

أثر استخدام الجمهور الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات التقليدية

-دراسة ميدانية-

The impact of the Algerian public's use of social networks on traditional practices

- A field study-

دلال محزوز، جامعة تبسة، الجزائر.

dalal.mehzouz@univ-tebessa.dz

تاريخ التسليم: (2020/01/02)، تاريخ المراجعة: (2020/04/10)، تاريخ القبول: (2020/06/24)

Abstract :

ملخص :

The study aimed to identify the habits of the use of social networks by the implications of this use on its traditional practices.

The study was based on the sample survey methodology. Applied to a single sample method. The data collection tool was represented in the electronic form. The study resulted in several results, most notably that the Algerian public is always using social networking sites.

Keywords : Social networks, Facebook, The Algerian public, Traditional practices, Information, The use.

هدفت الدراسة للتعرف على عادات استخدام الجمهور الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة انعكاسات هذا الاستخدام على ممارساته التقليدية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة والتي اختيرت بطريقة العينة المتاحة، وتمثلت أداة جمع البيانات في الاستمارة الالكترونية، وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج أبرزها أن الجمهور الجزائري دائم الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الجمهور الجزائري، الممارسات التقليدية، الإعلام، الاستخدام.

* المؤلف المراسل: دلال محزوز، الإيميل: m.loukal@univ-boumerdes.dz

1- مقدمة:

لقد صاحب التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تلقى رواجاً كبيراً لما أتاحتها من خدمات متنوعة، ويعد الفيسبوك واحد من شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدم بقوة من طرف متصفح الإنترنت لما يتيح من إمكانية التواصل وتوفير المعلومة وتكوين علاقات جديدة ونقل الثقافات والحضارات والتعريف بالعادات والتقاليد، وفي المقابل فقد أدى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي لبروز العديد من الإشكاليات عل أهمها انعكاسات موقع الفيسبوك على الممارسات التقليدية والتي تعتبر وجه لثقافة المجتمعات وأحد أهم عناصر هويتها الثقافية.

2 - الإطار المنهجي للدراسة:

2-1 - الإشكالية: تعرف التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الجديدة منذ عدة سنوات حركية كبيرة في مستوى طفراتها التقنية إذ تبتلع هذه الطفرات كل الفضاءات التي يتحرك ضمنها الفرد المعاصر (الصادق، 2004، ص 60)، فقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدين الأخيرين خاصة مع انتشار الإنترنت حقائق جديدة على العالم جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي سرعان ما أصبحت إفرازاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية (شفيق، 2013، ص 15)، حيث لعبت التكنولوجيا دوراً محورياً في تاريخ البشرية فكان ومزال التطور التكنولوجي سلاح السبق في معظم مراحل التاريخ باعتبارها المحدد الأول لميزان القوى في العالم والانتقال من مرحلة لأخرى (الأخرس، 2008، ص 67).

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم تقنيات الاتصال الحديثة التي عرفها العالم في العقود الأخيرة والتي أحدثت تغيرات جوهرية شملت جميع مناحي الحياة، إذ عملت هذه الشبكات على إحداث تغيرات في بنية العلاقات الاجتماعية بين الناس وكيفية تفاعلهم وطرق تواصلهم (المسيح، 2018، ص 07)، كما يعتبر موقع الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت رواجاً وانتشاراً كبيرين نظراً للخدمات التي يقدمها، حيث يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ست سنوات من عمره لأكثر من (800) مليون مشترك من كافة أنحاء العالم (عفيفي، 2015، ص 164).

والمجتمع الجزائري ليس ببعيد مثله مثل بقية المجتمعات الأخرى عن التحولات التي أفرزتها ثورة شبكات التواصل الاجتماعي وهو يشهد زيادة وتنامي مستمرين من حيث عدد مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشار التقرير السنوي الصادر عن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي هوت سويت أن الجزائر شهدت نمواً ملحوظاً في استخدام الإنترنت والهاتف المحمول وشبكات التواصل الاجتماعي في (2018) حيث احتلت المرتبة (20) عالمياً من حيث نمو مستخدمي الإنترنت أي بارتفاع

قدره (17) بالمائة مقارنة بالعام (2017) والمرتبة (19) عالميا في زيادة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بارتفاع نسبته (10) بالمائة. (<http://www.elbilad.net>) ، تاريخ الزيارة 2019/10/22، 19:22 سا)

إن البيئة الالكترونية الجديدة بما تتوفر عليه من منصات متعددة تؤدي من خلالها مجموعة من الوظائف المتنوعة والتي تعد الوظيفة الثقافية أبرزها عبر نقل التراث الثقافي من جيل لآخر ومن فرد لآخر ومن مجتمع لآخر، خاصة وأن شبكة الويب تطرح أنماط ثقافية متنوعة منها ما هو محلي ومنها ما هو إقليمي وحتى عالمي مبرزة بذلك التمايز الثقافي للمجتمعات (واكد، 2018، ص36) قد أدت لظهور العديد من الإشكاليات على مختلف الأصعدة.

وتعتبر الممارسات التقليدية إحدى مقومات الهوية الثقافية للمجتمعات، ويقصد بالممارسات التقليدية في دراستنا العادات والتقاليد الاحتفالية في المناسبات الاجتماعية والدينية، وأردناها أن تكون في شهر رمضان الفضيل ذلك لأن النظم الدينية لها نفوذها القوي على سير التفاعلات والعلاقات الاجتماعية، والمجتمع الجزائري غني بتراثه متميز بممارساته التقليدية الاحتفالية، كما أن شهر رمضان في الجزائر له طوقسه وخصوصيته التي تفرض نفسها منها ما يأخذ طابع ديني مثل التهنة والمباركة بحلول الشهر والاحتفال بحفظة القرآن ومنها ما يأخذ الطابع الاجتماعي كالتواصل مع الأقارب والختان والاحتفال بالأطفال عند صيامهم لأول مرة.

ومن هنا جاء سعينا لمعرفة مدى تأثير الفيسبوك على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان للجمهور الجزائري، من خلال محاولة الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما هي تأثيرات استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان للجمهور الجزائري؟

2.2 تساؤلات الدراسة:

يندرج تحت التساؤل الرئيس لهذا الموضوع عدة تساؤلات كالتالي:

. فيما تتمثل عادات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى الجمهور الجزائري عينة

الدراسة؟

. ما هي دوافع استخدام الجمهور الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

. هل تأثرت الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان للجمهور

الجزائري عينة الدراسة منذ استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

. فيما تتمثل مظاهر التأثير السلبي لمضامين صفحات الفيسبوك على الممارسات التقليدية

الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان؟

3.2 أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل أهم أسباب اختيار الموضوع في ما يلي:

.تزايد الاهتمام بموضوع شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما مع زيادة التطورات التكنولوجية الحاصلة والتي فتحت مجالا جديدا بحاجة إلى تكثيف الدراسات الأكاديمية حوله.
.أهمية الممارسات التقليدية والتي تعد تعبيراً عن ثقافة المجتمعات وتمثل علاقات اجتماعية و تجسد ثقافة مرجعية تحث عليها الهوية الثقافية.

4.2 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسات التقليدية للجمهور الجزائري، من خلال ما يلي:

. التعرف على عادات استخدام الجمهور الجزائري عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

. التعرف على دوافع استخدام الجمهور الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

. التعرف على انعكاسات استخدام موقع الفيسبوك من طرف الجمهور الجزائري على الممارسات

التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان.

5.2 المفاهيم الأساسية للدراسة:

. التأثير: ويعرف التأثير أنه ذلك التغيير الذي يحدث أو يطرأ على سلوك مستقبل الرسالة الإعلامية، فقد تلت الرسالة انتباهه ويدركها وقد يتعلم منها شيئا أو أنه قد يغير من اتجاهه النفسي ويكون اتجاهها جديدا وقد يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل من سلوكه القديم.(عبد الرحمان،2014، ص105)

. شبكات التواصل الاجتماعي: ويشير المصطلح إلى الطرق الجديدة في الاتصال في الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.(عبد الحفيظ،2010، ص119)

. الفيسبوك: هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة (عفيفي،2015، ص163)

. الممارسات: ينطوي مفهوم الممارسة على معنى الدوام وكثرة الاشتغال بالشئ، والممارسة

تعني تكرار النشاط مع توجيه معزز (طريف، 2015، ص25)، فالممارسات والمعتقدات والعادات

والأفكار هي الحقائق التي تكون الموروثات الثقافية والتي لازالت مستمرة بحكم العادة في مجتمعنا

المعاصر يتلقاها جيل عن جيل.(محمد،2017، ص269)

. التقليدية: تقليد اسم جمعه تقاليد والتقليد هو ما نقله الخلف عن السلف بمعنى ما يتوارثه الإنسان

من عادات وعقائد وممارسات أساليب السلوك ومظاهره العامة، والتقليدية اسم مؤنث منسوب إلى تقليد

وتعني نزعة ترمي إلى الاستمساك بالماضي ومعارضة التطور والتجديد.

(https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/) تاريخ الزيارة 2019/10/24، 10:22 سا)

ونقتصر في دراستنا على بعض الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان في المجتمع الجزائري الذي يعرف بتنوع تراثه، والمتمثلة في العادات والتقاليد الاحتفالية التي تميز فترة محددة والمتمثلة في شهر رمضان الفضيل، وتحديدًا نقتصر على: المباركة بحلول شهر رمضان الفضيل، الاحتفال بحفظة القرآن الكريم وتكريمهم، الاحتفال بالأطفال عند صيامهم لأول مرة، تختين الأطفال في ليلة القدر المباركة.

6.2 مجالات الدراسة:

لكل دراسة ثلاث مجالات رئيسية هي المجال الجغرافي، المجال البشري والمجال الزمني، فالمجال الجغرافي يحدد المنطقة والمكان الذي تجرى فيه الدراسة، أما المجال البشري فيحدد مفردات البحث بمعنى أفراد المجتمع الذين تشملهم الدراسة، في حين يحدد المجال الزمني الفترة التي تجرى فيها الدراسة.

ومن هنا كانت مجالات الدراسة كالتالي:

. المجال المكاني: ونقصد به الحيز الذي تجرى فيه الدراسة، ولاعتماد الباحثة على الاستبيان الالكتروني الغير مخصص لمنطقة جغرافية محددة فإن المجال المكاني للدراسة مجالاً افتراضياً يقتصر على المناطق التي يمكن أن يصل إليها الاستبيان الالكتروني في الجزائر.

. المجال الزمني: ويتمثل في الفترة التي استغرقت لإجراء الدراسة بدءاً من الإحساس بالمشكلة ثم تحديد الإشكالية وإخضاعها للعمل منذ خطواتها الأولى من جمع المراجع والبحث النظري وتحديد مجالات البحث الميداني ثم جمع البيانات الخاصة بالدراسة، وقد كان المجال الزمني لدراستنا هذه في السنة الدراسية (2018/2019).

. المجال البشري: وتمثل المجال البشري في هذه الدراسة في كل شرائح الجمهور الجزائري الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

7.2 مجتمع الدراسة ونوع العينة:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة التي تستهدف الجمهور الجزائري المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك كمجتمع للدراسة، ونظراً لصعوبة حصر مفردات المجتمع الأصلي ونظراً كذلك لضخامة الجمهور الجزائري وتشتته فقد تم اعتماد العينة المتاحة التي تعتمد على ما هو متاح، لذلك فإن عينة الدراسة تتمثل في كل المستخدمين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ويتصادف وجودهم أو يتم إعلامهم عن طريق الاستمارة الالكترونية بواسطة نفس شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وقد قدر عدد المبحوثين (313) مفردة.

8.2 نوع الدراسة ومنهجها:

بما أن الدراسة تهدف للتعرف على تأثيرات موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان للجمهور الجزائري، من خلال السعي لمعرفة عادات وأنماط استخدامهم للموقع فإنها تصنف ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة الأحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تطوير الواقع، "حيث تعد الدراسات الوصفية الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالجماهير ومواقفهم وآرائهم ووجهات نظرهم في علاقتهم بالإعلام ووسائله حيث يصعب استخدام المنهج التجريبي أو المنهج التاريخي في دراستها" (هلال، 2014، ص308)، ويعتبر منهج المسح الأكثر شيوعا واستخداما في هذا النوع من الدراسات، إن المنهج المسحي في البحث العلمي يفيد التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد (مسح) المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية. (بن مرسل، 2005، ص286)

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة من الجمهور الجزائري، بهدف التعرف على عادات استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وكذلك معرفة آثار استخدام الموقع على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان للجمهور الجزائري.

9.2 أداة جمع البيانات:

حتى تتم جمع المادة العلمية من الميدان مجال الدراسة لابد أن تتوفر أدوات جمع البيانات والتي يجب أن يتم اختيارها حسب ما تقتضيه الإشكالية ومنهجية البحث التي تم تحديدها مسبقا، ويعتبر الاستبيان الإلكتروني الأداة الأساسية لجمع البيانات الميدانية للدراسة، "وقد انتشر الاستبيان الإلكتروني في السنوات الأخيرة نتيجة سهولة استخدامه، وتعدد مزاياه وأساليب تطبيقه" (ذو الفقار، 2015، ص123)، وتخضع الاستبيانات الإلكترونية تقريبا للتقنيات والمبادئ نفسها التي يخضع لها أي نوع آخر من الاستبيانات بالهاتف أو الورقية ومع ذلك هناك بعض المبادئ الخاصة بها" (دليو، 2014، ص226)، "والاستبيان الإلكتروني هو جميع أنواع الاستبيانات المعبأة ذاتيا والتي يرسل المبحوث من خلالها المعلومات عبر الانترنت من خلال جهاز إلكتروني يفي بهذا الغرض... فمن المهم أن يتم إرسال المعلومات باستخدام شبكة الانترنت كقناة نقل، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبياناً انترنتياً" (دليو، 2014، ص ص223-224)

و قد جاء الاستبيان الإلكتروني الخاص بالدراسة مقسما إلى ثلاثة محاور بالشكل التالي:

- . المحور الأول: كان بعنوان عادات وأنماط استخدام الجمهور الجزائري للفيسبوك.
- . المحور الثاني: كان بعنوان دوافع استخدام الجمهور الجزائري للفيسبوك.
- . المحور الثالث: تأثيرات الفيسبوك على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان للجمهور الجزائري.

. محور البيانات الشخصية.

3. عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها

1.3 المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الجمهور الجزائري للفيسبوك:

الجدول 1: يوضح مدى استخدام الجمهور الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	231	73.8%
غالبا	62	19.8%
أحيانا	15	4.8%
نادرا	05	1.6%
المجموع	313	100%

توضح نتائج الجدول أعلاه والخاصة بمدى استخدام الجمهور الجزائري عينة الدراسة لشبكات

التواصل الاجتماعي أن أغلبية المبحوثين بنسبة (73.8%) يستخدمونها بشكل دائم، هذا ما يؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي غدت تحتل مكانة متميزة لدى المبحوثين، وتستخدمها نسبة (19.8%) منهم بصفة غالبية وهؤلاء ممن يهتمون بشبكات التواصل الاجتماعي اهتماما كبيرا لكن قد لا يستخدمونها بشكل يومي لأسباب متعددة كاعتمادهم على مصادر معلومات أخرى غير الشبكات أو لانشغالهم، ونسبة (4.8%) من المبحوثين تستخدمها أحيانا ويمكن أن نطلق على فئة المستخدمين من عينة الدراسة (غالبا وأحيانا) فئة المشتركين عمليا فهؤلاء يتواصلون من وقت لآخر والممثلة بنسبة (24.6%).

وقد أكدت نسبة ضئيلة من العينة قدرت بـ (1.6%) أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة نادرة، وهذه النسبة القليلة قد تستخدم تلك الشبكات لأهداف محددة وربما لظروف معينة كصعوبة التواصل بالإنترنت وضعف تدفقها أو لعدم اهتمامهم الكبير بها أو لاستخدامهم لمصادر أخرى يجدون أنها أكثر استجابة لحاجاتهم.

وإجمالا ومن خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر من ضرورية لما توفره من إشباعات لحاجات المبحوثين التواصلية ولما تتوفر عليه من خصائص لا توفرها بقية المصادر الأخرى، فتنوع الخدمات والمضامين والتفاعلية التي تتميز بها جعلها أكثر جذبا للمستخدمين، وهذا ما أكدته عدة دراسات على غرار دراسة لامية طالة (طالة، 2014، ص282)، والتي بينت أن نسبة (74.5%) من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم و(24.5%) منهم يستخدمونها أحيانا، في حين بينت نتائج الدراسة أن نسبة ضئيلة من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي نادرا وقد قدرت بـ (6.5%).

الجدول 2: يوضح شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بالنسبة للمبحوثين.

الإجابات	التكرارات	النسب المئوية
الفايسبوك	242	77.3%
التويتر	02	0.6%
اليوتيوب	38	12.1%
انستغرام	25	8.2%
فيسر	04	1.2%
ماسنجر	02	0.6%
المجموع	313	100%

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن شبكة "الفايسبوك" تحتل المرتبة الأولى من بين أكثر شبكات التواصل التي يستخدمها المبحوثين، وهذا ما يدل على أهمية موقع الفايسبوك في حياة أغلبية المبحوثين، كما تبين النتائج أن موقع اليوتيوب جاء في الترتيب الثاني من بين أكثر شبكات التواصل التي يستخدمها المبحوثين بنسبة (12.1%) وهو بدوره أصبح منتشرا على نطاق واسع في المجتمع، وقد جاء موقع الإنستغرام في الترتيب الثالث بنسبة (8.2%)، وموقع التويتر في الترتيب الرابع بنسبة (1.2%).

وقد جاء كل من الفاير والماسنجر في الترتيب الأخير بنسبة (0.6%) وتدل هذه المرتبة المتأخرة أن هذه التطبيقات لا تعرف رواجاً كبيراً بين الجمهور الجزائري عينة الدراسة وقد يرجع ذلك لاهتمامهم أكثر بشبكة الفايسبوك، كما قد يرجع سبب ذلك لكونهما تطبيقات تعمل على الهواتف الذكية وتقتصر على المكالمات الهاتفية وإرسال الرسائل.

وعموماً نجد أن هناك توجه إيجابي لاستخدام المواقع الالكترونية من طرف المبحوثين والتي أصبحت ضرورة يقتضيها العصر الحالي عصر التكنولوجيا والمعلوماتية، كما يتضح أن هناك انتقائية لدى المبحوثين في اختيار الوسيلة التي يجدونها الأنسب لتلبية حاجاتهم وهذا ما يفترضه مدخل الاستخدامات والاشباع.

الجدول 3: يوضح معدل الوقت الذي يقضيه المبحوث يوميا في تصفحه لموقع الفايسبوك.

الإجابات	التكرارات	النسب المئوية
أقل من ساعة	63	20.1%
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	128	40.9%
من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	64	20.5%

خمس ساعات فأكثر	58	18.5%
المجموع	313	100%

من خلال نتائج الجدول السابق، نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين (40.9%) تستخدم الموقع لمدة تتراوح بين الساعة إلى أقل من ثلاث ساعات وهو معدل استخدام متوسط وعادي يقضونه في تصفحهم لموقع الفايسبوك، وهذا ما يبين أن مفردات العينة تحسن استعمال شبكة الفايسبوك بما يتماشى مع خصائصها وانشغالاتها.

كما تبين نتائج الجدول أن نسبة (20.5%) من المبحوثين يستخدمون الفايسبوك لمدة تتراوح من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات، في حين تستخدمه نسبة (20.1%) لأقل من ساعة، ومن خلال النتائج المتوصل إليها يتضح أن أغلبية مفردات العينة بنسبة (81.5%) ليسوا مدمنين على استخدام الفايسبوك، فهم ينتمون إما لفئة المشتركين عمليا وهؤلاء يتواصلون من وقت لآخر مع أصحابهم ولمعرفة أخبار زملائهم أو لفئة المعنيين شكلا وهؤلاء يدخلون الموقع بهدف غاية محددة للإطلاع على رسائل أو أمرا آخر وبالتالي فهم لا يقضون مدة خمس ساعات فأكثر في استخدام الموقع، وتبين النتائج أن نسبة (18.5%) فقط ممن يستخدمون الفايسبوك خمس ساعات فأكثر.

وتتوافق النتائج المتوصل إليها في دراستنا مع نتائج الدراسة التي أجرتها "صونية عبدش" (عبدش، 2016، ص40)، والتي توصلت في دراستها إلى أن نسبة (80.2%) من المبحوثين ليسوا مدمنين فهم لا يقضون 5 ساعات في اليوم بالاتصال بحسابهم، في حين تستخدمه النسبة المتبقية المقدرة بـ (19.8%) أكثر من خمس ساعات.

الجدول 4: يوضح مدة اشتراك المبحوثين في شبكة الفايسبوك.

الإجابات	التكرارات	النسب المئوية
منذ أقل من سنة	08	2.6%
من سنة إلى ثلاث	38	12.1%
أكثر من ثلاث سنوات	267	85.3%
المجموع	313	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين بنسبة (85.3%) مشتركون في شبكة الفايسبوك

منذ أكثر من ثلاث سنوات وهي نسبة كبيرة مقارنة بحجم عينة الدراسة، وهذا يدل على أن المبحوثين مهتمون بشبكة الفايسبوك منذ بداية ظهورها وهم على احتكاك كبير بالموقع.

كما تبين نتائج الجدول أن نسبة (12.1%) منهم مشتركون في الفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، وتعتبر هذه الفئة من الفئات التي التحقت بالموقع بعد انتشاره الكبير، وقد تختلف أسباب التحاقهم

المتأخر نوعا ما، فقد يكون ذلك راجعا لترددهم بسبب خوفهم من سلبات الموقع كانتهاك الخصوصية مثلا.

فيما تشترك نسبة (2.6%) من المبحوثين في الموقع منذ أقل من سنة، ويمكن أن نطلق عليهم تسمية المستخدمين الجدد وكما يتضح فالنسبة جد ضئيلة و هذا ما يؤكد مرة أخرى على مدى انتشار هذه التكنولوجيا الرقمية وسط المبحوثين الجزائريين وكذلك مدى اندفاعهم نحو التعامل معها والاستفادة منها. وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج "دراسة خالد منصر" (منصر، 2017، ص217)، والتي بينت أن أغلبية العينة المبحوثة تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة (90.2%) منذ أكثر من عامين، في حين أن الذين يستخدمونها منذ عامين فقط بلغت نسبتهم (4.8%)، هذا وبلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الموقع منذ عام (3.70%) وأقل من ستة أشهر (01.30%).

كما تتفق نتائج الجدول أعلاه مع "دراسة عبد القادر بودريالة" (بودريالة، 2016، ص205)، والتي أكدت أن نسبة (34.62%) من عينة الدراسة يستخدمون الشبكة منذ فترة تقدر ما بين ثلاث إلى خمسة سنوات، وبنسبة (33.33%) منذ فترة تقدر ما بين سنة وثلاث سنوات، هذا وبلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الموقع أكثر من خمس سنوات نسبة (24.52%)، واقتصرت نسبة من يستخدمون الموقع أقل من سنة على نسبة (7.53%) فقط، وبالتالي فالنتائج تؤكد على أن انتشار استخدام الفايسبوك كان منذ بدايات ظهوره.

الجدول 5: يوضح عدد أصدقاء المبحوثين عبر شبكة الفايسبوك.

الإجابات	التكرارات	النسب المئوية
أقل من (30) صديق	61	19.5%
من (40) إلى (60) صديق	51	16.3%
أكثر من (60) صديق	201	64.2%
المجموع	313	100%

إن تكوين الصداقات من أهم الممارسات التي يقوم بها مستخدمو الشبكات الاجتماعية ومن بينها شبكة الفايسبوك حيث تعتبر طلبات الإضافة من أهم الخدمات التي تقدمها الشبكة والتي تدعم بناء علاقات الصداقة عبر الموقع، ويوضح الجدول أعلاه عدد أصدقاء المبحوثين عبر شبكة الفايسبوك حيث تبين النتائج أن نسبة (64.2%) منهم لديهم أكثر من (60) صديق، والملاحظ أن عدد كبير من المبحوثين مفردات العينة يميلون للتواصل مع عدد كبير من الأصدقاء. أما نسبة (19.5%) من المبحوثين لديهم أقل من (30) صديق وعلى الأغلب هم يميلون إلى إضافة من يعرفونهم على أرض الواقع فعلا.

في حين مثلت نسبة من لديهم من (40) إلى (60) صديق (16.3%) وقد يكون لهذه الفئة من المبحوثين إستراتيجية معينة في اختيار أصدقائهم كقبول طلبات الصداقة عموما من أصدقائهم الذين يعرفونهم ومن أصدقاء أصدقائهم مثلا وبالتالي يمكن القول أن هناك اختيار نوعي لقائمة الأصدقاء لديهم.

وقد توصلت دراسة إيمان بخوش (بخوش، 2013، ص143)، إلى أن نسبة المبحوثين الذين يملكون أكثر من (100) صديق قدرت بـ (45%)، أما نسبة المبحوثين الذين يملكون أقل من (50) صديق قدرت بـ (32%)، في حين مثلت نسبة من لديهم من (50) إلى (100) صديق (23%). وللاشارة أن عدد الأصدقاء ليس مستقرا بصفة نهائية لأن تبقى دائما إمكانية إضافة أصدقاء جدد أو حذف أصدقاء قدامى قائمة في كل وقت، فالروابط الافتراضية قابلة للتعويض وبكل سهولة وفي كل زمان.

الجدول 6: يوضح دوافع استخدام الفايسبوك من قبل المبحوثين.

النسب	التكرارات	الإجابات
07.97%	58	للتعرف على أصدقاء جدد
20.90%	152	لأكون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء
11.55%	84	للتسلية والترفيه
19.11%	139	لاستعماله في مجال الدراسة
25.30%	184	لسرعة تبادل المعلومات والأخبار فيه
15.13%	110	لأنني أجد فيه معلومات لا أجدها في المواقع الأخرى
100%	727	المجموع

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى مختلف دوافع استخدام الفايسبوك من قبل المبحوثين حيث يتضح

ما يلي:

. أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بدافع سرعة تبادل المعلومات والأخبار عبره بنسبة

(25.30%)، فبفضل محركات البحث والمواقع الإخبارية والمواقع الخاصة بالمعلومات وغيرها من التطبيقات التي توفرها شبكة الفايسبوك يمكن الحصول على شتى أنواع المعلومات في ظرف زمن قياسي مقارنة بالأوعية المعلوماتية الأخرى.

كما تبين نتائج الجدول أن نسبة (20.90%) من المبحوثين أجابوا أن دافع استخدامهم لشبكة الفايسبوك حتى يكونون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء، حيث يجد المبحوثين في الفايسبوك الوسيلة

التي تسهل عليهم التواصل مع الأقارب وبالتالي تقوية الروابط العائلية ومن هنا يتجسد الدور الفاعل لهذا الموقع خاصة وأن الفايسبوك يتميز بمجانيته وهذا ما يسهل التواصل مع الأهل، دون أن ننسى دوره في إبقاء المبحوثين في تواصل مع الأصدقاء ليحقق بذلك هدفا أساسيا في عملية التفاعل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية عبر مختلف الحدود.

وقد جاء دافع استعماله في مجال الدراسة بنسبة (19.11%) في المرتبة الثالثة، وقد يعود تراجع هذا الدافع لهذه المرتبة لخصوصية عينة الدراسة والتي لا تنحصر على فئة الطلبة، حيث نجد أنها تمثل الجمهور الجزائري بشكل عام وهي فئة تختلف مستوياتها التعليمية لذا لا تهتم أغليبتها بالدرجة الأولى بالجانب العلمي من استخدام الفايسبوك.

وتستخدمه نسبة (15.13%) من المبحوثين لأنها تجد فيه معلومات لا تجدها في المواقع الأخرى، ويرجع ذلك للكلم الهائل للمعلومات التي يتم تداولها عبر شبكة الفايسبوك بما يجعلها متميزة مقارنة بباقي الشبكات، وعموما تعتبر مصادر المعلومات الالكترونية أحد البدائل والخيارات التي أصبحت مطروحة أمام المستخدمين لإشباع حاجاتهم المعرفية لما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة.

كما نلاحظ أن دافع التسلية والترفيه جاء بنسبة (11.55%)، ويرجع ذلك لما يوفره الفايسبوك من طرائف، نكت، تعليقات مضحكة، ألعاب فردية وأخرى جماعية وغيرها من الخدمات اللامتناهية وهذا ما يعطي الفرصة للمبحوثين للتخلص من الملل وتحقيق مساحة من التسلية والترفيه.

وتبين النتائج أن المبحوثين يستخدمون الفايسبوك كذلك بدافع التعرف على أصدقاء جدد بنسبة (07.97%)، ذلك لأن الفايسبوك يعمل على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية وإن كانت هذه العلاقات جديدة فهي تتيح فرص التعرف على ثقافات جديدة وهذا ما من شأنه تعزيز التبادل الثقافي وإحداث التنمية الفكرية.

الجدول 7: يوضح الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني الأكثر تواجدا في صفحات الفايسبوك حسب المبحوثين خلال شهر رمضان.

المجموع	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		درجة الحضور الممارسات
	تلك	%	تلك	%	تلك	%	
313	211	67.4%	65	20.8%	37	11.8%	المباركة بحلول الشهر

الاحتفال بحفظة القرآن	122	39%	104	33.2%	87	27.8%	313
الاحتفال بصيام الأطفال لأول مرة	89	28.4%	86	27.5%	138	44.1%	313
تختين الأطفال	124	39.6%	87	27.8%	102	32.6%	313

يوضح الجدول السابق درجة حضور الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني في

صفحات الفيسبوك حسب المبحوثين خلال شهر رمضان، حيث يتضح ما يلي:

. المباركة بحلول شهر رمضان الفضيل: بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين بنسبة (67.4%) من

الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن المباركة بحلول الشهر الفضيل حاضرة بدرجة كبيرة في صفحات الفيسبوك، وتجد نسبة (20.8%) من المبحوثين أن تواجد ممارسة المباركة بحلول شهر رمضان الفضيل في صفحات الفيسبوك يكون بدرجة متوسطة، في حين ترى نسبة (11.8%) أن وجودها ضعيف، وتدل هذه النتيجة أن شبكة الفيسبوك أصبحت تؤدي دور لا يستهان به في تبادل التبريكات بين الجمهور الجزائري بمناسبة حلول شهر رمضان الفضيل.

. الاحتفال بحفظة القرآن و تكريمهم: بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين بنسبة (39%) من

الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن ممارسة الاحتفال بحفظة القرآن وتكريمهم حاضرة بدرجة كبيرة في صفحات الفيسبوك، في حين تجد نسبة (33.2%) من مبحوثي العينة أن تواجد الممارسة في صفحات الفيسبوك يكون بدرجة متوسطة، وتجد نسبة (27.8%) من المبحوثين أن وجودها ضعيف، وتدل هذه النتيجة أن شبكة الفيسبوك من خلال ما يتم نشره عبر مختلف صفحاتها تساهم بالتذكير بفضل القرآن الكريم من خلال إبرازها لطرق الاحتفال بحفظته وتكريمهم بمناسبة حلول شهر رمضان الفضيل.

. الاحتفال بالأطفال عند صيامهم الأول مرة في رمضان: بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين

بنسبة (44.1%) من الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن ممارسة الاحتفال بالأطفال عند صيامهم لأول مرة في رمضان حاضرة بدرجة ضعيفة في صفحات الفيسبوك وربما يرجع سبب ذلك لقلة المنشورات التي تحت وتحفز الأطفال على الصيام، في حين تجد نسبة (28.4%) من مبحوثي العينة أن

تواجد الممارسة في صفحات الفيسبوك يكون بدرجة كبيرة، وتجد نسبة (27.5%) من المبحوثين أن تواجد ممارسة تحفيز الأطفال على الصيام والاحتفال بهم عند صيامهم الأول مرة في رمضان في صفحات الفيسبوك يكون متوسط.

. ختان الأطفال في ليلة القدر المباركة: بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين بنسبة (39.6%) من الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن ممارسة ختان الأطفال في ليلة القدر المباركة حاضرة بدرجة كبيرة في صفحات الفيسبوك، في حين تجد نسبة (32.6%) من مبحوثي العينة أن تواجد الممارسة في صفحات الفيسبوك يكون بدرجة ضعيفة، وتجد نسبة (27.8%) من المبحوثين أن تواجد ممارسة ختان الأطفال في ليلة القدر المباركة في صفحات الفيسبوك تكون بدرجة متوسطة، وتدل هذه النتيجة أن شبكة الفيسبوك أصبحت تؤدي دور لا يستهان به في التعريف بطرق احتفال الجمهور الجزائري بمناسبة حلول شهر رمضان الفضيل.

الجدول 8: يبين رأي المبحوثين حول تأثير مضامين صفحات الفيسبوك على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان.

الإجابات	التكرارات	النسب المئوية
سلبي	73	23.32%
إيجابي	179	57.18%
لا سلبي ولا إيجابي	61	19.48%
المجموع	313	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين (80.5%) يرون بأن نشر مواضيع عبر صفحات الفيسبوك له تأثير على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان، وتجد نسبة (57.18%) من المبحوثين أن منشورات صفحات الفيسبوك لها تأثير إيجابي على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان، حيث تساعد في التعريف بها أكثر. كما تجد نسبة (23.32%) من المبحوثين أن نشر مواضيع عبر صفحات الفيسبوك له تأثير سلبي على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان، في حين تجد نسبة الأقلية من المبحوثين (19.48%) أن نشر مواضيع عبر صفحات الفيسبوك لا تؤثر لا بالإيجاب و لا بالسلب، وهؤلاء ممن لا يهتمون لهذه المواضيع عبر شبكة الفيسبوك.

الجدول 9: يبين أهم نشاطات المبحوثين على حسابهم في شبكة الفايسبوك فيما يخص الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني.

الدرجة أهم النشاطات	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية	99	31.62%	158	50.47%	56	17.9%	313
أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين بعبادات وطقوس الاحتفال بالمناسبات الدينية	93	29.71%	131	41.85%	89	28.43%	313
أحرص أن تحتوي منشوراتي على الطرق الدينية للاحتفال بشهر رمضان	128	40.89%	98	31.30%	87	27.8%	313

يوضح الجدول السابق أهم النشاطات التي يقوم بها المبحوثين على حسابهم في شبكة الفايسبوك فيما يخص الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني، وسنحاول تلخيص هذه النشاطات في العبارات التالية:

العبارة الأولى: أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية: يتضح من خلال بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين عينة الدراسة تقوم بالتذكير بالمناسبات الدينية عبر حساباتهم على شبكة الفايسبوك بمجموع (82.09%)، حيث تحرص نسبة (31.62%) من الجمهور الجزائري عينة الدراسة على التذكير بالمناسبات الدينية دائما، وقدرت نسبة المبحوثين الذين يقومون بذلك أحيانا (50.47%)، فيما لا تفعل ذلك أبدا نسبة (17.9%).

و تدل هذه النتيجة على اهتمام وحرص المبحوثين على التعريف بالمناسبات الدينية، لقد تعددت أهداف استخدام الجمهور الجزائري عينة الدراسة للفايسبوك فيما يخص الممارسات التقليدية الاحتفالية بشهر رمضان الفضيل والتي تأخذ الطابع الديني فكان الحرص على التذكير بالمناسبات الدينية إحداها لتكون شبكة الفايسبوك أداة لنشر المواضيع التي تمسها، ما يعكس رؤيتهم لضرورة تواجدها والتعريف بها خاصة وأن شبكة الفايسبوك لا حدود لها.

العبارة الثانية: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين بعبادات وطقوس الاحتفال بالمناسبات الدينية: يتضح من خلال بيانات الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين عينة الدراسة تقوم بتعريف الأصدقاء الافتراضيين بعبادات وطقوس الاحتفال بالمناسبات الدينية عبر حساباتهم على شبكة الفايسبوك بمجموع (71.56%)، حيث تحرص نسبة (29.71%) من الجمهور الجزائري عينة الدراسة على تعريف

الأصدقاء الافتراضيين بعبادات وطقوس الاحتفال بالمناسبات الدينية دائما، وتفضل ذلك نسبة (41.85%) من المبحوثين أحيانا، وقدرت نسبة المبحوثين الذين لا يفعلون ذلك أبدا نسبة (28.43%) وهم ممن لا يعبرون الأمر أهمية كبيرة مرتفعة نوعا ما ويرجع ذلك لعدم اهتمامهم بالأمر.

وتدل هذه النتيجة على اهتمام وحرص المبحوثين على التعريف بعبادات وطقوس احتفال المجتمع الجزائري بالمناسبات الدينية في الفضاء الافتراضي بوصفه أداة عالمية تنقل ثقافة المجتمعات على اختلافها، وبالتالي جاء سعي عينة الدراسة لتعريف أصدقائهم الافتراضيين بها.

العبارة الثالثة: أحرص أن تحتوي منشوراتي على الطرق الدينية للاحتفال بشهر رمضان الكريم:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين عينة الدراسة تحرص أن تحتوي منشوراتها على الطرق الدينية الاحتفالية بشهر رمضان الكريم عبر حساباتهم على شبكة الفايسبوك، حيث تحرص نسبة (31.30%) من الجمهور الجزائري عينة الدراسة على ذلك أحيانا، وتفضل ذلك نسبة (40.89%) من المبحوثين دائما، وقدرت نسبة المبحوثين الذين لا يقومون بذلك أبدا (27.8%)، حيث يعد شهر رمضان الكريم من المناسبات الدينية التي تنتوع طرق الاحتفال بها لدى الجمهور الجزائري عينة الدراسة والفايسبوك وسيلة لا يمكن تجاهل دورها في التعريف بالطرق الدينية للاحتفال بالشهر الفضيل ولذلك نجد نسبة (72.19%) من المبحوثين يحرصون على احتواء منشوراتهم على الطرق الدينية للاحتفال بشهر رمضان الكريم.

وتدل هذه النتيجة على اهتمام وحرص المبحوثين على التعريف بالطرق الدينية الاحتفالية بشهر رمضان الكريم عبر حساباتهم على شبكة الفايسبوك، حيث يجدر بالذكر ضرورة استغلال هذا الوسيط المتميز الخصائص بغية إثراء محتواه فيما يتعلق بثقافتنا الدينية وكذلك من أجل نشر ثقافة المجتمع الجزائري والتي تعد الممارسات الاحتفالية بالمناسبات الدينية أحد أهم مكوناتها.

الجدول 10: التغييرات التي حصلت للمبحوثين منذ استخدامهم للفايسبوك فيما يخص الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني.

المجموع	لا		نعم		التغييرات
	%	التكرارات	%	التكرارات	
313	41.2%	129	58.8%	184	تعرفت أكثر على الطقوس الدينية الاحتفالية للمجتمع الجزائري خلال شهر رمضان
313	61.7%	193	38.3%	120	حاولت تجسيد الممارسات التقليدية في الواقع أكثر .
313	50.2%	157	49.8%	156	صححت الكثير من المعتقدات الخاطئة حول طرق الاحتفال في المجتمع الجزائري.
313	70.2%	122	29.1%	91	تهاونت أكثر في تجسيد الممارسات التقليدية في الواقع.

تبين نتائج الجدول السابق التغييرات التي حصلت للمبحوثين منذ استخدامهم للفايسبوك فيما

يخص الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني، حيث يتضح ما يلي:

بخصوص العبارة الأولى: تعرفت أكثر على الطقوس الاحتفالية الدينية للمجتمع الجزائري خلال شهر رمضان: يتضح أن نسبة (58.8%) من المبحوثين تعرفوا أكثر على الطقوس الاحتفالية الدينية للمجتمع الجزائري خلال شهر رمضان منذ استخدامهم للفايسبوك، وبالتالي فالفايسبوك يقدم إضافات جديدة للمبحوثين من خلال المعلومات المرتبطة بالطقوس الاحتفالية الدينية للمجتمع الجزائري مما يجعلهم يتعرفون أكثر عليها.

بخصوص العبارة الثانية: حاولت تجسيد معالم الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني على الواقع أكثر: ويتضح أن نسبة (38.3%) من المبحوثين حاولوا تجسيد معالم الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني على الواقع أكثر منذ استخدامهم للفايسبوك، ويعد ذلك في حد ذاته استفادة بالنسبة للمبحوثين فمن الجيد محاولة تجسيد معالم الممارسات التقليدية على الواقع أكثر بهدف ترسيخها والحفاظ عليها من الزوال، في حين لم تحاول النسبة الأكبر ذلك والمقدرة بـ (61.7%).

بخصوص العبارة الثالثة: صححت الكثير من المعتقدات الخاطئة حول طرق الاحتفال في المجتمع الجزائري: ويتضح أن نسبة (49.8%) من المبحوثين صححوا الكثير من المعتقدات الخاطئة حول طرق الاحتفال في المجتمع الجزائري منذ استخدامهم للفيسبوك، ويعتبر هذا التغيير بدوره استفادة بالنسبة للمبحوثين باعتبار أن شبكة الفيسبوك تعد مصدرا يسهل الحصول على المعلومات وبالتالي تصحيح الخاطئ منها بغية التعرف بحق على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري.

بخصوص العبارة الرابعة: تهاونت أكثر في تجسيد الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني على أرض الواقع: ويتضح أن نسبة (29.1%) أجابت بـ "نعم" على العبارة بينما أجابت نسبة (70.9%) بـ "لا"، وتبين النتائج أن أغلبية المبحوثين لم يتأثروا سلبا باستخدامهم لشبكة الفيسبوك بحيث أنهم لم يتهاونوا في تجسيد الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني على أرض الواقع.

الجدول 11: يبين مظاهر التأثير السلبي لمضامين صفحات الفيسبوك على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان حسب رأي المبحوثين.

المجموع	لم يؤثر		قليلا		كثيرا		درجة التأثير مظاهر التأثيرات السلبية
	%	ك	%	ك	%	ك	
313	14.1%	44	28.8%	90	57.5%	179	التأثير على صلة الرحم من خلال اختصار التبريكات بالشهر الفضيل عبر بطاقات الكترونية.
313	16.2%	50	31.1%	101	51.8%	162	إهمال إبراز طرق الاحتفال بالممارسات الدينية الرمضانية كتكريم حفظة القرآن الكريم وختان الأطفال والاحتفال بهم عند صياهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

التخلي عن قراءة القرآن خلال شهر رمضان واستبداله بالتجول في صفحات الفايبيوك.	168	53.7%	79	25.2%	66	21.1%	313
التدين عبر صفحات الفايبيوك بدلا من ممارسة التدين بشكله التقليدي.	164	52.4%	91	29.1%	58	18.5%	313

تبين نتائج الجدول أعلاه مظاهر التأثير السلبي لمضامين صفحات الفايبيوك على الممارسات

التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان، حيث بينت النتائج أن مضامين صفحات الفايبيوك أثرت على صلة الرحم من خلال اختصار التبريكات بالشهر الفضيل عبر بطاقات الكترونية كثيرا بنسبة (57.5%) حسب رأي المبحوثين، في حين تجد نسبة (28.8%) من المبحوثين أن تأثير الفايبيوك على الممارسة قليلا، بينما ترى النسبة المتبقية منهم أن مضامين الفايبيوك لم تؤثر على صلة الرحم من خلال اختصار التبريكات بنسبة (14.1%)، وفي هذا الصدد تختلف الآراء فهناك من يعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي قربت المسافات واختصرت الوقت وأنها وسيلة تواصل فعالة في المناسبات، وهناك من يجد في ذلك تأثير على الاتصال الشخصي بين الأفراد وأنها تباعد أكثر مما تُقرب، فبدل الالتقاء أو الحديث المباشر يكون الاكتفاء بإرسال رسالة جاهزة ومكررة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

كما بينت النتائج أن الفايبيوك ساهم في إهمال إبراز طرق الاحتفال بالممارسات الدينية الرمضانية كتكريم حفظة القرآن الكريم وختان الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا بنسبة (51.8%) حسب رأي المبحوثين، في حين تجد نسبة (31.1%) من المبحوثين أن تأثير الفايبيوك على الممارسة قليلا، بينما ترى النسبة المتبقية منهم أن مضامين الفايبيوك لم تؤثر على الأنشطة الدينية الرمضانية من خلال استبدالها بالحديث عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (16.2%). وأجابت نسبة (53.7%) من المبحوثين أن الفايبيوك أدى للتخلي عن قراءة القرآن خلال شهر رمضان واستبداله بالتجول في صفحات الفايبيوك كثيرا، في حين تجد نسبة (25.5%) من المبحوثين أن تأثير الفايبيوك على الممارسة قليلا، بينما ترى النسبة المتبقية منهم أن مضامين الفايبيوك لم تؤثر على قراءة القرآن الكريم خلال شهر رمضان بنسبة (21.1%).

كما يتضح من النتائج انتشار ظاهرة التدين عبر صفحات الفايبيوك بدلا من الذهاب للمسجد وأداء صلاة التراويح وقراءة القرآن الكريم كثيرا حسب رأي المبحوثين بنسبة (52.4%)، في حين تجد نسبة (29.1%) من المبحوثين أن تأثير الفايبيوك على الممارسة قليلا، بينما ترى النسبة المتبقية منهم

أن مضامين الفايسبوك لم تؤثر بنسبة (18.5%)، ويرجع سبب انتشار الظاهرة استغلال البعض لهذه المواقع الافتراضية للاستفادة منها عبر تمرير رسائل ومنشورات تخفي في دلالاتها جوهر المستعمل للصفحة وحقيقة أخلاقه أطلق عليها الكثيرون من علماء الاجتماع والدين اسم "التدين الالكتروني"، والذي يقصد به الاتصاف بالمظهر الديني عبر صفحات الفايسبوكية أين يعتمد هؤلاء إلى نشر منشائر لأدعية وسور قرآنية ومواعظ وحكم دينية تحمل في طياتها دعوة للتحلي بالفضيلة والقيم الأخلاقية بدلا من ممارسة التدين بطرقه التقليدية كالذهاب للمسجد والسعي لأداء صلاة التراويح وقراءة القرآن الكريم، لتكون شبكات التواصل الاجتماعي وجه آخر للنفاق الاجتماعي باعتبار أن ما يتم نشره من صور حول الطاعات من صوم وصلاة وغيرها لا يعكس بالضرورة واقع المستخدمين ولا أخلاقهم ولا مكنوناتهم صدورهم.

4. مناقشة النتائج:

. يستخدم الجمهور الجزائري عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دائمة وهذا ما يؤكد أن الوسائط الجديدة استحوذت على اهتمام أغلب الفئات في المجتمع الجزائري.

. تعد شبكة الفايسبوك أكثر الشبكات التي يستخدمها الجمهور الجزائري عينة الدراسة ويمكن إرجاع ذلك لجملة الخدمات التي أتاحتها الشبكة وفي مقدمتها تسهيلها لتواصل الأفراد فيما بينهم.

. أكبر نسبة من الجمهور الجزائري عينة الدراسة تستخدم الموقع لمدة تتراوح بين الساعة إلى أقل من ثلاث ساعات وهو معدل استخدام متوسط وعادي يقضونه في تصفحهم لموقع الفايسبوك، وهذا ما يبين أن مفردات العينة تحسن استعمال شبكة الفايسبوك بما يتماشى مع خصائصها وانشغالاتها.

. أغلبية الجمهور الجزائري عينة الدراسة مشتركون في شبكة الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات، وهذا يدل على أن المبحوثين مهتمون بشبكة الفايسبوك منذ بداية ظهورها وهم على احتكاك كبير بالموقع.

. بينت النتائج أن أغلبية الجمهور الجزائري عينة الدراسة لديهم أكثر من (60) صديق والملاحظ أن مفردات العينة يميلون للتواصل مع عدد كبير من الأصدقاء عبر الفضاء الافتراضي باعتبار أن تكوين الصداقات من أهم الممارسات التي يقوم بها مستخدمو الشبكات الاجتماعية ومن بينها شبكة الفايسبوك حيث تعتبر طلبات الإضافة من أهم الخدمات التي تقدمها الشبكة.

. تتعدد دوافع استخدام الجمهور الجزائري عينة الدراسة لشبكة الفايسبوك حيث تبين النتائج أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بدافع سرعة تبادل المعلومات والأخبار عبره، وتليها في المرتبة الثانية دافع التواصل مع الأهل والأصدقاء، ثم في المرتبة الثالثة استعماله في مجال الدراسة.

. بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين من الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن الممارسة بحلول الشهر الفضيل حاضرة بدرجة كبيرة في صفحات الفايسبوك، كما بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين من الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن ممارسة الاحتفال بحفظة القرآن وتكريمهم

حاضرة بدرجة كبيرة في صفحات الفيسبوك، وأظهرت نتائج الدراسة أن ممارسة ختان الأطفال في ليلة القدر المباركة حاضرة كذلك بدرجة كبيرة في صفحات الفيسبوك، وتدل هذه النتيجة على أن شبكة الفيسبوك أصبحت تؤدي دور لا يستهان به في التعريف بطرق احتفال الجمهور الجزائري بمناسبة حلول شهر رمضان الفضيل، هذا وبينت النتائج كذلك أن أغلبية المبحوثين من الجمهور الجزائري عينة الدراسة يجدون أن ممارسة تحفيز الأطفال على الصيام والاحتفال بهم عند صيامهم لأول مرة في رمضان حاضرة بدرجة ضعيفة في صفحات الفيسبوك.

. أغلبية المبحوثين يرون بأن نشر مواضيع عبر صفحات الفيسبوك له تأثير على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان، وتجد النسبة الأكبر منهم أن نشر مواضيع عبر صفحات الفيسبوك له تأثير إيجابي على الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني خلال شهر رمضان، حيث تساعد منشورات الفيسبوك في التعريف بها أكثر .
 . يتضح من خلال بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين عينة الدراسة تقوم بالتذكير بالمناسبات الدينية عبر حساباتهم على شبكة الفيسبوك بمجموع (63.6%).

. بينت النتائج أن منذ استخدام المبحوثين للفيسبوك حدثت لهم جملة من التغييرات فيما يخص الممارسات التقليدية ذات الطابع الديني، حيث زادت معرفتهم بها أكثر ساعدتهم في تصحيح الكثير من المعتقدات الخاطئة حول طرق الاحتفال في المجتمع الجزائري، كما دفعتهم لتجسيدها في أرض الواقع .
 . بينت النتائج أن مضامين صفحات الفيسبوك أثرت على صلة الرحم من خلال اختصار التبريكات بالشهر الفضيل عبر بطاقات الكترونية كثيرا بنسبة (57.5%) حسب رأي المبحوثين .
 . كما بينت النتائج أن الفيسبوك ساهم في إهمال إبراز طرق الاحتفال بالممارسات الدينية الرمضانية كتكريم حفظة القرآن الكريم وختان الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا بنسبة (51.8%) حسب رأي المبحوثين .

. أجابت نسبة (53.7%) من المبحوثين أن الفيسبوك أدى للتخلي عن قراءة القرآن خلال شهر رمضان واستبداله بالتجول في صفحات الفيسبوك كثيرا .

خاتمة:

يمكن القول من خلال النتائج المتوصل إليها أن التطورات التي حصلت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها شبكة الفيسبوك قد سيطرت على اهتمام أفراد المجتمع لما وفرته من خدمات أدت العديد من الأدوار الأساسية أهمها الحصول على المعلومة وقت حدوثها وتقريب المسافات بين الأهل والأصدقاء وتسهيل عملية التواصل معهم في كل وقت ومكان، وكذا التعريف بثقافات المجتمعات، حيث عملت على التعريف بها وتعزيزها وساهمت في زيادة الاعتزاز بالعادات والتقاليد من خلال زيادة التعريف بها عبر ما يتم نشره في صفحاتها حول الممارسات التقليدية الاحتفالية ذات الطابع الديني في ظل هذا الغزو الثقافي فأدى ذلك النشر الإلكتروني دوره الإيجابي .

لقد غدت شبكات التواصل الاجتماعي بما تتميز به من خصائص وسيلة مهمة للتعريف بثقافة ومقومات هوية المجتمع الجزائري بصفة عامة، والممارسات التقليدية ذات الطابع الديني بشكل خاص، خاصة في ظل تزايد الاحتكاك بالثقافات الأجنبية.

قائمة المراجع:

- الصادق رايح-(2004)، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط01، عدن: دار الكتاب الجامعي.
- شفيق حسنين.(2013)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار فكر وفن.
- الأخرس إبراهيم.(2008)، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية 'الإنترنت والمحمول نموذجا'، ط01، القاهرة: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- لمسيح خالد.(2018)، شبكات التواصل الاجتماعي وتكريس خطاب الكراهية 'دراسة لتواصل رواد شبكات التواصل الاجتماعي'، من كتاب: مجموعة من الباحثين، تنسيق وتقديم عياد أبلال: شبكات التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في العالم العربي، القاهرة: روافد للنشر والتوزيع ومجلة باحثون.
- عفيفي علاء الدين محمد(2015)، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي
- هشام ح، دراسة أجنبية: الجزائريين من بين أكثر الشعوب استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، (2019/02/07)، تاريخ الزيارة 2019/10/22، 19:22 سا: <http://www.elbilad.net/flash/detail?titre>
- واكد نعيمة(2018)، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، الجزائر: مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم.
- عبد الرحمان المشاقبة بسام(2014)، معجم مصطلحات العلاقات العامة، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الحفيظ صلاح عاطف يمني(2010)، الإعلام والفضاء الالكتروني، الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.
- طريف عطاء الله(2016/2015)، المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون الجزائري ودورها في توجيه أولويات الجمهور نحو الممارسة الرياضية، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- محمد شريف فاتن.(2017)، الأسرة والقراءة دراسات في الأنثروبولوجيا الاجتماعية، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- تعريف ومعنى التقليدية في معجم المعاني الجامع معجم - عربي عربي، تاريخ الزيارة 2019/10/24، 10:22 سا: <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>
- هلال المزاهرة منال.(2014)، مناهج البحث الإعلامي، ط1، الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع،
- بن مرسل احمد.(2005)، مناهج البحث العلمي، (ط.02)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- ذو الفقار زغيب شيماء.(2015)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (ط.02)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- دليو فضيل.(2014)، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر.
- طالة لامية.(2015/2014)، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر: دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة الجزائر 03.
- عبدش صونية.(2016)، الشباب الجزائري والفيس بوك...بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، الجزائر: طاجيسكوم للدراسات والنشر والتوزيع
- منصر خالد.(2018/2017)، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، رسالة دكتوراه، الجزائر: جامعة باتنة.
- بودريالة عبد القادر.(2017/2016)، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري دراسة على عينة من مستخدمي موقع facebook بولاية البليدة خلال الفترة الممتدة من 1 مارس إلى 30 أبريل 2016، أطروحة دكتوراه، الجزائر: جامعة الجزائر.
- بخوش إيمان.(2014/2013)، الاستخدامات الثقافية للإعلام الجديد في الجزائر الشبكة الاجتماعية فيس بوك نموذجا، مذكرة ماجستير، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.