

الاثار الاتصالي لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

دراسة ميدانية على عينة من الشباب مستخدمي موقع فيس بوك

The communicative impact of social media networks on youth A field study on a sample of young people who use Facebook

زهير بن دوحه¹، عبد المالك بلالي²

¹ جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة(الجزائر)، zoheir.bendouha@univ-dbk.m.dz

² جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة(الجزائر)، malikbalali@yahoo.com

تاريخ الإرسال: 2025-03-07 تاريخ القبول: 2025-06-25 تاريخ النشر: 2025-06-30

ملخص:

هدفت الدراسة إلى استكشاف الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب، من خلال التعرف على نوعية المضامين التي تثير اهتمامهم وتدفعهم إلى الاستخدام المكثف لهذه الشبكات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتوصيف الظاهرة، وتم إجراء الدراسة على عينة من 100 مبحوث من الشباب الجزائري، تتراوح أعمارهم بين 20 و 40 سنة، ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، وقد تم اختيار العينة بطريقة قصدية. أظهرت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءً رئيسياً للتفاعل الاجتماعي، حيث يستخدمها الشباب لأغراض متعددة مثل إنشاء الصداقات، والتعلم، والترفيه. كما تبين أن هذه الشبكات تمثل "مختبراً" لعمليات التواصل بين أفراد المجتمع المعاصر.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة الاتصالية، شبكات التواصل الاجتماعي، الفيس بوك، الشباب

Abstract:

The study aimed to explore the communicative function of social media networks among youth by identifying the types of content that capture their interest and drive them to intensively use these networks. The study adopted a descriptive-analytical approach to describe the phenomenon. The research was conducted on a sample of 100 Algerian youth, aged between 20 and 40, who actively use social media platforms. The sample was selected purposefully. The results of the study revealed that social media networks have become a primary

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

space for social interaction, with youth using them for various purposes, such as making friendships, learning, and entertainment. It was also found that these networks serve as a "laboratory" for communication processes among members of contemporary society.

Keywords: Communicative Function, Social Media Networks, Facebook, youth.

المؤلف المرسل: زهير بن دوحه ، الإيميل: zoheir.bendouha@univ-dbkm.dz

1- مقدمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر الاجتماعية الحديثة التي غزت العالم، وساهمت بشكل كبير في تغيير أساليب الاتصال والتفاعل بين الأفراد. فقد أصبحت هذه الشبكات بمثابة فضاءات رقمية توفر فرصاً جديدة للتواصل والتعبير، لا سيما لدى الشباب الذين يمثلون شريحة واسعة من مستخدمي هذه الوسائل. وفي الجزائر، كما في العديد من البلدان، شهدت استخدامات هذه الشبكات تحولاً كبيراً في أنماط التواصل، حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للشباب. وقد تميزت هذه الوسائل بقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، مما أتاح للمستخدمين فرصة التواصل والتفاعل مع العالم بشكل فوري وسهل.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري، من خلال فهم كيفية استخدامها كأداة للتعبير عن الذات، وتبادل المعلومات، وبناء العلاقات الاجتماعية. كما تسعى إلى تحليل تأثير هذه الشبكات على القيم الاجتماعية والسلوكيات الشبابية في الجزائر، مع التركيز على الأبعاد الاجتماعية والنفسية لهذه الظاهرة. يعد هذا الموضوع ذا أهمية خاصة في ظل التغيرات السريعة التي تشهدها مجتمعاتنا بفعل التحولات الرقمية، التي باتت تشكل تحديات وفرصاً جديدة في مجال الاتصال الاجتماعي.

2. الإجراءات المنهجية

2.2 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

(زهير بن دوحه، عبد المالك بلالي)

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من الأدوات الاتصالية التي أحدثت ثورة في كيفية تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض ومع محيطهم الاجتماعي. ومن بين الفئات الأكثر تأثراً بهذه الشبكات، يبرز الشباب، الذين أصبحوا يشكلون الفئة الأكبر من مستخدمي هذه الوسائل في مختلف أنحاء العالم. في الجزائر، يُلاحظ تزايد الاستخدام الواسع لهذه الشبكات، ما يثير العديد من التساؤلات حول تأثيراتها الاجتماعية والنفسية. إن السؤال المركزي الذي يطرحه هذا الموضوع هو: **ما هي الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري؟** وهل تساهم هذه الشبكات في تعزيز التواصل الاجتماعي لدى هذه الفئة، أم أنها تؤدي إلى تغيرات في هوياتهم الاجتماعية وسلوكياتهم؟ وهل تشكل هذه الوسائل فضاءً جديداً للتعبير عن الذات والانخراط في القضايا الاجتماعية والسياسية، أم أنها تساهم في خلق مسافات اجتماعية وثقافية جديدة؟

من خلال هذه الإشكالية، يسعى البحث إلى تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، وكذلك تحليل أبعاد الاستخدام الاجتماعي لهذه الشبكات. كما يهدف البحث إلى فحص العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتغيرات الاجتماعية والثقافية في مجال التواصل التي قد تطرأ على الشباب في الجزائر. في ضوء هذه المعطيات، تطرح هذه الدراسة عدة تساؤلات:

- ما هي دوافع الاستخدام المكثف لمنصات "فيس بوك" لدى الشباب الجزائري؟
- ما هي طبيعة المحتوى الاتصالي الذي يتفاعل معه الشباب الجزائري على "فيس بوك"؟

3.2 أسباب اختيار الموضوع :

من المعروف بأن كل موضوع يختاره الباحث أي كان نوعه فهو لابد له من أسباب معينة تدفع الباحث للتوجه إليه، و من بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع، هو السبب الذاتي والمتمثل في الملاحظة الشخصية لانتشار اعتماد الشباب على موقع الفيس بوك مما زاد من إحساسي بالمشكلة محل الدراسة، والسبب الموضوعي يتمثل أساساً في معرفة وفهم تصرفات وميولات وسلوكيات الشباب وراء هذه الشبكات الاجتماعية.

4.2. تحديد مفاهيم الدراسة:

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

يعد تحديد المفاهيم الاجرائية للدراسة أحد الطرق المستوجبة في إجراء دراسة علمية، لأنه يضع تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم يستخدمه الباحث في دراسته، ومن خلال هذا كان علينا التطرق إلى تعاريف للمفاهيم المفتاحية للدراسة على النحو التالي:

(أ) **موقع الإجمالي لتقنية الفيس بوك:** الفيس بوك هو موقع الكتروني يسمح لمستخدميه وهم الشباب حسب هذه الدراسة بالتواصل فيما بينهم ومع غيرهم في عالم افتراضي يتقاسمون فيه اهتماماتهم، ويتبادلون أفكارهم و آرائهم حول القضايا التي تشغلهم.

(ب) **المفهوم الإجرائي للوظيفة الاتصالية لموقع الفيس بوك:**

هو ربط مجموعة من الاشخاص عن طريق مجموعة من الأدوات التي تعمل على تفعيل المشاركة المتبادلة بالمعلومات و البيانات و الصور ومقاطع الفيديو والتي ينتجها المستخدم بالاعتماد على نفسه أو الاستفادة من مواقع أخرى، و التي تسعى عن طريقها إلى نشر معلومات، فهي تعد نافذة للشباب للترفيه و الأخبار والتثقيف التي تسمح بمجال كافي من الحرية و المشاركة و التفاعلية.

(ج) **المفهوم الإجرائي للشباب:** يمثل الشباب في هذه الدراسة المجتمع الذي سوف تجرى حوله الدراسة بناء على استخدامهم الكبير لتقنية الفيس بوك، تتراوح اعمارهم ما بين 20 الى 40 سنة.

5.2 منهج الدراسة :

انطلاقاً من طبيعة الموضوع وأهدافه اعتمدنا على المنهج الوصفي، من خلال استخدام أدوات البحث التي يمكن استعمالها في المنهج الوصفي مع التعبير عنها كمياً وكيفياً، بحيث يتم تحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام في جداول إحصائية، التي تفيدنا في تحليل وتفسير البيانات التي تدل على الملاحظات أي السلوكيات الاتصالية للشباب أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، و هي عبارة عن مؤشرات دالة عن الواقع المدروس الذي يسعى في فهم الوظيفة الاتصالية التي توفرها منصات الفيس بوك.

6.2. أدوات الدراسة : تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الميدانية ذات الصيغة الوصفية كما سبق ذكره من قبل وحتى تتمكن من الوصول إلى المعلومات الأزمية وتحقيق الهدف من الدراسة لابد من الاستعانة بأدوات مناسبة وجمع المعلومات التي تتماشى مع طبيعة الوصفية ، ارتأينا أن نعتمد على الملاحظة والاستمارة لجمع البيانات.

(زهير بن دوحه، عبد المالك بلالي)

أ) **الملاحظة:** هي عبارة تفاعل و تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر، احدهما الباحث، و الآخر المستجيب أو المبحوث، لجمع معلومات محددة حول موضوع معين، ويلاحظ الباحث أثناءها ردود فعل المبحوث (ربحي مصطفى عليان، 2009، ص67)، فمن خلالها استطعنا تكوين بعض الأفكار و التصورات حول المشكلة "الموضوع"، فبعض الملاحظات سهلت علينا اختيار ما يتطابق حقيقتنا مع الواقع أي المؤشرات الدالة، مما سهل لنا ذلك في اختيار الموضوع وبناء الإشكالية وفرضيات الدراسة الأكثر واقعية، كما استخدمنا الملاحظة خاصة في الدراسة الاستطلاعية من اجل بناء وصياغة استمارة البحث، وما تحتويه من أسئلة التي نتحصل من خلالها على معلومات التي تخص موضوع الدراسة، وكذا أثناء تجريبها على عدد قليل من الشباب حتى يتسنى لنا تعديل وتغيير أو حتى حذف بعض الأسئلة الغير مهمة، ولهذا اعتمدنا على الملاحظة تقريبا في كل مراحل الدراسة، باعتبارها الوسيلة الوحيدة التي تساعدنا في اكتشاف الظاهرة .

ب) **استمارة الاستبيان:** هي عبارة عن نموذج يشتمل على مجموعة من الأسئلة التي يصوغها الباحث وفقاً لرؤيته، هادفاً بذلك جمع المعلومات الرقمية أو الوصفية عن عينة من الأفراد، يقوم الباحث باختيارها حسب طبيعة الدراسة (ماجد محمد الخياط، 2001، ص 119)، اما في دراستنا هاته اعتمدنا على الاستبيان الالكتروني "online questionnaire" باعتبارها أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات والتي تكون غالبا منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جدا لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة، أما سبب استخدامنا لاستبيان الالكتروني هو سرعة الاستجابة والرد المبحوثين على اسئلة الاستمارة، وقد مرت عملية انجازها بعدة مراحل يمكن حصرها فيما يلي:

7.2 عينة الدراسة وكيفية اختيارها : من المعلوم انه لا تخضع عملية استخدام العينة إلى مزاج الباحث بل إلى أصول علمية تساعد في تحديد أسلوب العينة، الذي سيكون أكثر ملائمة للظاهرة محل الدراسة، "وتعرف العينة بأنها منهج يستند إلى الطريقة الإحصائية للحكم على عدد محدد من الظواهر باعتبارها عينة ممثلة لمجتمع البحث... (عامر مصباح، 2008، ص211)، وهناك من يرى أن العينة هي مجموعة صغيرة من مجتمع البحث و التي يمكن من خلال دراستها إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختيارها منه (محمد محمود ربيع، 1987، ص 63-64) .

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

ونظرا لضخامة مجتمع البحث "مجتمع الشباب فقد تطلبت الدراسة استخدام أسلوب المعاينة، وقبل تحديد نوع العينة التي نعتمدها في الدراسة فيجب معرفة إذا كان هناك التجانس في المجتمع الأصلي للدراسة الذي يساعد على تحديد نوع وحجم العينة التي يريد الباحث دراستها، وبما أن مجتمع الأصلي في دراستنا هو الشباب ، أي انه في حالة تجانس من حيث بعض المتغيرات كالسن والمستوى الدراسي المتقارب .

ونظرا لصعوبة القيام بمسح شامل لمجتمع البحث "كل الشباب" ولحدودية الإمكانيات المادية و الزمنية المتوفرة لدينا،تحتم علينا إجراء الدراسة على جزء قليل فقط عددها 100 مفردة من مفردات المجتمع الكلي ،وتم إخضاعها للدراسة على أساس الخروج بنتائج تسري على كل مجتمع البحث، و في دراستنا اعتمدنا على المعاينة الغير احتمالية وهي المعاينة التي يتم اختيارها بشكل غير عشوائي ... (عامر قنديلجي،189)، وعلى هذا الأساس قد اخترنا العينة القصدية و ذلك بناء على معرفتنا بمجتمع البحث، وطبيعة الدراسة، ويقصد بها التعمد والقصد في انتقاء عينة معينة للدراسة ، ويعرف أيضا إنها العينة التي يقرر الباحث مقدما مفرداتها،والمعيار الذي اعتمدنا عليه في دراستنا في اختيار نوع العينة هو متغير وحيد الذي يتمثل في نوع التخصص هو الشباب الذين قرروا بإرادتهم الإجابة على أسئلة الاستمارة.

8.2 مجالات الدراسة : التزمت الدراسة بالمجالات التالية :

- أ-المجال الافتراضي: وتعلق بالمجال الالكتروني الذي تجرى فيه الدراسة ، باعتباره المكان الأنسب للدراسة.
- ب- المجال الزمني: تتعلق بالحيز الزمني الذي سوف تتم فيه الدراسة، التي امتدت من بداية شهر أكتوبر لسنة 2024 الى غاية نهاية شهر ديسمبر من سنة 2024، بحيث انقسمت هذه الفترة إلى 3مراحل وهي :
 - المرحلة الاستطلاعية أثناء بناء فكرة الموضوع و الإشكالية.
 - مرحلة توزيع الاستمارة.

-مرحلة جمع وتحليل البيانات والمعلومات.

9.2 تحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

يتناول هذا الجزء من دراستنا، تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على الباحثين، وللتحقق من الصحة أو الخطأ ما افترضناه في هذه الدراسة كان لابد من الوصول إلى مرحلة عرض النتائج الكمية عن طريق الجداول بحيث يمكن قراءتها

(زهير بن دوحة، عبد المالك بلالي)

وتفسير نتائجها، ولهذا الغرض يأتي هذا العنصر بهدف تحليل جداول البيانات الدراسة ثم عرض نتائج كل فرضية، وأخيرا استخلاص النتائج العامة التي توصلنا إليها.

1. تحليل البيانات العامة للمبحوثين:

الجدول 1: (توزيع عينة البحث حسب الجنس)

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	43	43%
أنثى	57	57%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول رقم (01) توزيع المبحوثين عينة الدراسة ضمن العينة المختارة والذي بلغ إجمالي عددها (100) طالبا وطالبة توزعوا حسب الجنس إلى (57) مبحوثا من الإناث بلغت نسبتهن (57%) مقابل (43) من الذكور بلغت نسبتهن (43%) من إجمالي العينة.

2. المحور الأول: دوافع القيام بعملية التواصل عبر موقع الفيس بوك لدى المبحوثين

الجدول 2: (يبيّن نوع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى المبحوثين)

ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها أكثر للتواصل مع الأشخاص		التكرار	النسبة
الفيس بوك		63	63%
الإنستغرام		5	5%
البريد الإلكتروني		8	8%
تيك توك		24	24%
المجموع		100	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) والذي يمثل نوع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى المبحوثين أن الفيس بوك قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة (63%)، ثم في المرتبة الثانية تيك توك بنسبة (24%)،

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

وكذلك جاء البريد الالكتروني في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (8%)، يليه في المرتبة الأخيرة الإنستغرام بنسبة (5%).

كما تسنى لنا من خلال البيانات الإحصائية للجدول أن أغلبية إجابات المبحوثين اتفقوا على اختيار الفيس بوك باعتباره فضاء يلي احتياجاتهم و رغباتهم لتقديمه عدة مزايا و خدمات جعلته القبله الأولى لهم، كما أن استخدامه بصفة دائمة جعلهم غير قادرين على التخلي عليه وذلك بسبب التعود عليه فهو واسع الانتشار ومتنوع الخدمات والمميزات، وهذا لا ينفي أهمية المواقع الأخرى بأخذها نصيبا من الأهمية كونها تزود المستخدم بفيدويوهات حصرية ومقاطع من الفيديوهات وغيرها...

الجدول 3: (يبين رأي المبحوثين حول سهولة التفاعل للفيس بوك مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى)

هل ترى أن موقع الفيس بوك يسهل عليك التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى		
التكرار	النسبة	
93	93%	نعم
7	7%	لا
100	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) رأي المبحوثين حول سهولة التفاعل للفيس بوك مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى، حيث يتضح لنا أن (93%) من أفراد العينة يرون أن موقع الفيس بوك يسهل عليهم التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى، في حين (07%) من قالوا عكس ذلك ولا يرونه موقعا يسهل عليهم التفاعل مع الآخرين بالمقارنة مع المواقع التواصلية الأخرى.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلب الشباب يرون أن موقع الفيس بوك يسهل عليهم التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى وقدرت نسبتهم بـ(93%)، وهذا راجع للمزايا التي يمتلكها هذا الموقع عن باقي المواقع الأخرى ومنها: حذف المشاركات و الرسائل القديمة المخرجة دفعة واحدة، التواصل والحصول على معلومات حيث يوفر الفيس بوك وسيلة اتصال فعالة عن باقي الوسائل بين مستخدميه وطريقا رائعا لتبادل المعلومات بمختلف أنواعها وذلك من خلال استخدامهم للرسائل أو المشاركات أو حتى

(زهير بن دوحة، عبد المالك بلالي)

التعليقات الموجودة على موقع الفيس بوك، كذلك الأعمال والمال فهو يتيح فرصة كبيرة لعمل دعاية لأولئك الأشخاص الذين يرغبون في القيام بمشاريع وأنشطة تجارية صغيرة لكنهم غير قادرين على دفع تكاليف الإعلانات والدعاية لهذه المشاريع.

الجدول 4: (يبين مدى أهمية الفيس بوك لدى المبحوثين)

		هل تعتبر موقع الفيس بوك من المواقع المهمة التواصلية لديك
النسبة	التكرار	
13%	13	غير مهم
65%	65	مهم
22%	22	مهم جدا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) مدى أهمية الفيس بوك لدى المبحوثين، حيث نجد أكبر نسبة قدرت بـ(65%) يعتبرونه مهم، في حين (22%) من المبحوثين من يعتبرونه مهما جدا بالنسبة لهم، وفي الأخير نجد أن نسبة (13%) من الشباب قالوا أنه غير مهم لهم. فمن خلال النتائج يتضح أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يعتبرون الفيس بوك مهم لهم وقد يكون هذا راجع إلى سهولة استخدامه وامتيازه بالبساطة و التقنية العالية والجودة في تلبية كل ما يحتاجه الشباب وإشباع رغباتهم.

الجدول 5: (يبين علاقة استخدام المبحوثين للفيس بوك بالتعرف على أشخاص جدد).

		هل التعرف على أشخاص جدد هو الذي دفعك إلى استخدام موقع الفيس بوك
النسبة	التكرار	
23%	23	نعم
77%	77	لا
100%	100	المجموع

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه رقم (05) يتضح لنا أن (77%) لا يستخدمون موقع الفيس بوك من أجل التعرف على أشخاص جدد، في حين (23%) صرحوا أن الدافع الذي جعلهم يستخدمون موقع الفيس بوك هو التعرف على أشخاص جدد وتكوين علاقات جديدة.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أغلب أفراد العينة لا يرون أن موقع الفيس بوك موقعا للتسلية وتكوين علاقات جديدة فقط، بل يرونه موقعا علميا باعتبار أفراد العينة ينتمون إلى الطبقة المتعلمة يجب أن يكونوا ملمين بمجالات مختلفة ومنوعين للحصول على المعرفة لديهم، ولا يستخدمون هذا الموقع بهدف التسلية أو بناء علاقات جديدة بل يستخدمونه لأغراض علمية تفيدهم في تحصيلهم العلمي والدراسي.

الجدول 6: (يبين دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك)

النسبة	التكرار	دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك
24%	24	تعزيز الروابط الاجتماعية
14%	14	من أجل قضاء وقت الفراغ
7%	7	التعرف وتكوين علاقات مع الآخرين
12%	12	التسلية والتخلص من الملل
5%	5	الهروب من الواقع
27%	27	التزود بمعلومات وأفكار جديدة
11%	11	أخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) الذي يبين دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك، أن أغلبية المبحوثين يعود الدافع الأول لاستخدامهم الفيس بوك للتواصل مع الأشخاص هو التزود بمعلومات وأفكار جديدة بنسبة (27%)، والدافع الثاني هو من أجل تعزيز الروابط الاجتماعية بنسبة (24%)، والدافع الثالث هو من أجل قضاء وقت الفراغ جاء بنسبة (14%)، والدافع الرابع هو التسلية والتخلص من الملل بنسبة (12%)، في حين (11%) من لديهم دوافع غير تلك، وهناك من يرى أن

(زهير بن دوحة، عبد المالك بلالي)

التعرف وتكوين علاقات مع الآخرين هو الذي دفعهم للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك وقدرت نسبتهم بـ(7%)، في حين يرى البعض أن الهروب من الواقع هو الذي جعلهم يتواصلون مع الأشخاص عبر الفيس بوك أيضا وقدرت نسبتهم بـ(5%).

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أغلبية الباحثين يرون أن الدافع الأول الذي جعلهم يتواصلون مع الأشخاص عبر الفيس بوك هو التزود بمعلومات وأفكار جديدة وقدرت نسبتهم بـ(27%)، أي أنهم يحصلون في موقع الفيس بوك على معلومات غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى مما يجذب الباحثين لاستخدامه وقد ساعدت الحرية التي يكلفها الموقع والخصوصية المتوافرة فيه إلى كسب عدد كبير من المستخدمين الذين يحاولون نشر ما يملكون من محتوى لا يمكن نشره في وسائل الإعلام الأخرى، وهذه المعلومات لعدم توافر بعضها أو سبب الضوابط التي تحول دون نشرها تجعل من الموقع نافذة للمستخدم يطل عن طريقها للعالم وهو بذلك مفضل لاحتوائه على أخبار ومعلومات جديدة.

الجدول 7: (يبين علاقة بناء الباحثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم).

		هل ساعدك التواصل عبر الفيس بوك على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة إليك
النسبة	التكرار	
52%	52	نعم
3%	3	لا
45%	45	أحيانا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(07) الذي يبين لنا علاقة بناء الباحثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم، تبين لنا أن (52%) من الشباب أجابوا بـ "نعم" قد ساعدهم التواصل عبر الفيس بوك على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم أي ما يعادل 52 الباحثين، تليها نسبة (45%) من الشباب الذين أجابوا بـ "أحيانا" بأن التواصل عبر الفيس بوك قد ساعدهم على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم أي ما يمثل 45 طالبا، وسجلنا لدى فئة الباحثين الذين لا يساعدهم التواصل عبر الفيس بوك على بناء علاقات مع الأشخاص بنسبة مئوية قدرت بـ(3%).

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

من خلال ملاحظتنا للجدول رقم (07) والذي يبين لنا علاقة بناء المبحوثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم، تبين لنا أن (52%) من الشباب كانت إجاباتهم بـ "نعم" أي قد ساعدتهم هذا الموقع على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم أي ما يعادل 52 طالبا، وهذا ما يدل على أن الفيس بوك قد تجاوز اسميته وفي كونه موقعا للتواصل الاجتماعي إلى موقع لبناء علاقات تجردت من الافتراضية لتصبح واقعية جادة ومهمة في حياة الفرد، و يرجع ذلك كون الفيس بوك موقعا يمنح للأشخاص الفرصة لكشف شخصياتهم والتعبير عن أفكارهم والتعرف على بعضهم عن كثب والتقرب من بعضهم البعض، لأن الإفصاح والإدلاء غالبا ما يكون سهلا من خلف الشاشة على أن يكون وجها لوجه، فهو يسهل عليهم ذلك الالتماس العاطفي ليكونوا أقرب فأهم بالنسبة للشخص.

3. المحور الثاني: المحتوى الاتصالي أثناء تواصل المبحوثين مع الآخرين عبر موقع الفيس بوك لدى الجدول 08: (يبين شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك)

ما هو شكل المحتوى الذي يدفعك أكثر للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك		
النسبة	التكرار	
13%	13	الإشعارات اليومية للأصدقاء
7%	7	الصور
25%	25	الأخبار
22%	22	رسائل نصية
5%	5	طلبات الصداقة
10%	10	الإعلانات
12%	12	مقاطع الفيديو
6%	6	الألعاب
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) والذي يبين شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك أن المحتوى الإخباري قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة (25%)، ثم في

(زهير بن دوحه، عبد المالك بلالي)

المرتبة الثانية الرسائل النصية بنسبة (22%)، وكذلك جاءت الإشعارات اليومية للأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (13%)، يليه في المرتبة الرابعة مقاطع الفيديو بنسبة (12%)، ثم في المرتبة الخامسة الإعلانات بنسبة (10%)، ثم في المرتبة السادسة الصور بنسبة قدرت بـ (7%)، ثم المرتبة السابعة الألعاب بنسبة (6%)، وفي آخر مرتبة طلبات الصداقة بنسبة (5%).

ونلاحظ من هذا الجدول الذي يبين شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك أن من خلال الإشعارات اليومية للأصدقاء، والصور، والأخبار، والرسائل النصية، طلبات الصداقة، الإعلانات، مقاطع الفيديو، والألعاب، كانت أعلى نسبة للأخبار ثم تليها الرسائل النصية ويمكن تفسير هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يسعون للتعرف على الأخبار بدافع المعرفة والحصول والتزود بكل ما هو جديد، كما هو معروف لتبادل المعلومات والاستفادة منها.

الجدول 09: (يبيّن نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك)

ما هي نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمامك		
النسبة	التكرار	
22%	22	المشاركة بالمحتوى عن طريق التعليق والإعجاب
23%	23	تعقب ما يكتبونه وينشرونه
34%	34	المشاركة بالمعلومات المختلفة معهم
21%	21	دعوة الأصدقاء إلى الانخراط في صفحات لها اهتمامات مشتركة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) والذي يبين نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك قد جاءت في المرتبة الأولى المشاركة بالمعلومات المختلفة معهم بنسبة (34%)، ثم في المرتبة الثانية تعقب ما يكتبونه وينشرونه بنسبة (23%)، وكذلك تحتل المشاركة بالمحتوى عن طريق التعليق والإعجاب في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (22%)، يليها في المرتبة الرابعة دعوة الأصدقاء إلى الانخراط في صفحات لها اهتمامات مشتركة بنسبة (21%).

فمن خلال ملاحظتنا يتضح لنا أن أعلى نسبة كانت للمشاركة بالمعلومات مع الأصدقاء بنسبة (34%)، نستنتج أن هذا النشاط يثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك وذلك راجع إلى ميولهم إلى كسب

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

المعارف والتعلم والاستفادة من المعلومات المختلفة التي تهمهم، باعتبار أفراد العينة ينتمون إلى الطبقة المثقفة والمتعلمة يجب أن يكونوا ملمين بمجالات مختلفة ومنوعين للحصول المعرفية لديهم.

الجدول 10: (يبين نوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك)

		ما نوع المضامين المستخدمة دوما وباستمرار
النسبة	التكرار	أثناء تواصلك مع الأشخاص في الفيس بوك
30%	30	المضامين الاجتماعية
23%	23	المضامين التعليمية
16%	16	المضامين التثقيفية
17%	17	مضامين التسلية والترفيه
14%	14	مضامين مهنية
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) والذي يبين نوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك أن الحاجة الاجتماعية قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30%)، ثم في المرتبة الثانية الحاجة تعليمية بنسبة (23%)، وكذلك جاءت حاجات التسلية والترفيه في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (17%)، يليها في المرتبة الرابعة الحاجة التثقيفية بنسبة (16%)، وفي آخر مرتبة الحاجات المهنية بنسبة (14%).

من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه لنوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك من حاجات اجتماعية، وتعليمية، وتثقيفية... إلخ، ومن النتائج البارزة والغالبة عن الحاجة الاجتماعية، يمكن تفسير هذا بأن الشباب الجزائري يفضلون المواضيع الاجتماعية باعتبارهم فرد من أفراد المجتمع، إذ لا يمكن أن نغفل عن أهمية وتأثير الفيس بوك في عصرنا الحالي في نقل الكثير من القضايا والأمور الاجتماعية التي تنشر بسرعة هائلة.

الجدول 11 : (يبين دوافع النفسية للمبحوثين للتواصل مع الأشخاص الآخرين عبر الفيس بوك)

ما هي دوافع استخدامك للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك		
النسبة	التكرار	
12%	12	إشباع الذات
16%	16	بناء علاقات جديدة
9%	9	إفراغ الطاقة
14%	14	الإدلاء بالرأي
30%	30	التزود بالأخبار التي تخص المجتمع
13%	13	الشعور بالانتماء إلى المجتمع
6%	6	أخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) والذي يبين دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك قد جاءت في المرتبة الأولى التزود بالأخبار التي تخص المجتمع بنسبة (30%)، ثم في المرتبة الثانية بناء علاقات جديدة بنسبة (16%)، وكذلك الإدلاء بالرأي تحتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (14%)، يليها في المرتبة الرابعة الشعور بالانتماء إلى المجتمع بنسبة (13%)، وفي المرتبة الخامسة إشباع الذات بنسبة (12%)، وفي المرتبة السادسة إفراغ الطاقة قدرت نسبتها بـ(9%)، وفي آخر مرتبة هناك من قال غير ذلك بنسبة قدرت بـ(6%).

فمن خلال الجدول رقم(13) والذي بين لنا دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك نجد أن التزود بالأخبار التي تخص المجتمع قد احتلت أعلى نسبة من بين النسب الأخرى بنسبة (30%)، وذلك راجع لحاجة الإنسان إلى معرفة ما يحصل حوله من تطورات في ظل هذه الوضعية الوبائية التي تشهدها البلاد مثلا، بالإضافة إلى حاجته إلى الاطلاع عما يحصل حوله من أحداث والتعرف على نوع التركيبة الاجتماعية التي يعيش فيها، فموقع الفيس بوك يجعل الإنسان

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

يرى العالم حوله وهو يجلس في زاوية منزله وهنا تتحقق خاصية الفيس بوك وميزته التعليمية المعروفة كونه يجعل العالم قرية صغيرة.

الجدول 12: (يبين مدى أهمية المعلومات لدى المبحوثين أثناء تواصله مع الأشخاص عبر الفيس بوك)

		إلى أي مدى تكون مختلف المعلومات التي تحصل عليها مهمة أثناء تواصلك مع الأصدقاء عبر موقع الفيس بوك
النسبة	التكرار	
14%	14	قليلة الأهمية
66%	66	مهمة
20%	20	مهمة جدا
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال قراءتنا للجدول رقم(12) الذي يبين مدى تكون مختلف المعلومات التي تحصل عليها مهمة أثناء تواصلك مع الأصدقاء عبر موقع الفيس بوك بحيث تكون مهمة تقدر بنسبة (66%)، تليها بنسبة (20%) مهمة جدا ، ثم بنسبة تقدر بـ (14%) قليلة الأهمية.

اعتمادا على النتائج المستخرجة يظهر لنا أن أكبر نسبة من المبحوثين يجدون أن المعلومات المتحصل عليها من خلال التواصل مع الأصدقاء عبر موقع الفيس بوك مهمة لهم، وقد يرجع هذا لحسن استخدامهم وتعاملهم مع هذا الموقع، وذلك من خلال تبادل الحقائق، الأفكار والآراء وكل ما هو مساعد وله فائدة في حياتهم اليومية.

نتائج الدراسة:

بعدها قمنا بمختلف الخطوات المنهجية والإحصائية لتحليل إجابات المبحوثين حول المعطيات العامة للدراسة التي تدور حول الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب ، توصلنا إلى نتائج مفادها كالتالي:

- دلت نتائج الدراسة أن موقع الفيس بوك يعد من المواقع الالكترونية المهمة لدى شريحة الشباب ، وهذا يعكس زيادة في وعي الشباب للتكنولوجيا الحديثة و وسائل الاتصال والسعي المتواصل لمواكبة التطور وإيجاد بدائل جديدة للروابط الاتصالية.

(زهير بن دوحه، عبد المالك بلالي)

- دلت النتائج للدراسة أن المبحوثين يرغبون بالتواصل مع الأقارب عبر موقع الفيس بوك وهذا يشير إلى أنه يملك مجالا اتصاليا واسع النطاق يوفر خدمة التواصل وربط الأفراد في منظومة التواصل الشبكي الالكتروني ويسهل التفاعل مع الآخرين.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يعود الدافع الأول لاستخدامهم الفيس بوك للتواصل مع الأشخاص هو التزود بمعلومات وأفكار جديدة أي أنهم يحصلون في موقع الفيس بوك على معلومات غير موجودة في وسائل الاتصال الأخرى مما يجذب المبحوثين لاستخدامه.

- كشفت النتائج عن أن عينة الدراسة يشاركون المعلومات المختلفة مع أصدقائهم وذلك من نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمامهم وغالبية المضامين المستخدمة عن الحاجة الاجتماعية وهذا يفسر بأن الشباب الجزائري يفضلون المواضيع الاجتماعية باعتبارهم فرد من أفراد المجتمع.

- بينت نتائج الدراسة أن استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك جاء بدافع التزود بالأخبار التي تخص المجتمع وذلك راجع لحاجة الإنسان إلى معرفة ما يحصل حوله من تطورات في ظل هذه الوضعية الوبائية التي تشهدها البلاد.

- تبين من الدراسة أن المعلومات التي تحصل عليها المبحوثين خلال تواصلهم مع الأصدقاء والأشخاص عبر الفيس بوك مهمة لهم وهذا لحسن استخدامهم وتعاملهم مع هذا الموقع وتبادل الأفكار والآراء فيما بينهم.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب "الفيس بوك نموذجاً"، وذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية في المجتمعات بصفة عامة وبالنسبة للشباب بصفة خاصة، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي حديث العام والخاص ، لذا يعتبرها الأغلبية أنها مظهر من مظاهر التحضر والتقدم كونها شكل من أشكال تكنولوجيا الاتصال وتطور المجتمعات.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل الحيز المكاني للتعرف وإنشاء الصداقات والتعلم والتثقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداء الفكري، كما يمكن اعتبارها مختبر لعمليات التعارف والتواصل البشري، وقد تمكنت هذه المواقع من بلوغ كل الفئات العمرية على اختلافها من صغار وكبار خاصة الفئة الأهم وهي فئة الشباب التي تمثل شريان المجتمعات الإنسانية وثروتها التي لا تقدر بثمن، حيث تتميز بقدر عال من التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الانترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى أما الآن فتتمثل في مشاركته في هذا المحتوى من خلال نشره والتعليق عليه بكل حرية رأي. وهذا ما يميز الشبكات

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب

الاجتماعية على غيرها من الوسائل التقليدية وهنا تكمن أهميتها وضرورة التعرف عليها ومعرفة كل ما يتعلق بها.

5. قائمة المراجع:

1. رحي مصطفى عليان،(2009)، طرق جمع البيانات والمعلومات لاغراض البحث العلمي، دار صفاء للنشر و التوزيع،عمان،ط1 .
2. ماجد محمد الخياط،(2001)، اساليب البحث العلمي، دار راية للنشر،عمان،الأردن،ط1.
4. عامر مصباح،(2008)، منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام ، دار المطبوعات الجامعية،بن عكنون ، الجزائر.
5. محمد محمود ربيع،(1987)،مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الفلاح ،الكويت.
6. عامر قنديلجي،البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، مرجع سابق، ص189.