

جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



الموضوع:

أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمين دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات الصفحات الفيسبوكية النسائية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

أ. خير الدين حجار خرفان

إعداد الطالبتين:

زغودي حورية

رحمون نسبية

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ. جودي بن قيط	جامعة عمار ثليجي	رئيسا
أ. خير الدين حجار خرفان	جامعة عمار ثليجي	مشرفا
أ. سليم معيزة	جامعة عمار ثليجي	مناقشا

:

السنة الجامعية 2020/2019

قال الله تعالى

".... يرفع الله الذين ءامنوا منكم والذين

أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير"

صدق الله العظيم

سورة المجادلة (11)



شكر وعرفان

إليك يا من يقف التكريم حائراً عاجزاً عن تكريمك.

إليك يا من تعجز الكلمات عن ذكرك.

إليك يا من لو أتينا بالتقدير كلمة ما وفي ببعض قدرك.

إليك منا كل الاحترام والود والوفاء، لا تحمل قواميسنا كلمة شكر أو عبارة امتنان تعبر عما في القلوب.

ولكن لعل دعواتنا تطرق أبواب السماء فتكون أبلغ من حروفنا المتلاشية في هذه اللحظة.

أستاذنا الدكتور خير الدين حجار خرفان بارك الله عطاءك..... ورزقك جنانه.

زغودي حورية، رحمون نسيبة





إهداء

الحمد لله الصبور الشكور... حمدا يدوم بدوام الدهور... حمدا طيبا مباركا وكذا مبرور... أحمدته على نعمه التي لا تبور وأحمدته على كماله الذي لا يعتبر به نقص ولا قصور... والشكر لله على إرساله الرسول... صلى الله عليه وسلم وعلى آله وأصحابه العلماء الفحول.

إلى حكمتي وعلمي إلى أدبي وحلمي، إلى طريقي المستقيم، إلى طريق الهداية، إلى ينبوع الصبر والتفاؤل والأمل، إلى من أوصلتني إلى ما أنا عليه الآن وعند وصولي شاءت الأقدار ألا تكون معي حبيبتي ونبض قلبي أُمي وجدتي الغالية النوية بن صفى الدين " رحمها الله".

إلى من أوصى بها النبي المختار... أُمي ينبوع الحنان والهداية المختار... ودعم الضعيف وموجهة القوي الجبار... ذليلة علي وفي أوجه أعدائي سيف بتار... فشكرا أماه يا مدعاة الافتخار...

أُمي الغالية يمينه كعباش " حفظها الله".

إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى من افتقدته منذ الصغر إلى من يرتعش قلبي لذكراه

أبي الغالي زغودي الحاج "رحمه الله".

إلى من حبهم يجري في عروقي وينهج بذكراهم فؤادي وإخوتي وأخي حفظهم الله.

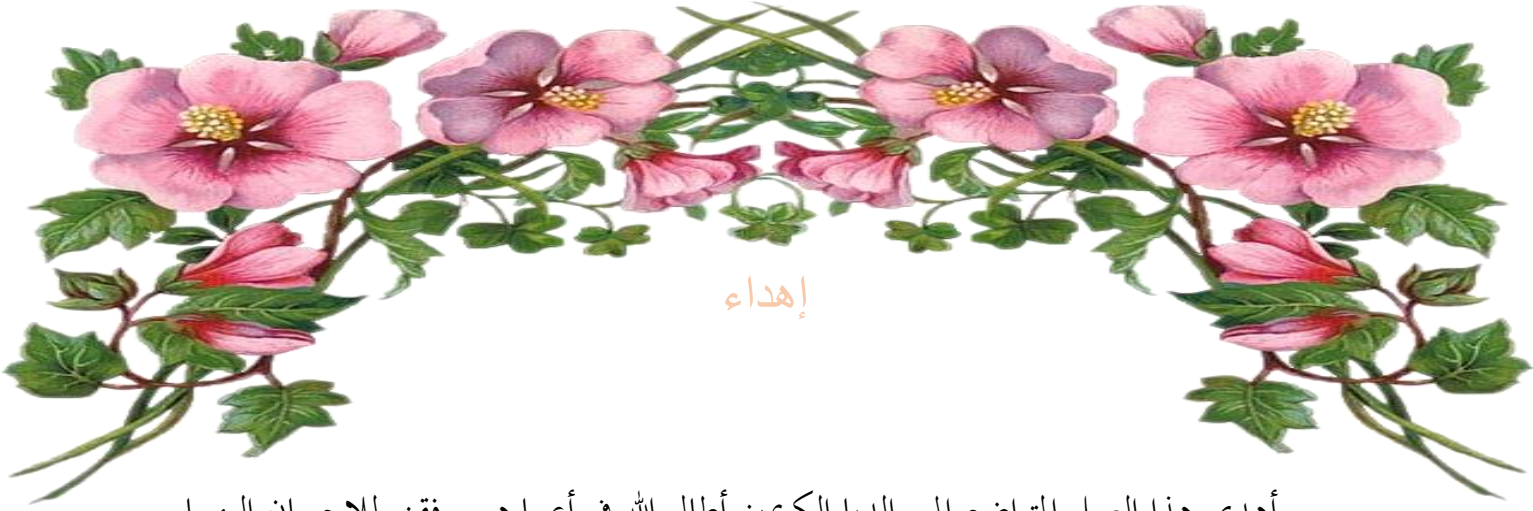
إلى الروح التي سكنت روحي خطيبي وزوجي المستقبلي إن شاء الله حشاني بودالي "حفظه الله".

وأخص بالشكر الجزيل أستاذي وقُدوتي بأخلاقه الدكتور حجار خرفان خير الدين "حفظه الله".

إلى كل الصديقات والأصدقاء كل باسمه وكل بمقامه.



حورية



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والديا الكريمين أطال الله في أعمارهم ووفقني للإحسان إليهما.

إلى تلك التي أثارت دربي صباحا وعشية ببسمتها ورضاها، إلى التي سهرت من أجل راحتي إلى عنوان

أملني إلى أعز ما أملك والدتي سليلة روحي وبلسم فؤادي "مباركة خرصي" حفظها الله.

إلى والدي أنبل وأعلى وأعظم هبة لي في الوجود، إلى الذي من في شكره ظل قلبي وتاه، إلى من سيظل

موضع إعجابي وفخري أبي الغالي "الشايب" أطال الله في عمره.

إلى زهور البيت وأريجيه إخوتي "محمد الأمين، هاجر، بلال، هنية، شيماء، صبرين".

إلى الأخ "أحمد شوشة"

إلى زوجة أخي "سعاد"

إلى البراعم الصغيرة والأحفاد الغوالي "عباس، عمران، سيد أحمد الشايب، رضوان، مؤيد، مسعود".

إلى أعمامي وعماتي وكل من يحمل لقب "رحمون".

إلى أخوالي وخالاتي وكل من يحمل لقب "خرصي".

إلى كل الصديقات والأصدقاء كل باسمه، إلى من تساندنا معا مشاق هذا

العمل صديقتي "حورية زغودي".

نسبة



ملخص الدراسة

يشغل الفيس بوك اليوم الصدارة من بين العديد من مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى، نظرا لاستخدامه من طرف شريحة واسعة من المجتمع، التي أدت إلى انتشارها واتساع دائرة مستخدميها، حيث لم تبق هذه الوسيلة تنحصر على الرجل وحده، بل أصبحت للمرأة مكانة في هذا المجال والتي أصبحت جزء مهم من هذا التطور،

كما أن الفضاء العمومي الافتراضي الذي يبرزه الفيس بوك أو بالأحرى الصفحات الفيسبوكية يمثل فضاءا تعبيريا مفتوحا استثمره العديد من المواطنين وبوجه الخصوص فئة النساء المقصين من الفضاءات العمومية التقليدية للتعبير عن أفكارهم وأرائهم حول مجموع القضايا التي تهمهم .

وتهدف الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمين

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- وجود إقبال كبير من طرف طالبات الجامعة على الصفحات الفيسبوكية النسائية.
- نسبة كبيرة من المستخدمين ترى أن هذه الصفحات مهمة في معرفة قضايا تخص حياتها كمرأة.
- نسبة كبيرة من المستخدمين المبحوثات وفر لها فضاء المجموعة الفيسبوكية إمكانية طرح القضايا التي أهمها واقعها الاجتماعي.

الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وتقدير
	إهداء
	الفهرس
	الملخص
أ	مقدمة
	المقاربة المنهجية للدراسة
5	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
6	ثانياً: فرضيات الدراسة
6	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
7	رابعاً: أهمية الدراسة
7	خامساً: أهداف الدراسة
8	سادساً: مجتمع البحث وعينته
8	سابع: منهج الدراسة
10	ثامناً: الدراسات السابقة
13	تاسعاً: مفاهيم ومصطلحات الدراسة
	الإطار النظري للدراسة
	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي واقع ومفاهيم
17	تمهيد
18	المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها
18	المطلب الأول : مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي
20	المطلب الثاني : خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي
22	المطلب الثالث: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
27	المطلب الرابع: مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
28	المبحث الثاني: موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)
28	المطلب الأول : التعريف بموقع الفيس بوك ومجالاته
31	المطلب الثاني : متطلبات تصميم صفحة الفيس بوك
32	المطلب الثالث : كيفية التسجيل والانضمام للموقع وواجهته وأدواته

32	المطلب الرابع : آليات التواصل بين أعضاء موقع الفيس بوك
33	خلاصة
الفصل الثاني: الفضاء العمومي الافتراضي	
35	تمهيد
36	المبحث الأول: مدخل إلى الفضاء العمومي الافتراضي
36	المطلب الأول: نشأة وتطور الفضاء العمومي
36	المطلب الثاني: مفهوم الفضاء العمومي ووظائفه
37	المطلب الثالث: خصائص الفضاء العمومي الافتراضي
39	المطلب الرابع: أبعاد الفضاء العمومي
40	المبحث الثاني: الفضاء العمومي ومواقع التواصل الاجتماعي
40	المطلب الأول : مقارنة هيرمسية للفضاء العمومي
41	المطلب الثاني: الأنماط الجديدة للتواصل والفضاء العمومي
43	المطلب الثالث : دلالات الفضاء العمومي الافتراضي
44	المطلب الرابع : اشكالية الفضاء العمومي ومواقع التواصل الاجتماعي
48	خلاصة
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
50	تمهيد
51	المبحث الأول: تفريغ البيانات
52	المبحث الثاني: عرض النتائج وتحليلها
80	المبحث الثالث: مناقشة النتائج والتوصيات.
84	خاتمة
86	قائمة المراجع
89	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يمثل أفراد العينة على حسب السن .	52
2	يمثلأفراد العينة على حسب المستوى التعليمي.	53
3	يمثلأفراد العينة على حسب الحالة الاجتماعية .	54
4	يمثلأفراد العينة حسب الحالة المهنية.	55
5	يمثل الوسيلة المستعملة في استخدام الفيس بوك.	56
6	يمثل درجة الرغبة في التواصل عبر الفيس بوك.	57
7	يمثل مدة الانضمام للصفحات الفيسبوكية النسائية.	58
8	يمثل كيفية متابعة الصفحات الفيسبوكية النسائية.	59
9	يمثل الصعوبات التي تواجهها المستخدمين للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية.	60
10	يمثل الهوية التي تتفاعل بها المستخدمين عبر هذه الصفحات.	61
11	يمثل نوع الصورة التي تضعها المستخدمين عبر حسابها.	62
12	يمثل إمكانية اعتبار الصفحات الفيسبوكية النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياة المرأة .	63
13	يمثل درجة انعكاس الشخصية الحقيقية للمرأة على صفحتها الخاصة عبر الفيس بوك.	64
14	يمثل مدى تحقق الصفحات الفيسبوكية النسائية بناءا في شخصية المرأة.	65
15	يمثل نوع الرسائل والمواضيع التي تشغل اهتمام المرأة في هذه الصفحات.	66
16	يمثل درجة متابعة المرأة للتعليقات على منشوراتها الخاصة عبر هذه الصفحات.	67
17	يمثل مدى بعثت التعليقات عبر مختلف المنشورات الرغبة في التفاعل مع المستخدمين.	68
18	يمثل مدى خلق التفاعل الافتراضي بالنسبة للمرأة حسا متماسكا بالانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية النسائية.	69
19	يمثل الأشكال التعبيرية للمنشورات التي تجذب انتباه المرأة.	70
20	يمثل كيفية التفاعل مع أعضاء المجموعة.	71
21	يمثلالفضاء الذي توفره المجموعة الفيسبوكيةللمرأة في إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي اهملها واقعها الاجتماعي.	72
22	يمثل شعور المرأة بالاستقلالية عندما تتفاعل مع المنشورات عبر الصفحات الفيسبوكية النسائية.	73

23	تمثل مدى تمكن المرأة بالتكلم في الخصوصيات النسائية عبر الصفحات الفيسبوكية النسائية .	74
24	يمثل العلاقة بين مؤشر السن والصعوبات التي تواجهها المستخدمات للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية.	75
25	يمثل العلاقة بين مؤشر المستوى التعليمي والتفاعل الافتراضي	76
26	يمثل العلاقة بين مؤشر الحالة الاجتماعية ورؤية المرأة للمجتمعات الفيسبوكية في توفير لها إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعها الافتراضي.	77
27	يمثل العلاقة بين مؤشر الحالة المهنية وإمكانية الصفحات النسائية عبر الفيسبوك بالتكلم في خصوصيات النسائية.	78

فهرس الأشكال والدوائر النسبية:

الصفحة	قائمة الأشكال والدوائر النسبية	الرقم
52	تمثل توزيع افراد العينة حسب السن.	01
53	تمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.	02
54	تمثل توزيع أفراد العينة على حسب الحالة الاجتماعية.	03
55	تمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة المهنية.	04
56	تمثل الوسيلة المستعملة في إستخدام الفيس بوك.	05
57	تمثل درجة الرغبة في التواصل عبر الفيس بوك.	06
58	تمثل مدة انضمام للصفحات الفيسبوكية النسائية.	07
59	تمثل كيفية متابعة الصفحات الفيسبوكية النسائية.	08
60	تمثل الصعوبات التي تواجهها المستخدمات للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية.	09
61	تمثل الهوية التي تتفاعل بها المستخدمات عبر هذه الصفحات..	10
62	تمثل نوع الصورة التي تضعينها المرأة عبر حسابها.	11
63	تمثل مدى إعتبار الصفحات الفيسبوكية النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياة المرأة.	12
64	تمثل درجة انعكاس الشخصية الحقيقية للمرأة على صفحتها الخاصة عبر الفيس بوك	13
65	تمثل تحقيق الصفحات النسائية الفيسبوكية بناء في شخصية المرأة.	14
66	تمثل نوع الرسائل والمواضيع التي تشغل إهتمام المرأة في هذه الصفحات.	15
67	تمثل درجة متابعة المرأة للتعليقات على منشوراتها الخاصة عبر هذه الصفحات.	16
68	تمثل مدى بعث التعليقات عبر مختلف المنشوراتفي المرأة الرغبة في التفاعل مع المستخدمات.	17
69	تمثل خلق التفاعل الافتراضي للمرأة حسا متماسكا للانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية	18
70	تمثل الأشكال التعبيرية للمنشورات التي تجذب إنتباهك	19
71	تمثل كيفية التفاعل مع أعضاء مجموعتك . الجدول	20
72	تمثل الفضاء الذي توفره المجموعة الفيسبوكية للمرأة لامكانية إعادة طرح القضايا و المواضيع التي أهملها واقعها الاجتماعي.	21
73	تمثل الشعور بالإستقلالية للمرأة عندما تتفاعت مع المنشورات عبر الصفحات النسائية.	22
74	تمثل تمكن المرأة من التكلم في الخصوصيات النسائية عبر الصفحات الفيسبوكية النسائية .	23

مقدمة

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قد فتح آفاقا جديدة وأحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، والثقافية، والفكرية والاجتماعية، كما أثر بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني.

وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهرها تجليا والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل همومهم ومشاكلهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة، كما تحتل مواقع التواصل الاجتماعي اليوم مكانة بالغة الأهمية في حياة المجتمعات الإنسانية وذلك على كافة المستويات لذا فقد أصبح العصر الذي نعيشه يعرف بعصر الاتصال والمعلومات نظرا للأهمية البالغة التي تلعبها الوسائل الإعلامية في الحياة المعاصرة.

ويعتبر الفيس بوك من أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي عرفت رواجاً كبيراً، كونه تقنية افتراضية جعلت العالم قرية صغيرة مما عزز مفهوم التفاعل بين الأفراد، كما ساعد على نقل ونشر المعلومات والأخبار المتعلقة بشتى مجالات الحياة إلى أنحاء المعمورة متجاوزا بذلك كل الحدود الجغرافية والمكانية وحتى الزمانية، كل زاد من عدد رواده واتسعت دائرة تأثيره ، ولم يعد هذا الأخير حكرا على الرجل وحده بل تعدى إلى استخدامه من قبل المرأة التي أصبحت اليوم عنصرا فعالا في المجتمع، وهذا راجع بطبيعة الحال لدورها الكبير في مختلف مجالات الحياة العلمية والعملية وكذا الأسرية والثقافية، مما عزز من استخدامها لهاته المواقع الاجتماعية التي كانت لها الفضل في توجيهها توجيهها ساعدها على تحقيق أدوارها وفتح لها مساحة أكبر للتعبير عن آرائها وتوجهاتها بكل حرية¹ ولم يكتف الفيس بوك بالانتشار في هذا الأفق فقط، بل اخذ بالتوسع في اتجاهات أخرى ليكون واسعا ومخصصا في نفس الوقت، فابتدأ المنضمون بإنشاء صفحات في مجالات محددة، مثلا اجتماعي أو طبي أو نفسي أو طهو أو تعليم، ثم تعمقت الخصوصية أكثر عندما ابتدأت حواء بفصل صفحاتها ومجاميعها عن آدم لتتركه بحيرة من امره.

إذ أن الطابع المخصوص للتفاعل الافتراضي الذي توفره فضاءات شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وشبكة الفيسبوك بشكل خاص، خلق إمكانيات لا يمكن إغفالها لاستنبات فضاء عمومي افتراضي مفتوح، وديمقراطي أكثر مرونة وتمثيلية بحيث يستوعب كل الشرائح الاجتماعية عامة وشريحة النساء خاصة.

1- تياب خولة: واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017/2018، ص1.

حيث ارتأينا من خلال دراستنا تسليط الضوء على أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمين، ولقد تناولنا في دراسة هذا الموضوع خطة بحث استملت على مقدمة وثلاث فصول وخاتمة.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك لضخامة مجتمع البحث وصعوبة حصر مفرداته، كما تم الاستعانة بأداة الاستمارة أو (الاستبيان) التي تضمنت أسئلة عن أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمين، كما تم استخدام أساليب إحصائية لتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها.

قسمنا الدراسة إلى مقدمة وثلاث فصول كل فصل يحتوي على مباحث ومطالب، فالفصل الأول يندرج في الإطار المنهجي للدراسة، والفصل الثاني يضم الإطار النظري للدراسة، أما الفصل الثالث فتمثل في الإطار الميداني للدراسة والخاتمة، والدراسة أيضا متبوعة بالملاحق والفهارس وقائمة المصادر والمراجع.

في الفصل الأول والذي اعتبرناه الإطار المنهجي للدراسة حددنا الإشكالية من خلال طرح التساؤلات التي تمحورت حول (أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمين)، وعلى أساسهم صياغة الفرضيات لتحديد بعدها المنهج والأداة المنهجية المناسبة لهذه الدراسة من منهج وصفي الذي اعتمدنا فيه على الاستمارة، ثم حددنا العينة ومجتمع البحث، وتطرقنا إلى المفاهيم الأساسية للدراسة ومحاوله تقريب المفهوم الإجرائي الذي يسمح باستخدامها في الأطر النظرية والتطبيقية، ثم الدراسات السابقة حول الموضوع.

في الفصل الثاني والذي اعتبرناه الإطار النظري للدراسة والذي قسمناه إلى فصلين، الفصل الأول والمعنون بـ(مواقع التواصل الاجتماعي واقع ومفاهيم) ركزنا فيه على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وخصائصها ووظائفها وتطرقنا فيه إلى أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وعناصره، وبعدها ذكرنا مزاياه وعيوبه ومجالات استخدامه، وكيفية التسجيل والانضمام فيه، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى إشكالية الفضاء العمومي ومواقع التواصل الاجتماعي وهذا المبحث اعتبرناه مدخل للفصل الثاني للإطار النظري، أما الفصل الثاني والمعنون بـ (الفضاء العمومي الافتراضي) ففي المبحث الأول تطرقنا إلى مدخل إلى الفضاء العمومي الافتراضي وذكرنا فيه نشأة الفضاء العمومي وأهم محدداته، رؤى معاصرة للفضاء العمومي وموقعه في الاتصال الجديد، وتطرقنا إلى ماهية الفضاء العمومي الافتراضي والأنماط الجديدة للتواصل والفضاء العمومي، وفي المبحث الثاني الفضاء العمومي وفلسفة التواصل، مقارنة هابرماسية للفضاء العمومي ومراكزات الفضاء العمومي لدى هابرماس، ودلالات الفضاء العمومي الافتراضي.

هذا في الإطار النظري، أما في الإطار التطبيقي الذي احتوى على الفصل الثالث تحت عنوان (أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمين) والذي تضمن الجانب الميداني للدراسة، وهذا الجانب هو جوهر الذي تبنى على أساسه الدراسة، فقد انقسم إلى أربع محاور، المحور الأول تضمن: البيانات الشخصية الضرورية في البحث، أما المحور الثاني تضمن طبيعة اهتمام المستخدمين بفضاء التواصل الاجتماعي، أما المحور الثالث تضمن الصفحات النسائية كفضاء لإبراز الشخصية، أما المحور الرابع تضمن الصفحات النسائية كفضاء للتعبير التشاركي، وختمنا الفصل بعرض النتائج والتوصيات، وفي الأخير ختمنا دراستنا بخاتمة عامة عن الموضوع.

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: الإشكالية:

يشغل الفيس بوك اليوم الصدارة من بين العديد من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، نظرا لاستخدامه من قبل فئة كبيرة من المجتمع، وبغض النظر عن انتماء مستخدميه لأي طائفة أو عرق أو عشيرة، ومن دون الاعتبار حتى بمستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، نجد ان هذه الطبقات تجتمع جميعا تحت مسمى مجاميع تضم مئات، بل آلاف، وقد تصل إلى مئات الآلاف من الاشخاص، في صفحات متصفحي ومستخدمي الفيس بوك، ومن كلا الجنسين.

ولم يكتف هذا الأخير بالانتشار في هذا الأفق فقط، بل أخذ بالتوسع في اتجاهات أخرى ليكون واسعا ومخصصا في نفس الوقت، فابتدأ المنضمون بإنشاء صفحات في مجالات محددة، مثلا اجتماعي أو طبي أو نفسي أو طهو أو تعليم، ثم تعمقت الخصوصية أكثر عندما ابتدأت حواء بفصل صفحاتها ومجاميعها عن آدم لتتركه بحيرة من أمره.

وعلى الرغم من ان الرجال كانت لهم صفحاتهم الخاصة ايضا، لكن لم تلاق الشهرة والشعبية بينهم، كما لاقت الصفحات النسائية النجاح الباهر والواسع الافاق، حيث أخذت بالانتشار وبصورة سريعة جدا، وشمل هذا الانتشار نوعين: الاول تمثل بزيادة اعداد المنضمين، والثاني زيادة اعداد تلك الصفحات، حيث وجدت أغلب النساء هذه الصفحات، إما مكان لعرض مواهبها المدفونة بين جدران المنزل، بينما وجدتها الأخرى متنفساً من زخم الحياة او لبث الشكوى وتفريغ الهموم، أو معالجة لصعاب الامور التي تعجز عن حلها بدون مشاركة، وأخريات وجدتها مكانا للتعلم والاستفادة من الخبرات.

ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الاعلام الالكترونية وعلى رأسها الفيس بوك في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية "هابرماس" ومع تراجع دور وسائل الاعلام التقليدية في المشاركة في المجال العام في المجتمع على نطاق تمكين المرأة من تشكيل آرائها، دعم الفيس بوك فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك حيث منح امكانية التفاعل حول المواضيع مثل (الطبخ ، الزينة ، اللباس) التي يهتمون بها وبذلك شكل الفضاء العمومي رؤية جديدة لمفهوم الحوار والتواصل وأعاد صياغة بنية التفاعلات وهو إجمالا رؤية أعطت نفسا جديدا لقضايا المرأة و اهتماماتها ،محورها التواصل والحوار والاتصال والتفاعل وبذلك تكون الصفحات الفيسبوكية النسائية ، قد ساهمت في خلق آليات جديدة لذلك .

وهنا يعتبر الفضاء العمومي اليوم من أبرز القضايا المحورية في محفل النقاشات والتفاعلات النسائية وحتى المهنية، ذلك لأهمية دور الإعلام في هذا الفضاء، وكذا سياسات الاتصال بجوانبها المتعددة، أي السياق الذي تمارس فيه المرأة حق الاتصال والتفاعل.

إن الطابع المخصوص للتفاعل الافتراضي الذي توفره فضاءات شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وشبكة (فيسبوك) بشكل خاص، خلق إمكانيات لا يمكن إغفالها لاستنبات فضاء عمومي افتراضي مفتوح، وديمقراطي أكثر مرونة وتمثيلية بحيث يستوعب كل الشرائح الاجتماعية، حيث خلقت شبكات التواصل الاجتماعي حالة انفتاح بالنسبة للمرأة في ساحة افتراضية متخطية كل الحدود الفكرية، كما سمحت لها بالدخول في نقاشات وحوارات لم تتحها لها الوسائل التقليدية .

وتكتسي الاشكالية مدى قدرة شبكة الفيس بوك على تشكيل فضاء عمومي افتراضي لدى فئة النساء.

وبناء على ما تم طرحه، فان اشكاليتنا تتمثل فيما يلي:

إلى أي مدى تشكل المجموعات الفيسبوكية الافتراضية النسائية فضاءا عموميا لدى

المستخدمات؟

وتحت هذا التساؤل الرئيسي ندرج التساؤلات الآتية:

1. هل تواجه المرأة صعوبات في الانضمام للصفحات الفيسبوكية النسائية؟
2. هل وفرت الصفحات الفيسبوكية النسائية فضاءا مفتوحا لظهور المستخدمين؟
3. ماهي الاشباكات المحققة للمرأة لاستخدامها شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)؟

ثانيا: الفرضيات:

1. لا تواجه المرأة صعوبات في الانضمام للصفحات الفيسبوكية النسائية.
2. وفرت المجموعات الفيسبوكية النسائية فضاءا واسعا ومفتوحا لبروز المستخدمين.
3. تستخدم المرأة شبكات التواصل الاجتماعي لتغذية فضولها في شتى المجالات.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر عملية اختيار الموضوع عملية قاصدة تستند في انبثاقها إلى جملة من الأسباب التي تدفع بها الباحثة من الإلمام النظري والرؤية المنهجية التي تستند عليها وتوجهها ويرجع اختيارنا لموضوع دراستنا إلى مجموعة من الأسباب نجملها فيما يلي:

- حداثة الموضوع حيث يعتبر هذا البحث من البحوث العلمية الحديثة التي تعني بدراسة استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل حيز التفاعل بين الأفراد، فهي مكمل قوي لوسائل الإعلام التقليدية في المجتمعات العامة وفي المجتمع الجزائري خاصة؛
- قابلية الموضوع للدراسة من الناحية المنهجية والتطبيق الميداني باستعمال أدوات جمع البيانات (الملاحظة، الاستبيان)؛

- محاولة التعرف على أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في حياة الأفراد؛
- الرغبة في معرفة مدى تأثير استخدام تطبيق الفيسبوك في تشكيل فضاء عمومي لدى النساء؛
- كثرة استخدام موقع فيسبوك من طرف مختلف فئات المجتمع خاصة النساء، كما انه وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار بكل حرية دون ضغط أو قيد، وما يتميز به من خصائص وسمات جعلته محا إقبال كبير مما جعله ظاهرة تحتاج لبحث ودراسة.

رابعا: أهمية الدراسة:

- يتجلى مكن أهمية الدراسة في أنها تعالج صلب مواضيع النقاش الأكثر حدة وراهنة في أدبيات بحوث الاتصال بصفة خاصة، وبحوث العلوم الإنسانية بصفة عامة، ألا وهو أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمات، والذي يكتسب أهمية خاصة في ظل ولوج المرأة واهتمامها بالمشاركة في الصفحات الفيسبوكية الخاصة بها.
- تستمد هذه الدراسة أهميتها من الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات ومعلومات تصب في جميع المجالات على مدى استفادة واستخدام هذه الشبكات وعلى وجه الخصوص موقع الفيسبوك الذي يحظى بشعبية وإقبال كبير من مختلف فئات المجتمع خاصة من قبل النساء.
- تقديم دراسة علمية على أثر الفيسبوك في تشكيل فضاء عمومي.
- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح لها دور مهم في شتى مجالات الحياة لدى كافة طبقات المجتمع.

خامسا: أهداف الدراسة:

- يندرج موضوع بحثنا ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف أساسا إلى اكتشاف الواقع ووصف هذه الظواهر وصفا دقيقا، لذلك تسعى كل دراسة أيا كانت الوصول إلى تحقيق أهداف معينة، وبحثنا هذا نتوخى من ورائه تحقيق بعض الأهداف التي سطرناها على النحو التالي:
- الهدف الرئيسي للدراسة هو الوقوف على الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي منها الفيسبوك على تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمات؛
- التعرف على دوافع استخدام المرأة لشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك)؛
- التعرف على عادات وأنماط استخدام المرأة للفيس بوك؛
- الكشف عن الاشباغات المحققة للمرأة من استخدامها للفيس بوك.

سادسا: مجتمع البحث وعينته:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام عمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي ستجري عليها الدراسة وتحديدتها. يمثل مجتمع البحث جميع المفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها وفي الواقع دراسة المجتمع الأصلي كله يتطلب وقتا وجهدا شاقا وتكاليف مادية مرتفعة وبكفي أن يختار الباحث عينة ممثلة لمجتمع الدراسة بحيث تحقق أهداف البحث وتساعد على انجاز مهمته.

ويتمثل مجتمع دراستنا في انه المجموعة الكلية من العناصر التي تعم عليها نتائج البحث وقد اعتمدنا في هذه الدراسة المجتمع المتمثل في الصفحات الفيسبوكية النسائية وأثرها في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمات، ونظرا لصعوبة دراسة مجتمع البحث ككل كونه يتطلب الكثير من الوقت والجهد والإحاطة بجميع مفردات العينة فلقد لجأنا لاختيار عينة من النساء (مستخدمات الفيسبوك).

وتعرف العينة على أنها عدد محدد من مفردات الدراسة التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويشترط في هذه العينة أن تكون ممثلا لمجتمع الباحث مع خصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.

ونظرا لصعوبة الوصول إلى كافة أفراد العينة اعتمدنا على العينة العشوائية أو ما تسمى بالعينة الصدفية والتي تعرف عادة على أنها " العينة التي تتكون من وحدات معينة اعتقادا أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل في هذه الحالة قد يختار الباحث مفردات محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع الأصلي، وهذه تعطي نتائج تكون أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله.

وتعرف العينة العشوائية أيضا: " هي تلك العينة التي يختار الباحث أفراد المجتمع أي عشوائية أي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة، لذا فإن هذه العينة لا تمثل المجتمع الأصلي بدقة ومن ثم يصعب تعميم نتائج البحث على المجتمع الأصلي كله ولكن لا بد منها عندما يصادف لباحث مجتمع دراسة كبير الحجم.

سابعا: المنهج المتبع للدراسة:

المنهج بصفة عامة هو مجموعة من القواعد والإجراءات والأساليب التي تجعل العقل يميل إلى معرفة جميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها دون أن يبذل مجهودات غير نافعة، والمنهج في البحث العلمي هو الطريقة التي يسلكها الباحث في الإجابة على الأسئلة، أنها خطة تبين وتحدد طرق وإجراءات جمع وتحليل البيانات، حيث يقوم الباحث من خلال المنهج بتحديد تصميم البحث، ويختلف هذا الأخير باختلاف الهدف منه. فقد يكون استكشاف عوامل معينة لظاهرة ما أو توصيفها أو إيجاد العلاقة أو السبب والأثر بين مجموعة من العوامل.

ويعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي لأنه يحدد مسار الذي يتبعه الباحث من خلال جميع مراحل البحث ابتداء من تحديد الموضوع وصولاً إلى صياغة النتائج واختيار منهج البحث في دراسة أي ظاهرة إعلامية أو اجتماعية لا يأتي بصدفه وعشوائية أو ميل الباحث ورغبته في اختيار منهج معين بل إن موضوع الدراسة من جهة، وأهدافها من جهة أخرى هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب للدراسة، أو البحث وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية أكثر للنتائج المتحصل عليها.¹

ومن هنا يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب وفق طبيعة ونوع الدراسة وبما أن دراستنا تتمحور حول أثر استخدام الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمات، فإن هذه الدراسة تندرج تحت إطار البحوث الوصفية وهي البحوث التي تهدف إلى اكتشاف الواقع ووصف هذه الظواهر وصفاً دقيقاً، وتحديد كيفية أوكيميا، كما تقوم بالوصف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بما فير الظواهر وحاضرها ومستقبلها. أما فيما يخص المنهج فإن الدراسات الوصفية عادة ما تعتمد على منهج المسح بالعينة، وذلك من خلال دراسة عدد محدد من المفردات أو الحالات الخاصة بالظاهرة، كاختيار عينة من طلاب وطالبات جامعة ما وليس جميع طلاب الجامعة، ويعد هذا النوع من المسح أكثر شيوعاً واستخداماً لأنه يوفر الوقت والجهد والمال.

وعلى هذا الأساس تم اختيار الصفحات الفيسبوكية التي تشملها الدراسة على أساس ثلاث معايير هي:

- عدد الأعضاء
- عدد المنشورات في اليوم الواحد
- تاريخ إنشاء المجموعة
- رابط المجموعة
- ونجمل هذه الصفحات فيما يلي:

1. صفحة شدة تلمسان همة والشان cheddantelemecnhema we chane

- عدد الاعضاء 2505
- عدد المنشورات في اليوم الواحد 15
- تاريخ الانشاء قبل 4 سنوات
- رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/494709550639215/posts/3029088440534634/>

2. جولة في منزل جزائرية -تونسية -ليبية -مغربية -طبخ، أناقة.

1-فاطمة عوض صابل، ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الاسكندرية مصر، ط2002، ص1200.

- عدد الأعضاء 3503

- عدد المنشورات في اليوم الواحد 35

- تاريخ الإنشاء قبل سنة

- رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/groups/498025184245203/permalink/5973807076429>

83/

3. مقامات الأغواط والجنوب صور دفع، عروض، قعدات، مهييات.

- عدد الأعضاء 4591

- عدد المنشورات في اليوم 35

- تاريخ الإنشاء قبل سنة

- رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/groups/322374112056034/permalink/3942341347003>

1/

4. لمة لريام مع نجوى وصفات، تدابير ايجابية.

- عدد الأعضاء 4275

- عدد المنشورات في اليوم 15

- تاريخ الإنشاء قبل سنة

- رابط الصفحة:

<https://www.facebook.com/groups/704022806707500/permalink/9960632575034>

52/

ثامنا: الدراسات السابقة:

لم نعثر على دراسات سابقة كثيرة تناولت الموضوع بشكل مباشر، لكننا وبالمقابل ومن خلال بحثنا المتواصل اهتدينا إلى جملة من الدراسات التي اهتمت وتناولت مواضيع مشابهة إلى حد ما دراستنا للموضوع ومن أهم هذه الدراسات نذكر منها:

• الدراسة الأولى:

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان "دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي"، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم سنة 2018/2017.

تهدف هذه الدراسة إلى مقارنة المجموعات الفيسبوكية النسائية الجزائرية، ومحاولة معرفة إلأى مدى تشكل هذه المجموعات فضاءا عموميا هامشيا داخل الفضاء السبراني، لاسيما بالنظر إلى الصعوبات التي تواجه المرأة الجزائرية بشكل منتظم في ولوج الفضاءات العمومية الفيزيائية والوسائطية.

منهجيا تبنت الدراسة المنهج الوصفي من خلال الاعتماد على المسح الافتراضي ووظفت الاستبيان الافتراضي والمقابلة الافتراضية بغية جمع المعطيات من مجتمع البحث محل الدراسة. وتحصلت الدراسة على مجموعة من النتائج من أهمها:

✓ إن المجموعات الفيسبوكية محل الدراسة تشكل فضاءات مفتوحة وسهلة الولوج تستوعب المستخدمين دون عوائق.

✓ تستوظف المستخدمين الديناميات الاتصالية المتاحة كمجهولة الهوية وآليات التفاعلية؛

✓ وفرت هذه المجموعات الفيسبوكية مساحات مفتوحة وحيوية لبروز المستخدمين وتحليلهم عموميا؛

✓ آمنت المجموعات محل الدراسة آليات علمية وفعالة مكنت العضوات من التفاعل مع واقعهن بكيفية نقدية ديناميكية عن طريق النشر والتعليق ومشاركة وتداول المضامين ذات المنزع النقدي.

• الدراسة الثانية:

مذكرة لنيل شهادة الماستر بعنوان "واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي"، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، سنة 2018/2017.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك". من خلال إجراء دراسة على عينة من مستخدمات فيسبوك.

منهجيا تم الاعتماد على المنهج الوصفي كون أن هذه الدراسة تنطوي تحت البحوث الوصفية، وتم الاعتماد على أدوات لجمع البيانات والمتمثلة في الملاحظة البسيطة والاستبيان.

✓ أظهرت الدراسة أن النساء الجزائريات يتواصلن مع الأصدقاء والأهل؛

✓ أكدت الدراسة أن النساء الجزائريات يتصفحن الفيسبوك نظرا لخدماته كالدرشة؛

✓ أظهرت الدراسة أن النساء الجزائريات يتصفحن الفيسبوك لإشباع دوافعهن النفسية؛

✓ أكدت الدراسة أن النساء الجزائريات يتصفحن الفيسبوك لانتقاء الأخبار والمعلومات.

• الدراسة الثالثة:

مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"،
قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2012/2011.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي "فيسبوك" في الجزائر وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ تقضي أكبر نسبة من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام "الفيسبوك" ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردود بالدرجة الأولى؛

✓ يستخدم أغلب الأفراد العينة موقع "فيسبوك" بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه؛

✓ وقد بينت بالنتائج أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث؛

✓ بينت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

الدراسة الرابعة:

مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعنوان "استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية"، كلية الآداب في الجامعة الإسلامية بغزة، سنة 2016.

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية (القيم السياسية والاجتماعية والدينية) والاشباعات المحققة، ودوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، التي استندت في مقاربتها المنهجية على منهج المسح، معتمدة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، وعى صحيفة الاستقاء بوصفها أداة رئيسية لجمع المعلومات.

نتائج الدراسة: خلصت إلى مجموعة من النتائج ومن أهمها:

✓ إن درجة تحقق الاشباعات من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم السياسية والاجتماعية والدينية التي تعبر عن القيم الثقافية كانت ضعيفة، كما كانت في بعض القيم ذات مردود سلبي؛

✓ لا توجد علاقة بين امتلاك طالب الثانوية العامة لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي، وكلا من النوع الاجتماعي، ومكان السكن والتخصص؛

- ✓ إنالاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية عند الذكور أعلى من الإناث وهي لا تتأثر بالتخصص الدراسي بينما تتأثر بمكان السكن؛
- ✓ إن هناك تباين واضح واختلاف بين الطلبة حول الثقة بالمعلومات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي.

تاسعا: مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

إن الحقائق والأشياء تكتسب قيمتها من المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البيئة الواحدة، وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة، ونظرا لاختلاف هذه الرموز ودلالاتها باختلاف العلوم حيث أصبح لكل علم أو مجال علمي رموزه المتميزة، ولهذا يقال إن لكل علم مفاهيمه الخاصة وهي مجموعة من الرموز ذات المعاني والتصورات المشتركة في مجالات هذا العلم وتطبيقاته.

ويعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات ذو أهمية منهجية في أي بحث علمي، ذلك بأن هذا التحديد يساعد الباحث على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته، بهدف إزالة الغموض والالتباس حول المعنى المتبنى في الدراسة لأن غموض المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية.¹

وفيمايلي أهم المفاهيم التي تخص دراستنا وهي: الأثر، الصفحات الفيسبوكية، النساء(المرأة)، الفضاء العمومي.

1. مفهوم الأثر:

أ) لغة: معنى أثر في تاج العروس: الأثر محرك: بقية الشيء، جمع آثار وأثرور الأخير بالضم، وقال بعضهم: الأثر مابقية من رسم الشيء.

ب) اصطلاحا: يعرف بأنه التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد وفقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركه وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق.

ج) إجرائيا: هو الاستجابة النهائية الناتجة عن تنبيه أو تأثير ما.

مفهوم الصفحات الفيسبوكية:

أ) اصطلاحا: ابتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو

1- حسين مساعدي: محاضرات البحث في الإعلام والاتصال مناهج وتقنيات، السنة الثانية، جامعة عمار ثلجي الأغواط 2015-2016.

2- محمد مرتضى الزبيدي: تاج العروس معجم عربي عربي، دار التراث العربي، طبعة 2، الكويت، 1992، ص 23.

3- محمد منير الحجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر، مجلد 1، القاهرة، 2003، ص 342.

المنتجات للفئات الذي يحددها، ويقوم موقع فيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.

ارتبط تنوع الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية في محيط الانترنت بتنوع آخر يتمثل في تنميط الشبكات الاجتماعية، في هذا الصدد ليس من المنطقي أن نتحدث عن الشبكات العربية لأن المجتمع الافتراضي هو مجتمع منفتح يضم في سياقاته الرحبة التفاعلات على الصعيد العالمي.

(ب) إجرائيا: عبارة عن صفحات تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين، لتبادل الأفكار والمعلومات والثقافات.

مفهوم النساء (المرأة):

(أ) اصطلاحا: هي كيان إنساني مستقل، تتمتع بالقيمة الإنسانية، لها حقوق وعليها واجبات، مساوية للرجل في جميع المجالات.

هي كائن بشري بطبيعتها، رقيقة الخلقة، يقتضي حالها الرفق والعطف والحنان، وهي شقائق الرجال في عامة الأحوال.¹

(ب) إجرائيا: المرأة كيان قائم بذاته، لها أولويات ومسؤوليات وأدوار مهمة في المجتمع.

مفهوم الفضاء العمومي:

(أ) اصطلاحا: يعرف يورغن هابرماس الفضاء العمومي على أنه "فضاء للوساطة يقوم فيه الأفراد الخواص بالاستخدام العمومي للعقل بغية بناء توافق سياسي.

تعرف حنة أرندت "الفضاء العمومي" بأنه فضاء التمثيل الذي يفترض حضور الجمهور الذي بإمكانه إعطاء أحكام إزاء القضايا ذات الشأن العام من خلال عنصر التجلي والأحكام والمواقف فإذا غاب إبداء الموقف والتفاعل يفقد المركز الأول أي مشهد الظهور قيمته وأهميته.

(ب) إجرائيا: نقصد بالفضاء العمومي في دراستنا ذلك مجال للحوار والمناقشة الذي يتبادل فيه الأفراد آليات التواصل فيما بينهم.

1- فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان الأردن، 2016، ص 111.

الإطار النظري

الفصل الأول

مواقع التواصل الإجتماعي واقع و مفاهيم

تمهيد

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي عدة تطورات في فترات زمنية متقاربة على مستوى كل موقع وأصبحت تعتبر كفضاء واسع لتناقل المعلومة والأخبار المختلفة بين مختلف شرائح المجتمع من خلال الخدمات العديدة التي تتيحها لأي شخص حتى يتمكن من التواصل مع الغير ومتابعة الأحداث الجارية أول بأول، إلا أننا لا يمكننا إنكار أنها أثرت لا تزال تؤثر على مجتمعنا إلى يومنا هذا تأثيرا إيجابيا وسلبيا ، فتأثير هذه المواقع كبير وواسع ومما يدل على ذلك أن اغلب الفئات اليوم أصبح تقضى معظم وقتها على هذه المواقع التي ربما ضررها أكثر من نفعها إذا لم يتم استخدامها بالشكل الصحيح ، وفي هذه الدراسة سوف نتعرف على هذه المواقع وأهم خصائصها ووظائفها وأبرز مزاياها وعيوبها .

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها:

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر:¹
يعرفها مهدي الحوساني في 2002: هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 2-0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه.²

كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص³ المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، تويتر...، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود إلكتروني وشخصية افتراضية، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو ومن ثم الانطلاق لمرحلة Profile التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء، وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة⁴ أو المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم وتتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة، وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة.

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،... الخ) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الانترنت.

1- خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص 24.

2- علي حجازي إبراهيم: التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، دون بلد، 1434هـ-2017م، ص 71.

3- أماني جمال مجاهد: " الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة، دراسة المعلومات، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو 2010، ص 56-8.

4- ماطر عبد حمدي: الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في اعتماد التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الأوسط، مذكرة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، 2018، ص 19.

2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 لربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) وظهرت في تلك الموقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال وموقع كايورلد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي (friendster.com) الذي حقق نجاحا دفع Google إلى محاولة شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع Skyrock.com كمنصة للتدوين.¹

" ثم تحول إلى موقع تواصل، وحتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الانترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار والترحيب " وقد ساعد تطور الانترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، وبالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا وانتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية. وفي العام (2004) انطلق موقع الفيسبوك Facebook.com في الولايات المتحدة وعرف أولا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى وفي العام 2006، بدأ بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 وأطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007.

1- مريم نريمان نورمان: استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012، ص 26.

المطلب الثاني: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي

1. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي:

- **سهولة الاستخدام:** حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات وتدرجات علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل اسم ورقم سري بطاقة تعريف العضو، والموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة وإذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته.

- **التفاعلية:** فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيمة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدة والقارئ.

- **القدرة على تخزين التسجيل:** إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة المتنوعة.¹

- **الاستقلالية والتنوع:** تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات والمعلومات الكاذبة.

1- ماطر عبد الله حمدي: مرجع سبق ذكره، ص20.

2- ترزيم زهدي يوسف خاطر: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 1432هـ-2015م، ص 77.

3- نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017، ص 4 على الرابط التالي: <http://www.asjp.cerist.dz>: تم الاطلاع عليها بتاريخ 15-11-14-17:00، 20، 17، 2019.

4- رحمة بن سليمان وآخرون: العنف العربي والسياسية في المجتمعات المعاصرة -ثنائية الثقافية والخطاب، ج 2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات بيروت، لبنان 2017، ص170.

● **السرعة:** سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي (**Over Connected**) الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة -**التدفق الحر للمعلومات:** فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثه وبث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة.

2. وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في:

● **الاستخدامات الاتصالية الشخصية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

● **الاستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز التعليم من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعطي على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

● **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكة الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

● **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.

المطلب الثالث: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ولكل موقع خصوصيته يتميز بها على خلاف موقع آخر ولا يمكن التوقف عندها جميعا ولكن يمكن التوقف عند أهم المواقع وأشهرها والتي تتمثل فيما يلي:

1. الفيس بوك Face book:

1.1 تعريف الفيس بوك

الفيسبوك هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي انه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹

ويعتبر الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم.²

وفي تعريف آخر للفيس بوك يعتبر الفيسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفيسبوك المساهمة العامة، وتتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها.

1- نحا السيد عبد المعطي: صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية .

2- علي حجازي إبراهيم: التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، دب، 1438 هـ 2017م، ص 73.

3- محمود عبد السلام علي: الحملات الإعلامية، دار المعتر للنشر والتوزيع، دون بلد نشر، د س، ص 123.

4- زغود بلقاسم، سعدي وحيدة: الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الأفق للعلوم، العدد الثامن، ج 1، جامعة الجلفة جوان 2017، ص 350-354.

5- حسنين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي، أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، مدينة السادس، من أكتوبر 2014، ص 92.

2.1 نشأة الفيس بوك

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات و استمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات 1999-2002 في هذا العام وهو طالب في جامعة هارفارد حيث تم افتتاح الموقع وعلى يد Mark Zuckerberg مارك زوكير وقد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد نفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفارد سنة 2003 واستخدام هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كمخترق للخصوصية ولكن بعد أسبوعين فقط قام مارك بافتتاح الموقع .

وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيفي يدج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم في المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر ويضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون على مستوى العالم.

3.1. خصائص الفيس بوك:

يتضمن الفيس بوك كشبكة اجتماعية بعدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضه البعض وأهمها.

- خاصية "Wall" أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث للأصدقاء إرسال إلى هذا المستخدم او الكتابة على حائط المستخدم.

- خاصية "Pokes" أو نكزة "غمزة": تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به

- خاصية "Photos" أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.

- خاصية "Status" أو الحالة: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- خاصية "Notes" أو التعليقات: وهي السمة متعلقة بالتدوين تسمح لإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمون من جلب أو ربط المدونات، وبالإضافة إلى ذلك خدمات الرسائل والردود.

- خاصية الهدايا "Gifts": تتيح للمشاركين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية.
- خاصية الأحداث الهامة Events: وتتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن أحداث هامة وكذا عن حدث جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به ويتم من خلاله سؤالهم عن رغبتهم بالحضور أو الرفض.
- وبسبب كل هذه الخصائص وأكثر استطاع الفيسبوك أن يتصدر قائمة المواقع الاجتماعية كافة متفوقا على تويتر وجوجل بلس وغيرها من المواقع الاجتماعية فقد لقي الفيسبوك انتشارا ورواجا كبيرين بين المستخدمين لما وجدوه فيه من سهولة في التعامل وجمالية في التصميم وفي الخصائص، إضافة إلى انتشاره الواسع والذي مكن الجميع من أن يتعاملوا معه ويستفيدوا منه كل حسب غرضه وطريقته.

4.1. عناصر الفيس بوك:

- يبدأ المشترك رحلته على الفيس بوك ببضع خطوات، أولها التسجيل بالموقع بإضافة بريد الإلكتروني وبياناته الشخصية، وسنعرض هنا عناصر الفيس بوك المستخدمة في الآتي:
- الصفحة الشخصية Profile: وهي الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات، وصور، ومقاطع فيديو، وملاحظات، وروابط، وأحداث وأصدقاء، وغيرها.¹
- الرسائل Message: وهي من الأدوات المهمة، ومن خلالها تستطيع الاطلاع على الرسائل الواردة وكذلك إرسال رسالة جديدة. ورؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها، كذلك مشاهدة الرسائل التي قمت بإرسالها.
- المجموعات Group: المجموعات هي أخطر وأهم التقنيات الموجودة بالفيس بوك لقيام أي كتل معارضة، أو مؤيدة لجهة أو مؤسسة أو فرد. ومن خلالها يتم التعريف بالأفكار الجديدة، والدعوة لها، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها.

2. التويتر:

1.2. تعريف التويتر:

"هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ "تويتر" اسمه من مصطلح "تويتر" الذي يعني

1- فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2011، ص 204.

2- حسنين شفيق: مرجع سبق ذكره، ص 96، 95.

"التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

2.2. نشأة التويتر:

لقد كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع الانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه "تويتر" وذلك في أبريل عام (2007).

3.2. خصائص التويتر:

للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:¹

- **سهل وسريع:** في مجرد إدخاله لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.²
- **محمول ومتحرك:** فموقع تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين، وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

4 اليوتيوب:

"هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

1- سلام محمد توفيق: التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2015 ص 20.

2- حمد بن عبد الله القمزي: تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط و الشقري للنشر، 2012، ص 376 .

3- محي الدين إسماعيل، محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية-مصر 2015، ص 471..

4- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 194.

5- عبد الله، علي محمد: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، 2012، ص 20.

6- إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر - وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435هـ - 2014م، ص 185-186.

1.4. نشأة اليوتيوب:

تأسس " اليوتيوب " كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "تشادهيرلي" و"التيواني" "نشين" والبرتغالي "جاود كريم" الذين يعملون في شركة "Pay pal" المتخصصة التجارة الإلكترونية، وما يبدو أن "جاود كريم" ترك رفقاء للحصول على درجة علمية من كلية " ستانفورد " ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "اليوتيوب " الذي نراه اليوم للثنائي الآخر، اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي.

"والفكرة الأساسية له هي أنه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو إلى الموقع، وفي الوقت نفسه المشاهدة والتعليق على ما يرونه.

2.4. طبيعة عمل اليوتيوب :

فيعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام المستخدمون الأعضاء بتحميلها؛
- العثور على جماعات فيديو والالتحاق به. وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمامات، والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع؛
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة ب "اليوتيوب " مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل (أي بياي) وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة وخاصة؛
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم أو مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل؛
- يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث، والحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر اتصالا بمواقع أخرى؛
- تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.

3.4. الأنستغرام Instagram

"يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والأنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها اجتماعية وكانت

بداية الأنستغرام عام 2000 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.¹

المطلب الرابع: مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

1-مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:

أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم مزاياها نذكر:

- وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى؛
- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة؛
- وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من التميز والتفرد؛
- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التقوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى ومنها نذكر:

-أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في القارة أخرى.

-فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

-منبر للرأي والرأي الآخر: إن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.

2- عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

ومن ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيمايلي:

1-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص 66.

2-زغودو بلقاسم وسعدي وحيدة: مرجع سبق ذكره، ص 353.

-انعدام الخصوصية: حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهّد الطريق إلى التجسس والمراقبة لكل تحركات وأقوال وأفعال المستخدمين وهو ملّ يعكس سلباً على حياته العامة.

-قتل الوقت: يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله وأصدقائه داخل محيط الأسرة.

-ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في الشبكات.

-العزلة الاجتماعية على العالم الواقع: هيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تلخيص البشر من عزلتهم، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي.

المبحث الثاني: موقع التواصل الاجتماعي -الفيس بوك -

المطلب الأول: التعريف بالموقع:

يعتبر موقع الفيس بوك واحد من أهم المواقع الشبكية الاجتماعية، وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. كما يسمح للمشارك فيه. بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه مع آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.¹

ويعرفه قاموس الإعلام والاتصال (Communication) dictionary of midia: على أنه موقع خاص وبالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة "profiles" وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.

2- مفهوم موقع الفيس بوك "Face book" ونشأته:

الفيسبوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد أو مجموعة في جامعة، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم البعض، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الجامعة.

1-عبد الله، علي محمد: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د ب، 2012، ص20.

ويتكون الموقع من مجموعة شبكات تتألف من أعضاء، وتصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل، الجامعة، المدرسة، أو الاهتمام، ولإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها، حيث توجد داخل المجموعات مساحات للتداول والتعليقات، إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة، بدءاً من الأحداث القومية أو المحلية وحتى أعياد ميلاد الأعضاء، توجد مساحة إعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء، كما توجد مساحة إعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورة الشخصية، إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع، ويهدف القائمون على هذا الموقع بشكل عام على إتاحة التعارف بين المستخدمين.

ويعتبر الفيسبوك في الوقت الراهن من أشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، والموقع ليس حكراً على أحد فالتسجيل فيه مجاني وسهل، واستخدامه مرن يعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمته عديد الشركات الاقتصادية والتجارية لترويج منتجاتها، وامتد الأمر للسياسيين لتمرير مشاريعهم، وكفي القول إن القائمين على الحملة الرئاسية لبارك أوباما استخدموا الفيسبوك كدعاية لاجتذاب أصوات الناخبين الأمريكيين.

وترجع فكرة إنشاء موقع الفيسبوك إلى صاحبه مارك جوكربيرج، حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر أخبار الجامعة ولكن هدفه الأساسي كان موقع يجمع شمل أصدقاء، ويقوم على التواصل بين الطلبة بعضهم بعض، وأطلق جوكربيرج موقعه " فيسبوك " في عام 2004، وكان له ما أراد فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسبت شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة المدارس الثانوية الذين يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

واستمر موقع " فيسبوك " قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر جوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007.

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجاً هاماً لدى

مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن. ومن ناحية أخرى نجح موقع " فيس بوك " في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة أن تلقى جوكريبرج عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي، إلا أن جوكريبرج فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة "نيوزكوريوريشن" التي يمتلكها المليونير الاسترالي " روبرت ميردوخ"، بشراء موقع " ماي سبيس "، وهو من أشهر مواقع العلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار، أما سبب رفض جوكريبرج لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيرا من المبلغ المعروض، وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز البريطانية فإنه " ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق"، وأضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، و "إذا استطعنا أن نحسبها قليلا لعدد كبير من الناس فان هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله.

وبالتالي الفيس بوك وكما سبق وذكرناه هو أشهر شبكة اجتماعية حيث يضم أكثر من 200 مليون مستخدم فعال يتيح لهم الموقع إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم وفيديوهاتهم عليها وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع حيث تنشر أخبار المستخدم وأصدقائه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره ومدى خصوصية أو إتاحة محتوياته للغير.

يعتمد الفيس بوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين والمطورين ابتكار وتطوير تطبيقاتهم الخاصة على الموقع وإتاحتها للمستخدمين العاديين وذلك بدءا بأبسط الاختبارات الترفيهية وصولا إلى أعقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع وبقية المواقع الخدمانية الأخرى كاليوتيوب، تويتر، ديليشوس، وغيرها من تطبيقات الإعلام الاجتماعي (Social media).

2-3- مجالات استخدام الفيس بوك:

بفضل الانتشار الواسع لهذا الموقع الاجتماعي والخدمات المتنوعة التي يتميز بها فقد أصبح وسيلة اتصال لا يمكن الاستغناء عنها ويمكن الاستفادة منها بطرق متعددة وفي مجالات مختلفة نذكر منها:

المجال الاجتماعي: يساعد الفيس بوك على التواصل والتفاعل الاجتماعي عبر جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال إضافة أصدقاء، مراسلتهم ومعرفة أخبارهم والنقاش معهم، والاطلاع على آرائهم وأفكارهم وتجاربهم مما يسهل عملية تبادل المعلومات وتكامل الخبرات عن طريق هذا الموقع.

المجال العلمي: لقد أسهمت المجموعات والصفحات المختصة بالجامعات على الفيس بوك في بناء مشاركة علمية فعالة، تمكن الطالب من التواصل المباشر مع الأساتذة، وهذا الأمر أدى إلى التميز في تحديد الأهداف وانتقاء مناهج الأبحاث، مما أوجد نوعاً من الانفتاح العلمي والتلقائية في سرعة وسهولة الحصول على كل ما هو جديد.

المجال الاقتصادي: يكون التدخل هنا على مستوى الأعمال والتسويق، فنظراً للطفرة الهائلة التي أحدثتها الفيس بوك فقد بات محل إعجاب وجذب شريحة واسعة من رجال الأعمال، ورؤساء الشركات والقائمين على الإدارات في مختلف الميادين حيث ساعدهم هذا الموقع في نشر وتسويق أعمالهم بشكل بسيط، وذلك بإنشاء صفحة خاصة بهذا النشاط أو العمل، تقوم مقام الموقع الخاص بالشركة أو المؤسسة، بل إن الفيس بوك كوسيلة تسويق سهلة ومجانية أصبح الكثيرون من أصحاب المشاريع يستفيدون من إمكانيته الهائلة وخدماته المتنوعة التي تمكنهم من الانتشار بسهولة، والتواصل المباشر مع عملائهم عبر الموقع.

المجال الترفيهي: لم يهمل الفيس بوك حاجة المجتمع العصري إلى المرح، والاسترخاء بعيداً عن الملل الذي تسببه روتينية العمل اليومي، لذا فهو يحتوي على العديد من الوسائل المسلية والممتعة من مجموعات ترفيهية أو تطبيقات أو ألعاب ...

المطلب الثاني: متطلبات تصميم صفحة الفيسبوك:

1/ مهارة استعمال الحاسوب: بحيث يستطيع استعمال الحاسوب الشخصي أو في مجال العمل أو الدراسة و هي مهارات أصبح امتلاكها سهلاً في ظل الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي وهو ما عم كافة المجتمعات حيث أصبح امتلاك هذه المهارات ضرورة من ضرورات الحياة بل أن امتلاك جهاز الحاسوب أصبح من الضرورات في العمل والدراسة .

2/ الاشتراك في خدمة الأنترنت: وهي خدمة أصبحت متوفرة ومنتشرة في متناول معظم الناس سواء عن طريق الاشتراك السنوي أو البطاقات وتشارك في هذه الخدمة جميع المؤسسات العامة والخاصة إضافة إلى انتشار مقاهي الأنترنت والتي توفر هذه الخدمة بأسعار مقبولة.

3/ الاشتراك في خدمة البريد الإلكتروني: والذي أصبح منتشراً وضرورياً لكافة المراسلات وعمليات التواصل.

4/ تعبئة الطلب الشخصي: والذي يتطلب معلومات تشمل الاسم الحقيقي والبريد الإلكتروني وكلمة السر التي يجب أن يحتفظ بها طالب الاشتراك ليضمن عدم تمكن الأشخاص والآخرين من الدخول إلى موقعه على الفيسبوك.¹

المطلب الثالث: كيفية التسجيل والانضمام للموقع وواجهته وأدواته:

التسجيل متاح مجانا في الموقع لكل من يريد فتح حساب شخصي أو حساب لمؤسسة ويتم عبر خطوات بسيطة تسجيل البريد الإلكتروني واسم المستخدم وكلمة السر المراد الدخول بها للموقع. أما الواجهة والأدوات فيتكون الموقع من مجموعة من الشبكات المتألقة من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الأقاليم، مكان العمل، الجامعة والمدرسة أو مكان الاهتمام وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها.

داخل المجموعة هناك مساحة للتداول والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهرة التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدءا من الأحداث القومية أو المحلية حتى أعياد الميلاد للأعضاء، كما يوجد مساحة إعلانات البيع والشراء الخاصة بهم.

المطلب الرابع: آليات التواصل بين الأعضاء موقع الفيسبوك:

للمشترك في هذه المواقع عديد من آليات التواصل أهمها:

- **التعليقات:** وهي خاصية متاحة بين الأصدقاء وفي الصفحات والمجموعات المنظمين لها، وذلك يعتمد على الصلاحية الممنوحة، ويمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات فقط يضغط على الزر "commente تعليق" وفي نفس المساحة يمكنك أ تضيف رابط موقع أو صورة.

- **الإشارة:** خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والنوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الموقع نفسه، وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

- **الإعجاب:** أي معجب، وهي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين لها، وذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل "معجب" لأي نص أو صورة أو تعليق أو فيديو أو أي منشور آخر لأصدقائه.

1- كاتب فارس، عقون دنيا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015-2016، ص 47.

وقد طور الموقع هذه الخاصية سنة 2010، حيث تمت إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة لربط المستخدم بحسابه في الموقع، وهي من وراء ذلك تهدف إلى الترويج للموقع.

-النكز: وتحدث هذه الخاصية فقط بين الأصدقاء بحيث يقوم كل مستخدم بنفس الرد.

خلاصة

ونظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها مواقع الشبكات الاجتماعية وتحسينها القوي لمفهوم المجتمع الافتراضي أصبح الأفراد يمارسون من خلالها مختلف الأدوار الأمر الذي دفعهم إلى الاندماج بشكل كبير في هذا المجتمع الافتراضي وبالتالي الانسحاب من المجتمع المادي. فكان للشبكات الاجتماعية على الانترنت دور كبير في تشكيل المجتمعات الافتراضية وبالتالي بروز العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تختلف عن نظيرتها في الواقع بدءا من طبيعة الاتصال ونوعه ووصولاً إلى البيئة التي تنشأ فيها هذه العلاقات والمجتمع الذي تتفاعل ضمن كيانه.

الفصل الثاني

الفضاء العمومي

تمهيد:

تعد الانترنت الوافد الجديد على وسائل الإعلام والاتصال، كما تعد ابرز الإنجازات التي عرفتھا البشرية، والتي هي في حقيقة الأمر نتاج التطور التكنولوجي الكبير لهذه الوسائل، التي حوتھا واختزلتها في شكل وسائط جديدة. من جهة أخرى فقد أتاحت الانترنت ميزة الولوج إلى المساحات الافتراضية بشكل أكثر انفتاحا، مما يسمح بإمكانية مشاركة المضامين المنشورة ، والآراء المطروحة، وعليه فقد تولدت بواسطة وسائل الاتصال الجديدة هذه، إمكانية بناء فضاءات تشاركية وتفاعلية يتقاسم فيها المستخدمون المكان والزمان، كما يمكن لهم المشاركة في المناقشات وفق القيم والمعايير التعبيرية ، وهذا ما يشكل فضاء عمومي في حلة افتراضية.

المبحث الأول: ماهية الفضاء العمومي

المطلب الأول: نشأة وتطور الفضاء العمومي

أول من صاغ مفهوم الفضاء العمومي أو المجال العام « the public sphere » الفيلسوف الألماني وعالم الاجتماع يورغن هابرماس¹، ويعود إلى الحقبة الإغريقية، أي إلى النقاشات التي كان يخوضها الفلاسفة في ساحات أثينا القديمة بلاد تلاقح الثقافات²، على سبيل المثال يمكن الإشارة إلى النقاشات والحوارات التي كان يخوضها سقراط المتجول في الشوارع كتجسد للفضاء العمومي، لكن الفرق واضح بين الفضاء العمومي الذي كان لدى الإغريق والفضاء العمومي الذي نشأ في القرن 18، أول ميزة يتميز بها فضاء القرن 18 هي وجود الحرية والدفاع عنها ضد هيمنة الدولة وأجهزتها القمعية.

التطور التاريخي لمفهوم الفضاء العمومي:

يعد مفهوم الفضاء العمومي من المفاهيم الملازمة للعقلانية التواصلية وهو مفهوم الذي انشغل به الفيلسوف يورغن هابرماس، 1929 أحد أهم ورثة مدرسة فرنكفورت النقدية طيلة كتاباته منذ بداية الستينات في محاولة منه لوضع رؤية وجودية للواقع والممارسة الاجتماعية وبناء تصور جديد للفضاء العمومي³.

المطلب الثاني: مفهوم الفضاء العمومي ووظائفه :

يعتبر مفهوم الفضاء العمومي من المفاهيم النظرية الأكثر حضورا وتداولاً واستلهاما ومقاربة داخل حقول المعرفة الإنسانية .

1- الفضاء العمومي عند يورغن هابرماس:

يعرف يورغن هابرماس الفضاء العمومي على أنه "فضاء للوساطة يقوم فيه الأفراد الخواص بالإستخدام العمومي للعقل بغية بناء توافق سياسي .

كما يرى أيضا أنه عبارة عن دائرة وسطية تكونت تاريخيا في عصر الأنوار بين المجتمع المدني والدولة وهو مدال متاج لجميع المواطنين حيث يجتمع الجمهور للتعبير عن الرأي العام .

1- رباب بن عياش: رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر 2014، 3-2015، ص 122-123.

2- تكنولوجيا الاتصال والفضاء العمومي، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2-تخصص علوم الإعلام والاتصال، ص 2-11.

3- فريدة، صغير عباس: تجليلات الفضاء العمومي الافتراضي من خلال التفاعل الافتراضي عبر المجموعات الافتراضية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد الرابع، أكتوبر 2018، ص 58.

2-الفضاء العمومي عند حنة ارندت: تعرف حنة أرندت الفضاء العمومي "بأنه فضاء التمثيل الذي يفترض حضور الجمهور الذي بإمكانه إعطاء أحكام إزاء القضايا ذات الشأن العام من خلال عنصر التجلي والأحكام والمواقف فإذا غاب ابداء الموقف والتفاعل يفتقد المركز الأول أي مشهد الظهور قيمته وأهميته.

وظائف الفضاء العمومي:

يقوم الفضاء العمومي على تحقيق التعايش الايجابي بين مختلف الصور الثقافية وذلك بمعيار الحقوق المتساوية فهو فضاء مفتوح للتجمع والتعبير عن مختلف الآراء بحرية بعيدا عن مساومات أصحاب المال واعتبارات توازنات السلطة فهو يقوم ب:

-إعادة النظر في الفعل السياسي: لا معنى للفضاء العمومي ما لم يكن مجالا لممارسة الفعل السياسي المبني على الحوار وصياغة الرأي العام بحيث يجب أن يضمن التحرر من هيمنة الدولة على مجال السياسي، عن طريق تكوين إدارة سياسية واجتماعية عامة مرتبطة بمبدأ مناقشة عامة¹.

- صياغة الرأي العام: يتجلى مفهوم الرأي العام في الدلالة على مهام النقد والسيطرة التي يمارسها كيان عام من المواطنين بشكل غير رسمي عن طريق إنتاج إرادة جماعية واجتماعية بواسطة نقاش حجاجي.

- بناء الديمقراطية: وهي الوظيفة الأساسية للفضاء العمومي، فمشاركة جميع المواطنين وبطريقة متساوية فيه أمر مركزي، وبذلك تمثل الديمقراطية نتيجة سببية للفضاء العمومي من خلال إعطاء فرص متساوية للمشاركة فيه والتعبير عن القضايا.

- الاعتراف بالآخر: يسعى الفضاء العمومي أ يحتوي التعددية الثقافية وما تفرضه من تنوع عرقي وإيديولوجي وديني وهنا يقول هبرماس أن المجتمعات متعددة الثقافات تتطلب سياسية الاعتراف بالآخر.

المطلب الثالث: خصائص الفضاء العمومي الافتراضي:

أحدث تطور الانترنت تحولات عميقة في الخصائص التقليدية للفضاء العمومي، تلك التي أتى بها هابرماس، فالإنترنت سمحت بتوسيع نطاق الوصول إلى الفضاء العام.²

1- فريدة صغير عباس: مرجع سبق ذكره، ص 5.

2- رباب بن عباس: رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر 2014، 3-2015 ص 122-123.

- إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص:

سمح هذا الفضاء بدخول أشخاص مغمورين إلى النقاش، عبر أنواع تفاعلية، جديدة مستحدثة من الكتابة مثل التدوين وبواسطة الصورة واللغة، وأصبحت بذلك شبكات التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العمومي، فقد كانت وسائط الإعلام تأتي بالعالم إلى الفضاء الذاتي للأفراد والآن يحدث العكس، فالميديا الجديدة سمحت بأن تكون نافذة يطل عبرها الناس على عوالم الآخرين الذاتية من خلال عدة آليات (الصور الذاتية المنشورة على الصفحات الشخصية) أو من خلال سرد وقائع حياتهم اليومية. إن هذا التداخل بين العام والخاص يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية والذاتية في المجتمعات العربية، أي المعايير التي تضبط ثقافيا ما يمكن اشهاره في المجال العام وما يجب اخفاؤه.

- أشكال جديدة من الفعل الجماعي:

إن التدوين والتفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي خلق مجتمعات افتراضية تكونت حول مشاغل مشتركة سياسية واجتماعية وفنية ورياضية ومهنية، وفي المجال السياسي خاصة ظهرت نقاشات ذات طابع عام تهتم بهذا الشأن.

لكنها لا تشتغل بالضرورة وفق النموذج الهابرماسي العقلاني، لأنها ليست دائما فضاءات للتنوع الفكري والسياسي للمشاركة والنقاش بقدر ما هي فضاءات يحكمها الانسجام الفكري يعبر فيها المشاركون عن أفكارهم وآرائهم في حين يتسم بعضها الآخر بالتنافر الفكري والعدائية السياسية، وامتلكت هذه الجماعات الافتراضية قدرة على الفعل داخل هذا الفضاء من خلال إنتاج المضامين السياسية والثقافية، سمح تطور الانترنت بدخول عدد كبير من الأشخاص إلى المحادثة، هؤلاء الأشخاص هم انعكاس للذوات الحرة، وظهور أشكال جديدة للتعبير، مثل المحادثات الأقل علمية، والثرثرة والسخرية، حيث بمجرد أن تصبح عامة تسمح بأشكال جديدة من العلاقات..

- المستخدم المبتكر:

تحول الجمهور في الفضاء العمومي الافتراضي إلى جمهور منتج للمحتوى فهو ليس مجالا تمثيلا تتحدث فيه النخبة باسم الجماهير كما في الفضاء العمومي النخبوي، فالمستخدم في الفضاء العمومي الافتراضي ينتج ويبتكر مضامين قد تتعلق بالعوامل الذاتية للمستخدم أو ذات العلاقة بالحياة العامة .

- نخب جديدة:

أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي نخبا جديدة تتكون من المدونين ومشرقي الصفحات على الفايسبوك يسيطرون على النقاش ويديرونه ¹.

المطلب الرابع: أبعاد الفضاء العمومي

إن وجود الفضاء العمومي كفضاء رمزي بين المجتمع المدني والدولة يعبر عن تصور اجتماعي سياسي اقتصادي ثقافي باعتباره فضاء وساطة بين المجالات الثلاثة للعالم المشترك المجتمع المدني النظام الاقتصادي ونظام الدولة، يحمل هذا التصور بين طياته أبعادا مختلفة منها:

-البعد الاجتماعي:

يسعى الفضاء العمومي إلى تجاوز العلاقات الاجتماعية القائمة على الإكراه والهيمنة لبلورة علاقات اجتماعية سليمة قائمة على الحوار والنقاش في محاولة لتنمية البعد الموضوعي والإنساني للعقل، أين ينتزع فيه الفرد جانبا من ذاتيته ويدمجها في مجهود جماعي مؤسس عقلانيا.

-**البعد السياسي:** من أجل تجاوز أزمات العالم المعاصر يسعى الفضاء العمومي إلى تأسيس ديمقراطية على أسس جماعية للتواصل خالية من هيمنة كما أنه يطرح مفهوم التشاور لأنه يعطي للآخرين الحق في الكلام والنقد. في ظل هذه الصيرورة الخطابية المبنية على النقاش يتشكل الرأي العام والإرادة السياسية للمواطنين في مجتمع ديمقراطي .

-**البعد الأخلاقي:** يعتمد الفضاء العمومي على إخضاع الآراء و القناعات والاختيارات للنقاش من أجل تحقيق الموضوعية ولاجتناب العنف اللفظي وتعتمد على أخلاقيات المناقشة .

-**البعد التواصلي:** يقوم الفضاء العمومي على الفعل التواصلي أي أنه يعتمد على مبدأ المناقشة التي تنطوي على أشكال من التواصل العمومي كحوار والتفاوض بطريقة عقلانية والقدرة الحجاجية لصياغة الرأي العام ولبناء ما هو مشترك ².

المبحث الثاني : الفضاء العمومي ومواقع التواصل الاجتماعي:

1-براردي نعيمة: النقاش السياسي في الفضاء العمومي، تخصص إتصال وعلاقات عامة، ص 2.

2- تكنولوجيا الإتصال والفضاء العمومي، جامعة محمد ملين دباغين، سطيف 2، علوم الإعلام والاتصال، ص 10.

المطلب الأول: مقارنة هيرمسية للفضاء العمومي

يرى "ها برماس" أن المجال العام قد أجتبح من قبل الدولة أو من قبل النسق اقتصادي وبالتالي لا يمكن للديمقراطية أن تعيش دونما إعادة بناء المجال العام ومن دون عودة الجدل السياسي الحر المستقل، إقتصر "ها برماس" في دراسته للفضاء العمومي على تحليل نموذج المجال العمومي البرجوازي الذي ميز مرحلة تاريخية مهمة ولم يهتم بالمجال العمومي العامي الذي بقي مقمومًا طوال التاريخ الغربي وفي هذا السياق يشير "ها برماس" أن الثورة الفرنسية ولا سيما على يد "روبسبير" أدخلت في لحظة من لحظاتها مجالا عموميا غير متعمد على الفئات المثقفة وهي تختلف عن الشكل الإستفتائي المعمول به في المجتمعات الصناعية. فالمجال العام خلال القرنين 19 و 20 إختص بسميزات ثلاث هي:

- (1) إن الخطاب في المجال العام لم يكن يعبر أهمية لمكانة وتميز الأشخاص المشاركين فيه وهو بذلك يفترض أن السلطان أو الإمتياز أو التفوق لقوة الحجة أو الحاجة الأفضل.
 - (2) إن النقاش في المجال العام كان يشكل حول القضايا المناقشة فيه تلك القضايا التي كانت مناقشتها حكرًا حينها على الكنسية أو الدولة.
 - (3) الصيرورة التي حولت الثقافة الى سلعة مع إمكانية أن تكون الثقافة في متناول الكل كسلعة ضرورية فلم يعد لذلك موضوع النقاش والأشكال في المجال العام مقصورا على مجموعة أو زمرة.¹
- يقول "ها برماس" إن "المجال العمومي أولا وقبل كل شيء هو مجال حياتنا² الاجتماعي حيث يوجد شيء عن الرأي العام يقترب من التبلور، ويكون الوصول إليه متاحا من قبل جميع المواطنين وجزء من المجال العام يتجلى في المحادثة اليومية حيث يجتمع أفراد خاصين لتشكيل كيان عام، وبعد ذلك لا يتصرف هؤلاء على أنهم رجال أعمال أو محترفين في مجال العلاقات الخاصة كما أنهم لا يتصرفون كأعضاء في نسق دستوري معرض للقيود القانونية في بيروقراطية الدولة... ولذلك يرى "ها برماس" في فضاء العام صندوقا رنانا للمشاكل الاجتماعية الشاملة وملتقيا للذبذبات التي تبعثها العوالم الخاصة المعاشة وذلك يحتم على الفضاء العام أن يضم إليه مجموعة الأصوات المهمشة وذلك لتشكيل رأي عام فعال

المطلب الثاني: الأنماط الجديدة للتواصل والفضاء العمومي:

1- سراوي فاطمة: تأثير التنظيمات الطلابية على الطالب في الفضاء العمومي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص العلاقات العامة، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، 2017-2018، ص 35-36.

2- علي عبد الحمودي: الإشكالية السياسية للحدثة: من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل هابرماس نموذجًا، منشورات الاختلاف، الجزائر 2011، ص 230.

لأن الفضاء العمومي لا يوجد ولا يتفعل أو يعمل بالطريقة نفسها في كل بلد باختلاف خصائصه الاجتماعية والسياسية والثقافية من بلد لآخر، فإن كل بلد له فضاء عمومي بجذور تنمو وتتطور ضمن مجموعة مميزة وفريدة من الشروط والظروف لذلك يعتبر تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الفضاء العمومي مختلفا من بلد لآخر.¹

1-السيبرسبيس والفضاء العمومي:

الحديث عن CYBER SPACE باللفظ الانجليزي يعني الحديث عن مجتمعات افتراضية عديدة، أشار الباحثون إلى نشأتها بفضل الأثر الذي خلفته ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، على حد تعبير بهاء الدين محمد، الفضاء الإلكتروني ، والذي يضم العديد من الأشكال مثل غرف الدردشة والمجموعات البريدية فيسبوك وتويتر و المدونات.

اخترع ويليام غيبسون هذا المصطلح في روايته Neuromancer عام 1986 وعرف CYBER SPACE على أنه: " وعي نشهده يوميا من طرف مليارات الفاعلين الشرعيين في الأمة... التمثيل البياني للبيانات المستخرجة من بنوك كل جهاز كومبيوتر في النظام البشري، حيث التعقيد لا يمكن تصوره."²

يعد الفضاء الإلكتروني **cyberspace** مجالا عاما وسوقا مفتوحة في نظر الباحثين ويدل على وجود شبكة من التواصل والعلاقات بين من يستخدمونه ويتفاعلون معه مع انتقال كافة مجالات الحياة من إعلام وصحة وتعليم وحكومة ومواطنة واقتصاد وسياسية إلى الفضاء الإلكتروني فيما يشبه بالحياة الأخرى، إلى جانب ذلك أصبح الفضاء الإلكتروني وسيطا ووسيلة في نفس الوقت لشن الهجوم وتنفيذ الأعمال العدائية بين الخصوم كغيره من مجالات الجو أو الفضاء أو البحر، ليصبح وسيطا جديدة للصراع ويحوي الفضاء الإلكتروني كما هائلا ومتسعا عبر الشبكات ونظم المعلومات واتصاله وتداخله مع الفضاء الخارجي .

2- بين الواقع الافتراضي والفضاء العمومي الافتراضية :

على عكس الواقع الافتراضي لا يعتمد السيبرسبيس على خداع الحواس من أجل خلق وهم واقعي، فالواقع الافتراضي يبنى على محاكاة الواقع والاعتماد على الحواس من أجل ايهاها بالواقعية، فهو خيالي مع أنه يحاكي الواقع، بينما كما يقول Ostwald العنصر الحاسم في أي تعريف للفضاء الإلكتروني هو المجتمع أو الجماعة، لأنه يؤكد على أن الشخص يتواجد بمفرده داخل الواقع الافتراضي، وليس في الفضاء الإلكتروني³ وللتفريق بين

1-رباب بن عياش: رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر، 2014، 3-2015، ص 127.

2-رباب بن عياش: مرجع سبق ذكره، ص 131-132-133.

الواقع الافتراضي أو ما يسمى بالحياة الثانية "second life" والفضاء العمومي الافتراضي نبرز خصائص الواقع الافتراضي:

- الحياة الثانية ثلاثية الأبعاد كليا 3d مبنية ومملوكة من طرف سكانها، ومنذ فتح هذا الواقع الافتراضي في 2003 تطور ونما بطريقة عجيبة، فعندما تلجأ أول مرة تكتشف قارة واسعة رقمية مزدحمة بالسكان والمرح والتجارب والفرص، قد تكتشف مثالا جزءا مثاليا من أرض لبناء بيت لك أو القيام بعمل ما.

- ستكون محاطا بإبداعات زملائك المقيمين هناك، لأنهم يتمتعون بحقوق إبداع رقمي خاص بهم، وحتى يمكنهم إجراء تجارة مع السكان الآخرين، وكل هذا العالم الجديد يستهوي الكثيرين وتصرف فيه أموال طائلة يدعمها السوق حاليا خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية.

أما الفضاء العمومي الافتراضي لا يسعى أعضاؤه إلى خلق هويات جديدة كما يحدث في الواقع الافتراضي، أين يعتمد الأشخاص إلى الحصول على هويات جديدة تجعل الشخص متعددًا في عوالم كثيرة، بينما الفضاء العمومي الافتراضي مثالا في المدونات مثالا لا يلجأ الفرد إليها لخلق هوية جديدة بل إن ذلك يمثل امتدادا لهويته الحقيقية ذلك أن معظم المجتمعات على الويب لا تتبع من الويب ولكن من الانتماءات المتواجدة لدى الأفراد خارج الويب "أما الانترنت هي عامل مسهل للحديث عن الانتماء والتعبير عن الأفكار، وليس هي مقر أو منشأ أو أصل هذه الجماعات، في حد ذاتها عكس ما يحدث في الحياة الثانية.

3- الفضاء العمومي التدويني:

برزت المدونات باعتبارها إحدى صور الممارسات الجديدة والتي خلقت فضاء اجتماعيا جديدا يتميز بالحرية إلى حد ما، ويخلو من القيود والحدود التي تضعها النظم السياسية والحكومات، وهذا يعني أنه مع اختيار المجال العام التقليدي نشأ مجال عام جديد يثير في الواقع عددا من التساؤلات.¹

إذا وكما قال كذلك Aaron Barlow إن تطور الانترنت هو الذي أطلق العنان للمدونات، ولكن يجب أن نفهم أيضا أن المدونات هي ظاهرة ثقافية جديدة وأصلية تعكس أكثر التغيرات في المجتمع وحاجياته أكثر من كونها تجسيدا بسيطا للتكنولوجيا²

1- علي عبود المحمودي: الإشكالية السياسية للحدث من فلسفة الذات إلى فلسفة التواصل هيرماس نموذجًا، منشورات الاختلاف، الجزائر 2011، ص 240.

2- رباب بن عباس: رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر 2014، 3-2015، ص 167-168.

فالمدونات على حد تعبير Barlow ليست في مجال منافسة العالم الحقيقي وهي أصلا لا تريد أن تكون كذلك، إنها ببساطة تركز على الحياة الواقعية حتى لو أن الموقع الأكثر احتلالا للنقاش أو الذي أنشيء للنقاش هو غالبا افتراضي، نجد هذا الاتجاه لا يريد تمجيد التقنية ولو أنها سهلت عملية التجمع لذلك قال أن الجماعات المرتبطة بالمدونات لم تنشأ خلال المدونات على الرغم من أنها سهلت اجتماعهم، فقد سهلت الانترنت الحديث عن الانتماءات والتعبير عن الأفكار، إذا هي عامل مسهل وليست هي مقر هذه الجماعات في حد ذاتها.

المطلب الثالث: دلالات الفضاء العمومي

➤ الفيسبوك والفضاء العمومي:

توازيا مع الاستخدام الجماعي ذي الطابع السياسي والحواري يتيح موقع فيسبوك للأفراد أشكالا فريدة من التعبير عوالمهم الفردية في فضائهم (الجدار)، حيث يتداخل الذاتي بالعام في إطار تفاعلات محدودة، وهذا ما يمكننا من القول بأن الفيسبوك يمثل فضاء لإشهار الممارسات الاجتماعية الحميمية والجمعية ويوسع الظهور العام للأفراد وإشهار الآراء والأفكار والسلوكات، والهويات الفردية، وهو كذلك فضاء يحتضن نشاطات تواصلية فردية، وجماعية لا ترتبط بالضرورة بالحجاج الفكري والنقاش السياسي، فالفيسبوك يعيد تشكيل المعايير التي تنظم نفاذ الأفراد إلى المجال العمومي وإشهار كل ما يخصهم ، وهي تعيد وضع حدود بين ما هو خاص وعام، في المجتمعات العربية، ومن هذا التوجه تعتبر فضاء لتمثيل الحياة الاجتماعية وأحداثها وفاعليها.

➤ النموذج التونسي:

إن الحديث عن المجال العام العربي هو أمر ممكن جدا بالنظر إلى تواجده ضمن سياق ثقافي واتصالي عربي، يتحدد بمجموعة من المتغيرات التي تشكله، وبناء على ذلك يمكن الحديث عن فضاء عمومي افتراضي، يكون ضمن المجال العام الأوسع منه في أي بلد عربي، بخصائص معينة، قد تختلف من بلد إلى آخر وقد تكون مشتركة. وفي هذا الصدد قام الصادق الحمامي بإجراء دراسة حالة على الفضاء العمومي الافتراضي في تونس، من خلال الحديث عن موقع فيسبوك، والذي تعرض للحجب عديد المرات من طرف السلطات، كما قامت بحملات واسعة للتشكيك فيه والتخويف من استخداماته، لكنها باءت كلها بالفشل أمام اصرار المجتمع التونسي على استخدام التكنولوجيا كأداة للتعبير وفضاءات مستقلة عن الدولة بل ومناهضتها، في مفارقة عجيبة وضعت الدولة في مأزق إذ أنها المساهم الأول في مجال نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصال لكن الأغراض عملية ووظيفية.

إن دلالات الفضاء العمومي الافتراضي مرتبطة بقدرات التقنية والوسائط المتعددة التي تفتح المجال لحرية أكبر وتواصل عدد أكبر من الناس واستعمال أدوات أكثر مثل الصورة والنص والفيديو، أو ترتبط دلالاته بالوسيط والسياق والمستخدم.

المطلب الرابع: إشكالية الفضاء العمومي ومواقع التواصل الاجتماعي:

1. مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية:¹

مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية تولدت عن ظاهرة التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتطبيقات شبكة الانترنت ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي الذي أضافت بعدا ثقافيا واجتماعيا وسياسيا للتكنولوجيا الحديثة وخلقت مجتمعات افتراضية غير تلك المعارف عليها لدى علماء الاجتماع وهي نتاج " التعقيد التقني "الذي تشهدها المجتمعات الحالية بفعل التطور التكنولوجي السريع خاصة الانترنت التي أصبحت موضوع دراسات وأبحاث العديد من المفكرين ومن بين التعريفات المميزة تلك التي وضعها المفكر العربي عابد الجابري حين قال "هذا العالم الجديد، عالم الانترنت يضم جميع أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى، فقط مع هذا الفارق وهو أن جميع أشياءه وأنشطته تسمى بأسماء يسبقها أحد المقطعين "سير" و "تلي" الأول يدل على التحكم ، والثاني معناه عن بعد.

أما هوية الأشياء التي يحتويها والأنشطة التي تتم فيه فتحدد بالوصف الاعتباري، ونحن نترجم هذه الكلمة باعتباري وليس بافتراضي حسب المعنى الأصلي للكلمة. لأن الأمر هنا يتعلق ليس بمجرد وجود تصوري مفترض من صنع الخيال أو الوهم، بل بوجود واقعي مشاهد عبر الصورة والكلمة وجميع الرموز، ولكنه مع ذلك اعتباري من العبور والاعتبار معا، بمعنى أن الاتصال فيه يتم عن بعد وعبر رموز وقد أعادت مواقع التواصل الاجتماعي صياغة علاقة المحلي بالكوني وعلاقة الإنسان بالتقنية وعلاقة التكنولوجيا بالأفكار، أو الواقع، أو ما يسميه الفيلسوف الفرنسي " ريجيسدوبريه " بالتداخل بين عالمين بيدوان متناقضين في العلوم الإنسانية، عالم التنظيمات التي لها مظهر مادي ملموس ومحسوس مثل العائلة والعشيرة والقبيلة والمدرسة والمؤسسة ، والعالم المادة المنظمة مثل وسائل الإعلام والانترنت بشكل خاص.

1-مدونة الدكتور محمد أحمد مطهر آل المطهر: تهدف إل الارتقاء لأساليب التواصل التعليم والتعلم لدى طلاب اثناء دراسة المقررات، عمادة خدمة المجتمع بجامعة جازان، للعام الدراسي 1433-1434 (الفصل الأول)، ص 26.

2 -بداني فؤاد: اللغة العربية عند شباب الفايبيوك، مجلة متون، العدد 13، 2017، سعيدة الجزائر، ص 168.

2. المجتمعات الافتراضية:

كتب الباحث (fheingold Howard) كتابا كاملا حول هذه المجتمعات في 1993 عنوانه بالمجتمع الافتراضي وجاء فيه أن " المجتمع الافتراضي يجمع أشخاصا من كل أنحاء العالم يقيمون فيما بينهم وعلاقات تعاون، تبادل معلومات وخبرات، ويجرون مناقشات ثرية) خاصة في مواضيع الفكرية والعاطفية). أكثر مما هو عليه الحال في الحياة الواقعية.

يعرف سيرجي بروكس " المجتمع الافتراضي بأنه ": مجموعة أفراد يستخدمون بعض خدمات الانترنت الاتصالية (منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار ...) والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة. ويتقاسمون نفس الأذواق القيم، والاهتمامات ولهم أهداف مشتركة.

"بأنه العلاقة التي تنشأ بين مجموعة من مستخدمي منتديات النقاش والدرشة الإلكترونية، وهؤلاء المستعملون يتقاسمون الأذواق، القيم، الاهتمامات والأهداف المشتركة."

من بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوييا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئا بحكم عدم مقدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الانترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمانة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف امتلاكها، ومن سمات المجتمعات الافتراضية ومن توابعها أنها تنتهي إلى عزلة وانفراد على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. من العجيب أن المجتمعات الافتراضية وقد نشأت لأغراض شتى منها تخليص البشر من عزلتهم تنتهي بهم إلى عزلة جديدة عن عالمهم الواقعي. هذه هي المفارقة الكبرى في المجتمعات الافتراضية.¹

3. الفضاء العمومي الافتراضي:

يعقد الكثير من المفكرين والباحثين الأمل على جيل الانترنت في تجديد الأنظمة السياسية الديمقراطية التي تعاني اختلالات ومن بينهم فيدال الذي يرى أنه من خلال تبسيط تدفق المعلومات وتسهيل التفاعل بين الأفراد، تتيح الشبكات الإلكترونية للمواطنين المشاركة بنشاط أكبر في حياة العامة وبالتالي تعزيز الديمقراطية، كما يمكن للإنترنت أن تساهم في إخراج المجتمع المدني من دائرة مأزق العلاقة المتوترة بينه وبين المجتمع السياسي، فجيل الأنترنت حمل معه بداية ديمقراطية الحياة السياسية وظهور مجالات عديدة للتعبير الحر وللتفكير الناقد والالتزام بقضايا وطنية فضلا عن تبادل المعلومات والأخبار وجلب التضامن والتعاطف للقضايا العادلة، فان الانترنت ستعطي نفسا جديدا للديموقراطية تماما مثلما التلغراف في القرن 19، الانترنت بفعل التطبيقات الجديدة التي

1-هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي الفضاء العمومي وإشكالية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 20، 2015، جامعة الجزائر 03، ص 225-226.

وفرت نشوة اتصالية غير مسبقة تمكن الفرد من التخابط مع أكثرية الناس دون عناء بكل حينية وسرعة المطلوبتين في التفاعل والتحاور.

4. إحياء الفضاء العمومي:

ارتبط ظهور الميديا الجديدة بعودة الحديث عن الفضاء العمومي وسط النخب الأكاديمية التي في الميديا الجديدة المبشر لتأسيس الساحة العامة agora لقدرتها على خلق فضاء متنوع الأبعاد يحتضن أنماط متعددة من التفاعل ما بين الذاتية وأنماط من الكتابة الجديدة (التدوين...) وأنماط من الاتصال ذات نماذج تقليدية رغم وجودها في الفضاء الافتراضي كالإعلان والتسويق وهذا المضمار ينشط عدة فاعلين ومؤسسات اقتصادية وأحزاب.

إذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه "هبرماس" يعني ذلك المجال الذي يتم فيه التحاور والمناقشة وتبادل الآراء، حول قضايا الشأن العام، ومسائل المواطنين السياسية والاجتماعية، والفضاء الذي يتيح للمواطن والسياسي إمكانية التواصل والتفاعل، لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة، فإن فضاءات الانترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه "هبرماس"، وبالخصوص فضاء التدوين، الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة، بين عدة أطراف وشرائح ممن المجتمع، بدءا من المواطن العادي، والصحفي و وصولا إلى السياسي، وهو ما يجعله وفقا لبعض الباحثين يعتبر الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي.

تتصل إشكالية الميديا الجديدة والمجال العمومي في المجتمعات الغربية بقدرة الميديا الجديدة على إحياء النموذج الأصل والأصلي للمجال العمومي وتجديده من خلال تسيير نفاذ المشاركين إلى نقاش العام وتعزيز طابع التنوع الفكري غير استحداث فضاءات جديدة للنقاش وتجاوز التنميط الفكري.

5. مواقع التواصل كفضاء عمومي للنقاش والجدل:

ساهم الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى كسر الحواجز التقليدية للفضاء العمومي والتي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية، ومع توسع استعمال الإعلام الإلكتروني بدأت نواة الفضاء العمومي الافتراضي تتشكل تدريجيا لتبلغ ذروة التبلور مع توسع استخدام الفيسبوك واليوتيوب بشكل أساسي، مستغلا حالة الكبت الإعلامي الذي يعيشه الفرد الجزائري نتيجة الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية.

6. الفيسبوك وتبلور الفضاء العمومي الافتراضي:

الفضاء العام بالمفهوم الهبرماسي هو مجال النقاش والجدل والحوار حول المسائل ذات العلاقة بالشأن العام، هذا المفهوم المبسط ينطبق على شبكة الفيسبوك في الجزائر خاصة بعد الثورات العربية حيث شهدت الشبكة تحولا هاما فلم يعد الفيسبوك أداة للترفيه وتكوين علاقات اجتماعية فقط بل أصبح فضاء للنقاش العام وللجدل

ولإشهار الأفكار والمواقف السياسية والمشاعر الوطنية والأخبار التي لا يتناولها الإعلام التقليدي وتعزز استخدام الفيسبوك أثناء موجة الاحتجاجات التي شهدتها بعض المدن الجزائرية احتجاجات الزيت والسكر أين تحول إلى منصة لتناطح الفكري والجدال السياسي من خلال نشر مقالات وصور وفيديوهات ونصوص صغيرة ساخرة، وأصبح بذلك الفيسبوك فضاء يعكس تعدد الرؤى والآراء والاتجاهات المختلفة وبديالفيسبوك وكأنه ساحة عامة تعكس داخلها تنوع المجتمع الجزائري الفكري والسياسي والثقافي وتنصهر فيه جميع فئات المجتمع من سياسيين ومثقفين رجال إعلام وحتى مواطنين عاديين دون حواجز.

الفيسبوك بعد أن اكتسب سحره في كل من تونس ومصر أصبح يغري الأحزاب الجزائرية والشخصيات السياسية التي سارعت الى ولوج هذا العالم الافتراضي الذي يتواجد به أكثر من 4 ملايين جزائري.¹

¹ هواري حمزة: مرجع سبق ذكره، ص 227.

خلاصة:

على الرغم من أن الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعية، مثلاً فيسبوك، تويتر وغيرها قد يؤثر بشكل جوهري على التوازن بين المساحة الشخصية ومساحة المجتمع التي يتشارك فيها المستخدمون بسبب تزويد المستخدمين بوسائل جديدة للتعبير والاتصال ، إلا أنه ومن ناحية أخرى تسمح هذه المنصات، بالمشاركة الجماهيرية في إطار الخطاب العام.

ومن ناحية أخرى فإن وسائل التواصل الاجتماعي تخلق فرص حقيقية للحوار والنقاش بين المستخدمين مع بعضهم البعض، وهو ما من شأنه أن يخلق فضاءات عمومية افتراضية التي من مظاهرها الاستخدام الحر والمكثف.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

تمهيد

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم الوسائل الضرورية التي تساعد على جمع البيانات والمعلومات عن أي واقع اجتماعي أو ظاهرة اجتماعية التي تمثل موضوع الدراسة والبحث ويتم ذلك بصورة علمية ومنهجية، كما أنها تلعب دوراً في تدعيم الدراسة النظرية.

المبحث الأول: تفريغ البيانات

يتناول هذا الجزء الهام من الدراسة تحليل البيانات الميدانية، استنادا لمعطيات استمارة الاستبيان الموزعة على الباحثين، ثم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية، ثم التعليق عليها كميا وكيفا وإيجاد تفسيرات ودلالات اجتماعية لأجوبة الباحثين.

1-مجالات الدراسة: وهي تحتوي على المجال المكاني وهو المكان الذي أجريت فيه الدراسة والمجال، البشري المتمثل في مجتمع البحث أي الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة، وأخيرا المجال الزمني أي المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة، وفيمايلي مجالات دراستنا.

- المجال المكاني: أجريت الدراسة على الصفحات الفيسبوكية النسائية
- المجال البشري: هم مجموعة من النساء التي ينضمون إلى هذه الصفحات الفيسبوكية
- المجال الزمني: تمت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2019-2020 ومرت بالمراحل التالية:
- الدراسة الاستطلاعية: دامت من 1 فيفري إلى 30 مارس تم فيها جمع المعلومات عن موضوع الدراسة.
- الدراسة الميدانية: والتي دامت من 25 أفريل إلى 1 جوان وتم فيها توزيع الاستبيان الالكتروني عبر الصفحات الفيسبوكية النسائية ثم تحليل بيانات الاستمارة لتصل إلى النتائج النهائية.
- العينة: تم استخدام العينة العشوائية حيث قمنا بنشر الاستبيان الالكتروني على مجتمع الدراسة، وطبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 101 مفردة.

الاستمارة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان الالكتروني

وقد قسمت استمارة الاستبيان كمايلي:

- **المحور الأول:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تساعد على الكشف على البيانات الشخصية الضرورية في البحث وعددها 4 أسئلة.
- **المحور الثاني:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بطبيعة اهتمام المستخدمين بفضاء التواصل الاجتماعي، وعددها 5 أسئلة.
- **المحور الثالث:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بالصفحات النسائية كفضاء لإبراز الشخصية، وعددها 5 أسئلة.
- **المحور الرابع:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بالصفحات النسائية كفضاء لتعبير التشاركي (التفاعلي)، وعددها 9 أسئلة.

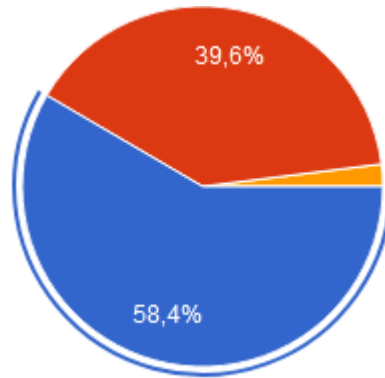
المبحث الثاني : عرض النتائج وتحليلها:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

الجدول رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب السن

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
من 16 إلى 28	59	58.4%
من 29 إلى 39	40	39.6%
أكثر من 40 سنة	2	2%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب السن



قراءة الجدول:

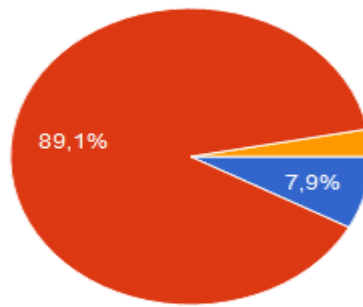
نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن 59 من المستخدمين وبنسبة 58.4% ينتمون إلى الفئة العمرية من 16-28 سنة، و40 من المستخدمين بنسبة 39.6% ينتمون إلى الفئة العمرية من 29-39 سنة، و2 المستخدمين بنسبة 2% ينتمون إلى الفئة العمرية من 40 فأكثر.

وهذا راجع إلى أن المراهقات والتي تتراوح أعمارهن ما بين 16-28 هم الأكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الجديدة عموما ولشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا (الفيس بوك)، إذ غدت الوسيلة الأولى للترفيه والتواصل الاجتماعي، والترويح عن النفس والتعبير عن الأفكار والقيم بل وأكثر من ذلك فقد ساهمت في الكشف عن مخزون هائل من المواهب الكامنة في مختلف المجالات ، بالإضافة إلى مساهمتها في إثبات الذات من خلال تحقيقها بالاشباع الفكرية ، خاصة بإنشاء بعض الصفحات على الفيس بوك تحمل عدة تخصصات.

الجدول رقم (2): توزيع أفراد العينة على حسب المستوى التعليمي

الاحتمالات	تكرار	النسبة %
ثانوي	8	7.9%
جامعي	90	89.1%
تكوين مهني	3	3%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

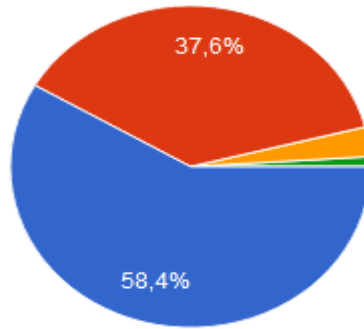


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 90 من المستخدمين وبنسبة 89.1% من العينة يدرسون في الطور الجامعي، و 8 من المستخدمين ونسبة 7.9% ينتمون إلى المستوى الثانوي في حين 3 مستخدمات وبنسبة 3% ينتمون إلى التكوين المهني. وهذا ما يبرز لنا إلى أن غالبية النساء المستخدمين للفيس بوك هن طالبات يمكن تحصيلاً جامعيًا وتعكس نتائج الجدول حقيقة أن الفئات الأكثر تعليمًا هي الفئات الأكثر ديناميكية ونشاط وتفاعلاً على مستوى المنصات الافتراضية بحكم امتلاكها للرأسمال المعلوماتي، وبحكم أن وسائل التكنولوجيا سلاح ذو حدين، إذ يتضمن جانب إيجابي وجانب سلبي فإنه يمكن الإشارة إلى أن الاستخدام العقلاني، والذي لا يؤثر بجوانب حياة المراهقات بحيث أنهن يمارسن حياتهن الاجتماعية بما فيها الأسرية والمدرسية على النحو العادي، في حين نجد بعضهن الآخر ممن يقضون أوقات جد طويلة على الحواسيب أو الهواتف مستخدمين شبكة الفيس بوك هرباً من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي الذي يجدون فيه بعض الرغبات غير محققة في عالمهم الحقيقي.

الجدول رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

الاحتمالات	تكرار	النسبة %
عزباء	59	58.4%
متزوجة	38	37.6%
مطلقة	3	3%
أرملة	1	1%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة على حسب الحالة الاجتماعية



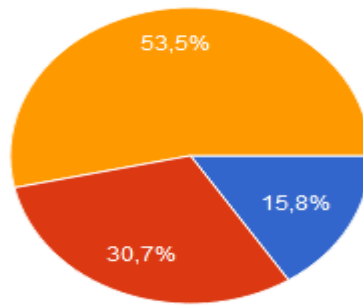
يتضح لنا من خلال الجدول أن فئة العازبات من أفراد العينة قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 58.4%، تليها مباشرة فئة المتزوجات بنسبة 37.6%، بعدها فئة المطلقات بنسبة 3% وفي الأخير فئة الأرمال بنسبة 1%.

ويتبين لنا أن فئة العازبات هي الأكثر حضوراً فقد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 58.4%، ويرجع ذلك إلى أن هذه الفئة تقع غالباً ضمن الإحداثيات العمرية للفئات الشابة، والتي يأخذ تفاعلها من التكنولوجيات الاتصالية الجديدة أشكالاً ديناميكية متصاعدة كما سبق وأشارنا إلى ذلك، من جهة أخرى تغطي هذه الفئة بحيز زمني أوسع كونها لا ترتبط بالكثير من الأعباء والواجبات المنزلية التي تملئها الظروف المنزلية.

الجدول رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب الحالة المهنية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
ماكثة بالبيت	16	15.8%
موظفة	31	30.7%
طالبة جامعية	54	53.5%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة المهنية



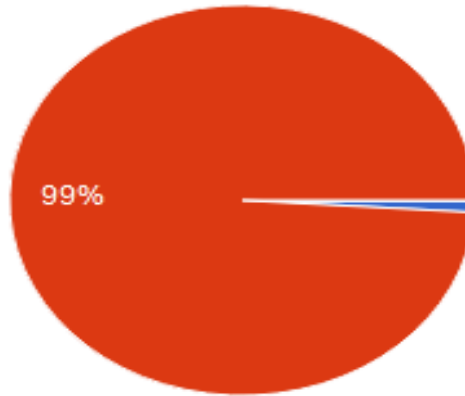
يوضح الجدول أن نسبة 53.5% من أفراد العينة هن طالبات، فيما احتلت الموظفات المرتبة الثانية بنسبة 30.7%، وجاءت فئة الماكثات بالبيت المرتبة الأخيرة بنسبة 15.8%.

ويتضح لنا أن غالبية المبحوثات هن طالبات أي ينتمين من الناحية السوسولوجية إلى الفئات الشبابية، فضولية محبة للتواصل وإكتشاف كل ما هو جديد كما أن هذه الفئة متعلمة والتي تعد الأكثر تفاعلا مع تكنولوجيا الاتصال الجديدة والأكثر حضورا في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وعلى شبكة الفيس بوك بشكل خاص حيث ساهمت في التحكم فيه وسهل لها التعامل معه وبه في آن واحد، وينطبق هذا أيضا على فئة الموظفات والعاملات كونه فضاء للمعلومات والمعارف وتبادل الأفكار والآراء في مختلف المجالات، كما لانسى الفتاة الماكثة بالبيت جزء من هذا العالم الافتراضي والذي فتح لها بابا لكثير من الأفكار والطرائق الوصفات في مجال موضة والأناقة والجمال والديكور، وكما أثبتت أيضا دراسة تياب خولة، واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، أن غالبية المبحوثات وبنسبة 64% هن طالبات جامعة.

الجدول رقم (5): الوسيلة المستعملة في استخدام الفيس بوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الحاسوب	1	1%
الهاتف الذكي	99	99%
اللوحات الذكية	0	0%
المجموع	101	100%

دائرة نسببة تمثل الوسيلة المستعملة في استخدام الفيس بوك



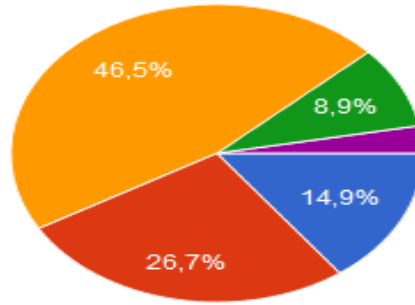
يتجلى لنا من خلال الجدول أن الغالبية العظمى من العينة الإجمالية بنسبة 99% يستعملن الهاتف الذكي في استخدامهن لموقع الفيس بوك، تليها نسبة 1% من المبحوثات تستخدمن جهاز الحاسوب.

إن التفسير الذي يمكن تقديمه من خلال ملاحظتنا للجدول هو أن الهاتف الذكي هو الأكثر إقبالا من طرف المبحوثات والسبب راجع إلى كونه الوسيلة المتاحة للجميع وبشمن معقول حتى لذوي الدخل الضعيف كما أن ميزة الجيل الثالث والرابع للهواتف الذكية الجديدة ساهم في اقتنائه من قبل المستخدمات وهذا يضمن انسيابية الانترنت دون تقطعها وتذبذبها والتمكن من الدخول إليها من أي بقعة في العالم وفي أي وقت، فقط عن طريق الهاتف النقال وبأقل التكاليف، الأمر الذي جعل المراهقات لا يمكنهن الاستغناء على الانترنت بصفة عامة ، ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، وفي هذا المجال وحسب موقع www.dimofinf.net تظهر الاحصائيات الاخيرة لعام 2019 لاستعمال الهواتف المحمولة أكثر من 2.240 مليون مستخدم هذا العام، أما عن نسبة مستخدمي أجهزة الكمبيوتر قد بلغ عددهم أكثر من 580 مليون مستخدم بنسبة 25%.

الجدول رقم(6): درجة الرغبة في التواصل عبر الفيس بوك.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
عالية جدا	15	14.9%
عالية	27	26.7%
متوسطة	47	46.5%
منخفضة	9	8.9%
منخفضة جدا	3	3%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل درجة الرغبة في التواصل عبر الفيس بوك



نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 46.5% من المبحوثات لديهن رغبة متوسطة في التواصل عبر الفيسبوك، تليها نسبة 26.7% من المبحوثات لديهن رغبة عالية في التواصل عبر الفيسبوك، ونسبة 14.9% من المبحوثات لديهن رغبة عالية جدا في التواصل عبر الفيسبوك، ونسبة 8.9% من المبحوثات لديهن رغبة منخفضة في التواصل عبر الفيسبوك وفي الأخير نسبة 3% من المبحوثات لديهن رغبة منخفضة جدا في التواصل عبر الفيسبوك.

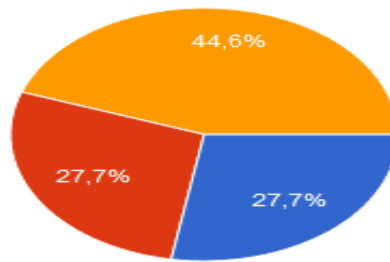
وهذا ما يبرز لنا أن غالبية المبحوثات لديهن رغبة متوسطة في التواصل عبر الفيس بوك مما يظهر أن الغاية من استخدام الفيس بوك ليست للتواصل فقط بل لديهن غايات أخرى، كما أنه أصبح وسيلة لها مكانة بارزة في حياة الأفراد بحيث أصبحت العلاقات الافتراضية تشغل حيزا كبيرا ومهما في حياتهم ، وفي هذا الصدد وحسب موقع www.dimofinf.net تظهر الاحصائيات الاخيرة لعام 2019 لاستعمال موقع الفيس بوك بأنها تتزايد كل عام نسبة المستخدمين عالميا لتصل إلى 2.121 بليون عالميا.¹

¹<https://www.dimofinf.net/blog/s> 26/07/2020 -20.30

الجدول رقم (7): مدة الانضمام للصفحات الفيسبوكية النسائية

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
منذ سنة	28	27.7%
منذ 3 سنوات	28	27.7%
أكثر من 3 سنوات	45	44.6%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل مدة انضمام للصفحات الفيسبوكية النسائية



يتضح لنا من خلال البيانات الظاهرة في الجدول أن النسبة الأكبر من المبحوثات والتي تقدر بنسبة 44.6% قد انضمت لهذه المجموعات الفيسبوكية منذ أكثر من 3 سنوات، في حين انضم حوالي 27.7% من المبحوثات منذ سنة إلى 3 سنوات.

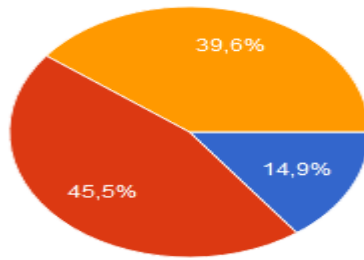
نرى من خلال الجدول أن غالبية المبحوثات انضمت للصفحات الفيسبوكية منذ أكثر من ثلاث سنوات وهذا راجع إلى ظهور الجيل الثالث أو الرابع نتيجة تطوره المستمر جعل المستخدمة مدمنة عليه مما أثر على استخدامها وبقائها على تواصل مع هذه المواقع، ومن نافلة القول بأن المرأة هي من أهم الشرائح المستفيدة من وسائل التواصل هذه، بل المستخدمة لها والمدمنة عليها وقد وصلت نسبة استخدام النساء لهذه المواقع 30 حسب ما أصدر مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" بتونس، في دراسة بعنوان: المرأة العربية في النقاش الافتراضي، دراسة في تمثيلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيسبوك.¹ وهذا كله راجع إلى المكان الكبير الذي يشغله هذا الموقع في حياة الأفراد.

1- <https://www.aljazeera.net/midan/miscellaneous/2017/4/24/D8>، تاريخ الزيارة 2020/07/25، الساعة 18:45

الجدول رقم (8): كيفية متابعة الصفحات الفيسبوكية النسائية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
بشغف واهتمام	15	14.9%
بشكل روتيني فقط	46	45.5%
بشكل عادي	40	39.6%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل كيفية متابعة الصفحات الفيسبوكية النسائية



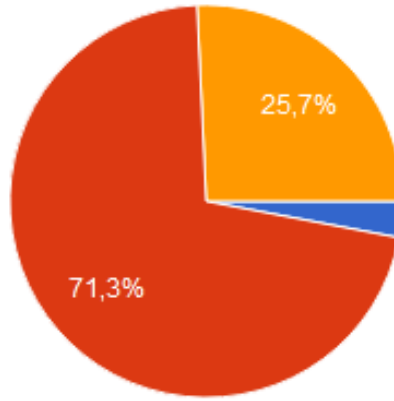
نلاحظ من خلال الدول أن الصفحات الفيسبوكية تتابع بنسبة 45.5% من طرف المبحوثات بشكل روتيني فقط، تليها نسبة 39.6% من المبحوثات تتابع الصفحات الفيسبوكية بشكل عادي، أما بنسبة 14.9% من المبحوثات تتابع الصفحات الفيسبوكية بشغف والاهتمام.

نرى أن غالبية المبحوثات تتابع الصفحات الفيسبوكية بشكل روتيني فقط، بالرغم من رواج الفيس بوك بصفة عامة والصفحات الفيسبوكية بصفة خاصة عند شريحة النساء، و السبب راجع إلى كونهن ملتزمات بإلزامات مهنية أو علمية أو أسرية تجعلهن يتابعونها إلا وقت فراغهم، ودافعهم الأول هو الحصول على ما ينقصهم من معلومات ومعارف في المجالات التي تخصهم .

الجدول رقم(9): الصعوبات التي تواجهها المستخدمين للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	3	3%
لا	72	71.3%
أحيانا	26	25.7%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل الصعوبات التي تواجهها المستخدمين للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية



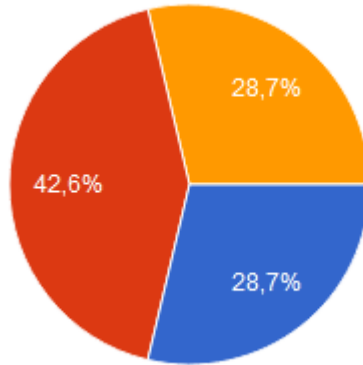
يشير الجدول إلى أن غالبية المبحوثات بنسبة 71.3% يرون أنه لا توجد صعوبات يواجهونها للولوج إلى الصفحات الفيسبوكية النسائية. في حين رأت 25.7% من المبحوثات أنهم يواجهون بعض الصعوبات في الولوج لهذه الصفحات، أما 3% من المبحوثات يرون أنهم يواجهون صعوبات كبيرة في الولوج لهذه الصفحات. تعكس نتائج الجدول سلاسة التفاعل بين الأعضاء الجدد والأعضاء القدم وانسيابية العلاقة ومتانة الترابط، إذ تعد هذه المجموعات بالدرجة الأولى فضاءات بديلة للشرائح النسائية، كما أنها توفر لهن هامشا من الحرية للتعبير عن آرائهم وتجسيد أفكارهم ، والاطلاع على أهم الأخبار الأنية .

المحور الثاني: الصفحات النسائية كفضاء لإبراز الشخصية:

الجدول رقم(10): الهوية التي تتفاعل بها المستخدمين عبر هذه الصفحات.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
اسم حقيقي	29	28.7%
اسم مستعار	43	42.6%
نصف حقيقي	29	28.7%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل الهوية التي تتفاعل بها المستخدمين عبر هذه الصفحات

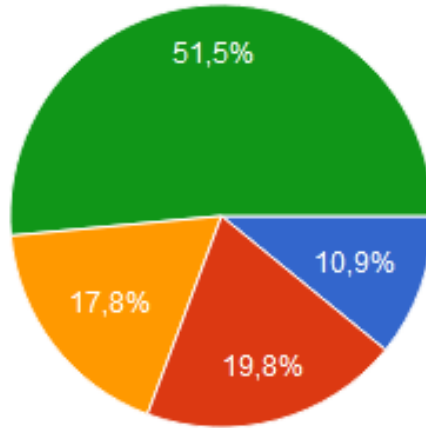


أوضح الجدول إن النسبة الأكبر من المبحوثات تقدر 42.6% تستخدم اسما مستعارا، في حين استخدمت 28.7% من أفراد العينة اسم حقيقيا، وبنفس النسبة استخدمت المبحوثات اسم نصف حقيقي. وسبب استخدام المبحوثات لاسم مستعار يساعدن على الحفاظ على قدر كبير من خصوصيتهن، ويمكنهن من إبقاء هويتهن الحقيقية مجهولة، كما تجعلهن يعبرون عن آرائهم بصراحة وجرأة في كل المواضيع وهذا راجع إلى كسر حاجز الخوف والخجل والارتباك مع الأصدقاء دون قيود بل بحرية مطلقة ، وذلك ما أثبتته أيضا دراسة تياب خولة، واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي . مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، أن أغلبية المبحوثات وبنسبة 75 يستخدمن الفيس بوك باسم مستعار.

الجدول رقم(11): نوع الصورة التي تضعينها عبر حسابك:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
صورة حقيقية	11	10.9%
صورة نسائية(مشاهير)	20	19.8%
صورة أطفال	18	17.8%
صورة عامة (وردة..فضاء مفتوح..)	52	51.5%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل نوع الصورة التي تضعينها عبر حسابك



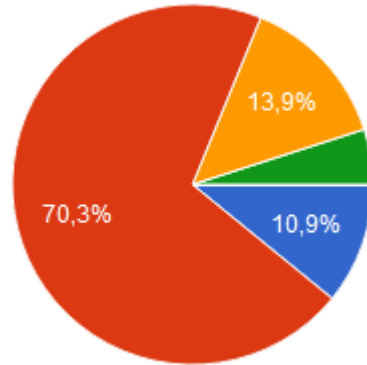
نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثات وذلك بنسبة 51.5% يستعملن صوراعامة، تليها بنسبة 19.8% من المبحوثات يضعن صوراً نسائية(مشاهير)، أما بنسبة 17.8% منهن يضعن صور أطفال، في حين يضعن بعض المبحوثات بنسبة 10.9% صورهن الحقيقية.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن القول إن أفراد العينة يمتنعون عن وضع صورهم الحقيقية ويكتفون بوضع صور طبيعية أو صور أطفال وغيرها من الصور والسبب راجع لخوفهن من كشف هويتهن وسبب هذا الخوف أن أغلب الأسر وبوجه الخصوص الأسر الجزائرية معارضة لفكرة إنشاء المرأة موقعا على الفيس بوك لكونها تنتمي لمجتمعات محافظة، تحكمها عادات وتقاليد .

الجدول رقم (12): اعتبار الصفحات النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياتك كامرأة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	11	10.9%
موافق	71	70.3%
محايد	14	13.9%
معارض	5	5%
معارض بشدة	0	0%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل مدى اعتبار الصفحات الفيسبوكية النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياتك كامرأة



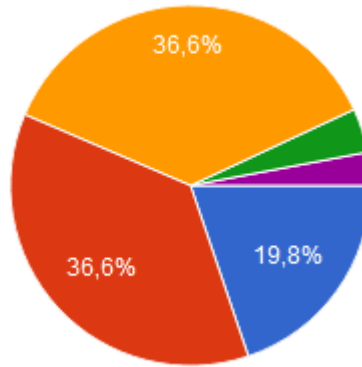
توافق 70.3% من أفراد العينة على معطى أن اعتبار الصفحات الفيسبوكية النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياتها كامرأة، بينما يلتزم 13.9% من المبحوثات بالحياد، أما نسبة 10.9% من المبحوثات توافق بشدة على ذلك، وبنسبة 5% من المبحوثات يرون نقيض ذلك.

وبحسب نتائج الجدول فإن الغالبية العظمى من أفراد العينة وافقت على معطى اعتبار الصفحات الفيسبوكية النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياتها كامرأة وبذلك مكنتهن من طرح القضايا والمواضيع التي تهمهن، كما أتاحت لهن أيضا فرصة التعبير على الرأي ومناقشة مختلف المواضيع وفي أي مجال وعدم وجود ضوابط وقيود تقيد الحرية الشخصية .

الجدول رقم (13): درجة انعكاس شخصيتك الحقيقية على صفحتك الخاصة عبر الفيس بوك:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
عالية جدا	20	19.8%
عالية	37	36.6%
متوسطة	37	36.6%
منخفضة	4	4%
منخفضة جدا	3	3%
المجموع	101	100%

دائرة نسببة تمثل درجة انعكاس شخصيتك الحقيقية على صفحتك الخاصة عبر الفيس بوك



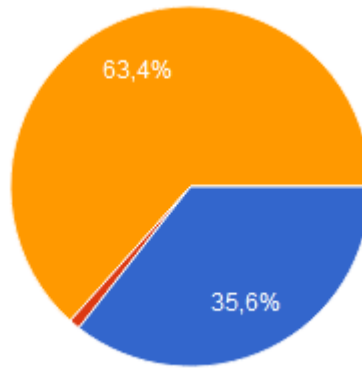
نلاحظ من خلال الجدول أن درجة انعكاس الشخصية الحقيقية للمبحوثات عالية بنسبة 36.6%، وتليها المتوسطة بنفس النسبة، أما بنسبة 19.8% من المبحوثات درجة انعكاس شخصيتهم الحقيقية عالية جدا، تليها بنسبة 4% من المبحوثات درجة انعكاس شخصيتهم الحقيقية منخفضة، وفي الأخير بنسبة 3% درجة انعكاس شخصيتهم منخفضة جدا.

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أن درجة انعكاس الشخصية الحقيقة على الصفحة الخاصة في الفيسبوك عند المرأة عالية إلى متوسطة وهذا راجع إلى طبيعة الشخص في حد ذاته، كما أن الفيس بوك ساهم بشكل كبير في تكوين شخصية المرأة وفي مختلف المجالات مما ساهم في فتح باب للمعرفة ومجالا للتعلم

الجدول رقم(14): تحقق لك الصفحات النسائية الفيسبوكية بناء في شخصيتك كامرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
متفتحة	36	35.6%
انعزالية	1	1%
عادية	64	63.4%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل كم تحقق لك الصفحات النسائية الفيسبوكية بناء في شخصيتك كامرأة



تظهر معطيات الجدول أن غالبية المبحوثات بنسبة تقدر بـ 63.4% لا تحقق لهن الصفحات الفيسبوكية النسائية بناء في شخصيتها كامرأة، تليها نسبة 35.6% من المبحوثات تحقق لهن الصفحات الفيسبوكية النسائية بناء في شخصيتها كامرأة متفتحة، في حين تقابلهم نسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 1% من المبحوثات بشخصية انعزالية.

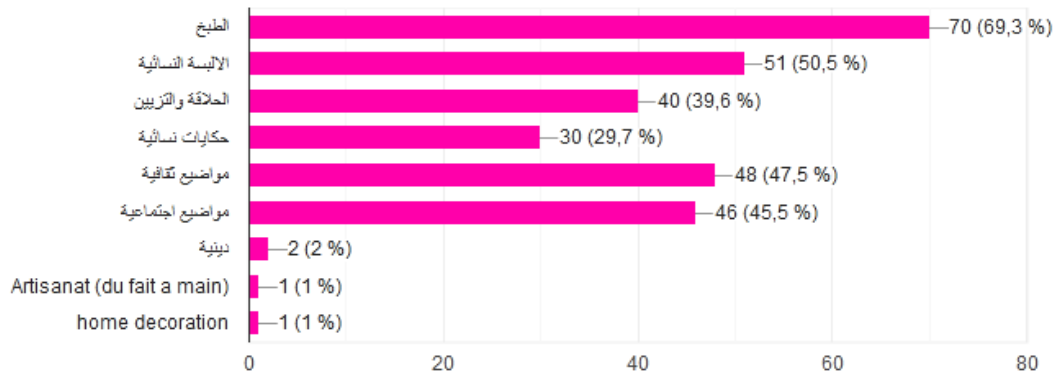
وهذا ما يبرز لنا أن غالبية المبحوثات لا تعتمد على الصفحات الفيسبوكية النسائية في بناء شخصيتها، بل تشارك فيها من أجل الترويح عن النفس وملاً أوقات الفراغ عندها. كما أن الفيس بوك النافذة التي ساعدة المرأة على اكتشاف كل ما هو آني في مجال الجمال والموضة وكل هذا راجع لطبيعة المستخدمة في حد ذاتها .

المحور الثالث: الصفحات النسائية كفضاء للتعبير التشاركي (التفاعلي)

الجدول رقم (15): نوع الرسائل والمواضيع التي تشغل اهتمامك في هذه الصفحات.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
الطبخ	70	69.3%
ألبسة نسائية	51	50.5%
الحلاقة والتزيين	40	39.6%
حكايات نسائية	30	29.7%
مواضيع ثقافية	48	47.5%
مواضيع اجتماعية	46	45.5%
دينية	2	2%
Artisanat (du fait main)	1	1%
Home décoration	1	1%
المجموع	101	100%

أعمدة بيانية تمثل نوع الرسائل والمواضيع التي تشغل اهتمام المرأة في هذه الصفحات



نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 69.3% من المبحوثات تهتم بالرسائل والمواضيع الخاصة بالطبخ، في حين تليها نسبة 50.5% من المبحوثات تهتم بالألبسة النسائية وتليها نسبة 47.5% من المبحوثات تهتم بالمواضيع الثقافية وبعدها تأتي نسبة 45.5% من المبحوثات تهتم بالمواضيع الاجتماعية ونسبة 39.6% من المبحوثات تهتم بالحلاقة والتزيين، تأتي بعدها نسبة 29.7% من المبحوثات تهتم بالحكايات النسائية، ونسبة

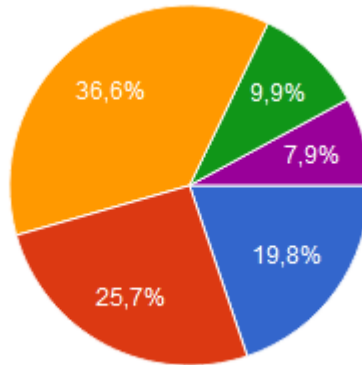
2% من المبحوثات تهتم بالمواضيع الدينية وفي الأخير نسبة 1% تهتم بمواضيع زخرفة المنازل، وبنفس النسبة تهتم بالحرف النسائية.

كما ذكرنا سابقا أن غالبية المبحوثات عازبات فهن مقبلات على مرحلة الزواج والذي يمهدن أنفسهن ويحظرنها لتحمل مسؤوليات وأعباء الاعمال المنزلية وأهمها الطبخ وذلك لتعلم الأطباق والوصفات المنزلية كالإنظام إلى مجموعات خاصة بالشاف كأم وليد للطبخ والديكور ، ويرجع اهتمام المرأة بعالم الموضة كون أغلب المبحوثات من الفئة العمرية الشابة والتي تتميز بالنشاط وحيوية وحب الظهور والتغيير والتجديد ، والاندفاع حول كل ما هو في سياق الموضة والأزياء والأناقة.

الجدول رقم (16): درجة متابعتك للتعليقات على منشوراتك الخاصة عبر هذه الصفحات.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
عالية جدا	20	19.8%
عالية	26	25.7%
متوسطة	37	36.6%
منخفضة	10	9.9%
منخفضة جدا	8	7.9%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل درجة متابعتك للتعليقات على منشوراتك الخاصة عبر هذه الصفحات



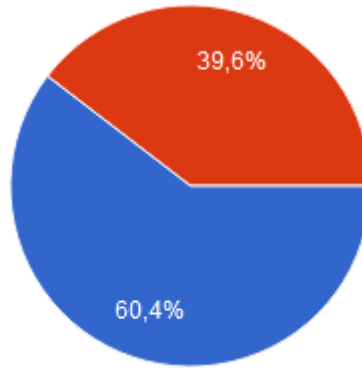
نلاحظ من خلال الجدول أن 36.6% من المبحوثات لديهن درجة متوسطة في متابعتن للتعليقات على منشوراتهم الخاصة عبر هذه الصفحات، تليها نسبة 25.7% من المبحوثات لديهن درجة عالية في ذلك، تليها نسبة 19.8% من المبحوثات لديهن درجة عالية جدا، وتليها الدرجة المنخفضة بنسبة 9.9%، وأخيرا نسبة 7.9% والتي تمثل الدرجة المنخفضة جدا.

نرى أن نسبة كبيرة من المبحوثات لا تولي اهتمام بمتابعة التعليقات على المنشورات التي تقوم بنشرها عبر هذه الصفحات والسبب راجع إلى أن المبحوثات ينشغلن بالعمل والاهتمام العلمي وبالمشاكل الأسرية ..

الجدول رقم(17): بعث فيك التعليقات عبر مختلف المنشورات الرغبة في التفاعل مع المستخدمات

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	61	60.4%
لا	40	39.6%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل بعث فيك التعليقات عبر مختلف المنشورات الرغبة في التفاعل مع المستخدمات



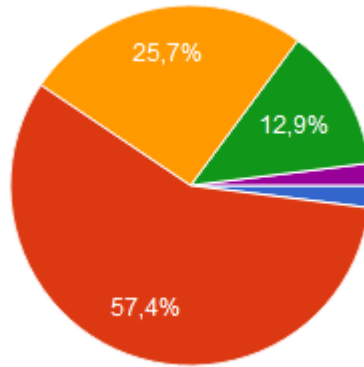
نلاحظ من خلال الجدول أن 60.4% من أفراد العينة تبعث فيهم التعليقات عبر مختلف المنشورات الرغبة في التفاعل مع المستخدمات، تليها نسبة 39.6% لا تبعث فيهم التعليقات عبر مختلف المنشورات الرغبة في التفاعل مع المستخدمات.

نرى أن غالبية المبحوثات تبعث فيهم التعليقات عبر مختلف المنشورات الرغبة في التفاعل مع المستخدمات والسبب راجع إلى الشخصية الافتراضية الخاصة بكل مبحوثة. كما أن هذه الصفحات تتيح للمرأة فضاءاً للتعلم والمعرفة وتبادل الأفكار والمعارف وإمتزاج الثقافات والحضارات ، كما ساهم أيضاً في تحقيق التوازن النفسي من خلال الدردشة والتعليق .

الجدول رقم (18): خلق التفاعل الافتراضي بالنسبة لك حسا متماسكا بالانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
أوافق بشدة	2	2%
أوافق	58	57.4%
محايد	26	25.7%
لا أوافق	13	12.9%
لا أوافق بشدة	2	2%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل خلق التفاعل الافتراضي بالنسبة لك حسا متماسكا بالانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية



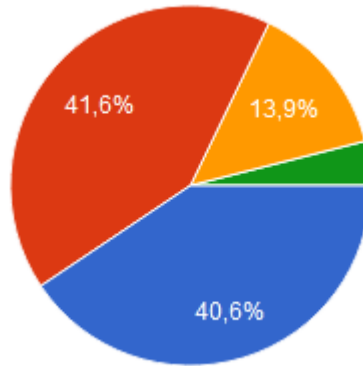
نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 57.4% من المبحوثات توافق على أن التفاعل الافتراضي خلق بالنسبة لها حسا متماسكا بالانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية، في حين نرى أن نسبة 25.7% محايدة لذلك، ونسبة 12.9% من أفراد العينة لا توافق على ذلك، وفي الأخير ونسبة 2% من أفراد العينة توافق بشدة على ذلك، ونجد بنفس النسبة 2% لا توافق بشدة على ذلك.

يتضح لنا أن غالبية المبحوثات خلق لهن التفاعل الافتراضي حسا متماسكا بالانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية كونها عنصرا فعالا في المجتمع القائم على مختلف الأدوار التي تلعبها داخل المجتمع والذي يساعدها أيضا على معرفة شؤون الحياة، ومشكلاتها الاجتماعية من أجل الاستفادة من تجارب الآخرين، دافعهم الرئيسي هو الخروج من العزلة الاجتماعية والهروب من مشاكل الحياة باللجوء على الفيس بوك وإقامة علاقات اجتماعية افتراضية يعمها الهدوء والاستقرار النفسي.

الجدول رقم(19): الأشكال التعبيرية للمنشورات التي تجذب انتباهك.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
المنشورات النصية	41	40.6%
الصور	42	41.6%
الفيديوهات	14	13.9%
البث المباشر	4	4%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل الأشكال التعبيرية للمنشورات التي تجذب انتباهك



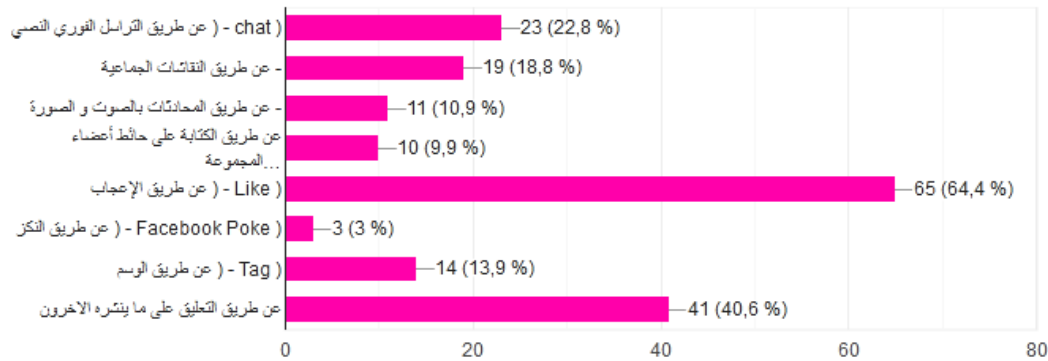
نلاحظ من خلال الجدول أن 41.6% من أفراد العينة تجذب انتباههم الصور الموضوعة في المنشورات، تليها نسبة 40.6% من أفراد العينة تجذب انتباهها المنشورات النصية، وتليهم نسبة 13.9% من أفراد العينة تجذب انتباههم الفيديوهات، ونسبة 4% منهم يجلب انتباهها البث المباشر.

حصل خيار بين أشكال التعبيرية للمنشورات التي تجذب انتباه المرأة على الصورة حيث تقوم المستخدمين بمشاركة مختلف الصور في سياقات تفاعلية محددة ويتم مشاركة هذه المضامين انطلاقاً من الأصدقاء أو مختلف الصفحات التي يشترك فيها المستخدمين. حيث تحظى مختلف الأنساق والتمثيلات البصرية بحضور هام داخل فضاءات وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا راجع إلى أن موقع الفيس بوك مجال للتفاعل الاجتماعي بين المستخدمين كما أنه أكثر شبكات التواصل الاجتماعي إقبالاً على الإنترنت .

الجدول رقم(20): كيفية التفاعل مع أعضاء مجموعتك.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
عن طريق التراسل الفوري النصي	23	22.8%
عن طريق النقاشات الجماعية	19	18.8%
عن طريق المحادثات بالصوت والصورة	11	10.9%
عن طريق الكتابة على حائط أعضاء المجموعة	10	9.9%
Like عن طريق الإعجاب	65	64.4%
عن طريق النكر	3	3%
عن طريق الوسم	14	13.9%
عن طريق التعليق على ما ينشره الآخرون	41	40.6%
المجموع	101	100%

أعمدة بيانية تمثل كيفية التفاعل مع أعضاء المجموعة



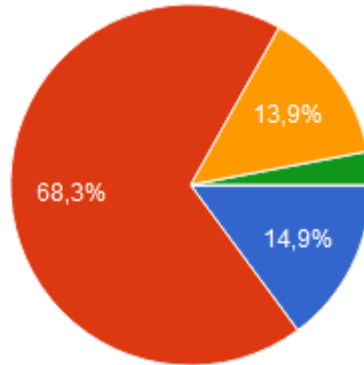
نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 64.4% من المبحوثات تتفاعل مع أعضاء المجموعة عن طريق الإعجاب تليها نسبة 40.6% من المبحوثات يتفاعل مع أعضاء المجموعة عن طريق التعليق على ما ينشره الآخرون ، تليها نسبة 22.8% من المبحوثات تتفاعل عن طريق التراسل الفوري النصي، تليها نسبة 18.8% يتفاعل عن طريق النقاشات الجماعية، تليها نسبة 13.9% يتفاعل عن طريق الوسم، تليها نسبة 10.9% يتفاعل عن طريق المحادثات بالصوت والصورة، تليها نسبة 9.9% يتفاعل عن طريق الكتابة على حائط أعضاء المجموعة، وأخيرا نسبة 3% من المبحوثات يتفاعل عن طريق النكر.

كشفت لنا النتائج على حقيقة أن آلية الإعجاب هي الأكثر استعمالاً حيث حصدت على نسبة كبيرة من إجابات المبحوثات، ويتحقق الإعجاب عن طريق الضغط على الزر المخصص للإعجاب وتعد آلية الإعجاب من أكثر الآليات انتشاراً.

الجدول رقم(21): يمثل رؤية أن فضاء المجموعة الفيسبوكية قد وفر لكي إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعك الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	15	14.9%
موافق	69	68.3%
محايد	14	13.9%
معارض	3	3%
معارض بشدة	0	0%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل كيف تري المبحوثات بأن فضاء المجموعة الفيسبوكية قد وفر لهن إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعك الاجتماعي.



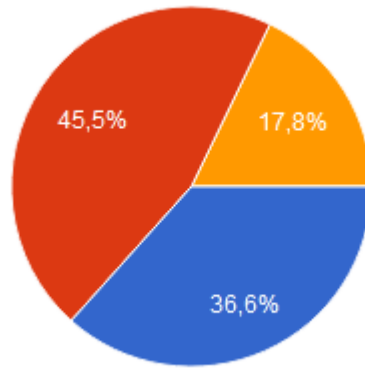
نلاحظ من خلال الجدول أن الغالبية بنسبة 68.3% من المبحوثات توافق على أن فضاء المجموعة الفيسبوكية قد وفر لها إمكانية طرح القضايا التي أهملها واقعها الاجتماعي، تليها نسبة 14.9% من أفراد العينة توافق بشدة على ذلك، وتليها نسبة 13.9% من المبحوثات محايدة لذلك، وفي الأخير بنسبة 3% من أفراد العينة معارضة على ذلك.

من خلال نتائج الجدول نجد أن الغالبية العظمى من أفراد عينتنا قد رأينا بأن فضاء المجموعة الفيسبوكية قد وفر لمن إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعها الاجتماعي أو التي لم يعطها المساحة الكافية إذ أن المجتمع يخضع في تناوله للمواضيع التي تهم المرأة للتمثيلات والقيم السيسيوثقافية.

الجدول رقم(22): يمثل الشعور بالاستقلالية كامرأة عندما تتفاعلين مع المنشورات عبر الصفحات النسائية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	37	36.6%
أحيانا	46	45.5%
نادرا	18	17.8%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل الشعور بالاستقلالية كامرأة عندما تتفاعلين مع المنشورات عبر الصفحات النسائية



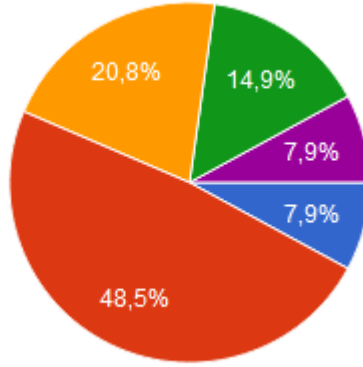
نلاحظ من خلال الجدول أن 45.5% من أفراد العينة أحيانا ما تشعر بالاستقلالية كامرأة عندما تتفاعل مع المنشورات عبر الصفحات الفيسبوكية النسائية، تليها نسبة 36.6% من أفراد العينة تشعرهن بالاستقلالية بصفة دائمة، أما 17.8% منهن فتشعرهن بالاستقلالية بصفة نادرة.

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن نسبة كبيرة من المبحوثات أحيانا ما يشعرن بالاستقلالية عندما يتفاعلن مع المنشورات عبر الصفحات الفيسبوكية النسائية والسبب راجع إلى محتوى المنشورات في حد ذاتها، وكون هذه الوسيلة تعتبر فضاء للتعبير فهو بمثابة متنفس طبيعي للمرأة تلبي بها رغباتها واحتياجاتها وكسر الروتين اليومي .

الجدول رقم(23): تمكّنك الصفحات النسائية عبر الفيس بوك بالتكلم في الخصوصيات النسائية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	8	7.9%
موافق	49	48.5%
محايد	21	20.8%
معارض	15	14.9%
معارض بشدة	8	7.9%
المجموع	101	100%

دائرة نسبية تمثل تمكّنك الصفحات النسائية عبر الفيس بوك بالتكلم في الخصوصيات النسائية.



نلاحظ من خلال الجدول أن 48.5% من أفراد العينة توافق على أن الصفحات الفيسبوكية النسائية تمكنها بالتكلم في الخصوصيات النسائية، تليها نسبة 20.8% من أفراد العينة محايدة لذلك، وتليهم نسبة 14.9% من أفراد العينة معارضة لذلك، وأخيرا بنسبة 7.9% من أفراد العينة موافقة بشدة وبنفس النسبة من أفراد العينة معارضة بشدة.

تظهر لنا من خلال نتائج الجدول أن نسبة كبيرة من المبحوثات توافق على أن الصفحات النسائية عبر الفيس بوك تمكنها بالتكلم في الخصوصيات، كون هذا الموقع تفاعلي يتم فيه تبادل الأفكار والمعارف كما يعتبر مجال للتعليم، كما ساهم أيضا في تحقيق التوازن النفسي من خلال خدمة الدردشة بين الأصدقاء التي فتح لها باب الحوار والنقاش.

الجدول رقم (24): يمثل العلاقة بين مؤشر السن والصعوبات التي تواجهها المستخدمين للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية.

المجموع		السن						الإجابات
النسبة %	التكرار	أكثر من 40 سنة		من 29 إلى 39		من 16 إلى 28		
		%	ت	%	ت	%	ت	
2.97%	03	00%	00	0.99%	01	1.98%	02	نعم
71.29%	72	02%	02	27.72%	28	41.57%	42	لا
25.74%	26	00%	00	10.89%	11	14.85%	15	أحيانا
100%	101	2%	2	39.6%	40	58.4%	59	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الصعوبات التي تواجهها المستخدمين للولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية حسب مؤشر السن 71.29% كانت بصفة لا، وكان النصيب الأكبر للذين تتراوح أعمارهم 16-28، أما التي تتراوح أعمارهم ما بين 29-39 فكانت نسبتهم 27.72%، وتليهم 2% للذين أعمارهم أكثر من 40 سنة. في حين بصفة أحيانا بلغت نسبتها 25.74% وكانت نسبة الذين تتراوح أعمارهم من 16-28 فكانت نسبتهم 14.85% تليها التي نسبتهم 10.89% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 29-39. في حين بلغت نسبة الإجابة ب نعم 2.97% وكانت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 16-28 1.98%، تليها نسبة 0.99% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 29-39. وهذا ما يبرز لنا أن المراهقات هم الأكثر ولوجا لشبكات التواصل وذلك لمجانية الموقع التي يمكن الولوج إليها في غرار الوسائل التقليدية الأخرى التي تكون محددة الوقت ومدفوعة الثمن، وكذلك لسلسلة التفاعل بين الأعضاء ومتانة الترابط بينهم.

الجدول رقم (25): يمثل العلاقة بين مؤشر المستوى التعليمي والتفاعل الافتراضي

المجموع		المستوى التعليمي						الإجابات
النسبة	التكرار	تكوين مهني		ثانوي		جامعي		
		%	ت	%	ت	%	ت	
%1.98	2	%00	00	%00	00	%1.98	02	أوافق بشدة
%57.44	58	%03	03	%4.94	05	%49.5	50	أوافق
%25.73	26	%00	00	%1.97	02	%23.76	24	محايد
%12.87	13	%00	00	%0.99	01	%11.88	12	لا أوافق
%1.98	2	%00	00	%00	00	%1.98	02	لا أوافق بشدة
%100	101	%3	3	%7.9	8	%89.1	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن التفاعل الافتراضي لدى المستخدمين حسب مؤشر المستوى التعليمي بنسبة %57.44 بصفة موافق، وكان النصيب الأكبر للمستوى الجامعي بنسبة %49.5، وتليها نسبة %4.94 للأصحاب الطور الثانوي، وتليها %3 لأصحاب التكوين المهني، في حين بصفة محايد بنسبة %25.73 كان النصيب الأكبر لأصحاب الطور الجامعي %23.76، وتليها لأصحاب الطور الثانوي بنسبة %1.97، في حين صفة لا أوافق بنسبة %12.87، النسبة الكبرى لأصحاب الطور الجامعي بنسبة %11.88، وتليها نسبة %0.99 للطور الثانوي، في حين صفة أوافق ولا أوافق بنفس النسبة وهي %1.98 النصيب الأكبر لأصحاب الطور الجامعي في الحالتين.

وهذا ما يبرز لنا إلى أن غالبية النساء المستخدمين للفيس بوك هن طالبات يملكن تحصيلًا جامعيًا وهن الفئات الأكثر تعليمًا والأكثر ديناميكية ونشاط وتفاعلاً على مستوى المنصات الافتراضية بحكم امتلاكها للرأس المال المعلوماتي، كما أن لها دوافع اجتماعية منها التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض بهدف تكوين علاقات اجتماعية داخل مجتمع افتراضي .

الجدول رقم (26): يمثل العلاقة بين مؤشر الحالة الاجتماعية ورؤية المرأة للمجموعات الفيسبوكية في توفير لها إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعها الاجتماعي

المجموع		الحالة الاجتماعية								الإجابات
		أرملة		مطلقة		متزوجة		عزباء		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
5%14.8	15	%00	00	%00	00	%4.95	05	%9.90	10	موافق بشدة
%68.3	69	%01	01	%01	01	27.70 %	28	38.60 %	39	موافق
%13.86	14	%00	00	%00	00	%4.95	05	%8.91	09	محايد
%2.99	3	%00	00	%02	02	%00	00	%0.99	01	معارض
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	معارض بشدة
%100	101	%1	1	%3	3	%37.6	38	%58.4	59	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن رؤية المرأة للمجموعات الفيسبوكية في توفير لها إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعها الاجتماعي حسب مؤشر الحالة الاجتماعية بنسبة 68.3% موافقين على ذلك، النصيب الأكبر كان للعازبات تقدر نسبتهم ب 38.60%، وتليها نسبة 27.70% للمتزوجات، وتليهم نسبة 1% للمطلقات وبنفس النسبة للأرامل، في حين نسبة 14.85% موافقين بشدة والنسبة العظمى تحظى بها العازبات بنسبة 9.90%، وتليها نسبة 4.95% للمتزوجات، في حين نسبة 13.86% بصفة محايدة، النسبة الكبرى للعازبات تقدر ب 8.91%، تليها نسبة 4.95% للمتزوجات، وأخيرا نسبة 2.99% معارضين النسبة العظمى للمطلقات تقدر ب 2%، وتليها 0.99% للعازبات.

ويتبين لنا أن فئة العازبات هي الأكثر حضورا كما يوفر لها المساحة الكافية إذ أن المجتمع يخضع في تناوله للمواضيع التي تهم المرأة للتمثيلات والقيم السيسيوثقافية. كما أن الصفحات الفيسبوكية النسائية باتت فضاء بالغ الأهمية بالنسبة للمرأة حيث تشارك فيه قصصا ومشاكل شخصية وتنتظر حلولاً ترى بأنها لا تستطيع الحصول عليها من محيطها القريب، كعائلتها وأصدقائها، والمحكوم غالبا بالعادات والتقاليد والقيود المجتمعية.

الجدول رقم (27): يمثل العلاقة بين مؤشر الحالة المهنية وإمكانية الصفحات النسائية عبر الفيسبوك بالتكلم في خصوصيات النسائية

المجموع		الحالة المهنية						الإجابات
النسبة	التكرار	طالبة جامعية		موظفة		ماكثة بالبيت		
		%	ت	%	ت	%	ت	
%7.92	8	%5.94	06	%0.99	01	%0.99	01	موافقبشدة
%48.52	49	%26.75	27	%14.86	15	%6.91	07	موافق
%20.79	21	%7.93	08	%7.92	08	%4.94	05	محايد
%14.85	15	%7.93	08	%4.95	05	%1.97	02	معارض
%7.92	8	%4.95	05	%1.98	02	%0.99	01	معارض بشدة
%100	101	%53.5	54	%30.7	31	%15.8	16	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن إمكانية الصفحات النسائية عبر الفيسبوك بالتكلم في خصوصيات النسائية حسب مؤشر الحالة المهنية، كانت نسبة 48.52% موافقين، وكانت النسبة الأكبر للطالبات الجامعيات بنسبة 26.75%، وتليها نسبة 14.86% بالنسبة للموظفات، وتليها 6.91% بالنسبة للماكثات بالبيت، في حين نسبة 20.79% بصفة المحايدة كانت نسبة الطالبات فيها تقدر ب 7.93%، وتليها نسبة 7.92% للموظفات، وأخيرا نسبة 4.94% بالنسبة للماكثات بالبيت، وتليهم نسبة 14.85% معارضين، النسبة العظمى فيها للطالبات الجامعة وتليها نسبة 4.95% للموظفات وتليها نسبة 1.97% للماكثات بالبيت، أما نسبة 7.92% موافقين بشدة، النسبة العظمى للطالبات الجامعة تقدر ب 5.94%، وتليها نسبة 0.99% للموظفات وبنفس النسبة للماكثات بالبيت، ونسبة 7.93% معارضين بشدة وذلك بنسبة 4.95% للطالبات الجامعة، وتليها 1.98% بالنسبة للموظفات وأخيرا نسبة 0.99% للماكثات بالبيت.

تعد الطالبات الجامعيات الأكثر تفاعلا مع تكنولوجيا الاتصال الجديدة والأكثر حضورا في شبكات التواصل الاجتماعي، كون هذا الموقع تفاعلي يتم فيه تبادل الأفكار والمعارف كما يعتبر مجال للتعلم، وأهم في ذلك موقع الفيس بوك يقدم حرية أكبر للمستخدمات في فرصة اختيار الصفحات التي يريدونها واشباع رغباتهم من خلال تتبع ما تنشره من مضامين والتكلم في خصوصياتهم بكل حرية.

المبحث الثالث: مناقشة النتائج والتوصيات:

نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع استطعنا التوصل إلى جملة من النتائج منها ما يتعلق بأسئلة الدراسة، ومنها ما يتعلق باختيار الفرضيات نذكرها فيما يلي:

1-النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

- ✓ وجود إقبال كبير من طرف طالبات الجامعة على الصفحات الفيسبوكية النسائية.
- ✓ يبقى الهاتف الذكي الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف مستخدمات الصفحات الفيسبوكية النسائية.
- ✓ وجود نسبة كبيرة من المستخدمات لديهن رغبة متوسطة في التواصل عبر الفيسبوك.
- ✓ هناك نسبة كبيرة من مستخدمات الفيس بوك لا تواجه صعوبات في الولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية.
- ✓ نسبة كبيرة من المستخدمات تمثل هويتها عبر الفيس بوك باسم مستعار.
- ✓ نسبة كبيرة من المستخدمات ترى أن هذه الصفحات مهمة في معرفة قضايا تخص حياتها كامرأة.
- ✓ أغلب مستخدمات الصفحات الفيسبوكية النسائية تهتم بمواضيع الطبخ.
- ✓ نسبة كبيرة من المستخدمات المبحوثات وفر لها فضاء المجموعة الفيسبوكية إمكانية طرح القضايا التي أهملها واقعها الاجتماعي.

2-النتائج المتعلقة بالفرضيات:

- لا تعاني المرأة من الاستبعاد والرفض داخل الحيز أو الفضاءات العمومية، وذلك حسب الجدول رقم (14)؛
- لا يعد حضور المرأة الجزائرية داخل الفضاء العمومي هزيلا نتيجة إهمال وسائط الإعلام للمسائل والشواغل التي تخصها، وذلك حسب الجدول رقم (21).
- وفرت المجموعات الفيسبوكية النسائية الجزائرية فضاءا ديناميكيا ومفتوحا لبروز المستخدمات، وهذا حسب الجدول رقم (9).
- لا تستخدم المرأة الجزائرية شبكات التواصل الاجتماعي لتغذية فضولها العلمي والمعرفي فقط بل أمور أخرى، وهذا حسب الجدول رقم (15).

خلاصة

وفي الأخير فقد عرضنا في هذا الفصل كل ما يتعلق بالدراسة الميدانية انطلاقا من عرض البيانات التي تم جمعها وتفسيرها، واستخلاص النتيجة العامة ونتائج الدراسة، والتي بدورها تساهم ولو بجزء في الكشف عن بعض الحقائق.

خاتمة

بهذا يكون البحث قد مر عبر عدة مراحل بغرض الوصول إلى الأهداف التي انطلقنا في البحث من أجل تحقيقها، وبعرض النتائج يكون قد وصل البحث إلى مبتغاه.

لقد غيرت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من أساليب الحياة لدى الكثير من الأفراد خاصة فئة النساء الذين نجدهم أكثر استخداماً، لذلك حاولنا من خلال دراستنا أن نلقي الضوء على ظاهرة انتشرت في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة لدى فئة الإناث وهي احتضان الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى المستخدمات التي تمكنها من الظهور والتفاعل، من جهة أخرى مكنت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين وضع المرأة في المجتمع من خلال فتح باب الحرية وإعطاؤها إمكانية التعبير والسماح لها بالابتكار والتأثير على مختلف الفئات الأخرى.

في الأخير هذه الدراسة بينت مدى اهتمام الفرد أو بالأحرى المرأة بالميديا الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي لأنها أصبحت فضاءات لبناء الهوية في المجال العمومي.

قائمة المصادر والمراجع

1) الكتب:

- 1- ابراهيم اسماعيل ، الاعلام المعاصر ،وسائله مهاراته ،تأثيراته اخلاقياته ، وزارة الثقافة و الفنون والتراث للنشر ، الدوحة(قطر) 1435،2014،
- 2- احمد بن عبد الله القمزي ، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال ،طبعة 2 ، دار روابط و الشقري للنشر ،2012،
- 3-حسين شفيق ، مواقع التواصل الاجتماعي ،ادوات و مصادر للتغطية الاعلامية ، دار فكر وفن للنشر و التوزيع ، مدينة السادس من اكتوبر ،2014،
- 4-خالد غسان يوسف المقدادي ،ثورة الشبكات الاعلامية ، دار النفائس للنشر ، الاردن ، 2013،
- 5- رحمة بن سليمان و آخرون ، العنف وسياسة المجتمعات العربية المعاصرة ، الثنائية الثقافية و الخطاب ، ج 2 ، المركز العربي للابحاث و دراسة السياسات ، بيروت (لبنان) ، 2017،
- 6- سلام محمد توفيق ، التنشأة السياسية و تعزيز قيم الولاء و الانتماء عند القائد الصغير ، المجموعة العربية للتدريب و النشر ، دون بلد ، 2015،
- 7- علي حجازي ابراهيم ، التكامل بين الاعلام التقليدي و الجديد ، دار المعتر للنشر و التوزيع ، دون بلد ، 2017،1434،
- 8- عبد الرزاق محمد الدليمي ،الاعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ،2010،
- 9- عبد الله علي محمد ، شباب الفيسبوك والعالم الافتراضي ، وكالة الصحافة العربية للنشر ،2012،
- 10- فتحي حسين عامر ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك ، العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة (مصر) ،2011،
- 11-فاطمة عوض صابر و ميرفت علي خفاجة ، اسس و مبادئ البحث العلمي ،مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية ، الاسكندرية (مصر) ، طبعة 1 ، 2002،
- 12- محمود عبد السلام علي ، الحملات الاعلامية ،دار المعتر للنشر و التوزيع ، دون بلد نشر ،2017،1432،
- 13- محي الدين اسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الاعلامية على جمهور المتلقين ، مكتبة الوفاء القانونية للنشر ، الاسكندرية (مصر) ،2015،

2) المذكرات:

- 1- ترنيم زهدي يوسف خاطر ، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي اثناء العدوان الاسرائيلي على غزة عام 2014 .رسالة ماجستير ، الجامعة الاسلامية ، غزة 2015،1432،
- 2-رباب بن عياش ، رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص سيميولوجيا الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2015،2014،
- 3- سراوي فاطمة ، تأثير التنظيمات الطلابية على الطالب في الفضاء العمومي الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلاقات العامة، جامعة مولاي الطاهر سعيدة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، 2018،2017،
- 4-كاتب فارس ، عقون دنيا ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اتصال و علاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي ،2016،2015،

5- ماطر عبد حمدي ، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات ، جامعة الشرق الاوسط ، مذكرة ماجستير في الاعلام ، قسم الصحافة و الاعلام ، 2018،

6- نادية بن ورقلة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي ، جامعة الجلفة ، 2017

(3)المجلات:

1-اماني جمال مجاهد ، الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة ، دراسة معلومات ، جامعة المنوفية ، العدد الثامن ، مايو 2010

2- ابو بكر الصديق بن الشويخ ، الفضاء العمومي الافتراضي ساحة للتغيرو تعزيز الحريات ، مجلة العلوم الاجتماعية ، الجلة 4 ، العدد 7

3-بدائي فؤاد ، اللغة العربية عند شباب الفيسبوك ، مجلة متون ، العدد 13 ، 2017، سعيدة الجزائر

4-زغود بلقاسم ، سعدي وحيدة ، الاعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب ، مجلة الآفاق للعلوم ، العدد الثامن ، جزء 1 ، جامعة الجلفة ، جوان 2017

5- فريدة صغير عباس ، تحليلات الفضاء العمومي من خلال التفاعل الافتراضي عبر المجموعات الافتراضية ، المجلة الجزائرية للابحاث و الدراسات ، العدد الرابع ، اكتوبر 2018

6- هوارى حمزة ، مواقع التواصل الاجتماعي و اشكالية الفضاء العمومي ، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 20 ، سبتمبر 2015

(4)المدونات:

1- مدونة الدكتور محمد احمد مظهر آل المظهر ، تهدف الى الارتقاء لآساليب التواصل و التعليم و التعلم لدى الطلاب اثناء دراسة المقررات ، عمادة خدمة المجتمع بجامعة جازان للعام الدراسي 1433،1434 (الفصل الاول)

(5) المحاضرات:

1-براردي نعيمة ، النقاش السياسي في الفضاء العمومي ، تخصص اتصال و علاقات عامة

2-بدون اسم ، تكنولوجيا الاتصال و الفضاء العمومي ، جامعة محمد لمين دباغين ،سطيف 2 ، تخصص علوم الاعلام والاتصال ، صفحة 2

3- علي عبود المحمودي ، الاشكالية السياسية للحياة من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل ، هابرماس نموذجاً ، منشورات الاختلاف ، الجزائر 2011

الملاحق

ملحق رقم (1): يوضح استمارة الاستبيان

جامعة عمار ثلجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الإتصال



استمارة الاستبيان:

أثر الصفحات الفيسبوكية النسائية في تشكيل فضاء عمومي لدى
المستخدمات
-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات الصفحات الفيسبوكية النسائية-

من إعداد الطالبتين: تحت إشراف الأستاذ:

- زغودي حورية حجار خرفان خير الدين
- رحمون نسبية

إن المعلومات المقدمة لن تمر إلى أي شخص آخر أوجهة أخرى مهما الأحوال، وسوف تستعمل فقط في إطار البحث العلمي.
ضع علامة (x) في المكان المناسب.

السنة الجامعية: 2020/2019

I. محور البيانات الشخصية:

1- الفئة العمرية:

أقل من 18 ☐ من 16 إلى 28 ☐ من 29 إلى 38 ☐ 40 فما فوق ☐

2- المستوى التعليمي:

ثانوي جامعي ☐ تكوين مهني ☐

3- الحالة العائلية:

عزباء ☐ متزوجة ☐ مطلقة ☐ أرملة ☐

4- الحالة المهنية:

طالبة ☐ عاملة ☐ مأكنة بالبيت ☐

II. طبيعة اهتمام المستخدمين بفضاء التواصل الاجتماعي:

1- 1. من أي وسيلة تتصلين بالفيسبوك؟

الحاسوب ☐ الهاتف اللوحات الالكترونية ☐

2. ما درجة رغبتك في التواصل عبر الفيسبوك؟

عالية جدا ☐ عالية ☐ متوسطة منخفضة منخفضة جدا ☐

3. منذ متى وأنت عضوة في الصفحات النسائية الفيسبوكية؟

منذ سنة ☐ منذ 3 سنوات ☐ أكثر من 3 سنوات ☐

4. تتابعين الصفحات الفيسبوكية النسائية؟

بشغف اهتمام ☐ بشكل روتيني فقط ☐ بشكل عادي ☐

5. هل تجددين صعوبات في الولوج للصفحات الفيسبوكية النسائية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

III. المحور الثاني: الصفحات النسائية كفضاء لإبراز الشخصية:

6. بأي هوية تتفاعلين عبر هذه الصفحات؟

اسم مستعار ☐ اسم حقيقي ☐ نصف حقيقي ☐

ما نوع الصورة التي تضعينها عبر حسابك؟

☐ حقيقية ☐ نسائية ☐ صورة اطفال ☐ عامة

6. هل تعتبرين الصفحات النسائية مهمة في معرفة قضايا تخص حياتك؟

☐ موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة

7- ما درجة انعكاس شخصيتك الحقيقية على صفحتك الخاصة عبر الفيسبوك؟

☐ عالية ☐ عالية جدا ☐ متوسطة منخفضة منخفضة جدا

8- تحقق لك الصفحات النسائية الفيسبوكية بناء في شخصيتك كامرأة؟

☐ متفتحة ☐ انعزلة ☐ عادية

VI. المحور الثاني: الصفحات النسائية كفضاء للتعبير التشاركي (التفاعلي):

1- . ما نوع الرسائل والمواضيع التي تشغل اهتمامك عبر هذه الصفحات؟

☐ الطبخ ☐ الألبسة والتزيين ☐ حكايات نسائية ☐ مواضيع ثقافية

02-. ماهي درجة متابعتك للتعليقات على منشوراتك الخاصة عبر هذه الصفحات

☐ عالية جدا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة منخفضة جدا

05- هل خلق التفاعل الافتراضي بالنسبة لك حسا متماسكا بالانتماء داخل الصفحات الفيسبوكية؟

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة

06-. ماهي الاشكال التعبيرية للمنشورات التي تجذب انتباهك؟

☐ منشورات نصية ☐ الصور ☐ الفيديوهات ☐ البث المباشر

07-. كيف تتفاعلين مع أعضاء مجموعتك؟ يمكن اختيار أكثر من بديل

☐ عن طريق التراسل الفوري النصي
☐ عن طريق النقاشات الجماعية
☐ عن طريق المحادثات بالصوت والصورة
☐ عن طريق الكتابة على حائط أعضاء المجموعة
☐ عن طريق الإعجاب

☐

عن طريق النكز

☐

عن طريق الوسم

☐

عن طريق التعليق على ما ينشره الآخري

08-. هل تري أن فضاء المجموعة الفيسبوكية قد وفر لك إمكانية إعادة طرح القضايا والمواضيع التي أهملها واقعك الاجتماعي؟

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

09-. هل تشعرين بالاستقلالية كمرأة عندما تتفاعلين مع المنشورات عبر الصفحات النسائية؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

10-. تمكنك الصفحات النسائية عبر الفيسبوك بالتكلم في الخصوصيات النسائية؟

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

ملحق رقم 02:



Chedda tlemcen hema
we chane

مجتمع



ملحق رقم 03:



مقامات الاغواط والجنوب  صور
دفوع، عروضات، قعدات، مهييات، و...>

مجموعة خاصة • 14.591 عضواً

ملحق رقم 04:



جولة في منزل جزائرية. تونسية. ليبية. مغربية ؟ طبخ. أناقة ؟ دار... >

مجموعة خاصة • 23.503 أعضاء