



جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإجتماعية والانسانية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الاعلام و الاتصال



عنوان المذكرة:

تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات
الاجتماعية لدى الشباب الجامعي
الصورة الذاتية "السيلفي" نموذجا

دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة خميس مليانة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص وسائل الاعلام و التنمية المستدامة

تحت اشراف الاستاذ:
أ- دحماني سمير

من اعداد الطالبتين:
- سامية متاجر
-حنان قندوز

العام الجامعية 2016\2017

السنة الجامعية 2016 - 2017

كلمة شكر

"ربي أوزعني أن أشكر نعمتك علي وعلى والدي وأن أعمل عملاً ترضاه حالاً" سورة

النمل الآية 19

نشكر الله سبحانه وتعالى الذي أمدنا بالقوة والشجاعة على إتمام هذا البحث المتواضع ،

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذنا المحترم " دحماني سمير "

والذي فتح لنا باب العمل والمثابرة من أبوابه الواسعة ولم يبخل علينا بتوجيهاته

ومعلوماته القيمة والتي كان لها الأثر الطيب في انجاز هذه المذكرة كما لا يفوتنا أن

نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من كل استاذة علوم الاعلام والاتصال

شكر الجزيل

إهداء

الحمد لله وحده و الصلاة على من لا نبي بعده . أهدي هذا العمل المتواضع :

إلى من قال فيهما الخالق وقل " رَبِّي أَرْحَمُهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا "

إلى الحزن الدافئ ، منبع الحب والعطاء إلى من رافقتني بدعائها طوال حياتي ، إلى من أمامها يعجز اللسان خاجلا و تفر الكلمات إستحياءا إذا قلت الحب و الحياة فهذا قليل ، إلى والدتي .. "أمي، ثم أمي ثم أمي .

إلى من أنار دربي وعلمني كيف أغدوا في هذه الحياة، وأتعلم الآداب والأخلاق، أبي العزيز والغالي أطل الله في عمره وسدد خطاه .

و إلى من أجدهم في عسري و قربي و يسري إلى أحب الناس لي عائلتي الصغيرة

أخي العزيز علي قلبي الغالي سيد احمد، إلى اختي الحبوبة حياة، المقبلية علي اجتياز البكالوريا، إلى اصغر اخوتي خير الدين، الاحب الي قلبي

إلى من معهم تقاسمت فرحتي و هانت أحزاني و جمعنا سقف المحبة

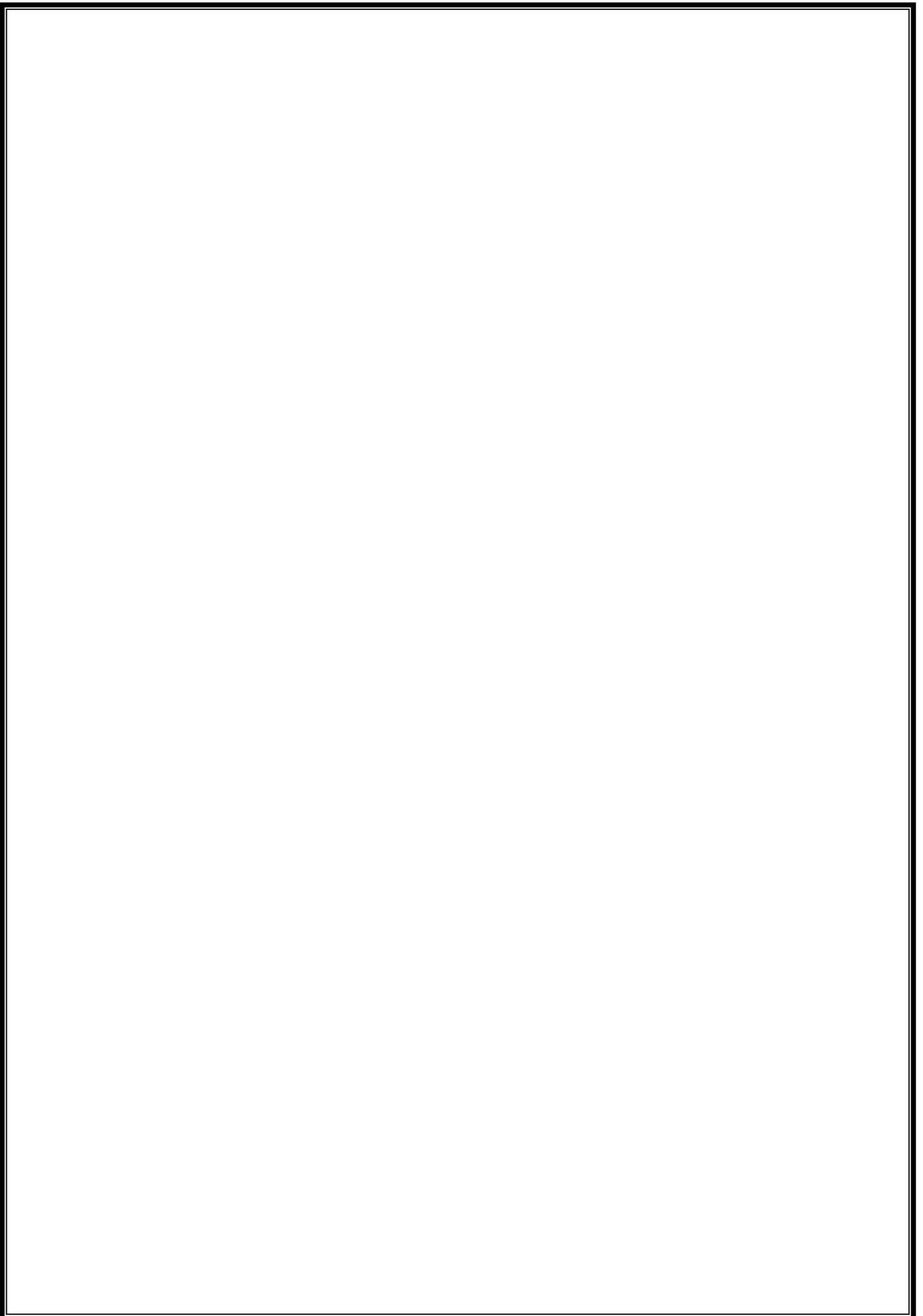
إلى من جمعتنا الدراسة و جعلتنا أصدقاء و ضممتنا الحياة إلى لائحة الإيحاء .

إلى أعز الأصدقاء من ساندوني و كانوا نعم الزميلات، يا من يذكرهم قلبي، قبل لساني

امال، حميدة، نجاة، حنان، سهام، مليكة

إلى كل من عرفتهم من قريب او من بعيد،

سامية



إهداء

الحمد لله وحده و الصلاة على من لا نبي بعده . أهدي هذا العمل المتواضع :

إلى من قال فيهما الخالق وقل " رَبِّي ارْحَمُهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا "

إلى الحُضن الدافئ ، منبع الحب والعطاء إلى من رافقتني بدعائها طوال حياتي ، إلى من أمامها يعجز اللسان خاجلا و تفر الكلمات إستحياءا إذا قلت الحب و الحياة فهذا قليل ، إلى والدتي .. "أمي، ثم أمي ثم أمي .

إلى من أنار دربي وعلمني كيف أغدوا في هذه الحياة، وأتعلم الآداب والأخلاق، أبي العزيز والغالي أطل الله في عمره وسدد خطاه .

إلى من كان سندا لي في حياتي وعلمني معنى الحب و السعادة زوجي العزيز والغالي بلال و إلى والديه الكريمين .

إلى من أجدهم في عسري و قربي و يسري إلى أحب الناس لي عائلتي الصغيرة

إلى من معهم تقاسمت فرحتي و هانت أحزاني و جمعنا سقف المحبة

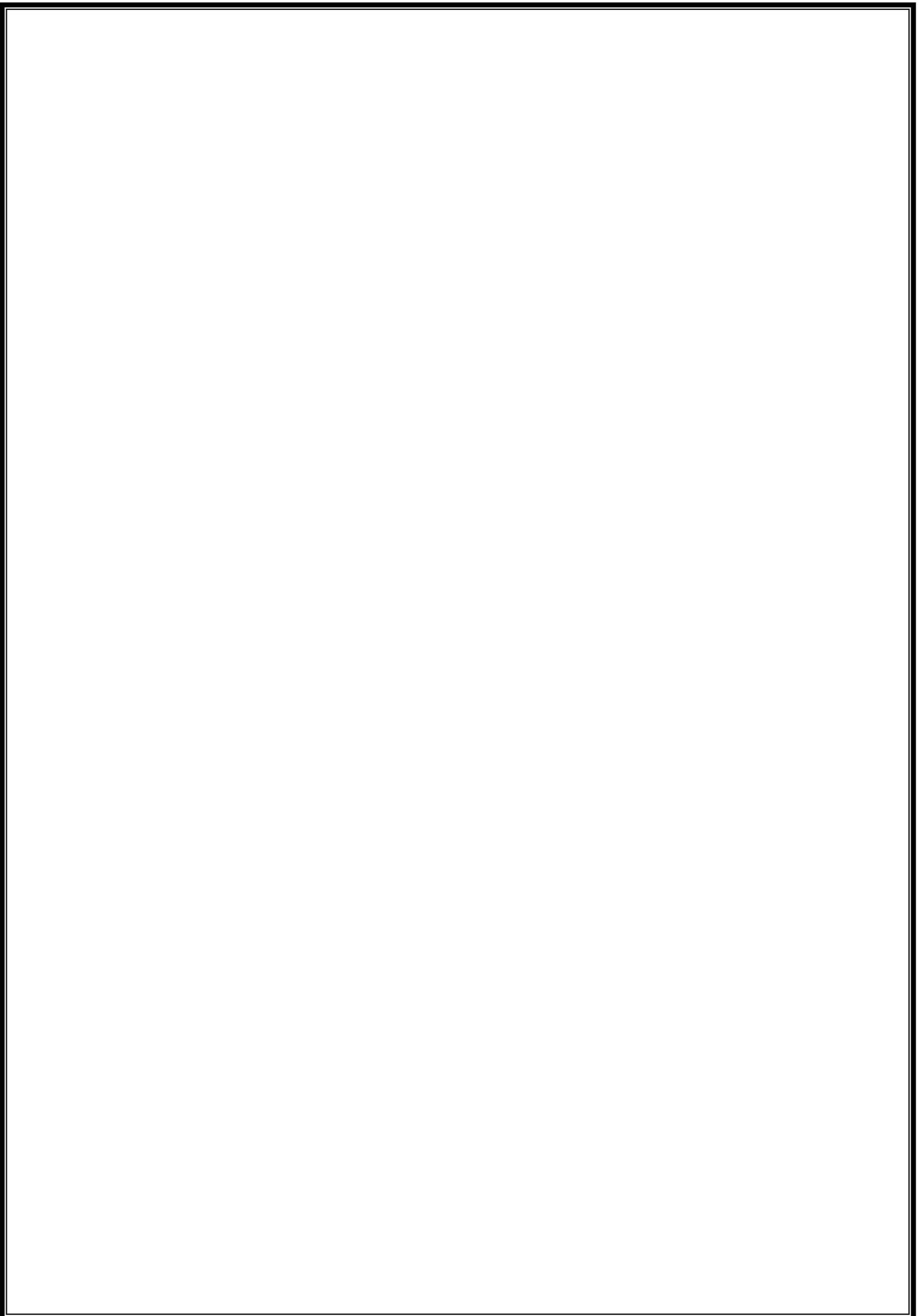
إلى من جمعتنا الدراسة و جعلتنا أصدقاء و ضممتنا الحياة إلى لائحة الإيحاء .

إلى أعز الأصدقاء من ساندوني و كانوا نعم الزميلات، يا من يذكرهم قلبي، قبل لساني

سامية، فريال، فايضة، نسرين، زهرة

إلى كل من عرفتهم من قريب أو من بعيد،

حظائري



المخلص

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، من خلال دراسة عينة من مستخدمي السيلفي على مستوى جامعة الجبالي بونعامة ، و قد تم الاعتماد على اداة الاستبيان لجمع البيانات من الباحثين ،حيث تم تقسيم الاستمارة الى اربعة محاور: المحور الاول عادات و انماط استخدام السيلفي،و الثاني دوافع استخدام السيلفي،و المحور الثالث فحاء حول نظرة و اتجاهات افراد العينة حول السيلفي،اما المحور الرابع فتم الاعتماد فيه على مقياس الاتجاه،في محاولة منا لاستكشاف تأثير استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية،وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها:تستخدم النسبة الاكبر من الباحثين السيلفي احيانا،كما يفضل اغلبهم التقاط صور سيلفي الجماعية مع الاصدقاء،لتوثيق علاقاتهم الافتراضية،عبر موقع الفايسبوك الذي اختير ضمن اكثر المواقع وضعا لصور السيلفي،من طرف افراد العينة.كما بينت النتائج ان غالبية افراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية لالتقاط صور سيلفي،باعتبارها وسيلة منتشرة كثيرا في اوساط الشباب اليوم،وكذا سهولة استخدامها لحيارتها على كاميرا امامية تسهل التقاط الصورة،كما اسفرت الدراسة ان السيلفي يؤثر في الاتصال الشخصي،من خلال عرض غالبية افراد العينة لصورهم سيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي،سعيًا منهم لخلق انطباع حول صورهم،كما اعتبر معظم افراد العينة ان استخدامهم للسيلفي انما جاء عن رغبة ذاتية منهم .

الكلمات الدالة: وسائل الاتصال الحديثة-السيلفي-العلاقات الاجتماعية-الشباب الجامعي.

Résumé

Cette étude a fait l'objet de l'étude des moyens de communications modernes et son impact sur les relations sociales et particulièrement les jeunes étudiants. On a procédé à un échantillonnage d'étudiants qui utilisent le selfie au niveau de notre université. Notre travail est basé sur un questionnaire que nous avons élaboré.

Le questionnaire a fait ressortir quatre étapes. La première c'est l'habitude d'utilisation du selfie. La deuxième pour la fréquence d'utilisation du selfie. Troisième c'est l'analyse de l'impact de l'utilisation du selfie. La quatrième vous faire une mesure de l'orientation, pour l'impact des effets du selfie sur la relation sociale. Le questionnaire a fait ressortir les résultats suivants ; l'utilisation du selfie modérément. Est pour des prises de vue collective. En plus créer des relations virtuelles sur Facebook. L'utilisation du selfie par des smartphones pour la prise de vue.

L'étude vous a montré que le selfie a un impact sur la personnalité de presque de tous les individus du questionnaire. En plus ces derniers peuvent obtenir par l'intermédiaire de ces photos une certaine personnalité. Pour certains individus l'utilisation du selfie devient une hobby.

Les mots clés ; moyen de communications modernes_relations sociales_selfie_jeunes d'étudiant.

خطة البحث

الواجهة

التشكرات

الإهداء

خطة البحث

مقدمة

الفصل الاول: الجانب المنهجي للدراسة

1-مشكلة الدراسة

2-مفاهيم الدراسة

3-اهمية الدراسة

4-اهداف الدراسة

5-اسباب اختيار الموضوع

6-الدراسات السابقة

7-منهج الدراسة

8-ادوات جمع البيانات

9-مجتمع و عينة البحث

10-مجالات الدراسة

11-صعوبات الدراسة

الفصل الثاني: وسائل الاتصال الحديثة والشبكات الإجتماعية

1-وسائل الاتصال الحديثة

1- مفهوم وسائل الاتصال الحديثة

- 2- تاريخ وسائل الاتصال الحديثة
- 3- خصائص وسائل الاتصال الحديثة
- 4- وظائف وسائل الاتصال الحديثة
- 5- نماذج عن وسائل الاتصال الحديثة

II- الشبكات الاجتماعية

- 1- مفهوم الشبكات الاجتماعية
- 2- تاريخ الشبكات الاجتماعية
- 3- مكونات الشبكات الاجتماعية
- 4- خصائص الشبكات الاجتماعية
- 5- نماذج عن الشبكات الاجتماعية

الفصل الثالث: السيلفي والعلاقات الاجتماعية

I- ظاهرة السيلفي

- 1- مفاهيم حول السيلفي
- 2- تاريخ نشأة السيلفي
- 3- أنواع السيلفي
- 4- تطبيقات السيلفي
- 5- إيجابيات وسلبيات السيلفي

II- العلاقات الاجتماعية

- 1- ماهية العلاقات الاجتماعية انواع العلاقات الاجتماعية
- 2- مستويات العلاقات الاجتماعية
- 3- تصنيفات العلاقات الاجتماعية

الجانب التطبيقي للدراسة: اثر استخدام السيلفي على العلاقات على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

1- عادات وانماط استخدام السيلفي

2- دوافع استخدام السيلفي

3- نظرة واتجاهات افراد العينة حول السيلفي

4- آثار استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية

الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الجداول

فهرس المحتويات

مقدمة

تعد وسائل الاتصال الحديثة من بين الوسائل التي احدثت تغييرا كبيرا في المجتمع ، بكل مجالاته تقريبا، فلا نكاد نجد ميدانا من الميادين يخلو من استخدام الوسائط التكنولوجية الحديثة ، و توظيفها يتم بشكل مكثف الى درجة اننا نشهد حاليا نتائج واثار عكسية كثيرة لهذا الاستعمال ،سواء على المستوى الفردي او الجماعي .

و لذلك نجد ان وسائل الاتصال الحديثة قد تطورت و نمت بشكل رهيب في مجتمعاتنا المعاصرة اليوم، واسهمت في تكوين انماط جديدة في العلاقات الاجتماعية تحديدا ،اذ ان الاستخدام المكثف للتقنيات الحديثة ساهم في بلورة و نشوء نمط جديد للمجتمع ،الذي اصبح يتفاعل مع المستجدات التكنولوجية بصفة مستمرة و رهيبية ، بل اصبحت التقنية جزءا من الحياة اليومية للأفراد، ان لم نقل هي الحياة فعلا.

ان معالم المجتمع البشري قد تغيرت بشكل كبير في عصرنا هذا، خصوصا في انماط التفاعل ،و كيفية بناء العلاقات الانسانية ، حيث رافق هذا التغير الاجتماعي، ظهور مجتمعات جديدة تحمل خصائص و سمات جديدة ، تواكب مستجدات التكنولوجيا و اخر صراعاتها ،تحمل صفة المجتمع الافتراضي ، هذا المجتمع الذي غدا مجتمعا تتحكم فيه الوسيلة بامتياز .

فظهر احدث الابتكارات في مجال التكنولوجيا الرقمية ، من هواتف ذكية و لوحات رقمية ،وانظمة متطورة، وادوات حديثة وسهلة الاستخدام، كما هو الحال بالنسبة للتقنيات الجديدة التي راجت بشكل كبير جدا في الالونة الاخيرة، لتتحول بعدها الى هوس غير مسبوق بها ،نتحدث عن ظاهرة السيلفي التي اصبحت ظاهرة اجتماعية، و نفسية، نظرا لانتشارها الرهيب في اوساط الشباب في الالونة الاخيرة،اذ اصبحت التقنية الاكثر تداولا في اوساطهم، نظرا لسهولة استخدامها من جهة،ومن جهة اخرى يمكن اعتبارها وسيلة حضارية للتعبير عن

الذات، وطريقة للتواصل مع الآخرين، باعتبارها تقنية تصوير جديدة ظهرت مواكبة للتطورات التكنولوجية الاخيرة. وفي هذا الصدد سنتطرق في دراستنا هذه الى تأثير استخدام السيلفي باعتباره ظاهرة اتصالية حديثة راجت في اوساط الشباب الجامعي، و سنحاول تسليط الضوء على تأثير استخدام هذه التقنية في العلاقات الاجتماعية. وهذا ما نسعى الى مناقشته في هذه الدراسة التي هيكلت في مقدمة و ثلاث جوانب. اشتمل الفصل الاول دراسة الجانب المنهجي للدراسة، حيث قمنا بتحديد اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، الى جانب مفاهيم الدراسة، اسبابها، واهميتها، واهدافها، وكذا عرض الدراسات السابقة، وكذا المنهج المتبع في الدراسة، وادوات جمع البيانات، والعينة المختارة واشتمل الجانب النظري للدراسة على فصلين، اشتمل الفصل الاول على وسائل الاتصال الحديثة و الشبكات الاجتماعية. اما الفصل الثاني فتعرضنا فيه الى السيلفي والعلاقات الاجتماعية. اما الدراسة من جانبها الميداني، تناولنا فيها تحليل وتفسير اجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة، التي تضمنت عادات وانماط استخدام السيلفي، الدوافع والحاجات التي تكمن من وراء استخدام هذه التقنية، وكذا نظرة واتجاهات افراد العينة حول السيلفي، بالاضافة الى السيلفي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، سعينا منا لخدمة اهداف الدراسة.

1- إشكالية الدراسة:

يشهد العقد الأخير من القرن العشرين تطورات هائلة وقفزت تكنولوجيا وإعلامية متسارعة، انعكس تأثيرها على نمط الحياة الإنسانية، كما أفرز التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى ظهور وسائل جديدة عملت على تغيير علاقات الناس وإشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، فأصبح الفرد يقضي وقتا طويلا في تفاعل افتراضي اختزل له وقت في تفاعله مع الأشخاص الواقعيين.

فظهر ما اصطلح " بالثورة الاتصالية والرقمية التي انتجت بدورها مجتمعا رقميا، عمد إلى استعمال وسائل تكنولوجيا جديدة أكثر تطورا، وأكثر مرونة وتفاعلية وأصبح الفرد يواكب كل ما هو جديد، وسهل الاستخدام، ولعل ظهور الأنماط الجديدة للاستخدام شكلت هي الأخرى نمط جديدا من انماط المجتمع المعلوماتي الذي هو الآخر أصبح يتفاعل مع المستجدات التكنولوجية الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال.

ولعل صور "السيلفي" آخر هذه الصراعات التكنولوجية التي غيرت المفاهيم الاجتماعية، والعلاقات الفردية، كما أنتج هذا النمط الجديد من التكنولوجيا الحديثة هوسا غير مسبوق من طرف الأفراد به، كونه أصبح موضة العصر الجديد، وظاهرة انتشرت كالنار في الهشيم خاصة بين فئة الشباب في الآونة الأخيرة، وكان التطور التكنولوجي ودخول الهواتف الذكية عالما، وتطور وسائل التواصل الاجتماعي، الأثر الكبير في ظهور ما يعرف بظاهرة السيلفي، إنه عصر السيلفي الذي أصبح موضة بين الشعوب، وإدمان بين شعوب أخرى، فأصبح يشكل هاجس الجميع منذ ظهوره، فلم تعد السيلفي مجرد صورة عفوية يلتقطها الشخص لنفسه، بل هناك تقنيات وصراعات جديدة، ولعل فئة الشباب هي الأكثر استخداما لهذه التقنية الحديثة، حيث لاقت رواجا واسعا في أوساطهم، مما جعلها تؤثر عليهم بصفة عامة، وعلى العلاقات الاجتماعية لديهم بصفة خاصة، ولكي نعرف كيف كان تأثير استخدام هذه التقنية الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، لابد من طرح

التساؤل التالي: كيف يؤثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟

وسنقوم من خلال هذه الدراسة بالبحث في تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير استخدام تقنية السيلفي على العلاقات الاجتماعية، ومن أجل تبسيط دراستنا نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام السيلفي لدى الشباب الجامعي؟
2. ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي لتقنية السيلفي؟
3. ما هي نظرة واتجاهات أفراد العينة حول السيلفي؟
4. كيف يؤثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟

2- مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبحوثه بهدف الاتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم، تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم والتي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة.¹

2-1- التأثير:

لغة: أثر، تأثيرا في الشيء: ترك فيه أثرا²

إصطلاحا: هي تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد جمهور وسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكيف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالمهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي، أو الوجداني أو السلوكي ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000م، ص159.

² - ابراهيم امام: الاعلام الاذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص128.

وسائل الاعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة.¹

المفهوم الإجرائي: نقصد بالتأثير في دراستنا هاته الآثار المترتبة عن استخدام السيلفي، والمتمثلة في الآثار السلبية أو الايجابية.

2-2- الاستخدام:

لغة: استخدام: (اسم)

مصدر استخدام

- استخدام المرأة أو الرجل: اتخاذ خادمة أو خادما.

- استخدام آلة: استعمالها.

- استخدام كل الإمكانيات: استغلالها.²

اصطلاحا:

يعرفه بافيس فرونسوا لوكو ياديك Yves Francois-Le Coadic " بأنه نشاط اجتماعي ليتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحين يصبح الاستعمال متكرر، ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الديث عن الاستخدام".³

" وعليه فاستخدام وسيلة اعلامية أو مضمون اعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموغرافية والسوسيو- تقنية والاقتصادية والثقافية للأفراد.

" فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام، وذلك أن الغرض هو الذي يقف وراء الاستخدام".⁴

¹ - عبد الله بوجلال ، أثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة بحوث، جامعة الجزائر، العدد02، 1994، ص128.

² - المعجم الوسيط تعريف معنى " الاستخدام" في معجم المعنى الجامع، معجم عربي-عربي.

³ - Yves-François- le Coadic Usage et usagers de l'information, PARIS, ABS,2001P56.

⁴ - اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2003.

حيث يشير الباحث " عبد الوهاب بوخنوقة" إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا".¹
" ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقة".²

ونقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية التصوير الذاتي " سيلفي" التي تقوم بها الشباب الجامعي عن طريق استخدام أجهزة الاتصال الحديثة، المتمثلة في الأجهزة الذكية كالهواتف المزودة بالكاميرا الأمامية لإلتقاط سيلفي، وكذا الأجهزة اللوحية وآخر ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال التقنيات الحديثة.

2-3- وسائل الاتصال الحديثة:

يقصد بوسائل الاتصال الحديثة التقنيات التي ظهرت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، فبعد ظهور وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون والراديو، والسينما، ووسائل التسجيل الرقمية، تقنيات الاتصال الرقمية العالية الوضوح، الصحافة الإلكترونية، ووسائل الإعلام الاجتماعية الإلكترونية (social networking sites) المدونات الإلكترونية (les blogs)، منتديات المحادثة الإلكترونية (discussion forum) ومواقع بث التسجيلات السمعية البصرية (youtube, my vidéo) وغيرها من التقنيات الاتصالية الحديثة التي لا تكاد تتوقف عن التجدد والتطور بصفة مستمرة ومتواصلة.³

المفهوم الإجرائي:

ويقصد بوسائل الاتصال الحديثة في دراستنا هاته تقنية التصوير الذاتي سيلفي، باعتبارها تقنية تصوير جديدة تستخدم عن طريق وسائل الاتصال الحديثة والمتمثلة في أجهزة الهواتف الذكية واللوحات الرقمية، وكذا آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة من حيث وسائل التصوير على غرار عصار السيلفي.

¹ - بوخنوقة عبد الوهاب، المدرسة والتلميذ والمعلم، تكنولوجيا الاعلام والاتصال (أطروحة دكتوراه)، الجزائر 2012.

² - دليو فضيل، الاتصال مفاهيمه ونظرياته، وسائله، ط1، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 2003م.

³ - تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011، ص68.

2-4- العلاقات الاجتماعية: العلاقة الاجتماعية هي وليدة اجتماع الأفراد وتبادل أفكارهم واتخاذ مصالحهم بصفة تلقائية، هذه العلاقة تحقق دوافعهم الاجتماعية وحاجاتهم الضرورية وأهدافهم المشتركة.¹

وتعرف العلاقة الاجتماعية بأنها" نسق معين ثابت يشمل طرفين (فردين، أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين أو قيمته أو وظيفة مقننة للطرفين، بحيث يكون كل طرف ملزم بأدائها نحو الطرف الآخر.²

وتعرف العلاقات الاجتماعية إجرائيا: بأنها العلاقات التي تنشأ بين مجموعة من الأفراد نتيجة استخدام وسائل الاتصال الحديثة، والتي تسمى في الغالب بالعلاقات الاجتماعية الافتراضية.

2-5- الشباب:

في المعجم اللغوي:

الشباب هو جمع مذكر ومؤنث معا، وتعني الفتاء والحداثة، ويطلق لفظ شيان، وشبية كجمع لمذكر مفرد شباب، ويطلق لفظ شابات، وشائب، وشوارب كجمع مؤنث على مفرد شابة، واصل كلمة شباب بمعنى صار فتيا أي " من إدراك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة".³

" وشب لون المرأة خمار أسود لبسته أي زاد في بياضها ولونها فحسنها".⁴

" وشب قصيدته بفلانه أي حسنها وزينها يذكرها".⁵

1 - جابر سيد عوض، التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص115.

2 - عثمان ابراهيم، مقدمة علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 215.

3 - مجموعة من المشاركين، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة الرابعة، 2004، ص470.

4- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار الصادر، بيروت، ص482.

5- لويس معلوف، المنجد في اللغة، بيروت، لبنان، 1960، ص371.

أما في المعجم اللغوي الانجليزي compact oxford فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الانجليزية كل من اللفظتين youth و Young و " تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداء من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد".¹

وفي معجم " روبرت الفرنسي" نجد فيه أن لفظة الشباب (Jeunesse) تطلق على فترة الحياة الممتدة ما بين الطفولة والنضج".²

التعريف الإجرائي:

ويقصد بالشباب في دراستنا هاته، شباب جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، والذيم تتراوح أعمارهم من 18 إلى 27 فما فوق، والذين لا يزالون يزولون دراستهم الجامعية في الطورين ليسانس وماستر.

2-6- السيلفي:

سيلفي (بالانجليزية : (SELFIE) أو الصورة "الذاتية" أو الصورة" الملتقطة ذاتيا" " وهي عبارة عن صورة شخصية يقوم صاحبها بالالتقاطها لنفسه باستخدام آلة تصوير أو باستخدام هاتف ذكي مجهزة بكاميرا رقمية. ومنهم يقوم بنشرها على الشبكات الاجتماعية (فيس بوك، تويتر، انستغرام وغيرها، وذلك لاعتمادها كصورة رئيسية في ملفه الشخصي أو لتسجيل حضوره في مكان معين، أو إلى جانب أشخاص معينين. أو حتى للتعبير عن حالة نفسية معينة.³

التعريف الإجرائي للسيلفي: يقصد بالسيلفي في دراستنا هاته تقنية التصوير الجديدة التي راجت مؤخرا في أوساط المجتمع الشبابي، ويعتبر الشباب الجامعي واحدا من مستخدمي هذه التقنية الحديثة.

¹ – english Dictionary– COMPACT OXFORD,p112.

² – Robert; dictionarie de la langue français–P1227.

³ – قاموس المسفورداك الانجليزي، قاموس اللغة: اللغة الانجليزية، اللغة العربية، انجليزي* عربي، عدد الصفحات 1392،
.SELFIE–defenition of SELFIE in Englitt from the oxford dictionary

3- أهمية الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفجوة المعرفي الذي يلزمه وإزالة الغموض عن بعض القضايا، ولذلك تهدف دراسة تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية إلى الأهداف التالية:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الاتصال في حياة الأشخاص.
- التعرف على الخدمات التي توفرها الوسائط الحديثة للاتصال.
- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام وسائل الاتصال الحديثة.

4- أهداف الدراسة: فتكمن في التعرف على:

- عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتقنية السيلفي.
 - معرفة دوافع وحاجات ورغبات الشباب الجامعي من استخدام هذه التقنية.
 - معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام "السيلفي".
- الكشف والتعرف على آثار استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

5- أسباب اختيار الموضوع: ومن أسباب التي دفعتنا للخوض في هذا الموضوع نجد:

5-1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في معرفة اتجاه الشباب الجامعي نحو استخدام السيلفي.
- الرغبة في التعرف على سبب لجوء الشباب إلى استخدام الوسائط الحديثة.
- معرفة درجة انتشار الوسائط الحديثة بين الشباب الجامعي.

5-2- الأسباب الموضوعية:

يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب ندرة الدراسات العربية وعدم وجود اهتمام بدراسة تأثير تقنية السيلفي على جيل الشباب عموماً، وكذلك لا توجد مواقع عربية إلكترونية تتناول سلبات أجهزة التكنولوجيا بشكل عام والسيلفي بشكل خاص.

- معرفة دوافع وأسباب لجوء الشباب إلى استخدام الوسائط التكنولوجية الحديثة.
- معرفة طبيعة تأثير الوسائط التكنولوجية الحديثة على العلاقات الاجتماعية.
- الرغبة في إثراء البحث العلمي.

6- الدراسات السابقة:

-الدراسة الأولى¹: دراسة الباحثة حنان الشهري (2012) بعنوان " أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية، الفيسبوك والتويتر نموذجا".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، ومن اجل تحقيق هذه الأهداف، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، استخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من 150 طالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك والتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفن من هذين الموقعين في تقرير صداقاتهن القديمة، كما تبين أيضا أن الاستخدام الفيسبوك والتويتر العديد من الآثار الايجابية أهمها الانفتاح الفكري، والتبادل الثقافي، فيما جاء قلة التفاعل الاسري إحدى أهم الآثار السلبية، وتنتشر النتائج، وأيضا إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر، والمستوى الدراسي، وبين أسباب الاستخدام ومعظم ابعاد طبيعية العلاقات الاجتماعية والايجابيات.

في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسباب وطبيعة العلاقات الاجتماعية، والايجابيات والسلبيات، وخلصت الدراسة إلى وضع

¹ - حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيسبوك والتويتر نموذجا (دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة) رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الملك عبد العزيز، 2012

مجموعة من التوصيات منها: تنظيم دورات التوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

1. -الدراسة الثانية¹: دراسة الدكتور حلمي خضر (2008) بعنوان: تأثير الاتصال

عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري).

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري. ومن أجل تحقيق هذا الهدف أختير (471) فردا من دولة قطر بطريقة عشوائية وزعت عليهم استبانة تتألف من 21 سؤالا، وأما متغيرات الدراسة فكانت: النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، والوضع المهني، والحالة الاجتماعية، وعدد ساعات استخدام الانترنت في اليوم، فضلا عن سنوات الخبرة في الاستخدام، وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الانترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة لكن تأثير الانترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور.

كما تبين أيضا أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الاستخدام أثرا في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم بنسبة 44.4% قدرة للاتصال عبر الانترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ما نسبته 28.8 % منهم لا يمانع في فكرة الزواج عبر الانترنت وتوصلت الدراسة أيضا إلى وجود تأثير الانترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين الأفراد العينة وبين أقاربهم تمثل في تراجع عدد زيارتهم لقاربهم بنسبة 44.7% وتراجع في نشاطاتهم الاجتماعية بنسبة 43.9% ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة قدرة الانترنت على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة نسبة 64.5% ويشعر استخدامهما ما نسبته 40.3% منهم بالاغتراب عن مجتمعه.

¹ -حلمي خضر ساري (2008)، تأثير الاتصال عبر الأنترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول والثاني، ص 295.

7- منهج الدراسة:

المنهج هو عبارة عن أوضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلمة يحدد فيها مساره البحثي، ويعرف " بأنه مجموعة من الإجراءات والخطوات التي يضعها الباحث لدراسة مشكلة معينة"¹.

ينتمي مجال بحثنا هذا إلى مجال الدراسات الوصفية التي تعني بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، ولا يتأتى ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات، وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها.²

منه فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج المسحي، الذي هو عبارة عن تجمع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية.³

كما يعرف المنهج المسحي على أنه " عبارة عن منهج وصفي، يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية، والثقافية، والعلمية، تسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر".⁴

حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة الاجتماعية والنفسية، وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة درجات التأثير وكيفية التأثير وحجمه على العلاقات الاجتماعية.

وقد اعتمدت دراسة " تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في شقها الميداني على المنهج المسحي وهذا راجع لجملة من الأسباب التالية وهي:

¹ - السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه، القاهرة، مكتبة الفلاح، 2002، ص 167.

² - صالح أحمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، مكتبة غريب، 1982، ص 35.

³ - عامر إبراهيم فيدلجي، منهجية البحث العلمي، د-ط، عمان الأردن، 2012، ص 120.

⁴ - عامر إبراهيم فيدلجي، مرجع نفسه، ص 121.

1- اتساع دائرة مستخدمي وسائل الاتصال الحديثة خصوصا الشباب التي تعد الأكثر اقبالا على ما تطرحه الثورة التكنولوجية الحديثة من تقنيات ووسائل هذا ما يقتضي ضرورة دراسته دراسة وصفية كاملة، وإن اقتصرَت الدراسة على فئة واحدة من هذا الشباب (الطلبة الجامعيين) فهذا لضرورات الدقة العلمية المتوخاة.

2- الحجم الكبير لمجتمع الدراسة وتوزع أفراد هذا المجتمع في جهات متعددة على مستوى جامعة الجيلالي بونعامة.

3- التطور الكبير في مجال استخدام وسائل الاتصال الحديثة مما نتج عنها تأثيرات مختلفة على النظام الاجتماعي والمنظومة النفسية لدى الشباب الجامعي، والنقص الكبير في الدراسات التي تناولت تأثير ظاهرة السيلفي على العلاقات الاجتماعية.

8- أدوات جمع البيانات:

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياتها، والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع، اعتمدنا على الاستبيان، وتم الاعتماد على هذه الأداة باعتبارها من أكثر الأدوات التي تسمح لنا بجمع المعلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

8-1- الاستبيان:

يعتبر الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي " عبارة عن مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين تقدم لعينة من الأفراد للإجابة عليها، وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح، بحيث لا تحتاج إلى شرح إضافي، وتجمع في شكل استمارة"¹.

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان التي وزعت على عينة من مستخدمي تقنية "السيلفي" كأمودج باعتباره من أكثر التقنيات الحديثة رواجاً في أوساط الشباب عموماً.

¹ - عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، بن عكنز، الجزائر، 2008، ص147.

ويعتبر الاستبيان من اكثر الأدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير المجتمعين في مكان واحد.

وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي "السيلفي" أنموذجا للسباب التالية:

- الجمهور المستهدف يتميز بالضخامة في العدد، بالشكل الذي يحد من إمكانية استخدام أساليب أخرى، في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد -حسب العينة المختارة- وفي مختلف الأماكن.

- استهدفت الدراسة، دراسة تأثير وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، وهي المعلومات التي يمكن الوصول إليها من خلال الاستمارة.

مرت استمارة الاستبيان بمراحل:

- تحديد البيانات المطلوبة ونوعها:

- تحليل نوع الاستمارة ونوع الأسئلة المطلوبة.

- اختيار الاستمارة في صورتها الأولية.

- اعداد الاستمارة في صورتها النهائية.

- تحكيم الاستمارة.

بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة في صورتها النهائية وعرضها على مجموعة من المحكمين وهم:

- الاستاذة: جودي مسعودة.

- الأستاذ: شيباني رابح.

- الأستاذ: نصر الدين بويحي.

- وقبل الاعداد النهائي للاستمارة ثم اختيار صدقها، بعرضها على الاساتذة لتحكيمها واستناد للآراء والملاحظات التي تم جمعها قمنا بإجراء التعديلات اللازمة وإخراج الاستمارة في شكلها النهائي.
- وقد مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها معاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها، ثم صياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها إلى محاور أساسية وهي كالآتي:
 - المحور الأول: عادات وأنماط استخدام السيلفي، ويضم 14 سؤالاً.
 - المحور الثاني: دوافع استخدام السيلفي ويضم 05 أسئلة.
 - المحور الثالث: نظرة واتجاهات أفراد العينة حول السيلفي ويضم 09 اسئلة.
 - المحور الرابع: أثار استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية صيغ في شكل (مقياس الاتجاهات) ويضم 20 عبارة.

الأساليب الإحصائية:

استعنا في دراستنا ببعض الأساليب الإحصائية، من خلال استخدام الأسلوب الكمي والأسلوب الكيفي في تحليل المعطيات.

أ- **الأسلوب الكمي:** من خلال تكميم جدولتها واستخدام برنامج EXCEL في تفريغ البيانات المتحصل عليها، وحساب النسب المئوية في عرض النتائج المتحصل عليها في التكرارات التي تمثل عدد الحالات المكررة داخل العينة أما النسب المئوية فهي القيم المتحصل عليها بالطريقة التالية:

$$\text{قانون الحساب: } \frac{\text{التكرارات} \times 100}{\text{المجموع الكلي للعينة}}$$

ب- الأسلوب الكيفي.

بعد الانتهاء من عملية تفريغ البيانات لابد لنا من أساليب وآليات لشرح وتحليل البيانات .

09- مجتمع وعينة البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من اهم الخطوات المنهجية التي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد مجتمع البحث أو العينة التي ستجري عليها دراسة وتحديدها.¹

ويعرف مجتمع البحث: في لغة العلوم الانسانية " بأنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات.²

ومجتمع البحث في دراستنا هو مستخدمو تقنية السيلفي في جامعة الجليلي بونعامة.

العينة :

تعرف العينة على أنها "منهج يستند إلى الطريقة الاحصائية للحكم على عدد معين من الظواهر باعتبارها عينة ممثلة واختيارها عشوائيا يقصد التوصل إلى ما يسمى بقانون الأطراد الاحصائي، ويفرض على الباحث الانتقاء العشوائي أن يختار عينة احصائية تتمثل فيها كل الوحدات الجزئية المطلوبة، حيث أن منهج العينة انما ينصب على عملية اختيار جزء من مجموع الظواهر بحيث يمثل هذا الجزء المجموعة كلها".³

كما تعرف العينة⁴ بأنها نموذجاً يشمل ويعكس جانب أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي.

ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظراً لاقتصار عينتها على مستخدمي تقنية السيلفي في جامعة الجليلي

¹ - محمد شفيق ، الخطوات المنهجية لأعداد البحوث الاجتماعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث1999، ص112.

² - موريس انجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرق سعيد سبعون، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، ص75.

³ - عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص211

⁴ - عامر ابراهيم فيدلجي، مرجع سبق ذكره ص 126.

بونعامة بخميس مليانة دون غيرهم، فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي التي يتم عن طريق الاختيار العمدى أو التحكمى أى الاختيار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة، يرى الباحث طبقا لمعرفته التامة بمجتمع البحث أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا، وذلك في حالة الاقتصار على العينة العمدية، أو التحكمية فقط.¹ كما تعرف العينة القصدية: بأنها تلك العينة التي يختارها الباحث عن قصد بسبب وجود دلائل على انها تمثل المجتمع الأصليين كأن يختار الباحث إحدى المحافظات التي تعد ممثلة لجميع المحافظات وذلك في بحوث سابقة".²

وعليه فلقد اخترنا عينة تتكون من 100 مفردة، وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في الفترة ما بين نهاية أبريل إلى بداية ماي 2017، على عينة من مستخدمي " السيلفي" بجامعة الجليلي بونعامة بالطورين الليسانس والماستر، تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 27 فما فوق، وقمنا باسترجاع 99 استمارة واحدة غير مسترجعة، وكانت عينة الدراسة موزعة حسب متغيري السن، والجنس، والمستوى التعليمي. وزعت الإستمارة بطريقة التوزيع بالتساوي بين افراد العينة.

10- مجالات الدراسة:

-المجال البشري: تتمثل عينة الدراسة في فئة الشباب الجامعي المتمثلة في شباب جامعة الجليلي بونعامة، الذين تتراوح اعمارهم ما بين (18 إلى 27 فما فوق) منقسمون بين الذكور والإناث، يدرسون في الطورين ليسانس والماستر.

-المجال المكاني:

- طبقت الدراسة بجامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة على عينة من الشباب الجامعي الذين يقومون باستخدام السيلفي.

¹ - سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث للاعلام)، (د،ط)، عالم الكتب، القاهرة، ص302.

² - عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص221.

- **المجال الزمني:** أما المجال الزمني للدراسة فكان في الفترة الممتدة ما بين (فيفري - ماي) حيث قمنا بجمع المادة العلمية، وتحديد الإشكالية والتساؤل الرئيسي، وتحديد مفاهيمها الإجرائية من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة وفي الأخير قمنا ببناء استمارة وتوزيعها للحصول على نتائج عامة عن الدراسة في منتصف شهر أفريل 2017م، وذلك من خلال تصميم استمارة استبيان وتلاها تصحيح الاستمارة، ثم توزيعها وبالتحديد في 02 ماي 2017م، فوزع الاستبيان على شباب جامعة الجيلالي بونعامة، وأخيرا تفرغ البيانات في جداول، والقيام بالعمليات الإحصائية، ثم ما تبع ذلك من تعليق وتحليل وتفسير وصولا إلى النتائج في شهر ماي 2017.

11- صعوبات الدراسة:

- صعوبة الحصول على دراسات سابقة في الموضوع.
- نقص المراجع التي تتناول موضوع السيلفي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية.

تمهيد :

تميزت وسائل الاتصال الحديثة منذ خمسينيات القرن الماضي إلى يومنا هذا بسمات وخصائص عديدة لعل أبرزها : التفاعلية ، اللامجاهيرية أو التفتيت ، الشبوع والانتشار العالمية أو الكونية ، والتي قيدها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التالية :

الأقمار الصناعية ، الحاسيات الالكترونية ، وصلات الميكروويف ، الألياف الضوئية ، التلفزيون الكابلي ، التفاعلي ، التلفزيون منخفض القوة ، الفيديو كاسيت ، أجهزة التسجيل المطورة... الخ ، إلا أن هذا التطور سواء في الخصائص والسمات أو الوسائل الاتصالية أو المضامين (البرامج) في الوسائل سواء كانت اجتماعية ، ثقافية ، تربوية ، أو تعليمية أو اقتصادية أو رياضية أو سياسية كان لها الأثر البالغ على توجهات الجماهير أو اهتماماتهم ، فبعد أن كانت توجهاتهم عامة أصبحت خاصة كما أن هذه التطورات المتسارعة في وسائل الاتصال أو مضامينها أتاحت للأفراد قدرا كبيرا من التحكم في الوسيلة المستخدمة ، واختيار المضموننوع التعرض الملائم ، إلا أن البعد الزمني والمكاني غير مهم ، فما يحدث في العالم يمكن متابعته في البيت عن طريق الإذاعة ، التلفزيون ، الجرائد والانترنت ، وللوقوف أكثر على موضوع وسائل الاتصال الحديثة يأتي بحثنا هذا محاولين فيه تسليط الضوء على تأثير وسائل الاتصال الحديثة في المجتمع .

1- مفهوم وسائل الاتصال الحديثة :¹

يقصد بوسائل الاتصال الحديثة ، التقنيات الحديثة التي ظهرت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين ، فبعد ظهور وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون والراديو السينما ، الجرائد ، جاءت على الساحة الإعلامية وسائل الاتصال الجديدة كالحاسوب الانترنت ، وسائل التسجيل الرقمية ، تقنيات الاتصال الرقمية العالية الوضوح ، الصحافة الالكترونية ، وسائل الإعلام الاجتماعية الالكترونية (social network media) ، المدونات الالكترونية (les blogs) ، منتديات المحادثة الالكترونية (discussion forms) ، مواقع بث التسجيلات السمعية بصرية مثل : (yontube , my video) وغيرها من التقنيات الاتصالية الحديثة التي لا تكاد تتوقف عن التجدد والتطور ، بصفة مستمرة ومتواصلة ويعد استعمال هذه الوسائل الجديدة بشكل مكثف ، عاملا من عوامل التغيير الاجتماعي الحاصل ، ومن عوامل التأثير والتأثير الثقافيين ، فمستعمل هذه التقنيات لابد أن يتأثر بها وبمضمونها ، كما أنه يؤثر هو بدوره على غيره من الأفراد عبر الاحتكاك وللتفاعل معهم .

2- تاريخ وسائل الاتصال الحديثة :

خلال القرن 19 بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة التي اكتمل نموها خلال النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال الحديثة استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية. فقد أدى التوسع في التصنيع إلى زيادة الطلب على المواد الخام، وكذلك التوسع في فتح اسواق جديدة خارج الحدود، كما برزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية وبالتالي أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لا تلبى التطورات الضخمة التي تشهدها المجتمع الصناعي، وقد ظهرت بذلك محاولات عديدة لاستغلال ظاهرة الكهرباء

¹- ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرتها الاجتماعية والثقافية ، ط1 ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، 2011 ص 68 .

بعد اكتشافها، وظهر العديد من المجتعات الجديدة نتيجة استغلال الطاقة الكهربائية، ففي عام 1824م اكتشف العالم الانجليزي (وليم سترجون) الموجات الكهرومغناطيسية، واستطاع (صامويل مورس) اختراع التلغراف في عام 1937م، وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على (النفط والشرط) وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كامل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن 19م.

وفي عام 1876 استطاع (جراهام بال) أن يخترع التليفون لنقل الصوت الأدمي إلى مسافات بعيدة مستخدماً نفس التكنولوجيا التلغراف، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلاً بمطرقة التلغراف شريحة رفيعة من المعدن تهتز حين تصطدم لها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة التلغراف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى اشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي¹.

وفي عام 1877 اخترع "توماس ادسون" جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني (إيميل برنجر) في عام 1887م من ابتكار (القرص المسطح) استخدام في تسجيل الصوت وبدا تسويق آلة الفونوغراف منذ عام 1890م كوسيلة شعبية جذابة لتقديم الموسيقى في الأماكن العامة، وفي عام 1890م شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية، ثم أصبحت السينما ناطقة في 1928م تمكن الايطالي جويليلمو ماركوني من اختراع اللاسلكي في عام 1896م، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام الأسلاك، وكان الألماني والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919م ثم تبعتها الو م أ في عام 1920.

كذلك بدأ تجارب التلغراف في الو م أ منذ أواخر العشرينات مستفيدة بما يسبقها من دراسات وتجارب علمية في مجالات الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي والاتصالات السلكية واللاسلكية، وفي أول يوليو 1941م بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الو م أ، وفي نهاية عام 1942 بلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكية عشر (10) محطات تجارية.

¹ - حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص43.

واكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في القرن العشرين وخاصة وسائل الاللكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته، وأساليب معيشة الأفراد وعكس تراجع الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الأساسية وقدمت الأفلام السينمائية واقع المجتمع وطموحاته وخيالاته وساعدت الاعلانات في تلبية حاجات الناس من السلع والخدمات، وأصبحت وسائل الاتصال الاللكترونية هي النافذة السحرية التي ترى فيها أنفسنا¹.

وشهد النصف الثاني من القرن العشرين إشكالا لتكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث توازن مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية الرقمية وهي ثورة المعلومات، المتمثلة في انفجار ضخم في المعرفة، وكمية هائلة من المعارف المتعددة الأشكال والتخصصات واللغات، ثورة الاتصال وتتجسد في تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة بدأ بالاتصالات اللاسلكية مروراً بالتلفزيون وانتهاء بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية وثورة الحاسبات الاللكترونية التي امتدت إلى كافة الجوانب المتعددة وقد أطلق على هذه المرحلة تسميات عدة أبرزها، مرحلة الاتصال للوسائط المتعددة، مرحلة التكنولوجيا التفاعلية مرحلة الوسائط المنهجية، ومركزها الأساسية وهي الحاسبات الاللكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الإصطناعي والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية.

3- خصائص وسمات وسائل الاتصال الحديثة²

هناك جملة من الخصائص تتميز بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهي:

- أ- التفاعلية ب- اللامهيريية ج- اللاتزامنية د- قابلية التحرك أو الحركة. و- قابلية التحويل ز- قابلية التوصيل ج- الشبوع والانتشار ط- الكونية.

¹ - محمد الفاتح حمدي، ومسعود بوسعيدية وباسين قرناني تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص06.

² - يسري خالد إبراهيم، وسائل الاعلام الاللكترونية ودورها في الانماء المعرفي، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص 133-134.

4-وظائف وسائل الاتصال الحديثة:

- سنتعرض فيمايلي الوظائف التقليدية الأساسية لوسائل الاتصال والإعلام، والوظائف المستحدثة على مستوى المجتمع أو الجماعة¹.
- أ- الوظيفة الإعلامية أو الإخبارية.
 - ب- وظيفة النشأة الإجتماعية.
 - ج- وظيفة خلق الدوافع.
 - د- وظيفة الحوار والنقاش.
 - هـ- وظيفة التربية والتعليم.
 - و- وظيفة النهوض الثقافي.
 - ز- الوظيفة الترفيهية.
 - ح- وظيفة التكافل.
 - ط- وظيفة تلبية الحاجات التجارية.
 - ي- الاعلام لأجل تحقيق الهوية.
 - ك- الوظيفة النيابة والاعلام.

2- الحاجات والوظائف التي تليها وسائل الاتصال والاعلام للفرد، وهي على النحو التالي²:

- أ- مراقبة البيئة والتماس المعلومات.
- ب- تطوير مفاهيمنا على الذات.
- ج- تسهيل التفاعل الإجتماعي.
- د- بديل للتفاعل الإجتماعي.
- هـ- التحرر العاطفي- في حدود الضوابط الراقية.

¹ - عزام محمد أبو الحمام، الاعلام الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص ص 37-38.
² - فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام، ط3، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، 2007 ص ص 23-24.

و- المساعدة في الهروب من التوتر والاعتراب.

ز- خلق طقوس يومية تمنحنا الاحساس بالنظام والأمان.

5- نماذج عن وسائل الاتصال الحديثة

5-1- التابلت¹:

الجهاز اللوحي أو الحاسوب اللوحي أو ما يعرف بالتابلت (بالانجليزية Tablet): وهو جهاز يكبر الأجهزة الخلوية (بالانجليزية Mobiles) من ناحية الحجم، إضافة إلى أنه أصغر حجما من الحواسيب المحمولة (بالانجليزية: laptops) أو المكتبية (بالانجليزية Desktops) وحدة الادخال الرئيسية فيه هي اللمس عن طريق الشاشات للمسية المخصصة للتعامل مع الاشارات واللمسات من اليد البشرية والأصابع لهذا السبب يفضل الناس هذا النوع من الأجهزة نظرا لأمكانية التفاعل المباشر العالية مع الأجهزة، وسهولة الاستخدام دون الدخول في التعقيدات التكنولوجية القديمة، وهناك بعض الأجهزة اللوحية التي تستخدم القلم كوسيلة للإدخال.

نشأة التابلت:

ظهرت فكرة التابلت لأول مرة في الخمسينات من القرن العشرين إلا أنها كانت محدودة المواصفات والاستخدامات نظرا لعدم توفر التكنولوجيا اللازمة لصناعة أجهزة عالية المواصفات بحجم صغير فقد كانت استخداماتها تقتصر على مهام معينة كالرسم والكتابة في عام 2010 أعلنت شركة أبل (Apple INC) عن اول إصدار من سلسلة أجهزة الايباد (Ipad) ويسمى بـ(Ipad1) وهو أول نوع من أنواع التابلت يحظى باهتمام كبير، وذلك نظرا لموصفاته العالية وحجمه ووزنه الصغيرين، فقد بلغ وزنه تقريبا 0.70 كغم، وفي السنوات الأخيرة تزايد عدد الشركات المنافسة في مجال صناعة أجهزة التابلت تزايد ملحوظا بسبب اهتمام المستخدمين، وإمكانية استبدال أجهزة الكمبيوتر المحمولة بأجهزة التابلت.

الاستخدامات:

¹ - مدونة محمد مروان: ما هو الجهاز اللوحي (تابلت)، www.mawd003-com 26 أكتوبر 2013، تاريخ الزيارة 2017/03/06م.

يستخدم جهاز التابلت في أغراض اعتيادية، كالألعاب البسيطة أو متابعة الأفلام، أو تصفح الانترنت، أو استخدام تقنيات الاتصال، أو تدوين الملاحظات، أو القراءة أو التصوير، إضافة إلى الرسم، وتعديل الصور، أو حتى تعديل الملفات فيديو، وتمت صناعة أجهزة تابلت مخصصة لتحميل الكتب عبر الأنترنت وقراءتها.

المواصفات:

الحجم: يختلف الحجم من تابلت لآخر اعتمادا على الشركة المصنعة والطرز، ولكن تتراوح أحجامه من حجم الكف إلى حجم الذراع.

المعالج: تستخدم في صناعة التابلت معالجات غير تلك التي تستخدم في الحواسيب المكتبية أو الحواسيب المحمولة، بل هي نفسها المعالجات التي تستخدم في الأجهزة الخلوية الحديثة، وذلك لأن معالجات الحواسيب المكتبية أو المحمولة تستهلك طاقة أكبر وتحتاج لحيز أوسع، فنظرا لاستخدامات التابلت المحمولة مقارنة باستخدامات الحواسيب المكتبية والمحمولة، فيتم الاستغناء عن بعض أداء المعالجات لتوفير الطاقة والحيز، والتقليل من الحرارة الناتجة من الاستخدام المستمر.

مساحة الذاكرة: بالنسبة لمساحة ذاكرة التخزين فإن بعض أجهزة التابلت تحتوي على مساحات تخزين ثابتة لا يستطيع المستخدم زيادتها، وأما بعضها الآخر يحتوي على ذاكرة ثابتة والتي تسمى الذاكرة الداخلية (بالانجليزية Internal Memory, Phone Memory) إضافة إلى ذاكرة خارجية اختيارية يتم إدخالها من قبل المستخدم لزيادة مساحة الذاكرة، وتسمى بالذاكرة الخارجية (External Memory) والنوع الأكثر شيوعا لمثل هذه الذاكرة هي ذاكرة الـSD.

نظام التشغيل: يختلف نظام التشغيل المستخدم لتابلت عن تابلت آخر، ويعتمد ذلك على اختيار الشركة والمواصفات التقنية للجهاز معظم أجهزة التابلت تستخدم نظامي تشغيل

الأندرويدو IOS مع وجود أنظمة تشغيل أقل شيوعا في مجال التابلت من نظام تشغيل
WINDOUS

آلات التصوير: قد يحتوي جهاز التابلت على آلة تصوير أو أكثر وتتميز آلات تصوير التابلت عن بخر من حيث الأراء وجودة التصوير وقد توجد آلة التصوير في مقدمة التابلت أو خلفه أو كلاهما معا، فآلة التصوير الأمامية تستخدم لإجراء الاتصالات المرئية أو تصوير الصور الذاتية. وأما الخلفية فهي لالتقاط الصور اليومية الاعتيادية.

الإيجابيات والسلبيات:

تتلخص ايجابيات التابلت بشكل عام فيما يأتي:

- صغر حجمه، وقلة وزنه مقارنة بأجهزة الحاسوب.
- شاشة تعتمد على اللمس.
- كبر مساحة سطح شاشة التابلت مقارنة بشاشات الهاتف المحمول مما يسهل العديد من المهام التي تصعب على الهاتف المحمول.
- مناسب لكافة الفئات العمرية.
- سهولة تحميل التطبيقات واستخدامها.

أما سلبياته:

- أكبر حجما وأثقل وزنا من أجهزة الهاتف النقال.
- قلة عدد المنافذ الداعمة لأجهزة خارجية كالطابعة.
- أدائه أسوأ من أداء أجهزة الحاسوب.
- عدم إمكانية إجراء الاتصالات اللاسلكية بعكس الهاتف المحمول.
- غير قابل للتصوير من قبل المستخدم، كزيادة مساحة ذاكرة الوصول العشوائي أو تقوية المعالج بعكس أجهزة الحاسوب المكتبية.

5-2- الهواتف الذكية " SMART PHONE "

- **الهاتف الذكي¹**: هو جهاز محمول يعمل وفق نظام تشغيل منظور يمزج بين تقديم خدمات الهواتف التقليدية والحواسي الشخصية بطريقة إحترافية تتيح لمستخدميه تلقي المعلومات والتواصل مع الناس وإنجاز المهام المختلفة.
- كما تمكن الهواتف الذكية SMART SHONE المستخدم من تصفح الأنترنت والبريد واستخدام التطبيقات بالإضافة إلى الخدمات الهاتفية المعتادة كالاتصال والرسائل القصيرة والكاميرا وغيرها. كما تتوفر الهواتف الذكية على مزايا ومواصفات وخصائص لا تتوفر في الهواتف الذكية².
- **النشأة³**:
- يعود تاريخ الهواتف الذكية لعام 1992 عندما كشفت شركة أي بي أم (IBM) الستار عن هاتف سايمون Simon، حيث لم يقتصر دوره على تلقي المكالمات بل كان من أدواره وضع الجداول الزمنية، والتوقيت العالمي، ودفتر العناوين، والمذكرة، والبريد الإلكتروني.
- فلم يكن الهاتف الذكي الأول IBM Simon. الذي عرض في Condes في لوس أنجلس- تيفادا، أكثر من مجرد هاتفي متحرك بشاشة لمس وبعض التطبيقات كالمفكرة، والحاسبة، وجهاز نداء آلي، وإمكانية إرسال الفاكسات واستقبالها. أما اسمه الحالي سما تفون، فقد أطلق أول مرة على جهاز أريكسون GS88 عام 1997. وقد ظهر المفهوم الحالي للهواتف الذكية مع إطلاق شراكة الاتصالات الكندية RIM جهاز بلاك بيري مع خدمة البريد الإلكتروني اللاسلكي، وجاءت النقلة النوعية مع طرح أبل أو قلم، وهو هاتف وفر إمكانية تصفح الأنترنت. إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى التي جعلت منه

¹ - موسوعة الجزيرة الهاتف التقليدية الهاتف المطور الهواتف الذكية 2016/05/30، الهاتف الذكي العالم كله بجهاز واحد ، 2017/03/15.

² - مدونة الأكاديمية العربية للتعليم الإلكتروني والتدريب الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية وأهميتها في التعليم، 2013/02/02 www.blog 2017/03/15spot.com

³ - شادية أحمد، علوم وتكنولوجيا، إبريل 2012، آفاق المستقبل www.AL MOSTAKBAL.com

أجهزة عدة في جهاز واحد فقط، وفي عام 2008 أضيفت خدمة متجر التطبيقات الـ .APPSTORE

- وبرغم اختلاف التصميمات والأشكال، فإن التقويم الفعلي للهواتف الذكية يأتي عن طريق نظام التشغيل الخاص بكل جهاز.

- الخصائص:

- يتضمن الهاتف الذكي معالجا خاص للرسوم، ويتيح تشغيل الألعاب الثلاثية الأبعاد،

وذاكرة وصول عشوائي (رام) كافية، ومساحة تخزين ملائمة.

- ويتيح الهاتف الذكي تصفح الوصول الأنترنت بطريقة ذاتية، أي عبر تشغيل خدمة، الوصول الأنترنت من خلال الهاتف.

- كما يدعم العديد من القدرات الاتصال اللاسلكي "واي فاي" التي تتيح لمستخدميه

تصفح الإنترنت، وتقنية "بلوتوث" التي تتيح له التواصل مع هواتف أخرى، ومشاركة الملفات معها، إلى جانب نظام تحديدا لمواقع الجغرافية.

- من أبرز ما يتمتع به السهولة التي يجب أن يتيحها لمستخدمه في التواصل مع الآخرين، ومشاركة ما يشاء معهم عبر خدمات التواصل الاجتماعي.

- إن الهاتف الذكي، قادر على أن يعمل قرئ ككتب، وقادر على تسجيل الفيديو بسرعة عالية، واستعراض الصور بطريقة جذابة.

- كما يتميز الهاتف الذكي بقدرته على مشاركة شاشة مع شاشات أكبر مثل أجهزة التلفاز العالية الوضوح، والحواسب اللوحية.

- لما أصبح الهاتف الذكي يتمتع بإمكانية عمل مزامنة لملفات الوسائط المحفوظة عليه مع حساب المستخدم في خدمات التخزين السحابي.

- يمكن أن تستخدم كاميرا الهاتف الذكي كتلسكوب لرؤية الكواكب والنجوم والمجرات المحيطة بنا.

- يمكن استخدام كاميرا الهاتف الذكي كأداة مساعدة أثناء القيادة، حيث من خلال الكاميرا كشف الطريق، وتحديد السرعة¹.

¹ - آيات حذفى، ابراز استخدامات كاميرا الهواتف الذكية، 2017.

II- الشبكات الاجتماعية

تمهيد:

مما لا شك فيه ان التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط بالعلاقات الإنسانية، فتطور التكنولوجيا الانترنت مثلا اتاح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي يأتي في مقدمتها "الشبكات الاجتماعية" وهي ظاهرة برزت خلال السنوات الأخيرة وتطورت منذ بداية ظهورها لتصبح إلى يومنا هذا الأكثر استخداما.

ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتتنوع مقدمة بذلك عدد هائل من الخدمات التي تتنوع من شبكة إلى أخرى "فايسبوك"، "تويتر" "انستغرام"، "سنا بشات" وغيرها.....

هذا التطور الذي اصبح صيحة تكنولوجية قدمت العديد من الايجابيات للمستخدم، قلبت من جهة أخرى العديد من المفاهيم سيما المتعلقة منها بإثارة عديد القضايا منها موضوع الخصوصية، العزلة الاجتماعية والهوية إلى جانب التأثيرات المحتملة على منظومة العلاقات الاجتماعية، وسنتطرق في هذا الجانب إلى موضوع الشبكات الاجتماعية.

1- مفهوم الشبكات الاجتماعية (Social Networking Sites)

تعرف الشبكات الاجتماعية من الناحية التقنية بأنها استخدام تطبيقات الانترنت للتواصل والاتصال بالغير.

أو هي: المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم انشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات التبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت¹.

كما تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها مواقع أسسها أفراد وتبنتها فيما بعد شركات كبرى تستهدف جميع الأصدقاء والمعارف، والأقارب، وزملاء الدراسة في مكان واحد على الويب والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات، والأخبار، وتكوين صداقات جديدة، وبرؤية اجتماعية خالصة، فإن الشبكات الاجتماعية هي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة ايقاعها وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر بحكم تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة².

وفي تعريف آخر للشبكات الاجتماعية: (Networking Social) معظم الشبكات الموجودة حايا عبارة عن مواقع "ويب" تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني، والفيديو، والتدوين، والتبادل الملفات، ونشرها، وغير ذلك من الخدمات، ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية أحدثت تغيرا كبيرا في كيفية الاتصال والتفاعل بين الأشخاص والمجتمعات، وتبادل المعلومات وهي تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي، وتتقسم تلك الشبكات الاجتماعية بحسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة، وأخرى تجمع أصدقاء العمل، إضافة

¹ - ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم)، غسان يوسف المقادي، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص24.

² - حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج في الصحافة الالكترونية، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، سنة 2013، ص133

الشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهرها "فايسبوك"، "وماي سبيس" و "غوغل" وغير ذلك¹.

2- تاريخ الشبكات الاجتماعية²

يعود تاريخ الشبكات الاجتماعية على الويب إلى عام 1955م، بظهور شبكة زملاء الدراسة المعروفة باسم LASS mates.COM، والتي أسسها راندي كونرادز، ولا زالت قائمة حتى اليوم ويبلغ عدد أعضائها نحو 50 مليون مستخدم في الو.م.أ وكندا، ينتمون إلى نحو 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانة حتى العامة.

وفي عام 1997م أسس الذرو فنريتش في نيويورك شبكة SIX Degrees-COM ليعم خدمات الروابط المباشرة بين المشتركين، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة ارسال الرسائل الخاصة بمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لخدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها وتم اغلاق بعضها وقد حدثت النقلة الكبرى في الشبكات الاجتماعية في عام 2005م بظهور موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير الذي يعتبر من اواعل أو اكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، كما ظهر في نفس العام الموقع الأشهر حاليا فايسبوك والذي تفوق على نظيره عن طريق فتح المجال أمام المستخدمين والمطورين لتكوين التطبيقات الجديدة للموقع، مما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه وتجاوز هذا العدد حاجز 500 مليون مستخدم على مستوى العالم في عام 2010م.

وتمثل هذه الشبكات نمطا جديدا من الاعلام الالكتروني الذي أصبح معروف باسم "اعلام نمط الحياة" كما يمثل موجة جديدة من أنماط الاعلام تعبره عن الخبرة الاعلامية الشخصية ضمن سياق اجتماعي.

¹ - دار بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة انور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسات، ط1، 2015.
² - حسني محمد نصر، المرجع نفسه، ص136.

لقد أصبح "الفايسبوك" على سبيل المثال - لدى البعض إحدى متطلبات الحياة اليومية مثل فنجان القهوة في الصباح، وقراءة جريدة الصباح، ومشاهدة التلفزيون نظرا لما يحققه لهم من أنشطة اجتماعية كثيرة تقربهم من دوائرهم الاجتماعية والعلمية، فمرتادو الشبكات المختلفة والمتعددة لهم مشارب واهتمامات مختلفة، وبعضهم يرى أن هذه الاهتمامات لا تجد لها التغطية الكافية التي تلبي كافة إحتياجاتهم، وكافة المساحات الموضوعية التي يهتمون بها.

3- مكونات الشبكات الاجتماعية:

3-1- مواقع التواصل الإلكتروني:

وهي مواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقعي "ماي سبيس" و "فايسبوك".

3-2- المدونات الإلكترونية: "Blogs"

وهي مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

3-3- الويكي: "wikis"

وهي الصفحات التي ينشأها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجانا) أشهرها موقع "ويكيديبا" وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح¹.

3-4- البود كاستس "Podcasts" أو مواقع البث الإلكتروني:

وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الغاني والأفلام للمشتركين في هذا الموقع او برنامج التنزيل مثل موقع "آبل آي تيوتتر".

3-5- المنتديات الإلكترونية "Forums":

¹ -محمد حسني نصر، مرجع سبق ذكره، ص137.

وهي مواقع توفر مناطق أو فسات الكترونية للتعبير عن مثل منتدى للموسيت ، وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا، لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلا.

3-6- محتوى المجتمعات content communities:

وهي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول الصورة (Flickr)، أو حول رابط كتاب (del-icio- us) أو فيلم فيديو (يوتيوب).

3-7- المايكرو بلوجز: Microblogging

هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث انشاء صفحة بمعلومات الخاصة، وبين ميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة اعلامية خاصة بك، وهذه التحديثات "opdates" تتم إما عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع التوتير خير مثال على ذلك.

4- خصائص الشبكات الاجتماعية:

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الالكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها التالية:

4-1- المشاركة: "Partiei pation"

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الافعال من الاشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.

4-2- الانفتاح: "Openness"

معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الانشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات، وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

4-3- المحادثة: "conversation"

وسائل الاعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعليم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

4-5- الترابط: "Connectedness"

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي اليا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفايسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات¹.

5- نماذج عن بعض الشبكات الاجتماعية:

1.5 تويتر ومميزاته:

مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي وازدياد الاقبال عليها، ظهرت مواقع هدفها تسهيل وتبسيط ذلك التواصل، ليصبح عادة يومية في حياة الفرد وجزءا من نشاطه الاجتماعي اليومي، ومن أبسط وأوسع انتشار لهذه المواقع هو التويتر، والذي لخص بحوالي 140 حرفا في الرسالة.

مفهوم تويتر Twitter:

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدمين بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن موقع تويتر أو عن طريق ارسال رسالة نصية قصيرة SMS. أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك TUIT BUD تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية، أو زيارة ملف

¹ - غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص28.

المستخدم الشخصي. وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الالكتروني، وخلاصة الأحداث¹.RSS.

كما يعرف تويتر بأنه: واسطة إعلامية اجتماعية، ومنصة للتدوين المصغر، تتيح لمستخدميها ارسال وقراءة بيانات محدثة تعرف باسم تويتس يطول 140 حرفا كحد أقصى². ويعرف أيضا: أنه احدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وقد أخذ (تويتر) اسمه مصطلح (تويت) الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكشفا لتفاصيل كثيرة³.

وقد ظهر الموقع في يناير عام 2006 كمشروع تطوير بحيث أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وفي أكتوبر من نفس العام أطلقتها رسميا للمستخدمين بشكل عام. وأخذ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007. سمح للمستخدمين بتقديم التدوينات المصغرة⁴.

مميزات التويتر التقنية:

للتدوين عبر موقع تويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- سهل وسريع: فبمجرد ادخال المستخدم لبريده الالكتروني وتسجيل اسمه واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة به، يصبح مشتركا بالموقع، ويستطيع عندئذ أن يبدأ بتدوين، وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أو من الهاتف المحمول إن كان يدعم تقنية الارسال عن بعد.
- محمول ومتحرك: فموقع تويتر يعتبر من مواقع الشبكات الاجتماعية المحمولة " Mobile Social network sites " ، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين، أو ارسال الرسائل، والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة، ومن أي مكان في العالم.

¹ - خالد عسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، عمان- دار النقاش للنشر والتوزيع، 2013، ص ص 38-41.

² - حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج في الصحافة الالكترونية، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن ، سنة 2013، ص147.

³ Samir ismail، بحث تويتر فوائد وأضراره، 16 أكتوبر 2016 blogspot.com 28 مارس 2016.

⁴ - ابراهيم اسماعيل، الاعلام المعاصر (وسائله مهارته، تأثيراته، أخلاقياته)، الدوحة- قطر، ط1، 2014، ص182.

- مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، يعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول، وهي خاصة مكنت الملايين من تدوين، وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم.

- أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة وسير، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الاصدقاء والمعارف.

- مناسب لتواصل الشخصي: فالتويتر يتيح للمستخدم أن يدون ما يفعله في أي وقت، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي يريد إخبارها للمتهمين به.

- الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر فمن أي مكان يستطيع الشخص أن يراقب الحدث، ويبيدي رأيه فيه فورا، ويرسل تعليقا إلى الملايين في العالم أجمع.

- أسعار مميزة "Unique Body":

يوفر التويتر امكانية تحميل صور خاصة الشعار يميز المستخدم عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية، أو بلغه برمجة مثل HTML أو JAVA، مما يعطي طابعا شخصيا وموثقا مع كل تدوينه.

- ميزة التتبع "FolloWing":

فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن تتبع مدون معين على الموقع لكي يصل إلى المستخدم تدويناته أولا بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعونه بمجرد الضغط على زر التتبع "follow"، ومع الفترة يصبح للمستخدم شبكة معارف ومنتبعون له، تجمع بينهم هموم مشتركة.

كيف يعمل موقع تويتر:

يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر، عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني.

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الانكليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر. قد تطورت حيث أنه في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت، بحيث تفوق تويتر الياباني على تويتر الانكليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، تطورت حيث أنه في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت، بحيث تفوق تويتر اليابان على تويتر الانكليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، وذلك من خلال إضافة الاعلانات إليها، وهذا لم يكن متوفرا باللغة الانكليزية. وذلك من خلال إضافة الاعلانات إليها، وهذا لم يكن متوفرا باللغة الانكليزية. ومن ثم تعددت لغات تويتر حتى وصلت في نهاية عام (2010) إلى سبع لغات.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعا من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، يهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة.

2.5 الهاشتاج في مواقع التواصل الاجتماعي:

تعريف الهاشتاج¹:

انطلق وتردد ذلك المصطلح على الكثير من المواقع وخاصة في سبوك، والتويتر، فالهاشتاج عبارة عن علامة تضاف قبل الكلام والعبارات والتغريدات التي تقوم بها المستخدمين عبر موقع في سبوك وتويتر، ويتم اضافتها قبل الكلام ليعطي لونا غريبا، وتكون تلك العلامة # والتي تجعل الكلام ملحوظا لدى النشطاء.

¹ - رحاب معاذ، ما هو الهاشتاج واهمية وكيفية عمله وخصائصه، 19 يونيو 2016 www.maiudoo3.com 2017/03/26.

مدى أهمية الهاشتاج:

- يعتبر من أهم العوامل التي تساعد على ترتيب، وتنظيم المعلومات للمستخدمين حيث يقوم الهاشتاج على فلترة، وتصفية البيانات، وجعلها من ضمن العناوين التي لها أهمية كبيرة، وأنها تساعد في الكثير للوصول إلى المعلومات بسرعة كبيرة جداً، كما أن موقع تويتر قائم على انطلاق الهاشتاجات لأنها تزيد من عدد المتابعين بسبب إطلاق التغريدات.

- كيفية عمل هاشتاج:

- انتشرت فكرة الهاشتاج على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد على الفايسبوك والتويتر، ويعد وسيلة سهلة للبحث عن المواضيع المقصودة باستخدام الهاشتاج، وذلك من خلال وضعه قبل كلمة البحث، ويعتبر من الروابط سريعة الانتشار والتي تتضمن علاقة بالمشاركين فيها، ويتمثل رمز الهاشتاج بإشارة (#)، والذي يوضع قبل الكلمات المستخدمة لربطها بالمشاركات التي لها علاقة بموضوع ما ضمت هذه الإشارة.

- عمل الهاشتاج في الفايسبوك:

يعتبر الفيسبوك من أكثر المواقع شهرة، فقد حاز على إعجاب ورضا الملايين من مستخدميهم في العالم. وذلك لسهولة استخدامه، والخدمات المميزة التي يقدمها، ومنها خدمة الهاشتاج التي يمكن أن تستخدم في ربط المعلومات ببعضها البعض، بحيث يتم الربط من خلال الهاشتاج بين المنشورات الخاصة بالموضوع نفسه، فاستخدامه يسهل عمليات البحث الجارية عن ذلك الموضوع، وذلك عن طريق الزر الخاص بالبحث إضافة إلى أنه يسهل البحث عن المواضيع المستهدفة بواسطة الهاشتاج أيضاً، وذلك من خلال وضع الرمز # وإصاق الكلمة به، وأما في حالة كتابة أكثر من كلمة في الهاشتاج فيتم وضع الرمز (-) بين الكلمات المستخدمة.

عمل الهاشتاج في التويتر:

يتم عمل الهاشتاج في التويتر بنفس طريقة الفيس بوك، فمن خلال الرجوع إلى أعلى الشاشة في صفحة التويتر يمكن اختيار المربع الأزرق الصغير وتضاف إليها مشاركة جديدة من القائمة، وربطها بالهاشتاج المناسب بالموضوع.

- خطوات لابد من القيام بها الاطلاق الهاشتاج:

من أجل إطلاق الهاشتاج يجب القيام بعدة مراحل، وهي نفس الخطوات التي يتم القيام بها في برنامج الفيس بوك، وبرنامج تويتر، وهي عن طريق:

- القيام بفتح الموقع المراد العمل عليه الهاشتاج سواء أكان في سبوك أو التويتر، والضغط على خانة إطلاق تغريدة، وكتابة رمز الهاشتاج# وبعد ذلك العنوان المطلوب البحث عنه، ومن الممكن الفصل بين الكلمات بتلك العلامة حتى يظهر العنوان، وبذاتية كالاتي# ثم اتباع الكلمات المراد البحث عنها، وبعد القيام بكتابة العنوان، سيقوم بالتغيير من اللون الأسود إلى اللون الأزرق، ومنها يكون المستخدم قد نجح في القيام بإطلاق الهاشتاج.

- فوائد الهاشتاج:

فوائد كثيرة تعود على المستخدمين عند إطلاق الهاشتاج، وهي الطريقة الوحيدة لوصول المنشورات الأكبر عدد من المتابعيين، فهو يقوم على:

- تقارب الأهداف والطموح بين الشباب، وسهل الطرق وعملية البحث في الوصول إلى المعلومات التي يريدها.

- وسيلة فعالة في إثراء المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي مثل في سبوك والتويتر.

- تسهيل عمليات البحث حول المعلومة المطلوبة في التويتر، فيظهر الهاشتاج كإحدى أهم أولويات البحث.

- تلخيص المعلومات اللازمة بخصوص البحث المستهدف، أو المستجدات المستهدفة.

- تصنيف البيانات كلا حسب عناوينها وطبيعتها.
- زيادة عدد المتابعين على الموقع.
- المشاركات والروابط المميزة من خلال الهاشتاج تساعد في تثبيت التغريدات في التويتير.

3.5 الانستغرام "Instagram":

يعتبر الانستغرام برنامج لمشاركة الصور، ويعد من أشهر منافسي تويتير، ومن أهم تطبيقات اندرويد لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو على الانترنت، يعتبر برنامج استغرام بسيط وسهل جدا في الاستخدام، ويتيح إمكانية التقاط صور، أو اختيار صور من الاستديو في الهاتف الشخصي ووضع بعض اللمسات الفنية عليها، من خلال فلاتر استغرام المتاحة والجاهزة¹.

كما يعتبر تطبيق Instagram :

من أشهر تطبيقات الهواتف الذكية والذي يتيح للمستخدمين التقاط الصور، ومشاركتها مع أصدقائهم. من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وشبكة الاستغرام نفسها². وكان تطبيق استغرام قد أطلق في أكتوبر عام 2010، قبل أن نستحوذ عليه الشركة المالكة لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في 12 أبريل عام 2012.

- مميزات استغرام:

- 1- كان تطبيق استغرام يستخدم في بداية إطلاقه الصور فقط، إلا أنه في يونيو 2013 ثم إضافة ميزة تصوير مقاطع فيديو، ومشاركتها عبر التطبيق، من أجل منح المستخدمين المزيد من الخدمات، والخيارات.
- 2- يعتبر التطبيق من افضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء، من خلال نشر التعليقات على الصور، ومقاطع الفيديو أو تسجيل الاعجاب بها.

¹ -مالك اسماعيل، شرح وتطبيق الاستغرام، وتحمله www.Baramhotra.com 2017/03/22.
² - ابراهيم اسماعيل، الاعلام المعاصر (وسائله مهارته، تأثيراته، أخلاقياته)، ط1، الدوحة- قطر، 2014، ص192.

3- يتميز تطبيق أنستغرام أيضا بأنه يمنح للمستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور.

4- يعتمد تطبيق انستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يعجب بصورهم، وستصله تلقائيا كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للإطلاع عليها.

5- يعتبر استغرام التطبيق المثالي لمشاركة الصور، ومقاطع الفيديو لأنه يعمل بكفاءة وفاعلية على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية.

6- يسمح التطبيق للمستخدمين، بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك وتويتر وتمبلر.

7- يتيح استغرام أيضا للمستخدمين تعديل الصور، حيث يحتوي على العديد من الفلاتر، والأدوات التي تسمح بتعديل الصور، وإضافة التأثيرات عليها.

- ويحتوي التطبيق أيضا على أدوات لتعديل الفيديو.

8- يمنح التطبيق للمستخدمين إمكانية التبليغ عن التطبيقات المسيئة عن طريق خيار Flag Comment.

9- يمتلك تطبيق استغرام تصميم فريد ومميز، يضمن سهولة الاستخدام.

10- مجاني 100%.

11- يوفر ميزات إبداء الإعجاب بها من قبل الآخرين، وفي خاصة الإعجاب يبلغ عدد الضغوطات 8500 ضغطة في الثانية.

عيوبه¹:

لا يمتلك التطبيق أي عيوب مرتبطة بكفاءته وفاعليته، وسهولة استخدامه. إلا أن المشكلة الوحيدة التي قد يمكن إبرازها هو تأثير وصوله إلى الأجهزة اللوحية، والهواتف التي تعمل بنظام تشغيل ويندوز 8. حيث أنه استغرق وقت أقل بكثير ليتم إطلاقه على نظامي 05

¹ - دليل المبتدئين لاستخدام www.anayela.com 2015/02/21، 2017/03/26.

وأندرويد، كما أن النسخة التجريبية التي أطلقت لويندوز فون تفتقر للعديد من المميزات والخيارات مثل تصوير مقاطع الفيديو، وتتبيه المستخدمين عن الأشخاص الموجودين في الصور.

- تطبيقات الأستقرام:

1- التسجيل الإعداد: Instagram كان ولازال تطبيقا خاصا بالهواتف الذكية لذا لا بد أن يكون للشخص هاتفا ذكيا، إما أيفون أو أحد هواتف الأندرويد التي تنتهجها سوني و ال جي، وكل من سامسونج وات شتي سي وذلك لإنشاء حساب على الانستقرام.

2- التنبيهات:

التنبيهات في استقرام تضيف قيمة جيدة لتجربة التطبيق، إذ تتيح للمستخدم معرفة من قامو بالتعليق على الصور الخاصة به وبماذا علقوا، ويتيح أيضا للمستخدم معرفة من أشاروا له في تعليق ما ومن أعجبتم الصور الخاصة به، وذلك بشكل منظم وفق ترتيب الأحداث في الأعلى، والأقدم في أسفل الشاشة.

3- الربط مع الشبكات الاجتماعية:

بما أن Instagram:

هو أحد التطبيقات الاجتماعية، ويتم من خلاله مشاركة الصور مع الأصدقاء والمعارف، فإنه من الضروري أن يتيح للمستخدمين نشر صورهم في شبكات اجتماعية أخرى. إذ يمكنهم من مشاركة صورهم التي قاموا برفعها للتطبيق مع اصدقائهم أيضا على الفيسبوك، ومتابعيهم في تويتر و Foursquare, Tumslo, Fhich.

4- إضافة الصور:

المشاركة الصور في استقرام لا بد من النقر على زر الكاميرا الأزرق الموجود في أسفل التطبيق بشريط أزرار التحكم. ثم يتم فتح شاشة النقاط الصور والتي من خلالها يمكن للمستخدم النقاط الصورة التي يود مشاركتها في التطبيق.

5- فلاتر حدود:

بمجرد التقاط أو أخذ الصورة من مكتبة الصور المخزنة على جهاز المستخدم، ستظهر مجموعة من الاختيارات لتحديد أحد 17 فلتر الشهيرة والتي يملكها تطبيق Instagram، حيث تصنيف تأثيرات مختلفة على الصور الخاصة بالمستخدم حسب اختياراته.

6- ميزة Tilt- Shift:

أحد الخيارات المتاحة للمستخدمين في Instagram ، والذي يتيح مزاييد من التعديل على الصور، وإضافة الكثير من التأثيرات، فهذه الميزة تمنح الصورة شيئاً من العمق، ومزيدياً من الجاذبية وإجمالية للصور.

7- نشر ومشاركة:

بمجرد أن تكون الصورة جاهزة للنشر ومشاركتها مع الأصدقاء، لا بد من الضغط على زر "صحيح" الخضراء في الشريط السفلي للتطبيق للحصول على نافذة النشر وتحديد الشبكات الاجتماعية التي يريد المستخدم طرح الصورة بها مع إضافة الهاشتاغ "Hashtags" من أجل نشر الصور الخاصة به، ومشاركتها مع أصدقائه في العالم الافتراضي منها الفاييسبوك، تويتر.

8- متابعة المستخدمين:

لقد أصبح بإمكان الشخص ايجاد مستخدمين من أجل متابعتهم وذلك عن طريق تتابع الصور التي يقومون بمشاركتها سواء كانوا أناساً عاديين أو مشاهير أو شخصيات لديها تأثير في المجتمع، وذلك بالضغط على التبويب "Find Friends".

4.5 مفهوم سناب شات¹:

يعتبر سناب شات تطبيق تراسل لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو، وتم إطلاقه في عام 2011، ويملك تطبيق سناب شات ميزة فريدة من نوعها، وهي إمكانية عرض الصورة

¹ - أحمد عنتر، كل ما تود معرفته عن سنا بشات (2015)، البوابة العربية للأخبار التقنية www.akhbark.net 2017/03/20.

أو مقطع الفيديو لمدة وجيزة قبل أن تختفي للأبد، ورغم أن اللقطة لا تظل متواجدة بشكل دائم، حيث يقوم التطبيق بإخفائها بشكل تلقائي بعد مدة زمنية، إلا أنه بإمكان المستخدم القيام يأخذ لقطة مصورة للشاشة لحفظ ما تم إرساله مليون مستخدم نشط من جميع أنحاء العالم.

• الكلمات المستخدمة في تطبيق سنا بشات:

- يشير هذا المصطلح إلى مستخدمي تطبيق سنا بشات "Snapchatters".
- يشير هذا المصطلح إلى لقطة وهي عبارة عن صورة أو فيديو التقاطه "Snap" عبر سنا بشات. بحيث يمكن إرسال عدة لقطات لعدة مستخدمين والتي لا يمكن رؤيتها إلا من Snapchatters لمستخدمي سنا ب شات "Snap" اللقطة.
- قبل المستلم المحدد ولوقت معين من ثانية إلى عشر ثواني ثم إرساله "Snap" .
- يشير هذا المصطلح إلى قيام المستلم بالرد على لقطة أو مجموعة من Snapch الأصدقاء، وبإمكان المستطيق رؤيتها لعدد "Snap" .
- يشير هذا المصطلح إلى إمكانية إرسال لقطة أو للقصة الخاصة بالمستخدم "Story" بحيث يتم "Snaps" مفتوح خلال 24 ساعة. كما تشير إلى إمكانية إرسال عدة لقطات أو تجميعها لتشكّل قصة واحدة.
- ويشير هذا المصطلح إلى إجمالي عدد اللقطات التي قام المستخدم بإرسالها "Scors" واستقبالها، والتي تظهر بجانب اسم كل مستخدم في قائمة الاتصال الخاصة بالأصدقاء.
- ويشير هذا المصطلح إلى الميزة التي تسمح للمستخدمين بالتواصل فيما "chat" بينهم عن طريق الرسائل الخاصة.
- ويشير هذا المصطلح إلى سمة فرعية موجودة داخل الدردشة تتيح "Here" للمستخدمين القيام بين الفيديو والصوت للأصدقاء بشكل مباشر أثناء لدردشة.
- كيف يعمل سنا ب شات؟

يتميز تطبيق سناب شات من ناحية التصميم، وواجهة الاستخدام بالبساطة الشديدة، حيث تعتبر ما تعرضه الكاميرا الخاصة بالمستخدم هو الشاشة الرئيسية للتطبيق، وقد يواجه المستخدم صعوبة في التنقل ضمن التطبيق.

- يتوجب على المستخدم في البداية القيام بتحميل التطبيق المجاني، وإنشاء حساب مستخدم ضمنه، وبمجرد القيام بذلك يمكن فتح التطبيق والبدء باستعماله، بحيث تظهر في البداية الشاشة الرئيسية والتي تظهر الكاميرا الخاصة بالمستخدم، يتواجد زر الفلاش أعلى الشاشة في الزاوية اليسرى والذي يقوم بالتبديل بين وضعية تشغيل وإطفاء ضوء الفلاش الخاص بالكاميرا، بينما يتواجد زر الكاميرا أعلى الشاشة في الزاوية اليمنى والذي يقوم بالتبديل بين وضعتي الكاميرا الأمامية والخلفية، بينما تعرض المنطقة المركزية من واجهة التطبيق ما يتم رؤيته عبر الكاميرا الخاصة بالمستخدم.

- ويتواجد زر الكاميرا مدور كبير في أسفل منطقة عرض الكاميرا، وهو مخصص لأخذ الصور والفيديو، ويمكن الضغط على زر الكاميرا بشكل مستمر للقيام بتسجيل فيديو مع صوت أو الضغط مرة واحدة " Snaps " باللقطات أو على الزر لأخذ صورة أو اللقطة.

- ويتواجد رمز يحوي ثلاث أسطر في الجهة اليمنى أسفل الشاشة الرئيسية وهو مخصص لعرض عدد اللقطات التي لم يقع المستخدم بمشاهدتها بعد.

- ويتواجد زر خاص بتببيهاات الدردشة في الزاوية اليسرى أسفل الشاشة. وهو مخصص لأرسال الرسائل الخاصة بين الأصدقاء.

إضافة جهات اتصال:

يمكن إضافة جهاز اتصال عبر الضغط على إشعار سنا بشات الموجود في أعلى التطبيق، أو عن طريق التمرير للأسفل ضمن الشاشة الرئيسية لأظهار الشاشة الخاصة بجهات الإتصال.

أخذ لقطة:

يمكن للمستخدم القيام بأخذ اللقطات من ضمن الشاشة الرئيسية للتطبيق عبر الضغط على زر الكاميرا لأخذ صورة، أو الضغط بشكل مطول لأخذ فيديو، وبعد الانتهاء من أخذ اللقطة ستظهر شاشة معاينة تحوي العديد من الخيارات من أجل التخفيض، والتعديل وضبط طول اللقطة وإرسالها.

إرسال قصة:

يمكن إرسال قصة، والتي هي عبارة عن لقطة تستمر بالظهور لمدة 24 ساعة ويمكن إرسالها لجميع الأصدقاء ضمن جهات من ضمن شاشة المعاينة ويمكن لجميع جهات الاتصال مشاهدة اللقطة the story الاتصال عن طريق الضغط على زر لعدد مرات مفتوح ضمن 24 ساعة.

عرض القصص:

يمكن عرض القصص عن طريق النقر على الزر الذي يحمل شكل ثلاث أسطر على الشاشة الرئيسية، ثم ستظهر صفحة القصص، بالإضافة لعرض قائمة جهات الاتصال الخاصة بالمستخدم. كما يتم عرض القصص الحديثة التي لم يشاهدها المستخدم بعد.

عرض النتائج:

يمكن مشاهدة نتائج المستخدم، والتي هي عبارة عن مجموع الدردشات المرسله والمستقبله عن طريق الضغط على سنا بشات ضمن شاشة خلاصة سنا ب شات وسيتم عرض نتائج الدردشات بشكل فردي للدردشات المرسله والمستلمة.

5.5 موقع فيس بوك Facebook:

يعتبر موقع فيس بوك Facebook الذي أسسه مارك زوكر بيرغ " Mark Zuckerberg"، واحدا من اهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

ويعتمد الموقع في ذلك على معطيين أساسيين هما: حجم المشتركين فيه والذي يناهز 24 مليوناً، حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألف يومياً وكذلك على تميزه من الناحية التكنولوجية، والتي يريد أن يجعلها متاحة للجميع.

يمنح الموقع لمستخدميه ستة أنظمة تطبق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له وهي ملف الصور، وملف المذكرات وملف المجموعات، وملف الأحداث، وملف الرسائل¹.
لما تعرف شبكة فيس بوك: بأنها شبكة تأسست عام 2004، وقد اشتق الإسم الأول للشبكة the Facebook من فكرة المطبوعات التي كانت توزعها بعض الكليات على الطلاب القدامى وأعضاء هيئة التدريس لكي يتعرفوا عليهم.
وقد أنشأ زوكر بيرج الشبكة كوسيلة للبقاء على تواصل مع طلاب الجامعة عبر الإنترنت².

ويعرف أيضاً موقع الفيسبوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبر الأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك موقع، أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين³.

مميزات الفيسبوك من الناحية تقنية:

أهم مميزات الفيسبوك هي:

الملف الشخصي "profile":

فعندما يشترك الشخص بالموقع، عليه أن ينشئ الملف شخصياً يحتوي على معلومات الشخصية كما لصور، وغيرها من الأمور المضلة لديه، ولكنها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين.

¹ - عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص218.

² - حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والاخراج في الصحافة الالكترونية)، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2013، ص138.

³ - خالد غسان يوسف المقدادي، ط1، عمان- دار النقاش للنشر والتوزيع، 2013، ص ص 34-35.

إضافة صديق " Add Friend ":

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

إنشاء مجموعة " Groups ":

يستطيع المستخدم من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن ينشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت ام اجتماعية أم رياضية.... إلخ، ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- لوحة الحائط " Wall " :

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- النكزة " Pokes ":

منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- الصور " Photos ":

وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

- الحالة " Status ":

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- التغذية الإخبارية "Neus Fedd" التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي.

- الهدايا "Gifis": ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

- السوق "Marketplace":

وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات ميوبة مجانية.

- إنشاء صفحة خاصة على الموقع " Facebook": يستطيع المستخدم إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون إسم الدومين الخاص بها منتهيا بفي سبوك ويتيح له أن يروج لفكرته أو منتجه أو حزبه أو جريدته¹.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي- مرجع سبق ذكره. ص36

1-ظاهرة السيلفي

تمهيد:

لعل المتتبع للظواهر المرتبطة بانتشار التكنولوجيا، لا يمكن له أن يغفل عن ظاهرة انتشرت بشكل كبير، وأصبحت عنوانا لأحداث اليوم التي يواجهها مستخدموا التكنولوجيا، ولعل أبرز هذه الظواهر (ظاهرة السيلفي)، والتي تعني أن يلتقط الشخص لنفسه صورة في مكان ما، أو وضعية معينة، ووفقا لموقع "ويكيبيديا" فإن الصورة الملتقطة ذاتيا هي صورة شخصية يلتقطها صاحبها لنفسه باستخدام آلة تصوير، أو باستخدام هاتف ذكي مجهز بآلة رقمية، ثم ينشرها على الشبكات الاجتماعية (فايسبوك، تويتر، انستغرام، وغيره....) لأسباب متنوعة، ولا تقتصر هذه الظاهرة على فئة عمرية محددة بل انتشرت لتضم أغلب الفئات العمرية على اختلاف مواقعهم ومراكزهم، فشملت البسطاء، ومشاهير الفن، والأدباء والسياسة.

1- مفاهيم حول "السيلفي"

لعل المنتبغ للظواهر المرتبطة بالتكنولوجيا لا يمكن له أن يغفل عن ظاهرة انتشرت بشكل كبير وأصبحت عنوانا لأحداث اليوم التي يواجهها مستخدمو التكنولوجيا، ولعل إحدى أبرز هذه الظواهر (ظاهرة السيلفي) وسنقدم من خلال الموجز بعضا من مفاهيم السيلفي. وقع اختيار مؤلفي قاموس السفرود الانجليزي على مصطلح "سيلفي" ليكون كلمة العام في 2013 في القواميس، وتعني هذه الكلمة صورة شخصية يتم نشرها على أحد مواقع التواصل الاجتماعي".

وقالت دار نشر القوميس البريطانية على الانترنت أنه تم رصد كلمة "سيلفي" للمرة الأولى في مدونة شخصيته استرالية عام 2002م، وقد ازداد استقدام تلك الكلمة بالمقارنة مع العام الماضي نسبة 17000% يذكران قاموس اكسفورد الانجليزي يعتبر من أكتوبر القواميس شهرة في اللغة الانجليزية.

وقد أعطى قاموس اكسفورد تعريفا للسلفي مفاده " صورة ملتقطة ذاتيا بواسطة هاتف ذكي أو بيكام، وتنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي¹ وفي تعريف آخر للسلفي ث عبارة عن صورة شخصية جدا تظهر بها ردود الفعل على الأحداث المحيطة كالتالي تكون متعلقة بالمزاج والتعبير، أو كرد فعل لرغبة فورية لتبادل الصور، هذه الصور "سلفي" عادة ما تكون صور ذاتية مأخوذة في زوايا معينة لإضافة المبالغة والتركيز على بعض الميزات"². "وتؤخذ سيلفي عادة للمشاركة بها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية مثل: فايسبوكن تويتر، ناي سبيس، جوجل، ضمن أشياء أخرى كثيرة قد تظهر عادية أو للاحتفال بصورة عفوية بحدث معين اعتماد على السبب في أخذ وتبادل الصور"³

¹ - موقع (RT+ اسأل أكثر)، (قسم RT360)، قاموس المسفورديختار كلمة سيلفي بمثابة كلمة العام في 2013، www.arabic.RT+_com تاريخ النشر 19 نوفمبر 2013 GMT 9:42 / تاريخ الزيارة 2017/03/24م.

² - selfie-DE Fenition of SELFIE INENGLISHA.

³ - إيمان الكلاف، (ومن السيلفي ما قيل) مجلة اليمامة، العدد 2447 الرياض (السعودية) تاريخ الصدور 1988، تاريخ الزيارة 22-02-2017.

ويحسب موسوعة "بيكيدا الحرة"

وفي تعريف آخر للسيلفي SELFIT: " الصورة الذاتية" أو "الصورة الملتقطة ذاتيا" وهي عبارة عن صورة شخصية يقوم صاحبها بالالتقاط لنفسه باستخدام آلة التصوير أو باستخدام هاتف ذكي مجهز بكاميرا رقمية، ومن ثم يقوم بنشرها على الشبكات الاجتماعية (فايسبوك، تويتر، انستغرام)، وذلك لاعمالها كصورة رئيسية في ملفه الشخصي أو التسجيل حضوره في مكان معين أو إلى جانب أشخاص معينين أو حتى للتعبير عن حالة نفسية معينة، عادة ما تكون هذه الصورة عبارة عن صور عفوية لا تتسم بأيّة رسمية، ويقوم صاحبها بالالتقاطها عبر الإمساك بآلة تصوير بيده، وتوجيه الكاميرا إليه، أو عبر توجيهها إلى مرآة عاكسة في حال ما إذا لم يتوفر الهاتف الذكي على كاميرا أمامية، ويمكن الاستعانة بعصا السيلفي للحصول على زاوية أوسع، لالتقاط الصور الجماعية مثلا¹.

2- تاريخ ونشأة السيلفي:

على الرغم من الدور الكبير الذي ساهمت فيه الشبكات الاجتماعية في انتشار فن صور السلفي في عصرنا الحالي، إلا أن نشأة هذا النمط من الصور ليس بالحديث، إذ يرجع البعض تاريخ ظهور هذا النوع من الصور إلى زمن قديم نسبيا. إذا اختلفت الآراء حول تفسير ظهور الصورة الذاتية أو "السيلفي" وسنتطرق بالتفصيل إلى الترتيب التاريخي لظاهرة السيلفي.

يرجع البعض تاريخ ظهور هذا النوع من الصور إلى زمن قديم نسبيا وبالتحديد في عام 1839م من طرف الكيميائي والصيدلي الهولندي "روبرت كور نيلبوس" المهاجر إلى ولاية فيلا ديلفيا الأمريكية والذي كان يعشق التصوير، وكان الكيميائي الهولندي المهاجر إلى فيلايلفيا يعشق التصوير، وصور كورنيلبوس نفسه عبر كاميرات والده، إذ وضع بروازا اصطناعيا ووقف فيه دقيقة كاملة، ومن ثم أزال الغطاء عن العدسة ليتم التصوير وبذلك

¹ - موسوعة ويكيدا الحرة.

يبدو أن " كور نيلبوس " كان أول من قام بتصوير نفسه في التاريخ¹ عبر تقنية السيلفي حسبما ذكرته مكتبه الكونغراس الأمريكية " ماشابل " فمع اختراع الكاميرا في القرن الثامن عشر، ظلت اللوحات المرسومة ذات شعبية كبيرة، ولكن أول صورة سيلفي تم توثيقها، وهي ما عرفت بالصورة الفوتوغرافية الذاتية تم أخذها من قبل هذا الشخص الهولندي، إذ يعود تاريخها إلى القرن التاسع عشر ميلادي، فقد كان الأشخاص يلتقطون صوراً خاصة لهم مستخدمين عدداً من المرايا العاكسة².

ويعتبر "روبرت كورنيلبوس" أحد رواد التصوير الفوتوغرافي، والكيميائي الهولندي الذي هاجر إلى ولاية فيلاديلفيا الأمريكية، وهو صاحب أول صورة "selfif" التقطها باستخدام الواح قصيبة خارج متجر عائلته عام 1839م وهذه أول صورة لأنسان في تاريخ الفوتوغرافية".

وعلى غرار بعض الرويات التي قالت هذا النوع من التصوير بالهولندي روبرت كورنيلبوس، ظهرت روايات أخرى أرجعت تاريخ السيلفي إلى عام 1850م من قبل المصور السويدي أوسكار إيلاندر، إذ يذكر موقع "الكومبس" السويدي أن أول صورة ذاتية (سيلفي) في العالم مأخوذة من قبل المصور السويدي أوسكار إيلاندر، واشتهر هذا الأخير سلسلة صور (وجهاً للحياة) التي أخذت قيمتها من شراء الملكة فيكتوريا نسخة منها وإعطاءها للاميراليرت، وفي الزمن الحالي فكر مالك الألبوم أن يبيع هذه الصور بـ 1100 كرون سويدي دون أن تكون دراية حقيقية بالصور التي بيعت لاحقاً بمبلغ 800 ألف كرون سويدي³.

¹ - عن صحيفة العربي الجديد (قسم ميديا) "أقدم صورة سيلفي في التاريخ"، تاريخ النشر 09 نوفمبر 2014م/ تاريخ الزيارة 2017/02/13

WWW.ALAVABY.CO.UK

² - عن جريدة الاتحاد نت، (قسم منوعات) ' روبرت كورنيلبوس أول سيلفي في التاريخ' نورس حمدان، الامارات.

WWW.ALITTIHDA

³ - ياسمين حناوي، مجلة التأمين الصحي التعاوني - مجلس الضمان الصحي التعاوني (قسم لايف ستايل، العدد 4/ المجلد 7، WWW.CHI-

gov-sg جمادي الآخرة 1436هـ/ تاريخ الزيارة 2017/02/15م.

وتعود صورة السيلفي هذه إلى عام 1850 أي منذ 164 عاما على انتشارها إذ تم العثور عليها في مجلد يضم 70 صورة التقطها المصور السويدي ريلاندر¹.

وعن حياة المصور ريلاندر أفادت الصحيفة أنه بدأ حياته الفتية كرسام قبل أن يعمل مصور ما قاده إلى طباعة الصور التي رسمها ووضعها في مجلدات أبرزت إنتاجاته الفنية السابقة لعصره.

ووفقا لصحيفة "الدابلي ميل" البريطانية فإن الصور السيلفي تعود إلى عام 1850 أي قبل 163 عاما من وقت انتشارها سبقت بكثير الموضة الجنوبية التي اجتاحت التكنولوجيا في الوقت الحالي بنحو 200 عام.

وتم اكتشاف الصورة النادرة هذه في مجلد يحوي نحو 70 صورة التقطها المصور السويدي أوسكار ايلاندر².

في حين يرجع البعض تاريخ ظهور السيلفي إلى عام 1926، حيث التقطت صورة بالأبيض والأسود، من طرف زوجين بريطانيين يمسكان بأداة مثل عصا السيلفي ويصوران نفسيهما في شارع فارو يشكاير" حيث كان يعيشان بعد عام واحد فقط من الزواج.

الصورة عثر عليها في البوم عائلة hoggs الحفيد "الان كليفر" من كمبريا في إنجلترا وقال أنها تخص جده الذي كان عزف بيانو في الأفلام الصامتة وقال آلان " لقد كانت هذه الصورة دائما المفضلة للأسرة".

وأضاف آلان أنه كان ينتمي لو أن جده سجل براءة استخدام هذه الطريقة في التصوير باسمه لكان وقتها قد حقق ثروة طائلة إلا أنه اعرب عن سعادته لكون الصورة انتشرت عالميا الأمر الذي سيسعد جده بالتأكيد لو أنه كان على قيد الحياة.

¹ - عن مجلة فن التصوير "صور سيلفي selfie للمصور البريطاني ريلاندر، www.foto.astbook.com، الثلاثاء فبراير 2017، تاريخ الزيارة 2017/02/18.

² - عن مجلة سيدني (الأسرة والمجتمع)، أقدم صورة سيلفي تعود لعام 1850 وحياتها سويدي، جدة.

- ولا يزال الآن حتى الآن لا يعرف كيف استطاع جده تركيب الكاميرا على العصا بهذا الشكل والتقاط هذه الصورة الفريدة، لأنها الصورة الوحيدة من هذا النوع التي تملكها العائلة.
- وفي حين يعتقد الكثيرون أن هذا الاختراع حديث، فقد أثبتت هذه الصورة القديمة أن عصر السيلفي يعود إلى عام 1926 م¹.
- وستنطلق إلى الترتيب التاريخي لظهور السيلفي من الأقدم إلى الأحدث:²
- 1-التقط المصور الأمريكي "روبرت كورنيلوس" صورة لنفسه، ويعتقد أنها أول سيلفي في التاريخ، ويعود إلى عام 1839.
 - 2-سيدة غير معروفة تلتقط صورة سيلفي بكاميرا "كوداك برواني" حوالي عام 1900 أثناء العهد الادواردي البريطاني.
 - 3-المصور الأمريكي "جوزيف بايرون" مؤسس ستوديو "بايرون" في نيويورك يلتقط صورة لنفسه عام 1909م.
 - 4-الدوقة "ناستسيا" من روسيا في 1914م.
 - 5-المخرج الأمريكي "كوبريك ستانلي" يلتقط صورة لنفسه عام 1949م.
 - 6-وزير الخارجية الأمريكي الأسبق "كولين باول" يلتقط صورة لنفسه في خمسينات القرن الماضي.
 - 7-الصحفي والكاتب الأمريكي "هانتر كومبسون" في الطريق لتيخوانا في ستينات القرن الماضي.
 - 8-المصور الوثائقي توني راني جونز أم يلتقط صورة لنفسه عام 1965م.
 - 9-رائد الفضاء الأمريكي "باز الدريت" في مهمة "gemini 12" عام 1966م وهي أول صورة "سيلفي" في الفضاء.

¹ - عن موقع RT+ "ذي غرديان البريطانية"، "القصة وراء أول صورة في التاريخ من عام 1926"، تاريخ النشر، 25 ديسمبر 2014/11:22، تاريخ الزيارة: 2017/03/28، 11:10.

² - بوابة الفجر الالكترونية www.elragv.org السبت 12 مارس 2016م تاريخ الزيارة 2014/02/21/12:40.

10- المصور الصحفي الأمريكي "يتري فينشر" يلتقط صورة سيلفي بعدسة Fish eye مثبتة في ساعة عام 1996.

11- الشاعر "الين جينسبيرغ" عام 1985.

3- أنواع السيلفي¹

أعطت ثقافة الصورة الشخصية "سيلفي" بعدا جديدا لطريقة عرض نفسك على الانترنت ضمن مجموعة أصدقاء في لقطة سيلفي واحدة ألى لقطة سيلفي مع صديق وبالطبع هناك سيلفي مع المرأة.... الخ، كل هذه الصور اليوم أصبحت تعرف باسم "سيلفي" وأصبحت تعرف باسم "سيلفي" وأصبح من المقبول جدا إن تبادل الأصدقاء والمعارف صور السيلفي الخاصة بهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفيما يلي سنعرض أهم أنواع السيلفي.

3-1- سيلفي Couple:

الشخص الذي يجب التقاط صورة سيلفي مع شريك حياته، هو اعلان صريح عن الحب، وبالمناسبة هناك صورة، سيلفي (relatio ship) وهي كلمة تستخدم لوصف علاقة لم تتطور إلى علاقة مثبتة.

3-2- سيلفي Friend:

الشخص الذي يحب أخذ صور سيلفي مع صديقه العزيز في مواقع وإحداث وأماكن متنوعة وغريبة، هو شخص اجتماعي ويجب مشاركة اللحظات الهامة في حياته مع شخص يثق به ويحترمه.

3-3- سيلفي Make VP:

هذا السيلفي خاص بالبنات فقط إلا إذا كانت تتمتع بالظهور كفتاة، سيلفي الماكياج يعني فتاة تحب شكلها الخارجي وواثقة من نفسها.

¹ - "ما هي أنواع السيلفي، وماذا تقول صورتك عنه"، البوابة صحتك وجمالك بتاريخ 25 نوفمبر 2014. www.AL.BAWABA.COM تاريخ الزيارة 2017/02/22.

3-4-سيلفي BELFIE:

بدأت كيم كارديشانت وغيرها من النساء الشهيرات بموجة جديدة من صور السيلفي التي يستعرض بها صور هنا.

3-5-سيلفي BADASS:

إذا كنت تميل لأخذ صور شخصية مع سلاسل ذهنية، وقبعات بيسبول وملابس سوداء كالمطربين السود، فأنت إما مغني، أو تحاول أن تظهر بشكل الفتى اللعوب والمحبوب.

3-6-سيلفي Braggie :

إذا كنت تحب التقاط آخر صورك أثناء قضاء اجازة على يخت فخم أو فندق فاخر لإثارة حسد وغيره أصدقاءك، فأنت شخص يحب التباهي والتفاخر، وتحب الحياة الرغدة، وتحب أن تعمل ضجة حول أي نشاط تقوم به.

3-7-سيلفي Fittered:

إذا كنت تستعمل الكثير من الفلترات أثناء التقاط "السيلفي" لتبدو أجمل وأصغر سنا أو أكثر جاذبية فأنت تعيش كذبة حقيقية، ولا تشعر بالأمان والثقة بالنفس.

3-8-سيلفي Goofy :

إذا كنت تلتقط صور شخصية، وانت تقوم بأمر مضحكة أو تقع في مواقف مضحكة، فأنت لديك إحساس دعابة ساخر تحب أن تضحك الآخرين.

3-9-سيلفي USIF:

إذا كنت تحب التقاط صور مجموعة من الناس، فأنت تحب التواجد مع الأصدقاء والزملاء والاستمتاع معهم.

3-10-10 سيلفي GYM :

محبو الرياضة الذين يأخذون صوراً شخصية في الصالات الرياضية لتحديث الأصدقاء عن مدى تقدمهم في بناء العضلات، والهدف منها هو جعل الفتيات يشعرن بالانجذاب.

3-11-11 سيلفي Head less :

وجهي لا يبدو جميلاً اليوم لذلك انظر إلى جسدي الرهيب، إشارة على أنك تعاني من مشكلة مؤقتة في الثقة في النفس.

3-12-12 سيلفي Ton

: gue

أو سيلفي اللسان هو باختصار استنساخ لحالة غباء ومرح ووقاحة المغنية المشاكسة "مايلي سايروس".

4- تطبيقات السيلفي

مع تزايد هوس الناس بالسيلفي ابتكرت شركات مختلفة كاميرات مخصصة للسيلفي، والآن تنتشر التطبيقات التي تعمل على تحسين صورة السيلفي، إذ عند تصفحك لموقع التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك أو تويتر أو انستغرام ستجد الملايين من صور السيلفي فشعبيتها تزداد بصورة غير مسبوقة خاصة بين محبي التقاط وتصوير كل لحظة من حياتهم، حتى وإن كانوا ليسوا من محترفي التطوير وقد استخدم مطور التطبيقات هذه الشعبية المتزايدة لصورة السيلفي في إنتاج بعض التطبيقات الرائعة التي تجعل التقاط صور السيلفي أكثر متعة، وقد اخترنا بعض التطبيقات التي باتت ضرورية للاستخدام بشكل يومي:¹

¹ - يحي أبو سالم " افضل 13 تطبيق " سيلفي على الاجهزة الذكية" جريدة الاتحاد www.al-itihead.com، دبي الامارات، الاثنين 1 سبتمبر 2014 تاريخ الزيارة 22 فيفري 2017.

4-1-الانستغرام:

هو التطبيق الأشهر حاليا في عالم الصور فيمكنك من خلاله النقاط افضل صور السيلفي بسهولة ومشاركتها مع الاصدقاء مباشرة، فهو التطبيق الأفضل والأشهر في عالم الصور.

4-2-تطبيق FRONT BACK:

هو من التطبيقات المختلفة والمميزة في عالم التصوير على الأندرويد، حيث أنه من خلال هذا التطبيق يمكن للفرد تصوير صورة مزدوجة أي الكاميرا الأمامية والخلفية أيضا في نفس الوقت. ويمكن مشاركة الصورة الخاصة بها أيضا مع الأصدقاء بسهولة من خلال التطبيق.

4-3-تطبيق Retica:

هو أحد التطبيقات الأخرى المميزة في عالم التصوير حيث يمكن للفرد أن يقوم بالنقاط صور وكأنها التقطت في العصور الوسطى، حيث تكون الصورة تبدو كالقديمة وهذا من خلال التأثير الشهير vintage، على جانب آخر فأحد مميزات هذا التطبيق في التطبيقات الأخرى هو امكانية إضافة التأثير أثناء التصوير بحيث يمكن مشاهدة ما الذي تتكون عليه الصورة، حيث يضاف التأثير بشكل مباشر على الصورة أثناء التصوير وبذلك يمكن للشخص اختيار ما يريد وتهيتها كما يريد تماما.

وهذه خاصية مميزة يمكن الاستفادة منها، كما أن التطبيق لا يحتوي على تأثير واحد بل على عدة تأثيرات.

4-4-تطبيق Candy Camera :

هو تطبيق تصوير آخر ينتج امكانية تصوير صور سيلفي رائعة ومميزة جدا. فيمكن للشخص اختيار الفلتر الذي من حيث التأثير بشكل مباشر أثناء التصوير ويمكن تعديله بعد التصوير أيضا مما يجعل التطبيق مميذا جدا.

4-5- تطبيق Bright Camera :

هو تطبيق تصوير للاندرويد متميزا جدا حيث يمكن للشخص من خلاله التقاط أفضل صورة سيلفي بكل سهو حيث أن التطبيق يمتلك خاصية جعل صورة سيلفي أفضل عند التقاطها، وأيضا يسمح باستخدام التأثيرات والفلاتر بعد التقاط الصورة للتعديل عليها لتصبح أفضل.

4-6- تطبيق Funimate:

مع هذا التطبيق يمكن التصوير بالكاميرا الأمامية والخلفية في وقت واحد، حيث يسمح بتقسيم الصورة إلى جزئين احدهما للكاميرا الأمامية خاصة بالسيلفي والآخر مخصص للكاميرا الخلفية. مع امكانية اضافة هاشتاج أو موقع للصورة لسهولة الوصول إليها.

4-7- STLFIT Cam :

يعتبر من التطبيقات الاحترافية لالتقاط صور سيلفي حيث يوفر امكانية تحرير الصور، وإضافة الاطارات والملصقات على الصور لما يحتوي على ميزة التقاط الصور تلقائيا عند الابتسام للكاميرا.

4-8- تطبيق Moment Cam:

احتل التطبيق المراتب المتقدمة فور نزوله على كل المتاجر، فهو تطبيق متميز يحول الصور الملتقطة من كاميرا الهاتف بكل حرفية إلى صور كرتون، يحتوي على عديد من الصور الجاهزة التي يمكن استخدامها وتختار منها ما يناسب الصور الخاصة بالشخص.

4-9- تطبيق Eye Em :

مشابه لتطبيق "انستغرام"، ولكنه يشمل عددا من المميزات الخاصة مثل الحاق أسماء الاشخاص تلقائيا على الصور التي يتم رفعها، ويحتوي أيضا على امكانية اعادة التحكم بالتنقل على الصورة قبل مشاركتها على السوشال ميديا.

4-10- تطبيق VSCO Cam :

يحتوي على الفلاتر والمؤشرات التي لا تفسد جودة أي صورة حيث يسمح بالالتقاط وتحرير الصور بواسطة مجموعة متنوعة من الأدوات الجيدة والدقيقة في التحرير، كما يشمل الاساسيات مثل القص والتدوير وكذلك رؤية الصورة قبل وبعد.

4-11- تطبيق Dubble:

هو تطبيق لهواتف "ايفون" فقط، ما يميزه عن باقي التطبيقات أنه يقوم بجمع الصور وخطها سويا، واخراج صور مزدوجة رقمية، قد يكون معقدا بعض الشيء في البداية، ولكن بمرور الوقت يصبح سهلا إذا تم استخدام مساعدة التطبيق.

4-12- تطبيق Krop Circle:

يتمتع هذا التطبيق بمجموعة ضخمة من الاطارات التي بواسطتها يستطيع الشخص صنع صور شخصية جيدة، ومن ثم يقوم بنشرها على "انستغرام" أو "فايسبوك" فيما بعد.

4-13- تطبيق Lop Cam:

يسمح للمستخدمين بالنقاط نوع جديد من الصور الذاتية والعادية، وهي الصور المتحركة، ثم اضافة مجموعة جديدة من مرشحات ملصقات الوجه مؤخرا، ويعمل مع هواتف الايفون فقط.

4-14- SELFIEX: يقوم التطبيق بمساعدة المستخدم على التقاط صور "السيلفي"

بالاعتماد على الكاميرا الخلفية من دون الحاجة لإلقاء أي نظرة على الشاشة، كما يساعد بتوجيه المستخدم إلى الزاوية المناسبة من أجل التقاط الصورة عبر اخباره صوتيا بإزاحة الهاتف إلى اليمين واليسار، وعند وصول المستخدم إلى الزاوية الصحيحة يقوم بالتقاط الصورة بشكل تلقائي، بعد ذلك يمنع التطبيق خاصة التعديل على الصورة وضبط ألوانها، ومجموعة من الأمور التحريرية، ومن ثمة يتم حفظها ومشاركتها على الشبكات الاجتماعية¹.

¹ - المصدر تك اخر اخبار التقنية من أفضل المواقع، ما هو تطبيق سيلفي؟ وأفضل برامج تصوير صورة سيلفي. www.alMasdar.tech. 13 جويلية 2014م/ تاريخ زيارة الموقع 2017/03/13م.

و هناك تطبيقات أخرى¹:

4-15- تطبيق Selfshot:

يوجد على متجر "أبل ستور" الذي يتميز بإمكانية التقاط "السيلفي" في الظلام عبر اعتماده على الضوء الصادر من الشاشة، ومن أهم مميزاته هو التقاط صور السيلفي من الكاميرا الأمامية بشكل واضح بالظلام، واستخدامه كمرآة بالإضافة إلى سهولة استخدامه وسرعته.

4-16- تطبيق Fiver Face:

يحول صور "السيلفي" إلى لوحات فنية تبدو أنها مرسومة بريشة فنان محترف. هذا التطبيق مجاني، ويعمل من خلال التقاط الصور عبر اختيار نمط معين يجعل الصورة الشخصية لوحة فنية مميزة، فإما أن تصبح صور كاريكاتورية أو جعلها باللون الأسود والأبيض.

4-17- تطبيق Selfie StUdi:

هو تطبيق مخصص لمحبي السيلفي ويستخدم الكاميرا الأمامية فقط لذا يجب أن توحد في الهاتف الكاميرا الأمامية، ويتيح هذا التطبيق المستخدمين تغيير درجة سطوع الوجه بألوان يقوم باختيارها بنفسه كما يحتوي على ميزات رائعة مثل اللقطة الصامتة، هو تطبيق مجاني بتوفيق مع 2-3 ANDROID.

4-18- تطبيق Skinee Pisc:

هذا التطبيق ابتكر خصيصا لصور "السيلفي" حيث يظهر الأشخاص بوزن أقل من الحقيقي، فبنقرة واحدة يصغر الوجه فيبدو أقل وزنا، فضلا عن إمكانية تغيير اللون، وإضافة بعض المؤثرات الخاصة.

¹ - رايبلزتك www.rebels.tech.com (قسم التطبيقات)، كتبتها رايبلزتك "5 تطبيقات اندرويد لالتقاط صور السيلفي الاحترافية" بتاريخ 26 جوان 2015م/ تاريخ زيارة الموقع 2017/03/02.

4-19. تطبيق AVIARY:

على الرغم من قدم هذا التطبيق، إلا أنه تم تحديثه وإضافة اداة خاصة بصور "السيلفي" التي تتيح تطبيق الوجه وتبيضه ويتوفر هذا التطبيق بشكل مجاني في الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية العاملة بنظامي "ANPROID" و "IOS".

5- سلبيات وإيجابيات السيلفي:

بالرغم من الابداعات التكنولوجية، وفنية الصور بعفوية وبالرغم من انتشارها بشكل كبير في المجتمع العربي، لاسيما بعد ابتكار عصا السيلفي التي تتح لنا التقاط الصور بطريقة أسهل، إلا أنها تحمل العديد من المخاطر الاجتماعية التي يمكن ايجازها كالتالي:

لهذا النوع من الصور الأثر الكبير على شخصية ملتقطها حيث أنها تصيبه بالاكنتاب نتيجة عدم الرضا خصوص أنها قريبة وتكشف تفاصيل الوجه، مما يؤدي إلى حالة من الاضطرابات النفسية التي تنعكس على سلوك الفرد في المجتمع وتجعله أسيرا لها.

فهي تجعل الشخص أنانيا وعاشقا لذاته دون التفكير بمن حوله، كما أنها فقدت الذكريات قيمتها، حيث أنها هنا الملتقط السيلفي، عدا عن أثرها في تسبب الكثير من حوادث السير، لاسيما في دولة الامارات العربية التي سجلت أزيد من 8145 مخالفة مرورية للسبب نفسه، ويضاف إلى ما تقدم امكانية انتقال الأمراض كالبكتريا، والقمل، نتيجة الاقتراب وعدم ترك مسافة كافية حتى يبين الاشخاص الغرباء، لاسيما عند الأطفال، أو عند التقاطها بجانب الحيوانات الأليفة، وفي أيام الصيف التي ترتفع فيها نسبة التعرق في جسم الانسان.

فالبرغم من استخدامها كدليل لمواكبة عصر ومتطلبات مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنها قد تبعدك عنك الكثير من الاصدقاء في هذه الشبكات في حالة المبالغة بالالتقاطها حيث أن صاحب الاستخدام المكثف لها ينعت بالتافه والفارغ، بالاضافة إلى أن بعض الصور التي نلتقطها بطريقة عفوية قد تبعد عنا الأصدقاء، ووفقا لما أورده دراسة حديثة مفصلة الصور التي يجب الابتعاد عن نشرها في الشبكات الاجتماعية والتي تتمثل في كل من: "صالات

الألعاب الرياضية، داخل المستشفيات، أثناء العيادة، داخل غرف غير مرتبة، بعد الاستيقاظ من النوم، أو الادعاء به الأطفال، بعد الانتهاء من تصفيف أو حلاقة الشعر، أبراز مفاتن الجسد، استخدام المرآة لانقائها، الصور مع الحيوانات الأليفة¹.
ومن ايجابيات السيلفي² أنها موضة تواكب التطور التكنولوجي، وكذا تمكن من مشاركة الكثير من المنعزلين والذين يشعرون بالوحدة بمشاعرهم وصورهم مع الآخرين، وقد يساهم السيلفي بتحسين فكرة الشخص عن شكله ومظهره ويشعر بمزيد من الرضى النفسي وحب الذات بشرط ألا يتحول الأمر إلى أذهان .

¹ - ميشال الي راشد، قد لا تصدق.....مخاطر سمعتها للمرة الأولى عن ضوء السيلفي، المتاح في الموقع الالكتروني www.t3Me.COM.

بتاريخ 2015/02/19. تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/27م/ 10:54.

² - موقع صحتي (السيلفي موضة أم مرض نفسي) www.SOHATI.COM

تمهيد:

لقد دخل عالمنا منذ عقدين من الزمن عملية التحول الهيكلي، وبرزت هذه العملية المتعددة الأبعاد من خلال ظهور نماذج تكنولوجية جديدة تتخذ من المعلومات وتكنولوجيا الاتصال قاعدة لها، وفي الوقت الذي يصنع فيه المجتمع التكنولوجيا وفقا لاحتياجاته الأساسية وتلبية لرغبات مستخدمي هذه التكنولوجيا تعتبر هذه الأخيرة حساسة جدا نظرا لتأثيراتها المحتملة على الفرد والمجتمع.

وأمام التطورات السريعة لتكنولوجيا الانترنت فتح المجال أمام العديد من المفاهيم والمصطلحات الجديدة التي يتقدمها مفهوم المجتمع الافتراضي الذي يحاكي المجتمع الطبيعي، في العلاقات الاجتماعية المتفاعلة في فضاءه وفي الجماعات الاجتماعية وغيرها، وبالرغم من الفوارق التي تظهر جلية بين الاثنين، إلا أن المجتمع الافتراضي استطاع مع الجيل الثاني للانترنت وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية أن يجعل الفرد يندمج فيه أكثر. ومع انتشار ما يعرف بالعلاقات الافتراضية اجتدم الجدل بين اتجاهين احدهما يعتقد بأن العلاقات الافتراضية من شأنها تعزيز العلاقات الكلاسيكية والحفاظ عليها، في حين ظهر اتجاه ينادي بضرورة أخذ الحيطة والحذر من مفرزات الاعتماد الكبير على هذه العلاقات في المجتمع نظرا لتأثيراتها السلبية على العلاقات الكلاسيكية وهو ما سنتناقشه في هذا الفصل¹.

¹ - الصادق رايح، (2008) التكنولوجيات الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية الشارقة، الامارات العربية المتحدة، شؤون اجتماعية، العدد 99.

II- العلاقات الإجتماعية

1- ماهية العلاقات الاجتماعية:

تنشأ الحياة الاجتماعية نتيجة للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد، فتقابل عدد من الأفراد ولها لوجه يبدأ الاتصال والتفاعل فيما بينهم، وعن طريق هذا التفاعل تنشأ العلاقات الانسانية والاجتماعية. فالعلاقات الاجتماعية هي ذلك الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين، واضعا كلا من همت في اعتباره سلوك الآخر بحيث يتوجب سلوكه على هذا الأساس، وعلى ذلك تشمل العلاقات الاجتماعية امكانية تحديد سلوك الأفراد بطرق خاصة فمحتوى كل علاقة اجتماعية يختلف على اساس الصراع أو العداوة أو التجاذب أو الصداقة أو الشهرة¹.

فمن خلال التعريف نخلص إلى أن العلاقات الاجتماعية، تقوم على التفاعل بين فردين فأكثر، تنشأ بينهما علاقات مؤقتة والتي يطلق عليهما بالعمليات الاجتماعية والتي تتمثل في الصراع والتعاون.... إلخ، وحينما تستقر هذه التفاعلات وتدمج تتحول إلى علاقات اجتماعية، فيمكن أن تطلق على العلاقات المؤقتة بأنها علاقات اجتماعية في مرحلة التكوين فإذا استقرت وتبلورت، وأخذت شكلا محددًا تحولت إلى علاقات اجتماعية².

2- أنواع العلاقات الاجتماعية³:

وضعت تصنيفات محددة للعلاقات الاجتماعية، وترجع كثرة التطبيقات وتعددتها إلى اختلاف الأسس والمعايير التي يتخذها العلماء أساسا للتصنيف فمنهم من يصنف العلاقات وفقا لأشكال، وطبقة المجتمعات ومنهم من يتخذ أسس أخرى لتصنيف تتصل بطبيعة العلاقات الاجتماعية ذاتها مثل نشأة العلاقات، وعموميتها واستمرارها.

¹ - غريب سيداحمد: المدخل إلى علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 2002، ص212.

² - حسين عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات الانسانية في مجالات علم النفس علم الاجتماع، الكتب الجامعي الحديث، مصر، ط، 1، 1997، ص ص 6-7.

³ - عبد الرحمن محمد عيسوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 1995، ص 409.

وسنتعرض فيما يأتي أهم الأنواع التي حددها العلماء:

1-2- العلاقات الأولية والثانوية:

حاول بعض العلماء تصنيف العلاقات وفقا لنوع الاتصال والتفاعل بين الأفراد، نذكر منبين هؤلاء العلماء الأمريكي تشا الزكولي الذي ألف كتاب عن التنظيم الاجتماعي ميز فيه بين نوعين من العلاقة هما: العلاقات الأولية والثانوية:

أ-العلاقة الأولية: هي كما يعرفها كولي علاقة الوجه للوجه، وبعبارة أخرى هي علاقة مباشرة تنشأ عن طريق الاتصال بين عدد محدد من الأفراد تتسع بالعمق والخصوصية، والكلية. فضلا عن أنها تعتبر غاية في ذاتها بمعنى أنها لا تكون وسيلة لتحقيق منفعة مادية أو مصلحة خاصة.

ب-العلاقة الثانوية: هي علاقة غير مباشرة . تتحكم فيها القواعد الموضوعية والنظم القائمة في الجماعة تتصف بالسطحية والعمومية والنفعية والجزئية.

ج-العلاقات الأفقية والرأسية: لما كان بناء الجماعة يشمل على مراكز متدرجة، فإن طرق الاتصال وأنماط التفاعل، وأشكال العلاقات تتحدد تبعا لذلك، وقد جرت العادة على تقسيم العلاقات الاجتماعية وفقا لبناء المراكز وأساليب الاتصال في الجماعة إلى نوعين:

-العلاقات الأفقية: وينشأ هذا النوع من العلاقات بين الفئات الاجتماعية المتماثلة أو بين الأشخاص الذين يشغلون مراكز متجانسة كجماعات الأصدقاء ورفقاء العمل.

2-2- العلاقات المجمعمة والمفرقة¹:

اتجه فريق من العلماء إلى التفرقة بين العلاقات على أساس ما تحدثه من تقارب، أو تباعد بين الأفراد والجماعات، تذكر من بين هؤلاء عالم الاجتماع "وليام جراهام سامتر" الذي يذهب للقول بوجود نوعين من العلاقات هما:

¹ - عبد الباسط محمد حسن: علم الاجتماع المدخل، دار غريب للطباعة والنشر، ط، د س، ص ص(226-230).

أ) العلاقات المجمعة: هذه العلاقة تؤدي إلى تقوية الروابط بين أفراد الجماعة الداخلية وتعمل على توحيد مشاعرهم واتجاهاتهم ومواقفهم حيال الجماعات الأخرى.

ب) العلاقات المفرقة: هذه العلاقات تعبر عن مشاعر واتجاهات أفراد الجماعة الداخلية حيال الجماعات الخارجية.

- ومعنى هذا أنه في ابطال الجماعة الواحدة أو التنظيم الواحد، توجد علاقات مجمعة تربط بين أفراد الجماعة أو التنظيم، وتعمل على تحقيق التكامل الداخلي، وتساعد على استقرار الجماعة أو التنظيم، وفي نفس الوقت توجد علاقات مفرقة تعبر عن مشاعر العداء للأفراد الجماعة الأخرى داخل نفس التنظيم.

3- مستويات العلاقات الاجتماعية:

الأساس في العلاقات الاجتماعية هو تبادل للتأثير والتأثر، ويعد التبادل بهذا المعنى أعلى مستويات التبادل الاجتماعي، حيث تتطور العلاقات في مستويات متتابعة، ومن أهم هذه المستويات مايلي:

3-1- المستوى الأول: العلاقات تبادلية:

في هذا النوع من العلاقات اللاتبادلية لا يتزامن من "أ" مع وجوب "ب" ولا يؤثر "أ" في "ب" ولا يتأثر به، ومعنى هذا يوجد "أ" ويوجد "ب" ولا يوجد بينهما تفاعل اجتماعي حقيقي، أو يوجد "أ" وتوجد بيانات عن "ب" ويطلب من "أ" أن يحكم على سلوك "ب" من تلك البيانات فكأن استجابات "أ" في أحكامها بمعلوماته عن "ب".

3-2- المستوى الثاني: علاقات الاتجاه الواحد:

في هذا المستوى لا يزامن وجود "أ" مع وجود "ب" ويتأثر "أ" في سلوكه بسلوك "ب" ولا يتأثر "ب" سلوك "أ" مثلاً أن يشاهد "أ" برنامجاً في التلفزيون وبعده ويقدمه "ب" فيتأثر "أ" بسلوك "ب" لكنه يؤثر فيه، ولا يحدث بينهما تفاعل حقيقي، حيث أن "ب" تكون له تأثيرات عديدة

على الكثير من الأفراد. بينما الأفراد الآخرين لا يستطيعون أن يؤثر وا في "ب" لأنها ليست علاقة مباشرة ولا تبادلية بل مقيدة ومحدودة.

3-3- المستوى الثالث: العلاقات شبه التبادلية: تتم العلاقة في هذا المستوى بين "أ" و"ب" وفق خطة مرسومة أو حوار مكتوب حيث يواجه الفرد "أ" الفرد "ب" ويتخذ منه سلوكا محددًا وفق نظام دقيق لا يحيد عنه.

3-4- المستوى الرابع: العلاقات المتوازنة: يتوازن في هذا المستوى وجود "أ" مع وجود "ب"، وهذا الخير لا ينصت إليه، وكذلك أحال بالنسبة لـ"ب" حيث يتحدثان في نفس الوقت ولا ينصت الواحد إلى الآخر¹.

3-5- المستوى الخامس: العلاقات المتبادلة غير المتناسقة

تعتمد الاستجابات في هذا المستوى على فرد واحد حيث يحدث تفاعل بين "أ" و"ب"، ولكن عندما "أ" يحدث تفاعل فإن "ب" يستجيب على حسب سلوك "أ" بينما "أ" لا يعتمد في استجابته على سلوك "ب" هذا ما يحدث في اختبارات المقابلة وخاصة عندما تكون الأسئلة معدة من قبل ومحددة.

فعندما يسأل الباحث "ب" الفرد "أ" فإن استجابته تتأثر بأسئلة"ب" ولكن "ب" لا تتأثر أسئلته باستجابات "أ".

3-6- المستوى السادس: العلاقة التبادلية:

يعتبر هذا المستوى أصح صور العلاقات الاجتماعية، حيث أن هذا المستوى من العلاقات يتزامن مع وجود الفردين أو الأفراد أثناء عملية التفاعل الاجتماعي، ويعني التبادل تحول اتجاه التأثير من فرد لأخر، فكما يؤثر فردا في غيره فإنه أيضا يتأثر بهم فيصبح بذلك مؤثرا ومستجيبا معا، ويمكن أن يكون التبادل بين فردين أو بين جماعتين².

¹ - فؤاد البهي السيد وسعيد عبد الرحمن: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، مصر، د ط، 1999.

² - عبد الباسط محمد حسن - مرجع سبق ذكره ، ص ص 150-151.

4- تصنيفات العلاقات الاجتماعية:

لقد صنف العلماء العلاقات الاجتماعية إلى أربعة أصناف تتمثل فيمايلي:

أولاً- علاقات اجتماعية طويلة الأجل وقصيرة الأمد:

1-العلاقات الاجتماعية طويلة الأجل: هي نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر لفترة معينة

من الزمن، تؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات اجتماعية ثابتة، وتعتبر علاقة الدور

المتبادل بين الأب والابن من العلاقات الاجتماعية طويلة الأجل.

2- العلاقات الاجتماعية قصيرة الأمد: هي نموذج التفاعل المتبادل الذي لا يستمر إلا فترة

قصيرة من الزمن، كما هو الحال بالنسبة لفائدة السيارة الذي يريد اقناع رجل الشرطة بأنه

لم يكن مخطئاً.

3- العلاقات الاجتماعية المباشرة وغير المباشرة:

إن تواجد العلاقات الاجتماعية بين الناس لا يعني بالضرورة دخولهم في مواجهة

مباشرة سوية، وإنما يمكن أن تتم هذه العلاقات بطريقة غير مباشرة. وبالتالي فإن الواجبات

المتبادلة تتم بدون اللجوء إلى الاحساس الذاتي بالواجب نحو الطرف الآخر.

4- العلاقات الاجتماعية الداخلية والخارجية:

وتتمثل العلاقات الاجتماعية الداخلية في علاقات الأعضاء داخل الجماعة والعواطف

التي بينهم، وتتمثل العلاقات الاجتماعية الخارجية في علاقات الجماعة مع البيئة المحيطة

بها.

5- العلاقات الاجتماعية الايجابية والسلبية:

العلاقات الاجتماعية والايجابية تؤدي إلى الاتفاق أو الاجماع، وهذا النوع من العلاقات

يساهم في تماسك ووحدة وتكامل المجتمع، ومن أمثلة هذا العلاقات العلاقات التعاونية

أساسها التعاون.

بينما العلاقات الاجتماعية السلبية أو المفرقة هي التي تؤدي إلى عدم الاتفاق وعدم
الاجماع، وهذا النوع من العلاقات يساهم في عدم التماسك والتفكك في المجتمع، ومن
أمثلتها: التنافس والصراع¹.

¹ جابر عوض سيد: التكنولوجيا و العلاقات الاجتماعية-ط1، دار المعرفة الجامعية،السويس،مصر،1996،ص ص 146-147

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

تمهيد

بعد تطرقنا للدراسة النظرية نتطرق في هذا الجانب الى الدراسة الميدانية والتي قمنا
بها على مستوى جامعة الجبلاي بونعامة بخميس مليانة على عينة من شباب
الجامعة .

وقد توصلنا الى النتائج التالية :

جدول رقم 01 : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	تكرار النسبة الجنس
%49	49	ذكر
%50	50	انثى
%100	100	المجموع

يبين الجدول اعلاه توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس ، وتشير النتائج على أن
نسبة الذكور بلغت 49% ، في حين بلغت نسبة الإناث ما معدله 50%، ويرجع
السبب الى اعتمادنا في توزيع الإستمارة على طريقة التوزيع بالتساوي بين أفراد
العينة ، على 99 مفردة

جدول رقم 02 : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	تكرار النسبة السن
%12	12	20-18
%50	46	23-21
%33	33	26-24
%8	8	27 فما فوق
%100	100	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن تظهر النتائج توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس، اذا بلغت نسب 12 معدل العمر م (18-20) أما الفئة 21-23 فقد بلغت نسبتها 46% أما فئة 24-26 فقدرت النسبة ب 33% في حين بلغت فئة 27 فما فوق ما معدله 8%.

الجدول رقم 03 : يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة المستوى
49%	49	ليسانس
50%	50	ماستر
100%	100	المجموع

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي ، إذ بلغت نسبة الذين يدرسون الليسانس 49، فيما بلغت 50% طور الماستر ، وهذا راجع لإعتمادنا متغير المستوى التعليمي .

1- عادات وانماط استخدام السيلفي

جدول رقم 04 : يبين درجة استخدام السيلفي لدى افراد العينة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
25%	25	دائما
46%	46	احيانا
28%	28	نادرا
100%	100	المجموع

تبين نتائج الجدول درجة الاستخدام للسيلفي لدى أفراد العينة ، حيث وزعت النتائج كما يلي : كانت الإجابات ، (دائما) نسبة 25% فيما بلغت نسبة 46% (احيانا) ،

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

فيما حصلت (نادرا) على نسبة 28% ، أما الدرجة الغالبة عبارة " احيانا" ، وهذا راجع الى أفراد العينة يستخدمون السيلفي بصفة دائمة وانما في بعض الأحيان .

جدول رقم 05 : يوضح مدة استخدام المبحوثين للسيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
36%	36	شهر
64%	64	اكثر من عام
100%	100	المجموع

جدول رقم 05 يوضح مدة استخدام المبحوثين للسيلفي حيث تبين نتائج الجدول أعلاه ، مدة استخدام السيلفي ، حيث كانت اجابات المبحوثين ، موزعة ما بين 36% (شهر) و 64% (أكثر من عام) ، ويرجع هذا الى أن هذا التقنية الحديثة بين أوساط الشباب الجامعي كانت معروفة منذ ظهورها ، وراجت بشكل كبير منذ ظهورها من خلال استخدامها على نطاق واسع .

جدول رقم 06 : عدد مرات التقاط أفراد العينة لصورة السيلفي في اليوم الواحد

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
57%	57	من 1-5
18%	18	من 6-10
15%	15	11-15
9%	9	16 فما فوق
100%	100	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

تظهر النتائج المتحصل عليها أن النسبة الغالبة التي تلتقط صور السيلفي في اليوم الواحد، وهذا بمعدل التقاط بلغ (1-5) فيما تلتها ما نسبته 18% بمعدل التقاط بلغ 18% ثم جاءت ما نسبته 9% بمعدل التقاط في اليوم الواحد (11-15) صورة ، فيما جاءت ما نسبته 9% بمعدل التقاط 16 فما فوق

جدول رقم 07 : مع من يلتقط أفراد العينة السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
31%	31	لوحدهم
52%	52	الأصدقاء
6%	6	الأشخاص المهمين
10%	10	العائلة
100%	100	المجموع

تشير النتائج أن اغلب افراد العينة اغلبهم يفضلون التقاط السلفي مع الأصدقاء بنسبة بلغت 52% فيما فضل ما نسبته 31% التقاط السلفي لوحدهم ، فيما جاءت نسبة 10% مع العائلة ، فيما اجاب ما نسبة 6% فإنهم يفضلون التقاط السيلفي مع الأشخاص المهمين

جدول رقم 08 : يوضح وسائل استخدام السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
78%	78	هاتف ذكي
4%	4	جهاز لوحي
17%	17	هاتف ذكي باستخدام عصا السلفي
100%	100	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السلفي على العلاقات الاجتماعية لدى طلبة جامعة خميس مليانة

تظهر النتائج ومن خلال الجدول أن الفئة العالية تفضل استخدام (الهواتف الذكية) في التقاط صورة السلفي بنسبة بلغت 78% ، فيما فضلت الفئة الثانية باستخدام (الهواتف الذكية باستخدام عصا السلفي) بنسبة قدرت 17% ، لتأتي نسبة أقل ما معادله 4% بالنسبة لأفراد العينة الذين يفضلون التقاط السلفي (بالجهاز اللوحي) ، ويرجع نسب حصول الفئة الغالبة على نسبة 78% الى أن الهواتف الذكية منتشرة بكثرة وهي احدى الوسائل الحديثة التي يفضلها اغلب الشباب.

جدول رقم 09 : يوضح زوايا التقاط صورة السلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
27%	27	امالة الرأس
53%	53	الصورة من زاوية عالية
19%	19	التصوير من المنطقة الوسط الأمامية
100%	100	المجموع

اظهرت النتائج أن اكثر من الضعف افراد العينة يفضلون افراد العينة يفضلون زاوية التصوير من (الزاوية العالية) بنسبة بلغت 53% فيما جاءت ما نسبة 27% من افراد العينة الذين يفضلون (امالة الراس) في التقاط صورة السلفي في حين فضل ما نسبته 19% للصورة من (المنطقة الوسطى الأمامية) ، وهذا راجع الى تفضيل افراد العينة لزوايا التقاطهم حسب ميولاتهم الشخصية .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

جدول رقم 10 : يوضح الصور المفضلة للسيلفي لدى افراد العينة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
42%	42	عادية وطبيعية
27%	26	وضع تحسينات على الصورة
31%	31	استخدام تطبيقات سيلفي
100%	100	المجموع

تظهر النتائج المتحصل عليها أن النسبة الغالبة من المبحوثين يفضلون صورة السيلفي (العادية والطبيعية) حين التقاطهم لصورهم بنسبة بلغت 42% ، فيما فضل ما نسبته 31% (استخدام تطبيقات سيلفي) ، وجاءت ما نسبته 26% من اجابات المبحوثين الذين يفضلون (وضع تحسينات على الصورة)

جدول رقم 11 : يوضح الاشياء المفضلة للسيلفي لآخذ صورة سيلفي معها

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
7%	7	مقتنيات باهضة
6%	6	مباني فاخرة
42%	42	حدائق عامة
44%	44	مواقع اثرية
100%	100	المجموع

تشير النتائج الجدول أن غالبية المبحوثين يفضلون أخذ صورهم سلفي في (مواقع اثرية) نسبة بلغت 42% فيما بلغت ما نسبته 42% من الأشخاص الذين يفضلون أخذ صور السلفي في (حدائق عامة) ، فيما فضل ما نسبته 7% أخذ صورة السلفي مع (المقتنيات الباهضة) ، وجاءت ما نسبته 6% على (مباني فاخرة) .

جدول رقم 12 : يمثل فترات التقاط صور السلفي

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
2%	2	ساعة العمل
56%	56	اثناء نزهة
5%	5	أوقات الدراسة
36%	36	اوقات الفراغ
100%	100	المجموع

تظهر النتائج المحصل عليها فترات التقاط أن غالبية المبحوثين يفضلون التقاط صورة السلفي (أثناء نزهة أو عطلة) ، فيما فضل ما نسبته 36% أخذ صور السلفي (في أوقات فراغهم) ، في حين يفضل ما نسبة 5% التقاط صور السلفي اثناء (أوقات دراستهم) ، فيما أجاب ما نسبة 2% (ساعة العمل) .

جدول رقم 13 : يوضح اماكن التقاط السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
33%	33	مساحات خضراء
22%	22	أماكن عالية
22%	22	جامعة
22%	22	البيت
100%	100	المجموع

توضح النتائج أماكن التقاط صور السلفي ، وتشير النتائج المتحصل عليها أن غالبية افراد العينة يفضلون التقاط صور السلفي في (المساحات الخضراء) بنسبة قدرت ب 33% ، فيما وزعت النسب الأخرى بالتساوي حيث جاءت ما نسبته 22% في (اماكن عالية) ، 22% (بالجامعة) ، 22% (بالبيت) .

جدول رقم 14 : يوضح درجة مشاركة افراد العينة صور السيلفي في مواقع
التواصل الإجتماعي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
9%	9	دائما
29%	29	احيانا
21%	21	نادرا
40%	40	ابدا
100%	100	المجموع

يوضح الجدول اجابات افراد العينة بدرجات متفاوتة حول مشاركتهم لصورهم سيلفي في مواقع التواصل لاجتماعي ، إذ بلغت ما نسبة 10% من الذين أجابوا ب (ابدا) لتليها (أحيانا) ب 29% ، ثم (نادرا) 21% فيما اجاب افراد العينة ب (دائما) بنسبة 9%.

جدول رقم 15 : يوضح المواقع الاجتماعية المفضلة لدى افراد العينة لوضع
صور السلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
8%	8	اسنتغرام
38%	38	فايسبوك
13%	13	سناب شات
5%	5	تويتر
64%	64	المجموع

يظهر الجدول أهم المواقع المفضلة لدى افراد العينة لوضع صور السيلفي، وظهرت النتائج ان غالبية افراد العينة يفضلون موقع (فايسبوك) لوضع صورهم بنسبة 38% فيما تحصل الموقع الاجتماعي (سناب شات) على 13% جاء موقع استخدام نسبة 8% ، ليتحصل موقع (تويتر) ما نسبته 5% ، وهذا راجع الى الانتشار والاستخدام

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

الواسع لموقع فايسبوك لدى الشباب الجامعي عكس المواقع الاجتماعية الأخرى
بنسب اقل.

جدول رقم 16 : يوضح المواقف المحبذة في التصوير

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
35%	35	المضحكة
19%	19	الجدية
10%	10	الخطرة
64%	64	المجموع

يوضح المواقف المحبذة في التصوير لدى افراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي ، يوضح الجدول اعلاه ، المواقف التي يجذب افراد العينة التقاطها ووضعها في مواقع التواصل الاجتماعي ، فأظهرت النتائج ان غالبية افراد العينة يفضلون (المواقف المضحكة والطريفة) بنسبة بلغت 35% ، فيما فضل 19% من المبحوثين (المواقف الجدية) ، ونسبة اقل اجاب افراد العينة على عبارة (المواقف الخطرة) بنسبة بلغت 10%.

جدول رقم 17 : يوضح صورة السلفي المفضلة لدى افراد العينة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
18%	18	مشاهير
10%	10	حيوانات
71%	71	اماكن ومواقع مهمة
100%	100	المجموع

يوضح الجدول ، صور السلفي المفضلة لدى افراد العينة ، وتشير نتائج الى أن غالبية افراد العينة يفضلون أخذ صور السيلفي مع (أماكن ومواقع مهمة) بنسبة قدرت ب 71% ، فيما يفضل ما نسبته 18 التقاط صورة السلفي مع (المشاهير) ، في حين

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

بلغت ما نسبته 10% من المبحوثين الذين يفضلون التقاط صور السلفي مع
(الحيوانات) .

2- دوافع استخدام السلفي

جدول رقم 18 : يوضح اسباب مشاركة صور السيلفي في مواقع التواصل
الإجتماعي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
10%	10	خلق مزيد من الصداقات
25%	25	مشاركة الصور
4%	4	زيادة التفاعل
3%	3	التعرف على الأجانب
22%	22	خلق انطباع حول صورتك
65%	65	المجموع

يمثل الجدول المقابل ، اجابات افراد العينة حول اسباب مشاركة ،صور السلفي في
مواقع التواصل الاجتماعي لدى افراد العينة ، وتظهر النتائج أن ما نسبة 25%
يفضلون مشاركة الصور في مواقع التواصل الاجتماعي فيأتي ما نسبة 22% من
الأفراد العينة يرجعون السبب في مشاركتهم الصور السيلفي الى محاولة خلق
انطباع حول صورتهم ، واجاب ما نسبته 4% لزيادة التفاعل ، في حين كانت اجابات
3% المتبقية في التعرف على الأجانب .

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

جدول رقم 19 : يبين اجابات افراد العينة للعبارة هل تحوز صور لها سيلفي في
التعليقات والإجابات في مواقع التواصل

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
30%	30	نعم
4%	4	لا
19%	19	احيانا
10%	10	نادرا
64%	64	المجموع

يبين الجدول اجابات افراد العينة حول حيازتهم للتعايقات أو الإجابات من جراء
نشر صورهم في مواقع التواصل الاجتماعي وبينت النتائج أن النسبة الأكبر التي
اجابت ب(نعم) بلغت 30% فيما جاءت اجابة (احيانا) ب 19% لتليها عبارة
(نادرا) نسبة 10% فيما اجاب القلة منهم (لا) بنسبة قدرت ب 4%.
ويذكران النسبة الغالبة من افراد العينة الذين وافقوا على هذه العبارة كانت الذكور
اكثر من الإناث.

جدول رقم 20 : يبين واقع استخدام السلفي لدى افراد العينة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
2%	2	حب الشهرة
21%	21	جذب الانتباه
9%	9	اثبات الوجود
68%	68	رغبة ذاتية
100%	100	المجموع

يشير الجدول التالي الى دوافع استخدام السيلفي لدى افراد العينة ، وتبين نتائج
الجدول الى أن اكثر من نصف العينة تدفعهم التقاط السيلفي الى (رغبة ذاتية) منهم

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

لالتقاط السيلفي وهذا بنسبة 68% فيما جاءت عبارة (جذب الانتباه) نسبة قدرت ب
21% فيما كانت نسبة (اثبات الوجود) 9% فيما اجاب باقي العينة أن دوافع
استخدامهم للسيلفي كان (حبا للشهرة) نسبته 2%.

جدول رقم 21 : يوضح اسباب التقاط صور السيلفي لدى افراد العينة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
54%	54	حالة الفرح
6%	6	حالة الحزن
40%	40	الحالة العادية
100%	100	المجموع

يشير الجدول اعلاه، اسباب التقاط صور السيلفي لدى المبحوثين ، اذ بينت النتائج
أن غالبية افراد العينة ارجعوا سبب التقاطهم للسيلفي الى (حالة الفرح) وهذا بنسبة
قدرت ب 54%، فيما حل السبب الثاني، (الحالة العادية) في المرتبة الثانية بنسبة
قدرت ب 40% ، فيما كانت نتائج اجابات العبارة الثالثة (حالة الحزن) بنسبة اقل
بلغت 6%.

جدول رقم 22 : يبين الدوافع الاعلامية التقاط افراد العينة لصور السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
29%	29	تعريف أصدقاء بالأماكن
20%	20	التعريف بثقافتك
13%	13	تبليغ رسالة
37%	37	الإطلاع على يومياتك
100%	100	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى طلبة جامعة خميس مليانة

يشير الجدول المقابل الى الدوافع الاعلانية التقاط افراد العينة لصور السيلفي ، وتشير النتائج التي كانت بنسب متفاوتة الى حيازتها بنسبة 37% (الإطلاع على يومياتك)، فيما حلت عبارة ،(تعريف اصدقائي بالأماكن) في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 29% في حين قدرت ما نسبته 20% الصادرة (التعريف بثقافتني)، وفي مقابل ذلك بلغت نسبته 13% لعبارة (تبليغ رسالة)

3- نظرة واتجاهات افراد العينة حول السيلفي

جدول رقم 23 : يوضح نظرة افراد العينة للتصوير المتكرر سيلفي أمام الناس

تكرار النسبة	التكرار	النسبة
مضايقه لهم	17	17%
امر محبب لهم	7	7%
امر عادي	75	75%
المجموع	100	100%

يشير الجدول الى نظرة افراد العينة حول التصوير المتكرر للسيلفي أمام الناس ، وأظهرت النتائج الى أن غالبية افراد العينة كان نظرتهم الى الأمر (عاديا) بنسبته 75%، فيما كانت نظرة الفئة الاخرى من العينة الى أن الأمر (مضايقه لبعض الأشخاص) بنسبة قدرت ب 17%، فيما نظر باقي افراد العينة المقدرة نسبتهم 7% على أن (الأمر محبب لهم) .

جدول رقم 24 : يوضح نظرة افراد العينة لظاهرة تصوير سيلفي الأماكن
الخطرة

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
19%	19	مغامرة ومجازفة
52%	52	كسب شهرة وتحطيم رقم
19%	19	اشخاص غير عاديين
100%	100	المجموع

يشير الجدول المقابل الى نظرة افراد العينة حول تصوير بعض الأشخاص انفسهم في الأماكن الخطرة ، قد أظهرت النتائج أن اكثر من نصف العينة نظروا الى الأمر على أنه (كسب شهرة وتحطيم ارقام) بنسبة بلغت 52% ، فيما اجاب باقي افراد العينة على العبارتين المتبقين نسبة متساوية ، حيث بلغت عبارة ، (اشخاص غير عاديين) نسبة 19%، وعبارة (مغامرة ومجازفة) بنسبة 19% كذلك.

جدول رقم 25 يوضح نظرة افراد العينة لملتقط السلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
11%	11	شخص غير عادي
28%	28	ضعيف الشخصية
60%	60	شخص يحب فرض ذاته
100%	100	المجموع

يوضح الجدول المقابل ، نظرة واتجاهات افراد العينة لملتقط السيلفي ، واطهرت النتائج ان غالبية إجابات افراد العينة كانت لعبارة شخص يحب فرض ذاته بنسبة قدرت ب60% ، فما نظرا افراد العينة الأخرى الى أن نظرتهم تمحورت حول اعتبار

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

ملنقط السيلفي " ضعيف الشخصية" بنسبة قدرت ب 28% في حين بلغت نسبة
11% الى عبارة شخص غير عادي .

جدول رقم 26 : يوضح درجة موافقة افراد العينة حول ادمان صور السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
52%	52	موافق
47%	47	غير موافق
100%	100	المجموع

من خلال قراءة احصاءات الجدول رقم 26 والمتعلق بدرجة موافقة افراد العينة على
ادمان التقاط صور السيلفي، تبين ان ما نسبته 52% من اجابات افراد العينة كانت
ب(موافق)، و ان ما نسبته 47% من اجابات افراد العينة كانت ب(غير موافق)
جدول رقم 27 : يوضح نظرة أفراد العينة حول أن صور السيلفي و انعكاسها
للوابع

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
48%	48	نعم
52%	52	لا
100%	100	المجموع

تشير البيانات الاحصائية للجدول اعلاه ان افراد عينة البحث من الشباب الجامعي
اجابوا ب(لا) و هذا بنسبة 52%، فيما بلغت 48% من مجموع الاجابات و هذا ب
(نعم).

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

جدول رقم 28 : يوضح نظرة افراد العينة حول امكانية التوقف عن التقاط صور
السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
31%	31	نعم
23%	23	لا
45%	45	لا اعرف
100%	100	المجموع

يشير الجدول الى نظرة واتجاهات افراد العينة حول امكانية التوقف في التقاط صور
السيلفي وأظهرت النتائج أن اكثر افراد العينة أجابوا بعبارة (لا) أعرف ويرجع سبب
ذلك الى انهم يعتبرون ظاهرة انتشار صور السيلفي انما هي ظاهرة تكنولوجية
ظهرت مواكبة للتحويلات التكنولوجية وهم يسيرون ويواكبون هذا التحول ، وينتظرون
كل ما هو جديد ، في حين كانت اجابات 31% من افراد العينة ب(نعم) ويرجع
سبب ذلك أنهم يعتبرون السيلفي مجرد تقنية تصوير جديدة لا أكثر ويمكن التوقف
عنها ، أما نسبة 23% فقد أجابوا ب(لا) وسبب ذلك أنهم اصبحوا من المهوسين
بهذه الظاهرة التكنولوجية الحديثة لأنها سهلة الاستخدام وتتيح توثيق للصور في
كل مكان .

جدول رقم 29 : درجة موافقة افراد العينة حول امكانية التخلي مستقبلا عن
السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
35%	35	أكيد
6%	6	ابدا
58%	58	ربما
100%	100	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

يشير الجدول المقابل الى درجة موافقة افراد العينة حول امكانية التخلي نهائيا عن السيلفي مستقبلا ، وأوضحت نتائج الدراسة أن غالبية افراد العينة أجابوا ب(ربما) والسبب في ذلك انهم اعتبروا التقنية امرا يسهل الاستخدام ، وتقنية حديثة في التصوير ، لا يمكن الاستغناء عنها ، فيما عبر ما نسبته 35% من افراد العينة بعبارة (أكيد)، متأكدون من مكاتب التخلي عن السيلفي نهائيا وبنسبة أقل اجاب ما يقارب 6% على عبارة (ابدا) .

جدول رقم 30 : يوضح رأي افراد العينة لنمط التصوير السيلفي في عصرنا الحالي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
27%	27	تقنية تصوير جديدة
52%	52	موضة العصر
10%	10	تفاهة
10%	10	أمر عادي
100%	100	المجموع

يظهر الجدول المقابل أن اغلب افراد العينة يعتبرون نمطا التصوير السيلفي (موضة العصر) بنسبة قدرت ب 52% فيما عبر 27% من افراد العينة على أن السيلفي (تقنية تصوير جديدة) ، فيما كانت اجابات العبارتين(تفاهة)

جدول رقم 31 : يوضح تقسيم افراد العينة لظاهرة السيلفي

النسبة	التكرار	تكرار النسبة
69%	69	ظاهرة ايجابية
30%	30	ظاهرة سلبية
100%	100	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى
طلبة جامعة خميس مليانة

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن غالبية افراد العينة كان تقييمهم بأن
السيلفي (ظاهرة ايجابية) نسبة قدرت 69% فيما اعتبر باقي افراد العينة أن ظاهرة
السيلفي (ظاهرة سلبية) نسبتها 30%

الجانب التطبيقي : دراسة ميدانية بجامعة خميس مليانة

اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		ت %
معارض بشدة				معارض				محايد				موافق				موافق بشدة				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.53	01	1.16	01	0.41	01	1.69	03	3.08	05	1.36	02	9.09	26	5.43	17	11.97	17	5.93	14	1
9.13	17	2.32	02	7.02	17	2.25	04	3.70	06	5.44	08	3.14	09	5.11	16	00	00	8.05	19	2
4.30	08	3.71	09	8.26	20	13.55	24	8.02	13	6.80	10	2.44	07	0.63	02	1.40	02	1.26	03	3
6.98	13	2.89	07	8.67	21	11.86	21	6.79	11	6.12	09	1.39	04	1.91	06	1.40	02	1.69	04	4
2.68	05	0.82	02	4.54	11	3.38	06	3.70	06	4.08	06	7.69	22	7.66	24	4.22	06	4.66	11	5
1.61	03	4.65	04	2.06	05	1.12	02	4.32	07	6.12	09	8.74	25	4.79	15	7.04	10	8.05	19	6
00	00	00	00	2.89	07	2.25	04	3.70	06	4.76	07	9.79	28	5.75	18	6.33	09	8.47	20	7
8.60	16	3.48	03	6.61	16	4.51	08	5.55	09	7.84	11	2.44	07	7.66	24	2.11	03	1.27	03	8
5.37	10	2.32	02	6.61	16	5.08	09	7.40	12	10.20	15	3.84	11	5.75	18	1.40	02	1.69	04	9
11.29	21	4.65	04	6.19	15	6.21	11	3.70	06	4.08	06	1.39	04	6.07	19	2.81	04	3.38	08	10
1.07	02	1.16	01	2.06	05	00	00	3.70	06	3.40	05	8.04	23	7.66	24	9.15	13	8.47	20	11
6.45	12	4.65	04	7.43	18	4.51	08	9.25	15	8.84	13	1.04	03	7.02	22	1.40	02	0.84	02	12
3.22	06	4.65	04	7.85	19	4.51	08	5.55	09	4.76	07	4.19	12	6.07	19	2.81	04	4.23	10	13
8.06	15	19.76	17	8.67	21	11.29	20	6.17	10	4.76	07	0.69	02	1.27	04	1.40	02	0.42	01	14
1.61	03	00	00	0.82	02	1.12	02	0.61	01	2.04	03	7.69	22	5.43	17	15.49	22	11.44	27	15
5.91	11	3.48	03	4.54	11	5.08	09	6.17	10	5.44	08	3.84	11	7.02	22	4.92	07	2.96	07	16
1.07	02	1.16	01	2.47	06	2.25	04	4.32	07	4.08	06	7.69	22	4.15	13	8.39	12	10.59	25	17
3.22	06	17.44	15	7.02	17	12.99	23	7.48	11	3.40	05	4.19	12	0.95	03	2.81	04	1.69	04	18
4.83	09	1.16	01	3.30	08	3.95	07	4.93	08	7.84	11	6.64	19	6.07	19	1.33	06	4.66	11	19
4.30	08	6.97	06	2.47	06	2.25	04	2.46	04	2.72	04	5.94	17	3.51	11	3.52	15	10.16	24	20
100	186	100	86	100	242	100	177	100	162	100	147	100	286	100	313	100	142	100	236	المجموع

جدول رقم 32 يوضح اجابات افراد العينة حول عبارات مقياس الاتجاه.

-اثار استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية

العبارة رقم1- ارغب بالاتقاط صور السيلفي تخليد الذكرى

تبين لنا من خلال العبارة الاولى، ان ما نسبتهم %11.97 قد عبروا عن موافقتهم بشدة. فيما عبر ما نسبته %9.09 عن موافقتهم على ان التقاطهم للسيلفي كان لتخليد الذكرى و توثيق اللحظات، و في المرتبة الثالثة عارض ما نسبته %1.69 على العبارة، اما المعارضون بشدة فبلغت نسبتهم %1.16. من فئتي الذكور و الاناث. ففي دراسة استبائية و مقابلية اجراها سونج و زملائه عن الاسباب التي تدفع الناس الى اخذ صور السيلفي، خلصوا الى ان من بين الدوافع هي الاكثر جوهرية تكمن في الارشفة باعتبار السيلفي وسيلة لتوثيق اللحظات و تخليد الذكرى و الاحداث المميزة في الحياة، السيلفي بوصفها ذاكرة.

العبارة رقم2- احبذ وضع صور سيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي

خلصت النتائج الى ان هناك تباين بين فئتي الذكور و الاناث في اجاباتهم حول العبارة. اذ عبر فئة الذكور عن موافقتهم بشدة بنسبة وصلت الى %8.5. فيما انعدمت النسبة عند فئتي الاناث %00.00. وفي عبارة موافق كانت اجابات الباحثين من الذكور و الاناث متباينة اذ بلغت فئة الذكور ما نسبته %5.11. فيما كانت نسبة الاناث %3.14. اما عبارة معارض فكانت النسبة الاكبر من الاناث بنسبة بلغت %7.02. فيما كانت نسبة الذكور %2.25. اما عبارة معارض بشدة فكانت النسبة الغالبة للاناث حيث بلغت النسبة %9.13. اما الذكور فكانت نسبتهم %2.32. و يرجع السبب في رفض فئة الاناث الى عامل الخصوصية في غالب الاحيان. و الى الطبيعة والبيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها. فهم في غالب الاحيان يحبذون التصوير بطريقة سيلفي. و لكنهم يمتنعون عن وضعها في الشبكات الاجتماعية. ولكن امر الرفض اقتصر على فئة معينة لدى الاناث. اذ البعض منهم حبذ مثل هكذا طرق. في وضع صور السيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي. و في بعض الدراسات حول السيلفي. المتعلقة منها اساسا نشر صور السيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي ارجعت هذه الدراسات ان من بين دوافع نشر صور السيلفي في

المواقع الاجتماعية، استرعاء الانتباه و حمل الاخرين على رؤيتنا و الاعتراف بنا، وتقييمنا بالاعجاب، و الامر الاخر هو التواصل مع الاخرين عبر التفاعل مع السيلفي بالاعجاب و التعليقات، و هناك دافع اخر مرتبط بالتسلية بوصفها فعل اعتيادي غرضه التسلية و مكافحة الملل.

العبارة رقم 3- قلت علاقاتي و تفاعلاتي مع الغير بسبب صور السيلفي.

توضح النتائج ان ما نسبته 1.26% من الذكور، و 1.40% من الاناث موافقون بشدة، فيما كانت النسبة من كلا الجنسين في عبارة موافق، 0.63% من الذكور، و 2.44% من الاناث، اما ما نسبته 6.80% فعادت للذكور، و ما نسبته 8.02% عادت للاناث في عبارة محايد. فقد اجاب فئة الذكور ما نسبته 13.55%، اما فئة الاناث فقد تحصلت على ما نسبته 8.26% في عبارة معارض. اما فيما يخص نسبة كلا الجنسين في عبارة معارض بشدة. فقد تباينت النتائج. حيث كانت نسبة الذكور 3.71%. فيما تحصلت فئة الاناث على نسبة قدرت ب 4.30%. حيث اثبتت بعض الدراسات التي تتمركز حول الانا و الغرور و حب الذات، بالمقابل يمكن اعتبارها زعزعة بالثقة بالنفس، حيث اشارت ابرز الدراسات التي تؤكد ان السيلفي يؤدي الى اضطرابات نفسية و عقلية لدى الشخص ناتجة عن رغبته القويه لتعويض انخفاض تقدير الغير له ووجود مشكلة في علاقاته الاجتماعية. فالاشخاص المنتقون للسيلفي يضحون الصفات الايجابية التي تظهرها صورهم بشكل عام. رغبة منهم في التواصل مع غيرهم و اقامة علاقات جديدة، عن طريق استراتيجيات عرض الذات التي يستخدمها المرء لعرض ذاته و ادارة انطباع الاخرين عنه، اهمها استراتيجيتي ترويج الذات و كشف الذات، فبالسيلفي يستطيع المرء ان يختار الصورة بعناية لايصالها للاخرين مطلعاً اياهم على بعض من حياته الطبيعية غير الملمعة، خالفاً فيهم انطباع بانهم شخص منفتح و غير متكلف مستترا منهم بعضاً من التعاطف، عن طريق استخدام استراتيجيات تبعا للاختلافات و الاستعدادات الشخصية لكل فرد.

العبارة رقم 4- السيلفي غير لي طريقة معاملتي مع الغير.

بينت النتائج المحصل عليها، ان غالبية افراد العينة الذين كانت اجاباتهم حول العبارة و هذا حسب متغير الجنس ان النسبة الاكبر من اجاباتهم كانت في محايد. حيث بلغت النسبة عند الذكور ما يقارب 6.12%، فيما بلغت نسبة الاناث 6.97%. اما اجابات افراد العينة على عبارة موافق فكانت النسبة الاكبر عند الذكور حيث بلغت 1.91%. وكذا الحال بالنسبة لعبارة معارض عند الذكور حيث بلغت نسبتها 11.86%. فيما اتت الغالبية في معارض بشدة عند صنف الاناث، حيث بلغت 6.98%

العبارة رقم 5- السيلفي يحسن لي حالتي المزاجية.

اظهرت النتائج التفاوت في اجابات المبحوثين، حيث بلغت نسبة الموافقون بشدة ان فئة الذكور هي الفئة الغالبة حيث تراوحت النسبة ب 4.66%. في حين كانت النسبة الاكبر في عبارة موافق للاناث حيث بلغت 7.69%. ام في عبارة محايد فكانت النسبة الاكبر للذكور، حيث بلغت النسبة 4.08%. اما العبارات الاخرى فاظرت النسب تفوق الاناث. في معارض و معارض بشدة على التوالي. فالاولى بلغت ما نسبتها 4.54%. فيما كان نصيب العبارة الثانية نسبة 2.68% حول اجابات العبارة. و فيم يخص بعض الدراسات التي تطرقت الى هذه العبارة. فقد اكدت دراسة ان صور السيلفي تحسن الحالة المزاجية وتشعر الاخرين بالسعادة. ففي دراسة حديثة وجدت ان التقاط صور السيلفي و مشاركتها على الانترنت مرتبط في الواقع بزيادة مستويات السعادة. و اجري البحث من قبل اكاديميين من جامعة دونالد براند للمعلومات و علوم الكمبيوتر في مدينة ايرفاين بكاليفورنيا، حيث تم مراقبة 41 طالبا. 28 منهم من الاناث و 13 من الذكور لمدة اربعة اسابيع، و تم اجراء مقابلة مع الطلاب في البداية، و طلب منهم بعد ذلك ملء استمارات، كما طلب من بعض المشاركين في البحث التقاط ما بين صورة واحدة و 3 صور مختلفة يوميا. تجعلهم يشعرون بالسعادة، فيما طلب من باقي المشاركين التقاط صور يمكن ان تشعر الاخرين بالسعادة.

العبارة رقم 6- افضل التقاط صور السيلفي الجماعية لتوثيق علاقاتي مع الاصدقاء

توضح النتائج المتحصل عليها من خلال اجابات المبحوثين على العبارة ان غالبية افراد العينة تراوحت نسب اجاباتهم بين الموافق بشدة و الموافق، بالتباين الطفيف بين اجابات المبحوثين المنقسمين بين الذكور و الاناث. حيث بلغت النسبة الاكبر من الموافقون بشدة لدى الذكور بنسبة 8.05%. فيما تحصلت نسبة الاناث في عبارة موافق على نسبة 8.74%. و يرجع سبب تفضيل النسبة الاكبر من المبحوثين لصورة السيلفي الجماعية سعيا منهم الى توثيق العلاقات مع الاصدقاء و تخليد اللحظات المميزة معهم.

العبارة رقم 7- التقط السيلفي بطريقة عفوية.

تراوحت اجابات المبحوثين حول العبارة بين جنسي الذكور و الاناث في موافق بشدة بين 8.47% و 6.33% على التوالي. فيما كانت اجاباتهم حول عبارة موافق 5.75% للذكور و 9.79% للاناث. اما في عبارة محايد فنجد ان الذكور اخذوا النسبة الاكبر ب 4.76%. و العكس من ذلك احتل الاناث النصيب الاكبر من فئة المعارضين حيث بلغت نسبهم 2.89%. فيما لم يتحصل كلا الجنسين على اي نسبة في معارض بشدة. وبحسب النتائج فقد فضل افراد العينة بالنسب الاكبر التقاط صور السيلفي بطريقة عفوية، بعيدا عن صور الرسميات .

العبارة رقم 8- اسعى لشد انتباه الاخرين لي عن طريق صورة السيلفي.

من خلال النتائج المتحصل عليها، فقد تبين ان النسب الاكبر من الموافقون بشدة كانت من الاناث حيث بلغت نسبتهم 2.11%. فيما حظي الذكور من عبارة موافق النصيب الاكبر بنسبة بلغت 7.66%. و كذا بالنسبة لعبارة محايد حين بلغت عند جنس الذكور ما نسبته 7.84%. و على العكس من ذلك حظيت عبارتي معارض و معارض بشدة النسبة الاكبر عند الاناث لتصل الى 6.61% و 8.60% على التوالي. و تشير النتائج الى ان نسبة الموافق و الموافق بشدة كانت عند فئة الذكور فيما، فيما كانت عبارات معارض و معارض بشدة عند جنس الاناث.

العبارة رقم 9- اسعى لتقييم ذاتي عن طريق نشر صوري الشخصية في المواقع الاجتماعية.

تبين النتائج ان النسبة الاكبر في الاجابات بالنسبة لفئة الذكور وجدت في عبارتي موافق و محايد، حيث بلغت الاولى مانسبته 7.66%. فيما كانت الثانية عند النسبة 7.84%. اما جنس الانثى فكانت النسب الاكبر في اجاباتهم بين معارض و معارض بشدة، حيث كانت استقرت النسب عند معارض في 6.61% فيما بلغت عبارة معارض بشدة ما نسبته 8.60%. نلاحظ من خلال النتائج المحصل عليها ان الفئة الموافقة على العبارة بنسب اعلى كانت في الذكور . اما نسب المعارضة فقد وجدت عند جنس الاناث.

العبارة رقم 10_ احب التقاط السيلفي باستمرار لرغبتى الذاتية في اثبات تواجدي .
من خلال نسب الجدول نلاحظ ان النتائج المتحصل عليها و التي تراوحت بين جنس الذكور و الاناث. تباينت بينهما حيث ان غالبية النسب عند الذكور كانت عند موافق بشدة ب 1.69% و موافق ب 5.75% و محايد ب 10.20%. اما فئة الاناث فتحصلت على النسب الاكبر عند معارض ب 6.61% و معارض بشدة عند نسبة 5.37%.

اسعى لتقييم ذاتي عن طريق نشر صوري الشخصية في المواقع الاجتماعية.
تشير النتائج المتحصل عليها ان غالبية النسب المحصل كانت لدى فئة الذكور حيث كانت ما نسبته 3.38% في موافق بشدة، فيما بلغت عند موافق ب 6.07% محايد 4.08%. معارض ما نسبته 6.21%. اما الاناث فقد حصلت على غالبية النسب عند معارض بشدة بنسبة قدرت ب 11.29%. فنلاحظ ان فئة الاناث ترفض نشر صورها سيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي. من اجل تقييم ذاتيتها

العبارة رقم 11_ احب التواجد في الاماكن ذات الاهمية لآخذ صور السيلفي الخاصة بي.

تشير النتائج المحصل عليها من خلال تحليل معطيات الجدول ان فئة الاناث هي الفئة المتحصلة على اكثر النسب، حيث بلغت عند درجة موافق 9.15%. فيما كانت النسبة عند درجة معارض 8.04% و عند درجة محايد 3.70%. فيما كانت النسب

عند درجة معارض 2.06%. فيما حصل فئة الذكور على ما نسبته 1.16% مقارنة مع فئة الاناث التي حصدت ما نسبته 1.07%.

العبارة رقم 12_ صورة السيلفي تشعرني بان لي اهمية في حياة الاخرين.

يتبين لنا من خلال الجدول التباين في النتائج المحصل عليها بين جنسي الذكور و الاناث، ففي درجة موافق بشدة حصل الذكور على ما نسبته 0.84%. اما الاناث فقد تحصلوا على 1.40% فيما حصل الذكور على النسبة الاكبر في موافق ب 7.02% و محايد ب 8.84%. و معارض بشدة ب 4.65%. فيما تحصل الاناث على ما نسبته 7.43% في درجة معارض.

العبارة رقم 13_ السيلفي يتيح لي توثيق وجودي في كل زمان و مكان.

تشير اغلب النتائج في العبارة 13. التباين الواضح في اجابات المبحوثين التي اختلفت نسبها بين الذكور و الاناث. حيث احاب المبحوثين في عبارة موافق بشدة بالنسبة للذكور تراوحت النسبة ب 4.23% بينما حصل الاناث على 2.81%. اما في عبارة موافق فتحصل الذكور على ما يقرب 6.07%. اما الاناث فتحصلوا على ما نسبته 4.19%. في حصل الاناث في درجة محايد على النسبة الاكبر التي بلغت 5.55%، و 7.85% في معارض، و على ما نسبته 6.45%. في درجة معارض بشدة.

العبارة رقم 14_ السيلفي يسبب لي النفور الاجتماعي.

تبين لنا النتائج المحصل عليها ان النسب الاكبر للمبحوثين انحصرت ما بين محايد، ومعارض و معارض بشدة. في العبارة 14. فغالبية افراد العينة يرفضون عبارة ان السيلفي يسبب لهم النفور الاجتماعي، و كانت نسب اجابات المبحوثين غالبيتها عند فئة الذكور متراوحة ما بين محايد ب 4.76%. معارض ب 11.29%. و معارض بشدة ب 19.76%. فيما كانت النسب اقل عند فئة الاناث.

العبارة رقم 15_ احب التقاط صور السيلفي في المناسبات.

يوافق غالبية افراد العينة على العبارة رقم 15. بدرجة موافق بشدة و موافق، فقد تحصل الاناث في موافق بشدة على ما نسبته 15.49%. فيما حصل الذكور على 11.44%. و في درجة موافق حصل الاناث على 7.69%. و الذكور على

5.43%. فيما تباينت النسب في درجة محايد و معارض و معارض بشدة و حصل الذكور على النسبة الاكبر تواليا بين 2.04% و 1.12%. اذ نلاحظ من خلال النتائج ان فئة الاناث هي الفئة التي تحبذ التقاط السيلفي في المناسبات.

العبارة رقم 16_ افضل التقاط السيلفي عند شرائي لمقتنيات باهضة الثمن.

من خلال معطيات الجدول نلاحظ ان في درجة موافق بشدة كانت النسبة للذكور حيث بلغت 4.92% و كذا الحال بالنسبة لدرجة موافق حيث بلغت النسبة 7.02%. اما في درجة محايد فكانت للاناث حيث بلغت 6.17%. وفي درجة معارض تحصل الذكور على 5.08%. اما درجة موافق بشدة فتحصل الاناث على النسب الاكبر ب 5.91%

العبارة رقم 17_ ارغب بالاتقاط صورة السيلفي لوحدي.

كشفت النتائج من خلال الجدول ان اغلب اجابات افراد العينة من جنس الذكور و الاناث كانت متباينة ما بين درجتي موافق بشدة و موافق. اذ تراوحت النسبة عند الذكور في درجة موافق بشدة ب 10.59%. اما الاناث فقدت النسبة لديهم ب 8.93%. اما في درجة موافق فقد تحصل الاناث على النسب الاكبر المقدره ب 7.69%. اما الذكور فتحصلوا على ما نسبته 4.15%.

العبارة رقم 18_ يسبب لي السيلفي احراج وسط الجماعة.

بينت نتائج العبارة ان غالبية افراد العينة يرفضون فكرة ان السيلفي يسبب لهم احراج وسط الجماعة. اذ تراوحت غالبية النسب المحصل عليها بين درجات محايد و معارض و معارض بشدة. اذ كان الذكور من بين الفئات الاكثر معارضة، حيث بلغت نسبهم في درجة معارض ب 12.99%. و في درجة معارض بشدة نسبة 17.44%. فيما تحصلت الاناث على نسب اقل في الاجابات.

العبارة رقم 19_ التقاط السيلفي يرفع لي معنوياتي.

من خلال نتائج الدراسة، تباينت اجابات افراد العينة حول العبارة 19. حيث حصد فئة الذكور على النسبة الاكبر في موافق بشدة قدرت ب 4.66%. فيما نال الاناث النسبة الاكبر في درجة موافق بنسبة 6.46%. اما في درجتي محايد و معارض فقد تحصل

الذكور على النسبة الاكبر قدرت ب 7.84% و 3.97% على التوالي، فيما حصل
الاناث في درجة معارض بشدة على النسب الاكبرو التي قدرت ب 4.83%
العبارة رقم 20_ احب تكرار تصويري لنفسي اكثر من مرة.
توضح نتائج الجدول مايلي:يوافق بشدة ما نسبته 10.16% من الذكور على
العبارة. فيما تحصلت الاناث على ما نسبته 5.94% بدرجة موافق، فيما تقاربت النسب
في درجتي محايد و معارض. لتبلغ عند الذكور في محايد 2.72%. اما الاناث فقد
تحصلوا على نسبة 2.46%. اما بدرجة معارض فقد تحصل الذكور على 2.25%. اما
الاناث فتحصلوا على 2.47%. اما بدرجة معارض بشدة فتحصل الذكور على النسبة
الاكبر و التي قدرت ب 6.97%.

الخاتمة

حاولت الدراسة منذ البداية معرفة اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، ومن اجل ذلك كان لا بد من القيام بدراسة ميدانية، وهذا من اجل اسقاط الجانب النظري على الجانب الميداني. ذلك ان السيلفي تعتبر ظاهرة من ظواهر العصر من الناحية التقنية من جهة، ومن جهة اخرى اصبحت وسيلة ابداعية وطريقة ناجعة للتواصل مع الاخرين، كون الصورة الذاتية في عصرنا هذا اصبحت شكلا من اشكال التعبير عن الذات، تسرد بدقة سير الذات اليومية بتفاصيلها، وتفرضها على الاخرين بقوة، فهي في هذه اللحظة الراهنة مفهوم و ممارسة انسانية، تنحت مسارها بسرعة و عمق في المدارات الاجتماعية الافتراضية، تغذي الجمهور بالخصال الايجابية لصاحب الصورة. فهي وسيلة من وسائل الاشهار الذاتي، عززت فكرة التواجد الاجتماعي من جانب معرفة شعورك ومكان تواجدك. وفي المقابل شكل ظهور هذه التقنية على الحياة الاجتماعية، نماذج افتراضية للعلاقات، اذ انتشرت مؤخرا عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عدد من صور السيلفي للدلالة عن حالة اجتماعية معينة الهدف منها بعث رسائل ميديائية من صاحب الصورة الغرض منها البحث عن المزيد من العلاقات، وانشاء علاقات غابت تداعياتها في الواقع الاصلي. اذا فالصورة اليوم لم تعد تلك الصورة التي كنا نعهدا في السابق، بل اصبحت الصورة في عصرنا هذا تسرد و تحاكي واقعا اجتماعيا معيناً بأدق تفاصيل حياتنا، صورة عفوية تخلو من الرسميات وتعتمد العفوية في الالتقاط، انه عصر الصورة التي اصبحت جزءا من الاعلام الجديد نبعث من خلالها تفاصيل حياتنا و علاقاتنا و يومياتنا بل و حتى احتياجاتنا، وهي لا تدخل في حياتنا فحسب، بل تعيد صياغتها.

قائمة المراجع و المصادر:

1/القواميس والمعاجم:

- جابر سيد عوض، التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 1996.
- عثمان ابراهيم، مقدمة علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- مجموعة من المشاركين، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة الرابعة، 2004.
- المعجم الوسيط تعريف معنى " الاستخدام " في معجم المعنى الجامع، معجم عربي-عربي.

2/الكتب:

- ابراهيم اسماعيل، الاعلام المعاصر (وسائله مهارته، تأثيراته، أخلاقياته)، الدوحة- قطر، ط1، 2014.
- ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية ، ط1 ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، 2011 .
- ابراهيم امام: الاعلام الازاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
- اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2003.
- آيات حذفی، ابراز استخدامات كاميرا الهواتف الذكية، 2017.
- تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2011.
- تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية / د. ابراهيم بعزیز ، ط1 ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، 2011
- ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهى مواقع التواصل الاجتماعى وأبعادها التقنية والاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم)، غسان يوسف المقدادي، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهى مواقع التواصل الاجتماعى وأبعادها التقنية والاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم)، غسان يوسف المقدادي، دار النقاش للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.

- جابر عوض سيد: التكنولوجيا و العلاقات الاجتماعية-ط1، دار المعرفة الجامعية،السويس،مصر،1996.
- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط4.
- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والايخراج في الصحافة الالكترونية)، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2013.
- حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والايخراج في الصحافة الالكترونية)، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، ط1، سنة 2013.
- حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والايخراج في الصحافة الالكترونية)، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، ط1، سنة 2013.
- حسني محمد نصر، وسائل الاعلام الجديدة (أسس التغطية والكتابة والتصميم والايخراج في الصحافة الالكترونية)، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان- الأردن ، سنة 2013.
- خالد عسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، عمان- دار النقاش للنشر والتوزيع، 2013.
- خالد عسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، عمان- دار النقاش للنشر والتوزيع، 2013.
- خالد عسان يوسف المقدادي، ط1، عمان- دار النقاش للنشر والتوزيع، 2013.
- دار بارني،المجتمع الشبكي، ترجمة انور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسات، ط1، 2015.
- دليو فضيل، الاتصال مفاهيمه ونظرياته، وسائله، دار النشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003م.
- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث للاعلام)، عالم الكتب، (د،ط)، القاهرة.
- السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي، اجراءاته ومناهجه، القاهرة، مكتبة الفلاح، 2002.
- شادية أحمد، علوم وتكنولوجيا، ابريل 2012، آفاق المستقبل
- الصادق رابع، (2008) التكنولوجيا الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية الشارقة، الامارات العربية المتحدة، شؤون اجتماعية، العدد 99.

- صالح أحمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، مكتبة غريب، 1982.
- عامر ابراهيم فيدليحي، منهجية البحث العلمي، د-ط، عمان الأردن، 2012.
- عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، بن عكنزن، الجزائر، 2008.
- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- عبد الباسط محمد حسن: علم الاجتماع المدخل، دار غريب للطباعة والنشر، ط، د س.
- عبد الرحمن محمد عيسوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 1995.
- عبد الله بوجلال ، أثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة بحوث، جامعة الجزائر، العدد02، 1994.
- عزام محمد أبو الحمام، الاعلام الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010،
- عزام محمد أبو الحمام، الاعلام الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- غريب سيداحمد: المدخل إلى علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 2002، -
حسين عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات الانسانية في مجالات علم النفس وعلم الاجتماع، الكتب الجامعي الحديث، مصر، ط، 1 1997.
- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام، دار أقطاب الفكر ، قسنطينة، ط3، 2007.
- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام، ط3، دار أقطاب الفكر ، قسنطينة، 2007 .
- فؤاد البهي السيد وسعيد عبد الرحمن: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، مصر، د ط، 1999
- قاموس المسفورداك الانجليزي، قاموس اللغة: اللغة الانجليزية، اللغة العربية، انجليزي* عربي.
- محمد الفاتح حمدي، ومسعود بوسعدية وياسين قرناني تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- محمد الفاتح حمدي، ومسعود بوسعدية وياسين قرناني تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.

- محمد شفيق ذ (1999)، الخطوات المنهجية لأعداد البحوث الاجتماعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000م.
- موريس انجريس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرق سعيد سبعون، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2.
- يسري خالد إبراهيم، وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الانماء المعرفي، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- يسري خالد إبراهيم، وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الانماء المعرفي، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

3/المجلات والدوريات:

- عن مجلة سيدني (الأسرة والمجتمع)، أقدم صورة سيلفي تعود لعام 1850 وحياتها سويدي، جدة.
- عن مجلة فن التصوير "صور سيلفي selfie للمصور البريطاني ريلاندر، www.foto astbook.com، الثلاثاء فبراير 2017، تاريخ الزيارة 2017/02/18.
- ياسمين حناوي، مجلة التأمين الصحي التعاوني- مجلس الضمان الصحي التعاوني (قسم لايف ستايل، العدد 4/ المجلد 7، WWW.CHI-gov-sg جمادي الآخرة 1436هـ/ تاريخ الزيارة 2017/02/15م.

4/المدونات:

- مدونة الأكاديمية العربية للتعليم الالكتروني والتدريب الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية وأهميتها في التعليم، 2013/02/02 spot.com www.blog 2017/03/15.
- مدونة الأكاديمية العربية للتعليم الالكتروني والتدريب الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية وأهميتها في التعليم، 2013/02/02 spot.com www.blog 2017/03/15.
- مدونة محمد مروان: ما هو الجهاز اللوحي (تابلت)، COM-003 www.mawd 26 أكتوبر 2013، تاريخ الزيارة 2017/03/06م.
- مدونة محمد مروان: ما هو الجهاز اللوحي (تابلت)، COM-003 www.mawd 26 أكتوبر 2013، تاريخ الزيارة 2017/03/06م.

- موسوعة الجزيرة الهواتف التقليدية الهاتف المطور الهواتف الذكية 2016/05/30، الهاتف الذكي العالم كله بجهاز واحد ، 2017/03/15.
- موسوعة الجزيرة الهواتف التقليدية الهاتف المطور الهواتف الذكية 2016/05/30، الهاتف الذكي العالم كله بجهاز واحد ، 2017/03/15.

5/المواقع الالكترونية:

- "ما هي أنواع السيلفي، وماذا تقول صورتك عنه"، البوابة صحتك وجمالك بتاريخ 25 نوفمبر 2014. www.ALBAWABA.COM تاريخ الزيارة 2017/02/22.
- Samir ismail، بحث تويتر فوائد وأضراره، 16 أكتوبر 2016 28.blogspot.com مارس 2016.
- Samir ismail، بحث تويتر فوائد وأضراره، 16 أكتوبر 2016 28.blogspot.com مارس 2016.
- WWW.ALITTIHD.COM
 - أحمد عنتر، كل ما تود معرفته عن سنا بشات (2015)، البوابة العربية الأخبار التقنية www.akhbark.net 2017/03/20.
 - آيات حذفى، ابراز استخدامات كاميرا الهواتف الذكية، 2017.
 - إيمان الكلاف، (ومن السيلفي ما قبل) مجلة اليمامة، العدد 2447 الرياض (السعودية) تاريخ الصدور 1988، تاريخ الزيارة 2017-02-22.
 - بوابة الفجر الالكترونية www.elragv.org السبت 12 مارس 2016م تاريخ الزيارة 2014/02/21/12:40.
 - دليل المبتدئين لاستخدام www.anayela.com 2015/02/21,instagram 2017/03/26.
 - رايبلزتك www.rebels.tech.com (قسم التطبيقات)، كتبتها رايبلزتك "5 تطبيقات اندرويد لالتقاط صور السيلفي الاحترافية" بتاريخ 26 جوان 2015م/ تاريخ زيارة الموقع 2017/03/02.
 - رحاب معاذ، ما هو الهاشتاج واهمية وكيفية عمله وخصائصه، 19 يونيو 2016 www.maiudoo3.com 2017/03/26.
 - شادية أحمد، علوم وتكنولوجيا، ابريل 2012، آفاق المستقبل www.AL_MOSTAKBAL.com

- عن جريدة الاتحاد نت، (قسم منوعات) ' روبرت كورنيليوس أول سيلفي في التاريخ' نورس حمدان، الامارات.
 - عن صحيفة العربي الجديد (قسم ميديا) "أقدم صورة سيلفي في التاريخ ، تاريخ النشر 09 نوفمبر 2014م/ تاريخ الزيارة 2017/02/13 WWW.ALAVABY.CO.UK
 - عن موقع RT+ "ذي غرديان البريطانية"، " القصة وراء أول صورة في التاريخ من عام 1926"، تاريخ النشر، 25 ديسمبر 2014/11:22، تاريخ الزيارة: 2017/03/28، 11:10.
 - مالك اسماعيل، شرح وتطبيق الاستقرام، وتحمله www.Baramhotra.com 2017/03/22.
 - المصدر تك اخر اخبار التقنية من أفضل المواقع)، ما هو تطبيق سيلفي؟ وأفضل برامج تصوير صورة سيلفي. . www.al Masdar.tech 13 جويلية 2014م/ تاريخ زيارة الموقع 2017/03/13م.
 - موسوعة ويكيديا الحرة.
 - موقع (RT+ أسأل أكثر)، (قسم RT360)، قاموس المسفورد يختار كلمة سيلفي بمثابة كلمة العام في 2013، www.arabic.RT+_com تاريخ النشر 19 نوفمبر 2013 GMT 9:42 تاريخ الزيارة 2017/03/24م.
 - موقع صحتي (السيلفي موضحة أم مرض نفسي) www.SOHATI.COM
 - ميشال الي راشد، قد لا تصدق.....مخاطر سمعتها للمرة الأولى عن ضوء السيلفي، المتاح في الموقع الالكتروني www.t3Me.COM. بتاريخ 2015/02/19. تاريخ زيارة الموقع: 2017/03/27م / 10:54.
 - يحي أبو سالم " افضل 13 تطبيق " سيلفي على الاجهزة الذكية" جريدة الاتحاد www.al itihad-al، دبي الامارات، الاثنين 1 سبتمبر 2014 تاريخ الزيارة 22 فيفري 2017.
- 6/الرسائل الجامعية:
- بوخنوقة عبد الوهاب، المدرسة والتلميذ والمعلم، تكنولوجيا الاعلام والاتصال (أطروحة دكتوراه).
 - حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفايبيوك والتويتتر نموذجا (دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة) رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الملك عبد العزيز، 2012.

Yves-François- le Coadic Vsage et vsagers de l'information, PARIS,
ABS,2001.

english Dictionary- COMPACT OXFORD.

Robert; dictionarie de la langue 5 français.

SELFIE-defenition of SELFIE in Englitt from the oxford dictionary.

selfie-DE Fenition of SELFIE IENGLISH.

جامعة جيلالي بونعامة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان

في إطار القيام بتحضير مذكرة تخرج ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تحت عنوان :

" تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي " السيلفي " نموذجا " .

و ذلك بهدف معرفة مدى استخدام شباب جامعة الجيلالي بونعامة لتقنية السلفي ندعوكم أيها الطلبة الأفاضل للمشاركة في هذا العمل ، بالإجابة على الأسئلة المرفقة بهذا الاستبيان بدقة و صراحة ، و نحيطكم علما أن المعلومات التي سوف تدلون بها لن تستخدم إلا لغرض علمي .

نشكركم على حسن تعاونكم معنا ، و نقدر لكم هذا الجهد .

ملاحظة:

- * ضع علامة (+) في خانة الجواب الذي تختاره .
- * لا تشطب الأسئلة التي لا توافق عليها .
- * لا تكتب أي معلومات شخصية ما عدا المطلوبة .
- * يرجى الإجابة على كل الأسئلة .

ملاحظة هامة: اقلب الورقة من الخلف

تحت إشراف الأستاذ:

أ- دحماني سمير .

من إعداد الطالبتان :

- متاجر سامية

- قندوز حنان

السنة الجامعية : 2016 / 2017

البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر أنثى

السن :

- من 18 إلى 20

- من 21 إلى 23

- من 24 إلى 26

- 27 فما فوق

المستوى التعليمي : ليسانس ماستر

1/ المحور الأول : عادات و أنماط استخدام السيلفي

1- هل تستخدم السيلفي ؟

دائما أحيانا نادرا

2- منذ متى تستخدم السيلفي : منذ اشهر اكثر من عام

3- كم صورة سيلفي تلتقط في اليوم لواحد ؟

- من 1 إلى 5

- من 6 إلى 10

- من 11 إلى 15

- من 16 فما فوق

4- مع من تفضل أخذ صورك سيلفي ؟

لوحدهك مع الأصدقاء مع شخصيات مهمة مع العائلة

5- أي الوسائل تستخدم لالتقاط صور "السيلفي" ؟

هاتف ذكي جهاز لوحي هاتف ذكي باستخدام عصا السيلفي

وسائل أخرى
.....

6. أي زوايا التصوير تفضل عند التقاط صورة "السيلفي"

إمالة الرأس الصورة من زاوية عالية تصوير من المنطقة الوسطى الأمامية

7. عند أخذ صورة السيلفي الخاصة بك، كيف تفضل أن تكون صورتك ؟

عادية و طبيعية وضع تحسينات على الصورة استخدام تطبيقات السيلفي

8- ما هي الأشياء التي تفضل أخذ صورك الشخصية معها ؟

مقتنيات باهضة مباني فاخرة حدائق عامة مواقع أثرية

9- في أي الفترات تحب التقاط صور "السيلفي" ؟

ساعة العمل أثناء نزهة أو عطلة أوقات الدراسة
في أوقات الفراغ

10- أي الأماكن تفضل التقاط صور سيلفي الخاصة بك ؟

مساحات خضراء أماكن عالية جامعة البيت

أماكن أخرى.....

11- هل تشارك صورك "سيلفي" في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائماً أحياناً نادراً أبداً

12- أي المواقع الاجتماعية تفضل وضع صورك "سيلفي" ؟

انستغرام فايسبوك سنا بشات تويتر

أخرى تذكر

13- ما هي المواقف التي تحبذ تصوير نفسك و عرضها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

المضحكة و الطريفة الجدية المواقف الخطرة

14- أيهما تفضل أخذ صورة السيلفي معه في غالب الأحيان ؟

مشاهير حيوانات أماكن و مواقع مهمة

II- المحور الثاني : دوافع استخدام السيلفي

15- لماذا تشارك صور السيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

خلق مزيد من الصداقات

مشاركة الصور

زيادة التفاعل

التعرف على الأجنب

خلق انطباع حول صورك

16- هل تحوز صورك سيلفي غالبا في مواقع التواصل الاجتماعي على التعليقات أو الإجابات؟

نعم لا أحيانا نادرا

17- ما دوافع استخدامك للسلفي

حب الشهرة جذب الانتباه اثبات الوجود رغبة ذاتية

18- من الأسباب التالية أجب عن الأسباب التي تدفعك لالتقاط صور السيلفي؟

حالة الفرح حالة الحزن والكآبة الحالة العادية

19- ما الدوافع الاعلامية لالتقاطك صور السيلفي؟

تعريف أصدقائي بالأماكن التعريف بثقافتك

تبليغ رسالة الاطلاع على يومياتك

III- المحور الثالث : نظرة و اتجاهات افراد العينة حول السيلفي .

20 - في نظرك هل تصويرك المتكرر للسلفي أمام الناس ؟

مضايقة لهم أمر محبب لهم أمر عادي بالنسبة إليك

21- كيف ترى تصوير بعض الأشخاص أنفسهم في الأماكن ؟

مغامرة و مجازفة كسب الشهرة و تحطيم أرقام أشخاص غير عاديين

22- برأيك الشخص الذي يحاول اثبات نفسه عن طريق صورة السلفي ؟

شخص غير عادي ضعيف الشخصية شخص يحب فرض ذاته

23- هل ترى أن الظاهرة أصبحت إدمانا لدى بعض الأشخاص ؟

موافق غير موافق

24- و هل ترى صور السيلفي هي فعلا انعكاس للواقع الذي يعيشه الأشخاص ؟

لا نعم

25- هل تستطيع أن تفكر و لو ليوم واحد التوقف عن السلفي؟

نعم لا لا أعرف

26- هل تفكر في التخلي عن السلفي مستقبلا و استبداله بتقنيات أخرى ؟

أكيد أبدا ربما

27- برأيك الانتشار الكبير لنمط تصوير سيلفي في عصرنا الحالي ؟

تقنيات تصوير جديدة تفاهة موضة العصر أمر عادي

28- ما هو تقييمك الخاص لظاهرة السيلفي ؟

ظاهرة ايجابية ظاهرة سلبية

V/ المحور الرابع : آثار استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1- أرغب بالالتقاط صور السيلفي لتخليد الذكرى.
					2- أحبذ وضع صورتي "سيلفي" في مواقع التواصل الاجتماعي .
					3- قلت علاقاتي و تفاعلاتي مع الغير بسبب صور السيلفي
					4- السيلفي غير لي طريقة معاملتي مع الغير بسبب صور السيلفي .
					5- السيلفي يحسن لي حالتي المزاجية .
					6- أفضل التقاط صور "السيلفي" الجماعية لتوثيق علاقاتي مع أصدقائي .
					7- ألتقط السيلفي بطريقة عفوية .
					8- أسعى لشد انتباه الآخرين لي عن طريق صورة السيلفي
					9- أحب التقاط السيلفي باستمرار لرغبتني الذاتية في إثبات تواجدي .
					10- أسعى لتقييم ذاتي عن طريق نشر صورتي الشخصية عبر المواقع الاجتماعية .
					11- أحب التواجد في الأماكن ذات الأهمية لأخذ صور "السيلفي" الخاصة بي
					12- صورة السيلفي تشعرنني بأن لي أهمية في حياة الآخرين .
					13- السيلفي يتيح لي توثيق وجودي في كل زمان و مكان .
					14- السيلفي يسبب لي النفور الاجتماعي .
					15- أحب التقاط صور السيلفي في المناسبات.
					16- أفضل التقاط السيلفي عند شرائي لمقتنيات باهضة الثمن.
					17- أرغب بالالتقاط صورة السيلفي لوحدي .
					18- يسبب لي "السيلفي" إحراج وسط الجماعة.
					19- التقاط السيلفي يرفع لي معنوياتي.
					20- أحب تكرار تصويري لنفسي أكثر من مرة.

82	جدول رقم 01 يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	01
82	جدول رقم 02 يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن	02
83	جدول رقم 03 يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
83	جدول رقم 04 يوضح درجة استخدام السيلفي لدى افراد العينة	04
84	جدول رقم 05 يوضح مدة استخدام المبحوثين للسيلفي	05
84	جدول رقم 06 يوضح عدد مرات التقاط السيلفي في اليوم الواحد	06
85	جدول رقم 07 يوضح مع من يلتقط افراد العينة السيلفي	07
85	جدول رقم 08 وسائل استخدام السيلفي	08
86	جدول رقم 09 يوضح زوايا التقاط السيلفي	09
87	جدول رقم 10 يوضح صور سيلفي المفضلة لدى افراد العينة	10
87	جدول رقم 11 يوضح الاشياء المفضلة لآخذ صورة السيلفي معها	11
88	جدول رقم 12 يوضح فترات التقاط صور السيلفي	12
88	جدول رقم 13 يوضح اماكن التقاط السيلفي	13
89	جدول رقم 14 يوضح درجة مشاركة افراد العينة صور السيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي	14
89	جدول رقم 15 يوضح مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لوضع صور السيلفي	15
90	جدول رقم 16 يوضح المواقف المحبذة في التصوير	16

90	جدول رقم 17 يوضح صورة السيلفي المفضلة	17
91	جدول رقم 18 يوضح اسباب مشاركة صور السيلفي	18
92	جدول رقم 19 يمثل اجابات افراد العينة حول التعليقات في مواقع التواصل الاجتماعي	19
92	جدول رقم 20 يوضح دوافع استخدام السيلفي .	20
93	جدول رقم 21 يوضح اسباب التقاط صور السيلفي في مواقع التواصل الاجتماعي	21
93	جدول رقم 22 يوضح الدوافع الاعلامية لالتقاط السيلفي	22
94	جدول رقم 23 يوضح نظرة افراد العينة للتصوير المتكرر للسيلفي امام الناس	23
95	جدول رقم 24 يوضح نظرة افراد العينة لظاهرة التصوير سيلفي في الاماكن الخطرة	24
95	جدول رقم 25 يوضح نظرة افراد العينة لملتقط السيلفي.	25
96	جدول رقم 26 يوضح درجة موافقة افراد العينة حول ادمان صور السيلفي	26
96	جدول رقم 27 يوضح نظرة افراد العينة حول صور السيلفي و انعكاسها على الواقع	27
97	جدول رقم 28 يوضح نظرة افراد العينة حول امكانية التوقف عن التقاط صور السيلفي	28
97	جدول رقم 29 يوضح درجة موافقة افراد العينة حول التخلي عن السيلفي مستقبلا	29
98	جدول رقم 30 يوضح راي العينة حول نمط التصوير سيلفي في عصرنا الحالي	30
98	جدول رقم 31 يوضح تقييم افراد العينة لظاهرة السيلفي	31
100	جدول رقم 32 يوضح اجابات افراد العينة حول مقياس الاتجاه	32

فهرس المحتويات

الواجهة
التشكرات
الإهداء
خطة البحث
مقدمة

الفصل الاول: الجانب المنهجي للدراسة

1-مشكلة الدراسة.....ص9
2-مفاهيم الدراسة.....ص10
3-اهمية الدراسة.....ص15
4-اهداف الدراسة.....ص15
5-اسباب اختيار الموضوع.....ص15
6-الدراسات السابقة.....ص16
7-منهج الدراسة.....ص18
8-ادوات جمع البيانات.....ص19
9-مجتمع و عينة البحث.....ص22
10-مجالات الدراسة.....ص23
11-صعوبات الدراسة.....ص24

الفصل الثاني: وسائل الاتصال الحديثة والشبكات الإجتماعية

1-وسائل الاتصال الحديثة

1- مفهوم وسائل الاتصال الحديثة.....ص27
2- تاريخ وسائل الاتصال الحديثة.....ص27

فهرس المحتويات

- 3- خصائص وسائل الاتصال الحديثة.....29
- 4- وظائف وسائل الاتصال الحديثة.....30
- 5- نماذج عن وسائل الاتصال الحديثة.....31

II- الشبكات الاجتماعية

- 1- مفهوم الشبكات الاجتماعية.....38
- 2- تاريخ الشبكات الاجتماعية.....39
- 3- مكونات الشبكات الاجتماعية.....40
- 4- خصائص الشبكات الاجتماعية.....41
- 5- نماذج عن الشبكات الاجتماعية.....42

الفصل الثالث: السيلفي والعلاقات الاجتماعية

I- ظاهرة السيلفي

- 1- مفاهيم حول السيلفي.....60
- 2- تاريخ نشأة السيلفي.....61
- 3- أنواع السيلفي.....65
- 4- تطبيقات السيلفي.....67
- 5- ايجابيات وسلبيات السيلفي.....72

II- العلاقات الاجتماعية

- 1- ماهية العلاقات الاجتماعية.....75
- 2- انواع العلاقات الاجتماعية.....75
- 3- مستويات العلاقات الاجتماعية.....77
- 4- تصنيفات العلاقات الاجتماعية.....79

فهرس المحتويات

الجانب التطبيقي للدراسة: اثر استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية لدى طلبة جامعة خميس مليانة	
1- عادات وانماط استخدام السيلفي.....	83
2- دوافع استخدام السيلفي.....	91
3- نظرة واتجاهات افراد العينة حول السيلفي.....	94
4- آثار استخدام السيلفي على العلاقات الاجتماعية.....	101
الخاتمة.....	110
الملاحق.....	
قائمة المراجع.....	114
فهرس الجداول.....	121
فهرس المحتويات.....	124