

46- مسعود ضاهر ، الذات الشخصية و الذات اللبنانية في كتاب أمين معلوف " الهوية القاتله " في أوراق المؤتمر العلمي الثامن " الحوار مع الذات"، تحرير صالح أبو أصبع ، منشورات جامعة فيلادلفيا ، عمان ، 2004 ص ص 527- 547

مجالات التواصل الاجتماعي بين الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بورقلة

أ.د. بن عيسى محمد المهدي جامعة ورقلة

د. بغدادي خيرة جامعة ورقلة

الملخص

كما تلاحظون من خلال العنوان لم فصل بعد في المتغيرات التي تطرحها المداخلة من حيث طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستخدمة و بالتالي جاءت هذه المداخلة و من خلال الدراسة الميدانية للفصل في طبيعة هذه العلاقة و تحديد المتغير المستقل و المتغير التابع لان الدراسات السببولوجية التي ننطلق بها في مخبرنا تجاوزت النظرة الكلاسيكية في الطرح و التي تتبنى مسبقا أسبقية البنية على الفعل دون تساؤل عن الكيفية التي يحدث بها التغير بما ان في تصورنا النظري ان البنية هي المؤثر في الأفعال و التفاعلات الأفراد ، اما نحن لا نتبنى هذا الطرح النظري و إنما في تصورنا المبحوث هو الذي يحدد من خلال أفعاله وتفاعلاته هل هو فاعل ام موضوع ام ذات لان الفرد او المبحوث من خلال مجالات التفاعل المتعددة اما أن يكون مندمجا في واحد منها او معارضا لها و هذه الوضعية لا تحدد إلا بالدراسة الميدانية التي تهدف الى فهم طبيعة العلاقة الموجودة بين المجال الاجتماعي الواقعي والمجال الاجتماعي الافتراضي انطلاقا من تفاعلات الأفراد و طبيعة الروابط و العلاقات التي تنشأ عن هذا التفاعل الافتراضي بين الأفراد في المجال الافتراضي كمجال اجتماعي من خلال ما يرسله هؤلاء من معاني وأفعال و رموز قد تكون مشتركة وقد تكون مناقضة، من جهة أخرى دراسة خصوصية المضامين الثقافية التي تحكم كل مجال اجتماعي أثناء تفاعلات الأفراد في المجال الافتراضي و التي يمكنها ان تصبح هي المؤثر لأفعال وممارسات الأفراد ومن ثم تصبح هي التي تشكل هوياتهم ، من خلال المعاني و الرموز التي تتضمنها، انطلاقا من طبيعة هذا الاستخدام للمجال الافتراضي من طرف الافراد المعنيين بالدراسة ، سنعمل على فهم و ايجاد إيجاد و تحديد المؤشرات التي يمكن أن تفسر لنا خصوصية المضمون الثقافي لهذه المجالات الاجتماعية التفاعلية الافتراضية هذا من جهة من جهة اخرى نحاول ان نفهم الموقف الذي يكون عليه هذا الفرد المتفاعل في علاقته بمجالات التفاعل الافتراضية ومجالات التفاعل الواقعية المباشرة أي غير الافتراضية لتحديد طبيعة الهوية في علاقتها بهذين المجالين.

الكلمات المفتاحية : النموذج الثقافي ، المجال الافتراضي ، التفاعل ، مجالات التواصل

**نص المداخلة:**

### **الإشكالية**

ظهرت الانترنت في عصر التكنولوجيا الجديدة كآلية من آليات التواصل و تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي احد أشكال هذه التكنولوجيا التي عرفت انتشارا واسعا في المجتمع الجزائري من حيث الاستخدام حيث سرعان ما تحولت إلى مجال تفاعلي اجتماعي بين أطراف غير متواجدين في نفس المجال العمراني مما أدى إلى الفصل بين المجال الاجتماعي التفاعلي و المجال العمراني بحيث ان التواصل في السابق كان يتم بين فردين متواجدين في نفس المكان ووجهها لوجه أما اليوم فقد تطور مجال التفاعل ليتجاوز المجال العمراني بحيث انه رغم بعد المسافة بين الأفراد إلا ان التفاعل أصبح يتم في مجالات عمرانية متباعدة ، يلتقي فيها الجماعات والأفراد باختلاف فئاتهم العمرية و فئاتهم لاجتماعية لتبادل الأفكار والتصورات

وإذا كانت تكنولوجيا إحدى وسائل الاتصال التي تساهم في التواصل الاجتماعي بين الأفراد لاستخدامها في التواصل و التفاعل بين الأفراد و الجماعات و بالرغم من التواصل المستمر بين الأفراد في هذه المجالات الافتراضية إلا أن هذا التواصل قد لا تؤطره و لا تعكسه قيم و ثقافة المجتمع الحقيقي ، فالأفراد قد لا يكشفون عن هويتهم الحقيقية داخل هذا المجال باستعارة ألقاب و أسماء و صور غير حقيقية و أحيانا استخدام رموز تدل على الفرح او الحزن دون وضع البروفايل الحقيقي لصورة الشخص للتعبير عن أفكارهم فتصبح هذه الرموز المستعارة هي التي تؤطر تصورات و أفعال الأفراد المتواصلين وهذا التداول بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية قد يشكل هويات متعددة قد تكون متناقضة او مندمجة او مشتتة وقد لا تظهر هوية محددة وواضحة كما أنها قد تؤدي إلى إعادة تشكيل هويات جديدة مطابقة للواقع الافتراضي أو متصارعة معه و انطلاقا من هذا نود في هذه المداخلة معرفة طبيعة الهويات التي تتشكل ضمن هذا المجال الافتراضي التفاعلي الذي يتردد عليه الأفراد علما حسب اعتقادنا بان للمجال الاجتماعي الافتراضي قيم و ثقافة خاصة تحكمه و هذه الثقافة تشكل نموذجا ثقافيا يصبح هو الذي يؤطر تفاعلات و أفعال الأفراد على الأقل أثناء عملية التفاعل ( لان استعمال شبكة التواصل الاجتماعي من طرف الافراد في اعتقادنا ليست مجرد عملية تقنية اتصال و تواصل فحسب بل هي عملية تفاعل اجتماعي كامل تؤطره ثقافة اي قيم و معايير و رموز و معاني و صور و تمثلات

اذن فاللقاء الأفراد في هذا المجال الاجتماعي مكونين بذلك علاقات اجتماعية تنتم بالتفاعل الافتراضي بعد أن كانت المجالات الاجتماعية الحقيقية كالأسرة هي التي تؤطر أفعال وتصورات الأفراد انطلاقا من النموذج الثقافي الذي يحكم هذه المجالات .

وتختلف استخدامات هذا المجال التفاعلي الافتراضي في الزمان و المكان وهذا الاختلاف ينتج أشكال مختلفة للتفاعلات الاجتماعية .

فانتقال الأفراد من المجال الحقيقي إلى المجال الافتراضي هو انتقال غير عشوائي بل يحمل دلالات ومعاني تنطوي على تصورات و معاني تحدد عمليات التفاعل والتواصل مع ما هو افتراضي نظرا لقوة التفاعلية التي تميز المجالات الافتراضية بحيث أن الأفراد يدخلون ضمن نظام اجتماعي يتسم بمعايير و قواعد تحكمه يجد الفرد ضمنها محكوم بهذه القواعد بوعي او بغير وعي منه و من ثم فقد ينتج تصورات تتطابق مع هذا المجال الاجتماعي الذي قد يعيد تشكيل الرابط الاجتماعي الحقيقي طبقا للنموذج الثقافي الذي يحكمه هذا ما يؤدي بالفرد إلى إنتاج مجال يبتعد شيئا فشيئا عن المجال الحقيقي المعترف به اجتماعيا كالأسرة و بالتالي ينصهر في قيم و أنماط جديدة في التفاعل و ينتج بشأنها رموز و معاني تختلف على تلك التي كان عليها في المجال الحقيقي .

و نظرا لكون هذه الوسيلة تتصف بقوة التفاعلية كما اشرنا سابقا فان هذا شد انتباهنا كباحثين وأردنا ان نفهم طبيعة الهويات و النماذج الثقافية التي تحكمها و انطلاقا منه ما هو مضمون النموذج الثقافي الذي يحكم التفاعلات التي تتم في المجالات الاجتماعية بين أفراد المجال الاجتماعي الافتراضي لدى مجتمع الدراسة والأفعال التي تترتب عنهما ؟ وهل هذه الأفعال تبقى مرتبطة فقط بالتفاعلات الافتراضية ام أنها تنتقل إلى التفاعلات الحقيقية ؟

### مفاهيم الدراسة

**1- مفهوم المجال الاجتماعي :** ارتبط ظهور هذا المفهوم بنظرية بيار بورديو حول الحقول الاجتماعية حيث يرى ان الحياة الاجتماعية مكونة من حقول مختلفة و في كل حقل يوجد مفوضين يمتلكون رساميل مختلفة يتصارعون من اجل اعادة انتاج أنفسهم داخل الحقل كما يرتبط مفهوم الحقل بمفهوم الرأسمال ارتباطا وثيقا من خلال التأكيد على أبعاده الثقافية والاقتصادية كقوة فعالة لها سلطة للقدرة على السيطرة على فضاء اللعب في الحقل المعني و الذي من الطبيعي ان يشهد حركية داخلية مهمة و اشتغالا ديناميكيا محكما (1)

**-اجرائيا :** هو الفضاء الذي تتفاعل فيه المجموعات من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية التي يكونونها

**2- مفهوم التفاعل :** احد المفاهيم في علم الاجتماع و هو شرط أساسي لتكوين الجماعة إذا يعتبر نسق من الأشخاص يتفاعل بعضهم مع بعض مما يجعلهم يرتبطون معا في علاقات معينة و يكون كل منهم على وعي بعضويته في الجماعة و معرفة بعض أعضائها ومعرفة بعض أعضائها و يكونون تصورا مشتركا لمجموعاتهم (2) .

و عليه فالتفاعل الاجتماعي هو كل عملية تبدأ من فعل اجتماعي يصدر عن شخص معين يعقبه رد فعل يصدر من شخص آخر و يطلق على التأثير المتبادل بين الشخصين و بين الفعل و ردة الفعل مصطلح التفاعل .

**3- النموذج الثقافي :** عند الانثروبولوجيين النموذج الثقافي يتشكل من خلال ترابط السمات الثقافية مكونة فيما بينها علاقات داخلية دينامية وظيفية بالنسبة للمجموع ففي عملة التنشئة الاجتماعية يكتسب الفرد أساليب السلوك فتصبح هذه الأخيرة هي النموذج الثقافي الذي يجب إتباعه بمعنى أن النموذج الثقافي هنا يعنى بالجانب السلوكي و الممارسات و طرق التصرف .

أما في علم الاجتماع هذه الممارسات و التصرفات هي ناتجة عن طبيعة التصورات التي كونها الفرد عن ما يحيط به من ظواهر و على أساسها تكون أفعاله فالنموذج الثقافي يحمل جانب التصورات و التمثلات التي يحملها الفرد

فالنموذج الثقافي هو مجمل التمثلات والقيم والأفكار التي أنتجها المجال الاجتماعي، والتي تعمل على تأطير الأفعال والتفاعلات التمثيلية و التفاعلية في هذا المجال فتصبح بذلك هوياتهم أو تتشكل وفق خصوصية هذا المضمون الثقافي الذي يعتبر هو في نفس الوقت هذا المجال.3.

و النموذج الثقافي الذي يحكم تفاعلات الأفراد و بما أن موضوعنا يندرج ضمن هذا الاطار فان مضمون هذا النموذج يختلف باختلاف أهداف المستخدمين لهذا المجال التفاعلي الافتراضي الذي ينطوي على معاني و رموز فقد يكون النموذج الذي يحكم تفاعلات الأفراد تقاسم مصلحة مشتركة بين المتفاعلين ففي تصورنا النموذج الثقافي يتحدد بواسطة عدة متغيرات منها أهداف و طبيعة الاستخدام ذلك ان لكل فرد متفاعل أهداف خاصة داخل الشبكة و يتضح ذلك من خلال طبيعة المواقع التي يتفاعل فيها مع العلم ان هناك مواقع خاصة بالعلاقات الغرامية و مواقع مهنية و أخرى للمحادثة و البعض الآخر يعاشر أكثر من موقع في وقت واحد و هنا يصعب على الباحث تحديد طبيعة النموذج الذي يحكم هذه التفاعلات لان الاستخدام يتغير من موقع إلى آخر و من وقت لآخر بين المتفاعلين ، كما ان متغير الزمن يلعب دورا كبيرا في تبلور ممارسات و أفعال و تصورات الأفراد فيما بينهم داخل الشبكة فهناك من بدأ في معايشة الفايسبوك أو غيره من المواقع مؤخرا فقط و هناك من لديه مدة طويلة في معايشة هذه المواقع

Pierre Bourdieu, Raison Pratiques , sur La théorie de L action , édition Seuil , 1224P 2

2-ابو ابراهيم ابو عرقوب الاتصال الانساني و دوره في التفاعل الاجتماعي ، الاردن ، عمان للنشر والتوزيع ، عمان ط2 ، 2009، ص 12

من محاضرات الأستاذ: محمد المهدي بن عيسى للسنة الثانية ماجستير لعلم الاجتماع، 2011\_2012، مقياس: ملتقى التدريب عن البحث، بجامعة قاصدي مرياح، بورقلة

## الدراسات العربية

دراسة عبد الجواد سعيد محمد ربيع 2009 : التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية، والاجتماعية لدى شباب الريف

هدفت الدراسة الي التعرف على مدى انتشار تكنولوجيا الإنترنت في الريف المصري، ومعدلات استخدامها بين شباب المجتمع الريفي .والتعرف على أهم الآثار النفسية والاجتماعية المرتبطة باستخدام

الإنترنت و اعتمد الباحث على منهج المسح واستخدم في إطاره منهج مسح الجمهور ، وذلك بهدف التعرف على خصائص مستخدمي شبكة الإنترنت من شباب الريف المصري، وعادات هذا الاستخدام، ومدى ارتباطه ببعض المتغيرات النفسية الاجتماعية. و أجريت الدراسة في محافظة المنوفية على عينة من 120 (مائة وعشرين) مفردة من شباب الريف من طلاب جامعة المنوفية ممن تتراوح أعمارهم بين 19 و 21 عام وبلغ عدد الذكور 60 مفردة، وعدد الإناث 60 مفردة وقد تم سحب العينة بطريقة العينة العمدية

وممن يستخدمون شبكة الإنترنت بالفعل وقد تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى فئات وفقاً للمتغيرات الديموجرافية مثل المستوى الاقتصادي والاجتماعي، والجنس، والعمر، والكلية التي ينتمي إليها المبحوث، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها

1- جاءت المواقع الترفيهية في الترتيب الأول من حيث تفضيل أفراد العينة لها بينما جاءت المواقع الثقافية والسياسية في الترتيب الرابع والخامس ، وهذا يعني أن أكثرية الشباب تتردد على مواقع الإنترنت لأغراض غير مفيدة، والخطورة هنا أن هؤلاء الشباب نقل أعمارهم عن ثلاثين عامًا الأمر الذي يؤدي إلى الإدمان السلبي للإنترنت Negative Addiction، حيث يرتبط هذا النوع من الإدمان، بانخفاض التفاعل الاجتماعي في المنزل وكذلك نقصان الوجود السيكولوجي الأفضل وهذا يزيد من الاكتئاب والعزلة والعصبية، ومن خلال إدمان الإنترنت يفصل الفرد عن ذاته وعن الواقع الحقيقي.

2- تبين من الدراسة أن استخدام شباب الريف للإنترنت كوسيلة اتصالية [مثل التهاور عبر الإنترنت - البريد الإلكتروني] مقصورًا على إقامة علاقات اجتماعية مع الزملاء والأصدقاء ، كما يستخدمونها دون إرشاد أو توجيه وأوقات طويلة مما يوقعهم في دائرة الإدمان. وبالتالي ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث بالنسبة لدوافع استخدام الإنترنت.

3- أكدت الدراسة أيضًا وجود قصور في دور وسائل الإعلام الجماهيرية بتوعية الأفراد كيفية استخدام الإنترنت على الرغم من وجود الأبواب والمضامين الإعلامية المتخصصة في تعليم الكمبيوتر والإنترنت حيث لم يتأثر أفراد العينة بها وذلك يرجع إلى صعوبة في فهم وإدراك ما تنشره هذه الوسائل عن تكنولوجيا الكمبيوتر والإنترنت وعدم تبسيطها في كثير من الأحيان لبعض المصطلحات والمفاهيم الخاصة لهذه التكنولوجيا وذلك كما أشار أفراد العينة خلال الدراسة الميدانية.

4- أشار أفراد العينة إلى أن لجوئهم للإنترنت يأتي في كثير من الأحيان بسبب إحساسهم بعدم الأمان في المستقبل كأن لم يجدوا عمل بعد التخرج، وتأخر سن الزواج بالنسبة للفتيات فيبحثون عن مهرب من ذلك بالجلوس أمام الكمبيوتر واستخدام الإنترنت وظهر ذلك بوضوح بالنسبة لمتغير «الاغتراب» وخاصة بالنسبة للريفيين على السواء للذكور والإناث على السواء حيث اللاهداف و اللامعنى والعجز بالنسبة

للإناث عن الذكور وشعور الشباب أنه لا حول له ولا قوة وأنه غير فعال وليس له قيمة في ظل التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والنفسية التي يواجهها الفرد بوجه عام، والشباب بوجه خاص (1)

- دراسة الباحث الصادق رابح سنة 2012 بالشارقة، حول الهوية الرقمية بين الشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، تمحورت الدراسة حول النقاط التالية:

4. استعراض بعض التمثلات الاجتماعية التي يحملها الكبار حول الهوية الرقمية للشباب وذلك من خلال الاحالة الى بعض المضامين الترفيهية والإعلامية والأكاديمية.

5. تناول تمثّل فئة الشباب لذاتها ومواقفها التي تتجلى من خلال سلوكها الرقمي سواء بالاعتراف

6. بحق الكبار في تقييم هذا السلوك أو مقاومة أو رفض هذا التقييم، تبيين كيف أنّ تسرب التكنولوجيا الرقمية والممارسات المرتبطة بها في الحياة اليومية، يمكن أن يحفز على تبيئتها وتوسيع دائرة استخدامها الاجتماعي وبالتالي تساهم بشكل تدريجي في احداث تحولات اجتماعية ومعرفية.

7. النظر في الآثار العامة للفجوة الجيلية، ذلك أن المرحلة الانتقالية الحالية ذات دلالة تاريخية كبيرة.<sup>3</sup>

(1)-المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية والانسانية مجموعة من مخلصات الدراسات عن الانترنت  
(2)-الصادق رابح، الهوية الرقمية بين الشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مجلة اضافات، العدد 19، صيف 2012، بيروت، ص90.

-دراسة دراسة جيهان حداد (2002م): حول "المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد"، وقد تكونت عينة الدراسة من (180) فرداً من المرتادين لمقاهي الإنترنت، ومن أهم نتائجها بما يخص العلاقات الاجتماعية، فقد بينت الدراسة أن شبكة الإنترنت قللت نوعاً ما من العلاقات الاجتماعية المباشرة، مما قلل من الروابط القربية والتضامن الاجتماعي لمن هم داخل المجتمع الواحد، ولكنها بنفس الوقت عملت على استمرار العلاقات الاجتماعية بين الأفراد الذين يعيشون في مناطق بعيدة جغرافياً عن الأهل والأقارب (3)

### التحليل بالنسبة للدراسات العربية

الدراسة الأولى تبحث في كيفية الاستخدام و مجالات الاستخدام في المجال العمراني الريفي والتأثير النفسي والاجتماعي بحيث توصلت الدراسة إلى ان هذا الاستخدام استهلاكي أكثر منه

و بالتالي أدى إلى الإدمان و العزلة و قد ارتبط ذلك بالفراغ بعد تخرج الشباب وتأخر سن الزواج لدى الشابات

**الدراسة الثانية** تتعرض الى التأثير النفسي و الاجتماعي للاستخدام من حث سلبياته وإيجابياته على المتفاعلين كالتأثير على التحصيل الدراسي لدى الطلاب و صحتهم

-دراسة جيهان ركزت على التأثير الاجتماعي و الثقافي المزدوج الذي يؤدي الى تقليص الروابط الاجتماعية الدمية في المجتمع الواحد و في نفس الوقت قربت العلاقات بين المجالات الجغرافية البعيدة

-دراسة رابح الصادق حول الهوية الرقمية و التي تدرس تمثلات المجتمع للاستخدام الرقمي من طرف الشباب من خلال توجيههم نحو مضامين محددة في الشبكة وتمثل الشباب لذاتهم انطلاقاً من تقييم المجتمع برفض او مقاومة هذا التقييم و هذه الدراسة التي تحدد تصورات كلا الجيلين للمجال الرقمي

الشق الأول من هذه الدراسة يتعرض إلى دراسة تمثلات المجتمع لسلوك الشباب في الشبكة من خلال توجيههم نحو نوع معين من المجالات التي تتضمنها مواقع الشبكة .

(3)-حداد، جيهان (2002م). المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد : دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة.

والشق الثاني يدرس تمثلات الشباب لسلوكهم انطلاقاً من تقييم المجتمع لهم و ما إذا كان هذا التقييم يلقي الاعتراف او المقاومة من طرفهم

اذن الدراسة تضع علاقة بين تصورات المجتمع للمضمون و التعرض لمضمون معين من طرف الشباب من جهة و نظرتهم من جهة اخرى الى انتقادات المجتمع لاختياراتهم

**دراسة الكندري والقشعان (2001م)** "علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت". فقد أجريت على عينة من (597) طالباً وطالبة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن (47%) تقريباً من عينة الدراسة المستخدمين للإنترنت قد تعلموها بمفردهم ودون مساعدة أحد، وأن (25%) من إجمالي العينة قد تعلموا استخدام الإنترنت من خلال الأصدقاء والأقران وأشارت النتائج إلى ارتفاع متوسط عدد ساعات استخدام الإنترنت في الأيام العادية بالنسبة للذكور 3.26 ساعة، والإناث



2.98، بينما تجاوزت ذلك في أيام العطل والأجازات لتصل إلى 5.43 ساعة للذكور، و 4.43 بالنسبة للإناث، مما أوجد سلوكاً سلبياً على الفرد في مجمل علاقاته الاجتماعية .

**التحليل** : نستنتج من قراءة هذه الدراسات ان معظمها تصب في اتجاه واحد و هو دراسة الاستخدام و مجالاته لدى الشباب من جهة و من جهة اخرى تأثيراته النفسية و الاجتماعية التي تظهر في الإدمان و العزلة و تقليص الروابط الاجتماعية في المجتمع الواحد ، الا ان قراءة هذه الدراسات بينت انها تنغمس في حتمية التأثير بكل اوجهه النفسي و الاجتماعي دون أن توضح الآليات التي يحدث من خلالها هذا التحول وهذا التأثير كما انها ركزت في قياسها للتفاعل على الشبكة على مؤشر الوقت المستغرق و اهملت المؤشرات الاخرى

### الدراسات الاجنبية

في دراسة ل Lionel Barbe ، مساهمة في دراسة الاستخدامات الظاهرة في الشبكة الاجتماعية للفايسبوك أساطير و الواقع حاول الباحث في هذا المقال ان يحلل الاستخدامات التي تطرح في موقع الفاييسبوك بعيدا عن الأماكن المشتركة التي غالبا ما توجد في وسائل الإعلام و الادب الجمهور العريض وقاعدة تحليل الشبكات الاجتماعية على الخط تتناسق مع النظرية التقليدية للشبكات الاجتماعية التي تعتمد على الروابط وكثافة الحلقات ( الأسرة ، الأصدقاء الشبكات المهنية و نتصور ان هذه الشبكات لديها خصائص منفردة التي تتطلب الرجوع إلى مفاهيم التي تحمل ايضاحات حول مسارات و ديناميات التناسب لأصل ظهور الاستخدامات في شبكات الاجتماعية على الخط و هذه الدراسة كما يؤكد Danah Boyd ان الدراسات الخاصة بالنظام البنائي للفايسبوك و خصائص الشبكات الاجتماعية متعددة في الولايات المتحدة في حين الدراسات الخاصة بالاستخدام تعتبر قليلة جدا و الدراسة كانت موجهة للفايسبوكيين الذين لديهم حساب الكتروني في الفاييسبوك و يفهمون لغة الاستبيان

تتساءل هذه الدراسة حول الدور الذي ستلعبه الشبكات الاجتماعية على الخط في التحولات الجارية على مستوى الرابط الاجتماعي على المستوى العام والخاص و سنعتمد في نظرتنا على ان شبكات التواصل الاجتماعي على الخط غيرت العلاقات بين الأفراد و مازالت تغيرها

-و قد توصلت الدراسة التي أجريت في السداسي الأول من سنة 2008 و التي قصدت الانترنتيين الذين يستخدمون الفاييسبوك الذين هم مسجلين حيث قدرت العينة ب 443 مستخدم و قد بينت النتائج أن 52 % صرحوا بأنهم يستخدمون الفاييسبوك في المنزل و 33 % و 11 % يستخدمونه في المكتب و 2,7 فقط يستخدمون الفاييسبوك في الوسط المدرسي و الجامعي وهذه الاستخدامات في المكاتب شكلت قلق رؤساء المؤسسات كما بينت الدراسة ان الفاييسبوك هو احد شبكات العلاقات الخاصة فنسبة 38 % من

المستخدمين أقرت ان الفايسبوك هو شخصي أكثر منه مهني و نسبة 3 % فقط من المستخدمين اعتبرته هو شبكة للعلاقات المهنية مما يدل على ان الفايسبوك هو شبكة مختلطة لديه قدرة على امتصاص الوظائف المتنوعة كما ان الدراسة بينت ان 95 % من المستخدمين صرحوا انهم يملكون حسابا في الفايسبوك بهويتهم الحقيقية

كما الفايسبوك يحاول ان يكون البوابة المتعددة الوظائف ( مهني اجتماعي ) فهو يتعدى كونه شبكة بسيطة ، كما اثبتت دراستنا للاستخدام الفايسبوك يتجاوز نجاحه كونه شبكة اجتماعية عل الخط الى الى جيل جديد تركز على استراتيجية اقصى التفتح و القدرة على التطور السريع و العميق واثبات موجع عن طريق مسارات و تجارب الاستخدام فالفايسبوك يقترب نحو نقطة النظام الحر

### التحليل

هذه الدراسة ركزت على طبيعة الاستخدام حسب كل فئة اجتماعية مهنية أكثر من محتوى الاستخدام حيث استنتجت ان الاستخدام يختلف من فئة اجتماعية مهنية إلى أخرى بحيث أن هذا الاستخدام مرتبط إلى حد كبير بتطلعات و أهداف كل فئة فالطلبة يستخدمون الفايسبوك في عقد علاقات عاطفية بينما يستخدمه رؤساء المؤسسات في التطبيقات المهنية

-Sihem Najar Les nouvelles sociabilités du net en méditerranée

Edition Karthala et IRMC ;2012 p151

دراسة فان دن وآخرون VanDen et al, 2008 حول الاتصال علنا للانترنت استخدام الانترنت والعوامل النفسية ، اختبر الباحثون العلاقة بين الاستخدام المكثف للانترنت والشعور بالاكئاب والوحدة النفسية لدى المراهقين، وأجريت دراسة طولية لمدة 6 شهور، تكونت عينة البحث من ( 663 ) طالبا منهم ( 318 من الذكور و 345 من الإناث يتراوح أعمارهم من 12 - 15 سنة، وأظهرت النتائج الارتباط الدال الإيجابي بين استخدام العينة المكثف للانترنت خلال شهور الدراسة واستخدامهم للرسائل العاجلة IM والدرشة Chat ، كما وجد ارتباط دال بين كثافة الاستخدام والشعور بالاكئاب والوحدة النفسية لدى أفراد العينة.

-دراسة فالكنبرج وبيتر ( Valkenburg & Peter, 2008 )

حول التفاعل الاجتماعي على الانترنت ومفهوم الذات أجريت هذه الدراسة على عينة من المراهقين الهولنديين في المرحلة العمرية من 10 - 17 سنة، وافترض الباحثان أن المراهقين الذين يعانون من الشعور بالوحدة والقلق الاجتماعي غالباً ما يستخدمون الانترنت لاثبات هويتهم بدرجة أكثر من غيرهم، وطرح الباحثان سؤالاً بحثياً تمثل في إلى أي مدى يمكن أن يكون هناك فروق بين الذكور والإناث « وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها أن الشعور بالوحدة والقلق من التفاعل الاجتماعي لدى أفراد العينة كان مؤشراً إلا على إفصاح المراهقين عن ذاتهم على الانترنت مع الأشخاص الآخرين، واتضح أن الإناث أعلى في مستوى الشعور بالوحدة والقلق من التفاعل الاجتماعي عن الذكور، ولم يتضح فروق بين الذكور والإناث في إثبات هويتهم للآخرين من خلال الانترنت.

-دراسة هين وآخرون: ( Hein et al, 2007 )

استهدفت الدراسة تفسير العلاقة بين استخدام الأطفال للوسائل التكنولوجية الحديثة والعوامل النفسية والاجتماعية، مع الأخذ في الاعتبار مفهوم الذات وإدراك الأطفال لقبولهم الاجتماعي من جانب زملائهم وإدراكهم لتفوقهم المدرسي وعلاقة هذا الاستخدام أيضاً بالرقابة الوالدية والمهارة الاجتماعية، طبقت الدراسة على عينة من (825 مفردة ) من أطفال المدارس النرويجيين في المرحلة العمرية من 10 - 12 سنة، وأشارت النتائج إلى عدم وجود ارتباط إيجابي دال بين معدل استخدام الانترنت ومعدل الشعور بالقبول الاجتماعي لدى الطفل، أن استخدام الانترنت كان أكثر بين الذكور والأقل عمراً.

تحليل : نجد ان معظم هذه الدراسات ترى بان هناك علاقة بين الذات و استخدام الانترنت والشعور بالوحدة و هو الدافع للاتجاه إلى الانترنت لاثبات الذات و البحث عن الهوية التي لم يجدها المراهق في أسرته

### الدراسات الجزائرية

دراسة كانون جمال حول الانترنت مجا للتفاعل و تشكل الهوية مذكرة ماجستير في علم اجتماع الاتصال في المنظمات تحت اشراف الدكتور بن عيسى محمد المهدي

إشكالية هذه الدراسة تتناول التفاعل في مجال الانترنت كمجال اجتماعي و ما أنتجه على مستوى هوية الفرد المستخدم من خلال التساؤلات التالية :

هل أن تفاعل مستخدمي الانترنت في هذا المجال ذو المضامين الاجتماعية و الثقافية الخاصة و النوعية يرقى إلى مستوى مجال اجتماعي يساهم في تشكل و اعادة تشكل الهوية لدى مستخدمي الانترنت ؟

ام انه مجال اجتماعي تفاعلي استهلاكي منتج لاغتراب و تحطم الهوية لديهم ؟  
تبحث هذه الدراسة فيما إذا كانت الانترنت مجالاً لتعزيز الهوية الفردية و الجماعية ام أنها مجال استهلاكي منتجة للاغتراب و تحطم الهوية و هل هذا المجال من خلال مضمون الخصوصية الاجتماعية و الثقافية يشكل مجال انتماء جديد يساهم في القدرة على التعامل مع هذه المجالات أم انه مجال للتشتت و انطلقت الدراسة من فرضيتين تتمثل في محورين : الأول تعدد مجالات الانتماء يؤدي إلى تشتت في الهوية كلما كان مناقض لخصوصية المجال الاجتماعي الأصلي .

الثانية تعدد مجالات الانتماء يؤدي إلى القدرة على التفاعل مع هذه المجالات

من خلال مؤشرات كيفية استخدام هذا المجال هل من حيث صعوبة و التعارف المباشر وجها لوجه اما نحن في دراستنا نريد فهم اولا فنبحث عن النموذج الثقافي الذي يحكم هذه التفاعلات في المجال التفاعلي الافتراضي الفايبيوك لكننا للتعرف على مضمون النموذج الثقافي قمنا أولاً بتحديد المجال التفاعلي الذي يتفاعل فيه أفراد العينة الذي هو الفايبيوك و تحديد الأفراد الذين يتفاعل معهم هذا الأخير

(1)-كانون جمال الانترنت مجال للتفاعل و تشكل الهوية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع الاتصال في المنظمات تحت اشراف الدكتور بن عيسى محمد المهدي 2010-2011

## اهم النظريات المفسرة

### نظرية التفاعل الرمزي

تندرج دراستنا ضمن سسيولوجيا الشبكات الاجتماعية التي لا تتناول في مقارباتها الخصائص الشخصية للأفراد من حيث نوعهم و سنهم و مهنتهم بل تتناول دراسة العلاقات التوافقية التي تظهر لوصفها والتعرف على تكوينها و تحولاتها و تحليل تأثيرها على سلوكيات الافراد و أفعالهم

فهدف سسيولوجيا الشبكات الاجتماعية هو الرجوع إلى السلوكيات الفردية و تعقد منظومة العلاقات الاجتماعية التي تاخذ معنى محدد ، اذن هي مجموع الوحدات الاجتماعية و العلاقات التي تربطها الوحدات الاجتماعية فيما بينها و يمكن ان تكون هذه الوحدات الاجتماعية افراد ، جماعات ، منظمات

كالجمعيات و العلاقة بين العناصر تحدد أشكال التفاعلات الاجتماعية التي يمكنها ان تكون متعددة  
(1)....

و بما ان موضوعنا يندرج ضمن هذه الاشكالية فهو يعالج ظاهرة التفاعلات الفردية والجماعية في المجالات الاجتماعية عموما و المجالات الاجتماعية الافتراضية خصوصا .  
فان منظور التفاعل الرمزي من المقاربات التي تناولت موضوع التفاعلات بين الافراد والجماعات من خلال الفرد كوحدة للتحليل أي من مستوى الوحدات الصغرى (MICRO) لفهم الوحدات الكبرى و تحليل الانساق الاجتماعية .

بمعنى أنها تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي. فأفعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من الأدوار ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه بعض من حيث المعاني والرموز. وهنا يصبح التركيز إما على بُنى الأدوار والأنساق الاجتماعية أو على سلوك الدور والفعل الاجتماعي

ومع أنها ترى البنى الاجتماعية ضمناً، باعتبارها بنى للأدوار بنفس طريقة بارسونز Parsons ، إلا أنها لا تُشغل نفسها بالتحليل على مستوى الأنساق، بقدر اهتمامها بالتفاعل الرمزي المتشكّل عبر اللغة، والمعاني والصور الذهنية، استناداً إلى حقيقة مهمة، هي أن على الفرد أن يستوعب أدوار الآخرين ويبدأ جورج ميد بتحليل عملية الاتصال، وتصنيفها إلى صنفين :

Pierre Mercklé Sociologie des réseaux sociaux ; Editions de découverte,2004  
<http://pierremerckle.fr/2011/01/reseaux-sociaux-contre-classes-sociales/>

-الاتصال الرمزي والاتصال غير الرمزي. فبالنسبة للاتصال الرمزي فإنه يؤكّد بوضوح على استخدام الأفكار والمفاهيم وبذلك تكون اللغة ذات أهمية بالنسبة لعملية الاتصال بين الناس في المواقف المختلفة وعليه فإن النظام الاجتماعي هو نتاج الأفعال التي يصنعها أفراد المجتمع، ويُشير ذلك إلى أن المعنى ليس مفروضاً عليهم، وإنما هو موضوع خاضع للتفاوض والتداول بين الأفراد. ويتفق بلومر مع جورج ميد في أن التفاعل الرمزي هو السمة المميزة للتفاعل البشري وأن تلك السمة الخاصة تتطوي على ترجمة رموز وأحداث الأفراد وأفعالهم المتبادلة. وقد أوجز فرضياته في النقاط التالية:

- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء بالنسبة إليهم.
- هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي الإنساني.

• هذه المعاني تحوُّر وتعدّل، ويتم تداولها عبر عمليات تأويلٍ يستخدمها كلُّ فردٍ في تعامله مع الإشارات التي يواجهها. من جهته جوفمان قد وجّه اهتمامه لتطوير مدخلِ التفاعلية الرمزية لتحليل

الأنساق الاجتماعية، مؤكداً على أن التفاعل - وخاصة النمط المعياري والأخلاقي - ما هو إلا الانطباع الذهني الإرادي الذي يتم في نطاق المواجهة كما أن المعلومات تسهم في تعريف الموقف وتوضيح توقعات

و يتفق بلومر مع جورج ميد في أن التفاعل الرمزي هو السمة المميزة للتفاعل البشري وأن تلك السمة الخاصة تنطوي على ترجمة رموز وأحداث الأفراد وأفعالهم المتبادلة. وقد أوجز فرضياته في النقاط التالية:

- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء بالنسبة إليهم.
- هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي الإنساني.
- هذه المعاني تحوُّر وتعدّل، ويتم تداولها عبر عمليات تأويلٍ يستخدمها كلُّ فردٍ في تعامله مع الإشارات التي يواجهها. من جهته جوفمان قد وجّه اهتمامه لتطوير مدخلِ التفاعلية الرمزية لتحليل الأنساق الاجتماعية، مؤكداً على أن التفاعل - وخاصة النمط المعياري والأخلاقي - ما هو إلا الانطباع الذهني الإرادي الذي يتم في نطاق المواجهة كما أن المعلومات تسهم في تعريف الموقف وتوضيح توقعات الدور. (1)

(1)-معن خليل عمر نقد الفكر الاجتماعي المعاصر دراسة تحليلية

دار الافاق الجديدة ، بيروت ، 1982 ص 208

### ميدانيا :

قسمت الدراسة الميدانية الى المحاور التالية :

### أولاً : المحور الأول :

1- دراسة خصائص المبحوثين و فيه تم تحديد الخصائص الديمغرافية للعينة من حيث الجنس وفئات السن و المهنة و المستوى التعليمي المجال الاجتماعي الافتراضي الذي يتفاعل فيه مدة تسجيله بالفيسبوك ، عدد مرات الدخول إلى الحساب الالكتروني ، الأفراد الذين يتفاعل معهم و ما إذا كانت تجمعهم صداقة قديمة ام لا .

-أسس اختيار المتفاعلين من طرف أفراد العينة

## -المحور الثاني :

- 1-تحديد\_المجالات الاجتماعية التي يتفاعل فيها افراد العينة و تصنيفها من حيث طبيعتها من خلال التعرض إلى خصائصها حسب كل مجال اجتماعي ( مواصفات الأفراد الذين يتفاعل معهم افراد العينة اقارب ، جماعة الرفاق ، زملاء الدراسة ، مجموعات العمل ، اساتذة ، اصدقاء جدد فايستوكيين الخ هل التفاعل داخلي من الوطن ، تفاعل خارجي من خارج الوطن ، من ابناء المنطقة ، من خارجها
- 2-تحديد مضمون كل مجال اجتماعي تفاعلي من حيث المواضيع التي يناقشها مع الاخر و كيف يناقشها .
- 3-طبيعة اللغة التي يستخدمها افراد العينة في التفاعل مع الآخر لارسال مضمون التفاعل (عربية أجنبية مزدوجة ، عامية ، لغة الفاييس ) .
- 4-دراسة شدة التفاعل في كل مجال اجتماعي من حيث المدى الزمني (شدة تفاعل طويلة ، متوسطة ضعيفة الخ .

5-دراسة مجال التفاعل ما إذا كان يشكل اهتمام مشترك لدى المتفاعلين في المجال

6-دراسة مدى وجود تقارب ام اختلاف في المجال الاجتماعي التفاعلي من حيث وجهات النظر

**ثالثا :المحور الثالث : دراسة تأثير المجال الاجتماعي التفاعلي على تصورات و أفعال أفراد العينة**

- 1-معرفة أماكن قضاء الوقت قبل التعرف على الفايستوك من طرف أفراد العينة
  - 2-تأثير التفاعل في المجال الاجتماعي على طرق التفكير و تصرفات أفراد العينة
  - 3-القدرة او عدم القدرة على التحكم في الوقت في المجال التفاعلي الاجتماعي
  - 4-اثر الخروج من صفحة الفاييس
  - 5-مدى وصول المجال الاجتماعي الافتراضي الى المجال الاجتماعي الحقيقي
- رابعا :وصول المجال الاجتماعي الافتراضي إلى المجال الاجتماعي الحقيقي**
- عمليا : أولا قمنا بمعاينة الميدان من خلال البحث الاستطلاعي الذي سمح لنا بتحديد عض المؤشرات الخاصة بالدراسة أجريت بإحدى مناطق ورقلة و بحي النصر الجديد**

## البحث الاستطلاعي :

قبل الانطلاق في البحث الميداني النهائي عمدنا الى المعاينة من خلال البحث الاستطلاعي على عينة صغيرة بمقهي الانترنت تابع لحي النصر فوجدنا ان التفاعل في المجال الافتراضي يشتمل على عدة مجالات اجتماعية يصعب حصرها اي ان معظم المبحوثين يتواجدون في مجالات تفاعلية متعددة و في زمن و مكان واحد بالتالي فهذا التغيير في نفس المجال التفاعلي للأفراد و عدم ثباته في غرف الدردشة الخاصة بالفايستوك صعب علينا مهمة التحكم في سيرورة التفاعل باعتباره متحركو لا يخضع لمعايير

محددة من ثم اكتشفنا ان هناك بعض اسئلة الاستبيان لا بد من التعمق فيها أكثر قصد تحديد كل مجال بتصنيفاته المختلفة والنموذج الثقافي الذي يحكمه على اعتبار أن التفاعل في المجال الافتراضي و كيفية التعاطي معه يختلف من فرد إلى آخر و داخل المجال نفسه وسعنا في شبكة الملاحظة بالمشاركة بالدخول إلى الفايسبوك لتكوين شبكة من الملاحظات ومعرفة نشاط الأفراد في غرف الدردشة سمحت لنا بالتعرف على طبيعة هذا المجال و ما يخفيه من قيم و معايير وكيفية الانتقال من مجال تفاعلي الى مجال تفاعلي آخر و في ظرف قصير جدا نظرا لكثرة المتفاعلين وهذا الانتقال من مجال إلى آخر فرض علينا إعادة النظر في أسئلة الاستبيان والتعمق في بعضها لتحديد المؤشرات التي تتحكم في هذا الانتقال كطبيعة العلاقات التي تحكم المجال من خلال تفاعلات الأفراد ومجال هذه التفاعلات من خلال السيرورة التي تحكم مضمونه أي الخصوصية الاجتماعية والثقافية

و قد اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة اولا ثم تحليلها الى عناصرها المختلفة العينة المكانية :أجريت هذه الدراسة بإحدى مقاهي الانترنت بالمدينة الجديدة حي النصر بورقلة هذه ووزعت استمارة الاستبيان على عينة بلغ عددها 41 انترناتي وفايسبوكي أن الدراسة الميدانية هي مرآة الواقع المطروح بيومياته وسيرورته المعقدة وتحركات أفراده -**المنهج المستخدم** : ان اختيار منهج الدراسة لا يكون بطريقة عشوائية بل إن طبيعة الموضوع هي التي تملي على الباحث منهج محدد يسمح بوصف الظاهرة من جميع أبعادها و تحليلها تحليلا علميا يتجاوب مع طبيعة الإشكال المطروح و لذلك اخترنا المنهج الوصفي يعرف النهج الوصفي بأنه أكثر المناهج ملائمة لتفسير و تحليل الظواهر الاجتماعية عن طريق وصف الظاهرة و تحليلها بشكل منظم , بغرض الوصول الى أهداف محددة و اكتشاف حقائق مختلفة<sup>xxxix</sup> .

بلقاسم سلاطينية , حسلن الجيلالي منهجية العلوم الاجتماعية , دار هومة للطباعة و النشر , الجزائر , 2004 ,<sup>1</sup> ص167.

#### -التقنيات المستخدمة :

استخدمنا تقنية الاستبيان ويعرف الاستبيان بأنه نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد بغرض الحصول على معلومات حول مشكلة او موقف , و يتم ملؤها مباشرة<sup>xl</sup> و قد تم تقسيمها الى ثلاث محاور رئيسية :

**المحور الاول : خصص لدراسة خصائص العينة**

**المحور الثاني : خصص لدراسة خصائص الافراد المتفاعلين مع افراد العينة**



المحور الثالث : خصصناه لدراسة مجالات التفاعل من حيث تصنيفاتها و مضمونها

المحور الرابع : تأثيرها على تصورات و افعال أفراد العينة

-الملاحظة بالمشاركة : نظرا لصعوبة ضبط ظاهرة التفاعل الافتراضي لعدم ثباتها في مجال واحد عمدنا إلى استخدام الملاحظة بالمشاركة لتكوين شبكة من الملاحظات تسمح لنا بتحديد بعض سمات هذا المجال التفاعلي الذي يتميز بالتعقيد و عدم الوضوح و قد اعتمدنا في الدراسة الميدانية على مؤشر الزمن من حيث شدة التفاعل في المجال الافتراضي و مؤشر التفاعل من حيث مضمونه و خصوصيته

<sup>2</sup> رشيد زرواتي , تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية , دار هومة للطباعة و النشر , ط1 , الجزائر 2002 , ص 123

### خصائص العينة

جدول رقم (1) يوضح توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	37	90,24
انثى	04	9,75
المجموع	41	100

يوضح الجدول ان معظم أفراد العينة هم من الجنس الذكوري و يتجلى ذلك بنسبة 90,24 من مجموع العينة في مقابل ذلك نجد نسبة 9,75 فقط من الجنس الأنثوي التي ظهرت في العينة المدروسة

جدول رقم (2) يوضح توزيع العينة حسب السن

النسبة	التكرار	فئات السن
2,43	1	18-14
34.14	14	25-21
14.63	06	30-26
9.75	04	35-30
39.02	16	بدون جواب
100	41	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان أكبر فئة عمرية تتراوح بين 30-35 و لا تتجاوز نسبة 9.75 % و هي اقل الفئات العمرية لأفراد العينة في حين نجد ان الفئة العمرية التي تميز أفراد العينة هي التي ما بين 25-21 و تمثل نسبة 34.14 % و تميز غالبية افراد العينة بينما نجد الفئة العمرية التي ما بين 30-26 تمثل نسبة 14.63 % و تأتي الفئة العمرية ما بين 18-14 سنة في آخر درجة تميز أفراد العينة بنسبة ضئيلة جدا و هذه الفئة من طلبة التعليم المتوسط و الثانوي التي صادفناها في الدراسة الميدانية

جدول رقم (3) يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	ابتدائي
12,19	05	متوسط
17,07	07	ثانوي
70,73	29	جامعي
100	41	المجموع

من خلال الجدول يتضح ان معظم افراد العينة من مستخدمي الفايسبوك لديهم مستوى جامعي و تقدر نسبة هذا الاتجاه ب **70,73 %** و هي اكبر نسبة تظهر و يعود ذلك الى ان افراد العينة معظمهم طلبة جامعيين اضافة الى الفئة التي لديها مستوى ثانوي وهم طلبة الثانوية و تبلغ نسبتهم **17,07 %** و تتكون العينة ايضا من الفئة التي تحمل مستوى متوسط حيث تبلغ نسبتها **12,19 %** و هي اقل نسبة من حيث مستوى افراد العينة

جدول رقم (4) يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية

النسبة	التكرار	الحالة العائلية
78,04	32	أعزب
19,51	08	متزوج
00	00	مطلق
2,43	01	دون جواب
100	41	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان معظم افراد العينة هم عزاب حيث يمثل هذا الاتجاه نسبة **78,04 %** و هي اكبر نسبة تظهر في هذا الاتجاه بمقابل ذلك نجد ان نسبة **19,51 %** تمثل فئة المتزوجين كما سجلنا نسبة **2,43 %** من مجموع العينة امتنعت عن الاجابة يفسر لنا هذا التحليل ان معظم الذين يتفاعلون في الفايسبوك هم من فئة العزاب

جدول رقم (5) يوضح توزيع العينة حسب المهنة

النسبة	التكرار	المهنة
43,18	19	عامل
47,72	21	طالب
9,09	04	بطل
100	44	المجموع

أخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

حسب ما يوضحه الجدول يتضح ان مستخدمي الفايبيوك أغلبيتهم من فئة الطلبة و العمال حيث تبلغ نسبة المستخدمين من فئة الطلبة نسبة 47,72 % و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه لتأتي في المقام الثاني من حيث استخدام موقع الفايبيوك فئة العمال الذين تبلغ نسبتهم 43,18 % مما يدل على ان مستخدمي الفايبيوك هم طلبة و في نفس الوقت يشتغلون كما يدل التحليل بان فئة البطالين هي الأخرى تستخدم الفايبيوك بنسبة 9,09 % و هي اقل نسبة في استخدام هذا الموقع

### مؤشرات خصوصية المجال العمراني الافتراضي

جدول رقم (6) يوضح المواقع التي يرتادها المستخدمين

مواقع التواصل	التكرار	النسبة
الفايبيوك	41	50,61
التويتر	6	7,40
اليوتوب	20	24,69
مواقع الدردشة	9	11,11
السكايب	05	6,17
المجموع	81	100

#### • أخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

بينت الدراسة الميدانية أن أكثر المواقع استخداما من طرف أفراد العينة الفايبيوك بنسبة 50,61 % الذي هو عبارة عن شبكة يمكن الدخول إليها مجانا فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلي الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهات العمل أو المدرسة أو الإقليم و ذلك من اجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم ،كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية و تعريف الأصدقاء بأنفسهم (1)

من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي تمكن المستخدمين من التواصل ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات لكون هذا الموقع ، فضاء مخصص للتعارف و عقد علاقات الصداقة بين الشباب بين الأفراد كما يمكن الموقع البحث عن أصدقاء الدراسة الجماعات كما تضع التكنولوجيا Sheridan مواقع التواصل الاجتماعي أحد سمات الإعلام الجديد (2)

يسمح هذا الموقع للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة و غيرها من الأماكن التي تساعدك على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين

يتواجدون في نفس فئة الشبكة ، كما يوفر الفاييس للمستخدمين تحميل كم هائل من الصور إلى المواقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور و تحميل الألبومات و الصور من أجهزتهم إلى الموقع كما يتسم سمة الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي إذن هذه السمة التفاعلية هي التي جعلت أفراد العينة يشاركون بعضهم البعض بالالتحاق بصفحات الفاييسبوك والتسجيل فيه سنتين فما فوق أي بنسبة 90,24 % هذه الخصوصية هي التي جعلت الأفراد يسجلون فيه منذ سنتين فما فوق

كما أن أفراد العينة يعاشررون موقع الفاييسبوك منذ سنة فما فوق أي منذ مدة تقدر بالسنوات فان دخولهم إلى حسابهم الالكتروني بالموقع يزداد بمعدل كل يوم في الأسبوع مما يفسر لنا أن هناك علاقة وطيدة بين الفاييسبوك و المستخدم

إضافة إلى هذا الموقع نجد التواصل يتم عن طريق موقع اليوتوب من طرف افراد العينة بنسبة لا تقل أهمية عن الأولى أي 24,69

كما نجد اتجاه الاستخدام في مواقع اخرى ويأتي موقع اليوتوب في الدرجة الثانية حيث تبلغ نسبة هذا الاتجاه 24,69 % وهذا الموقع الذي يسمح بوضع الفيديوهات من طرف المستفيدين لتأتي بعد ذلك نسبة الاستخدام المتمثل في مواقع الدردشة الاخرى التي لا تقل اهمية و التي تسمح للشباب بتفريغ شحنتهم العاطفية حيث الذي تبلغ نسبة استخدامها 11,11 %

[http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media)

<http://computing.dictionnaire.free.fr/dic/n/new+media>, consulté le

02/01/2014 à 10 :00 h

جدول رقم (7) يوضح مدة التسجيل في الفاييسبوك

النسبة	التكرار	مدة التسجيل
7,31	03	منذ شهر الى ستة اشهر
90,24	37	منذ سنة فما فوق
2,43	01	دون جواب
100	41	المجموع

• أخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

تدل قراءة الجدول على أن معظم مستخدمي الفايسبوك من الطلبة و العمال مسجلين في الفايسبوك منذ سنة فأكثر حيث يبلغ هذا الاتجاه نسبة **90,24 %** بمقابل ذلك نجد ان نسبة الذين سجلوا في الفايسبوك منذ شهر إلى شهرين فقط يقدر بنسبة **7,31 %** و هي نسبة قليلة مقارنة بالأولى يدل هذا التحليل على طول مدة معايشة هذا الموقع من طرف افراد العينة من جهة و من جهة اخرى تظهر القوة التي يتمتع بها هذا الموقع مقارنة بالمواقع الاخرى و اذا كانت معايشة هذا الموقع تمتد من سنة فما فوق فكم عدد مرات الدخول إليه ؟

جدول رقم (8) يوضح عدد مرات الدخول إلى الحساب الالكتروني في الفايسبوك

عدد الدخول الى الحساب	التكرار	النسبة
مرة الى مرتين في اليوم	01	2,43
كل يوم في الأسبوع	23	56,09
مرة إلى مرتين في الأسبوع	12	29,26
مرة الى مرتين في الشهر	03	7,31
دون جواب	02	4,87
المجموع	41	99,96

• أخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

من خلال قراءتنا للجدول يتضح ان عدد مرات الدخول إلى الفايسبوك تتمثل في الاتجاه " كل يوم في الأسبوع " بنسبة **56,09 %** و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه ليأتي بعد ذلك اتجاه الذين يدخلون إلى حسابهم الالكتروني في الفايسبوك "مرة إلى مرتين في الأسبوع " و تقدر نسبتهم ب **29,26 %** بمقابل ذلك نجد الذين يدخلون إلى حسابهم مرة إلى مرتين في الشهر يقدر بنسبة **7,31 %** و نسجل في نفس السياق نسبة الذين يدخلون إلى حسابهم بهذا الموقع و تقدر ب **2,43 %** و هي اقل نسبة مقارنة بالاتجاهات الأخرى

هذا التحليل يدعم لنا ما سبقه فإذا كان أفراد العينة يعاشرون موقع الفايسبوك منذ سنة فما فوق اي منذ مدة تقدر بالسنوات فان دخولهم إلى حسابهم الالكتروني بالموقع يزداد بمعدل كل يوم في الأسبوع مما يفسر لنا ان هناك علاقة وطيدة بين الفايسبوك و المستخدم ، من الذين يتفاعلون في الفايسبوك كانت تجمعهم صداقة قديمة اما في الدراسة أو العمل كما نجد البقية من أفراد العينة تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الأصدقاء وذلك بنسبة **25,75 %** و هي اقل نسبة مثلها هذا الاتجاه .

وهذا التحليل يدعم ما سبقه الذي أشار إلى أن اغلب أفراد العينة يتفاعلون فايسبوكيين مع جماعة رفاقهم مما يفسر لنا أن الفايسبوك أصبح مجالا يجمع الأصدقاء القداماء والجدد

جدول رقم (09) يوضح كيفية التعرف على الأصدقاء في الفايسبوك

الاجابات	التكرار	النسبة
تجمعكما صداقة قديمة بهم	23	34,84
تعرفت عليه عن طريق الأصدقاء	17	25,75
عن طريق الفايسبوك	26	39,39
المجموع	66	100

من خلال الجدول يتضح أن معظم أفراد العينة تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الفايسبوك و ذلك بنسبة **39,39 %** و هي اكبر نسبة سجلت في هذا المجال مما يدل على أن الفايسبوك أصبح مجالا اجتماعيا لعقد الصداقة من كل الجهات في سياق آخر نجد أن نسبة **34,84 %** من الذين يتفاعلون في الفايسبوك كانت تجمعهم صداقة قديمة اما في الدراسة أو العمل كما نجد البقية من أفراد العينة تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الأصدقاء و ذلك بنسبة **25,75 %** و هي اقل نسبة مثلها هذا الاتجاه وهذا التحليل يدعم ما سبقه الذي أشار إلى ان اغلب أفراد العينة يتفاعلون فايسبوكيين مع جماعة رفاقهم مما يفسر لنا أن الفايسبوك أصبح مجالا يجمع الأصدقاء القدامى و الجدد

**النموذج الثقافي لمجال العمراني الافتراضي**

جدول رقم (10) يبين الأسس التي يخضع لها اختيار الاصدقاء

الإجابات	التكرار	النسبة
المستوى التعليمي	19	24.35
الجنس	14	17,94
السن	7	8,97
المهنة التي يشغلها	6	7,69
المنطقة	3	3,84
المركز الاجتماعي	2	2,56
على أساس أفكاره	27	34,61
المجموع	78	100

قراءة الجدول توضح أن أفراد العينة يختارون الأصدقاء الذين يتفاعلون معهم على أساس أفكارهم و ذلك بنسبة **34,61 %** و هي اكبر نسبة يمثلها هذا الاتجاه و يفسر لنا ذلك أن أفراد العينة يبحثون عن شريك يتقاسم معهم نفس الأفكار و الطموحات كما انجد صنف آخر و في نفس السياق يختارون الصديق في الفايسبوك على أساس مستواه التعليمي و ذلك بنسبة **24.35 %** و يعود ذلك ربما الى كون أفراد العينة معظمهم من الطلبة و بالتالي يهتمهم المستوى التعليمي للصديق الذي يتفاعلون معه و هناك صنف آخر من المتفاعلين الذين يختارون أصدقاء الفايسبوك على أساس جنسهم و يظهر ذلك بنسبة **17,94 %** و يعود ذلك إلى هذا الصنف يبحث عن هويته في الجنس الآخر و هناك صنف آخر من أفراد العينة الذين يختارون أصدقائهم على أساس السن و تمثل نسبة هذا الاتجاه **8,97 %** و على أساس المهنة التي يشغلها الصديق بنسبة **7,69 %** و هي نسب قليلة مقارنة بالاتجاهات الأولى

جدول رقم (11) يوضح مجالات التواصل

النسبة	التكرار	الإجابات
16,78	24	جماعة الرفاق
12,58	18	زملاء من أيام الدراسة
16,08	23	الأقارب من العائلة
17,48	25	أصدقاء من الفايسبوك
7,69	11	من الجيران
2,09	3	من قبيلة واحدة
2,09	3	من عرش واحد
10,48	15	أساتذة
14,68	21	مجموعات العمل و زملاء المهنة
100	143	المجموع

أخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

يلاحظ من خلال الجدول ان معظم أفراد العينة يتواصلون مع جماعة رفاقهم و أصدقاء الفايسبوك الذين تعرفوا عليهم و تبلغ نسبة الذين يتواصلون مع أصدقاء الفايسبوك **17,48 %** ويمثلان هذين الاتجاهين اكبر نسبة في نفس الوقت يتواصلون مع جماعة الرفاق بنسبة **16,78 %** كما أنهم يتواصلون مع



الأقارب من العائلة بنسبة 16,08 % و يتواصل أفراد العينة مع مجموعات العمل بنسبة 14,68 % في سياق آخر يتواصل أفراد العينة مع أساتذة و تقدر نسبة هذا الاتجاه ب 10,48 % من خلال ما سبق نستنتج ان افراد العينة لديهم اصدقاء فاييسبوكيين يتواصلون معهم و في نفس الوقت يتواصلون مع جماعة رفاقهم و هذه الفئتين هي التي تشكل مجالهم الاجتماعي الذي يتفاعلون فيه

جدول رقم (13) يوضح عدد ساعات التفاعل في المجال

الاجابات	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	15	36,58
ساعة إلى ساعتين	22	53,65
ساعتين فما فوق	04	9,75
المجموع	41	100

نتضح لنا من خلال الجدول شدة تفاعل أفراد العينة داخل المجال الاجتماعي الافتراضي و التي تتراوح بين اقل من ساعة و ساعة إلى ساعتين فما فوق حيث تبلغ شدة الاتجاه الأول " ساعة إلى ساعتين " في استخدام الفاييسبوك بنسبة 53,65 % و هي اكبر مدة زمنية يقضيها أفراد العينة في التفاعل بمقابل ذلك نجد نسبة 36,58 % تمثل الاتجاه " اقل من ساعة " يقضيها أفراد العينة في التفاعل يفسر لنا هذا التحليل ان عملية استخدام الفاييسبوك مشتركة مكانيا فإذا كان في المنزل يستخدم الفاييسبوك و إذا كان خارج المنزل يستخدمه في المقاهي إذن فالعملية مشتركة في الزمان و المكان يفسر لنا هذا ان أفراد العينة حتى و هم متواجدين في المنزل لكنهم تواجههم مشترك بين الواقعي و الافتراضي

جدول رقم (14) يوضح شدة التفاعل في كل مجال

مجموعات العمل		الأقارب من العائلة		أساتذة		زملاء الدراسة		جماعة الرفاق		أصدقاء الفايسبوك		المجال شدة التفاعل
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
36,36	8	37,03	10	41,66	10	42,10	8	37,5	9	30,76	8	اقل من ساعة
59,09	13	55,55	15	41,66	10	42,10	8	50	12	50	13	من ساعة إلى ساعتين
4,54	1	7,40	2	16,66	4	15,78	3	12,5	3	19,23	5	ساعتين فما فوق
<b>100</b>	<b>22</b>	<b>100</b>	<b>27</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	المجموع

أخذ بعين الاعتبار تعدد الاجابات

مجال التفاعل ذو الشدة الطويلة

يتضح من خلال الجدول الذي يعالج علاقة الحجم الساعي بمجموعات التواصل نلاحظ ان المجال الذي يتميز بشدة تفاعل طويلة أي " ساعتين فما فوق " هو مجال أصدقاء الفايسبوك حيث تقدر نسبة التفاعل فيه بنسبة **19,23 %** و هي اكبر نسبة سجلت في هذا المجال و التي تتفاعل كما رأينا في التحليل السابق في المجال العاطفي و الموسيقى والدين ، أما المجال الثاني الذي تكون فيه شدة التواصل فيه طويلة فهو مجال الأساتذة و زملاء الدراسة بحيث ان نسب التواصل فيها متقاربة إلى حد ما حيث تبلغ الأولى نسبة **16,66 %** و يبلغ الثاني نسبة **15,78 %** اما مجال جماعة الرفاق فتبلغ شدة التواصل فيه نسبة **12,5 %** و هو آخر مجال الذي لا يلقي شدة تواصل طويلة في هذا التحليل

## مجال التفاعل ذو الشدة المتوسطة في التفاعل

اما بالنسبة للمجال الاجتماعي الذي تحكمه شدة تفاعل متوسطة " من ساعة الى ساعتين " فهو مجموعات العمل و زملاء المهنة العائلة حيث تمثل نسبة هذا الاتجاه **59,09 %** و هي اكبر نسبة مثلها التفاعل في هذا المجال مما يفسر لنا شدة التفاعل هنا تكون أقوى في مجال اجتماعي تحكمه علاقات العمل في المقام الثاني نلاحظ ان شدة التفاعل " ساعة الى ساعتين " من طرف افراد العينة تكون مع الأقارب من العائلة و يمثل هذا الاتجاه نسبة **55,55 %** اما زملاء الدراسة والأساتذة فان نسب التفاعل من ساعة الى ساعتين متقاربة حيث ان افراد العينة يتواصلون من ساعة الى ساعتين مع زملاء الدراسة بنسبة **42,10 %** في حين يتفاعل بنفس الحجم الساعي مع الأساتذة بنسبة **41,66 %** مما يدل على ان أفراد العينة يتواصلون مع المجالين في وقت واحد كونهم طلبة و في نفس الوقت هم من العمال نستنتج من هذا التحليل ان اتجاه التواصل من ساعة إلى ساعتين يميل أكثر نحو زملاء العمل و المهنة و يعود ذلك لاشتراكهم في مجال مهني واحد إضافة إلى الأقارب و العائلة الذي يأتي في الدرجة الثانية ثم زملاء الدراسة .

## مجال التفاعل ذو الشدة الضعيفة في التفاعل

اما بالنسبة للمجال الاجتماعي الضعيف الشدة في المدى " اقل من ساعة فيتمثل في زملاء الدراسة و الأساتذة حيث تمثل نسبة الاتجاه الأول بنسبة **42,10 %** أما المجال الثاني الذي تكون فيه شدة التواصل ضعيفة فهو يمثل نسبة **41,66 %** ثم يأتي مجال الأقارب من العائلة وجماعة الرفاق بنسب متقاربة حيث تبلغ نسبة المجال الأول **37,03 %** و الثاني نسبة **37,5 %** و يظهر مجال أصدقاء الفايسبوك في الأخير بنسبة **30,76 %** نستنتج ان شدة التفاعل تكون طويلة جدا من حيث التفاعل في المجال الاجتماعي الافتراضي مع أصدقاء الفايسبوك الجدد ثم زملاء الدراسة و الأساتذة ثم جماعة الرفاق .

اما بالنسبة للمجال الاجتماعي الذي تكون فيه شدة التواصل متوسطة في المقام الأول نجد مجموعات العمل ثم الأقارب ثم زملاء الدراسة اما شدة التفاعل في المدى الضعيف فتظهر اولاً مع زملاء الدراسة و الاساتذة ثم الاقارب و جماعة الرفاق و مجموعات العمل ثم اصدقاء الفايسبوك

جدول رقم (15) يوضح علاقة شدة التفاعل بطبيعة المجال التفاعلي

اصدقاء خارج الوطن		اصدقاء خارج الوطن عرب		اصدقاء من الوطن خارج منطقتي		من الوطن من منطقتي		المجال شدة التفاعل
النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	
44,44	8	35,48	11	40,74	11	31,57	6	اقل من ساعة
44,44	8	51,61	16	40,74	11	63,15	12	من ساعة إلى ساعتين
11,11	2	12,90	4	18,51	5	5,26	1	ساعتين فما فوق
100	18	100	31	100	27	100	19	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان شدة التواصل تكون طويلة أي ساعتين فما فوق مع أصدقاء من الوطن و من خارج منطقتي وتظهر بنسبة %18,51 و هي اكبر نسبة سجلها هذا الاتجاه و يعود ذلك إلى ان افراد العينة يتفادون التفاعل مع ابناء منطقتهم خوفا من معرفة أسرارهم و يفضلون التواصل لمدة طويلة مع من هم من خارج منطقتهم ثم تأتي نسبة التواصل الطويلة مع مجال الأصدقاء من خارج الوطن عرب و تمثل نسبته % 12,90 و تقتارب نسبة هذا الاتجاه مع مجال التواصل الطويل من خارج الوطن الأجانب حيث تبلغ نسبته % 11,11 لتأتي في الأخير نسب التواصل الطويلة مع ابناء المنطقة من نفس الوطن بنسبة % 5,26 و هي اقل نسبة سجلت

جدول رقم (16) يبين المدة التي بدا فيها التفاعل

الاجابات	التكرار	النسبة
منذ وقت طويل	34	73,91
مؤخرا فقط	09	19,56
دون جواب	03	6,52
المجموع	46	100

اخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

يظهر من خلال الجدول أن التفاعل في المجال الافتراضي الفايسبوك بدا منذ وقت طويل من طرف افراد العينة و يظهر ذلك بنسبة 73,91 % و هي أعلى نسبة مثلها هذا الاتجاه مقارنة بالذين بداوا التفاعل فيه مؤخرا فقط اي بنسبة 19,56 % يدل هذا التحليل على ان شدة معاشره الفايسبوك و في حدود العينة المدروسة يتميز بشدة تواصل طويلة جدا

يظهر من خلال الجدول أن التفاعل في المجال الافتراضية في الفايسبوك بدا منذ وقت طويل من طرف افراد العينة و يظهر ذلك بنسبة 73,91 % و هي أعلى نسبة مثلها هذا الاتجاه مقارنة بالذين بداوا التفاعل فيه مؤخرا فقط اي بنسبة 19,56 % يدل هذا التحليل على ان شدة معاشره الفايسبوك و في حدود العينة المدروسة يتميز بشدة تواصل طويلة جدا

جدول رقم (17) يبين اللغة التي يتفاعل بها افراد العينة

الاجابات	التكرار	النسبة
عربية	29	37,17
عامية	12	15,38
أجنبية	22	28,20
لغة خاصة بالفايسبوك	15	19,23
المجموع	78	100

اخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

من خلال الجدول يلاحظ ان غالبية افراد العينة يتفاعلون باللغة العربية و ذلك بنسبة 37,17 % في المستوى الأول و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه ، حيث يفسر لنا هذا الاتجاه ان افراد العينة يتفاعلون أكثر مع اصدقاء فايسبوكيين عرب بينما يتفاعل الصنف الثاني من افراد العينة باللغة الأجنبية بنسبة 28,20 % و هي نسبة لا تقل أهمية عن الاولى بحيث تفسر لنا هذه النسبة بانه يوجد مجال اجتماعي

خارجي يتفاعل فيه افراد العينة مع فايسبوكيين أجانب ، في سياق اخر نجد صنف اخر يتفاعل مع الأصدقاء بلغة الفايسبوك و هي لغة يفهمها الفايسبوكيين حيث يمثل هذا الاتجاه نسبة 19.23 % في الاخير تأتي العامية كوسيلة للتعبير بين الفايسبوكيين و تمثل نسبة 15,38 % نستنتج من هذا التحليل ان المجال التفاعلي الافتراضي لديه لغة هي لغة الفايس التي يفهمها المتفاعلون في هذا المجال الافتراضي على غرار اللغات الاخرى العربية و الاجنبية

جدول رقم (18) يوضح اللغة التي يتفاعل بها أفراد العينة

مجموعات العمل		الأقارب من العائلة		الأساتذة		زملاء الدراسة		جماعة الرفاق		أصدقاء الفايسبوك		مجموعات التفاعل لغة التفاعل
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
50	19	40.90	18	52.77	19	51.85	14	27.27	9	27.02	10	اللغة العربية
31.57	12	15.90	7	30.55	11	37.03	10	21.21	7	21.62	8	اللغة الأجنبية
5.26	2	34.09	15	13.88	5	3.70	1	18.18	6	10,81	4	العامية
7.89	3	6.81	3	2.77	1	3.70	1	6.06	2	8,10	3	لغة مزدوجة
5.26	2	2.27	1	-	-	3.70	1	27.27	9	32.43	12	لغة الفايسبوك
100	<b>38</b>	100	44	100	36	100	27	100	33	100	<b>37</b>	المجموع

يظهر من خلال الجدول ان اللغة التي يتفاعل بها أفراد العينة هي اللغة العربية التي تحتل الصدارة في التفاعل و تظهر في كل المجالات و يتفاعل بها أفراد العينة خاصة مع

الأساتذة بنسبة 52.77 % وزملاء الدراسة بنسبة متقاربة جدا أي 51.85 % لكونها اللغة التي يدرس بها الطلبة

اضافة إلى التفاعل باللغة العربية مع زملاء الدراسة و الأساتذة فان افراد العينة يتفاعلون معهم كذلك باللغة الأجنبية بنسبة 37.03 % و هي نسبة لا يستهان بها كما يتفاعل هؤلاء

مع زملاء الدراسة بالعامية و لغة الفايسبوك و اللغة المزدوجة بنسب متساوية اي 3.70 % و هي نسب ضئيلة جدا لانها ليست لغة الدراسة

اما بالنسبة للأقارب فيتفاعل معهم أفراد العينة باللغة العربية بنسبة 40.90 % و بالعامية بنسبة 34.09 % و تمثل اكبر النسب في هذا المجال التفاعلي وذلك بحكم انهم ينتمون

الى نفس المجال الاجتماعي اي القرابة فهم يتفاعلون بنفس اللغة ، كما يتفاعلون معهم باللغة الأجنبية بنسبة 15.90 % و هي اقل نسبة مثلها هذا الاتجاه

بالنسبة لمجموعات العمل يتفاعل معهم أفراد العينة باللغة العربية بنسبة 50 و هي اكبر نسبة تظهر في هذا الاتجاه كما يتفاعل أفراد العينة مع مجموعات العمل باللغة الأجنبية بنسبة 31.57 %

اما بالنسبة لاصدقاء الفايسبوك الجدد فيتفاعل معهم افراد العينة بلغة الفايسبوك و هي اللغة التي تغلب على التفاعل في هذا المجال و تظهر بنسبة 32.43 % وهي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه في التفاعل و هي اللغة التي يستخدمها الفايسبوكيين بكثرة من خلال الرموز التي تدل على معاني يفهمها الفايسبوكيون ، كما يتفاعل مع هؤلاء باللغة العربية بنسبة 27.02 % و بالعامية بنسبة 10,81 % بالنسبة لجماعة الرفاق فان افراد العينة يتفاعلون معهم باللغة العربية ولغة الفايسبوك بنفس النسب اي 27.27 % كما يتفاعل هؤلاء مع جماعة الرفاق باللغة الأجنبية بنسبة 21.21 % و بنسبة 18.18 % بالعامية و يرجع استخدام العامية مع جماعة الرفاق لكونهم يتعارفون او من نفس المنطقة من الوطن

نستنتج من خلال الجدول ان اللغة التي يتفاعل بها افراد العينة هي اللغة العربية و هي لغة التفاعل التي تغلب على المجال التفاعلي الافتراضي لكونها اللغة التي يدرس بها زملاء الدراسة من جهة و من جهة اخرى لكون شدة التفاعل تكون اكبر مع أصدقاء عرب من خارج الوطن بنسبة 51.61 % كما رأينا في التحاليل السابقة ثم تأتي اللغة الاجنبية و يرجع ذلك الى ان افراد العينة يتفاعلون مع فايسبوكيين من خارج الوطن أجنب على غرار تفاعلهم مع فايسبوكيين عرب

-في سياق اخر نستنتج ان المجال الاجتماعي الافتراضي لديه لغة خاصة يتفاعل بها



جدول رقم (19) يبين الموضوع اذا كان مختار

الاجابات	التكرار	النسبة
موضوع النقاش مختار مسبقا	9	20.93
يكون بمحض الصدفة	32	74.41
دون جواب	2	4,65
المجموع	43	100

اخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

معظم أفراد العينة كما يظهر من الجدول لا يختارون موضوع النقاش مسبقا بل يكون بالصدفة وتقدر نسبة هذا الاتجاه بـ 74.41 % مما يفسر ان التفاعل الافتراضي بين الفاييسبوكيين غير مبرمج بمواضيع محددة بل يخضع للصدفة و حسب المتفاعل بمقابل ذلك نجد صنف اخر يختار موضوع النقاش مسبقا مع من يتفاعل و ذلك بنسبة 20.93 % في حين امتنع عن الاجابة نسبة 4,65 %

مؤشر خصوصية المجال الاجتماعي الذي يتفاعل فيه افراد العينة

جدول رقم (20) يبين خصائص الطرف الذي يتفاعل معه

الاجابات	التكرار	النسبة
من نفس المستوى التعليمي	24	16,43
من نفس جيلي	22	15,06
من جنسي	23	15,75
من الجنس الاخر	25	17,12
من سني	19	13,01
يؤمن بنفس الافكار والمبادئ	16	10,95
لا يؤمن بنفس الافكار والمبادئ	13	8,90
لا تدري	1	0,68
دون جواب	3	2,05
المجموع	146	100

يتضح من خلال الجدول ان افراد العينة يتفاعلون مع الجنس الاخر بنسبة 17,12 % و في نفس الوقت مع نفس جنسهم بنسب متقاربة اي 15,75 % كما انهم يتفاعلون مع اصدقاء من نفس جيلهم بنسب متقاربة مع الجنس اي 15,06 % و من نفس مستواهم التعليمي اي بنسبة 16,43 % و يؤمن بنفس الافكار بنسبة 10,95 % ، يدل هذا التحليل على ان افراد العينة يعرفون مع من يتفاعلون حتى وهم في المجال الافتراضي كما يدلنا هذا التحليل كذلك على خصائص المجال الاجتماعي الذي يتفاعل فيه افراد العينة و اقوى خاصية يمتاز بها مجال التفاعل هو انه من الجنس الاخر و هذا ما يبرر في التحليل السابق وجود تفاعل في المجال العاطفي بين الجنسين كما ان افراد العينة تعرف خصائص المتفاعلين معها لانها تجمعها صداقة قديمة من قبل

جدول رقم (21) يبين خصائص الطرف من حيث وجهات النظر

الاجابات	التكرار	النسبة
يوجد تقارب في وجهات نظرنا	24	25,80
نتقاسم نفس الرأي	10	10,75
يوجد اختلاف في وجهات نظرنا	22	23,65
لا يؤمن بنفس القيم التي اوّمن بها	8	8,60
اذا كانت و جهة النظر مختلفة أقاطع النقاش	1	1,07
أغير الأشخاص	11	11,82
استمر في النقاش	10	10,75
دون جواب	7	7,52
المجموع	93	100

يتضح من الجدول ان معظم وجهات النظر بن افراد العينة و الاصدقاء الذين يتفاعلون معهم متقاربة حث تقدر نسبة هذا الاتجاه نسبة 25,80 % و هي اكبر نسبة تظهر و يظهر ذلك في تقاسم نفس الرأي بنسبة 10,75 % اما الصنف الثاني من افراد العينة فلاحظ ان هناك اختلاف في وجهات نظره مع المتفاعلين معه و يظهر ذلك بنسبة 23,65 % بحيث ان المتفاعل لا يؤمن بنفس القيم التي اوّمن بها ويظهر ذلك بنسبة 8,60 % و في هذه الحالة ينوي افراد العينة تغيير الأشخاص الذين يتفاعل معهم بنسبة 11,82 % اما البعض الآخر فينوي الاستمرار في النقاش معهم بنسبة 10,75 %

نستنتج من خلال هذا التحليل انه من خصائص المتفاعلين في المجال الافتراضي انهم يشتركون في وجهات النظر و يتقاسمون نفس الرأي بمقابل ذلك يختلف الصنف الثاني من المتفاعلين من حيث وجهات النظر

جدول رقم (22) يوضح الاشتراك في الاهتمامات

الاجابات	التكرار	النسبة
يشكل نفس اهتماماتي	28	71,79
لا يشكل نفس اهتماماتي	09	23.07
دون جواب	02	5.12
المجموع	39	100

نلاحظ من خلال قراءة الجدول ان معظم افراد العينة يشكل موضوع النقاش نفس اهتماماتهم و تقدر نسبتهم في هذا الاتجاه ب 71,79 % و هي اكبر نسبة سجلت و هذا ما يبرر تقارب وجهات نظرهم كما رأينا في التحليل السابق بمقابل ذلك و في اتجاه مغاير نجد ان بعض أفراد العينة لا يشكل الموضوع اهتماماتهم بنسبة 23.07 % و تمثل اقل نسبة مقارنة بالأولى

جدول رقم (23) يوضح مكان استخدام الفايسبوك

الاجابات	التكرار	النسبة
المنزل	28	43,75
العمل	10	15,62
المقهى	25	39,06
في الهاتف	01	1,56
المجموع	64	100

• أخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

يتضح من خلال الجدول ان معظم أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك في منازلهم ويظهر ذلك بنسبة 43,75 % وهي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه بمقابل ذلك نجد نسبة 39,06 % من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك في المقاهي و نسبة 15,62 % يستخدمون الفايسبوك في أماكن العمل و نسبة 1,56 % تستخدمه في الهاتف النقال و هي اقل نسبة سجلت في هذا السياق

مؤشرات تأثير المجال الاجتماعي الافتراضي على تصورات و أفعال الأفراد كونهم بعدما كانوا يقضون وقتهم مع أسرهم بعد العودة من العمل او الدراسة أصبحوا يقضونه في الانترنت لدرجوا نهم لا يستطيعون التحكم في الوقت نظرا لأهمية الموضوع الذي يتناقشون فيه و هنا تحدث الأستاذ عزى عبد الرحمن عن افتراضاته الواحد والثلاثون في تأثيرات الانترنت على الشباب<sup>1</sup>

حيث قدّم لنا بعضا منها في مجال الاستخدام السلبي، ويقصد هنا سوء الاستخدام بمفهوم المبالغة إلى حد الادمان أي حجم الاستخدام، وكذا نوع الاستخدام الذي يتعلق بقيم المجتمع فيما يخص تأثير الإعلانات والمواقع الاباحية والعلاقات الرمزية وغيرها، ولقد قسم تلك التأثيرات السلبية إلى تأثيرات بنيوية تتعلق بالشكل، وتأثيرات أخرى على مستوى المضمون، ولعل ما يتعلق بالعالم الافتراضي والذات والهوية الثقافية جملها في التأثيرات التي تخص المضمون، حيث نذكر منها أهم ما جاء في هذا الاطار:

1- إهدار القيم أو تحييدها: وهذا ما كشفت عنه دراسة الكويت<sup>(177)</sup> بأن 61% من الشباب تؤثر عليهم الانترنت سلباً خاصة على مستوى الأخلاقي والسلوكي.

2- إضعاف الحساسية والاستحياء من الممنوعات الثقافية: مما ينتج عنه تفكك البنية الثقافية من خلال طرح المواضيع المقيدة ثقافيا، والادمان والتكرار وغيرها.

3- الهروب من الواقع: (الحاجة إلى الاشباع).

4- المنع عن تغييرات الذات: (الشعور بالمسؤولية، المشاكل الحياتية، تعديل الواقع أو تغييره...الخ).

5- تقليص المحلي وتوسيع العالمي بسبب العولمة والابحار في العالم الافتراضي.

كما ان الدراسة اوضحت ان الفايسبوك غير من عادات نومها لدرجة السهر الى ساعات متاخرة من الليل و اكسبهم استقلالية و حرية أكثر مما يدل على الميزة التي يتميز بها المجال الافتراضي هو انه يفتح المجال للمتفاعل لاجراج شحناته المخفية و التي لا يستطيع إخراجها في الواقع

جدول رقم (24) يوضح الفضاء الذي كان يقضي فيه الفرد اوقاته قبل التعرف على الفايسبوك

الاجابات	التكرار	النسبة
في المسجد	8	11,94
قاعات الشاي و المقاهي	6	8,95
مع الجيران	4	5,97

<sup>(177)</sup> <http://www.ascusc.org> The Internet and Youth Subculture in Kuwait, Deborah L. Wheeler, University of Washington, USA, consulté le 05/12/2014 à 13 :00h

31,34	21	مع ابناء الحي
40,29	27	مع الاسرة
1,49	1	دون جواب
<b>100</b>	<b>67</b>	<b>المجموع</b>

اخذ بالاعتبار تعدد الاجابات

يلاحظ من قراءة الجدول ان معظم افراد العينة كانوا يقضون وقتا طويلا مع اسرتهم بعد الخروج من عملهم او الدراسة قبل التعرف على القايسبوك و يظهر ذلك بنسبة 40,29 % و هي اكبر نسبة سجلناها كما ان افراد العينة كانوا يقضون أوقاتهم مع أبناء الحي بنسبة 31,34 % في المقام الثاني اما في الصنف الثاني فمنهم من كان يقضي وقته في المسجد بنسبة 11,94 % و منهم من كان يقضي وقته في قاعات الشاي و المقاهي بنسبة 8,95 % و منهم من كان يقضي وقته مع الجيران بنسبة 5,97 % ، يفسر لنا هذا التحليل طبيعة التحول من مجال اجتماعي الى اخر و التأثير الذي يمارسه على الفرد في افعاله و ممارساته

جدول رقم (25) يوضح التفاعل و التحكم في الوقت

الاجابات	التكرار	النسبة
استطيع التحكم في الوقت	17	21,79
لا استطيع التحكم في الوقت	22	28.20
لا استطيع لأهمية الموضوع	19	24,35
أتجاوب مع الآخر بقوة	8	10,25
في أسلوب تفكيره	7	8,97
قوة الاقناع لديه	5	6,41
<b>المجموع</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

من خلال قراءة الجدول يتضح بان افراد العينة في تفاعلهم مع اصدقائهم في المجالات الاجتماعية المدروسة لا يستطيعون التحكم في الوقت و تقدر نسبة هذا الصنف بـ 28.20 % و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه و يعود عدم التحكم في الوقت كما يصرح افراد العينة الى أهمية الموضوع الذي يناقشه مع الآخر بنسبة 24,35 % و التجاوب بينه و بين أصدقائه بنسبة 10,25 % في اسلوب تفكيره بنسبة 8,97 % و قوة اقناعه بنسبة 6,41 % ،

اما الصنف الثاني من افراد العينة فهو الذي يستطيع التحكم في الوقت أثناء تفاعله مع الأصدقاء و تقدر نسبة هذا الاتجاه ب 21,79% و هي اقل نسبة مقارنة بالاولى في هذا الاتجاه  
 ينم هذا التحليل على قوة التأثير التي يمارسها المجال التفاعلي الافتراضي على تصورات الأفراد لدرجة انهم لا يستطيعون التحكم في الوقت المخصص له رغم انهم من فئة الطلبة و العمال كما يدل على ان الاستغراق في المجال الافتراضي مرتبط الى حد كبير باختيار افراد العينة لمن يتفاعلون معهم  
 جدول رقم (26) يوضح خصائص الفايسبوك بالنسبة لافراد العينة

الاجابات	التكرار	النسبة
جعلني أكثر حرية واستقلالية	27	65,85
جعلني مقيد	03	7.31
غير من عادات نموي وأكلي	7	17,07
دون جواب	4	9,75
المجموع	41	100

يتضح من خلال الجدول ان اغلب افراد العينة هو مجال جعلني أكثر حرية و استقلالية و ذلك بنسبة 65,85% و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه بمقابل ذلك و في اتجاه اخر نجد الصنف الثاني من افراد العينة ترى بان الفايسبوك غير من عادات نومها و اكلها بنسبة 17,07% و يعود ذلك الى كون هذا الصنف يتفاعل في المجال الافتراضي إلى ساعات متأخرة من الليل الى درجة انها لا تنام في الوقت و لا تأكل في الوقت  
 صنف اخر من افراد العينة تجد بان الفايسبوك جعلها مقيدة بنسبة 7.31% و هي اقل نسبة سجلت إلا أنها تبقى واردة في هذا التحليل

نستنتج من الجدول بان الفايسبوك كمجال افتراضي و ان منح حرية و استقلالية أمام الأفراد للتعبير عن تطلعاتهم فانه من جهة اخرى قيدهم لانه منعهم عن أداء واجباتهم و يدعم هذا التحليل ما سبقه بحيث أن الأفراد وصلوا إلى درجة أنهم لا يستطيعون التحكم في الوقت و هذا التأثير يبرز على مستوى ممارسات الأفراد

جدول رقم (27) يوضح تأثير التفاعل في الفايسبوك على تصورات الأفراد

الاجابات	التكرار	النسبة
وجه تصرفاتي و طرق تفكيري	32	57,14
صحح لي بعض المفاهيم كانت خاطئة لدي	19	33,92
مكنتني من اتخاذ قرارات تخصني	01	1,78
دون جواب	4	7.14
المجموع	<b>56</b>	<b>100</b>

قراءة الجدول توضح بان افراد العينة الذين يتفاعلون في الفايسبوك مع الأصدقاء يصرحون بان هذا وجه أفكارهم و تصرفاتهم و يظهر هذا الاتجاه بنسبة 57,14 % و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه في سياق آخر يصرح صنف آخر من أفراد العينة بان التفاعل مع الآخر "صحح لي مفاهيم كانت خاطئة بالنسبة لي" و ظهر ذلك بنسبة 33,92 % كما امتنع عن الاجابة نسبة 7.14 %

يدل هذا التحليل على تأثير الفايسبوك على تصورات الأفراد و أفعالهم فقد اصبح الموجه لأفعال و أفكار الأفراد من خلال تصحيحه لمفاهيم كانت خاطئة في تصور أفراد العينة

جدول رقم (28) يوضح تأثير الخروج من الفايسبوك على الأفراد العينة

الاجابات	التكرار	النسبة
اشعر بالاعتراب	9	57,14
بالتشتت في افكاري	6	33,92
بالحاجة اليه في كل وقت	17	1,78
دون جواب	11	7.14
المجموع	<b>43</b>	<b>100</b>

يظهر من خلال الجدول ان أفراد العينة عندما يخرجون من الفاييبوك و يغلقون الصفحة يشعرون بالاغتراب و ذلك بنسبة 57,14 % و هي اكبر نسبة سجلت في سياق آخر نجد أن نسبة 33,92 % تشعر بالتشتت في افكارها و اخرى من أفراد العينة تشعر بالحاجة إليه في كل وقت بنسبة 1,78 % وهي نسبة قليلة جدا سجلت

جدول رقم (29) يوضح مدى وصول المجال الافتراضي الى المجال الحقيقي

الاجابات	التكرار	النسبة
التقي بأصدقائي	17	14,91
لقاء مستمر	11	9,64
غير مستمر	08	7,01
لقاء ظرفي	06	5,26
لا ألتقي بهم	24	21,05
ارغب في لقاءهم	31	27.19
لا ارغب في لقاءهم	08	7,01
بسبب بعد المسافة	04	3.50
الطرف الاخر لا يريد اللقاء	00	
انا لا اريد لقاءه	2	1.75
دون جواب	03	2.63
المجموع	114	99.95

يظهر من خلال التحليل ان أفراد العينة لا يلتقون بأصدقائهم الافتراضيين و تقدر نسبتهم في هذا الاتجاه ب 21,05 % و هي اكبر نسبة سجلت بمقابل ذلك نجد أفراد آخرين يلتقون بأصدقائهم بنسبة 14,91 % إلا أن النسب تتفاوت بين الذين يكون لقاءهم مستمر و الذين يلتقون و لكن لقاءهم غير مستمر حيث تقدر نسبة الذين يلتقون باستمرار 9,64 % أما الذين يكون لقاءهم غير مستمر تقدر نسبتهم ب 7,01 % كما أن البعض منهم يكون لقاءهم ظرفي بنسبة 5,26 % و هي نسبة قليلة جدا

كما نجد صنف آخر من افراد العينة يرغبون في اللقاء بأصدقائهم الفاييبوكيين و تقدر نسبتهم ب 27.19 % و هي اكبر نسبة مقارنة بالذين لا يرغبون في اللقاء و تقدر نسبتهم ب 7,01 % و هي نسبة قليلة جدا و يعود سبب عدم



الرغبة في اللقاء لبعد المسافة بين الطرفين بنسبة 3.50 % و لعدم رغبة افراد العينة في اللقاء بنسبة 1.75 % خاصة و ان أفراد العينة يتفاعلون مع أصدقاء من داخل الوطن من خارج منطقتهم و أصدقاء من خارج الوطن و هذا ما رأيناه في التحاليل السابقة .

مما يدل ان التفاعل في المجال التفاعلي الافتراضي بقي افتراضيا و لم يصل إلى المجال الاجتماعي الحقيقي رغم ان معظم أفراد العينة تعرفوا على أصدقائهم من الفايسبوك بنسبة 39,39 % أي ليس لديهم سابق معرفة بهم

جدول رقم (30) يوضح تأثير الخروج من الفايسبوك على الأفراد العينة

الاجابات	التكرار	النسبة
الفايسبوك يمكن ان يكون بديلا في التواصل	14	34.14
الفايسبوك لا يمكن ان يكون بديلا في التواصل	24	58.53
دون جواب	03	7,31
المجموع	41	100

يظهر من قراءة الجدول ان معظم افراد العينة ترى ان الفايسبوك لا يمكنه ان يكون بديلا في التواصل وتقدر نسبتهم في هذا الاتجاه ب 58.53 % و هي اكبر نسبة سجلت بمقابل ذلك نجد ان البعض الاخ يرى بان الفايسبوك لا يمكنه ان يكون بديلا في التواصل بنسبة 34.14 % فقط من مجموع افراد العينة كما سجلنا نسبة 7,31 % امتنعت عن الإجابة

يدل هذا التحليل على ان أفراد العينة واعون بخطورة التفاعل الافتراضي في الفايسبوك رغم تأثرهم به على مستوى تصوراتهم و أفعالهم كما رأينا في التحاليل السابقة الا أنهم يدركون درجة الخطر الذي يحتوي عليه المجال الافتراضي و قد برروا ذلك بكون الفايسبوك لا يمكن ان يحل محل المجال الحقيقي و لكن ان يكون تمهيدا لعلاقات حقيقية

### نتائج الدراسة الميدانية

## - خصائص العينة :

معظم افراد العينة هم من الجنس الذكري حيث تمثل نسبة 90,24 % لديها مستوى جامعي بنسبة 70,73 % كما ان العينة مكونة من افراد ذوو مستوى ثانوي تقدر نسبتهم ب17,07 % كما ان أفراد العينة يتكونون من افراد لديهم مستوى متوسط بنسبة 12,19 % كما ان أفراد العينة هم من الطلبة حيث تبلغ نسبتهم في هذا التحليل نسبة 47,72 % كما انهم في نفس الوقت عمال بنسبة 43,18 % و نسبة 9,09 % من فئة البطالين و هي نسبة قليلة جدا -أفراد العينة من مستخدمي الفايسبوك بنسبة 50,61 % و قد سجلوا فيه منذ مدة طويلة اي سنة فما فوق بنسبة 90,24 % مما يدل على طول مدة معاشره هذا الموقع من جهة اخرى يزور أفراد العينة موقع الفايسبوك كل يوم في الأسبوع بنسبة تقدر ب 56,09 % و هي اكبر نسبة تدل على تأثرهم بهذا الموقع وعدم قدرتهم على الاستغناء عنه .

يختارون أصدقاءهم على أساس أفكارهم بنسبة 34,61 % ومستواهم التعليمي بنسبة 24.35 % -معظمهم تجمعهم صداقة قديمة مع أصدقاء الفايسبوك بنسبة 34,84 % و هناك من تعرفوا عليهم عن طريق الفايسبوك بنسبة 39,39 % و الباقي تعرفوا عليهم عن طريق الأصدقاء بنسبة 25,75 % -التفاعل في المجال الافتراضي الفايسبوك بدا منذ وقت طويل من طرف افراد العينة و يظهر ذلك بنسبة 73,91 % و هي أعلى نسبة مثلها هذا الاتجاه مقارنة بالذين بداوا التفاعل فيه مؤخرا فقط اي بنسبة 19,56 % يدل هذا التحليل على ان شدة معاشره الفايسبوك و في حدود العينة المدروسة يتميز بشدة تواصل طويلة جدا . - معظم أفراد العينة كما يظهر من التحليل لا يختارون موضوع النقاش مسبقا بل يكون بالصدفة وتقدر نسبة هذا الاتجاه ب74.41 % مما يفسر ان التفاعل الافتراضي بين الفايسبوكيين غير مبرمج بمواضيع محددة بل يخضع للصدفة و حسب المتفاعل

**اولا :** المجال الاجتماعي التفاعلي الذي يستخدمه أفراد العينة من المتفاعلين هو المجال الافتراضي الفايسبوك بنسبة 50,61 % و قد تم تصنيف المجالات الاجتماعية التفاعلية حسب كل مجال و طبيعته من حيث كونه داخلي ( تفاعل من داخل الوطن ) ام خارجي اي التفاعل يكون مع أصدقاء من خارج الوطن . كما يتفاعل افراد العينة مع زملاء الدراسة والأساتذة حيث تقدر نسبة التفاعل فيه 87,5 % مع الأساتذة اما زملاء الدراسة فان التفاعل معهم يقدر بنسبة 50,94 % و هو أكثر المجالات التي يشتد فيها التفاعل حسب هذا التحليل و يتفاعل افراد العينة في مجال الدراسة لتبادل الأفكار كونهم من شريحة الطلبة

كما انه يتميز بشدة تفاعل متوسطة ففي المدى المتوسط يتفاعل مع زملاء الدراسة بنسبة 42,10 % وبنسبة 41,66 % مع الأساتذة وهي نسبة معتبرة

و يتفاعل أفراد العينة باللغة العربية خاصة مع الأساتذة بنسبة 52.77 % وزملاء الدراسة بنسبة متقاربة جدا أي 51.85 % لكونها اللغة التي يدرس بها الطلبة كما يتفاعل باللغة الاجنبية اضافة إلى التفاعل باللغة العربية مع زملاء الدراسة و الأساتذة فان افراد العينة يتفاعلون معهم كذلك باللغة الأجنبية بنسبة 37.03 % و هي نسبة لا يستهان بها

اضافة إلى تفاعلهم مع مجموعات العمل وتقدر نسبة التفاعل فيه ب 34,56 % وتتفاعل في مجال العمل للاستفادة من الخبرة المهنية لهؤلاء بنسبة 24,6 % وطرح مشاكل مهنية مشتركة بنسبة 20,98 %  
- هذا المجال الاجتماعي تحكمه شدة تفاعل طويلة في هذا المدى الزمني حيث تمثل نسبة هذا الاتجاه 59,09 % و هي اكبر نسبة مثلها التفاعل في هذا المجال .

-يتميز هذا المجال الاجتماعي بشدة تفاعل طويلة مقارنة بالمجالات الأخرى و تتفاوت من حيث نسب التفاعل حيث نجد ان مجموعات العمل في هذا المدى تقدر بنسبة 59,09 % من مجموع الافراد الذين يتفاعلون في مجال العمل مما يفسر لنا شدة التفاعل هنا تكون أقوى في مجال اجتماعي تحكمه علاقات العمل .

- يتفاعل معهم أفراد العينة باللغة العربية مع مجموعات العمل بنسبة 50 و هي اكبر نسبة تظهر في هذا الاتجاه كما يتفاعل أفراد العينة مع مجموعات العمل باللغة الأجنبية بنسبة 31.57 %

-صنف آخر من أفراد العينة يتفاعل الأقارب من العائلة وتقدر نسبة التفاعل فيه ب 34,92 %  
-مضمون التفاعل في هذا المجال هو مواضيع حول الدين حيث يتفاعل أفراد العينة فيه لطرح قضايا ذات اهتمام مشترك بنسبة 23,80 % و في مجال السياسة حول الأوضاع في العالم بنسبة 9.52 %

-تحكمه شدة تفاعل طويلة جدا تقدر بنسبة 55,55 % من مجموع أفراد العينة الذين يتفاعلون في هذا المدى و هي اكبر نسبة سجلت في هذا الاتجاه .

-يتفاعل فيه أفراد العينة غالبا بالعربية بنسبة 40.90 % و بالعامية بنسبة 34.09 % و تمثل اكبر النسب في هذا المجال التفاعلي وذلك بحكم أنهم ينتمون إلى نفس المجال الاجتماعي اي القرابة فهم يتفاعلون بنفس اللغة التي يفهمونها، كما يتفاعلون معهم باللغة الأجنبية بنسبة 15.90 % و هي اقل نسبة مثلها هذا الاتجاه

- كما نجد أفراد العينة يتفاعلون مع أصدقاء فايسبوكيين جدد ، بنسبة 29,31 % مضمون تفاعلهم يتمثل في المجال العاطفي بنسبة 29,31 % لطرح تجاربهم العاطفية و الشخصية بنسبة 20,68 % كما يتفاعل هؤلاء في المقام الثاني في مجال الدين بنسبة 20,28 % و الموسيقى بنسبة 13,79 % و تقدر شدة التفاعل بها في المدى المتوسط بنسبة 19,23 % من مجموع الذين يتفاعلون مع أصدقاء الفاييسبوك الجدد و هي اقل نسبة مقارنة بالمجالات الأخرى التي يشتد فيها التفاعل .

- يتفاعل معهم أفراد العينة بلغة الفاييسبوك و هي اللغة التي تغلب على التفاعل في هذا المجال و تظهر بنسبة 32.43 % وهي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه في التفاعل وهي اللغة التي يستخدمها الفاييسبوكيين بكثرة من خلال الرموز التي تدل على معاني يفهمها الفاييسبوكيون ، كما يتفاعل مع هؤلاء باللغة العربية بنسبة 27.02 % و بالعامية بنسبة 10,81 % .

- صنف اخر يتفاعل مع جماعة الرفاق بنسبة 27,45 % و يتفاعل فيه افراد العينة في المجال العاطفي بنسبة 27,45 % كما يتفاعل جماعة الرفاق في مجال الدين بنسبة 25,49 % لطرح قضايا ذات اهتمام مشترك كما يتفاعل هؤلاء في مجال السياسة و الموسيقى بنفس النسبة أي 11,76 % .

- تحكمه شدة تفاعل طويلة تقدر بنسبة 50 من مجموع الذين يتفاعلون في هذا المدى .

فان أفراد العينة يتفاعلون معهم باللغة العربية ولغة الفاييسبوك بنفس النسب أي 27.27 % كما يتفاعل هؤلاء مع جماعة الرفاق باللغة الأجنبية بنسبة 21.21 % و بنسبة 18.18 % بالعامية و يرجع استخدام العامية مع جماعة الرفاق لكونهم يتعارفون او من نفس المنطقة من الوطن .

كما أننا نجد أن أفراد العينة يتفاعلون مع أصدقاء من الوطن من أبناء منطقتهم بشدة تفاعل متوسطة بنسبة 63,15 % من مجموع الذين يتفاعلون في هذا المجال الداخلي و هي اكبر نسبة سجلت اما بالنسبة للمجال الاجتماعي التفاعلي الخارجي أي الذين يتفاعلون مع أصدقاء من خارج الوطن فتحكمه شدة تفاعل متوسطة و تتفاعل فيه نسبة معتبرة من الأصدقاء تقدر بنسبة 51,61 % و تخص هذه النسبة أصدقاء عرب اما فيما يخص الأصدقاء الأجانب التي يتفاعل فيها أفراد العينة بنسبة 44,44 % فالتفاعل الخارجي مع أصدقاء خارجيين عرب هو الذي ويمثل اكبر نسبة مقارنة بالتفاعل الخارجي مع أجانب و يعود ذلك إلى عائق اللغة كما رأينا في التحليل السابق ان معظم أفراد العينة يتفاعلون أكثر باللغة العربية .

و هناك إلى جانب ذلك شدة تفاعل ضعيفة تحكم هذا المجال الذي يتفاعل فيه بعض أفراد العينة من زملاء الدراسة و الأساتذة بأقل من ساعة بنفس النسب التي هي في المدى المتوسط للتفاعل الأولى

- خصائص المجال الاجتماعي الذي يتفاعل فيه أفراد العينة :

-أفراد العينة يتفاعلون مع الجنس الآخر بنسبة 17,12 % و في نفس الوقت مع نفس جنسهم بنسب متقاربة أي 15,75 % كما أنهم يتفاعلون مع أصدقاء من نفس جيلهم بنسب متقاربة مع الجنس اي 15,06 % و من نفس مستواهم التعليمي اي بنسبة 16,43 % و يؤمن بنفس الافكار بنسبة 10,95 % يدل هذا التحليل على ان افراد العينة يعرفون مع من يتفاعلون حتى وهم في المجال الافتراضي كما يدلنا هذا التحليل كذلك على خصائص المجال الاجتماعي الذي يتفاعل فيه أفراد العينة و أقوى خاصية يمتاز بها مجال التفاعل هو انه من الجنس الآخر .

- معظم وجهات النظر بين أفراد العينة و الأصدقاء الذين يتفاعلون معهم متقاربة حيث تقدر نسبة هذا الاتجاه نسبة 25,80 % و هي اكبر نسبة تظهر و يظهر ذلك في تقاسم نفس الرأي بنسبة 10,75 % في المواضيع التي يناقشونها .

اما الصنف الثاني من أفراد العينة فلاحظ ان هناك اختلاف في وجهات نظره مع المتفاعلين معه و يظهر ذلك بنسبة 23,65 % بحيث أن المتفاعل لا يؤمن بنفس القيم التي اوّمن بها ويظهر ذلك بنسبة 8,60 % و في هذه الحالة ينوي أفراد العينة تغيير الأشخاص الذين يتفاعل معهم بنسبة 11,82 % اما البعض الآخر فينوي الاستمرار في النقاش معهم بنسبة 10,75 %

-معظم افراد العينة يشكل موضوع النقاش نفس اهتماماتهم مع اصدقائهم و تقدر نسبتهم في هذا الاتجاه ب 71,79 % و هي اكبر نسبة سجلت

-صنف آخر من أفراد العينة لا يشكل موضوع النقاش نفس اهتماماتهم بنسبة 23.07 % و تمثل اقل نسبة مقارنة بالأولى و ربما هذا ما يبرر اختلاف وجهات النظر و بالتالي تغيير الأشخاص الذين يدرش معهم كما أثبتت التحاليل السابقة

- معظم افراد العينة كانوا يقضون وقتا طويلا مع أسرته بعد الخروج من عملهم او الدراسة قبل التعرف على الفيسبوك و يظهر ذلك بنسبة 40,29 % و هي اكبر نسبة سجلناها كما ان أفراد العينة كانوا يقضون أوقاتهم مع أبناء الحي بنسبة 31,34 % في المقام الثاني

اما في الصنف الثاني فمنهم من كان يقضي وقته في المسجد بنسبة 11,94 % و منهم من كان يقضي وقته في قاعات الشاي و المقاهي بنسبة 8,95 % و منهم من كان يقضي وقته مع الجيران بنسبة 5,97 % يفسر لنا هذا التحليل طبيعة التحول من مجال اجتماعي إلى آخر و التأثير الذي يمارسه على الفرد في أفعاله و ممارساته

**تأثير المجال الاجتماعي التفاعلي الافتراضي على تصورات و أفعال الأفراد**

- هذه المجالات الاجتماعية التفاعلية التي يتفاعل فيها أفراد العينة و من خلال التفاعل مع الطرف الثاني عملت على توجيه تصرفاتهم و طرق تفكيرهم بنسبة 57,14 % كما صححت لهم بعض المفاهيم كانت خاطئة لديهم بنسبة 33,92 % و هي اكبر نسبة سجلت في هذا السياق

مما يدل على انها أصبحت المؤطر لتصورات الأفراد و الموجه لأفكارهم بحيث أنها صححت بعض المفاهيم كانت خاطئة بالنسبة لأفراد العينة مما يدل على ان افراد العينة في هذا الصنف مندمجين في الافتراضي لدرجة انه أصبح هو الموجه لأفكارهم و يغترب عن المجال الواقعي

-المجال الاجتماعي التفاعلي الفايسبوك يتميز بكونه جعل المتفاعلين من أفراد العينة أكثر حرية واستقلالية بنسبة 65,85 % و هي اكبر نسبة بمقابل ذلك صنف آخر من افراد العينة صرحت بان هذا المجال الافتراضي قيدها عن أداء مهامها و هذا الصنف يبين بأنه يتفاعل و يندمج في المجال الافتراضي بوعي (ذات) ويتفاعل في الواقعي في نفس الوقت

-الصنف الثاني من أفراد العينة الفايسبوك غير من عادات نومها و أكلها بنسبة 17,07 % و يعود ذلك الى كون هذا الصنف يتفاعل في المجال الافتراضي إلى ساعات متأخرة من الليل إلى درجة انها لا تنام مما يدل على درجة الاندماج في هذا المجال و هذا الصنف يظهر مندمج بغير وعي في المجال الافتراضي الى درجة انه يسهر الى ساعات متأخرة من الليل كما يغترب عن الواقعي

-صنف اخر من افراد العينة تجد بان الفايسبوك جعلها مقيدة بنسبة 7.31 % مما يدل على التأثير الذي يمارسه هذا المجال التفاعلي على ممارسات الأفراد من حيث عادات نومهم و أكلهم إلى درجة أنهم

-لا يستطيعوا التحكم في الوقت بنسبة تقدر نسبة هذا الصنف ب28.20 % و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه و يعود عدم التحكم في الوقت كما يصرح أفراد العينة إلى أهمية الموضوع الذي يناقشه مع الآخر بنسبة 24,35 % و التجاوب بينه و بين أصدقائه بنسبة 10,25 % في أسلوب تفكيره بنسبة 8,97 % و قوة اقناعه بنسبة 6,41 % ، يدل ذلك على ان هناك موضوع ذو أهمية بالغة في المجال الاجتماعي الافتراضي يجمع أفراد العينة باصدقاهم رغم ان الموضوع كما رأينا في التحاليل السابقة غير مختار مسبقا بل يكون بمحض الصدفة و هؤلاء يندمجون في الافتراضي و يغتربون عن المجال الحقيقي

-ان أفراد العينة عندما يخرجون من الفايسبوك و يغلقون الصفحة يشعرون بالاغتراب وذلك بنسبة 57,14 % و هي اكبر نسبة سجلت في سياق آخر نجد أن نسبة 33,92 % تشعر بالتشتت في أفكارها و صنف آخر من أفراد العينة تشعر بالحاجة إليه في كل وقت بنسبة 1,78 % و هي نسبة قليلة جدا سجلت ، اذن بين التحليل أن أفراد

العينة يندمجون في المجال الافتراضي و يغتربون عن المجال الحقيقي كما انها في احيان اخرى تبقى مشتتة بين المجالين الافتراضي و الحقيقي .

و إذا كانت هذه المجالات التفاعلية قد منحت حرية للأفراد فإنها من جهة اخرى قيدتها و منعتها من تأدية واجباتها الدرجة أنها لم تعد تتحكم في الوقت الذي تقضيه في التفاعل كما أنها مارست سلطة على ممارساتها و تصوراتها بحيث أنها أصبحت الموجه لطرق تفكيرها و تصرفاتها فأصبح افراد العينة موضوعا لهذا المجال التفاعلي

### وصول المجال الافتراضي التفاعلي الى المجال الاجتماعي الحقيقي

-معظم أفراد العينة لا يلتقون بأصدقائهم الافتراضيين و تقدر نسبتهم في هذا الاتجاه ب 21,05 % وهي اكبر نسبة سجلت

صنف اخر من أفراد العينة يلتقون بأصدقائهم بنسبة 14,91 % إلا أن النسب تتفاوت بين الذين يكون لقاءهم مستمر و الذين يلتقون و لكن لقاءهم غير مستمر حيث تقدر نسبة الذين يلتقون باستمرار 9,64 % أما الذين يكون لقاءهم غير مستمر تقدر نسبتهم ب7,01 % كما أن البعض منهم يكون لقاءهم ظرفي بنسبة 5,26 % و هي نسبة قليلة جدا .

كما نجد صنف آخر من أفراد العينة الذين لديهم الرغبة في اللقاء بأصدقائهم الفايسبوكيين و تقدر نسبتهم 27.19 % وهي اكبر نسبة .

-صنف الثاني يرغب في اللقاء و تقدر نسبتهم ب 7,01 % و هي نسبة قليلة جدا و يعود سبب عدم الرغبة في اللقاء لبعد المسافة بين الطرفين بنسبة 3.50 % و لعدم رغبة افراد العينة في اللقاء بنسبة 1.75 % خاصة و ان أفراد العينة يتفاعلون مع أصدقاء من داخل الوطن من خارج منطقتهم و أصدقاء من خارج الوطن و هذا ما رأيناه في التحاليل السابقة .

معظم افراد العينة ترى ان الفايسبوك لا يمكنه ان يكون بديلا في التواصل و تقدر نسبتهم في هذا الاتجاه ب 58.53 % و هي اكبر نسبة سجلت بمقابل ذلك نجد ان البعض الاخ يرى بان الفايسبوك لا يمكنه ان يكون بديلا في

التواصل بنسبة 34.14 % فقط من مجموع افراد العينة كما سجلنا نسبة 7,31 % امتنعت عن الإجابة

يدل هذا التحليل على ان أفراد العينة واعون بخطورة التفاعل الافتراضي في الفايسبوك رغم تأثرهم به على مستوى تصوراتهم و أفعالهم كما رأينا في التحاليل السابقة إلا أنهم يدركون درجة الخطر الذي يحتوي عليه المجال الافتراضي و قد برروا ذلك بكون الفايسبوك لا يمكن ان يحل محل المجال الحقيقي و لكن يمكنه ان يكون تمهيدا لعلاقات حقيقية

## الخاتمة

انطلاقا من هذه الدراسة و في حدود العينة المدروسة فقد توصلنا من خلالها الى تحديدنا للمجالات الاجتماعية التفاعلية التي تميز المجال الاجتماعي الافتراضي الفيسبوك انه يحوي عدة مجالات اجتماعية و هذه المجالات تختلف من حيث خصائصها و مضمون تفاعلاتها بحيث ان كل مجال هو شبكة من العلاقات الفردية و الجماعية و ان هناك تواصل بين المجال الاجتماعي الحقيقي و المجال الافتراضي

اتضح أن أفراد العينة يتفاعلون في مجالات اجتماعية مختلفة ولكل مجال اجتماعي خصائص نعرضها فيما يلي :

-المجال الاجتماعي الاول هو مجال مجموعات العمل و هذا المجال علاقات العمل ، يتميز بشدة تواصل اطول من المجالات الاخرى ، يتفاعل فيه افراد العينة مع نظرائهم حول مشكل مهني مشترك ودرجة التفاعل فيه قوية تسمح بانتاج و اعادة انتاج الرموز و المعاني المشتركة

-المجال الاجتماعي الثاني هو مجال جماعة الرفاق و هذا المجال تحكمه علاقات ظرفية غير مستقرة ، شدة التفاعل فيه متوسطة

- المجال الاجتماعي الخاص بالأقارب تحكمه علاقات القرابة الدموية و أحيانا علاقات الجيرة كما تحكم تفاعلاتها أحيانا العرش و القبيلة.، تحكمه شدة تفاعل طويلة

-المجال الخاص بزملاء الدراسة الأساتذة هو مجال متخصص تحكمه الدراسة و تبادل الأفكار كما جاء في التحليل ، شدة التفاعل فيه متوسطة

-المجال الخاص بأصدقاء الفيسبوكيين الجدد لا تحكمه علاقات القرابة و لا زمالة و لا علاقات العمل ولكن تحكمه علاقات اخرى هي علاقات عاطفية ، يتميز بشدة تفاعل متوسطة

- تشترك هذه المجالات سواء كانت مجالات تفاعلية داخلية ام خارجية في شدة التفاعل التي تتميز بالمتوسطة المدى داخل كل مجال و تختلف من حيث نسب التفاعل في كل مجال و اطول شدة في التفاعل تتمثل في المجال الاجتماعي الخاص بمجموعات العمل و الاقارب لتاتي بعد ذلك مجال الاجتماعي الخاص بالزملاء و اصدقاء الفيسبوك و جماعة الرفاق

**-خصائص مجالات التفاعل من حيث مضامينها**

كما انه من خصائص الأصدقاء الذين يتفاعل معهم أفراد العينة أنهم من نفس المستوى و من نفس الجيل و من الجنس الآخر اي يختلفون عنهم في الجنس و كذلك لديهم نفس الأفكار



اذن فالافراد الذين يتفاعل معهم هم افراد الذين يعرفهم في الواقع و هم الذين يتفاعل معهم افتراضيا .

-وفي هذا المجال الاجتماعي التفاعلي المتعدد نجد فيه تقارب في الرؤى ووجهات النظر بين المتفاعلين لكون أفراد العينة يتفاعلون مع أصدقاء متعددين في المجال الافتراضي و يتقاسمون نفس الأفكار والمعاني المشتركة و الدليل على ذلك يظهر في كيفية اختيارهم لأصدقائهم على أساس أفكارهم

المجال الاجتماعي الذي يحكمه جماعة الرفاق و الاصدقاء الفايسبوكيين الجدد يتشابه من حيث مجالات تفاعله بحيث انه يتفاعل في نفس المجال و هو المجال العاطفي و مجال الدين و الموسيقى اذن فأفراد العينة يتفاعلون مع مجالات اجتماعية متعددة و متنوعة من حيث مضامينها الاجتماعية والثقافية

**تأثير المجال الاجتماعي التفاعلي الافتراضي على تصورات و افعال الافراد**

-هذه المجالات الاجتماعية التفاعلية بعد ان كان أفراد العينة يقضون أوقاتهم مع الأسرة و ابناء الحي أصبح التفاعل في الفايسبوك هو الذي يأخذ معظم أوقاتهم لدرجة أنهم لا يستطيعون التحكم في الوقت لأهمية الموضوع المطروح و التجاوب القوي مع الآخر الذي يتفاعل معه و من خلال التفاعل مع الطرف الثاني عملت على توجيه تصرفاتهم و طرق تفكيرهم كما صححت لهم بعض المفاهيم كانت خاطئة لديهم مما يدل على ان هذا المجال أصبح هو الموجه لأفكار الفرد من خلال تصحيح مفاهيم كانت خاطئة بالنسبة اليه كما انه هو الذي يملئ عليه ممارسات و تصرفات معينة مما يبين ان الفرد أصبح موضوعا للمجال الافتراضي الفايسبوك و ما يدعم ذلك هو عند خروجه من الفايسبوك يشعر بالاغتراب و التشتت .

-المجال الاجتماعي التفاعلي الفايسوك يتميز بكونه جعل المتفاعلين من افراد العينة أكثر حرية واستقلالية كما انه غير من عادات نومها و أكلها و يعود ذلك الى كون هذا الصنف يتفاعل في المجال الافتراضي إلى ساعات متأخرة من الليل إلى درجة انها لا تنام مما يدل على درجة الاندماج في هذا المجال

-صنف اخر من افراد العينة تجد بان الفايسبوك جعلها مقيدة مما يدل على التأثير الذي يمارسه هذا المجال التفاعلي على ممارسات الأفراد من حيث عادات نومهم و أكلهم إلى درجة أنهم يدل ذلك على ان هناك موضوع ذو أهمية بالغة في المجال الاجتماعي الافتراضي يجمع افراد العينة باصدقاهم رغم ان الموضوع كما راينا في التحاليل السابقة غير مختار مسبقا بل يكون بمحض الصدفة و اذا كانت هذه المجالات التفاعلية قد منحت حرية للأفراد فإنها من جهة اخرى قيدتها و منعتها من تأدية واجباتها الدرجة انها لم تعد تتحكم في الوقت الذي تقضيه في التفاعل كما أنها مارست سلطة على ممارساتها و تصوراتها بحيث انها أصبحت الموجه لطرق تفكيرها و تصرفاتها فأصبح افراد العينة موضوعا لهذا المجال التفاعلي

نلمس من خلال الدراسة تعدد مجالات التفاعل بين المستخدمين وبتعددنا نجد التشابه في مضامينها الاجتماعية و الثقافية وهذه المضامين هي التي أصبحت تؤطر افعال الأفراد و تصوراتهم

### وصول المجال الافتراضي التفاعلي الى المجال الاجتماعي الحقيقي

-معظم أفراد العينة لا يلتقون بأصدقائهم الافتراضيين لانه حسب التحليل السابقة يعرفونهم من قبل صنف آخر من أفراد العينة يلتقون بأصدقائهم الذين يكون لقاءهم مستمر و الذين يلتقون و لكن لقاءهم غير مستمر

كما نجد صنف آخر من أفراد العينة الذين لديهم الرغبة في اللقاء بأصدقائهم الفايسبوكيين

نستنتج ان هذه المجالات بقدر ما هي متعددة الا أنها تتنوع من حيث الخصوصية الاجتماعية والثقافية لكون كل مجال اجتماعي يتفاعل مع مجال اجتماعي يتطابق معه من حيث المضمون فزملاء الدراسة يتفاعلون مع مجال اجتماعي تحكمه الدراسة و مجموعات العمل تتفاعل مع مجال اجتماعي يتطابق من حيث مضمونه إلا أنها هي الموجه و المؤطر لتفاعلاتهم و هذا التحليل يدعم نتائج الدراسة السابقة حول الانترنت مجال للتفاعل انها أنتجت مجالات اجتماعية متنوعة من حيث مضامينها الاجتماعية والثقافية

كما ان الدراسة بينت بان أفراد العينة من خلال الأصناف التي وجدناها ان هناك صنف يندمج في المجال الافتراضي و يغترب عن المجال الحقيقي و هناك صنف آخر يندمج في المجال الافتراضي بوعي (ذات) و يتفاعل في ان واحد مع المجال الحقيقي و هناك صنف آخر يبقى مشتبك بين الواقعي والافتراضي و السؤال الذي يبقى مطروحا لماذا بالرغم من ان افراد العينة يتعارفون في الواقع الا انهم يتفاعلون الى جانب ذلك في المجال الافتراضي ؟

و تبقى هذه الدراسة بابا مفتوحا لإشكاليات اخرى تحدد طبيعة هذه المجالات الاجتماعية خاصة المجال الاجتماعي الفايسبوكي الذي لا نعرف حتى الآن طبيعة النموذج الثقافي الذي يحكمه و الذي يصبح هو المجال الاجتماعي في حد ذاته و هل يمكنه ان يكون تمهيدا لعلاقات اجتماعية جديدة

### قائمة المراجع

Pierre Bourdieu, Raison Pratiques , sur La théorie de L action , édition Seuil , 1224P 2

الملتقى الدولي الثاني حول :..... المجالات الاجتماعية التقليدية والحديثة ونتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري

- 2- ابو ابراهيم ابو عرقوب **الاتصال الانساني و دوره في التفاعل الاجتماعي** ، الاردن ، عمان للنشر والتوزيع ، عمان ط 2 ، 2009 ص 12
- 3- من محاضرات الأستاذ: محمد المهدي بن عيسى للسنة الثانية ماجستير لعلم الاجتماع، 2011\_2012، مقياس: ملتقى التامعة قاصدي مرياح، بورقلة.
- 4- بلقاسم سلاطنية ، حسطن الجليلي منهجية العلوم الاجتماعية ، دار هومة للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2004 ، ص 167.
- 5- رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار هومة للطباعة والنشر ط 1 ، الجزائر ، 2002 ، ص 123.
- 6- المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية والانسانية مجموعة من مخلصات الدراسات عن الانترنت
- 7- الصادق رابح، الهوية الرقمية بين الشباب: بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي ، مجلة اضافات العدد 19 صيف 2012، بيروت، ص 90
- 8- حداد، جيهان (2002م). المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إريد : دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة.

## الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة

### "نموذج وتويتر بوك الفيس"

دراسة ميدانية على عينة من طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة