

SOCIAL NETWORKS AND SOCIAL CHANGES

Akrout Farida

Abdelhamid Ben Badis University, Mostaganem (Algeria), E-mail: Farida.akrout@univ-mosta.dz

Received: 03/2024, Published: 04/2024

Abstract:

The idea of social media came in the context of social, entertainment, cultural acquaintance, where the expansion of its use witnessed a terrible form that was not expected even by the owners of the production of these same networks, as it had a great impact outwardly and inwardly on the awareness of peoples of different audiences, environments, cultures and religions, so they took new ways and took new roles in research and dissemination of information.

Uses have evolved from mere entertainment to changes that have become significant in changing the social lives of individuals, groups, and even states and governments.

No medium can develop without a direct relationship with the public, as the inevitability and laws of the media market dictate this. The Internet has been characterized by high speed and infinite magnitude, and the development of its abilities to think and control the scales of time, and the lack of recognition of geographical, ethnic, religious and even age differences helped its users to think differently than it was, which is the essence of the social change taking place, which led to interaction in different ways as well and is not subject to the same social laws or even known values that were circulating before. These networks and their developers led the new world order, shaped its culture, guided its policies and controlled its economy.

The virtual space is the most important achievement of the information and communication technology revolution that the world has witnessed, which in turn affected the perceptions and representations of individuals of the reality in which they live, and the spread of the digital world revolution has affected the change and change of many concepts that man thought for a moment to be fixed and difficult to change. Talking about social networks includes a lot of trends and applications that have become interested in social life, most of which are subject to the means that have become an integral part of social life today, and therefore the question arises whether social networks have really led to a change in the social behavior of their users and to change, switch or develop new behaviors?

To answer these questions, we conducted a field study for Facebook users.

Keywords: Social change, effects and impact, social networks.

شبكات التواصل الاجتماعي و التغيرات الاجتماعية

عكروت فريدة

جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم (الجزائر)، البريد الإلكتروني: Farida.akrout@univ-mosta.dz

ملخص:

جاءت فكرة وسائل التواصل الاجتماعي في السياق الاجتماعي الترفيهي التعارفي الثقافي، حيث شهد اتساع استخدامها شكلا رهيبا لم يتوقعه حتى أصحاب إنتاج هذه الشبكات نفسها حيث كان لها الأثر الكبير ظاهرا وباطنا على وعي الشعوب على اختلاف جماهيرها و بيئاتها و ثقافاتهما و دياناتها فسلكت سبل جديدة وأخذت أدوار جديدة في البحث ونشر المعلومات.

لقد تطورت الاستخدامات من مجرد الترفيه إلى تغييرات أصبح لها ضلع لا يستهان به في تغيير الحياة الاجتماعية للأفراد والجماعات وحتى الدول والحكومات.

الكلمات المفتاحية: التغيير الاجتماعي، الآثار والأثر، شبكات التواصل الاجتماعي.

مقدمة

شهد اتساع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي شكلا رهيبا لم يتوقعه حتى أصحاب إنتاج هذه الشبكات نفسها من ترفيه وتعارف ثقافي، حيث أصبح لها الأثر الكبير ظاهرا وباطنا على وعي الشعوب على اختلاف جماهيرها وبيئاتها وثقافتها ودياناتها فسلكت سبل جديدة وأخذت أدوار جديدة في البحث ونشر المعلومات. إن انتقال الاستخدامات من مجرد الترفيه إلى تغييرات في عمق الحياة الاجتماعية والجماعات وحتى الدول والحكومات جعل هذه الوسائل تتطور تبعا لتطور الجمهور، ذلك أن حتمية وقوانين السوق الإعلامية تفرض ذلك. فقد تميزت شبكة الانترنت بالسرعة الفائقة والضخامة اللامتناهية وتنمية قدراتها على التفكير والتحكم في مقاييس الزمن، وعدم الاعتراف بالفروق الجغرافية ولا العرقية ولا الدينية ولا حتى العمرية ساعد مستخدميها على التفكير بطريقة مختلفة عما كانت عليه وهو جوهر التغيير الاجتماعي الحاصل والذي أدى إلى التفاعل بطرق مختلفة هي الأخرى ولا تخضع لنفس القوانين الاجتماعية ولا حتى القيم المعروفة والتي كانت متداولة من قبل. الأمر الذي جعل القائمين على هذه الشبكات ومطوريها يقودون النظام العالمي الجديد، ويصوغون ثقافته ويوجهون سياساته ويتحكمون في اقتصاده.

لا يمكن تطور أي وسيلة من دون علاقة مباشرة مع الجمهور، ذلك أن حتمية وقوانين السوق الإعلامية تفرض ذلك. فقد تميزت شبكة الانترنت بالسرعة الفائقة والضخامة اللامتناهية وتنمية قدراتها على التفكير والتحكم في مقاييس الزمن، وعدم الاعتراف بالفروق الجغرافية ولا العرقية ولا الدينية ولا حتى العمرية ساعد مستخدميها على التفكير بطريقة مختلفة عما كانت عليه وهو جوهر التغيير الاجتماعي الحاصل والذي أدى إلى التفاعل بطرق مختلفة هي الأخرى ولا تخضع لنفس القوانين الاجتماعية ولا حتى القيم المعروفة والتي كانت متداولة من قبل. الأمر الذي جعل القائمين على هذه الشبكات ومطوريها يقودون النظام العالمي الجديد، ويصوغون ثقافته ويوجهون سياساته ويتحكمون في اقتصاده.

يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم والتي أثرت بدورها على تصورات وتمثيلات الأفراد للواقع الذي يعيشون فيه، وقد أذ انتشر ثورة العالم الرقمي إلى تبديل و تغيير الكثير من المفاهيم التي أعتد الإنسان لوهلة أنها ثابتة وصعبت التغيير.

ومع التطورات اليومية المتتالية وتعدد مواقع التواصل عبر الشبكات الاجتماعية لوحظ شعف مختلف الفئات العمرية لدرجة يمكن أن نقول هناك إيمان عليها لعدم قدرتها (مختلف الفئات العمرية) على التخلي عنها (شبكات التواصل) والحد من استخدامها في حياتهم اليومية فنجد الفئور العائلي والخرس الزوجي، كأن يكون كل فرد من أفراد العائلة منطوي في زاوية من البيت ماسكا هاتفه، لا حديث ولا علاقة ولا رباط يجمع الأفراد للتحاكي عن اليوم وكيف تم قضائه.

في عالم اليوم، لا يمكن إنكار أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما في التأثير على ثقافتنا واقتصادنا ونظرتنا الشاملة للعالم. وسائل التواصل الاجتماعي هي منتدى جديد يجمع الناس لتبادل الأفكار والتواصل مع قضية ما والارتباط بها والتعبئة من أجلها وطلب المشورة وتقديم التوجيه. لقد أزلت وسائل التواصل الاجتماعي حواجز الاتصال وأنشأت قناة اتصال لامركزية وفتحت الباب أمام الجميع ليكون لهم صوت والمشاركة بطريقة ديمقراطية بما في ذلك الناس في البلدان القمعية. يستوعب هذا المنفذ الإعلامي مجموعة واسعة من الكتابات العفوية والرسمية وغير الرسمية والعلمية وغير العلمية⁽¹⁾

تطمح هذه الدراسة إلى البحث في التغيرات الاجتماعية الحاصلة في المجتمع جراء الاستخدامات المختلفة للوسائل التكنولوجية وخصيصاً الآثار والتأثيرات المترتبة عن ذلك في سلوكيات أفراد المجتمع على اختلاف قناعاتهم وعاداتهم وثقافتهم الأصلية والفرعية منها، اعتمدنا من خلال هذا البحث الميداني على دراسة عينة من مستخدمي الفيس بوك كشبكة تواصل اجتماعي تتكون من 100 مفردة تنوعت أعمارها بين شباب و شيوخ وبين متعلمين ذوي التعليم العالي و متوسطي التعليم باستعمال استبانته الكترونية وزعت عبر الفيس بوك .

ارتكزت الدراسة على منهج وصفي تحليلي يخص حيثيات البحث العلمي و الذي يتضمن مناهج البحث العلمي بوجه عام تساهم في التعرف على ظاهرة الدراسة، ووضعها في إطارها الصحيح، وتفسير جميع الظروف المحيطة بها، ويعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج الدراسية التي تتعلق بالبحث، وبلورة الحلول التي تتمثل في التوصيات والمقترحات التي يسوقها الباحث لإنهاء الجدل الذي يتضمنه متن البحث، واستخدام منهج معين في البحث يتطلب وقتاً وجهداً كبيرين في سبيل الوصول إلى جميع المعلومات والبيانات التي تتعلق بظاهرة البحث. الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية، و هي نظرية اعتمدت على تطبيق نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات المطبقة على شبكات التواصل الاجتماعي " لقد فتحت نظرية الاستخدامات والإشباع الأفق لدراسة العلاقة القائمة بين الجمهور ووسائل الإعلام منذ منتصف سبعينات القرن الماضي أن هذا المنظور يبحث في : ماذا يفعل الفرد بالصحيفة والمجلة والفيلم والإذاعة والتلفزيون؟ وبالتدريج مكانة بارزة في بحوث الإعلام والاتصال بعد أن اتجه إلى معرفة ما يجنيه الجمهور من الوسائل المذكورة بدل الانسياق وراء البحث عن تأثير وسائل الإعلام الذي تأكد أنه تراكمي، ويحصل على المدى الطويل عبر مستويات مختلفة، ولا يحدث بشكل آني ومتزامن مع الاستخدام، ويصعب عزله عن تأثير بقية المؤسسات الاجتماعية والثقافية." (2)

شرع في تطبيق هذه النظرية على الميديا في بيئة الويب مع بداية الاستخدام الاجتماعي لشبكة الإنترنت في 1998 ثم توالت البحوث التي اعتمدت على هذه النظرية مع تعدد الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية في شبكة الانترنت، وتزايد عدد المدونات الإلكترونية وارتفاع عدد مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل: ماي سبيس Myspace، وسكند لايف Second Life وغيرها من المواقع. هذا، في موقع تويتر إضافة إلى تزاوية التكنولوجيا المعاصرة. والتدوين المصغر ممثلاً، ويوتيوب، وفيسبوك وقامت هذه البحوث بمقارنة الاستخدامات والإشباع في استخدام الميديا التقليدية التي يحققها الجمهور من الميديا التقليدية وتلك التي يحققها من الميديا الحديثة، مثل التلفزيون التفاعلي، وذلك انطلاقاً، من الإمكانية التقنية التي تمنحها هذه المواقع للمستخدم بحيث يستطيع أن يشارك في إنتاج المحتويات المتداولة فيها ويحتمل أنه يستطيع أن يتحكم فيما يستخدم، ليس هذا فحسب، بل حاولت هذه النظرية الإجابة عن الأسئلة التي يطرحها الاستخدام المتزايد لمواقع الشبكات الاجتماعية على الصعيدين الكمي والوقتي: عدد المستخدمين؟ ومواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمونها؟، والوقت المخصص للاستخدام؟، والإشباع التي تدفع الجماعات الافتراضية إلى استخدام موقع هذه الشبكة الاجتماعية أو تلك أو الكف عن استخدامها؟ وهل الإشباع تتغير مع الوقت أم تظل ذاتها مهما طال مدة الاستخدام أم تتغير؟

يعود ظهور الدراسات الخاصة بالاتصال إلى عقود خلت، إلا أنها لم تشهد المنحى الذهبي، فقد تناولت المدارس الكلاسيكية والحديثة منها دراسات الاتصال من مختلف الجوانب الحياتية المعيشة، وكذا بالنسبة للأدوار الاجتماعية والأنظمة السياسية، وقد ارتكزت كل منها على مجموعة من المبادئ النظرية أو التجريبية لتبين بنية الاتصال وكيفية دراسته.

إن الاتصال كعملية احتياج وحاجة يجعل المجتمع يستجيب للاستمرارية مثلها مثل تواجد بعض الكلمات واختفاء أخرى، ولو أن اللغة والكلمات (الاتصال اللفظي) ما هي إلا جزء، لا يتجزأ من العملية الاتصالية ككل، بحيث تحدث الظاهرة الاجتماعية في المجتمع، ولذا فإنه يصعب فهمها خارج السياق الاجتماعي ككل؛ يتمظهر

الاجتماعي من خلال التبادلات التي تحدث بالاتصال والعلاقة بين الاثنين علاقة وطيدة لا يفهم أحدهما باستبعاد الآخر، حيث يؤكد ذلك العالم الاجتماعي النفسي (Ggeorge Herbert Mead) بقوله: " المبدأ الأساسي في أي مجتمع إنساني اجتماعي هو الاتصال، والذي يقتضي المشاركة مع الآخر وذلك يتطلب أن يظهر الآخر في الأنا وأن يتمثل الأنا في الآخر، وأن يصبح واعين بالأنا بفضل الآخر⁽³⁾ .

لقد اهتم الباحثون بدراسة علاقة الجمهور بالوسيلة منذ أن دخلت الوسائل الإعلامية حياة الأفراد و المجتمعات على اختلافها فقد تابع تطور الوسيلة تطور المجتمع و تغيره بدءا من ظهور ما سمي بالمجتمع الجماهيري وصولا إلى المجتمع التفاعلي فلخدماتي، واهتمت الدراسات الكلاسيكية و التي خصت الجمهور بالتأثير الشخصي و التدفق الاتصالي بأولى الدراسات الامركية و التي قام به "كترز ولازرسفيلد الخاصة بالمدينة الكبيرة سنة 1955 - اهتمت هذه الدراسة بتحديد التأثيرات الشخصية بالمقارنة مع تأثيرات وسائل الاتصال في مجالات التسويق ، الأزياء، المسائل العمومية والسينما، إظهار الخصائص التي تميز قادة الرأي عن الآخرين في المجالات المذكورة، استقصاء تدفق التأثير (ما إذا كان من الأعلى إلى الأسفل مثلاً)، وتبيان الكيفيات التي يرتبط بها الاتصال الشخصي بوسائل الاتصال الجماهيرية."⁽⁴⁾

وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج تم استغلالها في البحوث الإعلامية فيما بعد من أهمها أن الاتصال الشخصي عادة ما يكون تلقائياً فجائياً وغير مقصود ومن ثم يصعب تجنبه بينما نجد أن الأفراد عادة ما يكونون انتقائيين في علاقتهم مع وسائل الاتصال وبالتالي يتجنبون تلك المحتويات التي تتعارض مع قناعاتهم أو لا تهمهم.

وتلتها دراسة لارسن وهيل عن سرعة التدفق الإعلامي بمنطقة "سياتل" بأمريكا 1953:⁽⁵⁾

والتي حاولت معرفة كيفية انتقال الخبر من لحظة حدوثه إلى المتلقي، علماً أن الدراسة أجريت بمنطقة سياتل بغرب أمريكا. وبينت الدراسة أن الفئة المثقفة تحصلت على الخبر عن طريق الاتصال الشخصي أولاً ثم يأتي التلفزيون والصحف في مرتبة ثانية وثالثة على التوالي، أما بالنسبة للفئة العاملة فإن الإذاعة تأتي في المقدمة يليها التلفزيون ثم العلاقات الشخصية ثم الصحف.

وأكدت الدراسة أهمية الجماعات الأولية في التدفق الاتصالي وأن الناس لا يكتفون عادة بما يسمعون أو يقرؤونه في وسائل الاتصال بل يتحدثون عما ترده هذه الوسائل مع الأفراد الآخرين من العائلة والأصدقاء والجيران وزملاء المهنة، وهو ما يعزز نظرية التدفق الاتصالي على مرحلتين.

وخلصت مجموع الدراسات المذكورة إلى القول بأن تأثير الاتصال يتوقف بصفة محددة على مدى ارتباط هذه الوسائل بشبكة من العلاقات الشخصية الاجتماعية وخصائص هذه الأخيرة. و بالتالي يتبين أن المجتمعات ما قبل العالم الرقمي ورغم ظهور الكثير من الوسائل إلا أن الأفراد وعلى اختلاف انتماءاتهم كانوا يفضلون أو يعتمدون على الاتصال المواجهي (وجه لوجه) أكثر من اعتمادهم على الوسيلة الإعلامية ، إلا أن حلت الرقمنة والتغيرات المجتمعية الحاصلة بحكم التغيرات على جميع المستويات السياسية الاقتصادية الثقافية بحكم العولمة و الأنظمة العالمية الجديدة ، حيث حصلت الوسيلة على مكانة اكبر.

ثم ظهر ما يسمى بدراسات الجمهور الحديثة والتي أوردت نتائج عدة حول طبيعة الجمهور و تدخل الأبعاد الاجتماعية في التعامل مع وسائل الإعلام و الاتصال، و من أهم النتائج المتوصل إليها، أن الجمهور يتعرض بصفة عالية لوسائل الاتصال الجماهيرية والجديدة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي إذ أن معدل الحجم الزمني الذي يقضيه الفرد في التعامل مع هذه الوسائل في تزايد مستمر (مع بعض التباين الطفيف من فترة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر)، و أنه أيضا واسع غير متجانس إلى حد كبير، فهو يتضمن فئات و شرائح ومجموعات بشرية تختلف في أنماط معيشتها واهتماماتها ومستوياتها الثقافية والاجتماعية وطموحاتها، الشيء الذي يحدث عدة صعوبات في توصيل الرسالة من جهة ويدفع وسائل الاتصال التقليدية والجديدة .

الأمر الذي وفرته شبكات التواصل الاجتماعي من إدخال الاتصال الشخصي مع من نتفق معهم و نتقاسم الاهتمامات، ذلك أن هذه الشبكات تحقق الاتصال بين أفراد لهم نفس الميول و الاهتمامات و الأهداف، فالهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء و الأفكار و التقدم بمقترحات و حلول للمشكلات التي تواجه المشاركين في الحوار بحيث " يمارس النظام الإعلامي تأثيرا كبيرا على الانترنت و الفضائيات و وسائل الميديا و الاتصال، التي تعمل بصورة مستمرة على تشكيل نظام تربوي ضوئي و إلكتروني يعمل على تعزيز العولمة الجديدة التي تصب في خدمة المصالح الاقتصادية الكبرى للمؤسسات و الشركات العالمية"⁽⁶⁾

يزداد عمل شبكات التواصل أو يقل حسب القيم التي يتم تنشئة المجتمع عليها، و كذا حسب تواجد ثقافة قوية أصيلة لا تعتمد على ثقافات فرعية هشة، فبإمكان القيم المساهمة في التحكم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعية سواء بالإقبال المكثف على الاستخدام و رفض ذلك (و هنا المقصود هو المدة الزمنية) بالإضافة إلى كيفية الاستخدام على نحو ما هو مشروع و غير مشروع.

إن المنجزات العالية للتقنية ومدى تداولها أوساط المجتمع بمختلف فئاته العمرية ارتبطت ارتباطا وثيقا بالتنشئة الاجتماعية القائمة على الأخلاق التي تعتبر السبيل الوحيد لتقليل عمليات الاتصال مع الآخرين، فالنسق القيمي المتوازن من شأنه أن يكون رقيقا ذاتي على اتجاهات الأفراد نحو اعتناق أي جديد يمكن أن يكون بعيدا كل البعد عن قيم و أخلاق و سلوكيات المجتمعات التي ننتمي إليها. " من مثل ارتكاب الجرائم...، إشاعة الفوضى لنشر الأخبار الكاذبة و زعزعة الأمن و الاستقرار."⁽⁷⁾

أما التغيير الاجتماعي فيعرفه " علماء الاجتماع" على أنه مجموعة من التحولات، التي تمس حياة المجتمعات الإنسانية؛ بفعل التقدم التقني، و الاتصال الثقافي، و الحضاري، فتصاحبها تغيرات في البنى، و الأدوار الاجتماعية، و نمط العلاقات، فضلا عن تأثيره في القيم الاجتماعية، و العادات، و التقاليد المتوارثة عند الأفراد. فالتغيير الاجتماعي هو تحول البنية المجتمعية، و تبدلها عما كانت عليه سواء العلاقات، و التفاعلات البشرية، أو نظام القيم المجتمعية، أو العادات، و التقاليد، أو غيرها من الأمور على كافة الأصعدة الثقافية، و الاجتماعية، و الاقتصادية، و السياسية، و تحدث هذه التغيرات على مدار فترة زمنية طويلة، أو قصيرة، فتعود على المجتمع بتبعات، و عواقب عدة؛ لأن أي تغيير في أي منظومة يؤدي إلى التغيير في كافة المنظومات الأخرى، الإنسان هو أساس التغيير و لذا فقد اهتمت الدراسات الإنسانية و الاجتماعية على دراسة كل ما يتعلق به لمعرفة ما هو مكنون بداخله و حاولت معرفة العوامل المحيط به و مدى تدخلها في تغييره.

أما التفاعل يلعب التفاعل الاجتماعي دورا مهما في تشكيل الثقافة و الأعراف الاجتماعية و الهوية الجماعية في المجتمع (Snow and Corrigan-Brown، 2015). من خلال التفاعل الاجتماعي، يبني الأفراد علاقات اجتماعية ، و يكتسبون المعرفة حول العالم من حولهم ، و يطورون مهارات الاتصال. كما أنه يساعد في بناء الدعم الاجتماعي ، و تسهيل تبادل المعلومات ، و تشكيل أنماط معقدة من العلاقات. في سياق البحث في "تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي في المجتمع المعاصر" ، من المهم أن نفهم كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد و الجماعات اجتماعيا ، إيجابا و سلبا، على مستويات متعددة ، من التفاعلات الشخصية إلى الديناميات الاجتماعية الأوسع⁽⁸⁾

ذلك أن العوامل النفسية و المعرفية أساس بناء الإنسان أو الفرد الاجتماعي القادر على إدارة شؤونه و تأسيس حياة اجتماعية تجعل الفرد متوازن وفق متطلبات المجتمع الذي يتواجد فيه ، إنه من الوقت الذي أوكلت فيه مهمة تربية الأطفال إلى وسائل الإعلام و بعده عالم الاتصال الرقمي و خروج المرأة للعمل و اختلاط الأدوار بين الرجل و المرأة اختلفت المفاهيم عند أفراد المجتمع و أصبح.

يعيشون الأفراد في الكثير من الأحيان خارج المجتمع خاصة الشباب يقول ابن خلدون " بروز النفس المتلونة هي اشد ميلا إلى الشر و الفساد ، و اهلل الحضر، لكثرة ما يعانون من فنون الملاذ، و عوائد الترف و الإقبال على

الدينا، والعكوف على شهواتهم منها، قد تلوثت أنفسهم بكثير من مذمومات الخلق و الشر، وبعدت عليهم طرق الخير و مسالكه، بقدر ما حصل لهم من ذلك" (9)

الدراسة الميدانية

في هذه الدراسة تم توزيع استبانة إلكترونية خاصة بمستخدمي الفيس بوك لمعرفة ما مدى التغيرات الاجتماعية و خاصة السلوكية التي أحدثها استخدامها للفيس بوك كشبة للتواصل الاجتماعي .
ضمت الاستبانة الجنسين من مختلف الأعمار والمستويات المعية و اختلاف مستوياتها التعليمية ، و اختلاف مستوياتها المعيشية.

و قد كانت النتائج المحصل عليها متباينة تثير النقاش العلمي تارة من خلال نتائج لم يتم توقعها، و تارة أخرى تناقضها.

نتائج الدراسة :

➤ تبين من خلال المعطيان المحصل عليها أن الإناث أكثر من الإناث بالعينة المدروسة ولكن ليس لهذا معنى إحصائي له علاقة بالدراسة إلا ان من خلال الإحصائية الخاصة بالمواليد في بلدنا تؤكد على ان عدد الإناث أكثر من الذكور فبالنسبة لكل طفل ذكر ستة إناث.

أن أكبر فئة مستخدمة للفيس بوك هي الفئة الشبابية فنحن نتعامل مع فئة ميزتها القوم و التعرف على كل جديد و التعامل بمنطق الممنوع عنه مرغوب فيه و بالتالي كل المعطيات تأخذ منحى معين في البحث . و هذا يدل على أن هذه الفئة تتجذب أكثر من غيرها لما هو جديد وأكثر للوسائل التكنولوجية الجديدة وكذا فهي الفئة رغم أنها طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة والاستقلالية إلا أنها ، وفي ذات الوقت تتميز بازدياد مشاعر القلق، والمثالية المنزهة عن المصالح والروابط، وتعتمد الفضول وحب الاستطلاع، محاولة منهم الاستفسار إدراك ما يدور من حولهم والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة مجتمعياً. و لكن هذا الاستخدام المفرد و الذي يصل حسب الجدول إلى غاية أربع ساعات يومياً بإمكانه يوصف بالإدمان على وسيلة يمكن أن نشك في مضمونها من حيث مصداقيته ، و عدم خضوع هذه الوسيلة للحدود الجغرافيا يسمح برواج الكثير من القيم المختلفة بين المجتمعات و انتماءاتها.

➤ توضح الدراسة الميدانية أمرا نوع ما يدعو للنقاش هو أن الفئة الأكثر استخداما هي الفئة المتزوجة النتيجة صادمة لأن المفروض اجتماعيا ان هذه الفئة يقل استخدامها بحكم المسؤولية و كذا بحكم ان الأسرة في حد ذاتها فضاء للاتصال الشخصي و المتبادل وجها لوجه و هذا ما يجعلنا نتساءل لماذا هذه الفئة هي الأكثر استخداما للفيس بوك هل هو هروب من المسؤولية؟ أم أن العلاقة بين الزوج و الزوجة أصابها ما أسميناه في البداية بالخرص العائلي؟ أم أكثر من ذلك امتلاك الوسيلة والتعرف على المضامين المختلفة والدخول في عوالم ممنوعة بحكم القوانين الاجتماعية و الدينية تاستهوي هؤلاء المتزوجون؟ و من جهة ثانية أذا ربطنا بين هذا الجدول و الجدول السابق فإن الفئة العمرية الشابة و المتزوجة هي التي تدمن (إن صح التعبير) على هذه المضامين فهي في أوج العطاء وهي المتحكمة في التربية للجيل المقبل، تقول "رضوى السيد في دراسة أقامتها حول تأثير استخدام الفيس بوك على الرضا عن الحياة الزوجية⁽¹⁰⁾ - دراسة ميدانية، من النتائج المحصل عليها أكثر الأسباب المؤدية لإدمان الزوجين على الفيس بوك هي فقدان لغة الحوار بين الأزواج بسبب الانشغال باستخدام الفيس بوك ، والكثير من المتزوجين يعتقدون أن هناك متزوجين يقيمون علاقات عاطفية مع آخرين على الفيس بوك، ويرجع ذلك الاعتقاد إلى عدد من الأسباب أهمها الملل و الفتور في الحياة

الزوجية وكل هذه الأسباب كفيلة بأن تؤدي إلى اختلال التوازن الاجتماعي وتغيير في السلوك مع الموضوعات و الأشياء في الواقع الاجتماعي أهمها التوافق (إتفاق الزوج و الزوجة على طريقة تربية الأبناء).

➤ إن المستوى الممتاز لم يؤثر فيهم استخدام الفيس بوك على خلاف الفئة ذات المستوى الجيد و المتوسط ، فقد توصلت الدراسات في زمن سبق إلى أن إحباط الحياة المنزلية وسط أطفال الطبقة المتوسطة أدى إلى مستويات أعلى من مشاهدة التلفزيون أنظر « Maccoby⁽¹¹⁾ كما لاحظ Katz and Lazarsfeld⁽¹²⁾ وفي الدراسات المرجعية الخاصة بالاستخدامات والاشباع أن محتويات الخيال في وسائل الإعلام تلبى حاجات مرتبطة بالثقافة الفرعية للجماعات ذات المراتب الاجتماعية أنظر « In Denis»

ذلك أن الطبقة المتوسطة فئة تقع في وسط الهرم الاجتماعي. حيث يرى "ماكس فيبر" أنها الطبقة التي تأتي اقتصادياً واجتماعياً بين الطبقة العاملة والطبقة الغنية. إلا أن مفهومها يختلف تحديدها باختلاف الثقافات، فهي في مجتمعاتنا طبقة لا تعيش الترف و لا الفقر وهي تمتلك وسائل الاتصال إلا أنها لا تمتلك القدرة على اكتساب الوسائل الأكثر تطوراً وحداثة وهذه النقطة يطول شرحها لأنها تخص طريقة عيش مجتمع، فالمجتمع الجزائري في عمقه يمكن أن يكون الشاب عاطل عن العمل و لكن يملك هاتف ذكي، فالمقصود بالطبقة المتوسطة هنا يخص معنى معين، وعليه فإن شرح مثل هذه النقطة يوحي ان الاستخدام يبقى غامضاً في حين يمكن القول بأن هؤلاء المستخدمون يلجئون إلى بيئة كثيراً ما هي متغيرة باستمرار، ولذا فإننا لا يمكننا الجزم بأن هذه البيئة الافتراضية أصبحت جزء من توقعات المستخدمين ، فهم لا يعرفون كيف يعبرون عن مكانتها لديهم و كيف نقلتهم من الواقع إلى عالم افتراضي، لدرجت انه يمكن اعتبار الاستخدام يشير إلى أشياء كثيرة و متنوعة.

➤ أن الفئة المتزوجة هي أعلى نسبة لا توافق تماماً على أن استخدام الفيس بوك يؤدي إلى تغيير في السلوك و بالتالي هذا يتعارض مع الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال التكنولوجية والذي، نسبة للدراسات النفسية، أن إفراط في الاستخدام أو التعرض يؤدي إلى تبني السلوك المتعرض له يرى "جيرينير" بأن الواقع في وسائل الإعلام يؤثر في المعتقدات وبالتالي في سلوك الإنسان ، ويطلق على ذلك نظرية الاتجاه و على أساس ذلك فالمضامين تعمل على تثقيف معتقدات الناس و منه تغيير سلوكياتهم.

➤ يبدو من خلال هذه النتائج أن أصحاب الطبقة الجيدة هم من يوافقون على أن الاستخدام المستمر للفيس بوك أدى بهم إلى تغيير بعض السلوكيات الاجتماعية، "والتغيرات التي يشهدها المجتمع الجزائري اليوم، قد مست جميع مجالاته، فقد عرف تغيرات سريعة وتطورات هائلة في مجال التكنولوجيا وذلك بفضل الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت، حيث أدت هذه الأخيرة إلى ظهور العديد من الوسائل الإعلامية والتكنولوجية، كشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها، والتي أصبحت في وقتنا الراهن من أهم الوسائل التي تسهم في نقل وتبادل المعلومات بين الأفراد، فهذه الوسائل أو الشبكات لم تقتصر على فئة معينة بل شملت مختلف فئات المجتمع . كما عرف المجال الإعلامي والاتصالي تطوراً في مختلف وسائله والتي كان لها الفضل في تقليص البعد بين الأفراد وتسهيل عملية التفاعل بينهم . لكن هذا التطور انعكس على مختلف أنظمة المجتمع وأدى إلى إحداث تغييرات على مستوى أبنيتها ووظائفها"⁽¹³⁾

➤ إن مفهوم الهروبية تم التعامل معه من خلال البحوث الأمبريقية الأولى، التي خصت نظريات علوم الإعلام والاتصال إلى غاية مرحلة الثمانينات وقد حدد "كاتز و جوريفتش و هاس ، Katz, Haas، Gurevitch " بتفصيل حاجات الأفراد التي تحتاج إلى إشباع، وذلك عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها إلى أربع حاجات من بينها الحاجات الهروبية: وهي الحاجات المرتبطة برغبة

الفرد في الهروب، وإزالة التوتر، والرغبة في تغيير المسار⁽¹⁴⁾، فبحكم تغيرات بنوية في المجتمعات التي ننتمي إليها ما كان تغير طبيعي نسبة للتطور الحاصل ومنه ما هو مفروض بحكم انتمائنا لمجتمعات ليست منتجة لهذه التقنية التكنولوجية وبالتالي لا تتحكم في مضامينها، فبالنسبة لسلم الأسباب التي حددناها في الدراسة الميدانية كانت أعلى نسبة والتي قدرت بـ 19.8% وهي أكبر نسبة مقارنة بالكل السلم والذي يضم الهروب من القيود الاجتماعية والتي قدرت بـ 0%، والتي من خلالها نقيس تبني بعض القيم المتبناة الواردة من خلال بعض المضامين، وفي هذه الحالة يصعب الوصول إلى معرفة القيم الجديدة التي تم اعتناقها من طرف المستخدمين.

➤ بينما موافقة أفراد العينة المدروسة والتي تستخدم الفيس بوك لأكثر من ساعتان عللا أن عملية الاستخدام أدى إلى تغير سلوكهم، ذلك أن الدراسات الاجتماعية ترى أن تغيرات الأفراد ومواقفهم واتجاهاتهم المختلفة يتم اكتسابها عن طريق التفاعل الذي يحدث بين الفرد وغيره من أفراد المجتمع. يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة إلى الإدمان في استخدامها، ومع مرور الزمن سيؤدي ذلك إلى عدم قدرة الشخص على منع نفسه من استخدامها في جميع الأوقات، حيث اعتبرته الدراسات الحديثة بأنه اضطراب ومشكلة صحية عقلية قد تحتاج للعلاج، ووجد الباحثون أن الاستخدام المفرط مرتبط أصلاً بوجود المشاكل الاجتماعية، والتحصيل الأكاديمي السيئ، لذلك فهم يعوضون علاقتهم الحقيقية غير الناجحة في الواقع باستخدام التكنولوجيا إن تغير السلوك ليس بالأمر الصعب إنه فقط ليس سهلاً عند القيام به دون إدراك.

➤ أن المستخدمون الفيس بوك بصفة مستمرة بنسبة وبنسبة 48.5% لا يوافقون على فقدان الحقائق الاجتماعية جراء الاستخدام فهم يتعرضون لمحتويات باختيارهم لما يُعزّز مواقفه وآراءه وتجاربه. ويتحكمون في الاستخدامات التي تحدد بنية الجماعة التي ينتمون إليها. في هذا الإطار يتضح لنا "أن المستخدمين لا يطمحون عامة في استخدامهم للفيس بوك في البحث عن حقائق جديدة بقدر ما يبحثون على ملء وقت الفراغ. وكذلك يبحثون عما يُكرر ويطور تجاربهم التي يستطيعون من خلالها إسقاط أنفسهم فيها. وترتبط تجربتهم بدورهم الاجتماعي وسياقهم أكثر من ارتباطها بخصائصهم الفردية. في ربما تكون الخصائص الأساسية من مثل السن والجنس والعامل الثقافي والبعد الاجتماعي مسيطرة في العلاقات الافتراضية.

أما عن إيجابية الوسائل التكنولوجية ورغم ارتفاع النسبة المستخدمة لأكثر من ساعتين في اليوم فإن 56.5% ترى أن هذه الوسائل سلبية في المجتمع وترى المجتمع بنظرة تشاؤمية بحيث تطمح في العودة إلى المجتمع التقليدي في عالم لا توجد فيه وسائل تكنولوجية بنسبة 73%، الأمر المحير وكان هذا الاستخدام ليس اختياراً وإنما إجباراً. أن المتغيرات الاجتماعية تتدخل في تفاعل الجمهور مع وسائل الاتصال الحديثة على النحو تجعلها جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية بحكم تعقد الحياة وظهور الكثير من المتطلبات التي لم تكن موجودة من قبل ومع ذلك، فإن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، أدخلت تغييرات جوهرية في الطريقة التي يتفاعل بها البشر ويتواصلون. لذا فإن الأمر يخضع لفكرتين مختلفتين عن بعضهما البعض وتتمثل الأولى في التغيرات التي تطرأ على ديناميكيات التفاعل الاجتماعي بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. أما الثاني فتري أن وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتوسيع الشبكات الاجتماعية وتسهيل التواصل بشكل أكثر كفاءة، رغم أن ما هو موجود يقر بأن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعطل التفاعلات الاجتماعية وجها لوجه ويؤدي إلى العزلة الاجتماعية، وضعف القدرة على التواصل المباشر، وتطوير العلاقات السطحية.

الخاتمة

تفند هذه الدراسة الميدانية ما يتم تداوله عن شبكات التواصل الاجتماعي من حيث أنها تؤدي إلى تغيير في السلوك الاجتماعي و تبديل في الحقائق الاجتماعية ، و تغيير في الآراء حول مختلف المواضيع و الأشياء فالنظرة في المجتمع الجزائري سلبية بالنسبة لاستخدام الفيس بوك و لكن ما تم التوصل إليه أنه فضاء يسمح فقط بالنقاش و إبداء الآراء و الدردشة و لا يصل إلى مستوى تغيير القناعات أو استبدال القيم ، و إنما يسمح ذلك بالابتعاد لمدة زمنية عن الواقع المعيشي دون ان يكون لذلك دخل في تغيير هذا الواقع . إن التوغل في المجتمع الافتراضي يبين أنها ليس لها القدرة على التوصل من التأصل ، و ليس لها القدرة على جعل المستخدمين يعتقدون سلوكيات جديدة أو غريبة عن المجتمع ذاته، فالهروب من القيود الاجتماعية و تأثير ذلك على الهويات و الذي ينتج بدوره الانعزال و الانسحاب من المجتمع الواقع ليس بالحقيقي، فقد أقرت العينة المدروسة عن منحى آخر يتميز بالواقعية و معرفة الفرق بين المضامين المتعرض لها و الواقع المعاش فتغير السلوك بالنسبة لها ليس بالأمر السهل أو المتاح لتتحكم به شبكات التواصل الاجتماعي

فالعالم الافتراضي بالنسبة لها ليس خيالاً بل هو عامل إيجابي يساعد على تفعيل الفضاء الاتصالي و ليس تغيير السلوك الاجتماعي و توسيع العلاقات الاجتماعية و تعزيزها لا تراجعها و غيابها ، فهو بالنسبة للعينة المدروسة فضاء للحرية و سقف منخفض للرقابة الاجتماعية و لكن ليس غيابها ، لأن العالم الافتراضي ليس له القدرة الكافية على تغيير السلوك الواقعي و الدليل على ذلك تمني المستخدمين الرجوع إلى عالم بدون وسائل تكنولوجية . و تبقى هذه النتائج نسبية تتعلق بمدى مصداقية الإجابات في ارتباطها بالجانب السلوكي و الأخلاقي المتبع في شبكات التواصل الاجتماعي، لذا فنحن نحتاج إلى الكثير من الدراسات لتحديد سلوكيات المجتمع مقارنة بما كانت عليه من قبل.

المراجع:

- 1-Santa Clara University Scholar Commons Advanced Writing: Pop Culture Intersections Student Scholarship 9-3-2015 The Impact of Social Media on Society Jacob Amedie Santa Clara University
- 2-دراسات اعلامية ، نصر الدين العياضي، التفكير في عُدَّة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباعات في البيئة الرقمية
- 3- George Herbert Mead, L'esprit, le soi et la société, paris P U F 1963, p 215
- 4- E. Katz and P. Lazarsfeld, Personal Influence : the Part Played by the People in the Flow of Mass Communications, the Free Press Glencoe, IU, 1955
- 5- Larsen and R. Hill, « Mass Media and Interpersonal Communication in the Diffusion of a News Event, American Sociological Review , 19 (August 1945), pp, 426-443
- 6- على وطئة التربية العربية بعد الحادي عشر من سبتمبر، العدد 111 مجلة شؤون عربية ص 222 سنة 2002.
- 7- عبد اللطيف خليفة، التغيير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي، مظاهره واسبابه جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن 2004 ص 222.
- 8- Technology and Society Perspectives (TACIT) Vol. 1, No. 1, March 2023, pages 1–9 The Impact of Social Media Use on Social Interaction in Contemporary Society Hizbul Khootimah Azzaakiyyah1 1Universitas Diponegoro, Semarang, Central Java, Indonesia A R T I C L E I N F O Article history: Received: 7 January 2023 Revised: 12 February 2023 Accepted: 2 March 2023
- 9- سعاد دوفاني، الإنسان و القيم عند ابن خلدون النور للدراسات الحضارية و الفكرية، السنة السادسة يوليو 2015، العدد 12 ص 6

10-رضوى السيد article_21934_d1668b3e8002a7384f222af8e7d6b365.pdf

11- In Denis McQual; op cit ;p.74

12- Elihu KATZ and Paul LAZarsfeld; op cit

13- ط/د بعون عفاف د. بن زاف جميلة 21 (جامعة قاصدي مبراح ورقلة) الجزائر 1.2. مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، مظاهر التغير السوسيو ثقافي للأسرة الجزائرية في ظل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً) ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية سنة 2021، ص 118.

14- صالح أبو إصبع، 1999، ص 111

الملاحق:

جداول الدراسة الميدانية

-توزيع مجتمع البحث حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	27	26.5%
أنثى	71	69.6%
المجموع	98	96.1%

2-توزيع مجتمع البحث حسب السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 23 إلى 30	41	40.2%
من 30 إلى 40	30	29.4%
من 40 إلى 50	15	14.7%
50 فما فوق	11	10.8%
المجموع	97	95.1%

3-توزيع مجتمع البحث حسب الحالة المهنية.

الحالة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
عامل	50	49%
بطل	32	31.4%
عاطل عن العمل	11	10.8%
متقاعد	4	3.9%
المجموع	97	95.1%

4-توزيع مجتمع البحث حسب الحالة المدنية.

الحالة المدنية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب/عزباء	49	48%
متزوج(ة)	44	43.1%
مطلق(ة)	2	2%
أرمل	1	1%
المجموع	96	94.1%

5-توزيع مجتمع البحث حسب المستوى المعيشي.

المستوى المعيشي	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	6	5.9%
جيد	39	38.2%
متوسط	52	51%

المجموع	97	%95.1
---------	----	-------

6- العلاقة بين الفئة العمرية وساعات الاستخدام.

ساعات الاستخدام الفئة العمرية	أقل من ساعة		من ساعة إلى ساعتين		من ساعتان إلى 4 ساعات		5 ساعات فما فوق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
من 23 إلى 30	5	%13.2	11	%28.9	17	%44.7	5	%13.2
من 30 إلى 40	6	%21.4	8	%28.6	9	%32.1	5	%17.9
من 40 إلى 50	3	%23.1	7	%53.8	3	%23.1	0	%0
50 فما فوق	0	%0	7	%70	1	%10	2	%20
المجموع	14	%15.7	33	%37.1	30	%33.7	12	%13.5

7- العلاقة بين الجنس و ساعات الاستخدام

	أقل من ساعة		من ساعة إلى ساعتين		من ساعتان إلى 4 ساعات		5 ساعات فما فوق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	4	%16.7	9	%37.5	5	%20.8	6	%25
أنثى	10	%15.2	25	%37.9	25	%37.9	6	%9.1
المجموع	14	%15.6	34	%37.8	30	%33.3	12	%13.3

8- العلاقة بين الحالة المدنية وساعات الاستخدام.

	أقل من ساعة		من ساعة إلى ساعتين		من ساعتان إلى 4 ساعات		5 ساعات فما فوق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب/عزباء	6	%6.8	15	%17	18	%20.5	5	%5.7
متزوج(ة)	7	%8	18	%20.5	10	%11.4	6	%6.8
مطلق(ة)	0	%0	1	%1.1	0	%0	1	%1.1
أرمل	1	%1.1	0	%0	0	%0	0	%0
المجموع	14	%15.9	34	%38.6	28	%31.8	12	%13.6

9- العلاقة بين تأثيرات الاستخدام والجنس.

	كثيرا		قليلا		على الإطلاق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	6	%6.5	15	%16.3	4	%4.3
أنثى	18	%19.6	35	%38	14	%15.2
المجموع	24	%26.1	50	%54.3	18	%19.6

10- العلاقة بين التأثيرات والمستوى المعيشي.

	كثيرا		قليلا		على الإطلاق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	1	%1.1	1	%1.1	3	%3.3
جيد	12	%13.2	18	%19.8	7	%7.7
متوسط	11	%12.1	30	%33	8	%8.8
المجموع	24	%26.4	49	%53.8	18	%19.8

11- العلاقة بين تغيير السلوك من خلال الاستخدام والحالة المدنية .

أوافق إلى حد ما	لا أوافق	أختلف تماما
-----------------	----------	-------------

النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
7.8%	7	15.6%	14	30%	27	أعزب/عزباء
7.8%	7	23.3%	21	12.2%	11	متزوج(ة)
0%	0	2.2%	2	0%	0	مطلق(ة)
0%	0	1.1%	1	0%	0	أرمل
15.6%	14	42.2%	38	42.2%	38	المجموع

12-العلاقة بين تغير السلوك من خلال الاستخدام والمستوى المعيشي.

أختلف تماما		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
0%	0	6.6%	6	0%	0	ممتاز
4.4%	4	15.4%	14	19.8%	18	جيد
11%	10	20.9%	19	22%	20	متوسط
15.4%	14	42.9%	39	41.8%	38	المجموع

13- العلاقة بين تغير السلوك من خلال الاستخدام و الجنس.

أختلف تماما		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
3.3%	3	14.1%	13	12%	11	ذكر
12%	11	28.3%	26	30.4%	28	أنثى
15.2%	14	42.4%	39	42.4%	39	المجموع

14- علاقة الاستخدام بتغير الرأي (الجنس).

على الإطلاق		قليلا		كثيرا		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
6.3%	6	16.8%	16	5.3%	5	ذكر
14.7%	14	43.2%	41	13.7%	13	أنثى
21.1%	20	60%	57	18.9%	18	المجموع

15- علاقة الاستخدام بتغير الرأي (بالمستوى المعيشي).

على الإطلاق		قليلا		كثيرا		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
1.1%	1	4.3%	4	1.1%	1	ممتاز
8.5%	8	23.4%	22	8.5%	8	جيد
11.7%	11	31.9%	30	9.6%	9	متوسط
21.3%	20	59.6%	56	19.1%	18	المجموع

16- علاقة الجنس بمستوى الثقة بالفيديو.

أختلف تماما		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
3.3%	3	14.1%	13	12%	11	ذكر
12%	11	28.3%	26	30.4%	28	أنثى
15.2%	14	42.4%	39	42.4%	39	المجموع

18- علاقة الجنس بالاستخدام و تغير السلوك في الحياة اليومية.

	لا		نعم		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
ذكر	%17	16	%10.6	10	
أنثى	%44.7	42	%27.1	26	
المجموع	%61.7	58	%38.3	36	

19- علاقة تغير التصورات وتمثلات المجتمع بعد الاستخدام المفرط للفيديو.

	لا		نعم		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
إيجابيا	%58.3	49	%11.9	10	
سلبيا	%20.2	17	%9.5	8	
المجموع	%78.6	66	%21.4	18	

20- علاقة الحالة المدنية باكتساب افكار جديدة من خلال الاستخدام.

	لا		نعم		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
أعزب/عزباء	%6.7	6	%48.3	43	
متزوج(ة)	%3.4	3	%38.3	34	
مطلق(ة)	%0	0	%2.2	2	
أرمل	%0	0	%1.1	1	
المجموع	%10.1	9	%89.9	80	

21- علاقة الجنس مع فكرة التخلي عن العادات و القيم بعد الاستخدام.

	لا		نعم		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
ذكر	%17	16	%10.6	10	
أنثى	%44.7	42	%27.7	26	
المجموع	%61.7	58	%38.3	36	

22- علاقة المستوى المعيشي مع تغير النظرة لبعض المواضيع بعد الاستخدام.

	لا		نعم		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
ممتاز	%0	0	%6.6	6	
جيد	%19.8	18	%18.7	17	
متوسط	%28.6	26	%26.4	24	
المجموع	%48.4	44	%51.6	47	

23- علاقة الجنس بفكرة تغير مفهوم الأدوار بعد الاستخدام.

	لا		نعم		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
ذكر	%13.8	13	%13.8	13	
أنثى	%35.1	33	%37.2	35	

المجموع	48	%51.1	46	%48.9
---------	----	-------	----	-------

24- علاقة و المستوى التعليمي بتغير النظرة للمجتمع.

	سلبيا		إيجابيا	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	5	%6	1	%1.2
جيد	26	%31.3	6	%7.2
متوسط	27	%32.5	18	%21.7
المجموع	58	%69.9	25	%30.1

25- علاقة الحالة المدنية بتغير النظرة للمجتمع

	سلبيا		إيجابيا	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب/عزباء	31	%37.8	16	%19.5
متزوج(ة)	24	%29.3	8	%9.8
مطلق(ة)	2	%2.4	0	%0
أرمل	0	%0	1	%1.2
المجموع	57	%69.5	25	%30.5

علاقة الجنس الحقائق الاجتماعية بعد الاستخدام.

	نعم		لا	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	13	%13.8	13	%13.8
أنثى	35	%37.2	33	%48.5
المجموع	48	%51.1	46	%48.9

العلاقة بين أنواع الاستخدام والوضعية الاجتماعية.

	الفرد		أخرى		الوسائل الاجتماعية	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الهروب من الروتين اليومي	7	%8.6	7	%8.6	16	%19.8
الهروب من القيود الاجتماعية	0	%0	0	%0	2	%2.5
الهروب من الواجبات الاجتماعية	1	%1.2	1	%1.2	0	%0
الهروب من الواقع المعاش	1	%1.2	0	%0	2	%2.5
الحصول على علاقات اجتماعية جديدة	2	%2.5	4	%4.9	8	%9.9
الافصاح عن آراء يصعب قولها في الواقع	11	%13.6	5	%6.2	14	%17.3
المجموع	22	%27.2	17	%21	42	%51.9

علاقة ساعات الاستخدام بتغير السلوك في الحياة اليومية.

	أوافق إلى حد ما		لا أوافق		أختلف تماما	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	6	%7.1	7	%8.2	2	%2.4
من ساعة إلى ساعتين	12	%14.1	14	%16.5	3	%3.5
من ساعتان إلى 4 ساعات	16	%18.8	8	%9.4	5	%5.9

5 ساعات فمافوق	3	%3.5	8	%9.4	1	%1.2
المجموع	37	%43.5	37	%43.5	11	%12.9

علاقة الجنس بفقدان الحقائق الاجتماعية بعد الاستخدام.

	نعم		لا	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	13	%13.8	13	%13.8
أنثى	35	%37.2	33	%48.5
المجموع	48	%51.1	46	%48.9

العلاقة بين أنواع الاستخدام والجنس.

	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الهروب من الروتين اليومي	7	%8	24	%27.6
الهروب من القيود الاجتماعية	1	%1.1	1	%1.1
الهروب من الواجبات الاجتماعية	0	%0	2	%2.3
الهروب من الواقع المعاش	0	%0	3	%3.4
الحصول على علاقات إجتماعية جديدة	5	%5.7	16	%12.6
الافصاح عن آراء يصعب قولها في الواقع	12	%13.8	33	%24.1
المجموع	25	%28.7	87	%71.3

جدولي السؤالين المفتوحين:

المجموع الكلي اقل من حجم العينة لأنه ليس جميع الباحثين أجابوا على السؤالين بل البعض فقط
الجدول رقم (01): يوضح نظرة الباحثين لمستقبل المجتمع بعد أن أصبحت الوسيلة التكنولوجية جزء لا يتجزأ من حياته اليومية

النسبة %	التكرار	مستقبل المجتمع
43.05%	31	نظرة إيجابية
56.95%	41	نظرة سلبية
%100	72	المجموع

الجدول رقم (02): يوضح رأي الباحثين حول العودة إلى ما كانت عليه يوميات المجتمع قائمة على العلاقات الاجتماعية المباشرة دون وسائل تكنولوجية

النسبة %	التكرار	رأي الباحثين حول العودة إلى ما كانت عليه يوميات المجتمع قائمة على العلاقات الاجتماعية المباشرة دون وسائل تكنولوجية
%73/68	56	اتجاه ايجابي

26.32%	20	اتجاه سلبي
%100	76	المجموع