

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الملك عبد العزيز
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية

أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية

"الفيس بوك وتويتر نموذجاً"

دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة

The Effects of Using Electronic Social Networks on Social Relationships

"Facebook and Twitter as Example"

A Survey Study on a Sample of King Abdul Aziz University Students in Jeddah

مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع

إعداد

الطالبة/ حنان بنت شعشوع الشهري

إشراف

الدكتورة/ أميرة بنت يوسف بدري

أستاذ مشارك بقسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة الملك عبد العزيز

الفصل الدراسي الأول ١٤٣٣هـ - ١٤٣٤هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ

أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ)

(البقرة، آية ٣٢)

اهداء

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله ...

إلى من أثروني على أنفسهم ...

إلى من غرسوا فيّ حب العلم وذلوا الصعاب التي

واجهتني ...

والدي ووالدي

شكر وتقدير

الحمد لله والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين النبي المعلم الأمين محمد بن عبد الله عليه الصلاة والسلام وعلى آله وصحبه أجمعين، بداية الحمد والشكر لله عز وجل الذي وفقني لإنجاز هذا البحث ومن ثم فإنني أتقدم بوافر الشكر والتقدير والعرفان للدكتورة/ أميرة بدري لما بذلته معي من جهد ونصيحة وإرشاد ومتابعة متواصلة منذ بداية البحث وحتى انتهائه ومراجعته في صورته النهائية كما أقدّر لها رحابة صدرها وصبرها اللامحدود طيلة فترة إشرافها على هذه الدراسة فلها مني كل الشكر والعرفان وخالص الدعاء لله عز وجل أن يجعل هذا الجهد في ميزان حسناتها.

كما أتقدم بخالص الشكر وفائق التقدير والامتنان إلى من مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة أستاذاتي في قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية لتعاونهن معي كلما احتجت إليهم وأخص بالذكر الدكتورة: خيرية كاظم والدكتورة: سميرة مغربي لموافقتهن على تمديد فترة اجراء الدراسة وتسهيل كل الاجراءات.

كما لا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر والعرفان والحب إلى زميلاتي طالبات الماجستير وأتمنى لهن التوفيق.

وفي الختام، إلى كل من ساندي وأعاني في بحثي وغاب الآن عن فكري أهديكم عظيم الشكر والامتنان.

الباحثة

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (١٥٠) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة و البحث عن صداقات جديدة. والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا. كما تبين أيضا أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتشير النتائج -أيضا- إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

وخلصت الدراسة إلى وضع مجموعة من التوصيات منها: تنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

Abstract

This study aimed at identifying three main issues: First, the reasons urging to subscribe in facebook and twitter. Second, the nature of social relationships through such websites. Third, the positive and negative effects of using these websites. The study adopted the social survey method and a questionnaire is used as a technique for data collection. The research was conducted at King Abdul Aziz University on 150 female students selected randomly.

The study revealed several results including: The most important reasons urging students to use facebook and Twitter are: freedom in expressing their opinions and exchanging ideas which cannot be expressed in their societies. In addition, students benefited from these websites in fostering their old friends and searching for new ones and communicating with their far relatives who live abroad. The study showed that using facebook and twitter has many positive effects including cultural exchange and intellectual openness while lack of family reaction came as one of the most significant effects.

In addition, the results indicate the existence of inverse relationship among age and academic level variables and causes of use and social relationships nature, merits and demerits. There is also a positive relationship between number of hours' variable and causes of use, most dimensions of social relations, and advantages. Furthermore, the results proved a positive relationship between method of use variable and social relationships nature, merits and demerits.

The research concluded a set of recommendations such as organizing courses to educate student how to use social networks well as well as using modern telecommunications technology in academic learning.

قائمة المحتويات

أ	الاهداء
ب	شكر وتقدير
ج	مستخلص الدراسة باللغة العربية
د	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية
هـ	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
١	الفصل الأول: مدخل الدراسة
٢	- مقدمة
٣	- تحديد مشكلة الدراسة
٤	- أهمية الدراسة
٥	- أهداف الدراسة
٥	- تساؤلات الدراسة
٧	- مفاهيم الدراسة
٩	الفصل الثاني: الإطار النظري
١٠	- المبحث الأول: نظريات الدراسة
١٠	١- النظرية التفاعلية الرمزية
١٢	٢- نظرية انتشار المستحدثات لروجرز
١٤	٣- مدخل الاستخدامات والإشباع
٢٠	٤- نظرية التأثير القوي لوسائل الاتصال
٢٢	- المبحث الثاني: دور العولمة في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي
٢٨	- المبحث الثالث: الدراسات السابقة
٤٣	الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة
٤٤	- منهج الدراسة
٤٤	- أداة الدراسة
٤٥	- حدود ومجال الدراسة

٤٦ مجتمع وعينة الدراسة	-
٤٦ متغيرات الدراسة	-
٤٧ الأساليب الإحصائية	-
٤٩ الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية	-
٧٧ الفصل الخامس: نتائج وتوصيات الدراسة	-
٧٨ المبحث الأول: نتائج الدراسة	-
٨٢ المبحث الثاني: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والتساؤلات	-
٩٠ المبحث الثالث: التوصيات	-
٩١ قائمة المراجع	-
٩٦ الملاحق	-

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول
١	توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية ٤٩
٢	نوع الكلية..... ٥٠
٣	توزيع أفراد العينة حسب السنة الدراسية ٥٠
٤	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية..... ٥١
٥	الموقع الإلكتروني الذي تستخدمه الطالبة ٥١
٦	عدد ساعات الاستخدام اليومي لهذه المواقع ٥٢
٧	الفترة المفضلة لاستخدام هذه المواقع ٥٣
٨	طريقة استخدام هذه المواقع ٥٤
٩	الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر ٥٥
١٠	أسباب استخدام الفيسبوك وتويتر وعلاقتها بمتغيرات (العمر والمستوى الدراسي وساعات الاستخدام وطريقته) ٦١
١١	طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك وتويتر..... ٦٣
١٢	طبيعة العلاقات الاجتماعية وعلاقتها بمتغيرات (العمر والمستوى الدراسي وساعات الاستخدام وطريقته) ٦٦
١٣	الآثار الإيجابية لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر..... ٦٨
١٤	إيجابيات الفيسبوك وتويتر وعلاقتها بمتغيرات (العمر والمستوى الدراسي وساعات الاستخدام وطريقته) ٧١
١٥	الآثار السلبية لاستخدام الفيسبوك وتويتر ٧٣
١٦	سلبيات الفيسبوك وتويتر وعلاقتها بمتغيرات (العمر والمستوى الدراسي وساعات الاستخدام وطريقته) ٧٦

الفصل الأول: مدخل الدراسة

- مقدمة
- تحديد مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- مفاهيم الدراسة

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، ما دفع المجتمعات بقبول هذه المستجدات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

والمملكة العربية السعودية كأحد مجتمعات العالم المعاصر لم تكن بعيدة عن هذه الثورة فهي تشهد منذ عدة عقود إقبالا كبيرا في مجال التحول إلى مجتمع تقني يقوم على الاستفادة من المزايا التي تقدمها تقنية الاتصال بشكل خاص والتقنية الحديثة بشكل عام في جميع الميادين، لمواكبة عصر المعلومات الذي فرض على الجميع، وحتى لا تجرد نفسها في عزلة عن بقية دول العالم.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وأشهرها على الإطلاق الفيسبوك وتويتر من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد لكن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر، وبداية ظهور المواقع الاجتماعية كانت في منتصف التسعينيات حيث أنشئ موقع Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. (خالد، ٢٠٠٨، ص: ٥)

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع (ماي سبيس my space) الأميركي الشهير الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حيث وصل عدد المشتركين في الفيسبوك بعد ست سنوات من عمره أكثر من ٨٠٠ مليون مشترك من كافة أنحاء العالم (السيد، ٢٠٠٩، ص: ١١)، أما مستخدمي موقع تويتر والذي ظهر عام ٢٠٠٦م فقد وصل عددهم حتى نهاية عام (٢٠١٠) إلى أكثر من ٢٠٠ مليون مغرد. (المنصور، ٢٠١٢، ص: ٨٦).

وتعتبر مواقع التواصل الإلكترونية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال

المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام، من تلك الانتقادات التأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري وتفككه، لكن في المقابل هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدورها الفاعل والتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهبات والانتفاضات الجماهيرية. (المرجع السابق، ص: ٢٢-٢٣)

وفي هذا الصدد تشكل شبكات التواصل الإلكترونية موضوعاً تصطدم فيه أطروحتان مختلفتان، الأطروحة الأولى ترى في هذه المواقع فرصة للبشرية لتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتزيد في تقارب الناس وترفع من درجة تفاعلهم وتنشئ علاقات اجتماعية جديدة، كما أنها تختزل قدراً هائلاً من الإجراءات في التعاملات والمبادلات التجارية والاقتصادية فيما تنظر الأطروحة الثانية لهذه الشبكات نظرة كارثية إذ ترى أنها تشكل مصدر الخطر الحقيقي على العلاقات الاجتماعية، وتؤدي إلى ميلاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، كما تؤدي إلى العزلة وتفكك نسيج الحياة الاجتماعية ويرى هؤلاء أن وسائل التواصل الاجتماعي قد افتتحت الحياة العائلية بحيث قللت من فرص التفاعل والتواصل داخل الأسرة. (بوشليبي، ٢٠٠٦، ص: ١٤٣)

وفي ضوء ما تم التطرق إليه آنفاً، تأتي هذه الدراسة لرصد أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية وتحديد الفيسبوك وتويتر على العلاقات الاجتماعية لعينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجده، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع لظهور ووضوح عدة تأثيرات ناتجة عن انتشار استخدام هذه الشبكات ما جعل هذا النوع من التواصل محل دراسة وبحث خاصة مع تواتر السلبات والإيجابيات التي ترد يوماً بعد يوم في التراث العلمي الميداني لبحوث الاتصال.

تحديد مشكلة الدراسة:

أصبحت الشبكات الإلكترونية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث أنها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفين بعضهم البعض، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الإلكترونية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل وأبرزها على الإطلاق موقعي الفيسبوك وتويتر، وقد لاحظت الباحثة من خلال مشاهداتها ومتابعتها أن هذه المواقع تزداد نسبة انتشارها يوماً بعد يوم خاصة بين طالبات الجامعة حيث يتنوع استخدامها بين ما هو إيجابي وما هو سلبي فضلاً عن قوة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية، ومن

هنا تتمحور مشكلة البحث حول تلمس الباحثة من خلال متابعتها الميدانية وتعاملها الشخصي مع مواقع التواصل الإلكترونية زيادة انتشار هذه المواقع وقوة تأثيرها على فئة تعتبر من أكثر مستخدميها وهن طالبات الجامعة مما دعا للقيام بهذا البحث لإلقاء الضوء على هذه الظاهرة في مجتمعنا.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال مساهمتها في إثراء الأدبيات السوسيولوجية حول ظاهرة استخدام شبكات التواصل الإلكترونية كأحدى وسائل التكنولوجيا الحديثة التي تزايد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل واضح، واتسع نطاق تأثيراتها المباشرة في ثقافة الأفراد واتجاهاتهم، مما دعا للقيام بهذا البحث لإلقاء الضوء على هذه الظاهرة في مجتمعنا والتحقق من العلاقة بين ظاهرة استخدام شبكات التواصل الإلكترونية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات الجامعة، وتأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة تمهيدا لإجراء عدد من الدراسات التي تتناول موضوعات مماثلة بصورة علمية وشاملة بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، وهناك أهمية نظرية أخرى تتمثل في محاولة ارتياد حقل بحثي جديد في بحوث الاتصال قائم على دراسة شبكات التواصل الإلكترونية من خلال التعرض لنظرية انتشار المستحدثات ومدخل الاستخدامات والإشباع ونموذج التأثير القوي لوسائل الاتصال.

الأهمية التطبيقية:

نظراً لانتشار ظاهرة استخدام الشبكات الإلكترونية في المجتمعات المختلفة وفي المجتمع السعودي بصفة خاصة، فقد قام هذا البحث للتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وما ينتج عن هذا الاستخدام من إيجابيات وسلبيات، حيث يُتوقع أن تساهم النتائج التي ستصل إليها الدراسة ومن خلال التوصيات في تحسين الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي والحد من الآثار السلبية.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، وعلاقتها بمتغيرات (العمر، السنة الدراسية، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام)
2. التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر المواقع المعنية، وعلاقتها بمتغيرات (العمر، السنة الدراسية، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام)

٣. الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية للشبكات الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، وعلاقتها بمتغيرات (العمر، السنة الدراسية، عدد ساعات الاستخدام، طريقة الاستخدام)

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيس الأول:

- ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر؟

ويتفرع منه التساؤلات التالية:

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر للتعبير عن الآراء والاتجاهات الفكرية التي يصعب التعبير عنها صراحة في المجتمع؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر لأغراض اقتصادية شرائية؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر للبحث عن الزوج المناسب؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر للانضمام لبعض الحملات الاجتماعية؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر للتواصل مع القطاعات الخدمية؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر للخروج من دائرة العزلة والبحث عن صداقات؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر لمتابعة أخبار المشاهير؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر مواكبة للعصر واقتناء كل جديد؟

التساؤل الرئيس الثاني:

- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفيس بوك وتويتر؟

ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يتم استخدام الفيس بوك وتويتر للبحث عن صداقات جديدة؟

- هل يتم استخدام الفيس بوك وتويتر لتعزيز علاقات صداقة قديمة؟

- هل يتم استخدام الفيس بوك وتويتر للتواصل مع الأقارب البعيدين مكانيا؟

- هل يتم الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر لتكوين صداقات من بلدان مختلفة؟

التساؤل الرئيس الثالث:

- ما الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر؟

ويتفرع منه التساؤلات التالية:

- هل ساهم الفيس بوك وتويتر في الانفتاح على المجتمعات الأخرى؟

- هل ساهم الفيس بوك وتويتر في تسهيل عملية التواصل؟

- هل يتم الاستفادة من الفيس بوك وتويتر في الأغراض العلمية؟

التساؤل الرئيس الرابع:

- ما الآثار السلبية الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر؟

ويتفرع منه التساؤلات التالية:

- هل يؤدي استخدام الفيس بوك وتويتر إلى التفكك الأسري؟

- هل يؤدي استخدام الفيس بوك وتويتر إلى إهمال الواجبات الاجتماعية؟

- هل يؤدي استخدام الفيسبوك وتويتر إلى تراجع التحصيل العلمي؟

- هل يؤدي استخدام الفيس بوك وتويتر إلى أضرار جسدية؟

مفاهيم الدراسة:

شبكات التواصل الإلكترونية:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب ٢ تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. (الدارب، ٢٠٠٩، لا يوجد رقم صفحة)

ويعرفها المنصور بأنها شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم

أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الإجتماعية بينهم. (المنصور، ٢٠١٢، ص: ٢٥)

وتعرف شبكات التواصل الإلكترونية اجرائيا في هذا البحث بأنها المواقع الموجودة على الإنترنت والتي تتيح لمستخدميها التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الإجتماعية بينهم وسوف يتم تناول موقعي الفيس بوك وتويتر.

العلاقات الاجتماعية:

نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن تؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات اجتماعية ثابتة وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة والعلاقة بين المحلل النفسي والمريض أمثلة على العلاقات الاجتماعية. (غيث، ٢٠٠٢، ص: ٤٣٧)

أما إبراهيم عثمان فيعرفها بأنها صورة من صور التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر بحيث تكون لدى كل طرف صورة عن الآخر والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات الصداقة والروابط الأسرية والقرابة وزمالة العمل والمعارف والأصدقاء. (عثمان، ٢٠٠٤، ص: ٢٧)

ويقصد بالعلاقات الاجتماعية إجرائيا: العلاقة التي تقوم بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجات اجتماعية أو عاطفية أو اقتصادية عبر موقعي الفيسبوك وتويتر حيث يكون لهذه العلاقات نتائج وآثار سواء إيجابية أم سلبية، وهي محدد في هذه الدراسة بالآتي:

- البحث عن صداقات جديدة.
- تعزيز علاقات الصداقة القديمة.
- للتواصل مع الأقارب البعيدين مكانيا.
- التواصل مع أشخاص من بلدان ومجتمعات مختلفة.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: نظريات الدراسة

١- النظرية التفاعلية الرمزية

٢- نظرية انتشار المستحدثات لروجرز

٣- مدخل الاستخدامات والإشباع

٤- نموذج التأثير القوي لوسائل الاتصال

المبحث الثاني: دور العولمة في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الأول

نظريات الدراسة

لم يبلور الباحثون الاجتماعيون نظرية خاصة بالتواصل عبر الإنترنت، فالغالبية العظمى من المحاولات التي تمت بهذا الشأن كانت قد عاجلت التأثيرات ضمن الفهم الذي قدمته نظريات وسائل الاتصال الجماهيري لهذه المسألة، فقد تعاملت هذه المحاولات مع الإنترنت باعتباره وسيلة الاتصال الجماهيري ينطبق عليها ما ينطبق على وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، وعليه فقد عُولج موضوع الدراسة في ضوء كل من النظرية التفاعلية الرمزية، ونظرية انتشار المستحدثات، ومدخل الاستخدامات والإشباع، ونموذج التأثير القوي وسوف يتم تناول كل نظرية وفقاً لمدى تقاربها وارتباطها بموضوع البحث.

١- النظرية التفاعلية الرمزية:

تعتقد النظرية التفاعلية الرمزية بأن الحياة الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ما هي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع، فالحياة الاجتماعية يمكن فهمها واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين الأفراد وأن لهذه التفاعلات دوافعها الموضوعية والذاتية وآثارها على الأفراد والجماعات، والنظرية التفاعلية الرمزية يمكن أن تفهم نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كوّن علاقة معه خلال مدة زمنية محددة، لذا تفترض التفاعلية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلوها، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما، وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية بين الشخصين الشاغلين لدورين اجتماعيين متساويين أو مختلفين يقوم كل فرد بتقويم الآخر إلا أن التقويم يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما. (الحسن، ٢٠٠٥، ص: ٦٥-٨٦).

وتدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما: الرموز والمعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل، وتشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على اعتبار أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض، ويتم تحديد معنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة، إذ يتعلم الأطفال التمييز بين كلاً من رجل الشرطة و سائق الأتوبيس و لاعب كرة القدم عن طريق نوعية الملابس التي يرتدونها و قد ينظر

أحد أفراد مجتمع آخر لهذه الملابس على اعتبار أنها مجرد ملابس فقط، و نجد أن هؤلاء الذين تعلموا ما ترمز إليه هذه الملابس يمكنهم تحديد العمل الذي يؤديه كل من يرتدي نوع معين من هذه الملابس و بالتالي يمكنهم التفاعل بسهولة مع كل منهم، وتعد اللغة من أهم مجموعة الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي، ويعد استخدام الرموز ثورة في قدرة الإنسان على التواصل مع غيره من أفراد المجتمع ووسيلة لزيادة المقدرة على نقل المشاعر والميول والاتجاهات بين أعضاء المجتمع، كما تهتم التفاعلية الرمزية بالمعاني التي يعطيها الناس لسلوكهم وسلوك الآخرين في المجتمع إذ أن الكائنات البشرية فريدة من حيث أن أفعالها لها معاني تتجاوز حدود الفعل المحسوس، وينظر أنصار التفاعلية الرمزية إلى أفراد المجتمع على اعتبار أنهم مخلوقات تحاول بناء الحقيقة ومعرفة معاني الأشياء أو الموضوعات أو الأحداث التي يواجهها الناس في حياتهم اليومية، وبالتالي يعتبر الإنسان قادر على تحسين ذاته وبناء شخصيته بالإضافة إلى قدرته على تشكيل وصياغة وتغيير الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه من خلال عملية التفاعل بين الأشخاص والجماعات داخل المجتمع الإنساني. (لظفي، ١٩٩٩، ص: ١٢٠-١٢٢)

ومن أهم علماء التفاعلية الذي يحمل نظرية متكاملة عن العلاقات الاجتماعية هو العالم كيتزبيرك (Ginsberg) الذي عرف العلاقات الاجتماعية على أنها التفاعلات التي تقع بين شخصين أو أكثر من أجل تحقيق أغراض الأشخاص الذين يدخلون في مجالها أو فلنحدها كالعلاقة بين الطالب والأستاذ والمريض والطبيب وهكذا، ومن أهم شروط تكوين العلاقة التفاعلية كما يحددها (كيتزبيرك) هي وجود شخصين فأكثر يكونوا العلاقة الإنسانية، تنطوي هذه العلاقة على مجموعة رموز سلوكية وكلامية ولغوية يفهمها أقطابها وكذلك تنطوي هذه العلاقة على فعل ورد فعل بين الأشخاص الذين يكونوا موضوعها، أما أسباب العلاقات الاجتماعية كما يراها (Ginsberg) فهي الدوافع التي تدفع الفرد إلى الدخول في علاقات مع الغير، وهذه الأسباب قد تكون اقتصادية كالعلاقة التي تقع بين البائع والمشتري أو تربوية كعلاقة الطالب بالأستاذ أو عائلية كعلاقة الأب بالابن وغيرها من العلاقات الاجتماعية التي تكون دوافعها سياسية أو عسكرية أو دينية، وهناك آثار أو نتائج للعلاقات الاجتماعية التي تحدث عنها (Ginsberg) وهذه الآثار قد تكون إيجابية أو سلبية اعتمادا على طبيعة العلاقة الإنسانية القائمة بين الأفراد في المؤسسة أو المنظمة الاجتماعية، فلو كانت العلاقة بين العمال والإدارة في المصنع إيجابية أي قائمة على الحب والاحترام فإن الآثار تكون إيجابية والعكس صحيح. (الحسن، ٢٠٠٥، ص: ٧١-٧٤)

وتنطلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي متمثلة في القواعد الاجتماعية وهي ما اعتاد المعدل العام من الناس على ممارسته من سلوك فالقواعد تعتبر أحد منظمات السلوك الإنساني وهي أحد الظواهر الاجتماعية التي تحدد سلوك الفرد وتوجهه في ارتباطه مع الآخرين ومع الجماعات الاجتماعية الأخرى، وكذلك العامل الزمني حيث تقع عمليات التفاعل الاجتماعي ضمن التوقيت الزمني ومن خلاله يقاس مدى الفائدة أو الربح أو التوفير والتبذير للأشياء المادية والمعنوية للأفراد المتفاعلين، وأيضا من أهم المرتكزات لتحليل التفاعل الاجتماعي الحيز المكاني أي أن التفاعل يحدث في منطقة جغرافية معلومة الأبعاد، يخضع لها الأفراد في عملية تفاعلهم كما يحدد الحيز المكاني طريقة جلوس الأفراد وتفاعلهم مع بعضهم، والقيم الاجتماعية التي تعتبر أحد عناصر الحضارة الإنسانية وتظهر من خلال التفاعل في المواقف وتتسم القيم بالاستمرار والتغير فيها يأخذ فترة زمنية طويلة وهو ذو تأثير كبير وتؤثر القيم على درجة فاعلية التفاعل الاجتماعي وتوجيهه الوجهة التي تريدها. (العمر، ١٩٩٧، ص: ١٧٣-١٨٣).

انطلاقاً مما سبق، يمكن إسقاط هذه النظرية على موضوع الدراسة كونها تفسر لنا طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق شبكات التواصل الإلكترونية وموقعه والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي وباستخدام الفرد لهذه الشبكات الإلكترونية فإنها تملئ عليه معاني وقيم ورموز جديدة.

٢- نظرية انتشار المستحدثات لروجرز (Rogers):

تعتبر نظرية روجرز لإنتشار المستحدثات أحد النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة، ويمكن تعريف المقصود بالانتشار بأنه العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي، وقد قام (روجرز) بدراسات عديدة في هذا المجال ووجد أن هناك علاقة بين انتشار المستحدثات وحدوث التغير الاجتماعي.

وتعتمد درجة انتشار المستحدثات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة وهنا يظهر دور عامل الوقت وبه تتم مراحل حتى يتم اتخاذ قرار ما بشأن تبني التكنولوجيا الجديدة، والمرحلة الأولى هي المعرفة حيث يدرك الأفراد وجود فكرة جديدة بشأن اختراع ما ويحاولوا التعرف على وظائف ذلك الشيء الجديد، أما المرحلة الثانية فتتعلق بالافتناع حيث تتكون

لدى الفرد شعور مع أو ضد استخدام المستحدثات الجديدة، أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة اتخاذ القرار بتبني استخدام الشيء الجديد أو رفضه والمرحلة الأخيرة يقوم فيها الفرد المستخدم بدعم استخدام الابتكارات الجديدة وتأكيد أهميتها، وتتأتى هذه المراحل من خلال الوعي بتطبيقات الابتكار الجديد ثم الاهتمام باختباره مما يؤدي إلى محاولة تقييم جدوى تبني مثل هذا الشيء وبذلك يدخل حيز التجريب للوقوف على الفوائد المكتسبة حتى إذا وصل الفرد إلى درجة الاقتناع فإن ذلك يقود إلى مرحلة التبني. (عماد وحسين، ١٩٩٨، ص: ٢٥٦-٢٥٨)

وقد أشار روجرز إلى أن المتبنيين للمستحدث ينقسمون إلى خمس فئات هم:

١-المبتكرون (Innovators): و تمثل هذه الفئة أولئك الذين يتوقون إلى تجربة الأفكار الجديدة، و تتميز تلك الفئة بالدخل المرتفع و التعليم العالي، و الانفتاح على الثقافات العالمية، كما أن أفرادها قليلوا التمسك بعرف الجماعة و يحصلون على معلوماتهم من المصادر العلمية و الخبراء .

٢-المتبنون الأوائل (Early Adopters): و يتميزون بأنهم أكثر تمسكا بأعراف الجماعة وبعضهم من يحتل مرتبة قادة الرأي نظرا لاندماجهم القوي مع الجماعات.

٣-الغالبية المبكرة (Early Majority): وهم أولئك الذين يفكرون مليا قبل تبني أية فكرة حديثة، و يعتمدون على الجماعة في إمدادهم بالمعلومات، و يمثلون حلقة وصل لنشر الفكرة المستحدثة لتوسيط موقعهم بين المتبنيين الأوائل والأواخر.

٤-الأغلبية المتأخرة (Late Majority): و وصفهم (روجرز) بالمتشككين، إذ يتبنون الفكرة اعتمادا على عرف الجماعة، أو ربما انقيادا للضغط عليهم، وأعضاء تلك الفئة غالبا ما يكونوا أكبر سنا وأقل دخلا وتعلما، و يعتمدون في حصولهم على المعلومات على الاتصال المواجهي أكثر من وسائل الإعلام.

٥-المتمسكون (Laggards): وتشير تلك الفئة إلى أولئك الذين يرتبطون بالتقاليد، و يتمسكون بالأفكار القديمة، ولا يتبنون الفكرة المستحدثة إلا إذا صارت قديمة.

ويرتبط بنظرية انتشار المستحدثات دراسة عدة عوامل تساعد في الإجابة على تساؤلات بحثية هامة مثل هل تتغير أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال عبر فترات زمنية مختلفة وما هي سمات وخصائص الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا؟ وهل هناك تفاوت في درجات الاستخدام. وهذه العوامل هي

المكانة الاجتماعية، خصائص وسمات الأفراد، الخلفية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين، وتؤثر هذه العوامل على تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والأبعاد الاجتماعية المقترنة بذلك الاستخدام. (خالد، ٢٠٠٩، ص: ٨)

وبناء على السابق، أشارت دراسات بحوث انتشار المتحدثات إلى أهمية مفهوم الشبكات الاجتماعية Social Networks في فهم كيفية انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي وفي ضوء ذلك قام روجرز بدراسة قنوات الاتصال لأنها هي التي تعمل على خلق وعي وإقناع للفرد باستخدام أدوات تكنولوجيا الاتصال، إضافة إلى ذلك أشارت هذه الدراسات إلى أهمية تناول عملية الانتشار من خلال بعد تنظيمي وذلك لتأثير البيئة الاجتماعية على عملية تبني استخدام التكنولوجيا.

٣- مدخل الاستخدامات والإشباع:

قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام ١٩٥٩م، حينما تحدث عالم الاتصال المعروف كاتز (Katz) عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلاً من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور، واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دوراً وسيطاً في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟. (رشقي، ١٩٧٨، ص: ٥٠٥)

ويعنى مدخل الاستخدامات والإشباع في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له. (فكري، ٢٠٠٨)

وجمهور المتلقين يعتبر طرف فاعل ونشط في العملية الاتصالية، لذلك فهو يقوم بدور مجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، وكطرف في هذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها، ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها، والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض، أو الانسحاب منها بناءً على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية، فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئاً أو مشاهداً أو مستمعاً في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم

مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض. (عبد الحميد، ١٩٩٧، ص: ٢٢٠)

ويقوم مدخل الاستخدامات و الإشباعات على مجموعة من الفرضيات التي تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:

١- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

٢- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

٣- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

٤- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

٥- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.

(الشامي، ٢٠٠٢، ص: ٧٢)

ونجد أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يتميز بعناصر عديدة أهمها :

١- مفهوم الجمهور (النشيط) : ظهر مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط) الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له الملبي لحاجاته، حيث بات هذا الجمهور يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم له هذا المضمون أو المحتوى، ويتحدد مفهوم الجمهور النشيط بما يلي :

- الانتقائية في الاختيار: حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها.

- الانتفاع: حيث أن جمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة .

- الاختيار المتعمد: يتعمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجة ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الإعلامية.

-الاستغراق: ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون (يعتمد على مدى توحّد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية)

- محدودية التأثير: هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه (فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء)

(فوزي، ٢٠٠٣، ص: ١٦٧-١٩٥)

٢-الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الاتصال:

يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحثة (ماتيلدا رايلي) حيث تناولت هذه الأصول من حيث :

- الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما (باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة)، وعليه فإن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل النوع، السن، المستوى العلمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.(مكاوي، ٢٠٠٠، ص: ٢٥٠)

- الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال: تؤدي الاستخدامات في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والاشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم (ويحقق التعرض لوسائل الاتصال العلاج الأمثل لمثل هذه المشكلات). (شاهين، ٢٠٠٠، ص: ٢٣٩)

٣-دوافع الاستخدامات:

صنف كل من كاتز (Katz) و جيرفتش (Gurovtch) و هاس (Hass) الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلى خمس فئات رئيسية:

١- الحاجات المعرفية: وهي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف ومراقبة البيئة.

٢- الحاجات الوجدانية: وهي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.

٣- حاجات التكامل النفسي: وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي.

٤- حاجات التكامل الاجتماعي: وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وتقوم على رغبة في التقارب مع الآخرين.

٥- حاجات الهروب : وتعكس كل ما هو مرتبط بالترفيه والتسلية.

وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض والاستخدامات فئتين هما:

- دوافع نفسية: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية .

- دوافع طقوسية: وتستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام وبرامج الترفيه المختلفة.

٤- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام :

تشير بحوث الاستخدامات والإشباع إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق مكافآت يمكن توقعها أو التنبؤ بها من جانب أعضاء الجمهور على أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل، وهذه المكافآت يمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الأفراد بتقييمها، وقد قام (ورايبيرن) بصياغة نظرية الاستخدامات والإشباع على أساس أن الإشباع المتحققة لها صلة بتوقع أصلي، فيما سمي بنظرية القيمة المتوقعة Expectancy Value Theory لإشباع وسائل الإعلام فالناس يتصرفون على أساس احتمال متصور بأن عملا ما سيكون له نتائج خاصة، كما أنهم يقيّمون النتيجة بدرجات متفاوتة وهذه الاعتقادات والتقييمات هي التي توجه الفرد الذي لديه احتياجات يسعى لإشباعها باستخدام وسائل الإعلام. (عثمان، ٢٠٠٩، ص: ٢٩-٣٠)

٥- الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام:

لقد قسمها (لورانس وينر) إلى نوعين:

١- إشباع المحتوى: وتمثل الإشباع التي تتحقق من التعرض لمضمون الوسائل الإعلامية، فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة وتنقسم إلى نوعين هما : الإشباع التوجيهية وتمثل في إشباع الحاجة إلى زيادة المعلومات والمعارف وتنمية المهارات الشخصية وتأكيد الذات واكتشاف الواقع وهذا ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث أنها تشبع رغبات مستخدميها من خلال ابداء آرائهم أو حرياتهم التي يشعرون انهم غير قادرين على إيصالها والاستفادة من تجارب الآخرين وعمل علاقات مع من هم أصحاب خبرة، والنوع الثاني الإشباع الاجتماعية وتمثل في إشباع الحاجة إلى التواصل مع الآخرين والتحدث معهم، من خلال الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الاتصال وشبكة علاقاته الاجتماعية.

٢- إشباع عملية الاتصال: وتحدث نتيجة لعملية الاتصال واختيار الفرد لوسيلة معينة دون سواها، فهي تتعلق بالوسيلة أكثر منها بالمضمون، وتنقسم إلى نوعين هما : الإشباع شبه التوجيهية وهي إشباع مكملة للإشباع التوجيهية وتعلق بإشباع الحاجة إلى الراحة والاسترخاء والمتعة والدفاع عن الذات، والإشباع شبه الاجتماعية وهي إشباع مكملة للإشباع الاجتماعية وتعلق بإشباع الحاجة إلى التخلص من العزلة والإحساس بالضيق والملل وعدم الشعور بالوحدة. (المشمشي، ٢٠٠٢، ص: ٣٢)

وفي ضوء ما سبق نجد أن مدخل الاستخدامات والإشباع يقدم مجموعة من المفاهيم والشواهد بالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي التي تؤكد أسلوب الأفراد أمام تلك الوسائل من خلال تعليقاتهم وآرائهم وتوجهاتهم ويرى هذا المدخل أن الأفراد يوظفون بفاعلية مضامين الرسائل الإعلامية التي يتم تدوينها في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر) بدلا من ان يتصرفوا سلبيا تجاهها علاوة على أن هذا المدخل يوفر لنا مجالا رحبا لتفسير السلوك الاتصالي، كما يجب ألا يفهم من وسائل الاتصال الجماهيرية أنها عديمة التأثير على الأفراد في كل الظروف لكن هي تمارس عملها وتأثيراتها ضمن ظروف ثقافية واجتماعية محددة، ويشكل التعرض لوسائل الاتصال جانبا من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان وهذا المدخل يفترض بأن اشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض لأي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ولكن يتم أيضا من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة فالبعض يجب أن يتابع شخصيات مشهورة سواء على الصعيد الفني أو الديني فيتوجه لصفحاتهم المخصصة على هذه الشبكات، ويمكن توظيف مدخل الاستخدامات والإشباع على موقعي الفيس بوك وتويتر كما يلي:

- أن المتلقي عنصر فعال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وهكذا فإن استخدام الجمهور الفيسبوك وتويتر يمكن تفسيره كاستجابة للحاجات التي يستشعرها ويتوقع أن يشبع هذه الحاجات لدية كالبحت عن معلومة أو التسلية أو معرفة آخر الأخبار أو التفاعل مع حدث معين. -المبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة إنما يخضع للمتلقى ذاته في عملية الاتصال الجماهيري وهذا النموذج يرى أن الناس مدينون للفيسبوك وتويتر لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير عليهم.

-تتنافس وسائل الاتصال الجماهيري لإرضاء الجمهور والحاجات التي تخدمها هذه الوسائل تشكل جزء من نطاق شامل من حاجات الناس وهذا ينطبق على الفيسبوك وتويتر من خلال الخدمات والتطبيقات التي يقدمها للجمهور ولعل الإحصاءات المرتفعة للمستخدمين تدل على عمق التنافس فيما بينهما.

٤- نظرية التأثير القوي لوسائل الاتصال:

تعتبر هذه النظرية من وجهة النظر التاريخية من أقدم النظريات التي حاولت تقديم وتفسير لمسألة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الأفراد حيث ساد في مطلع العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين اعتقاد بقوة هذ الوسائل وسميت بنظرية الطلقة. (ساري، ٢٠٠٥، ص: ٣٨)

ويعتقد أصحاب هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيري تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد، فلديها القدرة على تغيير الاتجاهات والآراء والميول بما يتناسب مع سياسات صاحب الوسيلة أو مستخدمها كما يبيي أصحاب هذه النظرية اعتقادهم على بعض الافتراضات النفسية والاجتماعية المستمدة من علم النفس والاجتماع السائدة آنذاك، ففي المجال النفسي ساد الاعتقاد أن الجمهور يحركهم عواطفهم وغرائزهم التي ليس بمقدورهم السيطرة عليها بشكل إرادي فإذا ما استطعت وسائل الاتصال حقنهم بمعلومات معينة تخاطب هذه الغرائز فإنهم سيتأثرون مباشرة بهذه الحقنة ولعل ما حصل من ثورات عربية باستخدام الفيسبوك وتويتر ومخاطبة مشاعر الجماهير بالحرية حركت غرائزهم دليل على قوة هذه الوسائل وقد تم لمس هذا التأثير القوي في الثورات التي قامت في الدول العربية مؤخرا حيث تم استخدام الفيسبوك وتويتر فيها وكانت بمثابة المحرك الكبير للشعوب والموجهة لهم على الرغم من أن بعض الدول حاولت الوقوف لمنعها لكنها لم تستطع، كما أن مطالبة كثير من أفراد المجتمع بأمور تجدد لها صدى بين كثير ممن يؤدون المطالب نتيجة قوة تلك الوسائل

وتوجه الناس إليها، وإذا أخذنا في الاعتبار تأثير وسائل الاتصال الجماهيري في المضمار الاجتماعي فإننا سنرى أنه قد ساد اعتقاد بأن الأفراد في المجتمعات الجماهيرية هي مخلوقات معزولة عن بعضها البعض نفسيا واجتماعيا ولا توجد روابط قوية تجمعهم لذا فهم فريسة سهلة لا يوجد من يحميها أمام وسائل الاتصال وإذا ما أسقط هذا الاعتقاد على موقعي الفيسبوك وتويتر نجد أن فيه جزء من الصحة بحكم أن الناس قد تتداول وترسل بعض المعلومات التي قد تجانب الصواب في كثير من الأحيان بدون التأكد من صحتها، كذلك فإن هذين الموقعين وحسب هذه النظرية عملت على خلق نوع من العلاقات الاجتماعية الدولية بين الأفراد والتي لا ترتبط بحدود الدولة وإنما تجمعها اتجهات وميول مشتركة أو تلتف حول شخصية لها كيزما معينة وهذا ما نجده من بعض الشخصيات في المجتمعات يفوق عدد متابعيها ومؤيديها مسؤولين في الدولة. (ساري، ٢٠٠٥، ص: ٣٩)

وعلى الرغم من الانتقادات التي وُجّهت لهذه النظرية -لست في صدد ذكر هذه الانتقادات- إلا أن ما يهمننا هو قوة الرسالة الإعلامية في توجيه الآراء والاتجاهات من خلال الوسيلة الاتصالية والتي أتت كمشبع نفسي واجتماعي للجمهور.

محمل النظريات السابق عرضها من حقلتي الاجتماع والاتصال سواء النظريات التقليدية أو الاتجاهات الحديثة قدمت مفاهيم مختلفة لموضوع البحث من زوايا متنوعة كما تساهم من خلال المفاهيم والتحليلات المتعلقة بما في تفسير نتائجه.

المبحث الثاني

دور العولمة في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

لقد شهدت عقود الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين تركيزاً ملحوظاً على موضوع (المعرفة) وعلاقتها بثورة التكنولوجيا والاتصالات من ناحية وعلاقتها تنامي المجتمع المعلوماتي من ناحية أخرى، وقد جاء ذلك مصاحباً للوعي الكامل بالأهمية الوظيفية "للمعرفة" والناتج بدوره عن تغلغل تقنيات المعلومات والاتصالات في بنية الحياة الاجتماعية، وتحكمها بشكل عضوي في شبكة العلاقات الاجتماعية للإنسان المعاصر، مما ساعد على ظهور مفهوم "مجتمع المعلومات"، هذا إلى جانب عوامل دولية أخرى أهمها ظاهرة العولمة، ومن أجل تسهيل فهم القصد من العولمة التي حملت لنا معها مفهوم المجتمع المعلوماتي إن جاز هذا التعبير، لابد من التعريف بجوهر هذا المجتمع، فهو حسب رأي العديد من الباحثين في شؤون الإعلام والاتصال: "المجتمع الذي تتاح فيه لكل فرد فرصة الحصول على معلومات موثقة من أي شكل ولون ومذهب واتجاه ومن أي دولة من دول العالم دون استثناء، عبر شبكات المعلومات الدولية، بغض النظر عن البعد الجغرافي وبأقصى سرعة وفي الوقت المناسب للمشاركة في عملية التبادل الإعلامي"، وهو كذلك "المجتمع الذي تتحقق فيه إمكانية الاتصال الفوري والكامل بين أي عضو من أعضاء المجتمع وأي عضو آخر من المجتمع نفسه أو من المجتمعات الأخرى، أو مع المؤسسات والأجهزة الحكومية أو الخاصة بغض النظر عن مكان وجود القائمين بعملية الاتصال والتبادل الإعلامي داخل الكرة الأرضية أو حتى خارجها في الفضاء الكوني"، كما تم تعريفه بأنه المجتمع الذي تتكامل فيه نشاطات وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التقليدية، وتتسع فيه إمكانيات جمع وحفظ وإعداد ونشر المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية، من خلال التكامل مع شبكات الاتصال والمعلومات الإلكترونية الرقمية الدولية دائمة التطور والنمو والاتساع والتي تشكل بالنتيجة وسط إعلامي مرئي ومسموع ينشر معلوماته عبر قنواته التي تشمل حتى وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التقليدية من خلال شبكات الاتصال والمعلومات المحلية والإقليمية والدولية، وهو المجتمع الذي تختفي معه الحدود الجغرافية والسياسية للدول التي تخترقها شبكات الاتصال والمعلومات التي تشكل تمهيداً مباشراً وخطيراً للأمن الوطني وقوانين الدول وللأعراف والتقاليد داخل المجتمعات المختلفة، وخاصة في الدول الأقل حظاً من التطور والنمو بشكل عام. (العوفي ومرداد، ١٩٩٥، ص:

وقد نالت ظاهرة العولمة وتجلياتها الاتصالية والمعلوماتية والثقافية اهتماماً كبيراً لتأثيرها على وظائف الاتصال والإعلام في مجتمع المعلومات حيث تقوم على الارتباط الشديد بين دول العالم عبر استخدام تكنولوجيا الاتصال وقد أدى ذلك إلى تحويل العالم بطابعه المادي إلى عالم رقمي وافتراضي، حيث انتقلت كافة مجالات الحياة لتأخذ طابعاً رقمياً يدور في فلك الفضاء الإلكتروني، كما شهد العالم اتجاهات لانتشار الموجة الديمقراطية والتوجه نحو اقتصاد السوق، وكان لذلك انعكاسات على القيم والمعتقدات والأفكار. (عبد الصادق، ٢٠٠٩، ص: ٥-٦)

وكنتيجة لذلك تضاعف دور الحدود السياسي لتصبح مؤشراً على "أراضي الدول" فقط حيث ساعدت العولمة على الثورة الاعلامية وتنوع وسائل الاتصال الجماهيري فنحن نعيش اليوم عصر التكنولوجيات والمعلومات والتواصل الاجتماعي، كما نعيش مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال. (الجابري، ١٩٩٧، ص: ١٤٧)

فالعولمة إذن هي تجسيد للتطورات الحياتية والفكرية والتكنولوجية المتلاحقة، التي تؤدي إلى انكماش العالم من حيث الزمان والمكان، وبالتالي زيادة وعي الأفراد بهذا الانكماش، فهي حقيقة حياتية جديدة، لم تبرز سوى خلال عقد التسعينيات من القرن العشرين، وبالتالي فإن علاقة العولمة بكل من ثورة المعلومات و ثورة وسائل الإتصال و ثورة الحاسبات الإلكترونية هي علاقة تبادلية من حيث السبب و النتيجة، و يظهر ذلك حسب ما أورده بعض المفكرين فيما يلي:

١- حدوث نمط من التفاعلية الجديدة بين قطاع الإتصال و المعلومات و بين سائر القطاعات الإجتماعية و هو ما أنتج "مجتمع المعلومات".

٢- اتسعت الأنشطة الإعلامية الاتصالية مُتخطية الحدود القومية بحيث أضحت المجتمعات المختلفة وثيقة الإتصال ببعضها البعض وهو ما يسمى بدبلوماسية الإتصال الإلكتروني.

(منصور، ٢٠٠٣، ص: ١٣١)

وكنتيجة لتنامي ظاهرة العولمة ظهر مفهوم الإعلام الجديد «إعلام التواصل الاجتماعي» كمفهوم يتمحور حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، والذي يشارك فيه القارئ أو المتلقي أو الجمهور بصورة عامة بدلاً من أن يكون مستقبلاً للرسالة الإعلامية فقط ومتأثراً بمضمونها، حيث أدى التطور التكنولوجي دوراً فاعلاً ومهماً في إضفاء ما يعرف

بالتفاعلية على هذا النوع من الإعلام، فأصبح بإمكان المستفيد (الجمهور) التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، بل أصبح هذا المستفيد في بعض الأحيان هو صانع المادة الخيرية نصاً وصورة وتعليقاً، ومن ثم أصبح مشاركاً حقيقياً في العمل الإعلامي، ومن أهم أدوات الإعلام الجديد مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أهمها الفيسبوك وتويتر التي استطاعت أن تخلق إعلاماً مختلفاً عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية المعبرة، ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت هذه الشبكات أن تتفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة، وتنقل الحدث أولاً بأولاً ومن مكان حدوثه، ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف، ومن دون شك فإن وسائل الإعلام الجديدة تؤدي بجدارة مهمة الترويج للقيم الثقافية للعولمة، ونشرها في مختلف مناطق العالم، فهي قادرة على تحقيق مساعي العولمة لتنميط ثقافات الشعوب، وقادرة على تجسيد ما يرمي إليه الإعلام الغربي عبر الفيسبوك وتويتر، التي يعتبرها العديد من الكتاب والمختصين وسيلة لنشر قيم العولمة الغربية بجدارة، وتحقيق غاياتها خاصة في المجال الثقافي فهي العربة التي تنقل عدة ثقافات وقيم وأنماط سلوكية ومضامين لعدة متلقين في كل أنحاء العالم، بكل سهولة وبتكلفة قليلة. (بدران، ٢٠١٠)

واستناداً على ما سبق يمكن القول بأن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، خاصة فيما يتعلق بظهور شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك وتويتر، فيما يلي فكرة موجزة عن هذين الموقعين:

١- الفيسبوك: facebook

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلى صاحبه مارك زوكربرج "Mark Zuckerberg" حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) وبمكّنتهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار، وفي عام ٢٠٠٤م أطلق "Zuckerberg" الفيسبوك وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجع "Zuckerberg" على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة

الجامعية، واستمر موقع فيسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر "Zuckerberg" أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من ١٢ مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام ٢٠٠٦ إلى أكثر من ٤٠ مليون مستخدم في بداية عام ٢٠٠٧م، أما التسمية Facebook فمرجعها ينسب إلى اسم الدليل الذي تُسَلِّمُه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستخدمين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجِدُّون بالاغتراب، والفيسبوك 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، وكذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى والجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، وبالاستطاعة القول أن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبّت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. (المصور، ٢٠١٢، ص: ٧٦-٧٨)

وترى أمينة السيد وهبة عبد العال أن من يتأمل شبكة الفيسبوك فسيفاجاً بهذا الكم من التواصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجذ لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ولدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد وهو ما يطرح لدى الشباب رغبة لا تقاوم في إظهار ذاته كما يود فهو يفكر كيف يجعل صورته متفردة وغريبة، وكيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن غيره ليشد بها انتباه الآخرين فهو ما دام صاحب موقع إن جاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق. (السيد وعبد العال، ٢٠٠٩، ص: ١٨)

٢- تويتر: twitter

هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، وكانت بدايات ميلاد هذا الموقع عام ٢٠٠٦م عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد

ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتير) وذلك في أبريل عام ٢٠٠٧م، وأخذ (تويتير) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأُخذ من العصفورة رمزاً له، ويسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.

وفي تويتير يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء من كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة.

يوفر تويتير لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقاتهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً، وفي الوقت ذاته يتيح تويتير للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتمهم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم، ويقدم موقع تويتير تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الإتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟"

في ضوء ما تقدم نجد أن لتويتير ميزات عديدة منها: يعلمك بالخير حال وقوعه ومن موقع الحدث، كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضاً إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية، التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقاتك.

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

هناك من البحوث والدراسات التي تناولت موضوع هذه الدراسة من زوايا متنوعة وأجريت في مجتمعات مختلفة، واستطاعت الباحثة أن تحصر أهم الدراسات الحديثة التي تقترب من أهداف هذه الدراسة، يمكن عرضها على النحو الآتي:

أولاً: الدراسات المحلية:

تأثير الإنترنت في المجتمع

أجريت هذه الدراسة من قبل محمد الخليفة عام (٢٠٠٢م)، وطبقت على (١٣٧) طالباً من طلاب المرحلة الجامعية، وتهدف إلى التعرف على تأثير الإنترنت في المجتمع من خلال تقصي فوائد شبكة الإنترنت وسلباتها، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، أما أدوات الدراسة فكانت المقابلة والاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن معظم أفراد مجتمع الدراسة (٩١,٧%) لديهم رغبة في استخدام الإنترنت، وتركزت أهم الاستخدامات في أغراض الاتصال، وتبادل المعلومات مع الآخرين، والبحث عن المعلومات، والترفيه والتسلية.

- رأى المبحوثون أن سلبات شبكة الإنترنت تمثلت في أنها تساعد على الغزو الثقافي، وتسبب مشاكل اجتماعية وأخلاقية، وصحية بكثرة استخدامها.

الآثار الاجتماعية والاقتصادية لاستخدام الحاسب الآلي على أبناء الأسرة السعودية

أجريت هذه الدراسة من قبل عبد المحسن العصيمي عام (٢٠٠٤م)، وطبقت على (٣١٩٣) طالباً من طلاب المرحلة الثانوية، وتهدف إلى التعرف على أهم استخدامات الحاسب وتقنيات الإنترنت وآثارها في المجالات الترفيهية والتعليمية والاقتصادية، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، أما أدوات الدراسة فكانت عبارة عن الاستبيان والمقابلة الهاتفية، وتوصلت الدراسة إلى

- أن الاستخدامات الترفيهية أكثر ما يقوم به الأبناء عبر الإنترنت وأكثر هذه الاستخدامات هي زيارة مواقع الألعاب والاطلاع على الأغاني والفيديو كليب، ومتابعة الصور العاطفية، ثم اللعب مع الأصدقاء عبر الشبكة، ومتابعة البرامج الرياضية.

- أهم الآثار في المجال الثقافي هي زيادة الاطلاع على أحداثالعالم وإتاحة المعلومات بسرعة ومعرفة الجديد في الأمور العلمية وزيادة الاهتمامبالقضايا الإسلامية.

- أما أهم الاستخدامات في المجال التعليمي فقد كانت محدودة وتتمثل معظمها في تسهيل إجراء البحوث وتحسين مستوى الحوار والكتابة ثم الاتصال بالزملاء، أما أهم الآثار فهي دعم انتشار اللغة الإنجليزية.

- أهم الاستخدامات في المجال الاقتصادي هي الحصول على معلومات اقتصادية وزيادة الصرف المالي على الإنترنت والإنفاق على الترفيه أكثر.

أثر ثقافة العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي

أُجريت هذه الدراسة من قبل نوف آل الشيخ عام (٢٠٠٦م)، حيث قامت بدراسة (٩١١) طالب وطالبة من جامعة الملك سعود بالرياض وجامعة الملك عبد العزيز بجدة، وتهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات العينة نحو تأثير العولمة الثقافية المتمثلة في (برامج القنوات الفضائية، واستخدام شبكة الإنترنت) على القيم وكذلك معرفة مدى استخدام تقنيات الاتصال الحديثة بين أفراد مجتمع الدراسة، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة العشوائية، واستخدمت الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن هناك اقتناع لدى مجتمع الدراسة بأن وجود الإنترنت أدخل تغيرات إيجابية في أفكار الشباب.
- أيد بعض أفراد العينة فكرة شراء كل ما هو جديد من أجل مجاراة الآخرين.
- أن أفراد العينة لا ترى أهمية لبرامج التسوق الدعائية الموجودة في الإنترنت والقنوات الفضائية.
- يرى أغلبية أفراد العينة أن توفر تقنيات الاتصال الحديثة يمنح الشعور بالاستقلالية والثقة في النفس.

استخدامات الإنترنت في المجتمع لسعودي

أُجري هذا البحث من قبل فريق يتكون من فهد العرابي وآخرون عام (٢٠٠٧م)، وطبقت الدراسة على (٢١٦٠) مبحوثاً نصفهم من الذكور والنصف الآخر من الإناث من مختلف الشرائح السكانية والاجتماعية للمواطنين السعوديين، ويهدف البحث إلى الكشف عن نسب استخدام الإنترنت بين

الفئات السكانية المختلفة وكذلك التعرف على أسباب عدم استخدام الإنترنت عند غير المستخدمين، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان لجمع البيانات وتوصلت إلى ما يلي:

- أن معدل استخدام الإنترنت بين المواطنين من الذكور والإناث بلغ ٥١.٢٪، وهذه النسبة تبين معدل انتشار الإنترنت في المملكة..

- أكدت الدراسة وجود علاقة طردية بين المستوى التعليمي واستخدام شبكة الإنترنت حيث يزداد معدل استخدام الإنترنت كلما ازداد المستوى التعليمي.

- كانت أعلى معدلات استخدام الإنترنت للذين تتراوح أعمارهم بين (٢٥-٣٤) سنة، في حين كانت أدنى معدلات استخدام الإنترنت للأشخاص من (٤٥) سنة فأكثر.

- أظهرت الدراسة أيضاً أن الشخص إذا كان "أمياً في استخدام الإنترنت" كان هذا السبب الرئيس في عدم الاستخدام، حيث بلغت نسبتهم ٥٣٪، ويليه "عدم توفر ما يلزم من الأدوات والأجهزة" بنسبة ١٩.٥٪.

- أوضحت الدراسة أن ٣٧٪ من مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية يقضون أكثر من ساعتين يومياً في استخدام الإنترنت، وأن ١٥.٥٪ يقضون أكثر من ثلاث ساعات في استخدامه.

- أظهرت الدراسة ارتفاع نسبة عدم استخدام الإنترنت للبيع والشراء لتصل إلى ٦٤,٥٪ من إجمالي الباحثين وهذا يعود إلى غياب ثقافة التسوق عبر الإنترنت.

استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيس بوك

أُجريت هذه الدراسة من قبل جراح العتيبي عام (٢٠٠٨م)، وقد شملت طلاب وطالبات السنة التحضيرية في ثلاث جامعات سعودية هي (جامعة الملك سعود- جامعة الملك فيصل - جامعة الملك عبدالعزيز) حيث تُهدف إلى التعرف على دوافع استخدام الفيسبوك والإشباع المتحققه من استخدامه، واعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي والاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة إلى:

- انتشار استخدام الفيس بوك بين طلاب وطالبات الجامعات السعودية بنسبة ٧٧%، ويظهر تأثير الأهل والأصدقاء في التعرف عليه.

- كان دافع الفضول والمشاركة الأول في دفعهم لاستخدام الفيس بوك وكذلك الأول في الإشباع المتحققة من استخدامه.

- أكدت العينة تحقيق الفيس بوك في تأثيره على الشخصية ما لا تحققة الوسائل الإعلامية الأخرى وكذلك تأثير استخدام الفيس بوك على استخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى.

آثار الإنترنت التربوية على طلاب المرحلة الثانوية

أجريت هذه الدراسة من قبل عبد الله القصير عام (٢٠٠٩م)، وطبقت على طلاب المرحلة الثانوية في منطقة القصيم، وتهدف الدراسة إلى معرفة الإنترنت ونشأته، الوقوف على آثاره الإيجابية والسلبية، التعرف على طرق الوقاية من سلبياته، وكذلك الوقوف على دور الإنترنت في التنمية واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن النسب التي وردت في بعض الدراسات تثبت ظاهرة انتشار الإنترنت بين طلاب المرحلة الثانوية.

- أن أغلب من يتصفح الإنترنت من الطلاب يفضلون المواقع ذات الأثر السلبي.

- أن للإنترنت آثار سلبية وآثار إيجابية، ويبقى دور التربية مهما في تعزيز الآثار الإيجابية وحماية الطلاب من الآثار السلبية.

المحادثة عبر شبكة المعلومات (أنماطها ودوافعها وآثارها)

أجريت هذه الدراسة من قبل سهام العزب ومحمد الغامدي عام (٢٠١١م)، وطبقت في جامعة الملك عبد العزيز بجده على ٤٧٤ طالبا وطالبة من مختلف الكليات العلمية والنظرية، وتهدف الدراسة إلى التعرف على الأنماط والدوافع والآثار المترتبة على استخدام غرف الدردشة عبر شبكة المعلومات وعلاقتها بمتغيرات (العمر والمعدل الدراسي والدخل)، وتم الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي وعلى أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن غرف الدردشة هي أحد الأساليب الفعالة للتواصل الاجتماعي ومدة استخدامها تتراوح من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات يوميا لدى الجنسين وفترة المساء هي الوقت المفضل للاستخدام.

- دوافع النسبة الأعلى من مستخدمي غرف الدردشة كانت التسلية وقضاء وقت الفراغ بالنسبة للجنسين، فقد بلغت ٤٦,٧% للتسلية و ٣٩% لقضاء وقت الفراغ لدى الذكور، في حين سبق قضاء وقت الفراغ التسلية لدى الإناث فقد بلغت النسبة ١٨,٢%، ١٥,٢% على التوالي.

- أن غالبية المستخدمين تربطهم علاقات متوسطة واهتمامات مشتركة مع الأصدقاء عبر غرف الدردشة، وغالبيتهم يضطرون إلى عدم قول الحقيقة ولديهم اتجاه نحو الجرأة في الحوارات مع الجنس الآخر.

- توجد علاقة ارتباطية سالبة بين العمر ومعظم أبعاد أنماط الاستخدام مثل معدل استخدام غرف الدردشة وملكية جهاز حاسب خاص ما يشير إلى الانخفاض على معظم أبعاد الاستخدام بزيادة المرحلة العمرية للطلاب.

ثانيا: الدراسات العربية:

تكنولوجيا الاتصالات وآثارها التربوية والاجتماعية

أُجريت هذه الدراسة من قبل حلمي عمار و عبد الباقي أبو زيد عام (٢٠٠١م)، وطبقت في المجتمع البحريني على عينة من المعلمين ومديري المدارس واختصاصيي المناهج وطلاب المرحلة الثانوية والجامعية بلغ عددهم ١٦٥، وقد كان البحث يهدف إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الاتصالات على نوعية التعليم و على مجالات العمل الحالية والمستقبلية للشباب، والتعرف على أثر تكنولوجيا الاتصالات على العلاقات الاجتماعية الإلكترونية وعلى مستقبل الشباب البحريني، وقد اعتمد الباحث منهج المسح الاجتماعي وعلى أداتي المقابلة والاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن الطلاب يميلون إلى الصداقة والتعارف من خلال الإنترنت أكثر من غيرهم من أفراد العينة.
- أوضحت الدراسة أن ما تقدمه تكنولوجيا الاتصالات من مزايا يفوق بكثير سلبياتها من ناحية سهولة التواصل وتوفير فرص عمل والتنمية الفكرية وزيادة المعلومات وتوفرها.

تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية

أُجريت هذه الدراسة من قبل حلمي خضر ساري عام (٢٠٠٣م)، وطبقت في المجتمع القطري على عينة من الشباب في مدينة الدوحة من كلا الجنسين بلغ حجمها (٤٧١)، وتهدف الدراسة إلى معرفة

الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية التي تركها الإنترنت بوصفه وسيلة اتصال إلكترونية حديثة في المجتمع على علاقات الشباب الاجتماعية بأسرهم وتفاعلاتهم الاجتماعية مع معارفهم وأصدقائهم إضافة إلى محاولتها معرفة الخصائص الثقافية للإنترنت، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي، وتم استخدام أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى:

- وجود ما نسبته (38.6%) من أفراد العينة كانوا قد تحدوا آليات الضبط الأسري والاجتماعي وقاموا بلقاءات مباشرة وجها لوجه بمن تعرفوا إليهم عبر الإنترنت غير آبهين بالعواقب المترتبة على مثل هذه اللقاءات المحظورة اجتماعيا.

- نجم عن استخدام الشباب للإنترنت تراجع في مقدار التفاعل اليومي بينهم وبين أسرهم وتراجع في عدد زيارتهم لأقاربهم.

- أن هناك حالة من العزلة والاعتزاب النفسي بين الشباب باعد بينهم وبين مجتمعهم إذ بلغت نسبة من شعر منهم بهذه الحالة (40.3%)، وفي نفس الوقت تعمل الإنترنت على تقريب البعيدين مكانيا عبر اختزال المسافات الجغرافية بين ما نسبته (67.1%) منهم لتشعرهم بالقرب النفسي بأسرهم وعائلاتهم الذين يعيشون خارج الوطن.

العلاقة العاطفية بين الجنسين باستخدام الوسائل الإلكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي

أُجريت هذه الدراسة من قبل زموري زينب و بغدادي خيره عام (٢٠٠٥م)، وطبقت في جامعة ورقلة بالجزائر على طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية (قسم علم الاجتماع وعلم النفس) وتهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى خروج العلاقات بين الجنسين بواسطة الإنترنت من مجتمعها الافتراضي إلى المجتمع الحقيقي، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أداة الاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن معظم أفراد العينة يتصلون بموقع الفيسبوك في أوقات الفراغ ويهدفون من اتصا لهم بهذا الموقع إلى تكوين علاقات صداقة وتبادل الأفكار مع الجنس الآخر، إلا أن هذه العلاقات غير جدية بل هي عبارة عن منفذ فقط للتسلية والترفيه عن النفس بالنسبة لهم.

- أن هذه العلاقة لم تصل إلى مجال تواجدها الحقيقي لأنها غير جدية بل هي علاقة تسلية وترفيه مما يفسر لنا أن هناك نوع من عدم التجاوب في بعض الأفكار بين الطرفين.

- كشفت الدراسة عن فئتين من المندمجين في العالم الافتراضي، الفئة الأولى تبحث عن ذاتها في عالم الافتراضية لتحقيقها بعيدا عن ضغوط المجتمع وتقاليده التي تكبح جماح مشاعرها وبالتالي يعتبر العالم الافتراضي بالنسبة لها هروب من سلطة المجتمع وتقاليده، أما الفئة الثانية فهي أيضا مندججة في العالم الافتراضي ولكنها تحاول أن تتحدى سلطة التقاليد والقيم وتتجاوزها بالإبقاء على العلاقة العاطفية عبر الوسائل الإلكترونية حتى ولو لقيت معارضة من طرف المجتمع.

استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

أُجريت هذه الدراسة من قبل فايز المجالي عام (٢٠٠٧م)، وطبقت في المجتمع الأردني، من خلال استطلاع آراء عينة من طلبة جامعة مؤتة حيث بلغ تعدادها (٣٢٥) مبحوثاً ومبحوثة وتهدف الدراسة إلى تحليل واقع ظاهرة استخدام الإنترنت من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية المترتبة عن استخدامه على فئة الشباب الجامعي من وجهة نظر عينة من المبحوثين، والكشف عن أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي الإنترنت وتأثيراته على علاقاتهم الاجتماعية، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الطالب للإنترنت بمفرده، في حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الطلبة وقتهم أمام الإنترنت بمشاركة الآخرين، وكذلك تبين أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام الإنترنت ارتفع أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية.

- كما بينت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع العمري، حيث أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، وفيما يتعلق بمستوى الدخل الشهرية لأسر الطلبة، فقد بينت نتائج الدراسة أنه كلما ارتفع الدخل الشهري لأسر الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية لديهم.

حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت

أُجريت هذه الدراسة من قبل رضا أمين عام (٢٠٠٩م)، وطبقت على نوعين من المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت أولاهما: تلك المجتمعات الافتراضية التي تقوم على التفاعل الثقافي والاجتماعي، وتبادل الأفكار والآراء عبر مواقع تسمح لمستخدميها بالإضافة والتعليق والمشاركة

النشطة مثل: (المنتديات، المدونات، غرف الدردشة، الفيس بوك)، والنوع الثاني هي المجتمعات الافتراضية الكاملة على شبكة الويب، وهي المواقع الإلكترونية التي تحاول محاكاة العالم الواقعي من خلال إتاحة عدد من الخيارات المتعددة أمام المستخدمين تمكنهم من ممارسة تفاصيل حياتهم وكأنهم في العالم الحقيقي من بيع وشراء وارتداء ملابس والسفر عبر الطائرات وغيرها مثل: (سكند لايف، مجتمع جوجل لايفلي)، وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على أنماط المجتمعات الافتراضية في الإنترنت والسمات العامة التي تميز كل نمط، وحدود ما يمكن أن تقدمه من علاقات تفاعلية اجتماعية وثقافية بين سكان هذه المجتمعات، و تمَّ استخدام الملاحظة العلمية وتحليل المحتوى الكيفي لبعض المجتمعات الافتراضية على الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر في المجتمعات الافتراضية سلبيًا أو إيجابًا، منها مدى الاتساق أو الاختلاف مع القيم والمعتقدات السائدة، ومدى تبنيتها للأنماط الاتصالية البناءة التي تسهم في تطوير الحياة الواقعية.

- أن شبكات التعارف الاجتماعية مثل الفيسبوك أعادت صياغة العلاقة بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، كما أنها أضفت أبعادًا جديدة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد داخل النظام، وكذلك استخدمت لحشد الجماهير المتفرقة جغرافيًا وعقائديًا للضغط على الأنظمة السياسية للمطالبة بمزيد من الحقوق والتعبير بحرية كاملة عن الآراء والمعتقدات.

الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع الفيسبوك

أجريت هذه الدراسة من قبل نيرمين خضر عام (٢٠٠٩م)، وطبقت في مصر على عينة عمدية من مستخدمي الفيس بوك من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة والجامعة البريطانية، وكان الهدف الرئيسي للبحث هو التعرف على دوافع استخدام الشباب لموقع الفيسبوك والأنشطة التي يمارسونها في هذا الموقع، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن ومنهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الباحثة إلى مايلي:

- أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك.
- أن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها الباحثون على موقع الفيسبوك بنسبة ٧٦,٥%.

- اتفقت مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية (ذكور وإناث) على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيسبوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، ومن أهم مزايا الفيسبوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجري والتعرف على مزاج الأصدقاء وتجديد العلاقات بأصدقاء الماضي وإبداء الرأي الحر.

العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت

أُجريت هذه الدراسة من قبل عزة عثمان عام (٢٠٠٩م)، وطبقت على ٢٠٠ مبحوثة من المملكة العربية السعودية (جامعة الملك سعود) و ٢٠٠ مبحوثة من مصر (جامعة القاهرة) من الكليات النظرية والعلمية، وتسعى هذه الدراسة إلى الوصول إلى هدف رئيس وهو تحديد العوامل المؤثرة على تعرض الفتاة السعودية والمصرية للإنترنت والإشباع التي تحققها من استخدامها للإنترنت وذلك في سياق اجتماعي يعكس أهم العوامل المؤثرة على نوعية هذا الاستخدام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي وعلى أداة الاستبيان وتوصلت إلى ما يلي:

- اتفقت الفتيات المصريات والسعوديات في أسباب تفضيلهن لمواقع الإنترنت، حيث احتل التفضيل الشخصي الترتيب الأول لدى الطرفين بنسبة ٢٦ % عند المصريات ، ٢٦ % عند السعوديات، تلاه السبب الخاص بالتواصل مع الآخرين بنسبة ١٨,٧ % للمصريات ، ١٧,٧ % للسعوديات.

- اتفقت الفتيات المصريات والسعوديات في ترتيبهن الأولى للعوامل النفسية المؤثرة عليهن في استخدامهن للإنترنت وهي إزالة الشعور بالقلق والتوتر بنسبة ١٢,٦ % للمصريات ، ١٢,٥ % للسعوديات، ثم السعادة التي أجدها عندما أقرأ بريدي الإلكتروني بنسبة ١١,٤ % للمصريات ، ١٢,٣ % للسعوديات.

- تتعدد الآثار التي يتركها الإنترنت من وجهة نظر عينة الدراسة منها آثار قيمة وأخرى فكرية وأخرى شكلية ثم اجتماعية وسلوكية.

إدمان الانترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات التواصل الاجتماعي

أُجريت هذه الدراسة من قبل رولا الحمصي عام (٢٠١٠م)، وطبقت في جامعة دمشق على (١٥٠) طالباً وطالبة (٣٦) إناث و (١١٤) ذكور من تخصصات علمية متعددة وأوضاع اقتصادية مختلفة، وتهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على ظاهرة الإدمان على الإنترنت وعلاقتها بمهارات التواصل الاجتماعي ومعرفة الفروق في الإدمان على الإنترنت تبعاً لمتغيرات (الجنس، الوضع الاقتصادي،

التخصص العلمي)، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أدوات البحث عبارة عن (مقياس لإدمان الانترنت — ومقياس العلاقات الاجتماعية)، وتوصلت الدراسة إلى:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الإدمان على الإنترنت ومهارات التواصل الاجتماعي فالجلوس فترات طويلة لاستخدام الإنترنت تجعل الفرد يخصص وقتاً أقل للنشاطات الأخرى.

- أن الإناث يتعلقن باستخدام الإنترنت أكثر من الذكور ويعود ذلك إلى طبيعة التنشئة الاجتماعية للإناث في مجتمعاتنا.

- لا توجد فروق دالة إحصائياً في الإدمان على الإنترنت مع تغير واختلاف الوضع الاقتصادي للأفراد وهذا يعود لتكلفة استخدام الإنترنت المتيسرة للجميع.

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين

أجريت هذه الدراسة من قبل محمد المنصور عام (٢٠١٢م)، وتهدف إلى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفييس بوك" نموذجاً الخاص بقناة العربية، وكذلك المقارنة بين شكل ومضمون الموقع الاجتماعي (الفييس بوك) وبين شكل ومضمون الموقع الإلكتروني (العربية.نت) لقناة العربية، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي، وقد تم إعداد استبانة لتحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى:

- أهمية الدور الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة، قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية.

- خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، وأنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.

ثالثا: الدراسات الأجنبية:

الآثار الاجتماعية والنفسية لإدمان الإنترنت

أُجريت هذه الدراسة من قبل بيلايوهانونفيتز عام (٢٠٠١م)، على (١١٤) طالبا وطالبة في ولاية ميتشغان الأمريكية وكانت تهدف إلى معرفة تأثير الإنترنت في خلق حالة من الإدمان لدى مستخدميه وقد استخدم الباحثان مقياسان لهذه الغاية مقياس كمي يقوم على مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في غرف المحادثة على الإنترنت ومقياس آخر مكون من أربعة بنود يقيس درجة التوجه نحو الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى أن توجه الشباب نحو الإنترنت وإدمانهم عليه يرتبط بالنوع الاجتماعي وبعض المتغيرات الشخصية كالسيطرة والتقبل الاجتماعي والعلاقات الشخصية للمبحوثين.

أثر الفيس بوك على التحصيل الدراسي

أُجريت هذه الدراسة من قبل ارين كاربنسي عام (٢٠١٠م)، وطُبقت على (٢١٩) طالبا جامعيًا في نيويورك حيث هدفت للتعرف على أثر استخدام موقع "فيسبوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي والاستبيان كأداة لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى:

- أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الإنترنت وتصفح موقع "فيسبوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع.

- كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات، حيث أن (٧٩%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع الفيس بوك يؤثر سلبًا على تحصيلهم الدراسي.

- كذلك بيّنت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتًا أطول على الإنترنت يخصصون وقتًا أقصر للدراسة مشيرًا إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدردشة" وحل الفوازير وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى.

أثر استخدام التقنية على العلاقات الاجتماعية

أجريت هذه الدراسة ميشيل فانسون عام (٢٠١٠م)، وقد طبقت على عينة قوامها (١٦٠٠) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، حيث هدفت للتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفيس بوك واليوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

- وأظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، وأن شبكات التواصل الإلكترونية قد غيرت نمط حياة (٥٣%) من أفراد العينة.

أثر الشبكات والمواقع الاجتماعية على إدارة المعلومات

أجريت هذه الدراسة من قبل هيلين ستريك عام (٢٠١١م)، وطبقت في الولايات المتحدة الأمريكية على عدد من الموظفين في قطاعات الأعمال والتقنية والحمامة، وتهدف الدراسة إلى تزويد القارئ بنوعية المعلومات التي يتم تبادلها في الشبكات الاجتماعية ومدى أهمية ما يتم طرحه من هذه المعلومات للمنظمات وللأفراد المعنيين، كما تهدف كذلك إلى مناقشة تأثير هذه الشبكات وما تنقله للعملاء والأفراد من كم هائل من المعلومات الاجتماعية والتقنية وغيرها من معلومات، ومدى تعامل المهتمين من مشرفين ومدراء وقياديين وغيرهم من الأفراد أصحاب القرار في المنظمات مع هذه المعلومات، وقد تم استخدام منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان للقيام بهذه الدراسة التي توصلت إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن المنظمات عليها أن تتواكب مع التطور الهائل لتقنيات المعلومات وأن تتعاطى أكثر وبشكل جدي مع التأثير القوي والملحوظ للشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر وغيرها على الأفراد في المنظمات وعلى تعاطيهم للمعلومات.

- على المنظمات أن تدرب الموظفين على التعاطي معها بشكل معقول وإيجابي وأن تضمن سرية ما تحتويه من معلومات هامة لها، وإلا ستجدها منشورة على أحد هذه المواقع وما سترتب على ذلك من عواقب وخيمة لا تحمد عقباه.

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة استخدامات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والإدمان عليها كما ركزت بعض الدراسات على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والآثار النفسية والاجتماعية المترتبة عليها كما كان هناك تفاوت في المجتمعات التي طبقت فيها الدراسات السابقة، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر كمواضيع هامة فرضت نفسها أمام العديد من الباحثين في وقتنا الراهن.

وقد سلطت الدراسات السابقة الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بموضوع هذه الدراسة حيث أكدت بعضها على جملة أمور أهمها: تأثيرات الإنترنت في المجتمع من خلال الفوائد التي يقدمها، دوافع استخدام الفيسبوك ومعرفة الأبعاد النفسية والعاطفية والاجتماعية والثقافية وتحليل ظواهر استخدام الإنترنت من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية وتأثيرات العولمة الثقافية على قيم المجتمع.

ما تميزت به الدراسة الحالية:

على الرغم من وجود بعض الدراسات التي قد تطرقت بصورة مباشرة أو غير مباشرة، إلى متغير أو أكثر من متغيرات هذه الدراسة، إلا أن أيا منها لم يدرس بصورة مباشرة العلاقة بين متغيرات هذه الدراسة ككل وفيما يلي توضيح لما تميزت به الدراسة الحالية:

-تناولها موضوع مهم وهو التكنولوجيا وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية وركزت في تناولها شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك (وتويتر الذي لم تتناوله الدراسات السابقة) والتي تعتبر الآن محرك لكثير من الشعوب.

- حاولت الدراسة الحالية الخروج بعلاقات واضحة وصريحة ذات طابع علمي يمكن تعميمها في مجالات الاتصال الجماهيري إذا ما تم استخدام هذه العلاقات وتعديلها وتكمن هذه العلاقة بقوة وسائل الإعلام والدور الذي يمكن أن تلعبه إذا ما استخدمت الاستخدام الأمثل.

- تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في محاولتها دراسة أثر التكنولوجيا على العلاقات الاجتماعية وسط طالبات الجامعة التي تعتبر شريحة مهمة في المجتمع بحكم أنها على مستوى من التعليم

العالي وأيضاً بحكم أمنّ على اطلاع وانفتاح ورغبة في اقتناء الجديد ويتأثرن سواء بشكل إيجابي أو سلبي وهذا ما سعت إليه الدراسة حيث لم يتطرق إليه أي من الباحثين السابقين بشكل مركز. وأخيراً فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بلورة الفكرة البحثية بكافة جوانبها ومحاولات التطرق لبعض المتغيرات التي لم تبحثها تلك الدراسات.

الفصل الثالث: الاجراءات المنهجية للدراسة

- منهج الدراسة
- أداة الدراسة
- حدود ومجال الدراسة
- مجتمع وعينة الدراسة
- متغيرات الدراسة
- الأساليب الإحصائية

الإجراءات المنهجية للدراسة

تمثل الإجراءات المنهجية الخطوات التطبيقية لتنفيذ أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته، فمن خلال تحديد منهج البحث وإجراءات تطبيقه يمكننا الحصول على البيانات المطلوبة التي من خلالها يمكن الحصول على النتائج البحثية، وفيما يلي عرضاً لأهم الإجراءات المنهجية.

منهج الدراسة:

استُخدم في هذا البحث منهج المسح الاجتماعي وهو: طريقة لجمع بيانات من أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق الاتصال بمفردات مجتمع البحث سواء كان الاتصال مباشراً أو وجهاً لوجه، أو عبر الهاتف أو بريدياً، من خلال استمارات تحتوي على أسئلة مقننة. (نوري، ٢٠٠٧، ص: ٥٥)

وقد تم استخدام منهج المسح الاجتماعي لاقتراب هذا المنهج من طبيعة الدراسة الوصفية فهو من أكثر المناهج ملائمة لموضوع هذا البحث لأنه يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى معرفة دوافع وأسباب استخدام شبكات التواصل الإلكترونية وتأثيراتها المختلفة لدى طالبات الجامعة ومن ثم وضع مقترحات وحلول لتدعيم الإيجابيات والحد من السلبيات الناتجة عن هذا الاستخدام.

أداة الدراسة:

تعتمد الدراسة على استخدام الاستبيان الذي يقصد به: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يُطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث. (عطوي، ٢٠٠٧، ص: ٩٩)، وتم الاعتماد على الاستبيان لأنه يعد إحدى الوسائل الفعالة في جمع البيانات في إطار الدراسات الوصفية كما يعد أداة ملائمة لمنهج المسح الاجتماعي، إضافة إلى أنه يؤدي الغرض للحصول على المعلومات التي تتطلبها الدراسة وهو مناسب لطبيعة مجتمع البحث وخصائص العينة.

وقد قامت الباحثة بإعداد الاستبيان في صورته الأولية بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة حيث تضمنت استمارة الاستبيان عدداً من الأسئلة المغلقة تعالج خمسة محاور أساسية كما يلي:

المحور الأول: البيانات الأولية وقد اشتمل على (٩) عبارات هي: من العبارة ١ إلى العبارة ٩:

المحور الثاني: الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر: وقد اشتمل على (٩) عبارات هي: (من ١٠ إلى ١٨)

المحور الثالث: طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفيسبوك وتويتر: وقد اشتمل على (٤) عبارات هي: (من ١٩ إلى ٢٢)

المحور الرابع: الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام هذين الموقعين: وقد اشتمل على (٦) عبارات هي: (من ٢٣ إلى ٢٨)

المحور الخامس: الآثار السلبية الناتجة عن استخدام هذين الموقعين: وقد اشتمل على (٦) عبارات هي: (من ٢٩ إلى ٣٤)

وللتأكد من الصدق الظاهري للأداة، تمَّ عرضها على مجموعة من المحكمات من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك عبد العزيز من تخصص علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية وتخصص الإعلام، وذلك للاسترشاد برأيهن والتعرف على وجهة نظرهن حول محاور الاستبيان ودرجة موافقة الفقرات لأهداف الدراسة ومدى وضوح الصياغة لغويًا، وفي ضوء ذلك تم تعديل بعض الفقرات، بعد ذلك طبقت الاستبانة المعدلة على (١٥) طالبة من مجتمع البحث (pre-test) للتأكد من وضوح الأسئلة كي تكون سهلة الفهم على المبحوثات وكذلك التعرف إلى أية معلومات أو إضافات أخرى يرونها ضرورية وتم أخذ ملاحظتهن بعين الاعتبار. (انظر ملحق ٣ أداة الدراسة)

حدود ومجال الدراسة:

- الحدود البشرية: طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة من الكليات التالية: (الآداب والعلوم الإنسانية، العلوم، الاقتصاد والإدارة)
- الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية في مقر جامعة الملك عبد العزيز بجدة لأن ذلك يتيح فرصة التواجد في مجتمع البحث والالتقاء بالمبحوثات طوال فترة اجراء الدراسة.
- الحدود الزمنية: وتمثل في الفصل الثاني من العام الدراسي ١٤٣٣هـ إلى الفصل الأول من العام الدراسي ١٤٣٤هـ.

مجتمع وعينة الدراسة:

تكوّن مجتمع البحث من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجده المنتظمات بالدراسة لمرحلة البكالوريوس من الكليات التالية (الآداب والعلوم الإنسانية، العلوم، الاقتصاد والإدارة) وقد اقتصرت الدراسة على الإناث دون الذكور نظرا لقلّة الدراسات التي تركز على الفتيات في مجال استخدام الإنترنت عموما وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا، إضافة لصعوبة جمع البيانات من الذكور في مجتمعنا المحافظ، ولضيق فترة اجراء البحث.

وقد اعتمدت الدراسة على العينة الطبقية نظرا لأن مجتمع البحث يتكون من ثلاث كليات مختلفة، بعد ذلك تم اختيار عينة مقصودة من كل كلية، وقد بلغ الحجم الكلي للعينة ١٥٠ مبحوثة (٥٠ مبحوثة من كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٥٠ مبحوثة من كلية العلوم، ٥٠ مبحوثة من كلية الاقتصاد والإدارة) من كل التخصصات العلمية والمستويات الدراسية في هذه الكليات شرط أن تكون المبحوثة تستخدم موقع الفيس بوك أو تويتر أو كلاهما وعلى وعي تام بالتعامل مع هذه المواقع، وقد تم تحقيق هذا الشرط عن طريق سؤال المبحوثات قبل توزيع الاستمارات عليهن إذا كن يستخدمن الفيسبوك وتويتر وعليه تم استبعاد من لا تتعامل مع هذه المواقع من الدخول في العينة، وجرت عملية جمع البيانات من المبحوثات خلال تواجدهن في المحاضرات الدراسية أو في أماكن أخرى داخل الجامعة، وذلك بعد أن وضحت الباحثة أهداف الدراسة لهن وطلبت منهن المصادقية والوضوح والحرية في المشاركة أو عدمها، وبعد المراجعة تم استبعاد الاستمارات الناقصة أو المتناقضة في إجاباتها لعدم صلاحيتها للتحليل حيث تم توزيع استمارات عوضا عنها إلى أن بلغ العدد الإجمالي للاستمارات الخاضعة للتحليل (١٥٠) استمارة.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: استخدام شبكات التواصل الإلكترونية ومحدداته: (العمر، المستوى الدراسي، عدد ساعات الاستخدام وطريقته).

المتغير التابع: العلاقات الاجتماعية وأبعادها: (البحث عن صداقات جديدة، تعزيز الصداقات القديمة، التواصل مع الأقارب البعيدين مكانيا، التواصل مع أشخاص من بلدان ومجتمعات مختلفة).

الأساليب الإحصائية:

تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS حيث استخدمت الأساليب الإحصائية الوصفية من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية، ومعامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين بعض متغيرات الدراسة.

الفصل الرابع: عرض تحليل نتائج الدراسة الميدانية

عرض وتحليل البيانات الميدانية

كما نعلم أن هذه الدراسة تتناول موضوع شبكات التواصل الإلكترونية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات الجامعة مع التطبيق على عينة بلغ حجمها (١٥٠) طالبة، وبناءً على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تم جمعها وتحليلها، سيتم عرض أهم النتائج وتفسيرها ومناقشتها في ضوء الإطار النظري للبحث والدراسات السابقة.

أولاً: البيانات الأولية عن خصائص العينة:

جدول رقم (١)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

النسبة %	التكرار	فئات العمر
١٥,٣	٢٣	أقل من ٢٠ سنة
٦٨,٧	١٠٣	٢٠ إلى ٢٣ سنة
١٢	١٨	٢٤ إلى ٢٧ سنة
٤	٦	أكثر من ٢٧ سنة
١٠٠	١٥٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تقع في الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٢٣ سنة حيث بلغت نسبتهم ٦٨,٧% وقد يعود ذلك إلى أن هذا العمر هو المتوسط الطبيعي لعمر طالبات الجامعة يلي ذلك بفارق كبير اللاتي تقل أعمارهن عن ٢٠ سنة بنسبة ١٥,٣% ثم اللاتي بلغت أعمارهن من ٢٤ إلى ٢٧ سنة بنسبة ١٢% وأخيراً اللاتي بلغت أعمارهن أكثر من ٢٧ سنة بنسبة ضئيلة بلغت ٤% فقط لأن هذا العمر لا يشمل المنتظمات بالدراسة بل من زاد عدد سنواتها الجامعية عن أربع سنوات.

جدول رقم (٢)

يوضح نوع الكلية التي تنتسب إليها المبحوثة

النسبة %	التكرار	الكلية
٣٣,٤	٥٠	الآداب والعلوم الإنسانية
٣٣,٣	٥٠	العلوم
٣٣,٣	٥٠	الاقتصاد والإدارة
١٠٠	١٥٠	المجموع

تساوت نسب المبحوثات بالنسبة للكليات التي يدرسن بها حيث كانت النسبة ٣٣,٣% من كل كلية (العلوم، الاقتصاد والإدارة) و ٣٣,٤% في كلية الآداب والعلوم الإنسانية وقد كان هذا من شروط اختيار العينة لضمان أن تكون العينة ممثلة لمجتمع البحث والذي تحدد بدراسة طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجده اللاتي يدرسن في هذه الكليات الثلاث، والغرض من تنوع العينة كذلك يكمن في اختلاف التوجهات والآراء بين الطالبات حسب تخصصاتهن فطالبات العلوم مثلا قد يختلفن في الاستخدام عن طالبات الآداب.

جدول رقم (٣)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب السنة الدراسية

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
١٨,٦	٢٨	سنة أولى
١٦	٢٤	سنة ثانية
٢٦,٧	٤٠	سنة ثالثة
٣٨,٧	٥٨	سنة رابعة
١٠٠	١٥٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن أكبر نسبة وقد بلغت ٣٨,٧% من المبحوثات يدرسن في السنة الرابعة يلي ذلك اللاتي يدرسن في السنة الثالثة بنسبة بلغت ٢٦,٧% ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الطالبات في هاتين السنتين الدراسيتين أصبحن أكثر انفتاحا ووعيا بالتعامل مع الإنترنت وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي على العكس من مثيلاتهن المبتدئات في الدراسة الجامعية.

جدول رقم (٤)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %
غير متزوجة	١١٧	٧٨
متزوجة	٢٩	١٩,٣
مطلقة	٤	٢,٧
أرملة	-	-
المجموع	١٥٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أكبر نسبة من المبحوثات غير متزوجات حيث بلغت ٧٨% يلي ذلك بفارق كبير المتزوجات بنسبة ١٩,٣% ثم المطلقات بنسبة ٢,٧% ويعود سبب ارتفاع نسبة غير المتزوجات إلى تأخر سن الزواج لدى الفتاة الجامعية حيث أن أغلب الفتيات يرفضن الزواج قبل إكمال دراستهن.

جدول رقم (٥)

يوضح الموقع الإلكتروني الذي تستخدمه الطالبة

الموقع الإلكتروني	التكرار	النسبة %
الفيسبوك	٥٦	٣٧,٣
تويتر	٢٢	١٤,٧
الاثان معا	٧٢	٤٨
المجموع	١٥٠	١٠٠

يتبين من الجدول السابق أن النسبة الأعلى من المبحوثات يفضلن استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر معا حيث بلغت نسبتهن ٤٨% يلي ذلك من يستخدمن موقع الفيسبوك بنسبة بلغت ٣٧,٣% ويليهن بفارق كبير اللاتي يستخدمن موقع تويتر بنسبة ١٤,٧% ومن ذلك نستنتج أن الفيسبوك أكثر استخداما من تويتر بين أفراد العينة وقد يعود ذلك إلى أن تويتر هو ملائم أكثر للراغبات بالمناقشات الجادة عادة أما الفيسبوك فهو نظام حياة شامل فيه الجد والمرح والفيديو والتجمعات وغيرها من الخصائص التي تفضلها طالبات الجامعة وهذا ما يجعله يتفوق على تويتر في كثرة الاستخدام، ويتضح

كذلك أن الغالبية العظمى من المبحوثات يستخدمن الموقعين معا وهذا يدل على أن هناك توجه إيجابي من الفتيات لاستخدام المواقع الإلكترونية التي أصبحت لغة العصر في المجتمع المعلوماتي، وتتفق هذه النتيجة مع مدخل الاستخدامات والإشباع من ناحية وجود انتقائية في اختيار الجمهور لوسيلة اتصالية معينة والتعرض لمضمون معين فيها، كما تتفق مع دراسة (العتيبي، ٢٠٠٩): عن استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيسبوك والتي كان من نتائجها أن أفراد العينة يفضلوا استخدام موقع الفيسبوك أكثر من استخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى.

جدول رقم (٦)

يوضح عدد ساعات الاستخدام اليومي لهذه المواقع

عدد الساعات	التكرار	النسبة %
أقل من ساعتين	٥٢	٣٤,٧
من ٢-٤ ساعات	٣٤	٢٢,٦
من ٥-٧ ساعات	١٨	١٢
أكثر من ٧ ساعات	٦	٤
لا تستخدم هذه المواقع بشكل يومي	٤٠	٢٦,٧
المجموع	١٥٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن اعلى نسبة من الطالبات يستخدمن الفيسبوك و تويتر لأقل من ساعتين حيث بلغت نسبتهن ٣٤,٧% يلي ذلك من لا تستخدمن هذه المواقع بشكل يومي بنسبة ٢٦,٧% مما يدل على أن المبحوثات غير مفرطات في هذا الاستخدام، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العزب والغامدي، ٢٠١١) عن المحادثة عبر شبكة المعلومات (أتماطها ودوافعها وآثارها) والتي توصلت إلى أن مدة استخدام غرف الدردشة تتراوح من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات يوميا، بينما تختلف هذه النتيجة بعض الشيء مع دراسة (العراي، ٢٠٠٧) عن استخدامات الإنترنت في المجتمع السعودي التي توصلت إلى أن السعوديين يقضون أكثر من ساعتين يوميا في استخدام الإنترنت.

جدول رقم (٧)

يوضح الفترة المفضلة لاستخدام هذه المواقع

النسبة %	التكرار	الفترة الزمنية
١٦,٧	٢٥	فترة الصباح
٢	٣	فترة الظهر
١١,٣	١٦	فترة العصر
٤٠	٦١	فترة المساء
٣٠	٤٥	فترة بعد منتصف الليل
١٠٠	١٥٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن أكبر نسبة من مفردات العينة وقد بلغت ٤٠% من الطالبات يفضلن فترة المساء لدخول الفيسبوك وتويتر يلي ذلك اللاتي يفضلن فترة بعد منتصف الليل بنسبة بلغت ٣٠% ويرجع إعطاء الأولوية لهتين الفترتين إلى طبيعة حياة الفتاة السعودية التي تقضي معظم وقتها في البيت مساءً وبالتالي لديها فرصة أكبر لا استخدام هذه المواقع، بينما نجد ما نسبته ١٦,٧% من مفردات العينة يفضلن الفترة الصباحية للاستخدام وذلك لسهولة دخول هذه المواقع عبر الهاتف الجوال أثناء الدوام الجامعي فيما تفضل ٢% فقط من المبحوثات فترة الظهر للاستخدام و١١,٣% لفترة العصر وتعود قلة النسبة إلى أن فترة الظهر تمثل جزء من وقت الدراسة بينما فترة العصر هي وقت للراحة، وتتفق النتائج السابقة مع دراسة العزب والغامدي، (٢٠١١) عن المحادثة عبر شبكة المعلومات (أماكنها ودوافعها وآثارها) التي توصلت إلى تفضيل أفراد العينة فترة المساء لدخول غرف الدردشة.

جدول رقم (٨)

يوضح طريقة استخدام هذه المواقع

النسبة %	التكرار	طريقة الاستخدام
٢٢,٧	٣٤	من الكمبيوتر الشخصي
٣٠,٧	٤٦	من الهاتف الجوال
٤٦,٧	٧٠	الاثنان معا
١٠٠	١٥٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن معظم المبحوثات يستخدمن الكمبيوتر الشخصي والهاتف الجوال معاً لدخول الإنترنت واستخدام مواقع التواصل الإلكترونية حيث بلغت نسبتهم ٤٦,٧% يلي ذلك من تعتمدن على الهاتف الجوال بنسبة بلغت ٣٠,٧% مما يدل على التطور التكنولوجي الذي نعيشه وانتشار أجهزة الهاتف الجوال التي تتيح لمستخدميها تصفح الإنترنت بكل سهولة وتكلفة منخفضة نوعاً ما، وكذلك تدل هذه النتيجة على أن الفرد في المجتمع المعلوماتي وفي ظل تغلغل تقنيات الاتصال والمعلومات في بنية الحياة الاجتماعية أصبح يميل إلى نوع من الخصوصية في استخدام هذه التقنيات.

تُظهر بيانات الجدول السابق رقم (٩) النتائج الإحصائية للفقرات المتعلقة بالأسباب التي تدفع الفتيات إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، يمكن تحليل النتائج كما يلي:

أظهرت النتائج أن أكثر الأسباب التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هو الرغبة في التعبير عن آرائهن كما ورد في العبارة (وجدت في هذه المواقع فرصة مناسبة للتعبير عن آرائي واتجاهاتي الفكرية التي لا أستطيع التعبير عنها صراحة في المجتمع) حيث تُظهر بيانات الجدول أن غالبية المبحوثات اللاتي يستخدمن الموقعين معا (موافقات بشدة، موافقات) بنسبة ٣٩% كما نجد أن مستخدمات الفيسبوك يوافقن على ذلك بنسبة ٢٤% وكذلك ١٣% لمستخدمات تويتر ويرجع ذلك إلى ما توفره هذه المواقع من حرية وديمقراطية في تبادل الأفكار والتعبير عن الآراء وهذا ما لا يتوفر في الوسائل الإعلامية الأخرى في المجتمع، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (خضر، ٢٠٠٩): عن الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية والتي كان من أهم نتائجها أن موقع الفيسبوك يوفر فرصة كبيرة لإبداء الرأي الحر.

أما الدافع الثاني للاستخدام فهو الحرص على متابعة الإعلانات في هذه المواقع حيث نجد ارتفاع نسبة الموافقات بشدة والموافقات من المبحوثات إذ بلغت ٢٤,٧% بالنسبة لمستخدمات الفيسبوك و٨% من مستخدمات تويتر و٢٤% لمستخدمات الموقعين معا في مقابل انخفاض نسبة عدم الموافقة وهذا يدل على أن هذه المواقع تعتمد على الدعاية والإعلان كطريقة لجذب المستخدمين حيث تفضل المبحوثات متابعة هذه الإعلانات ربما لسهولة الوصول إلى مواصفات السلعة المراد شراؤها، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية انتشار المستحدثات لروجرز من حيث أهمية الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي، وقياسا على ذلك فالشبكات تلعب دور كبير في الترويج والإعلان للسلع والمنتجات المختلفة حيث تهتم الشركات بتصميم الإعلانات ونشرها عبر الشبكات الاجتماعية نظرا لما لها من أثر في تسويق المنتجات كونها وسيلة ترويجية فعالة في الوقت الحاضر.

كما تُظهر النتائج الإحصائية الخاصة بعبارة (سبق لي شراء بعض المنتجات عبر هذه المواقع) أن أغلب المبحوثات لم يسبق لهن الشراء الإلكتروني من خلال هذه المواقع حيث ارتفعت نسبة عدم الموافقة وعدم الموافقة أبدا إلى ٣٢,٦% لمستخدمات الفيسبوك و ١٣,٣% لمستخدمات تويتر و ٣٩,٣% لمستخدمات الموقعين معا، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العراي وآخرون، ٢٠٠٧) عن

استخدامات الإنترنت في المجتمع السعودي والتي توصلت إلى ارتفاع نسبة عدم استخدام الإنترنت في البيع والشراء.

وتكشف لنا هذه النتيجة والنتيجة السابقة عن أن التسوق الإلكتروني عبر الفيسبوك وتويتر لا يعدو كونه متابعة الإعلانات فقط فلم تصل المبحوثات إلى مرحلة الشراء الفعلي للمنتجات عبر الفيسبوك وتويتر نظرا لوجود مواقع إلكترونية خاصة بالتسوق والشراء المتزلي عبر الإنترنت من جهة و من جهة أخرى تتمثل الدلالة الاجتماعية لهذه النتيجة في تفضيل الفتيات في مجتمعنا التسوق المباشر من الأسواق التجارية ومراكز التسوق المختلفة إذ يعتبر من أهم الأنشطة الحياتية والاجتماعية بالنسبة لهن لأن له مردود نفسي وحسي وترفيهي حيث يصعب استبداله بالتسوق الإلكتروني ما يؤكد أن دافع التسوق الإلكتروني عبر الفيسبوك وتويتر ليست له ميول قوية وسط المبحوثات.

أوضحت النتائج الإحصائية الخاصة بدافع البحث عن الزوج المناسب من خلال هذين الموقعين أن أكبر نسبة تتمثل في الاتجاه الذي يرفض البحث عن شريك الحياة عبر هذين الموقعين إذ بلغت نسبة (غير موافق، غير موافق أبدا) ٢٦,٧% لمستخدمات الفيسبوك و ١٢,٧% لمستخدمات تويتر في حين كانت نسبة من يرفض ذلك من مستخدمات الموقعين معا ٣٢,٧%، ويعود ارتفاع نسبة الفتيات اللاتي لا يستخدمن هذه المواقع في البحث عن زوج مناسب إلى أن الزواج في المجتمع السعودي مازال يخضع لصرامة أسرية وضبط اجتماعي كبيرين يصعب تجاوزهما، فأى طريقة أو أسلوب في الزواج لا يحظى بمباركة الأسرة وبرضا المجتمع وموافقته يعد زواجا خارجا عن العرف الأسري والتقاليد الاجتماعية، وتتفق هذه النتيجة مع النظرية التفاعلية الرمزية التي انطلقت من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي من أهم تلك المرتكزات القواعد الاجتماعية التي تعتبر أحد منظمات السلوك الإنساني وكذلك القيم التي تؤثر على درجة فاعلية التفاعل الاجتماعي وتوجهه الوجهة التي تريدها، وكذلك تتفق مع مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يؤكد أنه يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال فرفض المبحوثات لمثل هذا النوع من الزواج يمكن ربطه بتمسك الفتيات بقواعد ومعايير المجتمع.

كما تظهر النتائج الإحصائية في جدول رقم (٩) دافع الانضمام لبعض الحملات الاجتماعية عبر هذين الموقعين حيث المبحوثات اللاتي لم يسبق لهن الانضمام لمثل هذه الحملات بلغت نسبتهم ٥٤% (غير موافق، غير موافق أبدا) من مجموع مستخدمات الفيسبوك وتويتر والاثان معا، ولكن تشكل نسبة الفتيات اللاتي انضممن إلى تلك الحملات كبيرة بعض الشيء إذ بلغت ٤٦% من مجموع

مفردات العينة وهذا يدل على أن المبحوثات لديهن ثقافة إيجابية ويتمتعن بالمسؤولية الاجتماعية لخدمة قضايا المجتمع.

كما أظهرت النتائج الإحصائية أن مستخدمي الفيسبوك ومستخدمات تويتر ومستخدمات الموقعين معا لم يكن التواصل مع القطاعات الخدمية سببا قويا لاشتراكهن في هذه المواقع (فلم توافقن ولم توافقن أبدا) على ذلك مستخدمي الفيسبوك بنسبة ٢٦,٧% و ٨% لمستخدمات تويتر وكذلك ٢٢% لمستخدمات الموقعين معا ويعود ذلك إلى توفر مواقع إلكترونية رسمية خاصة بكل قطاع أو جهة حكومية يمكن التواصل من خلالها بشكل مباشر وأفضل.

وكذلك أظهرت النتائج الإحصائية في الجدول (٩) بأنه لم يكن اشتراك المبحوثات في هذين الموقعين بسبب افتقادهن إلى الصديقات وشعورهن بالوحدة حيث أن أعلى نسبة من المبحوثات (لا يوافقن ولا يوافقن أبدا) على ذلك إذ بلغت النسبة ٣١,٣% لمستخدمات الفيسبوك و ١١,٣% لمستخدمات تويتر ٣٥,٣% لمستخدمات الموقعين معا ويعود ذلك إلى طبيعة حياة المبحوثات فهن طالبات جامعة ولديهن صديقات وزميلات دراسة لذلك لايشعرن بالوحدة أو العزلة.

كما يُظهر الجدول (٩) النتائج الخاصة بعبارة (اشتركتُ في هذه المواقع لمتابعة أخبار المشاهير) حيث يبين الجدول أن أغلب مستخدمي الفيسبوك (لا يوافقن ولا يوافقن أبدا) على ذلك بنسبة ٣١,٧% أما مستخدمي تويتر فأغلبهن (وافقن بشدة ووافقن) على ذلك بنسبة ٩% في حين نجد أن اللاتي يستخدمن الموقعين معا لغرض متابعة المشاهير ٢٦,٧% ونستنتج من ذلك أن متابعة المشاهير عبر هذه المواقع تعد من الأسباب التي جذبت الطالبات للاشتراك فيها فقد ارتفعت نسبة الموافقة للاتي يستخدمن موقع تويتر على العكس من مستخدمي الفيسبوك اللاتي لم توافقن أغلبهن على ذلك وهذا يدل على أن نسبة التواصل مع المشاهير عبر تويتر ممكنة أكثر من الفيسبوك.

كما نجد أن هناك انشقاق واضح بين المبحوثات في دافع الاشتراك في هذين الموقعين لمواكبة التكنولوجيا والاتجاه السائد الآن حيث نلاحظ ارتفاع نسبة (غير موافق، غير موافق أبدا) للاتي يستخدمن الفيسبوك أو تويتر أو الاثنان معا حيث بلغ مجموع عدم الموافقة وعدم الموافقة أبدا ٥٥% لكن تبقى نسبة من وافقن بشدة ووافقن على ذلك لافتة للنظر حيث بلغت ٤٥% من مجموع أفراد العينة وهذا مؤشر على أن الطالبات يحرصن على مواكبة كل جديد وخاصة التقدم التقني والتكنولوجي، ويمكن ربط هذه النتيجة مع نظرية انتشار المستحدثات حيث صنف العالم روجرز فئات

المتبنين للمستحدث الجديد ومنهم المبتكرون وهم أولئك الذين يتوقون إلى تجربة الأفكار الجديدة و تتميز تلك الفئة بدرجة عالية من التعليم و الانفتاح على الثقافات العالمية ويمكن اعتبار الطالبات من هذه الفئة.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (آل الشيخ، ٢٠٠٦) عن أثر ثقافة العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي التي توصلن إلى أن أفراد العينة يحرصن على شراء كل ما هو جديد من أجل مجاراة الآخرين.

جدول رقم (١٠)

يوضح أسباب استخدام الفيسبوك وتويتر وعلاقتها بالعمر والمستوى الدراسي وساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام

طريقة الاستخدام	عدد ساعات الاستخدام	السنة الدراسية	العمر	متغيرات الدراسة	
				أسباب الاستخدام	
.147	.009	-065-	-135-	معامل ارتباط بيرسون	وجدت في هذه المواقع
.074	.455	.215	.101	مستوى الدلالة	فرصة مناسبة للتعبير عن آرائي واتجاهاتي الفكرية التي لا أستطيع التعبير عنها
150	150	150	150	العدد	

صراحة في المجتمع					
.145	.008	-.093-	-.190*	معامل ارتباط بيرسون	أحرص على متابعة الإعلانات في هذه المواقع
.077	.459	.129	.020	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

نلاحظ من خلال الجدول (١٠) أعلاه اتجاه ومعنوية العلاقة بين أسباب استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر وأعمار الطالبات والسنة الدراسية وساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام، فبالنسبة لمتابعة الإعلانات نجد أن هناك علاقة ارتباط عكسية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 بين أعمار الطالبات والحرص على متابعة الإعلانات عبر الفيسبوك وتويتر، ما يشير إلى أنه كلما كبر عمر الطالبة قل حرصها على متابعة الإعلانات عبر الموقعين والعكس صحيح، أما بالنسبة لمتغير السنة الدراسية فنجد أن هناك علاقة عكسية سالبة بينه وبين أسباب الاستخدام سواء من ناحية التعبير عن الآراء أو متابعة الإعلانات أي أنه كلما زاد المستوى الدراسي كلما قل دافع التعبير عن الآراء أو متابعة الإعلانات عبر الفيسبوك وتويتر ويمكن إرجاع ذلك إلى التزامن بين زيادة المرحلة العمرية للطالبات وتسجيلهن بالمستويات الدراسية النهائية التي تتطلب جدية في التحصيل الدراسي لذلك يقل حرصهن على استخدام الفيسبوك وتويتر سواء لغرض التعبير عن الآراء أو متابعة الإعلانات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العزب والغامدي، ٢٠١١) عن المحادثة عبر شبكة المعلومات أنماطها ودوافعها وآثارها والتي توصلت إلى الانخفاض في معظم أبعاد الاستخدام بزيادة المرحلة العمرية للطلاب.

تُظهر بيانات الجدول رقم (١١) النتائج الإحصائية للفقرات المتعلقة بطبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفيسبوك وتويتر، وسيتم التعليق على النتائج فيما يلي:

يُبين الجدول (١١) النتائج الخاصة بعبارة (اشتركتُ في هذه المواقع للبحث عن صداقات جديدة) ونلاحظ ارتفاع نسبة الموافقة لدى من يستخدمون الفيسبوك للبحث عن صداقات جديدة فقد بلغت ٢٢% على العكس من مستخدمي تويتر فأغلبهن (غير موافق، غير موافق أبدا) حيث بلغت نسبتهن ٥٩% أما مستخدمي الموقعين معا فقد ارتفعت نسبة الموافقة لديهن بنسبة ٣٠% ونستنتج أن موقع الفيسبوك عمل على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية للمبحوثات من خلال البحث عن صداقات جديدة أكثر من موقع تويتر، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عمار، ٢٠٠١) عن تكنولوجيا الاتصالات وآثارها التربوية والاجتماعية التي توصلت إلى أن الطلاب يميلوا إلى التعارف والصداقة من خلال الإنترنت أكثر من غيرهم من أفراد العينة.

كما يتضح أن أغلب المبحوثات يحرصن على البحث عن صديقاتهن القديمت عبر هذين الموقعين حيث بلغت نسبتهن ٧٣,٣% من مجموع أفراد العينة المستخدمين للفيسبوك أو تويتر أو الاثنان معا وهذا يدل على أن هذه المواقع عملت على تعزيز علاقات الصداقة القديمة، وتتفق هذه النتيجة مع

دراسة (خضر، ٢٠٠٩) عن الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية حيث كان من أهم نتائجها أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيسبوك يجدد العلاقات بأصدقاء الماضي.

كما أظهرت البيانات أن مواقع التواصل الاجتماعي أفادت المبحوثات في تسهيل التواصل مع أقاربهم البعيدين مكانيا حيث استفادت من ذلك ٧٠% توزعت ما بين الموافقات بشدة والموافقات من مستخدمي الفيسبوك أو تويتر أو الاثنان معا وهنا يتجسد الدور الفاعل لهذه المواقع في تسهيل عملية التواصل مع الأقارب وبالتالي تقوية الروابط العائلية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ساري، ٢٠٠٣): عن تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية والتي انتهت إلى أن الإنترنت عمل على تقريب البعيدين مكانيا عبر اختزال المسافات الجغرافية بين أفراد العينة وعائلاتهم الذين يعيشون خارج الوطن.

وتتفق النتيجة السابقتين مع مدخل الاستخدامات والإشباع الذي أكد أن من أهم الحاجات المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام حاجات التكامل الاجتماعي وهي المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء.

كما يتضح من نتائج الجدول أن المبحوثات (يوافقن بشدة ويوافقن) على تكوين صداقات من بلدان أخرى عبر موقعي الفيسبوك وتويتر بنسبة بلغت ٢٢% لمستخدمات الفيسبوك و٧% لمستخدمات تويتر و٣١% لمستخدمات الموقعين معا، واستنادا إلى هذه النتائج يمكن القول بأن هذه المواقع عملت على إتاحة فرصة التعارف وتكوين صداقات من بلدان مختلفة وهذا يعتبر ظاهرة حضارية لنقل الثقافات وتبادل الآراء، ما يؤكد بأن الموقعين حققا هدف أساسي في عملية التفاعل الاجتماعي وبناء علاقات اجتماعية عبر الحدود المحلية والإقليمية والعالمية.

جدول رقم (١٢)

يوضح طبيعة العلاقات الاجتماعية في الفيسبوك وتويتر، وعلاقتها بالعمر والسنة الدراسية وعدد ساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام

طريقة الاستخدام	عدد ساعات الاستخدام	السنة الدراسية	العمر	متغيرات الدراسة	
				متغيرات الدراسة	طبيعة العلاقات
.111	-.004-	-.091-	-.159*	معامل ارتباط بيرسون	اشتركت في هذه المواقع للبحث عن صداقات جديدة
.088	.479	.134	.026	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	
.119	.012	-.100-	-.157*	معامل ارتباط بيرسون	أحرص على البحث عن صديقاتي القديمت في هذه المواقع والتواصل معهن
.074	.443	.111	.028	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	
.145*	.009	-.095-	-.169*	معامل ارتباط بيرسون	استفدتُ من هذه المواقع في التواصل مع أقاربي البعيدين مكانيا
.038	.458	.123	.019	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	
.120	.008	-.059-	-.154*	معامل ارتباط بيرسون	كوّنت صداقات من بلدان أخرى عبر هذه المواقع
.072	.462	.238	.030	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

يوضح الجدول السابق نتائج العلاقة بين الأبعاد التي تقيس طبيعة العلاقات الاجتماعية للطالبات عبر موقعي الفيسبوك وتويتر وبين متغيرات العمر والمستوى الدراسي وساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام، حيث نجد أن هناك علاقات ارتباط عكسية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 بين متغير العمر والاشتراك في المواقع للبحث عن صداقات جديدة. بمعامل ارتباط $r = -0.159, p - value < 0.05$ ، وبين العمر والبحث عن صداقات قديمة. بمعامل ارتباط بلغ $r = -0.157, p - value < 0.05$ ، وبين العمر والاستفادة من المواقع في التواصل مع الأقارب البعيدين حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون $r = -0.169, p - value < 0.05$ ، وبين العمر وتكوين صداقات من بلدان أخرى عبر هذه المواقع حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $r = -0.154, p - value < 0.05$ ، وتوضح هذه النتائج الإحصائية وجود علاقات عكسية أي أنه كلما كبر العمر مقابل له يتوقع ضعف استخدام هذه المواقع في البحث عن الصداقات الجديده والقديمة وكذلك ضعف التواصل مع الأقارب البعدين وضعف تكوين صداقات من بلدان مختلفة، أما بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي فنجد أن هناك علاقة ارتباط عكسية ضعيفة بينه وبين أبعاد العلاقات الاجتماعية ، وتشير نتائج الجدول أعلاه إلى العلاقة بين زيادة العمر والسنة الدراسية وانخفاض أبعاد العلاقات الاجتماعية المذكورة ما يؤكد النضج في العلاقات الاجتماعية وطبيعتها بزيادة المرحلة العمرية وتغير الاهتمامات لدى الطالبات خاصة في المستويات الجامعية المتقدمة التي تتطلب مزيداً من الجهد الدراسي ما يجد من فرص البحث عن الصداقات القديمة والجديدة والتواصل مع الأقارب وتكوين صداقات من بلدان مختلفة فضلاً عن أثر البناء الاجتماعي والثقافي والديني للمجتمع فكلما كبر عمر الطالبات كلما أصبحت أكثر وعياً وحرصاً بعدم الخوض في علاقات جديدة مع الغرباء عبر الفيسبوك وتويتر.

كذلك أوضحت نتائج معامل ارتباط بيرسون العلاقة بين متغير طريقة الاستخدام والعبارات الأربع (المتعلقة بطبيعة العلاقات الاجتماعية) الواردة بالجدول السابق وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 بين طريقة الاستخدام والاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأقارب البعيدين مكانياً حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون $r = 0.145, p - value < 0.05$ ، بينما المتغيرات الثلاثة الأخرى فترتبط مع متغير طبيعة الاستخدام بعلاقات ارتباط طردية ضعيفة وغير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05.

تُظهر بيانات الجدول رقم (١٣) النتائج الإحصائية للفقرات المتعلقة بالآثار الإيجابية لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر، وسيتم تفسيرها فيما يلي:

يوضح الجدول السابق رقم (١٣) أن غالبية المبحوثات يوافقن بشدة ويوافقن على أن هذه المواقع ساهمت في تعلم عادات الشعوب الأخرى بنسبة ٢٤,٧% من مستخدمات الفيسبوك و ١١,٣% لمستخدمات تويتر و ٤٠,٧% لمستخدمات الموقعين معا هذا في مقابل انخفاض نسبة عدم الموافقة وعدم الموافقة أبدا وهذا مؤشر إيجابي يخلق جيل من الفتيات منفتح يسعى للتعرف على عادات وثقافات مجتمعات مختلفة من خلال الفيسبوك وتويتر.

أما النتيجة المتعلقة بأن هذه المواقع أتاحت فرص التعرف على أشخاص من خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة عن المجتمع السعودي مما يثري التجربة الفكرية والثقافية فقد بلغت نسبة (موافق بشدة، موافق) ٢٤% لمستخدمات الفيسبوك و ١٢% لمستخدمات تويتر و ٤٠,٦% لمستخدمات الموقعين معا وهذه النتيجة تؤكد التفسير السابق لنتائج الدراسة والواردة ضمن بيانات الجدول رقم (١٠) التي تؤكد أن أغلب المبحوثات لديهن صداقات من بلدان مختلفة وهذا يعزز التبادل الثقافي والتنمية الفكرية بالنسبة لهن، وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد ضمن تحليلات النظرية التفاعلية الرمزية التي تنظر إلى الإنسان على أنه قادر على تحسين ذاته وبناء شخصيته من خلال التفاعل مع الأشخاص الآخرين كما تتفق أيضا مع ما توصلت إليه دراسة (آل الشيخ، ٢٠٠٦) عن أثر ثقافة العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي حيث توصلت إلى أن هناك اقتناع لدى مجتمع الدراسة بأن وجود الإنترنت أدخل تغييرات إيجابية في أفكار الشباب.

أوضحت النتائج الإحصائية المتعلقة بفقرة التواصل من خلال هذه المواقع أسهل من التواصل وجها لوجه لأنه غير مقيد بوقت أو مكان حيث معظم المبحوثات (يوافقن بشدة ويوافقن) على ذلك إذ بلغت النسبة ٣٢,٦% لمستخدمات الفيسبوك و ١٢% لمستخدمات تويتر و ٤٠% لمستخدمات الموقعين معا في مقابل انخفاض نسبة عدم الموافقة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عمار، ٢٠٠١) عن تكنولوجيا الاتصالات وآثارها التربوية والاجتماعية والتي كان من أهم نتائجها أن ما تقدمه تكنولوجيا الاتصالات من مزايا يفوق بكثير سلبياتها من ناحية سهولة التواصل.

كما يوضح الجدول (١٣) النتائج الإحصائية المتعلقة بالاستفادة من هذه المواقع في اجراء البحوث الدراسية بأنها استفادة قليلة حيث وافقت على ذلك أغلب مستخدمي الفيس بوك بنسبة ١٧,٣% وكذلك مستخدمي تويتر وافقن على ذلك بنسبة ٦,٧% فيما كانت نسبة الموافقة لمستخدمي الموقعين معا ١٥,٣% وهذا يؤكد بأن الغالبية العظمى لا يستفدن من هذه المواقع في اجراء البحوث الدراسية، وهذا يؤكد بأن الموقعين ذات فعالية في عمليات التواصل الاجتماعي أكثر من فائدتهما العلمية والدراسية.

ولكن رغم ذلك بينت نتائج الجدول (١٣) أن هناك حرص على التواصل مع زميلات الجامعة لأغراض دراسية عبر هذين الموقعين حيث نجد بعض من مستخدمي الفيسبوك وافقن على ذلك بنسبة ٢٢% ووافقت مستخدمي تويتر بنسبة ١١% أما مستخدمي الموقعين معا فقد وافقن بنسبة ١٨,٧% وهذا يعني أن هناك نسبة من المبحوثات يحرصن على تعزيز روح التواصل مع زميلات الدراسة من خلال الفيسبوك وتويتر لغرض الاستفادة في دراستهن العلمية والبحثية وهذا يدل على أن الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي يساهم في رفع مستوى المعرفة والإدراك لدى الطالبات وينمي قدرتهن في التواصل وتبادل المعلومات بما يتواءم مع متطلبات العصر. وتتفق التيجتين السابقتين مع دراسة (العصيمي، ٢٠٠٤): عن الآثار الاجتماعية والاقتصادية لاستخدام الحاسب الآلي على أبناء الأسرة السعودية التي كان من أهم نتائجها أن من أهم آثار الإنترنت في المجال التعليمي هو إتاحة المعلومات بسرعة وتسهيل إجراء البحوث والاتصال بالزملاء، وتتفق هذه النتيجة مع مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يوضح أن من أهم الحاجات المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام الحاجات المعرفية أي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف.

بالإضافة إلى أن النتائج الإحصائية أكدت بأن هناك عدم موافقة كبيرة وسط المبحوثات فيما يختص بزيادة التحصيل الجامعي الناتج عن استخدام الفيسبوك وتويتر في الأغراض العلمية حيث نلاحظ ارتفاع نسبة عدم الموافقة وعدم الموافقة أبدا على ذلك فقد بلغت ٢٦% لمستخدمي الفيسبوك و كذلك أغلب مستخدمي تويتر لم يوافقن ولم يوافقن أبدا بنسبة ١٠% فيما كانت نسبة عدم الموافقة وعدم الموافقة أبدا لمستخدمي الموقعين معا ٣٢% أي أن نسبة عدم الموافقة تشكل حوالي ٦٨% من مجموع مفردات العينة وهذا ربما يعود إلى أن المبحوثات يميلوا إلى استخدام هذه المواقع لغايات اجتماعية وترفيهية أكثر من استخدامها لغايات علمية أكاديمية إذا ما أخذنا في الاعتبار أيضا أن هذه المواقع لا تسمح بالإثراء العلمي الأكاديمي فطبيعتها تخدم التواصل الاجتماعي والتبادل الثقافي.

جدول رقم (١٤)

يوضح إيجابيات الفيسبوك وتويتر، وعلاقتها بالعمر والسنة الدراسية وعدد ساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام

طريقة الاستخدام	ساعات الاستخدام	السنة الدراسية	العمر	متغيرات الدراسة	
				الإيجابيات	
.125	-.021-	-.090-	-.186*	معامل ارتباط بيرسون	تعلمت الكثير من عادات الشعوب الأخرى عبر هذه المواقع
.063	.399	.136	.011	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	
.112	-.033-	-.116-	-.194**	معامل ارتباط بيرسون	التواصل من خلال هذه المواقع أسهل من التواصل وجها لوجه لأنه غير مقيد بوقت أو مكان
.086	.343	.079	.009	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

توضح نتائج الجدول أعلاه وجود علاقات إرتباط عكسية ضعيفة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 بين متغير العمر وكل من الأبعاد الإيجابية للاستخدام المتمثلة في تعلم الكثير من عادات الشعوب الأخرى وكذلك سهولة التواصل أي أنه كلما كبر عمر الطالبة ضعفت نظرهما لهذه الإيجابيات وقيم معامل الارتباط هي على التوالي ($r = -0.186; r = -0.194, p - value < 0.05$) ، أما علاقة متغير السنة الدراسية مع هذه الإيجابيات فقد أوضحت النتائج وجود علاقة عكسية فقد بلغ معامل الارتباط لتعلم عادات الشعوب الأخرى ($r = -0.090 - value < 0.05$) أما سهولة التواصل فقد بلغ ($r = -0.116 - value < 0.05$) مما يدل على انخفاض هذه الإيجابيات في مقابل زيادة العمر والسنة الدراسية ما يؤكد الاعتدال في الاستخدامات الإيجابية للفيسبوك وتويتر من قبل الطالبات في المستويات النهائية ويدعم هذه النتيجة نتائج الجدول رقم (١٠، ١٢) التي توضح انخفاض معظم أبعاد استخدام الفيسبوك وتويتر علاوة على طبيعة العلاقات الاجتماعية بزيادة العمر والسنة الدراسية وهذا ما يؤكد فرضية نظرية الاستخدامات والإشباع من حيث أن العوامل

الديموغرافية والاجتماعية مثل السن والمستوى العلمي لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

تُظهر بيانات الجدول رقم (١٥) الخاص بالنتائج الإحصائية للفقرات المتعلقة بالآثار السلبية

لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر، وفيما يلي التعليق عليها:

نجد أن أغلب المبحوثات لم يوافقن على العبارة (تشكو مني أسرتي بسبب طول الوقت الذي أقضيه في تصفح هذه المواقع) فقد بلغت نسبة (غير موافق، غير موافق أبدا) ٣٥% لمستخدمات الفيسبوك و ١١% لمستخدمات تويتر و ٢٥% لمستخدمات الموقعين معا وقد يفسر ذلك بتدني ساعات الاستخدام اليومي لهذه المواقع من قبل المبحوثات وفقا لما جاء في النتائج السابقة وتحديدًا جدول رقم (٦).

كما أوضحت النتائج الإحصائية أن بعض المبحوثات قد أثر استخدامهن للفيسبوك وتويتر على تفاعلهن وجلسهن مع أفراد أسرهن فقد بلغت نسبة (غير موافق، غير موافق أبدا) ٢٦% لمستخدمات الفيسبوك و ١٠% لمستخدمات تويتر و ٢٦% لمستخدمات الموقعين معا فيما كانت نسبة (موافق بشدة، موافق) من مجموع أفراد العينة سواء مستخدمات الفيسبوك أو تويتر أو الاثنان معا ٣٨% وهي نسبة يجب ألا يستخف بدلالاتها الاجتماعية حيث تعتبر مؤشر على قدرة مواقع التواصل الإلكتروني على إحداث تغيير سلمي في تفاعل الفتيات مع أسرهن.

أما فيما يتعلق بتأثير الفيسبوك وتويتر على زيارات الأقارب فنجد أنه لا يوجد أثر سلمي كبير حيث تشير بيانات الجدول إلى أن هذه الزيارات العائلية لم تقلّ لدى ما نسبته ٢٨% من مستخدمات الفيس بوك و ٨% من مستخدمات تويتر و ٣٥% من مستخدمات الموقعين معا بينما نجد أن هناك موافقات بشدة وموافقات على أن هناك تأثير سلمي لهذين الموقعين على التفاعل مع الأقارب حيث بلغت نسبتهن ٩,٣% ممن يستخدمن الفيسبوك و ٩% ممن يستخدمن تويتر و ١١,٣% ممن يستخدمن الموقعين معا، أي أن النسبة الكبرى من المبحوثات لم تشغلن هذه المواقع عن القيام بواجباتهن الاجتماعية المتمثلة بزيارات الأقارب ومع ذلك تبقى نسبة من وافقن بشدة ووافقن على ذلك نسبة لا يستهان بها وهذا مؤشر سلمي على تأثير الفيسبوك وتويتر في العلاقات العائلية.

وتتفق التيجتين السابقتين مع دراسة (ساري، ٢٠٠٣) عن تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية حيث توصلت إلى أنه نتج عن استخدام الشباب للإنترنت تراجع في مقدار التفاعل اليومي بينهم وبين أسرهم وتراجع في عدد زيارتهم لأقاربهم.

أما النتائج الإحصائية المتعلقة بعبارة: (تقلصت علاقاتي الاجتماعية بعد اشتراكي في هذه المواقع) توضح لنا ارتفاع نسبة (غير موافق، غير موافق أبدا) فقد بلغت ٢٩% لمستخدمات الفيسبوك و ١٢% لمستخدمات تويتر و ٣٧% لمستخدمات الموقعين معا وهذا يعود إلى أن المبحوثات لم يصلن إلى درجة الإدمان على استخدام هذه المواقع كما ورد في نتائج الجدول رقم (٦) وبالتالي لم يؤد هذا الاستخدام إلى إضعاف علاقاتهن الاجتماعية كنتيجة منطقية لذلك.

كما نجد أن النتائج الإحصائية المتعلقة بعبارة: (تراجع تحصيلي الجامعي بسبب الإرهاق والسهر لمتابعة هذه المواقع) حيث نلاحظ من خلال قراءة الجدول رقم (١٥) أن أغلب المبحوثات لم يتأثر تحصيلهن الدراسي نتيجة استخدام هذه المواقع إذ بلغت نسبة (غير موافق، غير موافق أبدا) ٢٩%

لمستخدمات الفيسبوك و ١٣% لمستخدمات تويتر و ٤١% لمستخدمات الموقعين معا، ونستطيع القول بأن استخدام هذين الموقعين لساعات قليلة من قبل معظم المبحوثات يعطي دلالة على عدم تأثيره في العلاقات الاجتماعية والتحصيل الأكاديمي، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (كاربنسي، ٢٠١٠) عن أثر الفيسبوك على التحصيل الدراسي والتي توصلت إلى أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات الذين يستخدمون موقع الفيسبوك أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع.

ويوضح الجدول السابق أيضا النتائج الإحصائية المتعلقة بفقرة: (بدأت أشكو من بعض الآلام الجسدية نتيجة الجلوس الطويل لمتابعة هذين الموقعين) أن أغلب المبحوثات لم يوافقن ولم يوافقن أبدا على ذلك بما نسبته ٧٦% من مجموع المبحوثات سواء مستخدمات الفيسبوك أو تويتر أو الاثنان معا فيما بلغ مجموع نسبة (موافق، موافق يشدة) ٢٤% وهذا يرجع إلى أن الأغلبية العظمى من المبحوثات لا يستخدمن هذه المواقع لفترات طويلة بالتالي لم ينتج عن هذا الاستخدام آلام جسدية تذكر.

جدول رقم (١٦)

يوضح سلبيات الفيسبوك وتويتر، وعلاقتها بالعمر والسنة الدراسية وساعات الاستخدام وطريقة الاستخدام

طريقة الاستخدام	ساعات الاستخدام اليومي	المستوى الدراسي	العمر	متغيرات الدراسة السلبيات	
				معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
.113	-.012-	-.065-	-.143*	معامل ارتباط بيرسون	تشكو مني أسرتي بسبب طول الوقت الذي أقضيه في تصفح هذه المواقع
.083	.442	.215	.041	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	
.122	.000	-.062-	-.162*	معامل ارتباط بيرسون	أشعر بأن تفاعلي مع أفراد أسرتي بدأ يقل بعد اشتراكي في هذه المواقع
.068	.498	.224	.024	مستوى الدلالة	
150	150	150	150	العدد	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

نتائج معامل ارتباط بيرسون في الجدول أعلاه تكشف عن وجود علاقات إرتباط عكسية ضعيفة ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 بين متغير العمر والسلبيات المتمثلة في شكوى الأسر بسبب استخدام الفيسبوك وتويتر وكذلك الشعور بقلّة التفاعل مع أفراد الأسرة، حيث نستنتج أنه كلما كبر عمر الطالبة قل الوقت الذي تقضيه في التصفح وقلت تبعا لذلك شكوى الأسر وتذمرها، وكذلك كلما كبر العمر يقل التفاعل مع أفراد الأسرة بعد الاشتراك في هذه المواقع وقيم معامل الارتباط بيرسون على التوالي هي ($r = -0.143; r = -0.162, p - value < 0.05$)، كما نجد أيضا أن متغير السنة الدراسية يرتبط عكسيا مع هذه السلبيات فعندما تصل الطالبة إلى مستويات دراسية متقدمة تقل السلبيات الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى جدية التحصيل الدراسي في المستويات الدراسية النهائية وبالتالي يقل نمط الاستخدام العشوائي الذي يستتف كثيرا من الوقت.

الفصل الخامس: نتائج وتوصيات الدراسة

- المبحث الأول: نتائج الدراسة
- المبحث الثاني: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والتساؤلات
- المبحث الثالث: التوصيات

المبحث الأول

نتائج الدراسة

ضمن هذا المبحث يجري عرض أهم النتائج المتعلقة بخصائص عينة البحث، ثم عرض أهم النتائج المتعلقة بأهداف وتساؤلات الدراسة:

أولاً: النتائج المتعلقة بخصائص عينة البحث:

- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من المبحوثات كانت في الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٢٣ سنة حيث بلغت نسبتهن ٦٨,٧%.

- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثات يدرسن في السنة الرابعة حيث بلغت نسبتهن ٣٨,٧% يليهن من يدرسن في السنة الثالثة بنسبة ٢٦,٧%.

- فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية للمبحوثات احتلت غير المتزوجات منهن المقام الأول بنسبة ٧٨%.

- أكدت نتائج الدراسة على أن أغلب المبحوثات يفضلن استخدام موقعي الفيس بوك وتويتر معا بنسبة بلغت ٤٨% يلي ذلك من يفضلن موقع الفيسبوك فقط بنسبة ٣٧%.

- أوضحت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعتين يوميا حيث بلغت نسبتهن ٣٤,٧% يليهن من لا يستخدمن هذه المواقع بشكل يومي بنسبة ٢٦,٧%.

- كشفت الدراسة أن معظم المبحوثات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في فترة المساء حيث بلغت نسبتهن ٤٠% يلي ذلك من يستخدمنها بعد منتصف الليل بنسبة ٣٠%.

- أظهرت نتائج الدراسة أن معظم المبحوثات يفضلن دخول مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الكمبيوتر الشخصي والهاتف الجوال معا حيث بلغت نسبتهن ٤٦,٧% يلي ذلك من يفضلن الهاتف الجوال لدخول هذه المواقع بنسبة ٣٠,٧%.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر:

- دلت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات وقد بلغت نسبتهم ٧٦% من مجموع مفردات العينة وجدن في موقعي الفيسبوك وتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهن وتوجهاتهن الفكرية التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.
- أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة بنسبة بلغت ٧٥% يحرصن على متابعة الإعلانات عبر الفيسبوك وتويتر.
- بينت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثات بلغت نسبتهم ٨٥% من مجموع مفردات العينة لم يسبق لهن شراء المنتجات عبر الفيسبوك وتويتر.
- كشفت الدراسة عن أن الغالبية العظمى من المبحوثات بلغت نسبتهم ٩٠% من مجموع مفردات العينة يرفضن البحث عن شريك حياة من خلال الفيسبوك وتويتر.
- بلغت نسبة المبحوثات اللاتي لم يسبق لهن الانضمام للحملات الاجتماعية عبر الفيسبوك وتويتر ٥٤% أما من سبق لهن الانضمام لهذه الحملات فقد بلغت نسبتهم ٤٦%.
- أن أغلب المبحوثات ٥٦,٧% لا يستخدمن الفيسبوك وتويتر للتواصل مع القطاعات الخدمية.
- لم يكن الافتقاد إلى الصديقات والشعور بالوحدة سببا قويا لاشتراك المبحوثات في موقعي الفيسبوك وتويتر حيث بلغت نسبتهم ٧٧,٩% من مجموع مفردات العينة.
- أن أغلب مستخدمي الفيسبوك لم يشتركن في هذا الموقع لغرض متابعة المشاهير حيث بلغت نسبتهم ٢٦,٧% أما مستخدمي تويتر فغالبيةن اشتركن فيه لمتابعة المشاهير بنسبة ٥٩% وكذلك مستخدمي الموقعين معا أغلبهن يتابعن صفحات المشاهير بنسبة ٢٦,٧%.
- نجد أن هناك انقسام بين المبحوثات في سبب استخدام الفيسبوك وتويتر لأجل مواكبة التقدم التكنولوجي إذ ترى ٤٥% من مفردات العينة أن مواكبة التقدم التكنولوجي كان سببا في استخدامهن لهذه المواقع بينما نجد أن ٥٥% منهن لم يستخدمن هذه المواقع لأجل مسايرة التقدم التكنولوجي.

ثالثا: النتائج المتعلقة بطبيعة العلاقات الاجتماعية في موقعي الفيسبوك وتويتر:

- أن أغلب مستخدمي الفيس بوك يبحثون عن صداقات جديدة بنسبة ٢٢% أما مستخدمي تويتر فأغلبهم لا يبحثون عن صداقات جديدة بنسبة ٩% في حين أن اللاقي يستخدمون الموقعين معا يبحثون عن صداقات جديدة بنسبة ٣٠%.

- عمل الفيس بوك وتويتر على تعزيز علاقات الصداقة القديمة وسط ما نسبته ٧٣,٣% من مجموع مفردات العينة.

- أغلب المبحوثات ونسبتهن ٧٠% من مجموع مفردات العينة يتواصلن مع أقاربهن البعيدين مكانيا من خلال الفيسبوك وتويتر.

- اتضح أن ٦٠% من المبحوثات لديهن صداقات عبر الفيسبوك وتويتر من بلدان مختلفة.

رابعا: النتائج المتعلقة بالآثار الإيجابية لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر:

- أكدت الدراسة أن ٧٥% من مجموع مفردات العينة عرفن الكثير من عادات الشعوب الأخرى من خلال استخدام الفيسبوك وتويتر.

- أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثات وقد بلغت نسبتهن ٧٦,٦% أتاح لهن الفيسبوك وتويتر فرصة التعرف على أشخاص من خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة عن المجتمع السعودي مما أغنى تجربتهن الفكرية والثقافية.

- بينت الدراسة أن ما نسبته ٨٤,٦% من المبحوثات يعتبرن التواصل من خلال الفيسبوك وتويتر أسهل من التواصل وجها لوجه لأنه غير مقيد بوقت أو مكان.

- أظهرت نتائج الدراسة أن بعض المبحوثات وقد بلغت نسبتهن ٣٩,٣% قد استفدن من الفيسبوك وتويتر في بحوثهن الدراسية.

- أكثر من نصف أفراد العينة يتواصلن مع زميلات الجامعة لأغراض دراسية عبر الفيسبوك وتويتر حيث بلغت نسبتهن ٥٢% فيما لا تحرص ٤٨% منهن على مثل هذا التواصل.

- أوضحت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات وبلغت نسبتهن ٦٨% لم يساهم الفيس بوك وتويتر في زيادة تحصيلهن الجامعي.

خامسا: النتائج المتعلقة بالآثار السلبية لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر:

- أظهرت النتائج أن استخدام الفيس بوك وتويتر لم يكن له أثر سلبي على أغلب المبحوثات من ناحية شكوى وتذمر أسرهن من هذا الاستخدام إذ بلغت نسبتهن ٧١% من مجموع مفردات العينة.
- لم يؤثر استخدام الفيس بوك وتويتر على تفاعل وجلس المبحوثات مع أسرهن حيث بلغت نسبتهن ٦٢% أما من قلّ تفاعلهن مع أسرهن بسبب استخدام الفيس بوك وتويتر فقد بلغت نسبتهن ٣٨%.
- بينت نتائج الدراسة أن النسبة الكبرى من المبحوثات وقد بلغت نسبتهن ٧١% لم يشغلن استخدام الفيس بوك وتويتر عن القيام بواجباتهن الاجتماعية المتمثلة بزيارات الأقارب.
- أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الفيس بوك وتويتر لم يؤثر سلبي على العلاقات الاجتماعية لدى أغلب المبحوثات حيث بلغت نسبتهن ٧٨%.
- توصلت الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من المبحوثات لم يؤد استخدامهن للفيس بوك وتويتر إلى تراجع تحصيلهن الجامعي حيث بلغت نسبتهن ٨٣% من مجموع مفردات العينة.
- كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثات وقد بلغت نسبتهن ٧٦% لم يعانين من أضرار صحية وجسدية جراء استخدام موقعي الفيس بوك وتويتر.

سادسا: نتائج العلاقة بين بعض متغيرات الدراسة:

- كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباط عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين ما يلي:
أسباب الاستخدام المتمثلة في التعبير عن الآراء ومتابعة الإعلانات وكذلك أبعاد العلاقات الاجتماعية والآثار الإيجابية مثلة في تعلم عادات الشعوب الأخرى وسهولة التواصل عبر الفيس بوك وتويتر، وكذلك الآثار السلبية كتذمر الأسر من استخدام المبحوثات لهذه المواقع علاوة على قلة التفاعل الأسري.
- أظهرت نتائج معامل الارتباط وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير عدد ساعات الاستخدام وبين أسباب الاستخدام المذكورة أعلاه ومعظم أبعاد العلاقات الاجتماعية والإيجابيات المذكورة.
- أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات المعنية.

المبحث الثاني

مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

مما لاشك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي استحوذت على حيز كبير من اهتمام الفتيات في المجتمع السعودي حيث يعتمدن عليها في حياتهن اليومية بطريقة واضحة.

ومن هذا المنطلق سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات الجامعة، وقد توصلت الدراسة من خلال الإجابة على تساؤلاتها إلى مجموعة من النتائج نحاول مناقشتها في ضوء هذه التساؤلات وفي ضوء الإطار النظري للدراسة كما يلي:

أولاً: الأسباب التي تدفع إلى استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر:

كشفت نتائج الدراسة عن تنوع دوافع استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر من قبل الطالبات ويأتي في مقدمتها سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن هذه المواقع والتي أحدثت طفرة في عالم التواصل الإلكتروني، توفر قدراً كبيراً من الحرية دون رقابة أو قيود مما يجعلها مواقع مفتوحة للتعبير عن الآراء السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية بكل صراحة وديمقراطية حيث يمكن لأي شخص أن يعبر عما يجول في نفسه من مشاعر وآراء وأن يتلقى ردود القراء بحيث يشعر أن صوته يمكن أن يصل لجمهور عريض وبالتالي ينمو لديه شعوراً مفعماً بالتحقيق الذاتي، إضافة إلى أن أغلب المستخدمين يشتركون في هذه المواقع بأسماء مستعارة فهي لا تطلب من المستخدمين كشف هويتهم الحقيقية مما يسمح لهم بمشاركة غير مقيدة وكسب مساحة أوسع من الحرية التي تمكنهم من قول كل ما يريدون بدون خجل أو خوف والتعبير عن آرائهم بلا قيود، ويمثل هذا الحق أحد أهم المرتكزات الأساسية للعملية الاتصالية التي تتم في مجتمع المعلومات، فهذه المواقع أصبحت من أقوى المؤثرات في توجيه الرأي العام وأصبحت ميداناً يلتقي فيه جمهور واسع من مختلف شرائح المجتمع ذات التنوع الثقافي والحضاري.

وهذا يتفق مع ما ورد ضمن تحليلات مدخل الاستخدامات والإشباع من ناحية أن الجمهور لا يعتبر مجرد متلقي لكنه طرف فاعل ونشط فهو يقوم بدور بمجرد اشتراكه في أي وسيلة إعلامية، و تتفق هذه النتيجة مع دراسة (العتيبي، ٢٠٠٩): عن استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيسبوك والتي توصلت إلى أن دافع الفضول والمشاركة كان الدافع الأول لاستخدام شبكة الفيسبوك وكذلك الإشباع المتحققة من استخدامه، فيما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (خضر، ٢٠٠٩) عن الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية والتي

توصلت إلى أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك.

يأتي بعد ذلك -على التوالي- متابعة الإعلانات كأحد أهم الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر وذلك ربما يعود إلى سهولة الاطلاع على آخر المستجدات في مجال الموضة والأزياء وغيرها مما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الخيار الأفضل لمتابعة كل جديد في ظل الصعوبات الاجتماعية في المجتمع السعودي التي تواجه أسلوب التسويق المباشر ويمكن ربط هذه النتيجة مع ما جاء في النظرية التفاعلية الرمزية حيث أكد العالم (كيتيريك) أن من أهم الأسباب التي تدفع الفرد إلى الدخول في علاقات مع الغير هي الأسباب الاقتصادية وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (آل الشيخ، ٢٠٠٦): عن أثر ثقافة العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي حيث توصلت إلى أن أفراد العينة لا ترى أهمية لبرامج التسويق الدعائية الموجودة في الإنترنت.

إضافة إلى ما سبق فقد تعددت أسباب استخدام الطالبات للفيس بوك وتويتر مثل الانضمام للحملات الاجتماعية ومواكبة للتكنولوجيا ومتابعة أخبار المشاهير.

تتفق النتائج السابقة مع ما جاء في مدخل الاستخدامات والإشباع من ناحية أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات، فالطالبات يستخدمن الفيسبوك وتويتر لأسباب تلي حاجتهن كما ورد آنفاً مما يدل على أن المجتمع يتطور باتجاه المعلوماتية والأفراد لديهم استعداد لاستخدام التكنولوجيا والتقنية دون تردد.

ثانياً: طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفيسبوك وتويتر:

تجسد الدور الفاعل للفيسبوك وتويتر في الحياة الاجتماعية للطالبات من خلال تحديد صداقاتهن القديمة وتوسيع شبكة علاقاتهن الاجتماعية من خلال التعرف على صداقات جديدة واختزال المسافات الجغرافية بينهن وبين أقاربهن المتباعدين فطبيعة هذه العلاقات وحجمها ينمي لدى الطالبة الألفة الاجتماعية ومهارات الاتصال الرمزي مع الآخرين وهذا ما أكدته النظرية التفاعلية الرمزية حيث تعد الرموز ثورة في قدرة الإنسان على التواصل مع غيره ووسيلة لزيادة المقدرة على نقل المشاعر والميول والاتجاهات بين أعضاء المجتمع.

ويبدو لي أن هذه النتائج منطقية استنادا إلى ما يميز به مجتمع المعلومات حيث يعتمد على التطبيقات التقنية في التواصل الاجتماعي وما نتج عن ذلك من تغير في طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة فعملت - أي التقنية- على خلق علاقات اجتماعية بين جماعات افتراضية ساهمت في خلق فضاءات اجتماعية لالتقاء الأفراد رغم تباعد المسافات الجغرافية التي يتواجدون فيها، حيث يجمع الفيسبوك وتويتر بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، والفرضية الأساسية التي تتواكب مع تكوين الصداقات هي مشاركة الاهتمامات، فقد نُجحت هذه الشبكات في الجمع بين أصحاب الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتي .

وتتفق هذه النتائج أيضا مع مدخل الاستخدامات والإشباع الذي صنف الدوافع والحاجات المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام ومنها حاجات التكامل الاجتماعي أي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وتقوم على رغبة قوية في التقارب مع الآخرين. كما أن هذه النتائج تتفق مع دراسة (أمين، ٢٠٠٨): عن حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت والتي توصلت إلى أن شبكات التعارف الاجتماعية مثل الفيسبوك أعادت صياغة العلاقة بين الأنظمة المختلفة في المجتمع كما أنها أضافت أبعادا جديدة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد.

وفي سياق هذا التواصل الإلكتروني الناجم عن الاستخدام الواسع والمتفرع للفيسبوك وتويتر دخلت هذه المواقع وفرضت نفسها بقوة في حياتنا الاجتماعية وامتدت من العلاقات العامة إلى العلاقات الشخصية المتمثلة في الزمالة والصداقة بل إلى العلاقات العاطفية بين الجنسين والمحظورة اجتماعيا خاصة وأن الفيسبوك وتويتر يتيح الفرصة لنمو هذه العلاقات العاطفية في ظل حالة الاطلاع الأوسع على التفاصيل اليومية لحياة المستخدم، ومعرفة تقلباته المزاجية، وطرق التعبير عن نفسه وأفراحه وأحزانه، والمشاركة في مناسباته الخاصة، وصوره وغيرها، مما يعني أن هذه المواقع قد تنتج قيم وثقافة جديدة تختلف عن تلك الموجودة أصلا في المجتمع، ويعتبر هذا من النقاط البحثية الهامة لدراسات لاحقة خاصة في المجتمع السعودي بثقافته المتحفظة على مثل ذلك النوع من العلاقات العاطفية، ولا ننسى أيضا القيم الدينية التي تؤكد علينا الالتزام وعدم استخدام مثل هذه المواقع في علاقات غير شرعية وهذا يعتبر أحد أهم الآثار السلبية لهذه المواقع.

ثالثا: الآثار الإيجابية لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر:

أكدت نتائج الدراسة تعدد الآثار الإيجابية للفيسبوك وتوثر أهمها تسهيل عملية التواصل فالتواصل من خلال هذه المواقع أسهل من التواصل وجها لوجه لأنه غير مقيد بوقت أو مكان وقليل التكلفة ويتناسب مع طبيعة عادات وتقاليد المجتمع السعودي الذي يرفض اللقاءات الشخصية بين الجنسين، ويعتبر انتقال ونشر المعلومات دون عوائق أو قيود من أساسيات تشكل المجتمع المعلوماتي فشبكات التواصل الاجتماعي تنقل المعلومات وتوصلها للأفراد الآخرين المتواجدين في الأطراف الأخرى من الشبكة بسرعة شديدة وفي ظرف آني تزامني، بصرف النظر عن أماكن تواجدهم أو ما يطلق عليه عادة بظاهرة التخطيطي المعلوماتي، أي أنها تتجاوز الفضاءات الجغرافية والزمنية حيث أدي التطور في الشبكات الاجتماعية إلى أن أصبحت الاتصالات فورية، تتم في التو واللحظة وهذا ما يعبر عنه البعض بالزمن العالمي الذي هو بمثابة الزمن العابر للحدود بين القارات والمجتمعات واللغات عبر الشبكات التي تنقل الصور والرسائل بالسرعة القصوى من أي نقطة في الأرض إلى أي نقطة أخرى.

ونتيجة لذلك لم يعد للحدود الجغرافية دوراً في تشكيل المجتمعات وتحويلها إلى مجتمعات افتراضية لا تنام حيث يستطيع الفرد أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة، وهذا يعتبر أحد مظاهر العولمة التي فرضت على الإنسان أن يتعامل مع عوالم خارج نطاق المنظور المحسوس فالفرد يستطيع أن يطلع على العالم وهو في بيته خلال وقت وجيز لا يصدق مما أدى إلى إتاحة الفرص للأطراف المتباعدة أن تكون كياناً واحداً رغم تعددها واختلاف أماكنها.

وكذلك من أهم الآثار الإيجابية لاستخدام الفيسبوك وتوثر الانفتاح الفكري والثقافي فالطالبات استثمرن هذين الموقعين في تعلم عادات الشعوب الأخرى والتعرف على أشخاص من خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة مما أغنى تجربتهن الثقافية والفكرية وهذا يدل على أن هذه المواقع باتت متنفساً للطالبات كي يعبروا عن اهتمامهن، فهي نافذة يطل منها الشباب على العالم من حوله يعلن فيها عن نفسه ويعبر عن ذاته ويجد في المقابل من يعبروا عن ذواتهم ويتشاركوا معه، هذا الانفتاح على الآخر والقبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه الأمر الذي ساهم في تشكيل واقع اجتماعي جديد تفرضه العولمة التي تقوم على الارتباط الشديد بين دول العالم عبر استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والانتماء إلى ثقافة عالمية واحدة تتساوى فيها كل المجتمعات ثقافة تفرز هوية عالمية أو ما يسمى بالمواطن العالمي الذي يأتي إفراناً للتفاعل بين أبعاد مختلفة لعملية التدفق الثقافي العالمي ومن دون شك فإن الفيسبوك وتوثر حملاً بجدارة مهمة الترويج للقيم الثقافية للعولمة ونشرها في مختلف مناطق العالم فهي قادرة على تحقيق مساعي العولمة لتنميط ثقافات الشعوب وتحقيق التجانس الثقافي، مما يدل على

أن هذا التدفق الاتصالي والثقافي يزداد مع توسع العولمة وتطور تقنيات الاتصال واختراقها للنطاقات الثقافية المحلية، حيث يجد الفرد أمامه موجات وتدفقات لثقافات عالمية مما يساهم في تنمية مداركه وتطوير معارفه إزاء التغيرات الحاصلة في العالم وعلى هذا النحو الإيجابي للفيسبوك وتويتر من حيث تسهيل الانفتاح على الثقافات المختلفة بتنوعها واختلافها أيضًا كان له أثر كبير في كسر الحواجز بين الناس على كل مستوياتهم ومن كل الاتجاهات والتوجهات وإذابة الفوارق بين الطبقات الاجتماعية، سواء بين أفراد المجتمع أنفسهم، أو بينهم وبين مجتمعات العالم.

وهذا يتفق مع ما جاء في النظرية التفاعلية الرمزية كما أكدها العالم (كيتزبيرك) أن هناك آثار ونتائج للعلاقات الاجتماعية وهذه الآثار قد تكون إيجابية أو سلبية استنادا على طبيعة العلاقة الإنسانية القائمة بين الأفراد في المؤسسة أو المنظمة الاجتماعية، ولكن هذا التواصل الثقافي الإيجابي والاحتكاك بالثقافات الأخرى لا ينبغي أن يتعارض مع الهوية والخصوصية الثقافية للنظام الاجتماعي المحلي.

وأيضاً كان للفيسبوك وتويتر آثاراً إيجابية في العملية التعليمية للطالبات حيث استفدن منها في أبحاثهن الدراسية وفي التواصل مع زميلات الجامعة لأغراض علمية وعليه يمكن اعتبار هذه المواقع خياراً ناجحاً لمساندة العملية التعليمية من خلال تعزيز اتصال الطالبات فيما بينهن من جهة وأداة جديدة للتواصل بين الطالبة والاستاذة من جهة أخرى وهذا يساهم في تحقيق أهداف التعليم بما يتناسب مع التقدم والتطور الذي نعيشه في ظل مجتمع المعلومات والمعرفة.

وتتفق هذه الآثار الإيجابية مع مدخل الاستخدامات والإشباع الذي أكد أن من أهم دوافع استخدام وسائل الاتصال الدوافع النفسية التي تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام، ومن ناحية أخرى فإن من أهم الإشباعات التي تحققها وسائل الاتصال هي الإشباع التوجيهية وتمثل في إشباع الحاجة إلى زيادة المعلومات والمعارف وتنمية المهارات الشخصية وتأكيد الذات واكتشاف الواقع.

كذلك تتفق هذه الآثار الإيجابية مع دراسة (آل الشيخ، ٢٠٠٦): عن أثر ثقافة العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي والتي كان من نتائجها أن هناك اقتناع لدى مجتمع الدراسة بأن الإنترنت أدخلت تغيرات إيجابية في أفكار الشباب.

رابعاً: الآثار السلبية لاستخدام موقعي الفيسبوك وتويتر:

من المؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال والعلاقات بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، فرغم أن الفيسبوك وتويتر عملت على تعميق العلاقات الاجتماعية بين المبحوثات وأقاربهن البعيدين مكانيا وتعزيز العلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء إلا أنها ساهمت في قلة تفاعل المبحوثات مع أسرهن وبالتالي تدمير الأسر من انشغال الفتيات الناتج عن استخدام هذه المواقع بنسبة ٣٧% من مجموع مفردات العينة، وكذلك فإن زيارات المبحوثات لأقاربهن قد تراجعت من جراء انشغالهن بهذا الاستخدام بنسبة ٢٩% وهي نسب يجب ألا يستخف بدلالها الاجتماعية لأنها تعتبر مؤشر على قدرة الفيسبوك وتويتر على إحداث زعزعة في عملية تفاعل المبحوثات مع أسرهن وأقاربهن الأمر الذي يشكل خطورة على متانة التماسك الأسري وقوة التضامن العائلي مما يؤدي إلى مشكلات اجتماعية عديدة كالعزلة والانطواء وفقدان التواصل الاجتماعي الطبيعي، هذا التغيير الاجتماعي يعتبر من أهم التحديات التي تواجه المجتمع الآن بسبب الثورة الاتصالية والمعلوماتية في ظل العولمة والتي ساهمت في تغلغل تقنيات المعلومات والاتصالات في بنية الحياة الاجتماعية وتحكمها بشكل كبير في شبكة العلاقات الاجتماعية للإنسان المعاصر فقد تقلص التواصل الأسري بشكل كبير وتقلصت الساعات التي يتم فيها لقاء أفراد الأسرة والالتزام بالواجبات الأسرية، مما يدل على أن هذه التقنيات ساعدت على زيادة المشاكل الاجتماعية خلافا لما هو مأمول من دورها، ولكن هذا لا يعني إدانة هذه المواقع بشكل مطلق بل يجب عدم المبالغة في استخدامها بما قد يشكل خطر على الفرد والأسرة والمجتمع.

ولا يفوتني هنا الإشارة إلى ناي و اربنج Nie and Erbing، اللذين اعتبرا أن التطورات والتقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات أثرت بشكل كبير على عملية التفاعل الفردي والجماعي داخل المحيط الأسري وداخل المحيط الاجتماعي للمجتمع الأكبر.

والنتيجة السابقة المتعلقة بتدني تفاعل المبحوثات مع أسرهن تتفق مع دراسة (ساري، ٢٠٠٣): عن تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية والتي كان من أهم نتائجها أنه نجم عن استخدام الشباب للإنترنت تراجع في مقدار التفاعل اليومي بينهم وبين أسرهم وتراجع في عدد زياراتهم لأقاربهم. وبنظرة فاحصة إلى تسارع معدلات التغيير الاجتماعي وسيطرة الفيسبوك وتويتر على الحياة الاجتماعية نجد أن العولمة أدت إلى انتقال الأفكار والأنماط السلوكية عبر الحدود فالحدود الجغرافية والسياسة لا تستطيع وضع حد لتدفق المعلومات حتى أصبحت الشركات الكبرى متعددة الجنسيات هي المسيطرة على توجهات كثير من الشعوب بل أنها فرضت ثقافات جديدة على بعض المجتمعات

وجعلت من هذه الظواهر الثقافية هدفا للشباب فعلى سبيل المثال أغاني البوب التي وجدت في الغرب أصبحت الآن ثقافة لكثير من أفراد هذا الجيل حيث أصبح لهم صفحات على الفيسبوك ومتابعين، الأمر الذي يشكل خطورة بالغة على الهوية والخصوصية الثقافية لكثير من المجتمعات نتيجة الانصهار في ثقافة عالمية واحدة - قد تتعارض مع الثقافة المحلية للمجتمع- حيث تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك الهوية والقيم والمبادئ، ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية لأنّ من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم له أكثر من حساب.

وأيا كان الأمر فالثابت أن ذلك كله يشكل أحد المحاور البحثية المثيرة للاهتمام -والذي لم تتطرق له هذه الدراسة- لما قد يترتب عليه من نتائج وتداعيات تؤثر على أفراد المجتمع بعامه، وفئة الشباب على وجه الخصوص لاسيما فيما يتعلق بهويتهم الثقافية والقومية.

وفي ضوء النتائج السابقة نجد أن الدراسة كشفت لنا عن الآثار السلبية التي تعاني منها بعض الفتيات عند استخدام الفيسبوك وتويتر من إجهاد جسمي وذهني بعض الأحيان بالإضافة إلى العزلة الاجتماعية وندرة التواصل المباشر مع أفراد الأسرة النووية، ورغم أن الفتيات لا يستخدمن هذه المواقع لفترات طويلة ولكن هذا يعتبر مؤشر يهدد قيمهم وثقافتهم الأصلية الحميدة.

ختاما، أستطيع القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي قد أثبتت وجودها الفاعل وسط المجتمعات على مستوى جميع الأعمار والطبقات والثقافات، وأصبح تأثيرها على الفعل الاجتماعي كبير وواسع النطاق مما أفرز بعض السلبيات التي يجب الانتباه إليها خاصة وسط الأجيال الحديثة من الشباب في الوطن العربي والإسلامي، وهذا لا يعني تقييد حرية الأفراد من التفاعل الاجتماعي عبر هذه الشبكات ولكن ما أقصده هو ترشيد استخدامها ومحاولة الاستفادة منها في سقل ثقافتنا العربية والإسلامية ونشرها حول العالم.

المبحث الثالث

التوصيات:

استنادا إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

- ١- إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها الاجتماعية المختلفة حتى تكون النتائج قابلة للتعميم بشكل أمثل حيث تبقى نتائج هذه الدراسة محدودة ضمن عينة البحث وهن طالبات الجامعة.
- ٢- تنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واستثمار الفوائد العلمية والثقافية والاجتماعية.
- ٣- انشاء مجموعات شبابية هادفة على موقعي الفيسبوك وتويتر تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة وتأصيل القيم والمبادئ الأصيلة.
- ٤- العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عمليتي التعليم والتعلم، والتفاعل التعليمي، والبحث العلمي، لما لذلك من آثار إيجابية عديدة تزيد من فاعلية وكفاءة العملية التعليمية.
- ٥- أن يعمل أعضاء هيئة التدريس على استخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في المناهج التي يقومون بتدريسها، وأن تتضمن أنشطة التعلم تكليفات يوظف الطالب في آدائها تكنولوجيا الاتصالات الحديثة.
- ٦- إجراء دراسات للتعرف على معوقات توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة من وجهة نظر الطلاب، وأعضاء هيئة التدريس، ووضع خطط علاجية للتغلب عليها.
- ٧- نشر الوعي بأهمية التماسك الأسري والحرص على الجلوس والحوار مع الأهل وترشيد استخدام الفيسبوك وتويتر حتى لا يؤثر على التواصل الاجتماعي مع الأسرة.
- ٨- ضرورة القيام برصد وتوصيف وتحليل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي وإخضاعه للدراسات المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأي العام في العديد من القضايا.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- آل الشيخ، نوف ابراهيم (٢٠٠٦م) أثر ثقافة العولمة على القيم المحلية للشباب السعودي، رسالة دكتوراه الرياض: جامعة الملك سعود.

- أمين، رضا عبد الواحد (٢٠٠٩م) حدود التفاعل في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي في الفترة من ١٥-١٧/مارس، الرياض، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.

- بدران، عبدالله (٢٠١٠م) الإعلام والعولمة-التحديات والإشكاليات، مجلة الكويت، العدد ٣٤١.

- بو شليبي، ماجد (٢٠٠٦م) ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب، الشارقة: دائرة الثقافة والمعلومات- جامعة الشارقة.

- الجابري، محمد عابد (١٩٩٧م) قضايا في الفكر المعاصر: العولمة - صراع الحضارات، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

- الحسن، احسان (٢٠٠٥) النظريات الاجتماعية المتقدمة، عمان: دار وائل للنشر.

- الحمصي، رولا (٢٠١٠م) إدمان الإنترنت وعلاقته بمهارات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة دمشق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا.

-خالد، سليم (٢٠٠٨م) ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، قطر: دار المتنبى للنشر.

-خالد، محمد بن سعود (٢٠٠٩) تقنية الاتصال الحديثة بين القبول والمقاومة المملكة العربية السعودية نموذجاً، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي في الفترة من ١٥-١٧/مارس، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.

-خضر، نيرمين (٢٠٠٩م) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري مواقع الشبكات

الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول للأسرة والإعلام وتحديات العصر من ١٥-١٧/ فبراير.

- الخليفي، محمد صالح (٢٠٠٢م) تأثير الإنترنت في المجتمع، مجلة عالم الكتب، المجلد ٢٢، العدد ٥ و٦.

- رشتي، جيهان أحمد (١٩٧٨م) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.

- زينب، زموري وبغدادى، خيره (٢٠٠٥م) العلاقة العاطفية بين الجنسين باستخدام الوسائل الإلكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري.

- ساري، حلمي خضر (٢٠٠٣) تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، مجلة جامعة دمشق، مجلد ٢٤، عدد ١.

- السيد، أمينة وهبة عبد العال (٢٠٠٩م) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة، المؤتمر

الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في الفترة ما بين ٥-٧ يوليو، مصر: جامعة حلوان.

- الشامي، عبد الرحمن محمد (٢٠٠٢م) استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية: الدوافع والإشباع، رسالة دكتوراه، مصر، جامعة الأزهر.

- شاهين، هبة (٢٠٠٠م) استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة.

- عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب.

- عبد الصادق، عادل (٢٠٠٩م) الديمقراطية الرقمية، القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني.

- العتيبي، جراح (٢٠٠٨م) تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة،

جامعة الملك سعود، الرياض.

- عثمان، ابراهيم (٢٠٠٤م) مقدمة علم الاجتماع، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.

- عثمان، عزه عبد العزيز (٢٠٠٩) العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر

للإنترنت دراسة مقارنة، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، في الفترة من

١٥-١٧/مارس، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.

- العراقي، فهد وآخرون (٢٠٠٧م) استخدامات الإنترنت في المجتمع السعودي، الرياض: أسبار للدراسات والبحوث والإعلام.

- العزب، سهام والغامدي، محمد (٢٠١١) المحادثة عبر شبكة المعلومات (أنماطها ودوافعها وآثارها)،

دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، العدد ١

- العصيمي، عبد المحسن أحمد (٢٠٠٤م) الآثار الاجتماعية للإنترنت، الرياض: دار قرطبة.

- عطوي، جودت عزت (٢٠٠٩م) أساليب البحث العلمي، ط ١، عمان: دار الثقافة.

- عماد، حسن و حسين، ليلي (١٩٩٨) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- عمار، حلمي وعبد الباقي أبو زيد (٢٠٠١م) تكنولوجيا الاتصالات وآثارها التربوية والاجتماعية،

دراسة ميدانية بمملكة البحرين.

- العمر، معن خليل (١٩٩٧م) نظريات معاصرة في علم الاجتماع، عمان: دار الشروق.

- العوفي، عبد اللطيف ومرداد، عادل (١٩٩٥) نشأة ظاهرة الطرق السريعة للمعلومات: تطورها

وانعكاساتها العربية والخليجية، مع رؤية مستقبلية، ورقة مقدمة في ندوة الإعلام والمعلوماتية

وتحديات القرن الواحد والعشرين، الرياض: معهد الدراسات الدبلوماسية.

- غيث، محمد عاطف (٢٠٠٢م) قاموس علم الاجتماع، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

- فكري، عثمان (٢٠٠٨) المتلقي في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع، طيبة للدراسات

الانسانية: متاح على <http://www.tayyebah.org/Default.aspx>

- فوزي، صفاء (٢٠٠٣م) علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية- دراسة ميدانية على

عينة

من أطفال الريف والحضر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

- القصير، عبد الله (٢٠٠٩م) آثار الإنترنت التربوية على طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير غير

منشورة، كلية التربية جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

- لطفى، كمال (١٩٩٩م) النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، القاهرة: دار غريب.
- المجالى، فايز (٢٠٠٧م) استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة المنارة، المجلد ١٣، عدد ١.
- المشمشى، محمود (٢٠٠٢م) دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، المنيا.
- مكاي، حسن عماد (٢٠٠٠م) نظريات الإعلام، القاهرة: مركز جامعة القاهرة.
- المنصور، محمد (٢٠١٢م) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدمنارك.
- منصور، ممدوح محمود (٢٠٠٣م) العولمة دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد، الاسكندرية: دار الجامعة.
- نوري، محمد عثمان (٢٠٠٧م) تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية: خطوات البحث العلمي، جده: خوارزم.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

- Bellamy, A. and Hanewicz, C. (2001) An Exploratory Analysis of the Social_ Nature of Internet Addiction, Electronic Journal of Sociology, Vol. 5, No. March. United Kingdom.
- Karbinsiki, Aren (2010), facebook and the technology revolution, New York, Specturum Puplications
- Streck, Helen (2011) Social Networks And Their Impact On Records Information Management, Aram International Educational Foundation._

- Vansoon, Michale (2010), Facebook and the invasion of technological communities, New York.

الملاحق

- ملحق رقم (١): الرسوم البيانية
- ملحق رقم (٢): أسماء محكمات الاستبيان
- ملحق رقم (٣): أداة الدراسة.

ملحق رقم (١)

الرسوم البيانية
للجداول الإحصائية

الرسوم البيانية

نظرا لكير حجم الجداول وكثيرة بياناتها تم اختصارها إلى الجداول التالية ومن ثم عمل الأعمدة

البيانية:

أولا: أسباب استخدام موقعي الفيسبوك وتويتر:

الاثنان معا		تويتر		الفيسبوك		الأسباب
غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	
8.7	39.3	2	12.7	13.3	24	التعبير عن الآراء
24	24	6.7	8	12.6	24.7	متابعة الاعلانات
39.3	8.6	13.3	1.3	32.6	4.7	شراء المنتجات
43.4	4.7	14	0.7	34	3.4	البحث عن زوج
23.3	24.7	10	4.6	18.6	18.7	الانضمام للحملات الاجتماعية
22	26	8	6.7	26.7	10.7	التواصل مع القطاعات الخدمية
36	12	11.3	3.3	31.3	6	الشعور بالوحدة
21.4	26.7	5.3	9.4	22.7	14.6	متابعة المشاهير
24.7	22.7	8.6	6.7	20.6	16.6	مواكبة التكنولوجيا

ثانيا: طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك وتويتر:

الاثنان معا		تويتر		الفيسبوك		طبيعة العلاقات الاجتماعية
غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	
18	30	8.7	6	15.3	22	البحث عن صداقات جديدة
10.6	37.3	6.7	8	9.3	28	تعزير الصداقات القديمة
12	36	6	8.7	12	25.4	التواصل مع الاقارب البعيدين
16.7	31.3	7.3	7.3	15.4	22	تكوين صداقات من بلدان مختلفة

ثالثا: الآثار الإيجابية لاستخدام الفيسبوك وتويتر:

الاتنان معا		تويتر		الفيسبوك		الايجابيات
غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	
7.3	40.7	3.3	11.3	12.7	24.7	تعلم عادات الشعوب الاخرى
7.4	40.6	2.6	12	13.4	24	التعرف على اشخاص مختلفين فكريا وثقافيا
8	40	2.7	12	4.6	32.6	سهولة التواصل
22	24.6	6	9.4	17.3	20.6	استفدت منها في بحثي
14.6	33.4	4.7	9.3	11.4	26.7	التواصل مع زميلات الدراسة
32	16	10	4.7	26	11.3	زاد تحصيلي الجامعي

رابعا: الآثار السلبية لاستخدام الفيسبوك وتويتر:

الاتنان معا		تويتر		الفيسبوك		السلبيات
غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	غير موافق	موافق	
25.4	22.7	10.6	4	25.4	12	تشكو مني أسرتي بسبب كثرة الاستخدام
26.6	21.3	10	4.6	26	11.3	تفاعلي مع أسرتي بدأ يقل
34.7	11.3	8	8.6	28	9.3	زياراتي لأقاربي بدأت تقل
36.6	11.4	12	2	28.7	9.3	تقلصت علاقاتي الاجتماعية
40.7	7.4	12.7	2	28.6	8.7	تراجع تحصيلي الجامعي
36.6	11.4	11.3	3.3	28	9.3	بدأت اشكو من آلام جسدية

ملحق رقم (٢)

أسماء الاستاذات الفاضلات المحكمات للاستبيان:

تم عرض الاستمارة في صورتها الأولى على مجموعة من المحكمات في جامعة الملك عبد العزيز بجده، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسمي علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية وقسم الإعلام وذلك للحكم على الاستمارة والاسترشاد برأيهن والتعرف على وجهة نظرهن وملاحظتهن حول محاورها ودرجة موافقة الفقرات لأغراض الدراسة ووضوح الصياغة وسلامتها وأي اقتراحات يرونها مناسبة وفيما يلي أسماء المحكمات:

- الدكتورة/ حنان فوزي أستاذ مساعد بقسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية.
- الأستاذة/ عواطف رجب أستاذ محاضر بقسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية.
- الدكتورة/ دينا عرابي أستاذ مساعد بقسم الإعلام.

ملحق رقم (٣)

أداة الدراسة

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الملك عبد العزيز
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية

أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية

"الفيس بوك وتويتر نموذجا"

دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة

The Effects of Using Electronic Social Networks on Social Relationships

"Facebook and Twitter as Example"

A Survey Study on a Sample of King Abdul Aziz University Students in Jeddah

مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع

إعداد

الطالبة/ حنان بنت شعشوع الشهري

إشراف

الدكتورة/ أميرة بنت يوسف بدري

أستاذ مشارك بقسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة الملك عبد العزيز

الفصل الدراسي الأول ١٤٣٣هـ - ١٤٣٤هـ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

أختي الفاضلة:

أقوم الآن بإعداد دراسة علمية بعنوان " شبكات التواصل الالكترونية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية: "الفييس بوك وتويتير نموذجا، وذلك من أجل استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، لذا أرجو التكرم بالإجابة على جميع فقرات الاستبانة والتعبير عن رأيك بصراحة وحرية، علماً بأن هذه الإجابات ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

ولك فائق الشكر والتقدير،،،

الباحثة

الجزء الأول: البيانات الأولية:

١- نوع الكلية:

() آداب وعلوم إنسانية.

() علوم.

() إدارة واقتصاد.

٢- التخصص: _____.

٣- المستوى الدراسي:

() سنة أولى

() سنة ثانية.

() سنة ثالثة.

() سنة رابعة.

٤- العمر:

() أقل من ٢٠ سنة.

() ٢٠ - ٢٣ سنة.

() ٢٤ - ٢٧ سنة.

() أكثر من ٢٧ سنة.

٥- الحالة الاجتماعية:

() عزباء.

() متزوجة.

() مطلقة.

() أرملة.

٦- أي الموقعين الذي تستخدمينه:

() الفيسبوك

() تويتر.

() الاثنان معا.

٧- عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدام الفيس بوك أو تويتر أو كلاهما:

الاثنان معا	تويتر	الفيس بوك	الإجابة
			() أقل من ساعتين.
			() من ٢-٤ ساعات.
			() من ٥-٧ ساعات.
			() أكثر من ٧ ساعات.
			() لا أستخدم هذه المواقع يوميا.

٨- ما هو الوقت المفضل لدخول هذه المواقع:

الاثنان معا	تويتر	الفيس بوك	الإجابة
			() فترة الصباح.

			() فترة الظهر.
			() فترة العصر.
			() فترة المساء.
			() فترة منتصف الليل.

٩- طريقة استخدامك لهذه المواقع:

الإجابة	الفييس بوك	تويتر	الاثنان معا
() من الكمبيوتر الشخصي.			
() من الهاتف الجوال.			
() الاثنان معا.			

