة بوسائل الإعلام عن الرفقة.
 - الهوية الشخصية: كل ما يتعلّق بتعزيز تقدير الذات.
 - الالهاء: أي الهروب من الرتابة أو مشاكل الحياة اليومية.
 - المراقبة: الحصول على معلومات تتعلق بالمحيط.
- ومن جهته اعتبر عالم الاتصال "إليهو كاتز" أنّ الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام والتي يمكن أن تقدم للفرد وتؤثر في سلوك الاتصال الشخصي انحصرت في الآتي: (الهيبي، 2008، الصفحات 126-127)
- وظيفة المنفعة: حيث أن اتجاه الفرد الى وسيلة معينة أو مضمون معين يتحدد في ضوء النفع العائد عليه من هذه الوسيلة أو ذلك المضمون.

• **وظيفة الدفاع عن الذات:** وتعكس هذه الوظيفة رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي شكلها عن نفسه ورفض ماعداها.

• **التعبير عن القيم:** فكلما دعمت وسائل الاعلام القيم السائدة في المجتمع شعر الفرد بالرضا عن هذه الوسائل

• **الوظيفة المعرفية:** وتتمثل في حاجة الفرد الى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه.

ويمثل الدافع بالنسبة للمستخدم ذريعة قهرية لدخوله في اتصال وتواصل مع الآخرين الذين سيخوضون معه تجربة افتراضية قد تستجيب لدوافعه أو قد لا تستجيب لها، فالشخص □ في تفاعله الرقمي سيحدد حجم رضاه عن الخدمة من خلال تشبعه منها، لأنّ رغبته في نسج علاقات افتراضية تنسجم ودوافعه التي انطلق منها، فبحثه الحثيث في الفضاء الافتراضي لإرضاء غروره في إثبات ذاته الرقمية المتقلّبة بين دوافع شخصية التي تريد حضور الأنا ضمن التفاعلات الرقمية، وبين دوافع معرفية ونفسية وأخرى اجتماعية، هذه الأنا الرقمية تمكّنت من تشكيل صورة ذهنية متأدّجة تتخذ من الفضاء التواصلي ذريعة لإشباع متغطرة عارضة قد تزول بزوال الوسيلة، أو تذهب لذّتها بغياب السبب.

ويذهب الدكتور "يوسف النعيمي" بأنّ ظهور أية شبكة اجتماعية في مجتمع ما مرتبط ارتباطاً وثيقاً بسياقات الانتشار وبيئتها، وإذا كان البعض يشير إلى مفهوم التبيئة وأهميته في اكتناف الظاهرة وتطورها فإنّ عوامل التبيئة ما هي إلا مؤشّرات لواقع المجتمع، وإذا كانت نظرية انتشار المبتكرات قد أشارت إلى التصاق مفهوم الانتشار بالحاجة والتقبل، فإنّ أفراد المجتمع لجؤوا للشبكات الاجتماعية ومنها الفيسبوك لحاجة في أنفسهم يودّون قضاءها، وإذا كانت نظرية الاستخدامات والإشباع ركزت على الحاجة كمحور أساس فإنّ هذه الحاجة قد تكون ضرورية أو مكتسبة (النعيمي، 2012).

وهو ما يشير إليه "خضر ساري" بأنّ التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يبعث الرضا لدى الفرد، فقد أكّد الباحثون الاجتماعيون والنفسانيون أنّ الشعور الآتي بالرضا هو حالة وجدانية من المتعة والراحة يحصل عليها الفرد بسبب تعرّضه لوسيلة اتّصال جماهيرية، ممّا يحاول المحافظة عليها لأطول وقت ممكن حتّى بعد انتهاء الموقف الذي ولّدها، ولأنّ الرضا عن الذات حالة تبعث على الارتياح وكلّما كانت العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة موجبة يميل الفرد دائماً إلى تنشيطها بأيّ منبّه، هل له علاقة بها؟، لذلك فإنّ أيّ معلومة أو معرفة يحصل عليها الفرد من وسائل الاتّصال يتمّ إدراكها على أنّها تفيده في تقديم ذاته للآخرين بأنّه شخص □ له اعتبار (ساري، 2005، صفحة 103).

وما دام الإنسان تواصلية واجتماعية بطبعة ويسعى لإشباع هذا التواصل، لأنّ منغصات مجتمعه تحرمه من فرض شخصيته وإشباع عنفوانها، وعند الاقتراب من تلك الدوافع نجدها في مجملها تكمل حاجات شخصية لم يستطع المستخدم تلبيتها أو حتى تحقيقها واقعيًا، لذا يطرح السؤال هل نقل رغبته وحاجاته تلك إلى فضاء أكثر رحابة واتساعًا تحكمه قوانين غير مادية أو فيزيائية؟، وبالتالي تحتكم تلك الدوافع إلى سلسلة من المؤثرات التي تصيغ سلوكه في استخدام الوسيلة الاتصالية بدل عشوائية المجتمع الحقيقي؟، وإلا فإنّ تحقيق جملة من الدوافع الشخصية هو من قبيل تدعيم ذاته الواقعية وشعورها بوجودها وحضورها الافتراضي؛ ومدعاة ذلك تغيّرات كثيرة في ملامح نضجها حتى تصبح شخصية مستكينة تستطيع كسب عوالم افتراضية متعدّدة خاضها في إطار صراعه مع علاقاته الاجتماعية الافتراضية.

لذلك تمنح الخيارات المطروحة جملة من الدوافع الشخصية لأفراد العينة باعتبارهم جزءًا من كيان افتراضي يحققون معه تواصلًا ضمن خوضهم لعلاقات اجتماعية افتراضية، فقد وجد المبحوثون في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك فرصة للتواصل والتفاعل، ذلك أن شخصية المتصل تبحث عن مساحة مرنة لممارسة طقوس وعادات تثبت وجودها، لذلك فإنّ أغلبية عينة دراستنا أكّدت أنّ ما يدفعها لاستخدام الفيسبوك في المقام الأول هو حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية.

فقد بيّنت نتائج دراسة أجراها موقع "بيت كوم" 2011، بعنوان (غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة)، أظهرت نتائجها أنّ غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجؤون إلى الشبكة الإلكترونية بدافع شخصي يتمثل في الدردشة مع الأصدقاء، أو لحاجة العثور على أصدقاء جدد مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، وأوعزت الدراسة ذلك إلى أنّ السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية (arabic.cnn, 2011)

وفي هذا الإطار يعرف "محمد بوبكر" و"عبد الحميد بسيوني" الدردشة بأنها وسيلة اتصال حيّة في الوقت الحقيقي تعتمد على الن [] في نقل المعلومات في بيئة افتراضية، أمّا "جمال صالح" فيرى بأنها وسيلة تعارف وتواصل بين الأجناس بشكل عام، وفيها يتمّ التعارف بين رجل وامرأة، أو رجل ورجل، أو امرأة وامرأة، والبعض يفضل صداقات جادة والبعض يريد تمضية الوقت، وقام بابتكار خدمة المحادثة عبر الإنترنت في أواخر الثمانينات أحد الطلبة الفيلينيديين وهو "جاركو أوبكارتن" عام 1988، حيث كان يسعى إلى تحسين عملية الاتصال المتفاعل بلوحات الإعلانات الإلكترونية من خلال جهازه الشخصي (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 74).

وفي نفس الرأي تؤكد الباحثة "أفنان طلعت" أنه لاتزال العديد من الدراسات القيمة التي تكشف عن دوافع وأسباب بل واستخدام الشباب للفيسبوك، حيث كان من أهم أسباب إقبال الشباب على الفيسبوك دون غيره من مواقع الشبكات الاجتماعية كما حددها (Brutt A. Bum garner)، هي البحث عن صداقات، وإضافة صداقات، التعرف على أصدقاء أصدقائهم، قراءة صفحاتهم، وما كُتِبَ عليها من تعليقات، وتصفح صور أصدقائهم، وتحديث صفحاتهم من خلال إضافة صور شخصية، أو كتابة مقالات تعبر عن آرائهم، وضبط خدمة الخصوصية، والالتحاق بالمجموعات، ومعرفة الأحداث والاشتراك بها بالإضافة إلى دافع التسلية (أفنان، 2015). ويرى الباحث أنّ غرف الدردشة تشغل فضاءات وأمكنة رمزية افتراضية، هدفها تسهيل الحوارات والنقاشات، وتعميق التواصل والتعرف إلى الآخرين، واكتشافهم عن قرب من خلال تبادل أخبار بعضهم وعن جديد حياتهم الواقعية، وتدخل الدردشة ضمن أحد وسائل تعميق التواصل الشخصي الهامّ، وقد يوظفها الكثير من الشباب لأغراض التواصل العام مع زملاء الدراسة أو الأقارب أو في أنشطة رياضية وأمور حياتية أخرى، إلى جانب استخدامها في التسلية عن النفس والترفيه.

فلقد برهن المستخدمون بالنظر إلى إمكانيات الفيسبوك التواصلية أنّ الرغبة في التواصل وتكوين علاقات اجتماعية افتراضية هو الذي يدفعهم إلى الانخراط في عملية اتصال ضمن تفاعلات رقمية، وتقودنا هذه النتيجة إلى التساؤل عن التواصل الشخصي ما قبل الفيسبوك، كيف كان نوعه وما شكله؟. ذلك أنّ تكنولوجيا الاتصال بالرغم من أنّها جمعت فئات بشرية عبر العالم تحت تصنيفات دوافع وحاجات، فإنّها أحدثت نقلة نوعيّة في طبيعة تلك الحاجات، حسب "ماسلو" الذي وضع في قمة هرم الحاجات "حاجة تقدير الذات"، فكيف تتحقق ذات المستخدم في ظلّ التواصل الرقّمي.

وعلى هذا الأساس يمكن وصف ما يواجهه المجتمع الطلابي في مجتمعه الحقيقي هو التجاهل ورفض الاندماج، لأنّ الأجيال السابقة تعتبر هذا الجيل أسوأ طليعة البشرية، وهو حكم معياري لأنها رفضت دخول التكنولوجيا إلى حياتها، ثم إنّ سياقات انتشار التكنولوجيا واجهت في بداياتها عراقيل صلبة، كالتقبّل أو التكيف مع التغيرات الجديدة، لذلك فإنّ مستقبل التواصل البشري مرتبط تماما بمدى قدرة وانسجام هذه الوسيلة التواصلية أو غيرها في تحقيق ذات المستخدم، وبناء طموحه في توسيع علاقاته الاجتماعية، وإذا لم يكن أفراد العينة من هذا المجتمع الطلابي بحاجة إلى التّواصل كضرورة ملحّة لما وجدت عوائق فيزيائية تمنع تواصله ونجاحه في وظيفة بناء العلاقات الاجتماعية.

فالدردشة التي تعتبر اليوم محور عمليات المستخدم التواصلية أحدثت مفارقة جوهرية في لبّ العلاقات الافتراضية منذ ظهورها مع طبيعة الإنترنت، فهي تخلق لهم ظروف افتراضية مرنة سهلة لا تعيقها الحواجز المادية ولا قوانين ولا أحكام اجتماعية أو عرفية أو أخلاقية.

لذلك يؤكد باحثون أنّ جميع الظروف كانت مواتية لأن تكون مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات تواصلية حقة، فهي تشكّل أمكنة افتراضية، تتيح التحدّث عبر غرف الحوار والدردشة، حيث لا يحكمنا الإطار الجغرافي ولا التاريخ، ونتعامل مع هذه المواقع باعتبارها تحمل شحنات ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها، على الرغم من أنّ المكان الافتراضي مصطلح حديث نسبياً، فهو مرتبط بالفضاء التخيلي، أين تغيب فوييا المكان، ويكون الفرد أكثر حرية (بوراس، 2018، صفحة 935).

غير أنّ هذه الدردشة تثير مخاوف بشأن التعلّق والإدمان على استخدام الفيسبوك. وهو ما يحدّر منه الدكتور "درويش اللبان" عندما أشار إلى أنّ خطوط الدردشة عبر الإنترنت ("IRC" Internet Relay Chat Lines) قد تؤدي إلى الإدمان، فبعض الدارسين الأمريكيين معظمهم من الذكور لا يستطيعون أن ينتزعوا أنفسهم بعيداً عن أجهزة الكمبيوتر حتى بعد مضيّ 12 ساعة متواصلة، والقليل منهم واصل الجلوس على الخطّ دون طعام أو حتى الذهاب إلى الحمام حتى لا يخاطر بفقدان بعض الدردشات والمناقشات الساخنة (اللبنان، 2008، صفحة 41).

وكما أشارت النتائج السابقة من سعي الطلبة إلى التواصل مع الجنس الآخر، فهم لا يزالون يبرزون في هذه المرحلة إقبالهم على استخدام الفيسبوك، لأنّ حدود الجنس هنا غير متاحة فلا رقيب على محادثاتهم، لهذا فإنّ الرغبة الشخصية في التواصل وكثافة الدردشات في عالم افتراضي تجاوز إكراهات العالم الفيزيائي، وهي بمثابة قفزة نوعية لتجاوز الرقابة حين يتعدّى الجنسان على القيم، وهذا التعدي أكثر استجابة في المجتمع الافتراضي.

فلقد بيّنت نتائج الدوافع الشخصية أنّ هناك رغبة كبيرة لدى المبحوثين في الدخول إلى موقع الفيسبوك الذي أتاح لهم الانفتاح على العالم الافتراضي، فتواصلهم غير مقيد لا بالزمان ولا بالمكان، ولهذا فإنّ هروبهم من مجتمعهم الحقيقي إلى هذا المجتمع ليس بدافع مجرد التواصل فقط بطريقة عشوائية، بل هو تواصل منظم يستجيب لحاجة الشخص □ في إيجاد مكان له ضمن تشكيل قد يتسم بالصعوبة رغم بساطته، لأنّ حاجتهم للتعرف وكسب الأصدقاء وإنشاء العلاقات الاجتماعية الافتراضية لا تحتاج لذريعة تكنولوجية في تحقيقها، ولكن توفر الوسيلة التواصلية بما تمتاز بها من مقومات التكنولوجيا أجبرت هذه الفئة على التعاطي معها أكثر من غيرها، فحتى مؤسسوا المنصة أقرّوا أنّ الغرض الأول من الفيسبوك هو تحقيق التواصل البشري، فلا غرابة إذاً من أن يكون الموقع

محطة إقبال لأفراد العينة بدوافع تكوين علاقاتهم واندماجهم في التواصل الافتراضي القائم على بساطة خدماته التواصلية وسهولة الخوض في تفاعلات الدردشة بين أعضائه.

وفي مرتبة ثانية تؤكد النتائج أنّ أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدافع تقدير الذات وحبّ البروز أو الظهور من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات، وكذا تحقيق الخصوصية الشخصية، وهذا ما يعكس نشاطهم التفاعلي من تعليقات ومنشورات من أجل لفت انتباه الآخرين إليهم، بأنهم مميزون وفاعلون ولهم حضور قويّ ضمن هذا الفضاء الافتراضي الواسع، وهذه نتيجة طبيعية فحتى في المجتمع الحقيقي تسعى هذه الفئة إلى إثبات ذاتها من خلال مشاركتها في تفاعلات الحياة البسيطة، ونقصد بإثبات الذات هنا، حاجة كلّ فرد إلى إظهار وجوده بإبراز دوره الإيجابي "بقوله أنا موجود".

وتشير "يونغ" و"كريستيانو" أنّ العديد من الدراسات ربطت بين الأنشطة على الإنترنت وتقدير الذات كمؤشر على السعادة النفسية، فقد وجد (Peter & Schouten, 2006) أنّ الاستخدام المتكرر للشبكات الاجتماعية يرتبط بصورة غير مباشرة مع تقدير الذات لدى المراهقين، ومع الدرجة الكلية للسعادة، وعلاوة على أنّ هذه العلاقة يتوسطها ما إذا كان المستخدم يتلقّى تغذية مرتدة أو سالبة، فالتغذية المرتدة السالبة تتنبأ بانخفاض تقدير الذات والسعادة، بينما تتنبأ التغذية المرتدة الموجبة بالصحة الجيدة (Kimberly & Cristiano, 2014, p. 74)

ويكون تقدير الذات في عالم الفيسبوك من خلال اعتراف أعضائه بأنّه مستخدم فعّال ليس فقط بالمشاركة والتعليقات بل إنّ منتج لتفاعلات ضمن سياقات منفتحة تجاوزت حدود العالم الفيزيائي، فصوره التي تظهر كل يوم، وعدد الإعجابات بها، وكنيته التي ترافق هويته الافتراضية، ومنشوراته الصباحية والمسائية التي تعبّر عن حالته الداخليّة، وهو منتج لمحتوى رقمي مرتبط بدوافع ذاتية لا تتجاوز سقف أعضاء جماعته الافتراضية، فردود أصدقائه على تفاعلاته تترك إحساسا لدى المستخدم بقيمة كيانه في الفيسبوك، لذا فهم يدخلون معه في تفاعلات تقديرا لذاته أو خوفا من انفصال التواصل معه، وحبّ الظهور لا يقتصر فقط على حجم التفاعلات في الفيسبوك، بل يتولّد من إحساس الفرد بالقيام بوظيفته التواصلية من خلال تفقد أصدقائه والسؤال عنهم، ومبادلتهم تقديرا يعطيه نوعا من الافتخار بالذات، وهو ما يسهّل من عملية ليس فقط تكوين علاقاته الافتراضية بل هو من قبيل نجاحها وتميّزها واستمراريتها.

غير أنّ الكثير من الباحثين ينتقدون هذا الشعور، حيث تكشف الدراسات عن سلبيات محتملة لاستخدام الفيسبوك على سبيل المثال، حيث أنّ عدد أصدقاء الفيسبوك يرتبط سلبا باحترام الذات والتكيف الأكاديمي،

وترتبط ارتباطاً إيجابياً بالرؤمانسية والغيرة وعدم الرضا عن العلاقات، وزيادة استخدام الفيسبوك يتنبأ بانخفاض في الإدراك والرّفاه العاطفي مع مرور الوقت، كما تمّ العثور على تفاعلات متكرّرة في الفيسبوك المرتبطة بزيادة الإجهاد بشكل مباشر وغير مباشر عبر مسار ثنائي يتألف من زيادة الحمل الزائد للاتصالات وانخفاض احترام الذات، بالإضافة إلى ذلك، قد يحدث "حسد الفيسبوك" خاصة عندما يميل الناس إلى مشاركة أكثر تجاربهم الإيجابية لبناء شخصية جاذبية عبر الإنترنت، حيث تكشف الأدلة أنّ "حسد الفيسبوك" يتوسط العلاقة بين مراقبة الفيسبوك والاكتئاب، وقد يشكّل "الرضا عن الحياة" تهديداً خفياً أكثر إثارة للحيرة من طرف المستخدمين (Kim, Siwek, & Wilder, 2017, p. 2).

لذلك فإنّ هذا التقدير وتحقيق الخصوصية يبرز جلياً في تعاطفي المبحوثين مع بعضهم ضمن إطار لا يتجاوز الفيسبوك، وهو ما يطرح مسألة عميقة، هل هذا التقدير يبرز أيضاً في المجتمع الحقيقي؟، فقد تنتقل تفاعلات المجتمع الافتراضي إلى مجتمعه وبيئته الحقيقية، لأنّ طائفة من أفراد العيّنة تضيف إلى قائمة أصدقائها أشخاصاً من علاقات سابقة ومعارف ومقرّبين من المجتمع الواقع، وبالتالي تطمح هذه الشخصية أن تحصل على نفس التقدير في مجتمعهما الواقعي، لكن إذا نظرنا إلى هذا الأمر من زاوية أخرى فإنّ إحساس الفرد بمكانته وقيّمته الافتراضية تدخله في تناقضات بقدر ما يجعله مطمئناً على التواصل الافتراضي بقدر ما تدخله في اكتئاب لأنّ المفارقات بين المجتمعين مختلفة تماماً، فهناك عالم افتراضي يقدر ذاته التي اكتسبت رأس مال اجتماعي افتراضي ممتاز، فذاك عالمه الحقيقي الذي اعتزله وأدمن على الوسيلة التي حجبته عن ممارسة نساطه الإنساني، وبالتالي فإنّ تقدير الذات وتحقيق الخصوصية يكون ضمن توازنات تفاعلية بين العالمين، ما يبرّر استخدام أفراد العيّنة لمعلوماتهم الشخصية الحقيقية أثناء استخدام الفيسبوك لأنّ هذا يؤكّد مصداقية عملية الاتصال، ويدعم صدق علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية.

وهو ما بيّنته نتائج دراسة (السعدي، 2016) بأنّ الغالبية من الطّلبة بنسبة (52.5%) يرون أنّ المعلومات الخاصة بهم في الفيسبوك غالباً جداً ما تكون صحيحة، وهو ما يعبر عن ثقتهم بالموقع من جانب الخصوصية، فالموقع يضمن للمستخدمين اختيار الخصوصية التي يفضّلونها بما تنسجم مع رغبتهم، كما أشارت الدراسة إلى أنّ (33.6%) يكتبون أحياناً معلومات صحيحة عنهم في الفيسبوك، وأنّ (2.9%) نادراً ما يكتبون معلوماتهم الشخصية الصحيحة، بينما كانت أقلّ فئة بنسبة (1%) أكدت أنّها لا تكتب معلوماتها الشخصية الصحيحة في الفيسبوك.

من جهة أخرى عند استعراض باقي النتائج يتبين أنّ الفيسبوك يتيح للمبحوثين فرصة المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية، وهذا في إطار العنصر السابق، لأنّ هذه المشاركة سوف تتيح له تعرّف الآخرين عليه، وأنّه متفاعل فعّال ضمن خصوصية المجتمع الافتراضي، الذي لا تقيده حدود ويفسح المجال لأيّ مستخدم أن ينشر أو يعلّق، فأفراد العينة بحكم تواجدهم في مجتمع نخبوي ينقلون واقعهم الحقيقي بإيجابياته وسلبياته إلى الصفحات الافتراضية التي هم أعضاء فيها، أو إلى دردشات بينهم ضمن نقاشات مفتوحة في إطار زمني ومكاني غير مقيّد، وهو ما يعكس أنّ مستخدمي الفيسبوك قد يجدون قيوداً قانونية واجتماعية كالخوف أو الرفض التي تحجر على آرائهم وأفكارهم في الواقع، وبالتالي فإنّهم يتجاوزون معايير مجتمعهم التي تصنّف الفكر الجيّد من غيره، والإنسان الصالح وغير الصالح، فهذه التفاعلات ستنتج أشخاصاً لم تكن لهم سمعة في عالمهم الحقيقي ولا دور في قضايا المجتمع، وتصنع منهم قادة رأي في هذا الفضاء الافتراضي، لذلك فإنّ مفارقات العالم الفيزيائي المادي والعالم الافتراضي سوف تجعل من هؤلاء المنتجين للفكرة أو المشاركين في صناعة الرأي قادة يقودون نخبة المجتمع الحقيقي. فيها هو "سراج جيوتي" (Jyoti, Suraj Harchekar) الباحث في العلوم الاجتماعية، يؤكّد أنّ الشبكات الاجتماعية وبشكل خاص أزالّت جميع حواجز الاتصال والتفاعل الواقعي، والآن يمكن للمرء أن يتصل به/بها وطرح التصورات والأفكار حول مجموعة متنوعة من الموضوعات، كما يمكن للطلاب والخبراء مشاركة الأشخاص ذوي التفكير المماثل والتواصل معهم ويمكنهم طلب التدخلات وطرح آرائهم حول موضوع معين، كما ساهم الفيسبوك في توحيد الناس على منصة ضخمة لتحقيق هدف معين، فهو مهم جداً لإحداث التغيير الإيجابي في المجتمع، كما يُستخدم الفيسبوك لتوثيق الذكريات والتعرف على الأشياء واستكشافها والإعلان عن الذات وتكوين صداقات (Jyoti, 2017).

ونظراً لما يسمح به الفيسبوك للمستخدم -المبحوث- أن يعبّر ويبدلي برأيه في قضايا مجتمعه الحقيقي، يحيلنا إلى الحيز الكبير الذي يشغله الاتّصال الرّقمي في حياة وتفاعلات الأفراد، لذا تبين لنا نتيجة الجدول أنّ أفراد العينة مشاركون في صناعة الحدث ومواكبون لأهمّ التغيرات التي تعنى بشؤون حياتهم، سواء تعلّق الأمر بشؤون الطلبة وقضاياهم الفكرية والعلمية والإيديولوجية، أو بشؤون أخرى يجدون ضرورة في مناقشتها افتراضياً، مادام مجتمعهم الواقعي يعيق تجمّعهاهم ويراقب آرائهم ويحدّ من تعبيرهم.

كما يستدل من بقاء النتائج المتقاربة أنّ أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدوافع مختلفة ولكن بفوارق بسيطة، حيث يستخدمونه بدافع تضييع الوقت، وقد برز بوضوح ليعكس انخفاض جودة التواصل عند الأفراد وتراجع التفاعلات الاجتماعية والملل والرّوتين اليومي، ممّا يؤدّي إلى استخدام الطلبة للفيسبوك بغرض تضييع الوقت

والإلهاء عن مشاكل ومشاكل الحياة، وهو ما نعتبره هروباً للأشخاص الذين ليس لهم قدرة على مواجهة مشاكلهم أو يعجزون عن تأدية واجباتهم الاجتماعية، ولا يسعون إلى إبراز شخصياتهم، وهذه الفئة لا تعتبر الفيسبوك وسيلة مهمة في حياتها وإنما تستخدمه دون هدف شخصي واضح، بل بدافع التواصل فقط.

كما تظهر النتائج أنّ موقع الفيسبوك لا فقط يؤدي غاية تواصلية في إطار العلاقات الاجتماعية، إضافة إلى ذلك تستخدم فئة من المبحوثين الفيسبوك بدافع البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف، فقد أصبحت صفحات الفيسبوك تعجّ بالكثير من إعلانات التوظيف، وفرص العمل الأمر الذي يعزز دوافع الهروب إليه لإيجاد حلول للمشاكل وتخفيف الضغط النفسي والاجتماعي.

ويرى (الدروي، 2018) أنّ من أهمّ المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها، حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فكما أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعّالة للغاية لأصحاب الأعمال، فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات، كما أنّها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات.

جدول (64): يبيّن الدوافع والحاجات الشخصية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
25.2	329	25.9	176	24.2	153	الدراسة والتواصل كضرورة شخصية
08.2	108	08.2	56	08	52	تمضية الوقت فقط
05.6	73	05	34	06.2	39	متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني
11.9	156	12.2	86	11.1	70	تقدير الذات وحب البروز من خلال المنشورات والتعليقات
06.9	90	07.5	51	06.2	39	متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون
11.3	148	10.7	73	11.9	75	المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية
05.9	78	05.4	37	06.5	41	الألعاب الإلكترونية
11.9	156	13.1	89	10.6	67	تحقيق الخصوصية الشخصية
06	80	05.1	35	07.1	45	عرض وري وفيديوهات في جميع الأماكن التي أتواجد فيها
07.2	94	06.3	43	08.1	51	البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف
100	1312	100	680	100	632	إجمالي الإجابات

من خلال النتائج يظهر أنّ ذكور وإناث أفراد العينة لا يختلفون كثيرا في دوافع استخدام الفيسبوك، حيث تستخدمه الإناث بالمرتبة الأولى لحاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (25.9%)، وبفارق بسيط جدا لدى الذكور بنسبة (24.2%).

- ويأتي بالمرتبة الثانية لدى الذكور المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية بنسبة (11.9%)، ثم تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات بنسبة (11.1%)، يليه تحقيق الخصوصية الشخصية بنسبة (10.6%)، يليه البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف بنسبة (08.1%)، ثمّ يليه تمضية الوقت فقط بنسبة (08%)، ثم عرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها بنسبة (07.1%)، يليه الألعاب الإلكترونية بنسبة (06.5%)، ثم متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني ومتابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرين بنفس النسبة حيث جاءت نسبتها (06.2%).

- أما ترتيب دوافع الإناث فقد جاء بالمرتبة الثانية تحقيق الخصوصية الشخصية ب(13.1%)، ثم تقدير الذات وحب البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات بنسبة (12.2%)، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية بنسبة (10.7%)، ثم تمضية الوقت فقط بنسبة (08.2%)، يليه متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون بنسبة (07.5%)، ثم البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف بنسبة (06.3%)، يليه الألعاب الإلكترونية بنسبة (05.4%)، ثم عرض صور وفيديوهات شخصية بنسبة في الأماكن التي أتواجد فيها بنسبة (05.1%)، يليه متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني بنسبة (05%).

ويظهر اختبار كا² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع الشخصية بين الجنسين، حيث أنّ قيمة كا² الجدولية (16.92) أكبر من قيمة كا² المحسوبة (8.86) بمستوى ثقة (0.450) ودرجة حرية 09.

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
<u>غير دال</u>	<u>16.92</u>	0.450	09	8.86

وتعكس هذه النتيجة أنّ أفراد العينة من الجنسين لهم دوافع شخصية متماثلة، ويمكن تفسيرها بأنّ الفيسبوك ارتبط إيجابيا بتقدير الذات المستخدمة افتراضيا، لصياغة هوية رقمية تعكس ذاتهم الحقيقية واستثمارها في بناء الرأس المال الاجتماعي، مما يؤدي بالأفراد إلى الحصول على تقدير أكبر من خلال ثناء ورضا الآخرين عنهم، فينتج عنه زيادة الثقة بالنفس، وقد يلعب حجم التفاعلات الافتراضية من عدد التعليقات والإعجابات على تعزيز الشخصية الإيجابية ويحسن من مزاجهم، وهو ما يدفعهم باستمرار على الانخراط في الإدارة الاجتماعية للانطباعات، عندما يتحكّمون بمستوى المحتوى المنشور، وهو الذي يقود إلى تعزيز الصورة المثالية عنهم بالشكل الذي يرغبون في أن

يطلع عليها أو يراها الآخرون، وربما قد يزيد دافع تقدير الذات من خلق نوع المنافسة على مستوى النشاط التفاعلي الرقمي نتيجة المقارنة بين أنفسهم وبين الآخرين، للحصول على مزيد من الاعتراف والتقدير من خلال الرأس مال الاجتماعي الذي اكتسبوه.

ويمكن إدراك أهمية تقوية الشخصية باعتبارها حاجات ضرورية يسعى أغلب الشباب إلى تحقيقها، حيث تمنحهم المصداقية والثقة بالنفس، والشعور بالاستقرار، وتنبع هذه الحاجات من رغبة المستخدم في تحقيق الذات، لذلك توفر شبكة الإنترنت الوصول إلى مواقع تعزز الشخصية بحصولها على معلومات لفهم الذات وأخرى لم يصل إليها أصدقاؤه مما يمنح المرء إحساسا بالتميز والثقة بالنفس (صافا، 2015، صفحة 58).

ولقد قدمت دراسة (Muscanell, 2012) تفسير طبيعة الفروق بين الذكور والإناث في دوافعهم الشخصية على الفيسبوك بشكل خاص، حيث استخدم الباحثون مجموعة استبيانات لتقييم الدوافع مثل البحث عن دعم اجتماعي، التعبير عن الذات، والحفاظ على العلاقات، وأظهرت الدراسة أنّ بعض الدوافع الشخصية لاستخدام الأفراد الفيسبوك مثل البحث عن دعم اجتماعي والتعبير عن الذات، لا تختلف بين الجنسين بشكل كبير، فكلاهما يستخدمان الفيسبوك للحفاظ على العلاقات الاجتماعية وزيادة وتيرة التفاعل مع كافة الأصدقاء، وأكدت أن هذه الدوافع هي دوافع إنسانية عامة، ومن جهته حاول (Sheldon, 2008) فهم الدوافع الاجتماعية والشخصية لاستخدام فيسبوك بين طلاب الجامعات، لمعرفة ما إذا كانت توجد فروق بين الجنسين في هذه الدوافع، وتوصل إلى أنّ كلا الجنسين لهما نفس دوافع الاستخدام فيما يتعلق بالبقاء على اتصال مع الأصدقاء والأقارب، وأكد على أنّ شعور الأفراد بالانتماء يعزز دوافعهم نحو الانخراط في مجموعات ومناقشات تعكس هواياتهم واهتماماتهم الشخصية، وأضاف أنّ دافع تضيئة الوقت ظهر كدافع مشترك بين الإناث والذكور، وبين أن الطلبة يستخدمون الفيسبوك بدوافع ملء الفراغ من خلال تفاعلاتهم ومتابعتهم للأحداث، كما أوضح أن الدوافع الشخصية ترتبط بشكل أساسي ببعض الحاجات النفسية للطلبة وهي تعتبر دوافع لتحفيز السلوكيات الأساسية لإشباعها.

ومن جهة أخرى توصلت دراسات عدّة إلى أن استخدام الفيسبوك يرتبط إيجابيا بالمستويات الأعلى للرضى الذاتي (satisfaction self)، والثقة الاجتماعية (social trust)؛ عبارة أخرى فإنّ الأفراد الذين يحافظون على شهرة رقمية يحسون أنهم أكثر ارتباطا بأقربائهم، ويملكون مستوى إجمالي أعلى من السعادة والرضى الاجتماعي، هذا الطرح يؤيده أيضا كل من (Lampe, Steinfield, Ellison) الذين استخلصوا أنّ إدراك الفرد في تواصله مع الآخرين مرتبط إلى حدّ ما بموئمة ومجانية الخدمات التي يوفرها الفيسبوك مثل التذكير بأعياد الميلاد مثلا،

بالإضافة إلى ذلك تأسيس روابط اجتماعية ترتبط إيجابيا بتأسيس هوية اجتماعية، ومستخدموا الفيسبوك يفعلون ذلك بنجاح بالإشارة إلى عضويتهم في بعض المجموعات الفرعية (الأصل، النوع)، والثقافات الفرعية الموسيقى، والأفلام (لصلح، 2017، صفحة 361).

جدول (65): يبين الدوافع والحاجات الشخصية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك تبعا لمتغير السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
25.1	329	27.6	21	24.4	87	25.1	221	حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية
08.2	108	11.8	09	07.6	27	08.2	72	تمضية الوقت فقط
05.6	73	05.3	04	07.3	26	04.9	43	متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني
11.9	156	11.8	09	12.6	45	11.6	102	تقدير الذات وحب البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات
06.9	90	06.6	05	06.2	22	07.2	63	متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون
11.3	148	10.5	08	13.5	48	10.5	92	المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية
05.9	78	03.9	03	05.1	18	06.5	57	الألعاب الإلكترونية
11.9	156	06.6	05	09.6	34	13.3	117	تحقيق الخصوصية الشخصية
06.1	80	06.6	05	06.5	23	05.9	52	عرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها
07.2	94	09.2	07	07.3	26	06.9	61	البحث عن فرص عمل في صفحات التوظيف
100	1312	100	76	100	356	100	880	إجمالي الإجابات

أظهرت نتائج الجدول أنّ أغلبية المبحوثين في الفئة العمرية 25-18 يستخدمون الفيسبوك بالمرتبة الأولى لحاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (25.1%)، يليه تحقيق الخصوصية الشخصية بنسبة (13.3%)، ثم تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات بنسبة (11.6%)، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية بنسبة (10.5%)، ثمّ تمضية الوقت فقط بنسبة (08.2%)، يليه متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون بنسبة (07.2%)، ثمّ البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف بنسبة (06.9%)، ثمّ الألعاب الإلكترونية بنسبة (6.5%)، وعرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها بـ (5.9%)، ثمّ متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني بـ (4.9%).

- أما المبحوثون في فئة 26-33 فيستخدمون الفيسبوك بالمرتبة الأولى لحاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (24.4%)، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية بنسبة (13.5%)، ثم تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات بنسبة (12.6%)، يليه تحقيق الخصوصية الشخصية بنسبة (9.6%)، ثم تضيئة الوقت فقط بنسبة (7.6%)، ثم متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني والبحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف بنفس النسبة (7.3%)، ثم عرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها بنسبة (6.5%)، يليه متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون بنسبة (6.2%)، ثم الألعاب الإلكترونية بنسبة بنسبة (5.1%).

- وبخصوص الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة فقد جاء ترتيب دوافعهم لاستخدام الفيسبوك كالآتي: حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (27.6%)، يليه تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات وتمضية الوقت فقط بنفس النسبة التي بلغت (11.8%)، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية بنسبة (10.5%)، ثم البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف بنسبة (9.2%)، يليه متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرون وعرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها وتحقيق الخصوصية بنسب متساوية بلغت (6.6%)، ثم متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني بنسبة (5.3%)، ثم الألعاب الإلكترونية بنسبة (3.9%).

والملاحظ من النتائج أنّ أغلبية الفئات العمرية تشترك في نفس ترتيب الدوافع الشخصية لاستخدام الفيسبوك، ويظهر اختبار كاي² عدم وجود فروق إحصائية في الدوافع الشخصية بين الفئات العمرية، حيث أنّ قيمة كاي² المحسوبة (14.002) أقل من قيمة كاي² الجدولية (28.87) عند درجة حرية 18 ومستوى ثقة (0.7290).

نتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² المحسوبة
غير دال	<u>28.87</u>	0.7290	18	14.002

تعكس هذه النتائج عدم وجود فروق فردية عمرية تعبر عن اهتمام المبحوثين بالتواصل عبر الفيسبوك، لأنّه يحقق لهم نفس الحاجات المتماثلة، حيث تظهر حاجة التواصل لتعزيز الانتماء في حجم الدردشة والاستخدام والتعارف لبناء شبكة من العلاقات الشخصية التي تسهم في إنتاج الرأس مال الاجتماعي لهم، بالإضافة إلى رغبتهم في التعبير وتقدير الذات وهذا الدافع شائع في أغلب الفئات العمرية خاصة لدى طلاب الجامعات أين يكون التباهي والترجسية، من خلال وضع مقارنات مع الآخرين عبر الفيسبوك، لجذب أقرانهم من كلا الجنسين، وهو ما يزيد من الشعور بالراحة فيؤدّي إلى استخدام أكبر للمنصة، وهو ما يعني أنّ هناك دوافع وحاجات شخصية متشابهة بين

الأعمار، ويظهر ذلك في نمط التواصل الذي ظهر في عادات الاستخدام اليومية المتكررة، للحصول على الدعم ومشاركة اللحظات الهامة بينهم، وهو ما يدعم فكرة التكيف مع التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن أهما أصبحت وسيلة كل الأجيال ومختلف الفئات العمرية.

وفي هذا الإطار تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع أن الفروق الفردية والعوامل النفسية تلعب دورا مهما في تبين الأفراد واختلافهم في اختيار الوسيلة الإعلامية، فالمتعرض ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الاتصالية، إضافة إلى أن خصائص الأفراد ودوافعهم الشخصية تؤثر في نوع ودرجة تقبلهم لمادة الاتصال، وقد أكد كل من "دينيس ماكويل" (D. Macquial) و"بلملر" (Blumler) و"براون" (Brown)، أثر بعض المتغيرات النفسية في إيجاد حاجات معينة لدى الأفراد، مثل الإنسان الذي يتسم بضعف الشخصية يسعى إلى الهروب من المجتمع الذي يعيش فيه إلى وسائل الإعلام والاتصال، وبهذا يمكن أن تكون أسباب التعرض لوسائل الاتصال دوافع نفسية، أو اجتماعية تبحث عن إشباع حاجة، أو حل لمشكلة عبر وسائل الاتصال المتعددة، وقد حدد "كاتز" (Katz) أن الاتجاه نفسه يقوم على دوافع مختلفة بين الناس، وما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك، يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع (الجبوري، 2009، صفحة 30).

ورغم الإيجابية التي يشعر بها الأفراد نتيجة تقدير الذات إلا أنه يمكن أن تنعكس بالسلب على المستخدمين فيما يتعلق بالصورة الذاتية، حيث قدم "فوجال وآخرون" (Vogel & all, 2014) تحليلا سوسيو نفسي للمقارنات التي يجربها الأفراد عبر مواقع التواصل ومدى تأثيرها على التواصل والمشاعر واحترام الذات، فقد أجريت هذه الدراسة على مجموعة مختلفة من البالغين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام، وأظهرت الدراسة أن الأفراد حينما يجرون مقارنة أنفسهم بآخرين يظهرون مستويات أعلى من السعادة والرضا والرفاهية والتي قد تبدو غير واقعية، وتحدث هذه المقارنات الاجتماعية على الأغلب تأثيرات سلبية على تقدير الذات، فقد تنير لدى الأفراد الغيرة والحسد وعدم الكفاءة مما يؤدي إلى نقص الشعور بالرضا عن حياتهم وانخفاض في تقدير الذات.

كما بينت دراسة (Robinson, 2017) أن المقارنات مع الصور غير الواقعية هو أحد الأنشطة الشائعة على وسائل التواصل مثل مشاهدة ملقات تعريف الآخرين، لكن هذه غالبًا ما تصور نسجًا معدلة عن حياة الناس، مثل عرض الصور فقط التي يبدو فيها الشخص جذابًا أو يُرى يستمتع بنفسه، لذلك قد يخلق الشباب انطباعًا بأن حياة الآخرين أفضل من حياتهم، ويمكن أن يتفاقم هذا بسبب التأييد الاجتماعي الذي يوفره عدد الإعجابات

التي قد يحصل عليها المنشور، وفي إحدى الدراسات قال ما يقرب من خمس المستجيبين أنهم سيحذفون منشورًا إذا لم يتلقَ إعجابات كافية.

جدول (66): يبين الدوافع والحاجات المعرفية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك

النسب المئوية %	التكرارات	المتغيرات
17.6	260	متابعة دروسي ومحاضراتي وتحميل الكتب
12.3	182	مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي على الفيسبوك
10.8	159	التواصل مع الأساتذة على الفيسبوك
13	192	تثقيف النفس
07.3	108	مشاركة الفيديوهات والصور والتعليقات التثقيفية
04.2	62	الدخول في حلقات علمية أجنبية
09.3	138	متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا
08.9	131	التعرف على عادات وثقافات مختلفة
07.4	109	للاشتراك في مجموعات علمية وثقافية
09.2	136	لمتابعة حسابات و صفحات لصناع المحتوى العلمي والثقافي
100	1477	إجمالي الإجابات

بغرض معرفة طبيعة الدوافع المعرفية لدخول أفراد العينة في علاقات اجتماعية طرحنا عليهم السؤال رقم (28) الآتي: (فيم تتمثل دوافعك وحاجاتك المعرفية من استخدام الفيسبوك؟).

يفترض نموذج "التماس المعلومات" وجود حوافز أو منبّهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 338).

لذلك كان من الضروري معرفة هذه الدوافع نظراً لطبيعة المجتمع الطلابي الذي نحن بصدد دراسته، ومن الجدول أعلاه أظهرت النتائج أنّ (17.6%) من أفراد العينة يدخلون إلى الفيسبوك بدافع متابعة الدروس والمحاضرات وتحميل الكتب، يليه تثقيف النفس بنسبة (13%)، وقال (12.3%) أنهم يستخدمونه بدافع مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائهم في الفيسبوك، وأشار (10.8%) أنهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأساتذة، في حين

أوضح (09.3%) أنّ الدخول إليه بدافع متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا، بينما عبّر (09.2%) أنّ استخدامهم له بدافع متابعة حسابات وصفحات صناع المحتوى العلمي والثقافي، وقال (08.9%) أنّه بدافع التعرّف على عادات وثقافات مختلفة، ثم (07.4%) من أفراد العينة بيّنوا أنّ دوافعهم لاستخدام الفيسبوك هو الاشتراك في مجموعات علمية وثقافية، في حين أشار (07.3%) بأنّ دوافعهم تتمثل في مشاركة الفيديوهات والصّور والتعليقات التثقيفية، ثم جاء في الأخير دافع الدخول في حلقات علمية أجنبية بنسبة (04.2%).

يعتمد الكثير من مرّوجي المعرفة والثقافة على صفحات فيسبوكية للحصول على أعلى عدد من المتابعين الذين يتفاعلون مع منشوراتهم، ويلجأ طلبة الجامعة إلى الاشتراك في صفحات فيسبوكية من أجل توسيع معارفهم وزيادة ثقافتهم، لذلك أصبح الفيسبوك من أكثر الفضاءات التي يستخدمها طلاب الجامعة باعتبارهم نخب المجتمع، فهم يستفيدون من المزايا التي تقدّمها الكثير من الصفحات المعرفية والثقافية أو تلك الصفحات التي تنشؤها مؤسسات المجتمع، وتستخدم الفيسبوك للترويج لبرامجها التثقيفية والدروس والكتب وتسجيلات في المعاهد أو لأجل تحفيز الطلبة على النشور وتطوير العلوم والبحث وغيرها.

وفي هذا الاتجاه تركز نظرية التماس المعلومات على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، وبالتالي فإنّ هذه النظرية تستهدف متلقي الاتصال بشكل أساسي، وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤدّاهما: أن التعرّض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الرّاهنة (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 337)، وهذا النموذج متأثر بأعمال "وسلي وزميله بارو" عام 1959 (Westly & Barrow) وبالأعمال التي ركّزت على الجوانب الانتقائية للتعرض التي أشار إليها "بيرلو" 1960، وأكّدت النظرية أنّه من خلال تحديد ظروف وسائل الاتصال، فإنّ البنية في المجتمع تميل إلى أن تشكل طريقة استخدام الناس لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وبذلك تشكل تفضيلهم المناسب لهذه الوسائل كمصدر للاختيار (العبد الله، 2010، الصفحات 276-278).

ونلاحظ أنّ ما يقترحه "دوئيو" ورفاقه يهتم بطلب المعلومات على مستوى الأفراد، ولكننا نجد دراسة أخرى تنظر إلى طلب المعلومات من حيث الانتشار والاختيار على مستوى مجتمعي. فقد وجد "أولين" ورفاقه أنّ البيانات التي جمعوها في بحثهم من خلال تحديد أنواع الجرائد المتوفرة تعزّز الاستنتاج التالي: أنّ بنية المجتمع تميل إلى تحديد استعمالات المواطنين للوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة (العبد الله، 2010، صفحة 278)، لذلك نجد أنّ بنية المجتمع تؤثر بشكل واضح على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال من أجل التماس المعلومات، حيث يؤثر نوع

الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة (وسائل) معينة كمصدر للمعلومات، ولاحظ بعض الباحثين أنّ بنية المجتمع تشكّل عنصراً رئيسياً في السيطرة على المعلومات (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 338)، وفي هذا الصدد يؤكد "دينيس ماقويل" (D.Macquial) على أهمية النظر إلى مدخل الاستخدامات والإشباع من منظور مجتمعي، بدلا من المنظور الفردي، ذلك أنّ الحاجات الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية، والاجتماعية، حيث قدم نموذجين؛ أحدهما يؤكد على ربط الاستخدامات بالثقافة، وآخر يؤكد على ربط الاستخدامات بالمعرفة (الجبوري، 2009، صفحة 25).

وحسب النتائج الواردة في جدول الدوافع المعرفية، فإنّ أفراد العينة أكدوا أنّهم يستخدمون الفيسبوك لأجل متابعة دروسهم ومحاضراتهم التي لها علاقة بتخصصهم، لأنّ الكثير من الجامعات والمعاهد أصبحت لها صفحات على منصة الفيسبوك تنشر دروسا ومحاضرات للطلبة الذين يرغبون في زيادة درجة الفهم والوعي، فالكثير من الظروف قد تمنع الطلبة من الحضور اليومي إلى قاعات الدراسة، وبالتالي تستفيد هذه الفئة من صفحات علمية تابعة لتخصصها حتى تستكمل ما فاتها من دروس.

كما نجد الكثير من الأساتذة يستفيدون من خدمة (Live) أو تقنية "البث المباشر"، حيث يمكن أن يحضره عدد كبير من الطلبة، وهي خدمة يوفرها الفيسبوك مجانياً ويستطيع أيّ مستخدم رؤيتها إن كان عضواً أو متابعاً لصفحة الأستاذ، ويستطيع المتابعون من خلال تقنية (Tag) إطلاع أيّ صديق بمجريات هذه المحاضرة فيتمكّن من مشاهدتها، كما يستطيع صاحب المحاضرة أو الدّرس معرفة عدد المتابعين أو المشاهدين لتلك الحلقة أو لذلك الدرس من خلال أيقونة العين الحمراء التي تظهر فوق الفيديو.

وتعتبر الحاجات المعرفية من أهمّ الحاجات التي يطمح الطلبة إلى تحقيقها، وهي حاجات ترتبط بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة، وتستند على تحقيق إشباع الاستطلاع والاستكشاف، كما توفر ما يحتاجه الشباب الجامعي في حياتهم اليومية، ولكن إذا أحسن الطالب استخدام الإنترنت لهذه الأغراض التعليمية والمعرفية (صافا، 2015، صفحة 57).

ونعني هنا بشكل خاص طلبة الجامعة الذين يبحثون عن تحقيق إشباع من خلال الوصول إلى المواقع الأكاديمية، وتحميل الكتب الإلكترونية، وزيارة صفحات طبية أو علمية أو بيئية أو لياقة بدنية وصحية وغيرها، كما أكد أفراد العينة في إجابات سابقة انضمامهم للعديد من الصفحات العلمية والثقافية والدراسية، وهو ما يعكس ميل هذه الفئة إلى رغبتها في الإطلاع على دروس ومحاضرات وما ينفعها في تحصيلها الجامعي، وموازة مع التطورات السريعة يستخدم أفراد العينة الفيسبوك في مختلف الخدمات التي تجعلهم يندمجون مع بعض في سلسلة من

التفاعلات العلميّة من خلال التعليقات والمشاركات وتراسل الدروس والكتب والمحاضرات ومناقشات جادة بخصوص مقياس ما، أو درس لم يفهم، كما أنّ الطلبة ينشؤون ما يسمّى بالأفواج الافتراضية (Groupes)، حيث تعتمد على تجمّعات طلابية لها نفس الاهتمام، وهي مغلقة تشبه إلى درجة ما المنتديات التي تعمل بخاصية الإضافة، فيتم التواصل بينهم وتبادل الدردشات والحوارات حول اهتماماتهم الدّراسية والمعرفية، ويتم الإضافة إليها من خلال زرّ "إضافة عضو"، وهذه النوعية من التفويجات الافتراضية تعتبر وسيلة حديثة لتعميق أو أواصر العلاقات الافتراضية بين الطلبة، وزيادة وعيهم وفهمهم للدروس.

كما بيّنت النتائج أنّ أفراد العيّنة يستخدمون حساباتهم على الفيسبوك بدافع تثقيف النّفس، حيث يمكنهم الولوج إلى العديد من الصفحات الثقافية والفكرية المجانية المعروفة سواء المحليّة أو العربية أو العالمية، وهذا حسب اهتماماتهم وتطلّعاتهم وميولهم إلى صفحات ثقافيّة كالصفحات التكنولوجية والعلمية كالمخترعات وآخر مستجدّات التكنولوجيا، والصفحات البيئية والدينية والتربوية وغيرها، كما يستطيعون تحميل الكثير من كتب المطالعة التي تكون على شكل رقمي (PDF)، لذلك نجد صفحات علميّة وثقافية لها مكتبات رقمية تسهّل على الطلبة تحميل الكتب حسب الاختصاص متى أرادوا ذلك.

فقد لاحظ "دُهبو وتبتون" وجود عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للوسائل الاتصالية التي يتعرّض إليها، وكذلك استخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات الحاليّة، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محدّدة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معيّن، أو البحث عنها لمُحرّد الترفيه أو التسلية، بسبب الحاجة للتنوع، أو بسبب سمات شخصيّة (مكاوي و السيد، 2016، الصفحات 337-338).

ويؤكّد باحثون أنّ الشّباب يحتاج إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، إذ أنّ حبّ المعرفة والمغامرة والحاجة إليهما سمة بشريّة تتجلّى في مرحلة الشّباب، ويبدو أنّ الفيسبوك قادر على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشّباب بمعرفة معمّقة بالعالم، بما فيه من تنوّع في كافة المجالات، لذلك يحقق الشباب من خلال استخدامهم موقع الفيسبوك إشباعاً فكرياً عن طريق تمكّنهم من طرح أفكارهم (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحدّيات والمخاطر الاجتماعية والسياسية القائمة في مجتمعاتنا، والتي تعيش ضمن أنظمة غير مكتملة الديمقراطية - على أحسن تقدير - ولا تبيح حرية (جرار، 2012، الصفحات 127-130).

كما يستخدم الباحثون موقع الفيسبوك بدافع مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائهم، وهو ما يؤكّد ما تطرّقنا إليه سابقاً، لأنّ هذه المناقشات التي يدخل فيها الطلبة مبنية على أساس الثقة المتبادلة بينهم، فهم يطرحون أفكارهم ويبرزون ثقافتهم ومدى اطلاعهم الجيّد على كل ما يتعلّق بدروسهم التي ترفع من مستواهم المعرفي، وتزيد من

درجات نتائجهم الدراسية، وبهذا يتغلبون على مشكل الحضور اليومي لفاعات الدّراسة لمن يعاني من مشاكل صحّيّة أو لديه ظروف عمل أو يقطن في أماكن بعيدة، أو الذين لا يستوعبون الدّروس بلغات أجنبية، فيلجؤون إلى زملائهم وأقرانهم الجامعيين لتعميق الفهم والتغلب على الصعاب.

ومن جهة أخرى تعتبر النتائج الخاصة بدوافع استخدام الفيسبوك للتواصل مع أساتذتهم مرحلة هامة جدا في الإطار الجامعي لأنّها تساهم في استغلال الوظيفة التواصلية على أكمل وجه لبناء علاقات اجتماعية جيّدة مع المجتمع الأكاديمي، فهي تدلّ على انفتاح الكثير من الأساتذة في الجامعة للدخول مع طلبتهم في مراسلات ومحادثات لأجل تعميق الفهم، أو حتى لأجل التواصل العادي كالأطمئنان عليهم ومعايذهم في المناسبات أو السّؤال عنهم في الأوقات العاديّة، وهو ما يعمّق العلاقات الاجتماعية المبنية بين هاتين الفئتين على الاحترام وحسن المعاملة، ويزيد من متانة الروابط العلائقية، فحتى بعد انتهاء الموسم الدراسي يبقى الطلبة في تواصل مستمر وتفاعل مع أساتذتهم، وهو ما يدعو للتفاخر بين الطلاب، ويقضي على القطيعة التي كانت سائدة في وقت ما بينهم.

ففي دراسة قام بها (Hewitt A, Forte A, 2006) حول علاقة الطلاب بأعضاء هيئة التدريس على الفيسبوك، حيث طبقت الدراسة على عينة مكونة من (186) طالبا واستمرت سنتين، أظهرت نتائجها أنّ تفاعل الطّلاب مع أساتذتهم على الفيسبوك كان له تأثير إيجابي على ثقتهم في أساتذتهم، فقد أشار ثلثي العينة أنّهم يفضلون التفاعل مع أساتذتهم على الفيسبوك أكثر من مقابلتهم أثناء اليوم الدراسي، وأبرزت النتائج أنّ العلاقة بين الطلاب والأساتذة مهنية أكثر منها اجتماعية (سليم، 2019، صفحة 31).

كما تعكس النتائج الضرورة التواصلية في هذا العصر، الذي أصبحت فيه كل الوسائل متاحة لتعميق وتعزيز العلاقات الاجتماعية، من خلال العلاقات التي ينشؤها الطلبة أثناء استخدامهم للفيسبوك لأغراض تعليمية أكاديمية، لأنّ الرغبة العلمية تدفع هؤلاء الطلبة إلى إثبات ذاتهم وإبراز إمكاناتهم العلمية وتفوّقهم الدراسي، حتى يحصلوا على الاهتمام من جهات أكاديمية محليّة أو عالمية حتى يتمكنوا من التسجيل في الدّراسات العليا أو يلتحقوا بمقاعد في دول أجنبية، وهذه الميزة تمنحها العديد من الهيئات للمتفوقين وأصحاب براءة الاختراع، فالكثير من الطلبة يستخدمون الفيسبوك بدافع الشهرة العلمية ولفت انتباه الآخرين إليهم، ونجد الكثير منهم يترّبعون في مراتب علميّة عالية وفي أرقى الجامعات.

وفي هذا السياق أجرى (Mazman & Usluel, 2010) دراسة لاستكشاف الأنماط الرئيسية والدوافع المعرفية لاستخدام الفيسبوك، من خلال توزيع استبيانات على طلاب جامعيين، وأظهرت النتائج أنّ الطلبة

يستفيدون من التفاعل التعليمي، بل يعتمدون عليه بشكل أساسي كأداة للبحث عن المعلومات الأكاديمية والحصول على الموارد المعرفية، كما أظهرت الدراسة أن دوافع الطلاب تمثلت في التواصل مع زملاء الدراسة والأساتذة، كما لاحظت أن العديد من الطلاب ينشؤون مجموعات تعليمية للمشاركة عبر الفيسبوك، مما يؤدي إلى التبادل المعرفي وزيادة فهم المواد الدراسية، وتعزيز الدعم الأكاديمي بين الطلاب وأساتذتهم، واستنتجت الدراسة العلاقة الإيجابية بين التفاعل المعرفي عبر الفيسبوك والتحصيل الدراسي، واعتبرته أداة فعّالة في الأداء الأكاديمي وتحفيز المشاركة والتعلم الجماعي.

كما أظهرت دراسة أخرى أجراها (المانع و العابد، 2022) حول ارتفاع نسبة الطلبة المتابعين لصفحات غيرهم من الطلبة وكذا صفحات الأساتذة و صفحات الجامعة والإدارة التي يدرسون بها، حيث ينخرط الجميع في تدعيم عدد الأشخاص داخل شبكة العلاقات الاجتماعية، فقد أوضحت النتائج أن التفاعل في الوسط الطلابي بلغ قمته بين الطلبة مع الطلبة الآخرين والأساتذة والجامعة والإدارة وهذا التفاعل على شكل رموز وتعليقات ومشاركات، حيث هدف أفراد الطلبة من هذا التفاعل للاستفسار أو البحث عن حلول دراسية.

ومن جهة أخرى أكدت نتائج الجدول بنسب متقاربة جدا أنهم يستخدمون حسابهم الخاص بالفيسبوك لأجل تلبية دوافع أو حاجات ثقافية كالتعرف على عادات وثقافات مختلفة، وللإشراك في مجموعات علمية وثقافية، وكذا لتمكّنهم من متابعة حسابات و صفحات صنّاع المحتوى العلمي والثقافي، إذ يسمح التواصل المفتوح للفيسبوك بانخراط عديد المستخدمين ضمن تشكّلات ثقافية عالية، من عادات وتقاليد المجتمعات الأخرى سواء ثقافة مجتمعات مجاورة في الدّاخل الجزائري أو ثقافات علمية تختلف عن طبائع وطرق العيش التي اعتادها أفراد العيّنة، لأنّ الشباب الجامعي ضمن مجتمع مقيد بالأعراف والتقاليد التي ينضبط في خندقها شرائح واسعة من السّكان، ولكن مشاهدة الفرد للعالم الخارجي ذو الثقافة المتنوّعة والقيم المختلفة عنه، يزيد فضوله إلى الاكتشاف والتعرّف وهو ما يجده في الفيسبوك من خلال الصفحات الثقافية أو صنّاع المحتوى الثقافي الذين ينشرون فيديوهات ويعرّفون المجتمعات الأخرى بثقافتهم وقيمهم، وبالتالي قد يتعرّفون على أناس آخرين رغبة في توسيع دائرة علاقاتهم الاجتماعية القائمة على المثاقفة والتشاقف المشترك.

فقد أكد (Boyd, Ellison, 2007, p. 8) أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على التعرّف على ثقافات الشعوب، ووسيلة للتواصل بين الأفراد، وتكوين الصداقات، وممارسة الأنشطة الثقافية والاجتماعية، وتساعد على تسهيل عملية التواصل مع الآخرين وعلى تبادل الآراء بين مرتادي هذه المواقع، وذلك من شأنه أن يزيد من مستوى العلاقات الاجتماعية.

كما تسمح دوافع متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا من الانضمام إلى صفحات المخترعات وصفحات الأخبار اليومية، وهو ما يفسر استخدام الطلبة للفيسبوك طوال أيام الأسبوع وعلى فترات اليوم لفة العزلة عنهم، فكثير من القنوات الإخبارية لها صفحات فيسبوكية تتيح مواكبة الأحداث الآنية، ونظرا لأن الطلبة الجامعيين يقضون فترات طويلة من اليوم في الجامعة فهم يتفقدون حساباتهم أثناء أوقات الراحة ويستطلعون المستجدات المختلفة عن العالم، ويتيح الضغط على زر "متابعة" في واجهة الصفحات تلقي المبحوثين إشعارات بكل أحداث جديدة، وهو ما يقيهم على تواصل فعال ضمن هذا الوسيط التواصلية المفتوح، ضف إلى ذلك أن ما أصبح يميز العديد من صفحات الفيسبوك هو الترويج لثقافة وطبائع عيش الكثير من الأشخاص في الداخل أو المهجر، والذين يسمون بصناع المحتوى الثقافي، فهم ينقلون حياتهم ويومياتهم بأحداثها الصغيرة والكبيرة، بغية التفریح عنهم، لذلك ترغب فئة من أفراد العينة بمتابعة هؤلاء الأشخاص الذين يحسون معهم بالاندماج والتفاعل بالتعليقات والإعجابات، وهو ما يعكس انفتاح الطلبة على العالم وأنهم ليسوا بمعزولين عنه.

فمن خلال تنوع إجابات أفراد العينة بخصوص دوافعهم المعرفية والثقافية يتضح أن الفيسبوك بقدر ما أصبح وسيطا اتصاليا وتواصليا وتفاعليا لبناء العلاقات الاجتماعية الافتراضية، غدا منبرا للتفاعلات المعرفية والثقافية، وهو ما يلخ لنا الإقبال الكثيف لأفراد العينة في التواصل وتنوع قائمة أصدقائهم، والاشترابات المتعددة في الصفحات الثقافية المختلفة، وهذا من قبيل التفاعل والاندماج الطلابي مع التقنية أو الوسيط الفيسبوكي.

فقد أظهرت دراسة (عقبة، 2020) أن (29%) من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من أجل اكتساب معارف ومعلومات، و(12%) لمواكبة التقدم التكنولوجي، وتوصلت دراسة (ساحلي و كزير، 2017) إلى أن (25.31%) من الطلبة يستخدمون الفيسبوك بدافع التواصل العلمي مع الأصدقاء أو المدرسين، وبيّنت دراسة (شفيق و بركات، 2016) أن نسبة كبيرة من الطلبة بنسبة (86.67%) وجهوا دعوات إلى أصدقائهم على استخدام الفيسبوك بدافع التحدث والدردشة حول المواضيع الدراسية بخصوص المحاضرات الجامعية، وحسب رأي الطلبة فإنهم يتناقشون أكثر خارج أوقات الدراسة الجامعية، ولديهم متسع من الوقت، ويشعرون بالراحة والتعبير بحرية في المناقشة والتحدث ونقل الأخبار والتحاور وتتطور إلى لقاءات بدافع التسلية.

ومن جهة أخرى يمكن استنتاج النسبة الضئيلة لدافع الدخول في حلقات علمية أجنبية، بأن فئة من الطلبة تعاني من ضعف اللغات الأجنبية رغم تخصصها العلمي الدقيق، كما أن أغلب الصفحات باللغة العربية تتيح خدمات ومصنوفات معرفية وثقافية مترجمة باللغة العربية تغنيهم عن عناء الترجمة، ويمكن أن يعود السبب إلى أن هذه الفئة

من الطلبة لا رغبة لها في الاطلاع على تلك الصفحات لأنها ليست من ضمن اهتماماتهم، ولا تحقق لهم إشباعاً معرفياً يرقى بثقافتهم.

ويؤكد باحثون أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد الأفراد على تعلّم لغات أجنبية من خلال تبادل وإجراء المحادثات من مختلف أنحاء العالم، كما ساهمت في زيادة التوعية المعرفية الثقافية والاجتماعية، من خلال عرض مقالات أو تقديم روابط تحيل المستخدم إلى مواقع أخرى عبر شبكة الإنترنت، كما تشبّع الكثير من الصفحات بالقضايا الثقافية والاجتماعية مما يساعد على نموّ الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الأفراد في مجتمع تلك الشبكات (الناصر، 2019، صفحة 259).

جدول (67): يبين الدوافع والحاجات المعرفية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
17.6	260	18	144	17.1	116	متابعة دروسي ومحاضراتي وتحميل الكتب
12.3	182	13.6	109	10.8	73	مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي على الفيسبوك
10.8	159	11.4	91	10	68	التواصل مع الأساتذة على الفيسبوك
13	192	13.8	110	12.1	82	تثقيف النفس
07.3	108	06.1	49	08.7	59	مشاركة الفيديوهات والصور والتعليقات التثقيفية
04.2	62	03.3	26	05.3	36	الدخول في حلقات علمية أجنبية
09.3	138	09.4	75	09.3	63	متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا
08.39	131	07.9	63	10	68	التعرّف على عادات وثقافات مختلفة
07.4	109	06.9	55	08	54	للاشتراك في مجموعات علمية وثقافية
09.2	136	09.6	77	08.7	59	متابعة حسابات و صفحات ناع المحتوى العلمي والثقافي
100	1477	100	799	100	678	إجمالي الإجابات

تظهر نتائج الدوافع المعرفية لأفراد العينة عند متغير الجنس، أنّ الذكور يستخدمون الفيسبوك بالمرتبة الأولى بدافع المتابعة الدروس والمحاضرات بنسبة (17.1%)، ثم تثقيف النفس بنسبة (12.1%)، ثم مناقشة الدروس الجامعية مع الأصدقاء بنسبة (10.8%)، يليه التواصل مع الأساتذة والتعرّف على عادات وثقافات مختلفة بنفس النسبة (10%)، ثم متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا بنسبة (9.3%)، يليه مشاركة الفيديوهات

والصور التثقيفية ومتابعة حسابات وصفحات صنّاع المحتوى العلمي والثقافي بنسبة متساوية (08.7%)، ثم للاشتراك في مجموعات علمية وثقافية بنسبة (08%)، والدخول في حلقات علمية أجنبية بنسبة (05.3%).

– أمّا الإناث فقد جاءت دوافعهنّ المعرفية مرتبة كما يلي: متابعة الدروس والمحاضرات بنسبة (18%)، يليه تثقيف النفس بنسبة (13.80%)، ثم مناقشة الدروس الجامعية مع الأصدقاء بنسبة (13.60%)، والتواصل مع الأساتذة بنسبة (11.40%)، يليه متابعة حسابات وصفحات صنّاع المحتوى العلمي والثقافي بنسبة (09.60%)، ويليه متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا بنسبة (09.40%)، يليه التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (07.90%)، جاء بعده دافع الاشتراك في مجموعات علمية وثقافية بنسبة (06.90%)، ثمّ مشاركة الفيديوهات والصور التثقيفية بنسبة (06.10%)، وأخيرا الدخول في حلقات علمية أجنبية بنسبة (03.30%).

ويظهر اختبار كا² أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع المعرفية بين الجنسين، حيث أنّ قيمة كا² الجدولية (16.92) أكبر من قيمة كا² المحسوبة (13.892) عند درجة حرية 09 ومستوى ثقة (0.126).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
غير دال	<u>16.92</u>	0.126	09	13.892

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "صافا أمينة" فقد توصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الجوانب المعرفية، وتعكس هذه النتيجة توجه أفراد العينة إلى استخدامات معرفية متماثلة في الدوافع بين الجنسين، ويمكن تفسيرها بأنّ الطلبة الجامعيين على الأغلب أصبحوا يشتركون في نفس الخصاصاء الثقافية والديمغرافية، فقد أصبحت الأغراض التعليمية تقريبا متشابهة من حيث الانضمام إلى مجموعات الدّراسة والعلوم والثقافة ومتابعة الأنشطة الجامعية عبر الصفحات المختلفة، وما يلفت الانتباه أنّ الشبكات الاجتماعية أصبحت حالة عالمية متغلغلة في كل المجالات، لذا فالمحتوى التعليمي المتماثل غالبا ما يكون جزءا من نشاطها، مما يؤدي إلى خلق دوافع متشابهة بين الجنسين للتعرّض للموادّ المعرفية والدراسية والحاجة للمساعدات الأكاديمية.

فقد أظهرت دراسة "وارم العيد" و"قرين العيد" أنّ العلاقات الاجتماعية السائدة في الفيسبوك بين طلبة الجامعة في طور الليسانس في أغلب عبارات البعد هي علاقات معرفية وتعليمية وتثقيفية، حيث يشاركون الفيديوهات والصور والتعليقات التثقيفية بـ(72.96%)، ويستعين (65.25%) في حل الواجبات الدراسية، ويتواصل أغلبهم مع الأساتذة بالفيسبوك بنسبة (62.75%)، وأظهرت الدراسة أن (62.42%) يستعينون بالفيسبوك في تحميل الكتب والدراسات، وبينت أن (60.42%) يهتمون بصفحات المجموعات ذات الطابع العلمي، بينما يناقش

أغلبهم المواضيع الدراسية مع أصدقائهم بنسبة (59.25%)، ويتواصل (57.5%) من أفراد العينة مع زملاء الدراسة بالجامعة (وارم و قرين، 2020).

جدول (68): يبيّن الدوافع والحاجات المعرفية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغير السن

إجمالي الإجابات	أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات	
	%	ت	%	ت	%	ت		
17.6	260	15.6	14	18.2	69	17.6	177	متابعة دروسي ومحاضراتي وتحميل الكتب
12.3	182	06.7	06	12.1	46	12.9	130	مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي على الفيسبوك
10.8	159	13.3	12	12.1	46	10	101	التواصل مع الأساتذة على الفيسبوك
13	192	11.1	10	12.1	46	13.5	136	تثقيف النفس
07.3	108	07.8	07	07.6	29	07.1	72	مشاركة الفيديوهات والصور والمنشورات التثقيفية
04.2	62	07.8	07	05	19	03.6	36	الدخول إلى حلقات علمية أجنبية
09.3	138	11.1	10	08.9	34	09.3	94	متابعة الأخبار والأحداث ومواكبة التكنولوجيا
08.9	131	11.1	10	08.7	33	08.7	88	التعرّف على عادات وثقافات مختلفة
07.4	109	07.8	07	05.8	22	07.9	80	للاشتراك في مجموعات علمية وثقافية
09.2	136	07.8	07	09.5	36	09.2	93	متابعة صفحات ناع المحتوى العلمي والثقافي
100	1477	100	90	100	380	100	1007	إجمالي الإجابات

من خلال الجدول جاءت نتائج الدوافع المعرفية للطلبة عند متغير السن كما يلي:

- 1- فئة 25 - 18 سنة: في المرتبة الأولى متابعة الدروس والمحاضرات بنسبة (17.60%)، يليه تثقيف النفس بنسبة (13.50%)، ثم مناقشة الدروس الجامعية مع الأصدقاء بنسبة (12.90%)، يليه التواصل مع الأساتذة بنسبة (10%)، ثم متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا بنسبة (9.30%)، يليه متابعة حسابات وصفحات صناع المحتوى العلمي والثقافي بنسبة (9.20%)، ثم التعرّف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (8.70%)، ثم بدافع الاشتراك في مجموعات علمية وثقافية بنسبة (7.90%)، يليه مشاركة الفيديوهات والصور والمنشورات التثقيفية (7.10%)، والدخول في حلقات علمية أجنبية (3.60%).

2- أما فئة 26-33 سنة: في المرتبة الأولى جاء متابعة الدروس والمحاضرات بنسبة (18.20%)، يليه مناقشة الدروس الجامعية مع الأصدقاء والتواصل مع الأساتذة وتثقيف النفس بنسب متساوية بنسبة (12.10%)، يليه متابعة حسابات وصفحات صناع المحتوى العلمي والثقافي بنسبة (09.50%)، ثم متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا بنسبة (08.90%)، ثم التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (08.70%)، ومشاركة الفيديوهات والصور والمنشورات التثقيفية بنسبة (07.60%)، ثم دفع الاشتراك في مجموعات علمية وثقافية بنسبة (05.80%)، وأخيرا الدخول في حلقات علمية أجنبية بنسبة (05%).

3- وفيما يتعلّق بفئة الأكثر من 34 سنة: فجاءت بالمرتبة الأولى متابعة الدروس والمحاضرات بنسبة (15.60%)، يليه التواصل مع الأساتذة بنسبة (13.30%)، ثم دوافع تثقيف النفس ومتابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا والتعرف على عادات وثقافات مختلفة بنفس النسبة (11.10%)، تليها دوافع مشاركة الفيديوهات والصور والمنشورات التثقيفية ودوافع الدخول إلى حلقات علمية أجنبية ودوافع الاشتراك في مجموعات علمية وثقافية وأيضا دوافع متابعة حسابات وصفحات صناع المحتوى العلمي والثقافي جاءت بنفس النسب (07.80%)، يليه مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي بنسبة (06.70%).

ويظهر اختبار كا² أنّه لا توجد فروق إحصائية في الدوافع المعرفية بين الفئات العمرية، حيث أنّ قيمة كا² الجدولية (28.87) أكبر من قيمة كا² المحسوبة (12.56) بدرجة حرية 18 ومستوى ثقة (0.817).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
غير دال	28.87	0.817	18	12.56

تؤكد هذه النتيجة أيضا أنّ الدوافع المعرفية لأفراد العينة متماثلة بين الفئات العمرية، ويمكن تفسير التشابه في الاستخدامات بأنّ الطلبة يعيشون في بيئات تعليمية وأكاديمية متماثلة وفي نفس التخصص □، ولهم ثقافة تكنولوجية موحدة، لذلك فإنّ الأعمار لا تفرّق بين حاجاتهم التعليمية والمعرفية سواء في العشرينيات أو الثلاثينيات ولا تؤثر على طريقة استخدام التكنولوجيا في السياقات التعليمية، فعلى الأغلب هم متجانسون في البحث عن التفوق الأكاديمي ومن خلاله يسعون لبناء شبكات اجتماعية مرنة مع غيرهم من الطلبة والأساتذة عبر مجموعات الدراسة، لخلق جوّ من المناقشات العلمية والأكاديمية، ممّا يؤدي إلى جذب جميع الطلبة إليه لخدماته المتميّزة والسهلة في الوصول إلى المعلومات والموارد التعليمية بغض النظر عن العمر، وتسمح هذه الوضعية بتجاوز التحدّيات والضغطات الجامعية، فيسهل إيجاد الحلول وتوقع النتائج.

وهو ما بيّنته دراسة (Junco, 2012) التي أظهرت أنّ التكرار لأنواع من الأنشطة من خلال استخدام الفيسبوك بين طلاب الجامعة من مختلف الأعمار، يخلق دوافع متشابهة في أنماط التفاعل مع البيئة الافتراضية الأكاديمية، وأشارت إلى العلاقة الإيجابية بين الاستخدام المتماثل للفيسبوك والتواصل الأكاديمي للطلاب مع زملائهم وأساتذتهم، وهو ما سيؤدي إلى زيادة في التحصيل والأداء الأكاديمي إذا كان استخدامه بطريقة متوازنة ومدرّسة، ويعزّز من العلاقات الاجتماعية التفاعلية للطلّبة في البيئة الجامعية بغض النظر عن الاختلافات العمرية.

جدول (69): يبيّن الدوافع والحاجات النفسية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك

المتغيّرات	التكرارات	النسب المئوية %
فكّ العزلة عن نفسي والتخلّ من الشعور بالوحدة	200	14
التخلّ من الخجل	73	05.1
تعويض الفراغ العاطفيّ	91	6.4
كسر الملل والروتين اليومي	235	16.4
إقامة علاقات عاطفية حقيقية	94	06.6
التسلية والترفيه عن النفس	168	11.7
التخلّ من رقابة المجتمع الحقيقي	67	04.7
الهروب من الواقع	70	04.9
التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسياً بعيداً عن الواقع	100	07
البحث عن الحب والاستقرار العاطفي	54	03.7
تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع	55	03.8
الهروب من المشاكل الأسرية	79	05.5
تعزيز الثقة بالنفس	80	05.6
الحصول على قبول ورضا الآخرين	64	04.5
إجمالي الإجابات	1430	100

من أجل معرفة الدوافع والحاجات النفسية لأفراد العيّنة لدخولهم إلى موقع الفيسبوك، طرحنا عليهم السؤال (29) التالي: (فيم تتمثل دوافعك وحاجاتك النفسية من استخدام الفيسبوك؟).

تظهر نتائج الجدول أنّ الدافع النفسي الأوّل لأفراد العينة هو كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (16.4%)، ثم فكّ العزلة عن النفس والتخلّ □ من الشعور بالوحدة بنسبة (14%)، يليه بدافع التسلية والترفيه عن النفس جاء بنسبة (11.7%)، في حين تمثّل نسبة (07%) دافع التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسياً بعيداً عن الواقع، بينما تمثّل نسبة (06.6%) دافع إقامة علاقات عاطفيّة حقيقيّة، أمّا تعويض الفراغ العاطفيّ فقد جاء بنسبة (06.4%)، يليه تعزيز الثقة بالنفس بنسبة (05.6%)، ثمّ الهروب من المشاكل الأسرية بنسبة (05.5%)، تلاه التخلّ □ من الخجل بنسبة (05.1%)، ويليه الهروب من الواقع بنسبة (04.9%)، في حين أوضح (04.7%) من المبحوثين أنّ دافعهم التّفسي هو التخلّ □ من رقابة المجتمع الحقيقي، أمّا دافع الحصول على قبول ورضا الآخرين فجاء بنسبة (04.5%)، وعبرّ (03.8%) من أنّ دافعهم هو تجاوز الصّدّامات النفسيّة والعاطفيّة في الواقع، بينما عبرّ (03.7%) أنه بدافع البحث عن الحب والاستقرار العاطفي.

تثير الدّوافع النفسيّة لاستخدام الأفراد الفيسبوك هواجس لدى العديد من المختصين ليس في علم الاجتماع والاتصال فحسب، بل حتى في أوساط علماء النفس البشري أو الطّبّ العصبي الذين يحذّرون بصفة دائمة من مخاطر الميول النفسية التي تؤدّي إلى التعلّق بوسائل الاتصال مهما كان نوعها ومهما كانت غاية الأفراد من استخدامها، وأصل تلك المخاوف ليس فقط في حجم الاستخدام وطول مدته بالرغم من الانعكاسات الكبيرة له، أو نوع الوسيلة الاتصالية فقط، بل إنّ الخوف كلّ الخوف من انسجام عادات المستخدمين وحاجاتهم مع إشباع الوسيلة الاتصالي المفضّل لديهم، ممّا يؤدّي إلى تعزيز دوافع هذا الاستخدام.

ويعرّف "أبراهام ماسلو" الدّوافع النفسيّة: (بأنّها مجموع القوى الداخليّة التي تعمل على تحفيز السلوك البشري وتصرفات الأفراد لتحقيق أهداف وغايات وتلبية الحاجيات الشخصية والاجتماعيّة) (Maslow, 1943, p. 376)، كما يعرفها: "راين" و"إدوارد": (بأنّها العوامل الدّافعة التي تحفّز الفرد على اتّخاذ قراراته وتحديد تصرفاته بناءً على احتياجاته ورغباته الشّخصية والاجتماعيّة، بحيث تعتمد الدّوافع النفسية على الاحتياجات البشرية الأساسيّة مثل: الحاجة إلى الانتماء والتقدير والأمان والاحترام والتحقيق الشّخصي والانتماء إلى مجموعات اجتماعيّة وغيرها) (Ryan & L, 1985, p. 143)

كما يذكر "راين" و"إدوارد" أنواعاً للدّوافع النفسية التي تؤثر على السلوك وتوجّه الأهداف والرغبات: (Ryan & L, 1985, p. 162)

• الدافعية البيولوجية: تتعلق بالحاجات الأساسيّة للإنسان مثل الطعام والشراب والنوم والجنس، وتحفّز الفرد لتلبية هذه الحاجات للحفاظ على البقاء والنمو.

• **الدافعية الاجتماعية:** تتعلق بالحاجة إلى الانتماء والتقدير والمشاركة في المجتمع، وتحفز الفرد للتفاعل مع الآخرين وبناء العلاقات الاجتماعية الصحية.

• **الدافعية الشخصية:** تتعلق بالحاجة إلى تحقيق الذات والأهداف الشخصية وتطوير القدرات الفردية والمهنية.

• **الدافعية العاطفية:** ترتبط بالمشاعر والعواطف لتحفيز الفرد على التصرفات كالحب والخوف والفرح والغضب.

• **الدافعية العقلية:** تتعلق بالتحدي والفضول والاستكشاف، وتحفز الفرد لاكتشاف وفهم العالم من حوله واكتساب المعرفة الجديدة.

غير أنّ هذه الدوافع لم تتشكل بالصدفة أو اعتباطاً وإنما تصيغها جملة من الميول النفسية والعوامل التكنولوجية والاجتماعية وغيرها، فهي تعتمد بشكل أساسي على تراكمات داخلية كآمنة في شخصية مستخدم التقنية، وتعتمد أيضاً على إحساس الفرد بحاجته إلى تفاعلات ترضيه وتستجيب لدوافعه النفسية بدرجة أولى لأنها سوف تطلق عنان شخصيته نظراً لتبّعها ورضاها عن محتوى التقنية أو انغماسها في تفاعلات رقمية مستمرة، وهذه الحاجات لا يمكن إدراكها لأنها داخلية وغير مادية، بل معنوية، ولكنها تظهر في استعدادات ثقافية ومؤشرات عصبية وإلحاح سمعي بصري حسي، ومعه نفهم كيف يتم حصول الرضا عن الإشباع المعروض للمستخدم، ولكن ماذا بعد هذا الاستخدام؟، هل يكفي المتعرضون للفيسبوك بقدر يسير من الإشباع؟، أم أنّ ضغوطات نفسية سوف تبقّهم على تواصل مستدام وتعرض حواسهم لمزيد من التأثيرات المستمرة من رسائل ومحتوى الفيسبوك؟.

لذلك يؤكد "دينيس ما كويل" (D. Macquial) أنّه لا بدّ من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته في وقت معين والتعرض لوسائل الإعلام، وهو بهذا قدّم المدخل الرئيس لدراسة العلاقة بين المتلقين، ووسائل الإعلام؛ ذلك لأنّ هذا المدخل يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها الوسائل ومحتواها من جهة ودوافع الفرد المستخدم من جهة أخرى، لذلك فإنّ نظرية الاستخدامات والإشباع تبحث في الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام والاتصال: كيف يختارون من بين وسائل الاتصال الجماهيري؟، كيف يختارون ما يتعرضون له من مضامين؟، وما هي معايير اختياراتهم؟، وما هو الأساس الذي تنبع منه تفضيلاتهم؟.

فالأهداف التي حددها أفراد العينة لبناء علاقات اجتماعية افتراضية عبر الفيسبوك، هي نتيجة جملة العوامل النفسية سوف تتكيف وفق حاجيات ودوافع استخدامات ظاهرة أخرى مخفية (دوافع نفسية لا يمكن للمستخدم البوح بها لأنها تشبع غرائزه وأهوائه الجنسية)، والتي سوف يؤدي تناغمها وتفاعلها مع الوسيط الاتصالي إلى تحقيق تلك الأهداف المسماة بالدوافع، وهي دوافع داخلية قادت أفراد العينة إلى التوجّه للفيسبوك بحثاً عن وضعها في قوالب تفاعلية، يحددها الإطار النفسي بينه وبين أقرانه وشبكة أصدقائه ضمن خدمات الموقع المغربية الذي وضعها

في إطارها القيمي الاجتماعي وفقا للاهتمامات المشتركة بصفته عضو مؤثر في دائرته الضيقة ضمن مجتمع الفيسبوك.

فمن خلال نتائج الجدول يتضح جليا أنّ أفراد العينة يدفعهم في المقام الأول استخدام الفيسبوك من أجل تكوين علاقات افتراضية حاجة كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (16.4%)، الذي يعكس حجم الضغوطات النفسية وعدم توفر أماكن للترفيه وجذب الشباب إليها، وقلة الحوار والتفاعل الحقيقي مع رفاق الدراسة ونقص الاهتمام الأسري، فقد دفعهم ذلك إلى استخدام الفضاء الافتراضي كبديل لتجاوز هذه الحالة الروتينية، من خلال الدخول إلى منتديات المحادثة ومشاهدة المباريات والأفلام والدردشات مع الأصدقاء التي تعوّضهم عن الاحساس بالفراغ والروتين اليومي، حيث تعجّ صفحة الفيسبوك بكثير من التطبيقات والصفحات، وهو نشاط مهمّ للتغلب على الملل، لأنّ حاجتهم إلى التفاعل التي افتقدوها في عالمهم الواقعي وأدّت إلى ضجرهم وجدوها في الفيسبوك.

وتشير دراسات كثيرة بحثت عن وجود ارتباط موجب بين الوحدة النفسية والقلق الاجتماعي والاستخدام المشكّل للإنترنت، (Amichi, 2003)؛ (Caplan, 2002)؛ (Morhan-Martin, 2003)، حيث شرح (Erwin, 2004) أنّه في حالة الانطواء والعزلة الاجتماعية فإن استخدام الإنترنت قد يعمل كوسيلة لتجنّب أن يكون الفرد في تفاعل غير مضمون، ليتجنّبوا علاقات الوجه-لوجه لتعويض احتياجاتهم النفسية، وأشارت إلى أنّ الإنترنت يسهّل عليهم تجنّب علاقات الوجه-لوجه، وهم بهذا الشكل يستطيعون الشعور بالراحة النفسية من التفاعل عبر الإنترنت، ولذا يقضون وقتاً أطول في هذا الأمر، وأشارت "يونغ" أنّ كلّ تلك الدراسات اتفقت جميعها على أن الأفراد ذوي المشكلات النفسية والاجتماعية أكثر تفضيلاً لاستخدام التفاعل عبر الإنترنت لما له من مميزات نسبية تتلاءم مع طبيعة مشكلاتهم (Kimberly & Cristiano, 2014, p. 75)، كما بينت دراسة "سبراغين أماندا" (Spraggins Amanda, 2009) أنّ الاستخدام المشكّل كالقلق الاجتماعي وعدم الانتماء مرتبط باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الرضا والصحة النفسية، وتوصلت إلى أنّ استخدام الأفراد لمواقع التواصل وهم بمفردهم معزولون، ويعانون من الوحدة يدفعهم إلى الاستخدام المشكّل، فهذه العوامل تلعب دوراً وسيطياً في العلاقة بين الاستخدام المشكّل وزيادة القلق النفسي والاجتماعي للأفراد (Spraggins, 2009)

غير أنّ البحث عن تلبية هذا الدافع قد ينتج عنه إدمان وتعلّق بالفيسبوك، وهنا يشير الدكتور "علي ليلة" بأنّ إحدى الدراسات ذكرت أنّ التعامل مع موقع الفيسبوك يساعد الشباب بأن يكونوا منفتحين على الآخرين، ويساعدهم على التخلّص من الوحدة التي يشعرون بها في سياقاتهم الواقعية، كما يساعدهم على التخلّص من

ضغوط الحياة، إضافة إلى مساعدتهم في تطوير علاقات اجتماعية، تساعد في التواصل مع الأصدقاء من خلال الموقع كبديل للتواصل معهم في الواقع، وهو يساعد كذلك في تأكيد قدرة الشباب على التكيف مع مشاكلهم، وفي مقابل ذلك هنالك بعض الآثار السلبية التي يساهم فيها الفيسبوك كالشعور بالملل أو الاكتئاب، بسبب قضاء وقت طويل في التعامل من خلال الموقع مع الآخرين، الأمر الذي يجعل الشباب أكثر قلقاً لأنه يعيش مشكلاتهم (جرار، 2012، الصفحات 78-79).

كما تعكس نتيجة الدراسة دور الشباب في مجتمعهم، فهم يحاولون من خلال حاجتهم إلى استخدام الفيسبوك التغلب على حالة الملل، فهم بحاجة إلى تغيير الوضع للبحث عن راحتهم النفسية بإشغال وقتهم مع أصدقاء افتراضيين، وتضييع وقتهم في تطبيقات وخدمات الفيسبوك، لإبراز ذاتهم وتحقيق نوع من الوجودية ضمن التفاعل الافتراضي، ولعلنا نجد أنّ هذا الدافع شبيه إلى حدّ ما بدافع الهروبية من الضغوط النفسية والقلق، فذاته الافتراضية ألفت استخدام الفيسبوك، فهي تشعره بحاجته إلى تغيير الوضع القائم، لأنّ إمكانيات مجتمعه لم تعد تلبّي إشباعاته لتملأ وقته وتنقّس عنه وتعوّض له إكراهات المجتمع الذي ينتمي إليه، حيث يؤدي شعور الأفراد بالملل إلى تراجع نشاطه الاتصالي الواقعي وإلى إخفاقات في تجارب عاطفية كانت تشعره بقيمة وقته، وتملأ عليه حياته وتغمره بالتضامن والعواطف، غير أنه أصبح لا يحس بوجوده وقيّمته بعد افتقاده للاتصال الاجتماعي إلا بين مجموعته الافتراضية التي لجأ إليها لتشغل وقته وتلبي له شعوره بالانتماء العاطفي والنفسي.

كما بيّنت النتائج أنّ أفراد العينة يميلون إلى استخدام الفيسبوك لفكّ العزلة عن أنفسهم والتخلّ من الشعور بالوحدة بنسبة (14%)، وهذه الحالة النفسية لم تأت من فراغ، فهي تعبّر عن شعورهم بنفور المجتمع الحقيقي منهم وتعرّضهم للاقصاء الاجتماعي، فثمة مشاكل نفسية تعاني منها هذه الفئة سواء من التهميش ونقّ الاهتمام، ولعلّ هذا الدافع يعكس خيبات أمل حقيقية تعرّضوا لها هي التي أدّت بإحساسهم بعدم قيمتهم، لأنّ هروبهم إلى الفيسبوك يعوّضهم هذا الإحساس، ويعتبر هذا الدافع أحد أسباب الشعور بالانتماء إلى المجتمع أو الجماعة الافتراضية.

وفي هذا السياق يؤكّد كل من "ماكميلان" و"تشافيز" (McMillan and Chavis, 1986) أنّ أحد العوامل التي ينشأ عنها هذا الإحساس تتمثّل في مايلي: (مجموعة مؤلفين؛، 2021، صفحة 82)

● الشعور بالانتماء (belonging) إلى جماعة من خلال عضويتها ومتابعة ما يحدث فيها وسهولة التفاعل مع أفرادها وأحداثها.

- الشعور بالقدرة على التأثير (influence/ impact) في تلك الجماعة أو المجتمع الافتراضي، من خلال ردود الأفعال التي يتلقاها الفرد من بقية أعضاء الجماعة أو أفراد المجتمع الافتراضي، وكذلك التأثير بما يحدث في المجتمع.
- تبادل الدعم (support) وإشباع الحاجات النفسية والشعورية والارتباط الوجداني بأفراد الجماعة من خلال تبادل التهاني والتعازي والمواساة والنصيحة وبطاقات المعايدة وما إلى ذلك.
- الحضور والتواجد (availability)، وهما نقيض العزلة والغياب اللذين نتجا عن هيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين أسباب الحياة، فلا يُتصور أن يبقى المرء طويلاً في مجتمع افتراضي ليس فيه من يتواصل معه فلا يسمع فيه إلا صدى صوته.
- الثقة (trust) فلا يستطيع الفرد أن يشعر بالانتماء لجماعة أو مجتمع لا يثق بأحد أفرادها ولا يشعره بالأمان.

ويؤكد الباحث أنّ العزلة النفسية في هذا الإطار تأتي نتيجة المعاناة من النبذ والرفض التي قد يطال الأفراد، ما يجعل ثقتهم بأنفسهم تتراجع، فشعور الفرد بالعزلة يوّلد الخوف وعدم التجرأ على اقتحام الصعاب والمشاكل التي يواجهها، فيضطرّ إلى الكبت واعتزال الناس، ويمتنع عن رغبته في التواصل العميق مع أعضاء اجتماعيين في واقعه، كإيجاد شريك يبادل أحاسيسه، ويناقش همومه ويثق فيه ليبوح بأسراره له وينقّس عن مكبوتاته معه، فإن لم يجد هذا الشريك الذي تربطه علاقات اجتماعية وثيقة في العالم الواقعي، يتعدّد تدريجياً ويبحث عن من يلبي هذه الحاجات النفسية التي تعوضه في العالم الافتراضي، ويقدر وجوده وكفائته ويشعره بالانتماء الاجتماعي.

كما عبّر أفراد العينة من خلال دوافع التسلية والترفيه عن النفس بنسبة (11.7%)، عن الشعور بالارتياح النفسي بعد مشقة التعب طوال اليوم، وهو من قبيل ترويح المبحوثين عن أنفسهم بإدخال السرور والفرح والانبساط باستغلال خدمات كثيرة تلبي هذه الحاجة، لأنّ نشاطات العالم الافتراضي يتم صياغتها لأجل تحقيق غايات التسلية والترفيه كاللعب مثلاً والدخول في مغامرات ممتعة مع الأصدقاء الافتراضيين في إطار العلاقات التي أنشأها لتخلق له توازناً بين ما تطلبه نفسه لتجديد نشاطها وحيويتها، وهو هروب من الواقع المليء بالهموم والمشاحنات ومعاونة الدراسة والبعد عن البيت، لذلك يحاول ملء أوقات فراغه للترويح باستخدام خدمات الموقع المتنوعة والابحار في صفحاته الافتراضية مع أصدقائه، التي أكّد انضمامه لها في إجاباته السابقة، ممّا يقلل لديه القلق والتوتر والميل إلى مجتمعه الافتراضي، والبحث عن علاقات اجتماعية جادة تنسيه متاعبه.

لذلك تعتبر حاجات الشخص العاطفية أو النفسية خاصة في مرحلتي المراهقة والشباب من أهم الحاجات، والتي ترتبط خصوصاً بتقوية الخبرات الجمالية والبهجة والعاطفة عندهم، حيث يسعون للحصول على البهجة والترفيه من

الدوافع النفسية التي يتم إشباعها من خلال وسائل الاتصال، وتعدّ الكثير من مواقع الإنترنت بوسائل الترفيه الشائعة عند الشباب مثل الموسيقى بأنواعها، والتواصل مع الأصدقاء والمشاركة في الدردشة والعديد من الأشكال التي تلبي حاجات الترفيه، والتي تظهر مقدرة وسائل الاتصال على تحقيق الإشباع العاطفية والنفسية لدى الشباب (صافا، 2015، صفحة 58).

وتشير فكرة التسلية إلى المفاهيم المألوفة عن الهروب من الواقع، واللجوء إلى الخيال والاسترخاء، وغيرها من المفاهيم التي تدور حول استخدامات الإعلام، وربما يرجع السبب الأساسي لسماح الموسيقى إلى الرغبة في الاستمتاع أو الهروب من الحياة اليومية (PAUL & wall, 2017, p. 121)، ويمكن أن تظهر وظيفة التسليه والترفيه من خلال الألعاب المختلفة والأفلام والدردشة التي تتسم بالتنوع والجاذبية، حيث يقضي الكثير من مستخدمي الإنترنت معظم الوقت الذي يخصصونه بالتعامل مع هذه التكنولوجيا في الاتصال بمواقع التسلية (درويش، 2016)، ويؤكد "حيدر الكعبي" بأن الإنسان يلجأ إلى الترفيه عادة بسبب حاجته إلى الهروب من نمط الحياة الروتيني وما فيه من التزامات وقيود، ليتجه نحو عالم لا يتقيد بالنشاطات المألوفة لديه، وعلى هذا الأساس يمكن أن نفسّر سبب حبّ الناس للتفرّج على أية حادثة غير مألوفة يصادف وقوعها في طريقهم وهم يتوجّهون لإنجاز أعمالهم اليومية، فهذه الحوادث تسبب لهم نوعا من التسلية التي يحسّون بها تلقائياً بسبب مشاهدتهم لمنظر لا يألفونه في أيامهم الروتينية (الكعبي ح.، 2017، صفحة 118).

كما تعكس النتائج في الجدول أعلاه أيضا رغبة الباحثين في الدخول إلى الفيسبوك بدافع التواصل والتفاعل مع أشخاص يرتاحون لهم بعيدا عن الواقع، وإقامة علاقات عاطفية حقيقية وبدافع تعويض الفراغ العاطفي على الترتيب، وهذه الدوافع تؤكد حاجة الباحثين إلى الاهتمام والتعاطف معهم، وميلهم إلى البحث عن حلول تحلّصهم من الشعور بالفراغ العاطفي، فهذه الفئة تبحث عن من يفهمها ويدعم مشاعرها من خلال إيجاد الحبيب أو شريك الحياة الافتراضي، وهو ما يعكس لدينا انفصاما عاطفيا تشعر به في مجتمعها الحقيقي.

ولأنّ رقابة المجتمع الحقيقي والقيود التي تفرضها القيم والأعراف، تدفع بالجنسين للتواصل عبر الفيسبوك للحصول على الرضا العاطفي والدعم المعنوي، سواء أنّ هذه الفئة تستخدم هويّات حقيقية أو متقمّصة، مع العلم أنّ كثيرا من المستخدمين لديهم عدّة هويّات مزيفة يخوضون من خلالها تجاربا عاطفية افتراضية، لأنها تشعر بنجل من البوح بأسرارها العاطفية، ولا تستطيع التواصل مع هذا الشريك في الواقع نظرا لصعوبة تحقق ذلك مع المراقبة العائلية خاصة بالنسبة للفتاة، فتنشأ العلاقة الغرامية تفاديا للعقوبة أو الاقصاء الاجتماعي، وهو ما يعتبر ملاذا آمنا للفرار من المراقبة والعقوبات، ولممارسة كثير من المحظورات في مجتمعها الحقيقي.

وحسب "ليلي جرّار" أن الحاجة لمعرفة الجنس الآخر تبدأ من تعرفّ الشباب (رجل - فتاة) وتكوين اتصال مع الجنس الآخر، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإنّ هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الشّباب ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أنّ استخدامه لموقع الفيسبوك يشبع الحاجة سواء كان هذا الإشباع كلياً أو جزئياً (جرار، 2012، صفحة 218).

وهو ما يؤكّده (بهاء شاهين، 1999)، فقد أظهرت دراسته أنّ (63.64%) من الشباب الجزائري ساهم الفيسبوك في إقامة علاقات عاطفية افتراضية، وأشارت إلى أنّ (43%) كانت دوافعهم تفجير عواطف مكبوتة، وتعويد النّفق بِنسبة (35%)، وأشار (31.82%) أنّه يمكن تحويلها إلى علاقات عاطفية واقعية، وأوضحت الدراسة أنّ (45.46%) يشعرون بتأنيب الضمير لما تثيره هذه العلاقات (شريفة، 2017).

كما يفسّر الباحث النسب القليلة لأفراد العيّنة حول دوافع التخلّد من الخجل وتجاوز الصّدّامات النفسيّة والعاطفيّة في الواقع، إنّما يعكس مرة ثانية تأكيد ما جاءت به النتائج السابقة، فهذه الفئة تشعر فعلاً بالتهميش الاجتماعي، ممّا يؤدّي إلى الفشل في إقامة علاقات اجتماعية جيّدة مبنية على التفاعل والمشاركة الحقيقية والاندماج ضمن سلسلة من التواصل الإيجابي، فرفض هذه الفئة، وعدم الإصغاء لها، وترك فسحة من الأمل لديها في التعبير والإدلاء بأرائها ومشاعرها بكلّ حرّيّة، يفقدون الثقة بالنفس، فيلجؤون إلى الغرف المغلقة عبر الدردشة للتفريغ العاطفي بطرق مختلفة.

وفي هذا السّياق يوضّح الباحثون أنّ نظام المحادثة عبر الإنترنت ينطوي على آلية معيّنة تسمح للمستخدمين بتقديم أنفسهم للآخرين ممّن يتحدّثون معهم باستخدام أسماء مستعارة، وهذه الأسماء المستعارة تشجّع مستخدمي النظام على المشاركة الفعّالة في الحوار والحديث دون خوف أو خجل وتضفي نوعاً من الإثارة على عالم المحادثة عبر الإنترنت (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 75)، لأنّ الدّخول للإنترنت وغرف الدردشة يعدّ تعبيراً عن فراغ نفسي واجتماعي ووجداني لدى المجتمعات وخصوصاً في هذا العصر المادي، الذي يفقّر إلى العاطفة الصادقة بعيداً عن الماديات وسيطرتها على المشاعر، والتي دفعت إلى الإقبال الشديد على غرف الدردشة عبر الإنترنت للقيام بالعلاقات المغلّفة بالسرية والكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنّها قد تقود إلى السقوط في مزالق خطيرة (حماد، 2014، صفحة 25).

ويشير دافع التخلّد من رقابة المجتمع الحقيقي، بأن القيم الاجتماعية التي تحكم الأفراد لا تسمح بممارسة نزوات وأهواء نفسية، وهذه الرّقابة إنّما وجدت كسلطة للسيطرة على السلوكيات الطائشة، ولكبح جماح النفس البشرية،

وفي حال تعارضت الدوافع النفسية مع ضوابط المجتمع الحقيقي، يكون الفيسبوك فضاءً حرًا لممارسة تلك الحاجات، خوفاً من تعرّضهم للنقد والتحديد وهروباً من الرقابة الاجتماعية وتجاوزاً لقوانينه في نظر هؤلاء الأفراد. لذلك أشرنا في النتائج السابقة أن من دوافع استخدام المبحوثين لهويات مستعارة قد يكون تحوّفهم من النقد بين معارفهم، حول ما ينشرونه أو أنهم لا يريدون من غيرهم أن يعلموا أنّ لديهم حسابات في الفيسبوك، فقد بينت دراسة "أفنان قطب" عن أسباب تعرّض المبحوثين للنقد عند استخدامهم للإسم الحقيقي، فقد جاء بغرض التطفل عليهم بنسبة (69%)، ووجود فجوة في التفكير بينهم وبين أهلهم بنسبة (39%)، ثم غضب الآخرين عليهم لعدم تواجدهم في المناسبات وتعرّضهم للتنمّر من مجهولين بنسبة (18%) (قطب، 2020).

وتنعكس الدوافع النفسية لأفراد العينة على جودة علاقاتهم الاجتماعية في الواقع، فمن خلال الانغماس في مزايا الفيسبوك تبرز الحاجات الفردية بالحاح ويكون مطلب إشباعها أولوية نفسية، وسواء كانت تأثيراتها إيجابية أو سلبية على علاقة الفرد بذاته أو بمن يحيطون به، وفي هذا الشأن يشير الدكتور "عزي عبد الرحمن" من خلال مفهوم السالب والموجب لوسائل الاتصال، فحسب مبدأ النظرية البنوية أنّ أيّ سمة اتصالية أو اجتماعية تبرز أساساً في علاقتها مع السمة التي تقابلها في الجانب الآخر، ويحمّل "عزي عبد الرحمن" محتويات ووسائل الاتصال مسؤولية قيمة، فالتأثير عنده يكون مرتبطاً بجودة القيم سواء بتعزيزها أو تحييدها من خلال ممارسات المستخدمين، حيث يقول: (أنّ دراسة التأثير لا يتم من منظورنا بدون مرجعية تربط محتويات ووسائل الاتصال بالقيم، إنّ التأثير يكون إيجابياً إذا كانت وسائل الاتصال وثيقة الصلة بالقيم، وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيّد بأي قيمة أو تناقض القيمة) (عزي، 2011، الصفحات 28-29).

لذلك فإنّ الدوافع النفسية التي عبّر عنها أفراد العينة قد يكون لها من منظور إيجابي التفرغ العاطفي وتعزيز الشعور بالانتماء إلى مجتمعات أخرى، والترفيه كجزء من عملية تغيير الرّوتين والدردشة مع الآخرين والتي تعتبر من أكبر النشاطات استخداماً من قبل طلبة كلية العلوم التكنولوجية.

فقد بيّنت الكثير من الدراسات التي عالجتها ظاهرة استخدام الشباب للإنترنت أنّ الدردشة هي من الأنشطة الاتصالية الأكثر استخداماً من طرف فئة الشباب، وهو ما أظهرته دراسة فرنسية لمركز (Universal McCann Connections)، حيث أنّ أكثرية الشباب يستخدمون الدردشة بقوة على الإنترنت مقارنة مع الخدمات الاتصالية الأخرى، وأظهرت دراسة سعودية في مدينة الرياض أنّ (33.5%) من الشباب يستخدمون الإنترنت للدردشة مع الآخرين، وبيّنت الدراسة أنّ (15.6%) يستخدمون الدردشة لغرض البحث عن علاقات رومنسية وعاطفية مع الجنس الآخر (بودهان، 2012، صفحة 35)

لذلك لن ننكر العديد من المزايا الجيدة والإيجابية التي أتاحتها الفيسبوك خاصة في التواصل البشري، فالدوافع النفسية المعبر عنها لها مبرراتها العلمية والمنطقية، فمن خلال توظيف الفيسبوك في التواصل مع الأصدقاء والأسرة والمعارف والتعبير عن الذات والحصول على الدعم النفسي والاجتماعي، والتعبير عن كتلة المشاعر والعواطف، بطرق مباشرة أو غير مباشرة، والتخلّ □ من العزلة والوحدة من خلال التفاعلات النفسية والعاطفية، وقضاء أوقات طويلة في الاستمتاع بأوقات الدردشة والتسلية والترفيه، كل هذه الدوافع تشكّل منفذاً سريعاً للتخلّ □ من مشكلات رتابة العلاقات الاجتماعية الواقعية وهي تظهر بطريقة ما في طبيعة الاستخدام ودرجة الإشباع، وهو ما يثبت أنّ الأفراد ينتقون وسائل الاتصال بعناية حسب ما تحقّقه لهم من مستوى الرضا النفسي والاجتماعي، وهو مفهوم راسخ في نظرية الاستخدامات والإشباع التي تظهر أنّ الحاجات المختلفة للأفراد هي التي تدفع بهم إلى استخدام وسائل الاتصال بالطرق التي تلبيّ الرغبات المطلوبة، وبالتالي تعزيز النشاط الإيجابي للأفراد في انتقاء الوسائل الاتصالية.

ففي دراسة "تحسين بشير" 2004 سعت للتعرف على دوافع استخدام طلاب جامعة البحرين للإنترنت، وهي دراسة كمية اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، وطبقت على (330) مبحوثاً، وأوضحت نتائجها أنّ أبرز دوافع الاستخدام للطلبة تتمثّل في الدردشة وألعاب الفيديو، والتسلية والاندماج الاجتماعي والهروب من المشكلات، وفي نفس السياق أجرى "نايف بن ثنيان" 2004 دراسة حول تأثير الإنترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيرية، وطبقت على ثمان جامعات سعودية، وأظهرت الدراسة أنّ حاجات الطلبة في الاستخدام تتمثّل في المراسلة والمحادثة والترفيه (سليم، 2019، صفحة 43)، كما بينت نتائج دراسة "يامين بودهان" أنّ الشباب عينة الدراسة يميل إلى استخدام مواقع الإنترنت لتحقيق عدة حاجات ورغبات معرفية ووجدانية واندماجية لا يستطيعون تلبيتها بوسائل أخرى، حيث أظهرت النتائج أنّ دوافعهم تتمثّل في ملء الفراغ، والدردشة الإلكترونية، وكتابة التعليقات، واعتبرت نسبة كبيرة منهم أنّ استخدامهم للإنترنت ضروري نوعاً ما بنسبة (59%)، وضروري جداً ولا يمكن الاستغناء عنها بنسبة (22%) (بودهان، 2012، صفحة 52).

ومن جهة أخرى أكّد كل من "إليسون" وآخرون، على دور الفيسبوك في زيادة تدفق الرأس مال الاجتماعي، حيث تعمل دوافع استخدام الأفراد لموقع الفيسبوك على التقليل من الشعور بالوحدة وتعزّز من المزاج الإيجابي للطلبة (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)، كما أظهرت دراسة "هانكوك" و"كونزال" أنّ التفاعل يزيد من ثقة المستخدمين بالفيسبوك ويعزّز من تواجدهم في بيئة تفاعلية إيجابية، ويزيد من شعورهم

بالانتماء والقبول في مجتمعهم وحياتهم (Hancock, 2011)، كما أجرى "ماتياس" و"فلورنس" تجربة على مواقع التواصل الاجتماعي للكشف عن العادات وتقييم مدى تأثير نشر تحديثات حالة المستخدم على الشعور بالوحدة، حيث طلب الباحثان من المشاركين في التجربة بنشر تحديثات لحالاتهم العاطفية لأسبوع كامل، وبيّنت الدراسة أنّ تحديث العينة التجريبية لحالتهم على الفيسبوك يزيد من الشعور بالانتماء أكثر وتعزيز التواصل الاجتماعي الافتراضي، كما يقلل من الشعور بالوحدة النفسية إذا ارتبط هذا التحديث بالحالة الإيجابية، أي أنّ التحديثات الإيجابية للحالة ذات محتوى يزيد من الدعم النفسي والاجتماعي، ويظهر هذا السلوك من خلال مشاركة الأصدقاء والتفاعل معهم، وأوضحت الدراسة أن المشاركين لم يكونوا على علم مسبق بالتجربة، وهو ما قدّم نتائج قويّة بخصوص تحديثات الحالة على المنصّة (Matthias R. & Florenz G., 2013). فمن خلال نتائج هذه الدراسات تعتبر الدوافع النفسية ذات علاقة إيجابية بين استخدام الفيسبوك وتلبية الحاجات أو المشكلات النفسية المختلفة، بالرغم من إشارة الكثير من الأبحاث والدراسات عن التأثيرات النفسية لاستخدام الفيسبوك.

وفي هذا الإطار أوضح "روزنجرين" (Rosengren, K.E. 1974) أنّ الحاجات أو المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين، تتطلب من الفرد إدراك سبل حلّها، وبالتالي تشكّل قوة دافعة للتعرّض من خلال اختيار أنماط دوافع الإشباع، وهي كلّها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام والاتصال أو أي سلوك آخر، وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات، وبالتالي فإننا نتوقع اختلافاً في نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك أيضاً إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها (شميسي، 2010، صفحة 46). وهو ما سيتم التطرّق إليه بالتفصيل في المبحث الثالث من هذه الدراسة.

جدول (70): يبين الدوافع والحاجات النفسية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
14	200	14	102	14	98	فكّ العزلة عن نفسي والتخلّ من الشعور بالوحدة
05.1	73	05.1	37	05.1	36	التخلّ من الخجل
06.4	91	05.6	41	07.1	50	تعويض الفراغ العاطفيّ
16.4	235	18.1	132	14.7	103	كسر الملل والروتين اليومي
06.6	94	05.5	40	07.7	54	إقامة علاقات عاطفية حقيقية
11.7	168	12.2	89	11.3	79	التسلية والترفيه عن النفس
04.7	67	03.8	28	05.6	39	التخلّ من رقابة المجتمع الحقيقي
04.9	70	04.7	34	05.1	36	الهروب من الواقع
07	100	07.4	54	06.6	46	التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع
03.8	54	03.60	26	04	28	البحث عن الحب والاستقرار العاطفي
03.8	55	03.8	28	03.9	27	تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع
05.5	79	05.6	41	05.4	38	الهروب من المشاكل الأسرية
05.6	80	06.3	46	04.9	34	تعزيز الثقة بالنفس
04.5	64	04.40	32	04.6	32	الحصول على قبول ورضا الآخرين
100	143	100	730	100	700	إجمالي الإجابات

تظهر النتائج المتعلقة بالدوافع النفسية لأفراد العينة عند متغير الجنس كما يلي:

- 1- جاءت الدوافع النفسيّة لذكور أفراد العينة في المرتبة الأولى حاجة كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (14.7%)، يليه فكّ العزلة عن النفس والتخلّ من الشعور بالوحدة بنسبة (14%)، يليه دافع التسلية والترفيه عن النفس بنسبة (11.3%)، ثم إقامة علاقات عاطفية حقيقية بنسبة (7.7%)، يليه تعويض الفراغ العاطفيّ بنسبة (7.1%)، ثم يليه دافع التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع بنسبة (6.6%)، والتخلّ من رقابة المجتمع الحقيقي بنسبة (5.6%)، ويليه الهروب من المشاكل الأسرية بنسبة (5.4%)، ثم دافع التخلّ من الخجل ودوافع الهروب من الواقع بنسبة (5.40%)، يليه تعزيز الثقة بالنفس جاء بنسبة (4.9%)، ويليه الحصول على قبول ورضا الآخرين بنسبة (4.6%)، يليه دافع البحث

عن الحب والاستقرار العاطفي بنسبة (04.5%)، وفي الأخير دافع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (03.9%).

2- أما بالنسبة للإناث فقد جاءت دوافعهن النفسية مرتبة كما يلي: في المرتبة الأولى كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (18.1%)، يليه فكّ العزلة عن النفس والتخلّ من الشعور بالوحدة بنسبة (14%)، ثمّ دافع التسلية والترفيه عن النفس جاء بنسبة (12.2%)، يليه دافع التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع بنسبة (07.4%)، يليه تعزيز الثقة بالنفس بنسبة (06.3%)، ثمّ دافع تعويض الفراغ العاطفيّ ودافع الهروب من المشاكل الأسرية بنسبة (05.6%)، ثم يليه إقامة علاقات عاطفية حقيقية، و(05.1%) للتخلّ من الخجل، و(04.7%) بدوافع الهروب من الواقع، والحصول على قبول ورضا الآخرين بنسبة (04.4%)، ثم دافع التخلّ من رقابة المجتمع الحقيقي وتجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (03.8%)، وأخيرا دافع البحث عن الحب والاستقرار العاطفي بنسبة (03.6%).

ومن خلال النتائج يتضح أنّ كلا الجنسين غير متماثلان في الكثير من الدوافع النفسية، وحاجات الاستخدام، فمن خلال اختبار كاي² يتبيّن أنّه لا يوجد فروق إحصائية في الدوافع النفسية بين الجنسين، حيث أنّ قيمة كاي² الجدولية (22.36) أكبر من قيمة كاي² المحسوبة (11.13) بدرجة حرية 13 ومستوى ثقة (0.600).

النتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² المحسوبة
غير دال	22.36	0.600	13	11.13

ويمكن تفسير النتائج بالعودة إلى هرم "أبراهام ماسلو" الذي يقترح فيه تسلسل عدد من الحاجات الأساسية، والتي يسعى الأفراد من كلا الجنسين إلى تلبيتها، وتعتبر نظريته أنّ الانتماء والتواصل الاجتماعي جزء محوري من الحاجات النفسية والاجتماعية، وهو ما يخلق حاجات متنوعة لدى الذكور والإناث في دوافع استخدام الفيسبوك (Maslow, 1943)، وفي المقابل تؤكّد نظرية "الرضا عن الذات" لصاحبها عالم النفس الأمريكي "كارل روجرز" أنّ الأفراد يلجؤون إلى العديد من التفاعلات والتواصل وبناء العلاقات الاجتماعية لتحقيق الرضا عن الذات والقبول الاجتماعي، بغضّ النظر عن اختلافات الجنس، ويعتبر "روجرز" تحقيق الرضا مفهوما مركزيا للصحة النفسية، إذ يؤكّد أنّ شعور الأفراد بالرضا عن أنفسهم يجعلهم أكثر قدرة على تحقيق إمكاناتهم الكاملة، وممارسة حياتهم بطريقة صحيحة ومرضية، لذلك فإنّ الأفراد الذين يكتسبون هذا الشعور من خلاله يعملون على تعزيز استخدام الفيسبوك للحصول على أكبر قدر من الرضا، وهو مطلب نفسي واجتماعي لكلا الجنسين (Rogers, 1959, p. 204)

جدول (71): يبين الدوافع والحاجات النفسية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغير السن

إجمالي الإجابات	أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
	ت	%	ت	%	ت	%	
200	73	10.1	12	14.1	58	13.6	فكّ العزلة عن نفسي والتخل من الشعور بالوحدة
73	05.1	07.1	06	05.1	20	04.9	التخل من الخجل
91	06.4	07.1	06	06.4	25	06.3	تعويض الفراغ العاطفي
235	16.4	15.3	13	15.9	62	16.8	كسر الملل والروتين اليومي
94	06.6	03.5	03	06.4	25	06.9	إقامة علاقات عاطفية حقيقية
168	11.7	07.1	06	11	43	12.5	التسلية والترفيه عن النفس
67	04.7	08.2	07	04.3	17	04.5	التخل من رقابة المجتمع الحقيقي
70	04.9	03.5	03	04.6	18	05.1	الهروب من الواقع
100	07	08.2	07	08.2	32	06.4	التواصل مع أشخاص أرتاح لهم بعيدا عن الواقع
54	03.8	03.5	03	03.8	15	03.8	البحث عن الحب والاستقرار العاطفي
55	03.8	05.9	05	04.1	16	03.6	تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع
79	05.5	04.7	04	05.9	23	05.5	الهروب من المشاكل الأسرية
80	05.6	07.1	06	04.6	18	05.9	تعزيز الثقة بالنفس
64	04.5	04.7	04	04.9	19	04.3	الحصول على قبول ورضا الآخرين
143	100	100	85	100	391	100	إجمالي الإجابات

جاءت النتائج المتعلقة بالدوافع النفسية لأفراد العينة عند متغير العمر كما يلي:

- 1- فئة 25-18 سنة: في المرتبة الأولى دافع كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (16.8%)، ثم فكّ العزلة عن النفس والتخل من الشعور بالوحدة بنسبة (13.6%)، ثم التسلية والترفيه عن النفس بنسبة (12.5%)، يليه إقامة علاقات عاطفية حقيقية بنسبة (06.9%)، والتواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع بنسبة (06.4%)، ثم تعويض الفراغ العاطفي بنسبة (06.3%)، وتعزيز الثقة بالنفس جاء بنسبة (05.9%)، يليه دافع الهروب من المشاكل الأسرية بنسبة (05.5%)، ثم الهروب من الواقع بنسبة (05.1%)،

يليه التخل \square من الخجل بنسبة (04.9%)، والتخل \square من رقابة المجتمع الحقيقي بنسبة (04.5%)، ثم دافع الحصول على قبول ورضا الآخرين بنسبة (04.3%)، يليه البحث عن الحب والاستقرار العاطفي بنسبة (03.8%)، ثم في المرتبة الأخيرة دافع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (03.6%).

2- أما فئة 26-33 سنة: في المرتبة الأولى جاء دافع كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (15.9%)، يليه فكّ العزلة عن النفس والتخل \square من الشعور بالوحدة بنسبة (14.1%)، ثم دافع التسلية والترفيه عن النفس بنسبة (11%)، يليه التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع بنسبة (08.2%)، ثم دافع إقامة علاقات عاطفية حقيقية، وتعويض الفراغ العاطفيّ بنفس النسبة (06.4%)، يليه دافع الهروب من المشاكل الأسرية بنسبة (05.9%)، ثمّ التخل \square من الخجل بنسبة (05.1%)، ويليه دافع الحصول على قبول ورضا الآخرين بنسبة (04.9%)، ويليه دافع الهروب من الواقع ودافع تعزيز الثقة بالنفس جاء بنسبة واحدة (04.6%)، يليه التخل \square من رقابة المجتمع الحقيقي بنسبة (04.3%)، ثمّ تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (04.1%)، يليه في الأخير دافع البحث عن الحب والاستقرار العاطفي بنسبة (03.8%).

3- الدوافع النفسية لفئة الأكثر من 34 سنة: جاء في المرتبة الأولى كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (15.3%)، يليه فكّ العزلة عن النفس والتخل \square من الشعور بالوحدة بنسبة (10.1%)، يليه التخل \square من رقابة المجتمع الحقيقي والتواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع بنفس النسبة (08.2%)، ثم دافع التخل \square من الخجل وتعويض الفراغ العاطفيّ والتسلية والترفيه عن النفس وأيضا دافع تعزيز الثقة بالنفس جاءت بنسب متساوية بلغت (07.1%)، ثمّ دافع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (05.9%)، يليه دافع الهروب من المشاكل الأسرية والحصول على قبول ورضا الآخرين بنسبة (04.7%)، ثمّ يليه إقامة علاقات عاطفية حقيقية والهروب من الواقع وأيضا البحث عن الحب والاستقرار العاطفي بنسبة (03.5%).

وتظهر النتائج أيضا بأنّ الفئات العمرية تشترك في الكثير من الدوافع والحاجات النفسية، فمن خلال اختبار χ^2 يتبين أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع النفسية عند متغير العمر، حيث أنّ قيمة χ^2 الجدولية (38.89) أكبر من قيمة χ^2 المحسوبة (12.03) بدرجة حرية 26 ومستوى ثقة (0.990).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
غير دال	38.89	0.990	26	12.03

وتعكس هذه النتيجة ضهور الفوارق العمرية في الدوافع النفسية لاستخدام الفيسبوك، وهو ما قد يعطي استجابات متشابهة بينهم رغم الاختلافات الطفيفة في ترتيب بعض الحاجات، والتي تدخل في إطار العملية الاجتماعية لبناء علاقات افتراضية أكثر رسوخا وانسجاما، وفي هذا الإطار ترى نظرية "الاحتياجات الأساسية" لـ"هيرزبرغ" أن البشر لديهم مجموعة من الاحتياجات النفسية الأساسية، والتي تكون على الأغلب مرتبطة بالنمو الشخصي وتطور الذات، والشعور بالانتماء والأمان، وتأتي في أعلاها الاحترام وتقدير الذات، بغض النظر عن العمر (Herzberg, 1959).

ومن خلال مجموعة الحاجات الفسيولوجية الأساسية للأفراد، كحاجة الشعور بالانتماء وتعزيز الذات والاعتراف والتقدير النفسي والاجتماعي، قد يستخدم الطلبة الفيسبوك كوسيلة لتلبية هذه الحاجات بطرق متشابهة، عن طريق التواصل الاجتماعي والشعور بالتقدير من مجموعات الفيسبوك والأصدقاء والأقارب، وحتى العلاقات الاجتماعية الجديدة التي تم اكتسابها، وهو ما يعزز بقوة تلبية الحاجات النفسية للتواصل الاجتماعي، مما قد يقلد من حجم الفوارق العمرية في تلبية هذه الحاجات.

وهو ما تذهب إليه نظرية "التفسير الاجتماعي" والتي ترى بأن المعاني والتفسيرات التي يكتسبها الأفراد من خلال التجارب الشخصية، قد تحدّد دوافعهم وسلوكهم في بناء تصوّر للأحداث والتفسيرات الاجتماعية والشخصية (Mead, 1934). وبهذا الشكل فإنّ هذه الصورة الإيجابية قد يستخدمها الأفراد عند اللجوء إلى الفيسبوك لتلبية الحاجات النفسية، والتي تكون منطلق تفسيرات متشابهة بين الفئات العمرية، لأنّه ومن خلال النتائج السابقة تبين أنّ أغلب الفئات العمرية تستخدم الفيسبوك للتواصل ونسج العلاقات وتعتبره مصدرا للترفيه والتسلية وتفرغ العواطف هروبا من المشكلات.

جدول (72): يبيّن الدوافع والحاجات الاجتماعية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك

المتغيّرات	التكرارات	النسب المئوية %
التّوا مل مع الأهل الأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط	268	16.6
لتوسيع علاقتي الاجتماعية	139	08.6
التوا مل مع زملاء في الجامعة	244	15.1
التوا مل في مناسبات الأفراح أو الأتراح للتهنئة والتعزية دون التنقل	95	05.9
مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية	98	06.1
فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية	110	06.8
إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة	103	06.4
ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي	137	08.5
الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية	57	03.5
كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين	81	05
الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية	77	04.8
البحث عن الأمن الاجتماعي	72	04.5
الحصول على الرضا الاجتماعي	51	03.2
تحقيق الوجهة الاجتماعية	79	04.9
إجمالي الإجابات	1611	100

من أجل الكشف عن الدوافع الاجتماعية للمبحوثين لاستخدام الفيسبوك، طرحنا عليهم السؤال (30): (فيم تتنل دوافعك وحاجاتك الاجتماعية من استخدام موقع الفيسبوك؟).

أظهرت النتائج أنّ الدوافع الاجتماعية لاستخدام أفراد العينة للفيسبوك جاء في مقدمتها التّواصل مع الأهل الأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (16.6%)، ثمّ التّواصل مع زملاء في الجامعة بنسبة (15.1%)، وقال (08.6%) أنّهم يستخدمونه بدافع توسيع العلاقات الاجتماعية، يليه ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي بنسبة (08.5%)، يليه (06.8%) بدافع فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية، جاء بعده إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة بنسبة (06.4%)، تلاه مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية بنسبة (06.1%)، ثمّ (05.9%) بدافع التّواصل في مناسبات الأفراح والأتراح للتهنئة

والتعزية دون التنقل، جاء بعده كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (05%)، في حين أوضح أفراد العينة أنّ دافعهم الاجتماعي تمثل في تحقيق الواجهة الاجتماعية بنسبة (04.9%)، ثم الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية بنسبة (04.8%)، يليه البحث عن الأمن الاجتماعي (04.5%)، بينما حصل الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية على نسبة (03.5%)، وأخيرا الحصول على الرضا الاجتماعي فقد عبّر عنه أفراد العينة بنسبة (03.2%).

تمكّن استخدامات الفيسبوك الاجتماعية عديد المشتركين من الدّخول في تفاعلات رقمية تنسج لهم علاقات اجتماعية سواء تلك العلاقات التي أنشئوها في مجتمعهم الحقيقي ويتعاطون معها في العالم الافتراضي، أو تلك العلاقات التي نسجوها في موقع الفيسبوك ضمن دوافعهم الاجتماعية لتوسيع علاقاتهم الافتراضية.

ولهذا الغرض فإنّ سعينا لتقصّي الدوافع الاجتماعية ليس فقط لمعرفة إن كانت هناك شبكة من العلاقات الافتراضية المتنوّعة لدى أفراد العينة فهذا الأمر نعتبره منطقي وضروري في هذا العصر، وتؤدّيهِ الوظيفة التواصلية للفيسبوك، وإنما نسعى لمعرفة أولويّات الحاجات الاجتماعية، ومدى أهميّة ترتيبها في سلّم الدوافع لدى الطلبة، وبناءً عليه فإنّ دراسة الدوافع الاجتماعية تتطلّب معالجة الكثير من الأبعاد الاجتماعية، وهذه الأبعاد تعكس لنا مدى رغبة الباحثين في توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية المختلفة مع غيرهم، لأنّ الفيسبوك يسمح لهم بالتعارف ونسج شبكة جديدة من العلاقات الاجتماعية والشخصية والتي قد تتجاوز الحدود الجغرافية والسياسية ولا تعتبر لقيود اجتماعية وثقافية.

في هذا الإطار تشير النظرية الظاهرية الاجتماعية من خلال كتاب "ماكس فيبر" الذي تم نشره في عام 1949 (Methodology of the Social Sciences) إلى أهميّة فهم وتفسير الظواهر الاجتماعية، حيث ركّز "فيبر" على ضرورة المراعاة في دراسة الظواهر الاجتماعية العوامل الأساسية التي يعتبرها ذات أهميّة مثل الهياكل أو المؤسسات الاجتماعية والقيم والعادات والتقاليد، ويرى "فيبر" أنّه لفهم الظواهر الاجتماعية يجب بالمقابل فهم السلوك البشري من خلال المعاني العميقة التي ينتجها الأفراد تجاه تلك الظواهر، فهو يسعى إلى تجاوز تفسير الظواهر الاجتماعية بطريقة سطحية، من خلال دراسة السلوك البشري في بيئة تفاعلية، ويشترط "ماكس فيبر" على الباحث أنّه لكي يحقّق فهم الدوافع الاجتماعية والمعاني، وجب عليه تقمّ □ مواقف الآخرين وفهم المجتمع والعالم من وجهة نظرهم (Weber, 1949, pp. 47-52)

ومن خلال هذا المفهوم "للظاهراتية" يرى الباحث أنه في دراستنا وجب علينا فهم الدوافع والمعاني الاجتماعية الخفية التي ينتجها أفراد العينة لتحديد سلوكهم الاتصالي، وبالتالي نستطيع فهم أسباب إقبالهم على استخدام الفيسبوك، لأنّ العلاقات الاجتماعية ترتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الظاهراتية، وهذا الارتباط يتعلّق بكيفية فهمنا للمعاني والعوامل التي تحكم علاقات الطلبة في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وتأثيرها على سلوكياتهم وتفاعلاتهم الافتراضية.

ولعلّ الوظيفة التواصلية للفيسبوك المرتبطة أساسا بنسج الصداقات المختلفة، لا تنتج اعتبارا، لهذا تتدخل المعاني والدوافع الاجتماعية التي يضيفها الأفراد على علاقاتهم، عبر سياقات تواصلية مختلفة، بناءً على اختلاف الثقافات والخلفيات الاجتماعية للأفراد، ومحاولتنا فهم الدوافع الاجتماعية لبناء الصداقة أو الحفاظ على ما كان منها، يأتي من فهمنا العميق لهذه الدوافع في إطار مفهوم "فير" لديناميكات العلاقات الاجتماعية والدوافع المغربية داخل المجتمع، أي دراسة دوافع مشاركة الآراء والأفكار والمعلومات في إطار التواصل الاجتماعي والتعبير عن الذات.

ولعلّ حاجات الأفراد للاندماج الاجتماعي ترتبط أساسا بالاتصال بالعائلة والأصدقاء والمجتمع بشكل عام، وقد توفّر شبكة الإنترنت ومواقعها للفرد ما يعزّز هذه الحاجة، والتي تجعل منه كائنا اجتماعيا من خلال تواصله مع عالمه الحقيقي من الأصدقاء والأقارب، والتمكّن من مخاطبتهم عبر الرسائل والمحادثات والمشاركة في عرف الدردشة وغيرها من الحاجات والتي تليّ لهم البقاء على تواصلهم مع مجتمعهم (صافا، 2015، صفحة 58).

ويشير مفهوم الدوافع والحاجات الاجتماعية إلى مجموعة الأسباب النفسية والاجتماعية التي تدفع الأفراد للقيام بسلوكيات معينة في إطار سياقات اجتماعية معينة وبطرق مختلفة، وتشمل هذه الدوافع الرغبات والحاجات التي تحفّز الأفراد للتواصل بحثا عن القبول الاجتماعي والحصول على مكانة ضمن البيئة الاجتماعية في المجتمع، وتعتبر الدوافع الاجتماعية مسألة مهمّة وعنصرا ضروريا بل حاسما في عملية تحليل السلوك الإنساني، فمن خلالها يقبل الأفراد على المشاركة في مختلف الأنشطة الاجتماعية، ونسج العلاقات، وضبط السلوك البشري غير المرغوب فيه

(McClelland & C, Social Motivation, 1987, p. 113)

ولقد أشار باحثون مثل "مور" (Moore, 2000) و"داميكو" (Damico, 1998) أنّ أهمّ الدوافع الاجتماعية لاستخدام الشّباب الإنترنت كوسيط اتصالي تتمثّل في: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 122)

- البقاء على اتصال مع الأصدقاء وزملاء الدراسة.
- التحدث مع شباب آخرين في مختلف أنحاء العالم، وحرية التعبير عن الرّأي خارج قيود الأسرة.
- البقاء على اتصال مع أفراد الأسرة المقيمين في الخارج.

- إقامة علاقات عاطفية.

- تكوين صداقات جديدة.

- الهروب من الإحساس بالوحدة.

وفي هذا الاتجاه يمكن النظر إلى افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع بأن هناك استخدامات اجتماعية نشيطة من قبل الأفراد لوسائل الاتصال تتضمن تحقيق قائمة من الدوافع والحاجات ضمن تفاعلات داخلية وخارجية متكاملة، وأنّ قيمهم الثقافية التي تسيطر على تواصلهم تصيغ دوافعهم التي تحدّد بدورها طبيعة وحدود الاستخدام للحصول على أنواع ودرجات من الإشباع، ولهذا الغرض طرحت النظرية نماذج اتصالية عديدة للاستخدام التي تلبي غايات الأفراد أثناء تعاطيهم مع وسيلة الاتصال.

فقد أثبتت نتائج الدراسة التي قام بها "جون جونسون" (John Johnson) عام 1974 عن المراهقين بأن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإعلام والاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واجتماعية واحدة، ويتفق هذا الرأي مع العديد من باحثي نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث أنّ العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام والاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة، وقدّم كل من "فرانك" و"جرينبرج" (Frank & Greenberg) عام 1980 الأدلة على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ينسجم مع أساليبهم في الحياة، فمع اختلاف الجماعات وتنوع حاجاتها واهتماماتها يكون لكلّ فرد مجموعة أنماط مختلفة من التعرّض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى المناسب (عبد الحميد ص.، 2023، صفحة 73).

ولأجل ذلك فإنّ إجابات سابقة للمبجوثين كشفت لنا أنّ طائفة منها تدخل إلى الفيسبوك باستخدام أسماء حقيقية أو مستعارة، والتي أوضحت مدى جدّيتها الدّخول في علاقات اجتماعية جديدة أو المحافظة على علاقاتها السابقة انطلاقاً من معايير الانتقاء، كما برزت لنا نيتهم الحقيقية في التواصل مع أصدقاء من المجتمع الحقيقي أو الافتراضي، وميوهم إلى نسج علاقات مع الجنس الآخر أو مع كلا الجنسين، هذه المعطيات الواضحة تؤكّد علمياً أنّ هناك تفاعلاً وتداخلاً بين قيود وأخلاقيات المجتمع الفيزيائي الواقعي الذي يمارس على المستخدمين رقابة شديدة محاطة بالقيم والمعايير الاجتماعية، والتي لا تسمح بدخول الفتاة مثلاً مع الجنس الآخر في علاقات اجتماعية سواء علاقات عادية أو عاطفية، وبين حرية ممارسة أشكال وأنواع من العلاقات في المجتمع الافتراضي، حتى تلك التي جلبها إلى الفيسبوك لأنها قوبلت بالرفض في مجتمعه وتؤدّي به إلى الإقصاء.

في هذا السياق تبرز الدوافع الاجتماعية للمبحوثين في التعاطي الافتراضي من خلال سلوكياتهم التي تظهر اهتماما وإلحاحا منهم بنقل حاجاتهم الاجتماعية من المجتمع الحقيقي إلى الفيسبوك، لأجل تحقيق أهداف معيّنة، لذلك فإنّ الدوافع الاجتماعية تعبّر عن مجموعة من السياقات والظروف والعوامل الخارجية، التي تستثير الطبع الاتصالي والاجتماعي للأفراد، والذي لا يمكنهم الانفصال عنه، ويعبّرون عن انتماءهم المطلق له باحترام قيوده وضوابطه، لذلك تسوقنا جملة الدوافع الاجتماعية إلى وجود ارتباطات بأسباب واقعية تضطرّ الأفراد إلى انسحابهم من روابط اجتماعية حقيقية ودخولهم في نسج روابط اجتماعية افتراضية هروبا من الحياة الروتينية والمشاكل اليومية، وهو ما يقودنا إلى تفكّك البنيات الاجتماعية خارج إطار التفاعل، والذي يعبّر عن الانتماء لجماعات افتراضية، يؤطّرها اهتمام مشترك، ورغبة ملحة في تحقيق أهداف اجتماعية مغرية، مبنية على حاجاتهم المنسجمة مع التقنيّة ضمن إطار اجتماعي مفتوح.

وفي هذا الإطار يذهب "جاك دوغلاس" (Douglas, 1970, p. 21) إلى أنّه علينا فهم الحياة الاجتماعية والروتين اليومي للأفراد لكي نفهم طريقتهم في تشكيل السلوكيات اليومية والتفاعلات الاجتماعية، التي تتدخل فيها العمليات الاجتماعية والثقافية، ويمكن أن تكون عاملا رئيسيا في تطوير العلاقات الاجتماعية وبناء الشخصية، وقدّم "دوغلاس" عدة نماذج ودراسات لفهم تطبيق الظاهرية على التفاعلات الاجتماعية في المجتمعات المحلية، مركزا على التفسيرات النقدية العميقة لأنماط العلاقات الاجتماعية الروتينية والعواطف والمشاعر اليومية ودورها في تحقيق التكامل الاجتماعي.

لذلك عند قراءة نتائج الدوافع الاجتماعية وتقييمها لا بدّ من النظر إلى السياقات التي تحكم هذه الدوافع، لأنّ أفراد العينة ضمن سياق ثقافي واجتماعي مؤطّر بالقيم والاهتمامات المشتركة والتفاعلات اليومية، وعليه فإن فهم السياق الاجتماعي بشكل عميق هو أساس عمل الظاهرية في فهم الدوافع والمعاني الكامنة، فنحن بصدد فهم ما الذي يدفع الأفراد إلى التصرف بطرق معينة حيال استخداماتهم للفيسبوك التي يفضونها على علاقاتهم الاجتماعية، والتركيز على التفاعلات الاجتماعية من خلال فهم العواطف والمشاعر التي تتشابك في التواصل غير اللفظي في نطاق هذه التفاعلات.

وبناءً عليه تعكس النتائج في الجدول أعلاه أنّ من أولويّات دوافع أفراد العينة من استخدام الفيسبوك هو التّواصل مع الأهل الأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (16.6%)، وهو ما يدلّ على رغبة هذه الفئة في الحفاظ على علاقاتها السابقة التي أنشئت في عالمها الواقعي وأدرجتها ضمن استخداماتها في الفيسبوك، وهذا ما يمنح تلك العلاقات طابعا تفاعليا يبقي عليها، فهم يسعون إلى توسيع شبكة العلاقات الحقيقية التي أتاحوا لها مكانا هاما

واعترفوا بأنّها تتصدّر قائمة دوافعهم الاجتماعية، ويبدو ظاهرياً أنّ هذه الفئة هي التي تستخدم الفيسبوك بموَيّات حقيقية وتفضّل التّواصل مع أشخاص حقيقيين من الواقع الاجتماعي كما تقدّم في النتائج السابقة، فهذه الفئة تدرك جيداً قيمة التّواصل مع ذوي الرّحم خاصة البعيدين في أماكن مختلفة سواء داخل الوطن أو خارجه، وبهذا السلوك فإنّهم يهدفون أيضاً إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية مع الأشخاص الذين لم يستطيعوا التّواصل معهم لولا استخدامهم للفيسبوك نظراً لقلّة التكلفة ولوفرة خدماته كالمكالمات المجانيّة والكاميرا وغرف الدردشة وغيرها، وهو ما يبيّحهم على تواصل مستمرّ ويمكنهم من طلب أقاربهم متى شاءوا في أيّ زمان ومكان، لأنّ العثور عليهم أصبح متاحاً بتوفر الإنترنت وسهولة استخدام الفيسبوك في أيّ لحظة.

وتؤكد العديد من الدراسات مثل دراسة "حنان الشهري" أنّ من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر " أنّ الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهنّ القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهنّ البعيدين مكانياً، كما وقرّ سهولة التعبير عن آرائهنّ واتجاهاتهنّ الفكرية التي لم يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع (الشهري، 1434هـ)، ومن جهتها قدّمت "سلوى الفاضل" دراستها عن أبعاد استخدام الشباب السعوديّ لشبكات التّواصل الاجتماعي لمعرفة أنماط ودوافع استخدامهم وأهمّ الإشباعات المحققة لدى عينة قصديّة مكونة تضمّنت (384) من الطلبة، وتوصّلت إلى أنّ من أهمّ دوافع الشباب السعوديّ تمثّلت في التعارف والتواصل مع الآخرين ومشاركة الآخرين آرائهم وأفكارهم، والتسليّة والترفيه وحب الاستطلاع، وشغل أوقات الفراغ (الفاضل، 2013).

كما أكّدت دراسة "إليسون بويد" وآخرون على الإمكانيات التقنية التي يوفّرها الفيسبوك بتقليل تكلفة الحفاظ على العلاقات الاجتماعية، مما يسمح للمستخدمين بإبقاء شبكات اجتماعية أوسع وأكثر، وبالتالي تمكينهم من تنمية جسر رأس المال الاجتماعي (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)، وهو ما عبّرت عنه "نويل هام" بأنّ الرّاسمال الاجتماعي الذي يتمّ اكتسابه من الشبكات الاجتماعية ويسعون للحفاظ عليه، مفهوم يمكن تجزئته إلى ثلاث ميادين: (Noelle J. Hum, 2010)

– رأسمال خاص بالعلاقات الشخصية (interpersonal domain) يشمل تفاعلات الشخ □ مع الشبكة.

– رأسمال داخلي (intrapersonal domain) يصف الانفعالات ومستويات الرّضى الذاتي للشخ □.

– رأسمال سلوكي (behavioral domain) يتضمّن مشاركات الفرد في النشاطات المدنية والسياسية.

ومن جهة أخرى تدل دوافع تواصل أفراد العينة مع زملائهم وقرنائهم بالجامعة بنسبة (15.1%) على أهمية العلاقات الأكاديمية التي ينسجها الطلبة فيما بينهم والتي تتيح لهم اختيار الصديق الأفضل عن قرب، حسب معايير انتقاء تلبّي حاجياته، وهذه الفئة تهدف من وراء ذلك إلى الاحتفاظ بالعلاقات السابقة التي تعتمد على التفاعل الحقيقي، دون الحاجة إلى إقصائها من حسابها في الفيسبوك، لأنهم يحرصون على دوام هذه العلاقات التي تمثل لهم نفس البيئة الاجتماعية، ونفس الاهتمامات ونفس الحاضنة العلمية المتمثلة في الجامعة، ما يقيهم على تواصل دائم، وهذا من المنطقي كون مبحوثي العينة أعضاء في مجتمعهم الطلابي، ولعلّ هذه الأولوية التي تتصدر دوافع الطلبة تحيلنا إلى ظروف إنشاء الموقع الذي ارتبط في بداياته بطلاب الجامعات، ثم تواصل أعضاءه بأقاربهم، وهو ما يدلّ على أهميته الاجتماعية، وأنه ما يزال يحافظ على الصداقة في تعزيز العلاقات الاجتماعية الحقيقية وتوسيعها، بالرغم من مضي أكثر من عشرين عاما على إنشاء الموقع منذ مارس 2004 على يد "مارك زوكربيرغ" ورفقاؤه.

ومن جهة أخرى تطرح هذه النتائج رغبة الطلبة في تأسيس علاقات قوية والحفاظ عليها، وقد يؤثر بعض الطلبة على بعض في الاختيارات وتحديد السلوكيات، وهو ما يشكلّ ضغطا وإذعانا اجتماعيا على فئة من الطلبة وهذا الأمر يعتبر شائعا في فترة الشباب.

ففي دراسة أجريت على الطلبة غير المتزوجين في جامعة "نورث إيسترن" عن تأثير الفيسبوك على الإرادة الحرة للفرد، أكّدت بأنّ هنالك مستوى مرتفع من ضغط القراء على الفرد، فمساهمة القراء الضاغطة أدت إلى زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في موقع الفيسبوك، حيث بيّنت تلك الدراسة بأنّ العديد من الطلاب اشتروا في الموقع نتيجة لضغوط تعرّضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون، ويحلّ الباحث إلى أنّ الفيسبوك بشكله الرّاهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بضغوط المجتمع الإلكتروني والرفقاء (جرار، 2012، صفحة 214).

كما لا يمكن تجاهل النتائج الأخرى لأفراد العينة، لأنّها تعبّر عن دوافع وإن كانت نسبها ضئيلة، حيث أكد (08.6%) منهم أنّ دوافعهم الاجتماعية في الدخول إلى الفيسبوك هو توسيع العلاقات الاجتماعية، ويبدو أنّ هذه الفئة لا تكفي فقط بمعارفها الحقيقية بل ترغب في التعرف في إطار التواصل الاجتماعي الافتراضي على أصدقاء آخرين، فلا حرج لها أن تفصح عن حسابها الخاص، وتمنحه لمن يرغب في التّواصل بها، لتوطيد العلاقات، وقد تكون علاقات حقيقية ناجحة أو علاقات مشبوهة يكتشفها الأصدقاء فيما بعد ضمن محادثاتهم، ولهم كلّ الخيارات المتاحة إن كانت تلك العلاقات تضرّ بهم، كالحذف وإلغاء الصداقة، أو يضطّرون إلى الحظر نهائيًا،

ويفهم من معنى توسيع دائرة العلاقات أنّ هناك أهدافا شخصية ونفسية قد تتداخل ضمن العوامل الاجتماعية كأن يرغب الأفراد في إرسال طلب الصداقة لأساتذتهم الذين تعرّفوا عليهم، أو لأصدقاء لهم اهتمامات أخرى تكمل اهتماماتهم كحاجتهم إلى تعلّم اللغات، ويكون توسيع العلاقات أيضا ضمن البحث عن من يرتاحون لهم نفسيا دون غيرهم، لأن الفيسبوك ساعدهم على اكتشاف بعضهم، وبالتالي أصبح مكتملا لعلاقاتهم الواقعية. ويعتقد كل من "مُجد السيد حلاوة" و"رجاء عبد العاطي" أنّ الشباب يسعى إلى تكوين علاقات اجتماعية خاصة بهم خارج محيط الأسرة والعائلة، وقد يكون ذلك نتيجة لافتقارهم الدفء الأسري أو نتيجة لمعاناتهم من مشاكل نفسية أو أسرية أو عائلية، فقد أوضحت دراسة قامت بها (Young, 1998) عن إدمان الإنترنت والتي أجريت على 496 مبحوثا منهم 396 أي (80%) صنفوا كمدمنين إنترنت K أنّ هناك عشرة دوافع تجعل الفرد يلجأ إلى الإنترنت وهي: الوحدة، الاستياء في العلاقات الزوجية، التوتر العصبي الناتج عن العمل، الملل، الكتابة، المشاكل المالية، الاستياء من المشاكل الخارجية، القلق، الصراع في الحياة العامة، الحياة الاجتماعية المحدودة (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 77).

كما أظهرت دراسة (شفيق و بركات، 2016) أنّ دافع التواصل مع الأصدقاء سواء مع الأصدقاء سواء كانوا حقيقيين أو افتراضيين مع دافع التسلية مع الأصدقاء ملء وقت الفراغ جاء بنسبة (96.67%) بالمرتبة الأولى من قائمة دوافع طلبة جامعة بسكرة لاستخدام الفيسبوك، وحلّ بعده التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك بنسبة (86.67%)، ثمّ دافع التعرّف على أصدقاء جدد بنسبة (76.67%)، وهو ما أوضحتها دراسة "ماهر الضبع" بأن (27.4%) من أفراد العينة حدّدوا الغرض من إقامة علاقات لأجل قضاء وقت الفراغ، بينما (20.9%) لأجل إقامة علاقات جديدة، وأشار (18.2%) أنّه بغرض صلة الأرحام كهدف رئيسي، بينما عبّر (13.2%) لمجرد التعرّف على آخرين، بينما (12.4) لأجل إثبات الذات (الضبع، 2017/1436).

ومن الملاحظ أيضا أنّ (08.5%) من أفراد العينة يبحثون عن ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي، وهذه الفئة تسعى جادة إلى التخلص من الإهمال من طرف جماعتها الاجتماعية الأولية كالأسرة والبيئة الاجتماعية الواسعة، لذلك فهي تبحث عن أصدقاء افتراضيين جدد يشاركونها المشاكل الاجتماعية ويعوّضونها الاهتمام ويولون لها الدّعم والرعاية الذي افتقدته في العالم الحقيقي، وبالتالي يشكّل الفيسبوك لهم فضاء رحبا لتلبية حاجتهم في البحث عن تعويض الاهتمام الاجتماعي.

فقد أوضح (الدروبي، 2018) في هذا الإطار أنّ الأسرة لطالما شكّلت الدّرع الواقعي للفرد، حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب

الاجتماعي، الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

لذلك فإنّ الحاجات الاجتماعية للشباب يقودها الفيسبوك كنوع من الإشباع الاجتماعي، الذي يفقده الشباب في أسرته ومحيطه وبيئته الاجتماعية، فهؤلاء الشباب عندما عثروا على المجتمع الافتراضي الذي يتيح الفيسبوك تعاملوا معه وكأهم وجدوا ضالتهم، فأصبح موقع الفيسبوك يشبع لديهم هذه الحاجة التي لم يستطيعوا الحصول عليها في مجتمعهم الواقعي.

وفي نفس الوقت لم تخف فئة من أفراد العينة دوافعها الاجتماعية من خلال رغباتها بفهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية بنسبة (06.8%)، لأنّ هذه الفئة تشارك في صفحات اجتماعية وتدخل في محادثات مع أصدقائها، وتشارك في النشر وتتفاعل بالإعجاب أو الرّفص والتعليق، مع المنشورات التي تعالج القضايا الاجتماعية التي تمسّ الباحثين في واقعهم، ولها علاقة بهمومهم ومشاكلهم، ولهذا يجد مستخدموا الصفحات اهتماما بها، ومن جهة أخرى فإنّ نفس المشاكل التي تؤزق أفراد العينة ويتقاسمونها مع أصدقائهم الافتراضيين تكون محور اهتمام ويتبادلون حولها أطراف الحديث، وتصبح سببا في تعميق علاقاتهم الاجتماعية من خلال تفاعلهم المشترك حولها، فهم يسعون من خلال الدردشة والحوار إلى الاستفسار والبحث عن الحلول التي تساعدهم على فهم واقعهم جيدا والتعامل معها بشكل أفضل، فهذه الفئة تعتبر أنّ حاجتهم الاجتماعية لا يشبعها إلا استخدام الفيسبوك.

وفي إطار السعي لفهم نتائج الجدول فإنّ أفراد العينة يؤكّون باستمرار على أهمية العلاقات الاجتماعية الافتراضية لديهم حيث عبّر (06.4%) عن سعيهم لإنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة، وتوحي هذه النتيجة بإحساس هذه الفئة بانتمائها للمجتمع الافتراضي، من خلال اندماجهم ضمن نشاطهم التفاعلي الذي يؤكّد وجود علاقة متبادلة تجذب هذه الفئة ضمن سياقات تواصلية متينة، ما يبرز بوضوح وجود روح معنوية مشتركة، وهذه العلاقة تظهر من خلال كثافة الاستخدام ونوعية الأصدقاء الذين انتقوهم حسب الحاجات، ممّا يؤدي بهذه الفئة إلى التعلّق بالفيسبوك بحثا عن من يفهمها أكثر في الفضاء الافتراضي.

ونلاحظ أيضا من خلال نتائج الجدول أنه بالرغم من عزوف بعض أفراد العينة عن التواصل في مناسبات الأفرح والأتراح للتهنئة والتعزية دون التنقل، إلا أنّ نسبة ضئيلة بلغت (05.9%) تحرص على استمرار التواصل في مثل هذه المناسبات، ويمكن تفسيرها؛ بأنّ هذه الفئة تثبت وعيها بأهمية التواصل الشخصي وإبراز قيمة المعايدة في مثل هذه المناسبات الدينية الهامة، وهو سلوك يؤكّد فهمهم بأنّ الفيسبوك مجرد عالم افتراضي لا يقارن ولا يمكن تعويضه

بالتفاعلات الحقيقية، ورغم ذلك يوظفونه في هذه الأوقات الهامة، ومن جهة أخرى نستطيع فهم مكانة وقيمة المعايير وممارسة الشعائر والطقوس الدينية، وهو ما يقيهم أفرادا إيجابيين في المجتمع، بعيدا عن انطوائهم وعزلتهم عن الروابط والتفاعلات الاجتماعية الحقيقية.

فقد أظهرت دراسة عن استخدامات سكان مدينة الرياض للاتصال الهاتفي أن العامل الاجتماعي احتل المرتبة الرابعة عن بقية دواعي استخدام الهاتف في الجمهور المذكور، وتمثل ذلك في تهنئة الآخرين بالمناسبات والأعياد والسلام على الأهل، ودعوة الآخرين للزيارة، أو التأكد من وجودهم في منازلهم قبل الذهاب لزيارتهم" وأضافت الدراسة أن هذا الاستخدام لم يحل محلّ التواصل الاجتماعي المباشر، وإنما عززه أكثر فأكثر، وتختلف هذه النتائج عما توصلت إليه دراسة (مراكشي، 2014)، حيث جاءت إجابات المبحوثين على المجالات الأكثر استخداما والمفضلة على موقع الفيسبوك، إذ حلتّ عبارة إرسال التهاني بأعياد الميلاد والإجازات في المرتبة العاشرة والأخيرة وبنسبة متدنية جدا بنسبة (0.8%) ممثلة لمبحوثين فقط.

كما يمكن تفسير النتيجة الأخرى المتمثلة في الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية بنسبة (03.5%)، والسعي للحصول على الرضا الاجتماعي بنسبة (03.2%)، فهذان الدافعان يكتلان الدافع الاجتماعي السابق، لأنّ فشل العلاقات الواقعية يولّد الإحساس بالإهمال وعدم الاهتمام والشعور بالوحدة والعزلة وفقدان الانتماء لمجتمعهم، لذلك يعتبرون الفضاء الافتراضي حيزا هاما ينتمون إليه، فهو عوضهم النقّ □ من خلال استغلال مزايا الفيسبوك في الدردشات المفتوحة مع أصدقائهم الذين ينصتون إليهم عندما يطرحون مشاكلهم ويجدون الاهتمام العاطفي والاجتماعي، ويحسّون بقيمة وجودهم بفضل فسحة الحرية في الفيسبوك التي تسمح بالتعبير الحر دون قيود، ممّا يزيد تبادل الثقة بينهم بعكس ما يعيشونه في الواقع، وعلى هذا الأساس قد تكون تلك العلاقات جدية لأنها تشبع لهم الكثير من الحاجات، كما نجد أنّ كثيرا من العلاقات الاجتماعية ترتبط بذكريات جميلة وسارة يحتفظ بها أفراد العينة في إطار علاقاتهم بمن يحبّون في المجتمع الافتراضي.

إضافة إلى ذلك فإن دوافع الحصول على الرضا الاجتماعي والتي صرّح بها الطلبة بنسبة (03.2%)، تظهر حينما يتم تجاهل المجتمع لأعمال أو خدمات يقدمها الأفراد، فإنّ الفيسبوك يدعم خيارات المستخدمين في إرسال طلبات صداقة أو استلامها من أشخاص معروفين في الواقع، فهذه الفئة تسعى لاكتساب رأس المال الاجتماعي من خلال نشر الأعمال، ومشاركته وربط حسابها بأعمال أو جمعيات خيرية ترضي أعضاء الجماعة الاجتماعية، وهذا ما قد يمنحها القبول الاجتماعي افتراضيا وواقعا، ويدل هذا الاستخدام المتنوع للفيسبوك على أنّ أفراد العينة

يملكون مرونة في التعاطي مع خدمات الفيسبوك، خاصة إن واجهتهم مشاكل في المجتمع الواقعي، فالفضاء الافتراضي أصبح ملاذا للكثيرين الذين يواجهون متاعب ومنغصات واقعهم.

لقد أظهرت نتائج الجدول أنّ أفراد العينة لهم دوافع اجتماعية مختلفة، بحسب اهتماماتهم العلمية والثقافية، وميولهم الشخصية من القيم والهوايات التي تسهم بشكل أساسي في تحديد أهدافهم نحو طبيعة العلاقات المفضّلة، وقد تتأثر العلاقات التي كانت لديهم بالانشغال بالبحث عن علاقات أخرى بديلة، ممّا يدفعهم إلى تفضيل هذه العلاقات الافتراضية على علاقاتهم الواقعية، فهذا التزاوج بين التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدامات الفيسبوك تفسّره متغيّرات كثيرة، بعضها لها علاقة بتكوين شخصية الطالب المستخدم، ومدى تفاعله مع بيئته الاجتماعية، وكذلك الدوافع والاحتياجات النفسية، على سبيل المثال الشعور بالارتياح والأمان والميل للحديث مع أصدقاء الفيسبوك، وأيضاً الظروف الاجتماعية والعوامل البيئية المحيطة بالأفراد التي يكون تأثيرها على نوع العلاقات واضحاً، ممّا تسهم في بناء الاستعداد الذهني لتقبّل الاندماج مع مجتمع آخر.

إنّ هذه المتغيّرات تحدّد تفضيلات الأفراد المتعلقة بنوع العلاقات الاجتماعية التي يهدفون للدخول فيها، سواء كانت علاقات حقيقية واقعية أو علاقات افتراضية في الفيسبوك، وبالتالي تلعب الدوافع الشخصية والنفسية والاجتماعية دوراً في تحديد الأهداف والاختيارات نحو تحقيق التوازن السليم بين الرضا الشخصي والنفسي والاجتماعي، وهو ما دعت به الظاهرية في فهم أساس السلوك البشري والاجتماعي وتأثيره على التفاعل داخل العلاقات الاجتماعية.

لذلك فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال فهو الذي يبادر باستعمال هذه الوسائل ويبنى سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنّه يختار من بين الوسائل الوظيفية ما يستعمله لكي يشبع احتياجاته، وحسب النظرية فإن الحاجة للاتصال تتفاعل مع العوامل الاجتماعية والنفسية لتنتج الدوافع للاتصال، وقد حاول الباحثون اختبار تأثير كل من الاتجاه (Attitude) والطباع الشخصية (Disposition) التي تؤثر في الإشباع التي يحصل عليها الفرد من استعمال الوسيلة. (الفهداوي و حسن، 2023، الصفحات 59-60)، وهو ما سوف يتم التطرق إليه بالتفصيل في المحور الثالث المتعلق بالإشباعات المختلفة التي يحققها طلبة العلوم التكنولوجية بغليزان من استخدام الفيسبوك

جدول (73): يبيّن الدوافع والحاجات الاجتماعية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغيّر الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيّرات
%	ت	%	ت	%	ت	
16.6	268	20.1	157	13.4	111	التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط
08.6	139	07.7	60	09.5	79	لتوسيع علاقاتي الاجتماعية
15.1	224	15.8	123	14.6	121	التواصل مع زملاء في الجامعة
05.9	95	06.2	48	05.7	47	التواصل في المناسبات الأفراح أو الأتراح دون التنقل
06.1	98	06.7	52	05.5	46	مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية
06.8	110	07.7	60	06	50	فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية
06.4	103	05.3	41	07.5	62	إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة
08.5	137	08.1	63	08.9	74	ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي
03.5	57	02.7	21	04.3	36	الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية
05	81	04	31	06	50	كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين
04.8	77	05	39	04.6	38	الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية
04.5	72	03.8	30	05.1	42	البحث عن الأمن الاجتماعي
03.2	51	02.4	19	03.9	32	الحصول على الرضا الاجتماعي
04.9	79	04.6	36	05.2	43	تحقيق الوجهة الاجتماعية
100	1611	100	780	100	831	إجمالي الإجابات

أظهرت النتائج الخاصة بالدوافع الاجتماعية لأفراد العينة عند متغيّر الجنس ما يلي:

- ذكور أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدوافع اجتماعية تمثلت بالمقام الأول في حاجة التواصل مع زملاء في الجامعة بنسبة (14.6%)، يليه التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (13.4%)، ثم دوافع توسيع العلاقات الاجتماعية بنسبة (9.5%)، يليه ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي بنسبة (8.9%)، ثمّ دافع إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة بنسبة (7.5%)، يليه دافع فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية، وأيضاً دافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة متساوية بنسبة (6%)، ثمّ التواصل في مناسبات الأفراح والأتراح وللتهنئة والتعزية دون التنقل بنسبة (5.7%)، يليه دافع مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية بنسبة (5.5%)، ثمّ تحقيق الوجهة الاجتماعية بنسبة (5.2%)، يليه دوافع البحث عن الأمن الاجتماعي (5.1%)، ثمّ دافع الهروب من الواقع والمشكلات

الاجتماعية بنسبة (04.6%)، يليه دوافع الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية بنسبة (04.3%)، وفي الترتيب الأخير الحصول على الرضا الاجتماعي بنسبة (03.9%).

- أما الإناث فقد كان ترتيب دوافعهنّ الاجتماعية كما يلي: في المقام الأول التواصل مع الأهل الأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (20.1%)، يليه دافع التواصل مع زملاء في الجامعة جاء بنسبة (15.8%)، ثمّ دافع ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي بنسبة (08.1%)، ثمّ دافع توسيع العلاقات الاجتماعية ودافع فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية بنسبة متساوية (07.7%)، يليه دافع مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية بنسبة (06.7%)، ثمّ دافع التواصل في مناسبات الأفراح والأتراح للتهنئة والتعزية دون التنقل بنسبة (06.2%)، يليها دافع إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة بنسبة (05.3%)، ثمّ دافع الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية بنسبة (05%)، يليه دافعهم الاجتماعي في تحقيق الواجهة الاجتماعية بنسبة (04.6%)، ويليه دافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (04%)، ثمّ دافع البحث عن الأمن الاجتماعي بنسبة (03.8%)، ودافع الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية بنسبة (02.7%)، وفي الترتيب الأخير أيضا لهذه الفئة جاء دافع الحصول على الرضا الاجتماعي بنسبة (02.4%).

- ومن خلال النتائج يظهر أن الإناث والذكور متماثلون في دوافعهم الاجتماعية لاستخدام الفيسبوك والتي تتمثل في التواصل مع الأهل والأقارب والتواصل مع زملاء الجامعة، ولكن مع اختبار كا² يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع الاجتماعية عند متغير الجنس، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (29.73) أكبر من قيمة كا² الجدولية (22.36) بدرجة حرية 13 ومستوى ثقة (0.002).

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الثقة	كا ² الجدولية	النتيجة
<u>29.73</u>	13	0.002	22.36	<u>دال</u>

ويمكن تفسير وجود الفروق بأنها نتيجة طبيعية نظرا لكون الحاجات الاجتماعية قد تختلف بين الجنسين، فالذكور والإناث قد يسعون إلى تجربة بناء علاقات اجتماعية أخرى أكثر من الواقعية، وقد يتجاوزون العرف والخوف من الوقوع في العلاقات الافتراضية المشبوهة، بالرغم من أنّ الجنسين يستخدمان الفيسبوك أكثر للحفاظ على أغلب العلاقات القريبة مع العائلة والأصدقاء، لشعورهما بالأمان والخصوصية، ضف إلى ذلك ما توصلنا إليه في النتائج السابقة، حيث يكون لدى الذكور والإناث ميول نحو التعبير عن الذات وبناء الهوية الاجتماعية الرقمية من خلال التفاعل مع الأصدقاء الحقيقيين، ويبحثون عن التفاعل مع ذوي الاهتمامات المشتركة عبر المجموعات الافتراضية،

وكما ذكرنا سابقا عن دور المتغيرات النفسية والاجتماعية والثقافية في تحديد الأهداف من استخدام وسائل الاتصال، لتعزيز الانتماء الاجتماعي والأمن العاطفي أكثر من خلال التواصل مع المقربين، وبالتالي فإن تلاشي الاختلافات في توقعات وأهداف كل جنس هو الذي يحدّد الدوافع الاجتماعية وكيفية إشباعها، وبهذا فإن أفراد العينة قد يقيمون توازنا بين دوافعهم الاجتماعية من أجل بناء ونسج العلاقات الاجتماعية الافتراضية وبين العلاقات الحقيقية.

ولكن رغم ذلك لا يمكن إنكار بعض الفروق والاختلافات في الدوافع الاجتماعية عند الذكور والإناث، وفي هذا الاتجاه تشير نظرية "الانفصال والتواصل" إلى وجود اختلاف بين الذكور والإناث نتيجة التوقعات الاجتماعية من استخدام وسائل الاتصال، وترى النظرية أنّ هناك انفصالا في السلوك والأنشطة والاهتمامات، إذ يتوقع كل جنس الإشباع أو النتائج، ما يجعل الأدوار الاجتماعية تكون مختلفة، وتؤكد صاحبة النظرية عالمة الاجتماع الأمريكية "أرلين هوتشيلد" (Arlie Hochschild) من خلال كتابها (The Second Shift) "الوردية الثانية" عام 1989، على مفهوم الانفصال والتواصل، من أجل توضيح الاختلافات بين الجنسين في طريقة عرض الأدوار الاجتماعية المتوقعة في المجتمع، حيث تقول: "أرلين هوتشيلد": (أنّ الانفصال يحدث عندما يتوافق الفرد مع ما يُتوقع منه في دوره الاجتماعي، بينما يحدث التواصل عندما يتحد الفرد مع ما يشعر به داخليًا ويعبر عنه رغم التوقعات الاجتماعية)، وتظهر دراسات (Hochschild) أن النساء يملن إلى الحفاظ على الانفصال بين العمل والحياة الشخصية، بينما يميل الرجال إلى التواصل ودمج العمل والحياة الشخصية بشكل أكبر (Hochschild, 1989, p. 89)

في هذا السياق يمكن أن يقبل الإناث على استخدام الفيسبوك من أجل تعزيز علاقاتهم الاجتماعية الواقعية بدرجة أكبر، حيث تفضل أغلبية الإناث في الدراسة التواصل أكثر مع بيئتها الاجتماعية الحقيقية، بناءً على التوقعات الاجتماعية بحصولهم على الدعم والاهتمام وتعزيز العلاقات الواقعية، بخلاف توقعات الذكور الذين يفضلون أنشطة أخرى من خلال استخدام الفيسبوك.

فقد بينت دراسة "عبد الواحد رضا أمين" بالبحرين أنّ هناك مجموعة من العوامل تؤثر في المجتمعات الافتراضية سلبا وإيجابا، منها مدى الاتساق أو الاختلاف مع القيم والمعتقدات السائدة، وتبنيها للأتماط الاتصالية البناءة التي تسهم في تطوير الحياة الواقعية، وأكد أن شبكات التعارف الاجتماعية مثل الفيسبوك أعادت صياغة العلاقة بين الأنظمة المختلفة في المجتمعات، كما أنّها أضفت أبعادا جديدة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد (عبد الواحد ر.، 2009).

ومن الدراسات التي أجريت في هذا الموضوع دراسة "ماهر الضبع" التي توصلت إلى أن أكثر الأنشطة التي تعدّ مدخلا لتأسيس علاقات اجتماعية افتراضية عبر الإنترنت هي التواصل عبر الدردشة على الهاتف بنسبة (38%)، ويمثل الأقارب الفئة الرئيسية الأكبر التي تتواصل معها العينة، وأنّ الغالبية تتواصل معها الإناث فقط، وتدور أغلب المحادثات حول الموضوعات العاطفية والاجتماعية بنسبة (24.7%)، ومن جهة أخرى بيّنت الدراسة أن (44%) أكدوا أن العلاقات الافتراضية تغنيهم إلى حدّ ما عن العلاقات الحقيقية (الضبع، 2017/1436).

جدول (74): بيّن الدوافع والحاجات الاجتماعية لاستخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغير السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
16.6	268	11.8	14	12.9	58	18.8	196	التوا مل مع الأهل والأصدقاء الحقيقيين فقط
08.6	139	10.1	12	09.5	43	08.1	84	لتوسيع علاقاتي الاجتماعية
15.1	244	11.8	14	13.7	62	16.1	168	التوا مل مع زملاء الجامعة
06.1	95	06.7	08	06.9	31	05.4	56	التوا مل في الأفراح أو الأتراح دون التنقل
06.1	98	06.7	08	05.5	25	06.2	65	مناقشة مواضيع اجتماعية عبر صفحات فيسبوكية
06.8	110	07.6	09	07.5	34	06.4	67	فهم الواقع والتعامل مع المشكلات الاجتماعية
06.4	103	05.9	07	07.3	33	06.1	63	إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة
08.5	137	10.1	12	07.8	35	08.6	90	ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي
03.5	57	04.2	05	04	18	03.3	34	الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية
05	81	05	06	05.8	26	04.7	49	كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين
04.8	77	06.7	08	05.3	24	04.3	45	الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية
04.5	72	04.2	05	05.1	23	04.2	44	البحث عن الأمن الاجتماعي
03.2	51	05	06	03.1	14	03	31	الحصول على الرضا الاجتماعي
04.9	79	04.2	05	05.5	25	03	49	تحقيق الوجهة الاجتماعية
100	1611	100	119	100	451	100	1041	إجمالي الإجابات

تظهر نتائج الجدول الدوافع والحاجات الاجتماعية لأفراد العينة عند متغير السن كما يلي:

1- فئة 18-25 سنة: جاء ترتيب دوافعها الاجتماعية كالآتي: في المقام الأول حاجة التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (18.8%)، يليه التواصل مع زملاء في الجامعة بنسبة (16.1%)، ثم ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي بنسبة (8.6%)، وتوسيع العلاقات الاجتماعية بنسبة (8.1%)، يليه فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية بنسب متساوية (6.4%)، ثم مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية بنسبة (6.2%)، يليها دوافع إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة بنسبة (6.1%)، ثم التواصل في مناسبات الأفراح والأتراح للتهنئة والتعزية دون التنقل بنسبة (5.4%)، يليه دوافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (4.7%)، ثم الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية بنسبة (4.3%)، يليه البحث عن الأمن الاجتماعي بنسبة (4.2%)، ثم الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية بنسبة (3.3%)، ثم يليه في الترتيب الأخير لهذه الفئة دافع الحصول على الرضا الاجتماعي وأيضاً دافعهم الاجتماعي لتحقيق الوجهة الاجتماعية بنسب متساوية (3%).

2- فئة 26-33 سنة: جاء ترتيب دوافعها الاجتماعية كما يلي: في المرتبة الأولى التواصل مع زملاء في الجامعة جاء بنسبة (13.7%)، يليه التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط بنسبة (12.9%)، ثم دافع توسيع العلاقات الاجتماعية بنسبة (9.5%)، يليه ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي بنسبة (7.8%)، ويليه فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية بنسبة (7.5%)، ثم إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة بنسبة (7.3%)، يليه التواصل في مناسبات الأفراح والأتراح للتهنئة والتعزية دون التنقل بنسبة (6.9%)، ويليه دافع كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (5.8%)، ثم دافع مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية وتحقيق الوجهة الاجتماعية بنسبة (5.5%)، ثم الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية بنسبة (5.3%)، يليه البحث عن الأمن الاجتماعي بنسبة (5.1%)، ثم الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية بنسبة (4%)، وفي الأخير دافع الحصول على الرضا الاجتماعي بنسبة (3.1%).

3- فئة الأكثر من 34 سنة: جاء ترتيب دوافعها الاجتماعية كما يلي: في الترتيب الأول دوافع التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط وأيضاً دافع التواصل مع زملائي في الجامعة بنسبة (11.8%)، ثم توسيع العلاقات الاجتماعية مع دوافع ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي بنسبة (10.1%)، يليه فهم

الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية بنسبة (07.6%)، ثم التواصل في مناسبات الأفراح والأفراح للتهنئة والتعزية دون التنقل مع دافع مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية وأيضاً دافع الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية بنسب متساوية (06.7%)، ثم إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة بنسبة (05.9%)، يليه دافع كسر القيود الاجتماعية مع دافع الحصول على الرضا الاجتماعي بين الجنسين بنسب متساوية (05%)، جاء بعده دافع الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية مع دافع البحث عن الأمن الاجتماعي وأيضاً دافع تحقيق الوجهة الاجتماعية بنسب متساوية (04.2%).

ومن خلال النتائج يتبين أن الفئة العمرية 18-25 أكثر الفئات استخداماً للفيسبوك لدوافع اجتماعية تتمثل التواصل مع الأهل والأقارب والتواصل مع زملاء الجامعة، ثم بعده فئة 26-33 سنة و ثم فئة الأكثر من 34 سنة لنفس الدوافع، وتظهر نتائج اختبار كا² أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع الاجتماعية عند متغير العمر، حيث أن قيمة كا² المحسوبة (21.255) أقل من قيمة كا² الجدولية (38.89) بدرجة حرية 26 ومستوى ثقة (0.729).

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
غير دال	<u>38.89</u>	0.729	26	21.255

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الفئات العمرية لا تختلف كثيراً في الدوافع الاجتماعية نظراً لحاجتهم إلى التواصل، فالفئة العمرية مثلاً بين 18 و 25 نظراً لحدائهم سنّها تدفعها حاجة التواصل مع المقربين والمجتمع الحقيقي أكثر من غيرها، لتعزيز علاقاتها الاجتماعية القائمة، كما أن الاهتمامات الفئوية تتدخل باستمرار في تحفيز الدوافع، مثل الدراسة والبحث عن العمل وبناء علاقات جديدة، وما هو ملاحظ تزايد انتشار الهواتف الذكية بين الفئات العمرية الشابة، مما يؤدي بهم إلى توجه قوي لاستخدام التواصل الافتراضي مع العائلة والأصدقاء، ففي هذه المرحلة العمرية يحتاج الأفراد إلى الشعور بالحاجة إلى الانتماء والدعم الاجتماعي من قبل مجتمعهم الحقيقي.

لذلك أظهرت دراسة "فاطمة سالم" عن المجتمع الكويتي أنّ في مقدمة الدوافع الاجتماعية لأفراد العينة جاء تمضية الوقت فقط مع أصدقائهم ثم دافع الحرية في التعبير واكتساب صداقات جديدة، ثم ضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع، يليها كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين، ثم الحصول على قبول الآخرين (سالم، 2019).

في هذا الإطار يرى أصحاب نظرية "التواصل الاجتماعي" "دالماس آي تيلور" و"إروين ألتمان" (Dalmas; Irwin Altman) أنّ العلاقات الاجتماعية تبنى على حاجة الأفراد إلى المشاركة والثقة المتبادلة بينهم والشعور بالراحة مع الآخرين، ويثبت النظرية أنّ المراحل العمرية تلعب دوراً حاسماً في تحديد نوع وطبيعة تلك

العلاقات، وأن لكل مرحلة عمرية ميزتها، وأشارت النظرية إلى ثلاث مراحل عمرية في العلاقات الاجتماعية:
(Dalmas & Irwin, 1973, p. 177)

المرحلة السطحية أو مرحلة التعرف: حيث يكون فيها التواصل البشري بشكل سطحي وقليل التفاعل.
مرحلة العلاقات الوسيطة: وهنا يتطور التواصل ليصبح أكثر تفاعلا وتعقيدا، بالاعتماد على العواطف والمشاعر
مرحلة العلاقات العميقة: حيث يتم تبادل مشاعر وعواطف حساسة، وتتميز بتفاعلات أكثر عمقا وحدّة،
حيث يكون الأفراد فيها أكثر التزاما بالعلاقات الاجتماعية المبنية على الثقة بينهم.

في هذا السياق يمكن فهم الدوافع الاجتماعية للفيسبوك بين الفئات العمرية المختلفة، بأن توطيد العلاقات الحقيقية يعتمد بشكل أساسي على طريقة وغط تواصل الأفراد ودوافعهم للتعرض والتفاعل في الفيسبوك، حيث تستطيع كل فئة عمرية استخدام الفيسبوك كأداة تواصلية لتوسيع علاقاتهم الاجتماعية، من خلال زيادة المشاركة والتفاعل أكثر مع العائلة والأصدقاء، فالأفراد الذين يميلون إلى العمق في علاقاتهم الاجتماعية تكون دوافعهم لاستخدام الفيسبوك للتواصل مع مجتمعهم الحقيقي الأقارب والأصدقاء وزملاء الدراسة، حيث يشاركونهم بشكل مكثف المعلومات الشخصية والعواطف والشعور بالانتماء للحصول على الدعم المستمر من المصادر الاجتماعية الرئيسية، وهذا في إطار المفهوم الذي قدّمته نظرية التواصل الاجتماعي.

وهو نفس الاتجاه الذي تؤيّده نظرية علم النفس الاجتماعي التي تدعى "الدعم الاجتماعي" لـ"كوهين" و"ويلز" (Cohen, Wills)، حيث تشير بأن الفرد يتلقى الدعم الاجتماعي من المجتمع الحقيقي من أهله وأصدقائه وزملاء الدراسة، وهذا الدعم يكون تأثيره إيجابي على الصحة النفسية والدعم العاطفي مما يؤدي إلى الشعور بالراحة النفسية، ويقلل من التوتر والضغوطات والوحدة ويعزز من الشعور الإيجابي للأفراد، بمعنى آخر أن الدعم الاجتماعي قد يعوّض عن التأثيرات السلبية والضغوطات النفسية، حيث يؤدي وجود شبكة دعم قوي من المقربين إلى التقليل من هذه الآثار السلبية (Cohen & Wills, 1985, p. 327)

لذا فإن شعور الأفراد بالملل والضغوطات والروتين اليومي والقلق يدفع إلى مشاركة هذه المشاعر مع الأصدقاء والعائلة في الفيسبوك، وبمنح فسحة من الحوار والنقاشات بدل الكبت والكآبة، وبالتالي حصوله على المساندة النفسية والاجتماعية يجعله يميل إلى التواصل مع أعضاء شبكاته الحقيقية خاصة للفئات العمرية الشابة.

• ومن خلال النتائج العامة للدوافع الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، يتبين أنّ أفراد العينة مدفوعون بمجموعة من الحاجات والدوافع التي ارتبطت بعبادات وأنماط استخدامهم للفيسبوك، والتي يسعون لتحقيقها، عبر أدائهم التفاعلي المستمر في إطار السعي لبناء علاقات اجتماعية افتراضية.

وفي هذا الاتجاه أشار الكثير من الباحثين الذين اشتغلوا على منظور الاستخدامات والإشباعات أمثال "براون" (Brown, 1990) و"بيرس" (Perse, 2000) و"سوترز" (Soeters, 2001) أنّ أهمّ دوافع استخدام الشباب للإنترنت تتمثل في: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 121)

1- دوافع معرفية (Informational Motives): من خلال الحصول على المعلومات المتنوعة التي تتيحها شبكة الويب العالمية (World Wide Web).

2- دوافع طقوسية (Ritualized Viewing Motives): وتتمثل في الهروب من ضغوط الحياة، والاسترخاء واللّهو والتسلية وقضاء وقت الفراغ.

3- دوافع متعلّقة بإرضاء الذات (Personal Integrative Motives): من خلال حرية التعبير عن الرّأي، وتحقيق منافع ذاتية كالتسوّق والشراء عبر الإنترنت، وهي دوافع مرتبطة بإعلاء الثقة بالنفس.

دوافع اجتماعية (Social Motives): وهي الدوافع المرتبطة بالحياة الاجتماعية للفرد والحاجة إلى التفاعل الاجتماعي.

المبحث الثالث

الإشباع التي يحققها

استخدام الفيسبوك

تعكس إشباع استخدام حالة الاستجابة للحاجة أو الرغبة، من خلال تعاطي الأفراد مع خدمات ومحتويات الوسيلة الاتصالية، في إطار علاقاتهم الاجتماعية القائمة على تفاعلاتهم المستمرة، وتقدم الإشباع في مجملها حلولاً نفسية أو اجتماعية أو معرفية أو شخصية للفرد حسب ما هو مخصص لها في دراستنا، لأنّ دوافعه التي شكّلت له مطلباً ملحاً وجب على مستخدم الفيسبوك تحقيقها إرضاءً لها ولبئله المختلفة.

وتعبّر الإشباع وإن كان المستخدم لا يصحّح بها عن حالة من الرضا النفسي الداخلي والذي ينعكس على السلوك الخارجي، ويستجيب لها المستخدم إمّا بتصعيد الدافع أو خفضه، فالتسلية والترفيه تمثّل مستخدم الفيسبوك دافعاً ينتج عنه شعور بالحاجة لتلبيته أو تحقيقه، من خلال إشباعها بخدمات ترضي حاجاته التي يلح عليها الدافع، فالإشباع هو جملة الأهداف التي يبلغها مستخدموا مواقع لتواصل الاجتماعي لأجل إرضاء حاجات معيّنة كانت سبباً ملحاً أو دافعاً قوياً في إقبالهم عليها، ولكن هذا الإشباع يكون حسب درجة التعرّض للوسيلة، أو نوعية المحتوى الذي يحدّد درجة الإشباع في أن يكون إشباعاً كلياً أو جزئياً، أو إشباعاً غير مستهدف أي لم يكن في نيّة المستخدم في أن يحققه.

ف"كاتر" أحد ركائز نظرية الاستخدامات والإشباع كان يرى أنّ الجمهور يستعمل وسائل الإعلام لإقامة أو إعادة إنتاج بعض القيم الهامة لديه، وعليه تصبح وسائل الإعلام رهينة جمهورها، مادام أنه يستغني عنها إذا رأى أنّها لا تلي حاجاته، هذا التوجه أدخل عنصرًا هاماً في نموذج "لازويل" الذي كان يرى أنه للقيام بهذه الوظيفة يجب على وسائل الإعلام أن تقدّم مضامين مشبّعة لمستخدميها، وبهذا منح هذا التصور سلطة غير مباشرة للجمهور، لأنّ وسائل الإعلام لا تستطيع المشاركة في الحفاظ على التوازن الاجتماعي إلا بإشباع تلك الحاجات (Martin, 2005-2006)، علاوة على ذلك فإن هذا المدخل يوفر لنا مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشبعونها، لذلك يشكّل التعرّض لوسائل الإعلام والاتصال جانباً من بدائل وظيفيّة لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان (العبد الله، 2010، صفحة 280).

وحسب النظرية تم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها: "الإشباع"؛ وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباع منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرّض لوسائل الإعلام، والإشباع التي تتحقق بالفعل، ويقصد بالإشباع ما يحصل عليه أفراد الجمهور من نتيجة ترتبط بتحقيق أهدافهم من المتابعة الإعلامية، وتلبية هذه الأخيرة لحاجاتهم، غير أنّ هذا لا يعني أنّ كلّ الإشباع التي ينتظرها

الجمهور قد تتحقق بالفعل، بل قد يصاب الجمهور بخيبة أمل حين لا تتحقق إشباعاته من متابعة إعلامية معينة، لكن عموماً وعلى ضوء الإشباع المتوقعة، يحدّد الجمهور اختياراته الإعلامية (المكي، 2016، صفحة 122). وفي نفس السياق طرح كل من "بلمجرين" و"روبين" (Rubin, Palmgreen 1982) نموذجهما المسمّى "توقع الفائدة" الذي يهتم بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام والإشباع المتوقعة من هذا الاستخدام، حيث يتم مقارنة الإشباع المتوقعة بالإشباع المتحققة فعلاً (الطرايبيشي و السيد، 2006، صفحة 241)، ويتوقع الأفراد من وسائل الإعلام - حال التعرّض لها - إشباعاً لحاجاتهم، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 247)، وتنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعدّ التوقعات سبباً في عملية التعرّض إلى تلك الوسائل. وبناء عليه فإنّ الأفراد حال تعرضهم لوسائل الإعلام يتوقعون إشباعاً لحاجاتهم.

وقد عرّف كل من "ماكلويد" (Maclouid) و"بيكر" (Baker) التوقع بأنه: (هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة)، أما "كاتز" و"بيليد" فيعرفان التوقع بأنه: (هو مطالب الجمهور من وسائل الإعلام) (الجبوري، 2009، صفحة 27)، ويعدّ مفهوم التوقع الذي يربط توقعات أفراد الجمهور بخصائص وسائل الاتصال وسماتها ومحتواها، وبقيمة الإشباع الكامنة، والمحتملة التي تنطوي عليها محتوى رسائلها التي يمكن أن تتحقق لهؤلاء الأفراد، أحد المفاهيم الأساسية التي تنطلق منها افتراضات مفهوم الاستخدام والإشباع، وتقوم عليها دراساته حول الجمهور الفاعل النشط، وفي هذا الشأن يرى "كاتز" (أنّ التوقعات هي ترّقب مثير من الناحية العاطفية يتعلق باحتمالات وقوع أحداث معينة لا نتائج محددة)، وفي موضع آخر أنّ التوقع هو (الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور) (حمدي، 1998، صفحة 79).

وتشمل الإشباعات عدة أنواع مثلما أشار إلى ذلك العديد من الباحثين، وتختلف حسب درجة احتقان الدافع الذي يولّد الحاجات المختلفة، لذلك جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع بنماذج لإشباع الدوافع والحاجات التي انطلقت أساساً من دراسة التعرّض لوسائل الإعلام، لأنّ الحالة التي يكون فيها المتعرّض للوسيلة أثناء سعيه لتبريد حاجته ترتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافته وقيمه من استخدام تلك الوسيلة.

وهو ما أكّده "أليكس تان" (Alexis Ten) حينما طوّر نموذجاً للحاجات التي يسعى الأفراد إلى إشباعها من خلال وسائل الإعلام وهي: (عبد الحميد م.، 2004، صفحة 281)

• **الحاجات المعرفية (Cognitive Needs):** حيث ترتبط حاجة البشر للمعلومات والمعرفة والفهم

بدوافع الفضول وحب الاستطلاع لدى الأفراد.

- **الحاجات العاطفية أو الوجدانية (Asfective Needs):** فحاجات الأفراد للحماس والسعادة والخبرات العاطفية هي دوافع مشتركة يمكن أن تشبع من خلال وسائل الإعلام.
- **الحاجة الشخصية لتحقيق الذات (Personal Needs):** فالحاجات الخاصة بالأفراد واكتساب الثقة بالنفس والمصدقية والاستقرار عادة ماتنشأ نتيجة دوافع لتحقيق الذات.
- **الحاجات الاجتماعية التكاملية (Social Integrative Needs):** ونعني بها الحاجة إلى تقوية العلاقات مع العائلة والأصدقاء والعالم، وهي مبنية على رغبة الأفراد في التواصل.
- **الحاجة إلى الهروب (Escapist Needs):** وهي الحاجات المرتبطة بالهروب من التوتر والاسترخاء والحاجة إلى التسلية والترفيه.

في هذا الجانب وجب التفريق بين الاسترخاء والترفيه حيث يختلف المفهومين عن بعضهما، إذ يكون الاسترخاء كنوع من التخفيف من التعب والإجهاد اليومي، حيث يبحث المستخدمون عن الراحة والابتعاد عن التوتر والقلق من مشاغل ومشاكل الحياة، بينما يسعى الترفيه إلى المتعة واللعب، وقد يدخل ضمنه أنواع التسلية المختلفة، وبناءً على ما تقدّم فإن الإشباع في دراستنا هو تلبية لدوافع المستخدم لإرضاء غاياته وبلوغ هدفه، ويتمثل في نجاح خدمات الفيسبوك في تحقيق الوظائف التي تستجيب وتنساق للحاجات الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، والتي تعبّر بدورها عن نجاح الأفراد في اختيار نوع خدمات الفيسبوك، ولذلك فإن مرحلة تحقيق الإشباع الضرورية غاية في الأهمية، وقد يحدث أن لا تتحقق كلها.

لهذا تخضع الإشباع حسب مفهوم "أبراهم ماسلو" إلى الخطوات التالية: (السامرائي، 2007، صفحة 64)

- 1- يخضع إشباع الحاجات إلى الأولويات.
 - 2- الحاجات غير المشبعة تسبّب توتراً لدى الفرد، وحتى ينهي الفرد حالة التوتّر يسعى للبحث عن إشباع الحاجة، إذ أنّ الحاجة غير المشبعة هي حاجة مؤثّرة في السلوك، مع ملاحظة أنّ الحاجة التي تم إشباعها لا تحرك ولا تدفع السلوك الإنساني.
 - 3- حين يسعى الفرد لإشباع حاجته في مستوى أعلى فإنّ هذا يعني أنّ حاجاته الدنيا مشبعة.
 - 4- تتوقّف سعادة الفرد على مستوى إشباع حاجاته التي استطاع إشباعها، والفرد الذي يعاني من صعوبة إشباع حاجاته قد يؤدّي به إلى الإحباط والتوتّر، ويسبّب له آلاما نفسية يدفعه إلى استعمال الحيل الدفاعية.
- وانطلاقاً من ذلك فقد تطرّقنا في هذا المبحث إلى أربعة أنواع من الإشباع التي نوّد الكشف عنها بصفحتها عملية محورية تركز عليها مقارنة الدوافع بالحاجات المحقّقة، لأنها توضّح مدى أهمية العلاقات الاجتماعية الواقعية

والافتراضية في سلّم اهتمامات مستخدم الفيسبوك، الذي بدوره قرّر الدخول في سلسلة من التفاعلات والتشكيلات الافتراضية في رحلة بحث عن خدمة تقوده إلى هدفه، ومن أجل ذلك تم صياغة الإشباع التالية والتي تؤدّي غرض الدراسة:

1- الإشباع الشخصية: التي تبين أهمية دوافعه الشخصية في تحقّق حاجاته، ورغبته الذاتية في تلبية طموحه، وهذا الإشباع لا يتخطى مجرد رغبة شخصية انفرادية.

2- الإشباع المعرفية: والتي تبين استجابة الغاية التواصلية للحاجات الثقافية والتكوينية التي تدخل في إطار سياقات معرفية ومعلوماتية وعلمية.

3- الإشباع النفسية: التي تقيس تحقّق الحاجات النفسية وتشبّعها انطلاقاً من علاقات محصّصة، تدخل في إطار بناء علاقاته الاجتماعية المختلفة.

4- الإشباع الاجتماعية: وهي جملة الأهداف الاجتماعية التي يرى مستخدموا الفيسبوك أنّها تحققت لهم، وحصلوا بموجبها على الرضا، لأنّ تلبيتها يدخل ضمن طموحهم في نجاح علاقاتهم الاجتماعية التي يرغبون بإنشائها سواء تلك العلاقات الواقعية أو الافتراضية.

جدول (75): يبيّن الإشباع الشخصية المحققة للمبحوثين من استخدام الفيسبوك

النسب المئوية %	التكرارات	المتغيّرات
36.8	147	حقق لي التعبير بكلّ حرّية عن رأيي وبدون قيود
20.3	81	حقق لي الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية
24.3	97	حقق لي الدردشة وتعميق التواصل الشخصي
18.5	74	حقق لي تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والإعجابات والتفاعل مع صفحتي
100	399	إجمالي الإجابات

بهدف معرفة الإشباع الشخصية التي حقّقها استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك، طرحنا عليهم

السؤال (31) التالي: (ما هي الإشباع الشخصية التي حققتها من استخدامك للفيسبوك؟).

صرّح أفراد العينة أنّ استخدامهم للفيسبوك حقّق لهم إشباعاً شخصية مختلفة تتمثل في المقام الأول في تحقيق حاجة التعبير بكلّ حرّية عن رأيهم دون قيود بنسبة (36.8%)، بينما قال (24.3%) أنّه حقق لهم حاجة الدردشة وتعميق التواصل الشخصي، في حين أوضح (20.3%) أنّه حقق لهم حاجة الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية، وأشار (18.5%) حقق لهم تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل.

بيّن الجدول أعلاه أنّ أغلبية أفراد العينة (36.8%) حقق لهم الفيسبوك إشباع التعبير بحرية عن آرائهم دون أية قيود في هذا الفضاء الحرّ الذي اشتركوا في خدماته وصفحاته السياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها، وهذا الفضاء المفتوح على جميع الأجناس والهويّات والأديان والإيديولوجيات، يعتبر منبرا للتعبير عن الآراء والأفكار والتوجهات والميول والرغبات سواء لصديق معروف أو ضمن قائمة أصدقاء مجموعة الاهتمام المشترك، وسواء استخدمت هذه الفئة حساباتها بهويّات مستعارة أو بهويّات حقيقية، وبالتالي فهذه الفئة تعتبر حسابها متنقّسا لها، بعيدا عن رقابة ومضايقات المجتمع الحقيقي الذي يفرض رقابة على حرية التعبير.

ضف إلى ذلك أنّ صفحات النقاش المفتوح سمحت بتلاقح الأفكار، وتلاقي الرؤى التي تناقش واقعهم اليوم، حتى لو كان أعضائهم بعيدون جغرافيا وسياسيا، وهو ما يعكس أهمية الفيسبوك في التواصل الجغرافي والزمني، ففي الواقع يعجز الأصدقاء البعيدون عن الالتقاء كل فترة لبعد المسافة واستغراق الزمن وتكاليف السفر ومشاكل الحياة، ولكن عبر حلقات ودرشات النقاش الافتراضي أصبح الأمر سهلا ويسيرا على الكثير من المستخدمين، خاصة الشباب الجامعي الذي يريد إثبات رأيه ويبرهن على وجوده في معالجة قضايا المعاصرة، فهم من خلال تفاعلهم ونشاطهم الرقمي يتداولون المعلومات الهامة بينهم، وينقاشونها بالتعليقات أو ضمن سجلات في تفويجات مغلقة (Groupes)، فلا يجد سوى فسحة الفيسبوك للتعبير بكل حرية ودون قيود رقابية، وهذا الإشباع يبرز حقيقة الدوافع الشخصية التي وجّهته إلى استخدام فضاء الفيسبوك.

ومن جهة أخرى فإنّ وسائل الإعلام التقليدية لا تسمح للشباب بالإدلاء برأيه بكل حرية، خاصة لو تعلّق الأمر بالوضع السياسي والاقتصادي والاجتماعي الرّاهن، لأنّ هذا ما يثير القلق لدى الجهات المسؤولة، كما أنّ حارس البوابة الإعلامية لا يستطيع في منتديات النقاش الافتراضية أو حتى في المنشورات عبر الفيسبوك منع أو تحييد المواضيع التي تثير حساسية في المجتمع، وتمنعها رقابة السلطة ووظيفة حراس البوابة الإعلامية.

إنّ حاجة أفراد العينة إلى حرية التعبير كونهم شباب ضمن مجتمع طلابي حقيقي يمارس عليهم سلطة "الممنوع" وهي تعبير عن الخوف من العزلة، لذلك قد تكون هذه الفئة من الشباب الواعي التي لجأت إلى الفيسبوك تعاني من مشكل الثقة بالنفس فتحجب رأيها في مجتمعها الحقيقي وتفضّل الصمت، وما يزيد اعتقادهم أنّ الوسائط الاجتماعية تفسح لهم المجال لأنها الفضاءات الأكثر تحرّرا والأفضل أمانا وأمانا بالنسبة لهم، فهي تعدّ الملاذ الديمقراطي للتعبير الحرّ، ما يعزّز مواجهتهم للانتقادات التي تخرجهم ويستطيعون تفاديها أو ممارسة حقّهم في المنع من خلال خاصية "الحجب" أو "الخطر" وهي تشبه كثيرا سلطة حارس البوابة الإعلامية في وسائل الإعلام التقليدية.

وبالإضافة إلى ذلك فقد عبّر المبحوثون أنّ الفيسبوك يحقق لهم الحاجة إلى الدردشة وتعميق التواصل الشخصي بنسبة (24.3%)، وهذه الحاجة توفّرها العديد من الميزات والخدمات في الفيسبوك، لأنّ وظيفته الأولى هي التواصل ومساعدة الكثير من المستخدمين على الدخول في فضاءات مفتوحة من النقاش والدردشات والحديث دون انقطاع، ومن مميّزات الدردشة في الفيسبوك أنّها متوفرة في كل وقت، كما أنّها لا تقتصر على الكلمات المكتوبة فقط، بل تتعداه إلى ميزات كثيرة يمكن إضافة الدردشة الصوتية والمرئية، وأيضا يستعين الأصدقاء بالصور ومقاطع الفيديو الشخصية أو المضحكة ويتبادلونها بينهم، ما يضيف أهمية لهذه المحادثات، ويجعلهم يفضلونها على الاتصال الشخصي في الواقع، والتي قد تسمح لهم بردود فعل فوريّة دون التفكير في كلام المتحدّث والذي يفهم على عدّة أوجه.

لذلك يجد المتواصلون عبر الفيسبوك من مبحوثي كلية العلوم التكنولوجية في هذا النوع من الدردشات إشباعا لهم، لأنّه يشعروهم بالراحة والتسلية، لذلك يحبّون هذا النوع من الاندماج والتخلص من عقدة الخجل النفسي والاجتماعي، حيث نجد الكثير من الأشخاص لا يحسنون التواصل المباشر في مجتمعهم الحقيقي لخوفهم من الرفض والنقد السلبي، وبسبب هذه الصورة الذهنية وعدم الثقة في أنفسهم، ينجلون من الكلام حتى لا يتعرّضون للتنمّر أو الاستهزاء، بينما في المجتمع الافتراضي يتحرّرون من هذه العقدة، لأنّ دردشاتهم ومحادثاتهم عبر وسيط اتصالي يعطي الأشخاص الكثير من الخيارات إن هم تعرّضوا لهذه السلوكيات من بينها إلغاء الصداقة أو حتى الحظر. كما يعكس هذه الإشباع أنّ الاتصال الشخصي المباشر أو حتى الجمعي بدأ يفقد وجوده داخل أعضاء المجتمع الحقيقي، وبدأ الاتصال الرقمي يأخذ مكانه ليس الآن فقط، بل منذ بدء استخدام الإنترنت كبديل مستحدث للاتصال الإنساني المباشر، ولا نتحدّث هنا عن الأشخاص البعدين وهو أمر منطقي جدا، لكن ما يعيشه الشباب من افتقار الكثير من أساليب الاتصال والحوار المباشر يشكّل أزمة اتصالية حقيقية، تعرقل تفاعلهم الاجتماعي وتعزّز بعدهم بالرغم من حضورهم الفيزيائي في مكان واحد.

وفي سياق متصل ترى طائفة من أفراد العينة أنّ استخدامهم للفيسبوك حقق لهم حاجتهم إلى تعميق الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية، وهذه النتيجة بنسبة (20.3%)، فمن المنطقي أنّ اندماج المستخدمين وتعاطيهم مع تركيبة الفيسبوك التي تختلف كثيرا عن واقعهم، فالكثير من مزايا التواصل لا يمكن تحقيقها مع أفراد مجتمعهم لأنّ البنية الاجتماعية والبيئة الضيقة تسلبهم حقهم في إثبات الوجود ومصارعة الأجيال السابقة، التي ترى في جيل الشباب أنّهم مسلوبون لا فكر لهم ولا ثقافة ولا رأي يعتدّ به، وهذا النوع من التهميش قد يجبرهم على الدخول في عزلة عنهم، فيتجنّبون مواجهتهم تفاديا للمشاكل، وهذا ما يطلق عليه بصراع الأجيال، لذلك

فإنّ تعدّد الاستخدامات وانفتاحهم على العالم، وحاجاتهم غير مقيّدة بأداء سلوك معين كما في الواقع مما يسهّل على الآخرين مراقبتهم، فيمكنهم في فضاء الفيسبوك تعويض هذا الحرمان من خلال نشاطهم الرقمي، لذلك نجد الكثير من الأشخاص معروفون في الفيسبوك ومشهورون، لكنّهم في واقع الحقيقي لا أحد يعرفهم أو القليل فقط ممن يعرفونهم، وهذه الثقة التي اكتسبوها في المجتمع الافتراضي قد يجدون صعوبة كبيرة في ترجمتها على أرض الواقع، ما يتركهم في حالة من التعلّق الشديد بالفيسبوك، ودخولهم في إدمان، لأنّ العالم الافتراضي أصبح واقعهم الذي يحقق لهم إشباع الثقة والشهرة.

أمّا الإشباع الأخير الذي أكّد فيه أفراد العينة أنّه يتحقّق لهم من خلال الفيسبوك، وهو تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والإعجابات والتعليقات عبر صفحاتهم بنسبة (18.5%)، وقد نجد هذا الإشباع في أعلى هرم سلّم "أبراهام ماسلو" للحاجات، ومنها حاجة تقدير الذات، وكلّ ما ذكرناه سابقاً يصبّ في هذا الاتجاه، فهذه الفئة قد لا تجد التقدير الملائم لها في الواقع، ولا تحصل على قدر من الاحترام في واقعها الاجتماعي، إلا بين أصدقائها الافتراضيين الذين منحوها هذا الشعور، ويكتسب هذا الإشباع في اعتقاد الباحثين من خلال التفاعل معهم وتقدير ما ينشرون من صورهم وفيديوهاتهم الشخصية، واحترام أفكارهم وآرائهم، كما أنّ عدد الأصدقاء في الفيسبوك يعزّز الشعور بالراحة للمستخدم حتى لو لم يتحدّث معهم جميعاً، لكنه في نفس الوقت يبعث له إحساساً بقيمة ذاته، وأنّ له تقدير الكثير من المعجبين به، ويعلّقون على صورته بطرق مختلفة، كخاصية "الإيموجي" مثلاً، وعلى العكس من ذلك فإنّ قلة هذه التفاعلات تدخل الشخص في حالة من اليأس والعزلة والانكماش على نفسه، لأنّه لم يحصل على التقدير المرغوب به حينما ينشر صورته الخاصة الملتقطة عبر السلفي أو لا تضمّ قائمة أصدقائه عدداً كبيراً، يمكن له التفاخر بهم أمام الآخرين، وهو ما يعكس أهميّة التفاعلات الرقمية في نفسية المستخدم التي تبعث على قيمة وجوده بينهم كنوع من التقدير والاحترام.

وبغض النظر عن إسهامات "هربرت بلومر" (Blumer) في توضيح بناء الفرد لذاته من خلال عمليّة التفاعل والاتصال مع الآخرين، إلا أنّ "جوفمان فيلمنج" أولى عناية خاصة بتوضيح الأساليب التي يسلكها الفرد في أدائه ودوره أثناء عملية تفاعله مع الآخرين في مواقف اجتماعية معيّنة، والطرق التي يدير بها تعبيراته وعواطفه وأفعاله والمعايير التي تتحكّم باختياره للسلوك الذي يرغب، أو لا يرغب القيام به أمامهم في هذه المواقف. (ساري ح، 2006، صفحة 23)، وهذه الطرق والأفعال والمعايير تبرز في استخداماته للفيسبوك في عملية بحثه عن إشباع ذاته الافتراضية، والتي ترتبط بجودة أدائه أو تفاعله مع شبكاته الاجتماعية ومقارنتها بالواقع.

فقد رصدت مجلة (Telematics and Informatics) العلمية المتخصصة في تقنية المعلومات مجموعة من الدوافع التي تحرك المستخدمين لمشاركة الصور السلفي على موقع الفيسبوك، حيث تمثلت في البحث عن الاهتمام أو أنها عادة لدى المستخدم أو مشاركة المعلومات. حيث بيّنت دراسة نشرتها مجلة (Personality and Individual Differences) أجراها باحثون بكوريا الجنوبية، واستخدموا نظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة الدافع وراء نشر صور السلفي، والعلاقة بين ذلك النمط من الصور والشخصيات النرجسية، وتشير النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسة إلى أربعة احتياجات يتم إشباعها من خلال نشر هذه الصور وهي: البحث عن الاهتمام، التواصل، الأرشفة، والترفيه. ممّا يعني أنّ نشر صور السلفي يتم بغرض الإشباع الشخصي، وليس بغرض إمتاع الآخرين بمشاهدتها (مركز القرار للدراسات الإعلامية، 2020).

وفي قراءة شاملة للإشباع الشخصية التي يلبّيها الفيسبوك لمستخدميه، يمكن القول أنّ الموقع له مكانة هامة وحضور قويّ في تحقيق أهدافهم التي تدعّم علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، نظرا لبعض السلوكيات السلبية في المجتمع الحقيقي التي تجر الأفراد على البحث عن إرضاء رغباتهم ضمن تفاعلات المجتمع الافتراضي، لأنّه يوفّر لهم الملاذ والوسط المناسب للتعبير والتنفيس عن أنفسهم في البيئة الرقمية، وفي هذا الشأن يصبح المستخدمون في موقف مقارنة بين ما يحصلون عليه من تقدير بين العالم الحقيقي الذي نشأوا فيه ضمن مؤسساته الاجتماعية وبين أناس واقعيين، وبين عالم المجتمع الافتراضي الذي يشكّلونه كيفما شاؤوا ويستضيفون إليه أصدقاءً من مختلف الأعمار والهويّات والثقافات والميول والتوجّهات، فيمنحهم هذا المزيج الافتراضي مرونة كبيرة وحرية في التعاطي معهم، لأنّ هذه التركيبة من العلاقات الافتراضية التي تشكّل له دعما شخصيا هو الذي انتقاهما، إذ يرغب في إيجاد أو تحقيق إشباع محدّد وواضح.

منهجيا يرى "كولي" أنّ الباحث يجب أن لا يكتفي بملاحظة ما هو ظاهر بل عليه محاولة فهم المعنى الذاتي للسلوك بمعرفة ما وراءه من حوافز، ويقترّب هنا من مفهوم استيطان الذات المعنى لدى "فيبير"، وقد اهتم "ميد" بدراسة علاقة الفرد بالجماعة والمجتمع، وخاصة من خلال عملية التفاعل الرمزي في الجماعات الصغيرة، وكيف يتم تشكيل الذات والعقل من ناحية، وتشكل ما هو اجتماعي ثقافي من ناحية أخرى، ثم العلاقات بين الجانبين، وارتباط هذا السلوك والفعل الإنساني (عثمان، 2008، صفحة 119).

وفي نفس السياق يذهب أنصار نظرية الفعل الاجتماعي إلى أنّ هذا الإشباع نوع من المكافآت الاجتماعية، فعلى عكس السيكلوجيين يعتقد الاجتماعيون أنّ أكثر ما نحتاجه لا يمكن الحصول عليه إلا من خلال الآخرين، ولذلك يندمج الإنسان في تفاعل اجتماعي مع الآخرين من أجل تشجيعهم وحثّهم على التعبير عن حبّهم

وتقديرهم وإعجابهم به، وهكذا يعتبر تبادل المكافآت والمنافع هو أساس عملية التفاعل الاجتماعي (جامع، 2010، صفحة 185).

وفي نفس الاتجاه قام "ماكويل و"جورفيتش" بتحديد نماذج لمنظور الاستخدامات والإشباع، ورأوا أنه يمكن النظر إلى نماذج الاستخدامات والإشباع إتماً وفقاً للمنظور الوظيفي الذي يؤكد على انسجام الجمهور في إطار السياق الاجتماعي الذي ينتمون إليه ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق إشباعهم الشخصية، أو وفقاً للبنائية الثقافية السائدة في المجتمع، أو وفقاً لدوافعهم الشخصية التي تدفعهم للتعرض لوسائل الاتصال (الطرابشي و السيد، 2006، صفحة 234)، لذلك أكدت افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع على دور الجمهور أو الأفراد في المشاركة الفعالة في عملية الاتصال الجماهيري، فهم يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 214)، فالمتلقي عنصر فعال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الإعلام والاتصال إذ يفترض بأنه مستهدف، وهكذا فإن استخدام المتلقي لوسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، ويتوقع المتلقي أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام والاتصال بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه (مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه) (العبد الله، 2010، صفحة 281).

ومن جهة أخرى يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد (حجاب، 2010، صفحة 299). فالمبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة، إنما يخضع للمتلقي ذاته في عملية الاتصال الجماهيري، وهذا النموذج يرى بأن الناس مدينون لوسائل الإعلام والاتصال لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير فيهم، فالنموذج يضع قيوداً قوية على التنظير القائل بالتأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام والاتصال على المواقف والسلوك (العبد الله، 2010، صفحة 281)، وهذا ما يفترض عدم الاعتراف بأية علاقة خطية بين الاتصال والاتجاهات والسلوك، أي إلغاء مفهوم التأثير أو ماذا تفعل الوسائل بالجمهور.

وفي نفس السياق وضع روزنجرين نموذجاً للاستخدامات والإشباع (Rosengren, K.E. 1974)، الذي حدّد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم "ماسلو" مثل الحاجة إلى الصحة، الحب، القبول وتحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباع، مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن. ويركز أيضاً بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين، وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إدراك سبل حلّ له، وبالتالي تشكّل قوة دافعة للتعرض من

خلال اختيار أنماط دوافع الإشباع وهي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام والاتصال أو أي سلوك آخر، وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات، وبالتالي فإننا نتوقع اختلافا في نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك أيضا إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها (شميسي، 2010، صفحة 46).

وبناءً على الكثير من السياقات المتعلقة بهذا البعد، نستطيع أن نؤكد أنّ الفيسبوك أداة تفاعل شخصي ضمن تشكلات المجتمع الافتراضي المتنوعة، لأنه يحقق الكثير من الإشباع الشخصية التي يحتاجون إليها، وقد تكون هذه الإشباع جديدة نتجت عن تعوّدهم على الاستخدامات المتكررة أو تلك الموجودة سابقا وتمّ تعزيزها، فتعمل دوافعهم وحاجاتهم المستمرة على تحفيزها، وتبرز الكثير من هذه الإشباع في سلوكياتهم الواقعية حتى لو كانت ضمن إطار افتراضي، لأنّ فئة من أفراد العينة لها أصدقاء من الواقع الحقيقي أو علاقاتها السابقة سواء كانوا من الأهل والمقربين أو من الطلبة الجامعيين أو أساتذة أو أصحاب الهوايات المختلفة، وتساعد هذه الإشباع المستخدمين على التكيف مع الكثير من التغيرات في حياتهم، سواء تلك التي تهدد على الخصوص وجودهم الهام في المجتمع أو تحاول طمس ذواتهم وشخصياتهم وتحييدهم في المجتمع، فتكون إشباع الفيسبوك الشخصية الملاذ الآمن الذي يعزز هذا التواجد ضمن عالمهم.

جدول (76): يبيّن الاشباع الشخصية المحققة للمبحوثين من استخدام الفيسبوك حسب متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
36.8	147	42.7	88	30.6	59	حقق لي التعبير بكلّ حرية عن رأيي وبدون قيد
20.3	81	18	37	22.8	44	حقق لي الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية
24.3	97	23.3	48	25.4	49	حقق لي إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي
18.5	74	16	33	21.2	41	حقق لي تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحتي
100	399	100	206	100	193	إجمالي الإجابات

تظهر نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع الشخصية التي يلبها الفيسبوك للطلبة حسب متغير الجنس ما يلي: ذكور أفراد العينة حقّق لهم استخدام الفيسبوك بالمقام الأول التعبير بكلّ حرية عن رأيهم بدون قيد بنسبة (30.6.4%)، يليه إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي بنسبة (25.4%)، ثم إشباع الحاجة إلى تعميق

الثقة وحب البروز والشهرة الاجتماعية بنسبة (22.8%)، يليه الحاجة إلى تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحاتهم بنسبة (21.2%).

– أما الإناث فقد جاء ترتيب إشباعهنّ كما يلي: التعبير بكلّ حرّية عن رأيهنّ بدون قيد بنسبة (42.7%)، يليه إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي بنسبة (23.3%)، ثم إشباع الحاجة إلى تعميق الثقة وحبّ البروز والشهرة الاجتماعية بنسبة (18%)، يليه إشباع الحاجة إلى تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والإعجابات والتعليقات في صفحتي بنسبة بنسبة (16%).

ومن خلال النتائج يظهر أنّ لا توجد اختلافات كبيرة بين الجنسين، حيث يتبيّن أنّ الإناث حقّقن في المرتبة الأولى إشباعات تتعلّق بإشباع التعبير بكلّ حرّية عن رأيهنّ بدون قيد، وإشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي، مقارنة بالذكور الذين يحققون إشباعاً يتمثّل أولاً في الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية وإشباع تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحاتهنّ.

– وتظهر نتائج اختبار كا² أنّه لا يوجد فروق بين الجنسين في الإشباع الشخصية، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة بلغت (06.68) أقل من قيمة كا² الجدولية (07.82) بدرجة حرية 03 ومستوى ثقة (0.079).

النتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
غير دال	07.82	0.079	03	06.68

ويمكن ربط عدم وجود فروق في الإشباع الشخصية بطبيعة الأهداف التي دفعتهم لاستخدام الفيسبوك، فقد بيّنت النتائج أنّ الإناث يحققنّ إشباع التعبير بكلّ حرّية، لأنّ البيئة الاجتماعية تفرض قيوداً أكثر صرامة على تقبّل آرائهنّ في الحياة الواقعية، ممّا يلجئن إلى الفيسبوك الذي حقّق لهنّ هذا الإشباع، حيث يتلقين التشجيع والدعم بشكل خاص، ويدفعهنّ ذلك إلى مشاركة آرائهنّ والتعبير عن تجاربهنّ مع شبكة علاقاتهنّ، حيث يزداد تعزيز الشعور بالأمان والثقة بالنفس عند طرح أفكارهنّ، وهو ما يشعرهنّ بتحفيّز أكبر للاستمرار في التعبير عن أنفسهن بكلّ حرّية، ممّا يؤدي إلى مزيد من الدعم النفسي وتقدير الذات، حيث يمثّل تقدير الذات أولويّة لدى أغلبية الإناث، فهنّ يتأثرن بالتغذية الاجتماعية الرّاجعة عبر الفيسبوك، فيؤثّر ذلك على درجة ومستوى الإشباع الشخصي، وهذا المعيار نفسه قد يكون ذا أولوية لدى الذكور، كما أنّ الإناث وجدن في استخدام الفيسبوك فرصة للحفاظ ولصيانة العلاقات الاجتماعية القائمة بأغلبية كبيرة، إضافة إلى الأغراض الترفيهية التي يهدف أغلبية الذكور إلى تلبيتها عبر استخدام الفيسبوك، كما تلعب الحاجة إلى التفاعلات الاجتماعية إلى رفع سقف الإشباع، ممّا يؤدي إلى تشابه في الإشباع الشخصي بين الجنسين، خاصّة في العلاقات العاطفية، فكلّ الجنسين أكثر ميلاً

لإبداء المشاعر والعواطف، سواء من خلال الدردشة أو عبر نشر الحالة التي تعبر عن هذه المشاعر بصور وفيديوهات تعزّز هذا النوع من الإشباع الشخصي.

وفي هذا السياق فإنّ نظرية الاستخدامات والإشباع تحاول تحقيق ثلاثة أهداف من خلال استخدام وسائل الاتصال، فهي تهدف إلى التعرّف على كيفية استخدام الأفراد وسائل الاتصال (How)، بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه، كما تسعى إلى توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من الوسائل (Why) والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام، وتركز على فهم عملية الاتصال الجماهيري نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال (فياض، د.س، صفحة 149).

ويمكن تفسير تلاشي الاختلافات في هذه النتيجة وفق ما تمّ طرحه ضمن مفهوم البناء الذاتي في علم النفس الثقافي، والذي قدّم تفسيرات موضوعية لطريقة استخدام الأفراد المنصّات الاجتماعية، فقد يكون الاختلاف في بناء الذات (مثل الذات المستقلة، في مقابل الذات المترابطة) عاملاً حاسماً في تحديد طريقة تفاعل النساء، حيث أنّ أكثر ميلاً نحو بناء الذات المترابطة، فهنّ يسعين إلى تعزيز التواصل الاجتماعي من خلال العلاقات، لأنهنّ يعتقدن أنّ جزء من شبكة واسعة من العلاقات ويولونها الأولوية لتحقيق الانسجام مع باقي علاقاتهنّ مع الآخرين.

فمن خلال دراسته قدّم كل من "هازل ماركوس" و"شينوبو كيتاياما" (Markus, H. R & Kitayama, 1991) رأيهم عن البناء الذاتي الذي قد يؤثر على العمليّات النفسيّة والتفكير العاطفي ودوافع الاستخدام، وبيّنا كيف تؤثر الثقافة على عملية البناء الذاتي، في تحقيق الأهداف الشخصية والتعبير عن الفردية، وأشاروا إلى أنّ الذات المرتبطة ترى نفسها كجزء محوري من العلاقات الواسعة، حيث تقدّم الأولوية لمراعاة العواطف والمشاعر، كما بيّن الباحثان أنّ الدافع (Motivation) للذات المستقلة قد تدفعها الأهداف الفردية للاعتراف بالإنجازات، بينما تكون الذات المرتبطة مدفوعة بالرغبة القويّة للحفاظ على انسجام وتناغم العلاقات الاجتماعية (Kitayama & Markus, 1991)

جدول (77): يبين الإشباع الشخصية المحققة للمبحوثين من استخدام الفيسبوك حسب متغير السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
36.8	147	40	10	35	36	37.3	101	حقوق في التعبير بكلّ حرية عن رأيي وبدون قيد
20.3	81	24	06	21.4	22	19.6	53	حقوق في الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية
24.3	97	24	06	21.4	22	25.5	69	حقوق في إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي
18.5	74	12	03	22.3	23	17.7	48	حقوق في تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحتي
100	399	100	55	100	231	100	619	إجمالي الإجابات

جاءت نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع الشخصية لأفراد العينة عند متغير العمر كما يلي:

- 1- فئة 25-18 سنة يحققون بالمرتبة الأولى إشباع التعبير بكلّ حرية عن رأيهم بدون قيد (37.3%)، يليه (25.5%) إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي، ثم (19.6%) إشباع الحاجة إلى تعميق الثقة وحب البروز والشهرة الاجتماعية، ثم (17.7%) الحاجة لتقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحتي
 - 2- فئة 33-26 سنة يحققون بالمرتبة الأولى إشباع التعبير بكلّ حرية بدون قيد بنسبة (35%)، يليه إشباع الحاجة إلى تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحتي بنسبة (22.3%)، ثم إشباع الحاجة إلى تعميق الثقة وحب البروز والشهرة الاجتماعية، وإشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي (21.4%).
 - 3- فئة الأكثر من 34 من سنة يحققون بالمرتبة الأولى التعبير بكلّ حرية عن رأيهم بدون قيد بنسبة (40%)، يليه إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي، وأيضاً إشباع الحاجة إلى تعميق الثقة وحب البروز والشهرة الاجتماعية بنسبة (24%)، يليه الحاجة لتقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والتفاعل مع صفحتي (12%).
- ويظهر اختبار كاي² أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع الشخصية عند متغير العمر، حيث أنّ قيمة كاي² المحسوبة (02.47) أقل من كاي² الجدولية (12.59) بدرجة حرية 06 ومستوى ثقة (0.537).

النتيجة	كاي ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاي ² المحسوبة
غير دال	12.59	0.870	06	02.47

وغم تلاشي الفروق إلا أنّ هذه النتيجة اختلافاً طفيفاً في الإشباع الشخصية، ويمكن تفسيرها بأنّ أفراد العينة ليسوا حالات سلبية تستخدم فقط الفيسبوك لتلبي حاجات سطحية، فقد بينت نظرية الاستخدامات

والإشباع أن لديهم دوافع داخلية تلحّ عليهم للقيام بشيء معيّن لذاته، وهذه الدوافع تحقّق للفرد إشباع ذاتية فردية مثل دوافع الفضول والإنجاز.

وفي إطار آخر اهتم "روزنجرين" بنموذج يحدّد فيه أهمية الحاجات بدءاً من الحاجة إلى الصحة وتحقيق الذات إلى إحساس الفرد بالمشكلات والبدائل والحلول، حيث تكون البداية في هذا النموذج بوجود حاجات فردية لدى المتفاعل مع الخصائص النفسية والاجتماعية للفرد، وتتفاعل هذه الحاجات أيضاً مع البناء الاجتماعي بما فيه وسائل الاتصال (عبد الحميد ص.، 2023، صفحة 79).

وبحسب هذا التوجه فإنّ المبحوثين يقبلون على استخدام الفيسبوك من بين العديد من البدائل، بحثاً عن حلول لمشاكلهم الذاتية، ويؤدّي هذا الاستخدام إلى إشباع قد يؤثّر على الخصائص العامة والنفسية، وعوامل البيئة المحيطة بهم، فأفراد العينة على اختلاف فئاتهم العمرية يسعون إلى التعبير عن أنفسهم وطرح مشكلاتهم دون قيود، وقد يحظون بهذا الإشباع كدليل على التقدير والقبول الاجتماعي، وهو ما يعمّق التواصل ويدعم استمرارية العلاقات القائمة.

فقد بينت دراسة الباحثة "سبراغين أماندا" (Spraggins Amanda, 2009) أنّ من أسباب انتشار الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي هو البحث عن إشباع اجتماعي يتمثل في القبول الاجتماعي ومحاولة تخفيف الضغوط النفسية، لكن الباحثة ربطت الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من التأثيرات على الصحة النفسية، من خلال زيادة مستويات أعلى من القلق والاكتئاب وانخفاض الشعور بالرفاهية العامة (Spraggins, 2009)

لذلك نوّكّد على أنّ وجود الفروق العمرية حول الإشباع الشخصية المحقّقة راجع إلى أنّ الفيسبوك أصبح منصة مفتوحة للتفاعل والتعبير عن الآراء والأفكار، وتعويض النقص المجتمعي من خلال إظهار الرغبة في إثبات الذات في الفيسبوك، إذ يتيح له مناقشة مختلف المواضيع في صفحات الفيسبوك كونه طالبا جامعيا، ليعبّر عن اهتماماته، ضف إلى ذلك أنّ حاجة الدردشة والتواصل تعتبر جوانب في غاية الأهمية في بناء نسيج من العلاقات الاجتماعية التفاعلية، سواء من خلال الرسائل الشخصية أو إجراء مكالمته بالصوت أو الصورة، هذه الميزات حققت له حاجاته الأساسية لتمكينه من توطيد علاقاته المختلفة القرابية أو العاطفية المعتمّة، كما عزّز الفيسبوك من رغبة الطلبة في بناء الثقة بأنفسهم من خلال ظهورهم بأشكال متعدّدة في المجتمع الافتراضي أو حتى المجتمع الواقعي، عبر توظيف عدّة آليات تفاعلية كالتعليقات في الصفحات المشتركة أو الشخصية، وحصوله على الدعم المعنوي بالإعجابات ومشاركة منشوراته، وهو ما يؤدّي إلى القبول الاجتماعي، وإثبات الذات بين أقرانه، ويقود هذا

السلوك إلى تقدير الذات مثلما تقدّم شرحه بالتفاخر والاعتزاز بعدد الأصدقاء وأرقام الإعجاب وهو ما يقدر يشعره بالترجسية الرقمية، بغض النظر عن تحقيق إشباعه كنوع من الإنجاز وتأكيد المكانة الاجتماعية.

فهذه الإشباعات تقدم للأفراد في مختلف الأعمار بشكل مختلف، فالفئات الأقل سناً يمكن أن تجد في الفيسبوك أكثر راحة واستقلالية نظراً لحدائث سنّها، وبحاجة إلى إثبات الذات بالتفاعل مع قضايا معاصرة، لذلك تجدهم يعلقون ويناقشون وينشرون ويعيدون النشر لمجرد أن المسألة اجتماعية، حتى دون التأكد مما ينشرون، ويستقون معلوماتهم من محتويات الفيسبوك، وهو ما يحقق لهم إشباعهم الشخصية التي تشعرهم بالإيجابية نحو المجتمع.

بينما قد نجد الفئات الأخرى قد تستخدم الفيسبوك لحاجة مشاركة التجارب الحياتية، وإظهار نوع التفاعل الذي يكون حسب خبراتهم الشخصية، وفي الأغلب تكون هذه المشاركات تعبيراً عن الاستقرار الذهني والنضج الفكري، ولهذا تحقق هذه الفئة إشباعها من خلال التفاعل والمشاركة مع فئات عمرية أخرى مشابهة.

ولذلك تؤكّد نظرية الاستخدامات والإشباع في كثير من أفكار روادها عن الدوافع والإشباع التي تعكس الفروق الفردية، والاختلافات في الحاجات النفسية والاجتماعية والشخصية، وهو ما يعكس سلوك الشباب حديث العهد بالجامعة إلى سعيه لتحقيق إثبات الذات، بالدراسة الكثيفة وتكثيف نشاطه الفيسبوكي للحصول على قبول اجتماعي بشكل سريع، في حين قد تركز الفئات العمرية الأخرى على سعيها لإشباع شخصي يظهر في تعزيز التواصل انطلاقاً من الثقة بالنفس والنضج الفكري، والتفاعل الهادف، فهذه الإشباعات المختلفة تؤكّد لنا كيف يمكن للفيسبوك أن يلبي أو يحقق جملة من الإشباع لفئات عمرية مختلفة.

جدول (78): يبيّن الإشباع المعرفية المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
حقوق لي إشباع الفضول والحصول على معلومات مختلفة وترقية ثقافتني.	98	28.2
تعميق التواصل مع أساتذتي الجامعيين	113	32,8
حقوق لي التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة معارفي الدراسية	109	31.1
التعرف على عادات وثقافات مختلفة	30	08,6
إجمالي الإجابات	350	100

من أجل الكشف عن الإشباع المعرفية التي يحققها أفراد العينة من استخدام الفيسبوك، طرحنا عليهم السؤال (32) التالي: (ما هي الإشباع المعرفية التي حققتها من استخدام الفيسبوك؟).

قال أفراد العينة أن استخدامهم للفيسبوك حقق لهم إشباعاً معرفياً تتمثل في تعميق التواصل مع أساتذة الجامعة بنسبة (32.8%)، وأوضح (31.1%) أنهم حققوا التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية، بينما أشار (28.2%) أنهم حققوا إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية الثقافة، و عبّر (08.6%) أنهم حققوا التعرف على عادات وثقافات مختلفة.

يؤكد أفراد العينة أنّ هناك جملة من الإشباعات المعرفية التي استطاعوا تحقيقها من خلال استخدامهم للفيسبوك، وقد شكّلت لهم دوافعهم حافزاً رئيسياً لتحقيق الكثير من الحاجات المعرفية، والتي يتصدّرها إشباع حاجة التواصل مع الأساتذة الجامعيين بنسبة (32,8%)، وهذا ما يعكس إيجابياً تداخلاً بين الإشباعات الشخصية في بعد حاجة تعميق التواصل والدردشة، وبين هذا البعد الذي يبيّن مدى رغبة أفراد العينة في استغلال استخدام الفيسبوك انطلاقاً من دوافعهم وحاجاتهم لتكوين علاقات اجتماعية أساسها العالم الافتراضي، حتى لو كانت هذه العلاقة لغرض معرفي أو ثقافي، لأنّ توسيع دائرة المعارف لا تقتصر فقط على الرغبة الاجتماعية أو النفسية، فأفراد العينة يريدون خلق نمط من التواصل الفعال بين طبقة علمية مثقفة وبينهم، وتعزيز هذا التواصل يكون من خلال إشباعات معرفية، فالطالب لا يكون منعزلاً عن بيئته الجامعية ومن ضمنها أساتذة الجامعة، لأن هذا النوع من العلاقات الاجتماعية يعزّز ثقة الطالب الجامعي بنفسه، كما أنّ الكثير من الأساتذة الجامعيين لا مانع لهم من التواصل مع طلبتهم لتزويدهم بالمعلومات والمعارف والكتب وتقديم الإرشادات والتوجيهات المنهجية وشرح الدروس، فالمبحوثون يستفيدون من خبرات الأساتذة في مجال تخصّصهم وينقلون تجاربهم العلمية والمعرفية إلى الكثير من الطلبة، الذين قد لا يسعفهم قراءة الكتب حتى بوجود الإنترنت من فهم المحاضرات، وهذا الإشباع من وجهة نظرنا إيجابي ومنطقي، فلا حرج عندهم في خلق نمط من التواصل المعرفي الذي يزيد من تماسك العلاقات الاجتماعية وتقويتها عبر الفيسبوك، من خلال التواصل والدردشة والسؤال عن بعضهم في أي وقت، وهذا لتقريب المسافات المعنوية بين الطلاب وأساتذهم، وتغيير تلك الصورة النمطية عنهم، وهو من شأنه أن يبعث في نفسية الطالب تحفيزاً لبذل مجهود في الدراسة.

كما يؤكد مجموعة من المبحوثين أنّ اشتراكهم في العديد من الصفحات الافتراضية في الفيسبوك حقق لهم إشباعاً يتمثل في اكتساب الكثير من المعارف وزيادة المعلومات الدراسية بنسبة (31.1%)، وهو ما يبرّر رغبتهم في الانضمام إلى الصفحات الدراسية، كما يمكنهم من البحث عن دروسهم وزيادة فهمها، والتواصل مع زملائهم من الطلبة بغرض مناقشة المحاضرات وتعويض النقص، فالخدمات التي توفرها هذه الصفحات مثل حلقات البث المباشر (LIVE)، ومشاركة الكتب والفيديوهات والصّور التوضيحية، تساعد العديد من الطلبة على توفير الجهد

والوقت والمال، ويكسبهم نوعاً من التعامل وتوظيف هذه الحاجات في توطيد علاقاتهم الاجتماعية، وقد تنتج عن هذه الصفحات المعرفية نوع من الألفة والتقارب بين الأصدقاء من ذوي الاهتمام المشترك، وهو ما يزيد من تعمقهم في محادثاتهم ومناقشتهم حول دروسهم وبالتالي كثيراً ما تكون هذه الصفحات المعرفية سبباً في زيادة الرصيد المعرفي والدراسي من جهة، ومن جهة أخرى تقاربهم مع بعضهم بهدف توسيع علاقاتهم الاجتماعية.

وغير بعيد عن هذه الفئة فإنّ بعضاً من أفراد العينة تجدد في الفيسبوك إشباعاً معرفياً يتمثل في إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية الثقافة بنسبة (28.2%)، فمن خلال الكثير من المزايا والخدمات التي تتواجد في الفيسبوك تسهّل عملية البحث عن أي معلومات تهمّهم، كالسفر والبحث عن الأماكن السياحية أو المخترعات العلمية والأجهزة الجديدة والتكنولوجيا، حيث أنّ الكثير من المؤسسات الخدمية وأيضاً المواقع على شبكة الإنترنت تلجأ إلى الفيسبوك للتعريف بها وخدماتها، لأنها تعتبره الحاضنة الأكبر لكثير من المستخدمين في الوقت الراهن، وهي بذلك تستفيد من مزاياها لتقديم عروضها وجلب الزبائن، أو حتى الحصول على معلومات تتعلق بمؤسسات علمية، كالجامعات والأكاديميات العلمية العالمية لها صفحات تجذب الشباب الذي له طموحات الهجرة ورغبة استكمال الدراسة أو البحث عن عمل، كما يحصل العديد من الأشخاص على إعلانات التوظيف ومعلومات عن الشركات ونوعية العمل وغيرها، وكلّ هذا يسهم من خلال التفاعل في أخذ فكرة ومعلومات عن كل ما يحتاجون إليه في حياتهم وينمي لهم ثقافتهم ويرفع من درجة وعيهم بالعالم.

بالإضافة إلى ميزة السرعة في الحصول على المعلومات المختلفة واستخراجها في الوقت المناسب، سواء المعلومات المتعلقة بجوانب دراساتهم أو معلومات عامة تسهم في تثقيهم، وخاصة نحن في عصر السرعة، إذ يقدم الفيسبوك إشباعاً معرفياً سهلاً في تناول الطلبة البحث والإطلاع عليه، كما يتمكنون من تداول المعلومات بينهم وإعادة نشرها والتعليق عليها، حيث يمكن ملاحظة صفحات الكثير من الطلبة التي تحتوي على معلومات في تخصّصه الجامعي أو معلومات مختلفة عن شتى العلوم والثقافات، سواء في الطب والصحة أو أخبار السياسة والاقتصاد وأخبار المجتمعات والثقافات، وهذه المعلومات نجدها إما تمس واقعنا الحقيقي ويهدف إلى معالجتها من خلال إعادة النشر والحصول على التفاعل كمعلومات الجامعة ومستجداتها، أو يقوم بنشرها بغرض الاستفادة منها، وهذا بغرض التثقيف وزيادة الوعي.

ويمكن تفسير النتيجة الأخيرة لأفراد العينة الذين حققوا إشباعاً في التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (8,6%)، نظراً لحاجتهم إلى اكتشاف طبائع وأنماط عيش الناس، والتعرف على عاداتهم وتقاليدهم، من خلال

الصفحات الثقافية والمنشورات والتعليقات، وهذا ما نجده في العالم الافتراضي الذي أصبح فضاءً يعجّ بالكثير من القيم الثقافية من جميع أنحاء العالم للتعريف بثرائهم وثقافتهم.

وفي هذا السياق أظهرت دراسة (صالحه الدماري، 2010) أنّ من أهم دوافع تعرّض الطلاب للفيسبوك هو اكتشاف معارف متعدّدة في جميع المجالات، والتواصل مع أفراد ذوي الاهتمام المشترك، وبيّنت أنّ الفيسبوك يحقق إشباعاً معرفياً من خلال التواصل بين الطلبة، سواء خلال أوقات الدراسة أو أوقات العطل، وفي نفس السياق بيّنت دراسة (أحمد عبد الغني، 2003) أنّ لأكثر الاستخدامات أهميّة لدى مبحوثي الدراسة كان للاستخدام المنفعي أو المعرفي للحصول على الأخبار والمعلومات (سليم، 2019، الصفحات 35-60).

ولكن بالمقابل قد ينعكس استخدام الفيسبوك بشكل مفرط حتى بدافع معرفية على مستوى أداء الطلبة، فيتحوّلون من البحث عن المعرفة إلى البحث عن إشباع أخرى، ما يزيد في حجم استخدامهم، فيتشتتّ جهدهم ويفقدون السيطرة على الوقت، وبالتالي يؤثّر على جودة دراستهم وأدائهم الأكاديمي.

وهو ما أشارت إليه دراسة كل من "سانغاري" و"لايماييم" و"رويس" التي توصلت إلى أن استخدام الفيسبوك بشكل متزايد يؤثّر بصورة سلبية على الأداء الأكاديمي السيء، بينما الطلبة الذين يتصرفون بشكل منتظم حيال أنفسهم ينتج عنه أداء أكاديمي أفضل، وبناءً عليه أظهرت الدراسة تأثيراً سلبياً للاستخدام المفرط حتى لو كان لأغراض تعليمية وأكاديمية، فهؤلاء الأفراد يظهرون أداءً أقلّ جودة إذا ما تمّ مقارنته بالطلبة الذين يستخدمون الفيسبوك بشكل علاقي متوازن، وأشارت الدراسة إلى أنّ تشتيت الانتباه وعدم انتظام الوقت الذي ينفقه الطلاب يرتبط بالمقدرة على التركيز في الدراسة وأدائهم الأكاديمي الجيد، كذلك حدّرت الدراسة من سوء التنظيم الذاتي للطلبة، وأشارت إلى أنّ الأداء الأكاديمي الجيد يرتبط بتحديد الأهداف وتنظيم الوقت بفعالية، ممّا يؤدّي إلى التحكم في الاستخدام ويقلل من الإفراط، وهو ما يسهم في تحقيق النجاح (Sangari, Limayem, & Rouis, 2011)

إنّ ما أفصحت عنه النتائج حول الإشباع المعرفية، بيّنت أن موقع الفيسبوك قادر على تلبية العديد من الحاجات المعرفية المتوقّعة من المستخدمين، وذلك في إطار توظيفها لدعم بناء علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية، وفي هذا الإطار حدّد كل من "ماكينغو" و"موندي" وآخرون (Makingu Mondy & others)، خمسة أبعاد رئيسية في مجال الاستخدامات والإشباع التعليمية المتوقعة للطلاب من الإنترنت وهي: (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 50)

- الاستخدامات والإشباع المعرفية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في الحصول على المعلومات وبناء المعرفة الجديدة والفهم والإبداع ومهارات التفكير الناقد.
 - الاستخدامات والإشباع العاطفية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في الحصول على المتعة العاطفية باستخدام جهاز الكمبيوتر وتقنياته لأغراض تعليمية.
 - الاستخدامات والإشباع الشخصية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في تحقيق المصداقية الذاتية والقدرة على التنظيم الذاتي لعملية التعلّم واستغلال موارد التعلم الإلكتروني في زيادة المهارات والأنشطة الشخصية.
 - الاستخدامات والإشباع الاجتماعية التكاملية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في تحقيق التفاعل والمشاركة داخل مجتمع التعلم والاندماج في السياق الاجتماعي لعملية التعلم التعاوني.
 - الاستخدامات والإشباع الترفيهية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في تحقيق المتعة والإثارة والبحث عن الهدوء بالبعد عن ضغوط التعليم التقليدي، وإضفاء السّرور عليهم باستخدام المزايا الفريدة للتعلّم عبر الإنترنت.
- جدول (79): يبيّن الاشباع المعرفية المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك عند متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
28.2	98	28.4	52	27.5	46	حقق لي إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية ثقافتني
32,8	113	30.6	56	34.1	57	تعميق التواصل مع أساتذتي الجامعيين
31.1	109	30.1	55	32.3	54	حقق لي التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة معارفي
08.6	30	10.9	20	06	10	التعرف على عادات وثقافات مختلفة
100	350	100	183	100	167	إجمالي الإجابات

جاءت نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع المعرفية لأفراد العيّنة حسب متغير الجنس كما يلي:

- أكّد ذكور المبحوثين أنّ استخدامهم للفيسبوك يحقق لهم إشباع معرفية تتمثل بالمرتبة الأولى في تعميق التواصل مع أساتذة الجامعة بنسبة (34.1%)، يليه إشباع التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية بنسبة (32.3%)، ثم إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية ثقافتهم بنسبة (27.5%)، يليه إشباع التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (06%).

- في حين جاءت الإشباع المعرفية لإناث العينة كما يلي: بالمرتبة الأولى تعميق التواصل مع الأساتذة الجامعيين بنسبة (30.6%)، يليه إشباع التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية بنسبة

(30.1%)، ثم إشباع الفضول والحصول على المعلومات وترقية الثقافة بنسبة (28.4%)، يليه إشباع التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (10.9%).

- يظهر اختبار χ^2 أنه لا يوجد اختلاف بين الجنسين في الإشباع المعرفية، حيث أن قيمة χ^2 المحسوبة (2.994) أقل من قيمة χ^2 الجدولية (7.82) بدرجة حرية 03 ومستوى ثقة (0.393)

النتيجة	ك ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	ك ² المحسوبة
<u>غير دال</u>	<u>7.82</u>	0.393	03	2.994

وتعكس هذه النتيجة الرغبة القوية لأفراد العينة في توظيف خدمات الفيسبوك لأغراضهم الأكاديمية، لأنه يحقق لهم الإشباع المعرفي، مما يؤدي إلى تزايد استخدامها في المستقبل، ويقوي العلاقة بين الفيسبوك والطلبة، فقد توصلت دراسة (قنفي، 2018) إلى أن طلبة الإعلام يستخدمون الفيسبوك للأغراض التعليمية بنسبة (77.5%)، وبينت الدراسة أنه لا توجد فروق جنسية في استخدام الفيسبوك بغرض التعلم، حيث مثلت نسبة الذكور (77.77%) في مقابل الإناث (77.14%)، وأشارت إلى تعدد طرق استخدامهم للفيسبوك، حيث يستخدم من أجل التواصل بالأشخاص ذوي نفس التخصص، ثم تكوين علاقات جديدة قائمة على الاهتمامات العلمية، ثم التواصل مع زملاء الدراسة بعد انتهائها، وتبادل الملفات والمعلومات مع زملاء الدراسة، والبحث عن المراجع العلمية في التخصص، وانجاز البحوث ومتطلبات الدراسة، ثم الاتصال بالأساتذة والتزوّد بالمعلومات والاستفسار عن ما يهمهم، يليه التجاور والنقاش حول المواضيع العلمية.

ومن جهة أخرى نؤكد بأن نظرية الاستخدامات والإشباع قد أظهرت أن بعض الحاجات المعرفية كحب الإطلاع وزيادة المعرفة والاكتشاف لا ترتبط بجنس معين، حيث تتماثل الحاجات المعرفية وبالتالي قد تتشابه أيضا الإشباع المعرفية، وهو ما يعكس أن الفيسبوك أصبح وسيلة غنية وثرية بالمعلومات والمعارف، كما أن بعض أنماط استخدام الفيسبوك أصبحت لا تختلف كثيرا، فقد تكون التكنولوجيا قد وحدت الرغبات وجعلت بعض معارفنا متشابهة، نظرا لأن الأغلب يتشبع معرفيا من محتويات الفيسبوك لبناء هويتهم المعرفية والشخصية وتعزيز ثقافتهم، وهذه الإشباع تعكس حاجات مشتركة عند الذكور والإناث، ونفس الرأي نجده عند نظرية التماس المعلومات التي تؤكد بأن المستخدمين يسعون إلى البحث عن معلومات تشبع فضولهم المعرفي، فيتفاعل الجنسان من المحتويات بنفس الطريقة، وهو ما أظهرته نتائج المبحث الأول في طريقة التفاعل وكذلك انخراطهم الكثيف في الصفحات المختلفة، والتي تبين اهتمامهم ومشاركاتهم الكثيفة في النقاشات والتعبير عن الآراء في الفيسبوك، ضف إلى ذلك أن كلا الجنسين هم طلاب في الجامعة وبالتالي لا غرابة في تحقق إشباع تعميق التواصل مع أساتذتهم وهو

غاية الفيسبوك، ويمكن تفسيره بأنّ الطرفان من الأساتذة والطلاب يستخدمون الفيسبوك لغايات معرفية تواصلية مما يؤدي إلى نوع من التفاهم والتآلف الاجتماعي، وتصبّ هذه الإشباعات في تحقيق الأهداف التعليمية والأكاديمية، وبناءً على هذا السياق فإنّ النظريتان تبرزان أن الحاجات المعرفية قد تكون متشابهة لدى الجنسين، وهو ما أكدته نتائج اختبار كا²، مما يؤدي في أكثر الأحيان إلى تشابه في الإشباعات المعرفية والثقافية المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.

جدول (80): يبيّن الاشباعات المعرفية المحققة من استخدام المبحوثين الفيسبوك عند متغير السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
28.2	98	33.3	08	28.1	25	27.4	65	حقق لي إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية ثقافتي
32,8	113	29.2	07	36	32	31.2	74	تعميق التواصل مع أساتذتي الجامعيين
31.1	109	29.2	07	24.7	22	33.8	80	حقق لي التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة معارفي الدراسية
08,6	30	08.3	02	11.2	10	07.6	18	التعرف على عادات وثقافات مختلفة
100	350	100	24	100	89	100	237	إجمالي الإجابات

جاءت نتائج جدول الإشباعات المعرفية التي يلبها الفيسبوك لأفراد العينة حسب متغير السن كما يلي:

- 1- فئة 25-18 سنة جاء ترتيب إشباعاتهم المعرفية على النحو التالي: بالمرتبة الأولى إشباع التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية بنسبة (33.8%)، يليه إشباع الحاجة إلى تعميق التواصل مع الأساتذة الجامعيين بنسبة (31.2%)، ثم إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية الثقافة بنسبة (27.4%)، ثم التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (07.6%).
- 2- أما فئة 33-26 سنة جاءت إشباعاتهم المعرفية كما يلي: بالمرتبة الأولى إشباع الحاجة إلى تعميق التواصل مع الأساتذة الجامعيين بنسبة (36%)، ثم إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية ثقافتي بنسبة (28.1%)، يليه إشباع التفاعل مع صفحات الفيسبوك لامن أجل زيادة المعارف الدراسية بنسبة (24.7%)، ثم التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (11.2%).

3- وفيما يتعلق بفئة الأكثر من 34 سنة جاءت إشباعاتهم المعرفية كما يلي: بالمرتبة الأولى إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية الثقافة بنسبة (33.3%)، يليه إشباع الحاجة إلى تعميق التواصل مع الأساتذة الجامعيين، وأيضا إشباع التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية بنسبة متساوية (29.2%)، ثم التعرف على عادات وثقافات مختلفة بنسبة (08.3%).

والملاحظ من النتائج أنه لا توجد اختلافات جوهرية كبيرة في ترتيب تفضيل الإشباعات المعرفية بين الفئات العمرية. وهو ما بينه اختبار كا²، بوجود فروق بين الفئات العمرية في الإشباعات المعرفية، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (13.87) أكبر من قيمة كا² الجدولية (12.59) بدرجة حرية 06 ومستوى ثقة (0.031).

النتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
<u>دال</u>	12.59	0.031	06	<u>13.87</u>

وتبيّن أيضا هذه النتيجة ما ذكرناه سلفا، بأنّ موقع الفيسبوك أصبح يمثّل أهمية كبيرة لشريحة واسعة من الشباب وطلاب الجامعة، من أجل الانخراط في الصفحات التعليمية التي تزيد من جودة الأداء الأكاديمي، وتتيح التواصل مع أساتذتهم وهو ما يعزز علاقاتهم الاجتماعية مع الوسط المعرفي بالجامعة.

وهو بدوره يؤكّد ما جاء في نظرية الاستخدامات والإشباع التي ترى أن الأفراد يستخدمون شبكة الإنترنت لتحقيق إشباع المحتوى التوجيهي والذي ينتج عن الاستخدام من أجل المحتوى لا من أجل الوسيلة نفسها، حيث أشارت إلى إشباع المحتوى التوجيهي الذي يتضمن الحصول على المعلومات، والمواد الإخبارية من الشبكة التي تتميز بسرعة النشر، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام، والاعتماد على الشبكة، وتتميز الشبكة في هذا الأمر بعدم وجود قيود أو رقابة على النشر خاصة في المنتديات، ويمكنها ذلك من نشر معلومات، وأخبار كل الأنواع، التي لا يمكن أن تنشر في وسائل الإعلام التقليدية، كما أكّدت النظرية تحقيق إشباع المحتوى الاجتماعي الذي يقصد به الرّبط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الشبكة وعلاقاته الاجتماعية (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 51)، وهو ما يفسّر لدينا وجود علاقة بين الدافع المعرفية والإشباع المعرفية المتوقّعة منها، بهدف إقامة علاقات اجتماعية على أسس معرفية.

كما يشير "بودهان" إلى أنّ شبكة الإنترنت باعتبارها أداة اتصالية معرفية بامتياز، توفر للشباب الإمكانيات اللازمة لتلبية حاجاتهم المعرفية، وذلك بالوصول إلى المواقع الأكاديمية وتحميل الكتب الإلكترونية، فشبكة الإنترنت بما تحويه من خدمات اتصالية ومعرفية تمنح المستخدم لها ثقافة جديدة أطلق عليها بعض الباحثين اسم ثقافة المعلوماتية (Culture informationnelle)، إذ تمكّن هذه الثقافة من يستخدم الإنترنت لغرض معرفي

علمي من تحديد احتياجاته من المعلومات في الوقت المناسب، والوصول إلى هذه المعلومات وتقييمها، ومن ثمّ استخدامها بالكفاءة المطلوبة (بودهان، 2012، صفحة 78).

ومن جهة أخرى بيّنت دراسة أمريكية لـ"موران مايك" و"جيف سيمون" استهدفت الكشف عن الآثار الشخصية والمعرفية لأعضاء هيئة التدريس، وتوصلت إلى أنّ أكثر من (90%) من الأساتذة الأكاديميين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية لأغراض مهنية وفي فصولهم التدريسية، وأشار (80%) منهم أنّ هذه المواقع مهمّة في التعليم الأكاديمي من خلال التعلم الجماعي، حيث ينشر (30%) من الأساتذة المحتويات الدراسية للطلاب من أجل التمكن من استغلالها خارج فصول الدّراسة (موران و جيف، 2016).

ويؤكّد الباحث أن تقلّص الفروق العمرية في الإشباع المعرفية مردّه عدة أسباب نوجزها فيما يلي:

1- يعتبر الفيسبوك فضاءً سهلاً في الوصول إلى المعارف والمعلومات الثقافية، من أخبار ومقالات دراسية أو أخرى، ومحتوى تعليمي كالفيديوها، وهو ما يدعم إشباع الفضول المعرفي لكل الفئات العمرية التي تسعى من خلال استخدام الفيسبوك إلى تطوير أفكارها وترقية ثقافتها.

2- يمكن أن تكون الإشباع المعرفية متشابهة بالنظر إلى الدوافع والحاجات المتشابهة والتي أثبتتها الدراسة في المبحث الثاني، وهو ما يعكس رغبة مختلف الأعمار في تعلّم واكتساب مهارات معرفية جديدة، وهذه حاجات معرفية إنسانية مشتركة.

3- يتيح الفيسبوك التفاعل مع الفئات الأكاديمية من أجل تعميق وتعزيز التواصل، والحصول على المشورة العلمية أو بناء صداقات أخرى، وهذه الإشباع لا تعبر عن فئة عمرية محدّدة، لأن الغايات التواصلية مستمرة بالتفاعل والاندماج المتواصل في الجامعة وفي الفيسبوك.

4- من بين الأسباب التي توحد الإشباع في الفئات العمرية هو أن الفيسبوك يعتبر في المقام الأول منصة تفاعلية حيّة ومباشرة زماناً ومكاناً، لذلك فمن الممكن أن يستفيد الكل من هذا التفاعل وتوظيفه لأغراض معرفية سواء في الصفحات الفيسبوكية والتي قد نجد أصحابها شباباً، والشاهد على ذلك انتشار المحتويات التعليمية والتثقيفية لفئات شبّانية، من دورات تدريبية، وصفحات سياحية، ومجموعات نقاش علمي، ما يعكس البيئة المثالية لتطوير المعرفة والتعلّم الرقّمي المستمر.

5- قد تتشابه الفئات العمرية في الإشباع المعرفية بالنظر إلى سياسة الانفتاح المعرفي والثقافي على العالم، والذي جاءت به العولمة الثقافية، حيث زادت الحاجة في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب، لاكتشاف أنماط عيشتهم، وهذه الإشباع تعتبر مشتركة، حيث يدفع الفضول وحبّ الاطلاع إلى تلاشي الفروق العمرية أو

تقليصها في هذه الجوانب، ضف إلى ذلك تفاعل الطلبة مع جنسيات وثقافت أخرى، مما يؤدي إلى إشباع الفهم الثقافي والفضول المعرفي، لأطراف واسعة من المستخدمين بغض النظر عن فوارقهم العمرية. وبالنظر إلى هذه الأسباب إلا أننا نعتبر أن وجود الفروق العمرية في الإشباع المعرفية غير مؤثرة، لأن استخدام الطلبة للفيسبوك لتلبية الحاجات المعرفية، هي غايات مشتركة قد تتفاوت في جزئيات بسيطة، إلا أن الكثير من النظريات كنظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية التماس المعلومات تعتبر أن الوصول المشترك للمعلومات وتحقيق الثراء المعرفي هي عوامل متساوية لكل الفئات وتسهم في تحقيق إشباع معرفية متماثلة.

جدول (81): يبين الإشباع النفسية المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية %
حقق لي التخلص من الملل والضيق	199	30.9
حقق لي الشعور بالرضا عن نفسي	102	15.9
تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع	114	17.7
التسلية والترفيه عن النفس للتخلص من الضغوطات النفسية	108	16,8
حقق لي إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر	120	18,7
إجمالي الإجابات	643	100

لمعرفة الإشباع النفسية التي يحققها طلبة كلية العلوم التكنولوجية، طرحنا عليهم السؤال (33) التالي: (ما هي الإشباع النفسية التي حققتها من استخدامك للفيسبوك؟).

قال أفراد العينة أن استخدامهم للفيسبوك حقق لهم إشباع نفسية جاء في مقدمتها إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (30.9%)، وأوضح (18.7%) أنهم حققوا إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر، وبين (17.7%) أن الاستخدام حقق لهم تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع، بينما عبّر (16,8%) أنهم حققوا إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلص من الضغوطات النفسية، وأشار (15.9%) أن استخدام الفيسبوك حقق لهم الشعور بالرضا عن أنفسهم.

تأتي الإشباع النفسية كخطوة مهمة جدا للتعرف على مدى تحقق واستجابة تفاعلات الفيسبوك لدوافع وحاجات أفراد العينة، وتعني الإشباع النفسية في الأصل بحاجات داخلية كامنة في نفس الفرد والتي كانت سببا جوهريا في استخدام الفيسبوك، وهذه العملية النفسية تعتبر أساس تشكل العلاقات الاجتماعية الافتراضية لدى المبحوثين، وسببت لهم التنبيه العالي في الجهاز العصبي والتحفيز النفسي والشعور بالتوتر المتراكم واحساسهم بالألم،

لذلك وجب التساؤل منطقيا عن جدوى هذه الإشباعات، بمعنى هل لبّت استخدامات الفيسبوك الحاجات النفسية التي كانت وراء دوافع وحاجات طلبة العلوم التكنولوجية لاستخدام الفيسبوك؟.

وفي هذا الإطار فإنّ جزءا مهماً جدا من دوافع الاستخدام النفسية السابقة ستساعدنا في إدراك فهم عميق لعوامل تشكّل أبعاد الحاجات النفسية التي قال الطلبة أنّ الفيسبوك أشبعها لهم، ضف إلى ذلك أنّ طبيعة العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي من المفترض أن تكون ملامح بقاؤها واستمرارها مستمدّة من بقاء تلك الإشباعات على حالها، لأنّها مادامت نفس الدوافع تولّد لنا نفس الحاجات وتشبعها نفس الوسيلة، فإنّه لا غرابة أن نتحدّث عن إدمان الوسيلة أو التقنية التي كانت على الدوام سببا في خفض الدافع، ولذلك فإنّه عندما نأتي لتحليل هذه الإشباعات لن تكون بمعزل عن سياقات أخرى شخصية أو حتى معرفية واجتماعية، فهي مركّبة بطريقة متداخلة كل منها يكمل للآخر، بل بعضها يعتبر عاملا جوهريا في صياغة الظروف النفسية وراء تشكّل العلاقات الاجتماعية الافتراضية بديلا عن العلاقات الاجتماعية الواقعية، وعلى هذا الأساس نستطيع بفضل النتائج معرفة استجابة الإشباعات والتي سوف نستنتج بفضلها العلاقة بين الحاجات النفسية والإشباعات وبين قدرة الوسيلة الاتصالية على تحقيقها، لأنّها ستعكس لدينا قناعات بدور الفيسبوك في تشكيل نمط جديد من العلاقات الاجتماعية الافتراضية، القائمة على المثير والمنبه والاستجابة.

فمن خلال إجابة المبحوثين يتبيّن وجود إشباعات نفسية حققتها لهم استخدام الفيسبوك، تمثّلت أساسا في التخلص من الملل والضيق بنسبة (30.9%)، وهو شعور نفسي يدلّ على القلق والتوتر الدائم، ويبحث أفرادها من خلال الفيسبوك إلى تقليل هذا الشعور الذي سبّب لهم القلق، فهذه الفئة تعيش حالة من الضجر في مجتمعها لأنّه لا جديد يذكر في حياتها ولا تغير يومي بشأنها، فهي تعيش نفس الحالة اليومية المتكرّرة، لذلك يخالجها الشعور بالملل والضيق في بيئتها الاجتماعية التي تفتقر إلى أنشطة شبابية، والأمر قد يختلف عند الذكور الذين يستطيعون التنفيس عن أنفسهم وتغيير الرّوتين اليوميّ بالسفر أو لعب الرياضة أو حتى الاجتماع مع رفقاء الحي أو الدراسة خارج المنزل، لكن قد لا تستطيع الإناث أن تفعل نفس الشيء، لأنّ حريتها مقيدة، فمن الغرابة أن تتصرّف كما يتصرّف الذكور خروجا أو دخولا في أي وقت أو الجلوس مع صديقاتهنّ في الحي، بعكس الذكر الذي يفرض هذا النمط الاجتماعي، بل يعتبره من حقّه ويحصل عليه متى أراد.

ونحن هنا لسنا نقيم مقارنة بين الجنسين لأننا سنتناولها في الجدول اللاحق، ولكن كلاهما يدفعهما في حقيقة الأمر الرّوتين اليومي إلى استخدام الفيسبوك لكسر بعض الحواجز التي تدخل ضمن حاجاتهم النفسية، لأن البلاد في المشاعر والعواطف تولّد شعورا بالملل والرّوتين اليومي، بسبب عدم وجود أنيس لهم أو صديق حميم الذي يفقده

الشباب أو أيّ تواصل أسري واجتماعي في الواقع، فالفراغ العاطفي ونقص الاهتمام الأسري واحساسهم اليومي برتابة المشاعر والبلادة في التعامل، سبب حقيقي لهذه العوامل النفسية، لذلك يسعون لفكّ العزلة والتخلص من هذا الشعور من خلال التسلية والترفيه، والتفاعل، كالدردشة والتفاعل المستمر واستخدام تطبيقات الفيسبوك كالإستماع للموسيقى ومشاهدة الأفلام أو المباريات الرياضية، واللّعب الإلكتروني أو التسوّق في صفحات العروض التجارية، فهذه المزايا المتعدّدة والتي ترضي أذواقا كثيرة خاصة لدى الشباب الجامعي، يمكن لها خفض ذلك الدافع الذي أقبلوا من أجله لتلبية حاجاتهم في ملء الفراغ الاجتماعي، وحصلوا على إشباعهم النفسي من خلال استخدام الفيسبوك.

ومن جهة أخرى تؤكد ففعة من المبحوثين أنّهم حققوا إشباعا نفسيا يتمثل في إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة (18.7%)، حيث يتمكن المستخدمون من إضافة أيّ صديق من كلا الجنسين، وهو ما يسمح بتجاوز الرقابة الاجتماعية عليهم، كما يشكّل البحث عن الجنس الآخر لدى هذه الفئة دافعا لتلبية حاجة طبيعية، تتمثل في ميل الذكور إلى الحديث مع الإناث أو العكس، وهو ما يحصلون من خلاله على قدر من الإشباع النفسي، ومن جهة أخرى يفتح الحديث إلى الجنس الآخر إشكالا دينيا وقيميا وأخلاقيا إن تجاوزت تلك المحادثات أدبيات وحدود التواصل، ولكن اعتراف هذه الفئة بأنّ الفيسبوك لبيّ لها رغبتها في إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر سواء كانت تلك العلاقات العاطفية موجودة في الواقع أو كان الفيسبوك سبب تشكيلها، وسواء كانت داخل الوطن أو خارجه، يعكس ذلك حقيقة الدوافع النفسية التي صرّح بها أفراد العينة سابقا، والتي تتمثل في أنّ داوْفهم في استخدام الفيسبوك لأجل إقامة علاقات عاطفية حقيقية جاءت لدى كلا الجنسين بنسب متقاربة، وهو ما يبرهن بشدّة الإشباع الجنسي والعاطفي لدى الفئتين وأنّ الفيسبوك فضاء مرّن ومفتوح للاستجابة لحاجة الجنسين لبعضهما .

ضف إلى ذلك أنّ ما صار ممنوعا في المجتمع الحقيقي هو غير ممنوع في الفيسبوك، وبذلك فإنّ هذه الفئة تخلّصت من كلّ أشكال الرقابة المفروضة عليها، لأنّها تشعر بالأمان والسريّة التامة على محادثاتها وما تتبادله من مشاعر عاطفية بكلّ أريحية أو صور أو فيديوهات، فمن خلال خدمات الفيسبوك المتاحة التي تسمح لكلا الجنسين بالظهور في المجتمع الافتراضي إمّا بهويات حقيقية أو بهويّات مزيفة خاصة لدى الإناث خوفا من الكشف أو الفضح، وأيضا تغلّبها على الخجل أثناء الحديث في أمور غير مباحة أثناء الاتصال المباشر، على عكس ما يكون في الواقع الذي يقيد هذه المحادثات وتكاد تكون مكشوفة للعامة، لذلك تجد هذه الفئة حرّيتها وتشعر بأنّها تخلّصت من المعايير والقيم الاجتماعية التي تقيّد حدودا معروفة للتعاطي مع الجنس الآخر، ويشكّل نوعا من

الهروب والإفلات الرقابي، وما يحدث في الواقع الكثير من الصدمات والمشاكل التي تنتج عن هذه العلاقات المحظورة دينيا واجتماعيا خاصة إن تطوّرت إلى الواقع، وفي نفس السياق يمكن للمستخدمين التعبير عن حاجتهم لعلاقات عاطفية مع الجنس الآخر من خلال المنشورات والتعليقات، وما يعرف بخدمة (Stoy) أو خدمة (Tag) التي تنبّه الطرف الآخر إلى منشوراته التي يعبر بها عن شعوره لميله له، وهو ما يعكس حقيقة الدوافع التي عبّر عنها أفراد العينة والتي أشبعها لهم استخدام الفيسبوك.

وتؤكد نتائج الإشباع لأفراد العينة أنهم حققوا من خلال استخدامهم للفيسبوك الدعم والمساندة لتجاوز الصدمات النفسية والعاطفية التي حدثت لهم في الواقع بنسبة (17.7%)، وقد يتشكّل هذا الشعور من إحساس الفرد بأن وجوده ضمن أفراد مجتمعه غير مرغوب فيه، فهم يتعرّضون للرفض الاجتماعي نتيجة سلوكيات معينة يرفضها المجتمع، وأنّ المشاكل النفسية التي يعانون منها سببت لهم الكثير من الأزمات والصدمات النفسية، وكذلك شعورهم بالفشل في إقامة علاقات عاطفية في الواقع، زاد من توترهم وقلقهم ورفضهم لواقعهم، وهذا الشعور يدفعهم إلى العزلة فيدمنون على الفيسبوك بحثا عن تعويض الفراغ وإيجاد الاهتمام البديل الذي يساعدهم على تجاوز ما يعانون منه، وبالتالي يتخلصون من شعورهم بالاقصاء والقهر النفسي والوحدة بالرغم من وجودهم ضمن جماعتهم الأولية ومجتمعهم الواسع.

وهو ما أشارت إليه نظرية الفعل الاجتماعي، حين اعتبرت أنّ تحقيق الإشباع العاطفي والنفسي جزء من المكافآت المعنوية التي يحصل عليها الأفراد، وهي تشغل نفس ذات القدر من الأهمية إن لم يكن أكبر من المكافآت المادية، وترى أنّ الإنسان يسعى جاهدا للحصول على الحبّ وتقدير الذات واحترام وإعجاب الآخرين (جامع، 2010، صفحة 185)، ولذلك يندمج المبحوثون في إشباع الفضاة الافتراضي لتحقيق حاجتهم من الإشباع العاطفية.

ويستدلّ من خلال النتائج أيضا أنّ المبحوثين يحققون إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلّص من الضغوطات النفسية والشعور بالرضا عن أنفسهم، حيث أنّ إبحارهم في صفحات الفيسبوك وخدمات النشر والترفيه في كل وقت دون انقطاع طوال فترات اليوم، والجلوس لوحدهم أثناء الاتصال بأصدقائهم، من شأنه أن يدعّم اندماجهم مع مجتمعهم الافتراضي الذي تربطهم به علاقات اجتماعية مختلفة، فالفيسبوك يميّز بالنشاط والتحديث في كل وقت، فيمكن لأي شخص تشكيل قالب افتراضي خاص به يخفّف عنه الضغوطات النفسية، ويمكّنه من تمثيل نفسه والتعريف بذاته أمام الآخرين من خلال المنشورات الخاصة به والدخول في مناقشات وتعليقات مستمرة، ويساعده هذا التفاعل على صناعة انطباعية عنه مثلما تقدّم شرحه في الدوافع الشخصية، حيث تظهر

معلوماته من خلال صفحة المستخدم بواسطة خاصية (حول أو المزيد عن..)، وهذا يشعرهم بالراحة النفسية وإثبات الذات، أمام الآخرين، ويمكن أن يحققوا إشباعاً لم يستطيعوا تلبيته في واقعهم الاجتماعي الذي فُروا منه. وفي هذا السياق يشير "ساري خضر" بأنّ التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي يمنح الفرد شعوراً بالرضا، وقد أكد الباحثون الاجتماعيون والنفسيون أن هذا الشعور بالرضا هو حالة عاطفية من المتعة والراحة يحصل عليها الفرد نتيجة استخدامه لوسيلة اتصال جماهيرية، ويحاول الحفاظ على هذا الشعور لأطول فترة ممكنة حتى بعد انتهاء الموقف الذي ولّده، ولأن الرضا عن الذات يمنح الفرد شعوراً بالارتياح، فإنّ العلاقات الاجتماعية الإيجابية داخل الأسرة تحفز الفرد على تنشيطها بأي وسيلة ذات صلة، وبالتالي فإنّ أي معلومة أو معرفة يحصل عليها الفرد من وسائل الاتصال التي تساهم في تقديم نفسه للآخرين بشكل معتبر، تعتبر ذات فائدة له (الناصر، 2019، صفحة 259).

من جهة أخرى يخلق التفاعل المستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع المستخدمين وأصدقائهم شعوراً بالرضا عن الحياة، ويحصلون من خلاله على الدعم النفسي المدرك، ويقابل هذا الشعور بالرضا عن المجتمع ككل، واستنتج الباحثون أن الأفراد إضافة إلى التفاعل يحصلون على الرضا والدعم النفسي أيضاً من خلال عدد الأصدقاء والمتابعين، إذ يولّد لهم إحساساً بقيمتهم الذاتية، ممّا يؤدي إلى شعور بالإشباع والرضا عن وجوده في الفيسبوك، وهذا الشعور الإيجابي، قد ينعكس بالسلب إذا ما تمت مقارنته بالتفاعل الواقعي (Ozkaya, Hyun, Jung, & LaRose, 2014)

وهو ما بيّنته دراسة "فاطمة سالم" بأنّ المستخدمين يشعرون بنوع من الرضا أو الشعور الإيجابي في مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت أيضاً وجود حالة من عدم الرضا عن الحياة بشكل عام، بمعنى أنه كلما زاد معدل استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي انخفض مؤشر رضاهم عن حياتهم، كما أشارت إلى أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين معدل ساعات الاستخدام ومعدل الارتباط مع مواقع التواصل الاجتماعي، وبينت أيضاً أنّ أفراد العينة لديهم معدّل مرتفع من الرضا عن النفس يرتبط بشعورهم بالرضا عن الحياة بشكل عام (سالم، 2019).

كما يؤكّد خبراء أنّ الأفراد يلجؤون إلى الترفيه عادة بسبب الحاجة إلى الهروب من نمط الحياة الروتيني وما فيه من التزامات وقيود، ليتجه نحو عالم لا يتقيّد بالنشاطات المألوفة لديهم، وبالنظر إلى طبيعة الترفيه فإنّ له غرض آخر، فهو أحد أساليب التوجيه وصناعة الثقافات، فعناصره الجاذبة تستبطن رسائل فكرية يجعلها تنفذ بقوة إلى العقول والقلوب على حدّ سواء.

لذلك يؤكد "إريك بارنو" أنّ مفهوم الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل الفكرة الأساسية للترفيه في أنّه لا يتصل من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، ويرى أنّ هناك إيديولوجية مضمرة بالفعل في كلّ أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس (الكعبي ح.، 2018، صفحة 118).

ويتدفق الترفيه من وسائل التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعه إلى الحياة اليومية، مما يؤدي إلى تعزيز قدرة الأفراد على تقييم الموادّ والمحتويات المقدّمة بمرور الوقت من خلال تكرار الممارسة، حيث تنشأ حالات من التوقع من قبل الأفراد حول الترفيه عالي الجودة عوض العروض الترفيهية التي تحمل طابعا جدّيا مستمرا، ممّا يؤدي بالشباب والمستخدمين عموما بالتعرض بشكل مستمر ومتكرّر لمعلومات ترفيهية سهلة ولترفيه في مختلف الموضوعات، ممّا ينتج عنه تأثير جانبي فيؤدي إلى تقليل واقعية التجارب الحياتية في المجتمع الحقيقي لدى الأفراد، في ظل التدفق العالي لشبكة الإنترنت، ما يتيح سهولة الوصول إلى برامج ومحتويات الترفيه، ومختلف المعلومات والتعلم الإلكتروني، وهذه الحالة تختلف عن اكتساب المعرفة والترفيه بالطرق التقليدية، فيؤدي بالفرد إلى توقع مستمر بأن تكون حياته الحقيقية مليئة ومشبعة بالترفيه.

وهو ما يشير إليه مؤرّخ التلفزيون الأمريكي "إريك بارنو" بأنّ هناك إيديولوجيا مضمرة حتى في الترفيه وقصص الخيال العلمي، ذلك أن عنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس (الشال، 2013، صفحة 143).

لقد عكست الإشباع النفسية لأفراد العينة مدى الانسجام بين دوافعهم التي ولّدت لهم حاجاتهم المختلفة وبين التقنية التي لبّت لهم فعلا رغباتهم وميولهم وحققّت رضاهم النفسي، إنّ هذا التوافق الإيجابي الذي يدعم العلاقات الاجتماعية الافتراضية يطرح الفيسبوك كبديل حقيقي للمجتمع الواقعي، حيث وجد فيه المبحوثون خدمات وميزات قامت بخفض الدافع لديهم ومن ثمّ التخلّص من عدة مشاكل نفسية يواجهونها في واقعهم، فقد أشبعت حاجاتهم العاطفية المكبوتة، ومن خلال ذلك يمكن فهم السياق النفسي الذي يستخدم فيه أفراد العينة الفيسبوك الذي أشار إليه "تشارلز كولي"، لكن على الطّرف الآخر نجد هذه الإشباع النفسية المحقّقة تقود مستخدمي الفيسبوك إلى إدمان الوسيلة والبقاء في العالم الافتراضي أكبر فترة من الزمن، ويؤدي هذا إلى غياب الاتصال الشخصي والانسحاب الملحوظ ومن ثمّ تأثيره على التفاعل والترابط في المجتمع الحقيقي، لذلك سوف نتطرق إلى التأثيرات العميقة لهذه الإشباع في المحور الرابع من الدراسة.

جدول (82): يبيّن الاشباع النفسية المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك عند متغيّر الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيّرات
%	ت	%	ت	%	ت	
30.9	199	34.3	107	27.8	92	حقق لي التخلص من الملل والضيق
15.9	102	16.7	52	15.1	50	حقق لي الشعور بالرضا عن نفسي
17.7	114	14.7	46	20.5	68	تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع
16,8	108	18.3	57	15.4	51	إشباع التسلية والترفيه
18,7	120	16	50	21.1	70	حقق لي إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر
100	643	100	312	100	331	إجمالي الإجابات

جاءت نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع النفسية لأفراد العينة حسب متغيّر الجنس كما يلي:

- ذكور أفراد العينة أكدوا أنّهم حققوا بالمرتبة الأولى إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (27.8%)، يليه إشباع الحاجة إلى إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة (21.1%)، ثم إشباع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (20.5%)، يليه إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلص من الضغوطات النفسية بنسبة (15.4%)، وفي الأخير إشباع الحاجة إلى الشعور بالرضا عن أنفسهم بنسبة (15.1%).

- أمّا الإناث جاءت إشباعتهنّ النفسية مرتبة كما يلي: بالمرتبة الأولى إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (34.3%)، يليه إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلص من الضغوطات النفسية بنسبة (18.3%)، ثمّ إشباع الحاجة إلى الشعور بالرضا عن أنفسهم بنسبة (16.7%)، ثمّ إشباع الحاجة إلى إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة (16%)، ثمّ إشباع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (14.7%).

- ويظهر اختبار كا² أنه يوجد اختلاف بين الجنسين في الإشباع النفسية، حيث أنّ قيمة كا² المحسوبة (11.42) أكبر من قيمة كا² الجدولية (09.49) بدرجة حرية 04 ومستوى ثقة (0.022)

نتيجة	كا ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كا ² المحسوبة
<u>دال</u>	09.49	0.022	04	<u>11.42</u>

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه "لونيس باديس" في دراسته، حيث بيّنت أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في الإشباع النفسية المحققة، وأشارت الدراسة إلى أنّ من أبرز الإشباع النفسية التي يحققها طلبة

الجامعة هو التخلص من الروتين اليومي والتخلص من الوحدة وتحقيق العادة والإطلاع على الطابوهات (لونيس، 2008).

ويبدو من خلال النتائج أنّ وظيفة الفيسبوك لا تقتصر على تحقيق الإشباع الشخصي والمعرفي فقط، بل تتعداه إلى الإشباع النفسي المتوقع من كلا الجنسين في خضم الاستخدام المتكرر، الأمر الذي يقودنا للاعتراف بالتأثير النفسي والوجداني على الأفراد، حيث أصبحت خدمات الفيسبوك والتواصل المتزايد تعزز التخلص من الشعور بالملل والوحدة النفسية، وتزيد من الترابط العاطفي مع الجنس الآخر، وهو دور يوحى بأهمية الفيسبوك في تشكيل العواطف والمشاعر وتعزيزها من خلال الدردشة والتفاعل، وبالتالي يتطلب إشباعها رضا المحوئين عن النفس وتخلصهم من الصدمات النفسية والعاطفية في مجتمعهم، مما يجعلنا نؤكد على توقعات الأفراد في تحقيق الإشباع في الفضاء الافتراضي للتخلص من ضغوط نفسية وتفريغ العواطف والمشاعر.

لذلك عمل "إيليهو كاتز" و"بلومر" و"جورفيتش" سنة 1974، على تحديد إطار نظري لتوضيح ما اختصاص مدخل الاستخدامات والإشباع بالأسول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات، والإشباع، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططاً لها (عبد الواحد ر.، 2007، صفحة 255)، وفي هذا السياق يؤكد "بالجرين" (Palmgreen, 1985) أنّ مستخدمي وسائل الاتصال الجماهيري يترجمون حاجتهم إلى دوافع متعددة تحفزهم على التعرض لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وهذه الدوافع قد تكون داخلية، يتعرفها الأفراد بشكل واع ويسعون إلى ترجمتها سلوكياً، كما قد تكون غير واعية يتعرفها الباحثون من خلال دراستهم لسلوك الجمهور واختياراته (المكي، 2016، صفحة 121).

كما اهتم "كاتز" وزملاؤه (Katz, E. et al, 1974) بصياغة نموذج للاستخدامات والإشباع يوضح العلاقة بين حاجات الجمهور واتجاهاته السلوكية التي يسعى لإشباعها من بين البدائل المختلفة المتاحة أمامه، ومنها وسائل الإعلام ومحتواها، وبناءً على نتائج العديد من البحوث صاغ "كاتز" وزملاؤه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل الوظيفية الأخرى التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية هذه الحاجات، ويرتكز هذا النموذج على أنّ لكل فرد من أفراد الجمهور عدداً من العوامل الاجتماعية والأسول النفسية تولد حاجات معينة لديه، ومن خبرة الفرد المباشرة تتولد لديه توقعات عن مدى تلبية وسائل الإعلام لحاجاته مع المصادر الاتصالية الأخرى، الأمر الذي يترتب عليه اتخاذ القرار، إما بالتعرض لوسائل الاتصال أو القيام بأنشطة أخرى تؤدي إلى إشباع الحاجات، ونتيجة التعرض المكثف

لوسائل الاتصال يتم إشباع بعض الحاجات مما يؤدي إلى نشوء حاجات وتوقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الأصول الاجتماعية والنفسية للفرد (الطرابشي و السيد، 2006، صفحة 234).

لذلك فإنّ مقارنة الدوافع والحاجات النفسية مع الإشباع المتحققة نجد أنّها متوافقة مع بعضها مثلما جاء في نموذج "كانتر" في نظرية الاستخدامات والإشباع، وبغضّ النظر عن طبيعة التواصل لدى الجنسين في الفيسبوك، إلا أنّ الأرقام السابقة تشير إلى إدمان الحوارات المختلفة بين الجنسين، خاصّة إذا علمنا معدّل الساعات في استخدام الفيسبوك والمشاكل التي يسرودونها على بعضهم، فهذه العوامل تدفع كلا الجنسين إلى الانغماس أكثر في المجتمع الافتراضي، وهو ما سيكون على حساب التواصل الأسري والشخصي في الواقع، كما سيؤثر على باقي الالتزامات العائلية والقيمية والشرعية.

ونفس الاتجاه يشير أستاذ التربية بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا "مُجد النوي" إلى أنّ انغماس المدمن في استخدام الإنترنت، وقضائه أوقاتاً أطول، يتسبب في اضطراب حياته الأسرية، حيث يقضي المدمن أوقاتاً أقلّ مع أسرته، كما يهمل واجباته الأسرية والمنزلية، ممّا يؤدي إلى إثارة أفراد الأسرة عليه، ويضيف أنّ إدمان الإنترنت يمكن أن يقود إلى الإدمان الجنسي والمتجدّد للمواقع الإباحية، ولا يقتصر هذا النوع من الإدمان على مشاهدة الإباحية، بل يتعدّاه إلى إمضاء أوقات طويلة في غرف الدردشة والحوارات في أحاديث جنسيّة مع مستخدمين آخرين، أو يتبادل معهم صور، أو عناوين مواد إباحية (النوي، 2010، الصفحات 40-41).

جدول (83): يبيّن الاشباع النفسية المحقّقة من استخدام المبحوثين للفيسبوك عند متغيّر السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		26-33		18-25		المتغيّرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
30.9	199	29.7	11	28.5	49	32	139	حقق لي التخلص من الملل والضيق
15.9	102	24.3	09	15.7	27	15.2	66	حقق لي الشعور بالرضا عن نفسي
17.7	114	13.5	05	19.2	33	17.5	76	تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع
16,8	108	16.2	06	16.3	28	17.1	74	إشباع التسلية والترفيه
18,7	120	16.2	06	20.3	35	18.2	79	حقق لي إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر
100	643	100	67	100	307	100	656	إجمالي الإجابات

تبين نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع النفسية التي يلبها الفيسبوك لأفراد العيّنة حسب متغيّر السن كما يلي:

1- فئة 25-18 سنة جاء ترتيب إشباعهم النفسية على النحو التالي: إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (32%)، يليه إشباع الحاجة إلى إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة (18.2%)، ثم إشباع تجاوز

الصددمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (17.5%)، يليه إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلص من الضغوطات النفسية بنسبة (17.1%)، وفي الأخير إشباع الحاجة إلى الشعور بالرضا عن أنفسهم بنسبة (15.2%).

2- فئة 26-33 سنة جاء ترتيب إشباعهم النفسية كما يلي: إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (28.5%)، يليه إشباع الحاجة إلى إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنسبة (20.3%)، ثم إشباع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (19.2%)، ثم إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلص من الضغوطات النفسية بنسبة (16.3%)، ثم إشباع الحاجة إلى الشعور بالرضا عن أنفسهم بنسبة (15.7%).

3- أما فئة الأكثر من 34 سنة جاء ترتيب دوافعهم المعرفية على النحو التالي: إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (29.7%)، ثم إشباع الحاجة إلى الشعور بالرضا عن أنفسهم بنسبة (24.3%). يليه إشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه للتخلص من الضغوطات النفسية، وأيضاً إشباع الحاجة إلى إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر بنفس النسبة (16.2%)، ثم إشباع تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع بنسبة (13.5%).

- ويؤكد اختبار كاسي وجود اختلاف أو فروقات بين الفئات العمرية في الإشباع النفسية، فقد جاءت قيمة كاسي المحسوبة (09.63) أقل من قيمة كاسي الجدولية (15.51) بدرجة حرية 08 ومستوى ثقة (0.292)

النتيجة	كاسي الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	كاسي المحسوبة
غير دال	15.51	0.292	08	09.63

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة قد توافق أو تتشابه إشباعاتهم، نظراً لخصائص وحاجات مشتركة في كل فئة عمرية التي تنتقي من وسائل الاتصال ما تلبي حاجتها، حيث يرى "جون بيتر" (Bittner, 1986) أن تأثيرنا بوسائل الاتصال الجماهيرية، يخضع لعوامل الانتقائية، فقد أشارت نتائج دراسات عديدة أننا نختار ما نتعرض له من محتوى وسائل الاتصال وهذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي (Exposure Selective)، كما أن إدراكنا للرسائل التي نتعرض لها يؤثر في طبيعة ردود أفعالنا، وتعرف هذه العملية بالإدراك الانتقائي (Selective Perception)، وبسبب الإدراك الانتقائي فإن الفرد يتذكر فقط الجوانب التي تؤكد أفكاره وتتفق معها، وتسمى هذه العملية بالتذكر الانتقائي (Selective Retention)، ونتيجة زيادة ميل وسائل الاتصال إلى التخصص في توجيه المحتوى الإعلامي، فإن ذلك يزيد من دائرة اختيارات الجمهور للوسائل الإعلامية والمحتوى الذي يتعرض إليه (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 236).

وقد أثبت الباحثون في هذا المجال بعد إجرائهم العديد من الدراسات الميدانية أمثال "كلابر" بأن الأفراد يعرضون أنفسهم بشكل طوعي أو اختياري للوسيلة الاتصالية التي يريدونها، والتي يتوافق محتواها مع ميولهم واهتماماتهم واعتقاداتهم، كما تبين لهم كذلك أنّ الأفراد إنما يدركون الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها، ويفسرون محتواها وفقاً لأذواقهم ومصالحهم وتوقعاتهم، إضافة إلى أنّ الأفراد يتذكرون بشكل انتقائي ما يحبونه أو يرغبونه فيه، ويتجنبون تذكر أو استرجاع ما لا يحبون أو يرغبون من محتويات هذه الرسائل الإعلامية يتعرضون (حلمي، 2008، صفحة 90)، غير أنه يجب أن لا يفهم من النتيجة التي توصل إليها "كلابر"، أنّ وسائل الاتصال الجماهيرية عديمة التأثير على الأفراد في كل الظروف، وإنما يعني أنها تمارس عملها وتأثيراتها ضمن نظام العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع الذي تعمل فيه الوسائل، وفي ظل ظروف ثقافية واجتماعية محددة تعمل هذه الظروف والعلاقات، وبخاصة غير الرسمية، على الحد أو التقليل من تأثيرات هذه الوسائل.

فلقد أثبتت الكثير من الدراسات جدوى المساعي التي قامت من أجلها، وإثبات صدقية الجمهور الفعّال، فبالرغم من أن الأفراد أنفسهم هم الذين يتحكمون ويختارون الرسائل الاتصالية من الوسيلة التي يرونها مناسبة من أجل إشباع حاجاتهم المختلفة، فإنّ وسائل الاتصال ليست عادة السبب الكافي أو الضروري لإحداث التأثير على الجماهير، وكلّها تعمل مع ومن خلال بعض العوامل والمؤثرات الوسيطة، وهي بدورها تميل إلى تدعيم الاتجاهات الموجودة لدى الفرد وتقويتها لديه، تساعد هي نفسها على إحداث التأثير والتأثر (السعدي، 2016، صفحة 75).

وبناءً عليه فإن تحقّق الإشباع النفسية لدى المبحوثين يعكس تفاعل الفيسبوك مع رغبات وحاجات المستخدمين، الذي يوفر لهم وظائف هامة ساعدتهم على التخلص من بعض القيود النفسية، والتحرّر من الضغوطات العاطفية والوجدانية، كتحقيق الاسترخاء والتنفيس والمتعة والتخلص من الملل والعزلة، وهذه الإشباعات تتفاوت في الدرجات بين الأفراد حسب قوّة الحاجة ودوافع الاستخدام بين مختلف الفئات العمرية.

جدول (84): يبين الاشباع الاجتماعي المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك

النسب المئوية %	التكرارات	المتغيرات
17.6	137	حقق لي الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي
18.5	144	حقق لي التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي
12.1	94	حقق لي التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي
10,8	84	حقق لي التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين
12,4	97	حقق لي الحفاظ على علاقتي الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة
09.9	77	حقق لي تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي
18.8	147	الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي
100	780	إجمالي الإجابات

بهدف الكشف عن الإشباع الاجتماعي التي يحققها المبحوثون من خلال استخدام الفيسبوك، طرحنا عليهم

السؤال (34) التالي: (ما هي الإشباع الاجتماعي التي حققتها من استخدام الفيسبوك؟).

تظهر النتائج أنّ أفراد العينة يحققون إشباع اجتماعي مختلفة يتمثل أولها في تلبية الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (18.8%)، ثمّ (18.5%) التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي، بينما أوضح (17.6%) من المبحوثين أنّه حقق لهم الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي، وعبر (12.4%) أنّهم حققوا الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة، وأشار (12.1%) أنّهم حققوا من خلاله التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي، في حين عبر (10.8%) أنّ استخدامهم للفيسبوك حقق لهم التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين، وقال (09.9%) أنّهم حققوا إشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي.

يكمن دور الإشباع الاجتماعي التي يسعى أفراد العينة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية إلى تحقيقها عبر استخدام الفيسبوك باعتباره موقعا اجتماعيا هاما يؤدي الوظيفة التواصلية بالدرجة الأولى لكثير من المستخدمين، إلى بلوغ هدف اجتماعي يدعم رغبتهم في إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة أو الحفاظ على العلاقات السابقة، والتي قاموا بإدراج أعضائها ضمن قوائم الأصدقاء لديهم، فمن خلال التفاعل الافتراضي ينسج المبحوثون علاقاتهم حسب الحاجة الملحة التي تدفعهم إلى إبراز هذه الرغبة والتي تعكس الخلفية الاجتماعية في إظهار دوافعهم، وتعكس الإشباع الاجتماعي من جهة حاجات مختلفة خارجية ترتبط بعوامل عديدة متداخلة نفسية

اجتماعية وثقافية، تتدخل ضمن سياقات التفاعل الافتراضي لتعزز تلك الحاجات الاجتماعية فيتطلب إشباعها، أو سياقات حقيقية تتجاهل هذه الحاجات فتتحول إلى رغبات ملحة وتشكل أمامه عائقا لاستمرار تفاعله الاجتماعي في الواقع.

وبالمقابل اقترح "دينيس ماكويل" أثناء وضعه لنموذجه في صيغة الاستخدامات والإشباعا، التأكيد على الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته المسبقة من وسائل الإعلام، والمقارنة بين الإشباع المتوقع وبين الإشباع التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال، وأكد على أن هناك ظروف اجتماعية شخصية وسيكولوجية تؤثر في أنماط التعرض لوسائل الإعلام، ومن ثمة طبيعة استخداماتها ومجموعة منافع وتوقعات تقدمها وسائل الإعلام، تشكل سلوكا يترتب عليه اختيار الأفراد لنوعيات مضامين معينة من المضامين التي تقدمها تلك الوسائل، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور نتائج تؤدي إلى استخدامات أكثر للوسيلة، ومجموعة المنافع والتوقعات الناتجة عن التجربة الاتصالية إن لم تتحقق مباشرة يمكن أن تتحقق خلال المدى الطويل (الطرابشي و السيد، 2006، صفحة 241)، وتذكر ليلي السيد أن "دونيهو" و"المجرين" و"ريبرن" (Donohew & Plamgreen & rayburn)، قاموا عام 1987 بمحاولة للوصول إلى تفسير لاستخدامات وسائل الإعلام الجماهيرية، فاهتموا بدراسة العوامل النفسية والاجتماعية بما فيها الحاجة إلى النشاط، وأنماط استخدام وسائل الإعلام، فأظهرت نتائج الدراسة التي قاموا بها أن هناك متغيرات عديدة، اجتماعية ونفسية تؤثر في استخدامات وسائل الإعلام الجماهيري بطرق معقدة، ومتناسكة في الوقت نفسه، ويختلف الاستخدام تبعاً لاختلاف هذه العوامل عند الأفراد (الجبوري، 2009، صفحة 30).

ويذهب في نفس السياق "لورانس وينر" (Lawrence A. Wenner) إلى التفريق بين نوعين من الإشباع الاجتماعي التي يتم تحقيقها هما: (المكي، 2016، صفحة 122):

إشباع اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

إشباع عملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى قسمين:

الأول: إشباع شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

الثاني: إشباعات شبه اجتماعية: وتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة، وتتسم هذه العناصر بالتداخل الشديد الذي يصعب معه الفصل بينهم في الواقع العملي.

كما تؤكد "سوزان بارنز" (Suan Barnes, 2001) أنّ هناك مجموعة من الإشباعات الاجتماعية التي يحققها استخدام الإنترنت للشباب تتمثل فيما يلي: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 122)

- تجعل الفرد أكثر اجتماعية.
- تجعل الفرد لا يشعر بالوحدة على الإطلاق.
- تساعد الفرد على استرجاع علاقته مع أفراد كانت علاقته بهم غير دائمة.
- تجعل الفرد يشعر أنّه سوف يجد بجانبه من يتكلم معه عندما يكون محبطاً أو مشتتاً.
- تجعل الفرد يعبر عن مشاعره وأحاسيسه الخاصة دون حرج.

وفي ضوء ذلك يكون الإشباع الاجتماعي وتكتمل صورته من خلال إرضاء الرغبة واستجابة الوسيلة الاتصالية للعوامل الخارجية، لأن بلوغ الهدف يعتبر قمة نجاح الدافع الذي حفّز الحاجة إلى طلب الإشباع الاجتماعي، لذلك نعتبر في دراستنا أنّ الإشباع الاجتماعي هي سلوكيات ظاهرة، يبرز أثرها على مستوى الترابط الاجتماعي المنسجم، لكن من جهة أخرى تكون تلك الدوافع الاجتماعية ذات تركيبة نفسية وشخصية وثقافية، وسيفصح عنها المبحوثون وستظهر ملامحها في التعبير عن الميول الاجتماعية المرغوب فيها، وسواء ارتبطت هذه الإشباعات المحققة بجملة من الانفعالات والاتجاهات المعرفية والسلوكية فإنها سوف تعمل دائماً على استثارة الدافع باستمرار حال الشعور بالفقد أو غياب التواصل الاجتماعي.

لذلك سيكون على الإشباع الاجتماعي أن تتوافق مع المثير الاجتماعي الذي يولد لها الحاجات الاجتماعية لاستثارة الرغبة لدى الأفراد، وتحفيز السلوك في الاتجاه السليم نحو تحقيق الأهداف وبلوغ الغايات، وعلى هذا الأساس لن تعمل الحاجات الاجتماعية بمعزل عن الدوافع التي عززت لها دافع الاستخدام، فمن خلال ميل الفرد إلى الاستكانة والعزلة الاجتماعية بعيداً عن أسرته وجماعة الرفاق وتغيير نمط تواصله الاجتماعي، فإنّ شعوره بالافتقار إلى التواصل الاجتماعي وأنّه وحيد رغم وجوده ضمن بيئة مليئة بالتفاعلات الحية، وأنّ علاقاته الاجتماعية لا تلبّي له حاجات التواصل الفعّال أو أنّها تؤدّيها بانتقاص فلا يصل الإشباع إلى سدّ تلك الحاجة الاجتماعية بشكل يليق بالدوافع التي انطلق منها.

وتماثل ما حصل في الإشباع النفسية فإنّ الدوافع التي كانت منطلق الحاجات والإشباع النفسية، ستعتبر أيضا أساس عملنا لتبرير هذا التوجّه، ولمقارنة مدى قبول اختيار الدافع الاجتماعي في توليد الحاجات الاجتماعية والتي أساسا ستصبح فيما بعد رغبات وطموحات اجتماعية، يعتقد مستخدموا الوسيلة الاتصالية أنّ هذا من طبيعة الاستخدام ونوع الخدمة ويعتبرونه منطقيا مبرّر مسبقا بنوع الحاجة ومدى قوة إلحاحها، لأنّ الدافع بحاجة إلى الخفض أو استجابة للحاجة الاجتماعية الخارجية الناتجة عنه، ضمن أفق العلاقات الاجتماعية والتي نعتبرها أساس تكوين الدوافع وسببا في اختيار العلاقات الاجتماعية الافتراضية وبالتحديد عبر الوسيط الاتصالي الفيسبوك، أو بقائهم في حدود العلاقات الواقعية.

ومثل ما هو معروف في علم الاجتماع أنّ التفاعلات الاجتماعية تنتج عن الأحداث الكبرى التي تولّد البنات الاجتماعية الجديدة، وتؤدّي إلى الكثير من تغيير ملامح المجتمع، فإنّ هذا التفاعل بدأ يقلّ مع استخدام أفراد العينة للفيسبوك، إذ يعتقدون أنّ دخولهم في سجل افتراضي واندماج مع التقنية لن يؤثّر على نمط تفاعلاتهم الواقعية، والتي تبيّن لنا مدى ميلهم وتفضيلهم لأحد المجتمعين، كما تظهر لنا مكانة أفراد العينة من هذه التفاعلات وأيّ المجتمعين أكثر انتماء له.

وبناءً عليه فعند ملاحظة نتائج جدول الإشباع الاجتماعية أعلاه ستوضح لنا الصورة أكثر عندما نعلم أنّ أغلبية أفراد العينة يؤكّدون بأنهم حقّقوا إشباع اجتماعية يتصدّرها إشباع الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي والتي جاءت معبّرة بنسبة (18.8%)، وتتصدّر هذه الضغوطات الاجتماعية جملة القيود الاجتماعية والرّقابة الشديدة التي يفرضها مجتمعهم على أعضائه، فمن خلال العودة إلى جملة الدوافع الاجتماعية التي أكّدوا فيها أنّ رغبتهم في كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين والهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية وللبحث عن الأمن الاجتماعي وبسبب الإخفاق في إنشاء علاقات اجتماعية واقعية، يتّضح حجم المعاناة لهذه الفئة التي لا تستطيع مواجهة العالم الخارجي، وأنّ هذه الضغوطات هي قيم اجتماعية وأعراف وتقاليديريد أفراد العينة التخلّص منها في الفيسبوك الذي منحهم حرية كبيرة وثقة وسريّة بالغة على خصوصية بياناتهم، وتعتبر العلاقات بين الجنسين من أبرز المشكلات الاجتماعية التي يعيشها الشباب، ويعتبرها من المحرّمات والمخظورات الاجتماعية، في نظام اجتماعي يحارب هذه الظواهر لأنّها تمسّ بأمنه وقيمه، وبالتالي تجاوزها يعتبر خطوفا حراما، يضع من يتعدّاه في عزلة وهميش اجتماعي، وتؤكّد هذه النتيجة ما توصّلنا إليه في الإشباع النفسية في بعد تحقيق إقامة علاقات عاطفية بين الجنسين، وتعكس هذه الصورة تدمّر أفراد العينة لواقعهم، وإبداء التمرد على القيم والأخلاق دونما احترام للضوابط الاجتماعية التي تحافظ على النظام العام.

وتشير "ليلي جرار" إلى أنّ موقع الفيسبوك كموقع اجتماعي، أصبح يقدم للشباب نوعاً من الإشباع الاجتماعي، ذلك أنّ المستخدم خصوصاً في بداية مرحلة الشباب، يكون بحاجة ماسة إلى أن يبدأ حياته الاجتماعية بالتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، لكن الذي يحدث غالباً أن المجتمع لا يلبي له هذا التعامل كراشد، فهو ما زال يراه صغيراً غرضاً، فيجد الشاب في استخدامه موقع الفيسبوك إشباعاً لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر (جرار، 2012، صفحة 127).

ضف إلى ذلك أنّ استخدام الطلبة لهويّات رقمية مستعارة يضع الكثير من التصرفات على المحكّ، حتّى التي تعتبر من أخطر القيود الذي يفرضها المجتمع، لأنّ مجال الحرية مفتوح أمامهم لعمل الكثير من الممنوعات التي تمسّ شرف العائلة من خلال إقامة علاقات غرامية سرّية وتبادل الصور، وإيقاع الفتيات وإشباع الرغبات الجنسية، ولا ننكر أنّ المستخدم سواء كان ذكراً أو أنثى لا يشبعه حساب واحد على الفيسبوك، إذ لا تكفيه إقامة العلاقات العاطفية أو بين الجنسين مع شخص واحد، بل مع عدّة أشخاص؛ لذا فهو لن يكتفي بحساب واحد، مستغلين غياب الرقابة الاجتماعية بل في كثير من الأحيان استحالتها.

فقد أشارت دراسة "وارم العيد" و"قرين العيد" أنه من أكثر استخدامات طلبة جامعة "برج بوعرييج" هو الحديث مع الجنس الآخر بنسبة (85%)، بينما صرّح الطلبة بأنهم يتمتّون حياتهم في الفيسبوك واقعا بنسبة (71.33%)، وأشارت الدراسة أنّ (70.83%) يمنعون استخدام الفيسبوك من الجلوس مع أسرهم، وهي نفس النسبة التي بينت أن الطلبة يمضون وقتاً أطول في الدردشة الفيسبوكية، وأظهرت الدراسة أن (52.92%) تراودهم أحلام اليقظة أثناء استخدامهم للفيسبوك، كما بيّنت الدراسة أنّ الطلبة عيّنة الدراسة يستخدمون لغة فاحشة في الفيسبوك بنسبة (45.88%) (وارم و قرين، 2020).

ومن جهة أخرى تعتبر قيود التعبير عن الحرية من الضغوطات الاجتماعية التي تهمّش أفرادهم وتحرمهم من حق التعبير وإبداء الرأي، لأنّ أفراد العينة من طلاب الجامعة ومن النخبة فكيف يقصدهم المجتمع ولا يشركهم في التحوّلات الاجتماعية والسياسية الكبرى، فدور النخب هو تحضير مجتمعاتهم والحرص على تقدّمها وتطوّرها، لكنّ الضغوط الاجتماعية تدفعهم إلى البحث عن الإشباع في الفضاء الافتراضي الذي يفسح لهم مجال التعبير والنقاش الحرّ، وقد يقعون في المحذور.

وأيضاً تمثّل الكثير من القيم والأعراف والعادات الاجتماعية قيوداً تشكل ضغوطات على تصرفات الشباب الجماعي، والتي لجأ إلى الفيسبوك لأجل التخلص منها لأنّها أدخلته في تناقضات عديدة تمسّ عقيدته الدنيّة، التي تحرّم الكثير من السلوكيات والتقاليد الاجتماعية، وتعتبرها مخالفة للعقيدة الإسلامية، لذلك حقّق لهم الفيسبوك

إشباع التخلّص من هذه الضغوطات، فعندما يتواصل مع جماعة الاهتمام ويتمّ مناقشة هذه المواضيع الحسّاسة يتم إشباع الرّغبة التي منعها القيود الاجتماعيّة، خاصّة إذا كان انضمامه للصفحات الدّينية تصدّر قائمة باقي الصفحات الأخرى على الفيسبوك مثلما دلّت عليه النتائج السّابقة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد التمرّد على القيم لأهمّها تسلبه حرية ممارسة محرّمات اجتماعية تخلّ بالأعراف والتقاليد مثل ما نشهده في الواقع، فهو يجد حرّيته ضمن جماعته الافتراضية التي تبادله نفس الاهتمام حيث لا توجد رقابة ولا قيود بخلاف المجتمع الواقعي، وبالتالي يعتبر الفيسبوك حقق إشباعا لهذه الفئة بتجاوز الضغوطات الاجتماعية وفسح لهم مجال التعبير أكثر حرية وأمانا.

لذلك نجد عند قراءة نتائج الجدول أنّ (18.5%) من المبحوثين يقرّون بأنّ الفيسبوك يحقق لهم إشباع الحاجة إلى التخلّص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي، وهو الذي يعكس الشعور بسلبية التواصل الاجتماعي الواقعي رغم وجودهم ضمن علاقتهم الاجتماعية، ويتولّد عن عدم الاهتمام وفقدان الاتصال الحقيقي، الذي يفقدونهم ثقّتهم بالنفس ويتعدون تدريجيا عن التفاعلات الاجتماعية، فأفراد العيّنة لا يحصلون على الاهتمام والرّعاية الكافية لأنّ الآخرين لا يرغبون بوجودهم ولا يحبّونهم، بل يتفاعلون مع أشخاص آخرين ويهتمّون بأناس مفضّلين عندهم، فالمكانة الاجتماعية المخصّصة لهؤلاء الأفراد أفضل بكثير من مكانة هذه الفئة من أفراد العيّنة وسط أسرهم أو بيئتهم الاجتماعية من الجيران ورفاق اللّعب أو من وسطهم الجامعي، وبالتالي يتعرّضون للتهميش وللتحقير، وهذا الإقصاء يولّد لهم الشّعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية، لذلك يلجؤون إلى الفيسبوك لسدّ هذه الحاجة لتعويض الاهتمام والخروج من عزلتهم، لأنّ فيه من يقدرهم ويحترمهم ويفتخر بهم، سواء تواصله مع علاقاته السّابقة في الواقع أو علاقاته التي نسجها في الفيسبوك خارج الوطن من الأجنبي، لأنّه سيجد ممّن يشاركونهم هذا الألم والشّعور، فيتلقّى التضامن مع أعضاء جماعته الفيسبوكيين.

ضف إلى ذلك أنّ عزلة الاجتماعية تدفعه إلى الهروب إلى الفيسبوك فيحقق إشباع التخلّص من الشعور بالوحدة، ما قد يدخله في عزلة أخرى نفسية نتيجة تعوّده على الفيسبوك فيدمنه، ويصبح بديلا له عن الواقع، ولا يبحث له عن حلول لمشاكله الاجتماعية التي تخلّصه من العزلة، مما يؤدّي إلى استخدام ظريفي منفعي ولحظي فقط، ولا يتعدّى حدود الإشباع.

كما بيّنت النتائج أنّ أفراد العيّنة يحقّقون إشباعا اجتماعيا يتمثّل في أنّه منحهم الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي وهذا بنسبة (17.6%)، وهو ما يضعهم في موقف مقارنة بين العالمين أو المجتمعين الأكثر احساسا بالانتماء إليه، فهذا العالم وقرّ لهم كامل الحرّيّة ومنحهم السريّة والأمان على حساباتهم، ورفع عنهم

كل القيود الموجودة في مجتمعهم الواقعي، ولأن النفس تهوى التحرر وتبحث عن المتعة وتفرغ الرغبات، فهم يفضلون المجتمع الافتراضي، ليس هذا فقط فالشعور بالانتماء يتولد من خلال البقاء فترة طويلة من استخدام الفيسبوك، والاندماج في عالمه والاعتقاد عليه في حياته، إذ يصبح الفيسبوك المكان المناسب والملاذ الآمن للهروب من مشكلات وضغوطات المجتمع الحقيقي، وبهذا تصبح علاقاته الافتراضية أكثر قربا وتفاعلا من علاقاته الاجتماعية الواقعية، ولهذا عبر الطلبة في الدوافع الاجتماعية بغرض توسيع العلاقات الاجتماعية الحالية وملء الفراغ الاجتماعي وتعويض الاهتمام العاطفي، وإنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة

ففي العالم الافتراضي يوجد من يتابع منشوراتهم ويعلق على صورهم ويدردش معهم ويدخل إليهم الفرح والسرور، ويهتم بأحوالهم ويسأل عنهم كل يوم، ويبادلهم الإعجاب بصورهم، ويتفاعل معهم في صفحات مختلفة، وبالتالي يحسون بقيمة وجودهم الافتراضي أفضل من وجودهم بين مجتمعهم الحقيقي مثلما بينته النتائج السابقة، وهو ما يحقق لهم إشباع الشعور بالرضا والراحة والميل أكثر إلى أصدقاء الفيسبوك الذي منحهم فرصة إنشاء علاقات اجتماعية عادية أو علاقات عاطفية لا تجد قبولا ضمن علاقاتهم الاجتماعية الواقعية.

ويمكن تفسير باقي النتائج التي أكدت أنّ هناك إشباع اجتماعية تحققت لأفراد العينة، تمثلت في الحاجة إلى الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة بنسبة (12.4%)، ويرى الباحث أنّ هذه الفئة استطاعت من خلال الفيسبوك التواصل مع أصدقائهم ومعارفهم الحقيقيين، وتجديد العلاقات البائدة وحتى العلاقات العاطفية القائمة التي يسعون إلى تجديدها، والتي كان يصعب التواصل معها لولا وجود الإنترنت وموقع الفيسبوك، وحسب معايير اختيار الأصدقاء الذين أضافوا إلى قائمتهم الأقارب وعلاقاتهم السابقة، سواء من المسافات القريبة أو حتى البعيدين جغرافيا، وهذا بغرض إعادة إحياء تلك العلاقات وبعث روح التفاعل فيها، ويستدل أفراد العينة على الهويات الحقيقية بمجرد ملء أسماء الأصدقاء، فمن خلال هذا الفضاء تظهر قائمة بكل الأسماء التي تشبه الاسم الذي ملته، ولكن إن كانت هوية المبحوث عنه تظهر بصورته وإسمه ومكان إقامته فإنّ من السهل العثور عليه، وإلا فإنه يستعين بشبكة علاقاته الاجتماعية لأخذ إسم حساب الفيسبوك الحقيقي وإرسال طلب الصداقة له، فيتمكّن من تحديد تواصله وتعزيز علاقته الاجتماعية من خلال الفيسبوك.

وما يؤكّد لنا هذه الحاجة التي جاءت لتستجيب لدوافعه الاجتماعية السابقة، التي تمثلت في رغبته في التواصل مع أهل الأقارب والأصدقاء الحقيقيين والتواصل مع زملاء في الجامعة وتوسيع العلاقات الاجتماعية، فالعلاقات السابقة تعكس مدى إيمان أفراد العينة بأهمية هذه العلاقات في حياتهم، ويبدووا ظاهريا أنّ هذه الفئة تجد اهتماما

بها من قبل الحاضنة الاجتماعية الحقيقية التي ترعاها وتعطيها الاحساس بقيمة وجودها بينهم، ويتواصلون معها باستمرار، وهو ما يحقق لهم إشباعا اجتماعيا يعزّز علاقاتهم الاجتماعية القائمة أو الحالّة والقديمة عبر الفيسبوك. وليس بعيد عن هذه النسبة يؤكّد المبحوثون مجددا أنّهم حققوا إشباع الحاجة في التخلّص من عقدة الخجل الاجتماعي بنسبة (12.1%)، وهذا الشعور يبرز من حالة الإقصاء الاجتماعي التي ترفض الإصغاء لهذه الفئة، ما تعتبره تهميشا وإهمالا لها، كما يساعدهم التخلّص من الخجل في الفيسبوك من بناء علاقات اجتماعية جديدة، حيث يمكنهم إرسال طلبات الصداقة لمن يعجبون بهم، ويبادلونهم مشاعر الحبّ، وهو ما يسهّل عليهم إقامة علاقات عاطفية، لا يستطيعون إقامتها خجلا من الكلام بسبب الكبت الاجتماعي والنفسي الذي يعانون منه، كما ساعدهم بالتغلّب على الخجل من خلال الدردشة التي تعزّز أفكارهم وتؤمن بأرائهم، حيث استطاعوا مواجهة مشاكلهم الاجتماعية بعدما تخلّصوا من عقدة المواجهة والدفاع عن حقوقهم ومكانتهم بين مجتمعهم الحقيقي، ويتضح من خلال هذا الإشباع أنّ الفيسبوك ساعدهم في تقديم الدّعم الاجتماعي من خلال تجاوز هذه العقدة الاجتماعية أو حتى التخفيف من حدّتها، لأنّها شكّلت لهم أزمة في مواجهة العالم الخارجي، ومّا تقدّم يتبين أنّ اتصاله بالفيسبوك حقّق له هذا الإشباع وبالتالي فإنّ حاجته إلى التواصل الاجتماعي التي كانت تعيقها عقدة الخجل الاجتماعي قد تجاوزها، وبدأ يمارس طبعه التواصل العادي في المجتمع.

كما يمكن تفسير النتيجة الأخرتين حول تحقيق إشباع حاجة التخلّص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين وقد جاء بنسبة (10.8%)، وإشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بنسبة (9.9%)، وهو ما تناولناه في السابق، إذ يعكس حقيقة المكانة التي أصبح يحتلها الفيسبوك في حياة المبحوثين، لأنّه حقق إشباع التعبير بكلّ حرّية رغم أنّهم أفراد في مجتمع طلابي، إلّا أنّ بعض المرضى النفسيين يقصونهم ولا يقيمون لهم أيّ اعتبار أو أيّ وجود، وهذه عقدة اجتماعية ينتج عنها عدّة مشاكل في المستقبل، فكيف لفئة شبانية أن يتمّ تهميشها، لذلك تبحث لها عن تعويض ما تفتقده في واقعها، فيؤدّي إلى الإشباع والدعم النفسي والاجتماعي ومساعدتها على مواجهة مشاكلها واتخاذ قراراتها المصيرية، من خلال علاقاتها الاجتماعية الافتراضية التي أشبعها استخدام الفيسبوك، وشكّلت له أولوية عن علاقاته الواقعية.

جدول (85): يبين الاشباعات الاجتماعية المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك عند متغير الجنس

إجمالي الإجابات		الإناث		الذكور		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	
17.6	137	18.3	72	16.8	65	حقق لي الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي
18.5	144	21.1	83	15.8	61	حقق لي التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي
12.1	94	10.7	42	13.5	52	حقق لي التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي
10,8	84	08.4	33	13.2	51	حقق لي التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين
12,4	97	14.2	56	10.6	41	الحفاظ على علاقتي الاجتماعية القائمة واسترجاع السابقة
09.9	77	07.9	31	11.9	46	تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية الافتراضية
18.8	147	19.5	77	18.1	70	الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي
100	780	100	394	100	386	إجمالي الإجابات

- تظهر نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع الاجتماعي التي يليها الفيسبوك لأفراد العينة حسب متغير الجنس أنّ ذكور أفراد العينة أكدوا أنّ استخدامهم للفيسبوك يحقق لهم اشباعات اجتماعية مختلفة جاء في مقدمتها تلبية الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (18.1%)، يليه إشباع الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي بنسبة (16.8%)، ثمّ إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (15.8%)، يليه إشباع التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي بنسبة (13.5%)، ثمّ إشباع التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (13.2%)، يليه إشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بنسبة (11.9%)، وحلّ في الأخير إشباع الحاجة إلى الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة بنسبة (10.6%).

- أمّا إناث العينة فقد جاء في مقدّمة إشباعهم إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (21.1%)، يليه تلبية الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (19.5%)، يليه إشباع الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي بنسبة (18.3%)، ثمّ إشباع الحاجة إلى الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة بنسبة (14.2%)، يليه إشباع التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي بنسبة (10.7%)، ثمّ التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة

(08.4%)، يليه إشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بنسبة (07.9%).

- ويتضح من النسب أن الإشباع المحققة من استخدام الفيسبوك هي لصالح الإناث، اللواتي حققن إشباعاً اجتماعية أكثر من الذكور، ومن خلال اختبار χ^2 يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الإشباع الاجتماعية، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (13.54) وهي أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (12.59) بدرجة حرية 06 ومستوى ثقة (0.035)

النتيجة	χ^2 الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	χ^2 المحسوبة
<u>دال</u>	12.59	0.035	06	<u>13.54</u>

وتعكس هذه النتائج، أنّ أفراد العينة من الذكور والإناث لهم تفضيلات وأهداف معيّنة ومختلفة ولو بقدر ضئيل وهي التي تدفعهم إلى استخدام الفيسبوك لإيجاد نوع من الانسجام في العلاقات الاجتماعية، وهذا بناءً على ما توقعوه مسبقاً من اندماجهم في المجتمع الافتراضي.

فلقد وجد كل من "فروهلش" (Froehlich) و"كراوت" (Kraut) و"بونيفا" (Bonva) في عام 2001، أنّ النساء يجدن أكثر من الرجال في البريد الإلكتروني مفيداً في إدامة العلاقات الاجتماعية، فقد أثبتت زيادة في استخدام البريد الإلكتروني من قبلهن للمحافظة على التواصل مع العائلة والأصدقاء، وهو ما أثبتته "جون دليمينك" (John Dlimmink) في جامعة ولاية "أوهايو" عندما أجرى دراسات لإثبات الاستخدامات والإشباع للهاتف والبريد الإلكتروني والإنترنت، وقد أثبتت نظريات الاستخدامات والإشباع بأنها أساسية في تحديد كيف ولماذا تستخدم الخدمات المختلفة المستندة إلى الكمبيوتر أو إلى الاتصالات اللاسلكية كأجهزة ملحقه، وفي بعض الحالات قد تستخدم بدل الوسائط الأقدم منها (السعدي، 2016، صفحة 75)، وفي هذا الإطار تؤكد نظرية التبادل الاجتماعي (Social Exchange Theory) أنّ التبادل هو الأسلوب الأساسي الذي يتبعه الناس انصياعاً لمفترض الاختيار العقلاني لتحقيق معظم منافعهم من خلال تبادل المكافآت والمنافع بينهم، ولذلك فالمنفعة الشخصية تحدّد الظروف التي يتم من خلالها التبادل، وتفسّر النظرية للروابط الأسرية والعلاقات القائمة بين أدوارها على أساس الاعتماد المتبادل والاستفادة المتبادلة بين أعضاء الأسرة (جامع، 2010، صفحة 188).

وبالنظر إلى تلك الإشباع التي أكد فيها المبحوثون أنها تحققت لهم، نستنتج أنّ حالة من الانفصام الاجتماعي في الواقع تحدّ من استمرارية العلاقات الاجتماعية الصحيّة، فحسب الأرقام نجد أن كلا الجنسين اتخذ من الفيسبوك فضاءً للهروب من الضغوطات الاجتماعية، والتخلص من الشعور بالوحدة، ممّا يعزّز لديهم شعورا أقوى بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي وهو ما جاء في النتائج، وهذا نابع من حجم المنفعة الاجتماعية التي تحصلوا عليها من التفاعل مع علاقات الفيسبوك، لذلك تؤكّد نظرية التبادل الاجتماعي على مبدأ العقاب والمكافئة، وهو ما يدفع بالمزيد من الاستخدام المتكرّر للفيسبوك، بقدر المكافآت الكبيرة التي تحصلوا عليها نتيجة التفاعل كالدعم العاطفي والشعور بالاسترخاء والانتماء لمجتمع افتراضي حرّ غير مقيد الجندر، وبالتالي فإن الرغبة في تحقيق الإشباع الاجتماعية تأتي من تقييم المبحوثين للمنافع والمكافآت المتوقعة من تفاعلاتهم عبر الفيسبوك، وهو ما يخلق نوعا من الألفة والحميمية بين المستخدم والفيسبوك.

فقد بيّنت نظرية الاستخدامات والإشباع أنّ الأفراد يحقّقون إشباع الاتصال شبه الاجتماعية والتي يقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد، حيث يشعر الفرد بأنّ شبكة الإنترنت جزء منه لا يمكنه التخلّي عنها، ويشجّع هذا الشعور وجود الألفة بين الأفراد غير المعروفين لبعضهم البعض، كما يحصل في المنتديات من خلال الحوارات الخاصة واستخدام الألفاظ الخاصة التي تدلّ على ألفة بينهم، أمّا إشباع الاتصال شبه توجيهية، والتي تتحقّق من خلال تخفيف التوتر، ودعم الذات، ومواقع التسلية والترفيه، ويظهر هذا في الارتباط الدائم بالإنترنت، ويزيد في الأفراد المنعزلين عن المجتمع (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 52).

ففي دراسة (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007) التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، وهدفت إلى التعرف على خصائص ومزايا الفيسبوك، ومدى فعاليته في تكوين مجموعات الأصدقاء والتواصل الاجتماعي، وطبقت على (800) مبحوث من طلاب جامعة "ميتشيجان" بالولايات المتحدة الأمريكية، توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام المبحوثين للفيسبوك وتكوين علاقات اجتماعية جديدة، كما أوضحت الدراسة أنّ الفيسبوك له عدّة مميزات تتمثّل في التعبير عن الرّأي بحرية والبحث عن المعلومات، والترفيه، كما أشارت إلى أن الموقع لا يؤثّر بالسلب على الأداء الدراسي للطلاب، بل يؤثّر إيجابيا على مستواهم العلمي واكتسابهم للمهارات التقنية (سليم، 2019، صفحة 27).

وقد اختلفت نتيجة دراستنا مع دراسة (لونيس، 2008) التي أظهرت أنّ الإشباع الاجتماعية تمحورت عند الذكور حول ربط علاقات صداقة، وإقامة علاقات مع الجنس الآخر، أمّا الإناث فنجدتها تتمحور بشكل أساسي

في إشباع ربط علاقات صداقة ثم علاقات مع الجنس الآخر ثم إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية، كما أشارت الدراسة إلى وجود فروق بين الجنسين في الإشباع الاجتماعية المحققة لصالح الإناث.

جدول (86): يبين الإشباع الاجتماعية المحققة من استخدام المبحوثين للفيسبوك عند متغير السن

إجمالي الإجابات		أكثر من 34		33-26		25-18		المتغيرات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
17.6	137	15.1	08	16.9	39	18.1	90	حقوق في الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي
18.5	144	17	09	18.6	43	18.5	92	حقوق في التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي
12.1	94	09.4	05	11.3	26	12.7	63	حقوق في التخلص من عقدة الخجل
10.8	84	11.3	06	11.3	26	10.5	52	حقوق في التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين
12.4	97	15.1	08	14.3	33	11.3	56	حقوق في الحفاظ على علاقاتي الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة
09.9	77	13.2	07	11.3	26	08.9	44	حقوق في تعويض الاهتمام والحصول على المساعدة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي
18.8	147	18.9	10	16.5	38	20	99	الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي
100	780	100	53	100	231	100	496	إجمالي الإجابات

جاءت نتائج الجدول المتعلقة بالإشباع الاجتماعية التي يحققها الفيسبوك عند متغير السن كما يلي:

1- فئة 25-18 سنة جاء ترتيب دوافعهم الاجتماعية على النحو التالي: تلبية الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (20%)، ثم إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (18.5%)، يليه إشباع الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي بنسبة (18.1%)، يليه إشباع التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي بنسبة (12.7%)، ثم إشباع الحاجة إلى الحفاظ على علاقاتي الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة بنسبة (11.3%)، يليه إشباع الحاجة إلى التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (10.5%)، وحلّ في الأخير إشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساعدة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بنسبة (08.9%).

2- فئة 26-33 سنة جاء ترتيب دوافعهم الاجتماعية على النحو التالي: إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (18.6%)، ثم يليه إشباع الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي بنسبة (16.9%)، يليها تلبية الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (16.5%)، ثم إشباع الحاجة إلى الحفاظ على علاقاتي الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة بنسبة (14.3%)، يليه إشباع التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي وإشباع التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين، وأيضاً إشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بنسبة (11.3%).

3- فئة الأكثر من 34 سنة جاء ترتيب دوافعهم الاجتماعية على النحو التالي: إشباع الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (18.9%)، يليه إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (17%)، ثم إشباع الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي وإشباع الحاجة إلى الحفاظ على علاقاتي الاجتماعية القائمة واسترجاع العلاقات السابقة بنسبة متساوية (15.1%)، ثم إشباع تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بنسبة متساوية (13.2%)، يليه إشباع التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين بنسبة (11.3%)، وفي الأخير جاء إشباع التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي بنسبة (9.4%).

ومن خلال اختبار ك² لا يوجد فروق إحصائية بين الأعمار في الإشباع الاجتماعية، حيث جاءت قيمة ك² المحسوبة (12.89) أقل من قيمة ك² الجدولية (21.03) بدرجة حرية 12 ومستوى ثقة (0.374).

النتيجة	ك ² الجدولية	مستوى الثقة	درجة الحرية	ك ² المحسوبة
غير دال	21.03	0.374	12	12.89

و يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الفيسبوك أصبح يلبي مختلف الإشباع الاجتماعية لدى فئات وشرائح عمرية مختلفة، وهذا إنما نابع أساساً من الحاجات التي انطلق منها المستخدمون للفيسبوك وهي بدورها تؤثر على نوع الإشباع الاجتماعية، كما تبين من النتائج أن الفئة العمرية بين 18 و 25 سنة حققت أكبر إشباعاً من خلال التخلص من الضغوطات في المجتمع الواقعي، لذلك فهي تفضل هذا النمط من التفاعلات لتحقيق الاندماج أكثر مع المجتمع الافتراضي، والشعور بالارتياح من خلال التفاعلات، واستغلال مزايا الفيسبوك لتفريغ الضغوطات والعواطف وتعزيز شعورها بالانتماء أكثر مع شبكة علاقاتها الأخرى.

ومن الدراسات التي تبين سعي الأفراد إلى تعزيز علاقاتهم مع المجتمع الافتراضي في هذا الإطار نذكر دراسة "كريستيان فوش" (Christian Fuchs, 2009) الذي أكد بأن نسبة الإناث فاقت الذكور في استخدام الشبكات الاجتماعية، كما بينت دراسة "أحمد عبد العزيز" 2014 حول تأثير الإنترنت على ثقافة المجتمع المصري، حيث بينت أن للإنترنت دور مؤثر في العلاقات الاجتماعية، والتفاعل مع الآخرين، وساعدت على تأكيد رفض سلطة الآباء، ومخالفة آرائهم، وخلق مجتمع افتراضي، كما أشارت دراسة "منال أبو الحسن" 2007 إلى الدور الإيجابي للإنترنت في تشجيع الشباب على إقامة العلاقات الاجتماعية على مستوياتها المختلفة، وخاصة المستوى المصري (أفنان، 2015).

ومن خلال عرض أبرز الإشباع المحققة يتبين لدينا الدور الهام لموقع الفيسبوك والذي جعل طلبة كلية العلوم التكنولوجية يرتبطون به، وهو ما يثبت فرضية الجمهور النشط الذي ينتقي أغراضه وسلوكه الاتصالي في الفيسبوك، لإشباع حاجاته المطلوبة، ولأجل ذلك كان توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع عاملاً إيجابياً في الدراسة. فهذا التيار الوظيفي الذي كان يؤمن بالتأثير المحدود لوسائل الإعلام في الأفراد، كان يرى أصحابه أنّ التأثير لا يقاس إلا بدراسة استعدادات الأفراد لاتجاه مضامين ووسائل الإعلام والإشباع الذي يستقيه منها؛ وبناءً عليه اقترح هذا التيار قلب التصورات المعروضة آنذاك والمتمثلة في مقولة "كاتز" المشهورة (يجب الإنتباه أكثر إلى البحث عن ما يفعله الفرد بمضمون وسائل الإعلام أكثر من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالفرد). (Katz & Matellart, p. 87).

وعليه نوّكد الفعل الاجتماعي للمبوحوثين المتمثل في استخدام الفيسبوك، والذي جاء نتيجة وعيهم بأنّه الوسيلة الأنسب لتحقيق إشباعاتهم، ويدلّ هذا على أنّ فعلهم لم يكن اعتباطياً أو ضربة حظ، بل من خلال المعاني الذاتية التي رسموها في مخيلتهم تجاه الوسيلة أو منصة الفيسبوك، وهو ما تؤمن به نظرية "الفعل الاجتماعي" لـ"ماكس فيبر" الذي أكد أنّ المعاني الذاتية التي يتخذها البشر، والتي ترتبط بأفعالهم الخاصة في تعاملاتهم مع بعضهم البعض في سياقات اجتماعية محدّدة، لا تخرج عن أربعة أنواع من الفعل الاجتماعي: (جامع، 2010، صفحة 182)

1- الفعل المنطقي العقلاني التكنوقراطي (Zweckrational) وهو الفعل الذي يتم فيه اختيار الوسائل اللازمة لتحقيق هدف معيّن بطريقة منطقية عقلانية تبريرية.

2- الفعل العقلاني الأخلاقي (Wertrational): وهو الفعل المبني في عقلانيته على القيم الأخلاقية، وفيه يسعى الفرد لتحقيق هدف معين قد لا يكون عقلانياً في حدّ ذاته، ولكن يتمّ الوصول إليه من خلال وسائل منطقية في إطار سياق أخلاقي أو ديني أو حتى قدسي.

3- الفعل العاطفي: (Affective action) وهو الفعل الذي يعتمد على الحالة العاطفية للشخص وليس على الموازنة العقلانية للأهداف والوسائل.

4- الفعل التقليدي (Traditional action): وهو الفعل الذي تقوده أو تحكمه العادات المتوارثة للتفكير، وبمعنى آخر هو الفعل الذي يعتمد على ما أسماه "فيبر" بالأمس السرمدي الخالد.

وعلى هذا الأساس ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حوّل دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة عن سؤال (ماذا) إلى الإجابة على سؤال (لماذا)؛ وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة، فهذا المدخل يركّز على الجمهور: خصائصه، ودوافعه، انطلاقاً من مفهوم الجمهور النشط (الإيجابي) الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما (عدلي و نهي، 2008، صفحة 298).

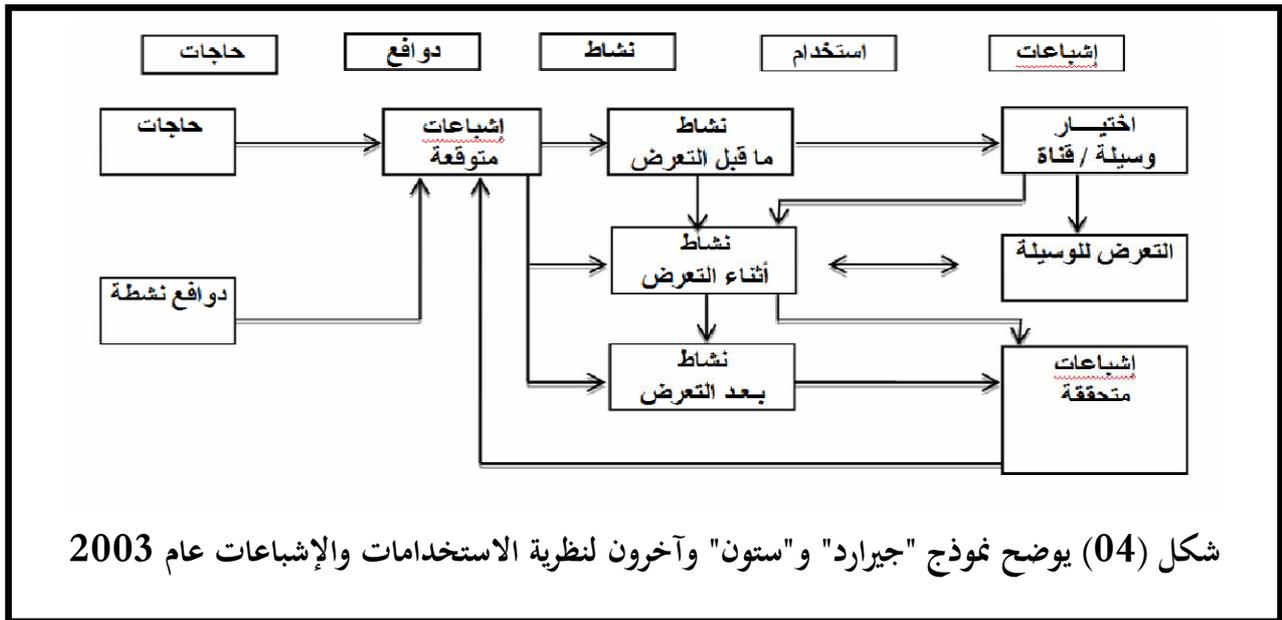
ويمكن القول أن نظرية الاستخدامات والإشباع تعدّ اتجاهات اتصالياً سيكولوجياً، يبحث ويستقصي استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام، ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون الآخر، وكذلك الإشباع التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة إعلامية معينة، حيث تقوم النظرية على مسلمة مفادها أن الجمهور ايجابي، وأن تفاعله مع وسائل الإعلام يهدف إلى تحقيق عدد واسع من الاحتياجات، بالإضافة إلى أنّ مستهلكي وسائل الإعلام يعرفون لماذا يستعملونها، وأن الإشباعات تظهر في الأساس في محتوى وسائل الإعلام، وفي التعرض لها، وفي المجال الاقتصادي والاجتماعي للتعرض (بوضياف، 2010، صفحة 35).

وقد لخص "كاتز" وفريقه أهمّ الحاجات التي يسعى الجمهور إلى إشباعها من خلال وسائل الإعلام، وقد صنّفوا تلك الحاجات إلى خمس مجموعات أساسية سنذكرها بإيجاز: (المكي، 2016، الصفحات 117-118)

- حاجات معرفية: تتضمن الحصول على المعلومات والمعرفة والفهم.
 - حاجات عاطفية: تتضمن العواطف، والمتعة، والمشاعر.
 - حاجات تكامل الشخصية: تتضمن المصادقية والاستقرار، وحالة الشخص النفسية.
 - حاجات الاندماج الاجتماعي: بما في ذلك التفاعل مع العائلة والأصدقاء.
 - حاجات تفرغ التوتر: بما في ذلك الهروب من التوتر أو الإلهاء.
- بالإضافة إلى نموذج "روزنجرين" الشهير الذي عرض فيه مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباع، والتي تولد حاجيات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدّتها وحلول

محتمة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحلّ المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، بما يؤدي إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 242).

فقد وضع "جيرارد ستون" وآخرون (Stone et al, 2003) نموذجاً حديثاً يوضح نظرية الاستخدام والإشباع والعناصر الأساسية وهيكل ووظائف النظرية (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 43)، وهذا في إطار محاكاة النظرية مع وسائل الاتصال المعاصرة كمواقع التواصل الاجتماعي.



لقد كانت توقّعات المبحوثين في استخدامهم للفيسبوك ترجمها مجموعة من الحاجات والدوافع، ورغم بعض الاختلافات في تحقيق الإشباع المتوقعة إلا أنّ النتائج بيّنت دور تلك التوقّعات في حجم استخدام الفيسبوك، وبالتالي نزداد يقينا أنّ ما جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع عن التوقّعات التي تعتبر سببا في بناء الدافع، تعتبر من أهمّ جوانب النظرية، فقد أثبت أفراد العينة أنهم يستفيدون من الفيسبوك لتحقيق حاجاتهم المتوقعة، بغض النظر عن الفروق الفردية في الثقافة والميول النفسية والاجتماعية.

فمن خلال نظرية "القيمة المتوقعة" يمكن معرفة العلاقة بين محاولة الفرد إشباع حاجاته، وتقييمه لوسائل الاتصال، فالفرد يتعرض لرسالة وسيلة يتوقع منها إشباع بعض أو كلّ حاجاته؛ ذلك أنّ نظرية "القيمة المتوقعة" تفترض أن سلوك الإنسان يحكمه إدراكه، وتوقعاته للاحتمالات المختلفة، وتساعد هذه نظرية في فهم دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية والإنترنت، من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام، وسلوك الجمهور أثناء التعرض (عبد الحميد ص.، 2023، صفحة 81).

وهنا نؤكد أيضا على ضرورة وضع تفسيرات اجتماعية لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي بالعودة إلى نظرية الفعل الاجتماعي، التي تمثل إطارا سوسولوجيا يركز على أنّ الفرد كفاعل يقوم بالفعل الاجتماعي مشكّلا لتحديد غرض معيّن في إطار سياق معيّن يقوم الفرد الفاعل فيه بتحديد معنى معيّن لهذا السياق.

وهو ما يعبر عنه علم الاجتماع "الفهمي" أو "التفسيري" (Interpretive sociology)، وهو الذي يعني أنه من الضرورة معرفة هدف وقصد الفاعل ونيته عند قيامه بسلوك معيّن، عند قيام الباحث الاجتماعي بفهم معنى الفعل الاجتماعي (جامع، 2010، صفحة 182).

ولكن رغم أهمية نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير سلوك الأفراد عند استخدام وسائل الاتصال مثل الفيسبوك، إلا أن الاعتماد المفرط على التوقعات كسبب رئيسي لتحديد دوافع الاستخدام قد يتجاهل بعض الجوانب المهمة، كما تركز هذه النظرية على الحاجات الفردية وتفسير سلوك الأفراد استنادًا إلى توقعاتهم لتحقيق الإشباع، لكنها تفتقر إلى الاعتراف الكافي بتأثير العوامل الاجتماعية والثقافية في تشكيل تلك التوقعات، فالتوقعات الشخصية ليست العامل الوحيد الذي يؤثر في سلوك الأفراد؛ بل تتداخل عوامل مثل القيم الثقافية، والتأثيرات الاجتماعية، والمشاعر الجماعية التي قد تساهم في توجيه استخدام الأفراد للفيسبوك بطرق لا تتوافق دائمًا مع التوقعات الفردية.

فلقد نجحت نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير سلوك الطلبة، في استخدامهم لوسائل الاتصال لتحقيق احتياجاتهم الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، وهو ما يعزّز فهمنا لسلوكيات الاستخدام والإشباع، غير أنها ركزت على العلاقة بين التوقعات والإشباع دون النظر بشكل كافٍ في التفاعلات المعقدة بين الأفراد داخل الشبكات الاجتماعية، والتي تؤثر بشكل كبير في استخدامهم للمنصات، وفي الواقع؛ قد تكون هناك بعض الدوافع لا شعورية أو غير واعية، ممّا يجعل من الصعب تفسير سلوك الطلبة بشكل دقيق بناءً فقط على التوقعات، وبذلك؛ فإن النظرية بحاجة إلى تعزيز مفهومها لتأخذ بعين الاعتبار السياقات المتعددة التي تؤثر في عملية التفاعل مع وسائل الاتصال، وكذا التفاعلات الاجتماعية التي تشكل دافعًا قويًا في الاستخدام.

المبحث الرَّابِع

تأثير استخدام الفيسبوك

على نمط العلاقات

1- بعد الاتصال الشخصي:

الجدول (87): يبين تأثير استخدام الفيسبوك على نمط الاتصال الشخصي الواقعي.

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	ترتيب العبارات
1	أقضي وقتا في التحدث مع أصدقائي في الفيسبوك أكثر من الوقت الذي أقضيه مع أصدقائي عند الالتقاء بهم وجها لوجه	89	124	54	103	30	1.28	3.347	03
		22.3	31	13.5	25.8	07.5	096	5	
2	أفضل التواصل الشخصي المباشر على التحدث مع أصدقائي الفيسبوكيين	29	97	105	119	50	1.14	2.840	16
		07.3	24.3	26.3	29.8	12.5	353	0	
3	أشعر أن علاقتي الفيسبوكية سمحت لي بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال بهم وجها لوجه	78	151	74	66	31	1.19	3.447	01
		19.5	37.8	18.5	16.5	07.8	826	5	
4	قادتني العلاقات التي كوّنتها عبر الفيسبوك إلى الالتقاء بهم وجها لوجه	53	152	89	77	29	1.14	3.307	08
		13.3	38	22.3	19.3	07.3	070	5	
5	أصبحت أجيد التعبير بجرأة بلا خجل مع أصدقائي أكثر من التواصل المباشر	80	135	90	71	24	1.16	3.440	02
		20	33.8	22.5	17.8	06	825	0	
6	ازداد تألقي مع أقاربي وأصدقائي أكثر بعد استخدامي للفيسبوك	57	123	102	84	34	1.17	3.215	11
		14.3	30.8	25.5	21	08.5	720	0	
	أجد احتراما واهتماما وقبولا في	67	95	102	93	43	1.24	3.125	

14	831	0	10.8	23.3	25.5	23.8	16.5	%	مجتمع الفيسبوك أكثر من مجتمعي	7
12	1.22	3.162	40	86	109	99	66	ت	تفاعل أصدقائي مع منشوراتي وصورتي يشعرني بقوة شخصيتي	8
	468	5	10	21.5	27.3	24.8	16.5	%		
17	1.19	2.792	58	119	112	70	41	ت	اكتشفت أنّ علاقاتي الشخصية على الفيسبوك زائفة وغير حقيقية	9
	290	5	14.5	29.8	28	17.5	10.3	%		
18	1.26	2.777	67	119	102	60	52	ت	أضعف الفيسبوك قدرتي على النقاش والتواصل وجها لوجه	10
	173	5	16.8	29.8	25.5	15	13	%		
20	1.27	2.650	86	115	99	53	47	ت	زاد الفيسبوك شعوري بأهميتي وقيمتي في مجتمعي الحقيقي	11
	733	0	21.5	28.8	24.8	13.3	11.8	%		
15	1.29	3.077	51	99	84	100	66	ت	أتفاعل مع منشورات الأصدقاء من أجل المجاملة فقط	12
	060	5	12.8	24.8	21	25	16.5	%		
19	1.31	2.710	87	113	77	75	48	ت	أهملت هواياتي المفضلة بسبب السعي وراء العلاقات الافتراضية	13
	919	0	21.8	28.3	19.3	18.8	12	%		
10	1.28	3.250	34	67	84	118	97	ت	بدأت أشكو آلاما جسدية وأعاني الكسل والخمول وكثير النسيان	14
	321	0	8.5	17	21	29.5	24	%		
04	1.29	3.337	44	73	71	128	84	ت	استعمالي للفيسبوك يجرمني من النوم ويسبب لي نقصا في التركيز	15
	336	5	11	18.3	17.8	32	21	%		
05	1.21	3.330	31	88	69	142	70	ت	تحسنت لغتي الأجنبية بسبب الدردشة مع أجناب	16
	647	0	07.8	22	17.3	35.5	17.5	%		
13	1.21	3.162	37	95	95	112	61	ت	أشعر بالتأخر الدراسي وقدرتي أصبحت محدودة على البحث.	17
	441	5	09.3	23.8	23.8	28	15.3	%		
07	1.21	3.320	34	70	87	136	69	ت	أسهم الفيسبوك في رفع مستوى الوعي لدي	18
	915	0	09.5	17.5	21.8	34	17.3	%		

06	1.17	3.327	28	81	90	134	67	ت	أحظى بكثير من الاهتمام من أصدقاء الدراسة الفيسبوكيين	19	
	631	5	07	20.3	22.5	33.5	16.8	%			
09	1.17	3.287	34	76	89	143	58	ت	أشعر أنّ لوجودي دور إيجابي لدى الآخرين في الفيسبوك	20	
	827	5	08.5	19	22.3	35.8	14.5	%			
3.1452					المتوسط الحسابي العام للمقياس						
0.55951					الانحراف المعياري للمقياس ككل						

تظهر نتائج الجدول نسب الفقرات حسب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثير الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية من خلال بعد الاتصال الشخصي، وفيما يلي عرض ترتيب الفقرات حسب المتوسط الحسابي كالتالي:

- العبارة الأولى (أشعر أن علاقتي الفيسبوكية سمحت لي بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال بهم وجها لوجه)، حصلت على أغلبية الموافقين بنسبة (37.8%)، فيما وافق بشدة (19.5%)، و(18.5%) محايدون، بينما عرّ (16.5%) أنهم غير موافقين، يليه (07.8%) غير موافقون بشدة على العبارة، وبلغ المتوسط الحسابي (3.4475) بانحراف معياري بلغ (1.19826)، وهو يفوق الوسط الفرضي البالغ (3) ما يدل على قوة هذه العبارة وقوة درجة الاتفاق لدى أفراد العينة.

- وحصلت العبارة الثانية (أصبحت أجيد التعبير بجرأة بلا خجل مع أصدقائي أكثر من التواصل المباشر)، على موافقة (33.8%)، وحياد (22.5%)، وموافقة بشدة (20%)، بينما لم يوافق (17.8%)، أما الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (06%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.4400) وهو يفوق الوسط الفرضي البالغ (3)، وهو ما يؤكد قوة اتفاق أفراد العينة على العبارة بانحرافها معياري بلغ (1.16825).

- وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (أقضي وقتا في التحدث مع أصدقائي عبر الفيسبوك أكثر من الوقت الذي أقضيه مع أصدقائي عند الالتقاء بهم وجها لوجه)، وافق (31%) من أفراد العينة، أما غير الموافقين فنسبتهم (25.8%)، والموافقون بشدة بنسبة (22.3%)، يليها المحايدون بنسبة (13.5%)، ثم غير الموافقين بشدة بلغت نسبتهم (07.5%)، وبلغ متوسطها الحسابي (3.3475)، وهو ما يفوق المتوسط الفرضي البالغ (3)، ويؤكد على قوة اتفاق المبحوثين على العبارة، حيث بلغ الانحراف المعياري لها (1.28096).

- في المرتبة الرابعة عبارة (استعمالي للفيسبوك يجرمني من النوم ويسبب لي نقصا في التركيز)، حيث وافق عليها (32%) من أفراد العينة، بينما وافق بشدة (21%)، أما غير الموافقين بنسبة (18.3%) والمحايدون بنسبة

(17.8%) وغير الموافقين بشدة بنسبة (11%)، وبلغ متوسطها الحسابي (3.3375)، وهو ما يفوق المتوسط الفرضي المقدّر (3) بانحراف معياري بلغ (1.29336) إذ يدل على قوة الاتفاق على هذه العبارة.

- أما العبارة الخامسة (تحتت لغتي الأجنبية بسبب الدردشة مع أجنب)، وافق عليها (35.5%)، في حين لم يوافق (22%)، بينما وافق بشدة (17.5%)، أما المحايدون بنسبة (17.3%)، وغير الموافقين بشدة (07.8%)، وبلغ المتوسط الحسابي (3.3300) والانحراف المعياري (1.21647)، وهو ما يؤكّد الاتفاق لدى أفراد العينة عليها.

- العبارة السادسة (أشعر أنني أحظى بكثير من الاهتمام من طرف أصدقاء الدراسة في الفيسبوك)، وافق عليها (33.5%)، والمحايدون (22.5%)، أما غير الموافقين (20.3%)، والموافقين بشدة (16.8%)، وغير الموافقين بشدة (07%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.3275)، وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي ما يدلّ على قوة الاتفاق على هذه العبارة بانحراف معياري بلغ (1.17631).

- العبارة السابعة (أسهم الفيسبوك في رفع مستوى الوعي لديّ)، حصلت على موافقة (34%) من أفراد العينة وحياد (21.8%)، و(17.5%) غير موافق، و(17.3%) غير موافق بشدة، أما الموافقون بشدة بنسبة (09.5%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.3200) وهو ما يفوق المتوسط الفرضي (3) ما يدلّ على قوة الاتفاق على العبارة لدى أفراد العينة، وبانحراف معياري بلغ (1.21915).

- العبارة الثامنة (قادتني العلاقات والصدقات الافتراضية إلى الالتقاء بهم وجها لوجه)، عبّر (38%) بالموافقة، و(22.3%) بالحياد، و(19.3%) غير موافق، و(13.3%) موافق بشدة، و(07.3%) غير موافق بشدة، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.3075) وهو ما يفوق هذا الوسط الفرضي (3) بانحراف معياري بلغ (1.14070)، ما يدل على قوة الاتفاق على العبارة.

- العبارة التاسعة (أشعر أنّ لوجودي دور إيجابي للآخرين في الفيسبوك)، حصلت على موافقة (35.80%)، وعبّر (22.30%) بالحياد، و(19%) غير موافق، و(14.50%) موافق بشدة، و(08.50%) غير موافق بشدة، بينما بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.2875)، وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3)، ما يؤكّد على وجود اتفاق قوي بين أفراد العينة عليها، بانحراف معياري بلغ (1.17827).

- العبارة العاشرة (بدأت أشكو آلاماً جسدية وأعاني من الكسول والخمول وكثير النسيان)، فقد حصلت على موافقة (29.5%) من المبحوثين، بينما قال (24%) أنهم موافقون بشدة، في حين أكد (21%) أنهم محايدون، يليه (17%) قالوا أنهم غير موافقين، أما غير الموافقين بشدة بنسبة (8.5%)، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.2500)، حيث يفوق الوسط الفرضي (3) وهو ما يؤكد على اتفاق قوي لأفراد العينة على العبارة بانحراف معياري يقدر بلغ (1.28321).

- حصلت العبارة الحادية عشر (ازداد تألقي مع أقاربي وأصدقائي أكثر بعد استخدامي للفيسبوك)، على موافقة (30.80%)، وحياد (25.50%)، و(21%) غير موافقين، و(14.30%) موافق بشدة، و(08.50%) غير موافقين بشدة، بمتوسط حسابي بلغ (3.2150) وهو يفوق الوسط الفرضي (3)، ما يدل على قوة الاتفاق على هذه العبارة بانحراف معياري (1.17720).

- حصلت العبارة الثانية عشر (تفاعل أصدقائي مع منشوراتي وصوري يشعرني بقوة شخصيتي) على حياد (27.3%)، وموافقة (24.8%)، و(21.5%) غير موافقين، بينما وافق بشدة (16.5%)، و(10%) غير موافقين بشدة، وبلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.1625) وهو يفوق الوسط الفرضي (3)، ما يؤكد على قوة الاتفاق بين المبحوثين على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.22468).

- حصلت العبارة الثالثة عشر (أشعر بالتأخر الدراسي وقدرتي أصبحت محدودة على البحث العلمي) على موافقة (28%)، ونسب متساوية بين غير الموافقين والمحايدين بلغت (23.8%)، بينما غير يوافق بشدة (15.3%)، وموافق بشدة (09.3%)، في حين بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.1625) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3)، ما يعني قوة الاتفاق على العبارة بانحراف معياري بلغت قيمته (1.21441).

- حصلت العبارة الرابعة عشر (أجد احتراماً واهتماماً وقبولاً في مجتمع الفيسبوك أكثر من مجتمعي) على حياد (25.5%)، وموافقة (23.8%)، و(23.3%) غير موافقين، و(16.8%) موافقون بشدة، و(10.8%) غير موافقين بشدة، بمتوسط حسابي بلغ (3.1250)، وهو يفوق الوسط الفرضي (3)، الذي يدل على قوة الاتفاق على هذه العبارة لدى أفراد العينة، بانحراف معياري بلغ (1.24831).

- حصلت العبارة الخامسة عشر (أتفاعل مع منشورات الأصدقاء من أجل المجاملة فقط) على موافقة (25%) و(24.8%) غير موافقين، وحياد (21%)، و(16.5%) موافق بشدة، و(12.8%) غير موافقين بشدة،

وبلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.0775) وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، ما يؤكد على قوة الاتفاق على العبارة، بانحراف معياري (1.29060).

- العبارة السادسة عشر (أفضل التواصل الشخصي المباشر على التحدث مع أصدقائي الافتراضيين عبر الفيسبوك)، حصلت على (29.8%) غير موافق، وحياد (26.3%)، وموافقة (24.3%)، و(12.5%) غير موافق بشدة، وموافق بشدة (07.3%)، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.8400) وهذه القيمة أقل من الوسط الفرضي (3) وهو ما يدل على ضعف الاتفاق على هذه العبارة بانحراف معياري بلغ (1.14353).

- العبارة السابعة عشر (اكتشفت أنّ علاقاتي الشخصية على الفيسبوك زائفة وغير حقيقية)، حصلت على عدم موافقة (29.8%)، وحياد (28%)، وموافقة (17.5%)، (14.5%) غير موافقين بشدة، و(10.3%) موافق بشدة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.7925)، وهي أقل من الوسط الفرضي (3) ما يعني ضعف اتفاق أفراد العينة عليها بانحراف معياري (1.19290).

- حصلت العبارة الثامنة عشر (أضعف الفيسبوك قدرتي على النقاش والحوار والتواصل وجها لوجه)، على عدم موافقة (29.80%)، وحياد (25.5%)، وغير الموافقين (16.8%)، وموافق (15%)، غير موافق بشدة (13%)، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.7775)، وهي أقل من الوسط الفرضي (3) ما يدل على ضعف الاتفاق على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري بلغ (1.26173).

- العبارة التاسعة عشر (أهملت هواياتي المفضلة بسبب السعي وراء إقامة علاقات افتراضية)، حصلت على (28.3%) غير موافق، و(21.8%) غير موافق بشدة، وحياد (19.3%)، أما الموافقون (18.8%)، و(12%) موافقون بشدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (2.7100) وهو أقل من الوسط الفرضي (3)، ما يدل على ضعف اتفاق أفراد العينة على العبارة بانحراف معياري بلغ (1.31919).

- حصلت العبارة العشرون (زاد الفيسبوك شعوري بأهميتي وقيمتي في مجتمعي الحقيقي) على (28.8%) غير موافقون، وحياد (24.8%)، و(21.5%) غير موافقون بشدة، و(13.3%) موافقون، و(11.80%) موافقون بشدة، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.6500)، وهي أقل من الوسط الفرضي (3)، وهو ما يدل على ضعف اتفاق أفراد العينة على العبارة بانحراف معياري بلغ (1.27733).

يعتبر الاتصال الشخصي سمة إنسانية تحقق أغراض التواصل والتفاعل، وتبادل المعلومات وتوطيد العلاقات الاجتماعية على اختلاف فروعها، ويعدّ هذا النمط من الاتصال من أقوى وأهمّ الأنماط السائدة حتى بعد الثورة التكنولوجية، فلا يستغن البشر عن سبل الاتصال ولا عن تفاعلاتهم التي تدخل ضمن تشكيلات اجتماعية في بناء الأنساق العلائقية.

حيث تؤكد "إليسون" أنّ تعزيز العلاقات الشخصية مبني على جودة الاتصال الاجتماعي القائم، بحيث يؤدي هذا المفهوم إلى تحسن وتعزيز الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجموعات الاجتماعية من خلال الفيسبوك، وينتج عنه صلات اجتماعية أمتن (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

ويعرّف الاتصال الشخصي بأنه: (ذلك الاتصال الذي يكون بين شخصين أو فرد وآخر أو بين مجموعة قليلة من الأفراد أو بين مجموعة وأخرى (الفار، 2014، صفحة 11)، أو هو العملية التي يتم من خلالها الأفراد بتبادل الرسائل الشخصية والجسدية، وتساهم في استحداث وبناء علاقات بينهم سلبياً أو إيجابياً، وهو اتصال يتم بين مرسل ومستقبل وجها لوجه دون استخدام وسائط الاتصال الجماهيري أو هو العملية التي تحدث يومياً حينما نعطي ونتلقى أوامر أو ندخل في مناقشة أو تبادل التحيات (المشاقبة، 2015، صفحة 88)، وبدورها تؤكد "جيهان رشتي" على ضرورة وجود تفاعل إنساني متبادل يطبع الاتصال الشخصي؛ حيث تقول: (إذ يحدث الاتصال الشخصي حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر، فأنت حينما تتحدّث إلى صديق تعتبر نظام ذاتي وتعتبر صديقك أيضاً نظام ذاتي ولكن النظامين يتفاعلان ليكونا نظاماً للاتصال الشخصي، وكلّ نظام ذاتي يتأثر عندما يتفاعل مع النظام الآخر، وسنجد نفس العناصر الموجودة في الاتصال الذاتي في عملية الاتصال بين فردين، فالاتصال الشخصي ينطوي أيضاً على عملية وضع الفكر في كود وعملية فك كود) (رشتي، 1978، صفحة 121).

ومن قبل ركّز "تشارلز كولي" في نظريته عن التنظيم الاجتماعي (Social Organization) على أنّ المجتمع يكون عبارة عن نظام من الأفكار أو الانطباعات الشخصية عن الغير، مضافاً إليها الفكرة الشخصية عن النفس وصورة الذات التي تساعدنا في تحديد السلوك في العلاقة مع الآخرين، كما ركّزت أفكار كل من "كولي" و"جورج ميد" على الاتصال الإنساني والتفاعل الشخصي، والتي ساعدت على وضع تفسير حول رؤية الأفراد للغير من خلال الاتصال ووسائله، وتأثير ذلك على التفاعل الاجتماعي والاتصال الإنساني الذي يتم من خلال المعاني التي يبنها كل فرد عن الآخرين والبيئة المحيطة به خلال عمليات التفاعل الاجتماعي (عبد الحميد، 2004، صفحة 317)، وقد أوضح "كولي" أهمية الجماعات الأولية التي يصفها بالوحدات الاجتماعية الأساسية في المجتمع،

حيث تتصف العلاقات فيها بالألفة والحميمية وعلاقات الوجه بالوجه، والشعور بالحنن، وينتمي الفرد من خلالها حسناً وإدراكاً متنامياً بذاته وذوات الآخرين، ثم ينتقل التفاعل مع جماعات أولية أخرى، يليها دخوله في علاقات تعاقدية غير شخصية ممثلة فيما يطلق عليه من قبل الآخرين العلاقات الثانوية، وأهم الجماعات الأولية الأسرة، ثم جماعات الصداقة واللعب والجيرة، التي تشكل في مجموعها الأطر الأولية لتفاعل الفرد وعملية تنشئته (عثمان، 2008، الصفحات 118-119)، ويرى "ساري" أنه يجب تحليل الجوانب النفسية والاجتماعية التي أحدثتها الاتصال عبر الإنترنت في الاتصال الشخصي المباشر الذي يتمّ وجها لوجه بين الأفراد، وبخاصة في الجانب المتعلق بسلوك الأفراد وتصرفاتهم في غرف المحادثة (ساري، 2006، صفحة 19).

وعلى هذا الأساس يعدّ الاتصال الشخصي أساس التفاعل الاجتماعي والنفسي والذي يدخل ضمن العملية الكبرى لتأطير العلاقات الاجتماعية، غير أنه بدأ يتأثر باستخدام الأفراد للفيسبوك، الذي يعتمد على الدردشة واللقاءات الافتراضية التي استعوض بها عن اللقاءات الشخصية، ومن أبرز السمات التي يمكن استخلاصها عن اللقاءات الافتراضية حيث يكون الأفراد في لقاءات حميمية وليسوا بحاجة إلى التنقل الفيزيائي عبر الفيسبوك:

1- الفيسبوك في الأساس هو فضاء تواصلية حرّ مفتوح طوال الوقت في كل الفترات الزمنية من بدء اليوم حتى آخر الليل، وهذا حسب الاستخدام والحاجة الشخصية فهو يتحكم في الولوج أو الخروج منه، كما يمكن استخدامه في كل مكان وحتى في تلك الأمكنة التي ألفناها مغلقة.

2- الفيسبوك ذو ميزة عالية المرونة التواصلية، وتحقق هذه الخاصية من قبل الأشخاص الذين يتواعدون للقاءات الافتراضية، في أي وقت يحدّدونه ويتفقون عليه، كاستخدام الفيسبوك في لقاء الدروس، أو المقابلات الشخصية الافتراضية، أو المحادثات العائلية، إذ أن الفيسبوك متاح بكل حرية للتواصل، وحسب انتظام أوقات ومواعيد الأشخاص سواء كانوا أشخاصاً واقعيين متواجدين على صفحته، أو أشخاص جدد تعرّف عليهم من خلال الاستخدام.

3- إضافة إلى ذلك نجد الفيسبوك يسهّل الاتصال الشخصي المرغوب، بتجاوز الحدود الجغرافية، فيإمكانه ربط الاتصال مع أي شخص □ أو مجموعة أشخاص يريد التواصل معهم لدوافع معينة ولتحقيق إشباعاته.

4- كما أنّ اللقاءات الفيسبوكية لا تتطلب الكثير من الجهد أو التدابير لإجراء اللقاءات والمحادثات الافتراضية مع الأشخاص الآخرين، كما لا يتطلّب التواصل عبره بذل الكثير من المال، فيكفيه هاتف ذكي أو حاسوب وشبكة أنترنت وفتح حساب مجّاني في الفيسبوك ويتحقق التواصل الافتراضي.

5- يشعر المستخدمون بحالة من الأمان والراحة والإطمئنان أثناء تواصلهم في الفيسبوك، حيث هم من يتحكمون في طبيعة الأصدقاء و عددهم، ونوعيتهم، وطبيعة الاتصال بهم، وبهذا يتجنبون التهديدات الافتراضية التي سمعوا أو قرأوا عنها أو استخلصوها من تجاربهم ومن تجارب الآخرين.

فالاتصال الشخصي ما هو إلا عملية تحدث وتتكثّر يوميا في خلال سلوكنا من تبادل التحيات والتحادث وتلقي الأوامر أو الدخول في مناقشات، ولهذا فإنّ قدرة الأفراد في الحفاظ على نمط التواصل الشخصي رغم تدخّل التكنولوجيا كوسيط أو جزء من مهام صناعة التفاعل الذي تفرض على المتحاورين حدودا جديدة ضمن السياق الافتراضي، فبقاء الاتصال الشخصي الواقعي بوجوده أمر قد لا يمكن حسمه لصالح العلاقات الاجتماعية الواقعية، في ظل تدخّل الفيسبوك كوسيط اتصالي فرض بعدا آخر للعلاقات الشخصية.

ومن خلال النتائج التي أظهرها جدول مقياس البعد الشخصي أعلاه يتبيّن أنّ أفراد العيّنة يعتمدون بشكل كبير على الاتصال الافتراضي في تحقيق أغراض بناء علاقاتهم الاجتماعية، وهو نوع من الاعتمادية على الفيسبوك قد يؤدي إلى تقليل التواصل الشخصي بين الأقران والفئات الاجتماعية، وبالتالي يؤثّر سلبيا على التواجد الفيزيائي المادّي في المجتمع بانخفاض التفاعل الحقيقي لينعكس على طبيعة العلاقات الاجتماعية.

ويعتبر مفهوم الحضور من المفاهيم المركزية لنظرية "الحضور الاجتماعي" التي تدعّم أهميّة الاتصال الشخصي في بناء العلاقات، ويعني الحضور الاجتماعي الإحساس بوجود الطرف الآخر معك (Sense of being with another being together)، وهذا التواجد هو الذي يضيف على العملية الاتصالية إحساسا ودفئا وحركة وحاليّة وشخصية، وحسب رأي أصحاب هذه النظرية "وليم" و"كرتل" و"كريستي" (hritle, William, C Christie; 1976)، الذين تطرّقوا لدور الإنترنت كوسيط اتصالي في بناء العلاقات الاجتماعية، فقد ناقشوا أهميّة التواجد (الحضور) المادّي للفرد (بالجسد) (Bodily Persence) مع الآخرين وتأثير هذا الحضور من عدمه على العلاقات والتفاعل الاجتماعي للفرد (عبد الفتاح، 2009).

ومن الملاحظ من أغلبية النتائج اجماع الباحثين بأنّ الفيسبوك خلق لهم نوعا من التحرّر من القيد الاجتماعي، العبارتان (01 و02)، لأن الاتصال الشخصي يفرض على المتحاورين قيودا أخلاقية واجتماعية ونفسية، فبعض الباحثين يلجؤون عند الدخول للفيسبوك إلى استخدام حسابات وهمية تفاديا للرّقابة والمحاسبة وتجنّبا للعزلة الاجتماعية، خاصة إذا تعلّق الأمر بمواضيع حساسة ترفضها أو تقيدها الأعراف والأخلاق وتسبّب خجلا أو إحراجا، مثلما أوضحته النتائج السابقة التي أكدت وجود رغبة حقيقية لدى أفراد العينة في الحديث مع الجنس الآخر والسعي لتكوين علاقات افتراضية مختلفة بين الجنسين، حيث يسعى طرفا العلاقة إلى إثبات الذات من

خلال إيجاد قناة اتصالية بديلة عن التواصل الشخصي بعيدا الرقابة والقيود الاجتماعية، وهو ما بينته إجابات المبحوثين عن العبارة (18) والتي حصلت على اتفاق ضعيف بخصوص دور الفيسبوك في إضعاف قدرتهم على النقاش والحوار والتواصل وجها لوجه في المجتمع الواقعي، فقد استطاعوا تحقيق إشباعهم التي تمثلت في التحرر والتعبير بكل جرأة، وكسر القيود الاجتماعية، وهو ما يؤكد الدور الإيجابي للفيسبوك في التخفيف من بعض العقد والقيود وخلق فضاءات تواصلية مع مختلف المجتمعات والثقافات.

فقد بينت دراسة "منال الناصر" موافقة المبحوثين بدرجة كبيرة جدا بأن وسائل التواصل شكّلت لهم نمطا جيدا من أنماط التواصل ولا يمكن الاستغناء عنها، وترى بأن هذه الوسائل هي نمط مستجدّ وعالي الفعالية من وسائل الاتصال الجماهيري ولا يمكن التحكم فيه والاستغناء عنه، أو حتى تجاهله، فقد وقرّ المجال الأوسع للأفراد في التعبير عن أنفسهم ومشاركة المشاعر والأفكار مع الآخرين (الناصر، 2019، صفحة 283)، كما بينت دراسة "ساري" أنّ (90.3%) يشعرون بتحرر كبير من القيود الاجتماعية حين يتواصلون مع الآخرين داخل غرف المحادثة، ممّا يعطيهم إحساسا بالراحة النفسية والاسترخاء التام، ويضيف أنّ تحررهم من القيود الاجتماعية الموجودة عمل على إظهار جوانب خفية من شخصياتهم، وأبرز بعض الطاقات والإمكانات الكامنة فيها (Potentialities) (القدرة على لعب أدوار مختلفة، القدرة على التعبير اللغوي، القدرة على كتابة رسائل للآخرين بأساليب جذابة)، فهذه الطاقات الكامنة تعمل الضغوطات الاجتماعية في كثير من المواقف الاتصالية المباشرة على كبتها أو منعها من الظهور (Inhibition) (ساري، 2006، صفحة 23).

لذلك أجاب أغلبهم بالموافقة بنسبة (57.3%) بأن علاقاتهم الفيسبوكية أدت إلى تكلمهم بجرأة وصراحة في المواضيع المختلفة أكثر من الاتصال وجها لوجه في الواقع فقرة (1)، و(53.3%) أصبحوا يجيدون التعبير بجرأة بلا خجل أكثر من التواصل المباشر فقرة (2)، وهو بكل تأكيد ما يبعث لهم الإحساس بالراحة النفسية والشعور بالاسترخاء في المواقف الاتصالية التفاعلية في الفيسبوك.

ويشير "الدليمي" بأنّ المستخدمين الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عن طريق المواقع الاجتماعية أكثر مما يتيح لهم الواقع، هم الأكثر قدرة على بناء علاقات اجتماعية مقرّبة من خلال هذه المواقع، ويمكن تحديد نوعين من هؤلاء المستخدمين الذين لا يستطيعون تحقيق ذواتهم واكتشافها إلا عن طريق الإنترنت: فالنوع الأول يتمثل في الأشخاص الذين يحسّون بقلق اجتماعي من خلال تواصلهم وجها لوجه، أمّا النوع الثاني فيتمثل في الأشخاص الذين يشعرون بالوحدة، فهؤلاء الأشخاص بإمكانهم تطوير علاقاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة كبيرة، ويمكن لهذه العلاقات أن تتحوّل إلى علاقات اجتماعية حقيقية يكون التفاعل فيها وجها لوجه، بينما يرى طرف

ثالث أنّ التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال لم يبلغ التفاعل المباشر لوجه وإنما جاء ليكمّله ويتمّمه (الدليمي، 2020، صفحة 123).

ولذلك فإنّ الشعور بالحرية نابع من الاطمئنان والألفة الافتراضية التي حقّقوها، حتى لو كانت العلاقات المبنية بهويّات مستعارة، أي أنّ الشخصية التي يظهر بها أفراد العينة على الفيسبوك حتى لو كانت مستعارة فإنّها هي شخصيتهم الحقيقية في الواقع، لممارسة ما هو ممنوع عليهم في مجتمعهم الحقيقي، ويخجلون من إبداءه أو البحث عن إشباعه، أمّا في الواقع فقد يظهر الأفراد بشخصيات غير حقيقية لأنّهم لا يستطيعون مواجهة العالم الحقيقي إلاّ بهذه الشخصية التي تجدها في فضاء الفيسبوك، والتي لا تستطيع معارضة القيم والمعايير الاجتماعية إلاّ خلف ستار الشخصية المتقمصة أو الوهمية، لذلك يساعد عدم الاتصال وجهها لوجه في هذا الجانب، غير أنّ هذا الاتصال الجديد مضلّ ووهي.

ففي رأي "مُحمّد عبد الحميد" أنّه يسود اعتقاد الفرد بأنّه قام بتوسيع دائرة علاقاته، ولكن في إطار واقع جديد يرسمه الأفراد لأنفسهم، أو ترسمه عمليات التخيل والتقمّة □ التي تتم في عمليات هذا الاتصال الرقمي (عبد الحميد، 2008، صفحة 51).

كما يشير العديد من الباحثين بأنّ الفضاء الافتراضي ساعد الكثيرين على تقديم ذواتهم مثلما يرغبون، لأنّ هذه الطريق أقلّ إرهاقا وتكلفة ومخاطرة عن تقديم الذات لأول مرة للتعرف بين طرفين عبر الاتصال الشخصي، لأنّ الانطباع الذي نكوّنه عن الآخرين في حالة تعبيرهم عن ذاتهم الحقيقية يكون مرتبطا بالجوهري أكثر من ارتباطه بالشكل الذي قد يضلّل في الكثير من الأحيان.

ونفس الاتجاه ذهب إليه "بيرن" (Byrne) 1997 في أن السمات المميزة للإنترنت تسهل للآخرين الذين يشبهون الشخص □ الذي يستخدم الإنترنت كوسيط اتصالي في الشخصية والسمات ويتفقون معه في الآراء والاتجاهات ويشاركونه اهتماماته (أنظر) (عبد الفتاح، 2009، صفحة 51)، لذلك تؤكّد الكثير من الدراسات العربية والغربية أنّ برامج التواصل الاجتماعي بعيدة كل البعد عن قدرة الأفراد أو مستخدميها في التخلي عنها، بالنظر لما توفره من معلومات ومعارف وترفيه متنوع (العنزي و المجادي، 2013)

كما يؤكّد المبحوثون أنّ الاتصال الافتراضي عبر الفيسبوك سمح لهم بخلق منابر للتعبير عن أنفسهم أكثر حرية ومرونة، لكن هذا سيكون على حساب وفرة الاتصال الشخصي، الواقعي ويستدلّ على ذلك من عبارة (03)، ويتميز الاتصال وجهها لوجه حسب الباحثين بالانطباعات الدافئة على عكس المجتمع الافتراضي الذي يطلق عليه مجتمع أو فضاء الانطباعات الباردة للدلالة على دور وأهمية لغة الجسد، من إيماءات وإشارات والتي تعتبر أهمّ

مميزات الاتصال الشخصي ولا تتوفر في المجتمع الافتراضي، وهو ما يعني وجود فجوة بين ما يشعر به الأفراد حال اتصالهم المباشر والإحساس الذي يصلهم بشكل حقيقي، وبين الرسائل الافتراضية التي قد تخلق نوعاً من سوء الفهم أو تتعرض لعملية التشويش، ما يؤثر سلباً على جودة ونمط الاتصال الفعّال.

ويشير "ساري" أن هذا الوسيط الاتصالي الإلكتروني (Computer mediated commnucation) أدخل تغييرات جوهرية في مفهوم التفاعل الاجتماعي الراسخ بين الأفراد، وفي صلب هذه العملية الاتصالية، ممّا أفضى إلى خلخلة بنية الاتصال الاجتماعي في المجتمع، من خلال توفير فضاء اتصالي مفتوح ورحب، مكّنهم من اختراق الزمان والمكان ليتفاعلوا مع بعضهم البعض عن بعد، حتى لم يعد من الضروري وجودهم معاً في المكان نفسه، مما جعل سلوكهم وطرق إدارتهم لعواطفهم تختلف عنها في المواقف الاتصالية- التفاعلية المباشرة/وجها لوجه (ساري، 2006، صفحة 18).

ولتوضيح ذلك يشير الباحثون إلى أنّ هناك مصطلحان يوضحان طبيعة كل من المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي وهما: المكان والفضاء، ففي المجتمع الواقعي الأرض المادية هي مكان اللقاء؛ حيث اللقاء بالروح والجسد، بينما في المجتمع الافتراضي نحن نلتقي عبر الفضاء الإلكتروني بأفكارنا وآرائنا فقط، ويطلق الباحثون على المجتمع الواقعي مصطلح مجتمع الانطباعات الدافئة، بينما يطلقون على المجتمع الافتراضي مصطلح مجتمع الانطباعات الباردة كدلالة على أهمية لغة الجسد (الإيماءات، والإشارات.. الخ)، والتي لا تظهر في المجتمع الافتراضي كما يطلقون عليهما أيضاً مصطلحي "المجتمع المادي" و"مجتمع الظل" (عبد الفتاح، 2009، الصفحات 42-43)، وهو ما تحدّث عنه كل من "كيسلر" "ماجوير" و"ويلمز" و"رايس" الذين أكدوا على أنّ الإنترنت كوسيط اتصالي لا يمكن أن تكون بديلاً وظيفياً عن الاتصال الشخصي المواجهي، بسبب الافتقار إلى التواجد المادي والإشارات الجسدية غير اللفظية من خلال إيماءات الوجه والجسد، وكان "أولدنبج" (Oldenburg) قد أشار من قبل بأنّ الإنترنت كوسيط اتصالي أوجد ثلاثة أماكن رئيسية للقاء في حياة كل فرد وتمثل في المكان الذي نعيش فيه المتمثل في المنزل، ثم المكان الذي نلتقي فيه مع الآخرين كمكان الدراسة والعمل وغيره، وآخره المكان الذي يلتقي فيه الأفراد دون حاجة للحركة المادية من خلال الالتقاء عبر شبكة الإنترنت (عبد الفتاح، 2009، الصفحات 41-47).

وتتفق دراستنا مع دراسة "منال الناصر" في أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت بديلاً اجتماعياً مباشراً (الناصر، 2019)، كما تتفق مع دراسة "ناريمان نومار" في أن أفراد العينة أصبحوا يفضلون التواصل عبر

الفيسبوك عن الاتصال الشخصي المباشر، وهو ما أنتج لديهم علاقات حميمة افتراضية أكثر من علاقاتهم الواقعية (نومار، 2012).

وهو ما يبيّن وجود اعتماد قوي على المحادثات الشخصية الافتراضية كبديل عن المحادثات الواقعية المبنية على الاتصال المباشر، ممّا يؤدي إلى استغراق الطلبة أكثر في الزمن الافتراضي على حساب الزمن الواقعي في بناء العلاقات الشخصية الحقيقية، ويمكن أن يفقد المبحوث الإحساس بالزمن نظراً لجلوسه أمام الفيسبوك ومكوته ساعات طويلة في التحدث والتعارف والاستخدام، الأمر الذي يجعله مدمناً على المحادثات الرقمية ويفقده الاتصال الواقعي مع الآخرين الذين يحيطون به، ويعتبرون جزءاً من منظومة شبكة علاقاته الاجتماعية.

وهو ما أكدته العبارة (16) التي لم يوافق فيها أفراد العينة بأنهم يفضلون التواصل الشخصي المباشر على التحدث مع أصدقائهم الافتراضيين في الفيسبوك، ممّا يؤدي إلى زيادة الحميمية الافتراضية التي تنتج عن الاستغراق في استخدام الفيسبوك، ويشير عدد من الباحثين أنّ عملية الاتصال الشخصي لا تختلف عن الدّات كثيراً، بل قد لا يمكن فصلها فالإتصال ليس مجرد مجموعة من الوظائف المنفصلة ولكنه غُدّة من شبكات متصلة ومتداخلة ومتفاعلة وليس لها بداية أو نهاية، أي أنّ الإتصال ليس له حدود.

لذلك يتيح الإتصال الشخصي التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك، ونتيجة الإتصال تتكون وتشكل من العلاقات الحميمة والصدقات بين الأفراد، ويتيح هذا النوع من الإتصال فرصة للتعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة (المشاقبة، 2015، صفحة 88).

ومن أبرز ما أكدته أفراد العينة وجود تأثيرات على جودة الإتصال الشخصي في المجتمع الواقعي هو كثافة الاستخدام في التصفح والمحادثات اليومية التي تفقد المستخدم إحساسه بالوقت المنقضي ويدخل في الإدمان، وهو ما صرحت به الأغلبية في أنّ أبرز المشاكل التي تواجههم حرمانهم من النوم ونقّ التركيز بسبب دخولهم في حوارات افتراضية وإبحار دون قيود مع أصدقائهم الافتراضيين في الفيسبوك، العبارتان (04 و 10)، خاصّة وأن نسبة كبيرة منهم أكدت دخولها في دردشة مع الأجنبي بلغاتهم، ولعلّ الشيء الإيجابي استفادة الطلبة من هذه المحادثات هو تحسن مستوى لغتهم الأجنبية العبارة (05)، وهو ما أكدته النتائج السابقة التي كشفت أنّ أفراد العينة يفضلون استخدام لغة أجنبية للتواصل مع أصدقائهم في الفيسبوك، وهو ما يفسّر تفضيل المبحوثين للتواصل الافتراضي على الإتصال الشخصي الذي لا يستطيعون فيه تنظيم لقاءات مع أصدقائهم الأجنبي بشكل عادي، كما أنّ عامل اللّغة يشكّل تشويشاً لنجاح الإتصال الشخصي المباشر، ولكن بفضل الإتصال الافتراضي عبر

الفيسبوك يمكن تجاوز هذه العقبة من خلال اعتماد المستخدمين على برامج ترجمة، أو خاصية الترجمة الكتابية الفورية التي يوفرها الفيسبوك.

ومن جانب آخر قد يؤدي التواصل والدرّشة مع أجنب من كلا الجنسين على إقامة علاقات عاطفية تثمر الزواج لتسهيل الهجرة خارج الوطن، وهذه الفرصة يتيحها فضاء الفيسبوك من خلال سرعة البحث عن الأصدقاء والانضمام إلى مجموعات معيّنة تعنى بالأجنب، ومن ثم اختيار حسابات لهؤلاء الأجنب أو الأجنبيات، وكثيرا ما شهد واقعا زواج أجنب كان الفيسبوك طرفا رئيسيا في عملية التعارف، وطبعا لا يقتصر الأمر هنا على الدرّشة مع الأجنب فقط فحتى المقيمين والمقيّمات من يتحدّث بلغات أخرى في الفيسبوك، مثلما أوضحته النتائج الخاصة بجدول نوع اللّغة المستخدمة، وهذا ما يساعد المبحوثين ويدعم الدخول في علاقات حميمة، بالتغلب على عائق اللّغة وكسر حواجز الخوف أو العزلة، ولكن بقدر ما لهذه العملية من محاسن فلها مساوؤها، بحيث يستغل الشباب تواجدهم في الفيسبوك والخوض في علاقات غرامية أو التلاعب بالمشاعر، طبعا يتم هذا دون الإفصاح عن هويّاتهم الحقيقية حتى يكونوا أكثر راحة.

وهنا يشير "يامين بودهان" أنّ غرف الدرّشة تعتبر فرصة لإقامة علاقة حب، أو الحديث بحميمية إذا كانوا في الواقع عاجزين عن ذلك، إذا كانوا منطوين ومنعزلين اجتماعيا وخجولين، أو أنّهم يفتقدون للحرية في إقامة العلاقات الغرامية بحكم رقابة الأسرة وضغوطات المجتمع، فتأتي فضاءات الدرّشة لتكون فضاءً افتراضيا مثاليا بديلا، بحيث يمنح الحرية لمستخدميه للكلام عن أشياء لا يستطيعون قولها مباشرة، فيكسر حاجز الاتصال التقليدي الواقعي الذي يفرض ضوابط معينة للتواصل، أمّا فضاء الدرّشة فيكسر كل تلك الضوابط، فحين يستخدم المدرّش هويّات مزيفة لا يأبه بأيّ أحد ولا يتورّع ربّما من استخدام ألفاظ حميمة مع الجنس الآخر دون إحساس بتوجّس نفسي أو خوف من رقابة الآخرين، لأنّ لا أحد يستطيع التعرّف على شخصياتهم الحقيقية ولا يعرفون أصلا سوى أسمائهم المستعارة (بودهان، 2012، صفحة 69).

وهنا تلعب الخبرة الاجتماعية المسبقة لأفراد العينة بل تتدخّل في التمييز بين العلاقات الجادة عن غيرها من العلاقات التي يدخل فيها أصحابها بغرض تمضية الوقت والتسلية فقط، والتلاعب بالمشاعر والعواطف، لذلك يكون التفاعل أساس العلاقات الواقعية هو الفيصل بين أطراف العلاقات الاجتماعية، وهنا تظهر المفارقة في المجتمع الافتراضي الذي يتفقد هذه الميزة في إدراك طبيعة العلاقات وحقيقتها، خاصة وأنّ المجتمع الافتراضي سهل التلاعب فيه بالهويّات الرقمية.

ويبدو من خلال استعراض نتائج وقيم المقياس أن أفراد العينة بفضل السمات التي يمتاز بها الفيسبوك اكتسبوا مكانة اجتماعية بين زملاء الدراسة وبين معارفهم العبارات (06 و 07 و 08 و 09)، فقد أصبحت لهم مكانة خاصة نظرا للدور الهام الذي يقومون به والصورة الإيجابية التي يرسمها الآخرون عنهم، وتفسير ذلك أن جزءاً من أفراد العينة استطاع تحقيق الألفة بفضل التواصل الدائم والمحافظة على وتيرة الدردشة مع مختلف أشكال علاقاتهم، وهو ما يدعم الاتصال الشخصي الافتراضي في مقابل انخفاض حجم الاتصال الشخصي الواقعي، وقد يتخذ أفراد العينة قراراً بتطوير علاقاتهم، عن طريق الالتقاء بأصدقائهم الافتراضيين ورغبة في زيادة الثقة واستمرارية تلك العلاقة أو اكتشافها أكثر عن قرب، خاصة إذا كانت بعض الشخصيات قد قدمت نفسها بصورة مغايرة عن الواقع الاجتماعي.

وفي هذا السياق أكد "هارولد رينجولد" بأن المجتمع الافتراضي هو الذي يجمع بين عناصر المجتمع المتمثلة في الأفراد، والعلاقات الاجتماعية، والأهداف، بحيث تتفاعل هذه العناصر مع بعضها البعض وفق عملية ديناميكية في الزمان، كما أكد بأن هذه المجتمعات تنشأ على أساس العلاقات الشخصية، التي أصبح مستخدميها يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم افتراضي يوازي عالمهم الفيزيائي، الأمر الذي دفعهم إلى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية والتقليل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والاستئناس أكثر بنظيرتها الافتراضية. (الدليمي، 2020، الصفحات 95-116)، فقد بينت دراسة (لعوي و زينة، 2020) أن (76.31%) من الطلبة الجامعيين يشعرون بالألفة والانتماء أكثر مع أفراد أسرهم وأصدقائهم في الواقع، وبيّنت الدراسة أن (23.69%) يفضلون أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أظهرت أن (68.42%) من أفراد العينة يقضون أوقاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم الواقعيين، في حين تقضي (31.58%) أوقاتها مع أصدقاء افتراضيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

و لربما ما يؤكد هذا التحليل ما جاء في العبارتين (09 و 20)، حيث حصلنا على اتفاق لدى أفراد العينة، وهو ما يقوي موقف بعض الطلبة الذين يعتقدون أن الاتصال الافتراضي أدى إلى تقليل حضورهم بشكل مكثف في الفضاء الواقعي أو في المجتمع الفيزيائي وزيادته في مجتمع الفيسبوك، مما أدى إلى ظهور نمط علائقي بديل للاتصال الشخصي الواقعي.

وقد أشار سابقاً كل من "بيرجون" و"هال" (Burgon & hale, 1987) إلى شروط الحضور في الفضاء الافتراضي التي تتمثل في: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 117)

1- الدفء (Warm) أي الاحساس بتواجد الآخر ومشاركته معك في الموقف الاتصالي.

- 2- الألفة (Intimate) أي وجود علاقة ودّ قويّة بين طرفين أو أكثر.
- 3- الاحساس (Sensivite) أي إحساس كلّ طرف بمشاعر الآخر أثناء العملية الاتصالية.
- 4- الشخصية (Personality) أي وضوح سمات شخصية كلّ طرف أثناء العملية الاتصالية.
- وفي حقيقة الأمر أنّ هناك تكاملاً بين الاتصال الشخصي والتواصل الافتراضي عبر الفيسبوك، وهذا التكامل ينشأ بفضل تطوّر علاقات الأفراد الذين ساعدتهم الفيسبوك على التعارف، وبالتالي يلجؤون إلى المرحلة التالية من العلاقات الاجتماعية عبر اللقاءات الشخصية، وهو ما نعتبره تطوّرًا في العلاقات الاجتماعية الافتراضية بين أفراد العينة والآخرين الذين تعرّفوا عليهم عبر الفيسبوك كوسيط اتصالي مستحدث، فهذه العملية أي التواصل الشخصي تتيح للأفراد تبادل رسائل شخصية وجسدية تساهم في استحداث وبناء علاقات بينهم سلبيا أو إيجابيا، كما تتيح التفاعل بين الأشخاص في موضوع مشترك، ونتيجة الاتصال تتكوّن وتتشكّل العلاقات الحميمة والصدقات بين الأفراد أو قناعتهم نظريات الاتصال (المشاقبة، 2015، الصفحات 88-89).
- وفي هذا الاتجاه يذكر "حسن مكاوي" و"ليلي السيد" بعض مميزات الاتصال الشخصي كما يلي: (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 31)

- 1- يتيح هذا النوع من الاتصال فرصة للتعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة.
 - 2- تكون الفرصة أمام القائم بالاتصال سائحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو إقناعا.
 - 3- انخفاض تكلفة الاتصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى، ويتطلّب ذلك جمهورا معروفا ومحدودا وغير مشتّت
 - 4- إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدّث إليهم.
 - 5- سهولة تقدير حجم التعرّض للرسالة.
 - 6- تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة..
- فبعض باقي نتائج العبارات يتبيّن أنّ الاتصال الشخصي الافتراضي ساهم في تشكيل العلاقات الافتراضية لدى الباحثين، بل استمرارية وتقوية العلاقات بينهم، خاصّة الذين سبق لهم معرفتهم عن طريق الاتصال الشخصي كالأُسرة وأصدقاء الحي وزملاء الدّراسة، وهو ما زاد فعلا من القبول الاجتماعي والتألّق على عكس ما كان في الواقع، حيث تلعب المنشورات الإيجابية والتفاعلات المستمرة دورا هاما في التعرف بشكل أفضل وإعطاء صورة جيدة عنهم، خاصة لدى الأشخاص الذين لهم علاقات صداقة مع أصدقاء بعيدين عنهم.
- ومن خلال نتائج مقياس البعد الشخصي يتّضح أنّ الباحثين من طلبة العلوم التكنولوجية أظهروا وجود تأثير وسيط لاستخدام الفيسبوك على نمط الاتصال الشخصي الواقعي، فالاتصال الافتراضي إضافة إلى أنّه يلعب دورا

هاما في التأثير على التفاعل الاجتماعي بفضل خدمات التواصل المتعددة والتغلب على نق [] أو فقدان الاتصال ببعض الأفراد البعيدين مكانيا، فإنه يعمل على تحقيق درجة عالية من الإشباع الاجتماعية لأفراد العينة، ونقل المشاعر وإرساء العلاقات العاطفية بين الجنسين، مثلما بيّنته نتائج محور الإشباع، وهو ما يحيلنا إلى القول أنه رغم اختلاف الطرق والوسائل إلا أنّ الفيسبوك كوسيط اتصالي أدى دوره بنجاح وفعالية مثل باقي وسائل الاتصال الشخصية، نظرا لما تمتاز به الاتصالات الافتراضية من خدمات الفيديو والصوت وغيرها، ويمكن أن تؤدّي نفس التفاعل الذي سوف يؤديه الاتصال الشخصي، ولربما سيزيد التعلّق أكثر بالفيسبوك، وتصبح الشراة في إشباع الحاجات دون حدود، ويقود إلى استخدامات أوسع وأكثر كثافة.

وهو ما تحاول نظرية "الوجود الاجتماعي" (Social Presence Theory) تفسيره، انطلاقا من تحليل علاقة إقبال الأفراد على تكنولوجيا الاتصال الجديدة بقدرتها على نقل شعور وأحاسيس المرسل والمرسل إليه، حيث تشير النظرية إلى أنّه كلّما ساعدت وسيلة الاتصال على إرسال الأحاسيس كالحركات والإشارات اليدوية والصّور، كانت الوسيلة غنيّة بالوجود الاجتماعي وكان إقبال الأفراد عليها كبيرا لتأسيس علاقات اجتماعية، كما تشير إلى أنّ إحساس الفرد بالآخر أثناء الاتصال يلعب أهمّ دور في تقبل التكنولوجيا، مما ينتج عنه زيادة في الإقبال عليها، وامتعة التسلية وزيادة الأداء وتحسين العمل الجماعي (روبيح و رويح، 2005).

كما كشفت لنا نتائج البعد عن الكثير من التأثيرات السلبية التي ترافق عملية الاتصال الافتراضي، بسبب كثرة ساعات الاستخدام والتعلّق بالمحادثات وإدمان التصفح، حيث أوضح أفراد العينة أنّهم أصبحوا يشكون من آلام جسدية ويعانون من الكسل والخمول وكثرة النسيان، نتيجة الانغماس في استخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول وبختمهم عن الإشباع المختلفة التي يسعون إلى تحقيقها بعيدا عن واقعهم، وتأتي تلك الرغبة الملحة في التعاطي مع محتويات الفيسبوك مع إحساس الفرد بافتقاده لعلاقاته الواقعية وانخفاض جودتها، كما اتفق أغلبية أفراد العينة على تدبّي مستواهم الدّراسي بسبب استغراقهم في المحادثات الفيسبوكية والاتصالات الافتراضية على حساب واجباتهم الدراسية، وهذا من مظاهر الانغماس والإدمان.

فقد أشارت الكثير من البحوث والدراسات الاجتماعية والنفسية إلى أنّ البحث عن العلاقات الاجتماعية في الإنترنت على حساب العلاقات الواقعية له آثار تنعكس سلبا على الإنسان. فحسب بعض ما رصدته الدراسات المتخصصة، يمكن أن نذكر ما يلي: (درويش، 2016، الصفحات 55-56)

1- هروب الأشخاص من عالم الواقع الفعلي إلى عالم افتراضي.

2- الانطواء والاعتزاب النفسي الذي يتعرض له الشباب.

3- اهتزاز الثقة بالنفس وترسيخ قيم السلبية والقلق والرفض.

4- الاجهاد والتوتر النفسي من جراء متابعة الشاشة.

5- ضعف الأبصار، آلام الظهر، والصداع والهزال واضطرابات النوم.

6- انخفاض المستوى الدراسي، ورسوب الطالب لعدم استعداده لامتحان.

وفي هذا السياق يؤكّد الباحثون في الصحة النفسية والجسدية إلى عدة تأثيرات سلبية تنتج عن إدمان الإنترنت بالنسبة للمدمن نفسه مثل السهر والأرق وآلام الرقبة والظهر والتهاب العين، وبالنسبة للأسرة ما تسببه من مشكلات زوجية وعدم الاهتمام بالأبناء ومشكلات في العمل نتيجة للتأخر في الأعمال ومشكلات اجتماعية لإهمال المصاب به من أهله وأقاربه، لهذا فقد بدأت بالظهور عيادات نفسية لعلاج الإدمان الأترنيتي، حيث أنشأت عيادة نفسية عام 1996م في مستشفى "ماكين" في جامعة هارفارد، وبدأت تلك العيادة تقدم خدماتها الإرشادية والعلاجية (لونيس، 2008/2007، صفحة 151).

ومن جهة أخرى تؤكّد العبارات التي طرحت على أفراد العينة أن هناك تأثيرا حقيقيا للعلاقات الفيسبوكية على علاقاتهم الواقعية، فبالرغم من أنّ التفاعل جزء أساسي ومحوري في تشكيل العلاقات إلا أنّ الأغلبية وافقت على أنّها تتفاعل مع ما ينشره ويتداوله أصدقائهم من قبيل المجاملة فقط ورد الجميل (التعليق بالتعليق أو الإعجاب بالإعجاب)، وهو ما يؤكّد هشاشة بعض العلاقات وتردد أصحابها في استمراريتها، أو هناك ميول وتفضيلات لدى أفراد العينة بين بعض العلاقات والصدقات، وبالفعل إذ يؤكّد ذلك العبارة (17) التي تبين وجود تمايز في العلاقات المشكّلة عبر الفيسبوك، وبخصوص العبارة (19)، يمكن تفسير ضعف الاتفاق حولها في أنّ أغلبية العبارات تؤكّد تغيرا في نمط الاتصال الشخصي لدى أفراد العينة، وبالتالي فإنّ كثيرا من الصداقات يكون لها تأثيرات إيجابية على حياة الأفراد خاصة إن كانت هذه الصداقات تدخل في نطاق الاهتمام المشترك، ضف إلى ذلك أنّ كثيرا من الشباب يستعرضون صورهم على الفيسبوك وهم يمارسون أنشطة رياضية مختلفة، وتحصد صورهم الكثير من الإعجابات والتعليقات.

• وبالعودة إلى المتوسط الحسابي العام لمقياس بعد الاتصال الشخصي الذي بلغ (3.1452) والذي يفوق قيمة الوسط الفرضي (03) بانحراف معياري بلغ (0.55951)، حيث تؤكّد هذه النتيجة على الاتجاه الإيجابي للمقياس، مما يتّضح أنّ أفراد العينة موافقون على ما جاء في عبارات المقياس، إذ تؤكّد هذه القيم على انخفاض في مستوى الاتصال الشخصي الواقعي في مقابل زيادة الاتصال الافتراضي الذي أصبح سائدا بين الطلبة، وتظهر هذه الحالة العامّة تراجع الخبرة الإنسانية والتواصل البشري بفضل انتشار استخدام الفيسبوك، وحجم

الإشباع الاجتماعي والنفسية والمعرفية وغيرها التي يحققها لمختلف المستخدمين، خاصة وأنّ الطلبة الجامعيين يظهرون اهتماما كبيرا في استخدامات الفيسبوك، مثلما بينته نتائج العادات والأنماط والدوافع والإشباع. فرغم تواجد الطلبة في بيئة علمية أكاديمية واحدة إلا أنه من الواضح أنّ النمط الاتصالي الجديد المتمثل في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، قد أثر بشكل ملحوظ على الاتصال التقليدي أو الاتصال الشخصي وجها لوجه، وهو ما سوف ينتج عنه أزمة اتصال حتى بين المقرّبين والمتواجدين في فضاء اجتماعي واقعي. ومن جهة أخرى فإنّ طغيان الاتصال الافتراضي من شأنه أن يلعب دورا سلبيا على شكل العلاقات الاجتماعية الواقعية، فيحدّ من التفاعل حتى ضمن دائرة الرّوابط العائلية والصدقات، وعلى شكل العلاقات العاطفية أيضا التي أخذت منحى بعيدا كلّ البعد عن الأعراف والتقاليد والقيم، بالنظر إلى الطريقة التي يتمّ بها تشبيك العلاقات بين الجنسين من الطلبة، وهو ما يؤثّر على البعد الأخلاقي.

ضف إلى ذلك أنّ انخفاض مستوى الاتصال الشخصي يؤثّر بشكل غير مباشر على العلاقات الشخصية الواقعية، ويبرز هذا التأثير من خلال نقـ [الاحتكاك الاجتماعي الواقعي في مقابل زيادة الاحتكاك الاجتماعي الافتراضي، كما من شأنه أن يزيد من الوحدة الاجتماعية نظرا لكثرة الاعتكاف على استخدام الفيسبوك وتجنب مخالطة الناس من المقرّبين والأصدقاء والاكتفاء فقط بالتراسل والدردشة الافتراضية، وقد ينتج عن هذا التراجع في العلاقات الشخصية تناقـ [مستويات الدّعم الاجتماعي في الواقع، وهو ما قد يؤثّر على الصحة النفسية سلبيًا، ويعزّز من الوحدة والشعور بالانطوائية خلال مغادرة المستخدم الفيسبوك أو حدوث أي خلل في الاتصال الافتراضي.

ومثلما بينته نتائج الدراسة في الإشباع المحققة فإنّ الغالبية العظمى من أفراد العينة يؤكّدون بأنّ الفيسبوك منحهم الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من مجتمعهم الواقعي، وذلك من خلال انخراطهم وتفاعلهم ضمن مجموعات متنوعة تلبّي لهم تلك الحاجات التي تعكس اهتماماتهم المشتركة ويترحون من خلالها مواضيعهم المفضّلة، والتي لم يجدوها في مجتمعهم الواقعي أو يصعب توفّرها واقعيًا.

كما أكّدت النتائج أنّ اقبال الطلبة على استخدام الفيسبوك والنشاط الكثيف في التعاطي مع خدماته، يمكن أن يؤثّر على نوعية العلاقات الشخصية، حيث يسهم في توسيع دائرة المعارف والانخراط في مجموعات مختلفة، وصناعة صورة ذهنيّة بالشكل الذي يرغب فيه المستخدم وقد تكون هذه الصور الانطباعية مضلّلة ومزيّفة، من أجل الحصول على الدّعم الاجتماعي والعاطفي والنّفسي، والبحث عن تقوية العلاقات الاجتماعية القرابية والدّراسية بأشكالها المعرفية والعاطفية والشخصية، لكن الطرف الآخر يقود هذا الانغماس المضلّ في العلاقات

الشخصية الافتراضية ودرجة الارتياح والتشبع الاجتماعي والعاطفي والنفسي إلى حالة من الانفصام عن الواقع، فيؤدي إلى تشتت الانتباه لدى المستخدم وتوهانه في غمار الفضاء الافتراضي، وهو ما ينعكس سلبا على جودة العلاقات الشخصية العميقة، ويصيب الروابط الاجتماعية للمبحوثين بالبلادة والجمود، وربما حتى التفكك، ويفقد معه المستخدم الثقة بمن حوله، بل ويأسه من البحث والسعي وراء العلاقات الواقعية فيكتفي بتلك التي أنشأها وصنّفها حسب اهتماماته وحققته له إشباعاته ورضاه النفسي واستقراره العاطفي أو الرومنسي، ونجح في الحصول على الدعم العاطفي سواء من المقربين أو من تلك العلاقات المكتسبة التي نسجها وفقا لدوافعه وحاجاته.

فقد أجرى "ميشيل فانسون" (Meecheel Vansoon) دراسة حول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، التي تمّ تطبيقها على عينة (1600) مستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي من الشباب في بريطانيا، وقد جاء في نتائج الدراسة أنّ نسبة تفوق نصف أفراد العينة البالغين يستخدمون مواقع (كالفيسبوك وبيبو ويوتيوب)، ويقضون وقتا أطول على شبكة الإنترنت أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين، أو مع أفراد أسرهم، وقد تسببت هذه المواقع في تغيير أنماط حياتهم وعلاقاتهم، كما بيّنت الدراسة أنّ محادثاتهم عبر الهاتف بدأت تقلّ، ولا يشاهدون التلفاز كثيرا (Meecheel, 2010).

فالاتصال الشخصي الذي يظل أساس التفاعل الحقيقي بين الشباب الجامعي، والذي سمح لهم بتداول كل جديد تكنولوجي، وحفزهم على الولوج إلى عمق المجتمعات الافتراضية ومواكبة التطورات في عالم الإنترنت، ذلك أنّ هذا الجيل معروف بتقبّله لكل جديد تكنولوجي من باب الفضول والاكتشاف، وحتى لا يتمّ وصفهم بالمنعزلين اجتماعيا عن العالم، ويمثّل حبّ الظهور على الفيسبوك جزءا متّصلا بإثبات الذات حتى لو كان هذا على حساب الزمن الاجتماعي، لذلك كثيرا ما نجد أنّ هذا الجيل يتم وصفه بعدة صفات سلبية بأنّه جيل الإنترنت أو جيل الفيسبوك، وهذا إشارة إلى أنّ السلوكيات التي تصدر عنهم لم تكن معروفة إلا بعد استخدام تكنولوجيات الاتصال وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن جهة أخرى يمكن أن يؤدي الاستخدام المكثّف إلى تفكك الروابط والعلاقات الشخصية نتيجة الافتقار إلى الاتصال الشخصي وتعويضه بالتواصل الرقمي، وهو ما يترك الفرد في حالة انعزال تام و انفصام عن الظروف المحيطة به، ويفقده مهارة التواصل المباشر، وبالتالي تؤدي هذه الحالة الاعتيادية إلى الاتكال مطلقا على وسائل التواصل الاجتماعي، فلا حرج من استخدام الهاتف للتواصل البعيد وغيره من شؤون الحياة ولكن الانكباب على الفيسبوك والهواتف الذكية هو ما يشكل خطورة على التواصل الحقيقي الفعّال.

ففي اعتقاد "جراي كراج" (Gray Krug) أنّ الفضاء الرّمزي أدّى إلى تفكّك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد وتشكّل نوع جديد من أنواع العلاقات الاجتماعية على المستوى الافتراضي، وهو يقصد بذلك أنّ تفاعلات الواقع الافتراضي التي تتم في إطار الإنترنت أثّرت بدورها على تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم على أساس الوجه بالوجه؛ أي الاتصال الشخصي المواجهي أو المباشر، وتشير الدلائل الواقعية بأنّ هناك مزيداً من الاتجاه نحو التفاعلات الافتراضية خاصة في ظل الواقع المعاش، ولقد طرح "ألبرت بورمان" (Albert Bourman) فكرة في هذا الصّدّد مفادها؛ أنّ الإنترنت قد أتاح فرصة تكوين علاقات اجتماعية سهلة عبر فضائه، إذ ساهمت هذه العلاقات في تفكّك ما هو تقليدي من العلاقات الاجتماعية وتشكّل كل ما هو عالمي. (رضوان و عباس، 2018، صفحة 122).

لقد أنتج الارتباط بالفضاء الأزرق علاقة حميمة مع المستخدم (المبحوثين)، وهو ما يطرح لدينا مسألة الثقة التي يكتسبها المستخدمون وإحساسهم بالراحة نتيجة المؤانسة مع هواتفهم الذكية، فقد منحت لهم الدّعم النفسي والاجتماعي طوال فترات اليوم ولساعات طويلة من التواصل وعلى مدار أيام الأسبوع، ولعلّ هذا ما يشكّل لدينا يقينا بقوة تأثير الفيسبوك على استجابة المبحوثين للتأثيرات الخارجية ولبحثهم عن الصداقات والعلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تعوّضهم عن العلاقات الحقيقية، والتي وجدوا فيها عدم التوافق والاتزان، ولذلك يسعون وراء إيجاد أنواع من الصداقات والعلاقات لإشباع حاجات عاطفية ولربّما جنسية.

وهنا يشير "أولدنبرج" إلى أنّه بعد ظهور الإنترنت كوسيط اتصالي فإنّه أصبح هناك ثلاثة أماكن رئيسية في حياة كل فرد، وهي: (عبد الفتاح، 2009، صفحة 41)

المكان الأوّل: المكان الذي نعيش فيه (المنزل).

المكان الثاني: المكان الذي نلتقي فيه مع الآخرين (مكان الدراسة، العمل،... إلخ)

المكان الثالث: وهو المكان الذي يلتقي فيه الأفراد دون حاجة للحركة المادية من خلال الالتقاء عبر الإنترنت.

ورغم أن المبحوثين قد أكّدوا في نتائج سابقة للإشباع المحققة أنّ هدفهم الأوّل هو الدردشة والتسلية والتواصل مع الأصدقاء الافتراضيين، وهو ما يخلق واقعا بديلا غنيّ بالتفاعل الذي أتاح لهم فرصة الحوار والتفريغ والتنفيس العاطفي، وبهذا المعنى ينظر الطلبة إلى الفيسبوك بأنّه مكان -فضاء- موازي؛ يستطيعون بفضل طرح أفكارهم وتبادل وجهات النظر، باستخدام أدوات الدردشة المتاحة، وتمضية الوقت مع أحبائهم.

فمن دراسة (الآثار الاجتماعية لإدمان الأنترنت) قام (بلملي، 2001)، باكتشاف تأثير العلاقات الشخصية والاتصالية عبر حجرات الدردشة على توجه الأفراد نحو الأنترنت، حيث طبقت الدراسة على 114 مبحوثاً من

الطلبة من جامعة (ميتشجان)، وأظهرت الدراسة وجود أشكال أخرى لعلاقات أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة والإدمان سوف يصبح الشكل المستقبلي لاستخدام الأنترنت، وأنّ النظر إلى متعة الإنترنت لدى المبحوثين محكوم بعوامل اجتماعية أخرى وسيطة (السعدي، 2016، صفحة 27).

فلقد أدى السعي إلى تعويض الأصدقاء الحقيقيين بأصدقاء افتراضيين يتم انتقاؤهم بشروط محدّدة، إلى تفويض فرص الاتصال الحقيقي بين الأشخاص - الاتصال المواجهي - ومن ثمّ حدوث التشويش ثم القطيعة ومنه إلى الانفصال، بسبب ما تحدّثه هذه البنية الافتراضية الجديدة من تأثير سلبي على سلامة الاتصال الشخصي، وبسبب غياب الحضور الفيزيائي لعناصر الاتصال المواجهي، وبغض النظر عن ذلك فإنّ بعض الدوافع التي تمّ إثباتها في الدراسة تعتبر بالنسبة للعلم الاجتماعي حاجة طبيعية، ذلك أنّ الغرض الأساسي للاتصال هو التفاعل مع أيّ كان؛ سواء معارف من الواقع الاجتماعي أو معارف اكتسبواهم من استخدام الفيسبوك، وهو ما يسعى إليه أغلبية المستخدمين بواسطة إقامة علاقات اتصال مع أشخاص آخرين تعويضا لحرامهم أو لعدم كفايتهم أو نق [إشباعهم في مجتمعهم الواقعي، ومن أجل ذلك فإنّ إحداث ترابط واندماج مع العوامل النفسية والاجتماعية والشخصية، يلبي حاجة المبحوثين للاتصال الشخصي والذي يجب أن ينسجم مع قدرة الوسيلة الاتصالية على تلبية تلك الحاجات.

ولتوضيح الأمر أكثر فقد تطرقت نظرية "إرساء العلاقات" (Social Penetration Theory) لشرح تطور العلاقات الاجتماعية وجها لوجه بين الأفراد، حيث ترى أنّ العلاقة تبدأ بين غرباء ثمّ تتطور حتى تصبح علاقة حميمة، كما ترى هذا التطور عبارة عن سياق متواصل (Ongoing process) بخطوات بطيئة تتأثر العلاقة خلالها ومنذ بدايتها بثلاثة عوامل: استعمال الكلمات أثناء الخطاب، استعمال الإشارات الجسدية كالضحك والابتسامة، استعمال البيئة الملموسة كإهداء الزهور مثلا، كما تتأثر العلاقة بإدراك أحد الأطراف إلى ما ينوي الطرف الآخر إيصاله كمحاولة الارتباط به مثلا، وقد أضاف أصحاب هذه النظرية ثلاثة مؤثرات أخرى وهي خصاء [الأفراد ونتائج الاتصال كاحتمال عودة الفائدة على أحد أطرافها، والإطار أو المحيط (Situational context) ودوره في تسهيل إرساء العلاقة (روييح و روييح، 2005)، وهو ما يحدث حقيقة في فضاء الفيسبوك خاصة في بيئاتنا العربية، التي أصبحت تعتمد على الهواتف والمحادثات الرقمية في إرساء العلاقات الشخصية الحميمة.

ومن جهة أخرى فإنّ سعي المبحوثين وميلهم لنسج علاقات اجتماعية افتراضية بعيدا عن واقعهم الاجتماعي يؤدّي إلى تقليد [أو الاستغناء عن اتصاليهم بعلاقات حقيقية، فتصبح بديلا لهم عن التفاعل الشخصي الواقعي،

لأنّها قد تحقّق لهم جملة من الإشباعات التي ترضي ميولهم ورغباتهم، وهذه الإشباعات تزيد من تقبّل التكنولوجيا لديهم، وتحتّمهم على مزيد من الإقبال عليها كلّما كانت دوافعهم تلحّ عليهم بالاستخدام لأغراض مختلفة، فكلّما كانت الوسيلة غنيّةً بالإشباعات ومنحته نشوته النفسية، مهما اختلف الباحثون حولها من إشباعات سطحية أو عميقة، فإنّه سيتألف معها وتؤدّي به إلى الإدمان والعزلة النفسية والاجتماعية.

وهو ما حذر منه "ريتشارد واتسون" (Richard Watson)، من خطورة إضفاء الطابع الافتراضي الذي يؤدّي إلى استبعاد الاتصال البشري المباشر، وينتج عنه نشأة جيل يفضل التّعامل مع الآلة على التّعامل مع البشر، وهذا ما ينطبق على ما تؤسّسه اتصالات الخطّ من جماعات افتراضية تؤمّن لنا وجودا زائفا ضمن الجماعة، وهذا الوجود هو أساس بروز الرأس مال الاجتماعي الاستلابي الناتج بالأساس عن تشيؤ العلاقات الاجتماعية، كون أنّ الفرد إنّما يسعى لحيازة علاقات ضمن آلية هروبية تضمن له البقاء قرب الآخرين هروبا من الوحدة، وهنا ينتقل الإنسان من حالة اغتراب الانفصال إلى اغتراب الخضوع، فالوجود الافتراضي يكرّس الهروب من العلاقات الشخصية نحو علاقات سطحية افتراضية (غمشي، 2018، الصفحات 265-267). وبالضرورة تصبح حتى تلك العلاقات الافتراضية مع الواقعية علاقات زائفة وعلاقات يحكمها الوسيط الاتصالي كأسلوب للتّملك والحيازة، ممّا يؤدّي على نسج علاقات مزيفة لأنّها انطلقت من دوافع هروبية اجتماعية ونفسية، إلى أحضان الآلة، في اعتقاده أنّها تؤمّن له علاقات شخصية افتراضية حميمية أفضل جودة من الاتصال الشخصي الواقعي، لكن كثيرا ما تحدث خيبات أمل لدى المستخدمين الذين يقبلون على الفيسبوك طمعا في الإشباع والإمتاع بمبرّرات كثيرة تأتي في مقدّمها الهروب من الواقع والشعور بالفراغ النفسي والعاطفي، لذلك يكون البحث عن فكّ العزلة والرغبة في التخلّ من الشعور بالوحدة، مرتبط بالإشباع في المجتمع الافتراضي، ولكنّه ينعكس أيضا على وجوده الواقعي الذي يتجسّد في إدراك تراجع حجم الدّعم النفسي والاجتماعي الذي يتلقّونه، وهو الأساس في الشعور بالإحباط ويدفع بالأفراد إلى الابتعاد عن واقعهم.

لذلك أشار "ميلر" 1996 إلى أن التواصل في المجتمع الافتراضي يمكن أن يخلق الإحساس المضلّ لدى الفرد بأنّه ينتمي إلى مجتمع ولديه بديل يمكن أن يغنيه عن المجتمع الواقعي، كما أنّ المجتمع الافتراضي لا نرى فيه أفراد أسرنا أو أصدقاءنا وجها لوجه، وقد يؤدّي ذلك إلى الاعتياد على مثل هذا التّمط من الغياب المادّي، وبالتالي قد يؤدّي إلى العزلة والوحدة (عبد الفتاح، 2009، صفحة 44).

وفي هذا الإطار حاول كثير من الباحثين تحديد نوع العلاقة بين المجتمعين الواقعي والافتراضي، وكيف يمكن أن يؤثّر كل مجتمع في الآخر، ويمكن أن نرصد ثلاثة آراء كما يلي: (الدليمي، 2020، صفحة 118)

الرأي الأول: يرى أنه من الطبيعي مع هذا التطور التكنولوجي أن ينشأ المجتمع الافتراضي، والذي يعدّ فرعاً صغيراً من المجتمع الواقعي ولا يغني عنه.

الرأي الثاني: يرى أنّ انغماس الفرد في المجتمع الافتراضي يجعله أكثر بعداً عن الآخرين في المجتمع الواقعي ويجعله محصوراً مكانياً في مكان تواجد الإنترنت ويخلق نوعاً من الفردية مع ذاتهم عبر الإنترنت، ممّا يجعل الأفراد أكثر تركيزاً مع ذاتهم عبر الإنترنت، ويصبح التواصل بين الأفراد مرتبطاً بالشخصية والذات أكثر من التواصل والتواجد بالجسد.

الرأي الثالث: يرى أنّ المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي مجتمعان مكملان لبعضهم البعض وهناك تفاعل واعتمادية بينهما، فالفرد يمكن أن يتعرّف على أشخاص جدد عبر الإنترنت ويطوّر هذه العلاقات في المجتمع الواقعي والعكس صحيح، إذ يساعد مجتمع الإنترنت في تقوية العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواقعي.

وحقيقة الأمر أنّ هذا الشكل الجديد من الاستخدام في تكنولوجيا التفاعل ظلّ لسنوات على غرار ما كان سائداً في وسائل الاتصال التقليدية، لأنّ طموحات النفس البشرية تتغير باستمرار، فوجب معها ملائمة هذا التغير بأشكال وأنماط جديدة من الاتصال الرقمي، تكييف وفق حاجيات ودوافع استخدامات ملحوظة أو ظاهرة وأخرى غير معلنة أو مخفية (دوافع نفسية لا يمكن للمستخدم البوح بها لأنها تشبع غرائزه وأهوائه الجنسية). فهذا التناغم بين التقني والبشري يؤسس لعلاقات مؤنسة جديدة فرضها تغلغل وسائل الاتصال في عمق المجتمعات التقليدية المبنية على الاتصال الشخصي والجمعي، فهي دخلت بيوتنا وسرقت منّا أجمل أوقات راحتنا ونشوة تواصلنا مع ذواتنا الاجتماعية والأسرية، فهذا الدوبان لم يأت اعتباراً بالصدفة بل كانت نتيجة انغماس النفس في العالم الافتراضي، ليس لوحدها فقط بل في إطار مبررات اجتماعية ونفسية بأنّها تلك الدوافع والحاجات التي أنتجت هذه المؤنسة الخطيرة على اتصالنا ببعضنا.

ولقد تحدّث "مارشال ماكلوهان" في نظريته (الاحتمية التكنولوجية) عن ما أحدثته التقنية من تأثيرات عميقة على تواصل الإنسان، وشكّلت افتراضاتها لغاية اليوم إرهابات لعديد الطّروحات والنظريات، لأنّ وسائل الاتصال التي كانت سائدة في تلك الفترة أحدثت شرخاً كبيراً في عمق الاتصال الشخصي، فحواسّ الإنسان التي يستخدمها لفهم الرسائل الاتصالية لم تعد تكفي في تأويل شفرات الاتصال، بل ستدعمها التكنولوجيا الحديثة بفضل اندماج حواسّ الإنسان مع التقنية، وبالتالي فهو يعتبر تلك الوسائل ما هي إلاّ امتداد لحواسّ الإنسان التي يشاهد بها ويسمع ويقرأ ويكتب ويعي بها رسائل الاتصال، ولفهم تأثير ارتباط تلك الحواسّ بالتقنية فإننا ننظر في مدى تعلق الطالب الجامعي كمستخدم نشيط بإجراءات تكنولوجيا الوسائط الجديدة التي غدت ليس فقط امتداداً لحواسّه

وجوارحه، بل هي التي تشكّل ذاته وتفهم حاجاته وتصيغ دوافعه، وبالتالي تنتج له رسائل اتصالية يتعرّض لها ويستخدم تقنياتها في الإشباع.

وما يلاحظ في نتائج البعد الشخصي أنّ التواصل في المجتمع الافتراضي أوجد العديد من التناقضات على مستويات عدة، كالألفة؛ أين يكون التناقض مع الاتصال بأشخاص لا نعرفهم مسبقاً، أو يخفون هويّتهم الحقيقية أثناء إجراء التواصل، كما يكون التناقض على مستوى القوانين والعادات الاجتماعية حيث يصبح الالتزام بها في الواقع مجرد وهم، لأنّه في المجتمع الافتراضي ينسلخ هذا المستخدم من القيم والمعايير الاجتماعية التي توجّه سلوكه نحو الامتثال لقوانين مجتمعه وعادات جماعته الأولية، ففيه يكثر مستخدموا الهويات المستعارة لتجاوز الرقابة الاجتماعية والقفز على مسألة المكافئة خوفاً من الامتثال للأعراف أو الجزاء الاجتماعي، وأيضا يكمن التناقض في أنّ العلاقات الافتراضية على الفيسبوك أصبحت محكومة بالتقنيّة، فوجودها أو إخفاءها مرتبط برغبة طرفي العلاقة، حيث تختفي تفاعلاتها بمجرد إغلاق الجهاز أو الخروج من الشبكة أو حظر الآخر، لذلك تشكل مسألة انهيار أو إنهاء هذه العلاقات مفارقات بين العلاقات الاجتماعية الواقعية أين يدخل الأفراد في حالة عزلة ويشعرون بإحباط شديد وتتولد لديهم الرّغبة في إصلاح علاقاتهم، بخلاف العلاقات الافتراضية حيث يكون المستخدم مرنا في هذه العلاقات رغم أنّه يتعلّق بعواطفه ووجدانه مع العديد المستخدمين، إلّا أنه لا تزال له فرصة إقامة علاقات اجتماعية افتراضية جديدة، وهو ما يحدث فعلا، فهذا التضليل الاجتماعي والوجداني والنفسي يجعل الفرد أكثر تعلّقاً بعلاقات متعدّدة وبأنماط من الشخصيات الوهمية أو الحقيقية، لذلك أغلب هذه العلاقات لا تستقرّ لأصحابها وتعرّضها مشاكل وعوائق تحدّ من استمرارية ودوامها.

فقد أشارت دراسة كل من "دروين" و"ميلر" (Drouin & Miller) التي نشرت في مجلّة (Computers in Human Behavior) سنة 2017، إلى تأثير استخدام الأشخاص المفرط لموقع الفيسبوك على شعورهم بالقرب الاجتماعي في المجتمع الحقيقي، حيث بينت الدراسة أنّه كلّما زاد استخدامهم للفيسبوك قلّ من شعورهم بالقرب الاجتماعي والتواصل العميق في واقعهم، ممّا يؤدي إلى تأثير سلبي على تواصلهم الشخصي وجها لوجه والعلاقات الشخصية والعائلية، وأكّدت نتائجهم أنّ المستخدمين يمكن أن يشعروا بتدّدي عالي من الاهتزازات الخياليّة لهوياتهم الذكيّة، مقارنة بباقي المستخدمين ذوي التردّد المنخفض (Drouin & Miller, 2017)، كما ذهبت العديد من الأبحاث والدراسات التي أجراها "كروس" وآخرون إلى توضيح مصطلح "تأثير الوقت والانشغال" والذي يعني حجم التأثيرات السلبية التي تنتج بسبب الانشغال بشكل مفرط ومكثّف في استخدام منصّات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، ويكون هذا الاستخدام اليومي والمتكرّر الذي يحقّق إشباعاً تليّ

حاجيات الأفراد على حساب الوقت المخصّص \square للاتصال الشخصي وجها لوجه الواقعي مع الأصدقاء والعائلة، وبيّنت هذه الأبحاث أنّ الأفراد حين يتعوّدون على استخدام الفيسبوك يجدون فيه راحة وألفة، فيفضّلون التواصل مع الأشخاص الافتراضيين ممّا يؤدّي إلى انخفاض جودة الاتصال الشخصي والتواصل الواقعي، وهو ما يدخل الأفراد في العزلة النفسية والانعزال الاجتماعي (Kross & al, 2013)

2- البعد النفسي:

الجدول (88): يبين التأثير النفسي على المبحوثين من استخدام الفيسبوك

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي المرحح	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات
1	أشعر بالضيق إن لم تصلني رسالة من أصدقائي على الفيسبوك	89	85	69	93	64	3.1	1.40	07
		22.3	21.3	17.3	23.3	16	050	317	
2	أتشاجر مع أصدقائي على بسبب انتظاري الدائم لهم	63	86	80	103	68	2.9	1.33	16
		15.8	21.5	20	25.8	17	325	507	
3	أتردد في حظر أصدقائي وإنهاء علاقتي على الفيسبوك	55	94	105	91	55	3.0	1.25	14
		13.8	23.5	26.3	22.8	13.8	075	154	
4	أدخل (Off Line) إلى تجنبا للتفاعل مع الآخرين عند ضيقي	105	97	74	86	38	3.3	1.32	02
		26.3	24.3	18.5	21.5	09.5	625	684	
5	أشعر بالضيق لانهماي المفاجئ عن أصدقائي الفيسبوكيين	56	105	94	93	52	3.0	1.25	09
		14	26.3	23.5	23.3	13	500	556	
6	أفكر كثيرا في الفيسبوك حينما أتواجد بين أصحابي وأهلي	55	90	89	118	48	2.9	1.24	15
		13.8	22.5	22.3	29.5	12	650	606	
7	أصبحت مشغولا بالفيسبوك سواء كنت متصلا أو غير متصل	63	97	81	13	46	3.0	1.27	10
		15.8	24.3	20.3	28.3	11.5	450	162	
8	أشعر بالمتعة مع أصدقاء الفيسبوك أفضل من أصدقائي في الواقع	74	79	97	96	54	3.0	1.31	08
		18.5	19.8	24.3	24	13.5	575	091	
9	استخدام الفيسبوك هو آخر شيء قبل النوم وأول نشاط بعد الاستيقاظ	89	130	80	80	21	3.4	1.18	01
		30.2	32.5	20	20	05.3	650	840	

04	1.26	3.2	32	94	94	90	90	ت	أصبحت أفقد السيرة على الوقت أثناء استخدام الفيسبوك	10	
	713	800	08	23.5	23.5	22.5	22.5	%			
06	1.30	3.1	49	87	98	86	80	ت	أعتقد أنني مدمن على الفيسبوك أصحابي ومعارفي يقولون ذلك عني	11	
	518	525	12.3	21.8	24.5	21.5	20	%			
17	1.19	2.8	46	94	88	96	76	ت	أعتقد أنني لن أستيع التوقف على استخدام الفيسبوك	12	
	023	700	11.5	23.5	22	24	19	%			
05	1.29	3.1	50	121	101	87	41	ت	تزعجني رسائل أصدقائي الواقعيين وأتهرب من الرد عليها	13	
	428	550	12.5	30.3	25.3	21.8	10.3	%			
03	1.20	3.3	38	61	111	117	73	ت	أشعر بالرضا حين تصلني رسائل من أصدقائي عبر الفيسبوك	14	
	807	150	09.5	15.3	27.8	29.3	18.3	%			
12	1.35	3.0	56	108	83	71	82	ت	أشعر بوحدة وعزلة بسبب الابتعاد عن الفيسبوك	15	
	302	375	14	27	20.8	17.8	20.5	%			
13	1.33	3.0	56	110	78	81	75	ت	أشعر أن علاقتي في الفيسبوك تؤدي إلي العديد من المشكلات النفسية	16	
	846	225	14	27.5	19.5	20.3	18.8	%			
11	1.27	3.0	47	110	91	84	68	ت	ألغي إشعارات (عيد ميلاد، الزواج) من أصدقاء الفيسبوك	17	
	965	400	09.5	15.3	27.8	29.3	18.3	%			
20	1.13	2.6	56	139	105	71	29	ت	أشعر دائما بالقلق والتوتر من وجودي في المجتمع الافتراضي	18	
	366	950	14	34.8	26.3	17.8	07.3	%			
19	1.28	2.8	59	126	83	75	57	ت	زاد شعوري بالفراغ العاطفي والاجتماعي بعد استخدام الفيسبوك	19	
	363	375	14.8	31.5	20.8	18.8	14.3	%			
18	1.33	2.8	74	95	91	79	61	ت	في كل مرة أفكر في التخلص من الفيسبوك والابتعاد عنه	20	
	357	950	18.5	23.8	22.8	19.8	15.3	%			
3.0658				المتوسط الحسابي العام للمقياس							
0.67920				الانحراف المعياري للمقياس ككل							

تظهر النتائج المتعلقة بالفقرات حسب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتأثير الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية من خلال البعد النفسي، وسوف نعرض ترتيب الفقرات حسب المتوسط الحسابي كالتالي:

- العبارة الأولى (استخدام الفيسبوك هو آخر ما أفعله قبل النوم وأول نشاط لي بعد الاستيقاظ) حصلت على موافقة (32.5%) من المبحوثين، وقال (22.3%) أنهم موافقون بشدة، بينما أكد (20%) أنهم محايدون بنسبة متساوية مع غير الموافقين، في حين أشار (05.3%) بأنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (3.4650) وهو أكبر من الوسط الفرضي (3) ما يعني قوة اتفاق أفراد العينة عليها، وانحراف معياري بلغ (1.1884).

- وحصلت العبارة الثانية (أدخل (Off Line) على الفيسبوك تجنبا للتفاعل مع الآخرين عند ضيقي) على (23.3%) موافق بشدة، وموافق (24.3%)، وغير موافق بنسبة (21.5%)، أما المحايدون بنسبة (18.5%)، في حين عبّر (09.5%) أنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (3.3625) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3)، ما يدل على قوة اتفاق المبحوثين على العبارة بانحراف معياري بلغ (1.32684).

- حصلت العبارة الثالثة (أشعر بالرضا حين تصلني رسائل من أصدقائي عبر الفيسبوك) على موافقة (29.3%) من أفراد العينة، وحياد (27.8%)، كما صرح (18.3%) أنهم موافقون بشدة، وأوضح (15.3%) أنهم غير موافقين، في حين أشار (09.5%) أنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري لهذه العبارة (3.315) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) وهو ما يبيّن أنّ المبحوثين متفقون بقوة عليها، بانحراف معياري بلغ (1.20807).

- أما العبارة الرابعة (أصبحت أفقد السيطرة على الوقت أثناء استخدام الفيسبوك)، فقد حصلت على نسبة مساوية بين غير الموافقين والمحايدون حيث بلغت نسبتها (23.5%)، في حين صرح الموافقون والموافقون بشدة بنسبة متساوية أيضا (22.5%)، بينما أوضح (08%) أنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة على (3.2800) وهو ما يفوق قيمة الوسط الفرضي (3) الذي يعكس قوة اتفاق بين أفراد العينة على العبارة، بانحراف معياري (1.26713).

- كما حصلت العبارة الخامسة (أنزعج حينما تصلني رسائل من أصدقائي الواقعيين وأتخرب من الرد عليها) على عدم موافقة (30.3%) من أفراد العينة، بينما أكد (25.3%) أنهم محايدون، في حين وافق (21.8%)، أما

غير الموافقين بشدة بنسبة (12.5%)، والموافقون بشدة جاءت نسبتهم (10.3%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.1550) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي، ويعكس ذلك قوة الاتفاق على العبارة، بانحراف معياري بلغت قيمته (1.29428).

- وحصلت العبارة السادسة (أعتقد أنني مدمن على الفيسبوك... أصحابي ومعارفي يقولون ذلك عني) على حياد (24.5%) من أفراد العينة، وعدم موافقة (21.8%)، بينما جاءت موافقة (21.5%)، ووافق بشدة (20%)، أما غير الموافقين بشدة بنسبة (12.5%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.1525) وهذه القيمة أكبر من الوسط الفرضي (3)، وهو ما يدل على قوة اتفاق المبحوثين على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.30518).

- أما العبارة السابعة (أشعر بالضيق إن لم تصلني رسالة من أصدقائي على الفيسبوك) حصلت على عدم موافقة (23.3%) من أفراد العينة، بينما وافق بشدة (22.3%)، ووافق (21.3%)، في حين عرّ (17.3%) أنهم محايدون، وأوضح (16%) أنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.1050)، وهي قيمة أكبر من الوسط الفرضي (3)، وهو ما يدل على قوة اتفاق المبحوثين على هذه العبارة بانحراف معياري بلغ (1.40317).

- وحصلت العبارة الثامنة (أحصل على متعة من أصدقاء الفيسبوك أفضل من متعتي مع أصدقائي ومعارفي) على حياد (24.3%)، في حين أكّد (24%) أنهم غير موافقين، وقال (19.8%) أنهم موافقون، أما الموافقون بشدة (18.5%)، بينما أوضح (13.5%) أنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (3.0575)، وهي تفوق قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق على هذه العبارة بين أفراد العينة بانحراف معياري بلغ (1.31091).

- وحصلت العبارة التاسعة (أشعر بالضيق لانقطاعي المفاجئ أو القسري عن أصدقائي في الفيسبوك) على موافقة (26.3%)، وعبرّ (23.5%) أنهم محايدون، وقال (23.3%) أنهم غير موافقون، وأوضح (14%) أنهم موافقون بشدة، أما غير الموافقين بشدة (13%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (3.0500)، وهي تفوق الوسط الفرضي (3)، ما يعكس قوة الاتفاق لدى المبحوثين على هذه العبارة بانحراف معياري بلغ (1.25556).

- كما حصلت العبارة العاشرة (أصبحت مشغولا بما يدور على الفيسبوك سواء كنت متصلا أو غير متّصل) على عدم موافقة (28.3%)، وموافقة (24.3%)، وأوضح (20.3%) أنهم محايدون، بينما وافق بشدة (15.8%)، في حين قال (11.5%) أنهم غير موافقين بشدة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري لهذه العبارة (3.0450)، وهي قيمة تفوق الوسط الفرضي (3)، ما يعكس قوّة الاتفاق على هذه العبارة لدى المبحوثين، بانحراف معياري بلغ (1.27162).

- أما العبارة الحادية عشر (ألغى إشعارات المناسبات (عيد ميلاد، الزواج) الخاصة بأصدقاء الفيسبوك) فقد حصلت على (27.5%) غير موافق، وعبر (22.8%) بالحياد، في حين وافق (21%)، والموافقون بشدة (17%)، وغير الموافقين بشدة (11.8%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.0400)، وهي أكبر من الوسط الفرضي (3)، وهو ما يدل على وجود اتفاق قوي بين المبحوثين على العبارة بانحراف معياري بلغ (1.27965).

- وحصلت العبارة الثانية عشر (أشعر بوحدة وعزلة عن محيطي الاجتماعي والفشل في الحياة بسبب فيسبوك) على (27%) غير موافقين، و(20.8%) بالحياد، و(20.5%) موافقون بشدة، والموافقون (17.8%)، وغير الموافقين بشدة (14%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.0375)، وهي أكبر من الوسط الفرضي (3) الذي يدل على وجود اتفاق قوي على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.35302).

- وحصلت العبارة الثالثة عشر (أشعر أنّ علاقتي في الفيسبوك تؤدي إلى العديد من المشكلات النفسية) على (27.5%) غير موافق، وموافقة (20.3%)، وحياد (19.5%)، و(18.8%) موافقون بشدة، أما غير الموافقين بشدة (14%)، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.0225)، وهو أكبر من الوسط الفرضي (3) الذي يدل على قوة الاتفاق بين المبحوثين على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.33846).

- أما العبارة الرابعة عشر (أتردد في حظر أصدقائي وإنهاء علاقتي على الفيسبوك) فقد حصلت على حياد (26.3%)، وموافقة (23.5%)، و(22.8%) غير موافقين، أما غير الموافقين بشدة والموافقين بشدة جاءت بنسبة متساوية (13.4%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (3.0075)، وهو ما يفوق قيمة الوسط الفرضي (3) الذي يعكس قوة اتفاق أفراد العينة على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.25154).

- وحصلت العبارة الخامسة عشر (أفكر كثيرا في الفيسبوك حينما أتواجد في عملي أو بين أصحابي وأهلي) على (29.5%) غير موافق، وموافقة (22.5%)، وحياد (22.3%)، وموافق بشدة (13.8%) أما غير الموافقين

(12%)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.9650) وهي قيمة أقل من الوسط الفرضي ما (3) الذي يعكس ضعف اتفاق أفراد العينة على هذه العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.24606).

- كما حصلت العبارة السادسة عشر (أتشاجر مع أصدقائي على الفيسبوك بسبب انتظاري الدائم لهم) على (25.8%) غير موافقين، وموافقة (21.5%)، وحياد (20%)، وغير موافقين بشدة، وموافق بشدة (15.8%)، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.9325) وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي (3) وهو ما يدل على ضعف الاتفاق لدى أفراد العينة على هذه العبارة، بانحراف معياري (1.33507).

- وحصلت العبارة السابعة عشرة (أعتقد أنني لن أستطيع التوقف على استخدام الفيسبوك) حيث حصلت على موافقة (24%)، و(23.5%) غير موافقين، و(22%) محايدون، و(19%) موافقون بشدة، و(11.5%) غير موافقين بشدة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للعبارة (2.8700)، وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي (3)، ويعكس ضعف اتفاق المبحوثين على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.19023).

- بينما حصلت العبارة الثامنة عشر (في كل مرة أفكرّ بالتخلص من الفيسبوك والابتعاد عنه) على (23.8%) غير موافقين، وحياد (22.8%)، وموافقة (19.8%)، و(18.5%) غير موافقين بشدة، و(15.30%) موافقون بشدة، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2.8950)، وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي (3)، ويعكس ضعف اتفاق المبحوثين على هذه العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.33357).

- وحصلت العبارة التاسعة عشر (زاد شعوري بالفراغ العاطفي والاجتماعي بعد استخدامي للفيسبوك) على (31.50%) غير موافقين، وحياد (20.80%)، وموافقة (18.80%)، و(14.80%) غير موافقين بشدة، أما الموافقون بشدة (14.30%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2.8375)، وهي أقل من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يعكس ضعف الاتفاق على هذه العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.28363).

- أما العبارة العشرون الأخيرة (أشعر دائماً بالقلق والتوتر من ظهوري في المجتمع الافتراضي) فقد حصلت على (34.80%) غير موافقين، وحياد (26.30%)، وموافقة (17.80%)، و(14%) غير موافقين بشدة، أما الموافقون بشدة (07.30%)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2.6950)، وهو أقل من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على ضعف الاتفاق على العبارة بين المبحوثين، بانحراف معياري بلغ (1.13366).

أظهرت نتائج الجدول المتعلق بتأثير البعد النفسي على مستخدمي الفيسبوك من المبحوثين، أنّ هناك اتفاقاً عاماً بأنّ الفيسبوك أصبح يحظى بمكانة هامة ضمن أوليات نشاطهم الرقمي وحتى في حياتهم الواقعية، ما يؤدي فعلاً إلى تناقص التفاعلات الواقعية والاحتكاك الاجتماعي مع باقي أعضاء الجماعة الاجتماعية الذين ينسجون معهم علاقات مختلفة ضمن مشاركتهم لفعاليات الحياة، وتظهر هذه النتائج أنّ النشاط الحيوي على منصة الفيسبوك يبدأ فعلاً منذ تفعيل خاصية الإنترنت (les donnés) أو ربط الهاتف بشبكة (Wifi)، وهذا الارتباط الحقيقي يخلق لدى أفراد العينة زمنين؛ زمن الوجود على منصة الفيسبوك وهو الزمن الافتراضي الذي لا يحسّ صاحبه به إلاّ بعد تعب شديد من الاستخدام طوال فترات اليوم، والزمن الحقيقي القصير الذي يخصصه المستخدم فقط للراحة والنوم بعد إطفاء زرّ الإنترنت، وهو ما يشير صراحة إلى تعرّض أفراد العينة للإدمان الرقمي والتعلق الشديد باستخداماته.

وقد أشار أغلب الباحثين إلى أنّ النوم هو عرض ظاهر لمدمني الإنترنت وفي هذا وضعت "يونغ كمبرلي" مجموعة معايير تشخيصية للبرهنة على هذا الإدمان، كما بحثت "يونغ" فيما إذا تحققت هذه المعايير خلال الإثنا عشر شهراً السابقة (12) فإنّه يعتبر مدمناً أنترنتياً إذا وجدت خمس من هذه المعايير التشخيصية، وهذا يعني أنّه يجب أن تحقق بالفعل 5 من 8 الأعراض أي ما يمثّل نسبة (65%)، ومن بين هذه الأعراض المرتبطة بالنوم هي: الشعور بالأرق والقلق والتهيج عند محاولة خفض أو التوقف عن استخدام الإنترنت، والشراهة في زيادة حاجة قضاء وقت أطول في الاستخدام وعدم الاكتفاء، من أجل تحقيق الشعور بالرضا والارتياح (غالمي، 2016، صفحة 109)

وفي هذا السياق أشارت دراسة "سانغاري" و"لايمايم" و"رويس" إلى أنّ ميزات الشخصية المستخدمة مثل القدرة على ضبط النفس ترتبط بشكل كبير بحجم الوقت المنفق على استخدام الفيسبوك، بحيث أنّ الأفراد الذين لهم قدرة على ضبط النفس وقوة الشخصية يقضون وقتاً أقل، وبالتالي يمكنهم توفير جهودهم من أجل تحقيق أهداف أكاديمية ومعرفية، بطريقة تعطي نتائج أكثر فاعلية، وهؤلاء هم الذين يواجهون إجراءات وسائل التواصل الاجتماعي، وينجحون في تجنب تشتيت جهودهم ووقتهم (Sangari, Limayem, & Rouis, 2011)

ويعتبر الإدمان على الإنترنت ظاهرة حديثة، يرجع ظهورها إلى الطبيب النفسي الأمريكي "إيفان جولدن بيرج" الذي أطلق عليها تعبير "إدمان الإنترنت" (Inrenet Addiction) سنة 1995، وأدّى ظهور هذا

المصطلح إلى تداول علماء النفس تسميات أخرى مثل "إساءة استخدام الإنترنت" (Internet Abuse)، وتسمية "الإنترنت المرضي" (Internet Pathological) (برغش، 2021، صفحة 228). وقد ارتبط الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتفاعلية والتواصل الفعّال. فإذا كان الفيسبوك قد وفّر للمستخدم إمكانية إقامة علاقات افتراضية (Virtual Relation) في مجتمع افتراضي (Virtual Society)، فإنّه أدى إلى بعد اجتماعي أثر في مستخدميه، ويتجلى ذلك في الإدمان على تكوين صداقات افتراضية كبديل عن الصّدقات الفعلية في الحياة الواقعية، ويأتي الوقت المخصّص لتكوين علاقات الصداقة والتعارف والتواصل على حساب وقت الفرد مع أسرته ومجتمعه، وبهذا المعنى يصبح الفيسبوك ملاذا للهروب من الحياة الاجتماعية ومشكلاتها وقلقها، فالبقاء لساعات طويلة في سبيل التّواصل عبر الفيسبوك شبيه بحالة الإدمان السيكولوجي.

حيث تسمح الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك لمستخدميها بالشعور بسهولة بناء علاقات شخصيّة، وبسهولة التعبير عن الذات، وبالثقة لافضاء الأسرار، وبالشعور بالقرب من الآخرين، وبالراحة عند التواصل، وبسهولة التعبير عن المشاعر والأحاسيس، وبسهولة التواصل مع الآخرين، وبالتقبّل عند الآخرين، وبتشكيل الذات، وبالشعور بالمودّة والألفة مع المستخدمين الآخرين (النعيمي، 2012، صفحة 90) وجاء في التعريف اللّغوي للإدمان بأنّه المدّامة على عمل شيء، والأصل الاشتقاقي للكلمة من الفعل "دمن" والفعل الرّباعي "أدمن"؛ فيقال أنّ فلانا أدمن الشيء، أي أدامه ولم ينفكّ عنه، فهو مدمن إدمانا والإدمان ليس مقصورا على المخدّرات، كما أنّه ليس مقصورا على الإنسان فيمكن للكائن الحي أن يدمن على بعض الأفعال والتصرفات والسلوكيات الأخرى (برغش، 2021، صفحة 228).

ويعرّف بعض العلماء الإدمان بأنه عدم قدرة الإنسان الاستغناء عن شيء ما، بصرف النّظر عن هذا الشيء طالما استوفى بقية شروط الإدمان؛ من حاجة إلى المزيد من هذا الشيء بشكل مستمر حتى يشبع حاجته حين يحرم منها، وبالتالي اقتنع بعض العلماء أنّ هناك من يسمّون "بمدمني الإنترنت" التي توفّر للإنسان إطلاق رغباته الدفينة (لونيس، 2008/2007، صفحة 148). وهو أيضا هو عدم قدرة الفرد على السيطرة والتحكم في استخدام الإنترنت، حيث يصبح استخدام الإنترنت أمرا الزاميا ومن أولى الأولويّات، مما يؤثّر على الحياة الشخصية والاجتماعية والأسرية والجسدية، وقد يصاب الفرد بأعراض الانسحابية عند محاولة ترك الإنترنت أو إغلاقه (برغش، 2021، صفحة 229).

إنّ نتائج جدول بعد التأثيرات النفسية خاصة بما يتعلّق بالعبارات من (01 إلى 08) تؤكّد اتفاقاً لأغلبية الطلبة بأنهم دخلوا فعلاً في حالة من التعلّق والارتباط باستخدام الفيسبوك، حيث يتضح سلوكهم الرقمي السّلي في كيفية تعاطيهم مع العالم الافتراضي وانسياقهم وراء دوافعهم وحاجاتهم بغرض تلبية العديد من الحاجات، وهو ما أكّدته العبارة رقم (01) التي حصلت على ترتيب أكبر من باقي العبارات الأخرى (استخدام الفيسبوك هو آخر ما أفعله قبل النوم وأول نشاط لي بعد الاستيقاظ)، وهو ما جعلهم يتعلّقون نفسياً بالتقنية وبجماعتهم الافتراضية (الأصدقاء الافتراضيين سواء المتواجدين فعلاً في الواقع أو الذين نسجوا معهم علاقات جديدة دون التعرف عليهم في الواقع).

وفي هذا السّياق يوضّح علماء النفس هذه النقطة التي يربطونها بالإدمان الرقمي، حيث تظهر علامات إدمان الإنترنت بمجرد استيقاظ الشخص من النوم، ويتجه للتصفح ظلماً منه أنّه سيجد رسالة ما مهمّة تنتظره، فالمدمن على الإنترنت لديه دائماً إحساس أنّه ستصله رسالة مهمة فيلجأ لتصفح حسابه عدّة مرات خلال اليوم بحثاً عن هذه الرّسالة المهمة المزعومة، وهذا يؤثّر على مهامه الاجتماعية فلو كان طالباً يهمل في دراسته أو لو كان يعمل يبدأ في التأخر عن عمله، كما ينسحب من الواقع ويصنع عالماً من علاقات تحيّلته أمام الشاشة لدرجة أنّه يأكل ويشرب معها (عبد الرحمن، 2018، صفحة 95).

وبالرغم من أنّ المبحوثين استطاعوا تحقيق إشباع إيجابية في الجانب الشخصي والمعرفي والاجتماعي وحتى النفسي، وهذا الأمر هو الذي شكّل عندهم الفارق بين الواقعي والافتراضي، والذي أدّى لقناعتهم واطمئنانهم وارتياحهم لقدرة الفيسبوك على ظهور ذلك التّصوّر، خاصة فيما يتعلق بالرضا النفسي والعاطفي وتحقيق الانسجام مع أشباههم الافتراضيين، الذي يحققون معهم المتعة والتسلية وتبادل الصّور والعبارات، وطرق التواصل المغربية بين الجنسين أو بين الجنس الواحد، أو حتى بين الذين استقرت علاقاتهم الافتراضية الجديدة أو بين الصداقات العابرة.

ولهذا فإننا نقول أنّ تغيير طرق التواصل الحديثة وكيفية بحث الأفراد عن علاقات جديدة مع أشخاص جدد يختلفون عن الذين عرفوهم في واقعهم يؤدي إلى انكماش حقيقي وتقلص نشاط العلاقات الواقعية، لكننا لا نقول أنّ كل أفراد العينة يقضون أغلب أوقاتهم في السعي وراء إقامة علاقات اجتماعية افتراضية، مثلما بينت النتائج في المبحث الأول والثاني وجود اختلافات في بعض الأنماط والأهداف والحاجات من استخدام الفيسبوك، كما أنّ بعض طلبات الصداقة التي يتلقونها من أشخاص غرباء تكون في حساباتهم الواقعية، ضف إلى أنّ السمعة التي تريد

فئة طلابية تشكيلها من خلال انخراطهم في مجموعات تجعل تعاملهم مع المجتمع الفيسبوكي بحذر أو بصورة متعالية.

فمن خلال ما أظهرته نتائج البعد النفسي التي بينت أنّ أفراد العينة يواجهون مشكلة نفسية قد تؤدي بهم إلى الانسحاب الاجتماعي التدريجي من دوائر العلاقات في المجتمع الواقعي، وهذه الانسحابية تقود الطلبة إلى العزلة الاجتماعية والنفسية، التي يعرفها كلٌّ من "جيرسون" و"بيرلمان" (Gerson & Perlman, 1997, p. 258) بأنّها عجز الفرد في المجتمع عن عدم قدرته على بناء علاقات اجتماعية، ويكون ذلك مصحوباً بإحساس مزعج "بعدم الارتياح"، كما تعرّفها الدكتورة "زينب محمود الشقير" بأنّها: (شعور الفرد بالوحدة، وعدم الإحساس بالانتماء إلى المجتمع الذي يعيش فيه، وهي أيضاً إحساس الفرد بالوحدة ومحاولة الابتعاد عن العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع الذي يعيش فيه، والافتقاد للأمن والعلاقات الحميمة والبعد عن الآخرين حتى وإن وجد بينهم) (غيث، 2002، صفحة 438).

كما يعرفها "الجلي": (بأنّها محصّلة عدم توافق الفرد في علاقاته الاجتماعية، سواء في محيط الأسرة أو خارجها، إذ يفقد الفرد الشعور بالانتماء لجماعة الرفاق، ممّا يؤدّي إلى انسحابه من الفعاليات التي تقوده للتفاعل الاجتماعي)، وهي أيضاً: (شعور الفرد بوجود فجوة نفسية تباعد بينه وبين أشخاص وموضوعات مجاله النفسي، إلى درجة يشعر معها بافتقاد التقبل والتواد، من جانب الآخرين) (بوعزة، 2019، صفحة 15).

كما جاء في تعريف العزلة النفسية؛ بأنّها: (حالة من الشعور بالانفصال لدى الفرد، وتتضمّن الإحساس بالفقر العاطفي العميق والانعزال الاجتماعي، حتى لو كان هذا الفرد محاطاً بالآخرين، يتولّد معه شعور بعدم الانتماء إلى أي جماعة أو ارتباط بآخرين، ويكون الفرد غير راضٍ عن علاقاته الاجتماعية، وغالباً ما تكون العزلة النفسية مصحوبة بالحزن والفرغ العاطفي، ويصبح الفرد غير قادر على إيجاد الدعم العاطفي ونقص التفاهم، وقد تنتج العزلة عن تجارب سابقة سلبية في العلاقات الشخصية، أو تحدث نتيجة اضطرابات نفسية كالاكتئاب والقلق النفسي) (Lauder, Mummery, & Jones, 2006, p. 234)

فرغم انخراط الطلبة ظاهرياً في إطار أكاديمي، ووجودهم ضمن نسق اجتماعي تفاعلي، فإنّهم يدخلون في عزلة اجتماعية ونفسية، وينتهون بإدمان التّشاط الفيسبوكي، وهو ما وافق عليه أفراد العينة في العبارات التي استجابوا لها بالموافقة والتي تظهر أعراضاً للإدمان على استخدام الفيسبوك المرتبط بدرجة الرضا والإحساس بالانتماء للمجتمع الافتراضي على حساب المجتمع الحقيقي.

فمن خلال النتائج التي قدمها الفريق تبين أنّ انخفاض مستوى الرضا عن الحياة لدى الطلبة قد ينتج عن المقارنات الاجتماعية السلبية في الفيسبوك، من خلال مطالعة منشورات الأصدقاء أو آخرين ورؤية صورهم المزيفة، والتي تبدو مثالية، مما يؤدي إلى التأثير السلبى على تصوّر هؤلاء الأفراد لرضاهم عن النفس، وهو ما ينتج عنه تبعات كإخفاض مستواهم الأكاديمي (Sangari, Limayem, & Rouis, 2011) ويمكن أن نشير إلى أنّ العزلة النفسية ترتبط بالانعزال الاجتماعي. حيث تمّ حصر بعض المؤشرات التي تدل على سلوك العزلة الاجتماعية وهي: (بوعزة، 2019، صفحة 15)

- 1- سوء التوافق الاجتماعي للفرد في علاقاته مع الآخرين.
- 2- تجنّب الفرد للاتصالات الاجتماعية.
- 3- تجميد الفرد لدائرة تفاعله الاجتماعي
- 4- هروب الفرد من واقعه الاجتماعي إلى عالمه الذاتي، وفي ظل التطورات التكنولوجية الرّاهنة، أصبح الفرد يلجأ إلى عالم افتراضي بعيد كلّ البعد عن عالمه الواقعي.

ويرى الباحث أنّ العزلة النفسية ترتبط بنمط استخدامات المبحوثين للفيسبوك، فليس كل استخدام يوّلد عزلة نفسية أو اجتماعية، فكما تطرّقنا في النتائج السابقة إلى دور الفيسبوك في تعزيز التواصل الاجتماعي وتقوية الاندماج مع الآخرين، وتحقيق إشباعات تلبيّ حاجيات المبحوثين، لكن قد ينعكس هذا الاستخدام عليهم بدخولهم في عزلة نفسية نتيجة الاستخدام المفرط، والذي يؤدي إلى تأثيرات سلبية على الصحة النفسية والجسدية. فقد أظهرت دراسة "سوليفان وبراديس" أنّ المبحوثين الذين أخضعتهم إلى الاستجواب بالمقابلة أكدوا أنّهم أصبحوا مدنين على استخدام الفيسبوك، وأنّ هذا الإدمان أحدث لهم تأثيرات نفسية واجتماعية أدت بتقليل تفاعلاتهم الاجتماعية وعزلتهم عن واقعهم، فأهملوا الكثير من الأنشطة اليومية وانخفضت علاقاتهم الشخصية، وقلّ من التواصل الفعّال مع محيطهم الاجتماعي الواقعي، حيث بدأوا يشعرون بالوحدة، وفقدان بعض المهارات التواصلية، كما أصبحوا يفتقدون الشعور بالترابط الاجتماعي، وبيّنت الدراسة أنّ استخدام الفيسبوك باعتدال يمكن أن يساهم بشكل جيد في التوافق النفسي والاجتماعي (Sullivan & Paradise, 2012)

وفي هذا السياق يرى باحثون أن الشعور بالعزلة النفسية نتيجة استخدام الفيسبوك يمرّ بمراحل تدريجية قبل أن يدخل مستخدموه في الإدمان، ونستعرض هذه المراحل كما يلي: (Satici, 2019, pp. 48-50)

- 1- الانخراط الأوّلي أو المبدئي في الفيسبوك: ويكون من خلال الاستخدام بنمط متكرّر ومعتاد ومألوف.

2- تصاعد وتيرة الاعتماد: بمعنى زيادة الوقت الذي يقضيه المستخدم في مجتمع الفيسبوك، بحيث يكون تفاعله الرقمي مع شبكة علاقاته الاجتماعية أو أيّ نشاط له، على حساب التفاعل الشخصي والاجتماعي الواقعي.

3- الانعزال العاطفي: وفي هذه المرحلة بعد الابتعاد عن التفاعلات الاجتماعية واجتناب الاتصال الشخصي يبدأ شعور الفرد بأنّه منفصل عن مجتمعه الآخر - الواقعي -، بالرغم من وجوده دومًا في المجتمع الواقعي وكذلك مجتمع الفيسبوك، ممّا يؤدي إلى الإحساس بأنّ كلا العلاقتين لا تلبّي له إشباعات الرضا العاطفي.

4- شعور المستخدم بالوحدة: بعد المراحل السابقة يتزايد إحساس الفرد بأنّه وحيد ومعزول نفسيًا، وبالتالي يصنّف جميع علاقاته الاجتماعية بأنها غير مهمّة له فهي لا تستحقّ التفاعل، ولا تشجعه على التواصل.

5- اعتماد الفرد المفرط: هنا يدخل الفرد في مرحلة العزلة النفسية بعد اعتماده بشكل مكثّف على استخدام الفيسبوك كمنبر للتواصل بديل للواقع، ويؤدّي إلى تراجع كبير في تفاعلاته وأنشطته الاجتماعية الواقعية.

والملاحظ أيضًا من خلال اتفاق الباحثين على العبارات من (09 إلى 14) أنّ الفيسبوك نجح فعلا في ربط مستخدميهم من الطلبة، حيث أكّدت الأرقام وجود درجة من التعلّق الذي يبقي أفراد العينة على اتصال نفسي ووجداني لدرجة أنّهم يشعرون بالضيق والقلق بمجرد انقطاعهم المفاجئ أو القسري عن أصدقاء الفيسبوك، وبالتالي يقودهم ذلك إلى تفقّد هواتفهم المحمولة وفتح حساباتهم وتحديثها كل مرة، والتأكّد من وصول رسائل من أصدقائهم الفيسبوكيين، وهذا الانشغال إنّما يدلّ على حجم النقص الذي يعانيه في مجتمعهم الواقعي، إذ تفرض القيود على التحدث بحرية والتواصل مع الجنس الآخر، وتبادل الرسائل والصور والفيديوهات، ورسم أنفسهم بالطريقة التي يريدون أن يتخيّلهم الآخرون بها.

ورغم ما تقدّمه الهواتف الذكية في استخدام الفيسبوك من طرف أفراد العينة، إلا أنّ هناك الكثير من الدراسات التي أجريت حول سلبيات وآثار استخدام الهواتف المحمولة على مستخدميها، حيث حدّرت الدراسة التي أجريت في بريطانيا بمركز علم الأعصاب الإدراكي بجامعة (كينت) بالمملكة المتحدة أنّ الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب عبر الهواتف المحمولة، يؤدّي بهم إلى الإصابة باضطرابات مختلفة أبرزها الاضطرابات المصاحبة للتوم، كما أنّ الضوء الأزرق المنبعث من الهواتف يحدث للمستخدمين مشاكل عقلية وبدنية وصحية كثيرة (هافينغتون بوست عربي، 2017). وفي هذا السياق يشير كلّ من "يونغ" و"رودجرز" أنّ إدمان الإنترنت هو اضطراب أو اعتلال في القدرة على ترك الاستخدام المفرط للإنترنت ويتميّز بأعراض الانسحابية أو مشكلات نفسية وأكاديمية ومهنية واجتماعية، أما "شايبيرا" و"جولد سميث" و"كجر" فيرون أنّ إدمان الإنترنت هو عدم قدرة

الفرد على السيطرة على استخدامها، مما يتسبب في ضعف وظيفي ومؤشرات للاضطرابات النفسية. (برغش، 2021، صفحة 229).

وعن أبرز أسباب إدمان الأفراد على استخدام شبكة الإنترنت بشكل عام، والتي يمكن أن نعددها في النقاط التالية: (لونيس، 2008/2007، صفحة 104)

- 1- الإنترنت توفر للإنسان إطلاقاً لريغباته الدفينة.
- 2- الافتقار إلى السند العاطفي عند المراهقين، يجعلهم يلهثون وراء الإشباع الوهمي واللذة المؤقتة من خلال الدردشة مع أناس وعوالم لا يعرفون عنها شيئاً.
- 3- التخلص من حالات القلق النفسي وضغوطات الحياة الصعبة التي يعاني منها الشباب ويترتب على إدمان الإنترنت ظواهر قريبة من إدمان المخدرات، ومن هذه الظواهر نجد:
 - التحمّل: وهو من مظاهر الإدمان، إذ يميل المدمن إلى زيادة الجرعة لإشباع رغباته التي كان يتطلب إشباعها لديه جرعة أقل، وكذلك مدمن الإنترنت فإنه يزيد من ساعات الاستخدام باطراد لإشباع رغبته المتزايدة.
 - الانسحاب: يعاني المدمن من أعراض نفسية وجسمية عند حرمانه من المخدر، وكذلك مدمن الإنترنت فإنه يعاني عند انقطاع اتصاله بالشبكة من التوتر النفسي الحركي، والقلق، وتركز تفكيره على الإنترنت، بشكل قهري وأحلام وتخييلات مرتبطة بالإنترنت. وبدوره يلخص الدكتور "أسامة عبد الرحمن" أعراض إدمان استخدام الإنترنت، والتي تتفق مع إجابات الباحثين التي جاءت موافقة على العبارات التي تشير إلى دخولهم في إدمان استخدام الفيسبوك، حتى وإن لم يكن بمستوى الإدمان القهري، والذي يتطلب دراسات مكثفة، كما يلي: (عبد الرحمن، 2018، الصفحات 98-100)

- 1- التوتر والقلق والخوف عند انقطاع خدمة الإنترنت أو عدم توفرها، والإحساس بسعادة بالغة وراحة نفسية عند الرجوع إلى استخدامها.
- 2- القيام من النوم بشكل مفاجئ للجلوس على الإنترنت أو فحص الحسابات الشخصية.
- 3- التحدّث عن الإنترنت باستمرار وعدم التفكير في أيّ شيء آخر.
- 4- إهمال الواجبات الاجتماعية والعمل بسبب إدمان الإنترنت واستخدامه لساعات طويلة.
- 5- عدم الإشباع من استخدام الإنترنت، وقضاء أوقات طويلة مع الشبكة.
- 6- الشعور بالرغبة الشديدة في الدخول إليها عند تركها.
- 7- بعد استخدام الشبكة يلجأ المستخدم إلى النوم العميق لفترة طويلة.

- 8- ظهور آثار اضطرابات نفسية كالارتعاش وتحريك الأصابع بصورة مستمرة.
- 9- زيادة عدد ساعات الاستخدام بشكل مطّرد تتجاوز الفترات التي حدّدها الفرد لنفسه وهي بداية الإدمان.
- 10- قضاء وقت طويل في أنشطة متعلّقة بالإنترنت: مثل تنزيل برامج وبحث عن مواقع مختلفة وغير ذلك.
- 11- يتعرّض مدمن الإنترنت لخطر خسارة عمله أو علاقاته المهمّة أو فرص دراسية بسبب الاستخدام المفرط.
- 12- استخدام الإنترنت كوسيلة للهروب من المشكلات، أو عند الإحساس بالحرية والعجز أمام المشكلات، أو عند الشعور بالذنب أو القلق أو الاكتئاب وهذا هو تعريف إدمان الإنترنت.
- إنّ هذه الدرجة من التعلّق والإدمان إنّما تؤثر سلبا على التعاطي مع المجتمع الواقعي، حيث أنّ انغماس الذات الفيسبوكية في متاهات افتراضية تحيّلّيّة، هي انفصام اجتماعي ونفسي عن البنية العلائقية الحقيقية المتضمنة الأهل والأحبة والأصدقاء والزملاء وأعضاء البيئة الاجتماعية، وهو ما يعرّض جماعته الحقيقية إلى النقد الدائم، إذ يقارن الفرد ذواته الفيسبوكية مع ذواته الحقيقية التي ترعرع معها، ما يؤدي إلى النفور منهم والقلق والتوتر المستمر بمجرد حدوث اتصال معهم، فهذا المستخدم أصبح منجذبا ويتحّين الفرصة للرجوع والعودة بسرعة إلى المجتمع الفيسبوكي، إلى أن يصل به الأمر إلى إلغاء كافة إشعارات المناسبات الاجتماعية للمقربين وحتى البعيدين عنه سواء، في عيد ميلاد أو تجنّب دعوات الزواج، وهذه الإشعارات تعمل على تنبيه الأصدقاء بوجود مناسبة ما، وهو تغييب عن الحضور الاجتماعي، الذي يفقد معه أهمّيته وقيّمته في وسط حاضنته الأولى، وهو ما أكّده العبارة (12)، حيث أنّ الحياة خارج إطار الفيسبوك لا معنى لها بل أصبحت حياة ثانوية لا تحقق إشباعا، ولا تلي له دوافع وحاجات ترضيه، وهذه الحالة النفسية تقود إلى كثرة الاضطرابات السلوكية والعيش في قلق وتوتر دائم وإحساس بالفراغ، فلا قيمة للوقت مع شبكة العلاقات الاجتماعية الواقعية، وهي العبارة (13) التي عبر عنها أفراد العينة باتفاق قوي.

فلقد أصبحت العلاقات الفيسبوكية تهدّد ما يسمى بالمرجعية الاجتماعية الأولى الأسرة والبيئة الاجتماعية، وتحيلنا هذه النتيجة إلى أنّ طريقة تعامل الفرد المستخدم بدون وعي مع الفيسبوك يؤدي به إلى مشاكل اجتماعية ونفسية تؤثر على مستقبل علاقاته التي هو مضطّر للخوض فيها في مرحلة ما؛ كالزواج مثلا، وهذه العوامل هي التي تتحكّم في مدى استمرارية العلاقات الافتراضية، إذ يفقد الرغبة في المقاومة إنّما في حظر أو إنهاء علاقاته في الفيسبوك، وهذا التردّد خوف من فشل في خوض غمار البحث عن علاقات أخرى، كما أنّ الإغراءات والاستمالات التي يتيحها الفيسبوك في سهولة البحث عن أصدقاء جدد بالنموذج الذي يبحث عنه تبقّيه في تعلّق متزايد، وهذا ما نسميه بالإدمان الرقمي الذي جاء نتيجة منطقية، نظرا لتحوّل أغلبية المستخدمين إلى التفاعل

الافتراضي وقضاء أغلب أنشطتهم عبر الهواتف الذكية وقضاء فترة أطول في اليوم، مقارنة بالزمن والوقت المنقضي مع أشخاص حقيقيين، وهو ما بينته العبارة (14) من الجدول أعلاه.

وفي هذا الاتجاه يؤكد "الكعي" أنّ المراهقين أصبحوا يدمنون على العالم الافتراضي، وهو ما يحول دون تمييزهم لحقيقة العالم الواقعي، ما أدى بارتفاً عدد العيادات النفسية التي تعالج الإدمان الرقمي في الوطن العربي، فحسب "أنطونيو خيسوس مولينا" المختصّ في علاج الإدمان الرقمي، أنّ أخطر الإشارات التي تنذر بإدمان الشباب على هذه المواقع تتمثل في توجّه المراهق لاستبداله "بالوقت الواقعي" الذي يقضيه في بناء علاقات اجتماعية واقعية بالوقت الافتراضي، ممّا أدى إلى هدر طاقات الشباب في البحث عن الوهم، فيضعف الجوانب الروحية لديهم ويميلون نحو المادّية والاستهلاكية ليفقدوا تدريجياً طعم الحياة، فقد سبّب استفحال الإنترنت في حياة الشباب تحطيم أواصر العلاقات الاجتماعية الطبيعية لديه، بما في ذلك العلاقات الأسرية ليعيد تشكيلها على أسس بعيدة عن التواصل السويّ الذي يوفّر الانسجام والترابط الواقعي البناء (الكعي، 2017، صفحة 124).

كما أظهرت نتائج البعد النفسي حول الفقرات من (15 إلى 20) اتفاقاً ضعيفاً لأفراد العيّنة للعبارة التي تظهر عدم قدرتهم على حسم موقفهم حول تقليل عدد ساعات استخدام الفيسبوك أو إلغاء الاشتراك أو حذف حسابهم نهائياً، وتدلّ هذه النتيجة بأنّ هذه الفئة قد تجد صعوبة في التحكم بالوقت الذي تخصصه لاستخدام الفيسبوك، وهو ما يؤكد بقوة على وجود جملة من التحديات النفسية التي تواجه الطلبة في اتخاذ قرارهم، وتبيّن مدى الانغماس في هذا الوسيط الاجتماعي، كما تطرح إشكالية عدم قدرتهم على التوازن الصحي بين الحياة الافتراضية والحياة الواقعية، ويأتي التفكير في التخلي عن الفيسبوك كنتيجة أيضاً للقلق المتزايد وإدراك قيمة الوقت المهدر، والنتائج الدراسية المخيبة بسبب ساعات الاستخدام لفترات طويلة على حساب الواجبات الأكاديمية والجامعية، وحتى على حساب الواجبات المنزلية، وأشدّ خطورة على الحياة الاجتماعية في عالمهم الحقيقي.

وبغض النظر عن هذه النتيجة فإن هذه الفئة لديها رغبة في الإبقاء على التواصل الافتراضي، لأنّ منصة الفيسبوك تحقق لها الإطلاً على آخر التحديثات اليومية من أخبار ومعلومات، ممّا يوفر لها وسيلة للتواصل مع عائلاتهم وأصدقائهم وهم بعيدون عن بيوتهم في أماكن الدراسة وغيرها، ويملأ لهم أوقات فراغهم، وقد يكون هذا التفكير في تقليص أو ترك الفيسبوك صورة إيجابية تعكس وعي بعض الطلبة بضرورة حسن إدارة الوقت في المجتمع الافتراضي وتحقيق التوازن بين استخدام التقنيّة وممارسات التفاعلات الاجتماعية الواقعية المطلوبة.

وبخصوص العبارة (19) التي لم يوافق عليها أغلبية الطلبة والتي تشير إلى وجود تأثير سلبي بسبب كثرة الاستخدام الذي انعكس على توليد شعور بالفراغ العاطفي والاجتماعي وهو ما بينته نتائج الإشباع الاجتماعية والنفسية

سابقاً، ويأتي هذا الاحساس بسبب المقارنات الاجتماعية بين الحياة العاطفية للطلبة في الفيسبوك و حياتهم الخاصة في مجتمعهم الواقعي، وهو الأمر الذي يولّد فعلاً تزايد الاحتياج المتسمّر لاستخدام الفيسبوك لسدّ الفراغ العاطفي والاجتماعي والذي يلبيه لهم المجتمع الافتراضي، وهذه المسألة المعقّدة بسبب طبيعة ومنطق العلاقات الافتراضية التي لا تماثل العلاقات الواقعية، وهو ما يبرّر استخدام الفيسبوك لملاً الفراغ العاطفي والهروب من الواقع، ويكون سبباً للاعتماد المفرط على الفيسبوك، ممّا يضّر بالصحة النفسيّة وعلى شكل العلاقات الحقيقيّة لدى أفراد العيّنة.

ويبدو من خلال العبارة (20) أنّ أفراد العيّنة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية ومن خلال اندماجهم في المجتمع الافتراضي والتفاعل مع خدمات الفيسبوك قد حصلوا على الثقة بالنفس والشعور بالارتياح، وهذا نتيجة لقبولهم ورضاهم عن أنفسهم كمستخدمين مثل ما هم عليه بسبب عدم الانتقاد الذاتي المفرط، وهذا مؤشر على أنّ هذه الفئة تتمتع بالصحة النفسية، وقد وجدت في العلاقات الاجتماعية الافتراضية ملاذها الآمن، من خلال التعبير بكل حرّيّة عن الذات دون قيود أو خوف من الانتقاد السّليبي، ويشير هذا الشعور إلى الاستقرار العاطفي والثقة القويّة التي أصبحت تتمتع بها هذه الفئة، وهو ينجم عن الانسجام الداخلي وحسن التواصل الجيّد والإيجابي مع الآخرين، ومن وجهة نظرنا أنّها تعكس التفاعل الإيجابي لأفراد العينة ضمن المجتمع الافتراضي، وتتمتع بشبكة دعم قويّة من العلاقات الاجتماعية الإيجابية والتي تعزّز الشعور بالانتماء والرضا والقبول داخل المجتمع الفيسبوكي.

وبالعودة إلى المتوسط الحسابي العام لمقياس البعد النفسي الذي بلغ (3.0658) والذي يفوق قيمة الوسط الفرضي (60) بانحراف معياري بلغ (0.67920)، تؤكّد هذه النتيجة على الاتجاه الإيجابي للمقياس، وهو ما يبين موافقة الباحثين على ما جاء في عبارات مقياس تأثير استخدام الفيسبوك على البعد النفسي، والذي يتضمّن الإدمان على استخدام الفيسبوك والعزلة والانسحاب الاجتماعي وأعراض الاكتئاب النفسي، فلقد بيّنت أغلب الدّراسات العلمية التي تناولت الإدمان على الإنترنت أو الإدمان الرّقمي على الفيسبوك، أنّ معدّل ساعات استخدام الفرد للإنترنت والتي تعدّ إدماناً هو أربع ساعات يومياً، وأنّ هذا الإدمان يشبه بدرجة كبيرة الإدمان على لعب القمار والمخدرات والألعاب الإلكترونيّة، والتي تدخل الفرد في حالة من التعلّق الشديد الذي يتسبب في عواقب اجتماعية ونفسية وأخلاقيّة لاحقة، وهي تأثيرات سلبية تظهر في الانسحابية الاجتماعية التي تجعل المستخدم يقطع اتصاله بمحيطه الأسري وبيئته وعلاقاته الاجتماعية، وتترك الفرد في حالة من التفوق الذاتي، والانحصار النفسي، فيؤدّي بدخوله في دوامة العزلة والاعتراب الاجتماعي، ويؤدّي أيضاً إلى شعور الطلبة الجامعيين

بالوحدة النفسية، وقد ينجّر عنه أمراض نفسية خطيرة كالاكتئاب وضعف تقدير الذات، وربما تدمير الطالب في مشواره الدراسي ودخوله في متهاتات أخرى.

ومن الدراسات التي اهتمت بالآثار النفسية الناتجة عن استخدام شبكة الإنترنت وعلاقتها بالاكتئاب والتي انقسمت إلى فئتين هما: الفئة الأولى التي تؤكد وجود علاقة بن الآثار النفسية السلبية ومنها الاكتئاب وبين استخدام الإنترنت، والفئة الثانية تؤكد وجود علاقة بن الآثار النفسية الإيجابية ومنها الشعور بالارتياح وتخفيف ما يشعر به الفرد من مشاعر نفسية سلبية وبين استخدام الإنترنت.

لذلك انتبه الباحثون في السنوات الماضية إلى ما يسمّى بقلق الإنترنت، واهتموا بدراسته، وبحث العلاقة بينه وبين السمات الشخصية للمستخدمين، وعادات استخدام التطبيقات التفاعلية وبين الشعور بالعزلة الاجتماعية ويرجع ذلك إلى ازدياد التعامل مع التطبيقات المختلفة عبر الإنترنت (عبد الرحمن، 2018، صفحة 77).

كما حاولت الدراسات المبكرة تعريف إدمان الإنترنت، واختبار نماذج من السلوك التي تميز الاستخدام القهري عن الاستخدام العادي للإنترنت، واختبرت دراسات أكثر حداثة مدى انتشار ظاهرة إدمان الإنترنت وفحصت العوامل السببية أو الأسباب المرتبطة بهذا الاضطراب، وفحصت هذه المحاولات تأثير جهاز الكمبيوتر كوسيلة اتصال عن طريقة توافق الأفراد أو عن خصائص تفاعلهم مع الإنترنت، وقد بدأت هذه الدراسات في الولايات المتحدة وانتشرت إلى عدة بلدان مثل: بريطانيا، وروسيا، والصين، وتايوان، وبحثت الدراسات المبكرة حجم انتشار الاستخدام المفرط للإنترنت (Kimberly & Cristiano, 2014, pp. 15-16).

وفي هذا الإطار حدّدت (كمبرلي يونغ) "Kimberly Young" مظاهر تأثير الإدمان عبر الإنترنت بظهور أي علامات من هذه العلامات على الشخص المدمن: (الفهداوي و حسن، 2023، الصفحات 52-53)

1. هل الوقت الذي تقضيه على الإنترنت له تأثير سلبي في العلاقات الشخصية والحياة الاجتماعية وعلى العمل خاصة؟.

2. هل تجد أنه من الصعب إدراك وقتك كأن تهمل وجبات الطعام أو تقطع نومك ولا تقابل أو ترى الآخرين إلا قليلاً؟.

3. هل تتسلّل إلى الإنترنت عندما ينبغي عليك إنجاز عمل آخر؟.

4. ماذا يحدث لو لم تتمكن من الدخول إلى الإنترنت لمدة بسيطة، هل تظهر عليك أعراض انسحابية؟، مثل القلق والاكتئاب والارتعاش والارتجاف والعصبية بسبب ما ستفقدته على الإنترنت، وكأن تحلم بالإنترنت وتحرك أصابعك وكأنك تكتب على الحاسوب (كلها علامات للانسحاب)؟.

5. هل تريد أن تقضي مزيداً من الوقت على الإنترنت كي تحصل على الإشباع والرضا؟.
6. هل يشتكي الآخرون منك وأنت تنكر وتكذب عليهم وعلى نفسك أنك تعاني من مشكلة ما؟.
7. هل تكلفة الإنترنت يؤثر في دخلك المادي.

ويعني ذلك أن أغلب الدراسات النفسية والاجتماعية ربطت إدمان استخدام الإنترنت والفيسبوك بحجم الوقت المستغرق في الاستخدام، ومنه يعرف الباحثون من مظاهر وأعراض السلوك أنه المستخدم يعاني من حالة إدمان أنترنتي أو فيسبوكي.

وفي هذا السياق يقسم الباحثون والمختصون الإدمان إلى عدّة أنواع حيث يصنّفونه إلى الإدمان الوجداني، الذي يقصد به الاعتماد العاطفي أو الاحتياج العاطفي للآخرين، وأيضا الإدمان الجسدي الذي يعتمد على وجود سبب مادي للوصول إلى تأثير معيّن، والإدمان النفسي وهو يتعلق أساساً بخصائص الأفراد الذي يرتبط بحالات عاطفية وأنماط الحياة، وهناك الإدمان السلوكي ويعتمد على منبهات خارجية تنتج عن العادات أو البيئة، كذلك هناك الإدمان على المادة، وهو يعتمد أساساً على حالات نفسية وجسدية تدفع بالمدمن إلى التعلق بشيء مادي في أسره وقت للوصول إلى حالة من الإشباع والرضا، وأيضا الإدمان الجنسي وهو الإفراط في ممارسة الجنس، ويتميز هذا النوع بعدم السيطرة على الاندفاع، وعادة ما يكون هؤلاء أكثر شراهة في الإقبال على مشاهدة المواقع الإباحية، ممّا يؤدي إلى انخفاض العلاقات العاطفية، ويعاونون من الهوس القهري، وتعدد العلاقات الرومانسية المتعدّدة القهرية مع الشعور بعدم الرضا عن هذه العلاقات (أميطوش و سكاى، 2020، الصفحات 314-316).

فقد أكّدت دراسة أمريكية أنّ مستخدمي الإنترنت الأمريكيين يقضون أكثر من (12%) من وقتهم على الإنترنت باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، كما أظهرت دراسة أجراها (أشرف جلال حسن) لمعرفة أثر الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، إلى أنّه كلما شعر الأفراد بالخصوصية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زادت عزلتهم في الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي (الزويني و الكناني، 2021، الصفحات 59-60).

كما يمكن أن يسبب الإدمان على الفيسبوك مشاكل مختلفة سواء جسدية أو عقلية أو نفسية وعلى مستوى العلاقات الأسرية والاجتماعية، ويدخل صاحبه في حالة مرضية تنقص من جودة أداءه لوظائفه سواء من ناحية العمل أو من ناحية واجباته الحياتية والاجتماعية الأخرى، وهو ما يدفعه إلى الانسحاب التدريجي من المجتمع وأسرته وعلاقاته الاجتماعيّة القريبة أو البعيدة، ويؤدي إلى إهمال الكثير من الواجبات والمسؤوليات التي ترمى على

عاقته بصفته عضو في كيان اجتماعي وجزء من وحدة نظام اجتماعي متكامل، وبذلك يكون استغراقه في استخدام الفيسبوك بزمن طويل على حساب الزمن الاجتماعي.

كما اعتمد الدكتور "عزي عبد الرحمن" في تقسيمه للتأثيرات السالبة لوسائل الاتصال منها مواقع التواصل على جزء يعود إلى الزمن الكمي في حد ذاته بغض النظر عن المضمون، وجزء يعود إلى الزمن النوعي أي المضمون الذي يجيد عن القيم والثقافة عامة. ويمكن أن نوجزها في النقاط التالية: (عزي، 2009، صفحة 33)

1- أن استخدام الزمن الإعلامي بشكل مفرط يكون على حساب الزمن القيمي سواء تعلّق الأمر بزمن العبادات أو المعاملات والعمل الصالح عامة.

2- أن كثرة استخدام الزمن الإعلامي تحدث الإحساس بالعزلة.

3- أن كثرة استخدام الزمن الإعلامي في حدّ ذاتها تؤثر سلباً على مهارات الاتصال الشخصي، ومن ثمّ يضعف نسيج الزمن الاجتماعي.

4- أن كثرة استخدام الزمن الإعلامي في حدّ ذاتها تجعل الفرد يخصّص وقتاً محدوداً للزمن العائلي وتكوين الأصدقاء، وذلك ما يؤثر سلباً على العلاقات والوظائف والمسؤوليات الاجتماعية للفرد، أي أنّها تعمل على تضيق المحيط، ممّا يضعف الانتماء العائلي والاجتماعي، وما يترتب عن ذلك من ابتعاد الفرد عن المسؤولية العائلية والاجتماعية وباقي الأدوار.

ومن هذا المنطلق يؤكّد الباحث أن الفيسبوك أوجد لدى الطلبة حالة من الشعور بالرضا نظراً للحجم الساعي الكثيف في الاستخدام والتفاعل دون حدود أو قيود، وقد تحوّل هذا الاستخدام المتواصل إلى "دوبامين السعادة"، لأنّه حوّل هذا الفضاء الأزرق إلى عالم خاص تُسجّع من خلاله العلاقات الافتراضية بهويّات رقمية متعدّدة، لذا فإنّ أيّ انقطاع عن الفضاء الفيسبوكي يكون نتيجته الحزن في أغلب الأحيان ودخول المستخدم في حالة من القلق والتوتّر لأنّه لم يعد على تواصل بعالمه الذي يشبعه نفسياً واجتماعياً، ويحدث هذا الاستغراق أضراراً سلبية تنعكس على المستخدم، ويؤدّي إلى الشعور بالقطيعة مع ذلك العالم، ومنه نعتبر أنّ الاستخدام المفرط للفيسبوك دون احترام جرعات الوقت هو من قبيل هدم لكيان العلاقات الاجتماعية الواقعية، ولذات الفرد المتوقعة التي تتحوّل إلى ذات منفعة قلقة، قليلة التحكّم والانضباط، تحدث لها اضطرابات سلوكية نتيجة الإدمان فتؤثر على علاقاته باختلاق مشكلات جديّة وسط محيطه الاجتماعي الواسع والضيق.

وتشير دراسة "سبراغين أماندا" (Spraggins, 2009) إلى أنّ زيادة التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي ومع التكنولوجيا لها علاقة بزيادة الضغوط النفسية والاجتماعية للأفراد، حيث يحس الأفراد بالسعادة والرفاهية،

لكن بالمقابل قد تؤدي هذه العلاقة إلى زيادة الشعور بالوحدة وارتفاع التوتر النفسي مما يدخل المستخدم في الاكتئاب، كما بينت دراسة (بن عويشة، 2019) أنّ أغلبية فئة الشباب الجامعي الذين يقضون أكثر من 6 ساعات يوميا في تصفّح الإنترنت بنسبة (49.5 %) يشكّل منها الذكور نسبة (53.5%) أمّا الإناث فيمثّلن نسبة (46.5%)، ويكون ذلك في الغالب في فترة المساء، وأشارت الدراسة أنّ هذا الاستخدام يتواصل إلى ساعات متقدّمة من الليل وأحيانا إلى غاية الفجر بحسب ما أدلى به البعض، حتى أنّهم لا يتمكنون من الذهاب إلى الجامعة لحضور الحصص الصباحية مما يؤثر سلبا على تحصيلهم العلمي، وقد سبق للبعض منهم الرسوب بسبب الفيسبوك حسب ما صرّح به أفراد عينة الشباب الجامعي.

كما أجرت (شبيرا) (Shapira, 1998) دراسة تضمّنت 14 مفردة ممن تقضي أوقاتا كبيرة في استخدام الإنترنت، حيث يواجهون مشكلات عديدة مثل انقطاع علاقاتهم وفقدان عملهم والتسرّب الجامعي، وذلك بهدف معرفة ما إذا كان ينبغي التعامل مع مشكلة الإنترنت على أنّها اضطراب أم عرض لشيء آخر أو أنّ هناك اضطرابات أخرى تعزّز وتدعم الجلوس لاستخدام الإنترنت، وقد توصلت (شبيرا) إلى أنّ التعلّق بالإنترنت لا يدرك على أنّه اضطراب، ولكنّها عبّرت عنه بأنه افراط في استخدام الإنترنت لدى المشاركين في الدراسة، ويشبه اضطراب ضبط الدافع بنفس الطريقة مثل هوس السرقة أو التسوّق القهري، وأشارت (شبيرا) إلى مشكلة تسمية الإنترنت بهوس أو جنون الإنترنت بدلا من إدمان الإنترنت، ولكنّ الشيء البارز كما قالت؛ هو وجود اضطرابات أو مشكلات "سيكاثرية" أخرى، حيث ومن بين ما توصلت إليه أنّ (6) من أفراد العيّنة يعانون من اضطراب الأكل في بعض الأوقات من حياتهم (غالمي، 2016، صفحة 107).

وفي هذا الاتجاه أجريت العديد من الدراسات الأجنبية والعربية من أجل تحديد العلاقة بين مفهوم الإدمان الرقمي والعديد من التأثيرات النفسية والاجتماعية، حيث أشارت دراسة (ساندرز وآخرون، 2000) (Sanders et al) أنّ الاستعمال المفرد للإنترنت ارتبط إيجابيا مع العزلة الاجتماعية وأنّ الطلبة الذين يستعملون الإنترنت بشكل منخفض كانت لديهم علاقات أفضل من والديهم وأقرانهم، كما أوضحت دراسة (شكولو فسكي وآخرون، 2006) (Shklovski et al) عن استعمال الإنترنت وعلاقته بالحياة الاجتماعية والنفسية إلى أن مستعملي الإنترنت يصبح لديهم تقلص في الدعم الاجتماعي وفي السعادة، ويزداد لديهم الشعور بالإحباط والابتعاد عن الأنشطة الاجتماعية المحيطة بهم (الفهداوي و حسن، 2023، الصفحات 66-67).

ولم يقتصر الاهتمام بالآثار السلبية لاستخدام الإنترنت على بحوث إدمان الإنترنت، حيث ظهر تيار بحثي جديد يربط الإنترنت بتأثيرات نفسية سلبية أخرى مثل الإصابة بالاكتئاب، ويستند هذا الاتجاه على فكرة أنّ الاستخدام

الكثيف للإنترنت قد يؤدي إلى تبديد الوقت الذي كان من الممكن للفرد قضاءه مع أفراد الأسرة أو الأصدقاء، وهو ما يؤدي إلى الانسحاب الاجتماعي (social withdrawal)، ويقلل بالتالي من أنماط مهمة للدعم الاجتماعي ويؤدي للإصابة بالاكتئاب (الزويني و الكنايني، 2021، صفحة 66)، وهو يوافق ما توصلت إليه "يونغ" في دراستها عام 1998: (حلاوة و عبد العاطي، 2011، الصفحات 82-83)

- انتشار نمط الدردشة عبر الإنترنت، مثل إيجاد مواقع للدردشة العائلية الافتراضية، والتي تم اختيار أفراد بها في مواقع معينة وتقوم الدردشة فيما بينهم، حيث تعتبر الدردشة أحد أنو [بناء العلاقات وتكوين الصداقات بين الفئات خاصة بين المراهقين وطلبة الكليات، وتوقّعت (يونغ) أن تكون هذه أحد طرق التفاعل بين المجتمعات في المستقبل.

- بعد الانتهاء من الاتصال عبر الإنترنت وعودة الشخص إلى واقعه يبدأ بالاحباط، ويتدكّر الهموم التي لديه مثل إهمال الأسرة، لذا يميل الفرد إلى الجلوس على الخط أطول فترة ممكنة، وهذه مشابحة لدورة مدمن الكحول أو القمار التي تجعل الشراب والمقامرة والاستمرار من أجل الهروب من الواقع.

- أول مظاهر الإدمان هو السقوط بالفجوة الزمنية للإنترنت، حيث يزيد الوقت الذي يقضيه الفرد أمام الإنترنت أضعاف ما كان مقدّر له، وهذه تجعل إدارة الوقت أمرا صعبا وتحدث مشاكل كثيرة، ويهمل العديد من الواجبات الهامة عليه، كما يلاحظ أنّ معظم أوقات الاستخدام للمحادثة في الليل، عندما ينهي الأفراد معظم المهام التي لديهم مع أنّ البعض يستخدمه في أوقات أخرى لتباين التوقيت مع من يتحدّث إليهم.

- تباين اهتمامات المدمنين من الحديث عن الطقس أو الحياة الاجتماعية أو الجنس أو الدراسة... والفرد يحاول أن يؤيد أو يعادي الأفكار التي يواجهها.

وكاستنتاج عام فإنّ ما جاء في نتائج البعد النفسي يؤكّد وجود تأثير سلبي على نمط العلاقات الاجتماعية لدى الباحثين، فمن خلال العبارات الواردة في المقياس يستنتج الباحث حدوث مستوى من الإدمان على استخدام الفيسبوك، حتى وإن لم يكن ذلك بالشكل القوي أو القهري، إلا أنّه قد يعرّض العلاقات الواقعية إلى الهشاشة بسبب انخفاض جودة الاتصال الشخصي والتواصل الواقعي مع الآخرين، وهذا التواصل قد يكون موجودا وملحوظا، لكنّه بشكل سطحي، انسحب تدريجيا إلى الفيسبوك.

لذلك نجد الكثير من الدراسات التي تناولت ظاهرة الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك تربطه مع التأثير على نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية، فهذه دراسة "أندرسون" وآخرون، تؤكد بأنّ للإدمان على استخدام الفيسبوك تأثير سلبي على نمط التواصل الاجتماعي الواقعي، وعلى نمط العلاقات

الشخصية، حيث وجدت دراستهم أنّ هناك علاقة إيجابية بين إدمان استخدام الفرد للفيسبوك وانخفاض جودة ومستوى علاقاتهم الاجتماعية الواقعية، التي تؤثر على الترابط الاجتماعي الحقيقي، بسبب تراجع وتقليل الوقت الذي يخصصه الفرد لإنشاء تفاعلات اجتماعية في عالمه الواقعي، ناهيك عن تأثيره على الصحة النفسية للفرد الذي يتعاطى بشكل مفرط مع منصة الفيسبوك (Andreassen & al, 2012)، كما أشارت دراسة "كروس" وآخرون إلى مجموعة من الآثار الاجتماعية والنفسية لعادات وأنماط استخدام الأفراد للفيسبوك، حين أكدوا على مجموعة من الآثار الإيجابية كتعزيز التفاعل والتواصل مع الأصدقاء الحقيقيين وعائلاتهم والمعارف التي اكتسبوها خلال مشوارهم الدراسي، أو حتى التي أنشؤوها في الفيسبوك، مما يعزز لديهم الإحساس بالرفاهية والسعادة النفسية والإشباع في العلاقات الافتراضية، لكن قد تؤدي العادات والأنماط السلبية في استخدام الفيسبوك إلى حدوث مشكلات تؤثر على سلامة الصحة النفسية، وتنتج بسبب العزلة الاجتماعية والإدمان على الاستخدام المفرط، وهو الذي يؤدي إلى شعورهم بالقلق والتوتر والإحساس الدائم بالوحدة في المجتمع الواقعي، رغم العدد الهائل من المحيطين بهم (Kross & al, 2013).

ورغم الدراسات الكثيرة التي أجريت حول ظاهرة الإدمان على الإنترنت، إلا أنّ دراسة وأبحاث العالمة "يونغ كمبرلي" أصبحت مرجعا علميا وأكاديميا وعباديا، حيث كانت من أوائل السبّاقين لمعالجة وتشخيص هذه الظاهرة. فقد عملت (Young, 1996) على تتبع الأعراض الدالة على إدمان الإنترنت وتوصلت إلى مجموعة من المؤشرات تعرّف مستخدمي الإنترنت بأنهم مدمنين، وهذه الأعراض قد أثبتتها نتائج مقياس البعد النفسي في هذه الدراسة، بحيث يشعر هؤلاء المستخدمين بالاكتئاب والاحباط والعزلة إضافة إلى فقدان الكثير من الهوايات الترفيهية والاجتماعية، وحدثت مشكلات في العائلة والعمل والعلاقات والجامعة، وبالرغم من عدم وجود معايير معينة لإدمان الإنترنت في الدليل التشخيصي للاضطرابات النفسية والعقلية الطبعة الرابعة (DSMIV)، فقد قامت "يونغ" بتعديل المعايير الخاصة بالمقاهرة المرضية حتى تتناسب مع إدمان الإنترنت ومن هذه المعايير ما يلي: (برغش، 2021، الصفحات 230-231)

- انشغال تفكير الفرد بالإنترنت بشكل كبير.
- الشعور بالحاجة لزيادة الوقت على الإنترنت للوصول الى درجة الرضا.
- عدم قدرة الفرد على التحكم في الوقت الذي يقضيه في استخدام الإنترنت.
- ترك الفرد لبعض المهام أو العلاقات الهامة بسبب انشغاله بالإنترنت.
- اختفاء الفرد عن الآخرين، بسبب الفترات الطويلة التي يقضيها على الإنترنت.

- شعور الفرد بأعراض الانسحابية مثل الاكتئاب أو العصبية عند محاولة التوقف عن استخدام الإنترنت.
- قيام الفرد بمحاولاته للسيطرة على استخدام الإنترنت ولم ينجح.
- استخدام الفرد للإنترنت للهروب من مشكلات الحياة اليومية.

3- بعد التفاعل والترابط الاجتماعي:

جدول (89): يبين تأثير استخدام الفيسبوك على نمط التفاعل والترابط الاجتماعي لدى المبحوثين

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي الموزج	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات		
										ت	%
1	أحس بالألفة والانتماء مع أصدقاء الفيسبوك أكثر من أسرتي وأصدقائي الواقعيين	99	91	75	79	56	3.245	1.3	04	ت	
		24.8	22.8	18.8	19.8	14	0	855		6	%
2	تراجعت نشاطاتي الاجتماعية وزيارتي في المناسبات العائلية بسبب الفيسبوك	51	109	95	101	44	3.055	1.2	19	ت	
		12.8	27.3	23.8	25.3	11	0	147		7	%
3	أشعر أنّ علاقاتي الاجتماعية الواقعية أصبحت ضعيفة منذ استخدام للفيسبوك	57	123	83	93	44	3.140	1.2	15	ت	
		14.3	30.8	20.8	23.3	11	0	386		4	%
4	تشكو مني أسرتي بسبب الوقت الطويل الذي أقضيه مشغولاً مع الفيسبوك	70	110	77	108	35	3.180	1.2	10	ت	
		17.5	27.5	19.3	27	08.8	0	516		1	%
5	بفضل الفيسبوك حافظت على علاقاتي الاجتماعية السابقة والقائمة بنفس قوتها	70	120	86	88	36	3.250	1.2	03	ت	
		17.5	30	21.5	22	09	0	334		1	%
6	قلّ تفاعلي مع أسرتي وأصدقائي الحقيقيين عما كان عليه قبل الفيسبوك	61	109	94	96	40	3.137	1.2	16	ت	
		15.3	27.3	23.5	24	10	5	277		5	%
7	الفيسبوك أبعدني عن المشاركة في الرحلات والنشاطات	52	132	97	82	37	3.200	1.1	07	ت	
		13	33	24.3	20.5	9.30	0	783			%

	3								الاجتماعية	
17	1.2	3.102	50	82	101	111	56	ت	علاقاتي الافتراضية التي تنشأ عن استخدامي للفيسبوك سطحية ولا تدوم	8
	392	5	12.5	20.5	25.3	27.8	14	%		
05	1.1	3.235	29	86	98	136	51	ت	استخدام الفيسبوك جعلني أنقطع عن العديد من أصدقائي الحقيقيين	9
	415	0	7.30	21.5	24.5	34	12.8	%		
20	1.2	3.045	48	99	93	107	53	ت	استخدام الفيسبوك أدى لقلة الحوار ومناقشة مواضيع عامة مع أسرتي	10
	356	0	12	24.8	23.3	26.8	13.3	%		
13	1.2	3.147	41	91	96	112	60	ت	أستعرض الكثير من مظاهر الاحتفالية العائلية على صفحتي في الفيسبوك	11
	245	5	10.3	22.8	24	28	15	%		
14	1.2	3.145	39	100	87	112	62	ت	أجد رغبة كبيرة في الحديث عن مغامراتي في الفيسبوك مع معارفي وأصدقائي	12
	340	0	09.8	25	21.8	28	15.5	%		
18	1.3	3.087	56	91	84	100	69	ت	تكوّنت لديّ علاقات افتراضية بديلة وأفضل من علاقتي الاجتماعية الواقعية	13
	130	5	14	22.8	21	25	17.3	%		
06	1.1	3.232	35	84	94	127	60	ت	أشعر أنّ علاقتي الافتراضية أدّت إلى وجود فجوة بيني وبين أفراد أسرتي	14
	415	5	8.80	21	23.5	31.8	15	%		
08	1.2	3.182	46	81	88	124	61	ت	أشعر بأنّي غير مؤثر في أسرتي وبين زملائي وأصدقائي	15
	462	5	11.5	20.3	22	31	15.3	%		
1	1.2	3.162	50	83	83	120	64	ت	ساءت علاقتي الأسرية بعد استخدام الفيسبوك	16
	748	5	12.5	20.8	20.8	30	16	%		

01	1.2	3.267	46	66	94	123	71	ت	أطلب المشورة ممن أثق بهم عبر الفيسبوك في مواضيع خاصة	17
	549	5	11.5	23.5	23.5	30.8	17.8	%		
09	1.2	3.182	41	86	92	121	60	ت	أصبحت حياتي تتميز بنمط ثابت لا جديد فيها	18
	239	5	10.3	21.5	23	30.3	15	%		
12	1.1	3.162	34	96	93	125	52	ت	أصبحت معزولا عن عالمي ومحيطي	19
	788	5	8.5	24	23.3	31.3	13	%		
02	1.3	3.255	53	78	71	110	88	ت	كوّنت علاقات اجتماعية جادة عبر استخدام الفيسبوك	20
	489		13.3	19.5	17.8	27.5	22	%		
3.1705			المتوسط الحسابي العام للمقياس							
0.60136			الانحراف المعياري للمقياس ككل							

تظهر نتائج الجدول المتعلق بالفقرات حسب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثير الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية من بعد التفاعل والترابط الاجتماعي، وفيما يلي عرض ترتيب الفقرات حسب المتوسط الحسابي كالاتي:

- العبارة الأولى (أطلب المشورة ممن أثق بهم عبر الفيسبوك في مواضيع خاصة) حصلت على موافقة (30.8%)، وحياد (23.5%)، في حين وافق بشدة (17.8%)، أما غير الموافقين (16.5%)، يليه غير الموافقين بشدة (11.5%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.2675) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3)، ما يدل على قوة الاتفاق على العبارة بين أفراد العينة، بانحراف معياري بلغ (1.25494).

- حصلت العبارة الثانية (كوّنت علاقات اجتماعية جادة عبر استخدام الفيسبوك) على موافقة (27.50%)، بينما وافق بشدة (22%)، ولم يوافق (19.5%)، أما المحايدين بنسبة (17.8%)، ويليه غير الموافقين بشدة (13.3%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.2550)، وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.34890).

- حصلت العبارة الثالثة (بفضل الفيسبوك حافظت على علاقتي الاجتماعية السابقة والقائمة بنفس قوتها) على موافقة (30%)، و(22%) غير موافقين، وحياد (21.5%)، وموافق بشدة (17.5%)، و(09%) غير

موافقين بشدة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.2500)، وهو أكبر من قيمة المتوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق على العبارة بين المبحوثين بانحراف معياري بلغ (1.23341).

- كما حصلت العبارة الرابعة (أحس بالألفة والانتماء مع أصدقاء الفيسبوك أكثر من أسرتي وأصدقائي الواقعيين) على موافقة بشدة (24.8%)، وموافقة (22.8%)، أما غير الموافقين (19.8%)، بينما الحياد (18.8%)، ثم غير الموافقين بشدة (14%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.2450)، وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يعني قوة الاتفاق على العبارة بين المبحوثين بانحراف معياري بلغ (1.38556).

- وحصلت العبارة الخامسة (استخدام الفيسبوك جعلني أنقطع عن العديد من أصدقائي الحقيقيين) على موافقة (34%) وحياد (24.5%)، يليه غير الموافقين (21.5%)، ثم الموافقون بشدة (12.8%)، و(07.3%) غير موافقين بشدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.2350) وهي قيمة أكبر من الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق على العبارة بين المبحوثين، بانحراف معياري بلغ (1.14150).

- أما العبارة السادسة (أشعر أنّ علاقتي الافتراضية أدت إلى وجود فجوة بيني وبين أفراد أسرتي) حصلت على موافقة (31.8%)، وحياد (23.5%)، أما غير الموافقين (21%) والموافقون بشدة (15%)، بينما غير الموافقين بشدة (8.8%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.2325) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي ما يدل على قوة اتفاق أفراد العينة، بانحراف معياري بلغ (1.14150).

- كما حصلت العبارة السابعة (الفيسبوك أبعديني عن المشاركة في الرحلات والنشاطات الاجتماعية) على موافقة (33%) يليه (24.3%) محايدون، ثم (20.5%) غير موافقون، ويليه (13%) الموافقون بشدة، ثم الموافقون بشدة (09.3%)، وبلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.2000) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق بين أفراد العينة على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.17833).

- وحصلت العبارة الثامنة (أشعر بأيّ غير مؤثّر في أسرتي وبين زملائي وأصدقائي) على موافقة (31%)، والمحايدون (22%)، و(20.3%) غير موافقين، يليه الموافقون بشدة (15.3%)، ثم غير الموافقين بشدة (11.5%)، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.1825) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يؤكد على وجود اتفاق قوي لدى المبحوثين حول العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.24622).

- حصلت العبارة التاسعة (أصبحت حياتي تتميز بنمط ثابت يوميا لا جديد فيها بسبب الفيسبوك) على موافقة (30.3%)، وحياد (23%)، يليه غير الموافقين (21.5%)، ويليه الموافقون بشدة (15%)، ثم غير الموافقين بشدة (10.3%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.1825) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.22390).

- حصلت العبارة العاشرة (تشكو مني أسرتي بسبب الوقت الطويل الذي أقضيه مشغولا مع الفيسبوك) على موافقة (27.5%) و(27%) غير موافقين، والمحايدين (19.3%)، ثم الموافقون بشدة (17.5%)، أما غير الموافقين بشدة (08.8%)، حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.1800)، وهو يفوق الوسط الفرضي (3)، ما يدل على قوة الاتفاق على هذه العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.25161).

- حصلت العبارة الحادية عشر (سألت علاقاتي الأسرية بعد استخدام الفيسبوك) على موافقة (30%)، يليه المحايدين وغير الموافقين (20.8%)، ثم الموافقون بشدة (16%)، يليه غير الموافقين بشدة (12.5%)، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.1625) وهو يفوق قيمة الوسط الفرضي (3) وهو ما يؤكد على اتفاق قوي بين أفراد العينة على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.27482).

- وحصلت العبارة الثانية عشر (أصبحت معزولا عن عالمي ومحيطي الاجتماعي بسبب الفيسبوك)، على موافقة (31.3%) وحياد (23.3%)، أما غير الموافقين (14.3%)، يليه الموافقون بشدة (13%)، ثم غير الموافقين بشدة (08.5%)، وبلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.1625) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3)، وهو دليل على قوة الاتفاق على هذه العبارة بين المبحوثين، بانحراف معياري بلغ (1.17880).

- وحصلت العبارة الثالثة عشر (أستعرض الكثير من مظاهر الاحتفالية العائلية على صفحتي في الفيسبوك) على موافقة (28%)، أما المحايدين (24%)، و(22.8%) غير موافقون، و(15%) موافقون بشدة، أما غير الموافقين بشدة (10.3%)، وبلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.1475) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3)، ما يعكس قوة الاتفاق على هذه العبارة بانحراف معياري بلغ (1.22454).

- حصلت العبارة الرابعة عشر (أجد رغبة كبيرة في الحديث عن مغامراتي في الفيسبوك مع معارفي وأصدقائي) على موافقة (28%) وغير موافق (25%)، وحياد (21.8%)، أما الموافقون بشدة (15.5%)، يليه غير الموافقين بشدة (09.8%)، وبلغت قيمة متوسطها الحسابي (3.1450)، وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة الاتفاق على هذه العبارة بانحراف معياري بلغ (1.23401).

- كما حصلت العبارة الخامسة عشر (أشعر أنّ علاقتي الاجتماعية الواقعية أصبحت ضعيفة منذ استخدام للفيسبوك) على موافقة (30.8%)، بينما (23.3%) غير موافقون، وحياد (20.8%)، وموافقون بشدة (14.3%)، وغير الموافقين بشدة (11%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.1400)، وهو أكبر من الوسط الفرضي (3)، ما يؤكد على وجود اتفاق قوي بين أفراد العينة على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.23864).

- وحصلت العبارة السادسة عشر (قلّ تفاعلي مع أسرتي وأصدقائي الحقيقيين عمّا كان عليه قبل الفيسبوك) على موافقة (27.3%) و(24%) غير موافقين، وحياد (23.5%)، أما الموافقين بشدة (15.5%)، وغير الموافقين بشدة (10%)، وقد بلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.1375)، وهو أكبر من الوسط الفرضي (3) الذي يدل على قوة الاتفاق على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.22775).

- كما حصلت العبارة السابعة عشر (علاقاتي الافتراضية التي تنشأ عن استخدامي للفيسبوك سطحية ولا تدوم) على موافقة (27.8%)، وحياد (25.3%)، و(20.5%) غير موافقين، و(14%) موافقون بشدة، أما غير الموافقين بشدة (12.5%)، وبلغت قيمة متوسطها الحسابي (3.1025)، وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) ما يدل على قوة اتفاق أفراد العينة على هذه العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.23929).

- وحصلت العبارة الثامنة عشر (تكوّنت لديّ علاقات افتراضية بديلة وأفضل من علاقتي الاجتماعية الواقعية) على موافقة (25%) وغير موافق (22.8%)، وحياد (21%) وموافق بشدة (17.3%)، أما غير الموافقين بشدة (14%)، وبلغ المتوسط الحسابي للعبارة (3.0875) وهو يفوق قيمة المتوسط الفرضي (3) ما يعكس قوة الاتفاق على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.31307).

- العبارة التاسعة عشر (تراجعت نشاطاتي الاجتماعية وزياراتي في المناسبات العائلية بسبب الفيسبوك) حصلت على موافقة (27.3%) وموافقة (25.3%)، وحياد (23.8%)، وموافقة بشدة (12.8%)، أما غير الموافقين بشدة (11%)، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.0550)، وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي (3) والذي يدل على الاتفاق القوي بين أفراد العينة على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.21477).

- أما العبارة العشرون الأخيرة (استخدام الفيسبوك أدى لقلّة الحوار ومناقشة مواضيع عامة مع أسرتي) فقد حصلت على موافقة (26.8%)، و(24.8%) غير موافقين، وحياد (23.3%)، أما الموافقون بشدة (13.3%)، وغير الموافقين بشدة (12%)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.0450) وهو أكبر

من قيمة الوسط الفرضي (3)، ما يؤكد على وجود اتفاق قوي بين المبحوثين على العبارة، بانحراف معياري بلغ (1.23563).

تظهر نتائج المقياس الخاص بالتفاعل والترابط الاجتماعي أهمية هذا التفاعل في نجاح أفراد العينة بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية عبر الوسيط الاجتماعي الفيسبوك، وليس هذا فحسب بل نؤكد بأنه من شروط حدوث التأثير في خصم الصراع بين الواقعي والافتراضي ضمن سياقات التفاعلات الرقمية هو قياس مدى انفكك عقد الترابط الاجتماعي أو زيادة تماسكه، رغم خوض أفراد العينة في استخدامات التفاعلية في الفيسبوك لأجل تحقيق الإشباع الاجتماعي والنفسية المختلفة المرغوبة والمطلوبة والتي تأتي في إطار نسج علاقاتهم الافتراضية.

وفي هذا السياق يشير "هومانز" بأنّ التفاعل هو العنصر الثاني من عناصر السلوك الاجتماعي والذي استخدمه كتصور تحليلي في دراسته، فهو يؤكد أن التفاعل يشتمل على العديد من المتغيرات، وفرق "هومانز" بين الاتصال والتفاعل على اعتبار أن الاتصال يفكر فيه مجرد الاتصال العاطفي اللفظي بطرق مختلفة في الحديث اليومي، أما التفاعل فله معنى محدد، فهو يرى أن التفاعل لا يتم إلا إذا حدث نشاط أو حفز إليه نشاط شخص آخر، بل أنّ مجرد التتابع الزمني ليس إلا معياراً قاصراً للتفاعل (أبو شنب، 2008، صفحة 177)، ويعدّ التفاعل الاجتماعي بشكل عام نوع من المؤثرات والاستجابات، وفي العلوم الاجتماعية يشير إلى سلسلة من المؤثرات والاستجابات التي ينتج عنها تغيير في الأطراف الداخلية، فيما كانت عليه عند البداية، والتفاعل الاجتماعي لا يؤثر في الأفراد فحسب بل يؤثر في القائمين على البرامج أنفسهم بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل طريقة عملهم مع تحسين سلوكهم تبعاً للاستجابات التي تستجيب لها الأفراد (سليمان، 2014، صفحة 195)، بينما حدّد "فريدريك لوبارون" (Frederic lebaron) التفاعل الاجتماعي بأنه تلك العلاقة الشخصية المباشرة بين فردين على الأقل، ويمكن أن تكون لغوية (تبادل لفظي)، فيزيقية، وببساطة قد تكون بصرية (تبادل نظرات)، كما لا يفوتنا ذكر التفاعل اليومي، ويمكن أن يكون التفاعل لمرة واحدة (مثل التفاعل بين البائع والمشتري في السوق)، وعلى العكس من ذلك قد يكون منظم ومتكرر (كالتفاعل بين الأستاذ والطالب بالقسم) (Lebaron, 2009, p. 72).

أما "عادل الأشول" فيرى أن التفاعل الاجتماعي هو نوع من العلاقات بين شخصين، أو أكثر حيث نجد سلوك الفرد يتأثر ويتعدّل بسلوك الآخر، ومن خلال المثبرات والاستجابات المتداخلة فإنّ الكائن البيولوجي يتغيّر ببطء إلى كائن إنساني (الأشول، 1999، صفحة 71)، ويضيف "إبراهيم الخطيب" بأن التفاعل الاجتماعي عبارة عن علاقة متبادلة بين فردين أو أكثر بحيث يتوقف سلوك أحدهما على سلوك الآخر، أو يتوقف سلوك كل منهما على سلوك الآخر، وعملية التفاعل الاجتماعي عملية مستمرة ومتواصلة، فهي تحدث في كل مكان في البيت، وفي

المدرسة، وفي الشارع، وفي كل مكان يجتمع فيه الأفراد، وتحدث من جرائه عملية احتكاك وتفاعل (الخطيب، 2003، صفحة 58) وهذا يعني أنّ حدوث التفاعل متوقّف على عامل الحفز أو الدافع المتمثل في سلوك شخص آخر ليقوم الفرد بالتفاعل معه في صورة رد فعل أو استجابة، وهو يمثل بعدا ومحتوى نفسيا لمفهوم التفاعل لديه (أبو شنب، 2008، صفحة 177).

بينما ربطت "شيرين فراج" الاتصال في تعريفها للتفاعل الاجتماعي والذي ينصّ بأنه عملية تأثير وتأثر متبادلة مستمرة بين (فرد وفرد) أو (جماعة وجماعة) أو (مجموعة ومجموعة) تؤدّي إلى اتصال دائم بين الأفراد لتحقيق هدف محدّد، وهو يمكن أن يكون تفاعلا إيجابيا أو تفاعلا سلبيا، وذلك من خلال التعرض لمجموعة من المواقف الاجتماعية المختلفة (التعاون، التواصل الاجتماعي، التعاطف، والانتماء للجماعة) (فراج، 2007، صفحة 40)، وهو ما أكّد عليه كل من "سمول" و"بيرجس" (A. W. Small) و(E. W. Burgess) بأنّ الاتصال هو الخطوة الأولى في التفاعلات الاجتماعية (عبد الجواد، 1983، صفحة 91).

وفي إطار العلاقات الاجتماعية يعرف "عمر همشري" التفاعل الاجتماعي بأنه عبارة عن العلاقات الاجتماعية بجميع أنواعها التي تكون قائمة بوظيفتها، أي العلاقات الاجتماعية الديناميكية بجميع أنواعها سواء كانت هذه العلاقات بين فرد وفرد أو بين جماعة وجماعة، أو بين جماعة وفرد (همشري، 2003، صفحة 139)، لذلك يؤكّد باحثون أنّ مفهوم التفاعل الاجتماعي استخدم هذا في البداية لتمييز نمط من العلاقات الاجتماعية، وكذلك لتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه في تفاعله مع غيره من أعضاء جماعته ومجتمعه في ضوء بعض الرموز والمعاني، لأنّ التفاعل الذي يتخذ صورا متعدّدة (غنيم و آخرون، 2008، صفحة 145).

أمّا "خيرى حافظ" فيقدم مفهومه للتفاعل الاجتماعي الذي يربطه بالشبكات الاجتماعية، حيث يرى بأنّه عملية تنشأ من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية التي تقوم بين أفراد الجماعة وأكّد أنّه يؤثّر بصورة تبدو واضحة في تبادل الأفكار والمشاعر والتصرفات (عبد الفتاح و آخرون، 2000، صفحة 128)، وفي نفس السياق تعرفه "غمشي الزهرة" بأنّه الناتج عن العملية الاتصالية في السياق الافتراضي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والذي يشمل سلسلة من السلوكيات المرتبطة بالنشر، بالتعليق وبالإعجاب والمحادثة الفورية، وإرسال الرسائل... وغيرها من الأنشطة التفاعلية بين مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (غمشي، 2018، صفحة 42) ويؤكّد "إبراهيم الخطيب" أنّ التفاعل يوصف بأنّه إيجابي إذا انتشرت المحبة والمودة والتعاطف والرحمة والتقبل بين الأطراف المعنية به، ويتصف بالسلبية إذا عمّ النفور بينهم وطغت النواحي المادية على المشاعر الإنسانية (سليمان، 2014، صفحة 199).

فمن خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص مفهوم للتفاعل الاجتماعي وهو الذي يكون كالآتي:

- التفاعل الاجتماعي علاقة بين شخصين أو أكثر في عملية دائرية.
 - ينتج من التفاعل بين علاقات موائمة دائمة.
 - التفاعل الاجتماعي قائم على التأثير والتأثير بين سلوكيات الأفراد.
 - يهدف التفاعل الاجتماعي إلى ربط أعضائه أو جماعته بين بعضهم البعض من خلال دوافع ومحفزات.
 - تحدث الاستجابة في التفاعل الاجتماعي عندما يتوافق سلوك المتفاعلين مع بعضهم.
 - يبرز تأثير التفاعل الاجتماعي من خلال الأفكار والتصرفات والمشاعر والعواطف.
 - يوحد الاتصال التفاعلي بين الأفراد لتحقيق أهدافهم من العملية الاتصالية التواصلية.
- وفي نفس السياق المرتبط بالدراسة حاول بعض العلماء ربط التفاعل بالترابط الاجتماعي، حيث يرون أنّ لهما علاقة ترابطية معقدة، فكلاهما ينطلقان من العلاقات الاجتماعية بأنواعها، وحاول الباحثون تقديم تعاريفهم في هذا الصدد.

حيث جاء في تعريف الترابط الاجتماعي في (قاموس علم الاجتماع من الألف إلى الياء) لصاحبه "فريدريك لوبارون" (Frédéric Lebaron, 1969): بأنه تلك العلاقات الشخصية التي تتكون بين شخصين أو أكثر وتكون علاقات داخلية مباشرة، وتعتمد بشكل رئيسي على أشكال التفاعل، فهي إذن تفاعلات خاصة ومنتظمة بين الأفراد، قائمة على التبادل الإجباري كركيزة أساسية للحفاظ على الرابط الاجتماعي (Lebaron, 2009, pp. 77-78)، ويعرفه "مُجد مخلوف" بأنه: (تلك الصلات والأواصر أو الخيوط التي تربط الناس وتشدّ بعضهم إلى بعض سواء كانت ذات طابع مادي أو معنوي، ويجعلهم متلازمين ومواظبين على ذلك) (بومخلوف، 2008، صفحة 20).

كما يضيف "حمدوش" بأنه: (تلك العلاقات الاجتماعية التي تتم وتجمع بين الأفراد في حالات وجه لوجه، سواء أكانت علاقات شخصية أو لا شخصية، فالرّباط الاجتماعي إذا يعني بالنسبة لنا مجموع العلاقات الاجتماعية سواء تعلّق الأمر بالألفة أو الأنسة الاجتماعية (Sociabilité) أو الرّوابط الاجتماعية (Rapports social)، أو أي شكل من أشكال الرّباط الاجتماعي (حمدوش، 2009، صفحة 34)، كما يعرفه الباحث الفرنسي المتخصص في علم الاجتماع "بيار إيف كويسبي" (Pierre-Yves Cusset, 1923-2006)، في كتابه (الرابط الاجتماعي) (Le lien social) أو (Social Bond) بأنه شكل من أشكال العلاقات التي تربط الأفراد في مجتمعهم، والتي تتشكّل من العائلة والأصدقاء، والجيران، والعمل ومختلف المؤسسات

والمنظمات المجتمعية، بحيث يكون للمعايير الاجتماعية والقواعد المنتظمة والقيم دور في تزويدنا بالحد الأدنى للمعاني الجماعية، التي تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي (Pierre-Yves, 2007, p. 5)، فالفاعل والترابط الاجتماعي إذن وحدتان متلازمتان في تحقيق الانسجام والتوافق الاجتماعي.

فلقد أصبح موضوع العلاقات الاجتماعية ذو مكانة هامة في العلوم الاجتماعية والنفسية والاتصالية، واعتبرت هذه العلوم أنّ شبكة علاقات الأفراد تنتج عن التفاعل والترابط ضمن الدائرة الاجتماعية الحقيقية.

فقد أشارت الدراسات التحليلية التي تناولت بالدراسة والبحث موضوع العلاقات الاجتماعية إلى أنّها تبدأ بفعل اجتماعي يصدر عن شخص معين يعقبه ردّ فعل يصدر من شخص آخر ويطلق عليه التأثير المتبادل بين الشخصين أو بين الفعل وردّ الفعل، اصطلح عليه "التفاعل"، لذا لا بدّ أن نفرّق بين الفعل الاجتماعي وبين غيره من الأفعال غير الاجتماعية؛ فالفعل الاجتماعي وفقا لتعريف "ماكس فيبر" هو السلوك الإنساني الذي يحمل معنى خاص يقصد إليه فاعله بعد أن يفكر في ردّ الفعل المتوقع من الأشخاص الذين يوجهوا إليهم سلوكهم (المغزاي، 2020، صفحة 102)، وهو ما ذهبت إليه النظرية الظاهرية حينما اعتبرت التفاعل الاجتماعي عملية تبادلية من التكوينات الفهميّة للمتفاعلين الذين يستخدمون مخزونهم المعرفي المتوافر لحظة التفاعل، فتتكون المواقف الاجتماعية من هذه الأنماط الاعتيادية للتفاعل الاجتماعي، وترى الظاهرية أنّ السلوك الأسري ينتج عن عوامل متعدّدة متفاعلة على المستوى السيكولوجي والاجتماعي والبيئي، وتختلف تماما من حالة لأخرى (جامع، 2010، صفحة 192)، فمحاولة فهم السلوك البشري تنطلق أساسا من تحليل التفاعلات الاجتماعية التي ترافق البناءات الموضوعية التي تنتج عن الأفعال.

وبالنظر إلى خطورة إدمان استخدام الفيسبوك على الرّوابط والعلاقات الاجتماعية، نوّكد أنّ الأبعاد التي تمّ دراستها سابقا (بعد الاتصال الشخصي والبعد النفسي) ترتبط ارتباطا وثيقا مع بعد التفاعل والترابط الاجتماعي، وبالعودة إلى دراسة العالمة "يونغ" التي قدّمت من خلالها لائحة عن الأهداف المختلفة من استخدام الأفراد المدمنين على الإنترنت التي يريدون تحقيقها، حيث تمّت الدراسة على عينة (396) متصل بالإنترنت تتوفر فيهم علامات الإدمان، وتوصلت إلى إيجاد ثلاثة أفواج من الأفراد المدمنين في إطار سعيهم لنسج علاقات اجتماعية وهم: (حمودة، 2015، صفحة 217)

1- فوج يهدف إلى الحصول على علاقات اجتماعية، وهم أشخاص يعيشون في مناطق معزولة جغرافيا ومهمّشون اجتماعيا.

2- فوج الباحثين عن الاتصالات الجنسية الخيالية حيث تصبح المواقع الإباحية وسيلة للحصول على الإشباع بدون خطر.

3- فوج المستعملين الذين يخترعون شخصية خيالية عنهم عبر الإنترنت ويصبح بإمكانهم أن يفحصوا مظاهر شخصيتهم التي لم تظهر في الواقع.

وهنا تظهر دلائل الصّراع الداخلي للمستخدمين في التخلّص من تبعات العزلة الاجتماعية، وبناء روابط اجتماعية جديدة في العالم الافتراضي، هذا الصّراع النفسي والاجتماعي هو نتيجة انغماس الذات الافتراضية في متاهات البحث عن إقامة شبكات من العلاقات الرمزية الافتراضية، لذا من المهم أن تكون محور هذه العلاقات الاجتماعية هو التفاعل الجادّ الذي يؤدي دورا في تأسيس وبناء بل وتعزيز العلاقات الاجتماعية، من خلال تعميق التواصل وخفض الخلافات وزيادة التفاهات داخل الحاضنة الاجتماعية لمستخدمي الفضاء الرّقمي، وينتج عن هذا التفاعل تعزيز الانتماء وإظهار التضامن في المجتمع الحقيقي، وهو وجه آخر في بناء الثقة بين المتفاعلين الذين سوف يدفعهم هذا التفاعل إلى تقبّل بعضهم البعض وتقبل الآخرين، وتقدير الذات المتفاعلة معهم احتراما للتنوع الثقافي والاجتماعي.

وتحدث التفاعلات الافتراضية عبر الفيسبوك في نطاق مساحة الأفكار المتاحة وحرية التعبير الجريئة وتبادل المشاعر والخبرات والتجارب الاجتماعية والنفسية والثقافية، وهذا بدوره يحفّز مستخدمي الفيسبوك على تحقيق جملة من الأهداف المشتركة، والتي لأجلها انخرط أفراد العينة فيها بغرض التعاون في إنجاحها وتحقيقها، ويشير التفاعل الاجتماعي الافتراضي إلى التواصل والاندماج الذي يحدث عبر موقع الفيسبوك من خلال دخول الطلبة المستخدمين في دردشات مع المجتمع الافتراضي الذي يضمّ قائمة من الأصدقاء الذين اختاروهم وارتضوهم ضمن شبكة علاقاتهم الافتراضية، وظهر هذا النشاط الرّقمي في الإعجابات والتعليقات والرّدود والنقاشات في الرّسائل الخاصة أو في المجموعات الافتراضية التي انضمّوا إليها، والمعلومات التي يتبادلونها، وفسح المجال للتعبير عن آرائهم وإنشاء العلاقات المختلفة، وهو أمر ضروري بل مفروض لتقييم الاستعدادات الذهنية والنفسية للدخول في شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية، وهذا السلوك عنصر مهمّ لرسم صورة عن الذات الافتراضية عموما والفيسبوكية بشكل خاص كشكل من أشكال بناء الرأس المال الاجتماعي الافتراضي.

وفي هذا الإطار قدّم "بيير بورديو" (pierre bourdieu) مفهومة حول الرأس المال الاجتماعي القائم على الاستخدام التفاعلي، الذي يقصد به الرّصيد الاجتماعي من العلاقات والرموز الذي يتفاعل مع الرّصيد الذي يملكه الفرد من رأس المال المادي، فهو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام، فهو يؤكّد بأنّ الرّسّمال

الاجتماعي ما هو إلا مجموع الاتصالات والعلاقات والصدقات التي تعطي للفعل سماكة اجتماعية كبيرة. (ستيفان و كريستيان، 2013، صفحة 621)، كما تحدّث التفاعليون الرمزيون عن مبدأ التبادل التفاعل الاجتماعي والمعاني المشتركة كأساس للتفكير الفردي للعالم الموضوعي، فقد اتضح أنّ هناك مسارات لبناء العلاقات الاجتماعية، المسار الأول تبناه عالم الاجتماع "تشارلز كولي" الذي رأى أنّ الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم بعضا ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي موجودة في الواقع، ولكن من خلال الانطباعات التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم، وأطلق "كولي" على هذه الانطباعات الأفكار الشخصية، وتنطبق هذه الانطباعات على اعتبار أنّنا نكوّن فكرة شخصية عن كل فرد وبالتالي تصبح الفكرة الشخصية عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة من الصفات التي نتخيّلها ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا لتفسير شخصياتهم الواقعية كقاعدة للتنبؤ بسلوكهم والتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدو مشابهيهم لهم، أمّا المسار الثاني فقد تبناه "جورج هربرت ميد" الذي توصّل بأنّ القدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحا لأفكار الفرد، وأشار إلى أنّه لكي ننتسب للآخرين فإنّ علينا أن نلعب أدوارهم؛ بمعنى يجب أن نتعلّم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في جماعة ثم تستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يستجيب الآخرون في أدوار معيّنة لتصرفاتنا (المشاقبة، 2015، الصفحات 204-205).

ويشير "ساري" أنّ التفاعليون الرمزيون يتفقون جميعا على أهمية الاتصال والتفاعل الاجتماعي في عملية بناء الفرد لذاته، فشخصية الفرد عندهم ما هي سوى نتاج لعلمية اتصاله بالآخرين وتفاعله معهم في المواقف الاجتماعية بواسطة اللغة بكل ما تحمله من معان ورموز ودلالات، ويرى "ساري" أنّه يجب تحليل الجوانب النفسية والاجتماعية التي أحدثها الاتصال عبر الإنترنت في الاتصال الشخصي المباشر الذي يتمّ وجها لوجه بين الأفراد، وبخاصة في الجانب المتعلّق بسلوك الأفراد وتصرفاتهم في غرف المحادثة (ساري، 2006، صفحة 22).

فحسب هذا الاتجاه الوظيفي فإنّ المبحوثين يستخدمون مجموعة من الرموز المشكّلة من النصوص أو الصور وحتى من الرموز التعبيرية "الإيموجي" كظاهرة لغوية تفاعلية جديدة، لخلق بيئة تفاعلية تؤدّي في الأخير إلى تعزيز التفاهم والتواصل بين الأصدقاء الفيسبوكيين، غير أنّها لن تكون أكثر فعالية عند نقل العواطف والمشاعر، على عكس ما قد يحدث في التفاعل وجها لوجه مثلما رأينا سابقا في البعد الشخصي، زد على ذلك أنّ حدوث التشويش في بناء المعاني والرموز قد يؤدّي إلى نقص فهم السياق العاطفي لأنّ أغلب رسائله غير لفظية، وبالتالي قد يحدث سوء الفهم نتيجة انكماش التفاعل أو تعرّضه لتشويش أثناء عملية الاتصال، لذلك وجب النظر في حجم ومستوى التفاعلات اليومية للمبحوثين وكيفية تأثيرها على عمق الترابط الاجتماعي.

فلقد أظهر موافقة المبحوثين للعبارة (من 01 إلى 04) لدرجة الثقة التي أصبح أفراد العينة يتمتعون بها في المجتمع الافتراضي، وتشير أيضا إلى الاختلاف بين ما يشعرون به في مجتمعهم الواقعي وبين المجتمع الفيسبوكي، لأن الثقة المتبادلة تسمح بنسج العلاقات الاجتماعية وضبط التفاعلات ضمن إطار التفاهات الاجتماعية والنفسية والعاطفية والمعرفية والقيم الشخصية، أي أنّ تلك العلاقات تتحدّد وفق الاختيارات والشروط التي يقبلها أفراد العينة للخوض مع الآخرين في الأنشطة الرقمية والتفاعلات المختلفة، لذلك يبادر الطّلبة في المزيد من الاندماج الشخصي بإشراك من يعتقدون أنّهم يشاركونهم الحياة والمشاعر في ما يشغلهم ومشاكلهم وحتى أمورهم الشخصية والعاطفية.

ويؤكّد في هذا السياق (عبد المحسن العصيمي) أنّ العلاقات الإنسانية بين الأفراد تمثّل الوسيط العاطفي والمعرفي الذي يبني الإنسان من خلاله أهدافه وقيمه في الحياة، فنمط التعامل مع الغير ونوع العلاقة التي يبنها الفرد من قوة وضعف، سلبية أو إيجابية؛ سطحية أو عميقة، هزلية أو جدلية، ونوع ارتباطها بالأسرة والقربة أو الصداقة أو العواطف أو المصالح، ونتائج كل علاقة من ذلك وآثارها على اتجاهات الفرد أو قيمه السلبية أو الإيجابية وما تورّثه هذه من إيجابيات تدعّم الفرد وتنمّيه، أو مشاكل تتسبّب في الضّرر المباشر أو غير المباشر له (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 76)

فمن خلال العبارة (01) التي يؤكّد فيها المبحوثون على صور التضامن الافتراضي عندما يكون التفاعل والترابط قويّ في الفيسبوك، حيث تبين أنّ أفراد العينة عادة ما يلجؤون إلى طلب المشورة من أشخاص افتراضيين يثقون فيهم، وتتعدّد تلك المواضيع من عاطفية وشخصية ومهنية، وحتى في اتخاذ القرارات المهمّة، وتسمح هذه الصورة من التفاعل والترابط الاجتماعي بتوفير وجهات نظر متعددة والاستفادة من التجارب السابقة، وتقود إلى اتخاذ قرار سليم ومستنير، كما تمكّن من الاستفادة من خبرات وآراء أصدقائهم أو مجموعاتهم وشبكاتهم الاجتماعية في التعامل مع المواقف الطارئة، من أجل الحصول على الدعم العاطفي والمساعدة في الوصول إلى قرار مناسب والحصول على رؤية جديدة للتعاطي مع المشاكل والمواقف الحياتية، ويؤكّد هذا السلوك أنّ الطلب على سابق معرفة ودراية جيدة بأعضاء الجماعة الفيسبوكية.

وهذا ما سعت إليه النظرية الفينومينولوجية (Phenomenology) أو الظاهرية كمدخل في نظرية علم الاجتماع لفهم العلاقة بين الحالات المختلفة للوعي الفردي من ناحية والحياة الاجتماعية من ناحية أخرى، كما سعت الظاهرية لكشف النقاب عن كيفية استخدام الوعي الإنساني في صياغة الفعل الاجتماعي وصياغة أو بناء المواقف الاجتماعية بل وبناء العوالم الاجتماعية (جامع، 2010، صفحة 190).

وعطفا على ذلك فإنّ أفراد العينة من خلال الثقة المتبادلة مع شبكاتهم الاجتماعية الافتراضية قد استطاعوا فعلا بناء ونسج علاقات هامة وجادة، وهذا إنّما يدلّ على درجة التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم بشكل فعّال، وتتخذ هذه العلاقات عدّة أوجه كالعلاقات العاطفية والشخصية والمعرفية، وهي بدورها تساعد على تعزيز الارتباط الاجتماعي وتقوية الشعور بالانتماء أكثر للمجتمع الافتراضي، ونظرا لسهولة التواصل عبر الفيسبوك مع الأصدقاء وأفراد العائلة المقربين وزملاء الدراسة، فقد سمح هذا التواصل بالإطلاع المستمر على أخبارهم وتفقد أحوالهم والسؤال المتبادل عن بعضهم، ومشاركة وتبادل أفكارهم ومشاعرهم بكل سهولة ويسر، وهو ما يبقى علاقات أفراد العينة في حالة من التوازن بين تلك العلاقات المكتسبة من الفيسبوك وبين العلاقات الواقعية، الأمر الذي يساعده في الحفاظ عليها وإبقاء التواصل مستمرا، وهو ما يعزز الشعور بالانتماء والارتباط الاجتماعي لهذه الفئة من الطلبة ويقوّي الدعم الاجتماعي لديهم.

لكن شعور الباحثين بالانتماء والإحساس بالراحة النفسية في مواقفهم الاتصالية في الفيسبوك، وكذلك أدائهم المرن وألفتهم مع المنصة، لا يرجع إلى أن الفيسبوك تغيب فيه القيود الاجتماعية والضغوطات والرقابة فحسب، بل يمكن أن يعود سببه إلى تشبعهم بالمشاعر والأحاسيس المضلّلة، وتقدير الذات الافتراضية، والتي أطلق عليها علماء النفس الاجتماعي مصطلح "لا تعيين الشخصية" (Anonymity)، وهي الشخصية التي تحدّثنا عنها في الدراسة والتي تستخدم حسابا مجهول الهوية، فلا يعرف المستخدمون في الفيسبوك شخصيته ولا هو يعلم شخصية الآخرين، فكلاهما يستخدم هوية مستعارة في حسابه.

بالإضافة إلى ذلك؛ تعكس العبارتان (02 و 03) مستوى الرفاهية الاجتماعية التي حصل عليها أفراد العينة من استخداماتهم المتنوعة والإشباع الاجتماعي والنفسية التي تحققت لهم، وأنّ درجة من التوازن والاستخدام المعقول والمدرّوس يمكن أن تساهم في الحفاظ على جزء من العلاقات الاجتماعية الواقعية التي كانت سائدة في الماضي بنفس قوة التواصل وهذا من شأنه أن يدعم الرفاهية النفسية للطلبة.

وهذا يعني أن الباحثين نجحوا في نيل رضا الآخرين بل التقرب منهم بشكل ممتاز، ولهذا تمكّنوا من إقامة علاقات اجتماعية وعاطفية في الفيسبوك، وهو ما عكسته إجابات أفراد العينة الذين وافقوا بأنّ انتماءهم للفيسبوك خلق لديهم الإحساس بالترابط والألفة يفوق ذلك الشعور الذي يبادلونه مع شبكاتهم الاجتماعية في الواقع العبارة (04)، وفي حقيقة الأمر أنّ ما يحدّد شكل العلاقة بين استخدام الفيسبوك والرفاهية الاجتماعية بشقيها الإيجابي والسلبي، يعتمد بالأساس على حجم الاعتماد على الفضاء الافتراضي بشكل كبير ومتزايد واستخدامه كوسيلة وحيدة للتواصل والتفاعلات الاجتماعية، وهذا ما يقود فعلا إلى العزلة الاجتماعية وخلق التوترات النفسية.

ولا يمكن تجاهل دور غرف الدردشة أو المحادثات سواء المحادثات الفردية والتي تتم بين الجنسين وتستخدم للإثارة العاطفية والجنسية أو المحادثات الجماعية بأغراض التواصل العلمي والترفيهي، فهذه المحادثات تعتبر من أبرز قنوات التفاعل النشط بين المستخدمين للفيسبوك، فمن خلال استخدام أفراد العينة للهاتف المحمول وجلساتهم بمفردهم للتواصل يؤكد لدينا أنهم يتمتعون بالتفاعل والنشاط الرقمي، عبر غرف الدردشة والتصفح الكثيف لساعات طويلة مثلما بينته النتائج السابقة، ونظرا للمتعة التي يشعر بها هؤلاء المستخدمين وهم بمفردهم فإنهم يستغرقون وقتا أكبر في التصفح والدردشة على حساب الاتصال العائلي.

فقد بينت دراسة أن الاستعمال الزائد للإنترنت كانت له علاقة مع انخفاض الاتصالات العائلية، ونقص حجم الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة، مع زيادة مشاعر الاكتئاب والوحدة، لأن التقنيات الاتصالية للإنترنت تجعل الفرد يشعر بمتعة وانسباط، نظرا لإمكانية الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المتزامن، وهذا ما يجعله يستغرق وقتا في النقاشات ويقضي أوقاتا دون أن يشعر، وبالتالي ينفصل عن المجتمع الحقيقي ويدخل في مجتمعات افتراضية (بعزيز، 2012، صفحة 74)، وهو بالضبط ما أكد عليه "يامين بودهان" بأن ما تتيحه الشبكات التواصلية الاجتماعية من مرونة في عقد الحوارات والدردشات، ومقدرة على توليد فضاءات تفاعلهم الافتراضية، تلبي حاجات هؤلاء الشباب النفسية والغريزية لعقد روابط اجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك (بودهان، 2012، صفحة 66).

ومن خلال تأمل العبارة رقم (04) نجد أنها تنطوي على فهم عدة مؤشرات تؤثر على زيادة الشعور بالانتماء إلى مجتمع الفيسبوك، ويرى الباحث أنه حتى يمكن تحليلها وتفسيرها، يجب وضعها في عدّة سياقات وعوامل من بينها: **العوامل النفسية:** لأن التقارب الافتراضي عبر الفيسبوك يخلق ذلك الشعور بالانتماء العاطفي نظرا لكثرة الدخول في النقاشات والدردشات الفردية والجماعية، ما يرفع من الإحساس بالحميمية والارتياح والأمان خاصة في التعبير عن العواطف والأفكار التي تحتاج الأفراد.

العوامل الاجتماعية: يشير انحراط أفراد العينة المتزايد في استخدام الفيسبوك لتلبية حاجاتهم وتحقيق إشباعاتهم الاجتماعية، ورغبتهم في تكوين رأس مال اجتماعي جاد، وسعيهم في نسج علاقات اجتماعية افتراضية متنوعة إلى اكتساب مزيد من الشعور بالقبول الاجتماعي وتحقيق الرضا النفسي وإحساس برغبة في التواصل المستمر والانفتاح على أشخاص جدد ومجتمع آخر، ضف إلى ذلك السمة التفاعلية عبر مقاطع الفيديو والصّور ومشاركة الأفكار والآراء للتعريف بالذات والحصول على الدعم من المجتمع الافتراضي، وبالتالي يعزز ويزيد من شعور المستخدم بالانتماء أكثر وأقوى إلى شبكة العلاقات الافتراضية أكثر من علاقاته الواقعية.

العوامل الثقافية: وتتأسس نتيجة انخراط أفراد العينة مع مجتمعات أخرى من بلدان مختلفة عنهم ثقافياً وفكرياً، خاصة وأنّ أفراد العينة ينتمون إلى فئة مثقفة ويعتبرون من النخبة العلمية، وبذلك يمكن أن يسهم هذا في تقوية الشعور بالانتماء الثقافي للآخرين الذي ينبع من فهم الاختلافات الثقافية للتشكلات الثقافية والهوياتية الأخرى.

العوامل التكنولوجية أو التكنولوجية: تسمح العديد من الخدمات التي تغري مستخدميها في توظيفها في التجارب اليومية والحياتية كالمحادثات الفورية سواء الكتابية أو الصوتية أو المرئية، والتطبيقات المختلفة والصفحات الافتراضية، وخلق فرص التعبير عن الذات بشتى الأشكال، والتجارب الاجتماعية الممتعة المثيرة للشباب وللطلبة، وبالطبع هذه السمات التقنية تعزز الانخراط والانضمام إليها، وهو ما يولد الشعور بالانتماء، وتحقيق الألفة بين المستخدم وشبكة الفيسبوك أكثر من انتماءه إلى جماعته في الواقع.

وتظهر النتائج أيضاً موافقة أفراد العينة على العبارات (من 05 إلى 12)، حيث يؤكدون على جملة من التأثيرات السلبية التي تعيق استمرارية علاقاتهم الواقعية وتقوض نجاح التفاعلات الواقعية وتزيد من انحلال عقد الترابط الاجتماعي، وتعكس قوة الاتفاق على هذه العبارات تأثير عميق للفيسبوك على العلاقات الاجتماعية، بدءاً من انخفاض جودة الاتصال الواقعي مع الأصدقاء، الذي ينتج عن الانشغال بالفيسبوك ومن خلال إدمان المحادثات الافتراضية، التي تكون عادة على حساب اللقاءات والزيارات العائلية الواقعية، وتناقص التفاعلات الحقيقية، ما يخلق لدى الفرد المبحوث حب العزلة والانفرادية والتباعد الذي يؤثر فعلياً على العلاقات القديمة السابقة.

وفي هذا الصدد يمكن أن نرصد الدراسة التي أجرتها "جمعية الأطباء النفسيين الأمريكية" على (500) شخص من مستخدمي الإنترنت بإفراط، حيث كانت تصرفاتهم تقارن بالأعراض المعروفة في تشخيص حالات الإدمان على المقامرة، واعتماداً على تلك الأعراض فإن (80%) من الذين شاركوا في الدراسة والذين تم تصنيفهم على أنهم مدمني إنترنت، أظهروا إدماناً واضحاً في سلوكهم النمطي، وكانت النتيجة النهائية للدراسة، أنّ استعمال الإنترنت بإفراط يؤدي بصورة مؤكدة إلى تدمير الحياة الأكاديمية والاجتماعية والمالية والمهنية بالطريقة نفسها التي تقوم بها أشكال الإدمان الأخرى مثل: المقامرة والكحول والمخدرات، كما أدت إلى تفتيت وإضعاف شبكة العلاقات والروابط الاجتماعية بين أفراد الأسرة، حيث يصيبها الوهن والفتور، إذ يقضي أفراد الأسرة أغلب أوقاتهم في التصفح وفي الغالب يفضلون العزلة الاجتماعية وقضاء الوقت على شبكة الإنترنت، وتفضيل التخاطب مع الآخرين من خلال المحادثات على الشات، والمسنجر، ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتير، وكل هذا يتم تفضيله على حساب العلاقات الاجتماعية المباشرة (أبو عليان، 2013).

ومن جهة أخرى فقد مسّت تأثيرات الفيسبوك الأسرة وأواصر القرابة وصلات الأرحام، حيث تراجعت زيارة الأقارب بسبب إدمان هذه الوسائل، وتراجعت الزيارات بين الأقارب حتى في المشاركة في حضور المناسبات الاجتماعية، فأصبحت هذه الوسائل تحل محلّ التفاعل الاجتماعي مع الرفاق والأقارب المقيمين في نفس البلد، كما نلاحظ أن هذه العلاقات قد تدنّت وتراجعت حتى في المناسبات كحضور زواج، العزاء، العودة من الحج، النجاح بالثانوية أو الجامعة، ميلاد طفل جديد للأسرة، السهرات العائلية... إلخ).

وفي هذا الإطار ينظر الوظيفيون على رأسهم "ميردوك" و"بارسونز" و"جود" (Murdock, Parsons and Goode) إلى الأسرة على أنها مؤسسة ضرورية تؤدي وظائف حيوية للفرد والمجتمع، وتقوم بصفة خاصة بمواجهة احتياجات المجتمع الصناعي المتقدم الذي يتسم بصورة خاصة بالتنقل الجغرافي والحراك الاجتماعي لسكانه (جامع، 2010، صفحة 172)، وقد اعتبر الدكتور "مُجدّ الدليمي" أنّ حضور الفرد في العالم الافتراضي أصبح أمراً مفروضاً لا مفرّ منه، فالعلاقات الاجتماعية التي تربط الأفراد اليوم صارت علاقات اجتماعية افتراضية بشكل كبير، فعلى سبيل المثال أصبحت المعايدات بين الأقارب والأصدقاء وخلال الأعياد اقتصرت على الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول أو خدمات التواصل الأنترنتية أو من خلال تهنئة على الفيسبوك، أكثر منها زيارات ولقاءات مباشرة حية، وإذا ما حدثت هذه اللقاءات فإنّها تنتقل في اليوم التالي أو بعد ساعات إلى ملفّ صور على الفيسبوك أو تويتر أو غيرها وتبادل التعليقات والأحاديث الافتراضية.

فبظهور الإنترنت كوسيط اتصالي أصبحنا نعيش في مجتمعين أو عالمين أحدهما أطلق عليه العالم الواقعي أو مجتمع خارج الإنترنت وهو المجتمع القائم على التواصل عبر الاتصال الشخصي بين الأفراد، والآخر يطلق عليه المجتمع الافتراضي أو مجتمع الإنترنت وهو المجتمع القائم على التواصل بين الأفراد أو عن بعد عبر الإنترنت. (الدليمي، 2020، صفحة 118).

وفي نفس السياق تشير الكثير من الأبحاث إلى أنّ العلاقات عبر الإنترنت أضعف بكثير من غير متصلة بالإنترنت، ويُنظر إليها أيضاً على أنّها أقلّ قرباً وأقلّ دعماً، وأكّد علماء النفس أن نموّ الاتصالات عبر الإنترنت قد يحدث خلافاً في العلاقات الاجتماعية بخلاف العلاقات غير المتصلة بالإنترنت (أي فرضية الإزاحة) بدلاً من ذلك، وجب التعزيز الاجتماعي الذي يفترض أنّ الأشخاص الأكثر انفتاحاً يحصلون على احترام الذات العالي من الفيسبوك، بالإضافة إلى ذلك فإنّ فرضية "التعويض الاجتماعي" تؤكد أنّ الأشخاص الأكثر الانطوائية وأقلّ احتراماً للذات لا يحصلون على تعويض كافٍ من الإنترنت (Kim, Siwek, & Wilder, 2017).

لقد عبّر أفراد العينة بأنّ العديد من الآثار السلبية نتجت عن استخدامهم الكثيف والمتكرّر للفيسبوك، حيث أنّ الانشغال الطويل في تصفح الفيسبوك والبحث عن العلاقات الافتراضية يؤثر على الاتصال الواقعي بتقليل أوقات المحادثات الأسرية، وينتج عنه إهمال العلاقات الواقعية، وبلاذة وبرودة في التفاعلات الاجتماعية الحقيقية، حيث أنّ أفراد العينة منغمسون في العلاقات التكاملية على حساب العلاقات الأسرية القائمة على العاطفة القربانية، وهو ما يعمّق فجوة في التوافق والالتزان وتفاقم حدّة الخلافات، ومن ثم حدوث تبعات أخطر كالصدّامات والانقسامات داخل الأسرة وبين الأهل والتي تؤدّي إلى التفكك.

ويشير مصطلح التفكك (الانحلال) الأسري بأنه اتجاه التفاعل بين الوحدات التي تتكون منها الأسرة ضد المستويات الاجتماعية المقبولة، بحث يحول ذلك بين الأسرة وبين تحقيق وظائفها والتي لا بدّ من القيام بها لتوفير الاستقرار والتكامل بين أفرادها (عفيفي، 2011، صفحة 261)، كما يعرف بأنّه اختلال وظائف الأسرة أو انهيار الأدوار والبناء الأسري، وهي حالة تشير إلى التوتر أو التصدّع يطرأ على النسق الأسري والتفكك الكامل الذي يؤدّي إلى انهيار النسق، كما تم تعريفه بأنه عبارة عن أزمات ومشاكل تستولي على الأسرة فتؤدّي إلى تمزقها وتجعل أفراد الأسرة يعيشون منفصلين (القاسم، 2018، صفحة 8).

ورغم أنّ الفيسبوك يوفر بيئة آمنة للتواصل وتحقيق الألفة مع الأهل والأقارب البعيدين، إلّا أنّ الإدمان عليه يحجب تلك العلاقات الحقيقية التي يكون فيها التفاعل من خلال الاتصال الشخصي هو أساس استمرارية هذه العلاقات، ويفقد معه الأفراد دورهم الاجتماعي المؤثر في اتخاذ القرارات والمشاركة برأيهم داخل الأسرة ومع أصدقائهم، ورغم استفادتهم من تجارب مختلفة في الفيسبوك إلّا أنّ الانفصام في التعاطي مع العالمين والتفاعل الاجتماعي الضعيف، ونقص التواصل الفعّال مع المحيط الأسري، وانشغال الأفراد في إشباع أمورهم الشخصية وشعورهم بالثقة والاستقلالية في الفيسبوك، يؤثّر على طبيعة التواصل الإيجابي بين أفراد الأسرة وحتى الأصدقاء الحقيقيين.

وليس هذا فحسب بل تقود تلك المستويات المنخفضة من التفاعلات الحقيقية والتواصل الواقعي، إلى انعزال اجتماعي عن المشاركة في كافة الأنشطة والتفاعلات الواقعية، التي تكون في صميم تعزيز ثقة الأشخاص بأنفسهم وتقوية الروابط بينهم وبين حاضنتهم الاجتماعية، وفقدان الرغبة في الرحلات والأنشطة الخارجية، بسبب انشغالهم وتخصيص أغلب أوقاتهم في استخدام الفيسبوك، كانهراطهم في الجمعيات والمنتديات العلمية والاجتماعية والثقافية والدينية والخيرية، وبالتالي هذا الانقطاع يسبّب الاغتراب النفسي والاجتماعي ويؤثّر بشكل كبير على واقع وشكل العلاقات، ويفقد الفرص الحقيقية لبناء علاقات صداقة جديدة واقعية ويجرمهم من تجارب اجتماعية ممتعة خارج

فضاء الفيسبوك، وهو ما يقصي الأفراد من المشاركة الفعلية والتفاعلات الاجتماعية الحقيقية ونسج علاقات واقعية أكثر نفعا من العلاقات الافتراضية.

وفي نفس السياق يؤكد "الصادق رابح" أنّ نمط الاتصال القائم على الاستثمار المكثف للإنترنت يدفع الكثير من الأفراد إلى الإحساس بالانفلات من الواقع وإكراهاته المتعددة، بل إنّ الأمر قد يتجاوز ذلك ليخلق عند البعض نوعا من اليقين بإمكانية الإقامة في واقع موازي، ومغالبة الواقع الفيزيائي، حيث يقول: (فإلى أيّ مدى يمكن للفرد أن ينقطع مع الواقع الذي يحيط به وينفصل عنه؟)، ويضيف "الصادق" أنّ بعض علماء النفس لم يترددوا في تقديم تشخيص سوداوي هو على الأغلب يتجلى في السلوك الانطوائي وذلك من خلال ملاحظة أنّ: (الصادق، 2014، صفحة 35)

- الاستخدام المكثف للإنترنت يميل إلى فصل الإنترنت عن تفاعلات الحياة الفعلية أو الحياة الحقيقية.
 - الروابط التي تتيحها الإنترنت للفرد (الروابط الإلكترونية) تبدو اصطناعية، على عكس الروابط الاجتماعية والعلاقات الإنسانية الأصلية.
 - الهوية الافتراضية التي تمنحها الإنترنت للفرد تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية.
- ولهذا يؤكد الباحث أنّ الاستخدام الكثيف للفيسبوك سمح بالحكم على مرتاديه بالسلبية والانطوائية وفقدان معنى الحياة بسبب الاعتماد عليه كمصدر أساسي لتحقيق التواصل والتفاعل، إذ أصبحت حياتهم مجرد وقت يمرّ بسرعة بوتيرة غمط واحد يتكرر يوميا، وقد يؤدي هذا إلى زيادة الشعور بالملل والرّتابة، والقلق والاضطراب ويكون نتيجته الإحباط من الواقع إذا ما انقطع المستخدم عن الفيسبوك فترة زمنية ما، ويعكس هذا الاقتناع اختلال في الوظيفة والهيكلة الديناميكية للأفراد، وبالتالي يؤدي إلى انخفاض الفرص الحقيقية للخوض في التجارب الاجتماعية لاكتساب تجارب ومهارات جديدة متنوعة، ما يقضي على فرص التنوع والإبداع في نمط الحياة، ونقص الخبرة في مواجهة التحديات الخارجية والتفاعلات مع النماذج الاجتماعية الأخرى خارج الفضاء الافتراضي، ويبقي على الروتين اليومي الثابت بسبب الاستغراق لوقت طويل في الاستخدام، ممّا يؤدي إلى العزلة الاجتماعية واضمحلال العلاقات الشخصية، ويمكن أن نقول أنّ انخفاض النشاطات الحياتية الفعّالة قد يؤثر على مستويات السعادة والرضا، إذ يقلل الانفصال عن المجتمع الحقيقي من التوازن العاطفي للأفراد ويخفض من شعورهم بالرّاحة النفسية خارج مجتمع الفيسبوك.

وعند استعراض العبارات التي تقيّم الآثار الناتجة عن استخدام أفراد العينة للفيسبوك بشكل سلبي على علاقاتهم الأسرية، يتبين أنّ هذا متوقف على طبيعة الوقت المهدر الذي يمضيه الطلبة في البحث عن خفض الدوافع وبلوغ الإشباع على حساب الوقت المخصّص للتواصل الأسري وباقي الروابط الاجتماعية التي تقع ضمن التفاعلات المطلوبة، وهو ما يؤكّد وجود إدمان نفسي يقود إلى الاستخدام دون وعي أو إحساس بالزمن المنقضي، ما ينتج عنه انعزال اجتماعي يؤدّي إلى قطيعة بين التفاعل وحدوث خلل في جودة الاتصال مع أفراد الأسرة، وهذا ما يحدث تشويشا على واقع الاتصال العائلي، بسبب قلّة التفاعل الأسري الذي يؤثر سلبا على التواصل الجيد والانسجام والتوافق، مما يدفع في النهاية بالأسرة إلى الشكوى والتذمّر من هذا السلوك بسبب الغياب الجسدي والعاطفي، والهروب من المسؤولية الأسريّة وإهمال الواجبات والأشغال المنزلية، ممّا يؤدّي إلى فجوة عميقة بين أفرادها.

وعند الربط بين العبارات السابقة التي تشير إلى قوة الانتماء إلى المجتمع الافتراضي والعبارات التي تعبّر عن رأي طائفة من أفراد العينة بنجاحها في المحافظة على علاقاتهم الواقعية، يتبيّن أنّ طبيعة هذا التأثير يشير إلى نوع من التنافس الزمني في الفيسبوك؛ أي الصّراع القائم بين رغبة أفراد العينة في البقاء على تواصل والحفاظ على التفاعلات مع علاقاتهم القديمة والسابقة، وبين رغبتهم في استمرارية علاقاتهم الافتراضية، وهو ما يزيد من تشتت انتباه الأفراد وعدم التفريق بين الاحتياجات الفردية والأولويات الأسرية، وهو ما يحدث تحوّلا لأنماط الاتصال الأسري (المباشر وجها لوجه)، وينعكس بالسلب على التوافق والتآلف ويزيد من الصّراعات والتوتّر النفسي داخل الأسرة، ويدفع بالفرد إلى الانعزال فينتج عنه تدهور في العلاقات الأسرية ونقص الدعم العاطفي.

ولذلك ركّز الاتجاه السوسولوجي عند "ماكس فيبر" على تحليل العلاقات الاجتماعية من خلال مناقشته لطبيعة الاختلاف الذي يحدث نتيجة للصّراع الذي ينشأ نتيجة أيضا عن سوء التكيف الموقفى الذي يحكم أفعال وسلوك الأفراد (عبد المجيد، 2007، صفحة 82).

وقد فسّرت نظرية الصّراع ما تتعرّض له الأسرة من مشاكل حين تصاب في بناءها ووظائفها كما النحو التالي:
(جامع، 2010، الصفحات 180-181).

1- أنّ أفراد الأسرة يختلفون بالنسبة لمصالحهم ورغباتهم وتفضيلاتهم، وينشأ الصّراع الأسريّ عندما يبحث أعضاء الأسرة أو بعضهم عن مصالحهم ورغباتهم الخاصة على حساب الآخرين.

2- تعتمد هذه الفروق أو الاختلافات على نوع من التدرّج أو الطبقة التي تعتمد على العمر والنوع.

3- يؤدي هذا البناء التدريجي إلى نوع من المنافسة التي تؤدي إلى سلوكيات المواجهة والتهديد والوعود أو التعهدات والمساواة والمهادنات.

4- يحدث صراع الأدوار في الأسرة عندما يتعدى أحد أعضاء الأسرة حدود الدور المحدد له ثقافياً أو يتخذ دوراً آخر، كما يحدث ما يسمى بالصراع الداخلي للدور (Intrarole Conflict Or Intersender) (Role Conflict).

5- تتراوح الاستجابة لصراع الأدوار في الأسرة ما بين التوافق والقبول على عدم القبول وعدم التوافق، وقد يؤدي عدم التوافق على الانفصال أو الطلاق أو المعارك المستمرة أو انحراف الأطفال أو فشلهم المدرسي.

6- ينشأ الصراع بين الآباء والأولاد عندما يكبر الأولاد ويرون تناقضاً بين تعاليم الوالدين وسلوكياتهم، فعندما تصبح تعاليم الوالدين معيبة يستقبل الأولاد دروساً غير صحيحة أثناء عملية التطبيع الاجتماعي، ومن ثم يختل المفهوم الحياتي للأولاد ويصبحون معرضين للانحراف.

فهذه النقاط الهامة توضح ما تعانيه الأسرة اليوم في ظل الإغراق الرقمي واستخدامات الأبناء للفيسبوك بشكل مكثف وهم منقطعون عنهم، حتى في أوقات الأكل أو الزيارات أو الأعياد، أين تجدهم منعكفين على هواتفهم في أسعد الأيام ولا يتشاركون مع عائلاتهم الفرحة.

وهو ما أشار إليه الدكتور "عبد الخالق عفيفي" حينما وصف هذه الحالة بمصطلح "التصدع الأسري" الذي يبرز فيها ضعف أو وهن أو سوء توافق أو انحلال تصاب به الروابط الأسرية، ولا يقتصر ضعف هذه الروابط على ما قد يصيب العلاقة بين الرجل وزوجته، بل قد يشمل علاقة الوالدين بأبنائهم (عفيفي، 2011، صفحة 263).

ويكون تفسيرنا لهذه النتائج أنّ شعور الأفراد المستمر بالعزلة والبعد عن التواصل الاجتماعي الحقيقي والاقتضاء الأسري يدفعهم إلى المزيد من تجنب الاحتكاك الأسري، ومزيد من الانغماس والانشغال الرقمي في استخدام الفيسبوك، وبالتالي إقصائهم من التفاعل الاجتماعي الواقعي وبعدهم عن العالم والمحيط الاجتماعي، مما يؤدي إلى إحساسهم بالوحدة التي تقود إلى الضياع الاجتماعي والنفسي، ورفع مستويات الاكتئاب والقلق وكثرة الاستياء من وجودهم داخل الأسرة حتى من الوالدين والإخوة، وتسمى هذه الحالة (بالعزلة العاطفية عن المنابع الأصلية للعاطفة الأبوية)، مما يؤثر على استقرار صحة الأبناء اجتماعياً ونفسياً وعاطفياً، وتؤدي إلى تفكك هذه العلاقات الأسرية وتكون بداية ضمور روابط القرابة، كما تكون عواقب هذه التأثيرات السلبية خطيرة تؤدي إلى خفض جودة الاتصال داخل الأسرة وتراجع العلاقات الشخصية وضعف الروابط الاجتماعية.

وفي هذا الشأن يرى باحثون أنّ ابتكار الواقع الافتراضي وعوالمه الإلكترونية أدّى إلى تفكك العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، أي أنّ تفاعلات الواقع الافتراضي والتي تتم في إطار الإنترنت أثّرت بدورها في تفكيك العلاقات بين التفاعلات التي تقوم على أساس الوجه بالوجه، وهذا ما قد يؤدي إلى اختلاط الواقعي بالافتراضي؛ فكثيراً ما يحدث اليوم جلوس أفراد أسرة معيّنة مع بعضها البعض في غياب للعلاقات الإنسانية، حيث جعلت التفاعلات الافتراضية كلّ فرد على حده من خلال استخدام حاسوبه أو هاتفه الخليوي أي أنّ وجود الفرد "أون لاين" (on line) في المجتمع الافتراضي يجعله "أوف لاين" (of line) في المجتمع الواقعي والعكس بالعكس (الدليمي، 2020، صفحة 119).

وتظهر العبارتان (13 و 14) من المقياس مدى استخدام هذه الفئة من أفراد العينة للفيسبوك بشكل فعال وإيجابي، بمشاركة أصدقائهم وشبكاتهم الاجتماعية لمظاهر الاحتفال بالمناسبات وأجواء الفرح ونقل التفاعلات العائلية، وهو من شأنه أن يعمق العلاقات بين الأقارب والأصدقاء، وينقل الرسائل الاجتماعية والمشاعر الإيجابية التي تظهر المودة والتقارب في الفضاء الرقمي، ويعبّر هذا السلوك الاجتماعي عن قوّة العلاقة بين أفراد العينة ومنصّة الفيسبوك التي أصبحت جزءاً هاماً من تفاعلاتهم اليومية، ويبادر أفراد العينة لهذه المظاهر من أجل إظهار متانة الروابط العائلية، وتعزيز أواصر الانتماء الأسري، ممّا يخلق هويّة اجتماعية إيجابية، ويقوّي العلاقات الأسرية عبر الفيسبوك، من خلال مشاركة الأقارب البعيدين والأصدقاء المفضّلين لحبّيات حياتهم، وهو ما ينعكس إيجابياً على الصّحة النفسية ويشعر الفرد وأعضاء صفحته بالسعادة والتقدير لكونه شاركهم حياته الخاصة، وهذا جزء من التعبير عن الانتماء الذي يؤدي إلى زيادة مستويات الدّعم النفسي والاجتماعي، ويعبّر عن هويّة الفرد الإيجابية في المجتمع، وهنا يظهر التأثير الإيجابي للفيسبوك كوسيط اجتماعي يعزّز التواصل البناء، ويترك أثره على العلاقات الاجتماعية والصّحة النفسية.

كما تبين النتائج أنّ الاستخدام الفعّال لأفراد العينة للفيسبوك وشعورهم بالاندماج وقوة الترابط مع أعضاءه، يدفعهم إلى مواصلة الحديث، ونشر مغامراتهم مع المعارف والأصدقاء، يعكس حاجتهم إلى إشباع الاحتياجات الاجتماعية والنفسية، وهنا يبرز دور منصة الفيسبوك في تحقيق العديد من الاحتياجات من خلال زيادة التواصل الاجتماعي وقدرته على ممارسة التأثير بزيادة شعور الأفراد بالانتماء للمجموعات الاجتماعية، وقد يسهم تفاعل الآخرين مع المنشورات اليومية في تعزيز المزيد من مشاركة الرسائل والتجارب، وتلقّي التفاعل الإيجابي مع ما ينشرونه عن مغامراتهم ورحلاتهم، وهو ما يسهم في زيادة التأثير الإيجابي على الأفراد، وهذا التأثير يؤدي إلى مزيد من تعميق الهويّة الاجتماعية وتعزيز التواصل مع الآخرين، ويزيد من تعميق الشعور بالانتماء والملائمة الاجتماعية

أكثر مع مجموعاتهم الاجتماعية التي انخرطوا معها في نسج علاقات اجتماعية، إذ تسمح هذه التفاعلات بتحسين الصورة الذاتية للمستخدم والذي قد ينعكس إيجابيا على الاعتزاز بالذات وزيادة الثقة بالنفس، وهذا بدوره يدفع إلى تقوية الروابط الاجتماعية.

ويبدو من خلال الفقرات (15 و 16 و 17) التي تظهر شعور أفراد العينة بضعف الانتماء إلى علاقاتهم الاجتماعية الواقعية، بسبب الانشغال بالاستخدام السلبي للفيسبوك وتقليل الوقت المخصص للتفاعل الحقيقي مع الأسرة والأصدقاء الحقيقيين، إذ يجد المستخدم صعوبة في تفاعله معهم خارج مجتمعه الافتراضي، ويؤدي إلى حدوث نوع من الانفصال وضعف الترابط الاجتماعي، وانخفاض في مستوى الاتصال الحقيقي وينعكس بالسلب على وجوده ودوره الاجتماعي، وقد يشعر الأفراد نتيجة لذلك بالوحدة والعزلة عن عالمهم الحقيقي، وينتج عنه تأثير سلبي على صحتهم النفسية، وتغيرا في نمط علاقاتهم الاجتماعية في الواقع، ورغم أن الفيسبوك يعتبر مساحة للتعبير بلا قيود وفرصة لإنشاء العلاقات والتعارف وإثبات الذات للآخرين، وتحقيق جملة من الإشباع الاجتماعية إلا أن الإفراط في التفاعل مع مجتمع الفيسبوك قد يزيد من الانفصال الواقعي عن المجتمع، ويؤدي إلى التأثير السلبي على جودة الاتصال الحقيقي وانحيار العلاقات الاجتماعية الواقعية.

وتظهر النتائج أن أفراد العينة يواجهون بعض التحديات بشأن مصير علاقاتهم الاجتماعية التي يكتسبونها عن طريق الفيسبوك، حيث تلقي العبارة (17) الضوء على جودة تلك العلاقات ومدى متانتها، والدوافع التي نسج أفراد العينة علاقات لأجلها، وهي تعكس الطبيعة السريعة للعلاقات الفيسبوكية المؤقتة خاصة العلاقات الجنسية والعاطفية التي لا تركز على العمق التواصلي، وتكاد تخلو من الاستثمار الزمني الضروري في بنائها والحفاظ عليها، وتعكس أيضا طبيعة التفاعل السطحي وضعف الروابط الاجتماعية، وتظهر حقيقة أن التواصل الافتراضي سهل الاندثار وأقل تعقيدا مما هو عليه الحال في التفاعل والتواصل الواقعي العميق الذي يوفر الدعم الاجتماعي والعاطفي، ويمكن أن يؤدي الشعور بقصر فترة العلاقات الافتراضية إلى الاكتئاب وإحساس الأفراد بنقص الدعم الاجتماعي وبالفرغ العاطفي، مما ينتج عنه تقليل فرص نجاح علاقات اجتماعية حقيقية تتميز بالعمق والدوام خارج الفيسبوك.

وبشكل عام استطاع أفراد العينة بفضل تفاعلهم مع مجتمع الفيسبوك من كسر الحواجز التقليدية للاتصال والتواصل مع الذين تربطهم علاقات اجتماعية جادة، غير أن كثيرا من أنماط الاتصال وأساليب الحوار والنقاش داخل الأسرة قد تأثرت وتراجعت نتيجة تقلص التفاعل والتواصل العائلي مع النشاطات الاجتماعية، وأدى التفرغ لاستخدام الفيسبوك والانشغال بالبحث عن علاقات افتراضية جديدة لتلبية الاحتياجات المختلفة، إلى

الانسحاب الجسدي والعاطفي التدريجي عن المناسبات والزيارات العائلية الهامة في الأفراح والأفراح وغيرها، مما ينتج عنه ضمور وذبول للروابط الاجتماعية والعلاقات العائلية ثم تفككها، فيشعر الفرد رغم وجوده داخلها بالوحدة والانعزال.

وبالعودة إلى الوزن النسبي للمتوسط الحسابي العام لمقياس بعد التفاعل والترايط الاجتماعي الذي بلغ (3.1705) والذي يفوق قيمة الوسط الفرضي (60) بانحراف معياري بلغ (0.60136)، حيث تؤكد هذه النتيجة على الاتجاه الإيجابي للمقياس، ويتضح أن أفراد العينة موافقون على ما جاء في عبارات مقياس بعد التفاعل والترايط الاجتماعي، ويرى الباحث أن الفيسبوك ساهم بشكل إيجابي في إيجاد قناة تواصلية تفاعلية سهّلت تعزيز الروابط الاجتماعية بين الأسر والأفراد المتباعدين مكانيًا، وعملت على توسيع نطاق دائرة الصداقات ونسج العلاقات الاجتماعية الغنيّة، حيث أصبح المستخدم باستطاعته أن يشارك أعضاء صفحته مناسبات مختلفة في حياته، من نشر الصور الشخصية والمقاطع الصوتية والنصية بكل سهولة، ويتفاعل بالتعليق والنشر والإعجابات المتبادلة، وهو ما سمح بتعزيز الانتماء الافتراضي وتقوية العلاقات القائمة، واكتساب صداقات جديدة، كما أدى انخراطه في مجموعات وصفحات افتراضية إلى بناء روابط اجتماعية قوية من خلال وصوله لعدد كبير من الأشخاص، الذين جمعهم اهتمامات وهوايات مشتركة كما ذكرنا سابقًا، وهذا الانفتاح ساهم في تعزيز الترايط الاجتماعي الافتراضي وحتى الواقعي، بغض النظر عن ما حققه المبحوثون من إشباعات مختلفة أو التي في طور التحقق، ويمكن للأفراد من خلال الوقت الذي يقضونه في التواصل داخل غرف الدردشة أن يقدموا ويحصلوا في نفس الوقت على الدعم العاطفي والمعنوي، وهو ما زاد من ثقة بعضهم ببعض وسمح لهم بسرد مشاكلهم في الأوقات الصعبة، وتبادل التجارب الاجتماعية والنفسية والتجارب الحياتية، وهو ما جعلهم في تواصل مستمر بشكل يومي، وأدت تفاعلاتهم هذه إلى خلق مساحة للتعبير وزيادة مستوى الترايط الاجتماعي حتى مع الأشخاص البعيدين، ولا يمكن إنكار أن بعضًا من التفاعلات والأنشطة الاجتماعية الافتراضية سمحت بل شجعت المبحوثين على مزيد من الانخراط والاندماج خارج الفيسبوك، على سبيل المثال الاجتماعات العائلية وزملاء الجامعة، والعديد من الفعاليات المجتمعية الإيجابية التي عززت من دور الأفراد في بيئتهم.

ومع ذلك فإن مجموعة من التحديات واجهت نمط التفاعل ومستوى الترايط الاجتماعي للمبحوثين، فمن خلال نتائج المقياس اتضح أن تفاعل أفراد العينة مع أنشطة وخدمات الفيسبوك قلل من مستوى النمط التواصلية الواقعي ومن جودة التفاعل الشخصي المباشر مع المقرّبين، وانخفض معه مستوى تفاعل الأفراد في المجتمع الحقيقي، وهو ما أدى بشعورهم بالرّضا والراحة والأمان حال اتصّاهم بالفيسبوك، حيث أصبح الوقت المخصّص للمحادثات

العميقة مع الأسرة وحتى الأصدقاء الواقعيين أقل بكثير من وقت التفاعل والتواصل الافتراضي، ويمكن أن يؤدي هذا الانغماس المتزايد في الاستخدام والتفاعل الافتراضي إلى خلق صورة وهمية ومثالية من خلال مشاهدة صور مزيفة عن الآخرين والتفاعل معهم، والإعجاب بحياتهم غير الواقعية، فيؤدي إلى خلق مسافة بين الفرد ومجتمعه نتيجة تشويه الصورة الحقيقية للعلاقات، وهو ما يؤثر فعلا على الترابط الاجتماعي الحقيقي، ومثلما اتضح أن أغلبية الطلبة يستغرقون أكثر من 8 ساعات يوميا في استخدام الفيسبوك وفي المحادثات هو إفراط واضح في تصفح الموقع، فإن ذلك يكون على حساب اللقاءات الاجتماعية الواقعية التي سوف تقل تدريجيا بسبب العزلة، لأن المستخدمين جزاء شعورهم بالارتياح سيكتفون بالتفاعل الافتراضي، دون عناء البحث عن اللقاءات والتفاعلات الواقعية، وهذا الانحراف مدفوع بحاجات معينة رغبة في إشباعها، فإن لم يحصل ذلك الإشباع المتوقع ستصبح الدوافع مجرد تجارب سلبية في ذهنهم، ويمكن أن تؤدي فعلا إلى زيادة مشاعر العزلة والحزن والاكتئاب والابتعاد عن المجتمع الحقيقي، فيفقد معه الفرد الرغبة في الانخراط ضمن التفاعلات الاجتماعية الأسرية والأصدقاء وزملاء الجامعة، ضف إلى ذلك انغماسه وتوغله في المحادثات الفيسبوكية التي تقدم ذاته بطرق يتوقع من الآخرين قبوله على هذا النحو.

ويؤكد "ساري" أنه في المحادثات الافتراضية التي يتيحها الفيسبوك يجد الفرد فرص كبيرة "يتصعلك" فيها بعيدا عن العالم الموضوعي، وقيمة الناجزة، ويتحرر إلى حد كبير من "مجتمع دوركهام" الذي يحمله الفرد في رأسه، ليلتمس رأسه الخاص به، ذلك الرأس المشتبهى للتعين، أي أنه يعيش في عالم خاص يطلق عليه الباحثون العالم الافتراضي (Virtual Reality) (ساري ح.، 2006، صفحة 47).

وفي هذا الإطار أجرى الكثير من الباحثين أمثال "كروس" و"فيردين" و"وودز" و"بريماك" و"شاكيا" (Kross & al, 2013)، (Verduyn & al, 2015)، (Woods, 2016)، (Primack, et al., 2017)، (Shakya, 2017)، دراسات حول التأثير السلبي لاستخدام الفيسبوك على التفاعل والترابط الاجتماعي، وبيّنت نتائجهم أن الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الفيسبوك يؤدي حقيقة إلى تقليل الوقت مع التفاعلات الاجتماعية الحقيقية، وأشارت الدراسات أيضا إلى حدوث ما أسماه "الانفصال الاجتماعي"، والذي ينتج عنه تأثيرات نفسية سلبية كالإكتئاب والقلق، وستنخفض معه مستويات الرضا العاطفي والوجداني الذي يولد الإحساس بالسعادة، وبيّنوا أن هذه التأثيرات السلبية ستترك لدى الفرد شعورا بعدم الانتماء الاجتماعي ضمن أسرته والمحيطين به، في مقابل زيادة الشعور بالانفصال، وقلة أو ربما انعدام التواصل الاجتماعي الحقيقي.

وتشير دراسة "منال الناصر" أنّ أفراد العينة من طلبة وطالبات الجامعة السعودية أكّدوا من خلال إجاباتهم عن مقياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الحياة الأسرية بأن تفاعلاتهم بدأت تقلّ عما كان عليه قبل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وبينت أنّ الإدمان على هذه الوسائل يهدّد العلاقات الاجتماعية، ممّا يدفع بالعزلة والهروب من الواقع واستبدال الحياة الاجتماعية بالافتراضية، حيث أصبحت الفجوة بين أفراد الأسرة في اتساع متزايد، بسبب الإفراط في الوقت المستخدم، وعدم قضاء وقت كافٍ في الجلوس مع أفراد الأسرة، فأدى إلى عزلة الأفراد، وتغيّر في الأدوار ووظائف الأسرة (الناصر، 2019).

• وعليه ويؤكّد الباحث أنّ التفاعلات التي تحدث على مستوى الفيسبوك تؤثر بشكل كبير على الروابط الاجتماعية، بمعنى أنّه كلّما كان التفاعل الافتراضي لأفراد العينة كبيراً في الفيسبوك أدى إلى انخفاض الترابط الاجتماعي في الواقع، والعكس صحيح، ويساعد على هذا التأثير عدّة عوامل منها الوقت المخصّص والمستغرق في التواصل الافتراضي، وكيفية الاستخدام أو عادات وأنماط الاستخدام، وطبيعة الدوافع والإشباع المتوقعة، من هذا الاستخدام، ويمكن أن نوضّح هذه العملية التكاملية بين التفاعل والترابط الاجتماعي من زاويتين منفصلتين كما يلي:

1- زيادة التفاعل الافتراضي: من خلال التواصل والتفاعل المستمر لدى المبحوثين عبر الفيسبوك يمكن أن يدعم استمرارية تواصلهم مع أسرهم ومقرّبيهم البعيدين عنهم، وأصدقاء وزملاء الدراسة، ويشاركونهم أحدث الصور والمنشورات المهمّة، ويتبادلون الأخبار والأحداث الهامّة في حياتهم، وكذلك مناقشة القضايا المهمة بطرح أفكارهم والتعبير عن آرائهم، وتكثيف الأنشطة الرقمية بينهم، حيث يحصلون على الدّعم العاطفي من أحبائهم وتقديم النصائح لهم، وهذه العملية تعزّز لدى الطلبة شعورهم بالترابط الاجتماعي والانتماء وإيجابية التواصل، ومن جهة أخرى يسهم هذا التفاعل في الحفاظ على صداقات وعلاقات قوية في المجتمعين، وبشكل خاص الأصدقاء المتباعدين مكانياً وزمانياً، والتي يصعب على الأفراد فيها اللقاء بشكل منتظم وجهاً لوجه، ممّا يزيد من تعميق الروابط الاجتماعية بين أعضائه.

2- نقص التفاعل: قد يؤدي الاعتماد الكلي على التفاعل الافتراضي بين الأصدقاء كوسيلة أساسية لاستمرار التواصل، إلى تراجع مستوى هذا التفاعل الواقعي أو انخفاضه، ويؤدّي إلى فقدان بعض الروابط الاجتماعية، التي كوّنها من خلال نسج علاقاتهم في الفيسبوك أو حتى روابط المجتمع الحقيقي، خاصة إذا كان الاتصال الشخصي وجهاً لوجه بشكل نادر، مثلما توصّلنا إليه في دوافع المبحوثين في حذف الأصدقاء، ممّا ينتج عنه ضعف الشعور بالترابط وتباعد العلاقات الاجتماعية، ويؤدّي في الأخير إلى انحصار هذه الروابط وتقلّص تفاعلاتها أو تفكّكها.

ويؤكد الباحث على الاستخدام المتوازن للفيسبوك من أجل توظيفه كأداة قوية في الحفاظ على الروابط الاجتماعية وتعزيز التواصل، وعلى الطرف الآخر قد يؤدي الاعتماد المفرط للطلبة إلى تنامي الشعور بالعزلة وإضعاف أو تراجع العلاقات الحقيقية، وانخفاض مستوى الترابط الاجتماعي، وكاستنتاج لهذه النقطة نرى أنّ استخدام المبحوثين للفيسبوك وتفاعلاتهم تنعكس بالإيجاب أو بالسلب على طبيعة الترابطات ونمط العلاقات الاجتماعية، سواء الأسرية أو روابط الصداقة والعلاقات العاطفية، فالاستخدام المتوازن بين التفاعل الرقمي والتفاعل الشخصي هو الذي يضمن علاقات اجتماعية صحيّة وروابط قوية.

وقد ذهبت في هذا الاتجاه عالمة الاجتماع وعلم النفس "شيرلي تركل" (Sherry Turkle) حينما ناقشت في دراستها بعنوان (استعادة المحادثة: قوة الحديث في عصر الرقمنة) والتي هدفت من خلالها إلى فهم تأثير التكنولوجيا الرقمية على الحياة اليومية، ودور التفاعلات الحقيقية على الروابط الاجتماعية من خلال المحادثات العميقة، حيث أجرت عالمة مقابلات مكثفة مع أفراد الأسر والأطفال والطلاب وعمّال الشركات، وأشارت "تركل" إلى أنّ استخدام الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي قلّل من قدرة الأفراد على إجراء محادثات حقيقية تستند على الاتصال المواجهي - وجهًا لوجه -، حيث لاحظت أنّ الناس أصبحوا يفضلون استخدام الرسائل النصية والتفاعل الافتراضي أو الرقمي على التفاعل الشخصي الحقيقي، وهو ما أضرّ بالسلب على فرص استمرار التواصل وفهم العواطف بشكل سليم، وأكدت "تركل" أنّ بعض التفاعلات الرقمية عندما تكون سطحيّة ومحجوبة بكثير من العوائق تؤدي إلى تقليل وخفض جودة العلاقات الإنسانية، على عكس المحادثات الحقيقية في المجتمع الواقعي إذ تعزّز من قدرة المتفاعلين على كسب التعاطف والتفاهم العميق، كما أكدت على أهمية تحقيق التوازن بما أسّستها "الحياة الرقمية على المواقع الافتراضية" وبين التفاعلات الشخصية، وهو ما سيدعم تعزيز الروابط الاجتماعية والحفاظ عليها بشكل قويّ، حيث تقول "شيرلي تركل": (تجد الأسر صعوبة في إيجاد وقت للمحادثات ذات المعنى حينما تتنافس مع جاذبية الأجهزة الرقمية، لذلك يجب الحفاظ على التوازن الصحي بين التواصل الرقمي والتفاعل وجهًا لوجه، وهو أمر بالغ الأهمية للحفاظ على علاقات قويّة وذات معنى، فروابط الصداقة تتعزّز من خلال الوقت الذي يقضيه الأصدقاء معًا في المحادثة، وليس من خلال عدد "الإعجابات" على منشور في وسائل التواصل الاجتماعي) (Turkle, 2015, p. 198).

خلاصة:

من خلال ما أثبتته الدراسة الميدانية التي أجريت على طلبة كلية العلوم التكنولوجية بالتحليل تبين أن الفيسبوك يلعب دورا هاما في تفاعلاتهم ونشاطهم الرقمي، من خلال الكشف عن عادات وأنماط استخداماتهم ودوافعهم وحاجاتهم المختلفة للتواصل من أجل نسج وبناء العلاقات الاجتماعية المتنوعة، فلقد بينت النتائج أهمية الفيسبوك في الحياة اليومية للطلبة بتلبية إشباعاتهم الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، فهو وسيلة فعّالة لتحقيق وتعزيز التواصل والتفاعل مع شبكة علاقاتهم الاجتماعية سواء مع أشخاص آخرين من مجتمعات أخرى لنسج علاقات اجتماعية جديدة، أو للحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القائمة، مما أدى بالطلبة إلى توسيع شبكاتهم الاجتماعية والحفاظ على الترابط الاجتماعي من خلال التواصل الافتراضي.

ومن جهة أخرى فلقد كشف هذا الفصل التطبيقي عن الكثير من التأثيرات السلبية المختلفة والتي تتعلق بتغيير نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية، بسبب الإفراط في الوقت المنفق على استخدام الفيسبوك وسوء الاستخدام الذي أدى إلى الإدمان والعزلة الاجتماعية وانخفاض جودة العلاقات الشخصية والتفاعلات الاجتماعية الواقعية، ولهذا نقول أن الفيسبوك يؤدي دورا مزدوجا في الحياة الاجتماعية عند الطلبة، فبقدر مساحة التفاعل المتاحة والتواصل المستمر، بقدر المخاطر التي قد يلحقها الاستخدام المتزايد بشكل العلاقات الاجتماعية الحقيقية، لذلك كان لا بد من الاستخدام العقلاني والمتوازن للفيسبوك من أجل الحفاظ على واقعية العلاقات الاجتماعية، حتى يتم استغلال خدماته ومزاياه بحكمة في تعزيز التواصل الاجتماعي الجيد دون تهديد نسيج البناء الاجتماعي، وتغيير في نمط العلاقات الواقعية.

النتائج العامة

للدراسة

عرض ومناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

بعد إجراء الدراسة الميدانية وتحليل النتائج التي تم استخراجها من إجابات الباحثين لطلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان، وبعد قياسها واختبار الفرضيات، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

المبحث الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية لموقع الفيسبوك

الفرضية الأولى: تختلف عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم التكنولوجية للفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس والسن تتمثل نتائج عادات وأنماط استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية لموقع الفيسبوك كما يلي:

1- أغلبية الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات بنسبة (52%)، وتمثل نسبة الذكور (70.7%) والإناث (36%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول المدة الزمنية لامتلاك الفيسبوك عند متغير الجنس

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول المدة الزمنية لامتلاك الفيسبوك عند متغير السن.

2- يدخل (82%) من الطلبة إلى الفيسبوك بصفة يومية على مدار الأسبوع، ويمثل الذكور الذين تتراوح أعمارهم بين 33 و26 سنة نسبة (85.9%)، أما الفئة العمرية بين 18 و25 سنة (83.3%)، ثم فئة الأكثر من 36 سنة بنسبة (75%)، أما الإناث في فئة 33 و36 سنة يتصفحون الفيسبوك بصفة يومية بنسبة (87.8%)، تليها فئة 18 و25 سنة بنسبة (81.7%)، ثم فئة الأكثر من 36 سنة بنسبة (57.1%).

- لا توجد فروق إحصائية تعزى لمتغيري الجنس والسن في عدد مرات استخدام موقع الفيسبوك في الأسبوع

3- يستغرق (34.3%) من الطلبة أكثر من 8 ساعات في استخدام الفيسبوك، يليه (15.5%) يستخدمونه بين ساعة وساعتين، ثم (15%) تستخدم الفيسبوك بين ساعتين وأربع ساعات، يليه (14%) بين 6 ساعات و8 ساعات، ويستغرق (13.5%) بين أربع وخمس ساعات، ثم (07.8%) يستخدمونه أقل من ساعة خلال اليوم، وتعتبر الإناث أكثر الفئات استخداماً للفيسبوك بأكثر من 8 ساعات في اليوم بنسبة (34.5%) مقارنة بالذكور بنسبة (33.5%)، كما تستخدم كل الفئات العمرية الفيسبوك بحجم ساعي أكثر من 8 ساعات في اليوم، فقد جاء لدى فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (47.8%)، ثم فئة 26-33 سن بنسبة (41.9%)، يليها فئة 18-25 بنسبة (30.1%).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد ساعات استخدام الفيسبوك تعزى لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد ساعات استخدام الفيسبوك تعزى لمتغير العمر

4- أغلبية الطلبة بنسبة (66.8%) يستخدمون الفيسبوك طوال فترات اليوم، وتمثل الإناث نسبة (67.9%) مقارنة بالذكور بنسبة (65.4%)، بينما احتلت الفئة العمرية 18 و 25 المرتبة الأولى بنسبة (68%)، تليها فئة 26 و 33 سنة بنسبة (64.8%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (60.9%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فترات استخدام الفيسبوك في اليوم تبعاً لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أوقات استخدام الفيسبوك في اليوم تعزى لمتغير السن.

5- (45.3%) من الطلبة لديهم أقل من 100 صديق على صفحة الفيسبوك، تليها (34.7%) لديهم أكثر من 500 صديق، ثم (20%) لديهم ما بين 101 إلى 500 صديق، وبيّنت الدراسة أنّ أغلبية الإناث يملكن أقل من 100 صديق بنسبة (69.3%)، مقارنة بالذكور بنسبة (18.1%)، بينما يملك (58.5%) من الذكور أكثر من 500 صديق في مقابل الإناث بنسبة (13.7%)، وتحتل العمرية الأكثر من 34 سنة الصدارة بامتلاكها أكثر من 500 صديق بنسبة (69.6%)، تليها فئة 26 و 33 سنة بنسبة (47.6%)، ثم فئة 18 و 25 سنة بنسبة (26.8%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد أصدقاء المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد أصدقاء المبحوثين تعزى لمتغير السن.

6- يتواصل أغلبية الطلبة مع أصدقاء من المجتمع الحقيقي فقط بنسبة (64.5%)، ويتواصل (28.5%) من الطلبة مع أصدقاء من المجتمع الافتراضي، بينما يتواصل (07%) فقط مع المجتمعين معاً، وتتصدر الإناث في فئة 18-25 سنة النتائج بنسبة (67.1%)، تليها فئة 26-33 بنسبة (68.3%)، ثم فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (71.4%)، في مقابل الذكور من فئة 18-25 بنسبة (62%)، يليه 26-33 بنسبة (65.6%)، وفئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (37.5%).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند متغيري الجنس والسن في طبيعة الأصدقاء على الفيسبوك.

7- (17.1%) من الطلبة لا تعتمد معياراً محدداً لاختيار أصدقائهم في الفيسبوك، وتختار (21.4%)، الإناث الأكثر من 34 سنة أصدقائهنّ تبعاً للعلاقات السابقة والديانة تليها فئة بين 18 و 25 سنة بنسبة (19.6%) تختزن أصدقائهنّ دون وجود معيار محدّد، ثمّ فئة 26 و 33 سنة حسب معيار نوع الجنس والمستوى الثقافي بنسبة (14.9%)، وينتقي الذكور في فئة الأكثر من 34 سنة أصدقائهم في الفيسبوك حسب معيار البلد والديانة والمستوى الثقافي بنسبة (14.7%)، يليه فئة 18 و 25 سنة بنسبة (20.2%) حسب معيار العلاقات السابقة، ثمّ فئة 26 و 33 يختارون أصدقائهم دون أي معيار بنسبة (17.3%).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند متغيري الجنس والسّن في معايير انتقاء الأصدقاء على الفيسبوك
- 8- يستخدم (92.5) من الطلبة الهاتف الذكي الشخصي في الدّخول إلى الفيسبوك، وتعتبر الإناث أكثر استخداماً للهواتف الذكية بنسبة (51.3%) مقارنة بالذكور بنسبة (41.3%).
- توجد فروق بين المبحوثين في نوع الوسيلة التكنولوجية المفضّلة للتواصل في الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.
- 9- يفضّل (52%) من الطّلبة استخدام الفيسبوك وهم متواجدون بمفردهم، وتمثّل الإناث (54.7%) في مقابل الذّكور بنسبة (48.9%)، بينما (15.5%) يفضلون استخدامه رفقة زملاء الجامعة، و(14.5%) يستخدمونه مع صديق حميم، و(09.2%) يستخدمونه رفقة أصدقاء الحي، و(08.8%) يستخدمون الفيسبوك أثناء جلوسهم مع العائلة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المكان المفضل لاستخدام الفيسبوك تعزى لمتغير الجنس.
- 10- يشترك (78%) من الطلبة في صفحات فيسبوكية مختلفة، حيث بلغت نسبة الإناث (84%) مقارنة بنسبة الذكور التي بلغت (71.3%).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول اشتراك الطلبة في صفحات افتراضية تبعاً لمتغير الجنس.
- 11- يشترك (13%) من الطّلبة في الصّفحات الدينيّة والدراسيّة، تليها الصّفحات الثقافيّة (12.8%)، ثمّ الترفيهيّة (12.7%)، يليها (12.4%) الاجتماعيّة، ثمّ الرياضيّة (11.1%)، ثمّ التسوّقيّة (09%)، يليها الإعلاميّة (06.5%)، وصفحات الألعاب الإلكترونيّة (05.1%)، وأخيراً (04.5%) الصفحات السياسيّة.
- ويفضّل الذكور في فئة 18 و25 الاشتراك في الصفحات الرياضيّة ثمّ الدينيّة تليها الصفحات الثقافيّة والدراسيّة والترفيهيّة، في مقابل الإناث اللواتي يفضّلن الاشتراك في الصفحات الدينيّة والثقافيّة ثمّ الاجتماعيّة تليها الصفحات الترفيهيّة، وصفحات الدّراسة، أما الفئة العمريّة بين 26 و33 سنة من الذكور فيفضلون الاشتراك في الصفحات الرياضيّة ثمّ الدراسيّة يليها الاجتماعيّة ثمّ الثقافيّة والدينيّة، مقارنة بالإناث من نفس الفئة العمريّة حيث تصدرها الصفحات الاجتماعيّة ثمّ الدراسيّة والترفيهيّة، تليها الصفحات الدينيّة ثمّ التسوّقيّة، أما الفئة العمريّة الأكثر من 34 سنة فتفضل الاشتراك في الصفحات الرياضيّة ثمّ الاجتماعيّة يليها الترفيهيّة، يليها الصفحات الثقافيّة والدينيّة والتسوّقيّة والإعلاميّة ثمّ الدراسيّة، في مقابل الإناث حيث نجد الصفحات التسوّقيّة ثمّ الدينيّة يليها الثقافيّة، ثمّ الصفحات الدراسيّة والترفيهيّة.
- توجد فروق إحصائية في نوع الصفحات الفيسبوكية التي يشتركون فيها تعزى لمتغيري الجنس والسّن.

12- يتفاعل أغلبية الطلبة بنسبة (84%) مع أصدقائهم ومعارفهم من الواقع الاجتماعي، بينما يتفاعل (16%) مع أصدقائهم عبر الفيسبوك فقط، بينما يتفاعل الذكور بنسبة (84.6%) والإناث بنسبة (83.5%) مع أصدقائهم ومعارفهم الواقعيين.

- لا توجد فروق إحصائية حول نوع المجتمع الذي يتفاعل معه الطلبة عبر الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

13- أغلبية الطلبة يتفاعلون بالتعليقات والدردشة بنسبة (23.4%)، ويتفاعل (17.9%) بالإيموجي، يليه القراءة فقط بنسبة (11.9%)، ثم (11.6%) يتبادلون الدروس الجامعية، يليه (10.8%) التعليق على مشاركة الأصدقاء، ويليه (06.5%) يشاركون المنشورات والروابط، ثم (05.9%) يكتفون بالنشر والكتابة على صفحاتهم، و(04.8%) يضعون مشاركات الأصدقاء، ثم (03.7%) يجربون التطبيقات، وفي الأخير (03.5%) يلعبون مع أصدقائهم، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ أغلبية الطلبة من الإناث والذكور يتفاعلون بالتعليقات والدردشة بنسبة (20.4%)، و(15%) على التوالي، كما يتفاعل بالإيموجي (25.4%) من الذكور و(21.7%) من الإناث، وبيّنت الدراسة أنّ كلّ الفئات العمرية يفضلون التفاعل بالتعليقات والدردشة؛ فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (24.2%)، تليها فئة 18 و25 بنسبة (24%)، ثمّ فئة 26-33 بنسبة (23.1%)، وجاء التفاعل بالإيموجي كنوع من التعبير في تفضيلات كلّ الفئات العمرية أيضاً حيث بلغت نسبته في فئة 18-25 (19.3%)، يليها 26-33 بنسبة 15.4%، ثمّ الأكثر من 34 سنة بنسبة (12.9%).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول نوع التفاعل مع أصدقاء الفيسبوك تعزى لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول نوع التفاعل مع أصدقاء الفيسبوك تعزى لمتغير العمر.

14- أغلبية الطلبة بنسبة (48.2%) يستخدمون المحادثات الكتابية في الدردشة، يليه (30%) يستخدمون المحادثات الصوتية، ويليه (21.8%) يفضلون المحادثات المرئية أو الفيديو، وتفضّل الإناث استخدام المحادثات الكتابية بنسبة (49.6%)، مقارنة بالذكور بنسبة (46.5%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طريقة تواصل الطلبة مع أصدقاء الفيسبوك تعزى لمتغير الجنس.

15- (31.1%) من الطلبة يستخدمون لغة فيسبوكية مختلطة في تواصلهم عبر الفيسبوك، يليه (29.6%) يستخدمون الدارجة أو العامية، ويليه (17.9%) يتواصلون باللّغة الفرنسية، ثمّ (11%) يتواصلون باللّغة الإنجليزية، وفي الأخير (10.5%) يستخدمون اللّغة العربية الفصحى في محادثاتهم، وتستخدم أغلبية الإناث لغة فيسبوكية مختلطة بنسبة (36.6%) يليها الدارجة (30.5%)، ويليه (16.8%) اللّغة الفرنسية، ثمّ (09.7%) اللّغة الإنجليزية، يليه اللّغة العربية الفصحى بنسبة (06.4%)، أمّا الذكور فيستخدمون لغة فيسبوكية

مختلطة بنسبة (28.5%)، يليها اللغة الفرنسية بنسبة (19%)، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة (12.3%) وفي الأخير اللغة العربية الفصحى بنسبة (14.8%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول نوع اللغة المستخدمة مع أصدقاء الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول نوع اللغة المستخدمة مع أصدقاء الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.
وبناء على نتائج المبحث الأول نستنتج أنّ الفرضية الأولى حول اختلاف الطلبة في عادات وأنماط استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس والسن لم تتحقق، لأنّ عدد الفروق المدومة أكثر من عدد الفروق الموجودة، وبالتالي يترتب عليه القول بأنه لا توجد اختلافات كبيرة في عادات وأنماط استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك تعزى لمتغيري الجنس والسن، أي أننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل.

لقد تبين من خلال النتائج أن طلبة كلية العلوم التكنولوجية يظهرون تنوعاً كبيراً في طرق وعادات استخدامهم للفيسبوك، وهذا راجع إلى الخلفية المعرفية والثقافية للطلبة، لأن استخدامهم المكثف للفيسبوك مرده الانفتاح على تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، كما يرجع هذا الاقبال إلى اختلاف التنشئة الاجتماعية مما يؤثر على الكيفية التي يتعاملون بها مع الفضاء الافتراضي، حيث نجدهم يقضون ساعات متواصلة ومرات متعدّدة في اليوم في استخدام الفيسبوك لمتابعة الجديد ويتفاعلون باستمرار مع المحتوى، كما يظهرون انفتاحهم على الصفحات الفيسبوكية المتعدّدة والتي تشمل صفحات اجتماعية ودراسية ودينية ورياضية وغيرها، وهو ما يعكس ارتباطهم بثقافة التواصل في الفيسبوك، واهتمامهم المتزايد بتسيخ التواصل الاجتماعي، وهذا الارتباط يهدف لتعزيز التواصل وتقوية الروابط الاجتماعية ونسج العلاقات الشخصية مع الأشخاص الذين يرغبون بوجودهم معهم، كما لوحظ من النتائج أنّ الذكور والإناث في مختلف الفئات العمرية يظهرون اختلافاً في أنماط استخداماتهم للفيسبوك، من حيث المشاركة وطرق التفاعل مع المحتويات التي تعكس الحياة اليومية كالإعجابات والتعليقات ونشر الصور والفيديوهات، ومن جهة أخرى يعكس تعدّد أساليبهم في التواصل والتفاعل، كما لوحظ أيضاً وجود أنواع من اللغات المستخدمة للتواصل مع شبكاتهم الاجتماعية حيث يوظفون لغة فيسبوكية وعادة ما يوظفون لغة أكاديمية ترجع إلى طبيعة تخصصهم العلمي، كما يظهر الطلبة حرصهم على التواصل مع مجتمع متنوع يشمل أقاربهم وأصدقائهم ومعارفهم من المجتمع الحقيقي ومن المجتمع الافتراضي، وهو ما يعزّز تجربتهم التواصلية في الفيسبوك ويعكس طموحهم في بناء علاقات اجتماعية متنوّعة.

ولذلك فقد ركّزت نظرية الاستخدامات والإشباع على الطرق التي يوظفها الأفراد في استخداماتهم لوسائل الاتصال لبلوغ أهدافهم ويتوقّعون من خلال هذه الأنماط تلبية حاجات معيّنة، وهو ما يعكس نشاطهم الكثيف

لإشباع هذه الدوافع والحاجات المتعددة، والتي تم التفصيل فيها في هذه الدراسة حسب تقسيمات النظرية من حاجات شخصية ومعرفية واجتماعية ونفسية، وبذلك يتحقق الافتراض المركزي للنظرية حول الجمهور النشط والذي يستخدم وسائل الاتصال بكثافة لتحقيق إشباعاته.

فلقد قدم كمل من "إياهو كاتز" (E. Katz) و"بلومر" (Blumer) و"جورفيتش" (Gurvitch) عام 1974 مساهمتهم في هذا الموضوع؛ حيث أكدوا أنّ أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 241)، فالمتلقي عنصر فعال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الإعلام والاتصال إذ يفترض بأنه مستهدف، وهكذا فإنّ استخدام المتلقي لوسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، ويتوقع المتلقي أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام والاتصال بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه (مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه) (العبد الله، 2010، صفحة 281).

المبحث الثاني: دوافع وحاجات طلبة كلية العلوم التكنولوجية في استخدام الفيسبوك.

مناقشة الفرضية 2: يستخدم طلبة العلوم التكنولوجية الفيسبوك بدوافع مختلفة تعزى لمتغير الجنس والسن

1- يفضل أغلبية الطلبة بنسبة (53.3%) ترك طلبات الصداقة معلّقة في الفيسبوك، بينما يرفض (27%) الطلبات، يليها (19.8%) يقبلون طلبات الصداقة، ويفضّل (58%) من الذكور ترك طلبات الصداقة معلّقة، يليه (21.3%) منهم يقبلون طلبات الصداقة، ويرفض (20.7%) قبول طلبات الصداقة، في مقابل (49.1%) من الإناث تتركن طلبات الصداقة معلّقة، يليها (32.5%) يرفضن طلبات الصداقة، وفي الأخير (18.4%) من الإناث يقبلن طلبات الصداقة.

- توجد فروق إحصائية في موقف المبحوثين من طلبات الصداقة المرسلة في الفيسبوك تعزى لمتغير الجنس

2- تتمثل دوافع أغلبية الإناث والذكور في قبول طلبات الصداقة المرسلة لهم في مقدمتها: تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر بنسبة (22.7%) للذكور و(26.5%) للإناث، يليه التعرف على أشخاص جدد (16.4%) للذكور و(12.6%) للإناث، ثمّ لتمضية الوقت (12.6%) للذكور و(8.8%) للإناث.

• أما دوافع الرفض عند الذكور فتتمثل في الخوف على الخصوصية بنسبة (32.4%)، و(25.9%) للإناث، يليه رفض طلبات الصداقة من أشخاص واقعيين بنسبة (14.8%) للإناث و(9.2%) للذكور، ثمّ رفض الحسابات الوهميّة فقط بنسبة (11%) للإناث و(6.4%) للذكور.

• وتمثلت دوافع ترك طلبات الصداقة معلقة في أكتفي بالردشة على المسنجر فقط بنسبة (23.9%) للإناث و(19.2%) للذكور، يليه تبقى معلقة حتى أتأكد من هوية صاحبها (17.3%) للإناث و(15.4%) للذكور، ويليه حتى لا يظهر حسابه لأحد من معارفي (14%) للإناث و(9.8%) للذكور.

- توجد فروق إحصائية حول دوافع المبحوثين من طلبات الصداقة في الفيسبوك تعزى متغير الجنس.

3- يلجأ أغلبية الطلبة بنسبة (77.3%) إلى حذف الأصدقاء في الفيسبوك، بينما يؤكد (22.8%) أنهم لا يحذفون أصدقائهم، وتمثلت دوافع الجنسين في حذف الصديق كما يلي: نشر محتوى غير لائق عند الذكور بنسبة (25.7%) و(18.1%) لدى الإناث، يليه التجاوز على الخصوصيات بنسبة (20%) للذكور و(20.9%) للإناث، ثم التعليق غير اللائق على محتوى الأصدقاء، وصداقة مزيفة بنسبة (14%) عند الإناث و(12.5%) عند الذكور، ثم عدم التواصل بنسبة (14.6%) عند الإناث و(11.30%) عند الذكور، يليه اكتشاف معلومات زائفة بنسبة (9.70%) عند الذكور و(9%) عند الإناث، ثم يليه الندم على قبول طلبات صداقة حرجا من أصحابها عند الإناث بنسبة (9.70%) و(9%) لدى الذكور، ثم الفشل في إقامة علاقة عاطفية عند الإناث بنسبة (6.20%) و(5.70%) عند الذكور.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع حذف أفراد العينة لأصدقائهم في الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس

4- أغلبية الطلبة يستخدمون الفيسبوك في إقامة صداقات افتراضية مع الجنس الآخر فقط (56.7%)، بينما يفضل (43.3%) إقامة الصداقات الافتراضية مع كلا الجنسين، ويفضل أغلبية الذكور في فئة 26-33 سنة إقامة علاقات صداقة افتراضية مع الجنس الآخر بنسبة (60.9%)، ثم فئة 18-25 سنة بنسبة (56.4%)، ثم يليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (56.2%)، في مقابل الإناث اللواتي يفضلن إقامة علاقات صداقة مع الجنس الآخر أيضا في فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (85.7%)، يليها فئة 18-25 سنة بنسبة (55.5%)، ثم فئة 26-33 سنة بنسبة (51.2%).

- لا توجد فروق إحصائية حول نوع الجنس الذي يرغب أفراد العينة في إقامة صداقة افتراضية معه في الفيسبوك تعزى لمتغيري الجنس والسن.

5- (56.2%) من الطلبة نادرا ما يسردون مشاكلهم لصديق الفيسبوك، يليه (28%) من الطلبة يسردون مشاكلهم، ويليه (15.8%) دائما ما يسردون مشاكلهم، وبيّنت الدراسة أنّ نسبة (58.5%) من الإناث نادرا ما يحكيّن مشاكلهم في الفيسبوك مقارنة بالذكور بنسبة (53.7%)، أما الذكور الذين أحيانا ما يسردون

مشاكلهم فنسبتهم (30.9%) في مقابل الإناث بنسبة (25.5%)، ثمّ في الأخير (16%) من الإناث دائما ما يحكين مشاكلهنّ لصديقهنّ الافتراضي، في مقابل (15.4%) من الذكور.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول سرد الطلبة لمشاكلهم في الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس.

6- تتمثل المشاكل التي يسردها الطلبة على صديق الفيسبوك على الترتيب فيما يلي: (23.1%) المشاكل الاجتماعية يليها (21.6%) المشاكل الجامعية، ثمّ (18.5%) المشاكل العاطفية، يليه المشاكل النفسية (16.1%)، ويليهما المشاكل الصحيّة بنسبة (10.4%)، وفي الأخير المشاكل المادية بنسبة (10.2%).

- توجد فروق إحصائية تعزى لمتغير الجنس حول نوع المشاكل التي يسردها الطلبة على أصدقائهم.

7- (56.3%) من الطلبة الذين يسردون مشاكلهم يؤكّدون أنّهم دائما ما يجدون اهتماما من أصدقائهم في الفيسبوك، يليه (32.5%) أحيانا ما يجدون اهتماما، ثمّ (11.2%) لا يهتمّون أبدا بمشاكلهم التي يسردونها لهم، وقد اتّضح أنّ الذكور والإناث بنسبة (57.4%) و(55.2%) على التوالي دائما ما يجدون اهتماما من صديق الفيسبوك الذي تربطه بهم علاقات افتراضية خاصة أو عاطفية.

- لا توجد فروق إحصائية عند متغير الجنس في طبيعة اهتمام أصدقاء الفيسبوك بالمشاكل التي يسردونها عليهم

8- يدخل (59.8%) من الطلبة لحسابهم في الفيسبوك باستخدام هوية حقيقية، حيث يمثل الذكور (58.5%) والإناث (60.8%)، بينما يدخل (40.2%) بهويّات مستعارة، كما يمثل الذكور (41.5%) والإناث (39.2%)، أمّا ترتيب الفئات العمرية التي تستخدم هويات حقيقية كما يلي: الفئة 18-25 سنة بنسبة (62.1%)، يليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (56.5%)، ثمّ فئة 26-33 بنسبة (54.3%)، أمّا الطلبة الذين يستخدمون هويّات مستعارة فجاء ترتيبهم حسب الفئات العمرية كما يلي: فئة 26-33 بنسبة (45.7%)، يليها فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (43.5%)، ثمّ فئة 18-25 بنسبة (37.9%).

- لا توجد فروق إحصائية في نوع الهوية المستخدمة في دخول أفراد العينة إلى الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق إحصائية في نوع الهوية المستخدمة في دخول أفراد العينة إلى الفيسبوك تبعا لمتغير السن.

9- يستخدم (55.7%) من الطلبة هوية حقيقية في الفيسبوك بدافع سهولة العثور عليهم من قبل معارفهم، يليه (17.8%) بدافع كسب ثقة المتفاعلين معهم، ويليه (17.2%) بدافع حتى يشعر الطرف الآخر بالأمان، ثمّ يليه (9.3%) بدافع حبّ الظهور.

• جاء في مقدّمة دوافع الفئات العمرية لدى الجنسين في استخدام هويّة حقيقية، سهولة العثور الآخرين عليهم حيث جاء لدى 18-25 سنة بنسبة (69.40%) للذكور و(49.6%) للإناث، أمّا فئة 26-33 سنة فجاء بنسبة (47.1%) عند الذكور، و(57.7%) للإناث، يليه الطلبة الأكثر من 34 سنة جاء بنسبة (61.5%) عند الذكور، و(00%) للإناث.

- توجد فروق إحصائية حول استخدام الطلبة لهوية حقيقية للدخول إلى الفيسبوك تبعاً لمتغيري الجنس والسّن

10- يستخدم (39.4%) من الطلبة هويّة مستعارة في الفيسبوك بدافع رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرّف عليهم أحد، يليه (19.4%) بدافع ميول عاطفيّة لا يريدون البوح بها لأحد معروف، ثمّ (14.2%) بدافع الخوف من التعرف عليهم من قبل الآخرون، ويليه (11%) يدخلون إلى الفيسبوك بدافع رغبة تقمّص شخصيّة غير شخصيّتهم الحقيقية، ثمّ (09%) بدافع لعب كلّ الأدوار، ثمّ يليه (07.1%) بدافع الفشل في مواجهة العالم عند تعرّضهم لمشكلة.

• جاء في مقدّمة دوافع الفئات العمرية لدى الجنسين في استخدام هويّة مستعارة، دافع الرغبة في التصرف بكلّ حرية في الموقع دون التعرف عليهم، فقد جاء لدى فئة 18-25 سنة (23.8%) للذكور و(42.7%) عند الإناث، يليها فئة 26-33 سنة بنسبة (40.7%) لدى الذكور و(42.9%) لدى الإناث، ثمّ فئة الأكثر من 34 سنة للذكور (40%) و(33.3%) عند الإناث.

- لا توجد فروق إحصائية حول استخدام الطلبة لهوية مستعارة في الفيسبوك تعزى لمتغيري الجنس والسّن.
الدوافع الشخصية:

11- يستخدم طلبة كلية العلوم التكنولوجية الفيسبوك بدوافع وحاجات شخصية يتصدّرها حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (25.1%)، يليه (11.9%) حاجة تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات، بنفس النسبة مع دافع تحقيق الخصوصية الشخصية، يليه (11.3%) بدافع المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية، ويستخدم (24.2%) من الذكور الفيسبوك لحاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية في مقابل (25.9%) عند الإناث، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية بنسبة (11.9%) للذكور و(10.7%) عند الإناث، ويليه تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات بنسبة (11.1%) لدى الذكور

و(12.2%) عند الإناث، ثم تحقيق الخصوصية الشخصية بنسبة (10.6%) عند الذكور و(13.1%) لدى الإناث.

● أما فئة 18-25 سنة فستستخدم الفيسبوك بدوافع وحاجات شخصية في مقدمتها حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (25.10%)، يليه (13.30%) تحقيق الخصوصية الشخصية، ثم (11.60%) تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية (10.50%)، ثمّ الفئة العمرية 26-33 سنة (24.40%) حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية، يليه (13.50%) المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية، ثم تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات (12.60%)، يليه تحقيق الخصوصية الشخصية (09.60%)، ثمّ الفئة العمرية الأكثر من 34 سنة في المرتبة الأولى حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية بنسبة (27.60%)، ثمّ تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات وتمضية الوقت فقط (11.80%)، يليه المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية (10.50%).

- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع الشخصية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع الشخصية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

الدوافع المعرفية:

12- يستخدم طلبة كلية العلوم التكنولوجية الفيسبوك بدوافع وحاجات معرفية يتصّرها متابعة الدّروس والمحاضرات وتحميل الكتب (17.6%)، يليه (13%) تثقيف النفس، ويليها (12.3%) مناقشة الدروس الجامعية، ثم (10.8%) للتواصل مع الأساتذة، ويستخدم الذكور الفيسبوك في المرتبة الأولى بدافع متابعة دروسهم ومحاضراتهم بنسبة (17.1%) و(18%) للإناث، يليه (12.1%) تثقيف النفس للذكور و(13.80%) عند الإناث، ثم مناقشة الدّروس الجامعية مع أصدقائي بنسبة (10.8%) لدى الذكور و(13.60%) لدى الإناث، يليه التواصل مع الأساتذة والتعرّف على عادات وثقافات مختلفة بنفس النسبة (10%) لدى الذكور، أما الإناث (11.40%)، (07.90%) على التوالي.

● أما فئة 18-25 سنة فستستخدم الفيسبوك بدوافع وحاجات معرفية في المرتبة الأولى (17.60%) لمتابعة الدروس والمحاضرات، ثم (13.50%) تثقيف النفس، يليه (12.90%) مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي، ثمّ التواصل مع الأساتذة (10%)، أما فئة 26-33 سنة في المرتبة الأولى (18.20%) لمتابعة الدروس

والمحاضرات، يليه (12.10%) مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي والتواصل مع الأساتذة وتثقيف النفس بنفس النسبة، أما فئة الأكثر من 34 سنة فينصدها متابعة الدروس والمحاضرات (15.60%)، ثمّ التواصل مع الأساتذة (13.30%)، يليه (11.10%) لتثقيف النفس ومتابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا والتعرّف على عادات وثقافات مختلفة.

- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع الشخصية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع الشخصية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

الدوافع النفسية:

13- يستخدم طلبة كلية العلوم التكنولوجية الفيسبوك بدوافع وحاجات نفسية ينصدها (16.4%) لكسر الملل والروتين اليومي، يليه (14%) لفكّ العزلة عن النفس والتخلص من الشعور بالوحدة، ثمّ التسلية والترفيه عن النفس (11.7%)، يليه (07%) للتواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسياً بعيداً عن الواقع، ويليه (06.6%) لإقامة علاقات عاطفية حقيقية، ثمّ تعويض الفراغ العاطفي (06.4%)، ويستخدم ذكور الطلبة الفيسبوك بالمرتبة الأولى لكسر الملل والروتين اليومي بنسبة (14.7%) و(18.1%) للإناث، يليه العزلة عن النفس والتخلص من الشعور بالوحدة بنسبة (14%) عند الذكور و(14%) عند الإناث، ويليه التسلية والترفيه عن النفس (11.3%) لدى الذكور و(12.2%) لدى الإناث، ثمّ (07.7%) إقامة علاقات عاطفية حقيقية لدى الذكور و(05.5%) لدى الإناث، يليه (07.1%) لتعويض الفراغ العاطفي لدى الذكور و(05.6%) للإناث.

أما فئة 18-25 سنة فستخدم الفيسبوك بدوافع وحاجات نفسية بالمرتبة الأولى لكسر الملل والروتين اليومي بنسبة (16.8%)، يليه (13.6%) لفكّ العزلة عن النفس والتخلص من الشعور بالوحدة، ويليه (12.5%) التسلية والترفيه عن النفس، ثمّ إقامة علاقات عاطفية حقيقية (06.9%)، يليه التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسياً بعيداً عن الواقع (06.4%)، ثمّ تعويض الفراغ العاطفي (06.3%)، أما فئة 26-33 سنة بالمرتبة الأولى (15.9%) لكسر الملل والروتين اليومي، يليه فكّ العزلة عن النفس والتخلص من الشعور بالوحدة (14.1%)، ثمّ (11%) التسلية والترفيه عن النفس، يليه (08.2%) للتواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسياً بعيداً عن الواقع، ويليه (06.4%) لإقامة علاقات عاطفية حقيقية وتعويض الفراغ العاطفي، ثمّ فئة الأكثر من 34 سنة بالمرتبة الأولى كسر الملل والروتين اليومي بنسبة (15.3%)، يليه (10.1%) لفكّ العزلة عن النفس والتخلص من الشعور بالوحدة، ثمّ (08.2%) للتخلص من الشعور بالوحدة، ثمّ (08.2%) للتخلص من رقابة المجتمع الحقيقي والتواصل والتفاعل مع

أشخاص أرتاح لهم نفسياً بعيداً عن الواقع، يليه (07.1%) للتخلص من الخجل وتعويض الفراغ العاطفي والتسلية والترفيه عن النفس وأيضاً لتعزيز الثقة بالنفس بنفس النسبة.

- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع النفسية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.
- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع النفسية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

الدوافع الاجتماعية

14- يستخدم طلبة كلية العلوم التكنولوجية الفيسبوك بدوافع وحاجات اجتماعية يتصدّرها التّواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيون فقط بنسبة (16.6%)، ثم (15.1%) للتواصل مع زملاء في الجامعة، يليه (08.6%) لتوسيع العلاقات الاجتماعية، ويليه (08.5%) ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي، ثمّ (06.8%) لفهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية، ثمّ يليه (06.4%) لإنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة، بينما يستخدم الذكور الفيسبوك بدافع التواصل مع زملاء في الجامعة بنسبة (14.6%) و(15.8%) عند الإناث، يليه التّواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيون فقط بنسبة (13.4%) للذكور، و(20.1%) عند الإناث، ثمّ (09.5%) لتوسيع العلاقات الاجتماعية لدى الذكور و(07.7%) لدى الإناث، يليه ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي لدى الذكور بنسبة (08.9%) و(08.1%) للإناث، ثمّ يليه إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة (07.5%) عند الذكور و(05.3%) عند الإناث.

أما فئة 18-25 سنة بالمرتبة الأولى (18.8%) التّواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيون، يليه (16.1%) التّواصل مع زملاء في الجامعة، ثمّ (08.6%) ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي، يليه توسيع العلاقات الاجتماعية (08.1%)، ويليه (06.4%) لفهم الواقع الاجتماعي والتّعامل مع المشكلات الاجتماعية، ثمّ (06.2%) مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية، يليها (06.1%) دوافع لإنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة، وفئة 26-33 سنة بالمرتبة الأولى (13.7%) دافع التواصل مع زملاء في الجامعة، ثمّ (12.9%) للتواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيون فقط، يليه (09.5%) لتوسيع العلاقات الاجتماعية، ثمّ يليه (07.8%) ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي، ويليه (07.5%) فهم الواقع الاجتماعي والتّعامل مع المشكلات الاجتماعية، ثمّ (07.3%) إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة، ثمّ فئة الأكثر من 34 سنة: في الترتيب الأوّل (11.8%) للتّواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء

الحقيقيين فقط وأيضا التواصل مع زملائي في الجامعة، يليه (10.1%) توسيع العلاقات الاجتماعية وملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي، يليه (07.6%) لفهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية.

- توجد فروق إحصائية في الدوافع الاجتماعية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق إحصائية في الدوافع الشخصية لدى الطلبة في استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

وبناءً على نتائج المبحث الثاني نستنتج أنّ الفرضية الثانية حول اختلاف أفراد العينة في دوافع وحاجات استخدام الفيسبوك عند متغير الجنس والسن لم تتحقق لأن عدد الفروق الموجودة أقل من عدد الفروق المعدومة، وبالتالي يترتب عليه القول بأنه لا توجد اختلافات كبيرة في دوافع وحاجات استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك تعزى لمتغيري الجنس والسن، أي أننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل.

لقد عبّر الطلبة من خلال النتائج عن دوافع وحاجات متعدّدة من استخدامهم للفيسبوك، حيث عكست هذه الحاجات رغبتهم الشديدة والملحة في القبول الاجتماعي، وهذا راجع إلى سهولة التواصل وتعدد وظائف الاستخدامات، من خلال إضافة الأصدقاء واستخدام هويات حقيقية لتعريف المجتمع بهم وحفاظاً على خصوصيتهم، أما الذين يستخدمون هويات مستعارة فتمثّلت دوافعهم في الهروب من الواقع الاجتماعي إلى المجتمع الافتراضي نظراً لفرص الحرية والتعبير عن الذات دون قيود، كما أظهر الطلبة اندماجاً كبيراً مع شبكة علاقاتهم الاجتماعية في الفيسبوك حيث يلجأون إليهم لسرد مشاكلهم اليومية سواء تعلّقت هذه المشاكل بالدراسة أو الصحة أو مشاكل اجتماعية أو نفسية، ولوحظ أيضاً من خلال النتائج البحث عن إثبات الذات والتقدير النفسي والاجتماعي بطرق مختلفة، وهو ما أظهرته الدوافع والحاجات الشخصية حيث يرغبون في توسيع قاعدة الرأس مال الاجتماعي من خلال إظهار الصور والتفاخر بالإعجابات والتعليقات اليومية، والدرشة المتواصلة مع أصدقائهم، ولوحظ أيضاً بحثهم عن الترفيه وزيادة المعرفة، حيث يؤكّدون على توطيد علاقاتهم بالأساتذة الجامعيين، وهو ما يوسّع شبكة علاقاتهم ويجعلها غير محدود بالأصدقاء والمعارف الآخرين، وأظهرت الحاجات النفسية رغبة ملحة في تخفيف الضغط والتوتر والقلق من ضغوطات الواقع الاجتماعي من خلال تفاعلاتهم الفيسبوكية لكسر الملل وتغيير الروتين اليومي والبحث عن الدعم العاطفي والنفسي من خلال غريزة التواصل مع الجنس الآخر، كما عبّر الطلبة عن حاجاتهم الاجتماعية المختلفة في التواصل مع الأصدقاء والأقارب الحقيقيين، وأيضا ربط علاقات مع معارف جدد اكتسبهم في الفيسبوك، وهو ما يؤكّد تعزيز التواصل وإنتاج روابط اجتماعية جديدة لتشبع

حاجاتهم التواصلية والتي يؤكدون فيها كل مرة عن شعورهم بالانتماء إلى مجتمع الفيسبوك الذي لبي لهم هذه الحاجات دون قيود اجتماعية أو نفسية.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع التي أكدت على مرونة وحرية الاختيار لدى الأفراد لوسائل الاتصال التي يعتقدون أنها تشبع حاجاتهم، كما أكدت بأن هؤلاء الأفراد هم الذين يستخدمون ويوظفون وسائل الاتصال لتلبية الحاجات وليست وسائل الاتصال التي تستخدمهم، كما تؤكد بأن الحاجات الواردة في الدراسة مستفاعة من الحاجات الإنسانية الشاملة، لذلك عبر الطلبة بقوة من خلال النتائج عن رغبتهم في تلبيتها، وهو ما يعكس كفاءة الطلبة وقدرتهم على تحديد حاجاتهم الأساسية والتي توافقت مع اختياراتهم لمنصة الفيسبوك، فمن خلال المعلومات والنتائج التي قدمتها إجاباتهم، فإن هذه الدوافع والحاجات المعبر عنها تشير إلى اهتماماتهم المتنوعة بغض النظر عن الفروق الجنسية والعمرية والتي أثبتتها نتائج هذا البحث.

وفي هذا الإطار قام "ماكويل" و"بلوملر" بدراسة مجموعة من الحاجات بالتفصيل والتي يسعى الأفراد إلى إشباعها في كتابهما (سيكولوجية وسائل الإعلام) حيث تم تحديد أربع فئات أساسية تنظم تحتها تلك الحاجات والتي جاءت متوافقة مع نتائج دراستنا وتتمثل في: (المكي، 2016، صفحة 120)

1- المعلومات أو المراقبة (Suerveillance): والتي تشمل: استعمال الجمهور حول الأحداث والظروف التي تمه في محيطه المباشر، وفي المجتمع والعالم، والتماس المشورة بشأن المسائل العملية، أو اتخاذ القرارات أو الخيارات، التعلم، والتعليم الذاتي، اكتساب الشعور بالأمن من خلال المعرفة.

2- الهوية الشخصية (Personal Identity): وتتمثل في تعزيز القيم الشخصية، والعتور على نماذج من السلوك، التماهي مع قيم الآخرين، واكتساب نظرة للذات.

3- التسلية أو الترفيه (Diversio): وتتعلق بالهروب، أو الإلهاء عن المشاكل، الاسترخاء، والحصول على المتع الثقافية والجمالية، وملء الوقت، التفرغ العاطفي، الإثارة الجنسية.

4- الاندماج والتفاعل الاجتماعي: ويتمثل في تفهم ظروف الآخرين، التعاطف الاجتماعي، التماهي مع الآخرين واكتساب الشعور بالانتماء، إيجاد أساس للمحادثة والتفاعل الاجتماعي، وإيجاد بديل عن الرفقة الحقيقية في الواقع، والمساعدة في ممارسة أدوار اجتماعية، التمكن من التواصل مع العائلة والأصدقاء والمجتمع.

كما تمكّن "روبين" (Robin) من تقسيم دوافع استخدام وسائل الاتصال إلى قسمين وهما: (العادي، 2004، الصفحات 121-122)

1- دوافع أدائية (وظيفية أو منفعية): وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات وجميع أشكال التعلم والمعرفة بوجه عام.

2- دوافع طقوسية: وتستهدف تضيئة الوقت، الاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.

المبحث الثالث: الإشباعات ا قة لطلبة كلية العلوم التكنولوجية من استخدام الفيسبوك

الفرضية الثالثة: يحقق الطلبة إشباعات مختلفة تبعاً لمتغيري الجنس والسّن

15- الإشباعات الشخصية: أغلبية الطلبة يحققون إشباعات شخصية يتصدّرها إشباع حاجة التعبير بكلّ حرّية عن رأيهم دون قيد بنسبة (36.8%)، ثمّ (24.3%) تحقيق حاجة الدردشة وتعميق التواصل الشخصي، ويحقّق أغلبية الذكور إشباع الدردشة وتعميق التواصل الشخصي بنسبة (25.4%)، مقارنة بالإناث حيث يتصدّر قائمة إشباعاتهم الشخصية التعبير بكلّ حرّية عن رأيهم بدون قيد بنسبة (42.7%)، وأوضحت الدراسة أنّ هذا الدافع يتصدّر أغلب الفئات العمرية حيث جاء لدى الأكثر من 34 من سنة بنسبة (40%)، يليه فئة 18-25 سنة بنسبة (37.3%)، ويليه فئة 26-33 سنة بنسبة (35%).

- لا توجد فروق إحصائية في الإشباعات الشخصية ا قة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق إحصائية في الإشباعات الشخصية ا قة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السّن.

16- الإشباعات المعرفية ا قة: أغلبية الطلبة يحققون إشباعات معرفية جاء في مقدمتها إشباع تعميق حاجة التواصل مع أساتذة الجامعة بنسبة (32,8%)، تليها (31.1%) يحققون إشباع التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية، كما يحقّق أغلبية الذكور والإناث من الطلّبة إشباعات معرفية يتصدّرها تعميق التواصل مع أساتذة الجامعة بنسبة (34.1%) للذكور و(30.6%) للإناث، كما بيّنت النتائج أنّ إشباعات الفئة العمرية 18-25 سنة يتصدّرها التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة المعارف الدراسية بنسبة (33.8%)، يليه فئة 26-33 سنة تحقّق إشباع الحاجة إلى تعميق التواصل مع الأساتذة الجامعيين بنسبة (36%)، ثمّ فئة الأكثر من 34 سنة تحقّق إشباع الفضول والحصول على معلومات وترقية الثقافة بنسبة (33.3%).

فقد أكدت العديد من الدراسات أن استخدام الإنترنت يحقق استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي (Browsing and Exploring) حيث أنّ الإثارة التي يشعر بها مستخدموا الإنترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه، كما أنّهم في تعرّضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم، حيث أنّ (73%) من مستخدمي الإنترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين، كما يحقق استخدام (75%) من مستخدمي الإنترنت إشباع الإستماع والتسلية والترفيه، والاتصال بالآخرين. (يوسف و عبد النبي، 2019، صفحة 51).

- لا توجد فروق إحصائية في الإشباع النفسية ا ققة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

- توجد فروق إحصائية في الإشباع النفسية ا ققة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

17- الإشباع النفسية: يحقق أغلبية الطلبة إشباعاً نفسية في مقدمتها إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (30.9%)، يليه (18.7%) يحققون إشباع الحاجة لإقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر، وبينت الدراسة أنّ الذكور والإناث يحققون إشباعاً نفسية في مقدمتها إشباع التخلص من الملل والضيق بنسبة (34.3%) للإناث و(27.8%) للذكور، وأشارت الدراسة أنّ هذا الدافع جاء مشترك لدى كل الفئات العمرية، حيث جاء لدى فئة 18-25 بنسبة (32%)، يليه فئة 26-33 سنة بنسبة (28.5%)، ثمّ فئة الأكثر من 34 سنة بنسبة (29.7%).

- توجد فروق إحصائية في الإشباع النفسية ا ققة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق إحصائية في الإشباع النفسية ا ققة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

الإشباع الاجتماعية: أغلبية الطلبة يحققون إشباعاً اجتماعية يتصدّرها إشباع الحاجة إلى الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (18.8%)، يليه (18.5%) إشباع الحاجة التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي، وبينت نتائج الدراسة أنّ أغلبية الطلبة من الذكور والإناث يحققون إشباع الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (18.1%)، أمّا الإناث فيحققن إشباع التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (21.1%)، وبينت الدراسة أنّ الفئتان العمريتان 18-25 سنة والأكثر من 34 سنة يحققان إشباعاً اجتماعياً يتمثل في الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي بنسبة (20%) و(18.9%) على التوالي، أما فئة 18-25 سنة فتحقق إشباعاً اجتماعياً يتمثل في التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي بنسبة (18.6%).

- توجد فروق إحصائية في الإشباع الاجتماعي 1 فقرة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس.
- لا توجد فروق إحصائية في الإشباع الشخصية 1 فقرة للطلبة من استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير السن.

وبناءً على نتائج المبحث الثالث نستنتج أنّ الفرضية الثالثة حول اختلاف أفراد العينة في الإشباع 1 فقرة من استخدام الطلبة للفيسبوك عند متغير الجنس والسن لم تتحقق لأنّ عدد الفروق الموجودة أقل من عدد الفروق المعدومة، وبالتالي يترتب عليه القول بأنه لا توجد اختلافات كبيرة في الإشباع 1 فقرة من استخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك تعزى لمتغيري الجنس والسن، أي أننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل.

لقد أوضحت نتائج الإشباع أنّ استخدام الطلبة للفيسبوك تتوافق مع توقّعات الطلبة من إشباع حاجاتهم الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، وفقد أظهرت النتائج تنوعاً كبيراً في الإشباع الملبّاة، بدءاً من إشباع حاجات التواصل الشخصي مع أسرهم وأصدقائهم، وهو ما أدى إلى زيادة الميل إلى المجتمع الافتراضي، وهذا راجع إلى قدرة الفيسبوك على تحقيق الشعور بتقدير الذات واكتساب احترام وودّ الآخرين، كما لوحظ تحقيق الكثير من الإشباع المعرفية التي تزيد من رصيد الطلاب المعرفي والثقافي وتمكينهم من توسيع آفاقهم، وأيضاً اكتساب قاعدة علاقات أكاديمية معرفية وهو ما يعزّز مكانتهم ضمن المجتمع الطلابي، ويستطيعون من خلالها الحصول على الدعم والمشورة الأكاديمية، وأيضاً البقاء على اتصال دائم مع آخر المستجدات والتطورات العلمية والتكنولوجية، وتظهر النتائج أيضاً تحقيق الكثير من الإشباع النفسية والعاطفية لدى الطلبة، وهذا راجع إلى تجاوز المنصة للكثير من القيود الاجتماعية والانفتاح على التواصل اللامحدود بين الجنسين، إضافة إلى إشباع الدردشة ومحتويات التسلية والترفيه عن النفس، كما أثبتت النتائج إشباع اجتماعية متنوعة محققة للطلبة تمثلت في تمكينهم من التواصل ونسج علاقات اجتماعية أخرى مع الحفاظ على بعض العلاقات السابقة والتي يعتبر وجودها ضروري في المجتمع الواقعي، كما لوحظ وجود تفاعلات أكبر مع شبكات علاقاتهم الافتراضية هروبا من الواقع وبخلافه عن مجتمع آخر أو بيئة أخرى تتفهّم رغباتهم وطموحاتهم النفسية والاجتماعية.

ويستدل من خلال هذه النتائج على قدرة الفيسبوك الهائلة على تحقيق وتلبية دوافع وحاجات الطلبة المتنوعة، إذ تمكّنوا من توظيف هذا الوسيط الاتصالي التفاعلي بشكل يتماشى مع توقّعاتهم في الإشباع، فهم ليسوا معزولين عن بيئتهم الاجتماعية، ولا بعيدين عن العوامل المختلفة التي تتدخل في تشكيل الدوافع والحاجات، وبالتالي استطاع الطلبة من خلال توظيف منصة الفيسبوك تكييف حاجاتهم المختلفة مع قدرة المنصة على تلبيةها،

ويعكس هذا السلوك ما ذهبت إليه نظرية الاستخدامات والإشباع في قدرة وسائل الاتصال على تحقيق وتلبية توقعات مستخدميها.

حيث تؤكد فرضية النظرية بأنّ استخدام الأفراد لوسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، كما تتنوع الحاجات باختلاف الأفراد (حجاب، 2010، صفحة 299)، فالمبادرة في ربط اشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة، إنما يخضع للمتلقى ذاته في عملية الاتصال الجماهيري، وهذا النموذج يرى بأنّ الناس مدينون لوسائل الاعلام والاتصال لسدّ حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير فيهم، فالنموذج يضع قيودا قوية على التنظير القائل بالتأثير المباشر لمضمون وسائل الاعلام والاتصال على المواقف والسلوك (العبد الله، 2010، صفحة 281)، وهذا ما يفترض عدم الاعتراف بأية علاقة خطية بين الاتصال والاتجاهات والسلوك، أي إلغاء مفهوم التأثير أو ماذا تفعل الوسائل بالجمهور.

المبحث الرابع: تأثير استخدام كلية العلوم التكنولوجية للفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية

1- بعد التأثير على نمط الاتصال الشخصي:

الفرضية: يؤدي استخدام الطلبة للفيسبوك إلى انخفاض مستوى الاتصال الشخصي الواقعي (وجها لوجه).
أغلبية الطلبة بنسبة (37.8%) يوافقون بأنّ علاقاتهم الفيسبوكية سمحت لهم بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال مع الآخرين بهم وجها لوجه، يليه وافق (33.8%) على أنهم أصبحوا يجيدون التعبير بجرأة بلا خجل مع أصدقائهم أكثر من التواصل المباشر، ويليه أغلبية الطلبة بنسبة (31%) موافقون على أنهم يقضون وقتا في التحدث مع أصدقائهم عبر الفيسبوك أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم عند الالتقاء بهم وجها لوجه، ويليه (32%) موافقون بأنّ استعمالهم للفيسبوك يجرمهم من النوم ويسبب ليهم نقصا في التركيز، ثم يليه (35.5%) موافقون بأنّ لغتهم الأجنبية تحسنت بسبب الدردشة مع الأجانب.

فرضية بعد الاتصال الشخصي: نستنتج من خلال النتائج تحقق الفرضية: بمعنى وجود اتجاه إيجابي من خلال نتائج القانون الإحصائي لمقياس ليكرت والذي يؤكد أن استخدام الفيسبوك يؤدي إلى انخفاض مستوى الاتصال الشخصي الواقعي (وجها لوجه).

2- بعد التأثير النفسي:

الفرضية: يؤدي استخدام الطلبة للفيسبوك إلى الإدمان والعزلة النفسية والاجتماعية والاكتئاب.

أغلبية الطلبة موافقون بنسبة (32.5%) بأن استخدامهم للفيسبوك هو آخر ما يفعلونه قبل النوم وأول نشاط لهم بعد الاستيقاظ، يليه (23.3%) موافقون بشدة أنهم يدخلون إلى الفيسبوك (Off Line)، ويليه (29.3%) من الطلبة موافقون بأنهم يشعرون بالرضا حين تصلهم رسائل من أصدقائهم الفيسبوكيين، ثم يليه (23.5%) من الطلبة محايدون وموافقون بأنهم أصبحوا يفتقدون السيطرة على الوقت أثناء استخدام الفيسبوك، ويليه (30.3%) لا يوافقون على انزعاجهم من الرسائل التي تصلهم من أصدقائهم في الفيسبوك.

فرضية بعد التأثيرات النفسية: نستنتج من خلال النتائج تحقق الفرضية: بمعنى وجود اتجاه إيجابي من خلال نتائج القانون الإحصائي لمقياس ليكرت الذي يؤكد أن استخدام الطلبة للفيسبوك يؤدي إلى الإدمان والاكتئاب والعزلة النفسية والاجتماعية.

3- التأثير على التفاعل والترابط الاجتماعي:

الفرضية: يؤدي استخدام الفيسبوك إلى تفكك الروابط الاجتماعية وتقليل التفاعل الاجتماعي الحقيقي. وافق أغلبية الطلبة بأنهم يطلبون المشورة ممن يثقون بهم عبر الفيسبوك في مواضيع خاصة بنسبة (30.8%)، يليه موافقة (27.50%) بأنهم كانوا علاقات اجتماعية جادة عبر استخدام الفيسبوك، ويليه موافقة (30%) من الطلبة بأنهم حافظوا على علاقاتهم الاجتماعية السابقة والقائمة بنفس قوتها بفضل الفيسبوك، ثم (24.8%) من الطلبة موافقون بشدة بأنهم يحسون بالألفة والانتماء مع أصدقاء الفيسبوك أكثر من أسرهم وأصدقائهم الواقعيين، ويليه موافقة (34%) من الطلبة بأن استخدامهم للفيسبوك جعلهم ينقطعون عن العديد من أصدقائهم الحقيقيين في المجتمع الواقعي.

فرضية بعد التفاعل والترابط الاجتماعي: نستنتج من خلال النتائج تحقق الفرضية: بمعنى وجود اتجاه إيجابي من خلال نتائج القانون الإحصائي لمقياس ليكرت، الذي يؤكد أن استخدام الفيسبوك يؤدي إلى تفكك الروابط الاجتماعية وتقليل التفاعل الاجتماعي الحقيقي.

ومن خلال نتائج القانون الإحصائي لمقياس ليكرت المستخدم في الدراسة يتبين صحة الفرضية الرابعة بوجود تأثيرات لاستخدام طلبة كلية العلوم التكنولوجية على نمط وطبيعة العلاقات الاجتماعية الواقعية.

• توضّح نتائج الأبعاد الثلاثة وجود تأثيرات سلبية على نمط الاتصال الشخصي بين الطلبة ومجتمعهم الحقيقي، وهو ما انعكس على الحالة السيئة للتفاعلات المتبادلة وانخفاض المشاركة في عملية التحريك الاجتماعي، حيث يفضل الكثير من الطلبة اقتصار التواصل مع الأشخاص الحقيقيين عبر الفيسبوك فقط دون وجود رغبة كبيرة في الالتقاء بهم وجها لوجه، وهذا راجع إلى الحميمية التي فرضتها خدمات الفيسبوك بين الأفراد، ما أثر فعلا على

نمط وجود العلاقات الشخصية، فأغلب الطلبة يعتقدون أنّ اعتمادهم على التواصل الافتراضي قد يكون أكثر فعالية من الاتصال الشخصي المواجهي أو الواقعي، كما لوحظ أيضا في النتائج وجود أعراض للإدمان ما ينجر عنه القلق والاكتئاب والعزلة النفسية والانسحابية الاجتماعية من كافة الأنشطة والتفاعلات اليومية، واختلاط الطلبة بغيرهم واحتكاكهم مع الناس، لاكتساب خبرات وتجارب اجتماعية حقيقية، وينتج عن الانخفاض في الاتصالات الواقعية مع شبكات العلاقات الاجتماعية انخفاض التفاعل والترابط وبالتالي فقدان الرضا النفسي، ولوحظ في بعد التفاعل والترابط الاجتماعي تفضيل الطلبة للتفاعل الرقمي من خلال الانغماس وحجم الساعات والفترات المخصّصة للاستخدام، وهو ما يؤثر بشكل سيء على الممارسات الواقعية وتقليل مهارات التواصل الحقيقي، ويعيق مواجهة المشاكل في مواقف المجتمع الحقيقي.

إن هذه التأثيرات السلبية المختلفة للفيديو نتيجة الاعتماد المكثف والمتزايد على الفيديو أدى إلى تقليل فرص الطلبة في نسج علاقات اجتماعية حقيقية وعميقة وأكثر استدامة، كما قلل من فرص تنمية وتحسين مهاراتهم التواصلية في المجتمع الحقيقي، وهو ما يخلق ظروفاً أسوأ تؤدي إلى نقص التوافق الاجتماعي وانعدام الشعور بالقرب الاجتماعي، وفقدان الاحساس بالترابط الاجتماعي الحقيقي، فهذه التأثيرات السلبية تؤدي إلى تغيير جوهرى في نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية التي أصبحت تعتمد على استخدامات الفيديو، وإشباعه فيكتفي الطلبة بعلاقات وتفاعلات سطحية هشة، حيث تصبح الأولوية للعلاقات الفيديوية على حساب الواقعية لمرونتها وسهولة نسجها، وهو ما يعطي الشعور بالانتماء أكثر إلى المجتمع الافتراضي.

وحسب نظرية الاستخدامات والإشباع يمكن أن نستنتج أنّ استخدام الطلبة للفيديو بشكل مكثف وتوقعهم للإشباع التي تلبى حاجاتهم الاجتماعية والشخصية، دفع بتقليل الرغبة في الاندماج عبر الاتصال الشخصي لأن التواصل الافتراضي أكثر سهولة ويوفر فضاءً خصبا لنسج الكثير من العلاقات، ومن جهة أخرى نؤكد أن دوافع البحث عن الراحة والاسترخاء والهروب من الضغوطات دون الاحساس بمرور الوقت المنفق للتواصل، يزيد من العزلة ويؤدي إلى الانكماش الاجتماعي، ويزيد من قناعة الفرد بالاستغناء وعدم حاجته إلى الترابطات الاجتماعية الواقعية وتعويضها بالترابط الافتراضي، وهو ما تعكسه أنماط الطلبة وعاداتهم ونشاطاتهم في مختلف التفاعلات والصفحات والدردشات المستمرة، وهو ما يؤثر سلبا على نمط الحياة الواقعية، ويعيق بناء شبكة من العلاقات الاجتماعية أكثر انسجاما وواقعية.

خاتمة

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة جوانب علمية استطعنا من خلالها الإحاطة بالظاهرة في حدود متغيراتها وتساؤلاتها، فلقد شكّل البحث عن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة عند طلبة كلية العلوم التكنولوجية تحدياً ارتبط بتطورات العلاقات الشخصية والعائلية والعاطفية في الفضاء الافتراضي، والتي تعتبر من أبرز العوامل التي سارعت في تطور الظاهرة الاجتماعية، وأدت إلى بروز العديد من الظروف الاجتماعية والنفسية المؤثرة في عملية دفع الطلبة في البحث عن علاقات اجتماعية افتراضية، فبعد ظهور الفيسبوك كوسيط اتصالي حديث بدأت ملامح المجتمعات المعاصرة في التغيير، والانخراط ضمن سياقات رقمية تكنولوجية جديدة، فبرزت تبعات هذا التغيير الاجتماعي والتكنولوجي في عدة ظواهر اجتماعية واتصالية، تمثلت أبرز تأثيراتها على سياقات الروابط الاجتماعية والأسرية والعلاقات والتفاعلات الحياتية، فكما جاء في دراستنا التي تناولت تأثير موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الطلبة، والتي قد يعتقد البعض بمجرد ملاحظته للوهلة الأولى بأنّ هذه الفئة في منأى عن جملة التأثيرات والمتغيّرات النفسية والاجتماعية والعاطفية والثقافية والمعرفية والشخصية، وأنّ استخدامهم للهواتف الذكية هو استخدام ساذج، وأنّ جلوسهم الطويل في باحات الجامعة لمجرد الترفيه.

فبعد إجراء الدراسة الميدانية المعمّقة حول استخدامات طلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان ودوافعهم وأهمّ الإشباع المحقّقة وتأثيراتها النفسية على مستوى الاتصال الشخصي والتفاعل والترابط الاجتماعي، من خلال اتباع خطوات منهجية، فقد حرصنا على تقديم تحليل عميق وشامل لمختلف البيانات والأرقام، وبالتالي توّجّنا من خلال الدراسة إلى جملة من النتائج نوردتها كما يلي:

لقد بيّنت نتائج الدراسة الميدانية أنّ أغلبية الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك بنشاط وكثافة، حيث يشتركون في الموقع ما يزيد عن خمس سنوات، ويعتبر الهاتف أكثر الوسائل التكنولوجية الذكيّة استخداماً في التواصل والدردشة، وعبر أغلب الطلبة عن استغراقهم في الاستخدام أكثر من 8 ساعات يومياً على مدار الأسبوع، دون وقت محدّد في الاستخدام، بل على طول فترات اليوم، وبالتالي يثبت الطلبة نشاطهم المنتظم في استخدام الفيسبوك، وأنّه أصبح عادة متكرّرة ضمن نشاطاتهم اليومية، كما سمح الموقع للعديد من الطلبة بالانخراط في مجموعات افتراضية متنوّعة تبعاً للميول والاهتمامات، وشكّلت هذه المجموعات فُرصة للتعارف والتنفيس عن الضغوطات وتبادل المعلومات واكتساب العلاقات الاجتماعية، وبيّنت الدراسة أنّ طرق انخراطهم في المجموعات تختلف من فئة لأخرى حيث تتعامل أغلب الفئات الطلّابية مع مجموعات دينية واجتماعية ومعرفية ودراسية بحكم تخصصهم وانتمائهم إلى مجتمع طلابي.

وبالرغم من سعي الطلبة بتشكيل علاقات اجتماعية افتراضية، إلا أن أغلبهم يمتلك أقل من 100
 □دقيق على □فحته، حيث يتم انتقائهم حسب معايير محدّدة منها الاهتمام المشترك والعلاقات السابقة
 والجنس، كما أنّ أغلب أ□دقائهم هم من المجتمع الحقيقي، ويفضّل الطلبة الجلوس لوحدهم أثناء
 استخدام الفيسبوك، كما يفضّل أكثرهم التوا□ل مع الجنس الآخر فقط لتشكيل علاقات عاطفية،
 ويكون تفاعلهم مع مجتمع الفيسبوك من خلال الإعجاب وأيقونة الإيموجي، وتتمّ أغلب المحادثات بينهم
 بالدرّشة الكتابية والصوتية، ويستخدمون لغة فيسبوكية مختلطة والدّرجة (العامية) في توا□لهم مع
 بعضهم أو مع أ□دقائهم الذين اكتسبواهم في الفيسبوك.

ويتعامل الطلبة مع طلبات الصّدّاقة بحذر شديد حيث يترك أغلبهم الطلبات معلّقة حتى يتم التعرف على
 أ□حاجبها والتأكّد من هويّتهم، كما يعبّرون عن اندماجهم في المجتمع الافتراضي من خلال مشاركة
 مشاكلهم في الحياة الواقعية مع أ□دقاء يثقون فيهم، ويقابل هذا التوجّه اهتمام كبير من قبل الآخرين،
 وتمثّل أغلب المشاكل التي يسردونها في المشاكل الجامعية والاجتماعية والنفسية والعاطفية، كما يفضّل
 أغلبهم التملّ □ من علاقاتهم عبر حذفهم نهائياً من قائمة الأ□دقاء، نظراً لعدم التفاعل معهم أو التجاوز
 على الخصوم□يات والنشر غير اللائق، ويستخدم أغلب الطلبة هويات وأسماء حقيقية للدخول إلى
 الفيسبوك، بدافع تسهيل العثور عليهم عند البحث عنهم من قبل المقربين والمعارف، بينما تستخدم فئة
 أخرى ليست بالقليلة هويّات مستعارة بدافع التخفي وراء تصرّفات غير مرغوبة واقعياً حتى لا يتعرّف
 عليهم أحد من المعارف في المجتمع الحقيقي.

لقد أثبت الطلبة أنّ دوافعهم المختلفة في استخدام الفيسبوك تدعّم تطلعاتهم في نسج علاقات اجتماعية
 مرنة، وتعبّر عن ذاتهم وتخلّصهم من الضغوطات النفسية والاجتماعية، وتزيد من معارفهم وسط البيئة
 الأكاديمية وتعزّز من توا□لهم الدائم، حيث يستخدمونه بدافع شخصي يتمثّل بشكل أساسي في ضرورة
 التوا□ل للحصول على الدّعّم الشخصي وتقدير الذات من خلال التفاعل، وبالمقابل يلجأ الطلبة إلى
 الفيسبوك بدافع معرفي يتمثّل بشكل أساسي في متابعة الدروس والمحاضرات ومناقشتها مع أ□دقائهم،
 وتحميل الكتب العلمية، وأيضاً بدافع التوا□ل مع أساتذتهم والطلاب الذين يشكّلون المجتمع والبيئة
 الأكاديمية، بينما جاءت دوافعهم النفسية لكسر الملل والرّوتين اليومي، إضافة إلى ميلهم لفكّ العزلة
 والتخلّ □ من الشعور بالوحدة في المقام الأول، فقد كان المتنقّس لهم من مختلف الضغوطات النفسية
 والتعبير بكلّ حرية والتخلّ □ من الخوف والخجل من خلال ربطهم مع علاقات اجتماعية عاطفية،
 حيث يجدون الأنيس الذي يثبّن إليه أخبارهم ومشاكلهم بدافع التخلّ □ من القيود الاجتماعية الواقعية،

كما ساعد الفيسبوك الكثير من الطلبة على التواكل مع عائلاتهم وأدقائهم الحقيقيين في أي وقت دون عناء السفر وتضييع الوقت، وجاء في مقدمة دوافعهم الاجتماعية حاجة البقاء على التواكل مع زملاء الجامعة حتى لا تنقطع أخبارهم عنهم، وملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي الذي افتقدوه في مجتمعهم الحقيقي، وكذلك للهروب من المشاكل الاجتماعية، حيث سهّل عليهم تجاوز القيود الاجتماعية بين الجنسين بإقامة علاقات افتراضية مع الجنس الآخر، وتشكل هذه الدوافع مناط أغلبية الطلبة لتحققها في المجتمع الافتراضي.

لقد تمكن الطلبة من خلال نتائج الإشباع المختلفة أن يحققوا حاجتهم من استخدام الفيسبوك حيث تم تسجيل تحقيق الإشباع الشخصية، فاستطاعوا أن يعتبروا بكل حرية عن رأيهم ومشاعرهم دون أية ضغوط أو قيود في الفضاء الافتراضي، كما زاد الفيسبوك من تعميق التواكل الشخصي بينهم وبين معارفهم، وتمكن الطلبة أيضا من توسيع علاقاتهم الأكاديمية مع أساتذتهم وزملاء الدراسة الذين يتواكلون معهم حتى بعد مغادرة الجامعة لتعزيز العلاقات الاجتماعية الواقعية، وفي نفس الإطار يستخدم الطلبة بشكل ملحوظ الفيسبوك لإشباع حاجتهم النفسية حيث تمكن الأغلبية من التخلص من الملل والضيق النفسي بفضل لجوئهم إلى التسلية والترفيه عن النفس، واستطاعوا من خلال استخدام الفيسبوك تجاوز الضغوطات والصدمات النفسية والعاطفية في الواقع وفي المجتمع الافتراضي، ونجحوا في تكوين علاقات اجتماعية مع الجنس الآخر، ومن جهة أخرى سجل أغلبية الطلبة أنهم تمكنوا فعلا من تحقيق إشباعهم الاجتماعية حيث شكّل لهم الفضاء الافتراضي الأنسب للهروب من ضغوطات المجتمع الواقعي، ونجحوا في التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي من خلال الاندماج والتفاعل مع أدقائهم وشبكة علاقاتهم الفيسبوكية، وهو ما زاد من تعميق شعورهم بإشباع حاجة الانتماء إلى المجتمع الافتراضي على حساب مجتمعهم الواقعي.

وعلى عكس الاتصال الشخصي فقد أقرّ الطلبة أن استخدامهم واعتمادهم الكثيف للفيسبوك أدى إلى انخفاض جودة الاتصال الشخصي مع مجتمعهم الحقيقي، فبالرغم من أنهم وجدوا فيه مساحات للتعبير بكل جرأة حتى في المواضيع المحظورة في واقعهم، وتمكنوا من التخلص من الخجل وأبحوا يفضلون قضاء أوقات كبيرة في الفيسبوك على قضاء وقت مع أعضاء مجتمعهم الحقيقي، وازداد تألقهم واندماجهم أكثر مع المجتمع الافتراضي الذي أشعرهم بقيمة وجودهم وعوّضهم فرص الحوار والاتصال في كل وقت، لكن أدى ذلك إلى آثار سلبية عليهم مثل حرمانهم من النوم وتعريضهم لمشاكل جسدية كالآلام الظهر والكسل والخمول، وانفصالهم عن واقعهم، كما بيّنت النتائج أنّ أغلبية الطلبة أبحوا يدمنون على استخدام

الفيسبوك من وقت الاسيقاظ إلى النوم، مما أدى إلى فقدان التحكم والسيطرة على ضبط وقت الاستخدام، فأصبح أغلبية الطلبة يتهرّبون من الاختلاط بالناس في مجتمعهم وهو ما أدى بهم إلى العزلة النفسية والاجتماعية، كما عبّر الأغلبية أنهم يشعرون بالرضا عندما يتواصلون في الفيسبوك، وبيّنت النتائج أنّ استخدامهم للفيسبوك أدى على إضعاف التفاعل مع مجتمعهم الحقيقي وهو ما عرض الكثير من الروابط الاجتماعية إلى التصدّع، وبيّنت النتائج ارتفاع وتيرة المشاكل الأسرية بين الأصدقاء والمقرّبين نتيجة الابتعاد عنهم وتقلّ مساحة التواصل المباشر.

إنّ المتأمل لهذا النشاط الرقّمي للطلبة العلميين يدرك أنّ سمة التفاعل والاندماج متحقّقة مع المجتمع الافتراضي الممثل في الفيسبوك، لذلك توجههم دوافعهم المختلفة وحاجاتهم الظاهرة والكامنة إلى استخدام الفيسبوك، لتبريد وخفض هذه الدوافع، فقد أصبح للطلبة مصدر لتحقيق كثير من الإشباعات الشخصية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، والتي قد تزيد شعورهم بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي، وتربطهم أكثر بالاستخدام الروتيني، كما سجّلنا من خلال النتائج وعي الطلبة بأهميّة علاقاتهم الواقعية خارجة الأسرية والمقرّبة التي لاحظنا أنّ بعضهم يبقي عليها، حيث نلاحظ توازنا بين العلاقات الواقعية والافتراضية من جهة الروابط الأسرية، دون أن يستغنوا عن البحث عن علاقات بديلة مع الجنس الآخر تشبع عواطفهم وميولهم وتخلّصهم من الوحدة، بتركيز تفاعلاتهم بالدرّشة والتسليّة مع من يحبّون.

لقد وقرّ توظيف نظرية الاستخدامات والإشباعات في دراستنا إلى جانب نظريّات سوسولوجية هامة، تفسير ظاهرة تراجع العلاقات الاجتماعية الحقيقية، وأنماط استخدامات الفيسبوك وإشباعاتها، ودلّت النتائج الميدانية على تأثير هذا الوسيط الاتصالي بشكل إيجابي وسلبي على كثير من التفاعلات والترابطات الاجتماعية، فقد عرض شريحة هامة من المجتمع الطّلابي إلى خطر تهديد نمط التواصل الحقيقي، واحتكاكهم مع شبكات علاقاتهم الواقعية، لذلك وجب على الطلبة إقامة توازن بين أنماط استخدامات الفيسبوك بوعي وبين أنماط تفاعلاتهم الواقعية، للحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية ولباانتها، دون الوقوع في الانغماس في المجتمع الافتراضي.

إنّ النتائج التي توّصلنا إليها هي نتاج ثمرة جهد بحثي دقيق ومتواصل ومستفيض، فقد أجرينا دراستنا المعمّقة على عينة بحثية تتألف من 400 مفردة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية بجامعة غليزان، ووظّفنا فيها منهجية علمية رابّنة، واستخدمنا أساليب وأدوات بحثية تحليلية تتناسب تماما مع طبيعة الدّراسة، من تقنيات جمع البيانات لضمان نتائج أكثر دقّة وموثوقية، واستهدفت هذه الدراسة السّوسيو اتصالية

محاولة فهم أوسع في سياق بحثي معمق ومكثف، للديناميات المعقدة التي توطّر العلاقة بين الفيسبوك ومستخدميه، بالنظر إلى شكل التغيرات المتلاحقة التي يشهدها حقل السوسولوجيا.

إنّ البحث عن تأثيرات استخدامات الأفراد للفيسبوك على علاقاتهم الاجتماعية الواقعية لا يزال يطرح استفسارات جادة، ويشكّل موضوعاً خصبا للبحث، وسيستمرّ فيه من قبل مختلف الأوساط الاجتماعية والأكاديمية، بالنظر إلى الأثر العميق الذي تحدّثه هذه المنصّة ضمن شبكات اجتماعية أضخم، على أنماط التواوّل والتفاعل والتي تنعكس بدورها على بنية المجتمع، فمن خلال استخدامات الأفراد لشبكة الفيسبوك وطموحهم لتحقيق إشباعات مزعومة تتغيّر طريقة التفاعل ومن ثمّ تتبلور علاقاتهم الاجتماعية بطرق لم تشهدها ثورة اتصالات من قبل، وهو ما يؤدّي إلى ظهور تحديات أكبر لمواجهةها، وإتاحة فرص للدراسة العلميّة المتواوّلّة والبحث المستمرّ في أغوارها.

إنّنا نتطلّع من خلال هذه الدراسة أن تسهم في وضع أرضية علميّة للبة لمختلف الدراسات المستقبلية في حقول معرفية كثيرة كعلم النفس والإعلام والاتصال وغيرها، لتناول موضوع العلاقات الاجتماعية برؤية جديدة وزوايا متعدّدة ومختلفة، لم يتمّ التطرّق إليها والبحث فيها بشكل كافٍ، لذا يأمل الباحث أنّ هذه الدراية منطلقاً لباحثين آخرين، ومحضراً لهم لمزيد من الاستكشاف لهذه العلاقات لفتح آفاق جديدة، فقد نكون أهملنا بعض الجوانب الأخرى ولم تسفّعنا بعض عوائق البحث في ردها، لذلك يستوجب في ظل التطورات التكنولوجية المستمرة أن تتواوّل البحوث المعمّقة للوّل، لفهم مستفيض وشامل حول تلك التأثيرات المتبادلة بين استخدامات الأفراد والتكنولوجيا الرّقمية وانعكاساتها على بني المجتمع، وهذا لوضع تصوّرات عصرية ورؤى جديدة مبتكرة وطرح حلول فعّالة لمواجهة تحديات عصر الشبكات الاجتماعية، لتعزيز قدرة الإنسان والمجتمعات على التكيف الجيّد مع تغيرات مشهد المجتمع الافتراضي والتواوّل الاجتماعي والواقعي، لذلك نأمل أن تكون نتائج دراستنا نقطة بدء لمزيد من الدراسات في المستقبل، وليس فقط نهاية لمشروع بحثي، وهذا لمزيد من الاستكشاف عن أثر مواقع التواوّل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الواقعيّة، للمساهمة في بناء مجتمع أكثر تفاعلاً وترابطاً وانسجاماً.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر:

- 1- ابن منظور، أبو الفضل. (1977). لسان العرب. المجلد 1. بيروت، لبنان: دار الصّادر.
 - 2- البستاني، عبد الله. (1990). الوافي، معجم وسيط اللغة العربية. المجلد 2. بيروت: مكتبة لبنان.
 - 3- العبد الله، مي. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات. ط 1. بيروت. لبنان: دار النهضة العربية.
 - 4- الفار، مُجّد جمال. (2014). معجم المصطلحات الإعلامية. عمان: الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
 - 5- أنيس، إبراهيم. وآخرون. (2004). معجم الوسيط. المجلد 4. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
 - 6- حجاب، مُجّد منير. (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
 - 7- خليل، أحمد خليل. (1989). مفاتيح العلوم الإنسانية، معجم عربي، فرنسي، إنجليزي. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر.
 - 8- ستيفان، شوفالييه؛ كريستيان، شوفيي. (2013). معجم بورديو. ط 1. تر: إبراهيم، الزهرة. الجزائر: الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع.
 - 9- غيث، مُجّد عاطف. (1996). قاموس علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية.
 - 10- غيث، حمد عاطف. (2002). قاموس علم الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
 - 11- معلوف، ويس. (1960). المنجد في اللغة. بيروت، لبنان.
 - 12- ميشيل، مان. (1999). موسوعة العلوم الاجتماعية. تر: الهواري، عادل مختار، ومصالح، سعد عبد العزيز. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- ثانياً: المراجع:
- الكتب:
- 13- أبو شنب، جمال. (2008). السلوك الاجتماعي الاتجاه السلوكي في نظرية علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية.
 - 14- أبو عليان، بسام مُجّد. (2013). الحياة الأسرية: محاضرة قسم علم الاجتماع. ط 1. فلسطين: جامعة الأقصى.
 - 15- إسماعيل، حسن محمود. (2003). مبادئ نظريات التأثير. مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
 - 16- الأشول، عادل. (1999). علم النفس الاجتماعي. مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.
 - 17- التميمي، مهند حميد. (2017). التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل أم صراع. ط 1. عمان. الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
 - 18- الجبوري، عبد الله يوسف. (2009). نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور. الجامعة الكندية العربية الحرّة الدليمي.
 - 19- الحسن، مُجّد إحسان. (2015). النظريات الاجتماعية المتقدمة، دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة. ط 3. عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
 - 20- الخطيب، إبراهيم ياسين. (2003). التنشئة الاجتماعية للطفل. عمان الأردن: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.

- 21- الخواجه، ماجد عبد العزيز. (د.س). الآثار الاجتماعية لانتشار الإنترنت على الشباب. المملكة العربية السعودية. الرياض: جامعة الملك عبد العزيز.
- 22- الرزوي، حسن مظفر. (2007). الفضاء المعلوماتي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 23- الزغيبي، عدنان سعد. (2022). البحث العلمي الإعلامي. ط1. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 24- الزويبي، حسن دبي. والكناني، شفاء عبد الزهرة. (2021). شبكات التواصل الاجتماعي والإدمان الرقمي: مخاطر التفاعلية والاندماج التقني. الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- 25- الزبياري، طاهر حسو. (2011). أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع. ط1. العراق: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 26- الزيني، محمود. (1969). سيكولوجية النمو والدافعية، الأسس والتطبيقات في التربية الرياضية ورعاية الشباب. الإسكندرية، مصر: دار الكتب الجامعية.
- 27- السامرائي، نبيهة صالح. (2007). علم النفس الإعلامي مفاهيم-نظريات-تطبيقات. ط1. عمان. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 28- السعدي، جاسم ناصيف مؤيد. (2016). فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك. ط1. قسنطينة: ألفا دوك للوثائق.
- 29- السيد، حلاوة محمد. وعبد العاطي، رجاء علي. (2011). العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفيسبوك. الاسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- 30- السيد، عبد العاطي. (د.سن). علم اجتماع الحضري. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 31- السيد، فؤاد البهي. (1980). علم النفس الاجتماعي. ط2. الكويت: دار الكتاب الحديث.
- 32- الشافعي، إبراهيم إبراهيم. (2019). مقياس اختبار يونج لإدمان الإنترنت. كراسة الأسئلة والتعليمات. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 33- الشال، انشراح. (2013). وسائل الإعلام في إطار علم الاجتماع الإعلامي. مصر: دار النهضة العربية.
- 34- الصادق، رابع. (2014). فضاءات رقمية في المفاهيم والمقاربات والرهانات. ط1. بيروت: لبنان: دار النهضة العربية.
- 35- الضبع، ماهر. (2014). العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي: دراسة في الخصائص وادّادات. جامعة تبوك: المملكة العربية السعودية.
- 36- الضلعين، نضال فلاح. وآخرون. (2016). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري. ط1. عمان: الأردن: دار الإعصار العلمي.
- 37- الطرابشي، ميرفيت. والسيد، عبد العزيز. (2006). نظريات الاتصال. القاهرة. مصر: دار النهضة العربية.
- 38- العادلي، مرزوق عبد الحكيم. (2004). الإعلانات الصحفية: دراسات في الاستخدامات والإشباع. ط1. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 39- العبد الله، مي. (2010). نظريات الاتصال. ط2. بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- 40- العبد، عاطف عدلي. والعبد، نهي عاطف. (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. ط1. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.

- 41- العريشي، جبريل بن الحسن. والدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن. (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم: رؤية تحليلية. ط1. عمان، الأردن: دار المنهجية للنشر والتوزيع.
- 42- العساف، أحمد عارف. والوادي، محمود. (2015). منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية: المفاهيم والأدوات. المجلد 2. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 43- الفهداوي، أحمد جاسم. وفالح، نجلاء حسن. (2023). علم النفس الإنترنت. ط1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 44- القاسم، ميادة مصطفى. (2018). التفكك الأسري وآثاره على المجتمع: دراسة سوسولوجية. ط1. عمان: الأردن: مكتبة نحو علم اجتماع تنويري.
- 45- القوصي، مُجد عبد الشافي. (2009). حينما يصبح الكمبيوتر أخطر معاول الهدم الاجتماعية. الكويت: مجلة الوعي الإسلامي.
- 46- الكعبي، حيدر مُجد. (2018). أزمة الشباب المسلم في عصر العولمة. النجف: سلسلة الاختراق الثقافي. المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.
- 47- الكندري، يوسف يعقوب. (2006). طرق البحث الكمية والكيفية في مجال العلوم الاجتماعية والسلوكية. الكويت: مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت.
- 48- اللّبنان، شريف درويش. (2008). تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- 49- اللبان، شريف درويش. (2013). تكنولوجيا الاتصال، قضايا معاصرة. القاهرة: المدينة برس.
- 50- المحمودي، مُجد سرحان. (2019). مناهج البحث العلمي. ط3. صنعاء. اليمن: دار الكتب.
- 51- المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2013). الإعلام والسلطة. ط1. الجزائر: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 52- المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2015). نظريات الاتصال. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 53- المغربي، مُجد كامل. (2007). أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. ط4. الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 54- المغزالي، آمنة فرج. (2020). الشباب بين التحديث والحداثة: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الليبي. بنغازي: ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- 55- المكّي، هشام. (2016). الاتصال الجماهيري والقيم: دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة. ط1. بيروت، لبنان: دراسات فكرية مركز نماء للبحوث والدراسات.
- 56- المنذري، ريا بنت سال بن سعيد. (أكتوبر، 2014). مستوى استخدام العريزي لدى الشباب العماني في مواقع التواصل الاجتماعي. ط1. الرياض: مركز الملك عبد العزيز الدولي لخدمات اللغة العربية
- 57- النوبي، مُجد علي. (2010). مقياس إدمان الإنترنت لدى طلاب الجامعة الموهوبين. ط1. عمان: الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 58- الهيتي، هيثم هادي. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات العربية. ط1. عمان: الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- 59- برغش، لینا خليل. (2021). إدمان الأطفال على الألعاب الإلكترونية في جائحة كورونا، وتأثيرها على السلوك والتعليم. عمان: الأردن: دار الكتاب الثقافي.
- 60- بعزیز، إبراهيم. (2012). تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية. ط1. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 61- بن مرسلی، أحمد. (2003). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 62- بوضیاف، سهيلة. (2010). المدونات الإلكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والإشباع. رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع. جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر
- 63- بودهان، یامین مُجد. (2012). الشباب والإنترنت. ط1. عمان: الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع
- 64- جاب الله، منال عبد الخالق. (2012). الثقة في عصر العولمة: دراسة في سيكولوجية العلاقات الاجتماعية. ط1. دسوق: مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- 65- جامع، مُجد نبیل. (2010). علم الاجتماع الأسري. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- 66- جرار، لیلی. (2012). الفيسبوك والشباب العربي. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 67- جونانان، أتش تیریز. (2019). علم الاجتماع النظري: مقدمة موجزة عن نظرية اجتماعية. تر: الشمري، موسى مطني. الرياض: مركز الترجمة عن دار جامعة الملك سعود للنشر.
- 68- حجاب، مُجد منیر. (2010). نظريات الاتصال. ط1. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 69- حماد، شكري عبد المجيد. (2014). أثر وسائل التواصل الحديثة على العلاقات الاجتماعية والأسرية. جامعة النجاح الوطنية، فلسطين: مكتبة الشنار الهندسية.
- 70- حمدوش، رشيد. (2009). مسألة الرباط الاجتماعي في الجزائر المعاصرة: امتدابة أم قطيعة. الجزائر: درا هومة.
- 71- حمدي، حسن. (1998). وظائف الاتصال الجماهيري: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام. مجلد1. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- 72- خضّور، أديب. (1999). سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون: الدراسات التلفزيونية. الجزائر: دار الأيام للطباعة والنشر والتوزيع.
- 73- درويش، نور علي سعد. (2016). قيم وخصائص مدمني الإنترنت. ط1. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 74- دليو، فضيل. (2010). تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإنسانية. ط1. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 75- دليو، فضيل. (2024). مدخل إلى منهجية البحث العلمي. الجزائر: منشورات مخبر الاستخدام والتلقي
- 76- دي سوسير، فرديناند. (1985). علم اللغة العام. تر: يونيل، عزيز. العراق: دار آفاق عربية للصحافة والنشر.
- 77- رشتي، جيهان. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 78- زايد، أحمد. (يوليو 2003). عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية. الكويت: عالم الفكر
- 79- ساري، حلمي خضر. (2005). التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات. عمان، الأردن: كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.

- 80- سليمان. عبد الواحد إبراهيم. (2014). علم النفس الاجتماعي ومتطلبات الحياة المعاصرة. ط1. عمان. الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
- 81- سليم، حنان أحمد. (2019). الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الإعلام الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 82- سيرل، جون. (2012). بناء الواقع الاجتماعي من الطبيعة إلى الثقافة. ط1. تر: عبد السمیع، حسن. القاهرة: المركز القومي للترجمة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- 83- شقرة، علي خليل. (2014). الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 84- صلاح، مروى عصام. (2015). الإعلام الإلكتروني، الأسس والآفاق. ط1. عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 85- عبد الجواد، أحمد رأفت. (1983). مبادئ علم الاجتماع. القاهرة: مكتبة نضرة الشرق.
- 86- عبد الحميد، صلاح. (2023). الإعلام الجديد. الجزائر: دار إمتداد للنشر والتوزيع.
- 87- عبد الحميد، مُجَدِّد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط4. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- 88- عبد الحميد، مُجَدِّد. (2008). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- 89- عبد الحميد، مُجَدِّد؛ وآخرون. (2009). وسائل الإعلام من المناادي إلى الإنترنت. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 90- عبد الرحمن، أسامة. (2018). الإنترنت والهوية العربية الإسلامية. المملكة العربية السعودية: نش.
- 91- عبد الرحمن، سليمان سيد. (2014). مناهج البحث. مصر: عالم الكتب.
- 92- عبد العزيز، مُجَدِّد حسن. (1978). لغة الصحافة المعاصرة. دط. القاهرة: دار المعارف.
- 93- عبد الفتاح، علياء سامي. (2009). الإنترنت والشباب، دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي. ط1. القاهرة، مصر: دار العالم العربي.
- 94- عبد المجيد، مُجَدِّد إبراهيم. (2007). علم الاجتماع، النشأة والتطور، المشكلات الاجتماعية. ط1. القاهرة: دار رؤية للنشر والتوزيع.
- 95- عبد المعطي، أحمد حسين. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مهاراتي التفاوت التربوي والعلاقات التبادلية بين شخصية لدى معلّمتات ربات الأطفال بكلية التربية، دراسة تقويمية. جامعة أسيوط: مصر.
- 96- عبد الواحد، رضا أمين. (2007). الصحافة الإلكترونية. ط1. مصر: دار الفكر للنشر والتوزيع.
- 97- عبد الوهاب، إبراهيم. (1990). الشباب وقضايا التنمية والتخلف في المجتمع المصري. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.
- 98- عثمان، إبراهيم. (2004). مقدمة في علم الاجتماع. عمان: الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 99- عثمان، إبراهيم حسن. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. ط1. عمان: الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 100- عثمان، مُجَدِّد. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب. ط1. عمان: الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 101- عزّي، عبد الرحمن. (2009). الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية. بيروت: الدار المتوسطة للنشر ومؤسسة مُجَدِّد بن راشد آل مكتوم.

- 102- عزّي، عبد الرحمن. (2011). دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام. ط1. تونس: الدار المتوسطة للنشر والتوزيع.
- 103- عفيفي، عبد الخالق مُجّد. (2011). بناء الأسرة والمشكلات الأسرية المعاصرة. ط2. الإسكندرية: مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- 104- علاء الدين، نرمين. (2020). إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ط1. القاهرة: مصر: العربي للنشر والتوزيع.
- 105- غنيم، رشاد السيد، وآخرون. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- 106- فياض، مُجّد حسن. (د.س). نظريات الاتصال. لبنان: ن.ش.
- 107- قيديم، حسبية. (2008). الأبعاد النفسية والاجتماعية للعالم الافتراضي. مجلد7. بيروت: المجلة العربية للعلوم والمعلومات.
- 108- كافي، يوسف. (2016). الإعلام التفاعلي. ط1. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- 109- كمبرلي، يونغ؛ كريستيانو، نابوكو ديبرو (Nabuco Deabreu Cristiano). (2014). إدمان الإنترنت: المفهوم؛ النظرية، العلاج. ط1. تر: الحسيني، هلال أحمد؛ أبو حمزة، عيد جلال. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 110- لونغ، بول. تيل، وول (LONG PAUL, TIL wall). (2017). الدراسات الإعلامية: الإعلام وأثره على الجمهور. ط1. تر: عبد الرحيم، هدى؛ عبد الرحمن، نرمين عادل. القاهرة: مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- 111- مجموعة، مؤلفين. (2021). المباني الفكرية لوسائل التواصل الاجتماعي. ط1. بيروت: لبنان: سلسلة الدراسات والتقارير: مركز المعارف للدراسات الثقافية
- 112- محمود، خالد وليد. (2011). شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. بيروت: دار مدارك.
- 113- مرزوقي، بخوش. (2009). الويب 2، الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد. عنابة، جامعة باجي مختار، الجزائر.
- 114- معن، خليل. (1999). البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه. المجلد3. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 115- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. (2016). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط12. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- 116- ملحم، إبراهيم أحمد. (2019). المجتمعات الافتراضية، التكنولوجيا ورقمنة الإنسان. الأردن: عالم الكتاب الحديث.
- 117- مهنا، فريال. (2002). علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية. دمشق، سوريا: دار الفكر المعاصر.
- 118- موران، مايك. وجيف، سيمون. (2016). التعليم والتعلم بالمشاركة: كيف يستخدم أعضاء هيئة التدريس وسائل الإعلام الاجتماعية في التعليم العالي. الرياض: منشورات مرصد التعليم العالي.
- 119- يحيى، إبراهيم. وجبالي، نور الدين. (2014). تأثير فضائيات الطفل على قيمهم الاجتماعية. عمان، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 120- همشري، عمر أحمد. (2003). التنشئة الاجتماعية للطفل. ط1. عمان الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- المقالات:
- 121- البياتي، رعد حميد توفيق. (30، 04، 2017). الأقلمة الافتراضية للشعوب العربية وأثرها في تشكيل الواقع السياسي والاجتماعي والثقافي. مجلة الجامعة العراقية مركز الدراسات والبحوث الإسلامية. 3(37). الصفحات 340-359.

- 122- الدّيسي، عبد الكريم؛ والطاهات، زهير ياسين. (2008). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات الأردن. مجلة دراسات في العلوم السياسيّة والاجتماعية. 40(01). الصفحات 67-81.
- 123- الدروي، أحمد علي. (02، 01، 2018). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية. المجلة العربية للنشر العلمي. علم الاجتماع. جامعة الكويت. عدد (01).
- 124- السالم، فاطمة. (أكتوبر/ديسمبر، 2019). الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة على عينة من الشباب في دولة الكويت. المجلة العربية لبحث الإعلام والاتصال. (عدد 27). الصفحات 566-605.
- 125- الشريف، هاشم مُجدّ أحمد. (أكتوبر، 2015). اتجاهات النخبة الإعلامية الأكاديمية نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في استخدامات اللّغة العربية. جزء2(عدد 48)، صفحة 399.
- 126- الضبع، عبد العال ماهر. (شوال/جويلية، 2017/1436). العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي: دراسة في الخصائص وا مددات. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. (عدد37)، الصفحات 13-70.
- 127- العبيد، ماجدة خلف الله. (04 أبريل، 2014). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 02(03). الصفحات 150-187.
- 128- العنزي، يوسف؛ والمجادي، حياة. (2013). واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك، التويتر" لطالبات كلية التربية الأساسية بدولة الكويت نحو مادة الرياضيات. المجلة العلمية لكلية التربية: جامعة أسيوط. 29(02). الصفحات 323-396.
- 129- العياضي، نصر الدين. (24 ديسمبر/كانون الثاني، 2020). التفكير في عدّة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرّقمية. دراسات إعلامية. مجلة لباب. مركز الجزيرة للدراسات.
- 130- العيد، ورم، والعيد، قرين. (15، 03، 2020). العلاقات الاجتماعية السائدة بين طلبة الجامعة عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية. مجلة المعيار. 24(50)، الصفحات 651-665.
- 131- اللّعبون، جميلة بنت حمد عبد المحسن. (ربيع 2018). دور الأسرة في الحج من تأصير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. مجلة شؤون اجتماعية، 35(137)، صفحات 37-80.
- 132- المانع، عادل، والعايد، سكينه. (2022). صداقة الفيسبوك في الوسط الطلابي من منظور رأس المال الاجتماعي الافتراضي دراسة ميدانية. مجلة المعيار. 26(03). 606-628.
- 133- المستاري، مُجدّ. (26، 07، 2010). علاقة التأثير الاجتماعي بوسائل الاتصال الجماهيري. مجلة الحوار المتمدن. (عدد 3075).
- 134- التّاصر، منال بن حمد مُجدّ. (2019). تأثير وسائل التّواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونيّة بمدينة الرياض. مجلة البحث العلمي في التربية. عدد (20)، 241-291.
- 135- أميطوش، موسى؛ سكاي، سامية. (2020). حول مفهوم الإدمان. مجلة أنسنة للبحوث والدراسات. 11(01). الصفحات 308-318.
- 136- بن عويشة، زوييدة. (15، 02، 2019). أثر استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك على علاقاتهم الأسرية. دراسة سوسولوجية على عينة من طلبة جامعة الجزائر. 5(3). الصفحات 219-248.

- 137- بوراس، فيصل. (2018، 09، 18). التغيير الثقافي في ظل مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. (04)07. الصفحات 947-931.
- 138- بوعزة، سهيلة فلة. (أكتوبر، 2019). العزلة الاجتماعية والترابط الأسري في عصر التواصل الإلكتروني. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. (03)03. الصفحات 11-23.
- 139- بيبيمون، كلثوم. (2016). السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية. مجلة إضافات، العددان 33-34، الصفحات 69-84.
- 140- جعوود، سماح. (30 06، 2021). دور موقع الفيسبوك في تكوين الرأسمال الاجتماعي الافتراضي للمرأة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات موقع الفيسبوك بالجزائر. مجلة آفاق فكرية. (01)09. الصفحات 128-142.
- 141- حمدي، مُجَّد الفاتح؛ شريف، جمال. (مارس، 2021). عادات وأنماط استخدام الأسرة الجزائرية لمنصات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من أسر ولاية المسيلة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 8(1)، الصفحات 375-393.
- 142- حمودة، سليمة. (12، 2015). الإدمان على الانترنت: اضطراب العصر. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. عدد 21. الصفحات 213-224.
- 143- دراحي، ابتسام. (15، 03، 2020). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة صالح بونيندر. قسنطينة 3. مجلة المعيار، مجلد 24(50)، الصفحات 631-650.
- 144- رايس، ابتسام علي. (25 ديسمبر، 2016). نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد: مدخل نظري. مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية. السنة الثامنة. الصفحات 189-216.
- 145- رايس، ابتسام علي. ميلودي، مُجَّد. (نوفمبر، 2019). الهوية الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في الآثار والتمثيلات. مجلة الدراسات الإعلامية. عدد 09. الصفحات 259-272.
- 146- رايس. ابتسام علي. (01 06، 2020). طبيعة المجتمعات الافتراضية في ظل الإعلام الجديد: الشبكات الاجتماعية. مجلة مصداقية. (01)02. الصفحات 145-161.
- 147- رويح، كمال؛ رويح، سامية. (2005). دراسة استكشافية لبعض العوامل التي تحدد الإقبال على ا ادثات الرقمية بالانترنت وآثارها على طلبة كلية العلوم الإدارية. المجلة العربية للعلوم الإدارية. (02)12. الصفحات 01-56.
- 148- رياح، رضوان؛ عباس، فريدة صغير. (12، 2018). التفاعل الافتراضي نحو مقارنة المفهوم في ظل المجتمعات الافتراضية. مجلة الصورة والاتصال، (02)07، الصفحات 119-127.
- 149- ساحلي، علي؛ كزيز، آمال. (09، 2017). تأثير الفيسبوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية الواقعية والهوية الافتراضية. مجلة العلوم الإنسانية. (عدد 02). الصفحات 116-134.
- 150- سولمية، نورية. (نوفمبر، 2016). نحو نظرية جديدة للروابط الاجتماعية. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، عدد(19)، الصفحات 157-174.
- 151- شاشة، فارس. (31 12، 2020). التنوع الثقافي في المجتمعات الافتراضية. مجلة رؤى للدراسات المعرفي والحضارية. (2)6. الصفحات 150-158.

- 152- شفيق، ساعد؛ بركات، نوال. (31 01، 2016). التأثيرات النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي - موقع فايسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً. مجلة العلوم الاجتماعية. 10(01). الصفحات 115-136.
- 153- طيّب، شريفة. (17، 06، 2017). الشباب الجزائري وثقافة العلاقات العاطفية الافتراضية في ظل العولمة الإعلامية مستخدمى الفايسبوك نموذجاً. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. مجلد2017(عدد9). الصفحات 335-323.
- 154- عباس، فريدة صغير. (2018). دراسة سياق التفاعل لدى مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة استطلاعية على عينة من الشباب المستخدم لموقع الفيسبوك عين الدفلى. مجلة المعيار. 09(01). الصفحات 283-298.
- 155- عبدلي، أحمد. (01، 01، 2014). الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال، الإنترنت نموذجاً: مقارنة نظرية. مجلة العلوم الاجتماعية. 8(1). الصفحات 51-64.
- 156- عزب، حسام الدين محمود. (يناير، 2016). الخصائص السيكومترية لمقياس إدمان الإنترنت. مجلة الإرشاد النفسي. (عدد 45). الصفحات 333-362.
- 157- عقبة، سعيدة. (15، 06، 2020). تأثير الفيسبوك على الحوار داخل الأسرة: دراسة ميدانية لعينة من مستخدمى الفيسبوك. مجلة المعيار. 24(3). الصفحات 489-503.
- 158- غالمي، عديلة. (جوان، 2016). الإدمان على الإنترنت وعلاقته بسلوك النوم المرتبط بالصحة لدى الشباب دراسة ميدانية لبعض رواد مقاهي الإنترنت و مدمني الإنترنت. مجلة العلوم الإنسانية، عدد 44، الصفحات 99-112.
- 159- فاضل، سليمان. (2020). درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية: دراسة ميدانية على عينة من معلمي ومعلمات الحلقة الأولى في محافظة دمشق. مجلة الجامعة حماة، 05(09). الصفحات 141-158.
- 160- قطب، عبد الله أفنان. (يونيو، 2020). دوافع استخدام الأسماء المستعارة لدى مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على عينة من السباب السعودي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام: جامعة القاهرة كلية الإعلام. (عدد 71)، الصفحات 179-231.
- 161- قنيفي، سهام. (31 مارس، 2018). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية ومدى فاعليتها لدى الطلبة الفيسبوك أمودجاً: دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية. 2(6). الصفحات 88-104.
- 162- لصلح، عائشة. (2017). العنف الرمزي عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية قراءة في بعض صور العنف. مجلة المعيار جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة. عدد (39). 517-542.
- 163- لعوي، يونس؛ بوسالم، زينة. (2020). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية بالقطب الجامعي تاسوست جامعة جيجل. مجلة المعيار، 24(51)، الصفحات 504-5036.
- 164- ميلود، مراد. (سبتمبر، 2021). ازدواجية استخدام اللغة العربية في الخطاب الإعلامي العربي ما بين العربية الفصحى واللغة المنطوقة العامية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية. 06(03). الصفحات 187-188.

- 165- نانسي، صالح كمال؛ قشقوش، إبراهيم زكي علي؛ شند، سميرة مُجَد. (2012). مقياس العزلة الاجتماعية. مجلة الإرشاد النفسي. عدد (33). الصفحات 499-529.
- 166- يوسف، حنان؛ عبد النبي، مصطفى علي. (يوليو، 2019). الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع. المحلة المصرية للدراسات المتخصصة. 7(23). الصفحات 41-72.
- الرسائل والأطروحات:
- 167- البلوشي، حسن. (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العزلة الاجتماعية لدى طلبة الكويت المغتربين في جمهورية مصر العربية. رسالة ماجستير. علم الاجتماع. جامعة 6 أكتوبر. مصر.
- 168- الحنفي، جمال الدين مُجَد أحمد. (2005). المكانة السوسيو مترية للمراهقين الصّم وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية الاجتماعية: رسالة ماجستير في التربية تخصص صحة نفسية. جامعة الزقازيق. كلية التربية. قسم الصحة النفسية. مصر.
- 169- الزعدود، عبد الله ممدوح. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير في الإعلام. جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام. الأردن.
- 170- الشامي، أحمد. (2021). واقع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العملية التعليمية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الإسلامية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية. غزة. فلسطين. 04(29).
- 171- الشهري، حنان بنت شعشوع. (1434هـ). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجاً: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز. رسالة ماجستير. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية. جامعة الملك عبد العزيز جدة. المملكة العربية السعودية.
- 172- العوني، حمزة. (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري. رسالة ماجستير. علم الاجتماع السياسي. جامعة الجزائر 2. الجزائر.
- 173- الفاتح، مُجَد حمدي. (2009). استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث وإنعكاساتها على قيم الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. باتنة، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.
- 174- الفاضل، سلوى بنت مُجَد. (2013). أبعاد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية مطبقة على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود. رسالة ماجستير. قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، السعودية.
- 175- المنصور، مُجَد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أمودجا". رسالة ماجستير. الأكاديمية العربية في الداغمارك: مجمع كلية الآداب والتربية.
- 176- المنيع، فيصل بن مسعد مُجَد. (2017). وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب الاجتماعي. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع. جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية قسم علم الاجتماع. المملكة العربية السعودية.
- 177- بن عوض، محسن بن جابر. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها. أطروحة دكتوراه. جامعة أم القرى. المملكة العربية السعودية.

- 178- بوزيان، عبد الغني. (2010). استخدامات الشباب الجزائري للبرامج القافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المتحققة منها. رسالة ماجستير. كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علوم الإعلام والاتصال. جامعة باجي مختار. عتابة. الجزائر.
- 179- بوعزة، سوهيلة فلة. (2012-2013). تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري الفيسبوك نموذجاً. رسالة ماجستير. كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر.
- 180- بومعيرة، السعيد. (2005). أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة. جامعة الجزائر، الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال.
- 181- دهلاس، جنيفر. (2009-2010). المراهق والهاتف النقال التمثيل والاستخدامات. دراسة ميدانية على عينة من المراهقين في ولاية الجزائر العاصمة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم السياسية والإعلام. جامعة الجزائر3، الجزائر.
- 182- شميسي، وداد. (2010). الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية: دراسة مقارنة بين القطاع السمعي والبصري والمكتوب. رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال. قسنطينة. جامعة منتوري.
- 183- صافا، أمينة. (2015). آثار استعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية: دراسة للتأثيرات النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية لاستعمال الإنترنت على أبناء الأسرة الجزائرية نموذجاً دراسة على عينة مراهقين مستخدمين للإنترنت بمدينة أم البواقي. أطروحة دكتوراه علوم في علم النفس الأسري. كلية العلوم الاجتماعية. قسم علم النفس وعلوم التربية والأطفونيا. جامعة وهران2. الجزائر.
- 184- عبادة، نور الهدى. (2016). العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر الفيسبوك أمودجا دراسة مسحية على عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. كلية علوم الإعلام والاتصال. قسم الاتصال. جامعة الجزائر3. الجزائر.
- 185- عبد الفتاح، علياء سامي. (2008). دور وسائل الاتصال الحديثة لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت. أطروحة دكتوراه. كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون. جامعة القاهرة. مصر.
- 186- عبد المنعم، أفنان طلعت عرفة. (2015). استخدامات الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية. رسالة ماجستير في الإعلام. قسم الصحافة. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. مصر.
- 187- عبديش، صونية. (2014). الشبكات الاجتماعية على الإنترنت دراسة مسحية لمستخدمي الفيسبوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة (1 و 2 و 3). أطروحة دكتوراه. قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر3. الجزائر.
- 188- غمشي، الزهرة. (2018). رأس المال الاجتماعي الافتراضي قراءة في سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية في مواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بالجزائر. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية. قسم علوم الإعلام والإعلام. جامعة وهران1. الجزائر.
- 189- قسايسية، علي. (2007). المنطلقات المنهجية والنظرية لدراسات التلقي. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر3. الجزائر.

- 190- لوئيس، باديس. (2008). دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم علوم الإعلام والاتصال. جامعة عيسى منتوري قسنطينة. الجزائر.
- 191- مراكشي، مريم. (2014). استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة لدى الطلبة الجامعيين. رسالة ماجستير في علم النفس. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة بسكرة. الجزائر.
- 192- نومار، مريم ناريمان. (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الحاح لخصر. باتنة. الجزائر.
- 193- فراج، شيرين حلمي. (2007). فعالية برامج باستخدام أنشطة اللعب لتنمية التفاعل الاجتماعي بين الأطفال المعوقين عقليا وأقرانهم العاديين في المدارس العادية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية بالإسماعيلية. مصر: جامعة قناة السويس.
- الملتقيات والمؤتمرات:**
- 194- بوزيان، عمر. (4-5 مارس، 2019). مآخذ على لغة لشباب المعاصر في شبكات التواصل الاجتماعي. لغة الشباب المعاصر. أعمال الندوة الوطنية. منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزء الأول.
- 195- بومخلوف، محمد. (2008). الروابط الاجتماعية وإشكالية الثقة. الملتقى الوطني الرابع لقسم الاجتماع. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة الجزائر.
- 196- حمدي، محمد الفاتح. (10-11 أبريل، 2012). الشباب الجامعي واللغة العربية الفصحى. ورقة مقدمة لمؤتمر واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام. الجزائر.
- 197- خضر، نرمين زكريا. (15-17 فبراير، 2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيسبوك. دراسة منشورة في مؤتمر الأسرة وتحديات العصر. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
- 198- عبد الواحد، رضا. (15 - 16 مارس، 2009). حدود التفاعل في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت، المؤتمر الدولي لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي. جامعة المملكة. مملكة البحرين.
- 199- قسايسية، علي؛ بن ديبلي إسماعيل. (2015). التمثلات، الاستخدام والتملك، قراءة في المفاهيم والمقاربات. سلسلة منشورات أشغال الملتقى الوطني الأول. وسائط الاتصال بين الاستخدام والاستعمال.
- 200- عبد القادر، نصر الدين؛ صالح، مريم محمد. (2013/2012). إشكاليات اللغة العربية في مواقع -التواصل الاجتماعي. دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدّم إلى المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية من 70 إلى 10 مايو 2013. دبي. الإمارات العربية المتحدة.
- 201- عزي، عبد الرحمن. (2010). الإنترنت وبعض الافتراضات القيمية. بحث مقدم لملتقى الشباب والإنترنت. كلية الإعلام. جامعة الشارقة. الشارقة.
- 202- معزوز، سمير. (4-5 مارس، 2019). لغة الفيسبوك: الفرانكو-آراب وتأثيرها على الملكة اللغوية للطلاب. لغة الشباب المعاصر: أعمال الندوة الوطنية، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية. الجزء الأول.
- 203- معوش، عفاف. (4-5 مارس، 2019). خطر لغة التواصل الاجتماعي على اللغة العربية. لغة الشباب المعاصر. أعمال الندوة الوطنية. منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزء الأول.
- مواقع الإنترنت:**

- 204- الجزيرة، وكالة الأناضول. (24، 08، 2017). خبراء يؤكدون ضرورة تفضيل الصداقات القوية والموثوقة قدر المستطاع (مواقع التواصل الاجتماعي). تاريخ الاسترداد 01 20، 2024، من: <https://www.aljazeera.net/health/2017/8/24/>
- 205- الزرن، جمال. (2009). مدونة مقعد وراء التلفزيون: الإعلام والاتصال والمجتمع. تم الاسترداد من هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي: من <http://www.jamelzran.jeeran.com>
- 206- النعيمي. يوسف. (25 09، 2012). سياقات انتشار الفيسبوك في العالم العربي. تاريخ الاسترداد 18 07، 2022، من <https://socio.yoo7.com/t3245-topic>
- بوابة الوفد الإلكترونية، المراهقون البريطانيون يقضون أكثر من 9 ساعات يوميا في استخدام فيسبوك وتويتر. تاريخ الاسترداد: 12، 02، 2024. من: <https://www.alwafd.news/1102290>
- 207- حسونة، نسرين. (16 03، 2014). الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف: مقال منشور عبر شبكة شبكة الألوكة. تاريخ الاسترداد 28 04، 2023، من شبكة الألوكة: <http://www.alukah.net/culture/0/82373/>
- 208- خير، منى. (19 09، 2022). تعدد الصداقات.. هل يجعل حياتك أكثر سعادة؟ تاريخ الاسترداد 26 01، 2024، من <https://www.aljazeera.net/lifestyle/2022/9/18/>
- 209- زنغر، إيلينا، والكوطيط خالد. (01 11، 2010). إلى أي أنماط مستخدمي الفيس بوك تنتمي أنت؟ تم الاسترداد من: <https://www.dw.com/a:https://www.dw.com/ar>
- 210- محمود، موسى. (22 09، 2016). مقياس إدمان الفيسبوك. جامعة السويس، صفحة: <https://www.researchgate.net/publication/308416595>
- 211- مركز القرار للدراسات الإعلامية. (29، 09، 2020). استخدام منصات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحقق. تم الاسترداد من مركز القرار للدراسات الإعلامية: 14، 04، 2024، من <https://alqarar.sa/2872>
- 212- هافينغتون بوست عربي. (12، 02، 2017). هافينغتون بوست عربي، أنت من مدمني فيسبوك، أنت إذاً معرّضٌ لفقدان الإحساس بالزمن. تاريخ الاسترداد 27 11، 2023، من <https://www.alaraby.co.uk/society/2017/2/12%/>
- 213- وكالة الأنباء الجزائرية. (20 02، 2023). تطور نسبة انتشار الإنترنت في الجزائر. تاريخ الاسترداد 10 09، 2023، من: <https://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie>
- 214- arabic.cnn. غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة: دراسة علمية مقدمة منشورة على موقع CNN العربية. تاريخ الاسترداد 18، 06، 2023. من: <https://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html>
- 215- datareportal. (14 02، 2023). إحصائيات مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل بالجزائر عام 2023. تاريخ الاسترداد 17 06، 2023، من: <https://datareportal.com>
- 216- مقياس التفكك الأسري: سلسلة المقاييس والاختبارات النفسية.. تم الاسترداد من: www.mhceg.com
- www.dw.com. (22 09، 2014). أصدقاء العالم الواقعي أهم من أصدقاء العالم الافتراضي. تاريخ الاسترداد 13، 10، 2024، من: <https://www.dw.com/ar/>

- 217- Alamgir, Hossain. (19 02. 2019). **Effects of Uses and Gratifications on Social Media Use: The Facebook Case with Multiple Mediator Analysis**. PSU Research Review. 03(01). Pages 16-28.
- 218- Anderson, Keith T. (2001). **Internet Use Among College Students: An Exploratory Study**. Journal of American College Health, (50).
- 219- Andreassen, C. S. et al. (2012). **Development of a Facebook Addiction Scale**. Psychological Reports, 110(2). Pages 501-517.
- 220- Baumeister. R. F., & Leary, M. R. (1995). **The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation**. Psychological Bulletin. Volume 3.
- 221- Berger, Peter L. & Luckmann. Thomas. (1996). **The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge**. New York: Anchor Books.
- 222- Bernard, L. & Ahmed, S. (1997). **Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication**. Ellipses: Paris.
- 223- Bernard, Yohan. (2004). **La netnographie : une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation**. France: Décisions Marketing, Association Française du Marketing.
- 224- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). **Social Network Sites: Definitions, History Scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication. Volume 12. University of California.
- 225- Boyd, Danah. (n.d.). **Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life?**. Op. cit.
- 226- Boyd, Ellison. (2007). **Social Network Sites; Definition, History, and Scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 13. University of California.
- 227- Breton, Philippe, & Proulx, Serge. (n.d.). **L'explosion de la communication à l'aube de II siècle**. Op. cit.

- 228- Chamberlin, Perrin E. & Hum, Noelle J. (2010). **A Picture Is Worth a Thousand Words: A Content Analysis of Facebook Profile Photographs.** Computers in Human Behavior. 27. Pages 1828-1833.
- 229- Cherkaoui, K. et al. (2016). **The Impact of Using Pseudonyms on Social Networks.** International Journal of Computer Applications, 152(1). Pages 37-42.
- 230- Cho, Seung Ho. (2007). **Effects of Motivation and Gender on Adolescents Self-Disclosure in Online Chatting.** CyberPsychology & Behavior. 10(03).
- 231- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). **Social Influence: Compliance and Conformity.** Annual Review of Psychology. Volume 55.
- 232- Coadic, YF & Cacaly, S. (1997). **Dictionnaire encyclopédique de l'information et de la communication.** Nathan.
- 233- Cohen, S. & Wills, T. A. (1985). **Stress, Social Support, and the Buffering Hypothesis.** Psychological Bulletin. 98(2). Pages 310-357.
- 234- Crystal, D. (2011). **Internet Linguistics: A Student Guide.** Routledge.
- 235- Cusset, Pierre-Yves. (2007). **Le Lien Social.** Paris: Armand Colin.
- 236- Dalmás Taylor & Altman, Irwin. (1973). **Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships.** Rinehart and Winston.
- 237- Danesi, Marcel. (2009). **Dictionary Of Media and Communication.** Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, United States of America.
- 238- David, Wilder. Andrew, Kim. Nicholas, Siwek. Xiaomeng, Hu. (2017. 01. 31). **The Facebook Paradox: Effects of Facebooking on Individuals' Social Relationships and Psychological Well-Being.** Department of Psychology. Rutgers University-New Brunswick. NJ. USA.
- 239- Deborah, L. (January, 2003). **The Internet and Youth Subculture in Kuwait.** University of Washington. USA.
- 240- **Dictionnaire de la Langue Française Robert.** (2006).
- 241- Douglas, Jack. (1970). **Understanding Everyday Life: Toward the Reconstruction of Sociological Knowledge.**

- 242- Drouin, M. & Miller, D. A. (2017). **Phantom Vibrations Among Undergraduates: Prevalence and Associated Psychological Characteristics**. *Computers in Human Behavior*. 66. Pages 130-138.
- 243- Dunbar, Robin & Funk, Sebastian. (2014). **How Many Friends Does One Person Need? Dunbar's Number and Other Evolutionary Quirks: Exploring Animal Social Networks**. Retrieved from
- 244- Ellison, N. B. & Boyd, D. M. (2013). **Sociality Through Social Network Sites**. In Dutton, W. H. (Ed.) *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford University Press.
- 245- Ellison, N. B. Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). **The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites**. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 12.
- 246- Gonzales, Amy L. & Hancock, Jeffrey T. (2011). **Mirror, Mirror on My Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-esteem**. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. 14(1/2), Pages 83-79.
- 247- Guadagno, N., & Muscanell, R. E. (2012). **Make New Friends or Keep the Old: Gender and Personality Differences in Social Networking Use**. In *Proceedings of the 45th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- 248- Guerrier, Philippe. (15 09, 2003). **Interview avec Serge Tesson: les nouvelles technologies la manière de percevoir les autres et soi-même**. *Journal du Net*.
- 249- Gunter, Sherry Kinkoph. (2010). **Same Teach Yourself Facebook**. USA.
- 250- Harchekar, Suraj Jyoti. (2017, July). **Impact of Social Media on Society**. Retrieved from.
- 251- Hargittai, E. (2008). **Whose space? Differences among users and non-users of social network sites**. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1). 276-297.
- 252- Herzberg, F. (1959). **The Motivation to Work**. Wiley.
- 253- Hill, R. & Dunbar, R. (2009). **Dunbar, Social Network Size in Humans**. London: Harvard Business Press.

- 254- Hochschild, Arlie. (1989). **The Second Shift: Working Families and the Revolution at Home**. York, NY: Viking. Penguin Books.
- 255- House, J. S. Landis, K. R. & Umberson, D. (1988). **Social Relationships and Health**. Science. Volume 241.
- 256- Junco, R. (2012). **The Relationship Between Frequency of Facebook Use Participation in Facebook Activities and Student Engagement**. Computers & Education. 58(1). Pages 162-171.
- 257- Katz, Elihu. & Armand, Michele. (n.d.). **Op Cit**.
- 258- Kitayama, Shinobu, & Markus, Hazel R. (1991). **Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation**. Personality and Social Psychology Review. 2(98). Pages 224-253.
- 259- Kraut, Robert, Burke, M, & Riedl, M. (2016). **The Relationship Between Facebook Use and Well-being Depends on Communication Type and Tie Strength**. Journal of Computer-Mediated Communication. 21(4). Pages 265-281.
- 260- Kross, E. et al. (2013). **Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-being in Young Adults**. PLoS One. 8. Page e69841.
- 261- Lauder, W, Mummery, K. & Jones, M. (2006). **A Comparison of Health Behaviours in Lonely and Non-lonely Populations**. Psychology, Health & Medicine, 11(2), Pages 233-245.
- 262- **Learners Pocket Oxford Dictionary**. (2008). Fourth Edition.
- 263- Lebaron, Frédéric. (2009). **La Sociologie de A à Z, 250 mots pour comprendre**. Dunod. Paris.
- 264- Mander, J. et al. (2020). **Individual Use of Facebook: Exploring Personal Preference for Online Social Interaction**. International Journal of Communication. 14. Pages 4704-4723.
- 265- Martin, Michel. (2005-2006). **Variation sur le thème "Usages"**. Ottawa Carleton University.
- 266- Maslow, Abraham. (1943). **A Theory of Human Motivation**. 50(4). Pages 370-396.
- 267- Mazman, S. G, & Usluel, Y. K. (2010). **Modeling Educational Usage of Facebook**. Computers & Education. 55(2). Pages 444-453.

- 268– McClelland, David C. (1987). **Social Motivation**.
- 269– McLeod, J. D, & Lively, K. J. (2003). **Social Structure and Personality**. In J. T. Mortimer & M. J. Shanahan (Eds). Handbook of the Life Course. Springer.
- 270– McPherson, M, Smith-Lovin, L. & Cook, J. M. (2001). **Birds of a Feather: Homophily in Social Networks**. Annual Review of Sociology. 7. Pages 415–444.
- 271– Mead, G. H. (1934). **Mind, Self, and Society**. University of Chicago Press.
- 272– Meecheel, Vansoon. (2010). **Facebook and the Invasion of Technological Communities**. New York.
- 273– Mehl, Matthias R. & Deters, Florenz G. (2013). **Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment**. Social Psychological and Personality Science. 4(5). Pages 586–579.
- 274– Muise, E. Christofides, A. & Desmarais, S. (2009). **Information Disclosure and Control on Facebook: Are They Two Sides of the Same Coin or Two Different Processes?**. CyberPsychology & Behavior. 12(03). Pages 341–345.
- 275– Ozkaya, Elif. Hyun, Jung. Oh, Robert (2014). **How Does Online Social Networking Enhance Life Satisfaction? The Relationships Among Online Supportive Interaction, Affect, Perceived Social Support, Sense of Community, and Life Satisfaction**. Computers in Human Behavior.
- 276– Perlman, Gerson. (1997). **Guidelines and Expressive Communication**. Journal of Abnormal Psychology. (88).
- 277– Primack, B. A & Shensa. A & Sidani, J. E & Whaite, E. O, Rosen, D. & Miller, E. (10. 01. 2017). **Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S**. American Journal of Preventive Medicine. 53(1). Pages 1–8.
- 278– Primack, B. A. (2017). **Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S**. American Journal of Preventive Medicine. 53(1). Pages 1–8.

- 279- Proulx, Serge. (2004). **Les Communautés Virtuelles: Lyon, Construisent-Elles du Lieu Social?**. Colloque International: L'Organisation Media, Dispositifs Médiatique, Sémiotiques et des Médiations de l'Organisation, Université Jean Moulin.
- 280- Proulx, Serge. (2008). **Communautés Virtuelles: Ce Qui Fait Lien**. In P. Y. Badillo (Ed). *Écologie des Médias*. Université du Québec: Éditions Bruylant Bruxelles.
- 281- Reitz, Joan M. (2012). **Social Network Analysis: History and Theory**. USA/Australia: Sage Publications Ltd.
- 282- Rheingold, Howard. (1993). **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. Addison-Wesley.
- 283- Rieffel, Remy. (n.d). **Op. Cit. p. 192**.
- 284- Riffle, Remy. (2010). **Sociologie des Médias**. Paris. France: Éditions Ellipses Marketing.
- 285- Rivera-Vargas, Pablo. & Miño-Puigcercós, Raquel. (n.d.). **New Ways of Learning and of Social Participation in the Digital Society**. Retrieved from: <https://doi.org/10.22235/pe.v11i1.1554.pdf>
- 286- Robinson, Jo. (11 .12. 2017). **Social Media Can Be Bad for Youth Mental Health, but There Are Ways It Can Help**. Retrieved February 12. 2022. from <https://theconversation.com/social-media-can-be-bad-for-youth-mental-health-but-there-are-ways-it-can-help-87613.pdf>
- 287- Rogers, C. R. (1959). **A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships, as Developed in the Client-Centered Framework**. In S. Koch (Ed.). *Psychology: A Study of a Science: Formulations of the Person and the Social Context*, Pages 184-256. McGraw-Hill.
- 288- Ruggiero, Thomas. (2000. February). **Uses and Gratifications Theory in the 21st Century**. *Mass Communication and Society*. 03(01). Pages 03-37.
- 289- Ryan, Richard M. & Deci, Edward L. (1985). **Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior**. Plenum Publishing Co.
- 290- Sangari, E. Limayem, M. & Rouis, S. (2011). **Impact of Facebook Usage on Students' Academic Achievement: Role of Self-regulation and**

- Trust.** Electronic Journal of Research in Educational Psychology. 9(3). Pages 961-994.
- 291-** Satıcı, S. A. (2019). **Facebook Addiction and Subjective Well-being: A Study of the Mediating Role of Shyness and Loneliness.** International Journal of Mental Health and Addiction. 17(1). Pages 41-55.
- 292-** Seidman, Gwendolyn. & Barry, Tom. & Pretorius, Tan. (2011). **Gender Differences in Facebook Users: A Meta-Analysis of Facebook Use.** Cyberpsychology Behavior and Social Networking. 12(14). Pages 757-764.
- 293-** Shakya, H. B. (2017). **Association of Facebook Use with Compromised Well-being: A Longitudinal Study.** American Journal of Epidemiology. 185(3). Pages 203-211.
- 294-** Sheldon, P. (2008). **Student Favorite: Facebook and Motives for Its Use.** Southwestern Mass Communication Journal. 23(2). Pages 39-53.
- 295-** **Social Media Fact Sheet.** (n.d.). Retrieved from Social Media Fact Sheet.
- 296-** Spraggins, A. (2009). **Problematic Use of Online Social Networking Sites for College Students: Prevalence, Predictors, and Association with Well-being.** University of Florida United States. Doctoral Dissertation.
- 297-** Sullivan, S. & Paradise, A. (2012). **(In)Visible Threats? The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Facebook.** Pages 55-61.
- 298-** Turkay, S. & Munguia, P. (2018). **Facebook Use Among College Students: A Theoretical Review and Analysis of Associated Psychological Outcomes.** Computers in Human Behavior. 85. Pages 120-126.
- 299-** Turkle, Sherry. (2008). **Always-On/Always-On-You: The Tethered Self.** Handbook of Mobile Communication Studies.
- 300-** Turkle, Sherry. (2011). **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other.** New York: Basic Books.
- 301-** Turkle, Sherry. (2015). **Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age.** Penguin Press.
- 302-** Üstebay, Deniz & Karal. Hasan. & şenyurt, Abdurrahman. (2011). **Facebook Friends: Are They the Same with Age?.** Retrieved from International Journal of Business and Social Science

- 303– Van Dijck, J. (2013). **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford University Press.
- 304– Van Dijck, J. (2013). **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford University Press.
- 305– Venkatesh, V. et al. (2003). **User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View**. MIS Quarterly. 27(3). Pages 425–478.
- 306– Verduyn, P. et al. (2015). **Passive Facebook Usage Undermines Affective Well-being: Experimental and Longitudinal Evidence**. Journal of Experimental Psychology: General. 144(2). Pages 480–488.
- 307– Vogel, E. A, et al. (2014). **Social Comparison, Social Media, and Self-esteem**. Psychology of Popular Media Culture. 3(4). Pages 206–222.
- 308– Vogel, E. A. & Rose, J. P. & Roberts, L. R. & Eckles, K. (2014). **Patterns of Facebook Use and Their Outcomes: A Latent Profile Analysis**. Personality and Social Psychology Bulletin. 40(12). Pages 1723–1738.
- 309– Weber, Max. (1949). **The Methodology of the Social Sciences**. Free Press.
- 310– Weber, Max. (1978). **Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology**. University of California Press: Edited by Guenther Roth and Claus Wittich.
- 311– Wellman, B. & Quan-Haase, A. & Boase, J. & Chen, W. (2003). **The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism**. Journal of Computer-Mediated Communication. Vol. 08.
- 312– Woods, H. C. (2016). **Sleepyteens: Social Media Use in Adolescence is Associated with Poor Sleep Quality, Anxiety, Depression and Low Self-esteem**. Journal of Adolescence. 51. Pages 41–49.
- 313– Zhao, Shanyang. (2006). **Do Internet Users Have More Social Ties? A Call for Differentiated Analyses of Internet Use**. Journal of Computer-Mediated Communication, International Communication Association.

ملاحق

أعضاء تحكيم استمارة الاستبيان: تم اخضاع استمارة الإستبيان من أجل تحكيمها إلى لجنة علمية مكونة من أساتذة جزائريين ودوليين في مختلف التخصصات نظرا لطبيعة الدراسة، وهم على النحو التالي:

- 1- د. عكروت فريدة أستاذة علم اجتماع الاتصال جامعة مستغانم.
- 2- د. بوعدة حسيبة أستاذة علم الاجتماع جامعة مستغانم.
- 3- د. علي الشقير أستاذ علم الاجتماع جامعة الرياض السعودية.
- 4- د. تمرزيت فتيحة أستاذ علم الاجتماع جامعة بسكرة.
- 5- د. بداني فؤاد أستاذ علم اجتماع الاتصال جامعة تمنغست.
- 6- د. إيمان عرفات أستاذة علوم الإعلام والاتصال، ورئيس قسم الإعلام جامعة القاهرة، مصر العربية.
- 7- د. بلغيثية سميرة أستاذة علوم الإعلام والاتصال جامعة غليزان.
- 8- د. عبادة نور الهدى أستاذة علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر.
- 9- د. بودربالة عبد القادر أستاذ علوم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة.
- 10- د. بحري صابر أستاذ علم النفس جامعة سطيف.
- 11- د. سردوك علي أستاذ علم النفس جامعة يحي فارس المدية.

جامعة غليزان
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع
تخصص علم اجتماع الاتصال
استمارة استبيان

بعد التحية والتقدير:

نحن بصدد إعداد دراسة تطبيقية لتحضير أطروحة دكتوراه موسومة بـ:

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية - الفيسبوك أنموذجاً -
دراسة ميدانية في الاستخدام والإشباع على عينة من الطلبة الجامعيين بغليزان

فالرجاء منكم قراءة الأسئلة والفقرات الواردة فيها بتمعن وتركيز، والإجابة عنها بكل صدق وأمانة وموضوعية وذلك بوضع علامة (X) في المكان المناسب، علماً أن إجاباتكم ستبقى سرية وتستخدم لغرض علمي صرف. ولكم الشكر الجزيل على تعاونكم من فضلكم يرجى الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان المطلوبة.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الاختيارات	فئات المتغير	المتغير
	ذكر	النوع
	أنثى	
	25-18	العمر
	34-26	
	أكثر من 34 سنة	

المحور الثاني: عادات وأنماط الاستخدام

1- منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك؟

أقل من سنة	من سنة إلى سنتين	من سنتين إلى ثلاث سنوات	من ثلاث إلى أربع سنوات	من أربع إلى خمس سنوات	أكثر من خمس سنوات

2- كم يوما في الأسبوع تستخدم فيه الفيسبوك؟

يوما واحدا الأسبوع	بين 2 و 4 أيام في الأسبوع	بين 4 و 6 أيام في الأسبوع	كل أيام الأسبوع

3- كم عدد الساعات التي تستغرقها في استخدام الفيسبوك خلال اليوم؟

أقل من ساعة	بين ساعة وساعتين	بين 2 و 4 ساعات	بين 4 و 6 ساعات	بين 6 و 8 ساعات	تفوق 8 ساعات

4- ما هي الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك خلال اليوم؟

صباحا	ظهرا	مساء	ليلا	لا توجد فترة محددة

ملاحق

5- كم عدد أصدقائك على فيسبوك؟

أقل من 100 صديق	من 1001 إلى 500 صديق	أكثر من 500 صديق

6- ما طبيعة انتماء الأصدقاء الذين تتواصل معهم عبر الفيسبوك؟.

أصدقاء من الواقع الاجتماعي	أصدقاء افتراضيين	الإثنين معا

7- على أيّ أساس تختار أصدقائك في الفيسبوك؟

نوع الجنس	البلد	اللغة	الديانة	المستوى الثقافي	الاهتمام المشترك	علاقات سابقة	منشورات الفيسبوك	الإعجاب بصورة البروفايل	لا يوجد معيار محدد

8- ما نوع الجهاز الذي تستخدم منه عادة الفيسبوك؟

الكمبيوتر الشخصي	الهاتف الذكي الشخصي	اللوح الإلكتروني	كل الأجهزة

9- مع من تفضّل أن تكون عند استخدامك الفيسبوك؟

لوحدهك	مع العائلة	مع زملاء الجامعة	مع أصدقاء الحي	مع صديق حميم

10- هل أنت مشترك في صفحات فيسبوكية؟

لا	نعم

11- إذا كانت إجابتك بنعم، ما نوع الصّفحات الفيسبوكية التي أنت مشترك فيها؟

اجتماعية	سياسية	ثقافية	دينية	تسوّق	دراسية	رياضية	إعلامية	ترفيهية	ألعاب إلكترونية

12- مع من تتفاعل أكثر في الفيسبوك؟

أتفاعل مع أصدقائي ومعارفي من الواقع	أتفاعل مع أصدقائي عبر الفيسبوك فقط

13- كيف تتفاعل مع أصدقائك عبر الفيسبوك؟

أكتفي بالقرأة فقط	أضع مشاركة أصدقاء	أعلق على مشاركة الأصدقاء	تعليقات ودردشة	ألعب مع أصدقائي	أجرّب تطبيقات الجامعية	أبادل الدروس وروابط	مشاركة منشورات وروابط	أكتفي بالنشر والكتابة على صفحتي	أتفاعل بالإيموجي

14- ما الطريقة التي تفضّل التواصل بها مع أصدقائك عبر الفيسبوك؟

الدردشة الكتابية	المكالمات الصوّتيّة	المكالمات المرئيّة أو الفيديو

15- ما اللّغة التي تستخدمها للتواصل مع أصدقائك في الفيسبوك؟

اللغة العربية الفصحى	الدّارجة	اللغة الفرنسية	اللغة الإنجليزيّة	لغة فيسبوكية (حروف وأرقام ورموز)

المحور الثالث: حاجات ودوافع استخدام الفيسبوك

16- هل تقبل طلبات الصّدّاقة التي يرسلها إليك آخرون؟.

أقبلها	أرفضها	تبقى معلقة

17- ما هي دوافعك تجاه طلبات الصداقة؟

التعرّف على أشخاص جدد	إذا كنت تقبل طلبات الصداقة
لتمضية الوقت فقط	
تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر	
أرفضها خوفا على الخصوصية	إذا كنت ترفض طلبات الصداقة
أرفض الحسابات الوهميّة فقط	
أرفض طلبات الصداقة من أشخاص واقعيين	
تبقى معلّقة حتى أتأكد من هويّة صاحبها	إذا كنت تبقي طلبات الصداقة معلّقة
أتركها معلّقة وأكتفي بالدرشة على المسنجر معه فقط	
أتركها معلّقة حتى لا يظهر حسابي لأحد من معارفي	

18- هل تقوم بحذف أصدقاء من قائمتك في الفيسبوك؟

لا	نعم

19- إذا كانت إجابتك بنعم: ما هي دوافعك من حذف أصدقاؤك في الفيسبوك؟

نشر محتوى غير لائق	عدم التواصل	التدخل في خصوصياتي	تعليق غير لائق على منشورات الأصدقاء	اكتشاف معلومات زائفة عنه	فشل في إقامة علاقة عاطفية	صداقة مزيفة	أندم على قبولها حرجا من أصحابها

20- مع أي جنس تفضل إقامة علاقات اجتماعية افتراضية معه؟.

مع كلا الجنسين	مع الجنس الآخر فقط

21- هل تسرد مشاكلك لصديقك في الفيسبوك؟

نادرا	أحيانا	دائما

22- ما هي المشاكل التي تسردها لصديقك في الفيسبوك؟

نفسية	عاطفية	اجتماعية	صحية	جامعية	مادية

23- هل تجد اهتماما من صديق الفيسبوك بمشاكلك التي تسردها له؟

لا يهتم أبدا	نادرا ما يهتم	يهتم دائما

24- هل تستخدم في الفيسبوك هوية حقيقية أم هوية مستعارة؟.

أستخدم هوية حقيقية	أستخدم اسما مستعارا

25- إذا كنت تستخدم هوية حقيقية للدخول في الفيسبوك فما هي دوافعك؟.

حتى يجداك معارفك بسهولة	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك	حب الظهور	حتى يشعر الطرف الآخر بالأمان

26- إذا كنت تستخدم هوية مستعارة للدخول إلى الفيسبوك فما هي دوافعك؟.

رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد	الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية	رغبة منك في تقمص شخصية غير شخصيتك	ميل عاطفية لا تريد البوح بها لأحد معروف	لفشلي بمواجهة العالم عند تعرضي لمشكلة	لعب كل الأدوار

27- فيم تتمثل دوافعك وحاجاتك الشخصية من استخدام الفيسبوك؟

1	حاجة الدردشة والتواصل كضرورة شخصية
2	تمضية الوقت فقط
3	متابعة إعلانات التسوق الإلكتروني
4	تقدير الذات وحبّ البروز من خلال الحصول على عدد كبير من المنشورات والتعليقات

ملاحق

5	متابعة ما يعرضه المشاهير والمؤثرين
6	المشاركة والتعبير عن الرأي في قضايا فكرية اجتماعية
7	الألعاب الإلكترونية
8	تحقيق الخصوصية الشخصية
9	عرض صور وفيديوهات شخصية في جميع الأماكن التي أتواجد فيها
10	البحث عن فرص عمل جديدة في صفحات التوظيف

28- فيم تتمثل دوافعك وحاجاتك المعرفية لاستخدام الفيسبوك؟

1	متابعة دروسي ومحاضراتي وتحميل الكتب
2	مناقشة الدروس الجامعية مع أصدقائي على الفيسبوك
3	التواصل مع الأساتذة على الفيسبوك
4	تثقيف النفس
5	مشاركة الفيديوهات والصور والمنشورات التثقيفية
6	الدخول إلى حلقات علمية أجنبية
7	متابعة الأخبار والأحداث الجارية ومواكبة التكنولوجيا
8	التعرّف على عادات وثقافات مختلفة
9	للاشتراك في مجموعات علمية وثقافية
10	متابعة صفحات صنّاع المحتوى العلمي والثقافي

29- فيم تتمثل دوافعك وحاجاتك النفسية لاستخدام الفيسبوك؟

1	فكّ العزلة عن نفسي والتخلص من الشعور بالوحدة
2	التخلص من الخجل
3	تعويض الفراغ العاطفيّ
4	كسر الملل والروتين اليومي
5	إقامة علاقات عاطفية حقيقية
6	التسلية والترفيه عن النفس
7	التخلص من رقابة المجتمع الحقيقي

ملاحق

8	الهروب من الواقع
9	التواصل والتفاعل مع أشخاص أرتاح لهم نفسيا بعيدا عن الواقع
10	البحث عن الحب والاستقرار العاطفي
11	تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع
12	الهروب من المشاكل الأسرية
13	تعزيز الثقة بالنفس
14	الحصول على قبول ورضا الآخرين

30- فيم تتمثل دوافعك وحاجاتك الاجتماعية لاستخدام الفيسبوك؟

1	التواصل مع الأهل الأقارب والأصدقاء الحقيقيين فقط
2	لتوسيع علاقاتي الاجتماعية
3	التواصل مع زملاء في الجامعة
4	التواصل في مناسبات الأفراح أو الأتراح للتهنئة والتعزية دون التنقل
5	مناقشة مواضيع اجتماعية عبر الصفحات الفيسبوكية
6	فهم الواقع الاجتماعي والتعامل مع المشكلات الاجتماعية
7	إنشاء علاقات اجتماعية افتراضية جديدة
8	ملء الفراغ وتعويض الاهتمام الاجتماعي
9	الإخفاق في انشاء علاقات اجتماعية واقعية
10	كسر القيود الاجتماعية بين الجنسين
11	الهروب من الواقع والمشكلات الاجتماعية
12	البحث عن الأمن الاجتماعي
13	الحصول على الرضا الاجتماعي
14	تحقيق الوجاهة الاجتماعية

المحور الرابع: الإشباع المحققة:

31- ما هي الإشباعات الشخصية التي حققتها من استخدامك للفيسبوك؟.

1	حقق لي التعبير بكلّ حرّية عن رأيي وبدون قيود
2	حقق لي الثقة بالنفس وحب البروز والشهرة الاجتماعية
3	حقق لي الدردشة وتعميق التواصل الشخصي
4	حقق لي تقدير الذات بالتفاخر بعدد الأصدقاء والإعجابات والتفاعل مع صفحتي

32- ما هي الإشباعات المعرفية التي حققتها من استخدام الفيسبوك؟

1	حقق لي إشباع الفضول والحصول على معلومات مختلفة وترقية ثقافتي.
2	تعميق التواصل مع أساتذتي الجامعيين
3	حقق لي التفاعل مع صفحات الفيسبوك من أجل زيادة معارفي الدراسية
4	التعرف على عادات وثقافات مختلفة

33- ما هي الإشباعات النفسية التي حققتها من استخدام الفيسبوك؟

1	حقق لي التخلص من الملل والضيق
2	حقق لي الشعور بالرضا عن نفسي
3	تجاوز الصدمات النفسية والعاطفية في الواقع
4	إشباع التسلية والترفيه
5	حقق لي إقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر

34- ما هي الإشباعات الاجتماعية التي حققتها من استخدام الفيسبوك؟

1	حقق لي الشعور بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي أكثر من الواقعي
2	حقق لي التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة في المجتمع الواقعي
3	حقق لي التخلص من عقدة الخجل الاجتماعي
4	حقق لي التخلص من الرقابة والقيود الاجتماعية بين الجنسين
5	حقق لي الحفاظ على علاقتي الاجتماعية القديمة واسترجاع العلاقات السابقة
6	حقق لي تعويض الاهتمام والحصول على المساندة الاجتماعية في المجتمع الافتراضي
7	الهروب من ضغوطات الواقع الاجتماعي

المحور الخامس: تأثير استخدام الفيسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية

1- بعد الاتصال الشخصي: يجب الإجابة عن كل العبارات بشطب خانة واحدة فقط

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1 أقضي وقتنا في التحدث مع أصدقائي في الفيسبوك أكثر من الوقت الذي أقضيه مع أصدقائي عند الالتقاء بهم وجها لوجه
					2 أفضل التواصل الشخصي المباشر على التحدث مع أصدقائي الفيسبوكيين
					3 أشعر أن علاقاتي الفيسبوكية سمحت لي بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال بهم وجها لوجه
					4 قادتني العلاقات التي كوَّنتها عبر الفيسبوك إلى الالتقاء بهم وجها لوجه
					5 أصبحت أجيد التعبير بجرأة بلا خجل مع أصدقائي أكثر من التواصل المباشر
					6 ازداد تألقي مع أقرابي وأصدقائي أكثر بعد استخدامي للفيسبوك
					7 أجد احتراماً واهتماماً وقبولاً في مجتمع الفيسبوك أكثر من مجتمعي
					8 تفاعل أصدقائي مع منشوراتي وصوري يشعري بقوة شخصيتي
					9 اكتشفت أنّ علاقاتي الشخصية على الفيسبوك زائفة وغير حقيقية
					10 أضعف الفيسبوك قدرتي على النقاش والحوار والتواصل وجها لوجه
					11 زاد الفيسبوك شعوري بأهميتي وقيمتي في مجتمعي الحقيقي
					12 أتفاعل مع منشورات الأصدقاء من أجل المجاملة فقط
					13 أهملت هواياتي المفضلة بسبب السعي وراء إقامة علاقات افتراضية
					14 بدأت أشكو آلاماً جسدية وأعاني من الكسل والخمول وكثير النسيان
					15 استعمالي للفيسبوك يحرمني من النوم ويسبب لي نقصاً في التركيز
					16 تحسنت لغتي الأجنبية بسبب الدردشة مع أجنبي
					17 أشعر بالتأخر الدراسي وقدرتي أصبحت محدودة على البحث العلمي
					18 أسهم الفيسبوك في رفع مستوى الوعي لدي
					19 أشعر أنّي أحظى بكثير من الاهتمام من أصدقاء الدراسة في الفيسبوك
					20 أشعر أنّ لوجودي دور إيجابي لدى الآخرين في الفيسبوك

يجب الإجابة عن كل العبارات بشطب خانة واحدة فقط.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1 أشعر بالضيق إن لم تصلني رسالة من أصدقائي على الفيسبوك
					2 أتشاجر مع أصدقائي على بسبب انتظاري الدائم لهم
					3 أتردد في حظر أصدقائي وإنهاء علاقتي على الفيسبوك
					4 أدخل (Off Line) إلى تجنباً للتفاعل مع الآخرين عند ضيقي
					5 أشعر بالضيق لانقطاعي المفاجئ عن أصدقائي الفيسبوكيين
					6 أفكر كثيرا في الفيسبوك حينما أتواجد بين أصحابي وأهلي
					7 أصبحت مشغولا بالفيسبوك سواء كنت متصلا أو غير متصل
					8 أشعر بالمتعة مع أصدقاء الفيسبوك أفضل من أصدقائي في الواقع
					9 استخدام الفيسبوك هو آخر شيء قبل النوم وأول نشاط بعد الاستيقاظ
					10 أصبحت أفقد السيطرة على الوقت أثناء استخدام الفيسبوك
					11 أعتقد أنني مدمن على الفيسبوك أصحابي ومعارفي يقولون ذلك عني
					12 أعتقد أنني لن أستطيع التوقف على استخدام الفيسبوك
					13 تزعجني رسائل أصدقائي الواقعيين وأهزب من الرد عليها
					14 أشعر بالرضا حين تصلني رسائل من أصدقائي عبر الفيسبوك
					15 أشعر بوحدة وعزلة عندما أبتعد عن استخدام الفيسبوك
					16 أشعر أن علاقتي في الفيسبوك تؤدي إلي العديد من المشكلات النفسية
					17 ألغي إشعارات (عيد ميلاد، الزواج) من أصدقاء الفيسبوك
					18 أشعر دائما بالقلق والتوتر من وجودي في المجتمع الافتراضي
					19 زاد شعوري بالفراغ العاطفي والاجتماعي بعد استخدام الفيسبوك
					20 في كل مرة أفكر في التخلص من الفيسبوك والابتعاد عنه

3- بعد التفاعل والترابط الاجتماعي يجب الإجابة عن كل العبارات بشطب خانة واحدة فقط

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1 أحس بالألفة والانتماء مع أصدقاء الفيسبوك أكثر من أسرتي وأصدقائي الواقعيين
					2 تراجعت نشاطاتي الاجتماعية وزياراتي في المناسبات العائلية بسبب الفيسبوك
					3 أشعر أنّ علاقاتي الاجتماعية الواقعية أصبحت ضعيفة منذ استخدام للفيسبوك
					4 تشكو مني أسرتي بسبب الوقت الطويل الذي أقضيه مشغولاً مع الفيسبوك
					5 بفضل الفيسبوك حافظت على علاقاتي الاجتماعية السابقة والقائمة
					6 قلّ تفاعلي مع أسرتي وأصدقائي الحقيقيين عما كان عليه قبل الفيسبوك
					7 الفيسبوك أبعديني عن المشاركة في الرحلات والنشاطات الاجتماعية
					8 علاقاتي الافتراضية التي تنشأ عن استخدامي للفيسبوك سطحية ولا تدوم
					9 استخدام الفيسبوك جعلني أنقطع عن العديد من أصدقائي الحقيقيين
					10 استخدام الفيسبوك أدى لقلّة الحوار ومناقشة مواضيع عامة مع أسرتي
					11 أستعرض الكثير من مظاهر الاحتفالية العائلية على صفحتي في الفيسبوك
					12 أجد رغبة كبيرة للحديث عن مغامراتي في الفيسبوك مع معارفي وأصدقائي
					13 تكوّنت لديّ علاقات افتراضية بديلة وأفضل من علاقاتي الاجتماعية الواقعية
					14 أشعر أنّ علاقاتي الافتراضية أدّت إلى وجود فجوة بيني وبين أفراد أسرتي
					15 أشعر بأنّي غير مؤثّر في أسرتي وبين زملائي وأصدقائي
					16 ساءت علاقاتي الأسرية بعد استخدام الفيسبوك
					17 أطلب المشورة ممن أثق بهم عبر الفيسبوك في مواضيع خاصة
					18 أصبحت حياتي تتميز بنمط ثابت لا جديد فيها
					19 أصبحت معزولاً عن علمي ومحيطي
					20 كوّنت علاقات اجتماعية جادة عبر استخدام الفيسبوك

جدول القيم الحرجة لإختبار كاي تربيع:

df	P = 0.05	P = 0.01	df	P = 0.05	P = 0.01	df	P = 0.05	P = 0.01
1	3.84	6.64	39	54.57	62.43	77	98.49	108.77
2	5.99	9.21	40	55.76	63.69	78	99.62	109.96
3	7.82	11.35	41	56.94	64.95	79	100.75	111.15
4	9.49	13.28	42	58.12	66.21	80	101.88	112.33
5	11.07	15.09	43	59.30	67.46	81	103.01	113.51
6	12.59	16.81	44	60.48	68.71	82	104.14	114.70
7	14.07	18.48	45	61.66	69.96	83	105.27	115.88
8	15.51	20.09	46	62.83	71.20	84	106.40	117.06
9	16.92	21.67	47	64.00	72.44	85	107.52	118.24
10	18.31	23.21	48	65.17	73.68	86	108.65	119.41
11	19.68	24.73	49	66.34	74.92	87	109.77	120.59
12	21.03	26.22	50	67.51	76.15	88	110.90	121.77
13	22.36	27.69	51	68.67	77.39	89	112.02	122.94
14	23.69	29.14	52	69.83	78.62	90	113.15	124.12
15	25.00	30.58	53	70.99	79.84	91	114.27	125.29
16	26.30	32.00	54	72.15	81.07	92	115.39	126.46
17	27.59	33.41	55	73.31	82.29	93	116.51	127.63
18	28.87	34.81	56	74.47	83.52	94	117.63	128.80
19	30.14	36.19	57	75.62	84.73	95	118.75	129.97
20	31.41	37.57	58	76.78	85.95	96	119.87	131.14
21	32.67	38.93	59	77.93	87.17	97	120.99	132.31
22	33.92	40.29	60	79.08	88.38	98	122.11	133.47
23	35.17	41.64	61	80.23	89.59	99	123.23	134.64
24	36.42	42.98	62	81.38	90.80	100	124.34	135.81
25	37.65	44.31	63	82.53	92.01	110	135.48	147.41
26	38.89	45.64	64	83.68	93.22	120	146.57	158.95
27	40.11	46.96	65	84.82	94.42	130	157.61	170.42
28	41.34	48.28	66	85.97	95.63	140	168.61	181.84
29	42.56	49.59	67	87.11	96.83	150	179.58	193.21
30	43.77	50.89	68	88.25	98.03	200	233.99	249.45
31	44.99	52.19	69	89.39	99.23	500	553.13	576.49
32	46.19	53.49	70	90.53	100.42			
33	47.40	54.78	71	91.67	101.62			
34	48.60	56.06	72	92.81	102.82			
35	49.80	57.34	73	93.95	104.01			
36	51.00	58.62	74	95.08	105.20			
37	52.19	59.89	75	96.22	106.39			
38	53.38	61.16	76	97.35	107.58			