

شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري

دراسة ميدانية بالقطب الجامعي تاسوست جامعة جيجل

Social networks and their impact on social relations among Algerian university youth An empirical study at the University pole of Tassoust university of Jijel

د.يونس لعويبي¹

جامعة محمد الصديق بن يحيى. جيجل

univ_etude@yahoo.fr

أ.بوسالم زينة

جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية

تاريخ الوصول: 2019/04/08 القبول: 2020/05/12 /النشر على الخط: 2020/06/15

Received: 08/04/2019 / Accepted: 12/05/2020 / Published online : 15/06/2020

المُلخَص: أدى انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، إلى تخوف بعض الباحثين من تأثير العلاقات الافتراضية التي يكونها الأفراد من خلال هذه الشبكات بشكل سلبي على العلاقات الاجتماعية التقليدية ، وبغرض الوقوف على حقيقة هذا التأثير لدى الشباب الجامعي الجزائري ، قمنا بإجراء هذه الدراسة على عينة من الطلبة الشباب بجامعة تاسوست بجيجل، حيث بينت النتائج العامة للدراسة أن الشباب الجامعي الجزائري يستخدم أكثر من شبكة اتصال اجتماعي واحدة، و أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يؤثر على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي، بل على العكس فقد ساعدت على توسيع علاقاتهم الاجتماعية و على المحافظة على علاقاتهم القديمة والقائمة.

الكلمات المفتاحية: العلاقات الاجتماعية، شبكات التواصل الاجتماعي، الشباب، الطالب الجامعي.

Abstract: The widespread use of social networks and the growing demand for it by various social groups, including youth, has led some researchers to fear the impact of virtual relationships that individuals have through these networks negatively on traditional social relations. Algerian university youth, we conducted this study on a sample of young students at the University of Tassoust in Jijel, where the general results of the study showed that the Algerian university youth uses more than one social network also found that the use of social networks, it has helped to expand their social relations. And to maintain their old and existing relationships

Keywords: social relations, social networks, youth, university student.

¹ - المؤلف المرسل: يونس لعويبي البريد الإلكتروني: univ_etude@yahoo.fr

مقدمة:

إنّ العلاقات الاجتماعية بمختلف مستوياتها نشأت من خلال عملية الاتصال، فلولا وجود الاتصال لما وجدت علاقات اجتماعية أصلاً، وقد أثر الاتصال بمختلف أشكاله ووسائله منذ القدم في العلاقات الاجتماعية بأشكال مختلفة. و مع تطور وسائل الاتصال في الوقت الراهن برز في الساحة العلمية مفهوم آخر للعلاقات بين الأفراد يتمثل في "العلاقات الافتراضية"، وهي عبارة عن علاقات يقيمها الأفراد بينهم من خلال فضاء افتراضي لا يستلزم حضور فيزيقي ولا جغرافي ولا تماثل زمني ولا ثقافي بين الأشخاص المتصلين ببعضهم، وقد توفرت هذه الفضاءات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها فضاءات افتراضية تفاعلية تسمح لهم بالتواصل مع أشخاص آخرين في أي وقت يشاءون ومن أية منطقة في العالم. وقد لقيت هذه الشبكات إقبالا واسعا عليها من طرف أشخاص من مختلف مناطق العالم، ومع تزايد الاعتماد على التواصل الافتراضي ، بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كانت العلاقات الافتراضية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا أم إيجابا على العلاقات الاجتماعية التقليدية، وفي هذا الخصوص انقسم الدارسون إلى فريقين: فريق يعتقد أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور إيجابي من خلال تعزيز وتقوية الروابط الاجتماعية التقليدية، حيث بينت بعض الدراسات أنها تحافظ على علاقات مستخدميها القديمة والقائمة ، وكذلك تزيد من ثقة مستخدميها في النفس، وتمنحهم جرأة أكبر من خلال مساعدتهم على تخطي خجلهم داخل المجتمع. بينما يرى الفريق الثاني بأن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على العلاقات الاجتماعية التقليدية، حيث أنها تعزل الفرد عن محيطه الاجتماعي وتؤدي إلى تفكك وتفتت العلاقات الاجتماعية القائمة.

أولاً: الإطار النظري للدراسة:

1.تحديد إشكالية الدراسة: إن فئة الشباب تعد من أكثر فئات المجتمع تقبلا للجديد، كونهم يمرون بمرحلة تتميز بالقابلية للنمو في مختلف النواحي الجسمية والنفسية والعقلية والتعليمية والاجتماعية،

وهذا ما يجعل الشباب أكثر إقبالا على ماهو جديد من جهة، ومن جهة أخرى أكثر عرضة للتأثيرات المختلفة، ولهذا فإن معظم الدراسات التي أجريت بخصوص قضايا الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي توصلت إلى أن فئة الشباب هي أكثر الفئات استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي في مختلف أنحاء العالم، بما فيهم الشباب العربي والجزائري، ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا الحالية لمحاولة معرفة تأثير استخدام الشباب الجامعي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي على علاقاته الاجتماعية، وعليه و انطلاقا مما سبق قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

وحتى تتمكن من الإلمام أكثر بمختلف جوانب الموضوع، قمنا بطرح أسئلة فرعية تمثلت في:

1. ماهي أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟
2. ما هي عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟
3. ماهي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟
4. كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

الجزائري؟

2.أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى معرفة طبيعة التأثير الذي يحدثه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي الجزائري، وعموما فالدراسة الحالية تهدف إلى إجلاء اللبس عن بعض النقاط التي تتمثل في:

- 1- معرفة عادات استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- معرفة دوافع استخدام الشباب الجامعي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب الجامعي الجزائري.
- 4- معرفة مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي الجزائري.

مجتمع الدراسة : يمثل مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة بمجموع طلبة السنة أولى علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بجامعة تاسوست بجيجل، والبالغ عددهم حوالي 1200 طالب وطالبة مسجلين في السنة الجامعية 2018-2019 تاريخ إجراء الدراسة، وبما أن جميع مفردات مجتمع البحث متجانسة في الخاصية المراد دراستها، فقد ارتأى الباحثان أن العينة العشوائية البسيطة مناسبة لإعداد هذه الدراسة، حيث تم اختيار عينة مكونة من 80 طالب وطالبة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

3. تحديد مفاهيم الدراسة:

مفهوم العلاقات الاجتماعية: تعرف العلاقات الاجتماعية بأنها "صورة تُصوّر التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر، بحيث يتكون لدى كل طرف صورة عن الآخر، والتي تؤثر سلباً أو إيجاباً على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات: الصداقة، والروابط الأسرية والقرابة، وزمالة العمل والمعارف أو الأصدقاء، والعزلة"¹

كما تعرف على أنها "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 بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض - بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أو سلبية - من أهم ضرورات الحياة"²، و"قد ذهب ماكس فيبر إلى أن مصطلح "العلاقة الاجتماعية" يستخدم غالباً لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعاً كل منهم في اعتباره سلوك الآخر، بحيث يتوجه سلوكه على هذا

¹ فايز المجالي: " استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 7، 2007. ص 171.

² إبراهيم إسماعيل عبده : العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر والمستترة، من الرابط

<http://www.asbar.com//ar/monthly-issues/779.article.htm> le 04/11/2013

الأساس .وعلى ذلك تشمل العلاقة الاجتماعية إمكانية تجديد سلوك الأفراد بطرق خاصة وتعتبر خاصية عامة للعلاقات الاجتماعية، فربما يختلف محتوى العلاقة على أساس الصراع أو العداوة أو التجاذب الجنسي أو الصداقة أو الشهرة أو الصيت أو تبادل السلع"¹ ويعرف الباحثان العلاقات الاجتماعية إجرائياً بأنها كل علاقة تنشأ بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجة معينة، ناتجة عن احتكاكهم وتفاعلهم مع بعضهم داخل بوتقة المجتمع.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي: "عرف السون وبويد Boyd ، Ellson

الشبكات الاجتماعية بأنها " مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"² ولقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها " مجموعة من المواقع علي شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب web 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو انتماء مشترك (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع علي الملفات الشخصية ،ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض . وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية"³

¹ - مريم نزيهان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييس بوك في الجزائر،(رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012)،ص80.

² -وليد رشاد زكي: "نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا"، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012، ص4

³ - وليد رشاد زكي ، المرجع السابق، ص5.

أما الباحثان فيعرفان شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل مع أشخاص آخرين في فضاء افتراضي.

مفهوم الشباب: "الشباب من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة، والشباب: الفتوة والحداثة، وشباب الشيء أوله. يقال: لقيته في شباب النهار"¹. "لقد اختلف علماء الاجتماع والقانون والسكان وعلم النفس الاجتماعي في تعريفهم للشباب فتارة يحدونه بسن بداية ونهاية بين (15-35 سنة) وتارة يحدونه بمرحلة نمو بيولوجي تكتمل فيه بنية الإنسان ونمو جسمه وأعضاؤه، ولعل أقرب تعريف إلى الحقيقة هو التعريف الاجتماعي الذي يقوم على تقسيم دورة حياة الإنسان إلى ثلاث مراحل تتوقف على مراحل النمو العضوي والنفسي، فهناك مرحلة الطفولة، ثم مرحلة التعليم وصقل المواهب في مرحلة الشباب وأخيراً مرحلة مواجهة الحياة وتحمل مسؤولياتها وضغوطها الاقتصادية والاجتماعية وتشغل جزءاً من مرحلة الشباب وما بعد مرحلة الشباب"².

4- الدراسات السابقة: تساعد الدراسات السابقة الباحث في إعداد بحثه عبر مختلف خطواته، سواء المنهجية أو حتى في تدعيم التراث النظري للموضوع، وبخصوص تأثير استخدام الانترنت عموماً وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً، على العلاقات الاجتماعية، فقد أجريت العديد من الدراسات والبحوث منذ طرح هذا الإشكال مع ظهور وانتشار الفضاءات والعلاقات الافتراضية، تحصل الباحثان منها على ثلاثة دراسات ساعدت في إنجاز هذه الدراسة بشقيها النظري والميداني، سنستعرضها حسب الترتيب الزمني لإجرائها:

أ الدراسة الأولى: دراسة أجراها الباحث فايز المجالي سنة 2006، موسومة بـ " استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، هدفت هذه

¹ - جبر الفضيلات: "كيفية وقاية الشباب من المخدرات"، الشباب الجامعي وآفة المخدرات، ط2، كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص587.

² - بورزق نوار: الشباب و البيئة، من الرابط <http://Bnouar.jeeran.com> 05/11/2013

الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في المجتمع الأردني، من خلال استطلاع آراء عينة من طلبة جامعة مؤتة بلغ تعدادها (325) مبحوثاً ومبحوثة، تم اختيارها بطريقة عشوائية . أظهرت نتائج الدراسة بأن أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الطلبة للإنترنت بمفردهم، وكلما زاد عدد ساعات الاستخدام اليومي. كما أظهرت النتائج بأن أكثر استخدامات الإنترنت هي لغايات علمية وبجئية، وتتم في معظمها داخل الحرم الجامعي.

وأشارت النتائج، كذلك، إلى وجود علاقة لآثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية وبعض المتغيرات النوعية، كالجنس، والعمر، ونوع الكلية، والمستوى الدراسي، والدخل الشهري لأسر المبحوثين، كما دلت على ذلك قيمة (F) بدلالة إحصائية ≥ 0.05 .

ب الدراسة الثانية: دراسة قام بها الباحث حلمي خضر ساري سنة 2008 تحت عنوان "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية- دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري، ومن أجل تحقيق هذا الهدف اختير 471 فردا بشكل عشوائي وزعت عليهم استبانة مكونة من 21 سؤال، وتوصلت الدراسة في الأخير إلى النتائج التالية: يستخدم المبحوثين الانترنت من كلا الجنسين لكن تأثيره على الإناث أكثر من الذكور، كما تبين أن لمتغيري عدد ساعات الاستخدام والتعليم دورا في هذا التأثير، وتبين أيضا أنه ترك تأثيرا على اتصال الأفراد بأسرهم وأصدقائهم، كما تبين أنه يساعد على تكوين علاقات عاطفية، ومن بين النتائج أيضا التي توصلت إليها الدراسة قدرة الاتصال عبر الانترنت على توسيع العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة وعلى شعور بعضهم بالاغتراب عن مجتمعهم الأصلي.

ج الدراسة الثالثة: دراسة قامت بها الباحثة مرية نزيهان نومان في إطار إعداد مذكرة ماجستير في السنة الجامعية 2011_2012، والموسومة بـ "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييس بوك في الجزائر"، وقد هدفت هذه

الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية من خلال العينة المبنية في العنوان، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن استخدام موقع الفيس بوك يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل مستخدميه مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم، كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

ثانيا: الإطار المنهجي للدراسة

1. فرضيات الدراسة: يجتمع الباحثون على أن الفرضية هي إجابة مؤقتة عن سؤال الدراسة، قد يتحقق وقد لا يتحقق، وهي الوسيلة التي تربط الباحث بميدانه، باعتبارها وسيلة للتحقق من الواقع، ولهذا، وحتى يمكننا التحقق من دراستنا على أرض الواقع، فقد قام الباحثان بصياغة فرضية رئيسية ومجموعة فرضيات فرعية للدراسة، كالتالي:

الفرضية الرئيسية: يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى ضعف العلاقات الاجتماعية القائمة لدى مستخدميها من الشباب الجامعي الجزائري.

الفرضيات الفرعية:

فرضية 1: تتعدد شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب الجامعي الجزائري.

فرضية 2: يستخدم الشباب الجامعي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة.

فرضية 3: يلجأ الشباب الجامعي الجزائري إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل ملء الفراغ العاطفي والاجتماعي.

فرضية 4: يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري إلى عزلهم تدريجيا عن مجتمعهم المحيط بهم.

2. منهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية كونها تسعى إلى كشف طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية لدى مستخدميها من

الشباب الجامعي الجزائري، وبالتالي فهي تسعى أساسا إلى وصف ماهو كائن في الواقع، ومنه فإن أنسب منهج لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي.

3. **عينة الدراسة:** يمثل مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة مجموع طلبة السنة أولى علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بجامعة تاسوست بجيجل، والبالغ عددهم حوالي 1200 طالب وطالبة مسجلين في السنة الجامعية 2018-2019 تاريخ إجراء الدراسة، وبما أن جميع مفردات مجتمع البحث متجانسة في الخاصية المراد دراستها، فقد ارتأى الباحثان أن العينة العشوائية البسيطة مناسبة لإعداد هذه الدراسة، حيث تم اختيار عينة مكونة من 80 طالب وطالبة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وزعت عليهم استمارات البحث بتاريخ 19 و 20 نوفمبر 2018، استرجع منها الباحثان 76 استمارة، فكان العدد النهائي للعينة هو 76 طالب وطالبة مسجلون بالسنة أولى جند مشترك علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير. والجدول التالي يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس والسن.

جدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة على فئتي العمر والجنس

المجموع	السن				المجموع	الجنس		الفئات التكرارات
	[26- 25]	[24- 23]	[22- 21]	[20- 19]		أنثى	ذكر	
76	03	12	25	36	76	42	34	ت
100	3.95	15.79	32.89	47.37	100	55.26	44.74	%

يوضح الجدول أعلاه خصائص العينة المدروسة من حيث الجنس والسن، ومن خلال فحص البيانات الموضحة في الجدول والمتعلقة بالجنس يتضح أن نسبة 55.62% من مفردات العينة الإناث، فيما مثل

الذكور نسبة 44.74 %، ويعود السبب في ارتفاع عدد الإناث عن عدد الذكور إلى طبيعة تركيب مجتمع البحث، حيث يبلغ عدد الإناث المسجلات بالسنة أولى جذع مشترك علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير أكثر من ضعف عدد الذكور. أما من حيث فئات السن فنجد أن أكثر مفردات العينة تتراوح أعمارهم ما بين 19 و20 سنة بنسبة 47.37 % يليها أفراد العينة البالغين من العمر ما بين 21 و22 سنة بنسبة 32.89 % ثم الأفراد البالغين من العمر ما بين 23 و24 سنة بنسبة 15.79 % وأخيرا الأفراد البالغين من العمر ما بين 25 و26 سنة بنسبة 3.95 %.

4. **أداة جمع البيانات:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وعليه فقد ارتأى الباحثان أن أنسب أداة لجمع البيانات من المبحوثين هي الاستمارة، وقد اشتملت على ثلاثة محاور أساسية إضافة محور البيانات الشخصية، حيث راعى الباحثان أن تشمل الاستمارة على أسئلة تمكن من جمع أكبر قدر من المعلومات التي تمكن من التحقق من فرضيات الدراسة، وقد وزعت أسئلة الاستمارة على محاورها بالشكل التالي:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية: اشتمل على سؤالين 1 و2 حول جنس و سن المبحوثين.

المحور الثاني: عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: وقد اشتمل على الأسئلة من 3-10، حيث حاول الباحثان الإلمام قدر الإمكان بجمع مؤشرات الفرضية الأولى والثانية التي تتوافق مع هذا المحور.

المحور الثالث: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: حيث حاولنا من خلال هذا المحور جمع المعلومات التي تمكننا من التحقق من الفرضية الثالثة، وقد اشتملت على الأسئلة من 11-16.

المحور الرابع: شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: وقد اشتمل هذا المحور على الأسئلة من 17-31، وقد حاولنا من خلالها التحقق من الفرضية الرابعة.

الفئات / التكرارات	فيس بوك	تويتر	يوتيوب	أخرى
ت	72	12	24	07
%	94.74	15.78	31.58	9.21

ثالثا: عرض وتحليل البيانات

محور عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم 02: يوضح أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة.

ملاحظة: عدد التكرارات أكثر من أفراد العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من فئة إجابة واحدة. يوضح الجدول أعلاه أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف أفراد العينة، وبقراءة للبيانات الموضحة فيه، يتضح لنا بأن أفراد العينة يستخدمون مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي بنسب متفاوتة، حيث تستخدم الغالبية العظمى من مفردات العينة "فيس بوك" بنسبة 94.74 %، ثم يليها اليوتيوب بنسبة 31.58 %، ثم تويتر بنسبة استخدام قدرت بـ 15.78 %، وأضافت مانسبتها 9.21 % من مفردات العينة أنها تستخدم كل من "سكايب" و "جي مايل"، وتتوافق بيانات الجدول مع مختلف الإحصائيات والدراسات بهذا الشأن، والتي خلصت إلى أن موقع "فيس بوك" يحتل الصدارة من حيث الاستخدام في العالم ككل.

جدول رقم 03: يوضح مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

الفئات / التكرارات	أقل من سنة	من سنة إلى 3 سنوات	أكثر من 3 سنوات	المجموع
ت	26	39	11	76
%	34.21	51.32	14.74	100

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي، وتشير بياناته إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ سنة إلى ثلاث سنوات وذلك بنسبة 51.32%، ثم تليها نسبة 34.21% من أفراد العينة يستخدمونها منذ أقل من سنة، في حين نجد أن نسبة 14.74% من أفراد العينة يستخدمونها منذ أكثر من ثلاث سنوات، وقد تراوحت هذه الفترات من 4 إلى 9 سنوات.

وقد يعود السبب في أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنة إلى ثلاث سنوات إلى صغر سن معظمهم من جهة، وإلى طبيعة المناطق الجيولوجية التي ينحدر منها الطلبة والتي لم تستفد معظمها من شبكة الانترنت إلا في السنوات القليلة الماضية، في حين لا تزال بعض المناطق لم تستفد منها إلى حد الآن من جهة أخرى.

جدول رقم 04: بوضوح عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين

المجموع	أكثر من 3سا	من 2سا-3سا	من 1سا-2سا	أقل من ساعة	الفئات التكرارات
76	04	18	32	22	ت
100	5.26	23.69	42.1	28.95	%

يبين هذا الجدول عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين بشكل يومي، ونلاحظ من خلال قراءتنا لبياناته بأن أغلبهم يقضون وقت يقدر بساعة إلى ساعتين في استخدامهم لهذه الشبكات بنسبة 42.1%، تليها نسبة 28.95% ممن يقضون وقتاً أقل من ساعة، تليها نسبة 23.69% من المبحوثين يقضون وقتاً يقدر بساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين تقضي ما نسبته 5.26% أكثر من ثلاث ساعات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تتراوح هذه المدة حسب ما أدلى به المبحوثين ما بين 6 و 7 ساعات يومياً. ويمكن تفسير هذه البيانات

بانشغال الطلبة بالدراسة، حيث يقضون جل النهار في الجامعة، وبقيّة الوقت يخصصونه للبحوث والأعمال المنزلية، هذا ما جعل معظمهم لا يقضون أكثر من ساعتين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 05: يوضح عدد مرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد

المجموع	أكثر من 3مرات	مرتين-3مرات	مرة واحدة	الفئات التكرارات
76	10	29	37	ت
100	13.16	38.16	48.68	%

يبين هذا الجدول عدد مرات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد من طرف الباحثين، حيث تبين بياناته أن أغلب أفراد العينة يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة في اليوم بنسبة قدرت بـ 48.68 %، تليها نسبة 38.16 % تتصفحها من مرتين إلى ثلاث مرات، وأخيرا تتصفح نسبة 13.16 % من الباحثين شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث مرات في اليوم وذلك بمعدل 5 إلى 7 مرات في اليوم. وتتوافق بيانات هذا الجدول مع بيانات الجدول السابق الذي يوضح عدد ساعات الاستخدام، حيث يمكن تفسير تصفح معظم أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة بالوقت المستخدم فعلا والذي يقدر بأقل من ساعة وهو ما لا يسمح بالتصفح أكثر من مرة واحدة.

جدول رقم 06: يوضح الفترات المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة

المجموع	06-00	00-18	18-12	12-06	الفئات التكرارات
76	06	39	25	06	ت
100	7.89	51.32	32.9	7,89	%

يوضح هذا الجدول الفترات المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة، وقد بينت المعطيات الوارد فيه أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية الممتدة من السادسة مساءً إلى غاية منتصف الليل بنسبة 51.32 %، بينما تفضل نسبة 32.9 % من الباحثين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في فترة بعد الزوال الممتدة من منتصف النهار إلى غاية السادسة مساءً، في حين نجد أن باقي أفراد العينة فضلوا استخدامها في فترة الصباح من السادسة صباحاً إلى غاية منتصف النهار، وفي الليل من منتصف الليل إلى غاية السادسة صباحاً بنسب متساوية قدرت بـ 7,89 % . وتبدو هذه البيانات منطقية حيث تعتبر الفترة الليلية (18-00) هي أنسب فترة يكون فيها الطالب متفرغ لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 07: يوضح مع من يستخدم أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي

الفئات التكرارات	مفردا	مع أصدقاء	مع أحد أفراد العائلة	أشخاص آخرين	المجموع
ت	55	13	08	00	76
%	72.37	17.1	10.53	-	100

يوضح هذا الجدول مع من يستخدم أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ من خلاله أن معظم أفراد العينة يستخدمونها لوحدهم بنسبة 72.37 %، ثم مع أصدقائهم بنسبة 17.1 %، ثم مع أفراد العائلة بنسبة 10.53 %، وقد فسر الباحثون تفضيلهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لوحدهم من أجل الحفاظ على خصوصيتهم، بينما فسر الذين يستخدمونها مع الأصدقاء أو العائلة بأنهم يستمتعون أكثر عندما يتواجد معهم أشخاصا آخرين.

جدول رقم 08: يوضح عدد أصدقاء أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

المجموع	أكثر من 300	300-150	أقل من 150	الفئات التكرارات
76	06	15	55	ت
100	7.88	19.17	72.36	%

يبين هذا الجدول عدد أصدقاء أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والذي نلاحظ من خلاله أن أغلبهم يملكون أقل من 150 صديق بنسبة 72.36 %، في حين يملك ما نسبته 19.17 % منهم من 150 إلى 300 صديق، وما نسبته 7.88 % منهم أكثر من 300 صديق، حيث بلغ أكبر رقم 2600 صديق.

جدول رقم 09: يوضح معايير اختيار المبحوثين لأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي

أخرى	لا يوجد معيار	الاهتمام المشترك	علاقة القرابة والصداقة	المستوى المعرفي والثقافي	الفئات التكرارات
02	10	21	40	15	ت
2.63	13.16	27.63	52.63	19.74	%

ملاحظة: عدد التكرارات أكثر من عدد أفراد العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من فئة إجابة واحدة. يبين الجدول أعلاه معايير اختيار المبحوثين لأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبفحص معطيته يتبين لنا أن ما نسبته 52.63 % من المبحوثين يختارون أصدقاءهم بناء على علاقة القرابة والصداقة وما نسبته 27.63 % منهم يختارون أصدقاءهم على أساس الاهتمام المشترك، ثم نجد نسبة 19.74 % من المبحوثين يختارون على أساس المستوى المعرفي والثقافي، في حين لا تعتمد نسبة

13.16% منهم على أي معيار، ونجد نسبة 2.63% من المبحوثين أجابوا أنهم يختارون أصدقاءهم على أساس الجمال والجنسية وفصاحة اللسان.

محور دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم 10: يوضح دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوث

الفئات	التواصل مع الأهل والأصدقاء	زيادة المعلومات والمعارف	التثقيف والترفيه والتسلية	التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية	التعرف على أشخاص جدد	تمضية الوقت	التخلص من الملل والقلق الاجتماعي	ملئ الفراغ العاطفي والاجتماعي	الهروب من الواقع	التكرارات
ت	41	39	21	28	27	21	12	09	07	
%	53.98	51.31	27.63	36.84	35.53	27.63	15.79	11.84	09.21	

ملاحظة: عدد التكرارات أكثر من أفراد العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من فئة إجابة واحدة.

يوضح هذا الجدول دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين، ويمكن أن نرتب هذه الدوافع تنازليا كما جاءت في الجدول كالتالي: الدافع الأول هو التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 53.98%، يليه زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 51.31%، ثم الترفيه والتسلية بنسبة 36.84%، ثم التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية بنسبة 35.53%، ثم يأتي دافع التثقيف ودافع التعرف على أشخاص جدد بنفس النسبة والمقدرة بـ 27.63%، ثم التخلص من القلق والملل بنسبة 15.79%، ثم ملئ الفراغ العاطفي والاجتماعي بنسبة 11.84%، ثم تمضية الوقت بنسبة 10.57%، وأخيرا الهروب من الواقع بنسبة 09.21%. ويتأمل هذه البيانات

نستخلص أن التواصل مع الأهل والأصدقاء وزيادة المعلومات والمعارف هي أكبر الدوافع التي تجعل المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي. غير أنه لا يمكن إهمال بقية الدوافع الأخرى المتمثلة في التعرف على أشخاص جدد وتمضية الوقت والتخلص من القلق والملل والهروب من الواقع وملئ الفراغ العاطفي والاجتماعي، والتي تعبر عن وجود خلل في العلاقات الاجتماعية المحيطة بالفرد والتي تدفع به إلى تكوين علاقات افتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 11: يوضح الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى شبكات التواصل الاجتماعي

المجموع	اسم مستعار	الاسم الحقيقي	الفئات التكرارات
76	32	44	ت
100	42.10	57.90	%

يوضح هذا الجدول الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن نسبة كبيرة منهم قدرت بـ 57.90% يستخدمون اسمهم الحقيقي، بينما يستعمل بقيتهم والممثلين بنسبة 42.10% اسما مستعارا، وقد أوضح معظم الأفراد الذين يستخدمون اسمهم الحقيقي أنهم لا يخفون هويتهم الحقيقية لأنه ما من داع لإخفائها، وأنهم يحبون الصراحة ولا يريدون خداع الآخرين، في حين برر الأشخاص الذين يستخدمون اسما مستعارا أنهم يتجنبون الإزعاج بإخفائهم هويتهم الحقيقية، وقد أشار البعض منهم وهن من الإناث أن طبيعة المجتمع المحافظ الذي يعيشون فيه يفرض عليهم ذلك.

جدول رقم 12: يوضح طريقة تصرف أفراد العينة حيال طلبات الصداقة من الغرباء

المجموع	لا	نعم	الفئات التكرارات
76	42	34	ت
100	55.26	44.74	%

يبين الجدول أعلاه طريقة تصرف أفراد العينة حيال طلبات الصداقة من الغرباء، حيث أفصحت البيانات الواردة فيه أن نسبة كبيرة منهم ترفض طلبات الصداقة من الغرباء مقدرة بـ 55.26%، في حين توافق نسبة 44.74% منهم على هذه الطلبات. ويمكن تفسير عدم موافقة أفراد العينة من خلال بيانات الجدول رقم 10، والذي يوضح أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع معارفهم من الأهل والأصدقاء وزيادة المعلومات والمعارف،

جدول رقم 13: يوضح دوافع أفراد العينة لقبول طلبات الصداقة من الغرباء

المجموع	أخرى	التعرف على أشخاص جدد	التسلية وتمضية الوقت	تكوين علاقات غرامية	الفئات التكرارات
41	03	21	10	07	ت
100	7.36	51.20	24.38	17.06	%

جدول يوضح دوافع أفراد العينة لقبول طلبات الصداقة من الغرباء، حيث جاء دافع التعرف على أشخاص جاء في المرتبة الأولى بنسبة 51.20%، ثم التسلية وتمضية الوقت بنسبة 24.38%، ثم تكوين علاقات غرامية بنسبة 17.06%، ثم نسبة 7.36% في خانة أخرى تمثلت في الانفتاح على العالم الخارجي والتعرف على الثقافات المختلفة.

جدول رقم 14: يوضح الحاجات التي تلبّيها شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة

أخرى	التواصل والتفاعل مع آخرين	التنفس والتعبير بكل حرية	اشبع الفضول والحصول على معلومات	الهروب من الواقع	الفئات التكرارات
00	41	20	30	08	ت
100	53.95	26.31	39.47	10.52	%

ملاحظة: عدد التكرارات أكثر من أفراد العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من فئة إجابة واحدة. يوضح هذا الجدول الحاجات التي تلبّيها شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، حيث نلاحظ الحاجة إلى التواصل والتفاعل مع الآخرين جاءت في المقدمة بنسبة 53.95 %، ثم الحاجة إلى إشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة 39.47 %، ثم التنفس والتعبير بكل حرية بنسبة 26.31 %، وأخيرا الهروب من الواقع بنسبة 10.52 %، وتؤكد هذه البيانات أن شبكات التواصل الاجتماعي نجحت في تلبية حاجة التواصل لدى مستخدميها خصوصا مع الأهل والأصدقاء.

جدول رقم 15: يبين الاشباع التي يحققها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة

إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية	إقامة علاقات غرامية	ربط علاقات صداقة	الفئات التكرارات
23	09	53	ت
30.26	11.84	69.74	%

ملاحظة: عدد التكرارات أكثر من أفراد العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من فئة إجابة واحدة. يبين الجدول في الأعلى الاشباع التي يحققها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، وتتصدر قائمة الاشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة ربط علاقات صداقة

بنسبة 69.74% ، يليها إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية بنسبة 30.26%، ثم ربط علاقات غرامية بنسبة 11.84% .

جدول رقم 16: يوضح شعور أفراد العينة حيال عدم استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

الفئات التكرارات	فراغ	قلق واضطراب	لا شيء	المجموع
ت	24	10	42	76
%	31.58	13.16	55.26	100

أجاب أكثر من نصف أفراد العينة أنهم لا يشعرون بشيء بنسبة حيال عدم استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي 55.26%، في حين نجد نسبة 31.58%، منهم يشعرون بالفراغ ونسبة 13.16% منهم يشعرون بالقلق والاضطراب، وهذا يدل على أن نسبة لا يستهان بها دخلت مرحلة الإدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يؤثر على الحالة النفسية للفرد وكذا على علاقاته الاجتماعية مع أهله وأصدقائه وأقاربه، حيث يصبح يعتقد أنها حياة ثانوية ولا يفكر سوى في الحياة الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي.

محور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية

جدول رقم 17: يوضح شعور أفراد العينة عن المجتمع المحيط بهم بسبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

الفئات التكرارات	نعم	لا	المجموع
ت	23	53	76
%	30.26	69.74	100

نلاحظ أن معظم أفراد العينة أجابوا بأنهم لا يشعرون بالعزلة عن المجتمع المحيط بهم بسبب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 69.74 %، بينما أجابت نسبة 30.26 % منهم بأنهم يشعرون بالعزلة، ورغم أن أكبر نسبة لا تشعر بالعزلة عن المجتمع المحيط بها، إلا أنه لا يمكن إهمال النسبة الثانية لأنها أيضا نسبة معتبرة.

جدول رقم 18: يوضح مع من يقضي أفراد العينة أكثر وقتهم

المجموع	مع أفراد الأسرة	مع أصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي	الفئات التكرارات
76	44	32	ت
100	57.90	42.10	%

يبين الجدول أن الذين يقضون أكثر وقتهم مع أفراد أسرهم أكثر من الذين يقضون وقتهم مع أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بالنسبة التالية على التوالي 57.90 % و 42.10 %، والمتأمل لهذه النسب يلاحظ التقارب فيما بينها، وهو إن دل على شيء فإنما يدل على أن التواصل الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي بدأ يأخذ حيزا هاما والذي من شأنه أن يؤثر على علاقات الأفراد بأسرهم.

جدول رقم 19: يوضح مع من يشعر أفراد العينة بالألفة والانتماء أكثر

المجموع	أفراد الأسرة والأصدقاء في الواقع	أصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي	الفئات التكرارات
76	58	18	ت
100	76.31	23.69	%

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة لا يستهان بها من أفراد العينة يشعرون بالألفة والانتماء مع أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من أفراد أسرهم وأصدقائهم في الواقع، وقدرت هذه النسبة بـ 23.69 %، في حين نجد أن أغلبية أفراد العينة يشعرون بالألفة والانتماء مع أفراد أسرهم وأصدقائهم في الواقع أكثر من أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت بـ 76.31 %، وهو مؤشر على أن العلاقات الاجتماعية الأولية لا تزال صامدة أمام العلاقات الاجتماعية الافتراضية.

جدول رقم 20: يوضح الأصدقاء الذين يقضي معهم أفراد العينة أكثرية وقتهم.

المجموع	في الواقع	عبر شبكات التواصل الاجتماعي	الفئات التكرارات
76	52	24	ت
100	68.42	31.58	%

يوضح الجدول أن جل أفراد العينة يقضون وقتهم مع أصدقائهم في الواقع بنسبة 68.42 %، في حين تقضي نسبة 31.58 % منهم أكثر وقتها مع أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد يعود السبب إلى أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لوقت قصير كما يبيانه في الجداول السابقة.

جدول رقم 21: يوضح اعتقاد الباحثين بحميمية العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع	لا	نعم	الفئات التكرارات
76	54	22	ت
100	71.05	28.95	%

بتأملنا للبيانات الواردة في الجدول أعلاه يتبين أن نسبة كبيرة من المبحوثين قدرت بـ 71.05% لا يعتقدون بأن علاقاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تعادل في حميميتها علاقاتهم في الواقع، في حين تعتقد نسبة 28.95% بالعكس، وهذا يدل على أن العلاقات المكونة عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا تدوم لفترات طويلة إنما تنتهي في حدود شاشة جهاز الكمبيوتر.

جدول رقم 22: يوضح تمكن المبحوثين من الحديث بصراحة أكثر عبر شبكات التواصل

الاجتماعي

المجموع	لا	نعم	الفئات التكرارات
76	24	52	ت
100	31.58	68.42	%

يوضح لنا هذا الجدول أن نسبة كبيرة من المبحوثين يسمح لهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحديث بصراحة وجرأة أكثر في مختلف المواضيع عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الحديث عنها في الواقع بنسبة قدرت بـ 68.42%، في حين لا يعتقد 31.58% من أفراد العينة ذلك. إن هذه النسبة الكبيرة تؤيد الاتجاه القائل بأن لشبكات التواصل الاجتماعي دور إيجابي في العلاقات الاجتماعية.

جدول رقم 23: يوضح عدد الأصدقاء التي يمتلكها أفراد العينة أكثر

المجموع	معارف وأصدقاء في الواقع	معارف وأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي	الفئات التكرارات
76	55	21	ت
100	72.37	27.63	%

من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول ، يتبين بأن غالبية الباحثين يملكون معارف وأصدقاء في الواقع أكثر من معارفهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 72.37 %، في حين يملك ما نسبته 27.63 % من أفراد العينة معارف وأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الواقع، وبالعودة إلى بيانات الجدول رقم 08 الذي يوضح أن أغلب الباحثين يملكون أقل من 150 صديق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، نستنتج أن كثرة عدد الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا يعني بالضرورة أن الباحث يتفاعل معهم كلهم.

جدول رقم 24: يوضح في من يثق بالبحوث أكثر

المجموع	معارف وأصدقاء في الواقع	معارف وأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي	الفئات التكرارات
76	70	06	ت
100	92.10	07.90	%

يثق الغالبية العظمى من الباحثين في معارفهم وأصدقائهم في الواقع بنسبة 92.10% ، مقابل نسبة 07.90% التي تثق في معارفها وأصدقائها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يؤكد الفكرة القائلة بأن العلاقات الافتراضية التي يقيمها الفرد عبر شبكات التواصل الاجتماعي تنتهي عند حدود الشاشة.

جدول رقم 25: يوضح لقاء الباحثين بأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي

المجموع	لا	نعم	الفئات التكرارات
76	32	44	ت
100	42.10	57.90	%

يبين لنا هذا الجدول أن أكثر من نصف أفراد العينة التقوا بأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 57.90 %، بينما نسبة 42.10 % لم تلتق بهم ، مما يوضح استعداد المبحوثين لتوطيد علاقاتهم الافتراضية أكثر، وهو ما ينبى عن وجود نوع آخر من العلاقات التي قد تهدد العلاقات التقليدية القائمة على الاتصال المواجهي.

جدول رقم 26: يوضح تقييم المبحوثين لزياراتهم لأقاربهم منذ استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع	بقيت على ماهي عليه	تراجعت	زادت	الفئات التكرارات
76	48	16	12	ت
100	63.16	21.05	15.79	%

بينت نسبة 21.05 % من المبحوثين أن زيارتهم لأقاربهم تراجعت منذ بدء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، في حين تعتقد نسبة 15.79 %، منهم أنها زادت، بينما أجابت نسبة 63.16 % منهم بأن زيارتهم لأقاربهم بقيت على ما هي عليه منذ بدء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وهذه النسبة الكبيرة تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تؤثر على علاقات المبحوثين مع أقربائهم.

جدول رقم 27: يوضح تقييم المبحوثين لنشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية منذ بدء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع	بقيت على ماهي عليه	تراجعت	زادت	الفئات التكرارات
76	42	16	18	ت
100	55.27	21.05	23.68	%

بتأملنا للمعطيات الواردة في الجدول نلاحظ أن نسبة كبيرة من المبحوثين لم تتأثر نشاطاتهم في المناسبات العائلية منذ بدء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، على العكس نجد أن نسبة 23.68% منهم يعتقدون أنها زادت على ما كانت عليه، بينما نسبة 55.27% يعتقدون أنها بقيت على ما هي عليه، في حين نجد نسبة مقدرة بـ 21.05% تعتقد أن نشاطاتها في المناسبات العائلية تراجعت، وهي نسبة لا يمكن إغفالها.

جدول رقم 28: يوضح مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين في توسيع علاقاتهم.

الفئات	نعم	لا	المجموع
ت	65	11	76
%	85.53	14.47	100

من خلال الجدول أعلاه، نستنتج أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في توسيع العلاقات الاجتماعية للمبحوثين، وهذا ما تدعمه النسبة 85.53% من المبحوثين الذين أقروا بذلك، مقابل نسبة 14.47% منهم الذين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي لم تساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية.

جدول رقم 29: يوضح اشتكاء أسر المبحوثين منهم بسبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

الفئات	نعم	لا	المجموع
ت	29	47	76
%	38.16	61.84	100

أجاب ما نسبته 61.84% من أفراد العينة أن أسرهم لا تشتكي منهم بسبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد يعود هذا إلى قلة الوقت المخصص لاستخدامها لدى بعض أفراد العينة كما هو موضح في الجدول رقم 08، في حين أجابت نسبة معتبرة من الباحثين والتي قدرت بـ 38.16% أن أسرهم تشتكي منهم بسبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد يعود هذا إلى شعور الأسرة بقلّة تفاعل الباحثين معهم وتفضيل علاقاتهم الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على علاقاتهم مع أسرهم.

جدول رقم 30: يوضح مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على العلاقات القائمة والقديمة.

المجموع	لا	نعم	الفئات التكرارات
76	16	60	ت
100	21.05	78.95	%

من خلال ملاحظتنا لبيانات الجدول أعلاه، نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على الحفاظ على العلاقات الاجتماعية القديمة والقائمة للباحثين، حيث أجابت نسبة 78.95% منهم بالموافقة على ذلك، في حين نجد أن نسبة 21.05% منهم لا يوافقون على أنها ساعدت على محافظتهم على علاقاتهم القديمة والقائمة.

جدول رقم 31: يوضح مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تقريب المبحوثين من أقاربهم المقيمين بالخارج.

المجموع	ليس لدي أقرباء في الخارج	لا	نعم	الفئات التكرارات
76	27	10	39	ت
100	35.52	13.16	51.32	%

في الوقت الذي نجد فيه نسبة مقدرة بـ 35.52% من المبحوثين لا يملكون أقارب في الخارج وبالتالي لا تؤثر إجاباتهم على نتائج هذا الجدول، نجد أن نسبة كبيرة من المبحوثين ساعدتهم شبكات التواصل الاجتماعي في التقرب والتواصل والتقرب أكثر من أقاربهم المقيمين بالخارج بنسبة مقدرة بـ 51.32%، بينما نجد نسبة 13.16% منهم لم تساعدهم شبكات التواصل الاجتماعي في التقرب من أقاربهم المقيمين بالخارج.

رابعاً: تفسير النتائج : انطلاقاً من أهداف الدراسة الحالية، والمنهج المتبع، تم التركيز على محاولة معرفة الكيفية التي تؤثر بها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي المسجل بالسنة أولى علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بجامعة تاسوست كعينة عن الشباب الجامعي الجزائري، وقد أثارت هذه الدراسة عدة تساؤلات تمت بلورتها فرضية رئيسية أربعة فرضيات فرعية دارت حول أنواع الشبكات المستخدمة من طرف الشباب الجامعي، وعادات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع هذا الاستخدام، وأخيراً الكيفية التي يؤثر بها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. وقد تم الاعتماد للتحقق من صحة الفرضيات على تقنية الاستمارة التي وزعت على عينة الدراسة، ووفقاً لفرضيات الدراسة فقد توصل إلى النتائج التالية:

- 1_ فيما يتعلق بتعدد شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب الجامعي الجزائري فقد بينت الدراسة تحقق هذه الفرضية، فرغم التفاوت الكبير في نسب استخدامها إلا أن الدراسة كشفت عن أن الشباب الجامعي الجزائري يستخدم أكثر من شبكة اتصال اجتماعي واحدة، وتمثلت هذه الشبكات في: "الفيس بوك" بنسبة 94.74 %، ثم يلهها اليوتيوب بنسبة 31.58 %، ثم تويتر بنسبة 15.78 %، ثم "سكايب" و "جي مايل" 9.21 % .
- 2_ وفيما يتعلق عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي، فقد كشفت الدراسة عن ما يلي:
- أن أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ سنة إلى ثلاث سنوات وذلك بنسبة 51.32 %.
 - أغلبهم يقضون وقت يقدر بساعة إلى ساعتين في استخدامهم لهذه الشبكات بنسبة 42.1 %.
 - أغلب أفراد العينة يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة في اليوم بنسبة قدرت ب 48.68 %.
 - أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية الممتدة من السادسة مساء إلى غاية منتصف الليل بنسبة 51.32 %
 - حيث نلاحظ من خلاله أن معظم أفراد العينة يستخدمونها لوحدهم بنسبة 72.37 % ،
 - أغلبهم يملكون أقل من 150 صديق بنسبة 72.36 %
 - نسبة 52.63 % من المبحوثين يختارون أصدقاءهم بناء على علاقة القرابة والصدقة.
- من خلال نتائج المؤشرات السابقة، يتضح لنا عدم تحقق الفرضية الثانية القائلة بأن الشباب الجامعي الجزائري يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة، حيث بينت الدراسة أنهم يشتركون في عادات الاستخدام بالأغلبية في كل مؤشر.
- 3_ أما فيم يخص دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري، فقد كشفت الدراسة عن الآتي:

- الدافع الأول لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري هو التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 53.98%، يليه زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 51.31%
- نسبة كبيرة من المبحوثين قدرت بـ 57.90% يستخدمون اسمهم الحقيقي.
- نسبة كبيرة من المبحوثين ترفض طلبات الصداقة من الغرباء مقدرة بـ 55.26%، ويعود الدافع الرئيسي إلى قبول البقية لهذه الطلبات إلى التعرف على أشخاص جدد.
- جاءت الحاجة إلى التواصل والتفاعل مع الآخرين في مقدمة الحاجات التي يليها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي بنسبة 53.95%
- تتصدر قائمة الاشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة ربط علاقات صداقة بنسبة 69.74%
- في حين نجد نسبة 31.58% منهم يشعرون بالفراغ، و نسبة 13.16% منهم يشعرون بالقلق والاضطراب في حال عدم استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.
- أن مجموع هذه المؤشرات ينفي صحة الفرضية الثالثة القائلة بأن الشباب الجامعي الجزائري يلجأ إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل ملئ الفراغ العاطفي والاجتماعي، حيث يتضح من النتائج أن الدافع إلى التواصل مع الآخرين هو الذي يجعل الشباب الجامعي الجزائري يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4_ فيما يخص تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، فقد كشفت الدراسة الميدانية عن مايلي:
- لا يشعر نسبة 69.74% من المبحوثين بالعزلة عن المجتمع المحيط بهم بسبب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- الذين يقضون أكثر وقتهم مع أفراد أسرهم أكثر من الذين يقضون وقتهم مع أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بالنسب التالية على التوالي 57.90% و 42.10%..

- أغلبية أفراد العينة يشعرون بالألفة والانتماء مع أفراد أسرهم وأصدقائهم في الواقع أكثر من أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت بـ 76.31%.
- جل أفراد العينة يقضون وقتهم مع أصدقائهم في الواقع بنسبة 68.42%.
- نسبة كبيرة من المبحوثين قدرت بـ 71.05% لا يعتقدون بأن علاقاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تعادل في حميميتها علاقاتهم في الواقع.
- نسبة كبيرة من المبحوثين يسمح لهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالحديث بصراحة وجرأة أكثر في مختلف المواضيع أكثر من الحديث عنها في الواقع بنسبة قدرت بـ 68.42%.
- الغالبية من المبحوثين يملكون معارف وأصدقاء في الواقع أكثر من معارفهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 72.37%.
- يثق الغالبية العظمى من المبحوثين في معارفهم وأصدقائهم في الواقع بنسبة 92.10%.
- أكثر من نصف العينة التقوا بأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 57.90%.
- تعتقد نسبة 15.79%، من المبحوثين أن زيارتهم لأقاربهم زادت منذ بدء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما تعتقد نسبة 63.16% منهم بأنها بقيت على ما هي عليه.
- تعتقد نسبة 23.68% من المبحوثين أن نشاطاتها في المناسبات العائلية زادت على ما كانت عليه، بينما نسبة 55.27% يعتقدون أنها بقيت على ما هي عليه.
- لشبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في توسيع العلاقات الاجتماعية للمبحوثين، وهذا ما تدعمه النسبة 85.53% من المبحوثين الذين أقروا بذلك،
- أجاب ما نسبته 61.84% من أفراد العينة أن أسرهم لا تشتكي منهم بسبب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.
- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على العلاقات الاجتماعية القديمة والقائمة للمبحوثين، حيث أجابت نسبة 78.95% منهم بالموافقة على ذلك.

- نسبة كبيرة من المبحوثين ساعدتهم شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل والتقرب أكثر من أقرانهم المقيمين بالخارج بنسبة مقدرة بـ 51.32%.

إن مجموع المؤشرات السابقة تدل على أن الفرضية الرابعة القائلة بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري يؤدي إلى عزلمهم تدريجيا عن مجتمعهم المحيط بهم، لم تتحقق، حيث بينت جميع المؤشرات أنها لم تؤثر على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي، بل على العكس ساعدت على توسيع علاقاتهم الاجتماعية و على المحافظة على علاقاتهم القديمة والقائمة.

خاتمة: اختلف المهتمون بدراسة العلاقات الاجتماعية منذ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وما جلبته من تطور في مجال ربط العلاقات الاجتماعية حول تأثيرها على العلاقات الاجتماعية التقليدية، ورغم أن نتائج الدراسة الحالية تصب في الاتجاه القائل بأن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير ايجابي على العلاقات الاجتماعية التقليدية، حيث تساهم في تعزيزها وتقويتها من خلال توفير وسيلة للتواصل أكثر معهم ولو من خلال الفضاء الافتراضي، إلا أنه لا يمكن الجزم بهذا الدور الايجابي، حيث ورغم قلة نسبة المبحوثين الذين يفضلون قضاء أوقاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتواصل أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين، وكذلك شعورهم بالقلق والإضراب والفراغ إذا ما لم يستخدموها، إلا أنه لا يمكن تجاهل أهم فئة من المجتمع، وهذا ما يدفعنا إلى التساؤل عما إذا كانت هذه الفئة ستتحصر في المستقبل ويقل أعدادها، أم أنها ستتشر ويزيد عدد أفرادها، مما يبقى الجدل حول التأثير الذي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية التقليدية قائما، ويتطلب إجراء المزيد من الدراسات للفصل فيه.

قائمة المراجع

- 1- مريم نزيان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييس بوك في الجزائر، (رسالة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012).

- 2- فايز المجالي: " استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية" ، مجلة المنارة، المجلد13، العدد 7، 2007.
- 3- حلمي خضر ساري: "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية- دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، مجلة جامعة دمشق، مجلد 24، العدد 1 و2، 2008.
- 4- إبراهيم إسماعيل عبده : العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر والمستترة، من الرابط
<http://www.asbar.com//ar/monthly-issues/779.article.htm>
 04/11/2013 15.25
- 5- وليد رشاد زكي: " نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثودولوجيا"، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012.
- 6- : جبر الفضيلات: " كيفية وقاية الشباب من المخدرات"، الشباب الجامعي وآفة المخدرات، ط2، كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص587.
- 7- بورزق نوار: الشباب و البيئة، من الرابط
<http://Bnouar.jeeran.com> 05/11/2013 18.32