

الإعلام الجديد و آثار تحوّل المجتمعات العربية من العلاقات التقليدية إلى الافتراضية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل العرب بدولة الإمارات

د. مصطفى حميد كاظم الطائي

أستاذ مشارك بكلية الإعلام

جامعة عجمان

الإمارات العربية المتحدة

الملخص

يهتم البحث بدراسة مشكلة العلاقات الافتراضية الجديدة، التي تشكلت في البيئة الافتراضية، واثرت على العلاقات الاجتماعية التقليدية التي ترتبط بمنظومة قيمية راسخة، وما نتج عن ذلك من آثار سلبية أضعفت التماسك الأسري. وأضحى تهديد كيان الأسرة المجتمع العربي، وجاء الاحساس بهذه المشكلة من الظواهر السلبية الناتجة عن انغماس أعداد كبيرة من المستخدمين في البيئة الافتراضية للإعلام الجديد، من دون إعداد ووعي مسبق: مما تسبب بظهور علاقات افتراضية بين الأفراد، تختلف عن العلاقات الاجتماعية المرتبطة بالقيم والمعاني الإنسانية التي ترسخت في المجتمع العربي منذ قرون. مما ترتب على ذلك ظهور العديد من الظواهر السلبية، التي تضخمت وانتشرت بسرعة كبيرة حتى تحول قسماً منها إلى مشكلات شديدة التشعب والتعقيد. أضحى تمثل تحديات تواجه التماسك الأسري على مستوى الأسرة والمجتمع. ولدراسة هذه المشكلة ومعالجة الآثار الناتجة عنها تم استخدام المنهج الوصفي لتوصيف المشكلة ومسح عينة من مجتمع البحث، وتمت الاستعانة بالمنهج التحليلي، لتحليل بيانات الدراسة الميدانية واستخلاص النتائج التي تجيب عن تساؤلات البحث وتحقق أهدافه، وكان من أبرز النتائج التي توصل إليها البحث، أن 57.3% من المبحوثين يعتقدون بأن مواقع التواصل أضرت بجميع علاقاتهم الاجتماعية، مقابل 23.6% يرون أنها أضرت بعلاقة المبحوث مع الأهل والأقارب، مقابل 19% يعتقدون أنها أضرت بعلاقة المبحوثين مع الأصدقاء وزملاء العمل. وأشارت النتائج إلى أن 44% يعتقدون أن مواقع التواصل تسببت بتفكك الروابط الأسرية، مقابل 22.6%. يرون أنها أسهمت في تطوير حياتهم الاجتماعية، وكان 14.3% من العينة يرون أنها يمكن أن تساعد في تقوية الروابط الأسرية، وكان 11% من المبحوثين يعتقدون أن لها آثار أخرى، بينما يعتقد 8% أنها تسبب تخلف الحياة الاجتماعية.

وأكدت نتائج البحث أن 20% من المبحوثين يقيمون علاقات افتراضية لإشباع حاجات اجتماعية مفقودة عند الأسرة والأقارب، و12.3%. يقيمون هذه العلاقات لإشباع حاجات مفقودة عند الأصدقاء، و16.6%. أقاموا هذه العلاقات لإشباع حاجات عاطفية مقابل 8.3%. لإشباع حاجات مفقودة عند زملاء العمل، وكان هناك 42.6% يقيمون هذه العلاقات لأسباب أخرى. أتضح من النتائج أن 59.3% من المبحوثين لا يعتقدون بأن العلاقات الافتراضية التي يقيمونها على مواقع التواصل، يمكن أن تكون بديلاً مناسباً عن علاقاتهم الاجتماعية، بينما يعتقد 32% من أفراد العينة بدرجة متوسطة أن العلاقات الافتراضية يمكن أن تكون بديلاً لعلاقاتهم الاجتماعية، مقابل 8.6% يعتقدون بدرجة كبيرة أن العلاقات الافتراضية كانت بديلاً مناسباً لعلاقاتهم الاجتماعية. وتوصل البحث إلى عدداً من التوصيات التي تدعو إلى تكثيف الدراسات وتحويل نتائجها إلى خطط وبرامج لإيجاد الحلول المناسبة لمواجهة الآثار السلبية الناتجة عن هذه المشكلة.

الكلمات المفتاحية: البيئة الافتراضية – العلاقات الاجتماعية – العلاقات الافتراضية- مواقع التواصل- الآثار.

* تم استلام البحث في يناير 2020، وقبل للنشر في مارس 2020، وتم نشره في مارس 2020

(معرف الوثائق الرقمي): DOI: 10.21608/aja.2020.76404

المقدمة

يهتم البحث بدراسة التأثيرات الحالية والمحتملة للعلاقات الافتراضية، التي تشكّلت في البيئة الافتراضية الجديدة التي أفرزها الإعلام الجديد في البيئة الدولية، وانتقلت إلى المجتمعات المختلفة لتشكيل بيئات متعددة ومتداخلة. وبدأت بالتطور والانتشار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لتشكيل علاقات افتراضية جديدة، كان لها آثار اجتماعية وثقافية. وانعكاسات مستقبلية على العلاقات الاجتماعية الحقيقية، التي تشكلت في المجتمع العربي ونمت وتطورت عبر آلاف السنين، مكوّنة منظومة رصينة من القيم الروحية الحية، التي استمدت مقوماتها من العقائد الدينية، التي نزلت على الأرض العربية، ومن الموروث الثقافي والحضاري للحضارات العربية الأصيلة، التي تعود جذورها التاريخية إلى عصور موهلة في القدم أكد هذا الموروث الثقافي والحضاري دراسات عديدة الغربية والشرقية (Arab American Museum, 2020). وتجدر الإشارة هنا إلى أن الثقافات الأخرى التي تبنت الإسلام تأثرت بالحضارات العربية القديمة وأخذت من موروثها القيمي وثقافتها التي نشأت ونمت في الجزيرة العربية (Bassiouni, 2012).

المبحث الأول - الإطار النظري للدراسة

يتناول الإطار النظري أفكار وآراء ووجهات نظر الباحثين المتعلقة بموضوع البحث، لكي يتسنى للباحثين مقارنة ما توصل إليه الباحثين الآخرين مع النتائج التي توصل إليها هذا البحث للخروج بنتائج واستنتاجات وتوصيات تحقق أهداف البحث وهذا ما سنتناوله في المحاور الآتية:

أولاً - البيئة الافتراضية خصائصها وعناصرها ومكوّناتها

تمثل البيئة الافتراضية الفضاء الإلكتروني الذي تشكل على شبكة الإنترنت، وانغمس فيه الأفراد للتعرف والتعامل والتعايش وإقامة العلاقات الافتراضية بعيداً عن الواقع الاجتماعي التقليدي والعلاقات الاجتماعية الحقيقية.

والبيئة الافتراضية التي أنتجها الإعلام الجديد بمختلف مواقع وقنواته الإلكترونية، شكلت مجتمعاً افتراضياً عالمياً متعدد المستويات، في كل مستوى يتم ممارسة العديد من الأنشطة والفعاليات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والترفيهية، وانقسمت المجتمعات الافتراضية انقسامات بينية، تبعاً للخصائص القومية والعرقية والثقافية والاجتماعية، ولم تكن مجتمعاتنا العربية بمعزل عن هذه التكوينات الافتراضية الجديدة، حيث أشارت دراسة لها صلة بهذا الموضوع، إلى أن المواقع الإلكترونية وصفحات الويب التي لها علاقة بالمجتمعات العربية الافتراضية ما يقرب من (586.000) صفحة وموقع اليكتروني على شبكة الإنترنت (عبعوب، 2019).

خصائص البيئة الافتراضية:

تتميز البيئة الافتراضية بالعديد من الخصائص وكما يأتي:

- 1- المرونة: تتسم البيئة الافتراضية بالمرونة التي تمكن المستخدم من الدخول إليها في أي وقت يشاء وأي مكان تتوفر فيه شبكة الإنترنت، وتمنح المستخدم المقدرة على التدوين والمحادثة والتسجيل بجودة عالية والعديد من الميزات التي تسهل عملية الاتصال والتواصل والتعامل وإقامة العلاقات على جميع المستويات كما تمكن الأمي والمتعلم من استخدامها فالذين لا يجيدون القراءة والكتابة بإمكانهم إيصال رسائلهم بواسطة الصوت والصورة والإشارة. الخ
- 2- السرعة: تمنح هذه الخاصية المستخدم المقدرة على إيصال الصوت والصورة آنياً إلى كل مكان من العالم.
- 3- الشمولية: تمكن البيئة الافتراضية مستخدميها من التعامل مع الأفراد كلاً على حدة وبالإمكان التعامل مع الملايين بشكل جماعي، والشمولية شملت كل شيء في الأعداد وأنواع الوسائل المستخدمة والحاجات.
- 4- الدقة: تميزت البيئة الافتراضية بمختلف مواقعها وقنواتها التقنية بالدقة في الصوت والصورة والألوان وتوجيه الرسائل إلى الأشخاص المعنيين والخصوصية الشخصية والحفظ والتوثيق.
- 5- الاتاحة: توفر البيئة الافتراضية لمستخدميها اتاحة خدمات متنوعة ومتعددة بشكل فردي أو جماعي وفي أي زمان ومكان تتوفر فيه خدمة الإنترنت الخ

المجتمع الافتراضي: انتقل مفهوم المجتمع الافتراضي من الواقع الاجتماعي الحقيقي أو ما يسمى «التقليدي» إلى الفضاء الإلكتروني، عن طريق الحراك الذهني والفكري والثقافي. لإقامة علاقات تقوم على التقييم والافتراضي لمن يتخفون وراء الصور والعناوين والاصوات التي لم يتم التثبت من حقيقتها.

سيما وان مواقع التواصل الاجتماعي لها المقدرة والإمكان على تجميع الأفراد حول اهتمامات معينة وتوفير لهم البيئة المشجعة على التعارف والتعامل والتفاعل وإقامة العلاقات في مجموعات وتجمعات قد تصل إلى الملايين من الأشخاص لا تربطهم حدود جغرافية أو قومية أو عقائدية. وقد تبلور لكيانهم الإلكتروني هوية افتراضية جديدة تختلف في العديد من خصائصها مع الهوية الحقيقية على أرض الواقع

تجدر الإشارة أن للبيئة الافتراضية تأثير كبير على الهوية، التي تعد خاصية اجتماعية وثقافية تميز كل مجتمع عن المجتمعات الأخرى، وينطوي مفهوم الهوية في الواقع الحقيقي المعاش على الايمان بالانتماء الديني والقومي والثقافي والتاريخي والحضاري. وهناك العديد من الأسباب التي تحفز الأفراد والمجتمعات على الانتماء إلى الهوية والاعتزاز بها وصولاً إلى تقديسها، لعل من أهم هذه الأسباب الشعور بالاعتزاز والفخر والاعتداد والاحساس بالأمن والاستقرار (احمين، 2018:8).

ثانياً - طبيعة العلاقات التي تنشأ بين المستخدمين لمواقع التواصل في البيئة الافتراضية

التعامل بين الأفراد في البيئة الافتراضية من مختلف الأعمار والأجناس والمستويات العلمية والثقافية يتم في فضاء واسع من الحرية والانفراد مما يتيح للمستخدمين إطلاق العنان لخصوصياتهم التي ربما لا يستطيعون إظهارها في تعاملات الواقع خارج هذه البيئة، إذ يظهر الغالبية العظمى من سكان هذه البيئة بأسماء وصور وعناوين غير حقيقية بل وينتحل البعض منهم هويات والقاء ومظاهر غير حقيقية، ويأخذ بعضهم أدوار تمثيلية توهم الطرف المقابل بما يهدف اليه صاحب الدور خاصة في العلاقات العاطفية والتعاملات الاقتصادية التي تبني عليها علاقات اقتصادية ربحية، فيظهر العديد منهم بمشاعر مصطنعة احترافية تقترب من الواقعية تحدث أثر في الآخر الذي لا يجيد هذه الأدوار بشكل صحيح، سيما وان هناك دراسات تشير إلى هناك من يستطيع أن يظهر تعابير وجه وحركات مصطنعة لست مشاعر أساسية عند البشر وتضيف نتائج الدراسة على أن تعبيرات الوجه الافتراضية للعواطف التي يظهرها البعض تتطابق مع المشاعر الحقيقية بشكل كبير وخاصة مشاعر الحزن والخوف والفرح والاعجاب (Bombari, 2015).

ثالثاً - المداخل النظرية لعوامل التأثير في عمليات التغيير الاجتماعي

لا تنفصل عمليات التغيير عن عمليات التأثير في كل ما يتعلق بالتغيير الاجتماعي، سيما وأن التغيير سمة ملازمة لطبيعة المكونات الحياتية، والحياة بقسمها المادي والحياتي تخضع لعمليات تغيير طبيعية ومخططة وظهرت دراسات التغيير الاجتماعي منذ وقت مبكر من تاريخ البشرية مقارنة بالدراسات التي تتعلق بالتغييرات المادية، حيث تعود الجذور التاريخية للدراسات المتعلقة بنظريات التأثير الاجتماعي إلى مطلع القرن الماضي، وقد استند قسم من هذه الدراسات إلى الافتراضات التي أثارها بعض علماء الاجتماع، وكان مؤداها: ان الناس في المجتمعات الحديثة متشابهون في الخصائص وتعوزهم الروابط الاجتماعية، وهذا الأمر يدعو إلى ضرورة تغيير بعض الأنماط التقليدية للعلاقات الاجتماعية عن طريق التدخل في التأثير على الروابط الاجتماعية لتقويتها وإحداث التماسك الاجتماعي فيها، أو إضعافها لإحداث التفكك الاجتماعي.

إلا إنه هناك دراسات نظرية وميدانية متميزة كشفت عن صورة مغايرة، أظهرت أن الناس ليسوا متشابهين، وإنه بالإمكان ترتيبهم في تصنيفات اجتماعية محددة، على الرغم من اشتراكهم في بعض الخصائص الاجتماعية كالعرق والدين والطائفة ومكان الإقامة. إلخ للتأثير فيهم وفقاً لخصائصهم الاجتماعية (شومان، 1997).

لذلك ذهب العديد من علماء الاجتماع أمثال (سبنسر، وتونيز، ودور كايم) إلى القول: إن التطورات الحضارية المعاصرة والمدنية أفرزت علاقات اجتماعية جديدة في النظام الاجتماعي الجديد الذي يقسمونه إلى قسمين:

الأول: يتمثل بالمجتمعات الزراعية التي تتصف بالروابط الاجتماعية القوية، وتقوم على العلاقات الأسرية وصلات القرابة والصداقة والولاءات التقليدية والإقامة الطويلة على رقعة محددة من الأرض.

أما القسم الثاني: فيتمثل بالمجتمعات الصناعية الجديدة التي عاشت حياة المدن وتوارثت بعض العلاقات التقليدية ولكن بروابط ضعيفة، وأضافت إليها روابط مادية جديدة: كالمصالح المشتركة والمنافع المتبادلة والعلاقات المهنية والحزبية... إلخ (رابح، 1999: 29-30).

وكان من بين أشهر النظريات الاجتماعية المؤثرة في هذا المجال -نظرية ليون فستنجر الخاصة بالاختلاف الإدراكي التي تشير إلى: إننا لكي نخفف من الاختلاف والتنافر الذي يسببه التفكك وعدم التماسك في المعتقد والحكم والفعل، يجب ان نعرض الناس إلى معلومات وأفكار وأحكام موحدة ومتناسكة تنسجم مع أفكارهم وأفعالهم، وان نصرف انتباههم عن الأفكار والمعلومات الأخرى(خليفة، 2002: 106).

ويشير جون مارتين: إلى العلاقة بين نظريات التماسك الاجتماعي والاتصال الجماهيري بالقول: ان نظريات التماسك أدارت نموذج لاسويل في الاتصال، كما يدير المفتاح القفل، فبدلاً من السؤال عن (من يقول؟ وماذا يقول؟ ولن؟)، فإن السؤال الذي يوجهه الباحثون اليوم هو (من المحتاج فيستلم الرسالة ومن من؟).

حيث كان التشديد على الطلب بإجراء المحادثات والنقاشات للمعلومات بدلاً من إرسال التعليمات واستعجال تغيير الرأي، ويضيف مارتين: وعلاوة على ذلك فإن تمييزاً بدأ يتضح بين الإعلام والمعلوم والإعلام المقنع في أبعاد تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات (مجلة الإذاعة والتلفزيون، 2004: 26-29).

ان المدخل الذي انطلق منه المنظرين المعاصرين لوسائل وأساليب التأثير في المجتمعات الحديثة من أجل القيام بعمليات التغيير في القيم والعلاقات الاجتماعية، أتاحها الإعلام الإلكتروني الجديد من خلال الفضاءات الافتراضية التي أضحت متاحة لكافة المستخدمين بيسر وبساطة.

رابعاً - دور الإعلام الجديد في تهيئة البيئة الافتراضية في المجتمعات الحديثة

كثر الجدل والنقاش بين المتخصصين وغير المتخصصين عن ولادة سلطة جديدة تمثلت «بالإعلام الجديد»، الذي بشر به خبير الإعلام الفرنسي ايناسو رامونيه وأسماء السلطة الخامسة، والتي تعتمد أساساً على ثورة تقنيات الاتصال الحديثة (الإنترنت والموبايل والمواقع الإلكترونية)، التي يطلق عليها تسمية مواقع التواصل الاجتماعي ومسميات أخرى بديلة (المقدادي، 2013: 223-224).

وتعد مواقع التواصل امتداد تطوري لوسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، وما تمثله من قوى تأثيرية توظف بعمليات التغيير الاجتماعي، حيث ظهرت القوى التأثيرية لوسائل الاتصال واضحة المعالم في الحياة الحديثة للمجتمعات، بعد ارتباط أساليب ووسائل هذه القوى بالتقنية وتطوراتها، ان هذه التطورات أخذت تطوي صفحات الصور القديمة للكانن البشري، إلى الحد الذي مكنته من تقوية الإحساس بالذات واستشراف أفاق المستقبل، نتيجة لسعة الاطلاع وزيادة مصادر المعرفة، خاصة بعد تطور أساليب تلقيها واستيعابها وتوظيفها: أما في برامج التنمية والتطور، أو في عوامل الهدم والتدمير (الطائي، 2007: 15).

ان الإمكانيات التأثيرية لوسائل الإعلام الجديد، لا تخرج عن طبيعة الإطار الذي تتم بموجبه عمليات القراءة والاستماع والمشاهدة، كونها تؤثر في الإنسان الفرد ضمن خليته الاجتماعية، ومن ثم يمتد التأثير إلى الرأي العام في المجتمع، ويجمع معظم الباحثين على حيوية العلاقة بين وسائل الاتصال التقليدية والرقمية والأفراد منفصلين أو ضمن خلاياهم الاجتماعية، من منطلق ان وسائل الاتصال الجماهيري تؤثر في المجتمعات على اختلاف تركيبها العرقية والمذهبية، وبذلك ارتبطت عمليات التأثير والتأثر بتطور تقنيات الاتصال وأساليبها الفنية، وتوظيف هذه التطورات في الاستراتيجيات الدولية، لأن مستويات عمليات التأثير والتأثر، تعتمد على كمية المعلومات وأنواعها ومستويات ثقة الجماهير بها، فضلاً عن مقدرة هذه الوسائل في عمليات الإقناع والاقتناع (المصدر السابق نفسه، 18).

وبعد أن انتقلت معظم اهتمامات الأفراد في المجتمعات الحديثة من وسائل الإعلام التقليدية إلى ما سمي بـ«الإعلام الجديد» سيما بعد تشعب وتطور قنوات هذا الإعلام الرقمي، أصبح لقنوات التواصل آثار اجتماعية كبيرة من أهمها وعلى الرغم من قدم هذه المشكلة وشيوعها في المجتمعات البشرية كافة، عبر المراحل التاريخية المختلفة، إلا أن هذه المشكلة تطورت وتضخمت بعد ظهور مواقع التواصل الإلكتروني وشيوعها وتزايد اعداد مستخدميها « حيث ترتب عن

الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الإلكتروني، وتوسع الشبكة الدولية للمعلومات وتطورها، ظهور «بيئة افتراضية جديدة» تختلف عن البيئة الواقعية، أخذت تلجأ إليها أعداد متزايدة من أفراد المجتمع بمختلف الأعمار والمستويات وبخاصة فئة الشباب من الجنسين لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية، بأطر وأساليب ووسائل وأنماط من العلاقات الاجتماعية المختلفة عن الأنماط المتعارف عليها في البيئة الاجتماعية الواقعية، إذ تتم هذه العلاقات الافتراضية بين أفراد من مجتمعات مختلفة وبيئات متعددة وبصور وأسماء غالباً ما تكون غير حقيقية.

وقد انعكست هذه الممارسات الاجتماعية والعاطفية في البيئة الافتراضية على العلاقات الاجتماعية وأضرمت في البنية الاجتماعية العربية بدرجة كبيرة، مما أدى إلى شيوع مشكلات اجتماعية شديدة التعقيد، يمكن الاستدلال عليها من انتشار وشيوع ظواهر اجتماعية غير مسبوقة في التاريخ البشري، وقد أكدت الأرقام التي كشفتها الإحصاءات في المجتمعات العربية المختلفة إلى تفاقم المشكلات الاجتماعية وانعكاساتها السلبية على العلاقات الاجتماعية، وهو ما يتطلب الوقوف على أسباب هذه المشكلات وآثارها وسرعة انتشارها وأساليب مواجهتها، لكي لا تغطي آثارها السلبية وتُسبب في تفكك المجتمع وانتشار الرذائل وتفكك نواته المتمثلة بالأسرة الآمنة، التي تعد صمام الأمان لسلامة المجتمع وضمان تماسكه واستقراره (www.alkhaleej.ae/supplements/page).

خامساً- آثار العلاقات الافتراضية على العلاقات التقليدية في المجتمع العربي

التطور الكبير لتقنيات الاتصال الرقمي أسهم في إيجاد مساحات جديدة واسعة للتعبير عن الرأي ومناقشة الموضوعات بمختلف درجات حساسيتها، بعيداً عن الرقابة المشددة التي كانت تمارس على الفرد في بيئته الاجتماعية التقليدية وتمارسها الجهات الرقابية على وسائل الإعلام التقليدي، وهو ما دفع العديد من المؤسسات المعنية بتطوير وسائل الاتصال إلى التعجيل بتطوير تقنيات الاتصال الرقمي وأنعكس ذلك على اختراع مواقع التواصل الإلكتروني وشيوع استخدامها على نطاق واسع. وكان من نتائج انتشار ما سمي بمواقع «الإعلام الجديد» وتنوعها وانتشار العديد من المدونات ومواقع مشاركة الصور والفيديوهات ومجموعات الحوار، في إثراء حريات التعبير والرأي والنشر، وغدت تمثل مساحات افتراضية للبحر بكل ما كان خافياً ولا يمكن عرضه عبر قنوات الإعلام التقليدي، وفضلاً عن ذلك فإن هذا النوع من الإعلام أتاح فرصاً للجمهور للتعبير والكتابة ومشاركة الآخرين. إذ لم تعد وسائل الإعلام حكراً على الصحفيين المحترفين فحسب، إنما أصبح بإمكان كل فرد في المجتمع من أن يأخذ الأدوار الصحفية؛ فظهر ما أضحى يعرف بصحافة المواطن، التي أتاحت للكثير من الناس التعبير عن آراءهم وأفكارهم بحرية.

غير أن هذه الوسائل وحرية التعبير أضحى وسيلة لارتكاب أعمال دينية وممارسات مثيرة ومسيئة، بذريعة حرية التعبير؛ وذلك من خلال الاستخدام غير المشروع لهذه الوسائل، بهدف المساس بحقوق الآخرين سواء أكانوا أفراداً أم جماعات، والتشهير بهم والطعن في أعراضهم وشرفهم والتدخل في خصوصياتهم، واستخدام البعض هذه الوسائل بقصد الابتزاز لإلحاق الأذى بالآخرين، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد، وإنما وصل إلى حد التشكيك بالمواطنة الصالحة وإثارة الحساسيات العرقية والطائفية (كريمي، 2012).

ووفقاً لهذه الرؤية أضحى مواقع التواصل مخالب مخيفة يمكن أن تهدد البنى الاجتماعية العريقة، سيما بعد أن تعاظمت الإمكانيات التأثيرية لهذه الوسائل المستحدثة، إذ لا يمكن لأحد في المجتمع الدولي الحديث أن يشك في مقدرة القوى التأثيرية لوسائل الإعلام الجديد وإمكاناتها المتصاعدة على التأثير في الأسرة والمجتمع، وكان من نتائج تلك التأثيرات شيوع ظواهر ضعف العلاقات الاجتماعية وشيوع النزاعات والصراعات والخلافات والاختلافات بما يترتب على ذلك من انعكاسات سلبية وتبعات على وحدة المجتمعات وتماسكها.

وقد أثبتت بعض الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع أن التفكك الأسري وارتفاع نسبة الخلافات والتصدعات تزداد في المجتمعات بزيادة عدد ساعات المتابعة لمواقع التواصل والاستماع والمشاركة لوسائل الإعلام الجديد، ونتيجة لذلك يتوقع الخبراء والمتخصصين ازدياد أعداد القضايا والمشكلات الاجتماعية (الامام، 2009: 293-298).

وهناك دراسات عديدة التي أجريت حول تأثير وسائل الإعلام الرقمي على الأسرة والمجتمع مؤكدة أن هناك تأثيرات سلبية أضرمت بالعلاقات الاجتماعية، وخلفت العديد من المشكلات، وقد أظهرت دراسة قام بها كل من الباحثين عبد الله محمد المليح والباحثة مريم محمد حول التداعيات الأسرية الحديثة في المجتمع الإماراتي تبين من نتائجها: أن النسب

المرتفعة في الدراسة تركزت حول اعتماد بعض الأسر على الخدم أدى إلى مشكلات أخلاقية بنسبة (88%)، وتأثر الأبناء بوسائل الإعلام بنسبة (87%) وإغفال الآباء عن تربية أبنائهم وتركهم إلى تأثيرات وسائل الإعلام والتأثيرات الأخرى بنسبة (85.1%)، وعزلة الأبناء وانشغالهم بالألعاب الإلكترونية والإنترنت بنسبة (84.2%) وضعف التوجيه الأسري للأبناء بنسبة (81.2%) (المليحي، 2011: 143).

وعلى الرغم من الآثار التي خلفها الإعلام التقليدي، فإن قنوات ومواقع الإعلام الجديد تجاوزت آثارها السلبية الإعلام التقليدي في التأثيرات السلبية التي تحصل في البيئة الافتراضية، ومع إيجابيات الإعلام التقليدي والجديد، إلا أن السلبيات أكثر بكثير من الإيجابيات، سيما أن التأثيرات السلبية أضحت أكثر تعقيداً وخطورة على المجتمع العربي بعد شيوع المواقع الإلكترونية في البيئة الافتراضية للإعلام الجديد، والتي ترافقت مع ضعف الوعي الاجتماعي وعدم وجود رقابة لحماية النظم الاجتماعية، وضعف دور الأسرة والمؤسسات الاجتماعية المعنية بالتنشئة الاجتماعية.

وقد أشارت العديد من المصادر التي تهتم بهذا الموضوع إلى أن إحدى مستخدمات « الشات » تدعو الفتيات مثلها الابتعاد عن غرف المحادثة، لأنها تؤدي إلى الندامة وليس وراؤها منفعة، وأخرى تقول: إنها دخلت لتحل مشكلاتها العائلية، إلا إنها لم تجد الحل، وقال آخر أن غرف الشات أصبحت تشجع على الخيانة الزوجية (سبتي، 2010).

ولم تقتصر دعوات التحذير من التأثيرات الضارة لمواقع التواصل على الأسرة، والعلاقات الاجتماعية في المجتمع العربي على الحالات الفردية، وإنما انطلقت هذه الدعوات من أرباب الأسر من الآباء والأمهات ومن العديد من المؤسسات الاجتماعية والجامعات ومراكز البحث، وعقدت العديد من المؤتمرات وندوات الحوار، لدراسة الآثار الناتجة عن تزايد الانغماس في المواقع الافتراضية الجديد، الذي إتاحت تقنيات الاتصال الرقمي على شبكة الإنترنت.

المبحث الثاني- الدراسات السابقة

الدراسات السابقة

توصف الدراسات السابقة بالبحوث والدراسات التي قام بإجرائها باحثين آخرون ضمن إطار مشكلة الباحث من حيث التخصص والمجال وطرق المعالجة والنتائج بحيث تعطي المبررات العلمية للدراسة من خلال تمييزها في عدد من العوامل والمبررات عن الدراسات السابقة والنتائج التي سيضيفها الباحث بدراسته إلى التراث العلمي لتطوير المعرفة في مجال تخصصه وبحسب هذا التصور سيعرض الباحث الدراسات التي أطلع عليها الباحث وكما يلي:

دراسة (الفصيل وجاسم، 2018)، والتي اعتمدت على هدفين: التعرف على الكيفية التي تجري فيها العملية الاتصالية في الإعلام الجديد، والهدف الثاني: بناء نموذج يمثل القاعدة التحليلية للإجابة عن تساؤلات الدراسة.

وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي لاستكشاف نماذج البحث التحليلية التي اعتمدت الدراسة عليها من خلال تحليل دور المرسل في عملية الاندماج التفاعلي في البيئة الافتراضية الجديدة وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والاستنتاجات تشير إلى أن الإعلام الجديد أسهم في تغيير بيئة الاتصال من تقليدية إلى افتراضية مكنت المستخدم من حرية التعبير وتفعيل دوره في عملية صنع القرار، الاندماج الاتصالي في البيئة الافتراضية الجديدة قدم تفسيراً جديداً للعلاقة بين عناصر عملية الاتصال، ظهور نظريات اتصال جديده أو تطوير الافتراضات له علاقة قوية بالتطور التقني للاتصال والمعلوماتية.

دراسة (بالعيد، 2019)، والتي ناقش فيها مشكلة ازدياد أعداد مستخدمي الفيسبوك، وأثار هذا الاستخدام على العلاقات الأسرية التي أصبح يسود مجالها الصمت نتيجة الانشغال بهذا الموقع. وقد وضع الباحث لدراسته عدد من الأهداف التي يروم التوصل من خلالها إلى: الكشف عن دوافع استخدام موقع الفيسبوك، وأنماط الاستخدام، واتجاهات الجمهور نحو موقع الفيسبوك، والآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام هذا الموقع، ومحاولة التوصل إلى رؤية مستقبلية للعلاقات الاجتماعية في الأسرة الليبية في ظل تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي لمسح عينة من مستخدمي الفيسبوك في المجتمع الليبي من خلال استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات عن طريق مسح عينة تألفت من (50) مفردة طبق على نموذج الاستبانة اختبار الصدق والثبات لبيان صلاحية النموذج، واعتمد على النسب المئوية لاستخراج المدلولات الرقمية التي أخضعها للتحليل، وقد توصل الباحث إلى

عدد من النتائج والتوصيات التي أشارت إلى أن: موقع الفيسبوك تصدر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام لعينة الدراسة إلا أن الاستخدام كان بدرجة متوسطة ليستنتج الباحث أن المجتمع الليبي لم يصل إلى درجة الإدمان.

وخلصت الدراسة إلى أن الجمهور كان يفضل الاستخدام المنزلي على أكثر من وسيلة اتصال وأنه يهتم بمتابعة القضايا: السياسية والثقافية والاجتماعية أكثر من غيرها. وأشارت الدراسة إلى أن الجمهور يشارك من خلال التعليقات والصور والفيديوهات ولا يكتفي بالاطلاع فقط، وكان من نتائج الاستخدام حصول الجمهور على إيجابيات تمثلت بتطوير العلاقات الاجتماعية وزيادة التعلم والمعرفة والتحصيل العلمي وتقبل الرأي الآخر. وأظهرت النتائج آثار سلبية تلخصت في نشر الشائعات وفقدان رب الأسرة السيطرة على توجيه أفراد الأسرة والإضرار بالعلاقات الاجتماعية وحصول انتهاك للخصوصية الفردية لذلك يوصي الباحث بتحفيز وسائل الإعلام على القيام بحملات توعية عن الاستخدام السليم وتجنب المخاطر، وإقرار مادة التربية الإعلامية في المدارس وتبني طرق حديثة للتنشئة الاجتماعية.

دراسة (شفيق والعموش، 2019)، وتناولت دور البيئة الإعلامية بصفة عامة على الانتماء العقدي لتناقش الموضوع من الزاوية الدينية، معتبرة البيئة الإعلامية لها عقيدتها الخاصة التي لا تلتزم بأية عقيدة أخرى مسببة انحرافات عقدية. وقد وضع الباحثان أهدافاً لدراستهما تضمنت بيان خطورة وسائل الإعلام على عقيدة المسلم، وإظهار الأفكار الإلحادية التي تتضمنها بعض البرامج، والتنبيه إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل القنوات لدى الجمهور، وتبسيط الضوء على الآثار بعيدة الأمد لوسائل الإعلام، واقتراح برامج للتوعية والتثقيف والإرشاد. لم يعتمد البحث على دراسة ميدانية، وتضمنت خطته أربع مباحث استعرض من خلالها عرض برامج لوسائل الإعلام أخضعها للتحليل توصل من خلالها إلى عدد من النتائج والتوصيات، أكدت على: أن البيئة الإعلامية الحديثة تبث مخالفاً عقدياً كثرة جداً، وأن هذه المخالفات لها متابعات عالية من قبل الجمهور. هناك وسائل في البيئة الإعلامية تسيء إلى العقيدة الإسلامية بشكل كبير، وغياب دور الإعلام الإسلامي لتصحيح الاختلافات التي تبثها بعض وسائل الإعلام. وتوصي الدراسة بضرورة تأسيس إعلام إسلامي يثني جذب المتابعين والرد على المخالفين، عقد الندوات التوعوية والتحذير من القنوات التي تستر باسم الدين

دراسة (Olaniran, 2014)، بجامعة «جوس Jos» النيجيرية: Social Media and Changing Communication Patterns among Students: An Analysis of Twitter Use by University of Jos Students، حيث أجري الباحث دراسته على موقع «تويتر» باعتباره من أكثر عشرة مواقع تحقق أعلى نسب الاستخدام في العالم وبخاصة بين الطلاب، وكان من أهداف الباحث دراسة خصائص تويتر كوسيلة اتصال، وكان من أهداف دراسته أيضاً بيان قوة هذه الوسيلة الجديدة لتبادل المعلومات والتغيير الاجتماعي، ودراسة أبعاد هذه الوسيلة للتواصل بين الطلبة. واستعرض الباحث في دراسته معلومات نظرية من عدد من المصادر تحدثت عن تطور تقنيات مواقع التواصل والتطورات التقنية التي حصلت بموقع تويتر وحدثت خدماته مقارنة بالمواقع الأخرى.

اعتمدت دراسته على نظرية الاستخدامات الإشباعية. وقام بدراسة ميدانية باستخدامه المنهج الوصفي معتمداً الاستبانة وسيلة لجمع المعلومات، من خلال مسح عينة من الطلبة المستخدمين لموقع تويتر تكوّنت من (200) مبحوث قام بتوزيع (120) نموذج استبانة من خلال المقابلة المباشرة، وأرسل (90) نموذج إلى المستجوبين عبر الإنترنت. وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج كان من أهمها: أن تويتر يمثل منتدى اجتماعي لمتابعة الأخبار لدى طلاب جامعة جوس. أن التطورات التي حصلت في مواقع التواصل الاجتماعي شجعت المستخدمين على تطوير تطبيقات جديدة جعلت من هذه المواقع أكثر فائدة للمستخدمين.

أسهمت الاستخدامات في تكوين عادات للاستخدام جديدة عند المستخدمين، أظهر المستخدمون التفاعلية على تويتر من خلال مشاركة المعلومات وتدويرها، وأوصى الباحث بضرورة تدقيق الأخبار والتأكد من صحتها قبل مشاركتها، كما أوصى بأن تطبق جامعة جوس موقع مؤسسي لموقع تويتر من أجل التواصل مع المؤسسات الأخرى والتواصل مع الطلبة

مناقشة الدراسات السابقة

الدراسات السابقة تمثل الإطار المعرفي الذي يميز دراسة الباحث عن سبقه في مجال تخصصه، وتختلف الدراسات السابقة من حيث طرق تناول المنهجية ومعالجة المشكلات المبحوثة من باحث لآخر ومن مجتمع لآخر وفقاً

للمدرسة البحثية التي نشأ فيها الباحث، لذلك فإن استعراض الدراسات السابقة الموضحة في الصفحات السابقة تبين لنا بوضوح تلك الاختلافات التي أشرنا إليها فقد جاءت دراسة الباحثين (عبد الأمير الفيصل ومؤيد نصيف جاسم، 2018) التي كانت بعنوان: الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد. لتعالج التطورات التقنية والوظيفية للإعلام الجديد من حيث دور المرسل في عملية الاتصال واستخدام الباحثان الأسلوب التحليلي، محاولين بناء نموذج جديد لعملية الاتصال في الإعلام الجديد تطور العملية التقليدية للاتصال الجماهيري، إلا أن الدراسة لم تذهب إلى الميدان لدراسة البعد الثاني بعملية الاتصال المتمثلة بالجمهور وإنما اعتمدت على نماذج وتطورات مأخوذة من باحثين آخرين. وبذلك فإن هذه الدراسة لم تكن شاملة كما هو الحال في الدراسة الحالية التي تضمنت دراسة ميدانية للجمهور.

أما دراسة (مفتاح محمد بالعيد، 2019) بعنوان: استخدام الفيسبوك ودوره في العلاقات الاجتماعية للأسرة فقد تناولت دور الفيسبوك في التأثير على العلاقات في الأسرة اللببية ومما يؤخذ على هذه الدراسة ويميز دراستي عنها أنها تأثير موقع واحد من مواقع الإعلام الجديد للحكم على طبيعة عملية التأثير. ويعد ذلك من المآخذ لأنه لا يمكن الحكم على التأثيرات خاصة في العلاقات الاجتماعية من مؤثر واحد بمعزل عن تأثير المواقع الأخرى، ومن المآخذ الأخرى هو اقتصار عينة الباحث على (50) مفردة ولم يبرر بشكل مقنع كفاية هذه العينة لتمثيل مجتمع البحث على العكس من دراستي التي اعتمدت على عينة من (200) مبحوث وتبرير لتمثيل العينة.

وعند الاطلاع على دراسة (عبد الرحمن شفيق وبسام العموش، 2019) بعنوان: البيئة الإعلامية وأثرها على الانحراف العقدي، تبين أنها دراسة نظرية ليست تطبيقية تناولت دور البيئة الإعلامية بصفة عامة على الانحراف العقدي للإنسان المسلم، وتم تأشير العديد من المآخذ على هذه الدراسة كامن منها أن إطار الدراسة ومجتمع البحث لم يكن موضعاً بشكل مقنع وذلك للامتداد الواسع للمجتمعات الإسلامية، واختلاف عمليات التأثير والتأثر من مجتمع لآخر سيما وأن التكوين الثقافي للشعوب يختلف من مجتمع لآخر، ولم تتبنى الدراسة تناول موقف الجمهور المتأثر من خلال دراسة ميدانية وافية تغطي الموضوع بأبعاده المختلفة، كما أن الدراسة تناولت استعراض البرامج الإعلامية التي أسهمت بعملية الانحراف من دون الذهاب إلى منهجية تحليل المضمون للخروج بنتائج علمية بيانية قابلة للتحليل واستخلاص النتائج يدعم علمية النتائج المستخلصة من الدراسة، وتناولت الدراسة المتغير الديني فقط من دون ربطه بالمتغيرات الاجتماعية والثقافية التي تعبر عن المنظومة القيمية للفرد وتحدد مديات تأثيره. ولذلك كانت دراستي أكثر شمولية من حيث تناول المتغيرات الأساسية لعمليات التأثير واعتمدت دراسة تطبيقية لقياس المتغيرات التي حصلت في الطرف التأثير.

وعند تقصي ما جاء بدراسة (Samuel Olaniran, 2014)، بجامعة جوس النيجيرية التي تناولت تحليل لطبيعة استخدام طلاب الجامعة لموقع تويتر لتطوير العلاقات الاجتماعية وكان هناك ميزة في مجال عينة الدراسة الممثلة لمجتمع البحث حيث اعتمد الباحث على عينة تألفت من (200) مبحوث أسل (90) منها عن طريق البريد الإلكتروني ولم يشرف على عمليات المقابلة مع المبحوث للتأكد من سلامة الإجابات والإجابة عن تساؤلات المبحوثين في العينة، وقد تميزت دراستي بحجم العينة التي بلغت (300) مبحوث وهو ما يعطي نسبة تمثيل أكبر لمجتمع الدراسة، والميزة الأخرى هو الاشراف المباشر على عملية التعبئة لإيضاح فقرات الاستبانة والإجابة عن تساؤلات المبحوثين وهو ما يعزز من نتائج الدراسة، فضلاً عن تميز دراستي التي تناولت دور الإعلام الجديد في التأثيرات التي تحصل في البيئة الافتراضية وتأثيرها على العلاقات التقليدية من حيث الشمولية المتمثلة بقياس حصيلة التأثير بطرق منهجية وعمليات إحصائية ولم تركز على موقع واحد كما حصل بدراسة صموئيل الذي اقتصر دراسته على موقع تويتر وتأثير في تطوير العلاقات الاجتماعية، إذ لا يصح دراسة مؤثر واحد لقياس شمولية التأثير والتغيير التي تحصل في العلاقات الاجتماعية للطلاب فقد يكون لمواقع أخرى تأثير أكبر. لذلك فقد تميزت دراستي في العديد من الجوانب المنهجية وأساليب المعالجة وتكامل العناصر المبحوثة في المشكلة لتمكين الباحث من صحة الاستنتاج ودقة النتائج.

مشكلة الدراسة - أهميتها ومدى الحاجة إليها

تم اكتشاف مشكلة الدراسة وبيان أهميتها ومدى الحاجة إليها، من خلال الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة ومناقشة وتسجيل المآخذ والعيوب والفجوات والجوانب التي أغفلها الباحثون، لسد المعرفة في هذا المجال، فضلاً عن المعيشة الميدانية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، بمختلف قنواتها الاجتماعية، والاحساس

بالظواهر السلبية الناتجة عن انغماس أعداد كبيرة من المستخدمين في البيئة الافتراضية من دون اعداد ووعي مسبق: مما تسبب بظهور علاقات افتراضية بين الأفراد تختلف عن العلاقات الاجتماعية المألوفة في القيم والمعاني التي تنظمها والمحددات التي تؤطرها، مما ترتب على ذلك العديد بروز العديد من الظواهر السلبية تضخمت وانتشرت بسرعة كبيرة حتى تحول قسماً منها إلى مشكلات شديدة التشعب والتعقيد، وقد بدأت هذه المشكلات بالظهور في الحياة الاجتماعية الحقيقية على أرض الواقع، وما يمكن أن تمثله من تحديات تواجه التماسك الأسري، على مستوى الأسرة والمجتمع في المجتمعات العربية الحديثة.

أهداف الدراسة

يسعى الباحثان إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على البيئة الافتراضية الجديدة للإعلام الإلكتروني وخصائصها وطبيعتها تكوينها.
- تحليل طبيعة العلاقات التي تنشأ في البيئة الافتراضية الجديدة بين المستخدمين.
- البحث في تأثير للعلاقات الافتراضية على العلاقات الاجتماعية التقليدية.
- استشراف مستقبل منظومة القيم والعلاقات الاجتماعية العربية في ظل البيئة الافتراضية.

تساؤلات الدراسة

لتحقيق أهداف البحث لابد من الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما المقصود بالبيئة الافتراضية، وما هي خصائصها ومكوناتها؟
- ماهي طبيعة العلاقات التي تنشأ بين المستخدمين لوسائل البيئة الافتراضية الجديدة؟
- ما هو تأثير العلاقات الافتراضية على العلاقات الاجتماعية للمستخدمين العرب؟
- هل يمكن للعلاقات الافتراضية على مواقع التواصل ان تشكل بديلاً موضوعياً للعلاقات الاجتماعية التقليدية؟
- ما هو تأثير العلاقات الافتراضية على التماسك الاجتماعي العربي.
- كيف نتصور مستقبل التماسك الأسري للأسرة العربية في ضوء شيوع العلاقات الافتراضية؟

المبحث الثالث - تصميم الدراسة

تم تصميم الدراسة بالاستناد إلى المنهجية الأكثر ملاءمة لبحث المشكلة وأساليب المعالجة وكما يلي:

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي لتوصيف مشكلة البحث والظواهر الناتجة عنها، ومسح عينة من مستخدمي مواقع التواصل، بقصد التوصل إلى نتائج علمية تجيب عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، كما استخدم الباحث المنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة الميدانية من أجل التوصل إلى نتائج واستنتاجات تفسر أسباب نشوء العلاقات الافتراضية وانتشارها في المجتمع العربي وتأثيراتها المحتملة.

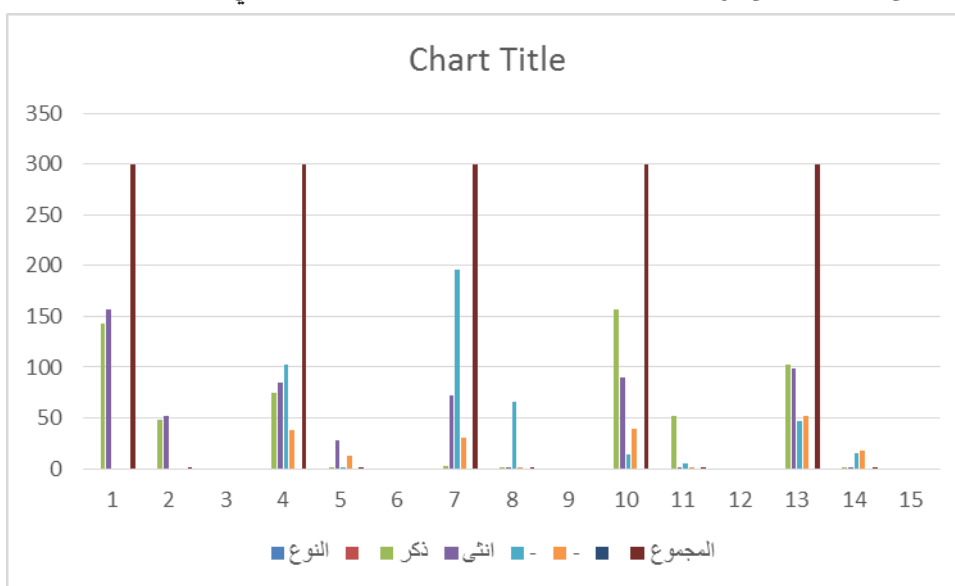
مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة الإطار البشري في الموقع الجغرافي الذي شملته الدراسة الميدانية، والذي ظهرت به المشكلة المبحوثة، والظواهر الاجتماعية التي تم تشخيصها في هذه البيئة، ووفقاً لهذا الوصف فإن مجتمع الإمارات يعيش في دولة عربية اتحادية، تتألف من سبع إمارات، ويتسم مجتمع الإمارات العربية المتحدة بالتنوع نتيجة لسعة الأنشطة الاقتصادية، واستقطاب هذا المجتمع للأيدي العاملة من مختلف انحاء العالم، كما استقطب الكفاءات العربية من كافة البلدان العربية وهذا التنوع يفترض اختلاف عمليات التأثر والتأثير عند التعرض إلى برامج ووسائل الاتصال الجماهيري الجديد والتقليدي، كما يفترض اختلاف عمليات الإقناع والإقناع، وعلى الرغم من تعدد الخصائص العامة والخاصة لمجتمع البحث، إلا أننا سنركز على إخضاع الخصائص التي نعتقد انها تمثل متغيرات تؤثر في نتائج البحث تأثيراً مباشراً.

عينة الدراسة

توصف العينة بأنها نموذج من مجتمع الدراسة تسحب منه وفقاً للطرق العلمية المنهجية لتمثله بخصائصه وتنوعه وتقسم إلى الأقسام الآتية:

- 1- **نوع العينة:** تتصف عينة الدراسة بأنها من العينات العشوائية متعددة المراحل أو «العنقودية».
- 2- **حجم العينة ومقاييسها:** يخضع حجم العينة إلى عدد من المعايير أو المقاييس منها الانحراف المعياري لمجتمع الدراسة، والعينات التي تم الاعتماد عليها في البحوث والدراسات السابقة التي أطلع عليها الباحثين، والتي تراوحت بين (5 و20) مبحوث، لذلك تم تحديد حجم العينة بـ (300) وهو ما يفوق أحجام العينات التي استخدمت في الدراسات السابقة، مما يعزز من مساحة التمثيل ودقة النتائج، لأن التمثيل يتناسب طردياً مع حجم العينة، وهؤلاء المبحوثين مختلفين في الخصائص العامة،
- 3- **طريقة سحب العينة:** تم اختيار العينة بالأسلوب العشوائي متعدد المراحل، حيث تم سحب ثلاث إمارات من الإمارات السبع التي يتكون منها المجتمع الإماراتي فظهرت كل من إمارة أبو ظبي وعجمان ودبي، وتم بمرحلة ثانية سحب العينة المؤلفة من (300) من هذه الإمارات بالطريقة العشوائية.
- 4- **خصائص العينة:** يمكن توصيف خصائص عينة البحث وفقاً للجدول الآتي:



الشكل رقم (1) الخصائص العامة لعينة الدراسة

يظهر من الشكل (1) الذي يتعلق بالخصائص العامة للمبحوثين، أن نسبة الإناث بلغت 52.3% مقارنة بالذكور البالغة نسبتهم (47.6%) وتعود أسباب زيادة الإناث إلى زيادة نسبتهم في مجتمع البحث. كما تبين، أن نسبة الفئة العمرية (47-38) بلغت 34% تليها الفئة العمرية (37-28) بنسبة 28.3% ثم الفئة (27-18) بنسبة 25% وأخير فئة الكبار (48) فأكثر الذين كانت نسبتهم 12.6%.

أما متغير التعليم فكان أكثر أفراد العينة من الجامعيين الذين بلغت نسبتهم (65.3%) مقارنة بالفئات الأخرى الظاهرة في الجدول. وتعود أسباب ارتفاع هذه الفئة إلى أن التعليم الجامعي يعد المرحلة التي يسعى إليها الغالبية من المجتمع لينطلقوا منها إلى ممارسة الوظائف والحياة الزوجية وتعد الجامعة مقياساً للتحضر في العديد من المجتمعات.

وفي الوظائف المهنية كانت النسبة الغالبة من الموظفين بنسبة (52.3%) تليها المهن الحرة ثم المهن الأخرى كانت بنسب مواضعة كما يظهر في الجدول. وفي متغير موقع المبحوث في الأسرة كان غالبية أفراد العينة من الآباء والأمهات حيث جاءت نسبتهم (34%) للآباء (33%) للأمهات وهي نسب طبيعية لأن الدراسة ركزت على أرباب الأسر أكثر من غيرهم وجاءت نسب الأبناء بدرجات ليست كبيرة كما موضح في الجدول.

بيانات ومعلومات الدراسة:

انقسمت البيانات التي تضمنتها الدراسة إلى نوعين:

- 1- **البيانات والمعلومات الأولية:** وهي البيانات والمعلومات التي تم جمعها من الميدان مباشرة دون نقل من مصدر ثانوي، وهي المعلومات النوعية التي تعد أكثر دقة وموضوعية، لأنها جاءت من العينة التي تم إخضاعها إلى الدراسة من المجتمع الكلي بواسطة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.
- 2- **المعلومات والبيانات الثانوية:** وهي المعلومات التي تم استقائها من الدراسات السابقة والمصادر والمراجع العلمية التي اعتمدت الدراسة عليها من خلال أسلوب لاستقراء وما ترتب على ذلك من استنباطات واستنتاجات الباحث التي تمكن من خلالها تعزيز نتائج الدراسة واستنتاجاتها

أدوات جمع المعلومات

اعتمد الباحث على أداتين رئيسيتين هما:

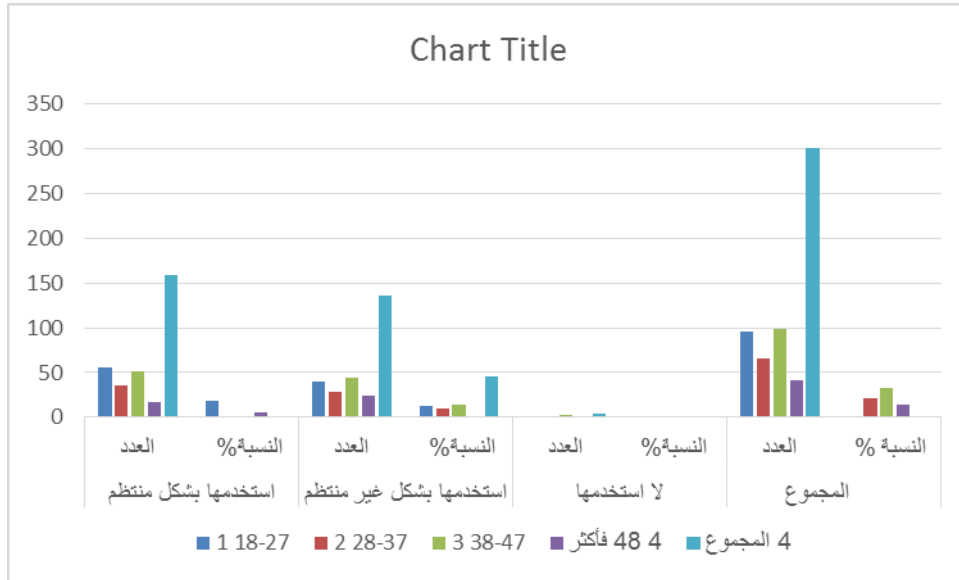
- **الاستبانة:** هي صحيفة بيانات ترتبط بمشكلة الدراسة ونوعها من خلال وضع عدد من التساؤلات أما مغلقة أو مفتوحة أو مغلقة ومفتوحة حسب طبيعة الدراسة وتصميمها والمعايير العلمية المنهجية التي اعتمدها، وبحسب هذا التصور صمم الباحث استبانة مقننة وفقاً لخصائص عينة الدراسة والتساؤلات التي وضعها لتحقيق أهداف دراسته، وذلك لاستجواب عينة ممثلة لمجتمع الدراسة بحيث تتيح فرص متساوية لكل فرد بمجتمع الدراسة لأن يكون ضمن العينة.
- **الاستقراء:** وهو أسلوب علمي منهجي يعتمد على خبرة الباحث ومهاراته في التحليل والربط بين المتغيرات لاستنباط معلومات وحقائق واستنتاجات يستقيها الباحث من خلال قراءته المنهجية للدراسات السابقة والمصادر والمراجع العلمية التي اطلع عليها في موضوع دراسته.

الإجراءات الميدانية للدراسة:

وقد تمت وفقاً للخطوات الإجرائية الآتية:

- 1- **اختبار الصدق:** اعتمد الباحثان اختبار الصدق الظاهري من خلال عرض فقرات استمارة الاستبانة على (10) خبراء من المتخصصين في المنهجية، ومن ذوي الخبرة في إعداد ونشر وتحكيم البحوث العلمية. فحصلت الاستبانة على موافقة (8) محكمين وبذلك تكون قد حققت نسبة صدق مقدارها (80%) وهذه النسبة يعتد بها في إجراء الدراسات الميدانية. وابدئ اثنان من الباحثين بعض التعديلات على استبانة البحث وتم الأخذ ببعضها.
- 2- **اختبار الثبات:** تبني الباحثان أسلوب إعادة الاختبار لقياس ثبات الاستبانة، من خلال سحب عينة عشوائية من مجتمع الدراسة مقدارها (10) مبحوثين طبق عليهم الاختبار الأول، ثم أعيد عليهم الاختبار بعد أسبوعين، ومن ثم تمت المطابقة بين الاختبار الأول والثاني فكانت نسبة التطابق (90%) وان هذه النسبة تؤهل الاستبانة للتطبيق على العينة الرئيسة للدراسة، والخروج بنتائج علمية يعتد بها في مثل هذا النوع من الدراسات.
- 3- **الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:** استخدم الباحث كاي تربيع من خلال تطبيق برنامج مني تاب لاستخراج العلاقة بين المتغيرات التي تتعلق بربط الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة بمتغيرات الدراسة الموضحة في تساؤلات الاستبانة وتم التطبيق عند مستوى الدلالة 0.05 التي تعتمد في البحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية. كما استخدم أسلوب النسب المئوية لتحليل دلالات البيانات الجدولية الهادفة إلى التوصل إلى نتائج واستنتاجات الميول والمقارنات لترجيح عمليات التأثير والتأثر.

المبحث الرابع - تحليل بيانات الدراسة الميدانية ومناقشة النتائج والتوصيات

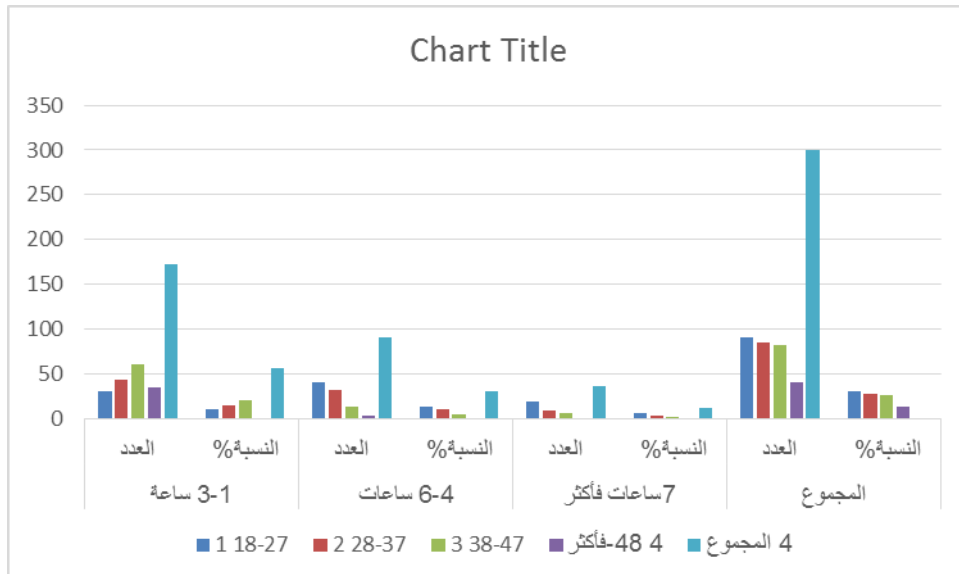


Chi-Sq = 3.085, DF = 3, P-Value = 0.379

الشكل رقم (2) مدى انتظام استخدام الباحثين لمواقع التواصل وفقاً للسن

تبين من الشكل رقم (2) ان قيمة كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.05 تظهر عدم وجود علاقة تأثير بين سن الباحث ومدى انتظام متابعته لمواقع التواصل.

وتوضح النسب المئوية ان غالبية الباحثين يتابعون مواقع التواصل بانتظام حيث بلغت نسبتهم 53% مقارنة بمن يتابعون بشكل غير منتظم، الذين كانت نسبتهم 45.3%، أما الذي لا يستخدمون هذه المواقع فلم تتجاوز نسبتهم 1.3% مما يؤكد ان غالبية الباحثين يتابعون مواقع التواصل بانتظام.

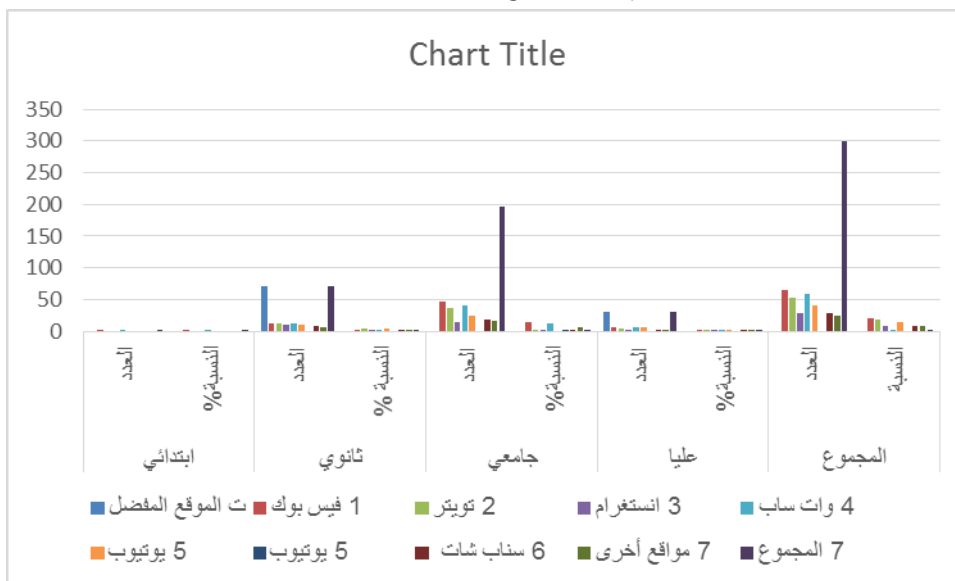


Chi-Sq = 47.920, DF = 6, P-Value = 0.000

الشكل رقم (3) مقدار الزمن الذي يقضيه الباحث في مواقع التواصل وفقاً لمتغير السن

أظهرت نتائج الشكل (3) ان قيمة كاي تربيع عند مستوى الدلالة (0.05) الظاهرة أسفل الجدول تؤكد وجود علاقة تأثير بين سن الباحث والزمن الذي يقضيه في متابعة برامج التواصل.

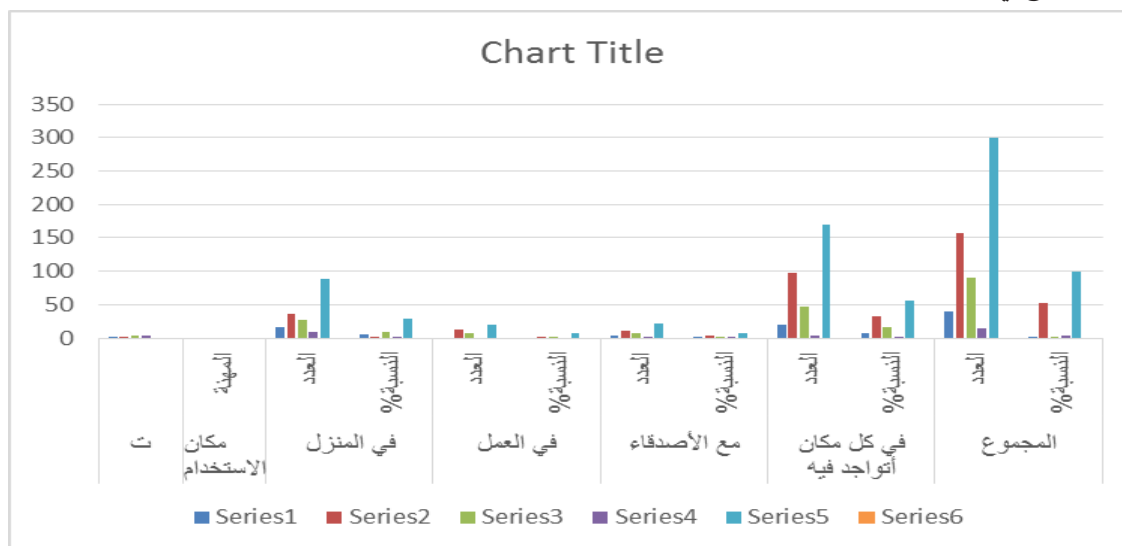
كما تبين أن غالبية المبحوثين يتابعون قنوات التواصل بمعدل من (1-3) ساعات يومياً، حيث جاءت نسبتهم 57.3%، أما الذين يتابعون بمعدل (4-6) ساعات فكانت نسبتهم 30.3%، وكان هناك 12.3% يتابعون بمعدل (7) ساعات فأكثر، وهؤلاء بحكم المدمنين على استخدام هذه المواقع، لأن هذا الوقت من التعرض سيتسبب لهم بمشكلات كثيرة.



Chi-Sq = 158.902, DF = 20, P-Value = 0.000

الشكل رقم (4) الموقع المفضل للمبحوثين وفقاً لمتغير مستوى التعليم

اتضح من الشكل (4) ان هناك علاقة تأثير بين المستوى التعليمي للمبحوث والموقع الذي يفضل متابعته، وفقاً لكاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05، وتبين أن أكبر نسبة متابعة كانت لموقع فيس بوك، حيث بلغت نسبة المتابعة 21.6%، يليه الواتساب بنسبة 20%، ثم تويتر بنسبة 17.6% واليوتيوب 13.6% ثم المواقع الأخرى كانت بنسب متقاربة كما هو موضح في الجدول.

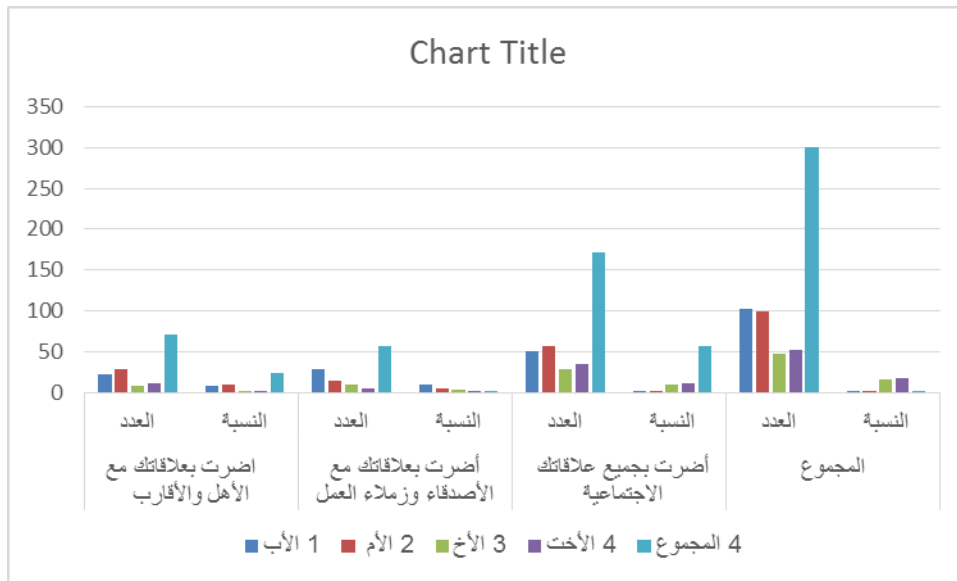


Chi-Sq = 10.551, DF = 6, P-Value = 0.103

الشكل رقم (5) المكان المفضل لاستخدام مواقع التواصل وفقاً للمهنة

تبين من الشكل (5) ان قيمة كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05 تشير إلى عدم وجود علاقة تأثير بين مهنة المبحوث والمكان المفضل لاستخدام مواقع التواصل.

كما اتضح من النسب المئوية ان 56.3% يستخدمون مواقع التواصل في كل مكان يتواجدون فيه، مقابل 29.6% يستخدمونه في المنزل، ولم تحظى الأماكن الأخرى إلا بنسب بسيطة كما هو ظاهر في الجدول. نستنتج ان استخدام مواقع التواصل من غالبية المبحوثين خارج المنزل يبعدهم عن اشراف الأسرة ورقابتها على الاستخدام.

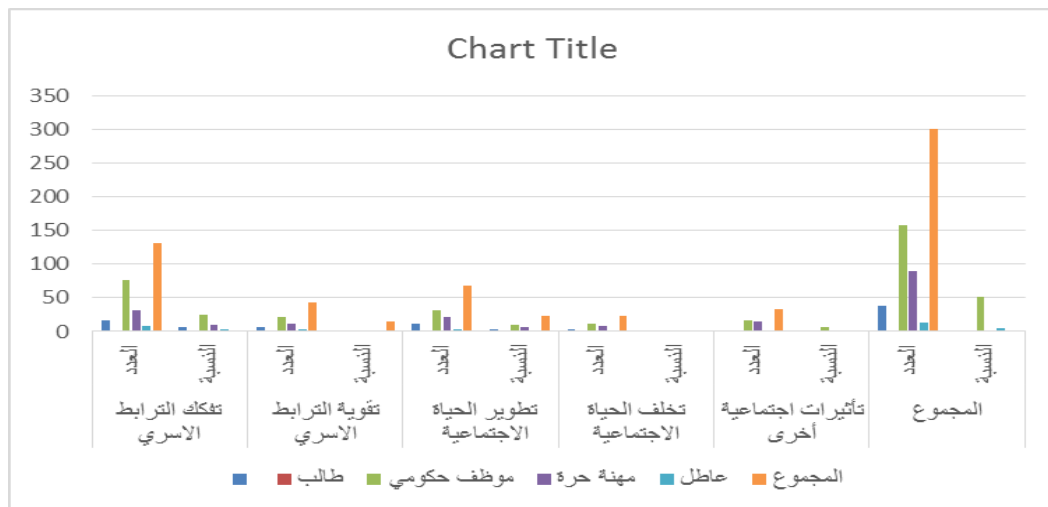


Chi-Sq = 11.449, DF = 6, P-Value = 0.075

الشكل رقم (6) أنواع التأثيرات الضارة التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوث وفقاً لمكانته في أسرته

يوضح الشكل (6) ان نتيجة كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.05 تدل على عدم وجود علاقة تأثير بين موقع المبحوث في أسرته ونوع التأثير الضار الذي تسببه مواقع التواصل للمستخدمين.

وتدل النسب المئوية أن 57.3% من المبحوثين يعتقدون بأن مواقع التواصل أضرت بجميع علاقاتهم الاجتماعية، وأن 23.6% يرون أنها أضرت بعلاقة المبحوث مع الأهل والأقارب، مقابل 19% يعتقدون أنها أضرت بعلاقات المبحوثين مع الأصدقاء وزملاء العمل.



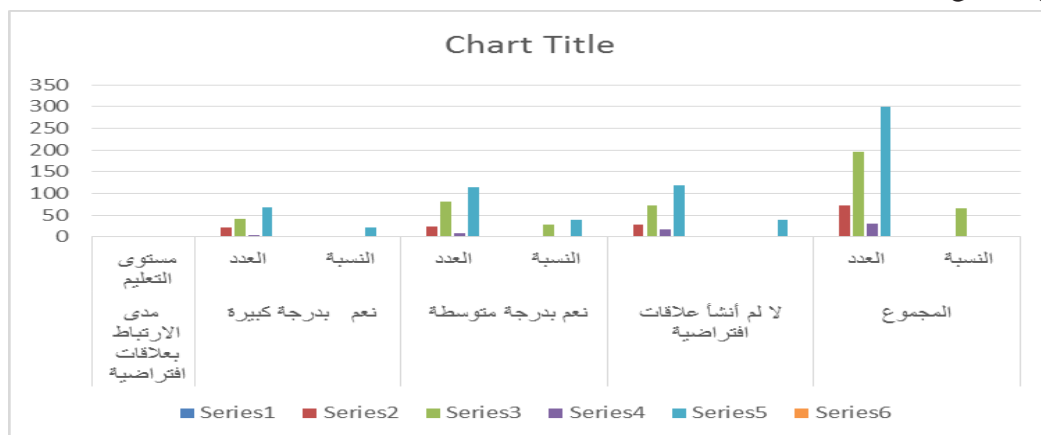
Chi-Sq = 5.438, DF = 8, P-Value = 0.710

الشكل رقم (7) أنواع التأثيرات الاجتماعية السلبية التي سببتها مواقع التواصل بأفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المهنة

يوضح الشكل (7) عدم وجود علاقة بين مهنة المبحوث واعتقاده بأنواع التأثيرات الاجتماعية السلبية التي تسببها مواقع التواصل للمبحوثين، حسب نتائج كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05.

وتشير النتائج الجدولية أن 44% يعتقدون ان مواقع التواصل تسبب تفكك الروابط الأسرية، وأن 22.6% يرون أنها تساهم في تطوير الحياة الاجتماعية، مقابل 14.3% يرون أنها يمكن أن تساعد في تقوية الترابط الأسري، وكان هناك 11% من المبحوثين يعتقدون أن لها تأثيرات أخرى غير التي ذكرت، بينما كان 8% من المبحوثين يعتقدون أنها تسبب تخلف الحياة الاجتماعية.

وبذلك نستنتج أن الغالبية من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن لمواقع التواصل آثار سلبية تتمثل بتفكك الترابط الأسري في المجتمع، وتخلّف الحياة الاجتماعية.



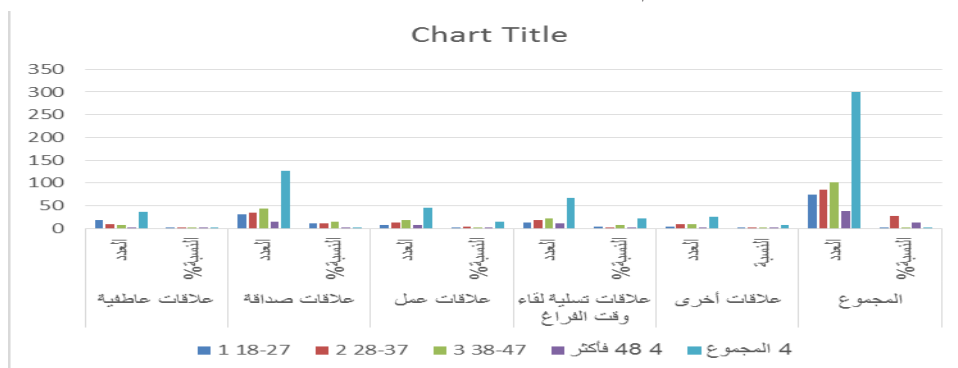
Chi-Sq = 9.407, DF = 4, P-Value = 0.052

الشكل رقم (8) مدى ارتباط المبحوث بعلاقات افتراضية مع آخرين في مواقع التواصل، وفقاً لمستوياتهم العلمية

تبين من الشكل (8) ان مستوى التعليم له علاقة بمدى ارتباط المبحوثين بعلاقات افتراضية مع آخرين عبر مواقع التواصل وفقاً لنتيجة كاي تربيع التي هي مساوية لمستوى الدلالة 0.05.

وتدل النسب المئوية أن 22.3% يوافقون بدرجة كبيرة على إقامة علاقات افتراضية على مواقع التواصل وأن 38.3% منهم يوافقون ولكن بدرجة متوسطة، إلا أن هناك نسبة 39.3% لا يوافقون على إقامة مثل هذه العلاقات الافتراضية.

وبذلك نصل إلى استنتاج ان غالبية أفراد العينة يقيمون علاقات افتراضية على مواقع التواصل، حيث بلغت نسبتهم 60.6% مقابل 38.3% ليست لديهم مثل هذه العلاقات.

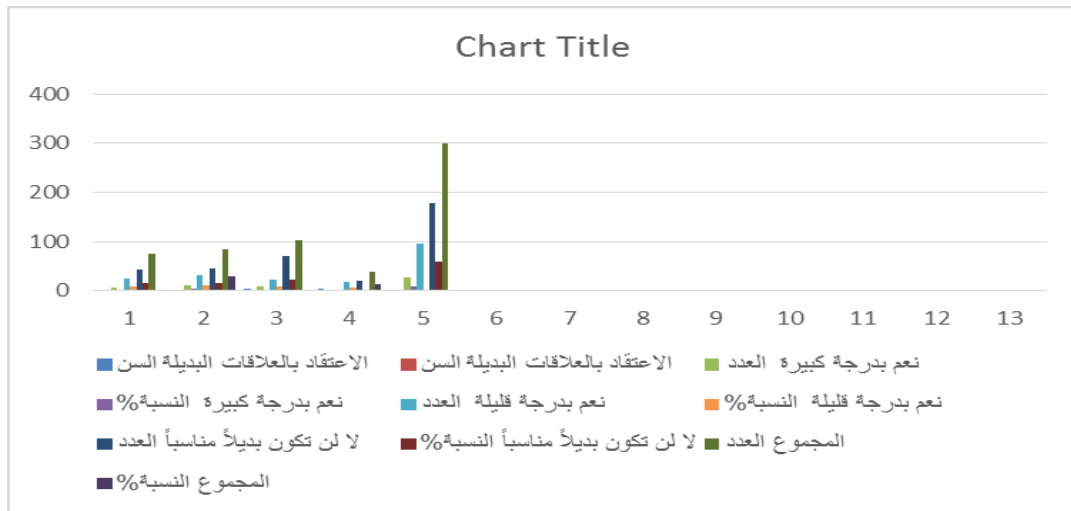


Chi-Sq = 21.047, DF = 12, P-Value = 0.050

الشكل رقم (9) أنواع العلاقات الافتراضية التي أقامها المبحوثين على مواقع التواصل وفقاً للسن

يتضح من الشكل (9) ان قيمة كاي تربيع عند مستوى الدلالة (0.05) تبين وجود علاقة تأثير بين سن المبحوث ونوع العلاقات الافتراضية التي يقيمها على مواقع التواصل.

وأظهرت النسب المئوية أن 42% من العينة يقيمون علاقات صداقة مقابل 25% لهم علاقات أخرى، وأن 22.3% استخدموا مواقع التواصل للتسلية وتمضية أوقات الفراغ، وكان هناك 12% أقاموا علاقات عاطفية، وان 15.3% كانت لهم علاقات.

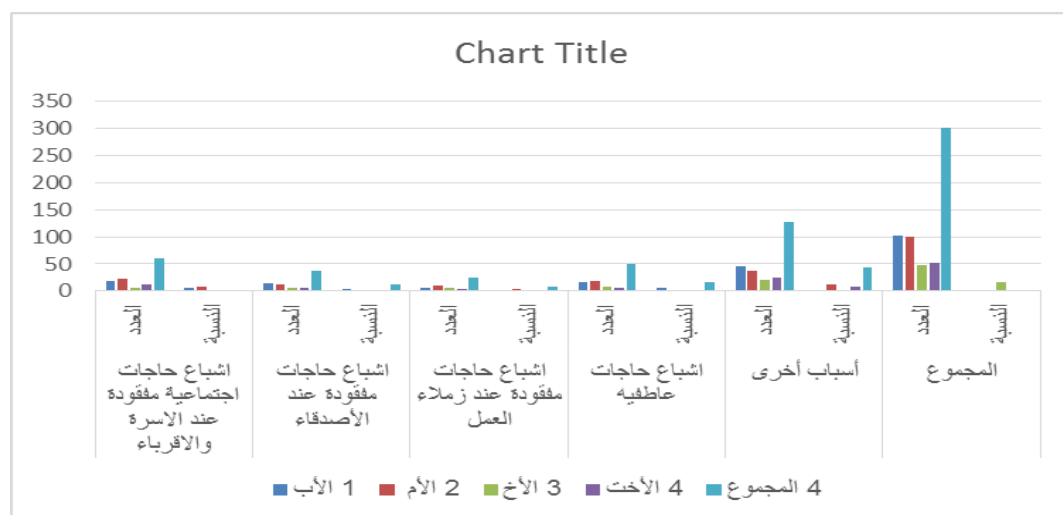


Chi-Sq = 12.084, DF = 6, P-Value = 0.06

الشكل رقم (10) يظهر فيما إذا كانت العلاقات الافتراضية التي أقامها المبحوثون على مواقع التواصل بديلاً عن علاقاته الاجتماعية وفقاً للسن

يوضح الشكل (10) عدم وجود علاقة تأثير وتأثر بين سن المبحوثين ومدى اعتقادهم، بأن العلاقات الافتراضية التي أقاموها على مواقع التواصل يمكن أن تكون بديلاً عن علاقاتهم الاجتماعية، وفقاً لمتغير السن. حسب نتيجة كاي تربيع ومقارنتها مع القيمة الجدولية البالغة 0.05.

كما تبين من نتائج الشكل أن 59.3% من المبحوثين لا يعتقدون بأن العلاقات الافتراضية التي يقيمونها على مواقع التواصل، يمكن أن تكون بديلاً مناسباً عن علاقاتهم الاجتماعية، وأن 32%. يعتقدون بدرجة متوسطة أن العلاقات الافتراضية يمكن أن تكون بديلاً لعلاقاتهم الاجتماعية، مقابل 8.6% يعتقدون بدرجة كبيرة أن العلاقات الافتراضية بديلاً مناسباً للعلاقات الاجتماعية.

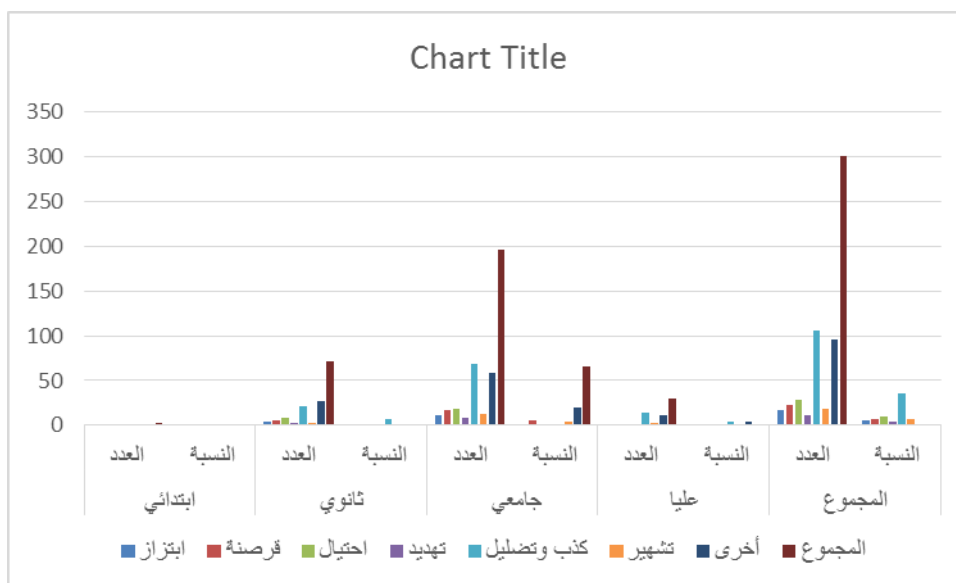


Chi-Sq = 4.590, DF = 12, P-Value = 0.970

الشكل رقم (11) أسباب قيام المبحوثين إقامة علاقات افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمكانتهم في أسرهم

يُظهر الشكل (11) عدم وجود علاقة بين موقع المبحوث في أسرته والأسباب التي تدفعه لإقامة علاقات افتراضية على مواقع التواصل، وذلك حسب نتيجة كاي تربيع عند مستوى الدلالة الإحصائية البالغة 0.05.

كما تشير النسب المئوية إلى أن 20% من المبحوثين يقيمون علاقات افتراضية لإشباع حاجات اجتماعية مفقودة عند الأسرة والاقرباء. و12.3% يقيمون هذه العلاقات لإشباع حاجات مفقودة عند الأصدقاء، و16.6% أقاموا هذه العلاقات لإشباع حاجات عاطفية مقابل 8.3% لإشباع حاجات مفقودة عند زملاء العمل، وكان هناك 42.6% يقيمون هذه العلاقات لأسباب أخرى.



Chi-Sq = 7.613, DF = 12, P-Value = 0.815

الشكل رقم (12) أنواع المشكلات التي تعرض لها المبحوثين وفقاً لمستوياتهم العلمية

يوضح الشكل (12) عدم وجود علاقة بين مستوى التعليم للمبحوثين وأنواع المشكلات التي يتعرضون لها، وفقاً لنتائج كاي تربيع عند مستوى الدلالة 0.05. أشارت النسب المئوية إلى أن 35.5% يتعرضون إلى الكذب والتضليل الإعلامي، و32% يتعرضون إلى مشكلات أخرى غير الموضحة في الجدول، وهناك 9.3% يتعرضون إلى النصب والاحتيال، وتعرض 7.6% إلى القرصنة و6.3% تعرضوا إلى التشهير، و5.6% ذكروا أنهم تعرضوا إلى الابتزاز. و3.6% تعرضوا إلى التهديد.

مناقشة نتائج الدراسة

- 1- أظهرت نتائج الدراسة أن 57.3% يتابعون مواقع التواصل بمعدل (1-3) ساعات في اليوم، وكان هناك 30.3% يتابعون بمعدل (4-6) ساعات، أما الذين يتابعون لأكثر من 7 ساعات في اليوم فكانت نسبتهم 12.3% وهذا يعني أن الذين يتابعون من (4-7) تبلغ نسبتهم (42.7%) وهو ما يقترب من نصف العينة وقد ينعكس ارتفاع نسب المتابعة على حالات من الإدمان والتقصير في الواجبات الأساسية، كما يؤدي إلى اكتساب عادات وميول ضارة يؤثر بشكل سلبي على الأسرة والمجتمع.
- 2- أوضحت نتائج الدراسة موقع الفيس بوك أنه من أكثر المواقع متابعة، حيث وصلت نسبة المتابعة إلى 21.6%، يليه «واتساب» بنسبة 20% وتويتر 17.6% واليوتيوب 13.6% بينما كانت المواقع الأخرى بنسب متواضعة.
- 3- أوضحت النتائج أن 56.3% يستخدمون مواقع التواصل في كل مكان يتواجدون فيه، مقابل 29.6% يستخدمونه في المنزل، ولم تحظى أماكن العمل والمقاهي والأصدقاء، إلا بنسب بسيطة. نستنتج أن استخدام مواقع التواصل من غالبية المبحوثين خارج المنزل يبعدهم عن إشراف الأسرة ورقابتها على الاستخدام خاصة للأبناء.
- 4- أظهرت نتائج البحث عدم وجود علاقة تأثير بين جنس المبحوث واعتقاده بتأثيرات مواقع التواصل على المستخدمين. وتبين أن هناك 60.3% من كلا الجنسين يعتقدون أن هناك تأثيرات بدرجة كبيرة لمواقع

- التواصل على المستخدمين مقابل 36.6% يعتقدون وجود تأثيرات ولكن بنسبة متوسطة وهناك 3% فقط ممن يعتقدون بعدم وجود تأثيرات.
- 5- أوضحت النسب المئوية أن 57.3% من المبحوثين يعتقدون بأن مواقع التواصل أضرت بجميع علاقاتهم الاجتماعية، وأن 23.6% يرون أنها أضرت بعلاقة المبحوث مع الأهل والأقارب، مقابل 19% يعتقدون أنها أضرت بعلاقة المبحوثين مع الأصدقاء وزملاء العمل.
- 6- أكدت النتائج عدم وجود تأثير للمهنة على معرفة المبحوثين بأنواع التأثيرات الضارة لمواقع التواصل. وأشارت النتائج الجدولية أن 44% يعتقدون أن مواقع التواصل تسبب تفكك الروابط الأسرية، وأن 22.6% يرون أنها تساهم في تطوير الحياة الاجتماعية، مقابل 14.3% يرون أنها يمكن أن تساعد في تقوية الترابط الأسري وكان هناك 11% من المبحوثين يعتقد أن لها تأثيرات أخرى غير التي ذكرت، بينما كان 8% من المبحوثين يعتقدون أنها تسبب تخلف الحياة الاجتماعية.
- 7- تبين أن لمستوى التعليم تأثير على ارتباط المبحوثين بعلاقات افتراضية على مواقع التواصل، وظهر أن غالبية أفراد العينة يقيمون علاقات افتراضية على مواقع التواصل، حيث بلغت نسبتهم 60.6% مقابل 38.3% ليست لهم علاقات افتراضية.
- 8- تبين وجود علاقة تأثير بين سن المبحوث ونوع العلاقات الافتراضية التي يقيمها في مواقع التواصل.
- 9- أظهرت النسب المئوية أن 42% من العينة يقيمون علاقات صداقة. مقابل 12% أقاموا علاقات عاطفية، و15.3% كانت لهم علاقات عمل بينما ارتبط 25% بعلاقات مختلفة، وأن 22.3% استخدموا مواقع التواصل للتسلية وتمضية أوقات الفراغ.
- 10- أتضح أن 59.3% من المبحوثين لا يعتقدون بأن العلاقات الافتراضية التي يقيمونها على مواقع التواصل، يمكن أن تكون بديلاً مناسباً عن علاقاتهم الاجتماعية، بينما يعتقد 32% من أفراد العينة بدرجة متوسطة أن العلاقات الافتراضية يمكن أن تكون بديلاً لعلاقاتهم الاجتماعية، مقابل 8.6% يعتقدون بدرجة كبيرة أن العلاقات الافتراضية كانت بديلاً مناسباً لعلاقاتهم الاجتماعية.
- 11- تشير النتائج الجدولية إلى أن 20% من المبحوثين يقيمون علاقات افتراضية لإشباع حاجات اجتماعية مفقودة عند الأسرة والأقرباء، و12.3% يقيمون هذه العلاقات لإشباع حاجات مفقودة عند الأصدقاء، و16.6% أقاموا هذه العلاقات لإشباع حاجات عاطفية مقابل 8.3% لإشباع حاجات مفقودة عند زملاء العمل، وكان هناك 42.6% يقيمون هذه العلاقات لأسباب أخرى خاصة.
- 12- تدل النسب المئوية على أن 35.5% يتعرضون إلى الكذب والتضليل الإعلامي، و32% يتعرضون إلى مشكلات أخرى غير الموضحة في الجدول، وهناك 9.3% يتعرضون إلى النصب والاحتيال، وتعرض 7.6% إلى القرصنة و6.3% تعرضوا إلى التشهير، و5.6% ذكروا أنهم تعرضوا إلى الابتزاز. و3.6% تعرضوا إلى التهديد.
- 13- تبين أن هناك علاقة تأثير وتأثر بين موقف المبحوث عند تعرضه إلى مشكلة على مواقع التواصل ومكانته في أسرته. ودلت النسب الجدولية على أن 38.6% كانت ردود أفعالهم عمل بلوك على من يعرضهم إلى مشكلات على مواقع التواصل، مقابل 23.6% الاتصال بالجهات الأمنية المسؤولة، وذكر 13.6% أنهم يستشيرون الأهل، و90.0% كانت لهم ردود فعل أخرى غير التي ذكرت، و8.6% ذكروا أنهم يستشيرون الأصدقاء، و6.3% كان موقفهم ترك الموقع والتوجه إلى المواقع الأخرى.

توصيات الدراسة

توصل الباحث إلى التوصيات الآتية:

- 1- توسيع وتعميق البحوث والدراسات المتعلقة بتأثير العلاقات الافتراضية في مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية في المجتمع العربي.
- 2- وضع خطط استراتيجية للتوعية بالآثار السلبية للعلاقات الافتراضية على مواقع التواصل، تهدف إلى توعية الأسر بضرورة ممارسة الرقابة والتوجيه والإرشاد وممارسة سلطة الضبط الاجتماعي باستخدام الأساليب والوسائل الحديثة.

- 3- إنتاج برامج وطنية تتبناها القنوات الإعلامية الوطنية تهدف إلى تطوير البنية الاجتماعية وحمايتها من الظواهر السلبية المتعلقة بالعلاقات الافتراضية السلبية التي تنشأ في البيئة الافتراضية.
- 4- تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية والتربوية وتقوية أدوارها في التواصل مع الأسر وحثها على القيام بأدوارها الاجتماعية، لإشباع الحاجات الروحية والعاطفية والمادية لأفرادها واغنائهم عن البحث عنها في مواقع وقنوات الإعلام الجديد وما يترتب عن ذلك من تبعات.
- 5- إقامة مؤسسات للعلاقات العامة الاجتماعية في المدن والارياف ودعمها بكل ما يمكنها من حل المشكلات الاجتماعية الحديثة، وتقوية العلاقات والروابط الاجتماعية بأساليب حديثة لتقوية التماسك الأسري وتعزيز الحصانة الاجتماعية.
- 6- العمل على تصميم مناهج دراسية في التربية الإعلامية والتوعية بالثقافة الإعلامية التي تحدد آليات ووسائل وأساليب التعاطي مع الإعلام التقليدي والجديد وتطوراته المستقبلية، بحيث يتم وضع مادة الزامية بهذا الشأن لجميع المراحل الدراسية.
- 7- سن القوانين واستحداث برامج للضبط الاجتماعي لتنظيم استخدام البيئة الافتراضية الجديدة وتقن علاقتها بالبيئة الاجتماعية التقليدية، لحماية الأسرة والمجتمع وتقنين الحريات العامة والخاصة بما لا يخرق قواعد وأسس المنظومة القيمية العربية والإسلامية.
- 8- القيام بدراسات استراتيجية تقوم على وضع تصورات مستقبلية تتنبأ بالتطورات المستقبلية المحتملة لمواقع التواصل الإلكتروني الرقمية، والتأثيرات الاجتماعية التي يمكن أن تحدثها في المجتمع، والتحسب لها للحد من تأثيراتها السلبية الضارة، واستثمار نتائجها الإيجابية وتوظيفها بخطط تنمية المجتمع وتقدمه.

حدود الدراسة سيلتزم الباحثان بالحدود التي وضعوها للبحث وكالاتي:

- أ- **الحدود الموضوعية:** تقيد الباحث بموضوع بحثه الموسوم: «الإعلام الجديد وأثار تحوّل المجتمعات العربية من العلاقات التقليدية إلى الافتراضية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل العرب بدولة الإمارات»، حيث يهتم البحث بحدوده الموضوعية بمتغير الإعلام الجديد الذي أتاح البيئة الافتراضية للمستخدمين في المجتمع لإقامة علاقات افتراضية غير واضحة المعالم يترتب على ممارساتها السلوكية أثار على العلاقات الاجتماعية التقليدية بما تمثله من منظومة قيمية ترتبط بعقيدة الفرد ومقوماته السلوكية التي تمثل هويته التي تميزه عن المجتمعات الأخرى. وكان من بين أهم الصعوبات التي واجهها الباحث هو عدم اعتراف المبحوثين بطبيعة العلاقات التي يقيمونها في البيئة الافتراضية، لأنها تعد من الخصوصية التي نادراً ما يفصح عنها المبحوث، فضلاً عن ازدواجية القيم التي يقيمها المبحوث مع آخرين فنجد لديه علاقات اجتماعية تقليدية يفصح عنها ويعترف بها وعلاقات أخرى افتراضية لا يفصح عنها ولكن يمكن الاستدلال عليها من الظواهر السلوكية والمشكلات الاجتماعية التي يتعرض لها ويفصح عنها.
- ب- **الحدود الزمانية:** يتحدد الإطار الزمني للبحث بالمدة الزمنية التي تم فيها وضع خطة البحث والشروع بإجراءاته التطبيقية إلى زمن إنجازه خلال العام 2019-2020. وبذلك يتزامن إجراء هذه البحث بدراسته الميدانية مع الزمن الذي شاعت فيه البيئة الافتراضية والظواهر الاجتماعية الناتجة عنها. تجدر الإشارة إلى الزمن من المتغيرات التي تتعلق بتطور المشكلات الاجتماعية من فترة زمنية إلى أخرى سيما وان العديد من الموضوعات تم بحثها من باحثين انهموا دراساتهم إلى زمن معين إلا ان هناك تطورات مستجدة ترتبط بعوامل الزمن توجب على باحثين آخرين تغطية الفترات الزمنية التي لم تبح.
- ج- **الحدود المكانية:** أما الحدود المكانية فتتمثل في المكان الذي تم فيه إجراء البحث وتحديد مجتمع الدراسة الميدانية وسحب عينة ممثلة لإحضاعها للدراسة وقد تحدد بمجتمع الإمارات العربية المتحدة. وتستمد المتغيرات المكانية أهميتها من نوع وطبيعة البيئة التي تجرى فيها الدراسة وبذلك فإن متغير المكان يعد من المتغيرات الأساسية لتحديد موضوع الدراسة، لأن الموضوع الذي يعد مهماً في بيئة اجتماعية معينة يعد من البديهيات التي لا تحتاج إلى دراسة في بيئات اجتماعية أخرى تختلف في منظومتها القيمية الأخلاقية.

المراجع

أولاً - مراجع باللغة العربية:

- أحمين، عبد الحكيم. (2018). *الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية*. مراجعة: محمد شمدين، المغرب، الرباط: دار الأمان، ص 8.
- الإمام، أحمد، (2009). «واقع الإعلام الموجه للأسرة»، مجموعة أبحاث مؤتمر عالم في الأسرة، أبو ظبي: مؤسسة التنمية لأسرية، ص 293-298.
- بالعيد، مفتاح محمد أجييه. (2019). «استخدام الفيسبوك ودوره في العلاقات الاجتماعية للأسرة الليبية»، *مجلة الدراسات الإعلامية*، العدد (9) برلين: المركز الديمقراطي للعلاقات العربية الألمانية.
- خليفة، ربيعة. (2002). «المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية في ظل العولمة»، *مجلة دراسات*، العدد 10، السنة الثالثة، ص 106.
- رايح، الصادق. (1999). «وسائل الإعلام والعولمة»، *مجلة المستقبل العربي*، العدد 243 مايو، أيار، ص 29-30، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- سبتي، عباس. (2010). *دراسة: غرف الدردشة سلبيات. حلول*. الكويت: متاح على الرابط: <http://www.swmsa.net/art/s/2067->
- شفيق عبد الرحمن؛ وبسام العموش. (2019). «البيئة الإعلامية وأثرها على الانحراف العقدي»، *مجلة الجامعة للدراسات الإسلامية*، المجلد (27) العدد (1) ص 446.
- شومان، نعيمة. (1997). *العولمة في التكنولوجيا الحديثة*، ص 57. متاح على الموقع: <http://www.reefnet.gov.sy>
- الطائي، مصطفى حميد. (2007). *التقنيات الإذاعية والتلفزيونية*. الإسكندرية: دار دنيا الوفاء، ص 15.
- الفصيل، عبد الأمير؛ و مؤيد نصيف جاسم. (2018). «الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد: بناء نموذج اتصالي»، *بغداد، مجلة الباحث الإعلامي*، العدد 39 ص 203.
- عبيوب، محمد أمين. (2019). «البيئة الافتراضية: أنماطها ومشكلاتها»، *مجلة علوم الإعلام والاتصال*، العدد 2، السنة الثانية. متاح على الموقع: <https://diraset.com/node/114>
- كريمة، علي. (2012). *قانون الإعلام في ظل المتغيرات العالمية*. الدار البيضاء: المعهد العالي للإعلام والاتصال، متاح على الموقع: <https://www.google.com/search2q=121> &
- (د. م). (2004). «الاتصال وعمليات التغيير»، *مجلة الإذاعة والتلفزيون*، العدد 31، أغسطس، ص 26-29. القاهرة.
- المقدادي، كاظم. (2013). *الإعلام الدولي الجديد*. عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 223-224.
- المليحي، عبد الله؛ ومريم محمد محمد. (2011). *التداعيات الأسرية الحديثة في المجتمع الإماراتي وأثرها في عمل المنظومة الأمنية*. الشارقة: إدارة مركز بحوث شرطة الشارقة، ص 143

ثانياً - مراجع باللغة الأجنبية:

- Arab American Museum. (2020). *Arab Civilization: Our Heritage*. Michigan Avenue, Dearborn, MI 48126. Bombari Schmid D, Schmid Mast M, Canadas E Bachmann M. Front Psychol. 2015.
- Bassiouni, M. Cherif. (2012). *Islamic Civilization*. Middle East Institute: <https://www.mei.edu/publications/islamic-civilization>. See more at: <http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/39159775-6207-4217-b26b-40e0a45dcf3d#sthash.cjIjIbIL.dpuf>
- Olaniran, Samuel. (2014). "Social Media and Changing Communication Patterns among Students: An Analysis of Twitter Use by University of Jos Students", *Covenant Journal of Communication (CJOC)*, Vol. 2, No. 1, June, 2.

New Media and the Effects of the Transformation of Arab Societies From Traditional to Virtual Relations: A Field Study on a Sample of Arab Communication Users in the UAE

Dr. Mustafa Hameed Kadhim Alti

Associate Professor - College of Media
Ajman University
United Arab Emirates

Abstract

The research cares about studying the problem of new virtual relationships, which formed in the virtual environment, and affected social relations and family cohesion with negative effects, threatening the family entity of Arab society, and the sense of this problem came from negative phenomena resulting from the immersion of large numbers of users in the virtual environment of the new media, from Without preparation and prior awareness: which caused the emergence of hypothetical relationships between individuals, different from the social relations that are accepted and the acceptance of the human values and meanings that express them.

This led to the emergence of many negative phenomena, which amplified and spread very quickly to turn part of them into very complex and complex problems. It has become challenges facing family cohesion at the family and community levels. To study this problem and Topics the resulting effects, a descriptive approach was used to describe the problem and survey a sample from the research Society, and the analytical approach was used to analyze field study data and extract the results that answer the research questions and achieve its goals, and one of the most prominent results of the research was that 57.3% Of the respondents believe that the communication sites have damaged all their social relationships, compared to 23.6% see it as damaging the relationship of the respondents with family and relatives, compared to 19% believe that it has damaged the relationship of the respondents with friends and co-workers. The results indicated that 44% believed that the communication sites caused the dissolution of family ties, compared to 22.6% who believed that they contributed to the development of their social life, and 14.3% of the sample believed that it could help in strengthening family ties, and 11% of the respondents believed that they had affects Others, while 8% believed that it caused social development.

The results of the research confirmed that 20% of the respondents establish hypothetical relationships to satisfy missing social needs of the family and relatives, 12.3% evaluate these relationships to satisfy missing needs among friends, and 16.6% establish these relationships to satisfy emotional needs, compared to 8.3% to satisfy missing needs when Co-workers, and there were 42.6% were assessing these relationships for other reasons. It was clear from the results that 59.3% of the respondents do not believe that the hypothetical relationships they establish on the communication sites can be a suitable alternative to their social relationships, while 32% of the respondents believe, on average, that the hypothetical relationships can be an alternative to their social relations, compared to 8.6% They largely believed that hypothetical relationships were a suitable alternative to their social relationships. The research reached a number of recommendations that call for intensifying studies and converting their results into plans and programs to find appropriate solutions to confront the negative effects resulting from this problem.

Key words: *Virtual Environment, Social Relations, Virtual Relationships, Communication Web Sites, Effects.*

