

تمهيد:

لقد ساهم التطور المعاصر في تبادل الأفكار والمعلومات بصورة رسخت لنشأة شبكة التواصل الاجتماعي، التي ازدادت أهميتها بعد ظهور الجيل الثاني من الانترنت وأكثر هذه المواقع انتشارا هو موقع الفيسبوك، الذي من شأنه أن يحدث سلوكيات مقبولة وغير مقبولة، في جميع المجالات التي تتعلق بالفرد والمجتمع. وقد يؤدي الاستخدام المفرط لهذه المواقع، إلى تدني المنظومة القيمية نتيجة للتأثر بالثقافات المفتوحة، وقد يفرز الكثير من المشكلات النفسية والاجتماعية، من أضرارها الإدمان، في ضوء كل هذا سوف نتطرق في هذا الفصل إلى ماهية الانترنت، والإدمان عامة، ثم نحدد مصطلح موقع التواصل الاجتماعي لتبين تعريفها، وأهم مراحل نشأتها وخصائصها، وإيجابياتها وسلبياتها، وماهية الإدمان عليها، وعلى وجه التخصيص تطرقنا إلى ماهية موقع الفيسبوك، وخصائصه ونسب انتشاره، آثار استخدامه، وفي الأخير الإدمان على موقع الفيسبوك وأهم أعراض الإدمان عليه.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

من أهم التعاريف التي تصف هذه المواقع ما يلي:

تعريف التواصل الاجتماعي لغة:

الأصل الاشتقاقي لفعل التواصل يعني جعل الشيء مشتركاً، فالتواصل يعني عملية انتقال الفرد من وضع فردي إلى وضع اجتماعي وهو ما يفيد فعل اتصل الذي يتضمن الإخبار والتخاطب والإبلاغ، ويتعلق بنقل الرسائل أو الرموز الحاملة للدلالة. ويمكن للتواصل -كنشاط تبادلي- أن يتم بواسطة الأصوات والإشارات أو صورة أو علامات مكتوبة. يتميز بأعلى مراتب الدقة على مستوى اللسان. (معزي، 28، 2014)

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

من بين التعاريف التي تناولت مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

عرفة بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت، تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص به، من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه بأصدقاء الجامعة أو الثانوية، أو غير ذلك. (ليلي، 2012، 37)

تعرف بأنها خدمة متوفرة عبر الانترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم ومشاركتهم وتشبيكهم في موقع الكتروني معا مباشرة ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الإخبار، المحادثة فورية والبريد الالكتروني، ومشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو والصوتيات. (السيد، أحمد، 2014، 192)

2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس CLAS SMATES) عام (1995) للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (سكس دجريزس SIX DEGREES) عام (1997)، حيث ركز الموقع الأخير

على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة، يطلق عليها - الدرجات الستة للانفصال-، أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات (أو أشخاص)، ويمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة، فظهرت في تلك المواقع والملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، إلا أن هذا النوع من المواقع الإلكترونية لم يلقى رواجاً في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما هو موجود في المواقع الاجتماعية الحالية، وبعد ذلك وخلال الفترة من (1999-2001) ظهرت مجموعة المواقع الاجتماعية الأخرى والتي لم تنجح مثل سابقتها. (عبد الله، 2010، 123)

ومع بداية (2002) حيث ظهر موقع (FRIENDSTER) الذي حقق نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شراؤه سنة (2003).

ومع بداية عام (2005) ظهر موقع ماي سبيس **My Space** الأمريكي الشهير الذي تفوق على جوجل، إذ يعتبر من أوائل الشبكات الاجتماعية انتشاراً في العالم، ومعه منافسه الشهير **فيسبوك facebook**، وقد بدأ في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام (فيسبوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، أدى ذلك إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بتفوق على منافسه ماي سبيس. (Ellison and Boyd.2008.32).

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتشارك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية، بينما يتميز البعض عن الآخر بميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، من أبرز هذه الخصائص هي:

- **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي تساعد على انتشار مواقع التواصل

الاجتماعي وهي بساطتها، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في

الانترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية، كما أن التسجيل في هذا

الموقع مجاني. (نريمان، 2012، 54)

- **التفاعلية:** وتعني رجع الصدى، وقد عرفت بأنها العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال القدرة على إدارة عملية الاتصال عن بعد. (الخطاب، 67، 2011)
- وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمستخدم أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة فيها عن طريق عرض الآراء. (على خليل، 55، 2013)
- هناك من يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تخطت التفاعلية إلى ما بعد التفاعلية أن يمكن لكل متصفح الانترنت أن يكونوا مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبلينها في آن واحد، وعن طريق المواقع الاجتماعية يمكن للأفراد إرسال الكتابة والصور، والفيديو والموسيقى على شبكة الانترنت.
- **الملفات الشخصية (الصفحات الشخصية):** من خلال الملفات الشخصية و يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه: الاسم، اللقب، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، الصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. وبعد الملف الشخصي بوابة الدخول إلى عالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومن هم أهم أصدقائه وما هي الصورة التي رفعها إلى غير ذلك.
- **الأصدقاء والعلاقات:** هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق مواقع التواصل الاجتماعي عليهم اسم (صديق)، بينما تطلق عليهم بعض المواقع الاجتماعية الخاصة مسمى (اتصال أو علاقة).
- (ليلي، 43، 2012)
- **إرسال الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة إلى شخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لا.

- **الصفحات:** ابتدعت هذه الفكرة من طرف الفيسبوك واستخدمت بطريقة فعالة حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات الإعلانية وتوجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين. (جمال، 2012، 15)
 - **خاصية الصور:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إعداد ألبوم صور (صور أصدقائه المضافين لديه وصور عائلته وصور مناسباته الخاصة أو العامة). (رمضان، 2012، 42)
 - **خاصية الفيديو:** تتيح للمستخدم تحميل الفيديوهات الخاصة به، ومشاركتها مع الأصدقاء على هذا الموقع.
 - **خاصية المجموعات:** هذه الخاصية هي الأساس الجماعي على هذه الشبكات الاجتماعية، حيث تتمتع جميع مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها يجمعها وتقدم خدمات على مستوى الشبكة.
 - **خاصية الأحداث العامة:** تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه و أخبار الأصدقاء والأعضاء به.
 - **خاصية المدونات:**
- أصبحت هذه الخاصية متوفرة على مواقع التواصل الاجتماعية، وهي إمكانية التدوين من خلال الموقع، هذه الخاصية توفر للمستخدم إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته ويمكن تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس الاهتمامات. (صادق، 2008، 99)

4- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية:

هناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على نطاق علمي، فهناك ما يجمعها الأصدقاء العمل، وهناك شبكات تدوينية مصغرة، فمن أشهر هذه المواقع نجد:

• موقع سبيس My Space :

يعتبر سادس أكثر مواقع الواب الانجليزية شعبية في العالم، وثالث أكثر المواقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد تأسست خدماته في 2003، بواسطة (توم أندرسون) و (كريس دي) وفريق صغير من المبرمجين، ويقدم شبكة تفاعلية من الأصدقاء والمسجلين من أنحاء العالم، وصنع ملفات الكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني، والترويج للأعمال ، ويسمح لهم بتقديم مدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع ويخصص الموقع مساحة للاندماج الثقافي.

• موقع التويتتر Twitter:

يقدم موقع تويتتر خدمة التدوين المصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم، كحد أقصى بـ (140) حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS) أو برنامج المحادثة الفردية الفورية والتطبيقات التي يقدمها المطورون مثل (الفيسبوك) Facebook ويمكن للمستخدمين الاشتراك بشكل مباشر في هذا الموقع، وبذلك تكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب حيث تظهر آخر التحديثات حول سؤال: ماذا تفعل الآن؟ وعندما يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات للأصدقاء. (مريم، 49، 2014)

• موقع يوتيوب YouTube:

تقوم فكرة هذا الموقع على إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع فيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية (عبد الرزاق، 2011، 95)، وبمجرد أن يقوم المستخدم

بالتحميل في موقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها الملايين من الأشخاص حول العالم. (بدر الدين، 2012، 133)

• **موقع لينكد In: Linked In:**

وهي شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتجارة تضم العدد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات، يتشاركون مجموعة من الاهتمامات. (مريم مراكشي، 2014، 51)

• **موقع الفيسبوك Facebook:**

يعتبر موقع الفيسبوك أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها، ونظرا لأن دراستنا أخذته نموذجا، فسوف يتم تناوله في العنصر الثالث من هذا الفصل.

5- الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي:

5-1- تعريف الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي:

هو اضطراب نفسي يركز حول التعلق (التبعية) بأصدقاء الانترنت والتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمدمنون على مواقع التواصل الاجتماعي غير قادرين على الاستغناء عن الدخول والمشاركة في هذه المواقع. (Nnamadi. 2010.64)

5-2- بعض خصائص الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي: من أهمها ما يلي:

- الشعور بأن ما يجري على شبكات التواصل الاجتماعي هو الطريق للوصول للعالم بأسره.
- الشوق إلى الجلوس والتحدث مع الآخر داخل هذه الشبكات قبل النوم أو ما يسعى بالتعلق.
- توقع قوي للفرد المدمن بتسجيل الدخول، لمعرفة ورؤية ما يحدث داخل الحساب الخاص ضمن هذه الشبكات.

- التكرار من الدخول العشوائي إلى مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث يجد الشخص المدمن نفسه أمام عالم مختلفة تماما عن الواقع الحقيقي.
- محاولة السيطرة على الإدمان، من خلال التنويع في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مثلا القفز من التواصل بموقع "ماي سبيس" إلى موقع "فيسبوك".
- التسلل لفترة زمنية طويلة بهذه المواقع.
- الإصابة الأرق بسبب الاتصال لفترات طويلة ليلا لهذه المواقع.
- حذف كل المشاركات التي تبدي تعليقات على التحديثات المستمرة للحساب في هذه المواقع.
- النعاس الشديد بسبب ليلة طويلة من الاتصال بهذه المواقع.

6- الفيسبوك أكثر المواقع شيوعا:

6-1- تعريف الفيسبوك:

لقد وردت عدت تعريفات لهذا المصطلح من أهمها:

حسب ويكيبيديا: الفيسبوك (Facebook) هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة (فيسبوك) محدودة المسؤولية كملية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكة التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال رسائل لهم، وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد. الذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة لتعرف إليهم. (وائل، 2013، 13)

- هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف بأنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول لمستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني

- عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع، يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية. (إيلي، 2012، 51)
- ويعرف بأنه: شبكة اجتماعية على الانترنت تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتهم مع بقية مستخدمي الموقع. (عبد الكريم الزباني، 2010، 10)
 - ويعرف بأنه: موقع للتواصل الاجتماعي لتبادل الآراء والحوار والأفكار والصور والفيديوهات، من خلال صفحة ملف شخصي تسمى (بروفيل Profile)، يقوم من خلاله بتكوين صداقات مع من يقبلون بصداقته.
 - كما يعرف بأنه: عبارة عن مدونة شخصية، أو صفحة على الانترنت، يشير اسمه إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لمجموعة معينة، وتستخدم شبكة الفيسبوك لأغراض متعددة بناءً على طبيعة ونوعية المجموعة التي تستخدمه. (فوزية، 2013، 42)

من خلال ما سبق إن موقع الفيسبوك ذو واجهة بسيطة تثير فضول الزوار إلا أنه أصبح اليوم من أهم المواقع زيارة في العالم.

6-2- نشأة الفيسبوك:

انطلق موقع (الفيسبوك) في 28 أكتوبر عام (2003)، عندما قام مارك زوكربيرج وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفرد الأمريكية بابتكار (الفييس ماش) مع زميله في غرفة السكن "موسكو فيترز" و "هيزو" حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض، ودعوة طلاب مستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية".

وقد لجأ "زوكربيرج" إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالبحر الجامعي، لكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام فيه زوكربيرج، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهمت

زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر ، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه، وفي 04 نوفمبر من عام 2004 قام زوكربيرج بتأسيس موقع (الفيسبوك) على نطاق جامعة هارفرد تحت مسمى (thefacebook.com).

وكانت عضوية الموقع تقتصر في البداية على طلبة جامعة " هارفرد كليدج" أقدم كليات جامعة هارفرد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة انضم كل من ادوارد سافرين (المدير التنفيذي للشركة) و داستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكلام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته لتطوير الموقع، وفي شهر مارس 2004 فتح (الفيسبوك) أبوابه أما جامعات (ستانفورد وكولومبيا وبييل) وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة (آيفي ليج)، شيئاً فشيئاً وأصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا و الولايات المتحدة الأمريكية.

وفي عام (2004) تم نقل مقر (الفيسبوك) إلى مدينة **بالو آلتو** في ولاية كاليفورنيا وقامت الشركة بشراء الاسم الناطق (facebook.com) عام (2005) بمبلغ (200000) دولار أمريكي، كما قام (الفيسبوك) بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر عام (2005) بعد ذلك أتاح الموقع شاتراك الموظفين في العديد من الشركات، مثل شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وبلاحظ حتى تلك المرحلة كان الاشتراك بموقع (الفيسبوك) لازال غير متاح أمام الجماهير التي تستخدم الانترنت، لكنه في 26 سبتمبر من عام (2006) فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر 13 عام فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، ليصبح هذا التاريخ لاحقاً أحد أهم التواريخ التي شكلت منعطفاً أساسياً في تطور المواقع الاجتماعية والانترنت.

هذا النجاح السريع الذي حققه الموقع، جعل زوكربيرج يرفض عرضاً تلقاه لشراء موقعه بمليار دولار. في سنة (2007) أعلنت شركة **ميكروسوفت** أنها قامت بشراء

حصة في "فيسبوك" بلغت (1.6%) بقيمة (240) مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بـ (15) مليار دولار، وعلى رغم ذلك قامت شركة ميكروسوفت بشراء حقوق التصفية كما أن الحصة التي اشترتها ميكروسوفت تعطيها الحق بنشر الإعلانات الدولية في الولايات المتحدة الأمريكية وعلى المستوى الدولي.

في عام (2008)، أعلن القائمون على إدارة الموقع (الفيسبوك) اتخاذ مدينة دبلن عاصمة أيرلندا مقراً دولياً لها.

6-3- الفيسبوك بالأرقام:

6-3-1- أرقام رسمية لإحصائيات حول الفيسبوك:

بلغ عدد المستخدمين النشطين للفيسبوك حوالي (800) مليون مستخدم حول العالم سنة (2011)، كما تشير الإحصائيات إلى أن (11%) من سكان العالم يملكون حساباً في الفيسبوك حسب ما نشره موقع TheSocialskayni.com لتصل سنة (2012) إلى مليار مستخدم حول العالم.

وحسب الإحصائيات الشاملة لاستعمال شبكة الفيسبوك ونقلها عن موقع (GRAFICYA) لسنة (2015)، نجد حوالي (936) مليون مستخدم ناشط في اليوم على الأقل في حين تحوي باقي الشبكات (798) مليون مستخدم ناشط منتقل في اليوم. واحتوى الفيسبوك على (1.44) مليار مستخدم ناشط في الشهر، في حين تحوي الشبكات الاجتماعية الأخرى على (1.25) مليار مستخدم منتقل ناشط.

أكثر من (2) مليار صورة تنشر يوميا في الفيسبوك والانسغرام والمسنجر والواتس آب. وأكثر من (700) مليون مستخدم شهريا ينظمون إلى مجموعات في الفيسبوك، ويحوي موقع فيسبوك مسنجر (600) مليون مستعمل في أنحاء العالم، كما أن (650) مليون مستخدم يتصلون بصفحات فيسبوك لها علاقة بالرياضة، كما يوجد أكثر من (2) مليار متفاعل بالفيسبوك في الأسبوع، بين شخصيات معروفة ومعجبيها. (www.ya-graphic.com)

6-3-2- استخدام الفيسبوك في العالم:

بالرغم من أن الولايات المتحدة الأمريكية هي المكان الأول لإنشاء الفيسبوك إلا لأن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية لا ينتمون إلى هذا البلد، إذ أن أكثر من (82.8%) من المستخدمين الناشطين يوميا لهذه الشبكة هم خارج الولايات المتحدة وخارج كندا.

وفيما يلي الأرقام الرسمية لإحصائيات أنجزت في أواخر (2014) حول الفيسبوك:

- 1 أكثر من (471) مليون مستخدم ناشط شهريا في قارة آسيا، حسب kirthiga Reddy المدير العام للفيسبوك في الهند.
- 2 -أكثر من (307) مليون مستخدم ناشط شهريا في قارة أوروبا.
- 3 أكثر من (210) مليون مستخدم ناشط شهريا في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.
- 4 أكثر من (453) مليون مستخدم ناشط شهريا في بقية أنحاء العالم.

6-3-3- الفيسبوك في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا:

بينت الإحصائيات لعام (2015) على مستوى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أنه يوجد أكثر من (65) مليون مستخدم متنقل شهريا للفيسبوك. و (36) مليون مستخدم متنقل يومي للفيسبوك. ولوحظ أن أغلب المستخدمين هم شباب يستعملون الفيسبوك لأغراض تجارية وترفيهية، والمدة الزمنية التي يكون فيها الاستخدام كبير هي شهر رمضان. (www.ya-graphic.com)

6-4- خصائص الفيسبوك: يوفر (الفيسبوك) مجموعة من الخصائص للمستخدمين تتمثل في:

- **خاصية الصور (Photos):** تتيح هذه الخاصية للمستخدم إمكانية إعداد ألبوم للصور خاص به و إمكانية الاستعراض للأصدقاء المضافين إليه. (كولير آن، ماجد لاري، 2012، 22)

- **خاصية الفيديو (videos)**: توفر للمستخدم تحميل الفيديوهات الخاصة به، ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).
 - **خاصية الحلقات (Groups)**: تمكن هذه الخاصية المشتركين من إعداد المجموعات للنقاش في موضوع ما.
 - **خاصية الأحداث الهامة (Events)**: تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما، وإخبار الأصدقاء به.
 - **خاصية الإعلان (Market place)**: تمكن هذه الخاصية المشترك من إعلان عن أي منتج أو البحث عن أي منتج يرغب في شراءه.
 - **خاصية النكز (poke)**: هي عملية تنبيه الأصدقاء على الفيسبوك لجذب انتباههم وكان المستخدم يقول: "مرحبا" (مريم، 2014، 58-59)
 - **الإشعارات (Notification)**: تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا.
 - **الألعاب (Games)**: يوفر الفيسبوك العديد من الألعاب المختلفة، ويسمح للمستخدم أن يدعو العديد من أصدقائه للمشاركة.
 - **خاصية (Gifts)**: تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إرسال الهدايا افتراضية إلى أصدقائهم، وتظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.
 - **خاصية (Market place)**: تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانا.
- 7- نظرية الاستخدامات والإشباع:

7-1- نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير الإقبال على الفيسبوك:

ظهرت نظرية الاستخدام والإشباع عام (1959) على يد (إياهو كاتز) لتشكل منحنى جديدا في نظرة منظري الإعلام للعملية الإعلامية برمتها، حيث تم الانتقال من التركيز على الرسالة الإعلامية إلى التركيز على الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك انتقى المفهوم الذي كان سائدا قبلها المتمثل بالتسليم شبه المطلق بقوة وسائل الإعلام، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا

للتعود على الوسيلة الإعلامية (نهى، 18، 2005)، إذا كان مسلم بأن لقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، فكان يعتقد أن طبيعة بناء الرسالة الإعلامية هو وحده الذي يؤثر على اختيار الأفراد للتعرض لوسائل الإعلام الجماهيري، دون الالتفات لإرادة الجمهور وكأن الجمهور هو مجموعة من الأفراد فاقد الإرادة يتم التحكم فيهم من قبل وسائل إعلام كيف ما تريد.

فجاءت هذه النظرية برؤية مختلفة تتمثل في إدراك تأثير الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، حيث يختار جمهور المتلقين الوسيلة الإعلامية والمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها بناء على عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: (الخلفيات الثقافية والذوق الشخصي للفرد، وأسلوب الحياة، والسن، والجنس ومقدار الدخل، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي وغيرها). (ليلي، 2012، 121) وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين والإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور لما يفعله الجمهور بالرسالة، بناء على خصائصه ودوافعه، وانطلاقاً من مفهوم أن الجمهور الإيجابي يستخدم رسالة إعلامية معينة لإشباع حاجة أو حاجيات معينة لديه، أو لتحقيق منفعة ما. ولعل هذه النقطة توضح بشكل ربما يكون أجلى وأوضح مما كان في ذهن كانز صاحب النظرية، بالنظر لإتاحة الإعلام التفاعلي بأشكاله المتعددة، أما الجمهور في الوقت الراهن عن طريق ما وفره الانترنت بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص من الإمكانيات لمشاركة الجمهور بكل سهولة في هذا الموقع.

وقد أدخلت هذه النظرية مفهوماً جديداً عن الجمهور، حين تحدثت عن الجمهور النشط، متجاوزة المفهوم الذي كان سائداً قبل ذلك، بأن الجمهور هو مجرد متلق سلبي فهي ترى أن الجمهور النشط يقوم من تلقاء نفسه في البحث عن المضمون الإعلامي الذي يلبي إشاعته ويناسبه من حيث الثقافة، والدخل والجنس والتوجه، أي أن الجمهور هو الذي يتحكم باختيار الوسيلة الإعلامية، الذي تقدم المضمون الذي ينشده، فالجمهور النشط في نظرية الإشاعات والاستخدامات، هو الذي يختار بحرية مضمون الرسالة بشكل اختياري، ويستهلك المضمون الرسائل بشكل اختياري بناء على

مجموعة متنوعة من الاحتياجات النفسية التي يسعى الجمهور إلى إشباعها. (صالح، 2009، 361)

ويمكن الاستدلال بسهولة على هذا المفهوم عن طريق ملاحظة إقبال الشباب في الوقت الحاضر على اختيار موقع الفيسبوك الإلكتروني، كونه أكثر المواقع تلبية لإشباع حاجياتهم.

كما تشير هذه النظرية إلى إمكانية تحقيق إشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور في المضمون الإعلامي الواحد (أمانى، 1997، 121 - 123)، ولعل أقرب مثال على ذلك الدخول إلى موقع (الفيسبوك) قد يشكل مادة تعليمية للبعض، ومادة ترفيهية للبعض الآخر ومادة للتعارف وتكوين صداقات جديدة عن الآخرين، يتوقف ذلك على نوع الإشباع التي يحققها التعرض بالنسبة للمتلقى. تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفروض من أهمها:

- الجمهور المتلقي يستخدم المعرض الإعلامي بما يحقق إشباعات لحاجياته.
- يجب تمكين الجمهور النشط من تحديد الدوافع والاحتياجات، وتمكينه من اختيار الوسيلة الإعلامية التي تحقق له ذلك.
- إن استخدام المتلقين للوسيلة الإعلامية تعطي دلالة واضحة على مستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقون.
- يتجه الجمهور النشط إلى إكمال بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات إتصالية أخرى مثل الأندية السينما والملتقيات الثقافية عند إحساسه بقصور وسائل الاتصال المتاحة في تلبية احتياجاته. (عبد الحميد، 2000، 15)

وهذا ما قد وجد حالة تنافسية في العصر الحديث بين الوسائل الإعلامية القديمة والوسائل الحديثة، كالانترنت والمواقع الاجتماعية الإلكترونية التي أصبحت تلبية إشباعات أكثر بالنسبة للعديد من المتلقين.

8- أهم نماذج نظرية الإشباعات والحاجات:

- نموذج كاتز وزملائه:

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية حاجياتهم، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه إلى البحث عن وسيلة إعلامية التي تلبى احتياجاتهم.

(عبد الحميد، 2004، 240)

- نموذج ويندال (Windhal):

يتناول ويندال في نموذج العلاقة بين كل من الاستخدامات والإشباعات، ويرى أن المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه مضمون الوسيلة الإعلامية المستهدفة بعد إجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى.

- نموذج روز نجرين:

يتناول هذا النموذج مجموعة من العوامل التي تتشكل منها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وهي الحاجات البيولوجية والاجتماعية والنفسية الموجودة لدى الإنسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع إطار مجتمعي وخصائص الفرد، وهذا يلجأ إلى الوسيلة الإعلامية التي يرى في مضمونها حلاً لمشكلاته وإشباع حاجاته. (حسن عماد، سامي، 2000، 209)

8-1- حاجات إقبال المراهقين والشباب على الفيسبوك:

لقد قدمت نظرية الاستخدامات والإشباعات تفسيراً منطقياً لإقبال هذه الفئة على (الفيسبوك)، فيبدو من خلال ذلك أن موقع الفيسبوك يشبع عندهم حاجات متنوعة منها:

- حاجة اجتماعية:

إن موقع الفيسبوك كموقع اجتماعي يقدم للشباب نوعاً من الإشباع الاجتماعي خاصة في مرحلة المراهقة وبداية الشباب، حيث يكون للفرد حاجة لأن يبدأ حياته

الاجتماعية بالتواصل كراشد مع بقية أعضاء المجتمع، لكن الذي يحدث غالبا أن المجتمع لا يتعامل معه على أنه راشد، فهو مازال يراه صغيرا، فيجد الفرد نفسه في استخدامه موقع الفيسبوك إشباعا لهذه الحاجة التي قد لا تتوفر في مكان آخر. ومن جوانب اجتماعية أخرى التي لا بد أن يكون لها من أثر على انتشار الفيسبوك في مجتمعاتنا العربية، إقبال الإناث على المشاركة بهذا الموقع، إذ من المعروف أن طبيعة مجتمعاتنا المحافظة تحتم على الأسرة العربية وضع سلسلة من القيود على خروج الفتاة من بيتها لغير المدرسة أو الجامعة أو العمل، الأمر الذي قد يجعل الفتاة بأنها محتاجة لمزيد من المساحة للتحرك داخل مجتمعاتنا، وبهذا جاء الفيسبوك ليشبع عندها هذه الحاجة للتحرك عبر أرجاء الكرة الأرضية بأكملها. (ليلى أحمد جرار، 2012، 129)

● **الحاجة لمعرفة الجنس الآخر:**

يحتاج الفرد في هذه المرحلة أن يبدأ في التعرف وتكوين اتصال مع الجنس الآخر وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة، فإن هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الفرد ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أن استخدامه لموقع الفيسبوك يشبع هذه الحاجة عنده سواء كان هذا الإشباع كلياً أو جزئياً.

● **الحاجة للمعرفة:**

يحتاج الفرد في هذه المرحلة إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، فهو شغوف للمعرفة الواسعة دائماً، يحتاج لمعرفة ما يدور حوله، وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرة والحاجة إليها سمة بشرية تتجلى في هذه المرحلة وموقع الفيسبوك قادر على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد المراهقين والشباب عموماً بمعرفة متعمقة، لما يتوفر لديه من تنوع في كافة المجالات.

● **الحاجة للإشباع الفكري:**

طبيعة مجتمعاتنا الشرقية لا تتيح لهذه الفئة التعبير عن آرائهم بحرية وتوجهاتها وتقييد من فرص اطلاعهم على الآراء والمعلومات التي لا تتسجم مع الأطر الاجتماعية أو الدينية أو السياسية السائدة، مقابل وجود حاجة ماسة لدى هذه الفئة

للتعبير عن ذاتها وهمومها وقضاياها من منظورها الذاتي، وبدون قيود، وبهذا يحقق إشباع فكري عن طريق استخدام الفيسبوك بواسطة طرح أفكارها (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات.

● **الحاجة إلى الترفيه والتسلية:**

لا يوجد حد عمري فاصل بين مرحلة عمرية وأخرى وكل مرحلة لا بد وأن توجد فيها بقايا من المرحلة التي تسبقها، وبالنظر إلى المراهقين والشباب فإن ما يفصلهم عن سن الطفولة ليس بالكبير، من هنا يلاحظ إقبال هذه الفئة واحتياجهم للتسلية والترفيه وبطبيعة الحال فإن هذا المجال مفتوح على مصراعيه أمام من يستخدم موقع الفيسبوك.

● **الإذعان المجتمعي:**

في هذه المرحلة لا يمكن إهمال تأثير الأقران على بعضهم، ففي دراسة أجريت على الطلبة غير المتخرجين في جامعة (نورث إيسترن) عن تأثير الفيسبوك على الإرادة الحرة للفرد، أكدت بأن هناك مستوى من ضغط الأقران على الفرد فمساهمة الأقران أدت إلى زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في موقع (الفيسبوك)، حيث بينت تلك الدراسة بأن العديد من الطلاب اشتركوا في الموقع نتيجة لضغوط تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون، ويخلص الباحث إلى أن الفيسبوك بشكله الراهن يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بضغوط المجتمع الإلكتروني والرفقاء. (ليلي، 2013، 130)

9- آثار استخدام موقع الفيسبوك:

الفيسبوك كأداة من أدوات الإعلام الجديد لها إيجابيات وسلبيات على مستوى الأفراد خاصة والمجتمع بصفة عامة فمن بينها ما يلي:

9-1- إيجابيات استخدام موقع الفيسبوك:

● **إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في الموقع :** فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع ومتاح لهذا الصديق أن

- يقبل أو يرفض هذه الصداقة. كما يمكن لمتلقي الصداقة التحري عن الشخص الذي طلب صداقته.
- يتيح الفيسبوك فرصة تحميل ألبومات الصور : بشكل أكبر وأسهل مما يتيح المواقع الأخرى.
- التواصل مع المجتمعات الافتراضية : متخصصة في مواضيع مختلفة تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات : كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية، والعاملين في مجالات الاجتماعية والدينية.

(علي خليل، 2014، 67-68)

9-2- سلبيات استخدام موقع الفيسبوك:

بعد انتشار استخدام موقع الفيسبوك ظهرت مجموعة من السلبيات من أهمها ما يلي:

• إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:

لقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع فيسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتت الأسرة وقد بينت دراسات أجريت في المجتمع الغربي أن الفيسبوك كان سبب من أسباب رفع معدلات الطلاق والانفصال في هذه المجتمعات. فقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الانجليزي ديفورس أون لاين حول هذا الموضوع، ثلث حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا عام (2010)، كانت بسبب التواصل عبر الفيسبوك، والرسائل الغير اللائقة، والتعليقات البذيئة التي يتم إرسالها للشريك الآخر، خاصة بعد الانفصال وقبل الطلاق، مما يجعل الطلاق حتميا كما بين الاستطلاع أن نسبة الطلاق هذه كانت في عام (2009) تساوي (20%) من حالات الطلاق مما يشير إلى زيادة حالات تدمير العلاقات الأسرية بسبب استخدام موقع التواصل الاجتماعي وقد أكدت دراسة للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في مصر أن خمس حالات الطلاق، تعود لاكتشاف شريك الحياة وجود علاقة مع طرف آخر عبر الانترنت من خلال موقع

فيسبوك، ومن خلال سوء استخدام موقع الفيسبوك، دفع البعض إلى إصدار فتوة بتحريم التواصل عبر هذه المواقع من باب درء المفسد المقدم على جلب المصالح.

(علي خليل، 2014، 70 - 71)

• انتهاك خصوصية المشتركين:

حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من دائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا. وكذلك أي تعليقات أو المشاركات يمكن أن تصل إلى شخص الخطأ، بطريقة أو بأخرى، كأن يكون ذلك عن طريق أصدقاء الأصدقاء أو الاختراق وكذلك يمكن لرجال القانون بموافقة وتصريح من المحاكم المختصة معاينة أي معلومات يرون أنها ضرورية لمساعدتهم في عملهم دون النظر إلى الخصوصية، لذلك فإن الأمان الحقيقي هو عدم نشر ما لا ترغب من الجميع الإطلاع عليه.

• استغلال هذا الموقع من جهات كثيرة قد تكون معادية:

يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك. فقد أكد تقرير نشرته صحيفة (الحقيقة الدولية) في عددها رقم (111) الصادرة يوم: 2011/04/09 تحت عنوان "العدو الخفي" أو الثورة المعلوماتية جعلت من عالما قرية صغيرة، وأن هذه الثورة إضافة إلى الثورات الأخرى جعلت تلك القرية محكومة من قوة غير مركزية تتخذ من هذا التطور وخاصة "الانترنت التفاعلي" قوة لتغيير العالم. وكذلك نشرة مجلة لوما غازين وبرايل ملفا واسعا عن موقع الفيسبوك. (علي خليل، 2014، 72)

• إضاعة الوقت:

بمجرد دخول المستخدم للموقع يبدأ التنقل من صفحة إلى أخرى، ومن ملف إلى آخر، ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد فائدة له أو لغيره، فالفيسبوك يهدر الكثير من وقت الأفراد دون فائدة، فهناك أعداد كبيرة من تلاميذ المدارس وطلاب الجامعات يقضون أكثر من (10) ساعات تصفحا للفيسبوك فقط عبر شبكة الانترنت. (وائل، 2010، 23)

• الإدمان وإضعاف مهارات التواصل:

من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي موقع الفيسبوك خصوصا الشباب والمراهقين. فإن قضاء وقت طويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح الموقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري والمجتمع بصفة عامة، فإن إدمان الشباب والمراهقين على موقع الفيسبوك يؤدي بهم إلى العزلة الاجتماعية ويفقدون مهارات التواصل المباشر مع الآخر.

10- الإدمان على الفيسبوك:

10-1- مفهوم الإدمان على الفيسبوك:

من الظواهر اللافتة حقا والغريبة التي ظهرت مؤخرا، ما أطلق عليه الأطباء النفسانيون وعلماء الاجتماع "إدمان الفيسبوك"، حيث تتبدى الغرابة في هذا المصطلح من تخصيصه، إذ عندما كان يستخدم اصطلاحا "إدمان الانترنت" لم تكن نشعر بهذه الغرابة فقد شاع عند المختصين وصف تعلق بعض الأشخاص بوسيلة إعلامية معينة لدرجة كبيرة تتسبب في التأثير السلبي على مجريات حياتهم اليومية بأنه إدمان على تلك الوسيلة، لكن الغرابة أتت من التخصيص، أي أن الإدمان تعلق بموقع واحد محدد دون غيره من المواقع، وهذا يدل على مدى انتشار هذا الموقع بين الناس، فلوا هذا الانتشار الذي أدى إلى إيجاد شريحة هائلة من مدمنيه، لما أفرد له المختصين هذا الاسم.

وقد يزيد من خطورة الإدمان على الفيسبوك انتشاره، وكذلك عدم انتباه المستخدمين إلى إمكانية حدوثه مسبقاً، ذلك أن جل القضايا المسببة للإدمان كالمشروبات الروحية والمخدرات والتبغ يعلم الجميع عن تسببها في الإدمان فيتم تجنبها من قبل قطاعات متعددة، أما موقع الفيسبوك الذي أصبح يتصور البعض أنه من ضروريات الحياة المعاصرة، فإنه يصعب أن يطلب من الناس تجنبه بحجة الخوف من الإدمان عليه بأنه حد يصعب تحديده بشكل قاطع، خصوصاً أن للإدمان عليه درجات متفاوتة، إضافة إلى أن العديد من مدمني الفيسبوك يجهلون أنهم مدمنون الأمر الذي لا ينطبق على معظم أنواع الإدمان الأخرى. (إيلي، 2012، 70 - 71)

10-2- أعراض الإدمان على لفيسبوك: (إيلي، 2012، 72)

لإدمان استخدام الفيسبوك أعراض من بينها ما يلي:

- عدم شعور الشخص بالاكْتفاء من الموقع، وقضاء أوقات طويلة عليه بغض النظر عن النشاط الذي يمارسه على الموقع سواء كان تواملاً أو تعارفاً أو ألعاباً أو الاختبارات الشخصية أو غيرها من المزايا التيحها الفيسبوك للأعضاء.
- حالة مغادرة الشخص للموقع، يشعر بالرغبة في الدخول إليه من خديد.
- إهمال كلي أو جزئي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.
- إهمال الاهتمامات الأخرى والهوايات المحببة التي كانت للشخص في السابق.
- لجوء الشخص بعد التعب الشديد من تصفح الفيسبوك إلى النوم العميق لفترة طويلة.
- ظهور آثار اضطرابات نفسية كالارتعاش وتحريك الإصبع بصورة مستمرة.
- القلق والتفكير المفرط في الفيسبوك وما يحدث فيه عندما يكون الشخص بعيداً عن الانترنت وشعوره بالحزن والاكْتئاب إذا بقي بعيداً عنه فترة من الزمن.
- تركيز التفكير على الفيسبوك إلى حد الهوس، والحديث مع الأصدقاء ومن يتلقى بهم عن الفيسبوك وعما يحدث من أحداث داخله عندما يكون الشخص بعيداً عن الانترنت.

- فشل الشخص المتكرر لمحاولات التقليل من عدد الساعات التي يقضيها على الفيسبوك.
- حدوث حالات إدمان سابقة ومتكررة عند الشخص على استخدامات الانترنت في مرات سابقة وخروجه منها بسلام.

خلاصة:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ظاهرة تكنولوجية جليلة سيطرت على مختلف منظومات الحياة الإنسانية النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، لها وعليها الكثير من السلبيات وقد يصل خطرها إلى حد الإدمان، وعلى وجه الخصوص موقع الفيسبوك الذي لم يعد أكثر هذه المواقع انتشار على الإطلاق وما أفرزه من آثار، أخطرها الإدمان وما قد يفرزه من مشكلات نفسية واجتماعية لدى المراهقين والشباب على وجه الخصوص.