



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع الاتصال

الموضوع :

ادمان وسائل الاعلام الجديدة وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية

دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشاذلي بن جديد-الطارف

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال

اشراف الأستاذة :
د- معاوي سامية

اعداد الطلبة:

- منذر مروى
- بحري تغريد

الصفة	الرتبة	الاستاذ
مشرفا	أستاذة محاضر ب	معاوي سامية
رئيسا	أستاذ تعليم عالي	مريم عثمان
متحننا	أستاذة محاضر ب	فاطمة غاي

السنة الجامعية: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

شكر و عرفان

أول من يشكر ويحمد آناء الليل و أطراف النهار، هو العلي، القهار، الأول والآخر، الظاهر والباطن، الذي أغرقنا بنعمته التي لا تحصى، الذي أنار دروبنا، نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا العمل، والذي ألهمنا الصحة والعزيمة فالحمد لله حمدا كثيرا.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير وخالص الإمتنان إلى الدكتورة المشرفة "معاوي سامية" على تفضلها بالإشراف على هذه المذكرة، وعلى كل ما تقدمته لنا من توجيهات ونصائح ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء وإتمام هذه المذكرة، جزاها الله خيرا وأنار دربها.

كما نتقدم بكل معاني الشكر و الامتنان والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة.

كما نتقدم بجزيل الشكر و التقدير لكافة أساتذة كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، وإلى كل من قدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

وفي الاخير لا يسعنا إلا أن ندعو الله عز وجل أن يرزقنا السداد والتوفيق

والحمد لله رب العالمين.

الاهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله ربي العالمين والصلاة والسلام على خاتم الانبياء
و المرسلين.

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وجملنا بالعافية.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع:

_ إلى صاحب السيرة العطرة، إلى الذي زين إسمي بأجمل الالقاب، الى من علمني
الصعود، الى فخري وإعتزازي والدي العزيز "رشيد" أطال الله في عمره.

_ إلى الانسانة العظيمة التي تمننت أن تقر عينها برؤيتي في هذا اليوم، إلى من كان
دعاؤها سر نجاحي، الى بسمه الحياة وسر الوجود..... أمي الغالية " زكية" أطال الله
في عمرها.

إلى سندي في الحياة وأحب الناس لقلبي، إلى روافد الوفاء ونبع المحبة، إخوتي " عبد
القادر ، محمد الصالح"، حفظهم الله ووفقهم إلى الخير.

إلى كل الاقارب من أعمام وعمات وأحوال وخالات وجدتي، وخاصة التي قدمت لي يد
العون والود "عمتي سميرة" حفظها الله.

إلى من شجعني على إكمال هذا المشوار، إلى من كان الداعم دائماً، "زوجي الغالي"
حفظه الله ووفقه في الخير.

إلى رفيقتي ومؤنسة دربي، الى من تقاسمت وشاركت معي في انجاز هذا العمل،
زميلتي " تغريد".

إلى أعز الصديقات على قلبي " لميس، سهام، سوسن، خديجة، بشرى، روميساء،
سيليا، سامية".....

وأخيرا إلى كل من ساعدني، وكان له دورا من قريب أو بعيد في إتمام هذه المذكرة،
سائلة المولى عز وجل أن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا و الآخرة.

شكرا من القلب.

مروى



2025

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم قال تعالى "يرفع الله الذين آمنوا والذين أوتوا العلم درجات"

أهدي ثمرة جهدي إلى من حممتي ومنحتني الحياة، وأحاطتني بحنانها وحرصت على تعليمي بصبرها وتضحيتها، إلى من كان دعاؤها سر نجاحي "أمي" الغالية حفظها الله "نورة"

إلى الذي دعمني في مشواري الدراسي وكان وراء كل خطوة خطوتها في طريق العلم والمعرفة "أبي" الغالي رعاه الله "عمارة"

إلى من هم أنس عمري ومخزن ذكرياتي إخوتي الأعزاء.

كما لا يفوتني أن أخص إهدائي بذكر خطيبي الذي ساندني وعائلته الكريمة حفظهم الله.

وإلى كل أصدقائي الذين رافقوني طيلة هذه السنوات وأخص بالذكر زميلتي "مروى" التي ساندتني وكانت معي في إنجاز هذا العمل.

إلى الأستاذة الكريمة "معاوي" التي أشرفت على إنجاز هذا العمل.

وأخيرا الحمد لله شكرا وحبا وإمتنانا على البدء والختام "وأخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين".

تغريد



الملخص:

هدفت الدراسة الراهنة الموسومة بـ "إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) وتأثيرها على العلاقات الإجتماعية " إلى معرفة مدى مساهمة إدمان وسائل الإعلام الجديدة وخاصة الفاييسبوك في العلاقات الإجتماعية.

حيث ظهر إهتمام كبير بهذا الموضوع في الأونة الأخيرة نظرا للتأثيرات و التفاعلات الكبيرة بين العديد من الأبعاد و المتغيرات الإتصالية والإجتماعية.

وبالنظر الى أهمية هذا الموضوع من الناحية العلمية والعملية ،فقد تم طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يؤثر إدمان وسائل الإعلام الجديدة على العلاقات الإجتماعية ؟

والأسئلة الفرعية:

- هل تساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التعاون ؟
- هل تساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات الصراع ؟
- هل تساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التكامل ؟

ولقد تم تحديد مجموعة من المفاهيم المرتبطة بالمتغير المستقل والمتغير التابع.

وبناء على ماسبق، فقد تم تقسيم الدراسة إلى جانبين، كل جانب يضم فصلين ويتعلق الأمر بالجانب النظري الذي ظم الفصل الأول المرتبط بموضوع الدراسة ،والفصل الثاني المعالجة السوسولوجية للموضوع، أما الجانب الميداني فيظم المعالجة المنهجية للدراسة إضافة إلى تحليل البيانات وتفسير النتائج.

ولقد تم إعتقاد المنهج الوصفي المناسب للدراسة، إضافة إلى الإستمارة كأداة موجهة لمسارات البحث.

وتم إنجاز الدراسة بكلية العلوم الإجتماعية والانسانية بجامعة الشاذلي بن جديد على عينة مكونة من 35 طالب و جاء إختيار العينة القصدية لعدة مبررات منهجية منها الأنسب للموضوع وربحا للوقت، إضافة إلى أنها سهلة الإستخدام، كما إعتدنا على أسلوب التحليل الكمي والكيفي، وتوصلنا إلى نتائج هامة تجيب على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية، ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها نذكر:

-نعم ساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة الفايسبوك في تنامي علاقات التعاون وهذا من خلال خلق جو ودي من التعاون وزيادة النشاطات الجماعة كما ساهمت أيضا في زيادة معارف الأفراد.

-نعم ساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة الفايسبوك في تنامي علاقات الصراع وهذا من خلال خلق مشاكل ونزاعات بين الأفراد وأدى كذلك إلى العزلة الإجتماعية ،كذلك إنتشار الإشاعة ونقل الأخبار المغلوطة.

-نعم ساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التكامل وهذا من خلال تحقيق الإشباعات الاجتماعية للأفراد وجعلهم يشاركون إهتماماتهم وإنشغالهم اليومية.

Abstract:

The present study, entitled *"Addiction to New Media (Facebook) and Its Impact on Social Relationships"*, aimed to examine the extent to which addiction to new media—particularly Facebook—affects social relationships.

Recently, there has been growing interest in this topic due to the significant effects and interactions between various communicative and social dimensions and variables.

Given the scientific and practical importance of the subject, the following main research question was posed:

How does addiction to new media affect social relationships?

And the following sub-questions were derived:

- Does addiction to new media (Facebook) contribute to the growth of cooperative relationships?
- Does addiction to new media (Facebook) contribute to the growth of conflictual relationships?
- Does addiction to new media (Facebook) contribute to the growth of integrative relationships?

A set of concepts related to the independent and dependent variables were defined.

Based on the above, the study was divided into two parts, each containing two chapters. The theoretical part included the first chapter, which focused on the study topic, and the second chapter, which dealt with the sociological treatment

of the subject. The fieldwork part included the methodological approach of the study, in addition to data analysis and interpretation of the results.

The descriptive method, suitable for this study, was adopted, and a questionnaire was used as a primary research tool.

The study was conducted at the Faculty of Social and Human Sciences at Chadli Bendjedid University on a purposive sample of 35 students. The purposive sampling was justified on methodological grounds, including its relevance to the topic, time efficiency, and ease of use. Both quantitative and qualitative analysis techniques were applied.

The study yielded important findings that address both the main question and the sub-questions. Among the most significant results are the following:

- Yes, addiction to new media—particularly Facebook—has contributed to the growth of cooperative relationships by creating a friendly atmosphere of collaboration and increasing group activities. It also enhanced individuals' knowledge.
- Yes, addiction to new media—particularly Facebook—has contributed to the growth of conflictual relationships by causing problems and disputes among individuals. It also led to social isolation and the spread of rumors and misinformation.
- Yes, addiction to new media (Facebook) has contributed to the growth of integrative relationships by fulfilling individuals' social needs and enabling them to share their interests and daily concerns.

أ.....	الملخص:
ت.....	Abstract:
ج.....	الفهرس:
ذ.....	فهرس الجداول:
أ.....	المقدمة
1.....	الفصل الأول: موضوع الدراسة
3.....	تمهيد:
4.....	أولاً: أسباب إختيار الموضوع:
4.....	ثانياً: أهمية الدراسة:
5.....	ثالثاً: اهداف الدراسة:
5.....	رابعاً: الإشكالية:
6.....	خامساً: تحديد المفاهيم:
18.....	سادساً: الدراسات السابقة:
22.....	خلاصة الفصل:
23.....	الفصل الثاني: المعالجة السوسولوجية للموضوع
26.....	تمهيد:
27.....	أولاً: الإعلام الجديد

1_ نشأة الإعلام الجديد:	27
2- عوامل ظهور الإعلام الجديد:	27
3- تسميات الإعلام الجديد:	30
4- أنواع الإعلام الجديد:	32
5- خصائص الإعلام الجديد:	34
6- الآثار الإيجابية للإعلام الجديد و تأثير الإعلام الجديد السلبي:	36
7- الإعلام الجديد من الترفيه إلى التأثير:	38
8- نظريات الإعلام الجديد:	39
ثانيا: موقع الفايسبوك كنموذج للاعلام الجديد	43
1- نشأة و تطور موقع الفايسبوك:	43
2- خصائص موقع الفايسبوك:	44
3- الخدمات التي يوفرها موقع الفايسبوك Facebook:	45
4- أسباب الإقبال الشديد على موقع الفايسبوك:	46
5- أسباب استخدام موقع الفايسبوك:	47
6- إيجابيات و سلبيات موقع الفايسبوك:	48
7- أعراض إدمان استخدام موقع الفايسبوك:	50
8- سبل الوقاية من إدمان استخدام مواقع التواصل الإجتماعي:	51
9- الإتجاهات النظرية المفسرة لإدمان استخدام مواقع التواصل الإجتماعي:	52
ثالثا: العلاقات الإجتماعية	55

55	1- نشأة العلاقات الإجتماعية:
56	2 - أنواع العلاقات الإجتماعية:
57	3- أهمية العلاقات الإجتماعية:
59	4- العوامل المؤثرة في العلاقات الإجتماعية:
60	5- تصنيفات العلاقات الإجتماعية:
62	6- مستويات العلاقات الإجتماعية:
64	7 - الإتجاهات النظرية للعلاقات الإجتماعية:
67	خلاصة الفصل:
68	الفصل الثالث : المعالجة المنهجية للموضوع
70	تمهيد:
71	أولاً: المنهج المستخدم في الدراسة :
73	ثانياً: أدوات جمع البيانات :
74	1. الملاحظة :
75	2. الإستمارة :
76	ثالثاً: مجالات الدراسة:
76	1. المجال الزمني :
77	2. المجال المكاني :
77	3. المجال البشري:
78	رابعاً: تعريف العينة وخصائصها :

80 خلاصة الفصل:

81 الفصل الرابع: تحليل وتفسير البيانات

83 تمهيد:

84 أولاً: تحليل وتفسير النتائج :

105 ثانياً: عرض نتائج الدراسة:

110 الخاتمة:

112 قائمة المراجع

122 الملحق

84	الجدول رقم 1: يبين طبيعة العينة حسب الجنس :
85	الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن.....
86	الجدول رقم 3: يبين المستوى الدراسي الجامعي لأفراد العينة :
88	الجدول رقم 4: يبين الحالة العائلية لأفراد العينة :
89	الجدول رقم 5: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في معارف الطالب في مختلف مجالات الحياة.....
90	الجدول رقم 6: يبين مدى مساهمة تلك الوسائل (الفايسبوك) في تطوير مهارات الحوار
90	الجدول رقم 7: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تكوين علاقات اجتماعية مع أناس دون أن تربطك معهم معرفة سابقة.....
92	الجدول رقم 8: يبين مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في الحصول على معلومات حول المواضيع التي تشغل اهتمام الطالب
93	الجدول رقم 9: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في زيادة النشاطات الجماعية.....
94	الجدول رقم 10: يبين هل تعتقد ان وسائل الإعلام الجديدة سلبية.....
95	الجدول رقم 11: يبين أكثر الأمور المزعجة في الفايسبوك.....
96	الجدول رقم 12: يبين كيفية ردود أفعال الأفراد اتجاه المستخدم
97	الجدول رقم 13: يبين مدى تأثير الفايسبوك على السلوك.....
98	الجدول رقم 14: يبين مدى تأثير الفايسبوك على العلاقات مع المحيط الإجتماعي.....
99	الجدول رقم 15: يبين رأي الطلبة في مدى تأثير وسائل التواصل الجديدة على القيم الإجتماعية... ..
100	الجدول رقم 16: يبين الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك)

الجدول رقم 17: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في خلق تواصل دائم مع الآخرين ... 101

الجدول رقم 18: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في التواصل الإجتماعي 102

الجدول رقم 19: يبين مدى مساهمة مضامين وسائل الإعلام الجديدة في تكامل العلاقات الإجتماعية
103

الجدول رقم 20: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تكامل و تعزيز الرصيد العلمي للطالب
104

الجدول رقم 21: يبين مدى فعالية الفايسبوك في التواصل الإجتماعي بين الأفراد 105

الشكل رقم 1: يبين طبيعة العينة حسب الجنس 85

الشكل رقم 2: : يبين توزيع أفراد العينة حسب السن 86

الشكل رقم 3: يبين المستوى الدراسي الجامعي لأفراد العينة 87

الشكل رقم 4: يبين الحالة العائلية لأفراد العينة : 88

المقدمة

المقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة طفرة هائلة في تاريخ الإنسان في مجال الإعلام و الإتصال بدأت معالمها بظهور شبكة الأنترنت التي حولت العالم إلى قرية صغيرة , فقد بدأ يظهر مجتمع حديث و واقع جديد و هو ما يطلق عليه المجتمع الافتراضي .

و مع هذه التطورات التكنولوجية المتسارعة ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد التي حظى بإنتشار كبير على الصعيد العالمي , فلقد باتت وسائل الإعلام الجديدة تشكل واقعا متميزا مفروضا على المجتمع , حيث أصبحت قادرة على إختراق الحواجز الزمنية و المكانية , والإنخراط في المحيط المجتمعي مشكلة بذلك مجتمعا إفتراضيا , و التي حققت سبقا و تفوقا على الوسائل الإتصالية و الإعلامية التقليدية , حيث أصبحت هي النموذج السائد و المتعارف عليه في الإعلام و الإتصال .

حيث عملت وسائل الإعلام الجديدة على تناول التطورات و الأحداث العالمية و المحلية بسرعة فائقة , وقد وجدت هذه الوسائل إقبالا كبيرا في جميع فئات المجتمع , حيث سمح للأفراد بتبادل الفكار و الآراء و المعلومات و الصور مع الآخرين بأسرع وقت , و يأتي إستخدامها لأغراض و دوافع متنوعة .

و بما أن وسائل الإعلام الجديدة و خاصة الفايسبوك تعتبر متاحة لدى الكثير من الفئات , و خاصة الشباب الجامعي , فقد لعبت دورا محوريا في توجيه سلوكياتهم و إتجاهاتهم نحو بعض القضايا خاصة ما تعلق بجانب مهم في التفاعل الإجتماعي و هو العلاقات الإجتماعية و التي سنحاول من خلال هذا البحث التعرف على جوانبها المتبادلة .

و في ضوء ما تطرق إليه تأتي هذه الدراسة لرصد إدمان وسائل الإعلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية و لمعالجة هذا الموضوع تم الإعتماد على خطة منهجية علمية إنقسمت إلى جانبين : الجانب النظري و الجانب الميداني , مقسمة إلى أربعة فصول جاءت على النحو الآتي :

الفصل الأول : موضوع الدراسة الذي يحتوي على تمهيد أسباب إختيار الموضوع و أهداف و أهمية الدراسة و الإشكالية و التساؤلات , تحديد المفاهيم و الدراسات السابقة التي لها علاقة بالدراسة , و في الأخير خلاصة الفصل .

أما الفصل الثاني : كان بعنوان المعالجة السوسيولوجية للموضوع و قد تناول العناصر الاتية تمهيد وبعدها أولا الإعلام الجديد تمثل في نشأته و عوامل ظهوره و تسمياته و أنواعه و خصائصه و الأثار الإيجابية له و تأثيره السلبي , و الإعلام الجديد من الترفيه إلى التأثير و نظرياته , أما ثانيا يتمثل في موقع الفايسبوك

كـنـمـوـذـجـ لـلـإـعـلـامـ الجـديـدـ يـحـتـوىـ عـلىـ عـدـةـ عـنـاصـرـ مـنـهاـ النـشـأةـ وـ الخـصـائـصـ لـهـذاـ المـوقـعـ , وـ الخـدـمـاتـ الـتيـ يـوفـرـهاـ , وـ كـذـلـكـ أـسـبـابـ الإـقـبـالـ الشـديـدـ عـلـيـهـ , وـ أـسـبـابـ إـسـتـخـدـامـهـ وـ سـلـبـيـاتـهـ وـ إـيـجـابـيـاتـهـ , كـمـاـ تـطـرـقـناـ إـلىـ أـعـراضـ إـدـمـانـ إـسـتـخـدـامـهـ وـ سـبـلـ الـوقـايـةـ مـنـهـ وـ الإـتـجـاهـاتـ النـظـريـةـ المـفـسـرهـ .

أـمـاـ ثـالـثـاـ تـمـثـلـ فـيـ العـلـاقـاتـ الإـجـتـمـاعـيـةـ يـحـتـوىـ عـلىـ عـدـةـ عـنـاوـينـ مـنـهاـ نـشـأةـ وـ أنـواعـ العـلـاقـاتـ الإـجـتـمـاعـيـةـ وـ تـصـنـيـفـاتـهاـ وـ مـسـتـوـايـاتـهاـ وأـهـمـيـتـهاـ وـ العـوـامـلـ المـؤـثـرةـ فـيـ تـلكـ العـلـاقـاتـ وـ أخـيـراـ الإـتـجـاهـاتـ النـظـريـةـ لـلـعـلـاقـاتـ الإـجـتـمـاعـيـةـ مـعـ خـلاـصـةـ الفـصـلـ .

أـمـاـ الفـصـلـ الثـالـثـ : كـانـ بـعـنـوانـ المـعـالـجـةـ المـنـهـجـيـةـ لـلـمـوضـوعـ , وـ قـدـ تـناـولـناـ فـيـهـ العـنـاصـرـ الآتـيـةـ : تـمـهـيـدـ المـنـهـجـ المـسـتـخـدـمـ فـيـ الـدـراسـةـ وـ أخـيـراـ أـدـواتـ جـمـعـ البـيـانـاتـ مـعـ تـحـديـدـ مـجـالـاتـ الـدـراسـةـ وـ أخـيـراـ العـيـنـةـ وـ خـصـائـصـهاـ وـ أخـيـراـ خـلاـصـةـ الفـصـلـ .

أـمـاـ الفـصـلـ الرـابـعـ : كـانـ بـعـنـوانـ تـحـلـيـلـ وـ تـفـسـيـرـ البـيـانـاتـ تـمـثـلـ فـيـ العـنـاصـرـ التـالـيـةـ : تـمـهـيـدـ , تـحـلـيـلـ البـيـانـاتـ وـ تـفـسـيـرـهاـ , مـعـ التـطـرـقـ إـلىـ عـرضـ النـتـائـجـ العـامـةـ وـ أخـيـراـ التـوصـلـ إـلىـ خـاتـمـةـ , مـعـ ذـكـرـ قـائـمـةـ المـصـادرـ وـ المـراجـعـ وـ المـلـاحـقـ .

الفصل الأول: موضوع الدراسة

الفصل الأول: موضوع الدراسة

تمهيد

أولاً: أسباب إختيار الموضوع

ثانياً: أهداف الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: الإشكالية والتساؤلات

خامساً: تحديد المفاهيم

سادساً: الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

تمهيد:

-يعتمد البحث العلمي على مجموعة من المحددات التي تسمح للباحث بالإنطلاق بطريقة صحيحة، ومن بين العناصر المساهمة في ذلك نذكر التحديد الدقيق لمبررات إختيار الموضوع إضافة إلى توضيح الهدف من البحث وأهميته ناهيك عن الضبط المفاهيمي وغيرها وهو الأمر الذي إعتدنا عليه في هذا الفصل.

أولاً: أسباب إختيار الموضوع:

-تعود أسباب إختيارنا لموضوع الدراسة إلى مجموعة من الأسباب الذاتية وأخرى موضوعية و التي دفعتنا للخوض في هذا الموضوع و من الأسباب التي دفعتنا لدراسة و بحث هذا الموضوع هي ما يلي:

1. أسباب ذاتية:

- الميل الشخصي من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى دراسة هذا الموضوع.
- محاولة التعرف على إدمان موقع الفايسبوك و تأثيره على العلاقات الاجتماعية.
- الإهتمام المتزايد للشباب بموقع الفايسبوك و الإدمان عليه.

2. أسباب موضوعية:

- الإهتمام الكبير التي تحظى به وسائل الإعلام الجديدة في السنوات الأخيرة نظرا لإنتشارها الواسع و تميزها بالتفاعلية و التجديد.
- إنتشار إستخدام وسائل الإعلام الجديدة بشكل كبير خاصة موقع الفايسبوك.
- الدور الفعال الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة و خاصة الفايسبوك في عملية التسويق.
- معرفة أثر موقع الفايسبوك على العلاقات الإجتماعية.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراسة موضوعنا في كونها تتناول أحدث وسائل الإعلام الجديدة في مجال الإتصال و هي إدمان موقع الفايسبوك و تأثيره على العلاقات الإجتماعية، و تبرز الأهمية البالغة للموضوع كونها تلفت الإنتباه للعديد من الخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة و الآثار الإيجابية و السلبية المترتبة عن إستخدامها و بالتالي تقديم مقترحات من شأنها أن تساهم في التعرف على إيجابيات الفايسبوك و أهميته من جهة و الكشف عن سلبيات هذا الموقع و كيفية إدمانه و آثاره على العلاقات الإجتماعية من جهة أخرى.

ثالثا: اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على العلاقات الإجتماعية، حيث يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه و تتعدد معطياته و تهدف هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف منها:

- تسليط الضوء على مساهمة الإعلام الجديد (الفايسبوك) في علاقات التعاون.
- معرفة مدى مساهمة الإعلام الجديد (الفايسبوك) في علاقات الصراع.
- كشف الغطاء عن دور الإعلام الجديد (الفايسبوك) في علاقات التكامل.

رابعا: الإشكالية :

تعتبر التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الإتصال الجديدة أهم النقلاات النوعية في مجال الإعلام و الإتصال و التي أتاحت لمستخدميها تنوعا معلوماتيا و تواصليا غير مسبوق , و أتاحت ترابطا كبيرا بين أفرادها، و جعلت العديد من أرجاء العالم يستطيعون الإطلاع على كم هائل من المعلومات المتنوعة في وقت قياسي و كذا القيام بتحديثها و تبادلها، و مع التطورات التكنولوجية المتسارعة ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد فقد ظهر هذا الأخير بعد التطورات التي شهدها العالم في المجالات الإعلامية و السياسية و الإقتصادية و الثقافية، و يعتبر الإعلام الجديد وسيلة لنشر العلم و تعميم المعرفة و تثبيت القيم السلوكيات و العادات و الممارسات، و تحقيق الرفاهية على مستوى التواصل الثقافي و الحضاري والإجتماعي بين الأفراد و الشعوب، و يتمثل محور دراستنا حول إدمان وسائل الإعلام الجديدة من بين أهم وسائل الإتصال التي تؤثر على الأفراد و الجماعات و ذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى و هذا في ظل التنامي المتسارع لتكنولوجيا الحديثة للإعلام و الإتصال، و من أهم هذه الوسائل الإتصالية الحديثة التي قادت بدورها هذا التحول الإعلامي و بلورت هذه الثورة الإعلامية، شبكة الأنترنت العالمية و من بينها الفاييسبوك فهو ليس مجرد وسيلة للترفيه بل أصبح وسيلة إجتماعية سياسية تعمل على لم الشمل و التعبير عن الآراء و المواقف التي لا يستطيع التعبير عنها صراحة في الواقع الحقيقي للمجتمع، فأصبح الواقع الافتراضي هو الملاذ الوحيد خاصة و أن افراده يستخدمون تطبيقات الأنترنت بصفة عامة الفاييسبوك بصفة خاصة، فقد تبرز أهمية شبكات التواصل الإجتماعي سياسيا في حياة الشباب من خلال طبيعتها و مادتها المتنوعة التي تبنى أساسا على الحياة الافتراضية، هذه الأخيرة تقوم على التفاعل و التواصل مع مجموعة من الأفراد يشتركون بصفات مشتركة، و من خلال معايشتنا لواقع هذه المواقع من بينها الفاييسبوك

المعني بالدراسة و البحث ويدا لنا أن أقرب مفهوم يرتبط به هو مفهوم العلاقات الإجتماعية حيث تعتبر هذه الأخيرة مجموعة من الروابط المتبادلة و الأثار التي تنشأ إستجابة لنشاط أو سلوك أو موقف، فالواقع الإجتماعي أكد أن العلاقات قد تكون بين فرد و فرد أو جماعة مع جماعة أخرى، و هذا ما جعلنا نقوم بدراسة هذه الظاهرة وهي إدمان وسائل العلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الاجتماعية، فالإفراط في إستخدام موقع الفايسبوك أصبح يهدد العلاقات الاجتماعية و الاسرية أيضا، من خلال الابتعاد عن المشاركة الفاعلة في المجتمع، الذي يساهم في عزل الأفراد إجتماعيا و تفكيك العلاقات بينهم، لأن هذا الموقع أصبح البديل الأمثل لأنشطة الماضي التقليدية و حالة التفاعل بين المجتمعات اليوم و الذي يسيطر على نظام الإتصال بدرجة لافتة النظر، فإن أول ما يبادر أذهاننا هو إدمان موقع فايسبوك و كيفية تأثيره على شكل العلاقات الاجتماعية، فينتج عن هذا الإدمان تقصيرا و تهديدا لتلك العلاقات بالإضافة إلى بعض الأثار الجسدية و أخرى نفسية و عقلية، لكن هذا لا يمنع من وجود بعض الإيجابيات لهذا الموقع التي تتمثل في سهولة التعبير عن الآراء و الإتجاهات، كذلك السرعة في الحصول على إستخراج المعلومات، و تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، و من خلال دراستنا لهذا الموضوع سنرى مدى مساهمة إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفيسبوك) في تنامي العلاقات الاجتماعية من بينها التعاون و الصراع و التكامل بين أفراد المجتمعات .

و بناء على ما سبق، يتضح لنا بأن هذه الدراسة تسعى للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يؤثر إدمان وسائل الإعلام الجديدة على العلاقات الاجتماعية ؟

-كما نطرح الأسئلة الفرعية التالية المتفرعة من السؤال المركزي :

- هل تساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي التعاون ؟
- هل تساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات الصراع ؟
- هل تساهم إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التكامل ؟

خامسا: تحديد المفاهيم:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم ضرورية في أي بحث علمي، ويرجع ذلك إلى تعدد المفاهيم في البحوث الاجتماعية والإعلامية تبعا لتلك المجتمعات وخصائصها، وبذلك اختلفت المفاهيم من باحث إلى آخر.

- و يعرفه المفهوم لبيب على أنه تجريد للعناصر المشتركة بين عدة مواقف أو حقائق، و عادة يعطى هذا التجريد اسما أو عنوانا، و يوضح أن المفهوم ليس هو الكلمة أو الرمز في حد ذاته بل هو ما تضمنته الكلمة أو الرمز¹.

-وسنتطرق في دراستنا الى المفاهيم التالية: الإدمان، وسائل الإعلام الجديدة، موقع الفايبيوك، العلاقات الاجتماعية، التعاون، الصراع، التكامل.

1. مفهوم الإدمان:

أ. المفهوم اللغوي:

كلمة إدمان مشتقة في اللغة العربية من الفعل أدمن، يدمن، أدمن، إدماناً، يقال أدمن الشيء بمعنى أدامه و الإستمرارية أو الملازمة من غير إنقطاع².

يعرف أيضا على أنه: المداومة على الشيء أو الإعتماد عليه.

يعرف الإدمان لغة أيضا: المداومة و الاعتياد، و هو مصدر من الفعل أدمن، يقال: أدمن الشيء أي تعود عليه حتى صار من عادته.³

ب. المفهوم الإصطلاحي:

هو التعاطي المتكرر لمادة نفسية أو لمواد نفسية، لدرجة أن المدمن يكشف عن إنشغال شديد بالتعاطي، كما يكشف عن عجز أو رفض للإنقطاع، أو لتعديل تعاطيه و كثيرا ما تظهر عليه أعراض الإنسحاب إذا ما انقطع عن التعاطي ، وتصبح حياة المدمن تحت سيطرة التعاطي إلى درجة تصل إلى إستبعاد أي نشاط آخر.⁴

- عرفته منظمة الصحة العالمية على أنه:

¹ رشدي لبيب: نمو المفاهيم العلمية، ط1 ، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1982 ، ص 51.

² بن هادية على و البليشي و آخرون: القاموس الجديد للطلاب، ط7 ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1995 ، ص 9.

³ خالد محمد، شعبان: ظاهرة إدمان المخدرات الصوتية الرقمية بين الفقه الإسلامي و أهل الخبرة، كلية الدراسات الإسلامية و العربية للبنين بدسوق، جامعة الأزهر، ص 9.

⁴ مصطفى، سويف: المخدرات و المجتمع نظرة تكاملية، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، العدد 205، الكويت، 1996، ص 13.

حالة نفسية و أحيانا عضوية، تنتج عن تفاعل الكائن الحي مع العقار أو المادة. و من خصائصها إستجابات و أنماط سلوك مختلفة، تشمل دائما الرغبة الملحة على التعاطي أو الممارسة بصورة متصلة أو دورية للشعور بآثاره النفسية أو لتجنب الآثار المزعجة التي تنتج عن عدم توفره.

يعرف الإدمان في موسوعة علم النفس و التحليل النفسي على أنه:

المداومة على عادة التعاطي مواد معينة أو القيام بنشاط معين لمدة طويلة، بقصد الدخول في حالة من النشوة و إستبعاد الحزن و الإكتئاب.¹

يعرف الإدمان أيضا: هو الخضوع و الحاجة المستمرة إلى المواد المخدرة، بحيث لا يمكن الإستغناء عنها و يجعل الشخص يتعاطى المخدرات بصورة مستمرة بلا انقطاع و لا تحكّم حتى يصل إلى مرحلة التي يصبح فيها الفرد غير قادر على التخلص من هذه المادة المخدرة.²

ج. المفهوم الإجرائي:

_ هو الرغبة في تعاطي المادة المخدرة أو أي سلوك أو نشاط معين مع الميل و الإستمرار لمدة طويلة في ممارسة ذلك النشاط حتى يصبح مدمن عليه و يصعب عليه الإبتعاد عنه.

_ هو كذلك: المداومة على عادة التعاطي أو القيام بنشاط معين مع التكرار المستمر دون إنقطاع، مع شعور المتعاطي بالنشوة و المتعة و إستبعاده للحزن و الإكتئاب.

2. وسائل الإعلام الجديدة:

قبل الإشارة إلى مفهوم وسائل الإعلام الجديدة لابد أولا التطرق إلى مفهوم الإعلام الجديد.

أ. المفهوم اللغوي للإعلام:

¹ حمودة، سليمة: الإدمان على الأنترنت: اضطراب العصر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ديسمبر 2015، ص ص ، 214 ، 215.

² سعيد، زيوش: تأثير المخدرات على العلاقات الإجتماعية عند المراهق، دراسة ميدانية بمركز علاج المدمنين أبو بكر بلقايد بولاية البويرة، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف، ص 4.

مصدر الفعل الرباعي أعلم، و يقال أعلم يُعَلِّمُ ، إعلاماً ، و أعلمته بالأمر: أبلغته إياه و أطلعتة عليه.¹
من الفعل أعلم أو علم بالشيء أي شعر به و يقال استعلم لي خبر فلان و أعلمناه و علم الأمر و تعلمه أي إتقائه و يقال علمت الشيء بمعنى عرفته و خبرته.²

ب. المفهوم الإصطلاحي:

هو تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي المعلومات جديدة بالنشر و النقل.

هو أيضا: نشر للحقائق و الأخبار و الأفكار و الآراء بوسائل الإعلام المختلفة.

يعرف الإعلام أيضا: هو عملية نشر المعلومات و إيصالها إلى الجماهير سواء أكانوا مستمعين أو مشاهدين أو قراء ، و يقوم الإعلام على الإتصال الذي يحدث عبر وسائل و كفاءات عدة مثل الإذاعة، التلفزيون، الصحافة.³

هو كذلك تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار و المعلومات الدقيقة التي تتركز على الصدق و المصلحة و مخاطبة عقول الجماهير و عواطفهم السامية، و يقوم الإعلام على التنوير و التثقيف مستخدما أسلوب الشرح و التفسير و الجدل المنطقي.⁴

¹ مجد الدين، ابن المنظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1988 ، ص 23.

² شيماء، بلونيس: دور وسائل الإعلام و الإتصال الجديدة في التغيير السياسي، مذكرة لنيل شهادة ماستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014 ، 2015 ، ص 8.

³ زهية يعيشي، فاطيمة هداجي: دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الإتصال، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، شعبة إعلام و إتصال، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020 ، 2021 ، ص 24.

⁴ قويدر، مريم: مطبوعة بيداغوجية في مقياس تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، كلية علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3 ، 2023، 2024 ، ص 39.

3. مفهوم الإعلام الجديد:

أ. المفهوم الإصطلاحي

هو أحد الأساليب الحديثة التي تخدم الإتصال و تستخدم الوسائل الرقمية لتسجيل و حفظ و تخزين المعلومات ، و هو بمثابة مساحة حرة للتعبير في مختلف القضايا.¹

هو مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج و نشر و إستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله عبر الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت.

يعرف الإعلام الجديد كذلك بأنه: جميع أشكال الإعلام الرقمي، الذي يقدم في قالب رقمي و تفاعلي و يعتمد على اندماج النص و الصورة و الفيديو و الصوت، فضلا عن إستخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من أجل عملية الإنتاج و العرض، و أن التفاعلية هي جزء منه و هي أيضا ما يميزه و من أهم سماته.²

كما يعرف بأنه: مصطلح يضم تقنيات الإتصال و المعلومات الرقمية كافة، التي جعلت من الممكن إنتاج و نشر و إستهلاك و تبادل المعلومات التي نريدها في الوقت و بالشكل الذي نريده عبر الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت و التفاعل مع المستخدمين الآخرين أينما كانوا.³

كذلك عرف بأنه : إعلام متعدد الأشكال "مسموعاً و مرئياً و مقروءاً"، و الوسائط و النماذج "يوتيوب، صحافة إلكترونية"، يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت بميزاتها المتعددة و على تحويل وسائل الإعلام التقليدي إلى وسائل إلكترونية مع تميزه على الإعلام التقليدي بخصائص كالحرية الواسعة و التفاعل و التنوع و الشمول.⁴

¹ زهية يعيشي، فاطيمة هداجي: دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية، مرجع سابق، ص 26.
² زاوي سهى، عيايشية دنيا: المساهمة الإعلامية في تطوير التسويق السياحي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2021، 2022، ص 29.
³ سعود صالح، كاتب: الإعلام الجديد و قضايا المجتمع، التحديات و الفرص، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة، 13-15 ديسمبر 2011، ص 73.
⁴ علي خليل، شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 74.

ب. المفهوم الإجرائي للإعلام الجديد:

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص تعريفا إجرائيا مفاده أن:

الإعلام الجديد هو مجموعة من الأساليب و التقنيات و الأنشطة الرقمية، الذي يعتمد على النشر الإلكتروني ، من خلال النشر و التفاعل و تبادل المعلومات عبر الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت.

4. مفهوم وسائل الإتصال الحديثة:**أ. المفهوم الإصطلاحي**

هي الوسائل التي تقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنت و الهاتف النقال. و تعرف أيضا على أنها تلك الطرق الجديدة في الإعلام و الإتصال في البيئة الرقمية التي تسمح لمجموعة من الناس بإمكانية الإنتقاء و التجمع على الأنترنت، و تبادل المعلومات، و ظهرت وسائل الإعلام الجديدة أو الحديثة كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل : الأفلام و الصور و الموسيقى و الكلمة المنمقة و المطبوعة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر و تكنولوجيا الإتصالات، و تطبيقات الثورة العلمية التي شهدها المجال و الإعلام حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الإتصال في التغلب على الحيز الجغرافي و الحدود السياسية و التي أحدثت تغير بنيوي في نوعية الكم و الكيف في وسائل الإعلام. و هي أيضا وسائل الإعلام الرقمية و الشبكية و التفاعلية، و ذلك لتغريقتها عن وسائل الإعلام التقليدية "المطبوعة و المسموعة و المرئية"¹.

ب. المفهوم الإجرائي:

وسائل الإعلام الحديثة (الرقمية) تعتمد في محتواها على الشبكة العنكبوتية و التطور في التقنيات و هي متغيرة بإستمرار، مع التحديثات التي تطرأ على التكنولوجيا و تشمل هذه الوسائط الأنترنت و الفيديوهات و الأصوات التي يتم نقلها إلى الشبكة.

¹ مسعودي محفوظ و طلباوي عبد القادر: أثر وسائل الإعلام في تفعيل الاتصال السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد دراية أدرار، 2019-2020، ص 09.

5. مفهوم موقع الفيسبوك:

أ. المفهوم الإصطلاحي

هو عبارة عن شبكة إجتماعية ضخمة، تأسس في فبراير 2004 على يد مارك زوكربيرغ، حيث تتيح الشبكة لمستخدميها الإنضمام إليها و إنشاء الصفحات و تساعدهم في التعرف إلى أصدقاء و أشخاص جدد و متابعة أخبارهم.¹

هو عبارة أيضا عن موقع إجتماعي يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً و معلومات أفراد في مجموعة معينة، و في موقع ثورة الويب، و هو موقع يجمعك بأصدقائك و يتيح لك قراءة ما كتبوا و مشاهدة الصور التي وضعها أصدقائك و كذلك يتيح لهم قراءة ما تكتب و مشاهدة الصور التي ترفع إلى صفحتك في الفيسبوك.² يعرف موقع الفيسبوك أيضا: هو إحدى وسائل الإتصال الإجتماعية الحديثة، التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم و أماكنهم و أوقاتهم و أعمالهم.³

ب. التعريف الإجرائي:

موقع الفيسبوك موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، يهدف إلى تكوين علاقات بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم، كما يتيح للمستخدمين تبادل المعلومات و الصور و الفيديوهات و الأفكار و الملفات و وضع تعليقات على المنشورات المعرفة و القائمة طويلة من الإمكانيات الأخرى.

6. العلاقات الإجتماعية:

قبل الإشارة إلى مفهوم العلاقات الإجتماعية لابد أولاً التطرق إلى مفهوم العلاقات:

¹ القندلجي، عامر إبراهيم: الإعلام و المعلومات و الأنترنت، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2013، ص 10.

² جبار فوزية، ميثان نورة: وسائل التواصل الإجتماعي و دورها في العملية الإشهارية الفيسبوك نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، تخصص علم إجتماع إتصال، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021-2022، ص 42.

³ بن عبو وليد: شبكات التواصل الإجتماعية الرقمية نظرة في الاستخدامات "دراسة تحليلية لموقع الفيسبوك"، مجلة الخطاب و التواصل، تخصص دراسات في الإعلام الجديد، جامعة وهران، جويلية 2018، ص 42.

أ. المفهوم اللغوي للعلاقات:

يشير معجم اللغة العربية إلى أن العلاقة جمعها علاقات و علائق و يقابلها في اللغتين الفرنسية و الإنجليزية مصطلح¹ relation.

ب. المفهوم الإصطلاحي:

يعرفها مصطفى الخشاب: العلاقات هي الروابط و الآثار المتبادلة التي تنشأ إستجابة لنشاط أو سلوك مقابل الإستجابة شرط أساسي لتكون علاقة إجتماعية و في الواقع الإجتماعي قد تكون العلاقات بين فرد و فرد أو بين فرد و المجموع، و قد تكون هناك علاقة متبادلة بين الظواهر و النظم.²

ج. مفهوم العلاقات الإجتماعية:

تعرف العلاقات الإجتماعية بأنها: حلقة أو رباط بين الأفراد و الجماعات، و تشمل الروابط العائلية و العلاقات في كل المنظمات الإجتماعية الأخرى، و هذه العلاقات الإجتماعية بين الأفراد تكون جزءا أساسيا من البناء الإجتماعي.

و تعرف أيضا العلاقات الإجتماعية بأنها الروابط و الآثار المتبادلة بين الأفراد و المجتمع، و هي تنشأ من طبيعة اجتماعهم و تبادل مشاعرهم و إحتكاكهم ببعضهم البعض و من تفاعلهم في المجتمع، و تعتبر العلاقات الإجتماعية التي تنشأ بين الأفراد في مجتمع ما نتيجة تفاعلهم مع بعضهم البعض من أهم ضروريات الحياة، و لا يمكن تصور أية هيئة أو مؤسسة أن تسير في طريقها بنجاح ما لم تسعى جاهدة في تنظيم علاقات إجتماعية.

يشير مصطلح العلاقات الإجتماعية إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهم في إهتمامه سلوك الآخر، بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس، و على هذا تشمل العلاقات الإجتماعية إمكانية تجديد سلوك الأفراد بطرق خاصة و تعد خاصية عامة للعلاقات الإجتماعية.³

¹ ورناني فوزية: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع، بعنوان: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الإلج لدى الشباب الجامعي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2019-2020، ص 9.

² نفس المرجع، ص 9.

³ نبيل عبد الهادي: تشكيل السلوك الإجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2016، ص 159.

و يعرفها أحمد زكي بدوي: بأنها أية صلة بين فردين أو جماعتين أو أكثر، أو بين فرد و جماعة، و قد تقوم هذه الصلة على التعاون أو عدم التعاون، و قد تكون مباشرة أو غير مباشرة و قد تكون فورية أو آجلة كما تتطوي العلاقات الإجتماعية على خلق جو من الثقة و الإحترام المتبادل و التعاون بين أصحاب العمل، كما تهدف لرفع الروح المعنوية للعاملين و زيادة الإنتاج و هذه العلاقات هي الأساس الأول لجميع العمليات الإجتماعية.¹

و يعرفها زينانيكي: على أنها نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء كان فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو إهتمام معين أو قيمة معينة، تشكل قاعدة لتفاعلهم، إلى جانب أنها نسق معين من الواجبات و المسؤوليات أو وظيفة مقننة للطرفين بحيث يكون كل طرف ملزم بأدائه نحو الطرف الآخر.

أما ماكس فيبر فيعرفها بأنها مصطلح إجتماعي يستخدم غالبا لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين و أيضا كل منهما في إعتبره سلوك الآخر، بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس.

وتعرف أيضا العلاقات الإجتماعية على أنها هي في الأصل علاقات تتميز بطابع إنساني، رغم أن هناك ما يؤخذ على هذا الإتجاه، لأن بعض العمليات الإجتماعية تحقق المصلحة العامة للجماعات، بل تعمل بالدرجة الأولى على تحقيق المصلحة الفردية، و رغم ذلك يبقى الطابع الإنساني الرشيد هو الأساس في هذه العلاقات.²

د. المفهوم الإجرائي:

- من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن العلاقات الإجتماعية عبارة عن الروابط المتبادلة بين أفراد المجتمع و جماعاته، التي تنشأ عن إتصال بعضهم ببعض و تبادل مشاعرهم.

¹ أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية ، د.ط ، مكتبة لبنان ، بيروت ، لبنان، 1993 ، ص 262.

² شاكر مصطفى سليم: قاموس الأنثروبولوجيا إنكليزي_عربي ، ط1 ، جامعة الكويت، 1981 ، ص 901.

7. مفهوم التعاون:

أ. المفهوم اللغوي:

التعاون في اللغة من العون، و العون هو الظهير على الأمر، و يجمع على أعوان.¹

التعاون في اللغة أيضا: مشتق من العون، و عاون فلان على أمر أي ساعده، و يقال العون: الظهير على الأمر الواحد و الاثنين و الجمع و المؤنث سواء و تعاونوا: أعان بعضهم بعضا، و المعونة الإعانة، و رجل معاون: حسن المعونة: كثير المعاونة للناس، و يقال فلان عوني أي معين لي و قد أعنته و عاونته و ساعدته، و العوين إسم للجمع، و استعنته فأعانني و تعاون الأعوان ساعد بعضهم بعضا و عاونه معاونه و عونا.

ب. المفهوم الإصطلاحي:

التعاون في الإصطلاح معناه التضافر المشترك بين شخصين أو أكثر لتحقيق نفع مشترك أو خدمة مشتركة على وجه العموم.²

يعرف التعاون أيضا: أنه تفاعل مشترك بين عدد أو مجموعة من الطلاب للوصول إلى هدف محدد وضع لهم مسبقا، حيث يشترك تلك الطلاب في العمل لتحقيق هذا الهدف.³

¹ الهادي،مصطفى البكري الطيب الشيخ: التعاون مشروعيته وضوابطه وتطبيقاته في المعاملات المالية،المجلة العربية للدراسات الإسلامية والشريعة، المجلد الخامس، العدد 16،جامعة افريقيا العالمية، السودان، يوليو 2021،ص85.

² بابا حنيني محمد فؤاد: التنظيم غير الرسمي و تحقيق التعاون داخل المؤسسة، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علم الإجتماع و ديموغرافيا، تخصص علم الإجتماع تنظيم و عمل ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2013،2014، ص 9.

³ حاج قويدر الشيخ: دور حصة التربية البدنية في تعزيز مهارتي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، قسم النشاط البدني الرياضي التربوي، تخصص نشاط بدني رياضي مدرسي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2018،2019، ص 10.

ج. المفهوم الإجرائي:

التعاون عبارة عن وسيلة لتبادل المساعدة و العون بين الأفراد و الجماعات للوصول إلى تحقيق هدف أو أهداف أو تحقيق مصالح مشتركة.

و هو أيضا مشاركة العمل بين طرفين أو مؤسسات بهدف إنجاز مهمة أو تحقيق غرض ما.

8. مفهوم الصراع:

أ. المفهوم اللغوي:

الصراع يعني النزاع و الخصام و الخلاف و الشقاق كما يقصد به التعارض بين موقفين، أي قيام مصلحة في جانب تضر بمصلحة الجانب الآخر و تمنع نشوؤها.¹

جاء في معجم لسان العرب "لابن منظور": أن لفظة صراع من: الجذر صرّع و الصرّيع، الطريح بالأرض، و خصمه في التعذيب بالإنسان، فصارعه يُصارعه صريعاً.²

ب. المفهوم الإصطلاحي:

يعرف الصراع بأنه: خلاف بين الأفراد أو الجماعات في المنظمة، و حدوث تصرفات مناوئة بين إتجاهين أو أكثر داخل المنظمة، نتيجة وقوف جهة سواء كانت فرد أو جماعة، في وجه تجسيد أهداف (مادية أو معنوية) و مصالح جهات أخرى.

يعرف الصراع أيضا: عبارة عن عملية تفاعلية تظهر عند الاختلاف و التنافر أو عدم الإنفاق بين الأفراد أو الجماعات، أو عند تدخل أحد الأطراف في أنشطة الطرف الآخر و منعه من تحقيق أهدافه، أو عند جود حق إداري لأحد الطرفين بتفضيل سلوك أحدهم على الآخر في أثناء قيامهم بنشاط مشترك، أو عندما تكون إتجاهات أو قيم أو معتقدات أو مهارات الطرفين متباينة.

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العمل، دار الكتاب المصري، القاهرة ، 1987 ، ص 3.

² ابن منظور: لسان العرب، ط1 ، دار صادر للنشر و التوزيع، بيروت، لبنان ، ج1 ، 2005 ، ص 7.

يعرف أيضا على أنه: هو ظاهرة سلوكية إنسانية تأتي نتيجة لبعض العلاقات التي تسود الجماعات في العمل، و ينتج الصراع كصدى لإختلاف وجهات النظر أو صراع الأدوار و الحاجات أو البحث عن السلطة أو السيطرة أو الكسب المادي أو المعنوي.¹

ج. المفهوم الإجرائي:

من خلال التعاريف السابقة يمكن إستخلاص تعريفا إجرائيا مفاده أن:

الصراع هو تلك النزاعات و الخلافات بين أفراد المجتمع الواحد، أو بين مجتمع و مجتمع آخر، يسعى كل طرف منه إلى إثبات وجود على حساب الطرف الآخر و إن كان قد سبب له الأذى.

9. التكامل:

أ. المفهوم اللغوي:

يعني الكمال التمام و قيل التمام الذي تجزأ منه أجزائه."

ب. المفهوم الاصطلاحي:

تعددت التعاريف حول مفهوم مصطلح التكامل، و إختلفت فمنها من نظر إلى التكامل على أنه: عملية تحدث في الفرد المتعلم، و هي عملية تركز على ما يتعلمه الشخص يصبح جزء من شخصيته، يدخل في كيان ما لديه من فهم و قدرات و اتجاهات، و تغدو مجتمعه عوامل حيوية تحدث تغيرات فيه.²

. و من التعاريف كذلك من يرى: أن التكامل هو ترابط المعلومات و تماسكها، و علاج ظاهرة التفتت و التجزئة التي إعترتها في ظل مناهج المادة الدراسية لكي تقدم هذه المواد بصورة مترابطة للمتعلم،³ و هذا

¹ سليمة داسة ، نزيهة هيام دهان: بنية الصراع في رواية "يعقوب و أبناؤه"، مذكرة ماستر، كلية الآداب و اللغات، قسم

الآداب و اللغة العربية، تخصص نقد حديث و معاصر، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2019،2020، ص ص 9 ، 10

² مومني آسيا: فاعلية مدخل التكامل في تنمية مهارة التعبير الكتابي لدى تلاميذ السنة الرابعة متوسط ، مذكرة لنيل شهادة

الماستر، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2014،2013، ص 11.

³ الدمرداش سرحان: المناهج المعاصرة، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1 ، 1971 ، ص 184.

التعريف جاء في ظل مجموعة من المفاهيم التي نظرت للتكامل من جهة المواد الدراسية، و المعلومات المقدمة للمتعلم.¹

ج. التعريف الإجرائي:

التكامل عبارة عن عملية تقارب مرحلية و يتميز التكامل بكونه يهدف إلى بناء أجهزة و مؤسسات دائمة كما أنه يقوم على خلق شخصية قانونية و يتميز بوجود أهداف مشتركة.

سادسا: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أحد أهم الأجزاء التي يحتويها البحث العلمي، إذ لا يمكن للبحث العلمي أن يكون بحثا علميا صحيحا متكاملًا إن لم يحتوي على جزء الدراسات السابقة، و يعود هذا إلى مدى أهمية جزء الدراسات السابقة كمكون رئيسي هام من مكونات البحث، إن كتابة بحث جيد يضيف على الدراسات السابقة النتائج التي وصل بها الباحث العلمي عند الإنتهاء من كتابة بحث يتناول موضوع معين، إذ يصبح البحث العلمي المنتج بمثابة مرجع جديد للدراسات و الأبحاث القادمة، و المقصود بالدراسات السابقة هي تلك المجموعة البحثية السابقة بدراسة الموضوع الذي يتناوله الباحث العلمي في بحثه و مناقشتها، إذ يعتمد الباحث العلمي على هذه الدراسات، و ذلك من أجل تحليل محتواها و دراستها على نحو مطلوب و بالتالي تحديد أوجه المقارنة بين الدراسات السابقة و البحث العلمي الذي يتناوله الباحث، و إذا كان ذكر الدراسات السابقة مهما، فالأهم أن لا يقلل الباحث من شأن الأبحاث التي سبقته، فالهدف من عرض الباحث دراسة من سبقه افادته منه، و بيان الحاجة لمزيد من الدراسات في الموضوع، فيكون هذا العرض مسوغ للكتابة في مرة ثانية.²

الدراسات الجزئية:

1. الدراسة الأولى: هي مذكرة من إعداد الطالبتين كافي روميصة و معمري قتادة بعنوان "إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الجامعيين" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع الطلبة

¹ الوكيل أحمد حلمي: أسس بناء المناهج و تكاملها، مطبعة حسان ، القاهرة ، د.ط ، 1986 ، ص 491.
² الترتوري حسين مطاوع: البحث العلمي- خطته و أصالته و نتائجه ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات، العدد 20 ، حزيران ، 2010 ، ص 94.

الجامعيين في الإشتراك في مواقع التواصل الإجتماعي و التعرف على طبيعة العلاقات الإجتماعية عبر هذه المواقع و الكشف عن الآثار الإيجابية و السلبية الناتجة عن إستخدام تلك المواقع من أجل تحقيق هذه الأهداف، إعتمدت الدراسة على المنهج المسحي و إستخدمت أداة الإستبيان حيث تم تطبيق البحث في جامعة مرياح على عينة مكونة من 90 طالب و طالبة تم إختيارهم بطريقة عرضية.

و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

ان مواقع التواصل الإجتماعي لقيت قبول و تجاوب الكثير من الشباب لا سيما أنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع إفتراضي يقوم من خلاله بناء علاقات إفتراضية و تعتبر المواقع الإجتماعية لا سيما تويتر من أهم مواقع الشبكات الإجتماعية و التي تتلخص فكرته في إمكانية إلتقاء الأصدقاء و تبادل المعلومات.¹

- التعقيب على الدراسة:

تحدثت هذه الدراسة على الأسباب التي تدفع الطلبة للإشتراك في هذه المواقع، و كيف لقيت قبول من طرف الكثير من الطلبة حيث إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي في حين فقدت الدراسة إبراز الدوافع التي تجعل الطلبة يستخدمون هذه المواقع.

2. الدراسة الثانية: عبد الرحمان سولمية تحت عنوان "اشكال الوسائط التكنولوجية الحديثة و إنعكاساتها على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب، دراسة ميدانية على شباب ولاية باتنة.

تمحور إشكال الدراسة حول تأثير تكنولوجيا الاتصال و المعلومات على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب فكان طرح التساؤل التالي:

ما مدى إستخدام الشباب لتكنولوجيا الاتصال الحديثة و ما تأثيرها على العلاقات الإجتماعية لديهم؟

- تتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية كالتالي:

¹ كافي روميصة و معمري قتادة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستير بعنوان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، 2014/2015، ص 17

- ما هي عادات و أنماط تكنولوجيا الاتصال الأكثر إستخداما لدى الشباب؟
- ما هي إنعكاسات هذه الوسائط على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب؟
- إعتد في الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يقوم بوصف ظاهرة للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة و إستخلاص النتائج و تعميمها، و من ثم إختيار هذا المنهج لدراسة ظاهرة إستخدام الشباب لتكنولوجيا الاتصال لإستخلاص أهم الأسباب و الدوافع و إنعكاساتها، أما العينة فقد إعتد على العينة الحصية تمثلت في 400 شاب من شباب ولاية باتنة.
- توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- أن مفهوم العلاقات الإجتماعية لدى الشباب بعد ظهور تكنولوجيا الاتصال قد تغير و ذلك بسبب إعتادهم عليها و إحتلالها حياتهم الإجتماعية.¹
- تغير مفهوم العلاقات الإجتماعية يكمن في علاقة الشباب مع أفراد المجتمع كون أن هذه التكنولوجيا أدت إلى إنعزالهم عن المجتمع و الإدمان عليها.
- من بين النتائج أيضا أن التغير القوي الذي طرأ على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب بعد ظهور تكنولوجيا الاتصال يعود إلى مشاهدة القنوات الفضائية و إستخدام الهاتف لفترة طويلة.

التعليق على الدراسة:

- ركزت الدراسة عن الآثار المترتبة عن تكنولوجيا الاتصال على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب، و كذلك عادات و أنماط الإستخدام لهذه التكنولوجيا، و كذلك تغير مفهوم العلاقات الإجتماعية بسبب الإدمان على تكنولوجيا الاتصال في حين أهملت الدوافع و الأسباب التي دفعت بالشباب إلى إستخدام هذه الوسائط.
- 3. الدراسة الثالثة: أحمد علي الدروبي، تحت عنوان مواقع التواصل الإجتماعي و أثرها على العلاقات الإجتماعية.

¹ عبد الرحمان سولمية: أشكال الوسائط التكنولوجية الحديثة و إنعكاساتها على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب، دراسات نفسية و تربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية التربوية، العدد 14 جوان ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2015، ص 20

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب من خلال المواقع الإجتماعية و في مقدمتها موقع "فايس بوك"، و أكدت الدراسة أن تواصل الشباب الجامعي من خلال المواقع الإجتماعية يعد ظاهرة إجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة.

- و أظهرت أن إدمان الفئة الشبابية على الإستخدام المفرط للمواقع الإجتماعية أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات إجتماعية في البيئة المجتمعية الواقعية، و تراجع الاتصال الشخصي في مقابل التواصل عبر المواقع الإجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الإغتراب الإجتماعي.¹

التعقيب على الدراسة:

- ركزت هذه الدراسة على الأسباب التي تدفع الأفراد إلى الإشتراك في مواقع التواصل الإجتماعي، و التعرف على طبيعة العلاقات الإجتماعية عبر هذه المواقع و الكشف عن الآثار الإيجابية و السلبية لها لكنها أهملت إنعكاسات هذه الوسائط على العلاقات الإجتماعية.

¹ أحمد علي الدروبي: مواقع التواصل الإجتماعي و أثرها على العلاقات الإجتماعية ، العلوم التربوية و الإنسانية ، جامعة الكويت، العدد الأول، 2018/01/02، ص19

خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى طرح الإشكال العام للدراسة، وكذا التساؤلات الفرعية مع ذكر أسباب إختيار الموضوع و أهمية و أهداف الدراسة و شرح المفاهيم التي تتمحور حولها الدراسة الحالية، أخيرا الدراسات السابقة، حيث يعتبر هذا الفصل هو الركيزة الأساسية لبناء بقية الفصول الأخرى و كذا الدراسة الميدانية.

الفصل الثاني: المعالجة السوسيوولوجية للموضوع

الفصل الثاني: المعالجة السوسولوجية للموضوع

تمهيد

أولاً: الإعلام الجديد

1_ نشأة الإعلام الجديد

2_ عوامل ظهور الإعلام الجديد

3_ تسميات الإعلام الجديد

4_ أنواع الإعلام الجديد

5_ خصائص الإعلام الجديد

6_ الآثار الإيجابية للإعلام الجديد و تأثيره السلبي

7_ الإعلام الجديد من الترفيه إلى التأثير

8_ نظريات الإعلام الجديد

ثانياً: موقع الفايسبوك كنموذج للإعلام الجديد

1_ نشأة موقع الفايسبوك

2_ خصائص موقع الفايسبوك

3_ الخدمات التي يوفرها موقع الفايسبوك

4_ أسباب الإقبال الشديد على موقع الفايسبوك

- 5_ أسباب استخدام موقع الفيسبوك
- 6_ سلبيات و إيجابيات موقع الفيسبوك
- 7_ أعراض إدمان استخدام موقع الفيسبوك
- 8_ سبل الوقاية من إدمان استخدام مواقع التواصل الإجتماعي
- 9_ الإتجاهات النظرية المفسرة لإدمان استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ثالثا: العلاقات الإجتماعية

- 1_ نشأة العلاقات الإجتماعية
- 2_ أنواع العلاقات الإجتماعية
- 3_ تصنيفات العلاقات الإجتماعية
- 4_ مستويات العلاقات الإجتماعية
- 5_ أهمية العلاقات الإجتماعية
- 6_ العوامل المؤثرة في العلاقات الإجتماعية
- 7_ الإتجاهات النظرية للعلاقات الإجتماعية

خلاصة الفصل.

تمهيد:

يسلط هذا الفصل الضوء على تأثير الإعلام الجديد على العلاقات الإجتماعية سواء كان ذلك من خلال التغيرات في طرق التواصل، تغير الديناميكيات الأسرية، أو حتى التأثيرات النفسية و الإجتماعية التي تترتب على إستخدام هذه الوسائل، سوف نتناول أيضا التأثيرات السلبية و الإيجابية لهذا الإعلام (الفايسبوك) في بناء أو تدمير الروابط الإجتماعية مع التركيز على الدور الذي تلعبه هذه التقنيات في تعزيز المفاهيم.

أولاً: الإعلام الجديد

1_ نشأة الإعلام الجديد:

في أوائل التسعينات إنتشر على خشبة المسرح السحرة المهرجون بقبعاتهم السوداء التي يخرج منها ألوان متعددة من الأقمشة و العديد من أنواع و أشكال و ألوان الطيور و لكن مع نهاية حقبة التسعينات باتت مثل تلك المسارح أشبه بالبيوت المهجورة فقد إختفى بريق ألوان السحر المستخدم فيها و أصبح نوعا تقليديا لايمثل أي أهمية للمشاهد.

لذا فعنصر التجديد و التطوير مهم لأي مجال من مجالات العروض التي تقم للمشاهدين أيا كان نوعهم فهم في كل مرة يأتون فيها للمسرح أو للسينما لايتوقعون مشاهدة الجديد و المثير.

- ومن هنا كان حتما على صناع الإعلام التطوير و التجديد في كافة المواد التي يطرحونها للمشاهد و المستمع و القارئ على كافة الأصعدة سواء كان ذلك على مستوى المادة المطروحة أو القالب الذي ستقدم فيه هذه المادة .

و من ذلك التطوير أيضا الكثير من مراحل التطور التقني و الرقمي الذي تمر من خلاله الأجهزة المرسله و المستقبله لتلك المواد فظهر من خلالها الإعلام الجديد¹.

2- عوامل ظهور الإعلام الجديد:

¹ رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط 1 ، جسور للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2014 ، ص 11.

تقف وراء ظهور الإعلام الجديد عدد من العوامل، منها ما يرتبط بالتطور التقني، و أخرى تتناغم مع حاجات الجمهور وهكذا نوع من الإعلام و رغبة منه في ممارسة الإعلام بنفسه فضلا عن العوامل الإقتصادية و السياسية، و يمكن تحديد هذه العوامل فيما يأتي:

أ. العامل الإقتصادي:

من بين أسباب ظهور الإعلام الجديد هو عولمة الإقتصاد و انفتاح الأسواق العالمية التي أدت إلى إزالة الحدود الدولية و ما يتطلبه من سرعة حركة السلع و رؤوس الأموال و هو ما يتطلب الإسراع في تدفق المعلومات و تداول الإعلان للسلع و الخدمات بين المستهلكين، و ليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم الأنشطة الإقتصادية جميعها من دون إستثناء، بل لكون المعلومات سلعة إقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوما بعد آخر، بمعنى أنّ عولمة نظم الإعلام و الإتصال هي وسيلة القوى الإقتصادية لعولمة الأسواق و تنمية النزعات الإستهلاكية و توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى و ألعاب و برامج تلفزيونية¹.

و أدت عولمة الأسواق و رغبة الشركات في توزيع بضائعها خارج بلدانها إلى الإنفتاح الإعلامي الدولي و ذلك عبر دخول وسائل الإتصال و الإعلام و التقنيات الحديثة كافة لأغلب بلدان العالم فلم تصبح هذه التقنيات الحديثة حكرا على دولة دون أخرى أو لفئة معينة دون سواها، و كان لذلك الأثر الكبير في دخول و شيوع وسائل الإعلام الجديد.

ب. العامل التقني:

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات إتصالية و رؤى معاصرة، ط 1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2017، ص 67.

جاء ظهور الإعلام الجديد بعد التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر من تجهيزاته و برامجه و تكنولوجيا الإتصالات خصوصا فيما يتعلق بالأقمار الإصطناعية و شبكات الألياف الضوئية، إذ أدى التطور التقني و التكنولوجي إلى ظهور الأنترنت الذي يعد الوسيط الذي يحتوي على الإعلام الجديد، فضلا عن أنه يمكن للمستخدم الدخول إلى وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون) عبر الأنترنت، و قد أدى ذلك إلى إنكماش العالم مكانا و زمانا و سقطت الحواجز بين القريب و البعيد، إذ انعكس الإعلام الجديد على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية و موزعها و متلقيها و استطاعت الجماهير بواسطة التطور التكنولوجي أن تحول الواقع الخيالي إلى حقيقة عبر التواصل مع العديد من الأشخاص على اختلاف قومياتهم و ثقافتهم و دولهم¹.

ج. العامل السياسي:

تغيير السياسات الدولية و القوانين المنظمة للعمل الإعلامي مع بدأ تطبيق ظاهرة العولمة و تطور تقنيات الإتصال جعل من العالم قرية صغيرة كما يقال، و تمكنت الدول النامية و المجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها أثر شيوع مفهوم الديمقراطية، و أدى ذلك كله إلى إدخال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدية و تشجيع انتشار وسائل الإعلام الجديدة خصوصا شبكات التواصل الاجتماعي، و من أسباب زيادة إنتشار وسائل الإعلام الجديد هي الحرية التي توفرها للجماهير في نشر و مناقشة الموضوعات السياسية كافة و إمكانية إيصال أصواتهم لجميع بلدان العالم مما دفع العديد من الجماهير إلى زيادة الإهتمام بتلك الوسائل الجديدة.

د. العامل الإجتماعي:

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: مرجع سابق، ص ص 67 ، 68.

أدى تغيير ثقافات الدول و عاداتهم و تقاليدهم و الإهتمام بالقضايا الإجتماعية من المواطنين إلى اجتذاب الناس نحو وسائل الإعلام الجديد للحصول على الأخبار و المعلومات سواء كانت محلية أم عالمية، مثل: مواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الإجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الهواتف المحمولة خاصة، و إن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل و أسرع للمعلومة، فضلا عن رغبة الجمهور في التواصل الإجتماعي و إقامة علاقات صداقة مع أشخاص لا يمكنهم الإلتقاء لولا توفر وسائل الإعلام الجديدة¹.

3- تسميات الإعلام الجديد:

لم يتفق الباحثون والمتخصصون في مجال الإعلام على وضع تسمية محددة للإعلام الجديد، و إنما وضعوا له عدة تسميات و مصطلحات مرادفة له بحسب رؤية و تصور كل منهم لهذا النوع من الإعلام و من هذه التسميات هي:

- **الإعلام الرقمي:** هو الإعلام الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، الفيديو و الصوت و النصوص، و التي تقوم بنقل المعلومات و الصور و الصوت كافة رقميا.
- **الإعلام التفاعلي:** هو عملية الدمج الآني أو المتأني في أسلوب الإتصال و التواصل بين المرسل و المرسل إليه، و تكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج، بغرض توصيل الفكرة و الإقتناع بها، و يشمل الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه.

¹ وسام فاضل راضي، مهذب حميد التميمي: مرجع سابق، ص ص، 68 ، 69.

➤ الإعلام الإلكتروني: هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي و يستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول مؤسسات و أفراد بقدرات و إمكانيات متباينة، و يمتاز بسرعة الإنتشار و قلة التكلفة و شدة التأثير¹.

➤ الإعلام الشبكي: هو العمليات التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل، على وفق آليات و أدوات معينة تساعد المستخدم في الوصول إلى هذا المحتوى و توفر له حرية التجوال و الإختيار و التفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات المستخدم و إهتماماته و تفضيله، و تحقق أهداف النشر و التوزيع على هذه المواقع.

➤ إعلام الوسائط التشعبية: هو الإعلام الذي يمتاز بطبيعته المتشابكة و إمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، و نحن معنيون هنا بميزات خاصة بشبكة الأنترنت التي أعطت الميزة التشعبية و الوصلات لما ينشر أو يبث داخلها.

➤ إعلام المعلومات: هو الإعلام الذي يدل على التزاوج داخله بين الكمبيوتر و الإتصال، و على ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلومات و يندمج فيها.

➤ إعلام مجتمعي: هو المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه و بثه عبر الوسائل الإتصالية الشبكية، و الذي ساعد في إنتشار كاميرات الفيديو و الكاميرات الرقمية و أجهزة الهواتف النقالة.

¹ عصيان إكرام، عبد السلامي فاطمة الزهراء: دور الإعلام الجديد في معالجة قضايا الطفل الإجتماعية، صفحة فيسبوك شبكة ندى لحماية حقوق الطفل نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام و إتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2021، 2022، ص 13، 14.

➤ **صحافة المواطن:** هي الصحافة الجديدة و المعاصرة التي أصبح فيها المواطن شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية، و أصبح قادرا على أن يصوغ رسالته الإعلامية الخاصة به و التي يقدر أن يوصلها إلى الأشخاص في جميع أنحاء العالم¹.

4- أنواع الإعلام الجديد:

وضع الباحثان ريتشارد ديفيس، و ديانا أوين في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد و السياسة الأمريكية) الإعلام الجديد في عدة أنواع و هي:

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:

يرى الباحثان أن الإعلام الجديد على وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة و التلفزيون و الصحف لكنها تعد ضمن الإعلام الجديد و ذلك عن طريق ابتكارها أنواع جديدة من البرامج التي تعد ضمن تصنيفات الإعلام الجديد، و من أمثلة هذه البرامج هي: راديو و تلفزيون الحوار و البرامج الحوارية الحية، و المجالات الإخبارية و برامج الأخبار الحية، و التي يادر القارئون على هذه البرامج باستخدام التكنولوجيات الجديدة مثل: الحاسوب و شبكة الإنترنت في إنتاج تلك البرامج و طبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم و تقديمها².

¹ عصيان إكرام، عبد السلامي فاطمة الزهراء: مرجع سابق ، ص ص 14 ، 15.

² سرحاني لالة خولة، بن عبد الله أمال: دور الإعلام الجديد في الحفاظ على الموروث الثقافي المخطوط، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام و إتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2021، 2022، ص 18.

النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

و هي الوسائل جميعها التي نعيشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر و التي تشمل شبكات الإنترنت و البريد الإلكتروني و العديد من المواقع على شبكة الإنترنت. إذ مكنت هذه الوسائل للمستخدمين إمكانية التبادل الحي و السريع للمعلومات، فضلا عن أنها مكنت من دمج التكنولوجيات و الوسائل المختلفة مع بعضها بعضا و تجاوزت العوائق المكانية و الزمانية، و تخطت حدود الدول التي كانت تعيق تواصل الأشخاص بين البلدان، فأفرزت إعلام جديد في الوسائل و الممارسة و أصبح الجمهور يمارس العمل الصحفي بنفسه عبر هذا الإعلام الجديد كليا¹.

النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:

في هذا النوع من الإعلام تزول الفوارق بين القديم و الجديد. و أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا إصطناعية و أحدثت حالة تبادل للمنافع بين الإعلام القديم و الجديد، إذ يستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لإنتاج المواد الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، و أن أهمية الإعلام الجديد لم يكن للجمهور فحسب، و إنما المؤسسات الإعلامية تعمل كذلك على إلحاق مؤسساتها بتكنولوجيا و تطبيقات الإعلام الجديد، فهناك العديد من الصحف التي تصدر لها نسخ ورقية و لها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت يتم الإطلاع عليها عن طريقها. و كذلك التلفزيون فيوجد العديد من البرامج و نشرات الأخبار يتم بثها على التلفزيون و على الإنترنت أيضا².

¹ سرحاني لالة خولة، بن عبد الله أمال: مرجع سابق، ص ص 18، 19.

² نفس المرجع، ص ص 18، 19.

5- خصائص الإعلام الجديد:

للإعلام الجديد عددا من الخصائص منها ما يشترك فيها مع وسائل الإعلام التقليدية و منها ما يمتاز به عن بقية وسائل الإعلام و من هذه الخصائص هي:

➤ **التفاعلية:** تعد التفاعلية من أهم خصائص الإعلام الجديد، إذ أتاحت للمتلقي أن يشارك في مناقشة المادة التي تعرضها هذه الوسائل سواء كانت خبرا أم إعلانا أم معلومة و يدلي برأيه فيها و يعلق عليها، إذ يستطيع المتلقي للمادة الإعلامية في وسائل الإعلام الجديد أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو عن طريق التعليق على المضمون الذي يوفره هذا النوع من الإعلام، فبعد أن كان دور الجمهور يقتصر على تلقي الرسالة الإعلامية من دون التفاعل معها، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركا في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر عبر هذه الوسائل¹.

➤ **إندماج الوسائل:** أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى إندماج وسائل الإعلام المختلفة و التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، بحيث ألغت الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل. فالتلفزيون و الإنترنت إندماجا بشكل شبه كامل بحيث أصبح كل جهاز يؤدي وظيفة الجهاز الآخر.

➤ **الحرية الواسعة:** بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة و إذاعة و تلفزيون خاضعة لتدخل الحكومات بالسماح أو المنع لما ينشر في هذه الوسائل، جاء بعد ذلك الإعلام الجديد بوسائله المتعددة و قدرته على إختراق الحواجز الحدودية و الزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول

¹ مسعودي محظوظ، طلباوي عبد القادر: أثر وسائل الإعلام في تفعيل الإتصال السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، تخصص تنظيم سياسي و إداري، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص 10.

القضايا الداخلية و الخارجية كافة التي تهتم الوطن و المواطن و دفعت المواطنين لمعرفة العديد من القضايا و الأخبار التي لا يمكن أن يعلم بها لولا هذه الوسائل.

➤ **الكونية و عالمية الوصول:** ارتباط الإعلام الجديد بالشبكة العنكبوتية (الانترنت) جعل بإمكان أي شخص أن يصبح ناشرا و أن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، فضلا أن الإعلام الجديد يجمع المستخدمين من جميع أنحاء العالم على إختلاف ثقافتهم و عاداتهم و تقاليدهم، إذ لا تقف المساحات الجغرافية و الحدود حائلا من دون تلقي و إرسال الرسائل.

➤ **اللاتزامنية:** وهي أن الإعلام الجديد يوفر إمكانية إرسال الرسائل و إستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، إذ لا يتطلب من المستخدمين جميعهم أن يكونوا موجودين في الوقت نفسه، و أن المستخدم للإعلام الجديد يستطيع أن يرسل الرسائل و يستقبلها سواء كان الشخص المستقبل متصل بالإنترنت أم غير متصل، فضلا عن أن الإعلام الجديد وفر لمستخدمه إمكانية الحصول على المعلومات و الأخبار في الوقت الذي يريده.

➤ **الفورية أو الآنية:** من أهم ما يميز الإعلام الجديد هي السرعة التي تتسم بها عملية التبادل الإعلامي بين المرسل و المستقبل فضلا عن السرعة في الوصول إلى الخبر أو الرأي أو المعلومة بحيث لا يتطلب إنتظار وقت العرض و خريطة البرامج كما في التلفزيون.

➤ **الوسائط المتعددة:** أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة نوعية في المحتوى الإتصالي و التي إستطاعت أن تمزج النصوص و الصور و ملفات الصوت و مقاطع الفيديو، إذ إنتشر مصطلح الوسائط المتعددة مع بزوغ ثورة الإتصال التي أحدثها الإعلام الجديد. فضلا عن أن الإعلام الجديد مكن الجمهور من نشر و مشاركة و تبادل الوسائط المتعددة مع بعضهم بعضا.

➤ **التحديث:** يقدم الإعلام الجديد ميزة التحديث المستمر للمضمون الذي يتم نشره، إذ أن الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام الجديد يستطيع تحديث المحتوى الإعلامي باستمرار لمسايرة أو مواكبة الطبيعة الفورية لشبكة الإنترنت فيتم التعديل و التصحيح وفقا للمستجدات الآنية.¹

6- الآثار الإيجابية للإعلام الجديد و تأثير الإعلام الجديد السلبي:

يقوم الإعلام الجديد بنقل ثقافات الشعوب المختلفة، مما يتيح للمتصفح التعرف عليها.

➤ ينقل الإعلام آخر الإكتشافات العلمية التي توصل لها الإنسان في مختلف أنحاء العالم.
➤ نقل العلوم الشرعية التي يحتاجها المرء و ذلك من خلال نشر و بث المواضيع و المحاضرات و الدروس العلمية.

➤ تثقيف المجتمع بالأمور التربوية التي يحتاجها من خلال الإستشارات التربوية و الطبية و الإجتماعية.

➤ نشر القضية الفلسطينية و قضايا الأمة و كسب تأييد العالم و كشف ملامسات العدو.²

تأثير الإعلام الجديد السلبي على الأسرة و الأبناء:

أ. **الأثر الإعتقادي:** من أخطر ما يحمله الإعلام الجديد بأساليبه المتنوعة زعزعة العقيدة الإسلامية في نفوس الكثير من الأبناء.

تقوم بعض أجهزة الإعلام ببث الآراء و الأفكار العقيدية غير الصحيحة لخلق نوع من المشاكل و التشويه على أفكار الشباب و محاولة إقتلاع أسس العقيدة و الشريعة الإسلامية من نفوس الأبناء، كما أن إنتشار

¹ مسعودي محظوظ، طلباوي عبدالقادر، مرجع سابق، ص ص 11، 12.

² مرجع سابق، ص 16.

مواقع الدجل و الخرافة و السحر و الشعوذة و الكهانة المنافية لعقيدة التوحيد تؤثر على ضعف الإيمان فيعتقدون بأن هناك من يماثل الله في قدرته كشفاء المرضى و تحقيق الأمور المطلوبة و ما إلى ذلك، و بهذا يقع الناس في حبال الكفر و الإلحاد بطريق مباشر أو غير مباشر.

ب. الأثر الأخلاقي السلوكي: من خلال متابعة المواقع و المنتديات و صفحات الدردشة و المجموعات الإجتماعية يتعرف الأبناء على سلوكيات و أنماط حياة تختلف تماما عما ألفوه و نشؤوا عليه في المجتمع الإسلامي مما ينجم عنه آثار سلبية على أبناء المجتمع الإسلامي. يمكن إيجازها فيما يلي:

➤ الترويج للخمر و المسكرات و التدخين.

➤ إثارة الغرائز الجنسية.

➤ إثارة الدوافع للسلوك العدواني.

➤ السفر و الإختلاط بين الجنسين.

➤ تعويد المشاهدين على عدم غض البصر.¹

ج. الأثر الإجتماعي: إن تأثير الإعلام على النشئ قد يأتي في معظم الأحيان بتغيرات في سلوكهم بصورة سلبية تنعكس على عاداتهم و علاقاتهم الإجتماعية و تتمثل سلبيات الإعلام الجديد على الجانب الإجتماعي فيما يلي:

➤ يساهم الإعلام الجديد في قطع العلاقات الإجتماعية.

➤ إغراء الأبناء بتقليد الأزياء و الموضات التي لا تتلائم مع مجتمعنا.

➤ إنخفاض مستوى التحصيل الدراسي للتلاميذ و التكاسل عن القيام بالأنشطة التعليمية.

¹ رضوان بلخيري: مرجع سابق ، ص 14.

د. الأثر الصحي: تتمثل أبرز الآثار الصحية للإستخدام السلبي للكمبيوتر في إحناء الظهر و ضعف البصر، و أحيانا مشاكل تتعلق بالنطق و التعود على الكسل و المساعدة على السمنة و الإصابة بالخمول و الكسل.¹

7- الإعلام الجديد من الترفيه إلى التأثير:

شكل الإعلام الجديد في واقعنا المعاصر عصب الحياة، و لا ينكر أحد مدى الإنتشار الواسع للبت الإعلامي عبر المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية، و تجاوزه لجميع الحدود و تخطيه أقصى المسافات، و أصبح أثره واضح على كافة الأصعدة، و لا شك أن طبقة الشباب من الطبقات المستهدفة لجميع الجهات، إذ لا يخفى ما لهذه الفئة من تأثير على مجتمعاتها و بالتالي على مكانة بلادهم سلبا أو إيجابا في الواقع المعاش.

مع التطورات العلمية و التقنية الهائلة، و ثورة الإتصالات و الإعلام الجديد، و دخول العالم في مرحلة العولمة، كمنظومة ثقافية، سياسية، إقتصادية، إجتماعية، يمكن و يجب أن تستغل التأثيرات القادمة عبر الأنترنت لزيادة الوعي و مساعدة المنظمات السياسية و الإجتماعية لكي تعمل من أجل:

- تشجيع المواهب و الهوايات المختلفة لدى جيل الشباب لملئ الفراغ، و توجيههم التوجيه الملائم و السليم بعيدا عن الترفيه و تضييع الوقت.
- الإهتمام بقضايا التعليم التي تخص الشباب و التركيز على أن تتم العملية التعليمية على أساس العقل و المنهج العلمي و ليس على أساس الحشو و التلقين.
- و أبرز مثال التعليم على طريقة أكاديمية جيل التريج التي جمعت الكثير على برنامج واحد و طريقة تعليم إبداعية.

¹ مرجع سابق ، ص 15.

- محاربة الجهل و الأمية في صفوف الشباب، لأن الجهل و التخلف يتولد عنه أفكار متطرفة قد تدفع بالشباب و المجتمع إلى دوامة العنف و التطرف.
- دراسة المشاكل الإجتماعية السائدة بوسائل البحث الفردية و الجماعية و وضع التصورات العملية لهذه المشاكل.
- غرس القيم الديمقراطية لدى الشباب من خلال تكريس تقاليد النقاش و الحوار الحر و الديمقراطي و تبادل الرأي بين المجموع العام، و نجاح هذا التوجه يعني تعزيز المفاهيم الديمقراطية في المجتمع ككل.
- نشر الوعي السياسي و الثقافي بين جيل الشباب، الذي يمكنهم من الإلمام بأزمات و مشاكل مجتمعهم.¹

8- نظريات الإعلام الجديد:

أ. نظرية المشاركة الديمقراطية:

تكمن النقطة الأساسية في هذه النظرية في الإحتياجات و المصالح و الآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، و تركز النظرية على إختيار و تقديم المعلومات المناسبة و حق المواطن في إستخدام وسائل الإتصال من أجل التفاعل و المشاركة على نطاق صغير في منطقتة و مجتمعه، و ترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام و لكنها تشجع التعددية و المحلية و التفاعل بين المرسل و المستقبل و الإتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع، و وسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية تخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها.

¹ رضوان بلخيري: مرجع سابق، ص ص 12، 13.

و تركز هذه النظرية على مبادئ أساسية و هي أن للمواطن الفرد و الجماعات و الأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام و إستخدامها وفقا لاحتياجاتهم و لا يخضع المحتوى لسيطرة سياسية¹.

ب. نظرية ثراء الوسيلة:

تطلق هذه النظرية من حقيقة واقعية و هي أن كل وسيلة من وسائل الإتصال الإنساني بدءا من الصباح أو الإبتسامة و إنتهاء بمنصات الإعلام الجديد الفضائي و الرقمي و وسائل التواصل الإجتماعي لها خصائص محددة في طبيعة الأداء و حجم و نوعية المعلومات و الإنتشار و الوظائف و التأثير، أي إعتبرها المتغير المستقل الأكثر تأثيرا من العناصر المؤثرة الأخرى مثل المحتوى أو المحررون التي تعد المتغيرات التابعة في عملية الإتصال.

و تعد الشبكات الإجتماعية وسائل إتصال ثرية، لأنها إستنادا إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام تمتلك قدرة كبيرة من المعلومات، فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، و من ثم تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض و الشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، كما أنها تتميز بسرعة رد الفعل و قدرتها على نقل الإشارات المختلفة بإستخدام تقنيات تكنولوجية و إعلامية حديثة، و التركيز الشخصي على الوسيلة و إستخدام اللغة الطبيعية.

- و تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الإختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي و توضح أن فعالية الإتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة².

¹ عبد العزيز راغب شاهين: نظريات الإعلام الجديد و المشاركة السياسية للشباب الجامعي، جامعة القاهرة، مجلة 46، العدد 3، ج 2، يوليو 2024، ص 32.

² نفس المرجع، ص 32.

ج. نظرية مولس الثقافية:

تطرح النظرية العلاقة بين وسائل الإعلام الحديثة و المجتمع و يرى صاحبها (مولس) أن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه بالثقافات أو الفسيفساء الثقافية، حيث تنتقل الثقافات من المبدعين و العلماء و الأدباء و الفنانين الذين يخترعون الأفكار الجديدة المعبر عنها بالثقافات تنتقل لاحقا بمرور الوقت و التكرار لمختلف الجماعات و تشمل قائمة لا متناهية تبدأ بوصفة طبخ و تنتهي بالإكتشافات العلمية و الأحداث السياسية و يمثل كل ذلك قاعدة جماهيرية حيث تلعب وسائل الإتصال دورا كبيرا في الثقافة الحديثة.

د. نظرية الحتمية التكنولوجية:

يرى ماكلوهان و هاورد أصحاب هذه النظرية أن المواصفات الأساسية لوسيلة الإتصال المسيطرة في فترة من الفترات هي التي تؤثر في كيفية التأثير و كيفية تنظيم المجتمعات أكثر من مضمون الرسائل الإتصالية، فالتحول في تكنولوجيا الإتصال يؤدي إلى التحول في التنظيم الإجتماعي، بل في الحواس التي تصبح الوسائل إمتدادا لها، مثل الكاميرا للعين، الميكروفون للسمع، الحاسوب للعقل... و هكذا. و ركزت هذه النظرية على تحليل عملية الإتصال، حيث إعتبر ماكلوهان الوسيلة نفسها في الرسالة و أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى¹.

حيث يرى أن ما يؤثر في حياة الإنسان هي الوسيلة و ليست الرسالة و لا مضمونها، و تقدم النظرية تصورات و إفتراضات عن التأثير الكمي لوسائل الإعلام و ثقافته على المجتمع و أطلق ماكلوهان

¹ عبد العزيز راغب شاهين: مرجع سابق، ص 32.

مصطلح القرية الكونية الذي يعني أن وسائل الإتصال الحديثة كسرت الحواجز بين شعوب الكون لتصبح الكرة الأرضية من حيث الإتصال بين شعوبها أشبه بقرية صغيرة.

هـ. نظرية فجوة المعرفة:

من نظريات التأثير التي حظيت بإهتمام كبير في دراسات شبكات التواصل الإجتماعي و الإعلام الجديد، و تسعى النظرية إلى بلورة الرقمية الإعلامية، و هو وصف الفجوة و الإختلاف بين الأفراد و الدول في الوصول إلى القدرة على إستخدام وسائل الإعلام الجديدة.

وضع فيليب جيه تيشينر و زملائه فروض لهذه النظرية التي تقول أن إزدياد تدفق المعلومات في النظام الإجتماعي و الإقتصادي الأعلى يؤدي إلى إكتساب معلومات أكثر بين الفئات ذات المستوى الأقل.

و تشير بعض التوجهات البحثية إلى أن تزايد الفجوة الرقمية بين الدول قد يقوم إلى ظهور دعوات لإنشاء نظام عالمي رقمي جديد، إذ لم تعد الفجوة تقتصر على الإنتشار غير المتوازن للإنترنت و وسائل الإعلام الجديد، بل شملت متغيرات أخرى مثل عدم التوزيع العادل للخدمات الرقمية على مستوى العالم¹.

و يرى الباحث أن هذا الطرح يتفق مع ما جاء بها عبد العزيز راغب شاهين حينما إفترض وجود دور لوسائل الإعلام لإيجاد ما يسميه شاهين "تجانس ثقافي" و ذلك عبر مخطط ثقافي استمد من نظرية التبعية الثقافية في تطور هذا الفهم ليصبح مخطط تعددية ثقافية².

¹ عبد العزيز راغب شاهين: مرجع سابق، ص 32.

² عبد العزيز راغب شاهين: نظريات الإعلام الجديد و المشاركة السياسية للشباب الجامعي، جامعة القاهرة، مجلد 46، العدد 3، ج 2، يوليو 2024، ص 32.

ثانياً: موقع الفايسبوك كنموذج للإعلام الجديد

1- نشأة و تطور موقع الفايسبوك:

يعتبر موقع الفايسبوك الآن من أكبر و أشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الإجتماعية و التعارف و بناء الصداقات على الإطلاق.

مؤسس موقع الفايسبوك مارك زوكربيرج حيث أسسه حين كان طالبا في جامعة هارفارد و كان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في جامعة هارفارد، لكن تم توسعته لاحقا ليمسح لطلبة الجامعات بشكل عام بالإشتراك في الموقع، و من ثم تم توسعته ليشمل طلبة المدارس الثانوية و أي شخص يتعدى عمره 13 سنة.

انطلق موقع Facebook كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماش" التابع لجامعة هارفارد و هو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم إختيار رواد الموقع¹.
قد قام مارك زوكربيرج بإبتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر 2003 عندما كان طالب في جامعة هارفارد في السنة الثانية.

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام مارك بتأسيس موقع Facebook على النطاق The Facebook. Com تحديدا في 4 نوفمبر عام 2003، و قد أولى مارك بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلا: "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد".

¹ سارة فنيزة، رقية فيالة: الفيسبوك و الطالب الجامعي، دراسة في الإستخدامات و الإشباعات على عينة من طلبة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام و الإتصال، تخصص إتصال و علاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017، 2018، ص 28.

في شهر مارس سنة 2004 فتح موقع Facebook أبوابه أمام جامعات ستانفورد و كولومبيا وويل، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر و فتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن و جامعة أيفي ليج ، و شيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا أو الولايات المتحدة الأمريكية، و في شهر يونيو من سنة 2004 ، تم نقل مقر موقع الفاييبوك إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا و قد قامت الشركة بإقسط كلمة heT من إسمها بعد شراء إسم النطاق Facebook.com سنة 2005¹.

2- خصائص موقع الفاييبوك:

يعد موقع الفاييبوك من أبرز الشبكات التواصلية الإجتماعية المتعددة، فهو يجمع ما بين الإتصال الشخصي و الإتصال الجماهيري و يتمتع بعدة خصائص و منها:

- **التفاعلية:** يسمح موقع الفاييبوك بإمكانية الإتصال المتبادل ذو الإتجاهين بين المرسل و المستقبل. إذ أن المستخدمين على موقع الفاييبوك ليسوا مستقبلين للرسائل فقط، حيث أن بإمكانهم إنتاج الرسائل و إستقبالها في ذات الوقت، ما يحقق لديهم مستوى أعلى من التفاعل.
- **الإنتقائية:** يمكن موقع الفاييبوك مستخدميه من إنتقاء المعلومات التي يرغبون التعرض إليها و يسهل لهم الوصول و التجول في الصفحات و المحتوى المفضل لديهم.
- **اللامكان:** يتخطى موقع الفاييبوك جميع الحواجز الجغرافية و يسمح بتبادل المعلومات و إندماج الثقافات دون أن تكون هذه العملية مقيدة بحدود مكانية.
- **اللانهاية:** حيث أن موقع الفاييبوك متاح بشكل مستمر و على مدار أربع و عشرين ساعة، و سبعة أيام في الأسبوع، و بإمكان المستخدم الوصول إليه في أي وقت.

¹ سارة فينزة، رقبة فيالة: مرجع سابق، ص 29.

- **إنعدام التكلفة:** توفر شبكة الفايسبوك لمستخدميها العديد من الخدمات و البرامج المجانية، حيث أن معظم مستخدمي شبكة الأنترنت لا يوافقون على دفع مقابل مادي مقابل المحتوى الذي يتعرضون إليه مادام هنالك بديل مجاني له، و يعتبر الفايسبوك أيضا سوقا للخدمات و المعلومات، و يستطيع الفرد من خلاله مطالعة الأحداث و الأخبار الجارية من خلال مصادر متنوعة.
- **وسيط إتصالي:** يمكن إعتبار موقع الفايسبوك وسيلة مستقلة أو وسيطا لوسائل أخرى، فقد قامت العديد من المؤسسات و الشبكات الإعلامية و الإخبارية كالصحف و المحطات التلفزيونية بإنشاء منصات لها على موقع الفايسبوك لنشر مضامينها.¹

3- الخدمات التي يوفرها موقع الفايسبوك Facebook:

- مجانية الإشتراك في موقع Facebook.
- البحث على الأصدقاء القدامى و التعرف عليهم و مراسلتهم.
- تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على موقع الفايسبوك يمكنه وضع فيها ما يشاء أو كتابة ما يشاء و تحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم مشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها.
- تكوين مجموعات أو الإشتراك في مجموعات و بدون أدنى شروط.
- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء، و إرسال و إستلام الرسائل.
- التعليق على ملصقات الأصدقاء، بالإضافة إلى كون المستخدم قادرا على رؤية ما يكتبه أو يشاركه الأصدقاء على الشبكة.

¹ ألاء، مشهور الزين: تأثيرات شبكة الفيس بوك في السلوك الإجتماعي، لدى طلبة الجامعات الأردنية، قدمت هذه الرسالة إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، قسم الصحافة و الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني، 2014، ص ص 12 ، 13.

➤ الإعجاب بما يكتبه الأصدقاء من أهم ما يميز شبكات التواصل الإجتماعي بشكل عام و شبكة أو موقع الفايسبوك إمكانية الإعجاب بما يكتبه.¹

4- أسباب الإقبال الشديد على موقع الفايسبوك:

- العزلة الإجتماعية: إذ أن جميع الأفراد يعملون خارج المنزل، و في الوقت نفسه يبحث الأبناء عن من يخبرهم بما حدث داخل المدرسة، فيجدون ضالتهم من الشبكات الإجتماعية.
- مساحة الرأي و حرية الموقع: من المعروف بأن هذه المواقع تسمح للأشخاص بالتعبير بحرية عن آرائهم و قضاياهم التي تخصهم.
- الرغبة في تحسين الظروف المهنية: حيث تعمل بعض الشبكات الإجتماعية على إتاحة فرصة للحصول على وظيفة مناسبة.
- جمع المعلومات و إكتساب الخبرة: تمكن الشبكات الإجتماعية المتقنين خاصة من الحصول على أحدث الإتجاهات الثقافية و التجارية، و قد تكون أحدث من الكتب و الدوريات.
- الدعاية و الإعلام: تعد الشبكات الإجتماعية مراكز الدعاية و الإعلان مؤثرة لأن تولد لدى الفرد الرغبة الملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس.²

¹ سارة فنيزة، رقية فيالة: 2018، مرجع سابق، ص ص 32 ، 33.

² أوديني، مريم: دور مواقع التواصل الإجتماعي في تكوين ثقافة الطفل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم الإجتماع، تخصص علم الإجتماع و إتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020 ، 2021، ص 46.

5- أسباب استخدام موقع الفايسبوك:

هناك عدة أسباب تدفع الجمهور لإستخدام موقع الفايسبوك، إذ أن موقع الفايسبوك جاء بعدد كبير من المميزات التي جعلته يتصدر قائمة إهتمامات المستخدمين و من بين هذه الأسباب هي:

- يساعد على التواصل الإجتماعي و قضاء أوقات مع الآخرين.
- يساعد على إكتشاف الأشخاص و الأفكار و المواهب و القدرات الشخصية.
- سرعة تبادل المعلومات و الأخبار.
- يمكن إستخدام موقع الفايسبوك في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- الحصول على تغذية مرتدة للأشخاص و التعرف على آرائهم و توجهاتهم و التعرف على عاداتهم و تقاليدهم.
- جلب الزوار و المعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفايسبوك.
- الإهتمام بالأحداث ذات الإهتمام المشترك و الترويج لمناسبات مهمة و مؤثرة.
- تبادل التهاني و التوصيات و الذكريات المشتركة بين الأشخاص.
- يمكن الأشخاص من إستخدام التطبيقات و الإستقصاءات و المشاركة مع الآخرين.
- تواجه العديد من المؤسسات و المنظمات و الشركات مما يتيح للجمهور التفاعل مع تلك المؤسسات و التعرف على أخبارها.¹

¹ محمد سيد، ريان: الإعلام الجديد، ط 1، مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع، مؤسسة الأهرام، شارع الجلاء، القاهرة، 2012، ص 37.

6- إيجابيات و سلبيات موقع الفايسبوك:

أ. إيجابيات موقع الفايسبوك:

- إتاحة الفرصة للصدقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: سواء كان أصدقاء الدراسة أو العمل أو غيرهم و ذلك من أجل تبادل الأفكار و المعلومات فيما بينهم حتى تعم الفائدة.
- خدمات الشركات و أصحاب الأعمال: في الإعلان عن الوظائف و إختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم و خبراتهم على الفايسبوك بعين الإعتبار عند البدء في إختيار الموظفين من بين المتقدمين.
- يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور: بشكل أكبر و أسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على موقع الفايسبوك، و كذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر.
- التواصل مع المجتمعات الافتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب و التعاليم من هذه المجتمعات و زيادة خبراته.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية و الإقتصادية و الفنية و العاملين في المجالات الإجتماعية و الدينية حيث أصبح معظم هؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم و أفكارهم و خواطرهم و وجهات نظرهم حول مختلف الأحداث.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور و مقاطع فيديو.¹

¹ حليلة، بوزيت: تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على هوية المراهق، الفيسبوك نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم الإجتماع، تخصص علم إجتماع إتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020، 2021، ص 45.

ب. سلبيات موقع الفايسبوك:

➤ **الفضاء الإجتماعية:** هناك العديد من الفضاء التي طالت الأفراد و الشخصيات و الفنانين و السياسيين، إما بإختراق حساباتهم الشخصية و قرصنتها أو نشر صور منافية للأخلاق و الآداب العامة على هذه المواقع مما أدى إلى نشوء خوف من هذا الموقع لدى الكثيرين.

➤ **كشف الخصوصيات و إضعاف العلاقات الإجتماعية:** الكثير من رواد الأنترنت يرفضون فتح حسابات خاصة عبر هذا الموقع بحجة أن خصوصياتهم ستكتشف.

➤ **العزلة الإجتماعية:** فلا شك أن صفحة الفايسبوك من أبرز مواقع التواصل الإجتماعي فهي مغرية و تجذب الشباب بشكل خطير و ينتهي الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يؤدي إلى هدر في الطاقات و يبدو الوقت بلا قيمة و لا معنى و خصوصا لدى الشباب الذي ترك يواجه الفراغ و البطالة و فقدان الأمل في مستقبله فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن التخلص منه، فيظل منهم مرابطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عن عشر ساعات.

➤ **اللغة التواصلية الجديدة:** أدى إستخدام موقع الفايسبوك بتطبيقاته الواسعة إلى نشوء لغة جديدة تواصلية أهم ما يميزها الإختصار و توظيف الرمز أكثر، و هذا بارز بصفة كبيرة في الوسط الشباني، فمثلا يتم إستخدام الرقم "3" بدل حرف "عين" و توظيف الكثير من الإيماءات الدالة على تفاعل اللغة العربية كما كان تنطق اللغة العربية تترجم بالحروف الفرنسية، و هذا ما اعتبره البعض تهديدا للغة العربية و حصرا لإستخدامها في مجال التواصل الإجتماعي.

➤ إنتحال الشخصيات: مازالت عملية إنتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه و الإبتزاز و ترويج الشائعات و كسب المال و تحريف الحقائق عن مسارها.¹

7- أعراض إدمان إستخدام موقع الفايسبوك:

- السيطرة أو البروز: الهيمنة على التفكير و السلوك.
- المزاج: يعدل و يغير في المزاج.
- التحمل: زيادة التبعية لموضوع الإدمان لتحقيق اللذة السابقة.
- الإنسحاب: الشعور بالإحباط و الإنزعاج و القلق عند وجود مانع من إستخدام موضوع الإدمان.
- الصراع: إختلال في التوازن الداخلي و الخارجي و صراعات على مستوى الأسرة، العمل، التعليم و غيرها.
- الإنتكاس: العودة لأنماط سابقة من السلوكيات.
- كما يرى مختصون أن هناك ثمة أعراض لإدمان إستخدام موقع الفايسبوك أهمها ما يلي:
- عدم شعور الشخص بالإكتفاء من الموقع و قضاء أوقات طويلة عليه بغض النظر عن النشاط الذي يمارسه على الموقع سواء كان تواملا أو تعارفا أو ألعابا و غيرها من المزايا التي يتيحها موقع الفايسبوك للأعضاء.

- في حالة مغادرة الشخص للموقع يشعر بالرغبة للدخول إليه من جديد.
- إهمال كلي أو جزئي للحياة الإجتماعية و الإلتزامات العائلية و الوظيفية.

¹ فخام، فاطمة: تأثير فايسبوك على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ السنة الخامسة إبتدائي، مذكرة تخرج لنيل درجة شهادة ماستر، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام و الإتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018، 2019، ص45

- إهمال الإهتمامات الأخرى و الهوايات المحببة التي كان يمارسها الشخص في السابق.
- لجوء الشخص بعد التعب الشديد من تصفح الفايسبوك إلى النوم العميق لفترة طويلة.
- ظهور آثار اضطرابات نفسية كالإرتعاش و تحريك الأصبع بصورة مستمرة.
- القلق و التفكير المفرط في إستخدام تلك الموقع و ما يحدث فيه عندما يكون الشخص بعيدا عن الكمبيوتر و الأنترنت و شعوره بالحزن و الإكتئاب إذا بقي بعيدا عنه فترة من الزمن.
- فشل الشخص المتكرر لمحاولات التقليل من عدد الساعات التي يقضيها على موقع الفايسبوك.
- تركيز التفكير حول موقع الفايسبوك إلى حد الهوس و الحديث مع الأصدقاء و من يلتقي بهم عن الموقع و عما يحدث من أحداث داخله عندما يكون الشخص بعيدا عن الأنترنت.¹

8- سبل الوقاية من إدمان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي:

نشر الوعي إزاء إستخدام الأنترنت مسؤولية مشتركة ، تقع على عاتق الجميع كالأباء و المعلمين و القائمين في مجال الصحة النفسية، فينصح الأطباء المستخدمين للأ نترنت بتنظيم ساعات العمل أو الترفيه في الانترنت ،كأن تكون ساعتان فقط يوميا حتى لا ننسحب من حياتنا الطبيعية و الإجتماعية و نقع فريسة لها و ذلك من خلال:

- متابعة إستخدام الأبناء للأنترنت ، من حيث الفترة و المدة و المضمون مع ضبط الوقت و إستخدام بعض برامج الحماية لمنع دخولهم إلى المواقع التي تشكل تربة خصبة للإدمان.
- إرشادهم إلى المواقع الناجحة و الهادفة و التربوية.

¹ قرقور نبيل، عونالي أعمار: إدمان إستخدام الفايس بوك و أثره على التوافق الزواجي لدى المتزوجين، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم النفس و علوم التربية، تخصص علم النفس العيادي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020، 2021 ، ص ص 28، 29.

➤ ضرورة إلزام مقاهي الإنترنت بالالتزام في عرض خدماتهم وفقا للدين و الخلق بإدراج برامج تمنع

المراهقين من الدخول في المواقع الحساسة.¹

9- الإتجاهات النظرية المفسرة لإدمان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي:

أ. النظرية السلوكية:

توفر الأنترنت مكافآت عديدة كالترفيه و المرح و إشباع حاجات الفرد و يعد فرصة لتواصل الفرد الخجول مع الآخرين تجعله يشعر بالرضا و الإرتياح بما يعزز إشباع الحاجة إلى الإهتمام و التقدير و من تم و وفقا للإتجاه السلوكي فإن الممارسة و التكرار هي التي أوجدت إدمان الأنترنت ، و هكذا فإن فرد يصبح عرضة لإدمان الأنترنت في أي عمر و في أي وقت و أيا كانت الطبقة الإجتماعية أو الثقافة للفرد. فحسب الإتجاه السلوكي ليس فقط مجرد وجود الدافع أو الهدف في حد ذاته و لكن أيضا لأبد من ممارسة هذا السلوك لمرات عديدة ، ثم يتم تدعيمه و تعزيزه بالشعور الداخلي الذي يتحقق للفرد بعد دخوله على الأنترنت في كل مرة . و الأدهى و الأمر في ذلك أن هذا الشعور لا يتغير في نوعه و لكنه يتغير في شدته و يصبح أشد و أشد . مما يوقع الفرد في العديد من الإضطرابات السلوكية و النفسية و الإنفعالية .²

حيث أشار "سكينر " للإشتراط الإجرائي إلى أن الفرد يقوم بالسلوك و يحصل إما على ثواب أو عقاب تبعا لنوعية السلوك، و هكذا فإن الإدمان يعطي عدة مكافآت مثل المرح و التسلية، الإثارة، الحب، الهروب من

¹ ربيحة،كيوص: إدمان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالإغتراب الإجتماعي لدى طلبة الجامعة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة ، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، قسم علم النفس و علوم التربية و الأطفونيا، تخصص علم النفس الإجتماعي ، جامعة غرداية ، 2021، 2022، ص 71.

² نفس المرجع، ص 59 - 60.

مشكلات الواقع، و غير ذلك مما يمكن اعتباره أنواعا من المكافئات أو التعززات لسلوك الإدمان فكل ما يشعر الفرد بالحاجة أو الضيق أو التوتر فإنه يرجع إلى الأنترنت و هكذا تتكون العادة و تتحول إلى إدمان.¹

ب. النظرية المعرفية:

يرى أصحاب هذا الإتجاه أن إدمان الشبكة المعلوماتية يرجع إلى الأفكار و البنى المعرفية الخاطئة التي تجعل من الشبكة محور حياتها و تستعيض بها عن الواقع.

و تشمل هذه التشوهات المعرفية حول الذات: الشك الذاتي، و إنخفاض كفاءة الفرد و تقدير الذات مثل "لا أشعر بالإحترام حينما لا أكون على الأنترنت، ولكن عندما أكون على الأنترنت فأني أفخر بنفسي" و "الأنترنت هو المكان الذي أشعر فيه بالإحترام" فهذه التشوهات المعرفية التي يدركها الأفراد و الذين يعانون من مشكلات نفسية مختلفة، يحملون مدركات سلبية عن ذواتهم و شخصياتهم، يجعلهم يفضلون الإندماج و التفاعل في الأنشطة المختلفة التي تقدمها الأنترنت لأنه يعد أقل تهديدا من التفاعل المباشر في الواقع.²

ج. نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

من أجل المزيد من الفهم لإستخدام الأنترنت و دوره المجتمعي و لبعض أنماط السلوك الإلكتروني و المتمثل في حالات الإستخدام الزائد للأنترنت، و أيضا بعض الفئات التي لا تنعم بالقسط الكافي من إستخدامه و عند التعرض أيضا إلى تفسير جماهيرية وسائل الإعلام، يصبح نموذج الإستخدامات و الإشباعات هو أبرز مثال في مجال دراسات الإتصال حيث تؤمن هذه النظرية بأن جماهير وسائل الإعلام تقبل على مشاهدتها بهدف الوصول إلى إشباع احتياجاتهم المختلفة و المتعددة حيث يركز الأساس القاعدي

¹ ربيحة، كيوص: مرجع سابق، ص 61.

² نفس المرجع، ص 61.

لنموذج الإستخدامات و الإشباعات على سلوك الأشخاص تجاه وسائل الإعلام. إذ كشفت الدراسات عن إختلاف دوافع الأشخاص عند إستخدام وسائل الإعلام، حيث إن إختيارات الفرد تحددها الأهواء و الأهداف الشخصية، و فيما يتعلق بإستخدام الأنترنت، يقدم لنا مفهوم الإستخدامات و الإشباعات الإطار النظري لفهم الدوافع التي توجه إستخدام الشبكة.

فمن خلال منظور الإستخدامات لم تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الإتصال، و إنما يختار الأفراد بوعي وسائل الإتصال التي يرغبون في التعرض لها. و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الإجتماعية من خلال فتوات المعلومات و الترفيه المتاحة.

و لقد استلزم الإستناد إلى نظرية الإستخدامات و الإشباعات النظر إلى الجمهور المبحوث على أنه جمهور فعال و نشط و قادر على تحديد إهتماماته و دوافع إستخدامه للأنترنت، و هو ما يحدد في الأخير طبيعة إستخداماته.¹

وبناء على ماسبق، يمكن القول بأن نظرية الاستخدامات والإشباعات هي الأنسب لموضوعنا، نظراً لما تحتويه من مفاهيم وفروض وأطروحات هي الأقرب لدراستنا، وهنا لابد من التأكيد على الدور التفاعلي للنظريات في مجال الاعلام والاتصال، فاختيار النظرية تفرضه طبيعة الموضوع والمفاهيم المرتبطة بيه، إضافة الى المتغيرات والابعاد التي يجب على الباحث ان يأخذها بعين الاعتبار.

¹ ربيحة، كيوص: مرجع سابق، ص 61.

ثالثاً: العلاقات الإجتماعية

1- نشأة العلاقات الإجتماعية:

لقد نال موضوع نشأة العلاقات الإجتماعية من العلماء حظاً واسعاً من الدراسة ، حيث اختلفت الآراء و تعددت بسبب إهتمامات و مداخل كل منهم و أكد الكثيرون بأن الإنسان إجتماعي بطبعه و طبيعته، و هو دائماً يعتمد على الآخرين في حياته و لذلك لا بد أن يحيا حياة إجتماعية مع الآخرين و بذلك تربطه بالآخرين علاقات إجتماعية و قد أرجع البعض تكون العلاقات الإجتماعية إلى إتفاق في المشارب و الميول و الصفات و رأى الآخرين أن هذه العلاقات تتكون على أساس من التكامل بمعنى أن الإنسان يميل إلى تكوين علاقة إجتماعية مع شخص فيه من الصفات و الخصائص ما يكمل بها صفاته و خصائصه فالفرد الذي يحتاج إلى الأمانة و يربط نفسه بشخص آخر تتوفر فيه هذه الأمانة ، و الشخص الضعيف يجب أن يربط نفسه بالقوي .

أما صالح الشيكشي فيرى في نشأة العلاقات الإجتماعية أساسين هاميين في الإنسان معقد و لا يقتصر على العناصر المادية كالطعام و الهواء ، و إنما يتعداه إلى عناصر أخرى معنوية مثل الدين ، الحب، العواطف ، الفنون .

ومهما يكن من أمر هذه الإتجاهات المختلفة في تفسير أسباب النشأة و تكوين العلاقات الإجتماعية فإنها تعتمد على أساس أن الإنسان إجتماعي يعيش في جماعات يتبادل معها الأخذ و العطاء.¹

إن العلاقات الإجتماعية تنشأ بصفة طبيعية فهي تلقائية منذ الأزل ولا بد أن تتمظهر من خلال مختلف التفاعلات القائمة بين الأفراد ، لذلك من الضروري الإعتماد على هذه السلوكيات الصادرة من الأفراد و

¹ عبد العزيز فكرة : العلاقات الإجتماعية من منظور سوسولوجي ، مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية، العدد 13 ، جامعة باتنة ، ص 496.

الإتصالات الناجمة عن ذلك فالإنسان منذ ظهوره على وجه الأرض يسعى إلى تكوين علاقات إجتماعية بإعتبار الإنسان إجتماعي بطبعه و يحتاج إلى طرف آخر لإنشاء علاقات على إختلاق طبيعتها، فإذا تواجد أشخاص و أشياء معينون في مكان ما فإن الأفكار تكون نقطة إتصال تربط بين هذين المصدرين و عليه فإن المجتمع يحتوي هذه الثلاثية التي تتكامل فيما بينها ، و إنعدامها حتما يؤثر في الطرف الآخر لأن وجود أشخاص دون أشياء معينة و أفكار يفقد العلاقة الإجتماعية و الأمر نفسه بالنسبة للأشياء و الأفكار ، كل هذا من شأنه أن يرتقي بالعلاقة الإجتماعية إلى نوع العلاقة المراد تكوينها، و أن العلاقات الإجتماعية تنشأ وفقا لطبيعتها التي تأخذ في طياتها ثلاثية متكاملة يكمل بعضها الآخر و يؤثر كل منهم في الطرف الآخر.¹

2 - أنواع العلاقات الإجتماعية:

يمكن أن تصنف العلاقات الإجتماعية إلى أربعة أنواع و هي :

➤ **العلاقات الإجتماعية العمودية :** و هي الإتصال أو التفاعل الذي يقع بين شخصين أو أكثر

يحتلون مراكز إجتماعية وظيفية مختلفة من حيث المنزلة و المراكز و طبيعة الخدمة كالعلاقة

الإجتماعية بين المهندس و العامل و العلاقة بين رئيس العمل و العامل.²

➤ **العلاقات الإجتماعية الأفقية :** و هي الإتصال أو التفاعل الذي يقع بين شخصين أو أكثر يحتلون

مراكز إجتماعية وظيفية متساوية كإتصال مدير الإنتاج بمدير البحوث و الدراسات حول ضرورة

القيام بدراسة حول معرفة إنخفاض إنتاجية العمال ، و العلاقة الإجتماعية الأفقية يمكن أن تقع

¹ عبد العزيز فكرة: مرجع سابق ، ص 497.

² نفس المرجع ، ص 502.

بين الذين يشغلون مراكز مهنية متساوية في قسم أو مصلحة واحدة ، أو أقسام و مصالح مختلفة

1.

➤ **العلاقات الإجتماعية الرسمية :** و هي العلاقة التي يحدد أسسها و مفاهيمها القانون و النظام الداخلي الرسمي للمؤسسة الصناعية و يهدف إلى ضمان المؤسسة بأعمالها ، كما ينص على تحقيق أهدافها التي تصب في أداء العمل ، و تحقيق أهداف الأفراد و إستمرارية المؤسسة في أنشطتها ، و القانون الرسمي للمؤسسة يحدد الأدوار الوظيفية لأفرادها، و يكرس واجباتها و حقوقها الإجتماعية.

➤ **العلاقات الإجتماعية غير الرسمية :** هي الإتصالات أو التفاعلات التي تقع بين شخصين أو أكثر و تدور حول الأغراض الشخصية للأفراد الذين يكونونها.

3- أهمية العلاقات الإجتماعية:

لا يوجد ذلك الإنسان الذي يتمتع بالإكتفاء الذاتي، فكل فرد بحاجة إلى أشياء بوسع الآخرين القيام بتقديمها، و الشخص الآخر بالمقابل يقدم للآخرين ما يحتاجون إليه و الإنسان إجتماعي بطبعه يحب تكوين العلاقات و بناء الصداقات، و الفطرة السليمة تمنع الإنعزال التام و تستهجن الإنطواء و ترفض الإنقطاع عن الآخرين، و الملاحظ أن الفرد مهما كان إنطوائيا فإنه يسعى إلى تكوين علاقات مع الآخرين و إن كانت محدودة ويستحيل عليه الإنكفاء على الذات و الإستغناء عن الآخرين.²

و يمكن أن نبرز أهمية العلاقات الإجتماعية فيما يلي :

¹ عبد العزيز فكرة: مرجع سابق ،ص 502

² قطيب زهرة:العلاقات الإجتماعية في الوسط المدرسي و علاقته بالتحصيل الدراسي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي علم إجتماع، جامعة أحمد دارية ، أدرار، 2020 2021، ص 15.

- هناك حاجة داخل كل منا تتلخص في مودة الآخرين و صداقتهم ،و إن ما نحتاج إليه هو تقبلهم لنا و إعترافهم بنا و يصنفها ماسلو عالم النفس الشهير أنها المرتبة الثالثة.
- يجب أن نتعلم أن نسعى وراء ما نحتاج إليه: لكن صادقين و صريحين يعرف البعض أننا بحاجة إلى أشياء أخرى من الناس ولكنهم يخجلون من ذلك خوفا من التصاق صفة الأنانية بهم أو المصلحة و هذا غير صحيح لأنهم أيضا يحتاجونها مثل ما نحتاجها.
- قد قيل أن المعرفة قوة و معرفة الطبيعة الإنسانية على ما هي عليه قوة و أحد الطرق لإكتسابها الإحتكاك المباشر مع الناس فمنهم نتعلم الكثير الذي قد لا تجده في الكتب المتخصصة و المتعمقة.
- إن إقامة العلاقة مع الآخرين مصدر من مصادر الأجر و الثواب بإذن الله اذا إحتسب الأجر لا ينبغي لعاقل أن يفوته، فحق المسلم له أبواب مخصصة في العديد من كتب الحديث و في المصحف الشريف.
- لا يوجد ذلك الإنسان الذي يتمتع بالإكتفاء الذاتي فكل منا بحاجة إلى أشياء بوسع الآخرين القيام بها.
- إنك لا تستطيع أن تفجر الكرة الأرضية و تتخلص من كل هؤلاء البشر لتعيش وحدك، كن واقعيًا ، وجدت الناس لتبقى و لا تستطيع أن تحقق أي نجاح أو سعادة دون أن تضع الآخرين في حياتنا.
- إذا أردت أن تتجح فأنت تحتاج إلى أن تنشئ جمهورا مشجعا من الآخرين لأنه عمل شاق أن تكون إنسانا وحيدا مهما كان لديك هدفا هاما للغاية.

➤ إن ما يسمى بمشاكل الشخصية مثل التخوف والخجل والشعور بإنخفاض تقدير الذات هي في الأساس مشاكل في التعامل مع الناس فمعرفة أساسيات وطرق تحسين بناء جسورا مع الآخرين يجب كثير من هذه المشاكل ويزيل عقبات ويجعل الدنيا أكثر جمالا.¹

4- العوامل المؤثرة في العلاقات الإجتماعية:

هناك مجموعة من العوامل و هي كالآتي:²

➤ **السمات الشخصية:** فهي تؤثر في سلوك صاحبها حيث نظرته لنفسه و نظرة الآخرين إليه و بالتالي فإن ذلك يؤثر في طبيعة علاقته بالآخرين و نلاحظ أن علاقة ذوي الإحتياجات الخاصة بالعاديين تختلف تماما عن علاقاتهم ببعضهم البعض.

➤ **خبرات الفرد الخاصة :** والتي تساهم في تكوين أفكاره و تشكيل ميوله و اهتماماته فينعكس ذلك كله على سلوكه الإجتماعي و علاقته الإجتماعية بالآخرين.

➤ **التقدم العلمي و التكنولوجي :** فما يحدثه التقدم العلمي و التكنولوجي من تغيرات هائلة في المجتمع يؤثر بشكل واضح على علاقات أفراد المجتمع و جماعاته .

إن نشوء العلاقات الإجتماعية بين الأفراد تحكمها ضوابط معينة و تنشأ لإعتبارات و معايير مختلفة فالمكانة الإجتماعية للفرد و الدور الذي تلعبه في الحياة الإجتماعية كقيلة بأن تحدد نوع العلاقة المراد إنشاءها، فنظرة الأفراد الآخرين تحدد نوعية علاقتهم به وليست نظرة الفرد نفسها نظرة الآخرين لأن الآراء تختلف و تتعدد و ذلك حسب مكانة كل فرد و حسب مصلحة كل منهم ، فعلاقة المسلمين بغير المسلمين تختلف تماما عن علاقتهم ببعضهم البعض لأن كل مجتمع لديه خصائصه التي يمتاز بها عن غيره.

¹ قطيب زهرة :مرجع سابق ، ص 16.

² فاروق مدرس : التنظيم و علاقات العمل، دط، دار مدني ،الجزائر، 2002، ص 67.

فالفرد الذي ينشأ علاقة إجتماعية تكون لديه أفكار مسبقة و إهتمامات عديدة التي من شأنها أن تحدد له أي العلاقات الإجتماعية الواجب الأخذ بها و ذلك حسب طبيعة خبراته التي إكتسبها، كما أن طبيعة البيئة التي يعيشها الفرد تؤثر في سلوكه و تضبط علاقته مع الآخرين حيث تغيرت المجتمعات و أصبحت من تقليدية بسيطة إلى كبيرة مركبة و معقدة و ذلك من خلال التقدم العلمي و التكنولوجي الذي أدخل على مختلف المجتمعات و تعتبر هذه الثقافة دخيلة قد لا تكون متماشية مع عادات و تقاليد المجتمع المستهدف فالعلاقات الإجتماعية تختلف حسب طبيعة المجتمع.

و يمكن القول أن ما يتحكم في العلاقات الإجتماعية هي شخصية الفرد و مجموعة الخبرات و الثقافات الخاصة به التي تكون مكتسبة من الحياة الإجتماعية حسب طبيعتها و ذلك من خلال درجة التقدم العلمي الذي شمل هذي المجتمعات و إنعكاساتها سواء الإيجابية منها أو السلبية و مختلف التأثيرات التي تميلها هذه الأخيرة على المجتمع و كيف تبتث مختلف المعايير الثقافية في كل مجتمع و كيفية إستغلال كل فرد ذلك حسب طبيعة ثقافته و خبراته و آرائه و أفكاره و إستغلالها الأمثل في تكوين العلاقات الإجتماعية إذا كانت إيجابية و العكس صحيح إذا كانت سلبية.¹

5- تصنيفات العلاقات الإجتماعية:

أ. علاقة إجتماعية طويلة و قصيرة الاجل:

العلاقات الإجتماعية طويلة الأجل هي علاقات تدوم فترة معينة من الزمن مثل علاقة الزوج و الزوجة، علاقة الأب و الإبن أما قصيرة الأجل هي تلك التي لا تستمر إلا لفترة قصيرة من الزمن كما هو

¹ فاروق مدرس :سبق ذكره ، ص 68.

الحال لسائق السيارة و الراكب حيث يجلسان و يحصل بينهما حديث و حوار و لكن سرعان ما ينتهي عندما ينزل الراكب من السيارة.

ب. علاقات مباشرة و غير مباشرة:

قد تكون العلاقة الإجتماعية غير مباشرة، و ذلك مثل ما هو الحال في المؤسسات التنظيمية العامة، و التي تشمل المجتمع ككل حيث الواجبات المتبادلة تتم بدون اللجوء إلى الإحساس الذاتي بالواجب نحو الطرف الآخر و الهدف لا يكون هو الحفاظ على إستمرار هذه العلاقة كما قد تكون العلاقة الإجتماعية بين الناس متعددة على المواجهة المباشرة .

- كما توجد هناك علاقات داخلية تتمثل في علاقات الأعضاء داخل الجماعة و العواطف التي بينهم و أخرى خارجية تتمثل في علاقات الجماعة و أفرادها مع البيئة الخارجية المحيطة بهم.

ج. علاقات إيجابية و أخرى سلبية:

إن العلاقات الإجتماعية الإيجابية تدعى بالعلاقات المجمعمة، و هي تؤدي إلى الإتفاق و الإجتماع ، و هي تساهم في تماسك و وحدة و تكامل المجتمع و من أمثالها العلاقات الإجتماعية التعاونية التي تعتبر سعي مشترك للوصول إلى هدف مشترك و كذا علاقات الصداقة القائمة على الإخلاص و الإتحاد و التوافق.

أما العلاقات الإجتماعية السلبية تؤدي إلى عدم الإتفاق و عدم الإدماج و هي تساهم في عدم التماسك تدعو للتفكك كما أنها تسمى بالعلاقات التنافسية قد يكون هذا التنافس هداما أو بناءا، يقود إلى الصراع بين الأفراد.

و العلاقات السلبية قد تكون تصارعية أساسها نزاع مباشر و مقصود بين طرف العلاقة الإجتماعية من أجل هدف واحد.¹

6- مستويات العلاقات الإجتماعية:

أ. المستوى الأول: العلاقات اللاتبادلية :

في هذا النوع من العلاقات اللاتبادلية لا يتزامن وجد الفرد (أ) مع وجود الفرد (ب) ، و لا يؤثر (أ) في (ب) و لا يتأثر به. و كذلك الحال بالنسبة ل (ب). و معنى هذا أن يوجد (أ) و يوجد (ب) و لا يوجد بينهما تفاعل إجتماعي حقيقي ، أو يوجد (أ) و توجد بيانات عن (ب) و يطلب من (أ) أن يحكم على سلوك (ب) من تلك البيانات.

لقد كان ذلك هو الأسلوب الذي اتبعه الباحثون قديما في دراستهم لعملية الإدراك الإجتماعي ، و الغريب أن بعض الباحثين ما زالوا يستخدمون هذه الطريقة في أبحاثهم المعاصرة بالرغم من عجزها عن الإحاطة بأي جانب من جوانب التفاعل الإجتماعي التبادلي.²

ب. المستوى الثاني : علاقات الإتجاه الواحد :

و يكون ذلك بتأثير (أ) في سلوك الفرد (ب) دون تأثر (ب) بسلوك (أ) ، و يتم ذلك خاصة في السلوكيات النمطية التي لا تحتاج إلى إتصالات مباشرة، مثل ذلك مشاهدة برنامج تلفزيوني تدريبي و تأثير صاحب البرنامج دون تفاعل حقيقي ، أو قراءة سيرة شخصية معينة أو صور الشخصيات .

¹ جابر عوض سيد : التكنولوجيا و العلاقات الإجتماعية، دط، دار المعرفة الجامعية، السويس، مصر ، 1996، ص 18.

² سامية معاوي: الثقافة التنظيمية و العلاقات الإجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع، جامعة برج باجي مختار _ عنابة ، 2008-2009، ص ص 83 - 84.

ج. المستوى الثالث : العلاقات شبه تبادلية :

تتم العلاقة في هذا المستوى بين الشخصين وفق خطة مرسومة أو حوار مكتوب ، حيث يواجهان بعضهما البعض ، و يتخذ منه سلوكا محددًا وفق نظام دقيق لا يحدد عنه فهنا يبدو أن هناك تفاعل إجتماعي بينهما و لكن في الحقيقة ما هو إلا قيام الفردين بدورهما المنوط بهما ، تبعا لتوجيهات الإدارة عنهما ، أي أن التأثير يمتد وفق نظام دقيق لا يحدد عنه.

د. المستوى الرابع : العلاقات المتوازية :

يتزامن في هذا النوع من العلاقات وجود (أ) مع وجود (ب) ، و يجمعهما موقف واحد ، و يتحدث (أ) إلى (ب) و لا ينصت (ب) إليه ، و كذلك الحال بالنسبة ل (ب) فإنه أيضا يتحدث إلى (أ) و لا ينصت (أ) إليه.

هـ. المستوى الخامس : العلاقات المتبادلة غير المتناسقة :

يتزامن وجود (أ) مع وجود (ب) و تعتمد إستجابات (أ) على سلوك (ب) و لا تعتمد إستجابات (ب) على سلوك (أ).

و. المستوى السادس : العلاقات التبادلية:

يعتبر هذا المستوى أفضل صور العلاقات الإجتماعية ، حيث أن هذا المستوى من العلاقات يتزامن مع وجود الفردين أو الأفراد أثناء عملية التفاعل الإجتماعي ، و يعني التبادل تحول إتجاه التأثير من فرد لآخر، فكما يؤثر فرد ما في غيره فإنه أيضا يتأثر بهم ، فيصبح بذلك مؤثرا و مستجيبا معا، و يمكن أن يكون

التبادل بين فردين أو بين جماعتين و بما أن العلاقات المتبادلة تعتبر من أهم أنواع العلاقات الإجتماعية فإنها تمثل الصرح الذي يقوم عليه علم النفس الإجتماعي.¹

7 - الإتجاهات النظرية للعلاقات الإجتماعية:

إختلف العلماء و المفكرون حول الرؤية النظرية، التي يمكن من خلالها دراسة العلاقات الإجتماعية فهناك من يؤكد على ضرورة دراستها من جانب سوسولوجي كونها من المكونات الأساسية للمجتمعات البشرية ، ومن دون شبكة العلاقات الإجتماعية لا يمكن الحديث عن المجتمع و هناك من يفضل دراستها من جانب سيكولوجي بالعودة إلى الدوافع و الحاجات النفسية التي تميز الفرد عن غيره من المخلوقات .

أ. الإتجاه التأويلي (الفردي) في دراسة العلاقات الإجتماعية :

يرى أنصار هذا الإتجاه أن الفرد أسبق في الوجود من المجتمع . و أن المجتمع ليس من وحي الخيال، بمعنى آخر يهتم هذا الإتجاه بكيفية قيام الأفراد و الجماعات بتأسيس المجتمع و إضفاء معنى عليه و معاشه الحياة فيه، بدلا من الإهتمام بكيفية تأثير المجتمع على الأفراد و الجماعات ، بهذا تصبح حياة الفرد محور الحياة الإجتماعية .

يعتقد هذا الإتجاه أن العلاقات الإجتماعية تأسست من التجربة الحياتية للفرد و أن المشكلات المختلفة إنما ظهرت لأنها مشكلات فردية بالأساس و من جميع المشكلات الأفراد ظهرت المشكلات الإجتماعية.²

¹ سامية معاوي : مرجع سابق ، ص 85.

² عبد العزيز فكرة: مرجع سابق ، ص 494.

عليه طبيعة الموقف و من ثمة فإن العلاقات الإجتماعية تضيق و تتسع حسب شدة و تعقد البناء الإجتماعي ، و في حقيقة الأمر يسعى هذا الإتجاه من خلال دراسته لطبيعة العلاقات الإجتماعية إلى التوليف بين البناء الإجتماعي و الفعل الإجتماعي ، إذ لن يوجد البناء الإجتماعي ما لم يؤسس الفعل الإنساني ، إلا أن هذا الفعل يتطلب بناء ليحدث فيه ، و يرى هذا الإتجاه الذي يتزعمه " أنتوني غيدنز " أن البناء الإجتماعي يعني القواعد و الموارد (الوسائل المادية و الثقافية التي تمكن الناس من القيام بالفعل الإجتماعي) .

و من ثم فإن المدارس و المصانع و غيرها من المؤسسات الإجتماعية لها قواعدها و مواردها، و يؤدي إستخدام هذه القواعد و الموارد إلى إعادة إنتاج هذه المؤسسات ، فالأفراد أو الفاعلون هم الذين يعيدون إنتاجها.

و يعيد الأفراد إنتاج مؤسسة ما في الزمان و المكان بإستخدام القواعد و موارد المؤسسة ، و من ثمة لا يوجد البناء الإجتماعي مستقلا عن الفعل الإنساني الذي يؤسسه فالممارسة الإجتماعية عند جيدنز هي البناء و الفعل في آن واحد ، مما يؤدي إلى إنتاج العلاقات الإجتماعية بين أفراد المجتمع حسب هذا الإتجاه تتأثر إلى حد كبير بالعلاقة التفاعلية الجدلية ما بين الفعل و البنية.

ب. الإتجاه التوفيقي:

يرى أن البناء الإجتماعي و الفعل الإنساني مكملين لبعضهما البعض و لا يمكن أن يتحكم طرف في الآخر ، حيث أن المجتمع يحتاج إلى مجموعة من الأفراد لإنشاء نشاط معين سواء مؤسسات أو غيرها كما أن الأفراد لا يمكن لهم أن يشكلوا علاقات إجتماعية دون وجود بناء إجتماعي الذي بدوره يضبط تواصل

العلاقة و تدعيمها بمختلف الوسائل المادية و الثقافية التي غيابها حتما يؤثر على الأداء لفعل الإنساني و

يجب عملية إستمرار العلاقات الإجتماعية .¹

¹ عبد العزيز فكرة : مرجع سبق ذكره ، ص 495.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في الفصل الثاني يمكن القول أن الإقبال على إستخدام وسائل الإعلام الجديدة التي من بينها موقع الفايسبوك الذي أحدث تطورا و أثرا في حياة الأفراد على المستوى الشخصي و الإجتماعي، و ذلك لتنوع الخدمات التي يوفرها تلك الموقع ، و لم يقتصر فقط على إتاحة الحصول على المعلومات و الأخبار بل يشكل عالما إفتراضيا يفتح المجال أمام الأفراد و المجتمعات لإبداء آرائهم و مواقفهم في مختلف القضايا و لتكوين كذلك علاقات إجتماعية ، كما تنتوع تأثيرات موقع الفايسبوك بين سلبية و إيجابية على العلاقات الإجتماعية و الواقعية ، و تختلف الإتجاهات و الآراء حول تلك الموضوع ، إلا أنها تبقى منصات للتفاعل و التواصل .

الفصل الثالث : المعالجة المنهجية للموضوع .

الفصل الثالث : المعالجة المنهجية للموضوع .

تمهيد .

أولاً: المنهج المستخدم

ثانياً: أدوات جمع البيانات

1-الملاحظة

2-الاستمارة

ثالثاً: مجالات الدراسة

1-المجال المكاني

2-المجال الزمني

3- المجال البشري

رابعاً: العينة و خصائصها

خلاصة الفصل .

تمهيد:

تمثل الإجراءات المنهجية الخطوات التطبيقية لتحقيق أهداف البحث و الإجابة عن تساؤلاته فمن خلال تحديد منهج الدراسة و إجراءات تطبيقه يمكن الحصول على البيانات المطلوبة التي من خلالها يمكن الحصول على النتائج البحثية , وفي هذا الفصل سنقوم بعرض أهم الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة و التي تتمثل في : منهج الدراسة , أدوات جمع البيانات , بالإضافة إلى عينة الدراسة و خصائصها و مجالات الدراسة .

أولاً: المنهج المستخدم في الدراسة :

-تعتبر خطوة إبراز منهج الدراسة من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه , و ذلك كونها خطوة مهمة توجه الباحث نحو مسار أو مناهج علمي يضمن له تحقيق أهدافه , فالمنهج هو " الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة و الكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلى إجابات على الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة من خلال إستخدام مجموعة من الأدوات لتجميع البيانات و تحليلها و التوصل إلى النتائج التي تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات .¹

لذلك إعتدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب للدراسة , و بإعتباره يعتمد على الوصف الدقيق للظاهرة محل الدراسة , و بما أن دراستنا موسومة بإدمان وسائل الإعلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية , فهذا المنهج الأنسب , حيث يمكننا من وصف إدمان وسائل الإعلام الجديدة على العلاقات الإجتماعية , و التعرف على مختلف جوانبه و تأثيرات هذا الإعلام .

فيعرف المنهج الوصفي على أنه طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية , و من ثم الوصول إلى نتائج منطقية لها دلائل و براهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة , و يتم إستخدام ذلك في تحديد نتائج البحث .²

و هناك مجموعة من الخصائص المرتبطة بالمنهج الوصفي نذكر منها ما يلي :

¹ احمد عبد الله اللحج، مصطفى محمود أبو بكر : البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية) ،الدراسات الجامعية، 2002، ص 43

² هبة محسن محمود : المحاضرة الخامسة البحث العلمي - المنهج الوصفي - جامعة الموصل ،كلية التربية , قسم التربية البدنية و العلوم الرياضية , 2010، ص2.

- يهتم المنهج الوصفي بدراسة و التعرف على معالم و أبعاد الظاهرة المدروسة و تحديد أسباب تواجدها على سيرتها القائمة و إعطاء افسير منطقي لذلك .
- يعتمد المنهج الوصفي في دراسته على تحليل و تفسير الحقائق القائمة حول الظواهر , و هذا لأنه يركز على دراسة الظاهرة في زمان و مكان محددين .
- بإعتبار المنهج الوصفي هادف إلى تحليل مكونات و أبعاد الظواهر و ظروفها , فإنه يعتمد على مجموعة من الأدوات و الأساليب التي تمكنه من جمع البيانات و الحقائق حول الظواهر المدروسة و تحليلها و تفسيرها .
- كما أن المناهج العلمية خلال مراحل تطبيقها تقوم بدراسة وصفية للظواهر , كمرحلة ضرورية من أجل التعريف بالظواهر المدروسة و توضيح جوهرها و أبعادها , و لهذا نجد أن معظم الدراسات تضطر إلى استخدام المنهج الوصفي كمرحلة من مراحل قيام الدراسة .
- إن المنهج الوصفي لا يعني فقط وصف الظاهرة , بل يتعدى ذلك إلى إجراء تحليل عميق لمكوناتها و خصائصها و قياسها و تفسيرها و التوصل إلى توصيف دقيق لها .¹

و يرتبط المنهج الوصفي بجملة من الخطوات كما يلي :

المنهج الوصفي هو واحد من أساليب البحث العلمي القانوني لذلك يسير الباحث على نفس خطوات البحث العلمي عموماً و التي تبدأ بتحديد المشكلة ثم وضع الفروض و بعدها إختبار صحة هذه الفروض

¹ عبد الله قلش : مطبوعة في مقياس منهجية البحث العلمي , كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير , جامعة حسيبة بن بوعلوي , الشلف , 2016- 2017, ص ص 71- 72.

و أخيرا الوصول إلى نتائج و تعميمات , غير أن طبيعة الدراسة الوصفية تتطلب مزيدا من الخطوات المتعلقة بطبيعة البحوث الوصفية و المتمثلة فيما يلي :

- الشعور بالمشكلة البحثية و ذلك بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات و البيانات حولها و التي تساعد في ضبطها .
- تحديد الإشكالية التي يريد الباحث دراستها و صياغتها في شكل سؤال أو أكثر .
- وضع فرضيات أو مجموعة من الفروض كحلول مبدئية للمشكلة موضوع الدراسة .
- تحديد أدوات البحث العلمي القانوني و التي يمكن توظيفها للحصول على المعلومات الكافية الجيدة كملاحظة و الإستبيان , المقابلة و العينة و ذلك وفقا لطبيعة إشكالية البحث و فروضه .
- اختيار العينة التي ستجرى عليها الدراسة مع توضيح حجم و كيفية إختيارها و أسلوب أو طريقة إنتقائها .
- القيام بجمع المعلومات بطريقة منظمة و دقيقة .
- إستخلاص النتائج و تنظيمها و تصنيفها ¹.

ثانيا: أدوات جمع البيانات :

يعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات التي تساعده في بحثه , و ترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث و المنهج المستخدم في الدراسة , و هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات , و يمكن إستخدام العديد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب أحداها و لدراسة الظاهرة من كافة

¹ مجدوب لامية : مطبوعة بيداغوجية بعنوان مناهج البحث العلمي , كلية الحقوق و العلوم السياسية , قسم الحقوق , جامعة 8 ماي 1945, قالمة , 2020-2021, ص 12.

الجوانب و عموما تعين ان تقيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها و يمكن حصرها فيما يلي : الإستمارة , المقابلة , الملاحظة , تحليل المحتوى¹.

و إنطلاقا من طبيعة موضوعنا تطلب منا الإعتماد على أداة الإستمارة و الملاحظة بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية كأداة أساسية في البحث

1. الملاحظة :

-يقصد بها المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر بهدف معرفة صفاتها و خصائصها و العوامل المتدخلة فيها .

و هي بهذا المفهوم تجمع بين إستخدام العقل و الحواس لأنها لا تستقر على مجرد التشغيل السلبي للوقائع و المتغيرات , إنما تتعدى هذه الخطوة إلى التدخل الإيجابي من جانب العقل الذي يقوم بدور رئيس في إدراك العلاقات المختلفة بين الظواهر موضوع الملاحظة .

و قد إستخدمنا **الملاحظة العلمية البسيطة** بدون المشاركة , و هي التي يتم فيها ملاحظة الظواهر التي تحدث تلقائيا في ظروف طبيعية دون إخضاعها للضبط العلمي و بغير إستخدام أدوات دقيقة لقياس الظاهرة موضوع الدراسة , حيث يقوم الباحث بمراقبة الجماعة عن كثب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به هذه الجماعة موضوع الملاحظة , فهي لا تتضمن أكثر من النظر و الإستماع و متابعة موقف إجتماعي

¹ دواخة سهام : تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على تشكيل العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي , مذكرة ماستر في علم الاجتماع , جامعة 8 ماي 1945, قالمة , 2019 - 2020, ص 112.

معين دون مشاركة فعلية فيه , و يحاول خلاله الباحث ألا يظهر في الموقف , ثم يسجل ما يراه و ما يسمعه , و ما يلاحظه دون علم الجماعة موضوع الملاحظة .¹

2. الإستمارة :

تعتبر الإستمارة الأداة الرئيسية في عملية جمع البيانات و ترجع أهمية هذه الأداة إلى طبيعة الدراسة في حد ذاتها و تعرف الإستمارة على أنها " مجموعة من الأسئلة و الإستفسارات المتنوعة و المرتبطة ببعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه و المشكلة التي إختارها لبحثه " .²

لقد مرت الإستمارة في هذه الدراسة بمراحل منها : صياغة الأسئلة و ذلك إستنادا على الإشكالية و الأسئلة الفرعية , من أجل الوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها , بعدما عرضها على المشرف من أجل تصحيحها , و بعد هذه المرحلة و صلنا إلى الصياغة النهائية , حيث تم عرضها و توزيعها على أفراد العينة .

لقد تضمنت الإستمارة 21 سؤالاً موزعاً على أربعة محاور :

المحور الأول : يحتوى على البيانات الشخصية لأفراد العينة (الجنس , السن , المستوى الجامعي , الحالة العائلية) .

المحور الثاني : إيمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايبيوك) ودورها في تنامي علاقات التعاون , و

يتضمن 05 أسئلة .

¹ طارق طراد : تأثير شبكات التواصل الإجتماعي " الفايبيوك " في التواصل السياسي للشباب الجزائري , أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال , كلية علوم الإعلام الإتصال , جامعة الجزائر , 2015 - 2016 , ص 20.

² حليلة بوزنت : تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على هوية المراهق , مذكرة ماستر , كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية , جامعة 08 ماي 1945 و قالمة , 2020 , 2021 , ص 74.

المحور الثالث : إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ودورها في تنامي علاقات الصراع و يتضمن 06 أسئلة .

المحور الرابع : إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ودورها في تنامي علاقات التكامل و يتضمن 06 أسئلة .

ثالثا: مجالات الدراسة:

1. المجال الزمني :

يتمثل في المدة الزمنية التي إستغرقتها عملية البحث بشقه النظري و الميداني بهدف جمع المعلومات و البيانات و تنقسم إلى ثلاث فترات و هي :

الفترة الأولى : تتمثل في الجانب النظري أين تم جمع المعلومات حول الموضوع و الأخذ برأي الأستاذة المشرفة و ذلك إبتداء من شهر نوفمبر , حيث أخذنا فكرة في الموضوع و الذي كان بعنوان إدمان وسائل الإعلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي , و من خلال هذه الفترة عملنا على تصنيف المادة العلمية نظريا للحصول على ما يناسب موضوع دراستنا بمختلف فصولها النظرية .

الفترة الثانية : قمنا في هذه الفترة بالتواصل مع إدارة قسم علم إجتماع كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية , للتعرف على مجتمع البحث و كشف أعداد الطلبة في كل تخصص أي طلبة سنة أولى ماستر , و سنة ثانية ماستر , فقد أجريت الدراسة على 35 طالب .

الفترة الثالثة : و هي المرحلة الأخيرة بعد جمع البيانات و المعلومات الخاصة بالمبحوثين , قمنا بتوزيع الإستمارة خلال الفترة من 03 مارس إلى غاية 10 مارس , و بعد ذلك قمنا بتفريغ تلك البيانات المتحصل

عليها من طرف الطلبة , و تحليلها إحصائيا و سيوسولوجيا و تفسيرها , خلال الفترة من 11 إلى 18 مارس , و أخيرا التوصل إلى النتائج النهائية للدراسة .

2. المجال المكاني :

يتمثل في المجال المكاني للدراسة الحيز أو النطاق الجغرافي الذي أجريت فيه الدراسة , و لقد أجريت دراستنا على مستوى كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف , حيث تم إنشاء كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية في بداية السنة الجامعية 2012 / 2013 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12 / 242 المؤرخ في 14 جوان 2012 , وذلك في إطار الهيكلة الجديدة التي يعرفها إصلاح التعليم العالي¹.

و تهدف الكلية إلى المساهمة في توفير سبل العلم و المعرفة العامة لجميع طلبة الجامعة من خلال تصميم و تقديم مجموعة من مسافات التعليم التي يعزز التخصص في مختلف المواد التي تقدمها الكلية لتنمية المعارف بموجب المناهج الدراسية الأساسية .

3. المجال البشري:

هو الكل الذي يشمل أفراد مجتمع البحث الذي ستجرى عليهم الدراسة , حيث أجريت هذه الدراسة على كل طلبة سنة أولى ماستر و سنة ثانية ماستر , تخصص علم اجتماع الإتصال بجامعة الشاذلي بن جديد , كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية , قسم علم اجتماع .

¹ https //univ-el tarf-dz. بتاريخ 15 / 04 / 2025.

رابعاً: تعريف العينة وخصائصها :

عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث، يتم إختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و من ثم إستخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي، و يمكن تعريف العينة بشكل مبسط بأنها " مجموعة من الأفراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة و تأخذ أشكالاً مختلفة بناء على نوعية و ظروف البحث إذ تستخدم لتسهيل عملية البحث العلمي ".¹

و على هذا الأساس فإن مجتمع البحث في دراستنا هذه هو طلبة كلية العلوم الإجتماعية سنة أولى و ثانية ماستر إتصال، و أما عينة بحثنا فهي عينة قصدية إقتصرت على مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة عامة و الفايسبوك خاصة و أثارها على العلاقات الإجتماعية في كلية العلوم الإجتماعية لطلبة سنة أولى و سنة ثانية ماستر إتصال، وقد عمدنا لإختيار هذه الكلية لتكون العينة تمثيلية و قد وزعنا على طلبة ماستر 1 إتصال 20 إستمارة و طلبة ماستر 2 إتصال 15 إستمارة، و سندرس خصائص العينة في المحور التالي المتمثل في المحور الأول (البيانات الشخصية) .

وقد أخذنا نسبة 30% من مجتمع البحث، حيث عدد طلبة سنة أولى ماستر اتصال 65 طالب، و سنة ثانية ماستر اتصال 50 طالب، حيث مجموع الطلبة 115 طالب، فقمنا بحساب العينة كالتالي:

$$\frac{30 * 115}{100} = 34.5 \cong 35$$

السنة الأولى ماستر علم اجتماع و اتصال عدد الطلبة هو 65

$$\frac{30 * 65}{100} = 19.5 \cong 20$$

¹ طارق طراد : تأثير شبكات التواصل الإجتماعي " الفايسبوك " في التواصل الساسي للشباب الجزائري , مرجع سابق , ص

السنة الثانية ماستر علم اجتماع اتصال عدد الطلبة هو 50

$$\frac{30 * 50}{100} = 15$$

خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية , حيث يتضمن هذا الجانب من الدراسة على تحديد المنهج المستخدم , و إختيار أدوات جمع البيانات , و كذلك مجالات الدراسة , بالإضافة إلى عرض و تحليل البيانات المتحصل عليها من الإستمارة , و قد تم تفرغ البيانات في الجداول تحمل تكرارات و نسب مئوية و التعليق عليها .

الفصل الرابع: تحليل وتفسير البيانات

الفصل الرابع: تحليل وتفسير البيانات

تمهيد

أولاً: تحليل و تفسير النتائج

ثانياً: عرض النتائج العامة

تمهيد:

وسائل الإعلام الجديدة التي تعتبر احد أهم وسائل الإتصال و التواصل الحديثة من خلالها تتجسد العلاقات الإجتماعية من خلال العلاقات المتبادلة بين الأفراد و المتداولة عبر مواقع التواصل الإجتماعي خاصة الفايسبوك الذي أصبح من الضروريات الهامة في حياة الأفراد .

على هذا الأساس و بهدف معرفة إدمان وسائل الإعلام الجديدة " الفايسبوك " و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية , سنقوم في هذا الفصل بتحليل البيانات الخاصة بالإستمارة من خلال تحليل و تفسير الجداول البسيطة و المركبة .

أولاً: تحليل وتفسير النتائج :

كما نعلم أن هذه الدراسة تتناول موضوع إدمان وسائل الإعلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية لدى طلبة ماستر كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية مع التطبيق على عينة بلغ حجمها 35 طالب تم جمعها و تحليلها , سيتم عرض أهم النتائج و تفسيرها و مناقشتها في ضوء الإطار النظري للبحث و الدراسات السابقة .

1. تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الأول و الخاص بالبيانات الشخصية .

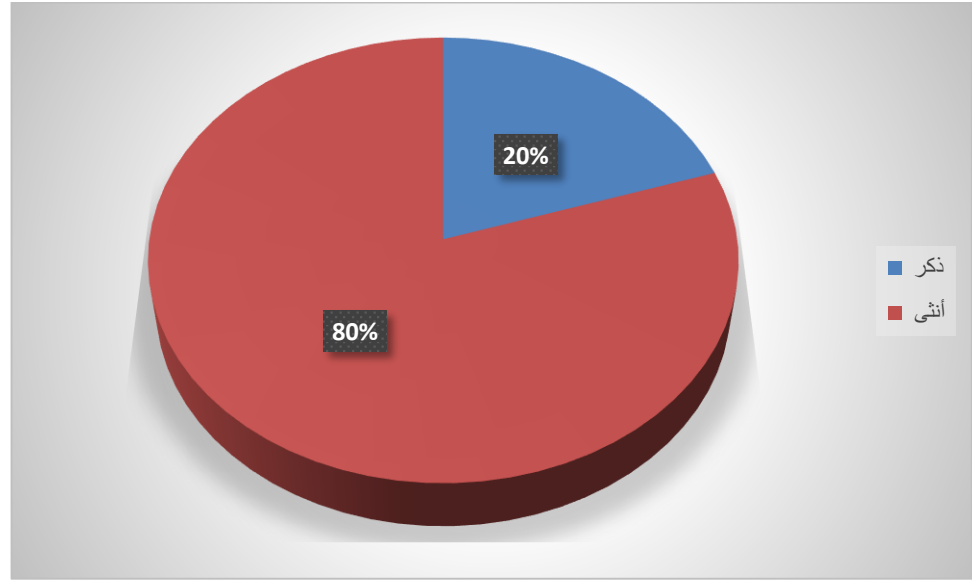
الجدول رقم 1: يبين طبيعة العينة حسب الجنس :

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	07	20%
أنثى	28	80%
المجموع	35	100%

المصدر: السؤال رقم (01) المصدر من الإستمارة

من خلال الجدول رقم (01) و بالنظر إلى تكرار أفراد العينة و البالغ حجمهم إجمالي 35 فرداً، نلاحظ أن عدد الإناث هم أكبر نسبة والتي قدرت ب: (80%) في حين أن عدد الذكور كانت أقل نسبة حيث قدرت ب: (20%)

الشكل رقم 1: يبين طبيعة العينة حسب الجنس



المصدر: السؤال رقم (01) المصدر من الإستمارة

الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
من 20 - 23 سنة	24	68.57%
من 24 - 28 سنة	07	20%
أكثر من 28 سنة	04	11.42%
المجموع	35	100%

المصدر: السؤال رقم (02) من الإستمارة

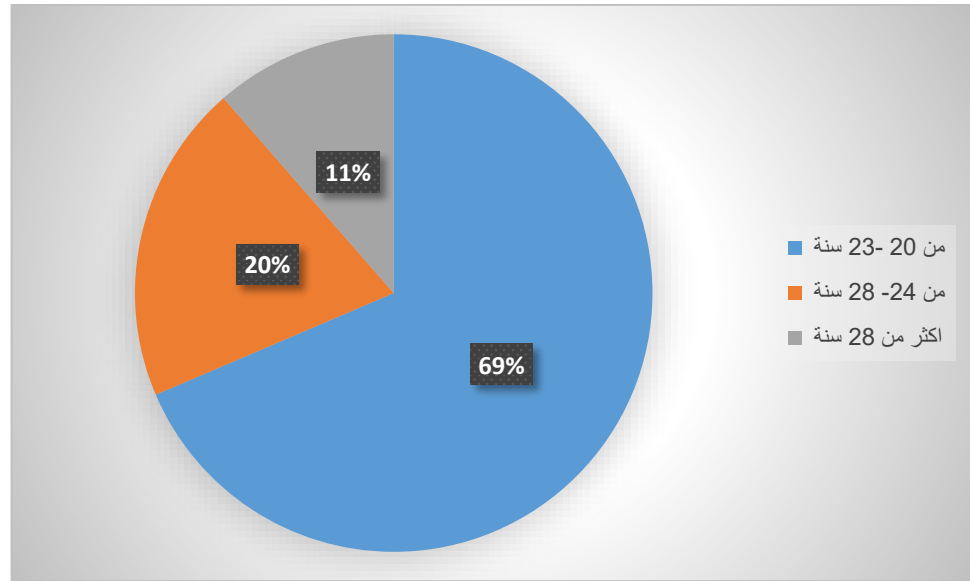
يوضح الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تقع في الفئة العمرية من 20 إلى 23

سنة حيث بلغت نسبتهم (68.57%) و قد يعود ذلك إلى أن هذا العمر هو عمر الشباب الأكثر إستخداما

لوسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) يلي ذلك بفارق كبير الذين أكثر عمرا من 24 سنة إلى 28 سنة بنسبة

(20%) ثم الذين بلغت أعمارهم 28 سنة بنسبة (11.42%) لأن هذا العمر بعض الشباب يلتفتون إلى حياتهم الخاصة (الزواج) و تحمل المسؤولية و يقل إستخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك).

الشكل رقم 2 : : يبين توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: السؤال رقم (02) من الإستمارة

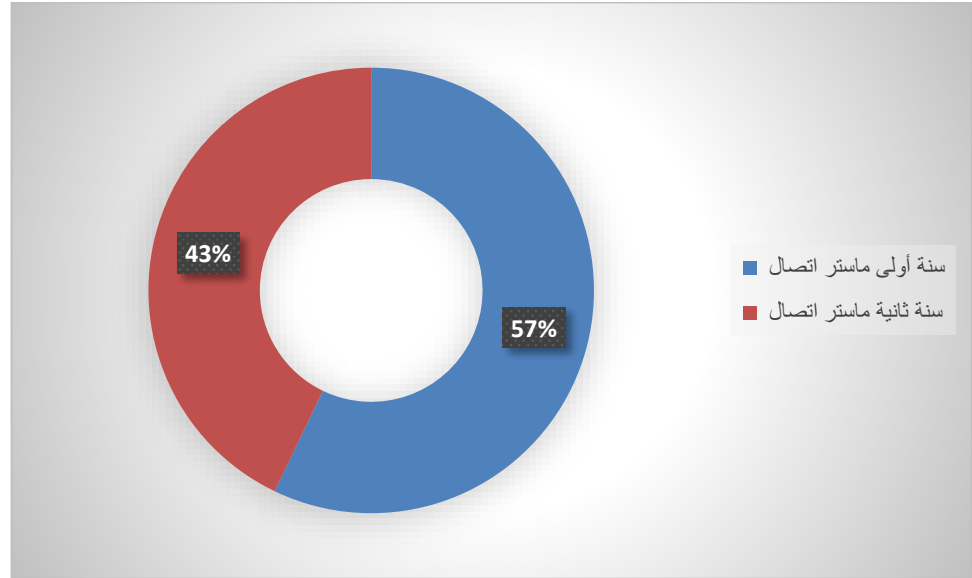
الجدول رقم 3: يبين المستوى الدراسي الجامعي لأفراد العينة :

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
57.14%	20	سنة أولى ماستر اتصال
42.85%	15	سنة ثانية ماستر اتصال
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (03) من الإستمارة

جدول رقم (03) يوضح أن أكبر نسبة قد بلغت (57.14%) من المبحوثين الذين يدرسون سنة أولى ماستر إتصال , يلي ذلك الذين يدرسون سنة ثانية ماستر إتصال بنسبة (42.85%), و يمكن تفسير هذه النتيجة أن الطلبة أصبحوا أكثر وعيا بوسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) خصوصا مواقع التواصل الإجتماعي , و الحقيقة ان درجة الوعي بمدى إستخدام الفايسبوك تختلف من فرد إلى آخر، ومن مستوى إلى آخر، حتى من جنس إلى آخر , و هو الأمر الذي تؤكد العديد من الدراسات في هذا الجانب .

الشكل رقم 3: يبين المستوى الدراسي الجامعي لأفراد العينة



المصدر: السؤال رقم (03) من الإستمارة

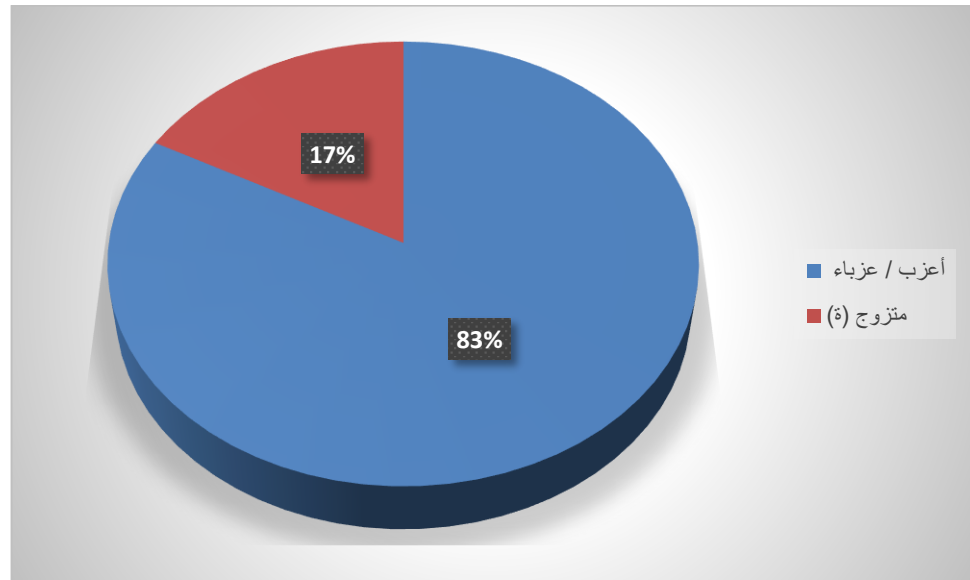
الجدول رقم 4: يبين الحالة العائلية لأفراد العينة :

الحالة العائلية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب / عزباء	29	%82.85
متزوج (ة)	06	%17.14
المجموع	35	%100

المصدر: السؤال رقم (04) من الإستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه ان أكبر نسبة من المبحوثين غير متزوجين بلغت (%82.85) يلي ذلك بفارق كبير المتزوجين بنسبة (%17.14) و يعود سبب إرتفاع نسبة غير المتزوجين إلى تأخر سن الزواج خاصة الفتيات يرفضن الزواج قبل إكمال الدراسة، ناهيك عن إنتشار ظاهرة العنوسة في أوساط الشباب عموماً، إضافة إلى العزوف عن الزواج لأسباب متعددة أهمها العامل المادي .

الشكل رقم 4: يبين الحالة العائلية لأفراد العينة :



المصدر: السؤال رقم (04) من الإستمارة

2. تحليل البيانات الخاصة بالمحور الثاني و الخاص بمدى مساهمة إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التعاون .

الجدول رقم 5: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في معارف الطالب في مختلف مجالات الحياة.

النسبة المئوية	التكرار	زادات وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في معارف الطالب في مختلف مجالات الحياة
94.28%	33	نعم
5.71%	02	لا
100%	35	المجموع

المصدر :السؤال رقم (05) من الإستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه أن نسبة الذين أجابوا بنعم قدرت ب : (94.28%) حيث يرون أن وسائل الإعلام الجديدة مكنتهم من معرفة عدة أشياء في مختلف مجالات الحياة , أما الذين أجابوا ب لا فهم بنسبة قليلة جدا قدرت ب (5.71%) بمعنى أنهم يرون أن وسائل الإعلام الجديدة لم تزد في معارفهم في مختلف مجالات الحياة ، و الحقيقية أن الفيسبوك كغيره من مواقع التواصل الإجتماعي قد يساهم في زيادة معارف الأفراد , و ذلك حسب وعي الأفراد , إضافة إلى مضمون أو محتوى المادة الإعلامية التي يتابعها، و كلها مرتبطة بزيادة أو ضعف مستوى العلاقات الإجتماعية للأفراد فغالبا ما نجد مواضيع متنوعة للتفاعل داخل هذه المجموعات الفايسبوكية , التي تختلف باختلاف الهدف من الانضمام إليها .

الجدول رقم 6: يبين مدى مساهمة تلك الوسائل (الفايسبوك) في تطوير مهارات الحوار

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة الوسائل (الفايسبوك) في تطوير مهارات الحوار
82.85%	29	نعم
17.14%	06	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (06) من الإستمارة

يبين الجدول أعلاه مساهمة الوسائل (الفايسبوك) في تطوير مهارات الحوار لدى الأفراد، حيث أن نسبة الذين أجابوا بنعم قدرت نسبتهم ب (82.85%) بمعنى أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) مكنت الأفراد من تطوير مهاراتهم في الحوار اما نسبة الذين أجابوا ب لا فقدت ب (17.14%) حيث أن وسائل الإعلام لم تطور من مهاراتهم و قدراتهم في الحوار .

الجدول رقم 7 يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تكوين علاقات اجتماعية مع أناس دون أن تربطك معهم معرفة سابقة.

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تكوين علاقات اجتماعية دون ان تربطك معهم معرفة سابقة
91.42%	32	نعم
8.57%	03	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (07) من الاستمارة.

تؤكد الاحصائيات الخاصة بالجدول أعلاه أن نسبة الذين أجابوا بنعم قدرت ب (91.42%) بمعنى أن وسائل الإعلام الجديدة ساهمت في تكوين علاقات إجتماعية، أما الذين نفوا فهم بنسبة قليلة قدرت ب (8.57%) حيث يرون أن تلك الوسائل (الفايسبوك) لم يساهم في تكوين علاقات إجتماعية، والحقيقة أن بناء العلاقات الإجتماعية ليست أمرا سهلا خاصة , في هذا الفضاء الافتراضي الذي يفرض نوعا خاصا من العلاقات الغير مباشرة و التي تختلف في نوعها و هدفها بحسب الغاية من تلك العلاقات الإجتماعية .

الجدول رقم 8: يبين مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في الحصول على معلومات حول المواضيع التي تشغل اهتمام الطالب .

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في الحصول على معلومات حول مواضيع التي تشغل اهتمام الطالب
94.28%	33	نعم
5.71%	02	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (08) من الاستمارة.

الجدول أعلاه يوضح مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في الحصول على معلومات حول المواضيع التي تشغل إهتمام الطالب، حيث قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم (94.28%) بمعنى أن وسائل الإعلام الجديدة ساعدت الأفراد في حصولهم على المعلومات حول المواضيع التي تشغل إهتمامهم، أما الذين أجابوا بلا فقدت النسبة ب (5.71%) و الجدير بالملاحظة أن تنوع المواضيع على الفايسبوك و مدى إسهامه في تشكيل علاقات إجتماعية يعتبر من أكبر رهانات المجموعات الفايسبوكية التي ينخرط فيها الأفراد، فكل مجموعة أهدافها، و مجالات إهتمامها، و للفرد حق في الإختيار و الأندماج، ومن ثم التفاعل مع هؤلاء الأفراد و بالتالي بناء علاقات إجتماعية .

الجدول رقم 9: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في زيادة النشاطات الجماعية.

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في زيادة النشاطات الجماعية
74.28%	26	نعم
25.71%	09	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (09) من الاستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه أن نسبة (74.28%) يرون أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ساهمت في زيادة نشاطاتهم الجماعية، أما الذين نفوا قدرت ب (25،71%) أي أن وسائل الاعلام الجديدة (الفايسبوك) لم تساهم في زيادة نشاطاتهم الجماعية، فهي سواء كانت مرتبطة بالتحصيل الدراسي للطلبة أو المرتبطة بالجوانب الخيرية، هي تأكيد على أهمية هذا الجانب في خلق جو ودي من التعاون و هو شكل من أشكال العلاقات الإجتماعية الإيجابية التي يجب أن تكون حاضرة لدى الجماعات الفايسبوكية الطلابية .

3. تحليل البيانات الخاصة بالمحور الثالث المتعلق بمدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة

(الفايسبوك) في تنامي علاقات الصراع .

الجدول رقم 10: يبين هل تعتقد ان وسائل الإعلام الجديدة سلبية

النسبة المئوية	التكرار	وسائل الإعلام الجديدة سلبية	
20%	07	خلق مشاكل و نزاعات بين الأفراد	نعم
37.14%	13	العزلة الإجتماعية	
57.14%	20	المجموع الجزئي	
42.85%	15	لا	
100%	35	المجموع	

المصدر :السؤال رقم (10) من الاستمارة.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة (57.14%) من أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) سلبية، و ذلك يكون من خلال العزلة الإجتماعية التي تخلفها تلك الوسائل، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بهذا (37.14%)، بينما الفئة الأخرى التي بلغت نسبتها (20%) ترى أن وسائل الإعلام الجديدة تؤثر سلبيا من خلال خلق المشاكل و نزاعات بين الأفراد، على عكس الفئة الأخرى من أفراد العينة التي ترى بأن وسائل الإعلام الجديدة ليست وسيلة سلبية وذلك بنسبة (42.85%) و ذلك راجع إلى عدم تأثير تلك الوسائل (الفايسبوك) على هذه الفئة .

الجدول رقم 11: يبين أكثر الأمور المزعجة في الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	أكثر شيء يزعجك في تلك الوسائل (الفايسبوك)
20%	07	إنعدام الخصوصية
48.57%	17	الإشاعات و سرعة إنتشارها
31.42%	11	يضيع الوقت بدون فائدة
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (11) من الاستمارة.

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أن أغلبية أفراد العينة يتفقون على أن الإشاعات و سرعة إنتشارها من بين أكثر الأشياء التي تزعجهم في وسائل الإعلام الجديدة، و قدر ذلك بنسبة (48.57%) و هذا راجع إلى أن تلك الوسائل لا تخضع للرقابة اللازمة، و أنها تتيح للكل نشر المعلومات و نقل الأخبار، ففي أغلب الأحيان تكون مصادر مجهولة تنشر الخبر بصفحات خاطئة، كذلك نجد أن نسبة (31،42%) من الطلبة يزعجهم الفايسبوك من خلال تضيع الوقت بدون فائدة، و هذا يرجع إلى مضمون الرسالة الموجهة و التي لا تخضع إلى مستوى عال من الوعي من طرف بعض الأعضاء فيها، أما النسبة المتبقية و التي قدرت ب (20%) من أفراد العينة الذين أجابوا بإنعدام الخصوصية، حيث أصبح كل ما هو شخصي ينشر على هذه الوسائل (الفايسبوك) بالرغم من أن مطلب إحترام الخصوصية يبقى من المطالب الرئيسية في الفضاء الافتراضي .

الجدول رقم 12: يبين كيفية ردود أفعال الأفراد اتجاه المستخدم .

النسبة المئوية	التكرار	تتأثر عندما تكون ردود فعل الآخرين سلبية
5.71%	02	دائما
51.42%	18	أحيانا
42.85%	15	لا على الاطلاق
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (12) من الاستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أن النسبة الكبيرة للطلبة الذين أجابوا بأحيانا تؤثر عليهم الردود السلبية للآخرين إتجاههم، حيث قدرت نسبتهم ب (51.42%) و ذلك راجع إلى أن جمهور وسائل الإعلام الجديدة جمهور غير يشمل كل الطبقات و جميع المستويات, فتباين آرائهم وردودهم إتجاه الأشياء و كذلك تختلف طرقهم في الإنتقادات، أما نسبة (42.85%) من أفراد العينة كانت إجاباتهم لا على الاطلاق و هذا راجع إلى إعتبارها مجرد علاقات إفتراضية و عالم افتراضي، و التصرف معه بشكل طبيعي دون التاثر بالردود السلبية, اما النسبة المتبقية و التي قدرت ب (5.71%) من أفراد العينة الذين أجابوا ب دائما تدل على وجود فئة قليلة تتأثر بالردود السلبية و تأخذ منها موقف معين .

الجدول رقم 13: يبين مدى تأثير الفايسبوك على السلوك

النسبة المئوية	التكرار	أثرت وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) على سلوكياتك .
34.28%	12	نعم
65.71%	23	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (13) من الاستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه ان نسبة (65.71%) من الطلبة لم تؤثر وسائل الإعلام الجديدة على سلوكياتهم, و هذا راجع إلى وعي و قدرة الطلبة كونهم طبقة مثقفة و متعلمة لا تؤثر فيهم مضامين وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك), حيث لهم القدرة على التمييز بين السلوك الصحيح و السلوك الخاطيء, و ليس كل ما يرونه يؤثر على سلوكياتهم, في حين بلغت نسبة الطلبة الذين أثرت وسائل الإعلام الجديدة على سلوكياتهم ب (34.28%) و هذا راجع إلى إيمانهم عليها, مما جعلتهم يتأثرون بها و بما تقدمه تلك الوسائل (الفايسبوك) .

الجدول رقم 14: يبين مدى تأثير الفايسبوك على العلاقات مع المحيط الإجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	أثرت وسائل الإعلام الجديدة على علاقتك بالمحيط
20%	07	جعلتك إنطوائي
80%	28	ساعدتك على اكتساب خبرات من مهارة الإتصال
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (14) من الاستمارة.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة (80%) من أفراد العينة ساعدتهم وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) على إكتساب خبرات من مهارة الإتصال، لأنها تسمح لكل بالتواصل والتفاعل على المواضيع ذات الإهتمام، و من ثم تعلم أساليب الحوار و كيفية تنظيم الأفكار وأسلوب المناقشة، في حين نسبة (20%) من الطلبة جعلت منهم وسائل الإعلام الجديدة أشخاص إنطوائيين، و هذا راجع إلى إيمانهم و تعلقهم و الإستخدام الغير عقلائي لموقع الفايسبوك فيؤدي بهم إلى العزلة الإجتماعية و العيش مع العالم الافتراضي .

الجدول رقم 15: يبين رأي الطلبة في مدى تأثير وسائل التواصل الجديدة على القيم الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	رأيك في تأثير وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) على القيم الاجتماعية
91.42%	32	نعم
8.57%	3	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (15) من الاستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه بأن أغلبية أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) تؤثر على القيم الاجتماعية و ذلك بنسبة (91.42%) و يكون ذلك من خلال دخول أفكار و عادات جديدة على المجتمع, على عكس الفئة الأخرى من أفراد العينة ترى بان وسائل الإعلام الجديدة لا تؤثر على القيم الاجتماعية و ذلك بنسبة (8.57%) و هذا راجع إلى تمسك هذه الفئة بمبادئها و عاداتها و تقاليدها داخل المجتمع، و قد تؤثر المجموعات الفيسبوكية في قيم التعاون أو التضامن, كما قد تعمل على خلق الصراع و المنافسة و هو ما أكدته العديد من الدراسات في هذا الجانب .

رابعا : تحليل بيانات المحور الرابع المتعلق بإدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التكامل .

الجدول رقم 16: يبين الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك)

النسبة المئوية	التكرار	الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك)
37.14%	13	نفسية
51.42%	18	إجتماعية
11.42%	04	إقتصادية
100%	35	المجموع

المصدر :السؤال رقم (16) من الاستمارة.

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أن نسبة (51.42%) من أفراد العينة يرون أن الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) إشباعات إجتماعية، و هذا راجع إلى كونهم يشاركون أصدقائهم مشاكلهم و أفراحهم و إنشغالاتهم اليومية، تليها نسبة الإشباعات النفسية التي قدرت ب (37.14%) من أفراد العينة من خلال تحقيق الرغبات و الميول النفسية، أما النسبة المتبقية (11.42%) تمثل الاشباعات الإقتصادية التي تحققها وسائل الإعلام الجديدة لأفراد العينة من خلال توصيل المعلومات و الخدمات الإقتصادية .

الجدول رقم 17: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في خلق تواصل دائم مع الآخرين

النسبة المئوية	التكرار	جعلتك وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في ديمومة التواصل الإجتماعي و العلاقات مع الآخرين
77.14%	27	نعم
22.85%	8	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (17) من الإستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه أن نسبة (77.14%) من أفراد العينة جعلتهم وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في ديمومة التواصل الإجتماعي والعلاقات الاجتماعية، من خلال التفاعل و الإتصال مع الأفراد و تكوين علاقات جديدة معهم، في حين أن نسبة (22.85%) من أفراد العينة لا يرون وسائل الإعلام الجديدة جعلتهم في ديمومة التواصل و العلاقات الاجتماعية، و هذا راجع إلى عزلتهم عن الواقع و عن كل أنواع التواصل المتبادل في تلك الوسائل أي جعلتهم يشعرون بالوحدة .

الجدول رقم 18: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في التواصل الإجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	وسائل الإعلام الجديدة قد غيرت طريقة و أسلوب التفاعل الإجتماعي
60%	21	نعم
40%	14	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (18) من الاستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه أن نسبة (60%) من أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام الجديدة غيرت طريقتهم و أسلوب التفاعل الإجتماعي لديهم، و هذا راجع إلى تطوير مهارات الحوار لدى الأفراد، في حين أن نسبة (40%) من أفراد العينة لا ترى أن وسائل الإعلام الجديدة قد غيرت أسلوب التفاعل الإجتماعي، و هذا راجع إلى ان هذه الفئة بقيت محافظة على أسلوبها .

الجدول رقم 19: يبين مدى مساهمة مضامين وسائل الإعلام الجديدة في تكامل العلاقات الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	مضامين وسائل الإعلام الجديدة أدت إلى تكامل علاقاتك بالآخرين
68.57%	24	نعم
31.42%	11	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (19) من الإستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أعلاه أن نسبة (68.57%) من أفراد العينة أكدوا على أن مضامين وسائل الإعلام الجديدة أدت إلى تكامل علاقاتهم بالآخرين، و هذا راجع إلى تأثير هذه الوسائل على علاقاتهم الاجتماعية بسبب الإدمان و الإستخدام المفرط لها، فقد أصبح التفاعل و تبادل أطراف الحوار إلكترونياً بعيداً عن اللقاءات و الإتصال الواقعي، في حين أن نسبة (31.42%) من الطلبة ترفض كون أن وسائل الإعلام الجديدة مضامينها لا تؤدي إلى تكامل علاقاتهم بالآخرين، يرجع ذلك إلى عدم إهتمام هذه الفئة من أفراد العينة بما تقدمه و تعرضه هذه الوسائل في مختلف النشاطات .

الجدول رقم 20: يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تكامل و تعزيز الرصيد العلمي للطالب

النسبة المئوية	التكرار	ساهمت وسائل الإعلام الجديدة في تكامل و تعزيز رصيدك العلمي
88.57%	31	نعم
11.42%	04	لا
100%	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (20) من الإستمارة

تؤكد الشواهد الكمية للجدول أن معظم الطلبة أجابوا بنعم بنسبة (88.57%)، و هذا راجع إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تعمل على تزويد الطلبة بالمعلومات المفيدة و المهمة و إكتسابهم معارف علمية جديدة، أما بالنسبة للطلبة الذين أجابوا ب لا نسبة (11.42%) يمكن تفسير ذلك إلى عدم الإهتمام بالتعليم أساسا من خلال وسائل الإعلام الجديدة، و هذا راجع إلى أنهم يستخدمونها للتسلية و الترفيه فقط.

الجدول رقم 21: يبين مدى فعالية الفايسبوك في التواصل الإجتماعي بين الأفراد

النسبة المئوية	التكرار	وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) هي الوسيلة الفعالة في التواصل بين الأفراد
%71.42	25	نعم
%28.57	10	لا
%100	35	المجموع

المصدر: السؤال رقم (21) من الإستمارة

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة (%71.42) من أفراد العينة ترى أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) هي الوسيلة الفعالة في التواصل بين الأفراد، و ذلك راجع إلى أن تلك الوسائل (الفايسبوك) تشكل فضاء للنقاش و طرح و تبادل الأفكار بين الأفراد، و إبداء الأراء بكل أريحية، في حين بلغت نسبة الطلبة الذين يرون بأن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) لا تعتبر وسيلة فعالة في التواصل بين الأفراد ب (%28.57)، و هذا راجع إلى أن هذه الفئة من العينة تدرك بأن التواصل الإجتماعي الواقعي يبقى هو التواصل الفعلي و الدائم على عكس التواصل الافتراضي .

ثانياً: عرض نتائج الدراسة:

بعدما قمنا بمعالجة الموضوع من الناحية النظرية والميدانية من خلال إستعراض نظري لمختلف حيثياته، تعرضنا إلى دراسة ميدانية بكلية العلوم الإجتماعية عن طريق المنهج الوصفي.

وبناء على التحليلات الكيفية والكمية المقدمة لمختلف المؤشرات المحددة لوسائل الإعلام الجديدة

(الفايسبوك) والعلاقات الإجتماعية تم التوصل إلى النتائج التالية:

النتيجة المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول:

-لقد توصلت دراستنا إلى مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) قد زادت في معارف الطالب في مختلف مجالات الحياة وهو ما أكده الجدول رقم (05) بنسبة تقدر ب(94,28%) وأشارت المعطيات الميدانية أن أغلب الطلبة يرون أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) مكنتهم من معرفة عدة أشياء ،بما أن الفايسبوك كغيره من مواقع التواصل الإجتماعي قد يساهم في زيادة معارف الأفراد

-كما توصلت الدراسة إلى مساهمة الوسائل على تطوير مهارات الحوار وهذا ما أكده الجدول رقم (06) بنسبة قدرت ب (82,85%) وأفرزت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة ساهمت على إكتساب الطلبة العديد من القدرات في طريقة الحوار .

-ومن جهة أخرى حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم (07) وجدنا أن نسبة (91,42%) من الطلبة مكنتهم وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) على تكوين علاقات اجتماعية مع أناس آخرين فبناء العلاقات الاجتماعية ليس أمرا سهلا خاصة في هذا الفضاء الافتراضي.

-كما أشارت المعطيات الموضحة في الجدول رقم (08) الذي قدرت نسبته ب:(94,28%) وأن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ساعدت الطلبة في الحصول على معلومات حول عدة مواضيع التي تشغل إهتمامهم ومدى إسهام المواضيع في تشكيل العلاقات الاجتماعية.

-ومن جهة أخرى حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم (09) وجدنا أن نسبة (74,28%) من الطلبة يرون أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ساهمت في زيادة نشاطاتهم الجماعية من خلال خلق جو ودي من التعاون.

-النتيجة المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني:

-أدى إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) إلى تنامي علاقات الصراع وهذا ما وضحه الجدول

رقم (10) التي قدرت نسبته ب:(57,14%) حيث أدى الصراع إلى خلق مشاكل ونزاعات بين الأفراد وإلى العزلة الإجتماعية التي تخلفها تلك الوسائل.

-كما يوضح الجدول رقم (11) الأمور المزعجة في الفايسبوك ،وأن أكبر نسبة قدرت

ب:(48,57%) من الطلبة أكثر شيء يزعجهم في تلك الوسائل هي الإشاعة وسرعة إنتشارها ،كونها لا تخضع للرقابة وتتيح للجميع النشر ونقل الأخبار المغلوطة.

-ومن جهة أخرى حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم (12) وجدنا أن نسبة (51,42%)

من الطلبة قد يتأثرون أحيانا بردود فعل الآخرين وهذا راجع إلى أن جمهور وسائل الإعلام الجديدة هو جمهور يشمل كل الطبقات وجميع المستويات ،حيث تتباين آرائهم وردود أفعالهم إتجاه الأشياء.

-كما يوضح الجدول رقم (13) تأثير الفايسبوك على سلوكيات الأفراد ،حيث قدرت نسبة الذين لم

يتأثروا بالفايسبوك ب:(65,71%) كون الطلبة لهم قدرة ووعي لأنهم من طبقة مثقفة ومتعلمة ،لا يؤثر فيهم محتوى الفايسبوك.

-ومن جهة أخرى يوضح الجدول رقم (14)تأثير الفايسبوك على العلاقات مع المحيط الإجتماعي

،حيث قدرت نسبة ب:(80%) من الطلبة أن الفايسبوك ساعدهم على إكتساب خبرات من مهارة الإتصال ،حيث تسمح لكل بالتواصل والتفاعل على المواضيع ذات الإهتمام.

-ويوضح الجدول رقم (15) رأي الطلبة في مدى تأثير الإعلام الجديد على القيم الإجتماعية ،حيث

بلغت أكثر نسبة (91,42%) وهذا راجع إلى دخول أفكار وعادات جديدة على المجتمع.

-النتيجة المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثالث:

-لقد توصلت دراستنا إلى مدى مساهمة إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في تنامي علاقات التكامل حيث يبين الجدول رقم (16) بنسبة (51,42%) من أفراد العينة يرون الإشباعات التي تحققها هذه الوسائل (الفايسبوك) هي إشباعات إجتماعية، من خلال مشاركة تلك الأفراد أصدقائهم مشاكلهم وإنشغالهم اليومية.

-من جهة أخرى يوضح الجدول رقم (17) أن وسائل الإعلام الجديدة جعلت الأفراد في ديمومة التواصل الإجتماعي و العلاقات الإجتماعية بنسبة (77,14%)، وهذا راجع إلى إتصال وتواصل أفراد العينة مع بعضهم البعض وتكوين علاقات جديدة.

-ومن جهة أخرى حسب المعطيات الوضحة في الجدول (18) يبين مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تغيير طريقة و أسلوب التفاعلات الإجتماعي لدى الطلبة بنسبة (60%) من أفراد العينة، وهذا راجع إلى تطوير مهاراتهم وأسلوب الحوار لديهم.

-كما توصلت الدراسة في الجدول رقم (20) الى أن مضامين وسائل الإعلام الجديدة أدت إلى تكامل العلاقات الإجتماعية بنسبة (68,57%) وهذا راجع إلى تأثير هذه الوسائل على الطلبة وعلى علاقاتهم الاجتماعية بسبب الإدمان والإستخدام المفرط لها، حيث أصبح التفاعل وتبادل أطراف الحوار إلكترونياً، بعيداً عن اللقاءات والاتصال الواقعي.

-ومن جهة أخرى حسب المعطيات الوضحة في الجدول رقم (20) يبين مدى مساهمة وسائل الاعلام الجديدة في تكامل و تعزيز الرصيد العلمي للطلاب بنسبة (88,57%)، وهذا راجع إلى أن تلك الوسائل (الفايسبوك) تعمل على تزويد الطالب بالمعلومات المفيدة والمهمة واكتسابهم معارف علمية جديدة.

ويوضح الجدول رقم(21) أن وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) هي الوسيلة الفعالة في التواصل بين الأفراد ، وذلك من خلال أن هذه الوسائل تشكل فضاءا للنقاش وطرح وتبادل الافكار بين الأفراد وإبداء الآراء بكل أريحية.

-والجدير بالملاحظة، أن الأدوات التي تم الإعتماد عليها وخاصة الإستمارة، كانت كافية للإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية الخاصة بموضوع دراستنا.

الخاتمة:

الخاتمة :

تناولنا في دراستنا هذه موضوع وسائل الإعلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية بإيجابياتها و سلبياتها و بتركيز كبير و محاولة الكشف عن بعض المؤشرات و تجسيدها على أرض الواقع و من خلال المنهج الوصفي الذي يساعدنا في تقصي المعلومات و الأبحاث المتعلقة بأبعاد الدراسة، توصلنا إلى جملة من النتائج الهامة المعبرة عن واقع إدمان وسائل الإعلام الجديدة و تأثيرها على العلاقات الإجتماعية، و هذه النتائج التي تحصلنا عليها من دراستنا لوسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، فالإدمان على إستخدام هذه المنصات الرقمية يؤكد كذلك على تركيزنا بشكل عام و بسبب تشتت التفكير العزلة الإجتماعية , و وهم التواصل الافتراضي قد يصل الأمر إلى أن نجد عائلة في بيت واحد تتواصل من خلال وسائل التواصل الإجتماعي , أو تواصل شخصي فعال , و يكتفي الجميع بالتواصل الافتراضي.

و رغم ذلك نقر بوجود صعوبات واجهتنا طيلة فترة إنجاز هذا البحث , و كذا بالنقائص التي تحاول

الدراسة تجنبها في مرحلة لاحقة من مراحل البحث العلمي .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

1.الكتب:

- ابن منظور: لسان العرب، ط1 ، دار صادر للنشر و التوزيع، بيروت، لبنان ، ج1 ، 2005
- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية ، د.ط ، مكتبة لبنان ، بيروت ، لبنان،
1993
- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العمل، دار الكتاب المصري، القاهرة ، 1987
- بن هادية على و البليشي و آخرون: القاموس الجديد للطلاب، ط7 ، المؤسسة الوطنية للكتاب،
الجزائر، 1995
- جابر عوض سيد : التكنولوجيا و العلاقات الإجتماعية، دط، دار المعرفة الجامعية، السويس،
مصر، 1996
- الدمرداش سرحان: المناهج المعاصرة، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1 ، 1971
- رشدي لبيب: نمو المفاهيم العلمية، ط1 ، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1982
- رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط 1 ، جسور للنشر
و التوزيع ، الجزائر ، 2014
- علي خليل، شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع،
عمان، 2014
- فاروق مدرس : التنظيم و علاقات العمل، دط، دار مدني ،الجزائر، 2002
- القندلجي، عامر إبراهيم: الإعلام و المعلومات و الأنترنت، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع،
عمان، 2013

- مجد الدين، ابن المنظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1988
- محمد سيد، ريان: الإعلام الجديد، ط 1، مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع، مؤسسة الأهرام، شارع الجلاء، القاهرة، 2012
- مصطفى، سوييف: المخدرات و المجتمع نظرة تكاملية، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، العدد 205، الكويت، 1996
- نبيل عبد الهادي: تشكيل السلوك الإجتماعي، ط 1، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2016
- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات إتصالية و رؤى معاصرة، ط 1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2017
- الوكيل أحمد حلمي: أسس بناء المناهج و تكاملها، مطبعة حسان ، القاهرة ، د.ط ، 1986 ،

2 الرسائل الجامعية و الورقات البحثية

- أحمد علي الدروبي: مواقع التواصل الإجتماعي و أثرها على العلاقات الإجتماعية ، العلوم التربوية و الإنسانية ، جامعة الكويت، العدد الأول، 2018/01/02.
- ألاء ، مشهور الزين: تأثيرات شبكة الفيس بوك في السلوك الإجتماعي، لدى طلبة الجامعات الأردنية، قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، قسم الصحافة و الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني، 2014
- أوديني، مريم: دور مواقع التواصل الإجتماعي في تكوين ثقافة الطفل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم الإجتماع، تخصص علم الإجتماع و إتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020 ، 2021

➤ بابا حنيني محمد فؤاد: التنظيم غير الرسمي و تحقيق التعاون داخل المؤسسة، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علم الإجتماع و ديموغرافيا، تخصص علم الإجتماع تنظيم و عمل ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2013،2014

➤ جبار فوزية، ميشان نورة: وسائط التواصل الإجتماعي و دورها في العملية الإشهارية الفيسبوك نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، تخصص علم إجتماع إتصال، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021-2022

➤ حاج قويدر الشيخ: دور حصة التربية البدنية في تعزيز مهارتي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، قسم النشاط البدني الرياضي التربوي، تخصص نشاط بدني رياضي مدرسي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2019،2018

➤ حليلة بوزنت : تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على هوية المراهق , مذكرة ماستر , كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية , جامعة 08 ماي 1945 و قالمة , 2020 , 2021

➤ حليلة، بوزيت: تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على هوية المراهق ، الفيسبوك نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم الإجتماع، تخصص علم إجتماع إتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020 ، 2021

➤ خالد محمد، شعبان: ظاهرة إدمان المخدرات الصوتية الرقمية بين الفقه الإسلامي و أهل الخبرة، كلية الدراسات الإسلامية و العربية للبنين بدسوق، جامعة الأزهر

➤ دواخة سهام : تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على تشكيل العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي , مذكرة ماستر في علم الاجتماع , جامعة 8 ماي 1945 , قالمة , 2019 – 2020

➤ ربيحة،كيوص: إدمان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالإغتراب الإجتماعي لدى طلبة الجامعة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة ، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، قسم علم النفس و علوم التربية و الأرففونيا، تخصص علم النفس الإجتماعي ، جامعة غرداية ، 2021، 2022

➤ زاوي سهى، عيايشية دنيا: المساهمة الإعلامية في تطوير التسويق السياحي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2021، 2022

➤ زهية يعيشي، فاطيمة هداجي: دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الإتصال، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، شعبة إعلام و إتصال، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020 ، 2021

➤ سارة فنيزة، رقية فيالة: الفيسبوك و الطالب الجامعي، دراسة في الإستخدامات و الإشباعات على عينة من طلبة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام و الإتصال، تخصص إتصال و علاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017، 2018

➤ سارة فنيزة، رقية فيالة: الفيسبوك و الطالب الجامعي، دراسة في الإستخدامات و الإشباعات على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام و الإتصال، تخصص إتصال و علاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017 ، 2018 ،

➤ سامية معاوي:الثقافة التنظيمية و العلاقات الإجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع، جامعة برج باجي مختار _ عنابة ، 2008-2009

➤ سرحاني لالة خولة، بن عبد الله أمال: دور الإعلام الجديد في الحفاظ على الموروث الثقافي المخطوط، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام و إتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2021، 2022

➤ سعود صالح، كاتب: الإعلام الجديد و قضايا المجتمع، التحديات و الفرص، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة، 13-15 ديسمبر 2011

➤ سعيد، زيوش: تأثير المخدرات على العلاقات الإجتماعية عند المراهق، دراسة ميدانية بمركز علاج المدمنين أبو بكر بلقايد بولاية البويرة، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف

➤ سليمة داسة ، نزيهة هيام دهان: بنية الصراع في رواية "يعقوب و أبناءه"، مذكرة ماستر، كلية الآداب و اللغات، قسم الآداب و اللغة العربية، تخصص نقد حديث و معاصر، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2019،2020

➤ شاكر مصطفى سليم: قاموس الأنثربولوجيا إنكليزي_عربي ، ط1 ، جامعة الكويت، 1981

الهادي،مصطفى البكري الطيب الشيخ: التعاون مشروعيته وضوابطه وتطبيقاته في المعاملات المالية،المجلة العربية للدراسات الإسلامية والشرعية، المجلد الخامس، العدد 16،جامعة افريقيا العالمية، السودان، يوليو 2021

➤ شيما، بلونيس: دور وسائل الإعلام و الإتصال الجديدة في التغير السياسي، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014 ، 2015

- طارق طراد : تأثير شبكات التواصل الإجتماعي " الفايبيوك " في التواصل السياسي للشباب الجزائري , أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال , كلية علوم الإعلام الإتصال , جامعة الجزائر , 2015- 2016
- العافري مليكة: إستراتيجيات إدارة الصراع المتبعة من قبل رؤساء أقسام العلوم الإجتماعية من وجهة نظر الأساتذة، مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علم النفس الإجتماعي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم النفس ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة ، 2016،2017
- عبد الرحمان سوامية: أشكال الوسائط التكنولوجية الحديثة و إنعكاساتها على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب، دراسات نفسية و تربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية التربوية، العدد 14 جوان ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2015.
- عبد الله قش : مطبوعة في مقياس منهجية البحث العلمي , كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير , جامعة حسيبة بن بوعلي , الشلف , 2016- 2017
- عصيان إكرام، عبد السلامي فاطمة الزهراء: دور الإعلام الجديد في معالجة قضايا الطفل الإجتماعية، صفحة فيسبوك شبكة ندى لحماية حقوق الطفل نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام و إتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2021، 2022
- فخام، فاطمة: تأثير فيسبوك على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ السنة الخامسة ابتدائي، مذكرة تخرج لنيل درجة شهادة ماستر، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام و الإتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018 ، 2019

- قرقور نبيل، عونالي أعمارة: إدمان إستخدام الفايس بوك و أثره على التوافق الزوجي لدى المتزوجين، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علم النفس و علوم التربية، تخصص علم النفس العيادي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020، 2021
- قطيب زهرة:العلاقات الإجتماعية في الوسط المدرسي و علاقته بالتحصيل الدراسي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي علم إجتماع، جامعة أحمد دارية ، أدرار، 2020 2021، ص 15.
- قويدر، مريم: مطبوعة بيداغوجية في مقياس تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، كلية علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3 ، 2023،2024
- كافي روميسة و معمري قتادة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستير بعنوان إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2014/2015.
- مجدوب لامية : مطبوعة بيداغوجية بعنوان مناهج البحث العلمي , كلية الحقوق و العلوم السياسية , قسم الحقوق , جامعة 8 ماي 1945 , قالمة , 2020 - 2021
- مسعودي محظوظ، طلباوي عبد القادر: أثر وسائل الإعلام في تفعيل الإتصال السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، تخصص تنظيم سياسي و إداري، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، 2020
- مسعودي محظوظ و طلباوي عبد القادر: أثر وسائل الإعلام في تفعيل الاتصال السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أحمد دراية أدرار، 2019-2020
- مومني آسيا: فاعلية مدخل التكامل في تنمية مهارة التعبير الكتابي لدى تلاميذ السنة الرابعة متوسط ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2013،2014

- هبة محسن محمود : المحاضرة الخامسة البحث العلمي - المنهج الوصفي - جامعة الموصل
كلية التربية , قسم التربية البدنية و العلوم الرياضية , 2010
- ورناني فوزية: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، بعنوان: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الإج لى لدى الشباب الجامعي، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية،
قسم علم الاجتماع، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2019-2020

3.المجلات:

- بن عبو وليد: شبكات التواصل الإجتماعية الرقمية نظرة في الاستخدامات "دراسة تحليلية لموقع الفيسبوك"، مجلة الخطاب و التواصل، تخصص دراسات في الإعلام الجديد، جامعة وهران، جويلية 2018
- الترتوري حسين مطاوع: البحث العلمي- خطته و أصلاته و نتائجه ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات، العدد 20 ، حزيران ، 2010
- حمودة، سليمة: الإدمان على الأنترنت: اضطراب العصر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ديسمبر 2015
- عبد العزيز راغب شاهين: نظريات الإعلام الجديد و المشاركة السياسية للشباب الجامعي، جامعة القاهرة، مجلة 46، العدد 3، ج 2، يوليو 2024
- عبد العزيز راغب شاهين: نظريات الإعلام الجديد و المشاركة السياسية للشباب الجامعي، جامعة القاهرة، مجلد 46، العدد 3، ج 2، يوليو 2024

➤ عبد العزيز فكرة : العلاقات الإجتماعية من منظور سوسولوجي ، مجلة العلوم الإجتماعية و

الإنسانية، العدد 13 ، جامعة باتنة

4.المواقع الالكترونية:

➤ [https //univ-el tarf-dz.](https://univ-el-tarf-dz)

الملاحق

الملاحق:

الملاحق:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

مذكرة لنيل: شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال

استمارة حول:



ادمان وسائل الاعلام الجديدة وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية
" دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية – الطارف -

تحت اشراف:

د. معاوي سامية

من اعداد:

• مندر مروى

• بحري تغريد

ملاحظة

نرجوا منكم الإجابة على أسئلة الاستمارة بوضع علامة X أمام الإجابة المناسبة، مع العلم ان المعلومات والإجابة المناسبة، تبقى سرية ولا تستخدم الا لأغراض عملية فقط.

السنة الجامعية: 2024 – 2025

المحور الأول: بيانات شخصية:

1.الجنس

- ذكر
- انثى:

2.السن:

- من 20 – 23 سنة
- بين 24 – 28 سنة
- اكثر من 28 سنة

3. المستوى الجامعي:

- السنة أولى ماستر اتصال
- السنة ثانية ماستر اتصال

4-الحالة العائلية :

- أعزب /عزباء.
- متزوج(ة)

المحور الثاني : ادمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ودورها في تنامي علاقات التعاون

5-هل زادتك وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) من معارفك في مختلف مجالات الحياة ؟.

- نعم. لا.

6-هل ساهمت تلك الوسائل (الفايسبوك)على تطوير مهارات الحوار لديك ؟.

- نعم. لا -

7- هل ساعدتك وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) على تكوين علاقات اجتماعية مع أناس دون أن تربطك معهم معرفة سابقة؟.

-نعم. -لا.

8- هل وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) مكنتك في الحصول على معلومات حول المواضيع التي تشغل إهتمامك؟.

-نعم - لا.

9- هل ساهمت وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في زيادة النشاطات الجماعية؟

-نعم - لا.

المحور الثالث: ادمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ودورها في تنامي علاقات الصراع

10. هل تعتقد أن وسائل الإعلام الجديدة سلبية؟

نعم. لا.

في حالة الإجابة بنعم :

● خلق مشاكل ونزاعات بين الأفراد.

● العزلة الاجتماعية

11. ماهو أكثر شيء يزعجك في تلك الوسائل(الفايسبوك)؟

● إنعدام الخصوصية

● الإشاعات وسرعة إنتشارها

● تضييع الوقت بدون فائدة

12. هل تتأثر عندما تكون ردود فعل الآخرين سلبية إتجاهك؟

● دائما

- أحيانا
- لا على الإطلاق

13. هل أثرت وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) على سلوكياتك؟

- نعم.
- لا

14- كيف أثرت وسائل الإعلام الجديدة على علاقتك بالمحيط؟

- جعلتك إنطوائي.
- ساعدتك على إكتساب خبرات من مهارة التواصل

15- حسب رأيك هل تؤثر وسائل الإعلام الجديدة على القيم الإجتماعية؟

- نعم.
- لا

المحور الرابع : إدمان وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) ودورها في تنامي علاقات التكامل

16. ماهي الاشباغات التي تحققها وسائل الاعلام الجديدة (الفاييسبوك)

- نفسية
- إجتماعية
- إقتصادية

17. هل جعلتك وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) في ديمومة التواصل الاجتماعي و العلاقات

الإجتماعية

- نعم
- لا

18. هل تعتقد أن وسائل الإعلام الجديدة قد غيرت طريقة وأسلوب التفاعل الاجتماعي؟

- نعم.
- لا

19. هل مضامين وسائل الإعلام الجديدة أدت إلى تكامل علاقاتك بالآخرين؟

-نعم. -لا

20. هل ساهمت وسائل الإعلام الجديدة في تكامل وتعزيز رصيدك العلمي؟

-نعم - لا

21. حسب رأيك هل وسائل الإعلام الجديدة (الفايسبوك) هي الوسيلة الفعالة في التواصل بين

الأفراد؟

-نعم. -لا

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 Agence Nationale Démographique et Population
 وزارة التكوين المهني والتشغيل والعمل
 Ministère de l'Organisation, de l'Emploi et de la Recherche Scientifique
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 Université Chadli Bendjedja - El Tarf
 كلية العلوم التطبيقية والتكنولوجيا
 Faculté des Sciences Appliquées et Technologie
 جامعة تيارت
 Département de Biologie

الموضوع : طلب اذن بتدخل المؤسسة لانتاج بحث علمي ميداني
 من رئيس قسم علم الاجتماع بجامعة الطارف طلب منكم التفضل بالسماح للطلبة الأتمة
 لملامحة

بجري تفرييد - حنظل حروي
 بتفويض من المؤسسة مع الالتزام بنظامها الداخلي و إجراءاتها التنظيمية و القانوية اجراء
 بحث ميداني لفكرة التخرج ماستر علم الاجتماع
 لطلبة علم الاجتماع L.M.D
 لطلبة علم الاجتماع L.M.D

تحت عنوان: **إحصاء وسائل الإعلام الجديدة وثأثيرها على العلاقات الاجتماعية**
 دراسة ميدانية بمؤسسة **كلية العلوم التطبيقية والتكنولوجيا** و **الاجتماعية**
 وذلك لفترة من **03** إلى **10** مارس على أن لا تتحمل المؤسسة المتبقية
 أي تكاليف مالية
 و اعداء تفضل منكم في هذا الإطار تسهيل مهامهم ذلك، المسئلة بالبحث العلمي
 تقبلوا منا فائق التقدير و الاحترام

توقيع المشرف


رأي و توقيع المؤسسة المستفيدة
 - تفضل بسماعنا الى المؤسسة المستفيدة
 - تحت الطلب رقم سنة 2016

الملاحق رقم (03)



جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
 كلية العلوم التطبيقية والتكنولوجيا
 رئيس قسم العلوم الاجتماعية
 الدكتورة نورية غسانة

