

محددات بناء الثقة في العلاقات الاجتماعية الافتراضية دراسة لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

د/ نورا طلعت إسماعيل رمضان (*)

مستخلص الدراسة:

بحثت هذه الدراسة في موضوع محددات بناء الثقة في العلاقات الاجتماعية الافتراضية، وهي دراسة ميدانية طبقت على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والتي شملت (الفيسبوك، التيك توك، سناب شات، انستجرام، تلجرام) هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى الثقة في العالم الافتراضي، ومعرفة أهم المحددات الاجتماعية والثقافية المسؤولة عن تحديد الثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واداة الاستبيان للحصول على البيانات المطلوبة، طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٨١٨ مفردة) من سكان أحد أحياء مدينة القاهرة الكبرى و هو حي التجمع الخامس، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج يمكن إجمالها فيما يلي: الثقة في العالم الافتراضي من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي جاءت منخفضة، هناك عدد من المحددات المسؤولة عن تشكيل الثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي منها ما هو ذات طابع اجتماعي مثل: تحول العلاقة الافتراضية إلى علاقة واقعية، توافر معلومات كافية عن الأشخاص، الانتماء لنفس البلد، التشابه في الجنس، وجود أصدقاء مشتركين، التقارب في السن، ووجود صلة قرابة. ومنها ما هو ثقافي مثل: الاتفاق في الميول السياسية، التحدث بنفس اللغة واللهجة، التشابه في الدين، التقارب الفكري، الانجازات الثقافية للشخص، التشابه في نوعية التعليم، والاهتمامات المشتركة.

الكلمات المفتاحية: المجتمع الافتراضي، وسائل التواصل الاجتماعي، العلاقات الافتراضية، نظرية الحضور الاجتماعي، نظرية الإشباع.

Determinants of Building Trust in Virtual Social Relationships A Study on a Sample of Social Media Users

Abstract:

This study explored the determinants of building trust in virtual social relationships through a field study applied to a sample of social media users. Platforms examined included Facebook, TikTok, Snapchat, Instagram, and Telegram. The study aimed to assess the level of trust in the virtual world and identify the key social and cultural factors shaping trust in social relationships among social media users. The researcher employed the social survey method using a questionnaire as the primary data collection tool. The field study was conducted on a sample of 818 individuals residing in the Fifth Settlement neighborhood of Greater Cairo.

(*) أستاذ مساعد بقسم الاجتماع- كلية الآداب جامعة المنصورة

Key findings of the study include: Trust in the virtual world among social media users was found to be low. Several determinants influence the formation of trust in virtual social relationships, categorized into: Social factors, Transition of virtual relationships into real-life ones. Availability of sufficient information about individuals. Belonging to the same country. Presence of mutual friends. Gender similarity. Age proximity. Family connections. Cultural factors. Agreement in political views. Speaking the same language and dialect. Religious similarity. Intellectual compatibility. Cultural achievements of the individual. Similarity in education level. Shared interests

Keywords: Virtual community, social media, virtual relationships, social presence theory, gratification theory

مقدمة:

تستمد الثقة أهميتها من عمقها التاريخي، حيث كانت العلاقات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع التقليدي الذي يتسم بالبساطة والتجانس تقوم أساساً على الثقة وتنتهي بفقدانها، فقد كانت الثقة هي مفهوم آخر لعادات المجتمع وتقاليد وقيمه الصلبة، ويلتزم بها الأفراد والجماعات إما انسجاماً مع ثقافة المجتمع، وإما خوفاً من النفي الاجتماعي، كما أنها تمثل المادة الأساسية للتماسك الاجتماعي، وتقلل من حدة النزاع بالنسبة للفرد والمجتمع وتمنحهم الإحساس بالرضا، وتكمن خطورة افتقاد الثقة أو تراجع منسوبها داخل المجتمع سواء بين الأفراد وبعضهم البعض أو بين الأفراد ومؤسسات الدولة، إلى التأثير على مختلف جوانب الحياة، الذي يؤدي بدوره إلى انتشار العديد من الجوانب السلبية كانتشار العنف وانعدام الأمن الداخلي وغياب المشاركة وانتشار الفساد وغيرها من المظاهر السلبية التي تعيق تنمية أي مجتمع، وحيث إن الثقة والمخاطر ترتبطان ارتباطاً وثيقاً فإن علينا كأفراد وجماعات أن نكن الثقة بمنظومة واسعة من الهيئات التي تؤثر في حياتنا؛ حتى نستطيع مواجهة ما يمكن أن نصادفه من مخاطر (الزناتي، ٢٠٢٠م، ص ٤٣).

ويشير مفهوم الثقة إلى العلاقة التي تتجاوز حدود حسابات المصلحة الفردية أو الذاتية التطبيقية والخاصة (زايد وآخرون، ٢٠٠٦، ص ١٩٤). ولذلك يعد مفهوم الثقة مفهوماً مهماً ومحورياً، حيث تُعد الثقة بمثابة اللحمة التي تربط مكونات المجتمع بعضها مع البعض الآخر، وتربط بين الأفراد وبعضهم البعض من ناحية، وبالمجالات والمؤسسات الاجتماعية من ناحية أخرى، وإذا تأكلت مستويات الثقة في الحياة الاجتماعية لمجتمع ما، فإن ذلك يعد مؤشراً على أن "الذات الجمعية" في مأزق حقيقي (أبودوح، ٢٠١٤م، ص ١٩١).

واستناداً إلى ذلك يشير "جيدنز" إلى أن مسألة الثقة التي يُنظر لها على أنها أحد آليات إعادة الإنتاج للنظم الاجتماعية، فإنه يرى أن الثقة تتخلق عبر الإيقاعية المنظمة للحياة الاجتماعية، وتظهر الثقة هنا بمثابة اللحمة التي تربط الأفراد من خلال اندماج ذواتهم سوياً في بناء نفسي

واحد، يخلو من الشك والريبة والخوف والقهر، وتنتضح أهمية الثقة في استمرار الحياة الاجتماعية، عندما ننظر في الظروف التي تنتقد فيها هذه الثقة. ويؤكد "جيدنز" على أن الثقة وتجنب فقدانها أثناء المواقف الصعبة، يعد أحد الأركان في عملية إعادة إنتاج الممارسات الاجتماعية، ورغم أن للثقة بعداً اجتماعياً واضحاً، فإن دورها على المستوى الفردي له أهمية خاصة، فمن خلال خلق الأشياء المألوفة وتكرارها وإعادة خلقها عبر إيقاع الحياة المتكرر، يُحافظ الأفراد على شخصياتهم، ويستطيع كل منهم أن يحتوى مظاهر القلق التي يمكن أن تتسرب إليه، فالثقة إذن رابطة تحقق الأمن الوجودي للمجتمع (زايد، ١٩٩٦م، ص ٧٩).

ويرى "جورج زيمل" Simmel الثقة من أهم قوى تأسيس المجتمع وبدون الثقة العامة **General Trust**، فيما بين الأفراد وبعضهم البعض فإن المجتمع عرضة للتحلل والتفكك، وفي هذا السياق طرح "زيمل" ضرورة الاهتمام بفهم مشاعر الإخلاص، والولاء كأحد المؤشرات للمحافظة على العلاقة بالآخر ودعم مستويات الثقة بين الأنا والآخر (أبودوح، ٢٠١٤م، ص ١٩٤). ويتميز العصر الحالي بزيادة معدل التعارف والعلاقات خاصة في ظل تنامي شكل العلاقات والتعارف عبر استخدام وسائل الاتصال في العالم الافتراضي؛ مما ولد حالة من الحديث حول الثقة ومداهها ومستوياتها خاصة عبر وسائل التواصل في العالم الافتراضي (Hatamla, et al, ٢٠٢٣)، فمع تقدم التكنولوجيا أصبحت الخصوصية الشخصية تحت تهديد متزايد فالشركات والحكومات تجمع بيانات كبيرة عن الأفراد، ويمكن استخدام هذه البيانات لمراقبة أنشطتهم وتحليل سلوكهم، وبصفة خاصة تمثل وسائل التواصل الاجتماعي تحدياً كبيراً للخصوصية، حيث يمكن استخدام المعلومات الشخصية التي يشاركها الأفراد على هذه المنصات بطرق غير مشروعة، بالإضافة إلى ذلك، تقدم التكنولوجيا أدوات متقدمة للمراقبة، مثل كاميرات المراقبة وأجهزة التتبع، وهذا يعني أن الأفراد يمكن أن يتم مراقبتهم بشكل دقيق دون علمهم؛ مما يؤثر على حريتهم وخصوصيتهم (عبدالله، ٢٠٢٣م، ص ١٩٤).

وقد أسهم التقدم في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات في نشر قيم وسلوكيات بين أفراد الأسرة، أدت إلى تآكل الأيديولوجيات القيمية والمعارف التقليدية وخاصة بين جيل المراهقين والشباب، ومما لاشك فيه أن تكنولوجيا الاتصالات تمثل إحدى أهم الآليات التي لعبت وما زالت تلعب دوراً بالغ الأهمية في التحولات العالمية المعاصرة، ولا نكون مبالغين إذا قلنا إن تكنولوجيا الاتصالات بشكل عام، والإنترنت، بشكل خاص، قد لعب دوراً محورياً في تعظيم أشكال الاتصال بين البشر، حتى أصبح مصدراً رئيسياً للتعليم واكتساب المعارف والقيم والمعايير، كما أنه يعد من أبرز أشكال العولمة في العصر الحديث، ويمكن القول إن الإنترنت قد خلق من خلال تعدد الأنشطة

المرتبطة به عالما يربطنا بشاشات الكمبيوتر، عالما يربط الفرد به حيث يمارس من خلاله ما اعتاد أن يمارسه في عالمه الواقعي المعتاد، وبعبارة أخرى يمكن القول إنه بينما كانت وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفاز والراديو والصحف والمجلات هي جواز مرورنا إلى العوالم المحيطة بنا، وجواز تعريفنا بهذه العوالم أصبحت أجهزة الكمبيوتر عبر الإنترنت هي العالم ذاته. فالمرء أثناء جلوسه أمام شاشة الكمبيوتر، يمكنه أن يتواصل مع غيره من أفراد المجتمعات الأخرى (بربري، ٢٠١٨م، ص ٥١).

استناداً إلى ما سبق، وبفضل المميزات التقنية التي أصبحت توفرها التكنولوجيات الحديثة للاتصال، لم يعد يقتصر التفاعل الاجتماعي على الفضاءات المادية والأشخاص الذين هم من حولنا (أفراد العائلة، الزملاء والجيران الخ)، بل تحول جزء مهم من هذا التفاعل إلى تفاعل يحدث عبر وسائط تكنولوجية، تتميز بغياب حضور الأفراد في صورتهم المادية أو الفيزيائية، فقد انتقل هذا التفاعل من شكله المباشر، أي مع عقول وشخوص مجسدة على هيئتها المادية، إلى تفاعل مع عقول وتصورات تنقلها هذه الوسائط التكنولوجية، بل قد تكون هذه التفاعلات وهمية نعيش فيها ما أسماه Horton بـ "وهم التفاعل الشبه اجتماعي **The illusion of par asocial interaction**"، هو تفاعل سطحي غير حقيقي يتوهمه الأفراد على أنه تفاعل اجتماعي عادي تتطور التفاعلات التي تتم بوساطة الكمبيوتر من مستويات أولية غير شخصية إلى مستويات أكثر تطوراً وعمقا، فبالرغم من القيود التي تواجهها هذه التفاعلات بفعل طبيعة الوسائط التكنولوجية التي يتم عبرها التفاعل، فإن الأفراد بإمكانهم أن يصلوا إلى النتائج نفسها في حالة التفاعل الذي يتم وجها لوجه وإلى نفس مستويات الحميمية، إذا ما توفر الوقت الكافي، وكان هناك تكافؤ في تبادل الرسائل ضمن عملية التفاعل، وبالفعل فبالرغم من طبيعة هذا التفاعل الافتراضي من حيث خصائصه التي تفرسها التكنولوجيا، فإن الأفراد يقومون أحيانا بردود أفعال عميقة ومختلفة على غرار الابتسام التصرف بأدب، والاستجابة اجتماعياً بطرق متعددة مع الأشخاص الموجودين في هذا الفضاء، مع أنهم يعرفون من الناحية الموضوعية أن هؤلاء لا وجود لهم في شكلهم المادي أو الفيزيقي (بوشلاغم، ٢٠١٨م، ص ٢٠).

عطفاً على ما سبق فإن بناء الثقة في العالم الافتراضي يقوم على تأسيس علاقات قائمة على المصداقية والنزاهة بين المستخدمين. فعندما يثق المستخدم بموثوقية المعلومات والأفراد المتواجدين في المواقع الاجتماعية، يكون لديه الشجاعة للتعرف على المزيد من الأشخاص ومشاركة معلومات حساسة. بناء الثقة يمكن أن يؤدي أيضاً إلى تحقيق نتائج أفضل في علاقات المستخدمين، عبر تزويدهم بمعلومات دقيقة وإلهامهم للتواصل والتفاعل بشكل أكبر. لذا، تُعد أهمية

بناء الثقة في العالم الافتراضي أمراً ضرورياً لنجاح واستمرارية مواقع التعارف الاجتماعي وتجربة المستخدمين المرتبطة بها. في ضوء ذلك جاءت فكرة هذه الدراسة التي ستبحث في موضوع محددات بناء الثقة في العالم الافتراضي، وهي دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التعارف.

أولاً: مشكلة الدراسة

نتج من التغيرات الهائلة في تكنولوجيا التواصل الاجتماعي والتراكم الرأسمالي في المجتمعات الصناعية الغربية في سبعينيات القرن المنصرم شكل جديد من أشكال المجتمع. لم يحدد المفكرون الذين تنبأوا بقدومه، اسمه بشكل دقيق فعلى الرغم من التسميات المتعددة، التي أطلقوها عليه، مثل مجتمع المعلومات (**Information Society**) أو مجتمع المعرفة، أو مجتمع المعلومة، أو مجتمع ما بعد الصناعي، أو مجتمع ما بعد الحداثة... إلخ، فإن تسمية عالم الاجتماع مانويل كاستيلز له تبقى الأكثر قبولاً وشيوعاً، وهي المجتمع الشبكي (**Network Society**)؛ لأن التواصل عبر الشبكة في هذا المجتمع هو المحور الأساس الذي يميز هذا المجتمع (الغزواني، ٢٠٢٠م، ص ١٥٧).

كما أسهم الإنترنت الذي يعد أحد منجزات الثورة الاتصالية في تشكيل فضاء جديد، وهو الفضاء الرمزي **Cyber space** الذي يعد إطاراً جديداً لعلاقات اجتماعية عابرة للقوميات والأماكن، فالمتعارف عليه أن الجماعة الاجتماعية مجموعة من الأفراد يجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء، يعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها، ويتفقون فيما بينهم على وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم ما يحدث بينهم من علاقات، ولكن الإنترنت أسهم في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني وتفاعل الوجه بالوجه، وشكل مستخدموه وخاصة الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعات يُطلق عليها **Virtual Community** الجماعات الافتراضية، وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني. تتكون هذه التجمعات من مجموعة من الأفراد يستعملون الحاسب الآلي للاتصال بينهم، وذلك يختلف عن اتصال الوجه بالوجه (زكي، ٢٠٠٩م، ص ٩٩).

وقد ظهرت المجتمعات الافتراضية في بدايتها بفعل احتياجات التعليم واستخدام تكنولوجيا الحاسوب والاتصالات الرقمية منذ منتصف ثمانينيات القرن الماضي لتحقيق أغراضها التعليمية بشكل أو بآخر، ثم انبثق بعد ذلك ما عرف بالمجتمعات الشبكية مع أوائل التسعينيات، حيث تطورت في شكل جماعات معروفة بين مستخدمي تكنولوجيا الإنترنت تشترك في الخصائص والاحتياجات والمهارات، وامتلكت وسائل اتصال رقمية وبرمجيات متشابهة، وانتشرت هذه المجتمعات الرقمية

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

بشكل كبير مع انتشار تكنولوجيا الويب خصوصاً تكنولوجيا الدردشة/المحادثة، التي تدعم اليوم كثيراً من المجتمعات الافتراضية على نطاق واسع، وخلال السنوات القليلة الماضية تطورت المجتمعات الافتراضية على الانترنت بشكل كبير، ولكن أبرز ما ذاع صيته هذا المجال هو الفيس بوك، حيث أصبح أشهر المنصات على الانترنت وأكبر مجتمع افتراضي عالمي (أحمد، ٢٠١٩م، ص١).

وفي خضم التطور التكنولوجي المتسارع في عالم الاتصال الذي أتاح فرصاً وإمكانات جديدة في مجال التفاعل والتواصل، فتعددت أشكاله ووسائله وانعكاساته، هذه التطورات الهائلة غيرت العديد من المفاهيم والأدوار، فالإنترنت وما تقدمه من مواقع وخدمات عموماً، وخاصة ما توفره من مواقع وتطبيقات للتواصل الاجتماعي، لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط، وإنما أصبح لها العديد من الأدوار، حيث تعمل على ضم أكبر قدر من المشتركين، ليشكلوا خلايا ومجموعات تواصل توفر لهم فضاءات للنقاش والاستفسار، وطرح القضايا والأفكار لكسب التأييد أو لدعم الآراء، أو للتعارف والحوار، وتوفر فضاءً مفتوحاً للتعبير والنقد والتعليق بكل حرية، بطريقة جدية أو بتهكم، بهوية حقيقية أو مستعارة أو مزيفة، مما شكل عبر تسلسل زمني جماعات ومجموعات مفتوحة أو مغلقة، تشترط قواعد معينة للانضمام إليها وخدمات متنوعة تحمي خصوصية المستخدمين حسب ميولهم واهتمامهم، وهي مواقع هدفت منذ نشأتها إلى المساعدة على تكوين العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين، من خلال تبادل المعلومات ومشاركة الملفات ونشر الصور ومقاطع الفيديو والتعليق، كل هذا يتم في عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمان ويلغي حدود المكان (بركات، ٢٠١٦م، ص١٥).

فقد نجح الفضاء الرمزي الذي شكله الإنترنت في الجمع بين أفراد ينتمون إلى هويات مختلفة، ويعد هاورد رينجولد **Haward Ringold** من الأوائل الذين أسهموا في توجيه نظر العالم صوب دراسة المجتمعات الافتراضية، وقد جاء ذلك في كتابه الجماعات الافتراضية (**Virtual Community**)، والذي يؤكد فيه أن هذه الجماعات تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني، يتبادلون المعارف فيما بينهم، ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن ليس عن قرب، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الانترنت الذي بدوره أسهم في حركات التشكل الافتراضية، إن الشكل الجديد للتفاعل الذي طرح له **Rhingold** وكان أول من كتب عنه، هو نظام الدردشة على الإنترنت، ويتم ذلك من خلال تبادل الحديث والمشاركات عبر الكمبيوتر، وهذه

التفاعلات لا يشترط أن تكون عن طريق الوجه بالوجه، وتتم هذه التفاعلات حين تبدأ الدردشة بدخول أكثر من طرف في تفاعل آني عبر الإنترنت، إلا أن هذا لم يكن هو الخط الوحيد لتجمعات الإنترنت الافتراضية، فهناك تفاعلات اجتماعية فائتة لا تتم في نفس اللحظة، ولكن تتم عن طريق البريد الإلكتروني، وقد أطلق (Ronlido A-Beghetto, ٢٠٠١) على التفاعلات التي تتم داخل التجمعات الافتراضية، اتصالاً إلكترونياً تفاعلياً يضم هذا الاتصال أفراداً متنوعين يشتركون في نفس الأفكار والأنشطة (زكي، ٢٠٠٩م، ص ١٠٠).

وتعد الثقة في عالم سريع التغير، من أهم أدوات التواصل الاجتماعي، وأداة فعالة لبعث التطمينات بالشفافية. ومن المهم أن تبقى الثقة صلبة من خلال ارتباطها بمنظومة أخلاقية، ومنع ربطها بمعايير مادية بحتة. ويؤكد الواقع المعولم على أن الحداثة وعصر التقنية والتواصل المفتوح، ومن ثم زيادة الشعور بالفردانية وتفكيك روابط الأسرة والجماعة، قد أضعف أدوار الدولة والمجتمع والجماعة والأسرة في دعم المنظومة الأخلاقية للثقفة، مما زاد من حدة أنانية الفرد، وتوجيه أفعاله بناء على مصالحه الخاصة، حتى لو ألحق الضرر بالمصالح العامة، ولم تعد ثقة المجتمع فيه من ضمن حساباته التي يراعيها، وإذ كانت بالسمعة والمكانة الاجتماعية، وكانت الأسرة والجماعة والقبيلة تمارس ضغوطها على الفرد، لمنعه من القيام بأي فعل ممكن أن يضر سمعتهم أو يفقد الثقة فيهم، بوصفه محسوباً عليهم، بل إن جماعة الإجرام والانحراف لديها نظام أخلاقي وقوة ضغط تمنع أحد أفرادها من ممارسة أفعال تخل بتماسكها، كما أنها تعيش على السمعة المبنية على الثقة (الشقير، ٢٠١٨م).

يمكن القول بدرجة عالية من الثقة، إنه ما من وسيلة من وسائل التواصل التي أوجدها الإنسان عبر مسيرته التواصلية الطويلة، كانت أحدثت تغيرات جوهرية في طبيعة التواصل بين الناس، وبنية العلاقات الاجتماعية بينهم، كما فعلت شبكة الإنترنت صحيح أن كل وسيلة من الوسائل التي أوجدها الإنسان وأضافها إلى الوسائل التي سبقتها، كانت أحدثت في حينها تغيرات ملموسة في حياة الناس، غير أن الخصائص الفريدة التي تتمتع بها شبكة الإنترنت تجعلها تعد بحق ثورة تُضاف إلى ثورات التاريخ الإنساني العظمى، كالثورة العلمية والثورة الصناعية والثورة الجينية، ويذهب عالم الاجتماع كاستلز في تشبيهه قوة التغيرات التي أحدثتها التواصل عبر الإنترنت في حياة الناس، بتلك التي أحدثتها الحروف الأبجدية (ساري، ٢٠٢٣م). فالعالم مكون من شبكات ليس فقط العالم البشري والمجتمع الإنساني، بل الحياة البيولوجية أيضاً. فهناك شبكات بين الأفراد، وشبكات بين الشركات الاقتصادية وشركات الإعلام العملاقة والصغيرة، وشبكات بين مؤسسات

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

السلطة في الدولة الواحدة، وبين الدولة والدول الأخرى. وهناك تشابك أيضاً بين جميع هذه الشبكات بدرجات متفاوتة بحسب برنامج كل شبكة وأهدافها (كاستلنز، ٢٠١٤م، ص ٩٣).

وتمثل المجتمعات الافتراضية ملاذاً آمناً لتحقيق إشباع لا متناهية بعيداً عن الرقابة والقوانين والضوابط والقيم التي تحدد المجتمع، فتبرز الذاتية أو الأنانية وهو ما أدى إلى ظهور مصطلح (الفردانية السيبرانية)، بالتالي فإن القيم والضوابط الاجتماعية تتلاشى داخل هذه الافتراضية وتحل محلها علاقات قائمة على أساس المصلحة لإشباع الحاجات والغايات، وقد يتحول هذا إلى الإدمان ومن ثم العزلة الاجتماعية التي تؤدي إلى توتر العلاقات الحقيقية سواء كانت أسرية أو اجتماعية، فيحدث الصدام والخلاف والتفكك، وقد خلقت المجتمعات الافتراضية تجمعات تكاد تكون أكثر خطورة من التجمعات الحقيقية، أبرزها تلك المتطرفة فكرياً أو دينياً أو عرقياً، تنتشر أفكار ومعتقدات متطرفة لعبت دوراً واضحاً في نشر خطاب الكراهية، ودفعت الكثير من المستخدمين إلى ارتكاب أفعال إجرامية (حسني، ٢٠١٩م).

ولقد نقل هذا النوع من التواصل الإنسان إلى آفاق رحبة من العلاقات والفضاءات والممارسات لم تكن تخطر في باله في يوم من الأيام، ولم يكن يتوقع حدوثها بهذه السرعة المذهلة. وقد وفر له العيش في فضاءات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية وترفيهية وصحية ورياضية مفتوحة، ومكنه من اختراق "قوبيا" المكان والزمان، وربط أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهد الطريق أمام المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لشبكة الإنترنت من الوسائط المتعددة المتاحة فيها (ساري، ٢٠٢٣م).

وقد ساعد هذا النوع على انتشار نمط يسمى الثقة الافتراضية، حيث يتعامل الفرد مع عالم غير مُشاهد وغير مرئي، وهنا تظهر الثقة الافتراضية في نسق العلاقة التواصلية، التي تعتمد على تبادل المعلومات والأفكار بل وحتى العلاقات، فالثقة مفهوم مرتبط إلى حد كبير بالعلاقات الاجتماعية والقيم والتفاعلات، إلا أن ذلك ينطوي على مخاطرة أن الشخص لا يتعامل مع شخص فيزيقي بل هو افتراضي، حيث لا يعرف المتفاعلون بعضهم البعض، ومن هنا تولد موضوع الثقة ومحدداتها وطريقة بنائها داخل العالم الافتراضي.

وقد أشار أليكس تود (Alex Todd, ٢٠٠٥) عند الحديث عن الثقة الافتراضية إلى أن الثقة هي حيرة مقبولة؛ لأن العالم لا يستطيع إنجاز ثقة مطلقة، فالثقة الافتراضية لا تعتمد فقط على العلاقات الشخصية كما في الممارسات التقليدية، ولكن تعتمد على ثقة اتصال الناس، والمعلومات هي مصدر أساسي في تشكل الثقة الافتراضية، فالثقة تظهر في تفاعلات الإنترنت التجارية من خلال حركات وموجات التجارة عبر بنية العلاقات التي تولد الثقة في التفاعلات الافتراضية. فالعلاقات وحدها لم تعد كافية الإنترنت، فالمعلومات مصدر أساسي للثقة الافتراضية،

فالبنية المعلوماتية هي أساس تولد الثقة في المجتمع الافتراضي، فهناك ثقة مؤسسة دون علاقات شخصية تسمى بالثقة البديلة أو الثقة المكملة، وتشكل الثقة في تفاعلات الإنترنت من خلال تجارب الآخرين؛ مما يجعل تعاملات الإنترنت أكثر مصداقية، وهي السبب الذي يدفع إلى إقامة الصفقات عبر الواقع الافتراضي وفي نفس السياق ربط هيونج (Huang ٢٠٠٣)، بين الثقة الافتراضية المتولدة عبر شبكة الإنترنت وبين نجاح التفاعلات والصفقات الاقتصادية التي تتم عبر الشبكة، وعرفها بأنها آلية من آليات التفاعلات الاقتصادية، تؤثر على الاقتصاد في الأزمنة الحالية بشكل مباشر، ويتضح من الطرح أن الثقة الافتراضية تتولد عبر الإنترنت، وتتبلور من خلال عنصرين أساسيين:

الأول: المعلومات

إن بنية العلاقات الاجتماعية لا تكفي لتشكيل الثقة، إذ لابد من توافر بنية معلوماتية، إذ إن مجتمع الإنترنت هو جزء من مجتمع المعلومات العالمي، فليس معنى تشكل علاقات اجتماعية بوابة لعبور الثقة، ولكن لابد من توافر معلومات تفتح السبل أمام العلاقات المتولدة عنها الثقة الافتراضية.

الثاني: تجارب الآخرين

تعدّ عنصراً فعالاً في تشكل ثقة افتراضية، فإن التجارب الناجحة للآخرين في تفاعلات ناجحة مع جماعات معينة عبر الشبكة، تسهم في تولد مزيد من الثقة التي تسهم بدورها في تشكل ما يمكن تسميته ببنية الثقة، مما يساعد على خلق رأس مال اجتماعي (زكي، ٢٠١٧م، ص ١٦٦). ومن الجدير بالذكر أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت موضوعاً تصطدم فيه أطروحتان مختلفتان؛ الأطروحة الأولى ترى أن هذه المواقع فرصة للبشرية لتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان، فتزيد تقارب الناس وترفع من درجة تفاعلهم، وتنشئ علاقات اجتماعية جديدة، كما أنها تختزل قدراً هائلاً من الإجراءات في التفاعلات والمبادلات التجارية والاقتصادية، فيما تنظر الأطروحة الثانية لهذه الشبكات نظرة سلبية، إذ ترى أنها تشكل مصدر الخطر الحقيقي على العلاقات الاجتماعية، وتؤدي إلى ميلاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، أو ما أطلق عليه مانويل كاستلز بالمجتمع "الشبكي"، كما تؤدي إلى العزلة وتفكك نسيج الحياة الاجتماعية وظهور علاقات اجتماعية مفتوحة، يقصد بها الارتباطات التي يقبل فيها الغرباء أو غير الأقارب وغير المنتمين إلى طبقة اجتماعية معينة (زياتي، ٢٠١٩م). ولذلك يوصف الواقع الافتراضي بأنه افتراضي أي غير فعلي، خفي ومتوار عن الأنظار، حيث تتأسس وتتسج العلاقات، وتنتهي في عالم غير مرئي وغير قابل للتجسد مادياً والقبض عليه واقعياً، بل إنه محاكاة اصطناعية للواقع الفعلي وتهديداً له، ولهذا فإن العديد من المفكرين المنشغلين

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

بقضايا المجتمع يدعون إلى مقاومة هذه الحياة الافتراضية التي تعد ضارة بنشرها الصور الزائفة للعلاقات الإنسانية التي تحل محل العلاقات المباشرة، هذه الأخيرة تُعد في جوهرها أكثر ثراء من التفاعلات المتوسطة (غير المباشرة) (بوظرفة، ٢٠٢٢، ص ٨٩).

كما تُعد المواقع الاجتماعية للتعارف مكاناً حيث يلتقي الناس من خلفيات وثقافات مختلفة للتواصل والتعرف على بعضهم البعض. ومع تزايد استخدام هذه المواقع، يُصبح بناء الثقة أمراً حيوياً لتحقيق تجربة إيجابية. فبناء الثقة يعزز روابط العلاقات، ويعمل على تقليل الشكوك والتوتر الذي قد ينشأ في أماكن غير مألوفة، كما يساعد الثقة في توفير بيئة آمنة وموثوقة للتواصل والمشاركة. وبالاعتماد على المعلومات المذكورة في الملف الشخصي للعضو، يمكن الثقة بطبيعة الشخص واختيار العلاقات التي تتمتع بالمصداقية والتوافق النفسي (Bohler, Drake, ٢٠١٧).

ويُعد بناء الثقة في العلاقات الافتراضية أمراً حاسماً للنجاح والاستمرارية والتعاون عبر الإنترنت. إن الثقة القائمة بين الأفراد المشاركين تؤدي إلى تعزيز التعاون والاتصال الفعال وزيادة الإنتاجية، فعندما يشعر الأشخاص بالثقة في بعضهم البعض، فإنهم يشعرون بالراحة في التعبير عن آرائهم والتعامل بصدق واحترام. وتعمل الثقة على تقليل التوتر والشكوك، وتسمح للأطراف بالعمل بتناغم وتحقيق الأهداف المشتركة (Chan, Ma, ٢٠١٥).

وتُعد الثقة أحد العوامل الأساسية في بناء العلاقات الإلكترونية الناجحة، فعندما يكون هناك ثقة بين الأفراد القائمة على التواصل عبر الإنترنت، يمكن تعزيز مع العمل المشترك وتحقيق الأهداف المشتركة بشكل أفضل. وتُسهم الثقة في بناء علاقات قوية ومستدامة للآخرين في ساحة الإنترنت. وتوفر الثقة الأمان والاطمئنان للمشاركين في العلاقات الإلكترونية، وتعزز التفاهم والتعاون بينهم بوجود الثقة، ويمكن للأفراد التفاعل بحرية وثقة في الوسط الإلكتروني والتواصل بصدقة واحترام متبادلين بالتالي، يمكن القول إن الثقة في العلاقات الإلكترونية تُعد أساساً حاسماً لنجاح التواصل عبر الإنترنت (Wu, et all, ٢٠١٠).

استناداً إلى ما سبق يمكن القول بأن الثقة من العوامل المهمة في بناء العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التعارف، فقد يكون التعارف عبر الإنترنت أمراً غير مألوف، ومن السهل أن تكون هناك شكوك وتردد في الثقة بين الأفراد. ومع ذلك، تلعب الثقة دوراً حاسماً في تعزيز العلاقات وإقامة اتصالات ناجحة. إن التكلم بصدق والانصات الجيد وتوفير المعلومات الصحيحة والصادقة هي أساس بناء الثقة في التعارف الاجتماعي، ومن الضروري ألا يكون هناك تهميش أو إساءة استخدام للمعلومات الشخصية، وبهذه الطرق يمكن للأفراد بناء ثقة قوية تسهم في إنشاء علاقات مستدامة وممتعة عبر مواقع التعارف (Hatamla, et all, ٢٠٢٣).

ويتبين دور الثقة في المجتمعات الافتراضية في عدد من الدراسات الميدانية، وخصوصاً تلك الدراسة التي أجراها الباحث آجرين، فلدى سؤاله المشاركين في الجماعة الافتراضية التي أجرى عليها دراسته عن مقدار الثقة في المحادثات التي يجرونها فيما بينهم، تبين له أن هناك قدراً كبيراً منها بينهم. وتبين له أيضاً أنه لا يوجد معلومات يتم تبادلها ولا معايير تلاحظ ولا سلطة موجودة ولا توقعات والتزامات ظاهرة، دون وجود ثقة بين المشاركين في هذا النوع من المجتمعات (زكي، ٢٠١٠م، ص ١٠٣).

وفي هذا الإطار تبرز مشكلة الدراسة التي يمكن تحديدها في التساؤل العام التالي: ما أهم محددات الثقة لمستخدمي مواقع التعارف الافتراضية في المجتمع المصري؟
ثانياً: أهداف الدراسة

- تهدف الدراسة بصورة أساسية إلى محاولة التعرف على محددات بناء الثقة في العالم الافتراضي، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تحاول الدراسة تحقيقها وهي:
- ١- التعرف على مستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي.
 - ٢- الكشف عن أهم المحددات الاجتماعية للثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي.
 - ٣- التعرف على أهم المحددات الثقافية للثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي.
 - ٤- الكشف عن مميزات وعيوب التعارف لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة

- ١- تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيسي هو: ما محددات بناء الثقة في العالم الافتراضي؟ وتحت هذا التساؤل الرئيسي تبرز تساؤلات فرعية تمثل الإطار الذي ستتحرك فيه الدراسة ميدانياً وهي:
- ٢- ما مستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي؟
- ٣- ما المحددات الاجتماعية في العالم الافتراضي للثقة لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي؟
- ٤- ما المحددات الثقافية للثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي؟
- ٥- ما أهم سمات وخصائص المتفاعلين في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي؟
- ٦- ما مميزات وعيوب التعارف لدى مستخدمي مواقع التعارف الاجتماعي؟

رابعاً: أهمية الدراسة**١- الأهمية النظرية:**

أ) تتجسد الأهمية النظرية للدراسة في التعرف على محددات بناء الثقة في العالم الافتراضي، من خلال تحليل عدة حالات من مستخدمي مواقع التعارف باعتبارها مجالاً عاماً يتيح لهم الحرية في عقد صدقات مع بعضهم بحرية ودون قيود.

ب) تبرز أهمية الدراسة النظرية من أهمية المتغيرات التي تدرسها، وهي الثقة والعالم الافتراضي باعتبار أهمية بناء الثقة ودورها في تشكيل نسق العلاقات القائمة.

٢- الأهمية التطبيقية:

أ) صياغة سياسات وبرامج تستهدف الكشف عن ملامح العلاقات داخل العالم الافتراضي، واستفادة صناعي القرار باتخاذ قرارات وإجراءات رقمية قد تفضي إلى تعزيز الثقة في العالم الافتراضي وزيادة الأمان باعتبار أنها لغة العصر ومعبره عن وجه لا يتجزأ من هذا الواقع المعاش.

ب) تنمية وعي حقيقي ومستنير بأهمية الثقة في العلاقات القائمة، ودور الثقة في تعزيز المعاملات الافتراضية بعيداً عن أية تهديدات أو مخاطر، ومن ثم قد تُعد هذه الدراسة بمثابة خارطة ذهنية تكشف عن نسق التفاعلات القائمة باعتبار أهمية الحفاظ على البيانات القائمة بين المتعارفين في العالم الافتراضي.

خامساً: مفاهيم الدراسة

تتضمن هذه الدراسة ثلاثة مصطلحات أساسية، هي العالم الافتراضي، ومواقع التعارف الاجتماعي، والثقة، وفيما يلي نعرض المقصود بالمصطلحات:

١- قضايا العالم الافتراضي:**١-١ مفهوم العالم الافتراضي**

يُعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم الجديدة التي برزت من خلال ثورة الاتصالات، وقد تنوعت التعريفات حول مفهوم المجتمعات الافتراضية والتي منها: تُعرف بأنها تجمعات تشكلت من خلال شبكة الانترنت، ليس بالضرورة أن يعيش أعضاؤها في مساحة جغرافية واحدة، ولكنهم موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم، وتجمع بين هذه التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة، وتتعدد أنماط هذه التجمعات ما بين تجمعات تجارية وتجمعات طبية وتتسع لتشمل أنماطاً أخرى، كما أنها تجمعات اجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدردشة وتبادل المعلومات والنوادر، ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن يبيت حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقاً منهم أو يسر لفريق بعينه ما يريد أن يحجبه عن الآخرين، ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت

أسماء مستعارة، بل يمكن أن يتنكر في شخصيات متعددة. كما يطلق عليها البعض مصطلح المجتمعات المتخيلة، وتُشير إلى تلك الأنماط المنفصلة من العلاقات والأدوات والمعايير والنظم واللغات التي تتطور بواسطة الأفراد خلال عمليات الاتصال المباشر على الخط (أحمد، ٢٠١٩م، ص٦).

ولقد تعددت الأسماء التي أُطلقت على الواقع الافتراضي، فالعالم الافتراضي **Virtual World**، والواقع المصطنع **Artificial Reality**، والبيئة الافتراضية **Virtual Environment**، والواقع المركب **Synthetic Reality**، والحيز الافتراضي **Cyberspace**، كلها أسماء عدة لمفهوم واحد هو الواقع الافتراضي **Virtual Reality** الذي يُعد أكثر الأسماء عالمية واستخداماً (حسن، ٢٠١٨م، ص٢٧).

كما تُعرف على أنها تلك المجتمعات اللاواقعية التي تنشأ من الشبكة، عن طريق مواقع التواصل من خلال المستخدمين بفعل الدافع الاجتماعي؛ لأجل تكوين علاقات اجتماعية افتراضية أو رقمية بينهم وهؤلاء المستخدمين الذين يشتركون في خصائص اجتماعية وتنظيمية وثقافية، بل وحتى توجهات فكرية معينة، تمكنهم من إنشاء هذه المجتمعات الافتراضية الرقمية (صحراوي، رحمان، ٢٠١٩م، ص٢٦).

والعالم الافتراضي **Virtual World** هو برنامج ثلاثي الأبعاد يحاكي الواقع والبيئة من حولنا، يتفاعل فيه المستخدمون فيما بينهم مشكلين ما يعرف بالحياة الافتراضية، هذه العوالم قد تحاكي العالم الحقيقي أو قد تكون خيالية أو مثالية، وبشكل عام يتم التوجه نحو هذه العوالم بصفاتها وسيلة للعب والتسلية والترفيه لمستخدم الإنترنت، لكن ذلك لا يعني أنها تقتصر فقط على الألعاب، حيث يتواجد فيها مختلف ما تتخيله من احتياجات علاقات تجارية عملة افتراضية لها سعر صرف علاقات اجتماعية واقتصادية وكل ما هو موجود فعلياً في الحياة الحقيقية (حسن، ٢٠١٨م، ص٧٩).

كما يُطلق المجتمع الافتراضي على مجموعة من الأفراد ذوي مصالح واهتمامات مشتركة، يتفاعلون بصورة منتظمة وبطريقة منظمة على الإنترنت من خلال موقع أو آلية مشتركة، وتستخدم المجتمعات الافتراضية وسيلة لمشاركة موارد قيمة من خلال المنتديات أو قوائم التوزيع أو الرسائل الإلكترونية، ولذلك فإن المجتمع الافتراضي ليس مكاناً يتواصل فيه الأفراد، ولكنه مكان لمشاركة (الخبرات والمعارف والأخبار، البرامج، الصور، الموسيقى والفيديو) (حسن وآخرون، ٢٠١٦م، ص٧).

ويعد هاوارد رينجولد Rhingold, ١٩٩٣ أول من أشار إلى هذا المصطلح، حيث عرف المجتمع الافتراضي بأنه " تجمعات اجتماعية تشكلت في أماكن متفرقة من أنحاء العالم، يتقاربون ويتواجدون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني، يتبادلون المعارف فيما بينهم،

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

ويكونون صداقات، ويجمع بينهم اهتمام مشترك يحدث بينهم ما حدث في عالم الواقع، ولكن ليس عن قرب، بل بواسطة الشبكة الدولية للمعلومات (زكي، ٢٠١٧م، ص ٥٢).

ويمكن تعريف الواقع الافتراضي بأنه "تقنيات حديثة يستخدم فيها أجهزة تكنولوجية لإنتاج بيئة مصطنعة حية تخيلية، باستخدام البعد الثالث والتجسيم الذي يحول المخرجات إلى نماذج تكافئ الواقع، وتجبر المتعلم على التفاعل معها وكأنه منغمس ومتفاعل في بيئة الواقع ذاته مستخدماً كل حواسه" (حسن، ٢٠١٨م، ص ٣٠).

والأمر اللافت للانتباه أن الاندماج والولوج بهذا العالم أصبح متاحاً، وأصبح حاجة ضرورية لا بد منها ولا يمكن الاستغناء عنها كالحاجات البيولوجية من أكل وشرب، ولا يتطلب الأمر منك الكثير، فقط أن يكون لديك جهاز حاسوب أو هاتف محمول ذكي مرتبط بشبكة الإنترنت للتواصل مع الآخرين، وإنشاء علاقات جديدة وإشباع حاجياتك ورغباتك، إذن المجتمع الافتراضي هو فضاء سيبييري يتم فيه التواصل بين الأفراد والمجتمعات التي تعيش في بيئة إلكترونية لا تعترف بالحدود الزمكانية، وأصبح موازياً للعالم الواقعي، إذ تنسحب فيه جميع أشكال الممارسات اليومية كالتواصل مع الآخرين وإقامة علاقات شخصية وإبداء الرأي ومشاركة الحياة اليومية، من خلال نشر الملفات والصور والفيديوهات وغيرها (فقير، إلياس، ٢٠٢٣م، ص ٤١٢).

العالم الافتراضي إجرائياً: هو عالم من العلاقات ينشأ بين مجموعة موزعة في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم، وتجمع بين هذه التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة، ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة، بل يمكن أن يتنكر في شخصيات متعددة.

٢-١ سمات (خصائص) المجتمعات الافتراضية:

لعل أهم ما يميز المجتمعات الافتراضية هو طبيعة التفاعل الذي يكون من خلال الاتصال الوسيطي، ويرى علماء الاجتماع الفيبري **Weberians** أن هذه الوسائط أداة فاعلة في دعم العقلانية **Rationalism**، التي برأيهم هي السبب الرئيس في التغيير الاجتماعي في المجتمعات الرأسمالية الغربية، إذ تعمل هذه الوسائط برأيهم على تخفيف القيود التي يفرضها الزمان والمكان على الأطراف المتصلة، حين تتواصل فيما بينها وتختصر الكثير من جهودهم وعنائهم، (بركات، ٢٠١٦م، ص ٢٦٧).

ففي المجتمعات الافتراضية يجذب الأفراد "نحو أولئك الذين يمكن تقاسم المصالح والاهتمامات معهم، بمعنى يمكن إيجاد نسق المشاركة وإشباع حاجة التفاعل الاجتماعي، واستبدال المشاعر، والاهتمامات والمعلومات ومن ثم إنشاء بيئة اجتماعية أقرب ما تكون لواقع الحياة على شبكة الشبكات، مكوناً بذلك مجتمعاً افتراضياً له خصائصه المتشابهة، وآلية عمله المتألفة،

وأعضاؤه. إن أهم ما يميز هذه التجمعات الافتراضية هي أنها متاحة للأفراد الذي يريدون المشاركة في أنماطها، فالمدينة الافتراضية على حد قول ألبرت روبرت **Alberta Robert** وميشيل جينكنسون **Jenkinson Michael** مدينة لا تنام، فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل، ولا غرابة في ذلك فقد أصبح الإنترنت بشكل عام جزءاً من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة، وباتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت على وجه خاص (رمضان، ٢٠١٨م، ص ١٦٦).

ومن بين خصائص المجتمعات الافتراضية أن يكون لديها على الأقل نشاط واحد محدد، وجود المعلومات وتوفرها للجميع والدعم والخدمات بين الأعضاء، أمر مهم في حركة المجتمع إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة (حسني، ٢٠١٩م).

ففي المجتمع الافتراضي تتحول تجربة الزمان والمكان إلى زمن لازماني "وإلى مكان للتدفقات"، يعيش البشر غير منفصلين عن المكان والزمان، لكن تجربة عيشنا هذا المكان وهذا الزمان يمكن أن تتنوع كثيراً، خصوصاً عندما تتوسطها التقانة وتجعلها صناعية، كما أن التفاعل في المجتمع الواقعي هو تفاعل فوري الفعل ورد الفعل المباشر له، بينما في المجتمع الافتراضي نجد أن الاتصال غير مباشر، قد يصبح رد الفعل انتقائياً وقد يصبح متأخراً ولا فورياً، بالإضافة إلى ذلك فإنه إذا كان التفاعل في المجتمع الواقعي يتم متأثراً بمتغيرات السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، فإن هذه المتغيرات تنفسي فاعليتها في المجتمع الافتراضي، حيث يحدث التفاعل بلا متغيرات منظمة، أو من الممكن أن يحدث في ظل رموز كاذبة عن هذه المتغيرات. ويعمل توسط التقانة مثل توحيد قياس الزمن بواسطة الساعات والتقاويم والمناطق، وتطور تقانات النقل والتواصل على توسيع حدود المكان، ويمكن من تكوين الجماعات والتنسيق بينها على نطاق واسع (مثل الدولة القومية)، يتخطى بكثير ما كان ممكناً في كل القيود الطبيعية المحلية والأماكن، إضافة إلى تطوير تقنيات النقل والاتصال، متجاوزة بذلك الحدود الضيقة للمكان، وإنشاء مجموعات اصطناعية و مترابطة على نطاق معين (مثل الدولة القومية) أكبر مما كانت عليه في ظل الحدود الطبيعية (رمضان، ٢٠١٨م، ص ١٦٦).

تتميز المجتمعات الافتراضية بمجموعة من السمات والخصائص هي:

- الافتراضية: يقصد بها افتراضية العلاقة بين الطرفين، فهي ليست علاقة إنسانية كما في المجتمع الواقعي، بل هي مفترضة بين إنسان وإنسان عبر وسيط آلي بشكل غير مباشر.
- الخيالية: غالباً ما يبحث الإنسان عن الخيال أكثر من الحقيقة؛ لأن التفاعلات اللامعقولة واللاملموسة تجذب بشكل أكبر، تحديداً تلك الفئات التي تبحث عن التغيير للخروج من القيود

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

الاجتماعية والدينية، وهو ما يُفسر أعداد المستخدمين الكبيرة في المنتديات وغرف الدردشة التي يجتمع بها مستخدمون لا يعرف بعضهم بعضاً.

- اللامركزية: تُشير إلى عدم وجود سلطة مركزية تتحكم في العملية الاتصالية، فالمستخدم داخل المجتمع الافتراضي يمكن أن يكون منتجاً مرسلًا للرسالة الاتصالية ومتلقيًا في الوقت ذاته، فالتفاعلات الافتراضية داخل المجتمع الافتراضي لا يمكن السيطرة عليها أو احتكارها من قبل شخص أو جهة (قريمس، مخالفة، ٢٠٢٢م، ص ٣٧).

- الهوية الخفية: يمكن للأفراد داخل المجتمعات الافتراضية ابتكار شخصيات وهمية غير حقيقية يستخدمونها للتفاعل والاندماج داخل المجتمع الافتراضي، وينتج ذلك لعدة أسباب قد تكون نفسية أو تتعلق بأمور الخصوصية وحماية البيانات من السرقة والاختراق، أو قد يتم استخدام الهوية الخفية للأغراض غير شرعية كالابتزاز والتشهير والتتمر على الآخرين (حسني، ٢٠١٩م).

- القلق الإلكتروني: تنتج التفاعلات الافتراضية قلقاً مستمراً في نفوس المستخدمين لا يظهر للعلن، وهو ما يتمثل بالفعل ورد الفعل في العملية الاتصالية الافتراضية.

- الاختيارية: يسمح المجتمع الافتراضي للفرد باختيار الشخص والموضوع والزمان الذي يريد ويحدده دون وجود محددات تفرض عليه ودون أن يتعرض لأي ضغوط اجتماعية (رمضان، ٢٠١٨م).

كما تشترك المجتمعات الافتراضية رغم اختلافها في توجهاتها الغائية، وطبيعة عملها، بمجموعة من الخصائص منها، وجود غرض مشترك بين الأعضاء، وانخراط الأعضاء في مشاركات متكررة نشطة، غالباً ما تكون تفاعلات مكثفة وعلاقات اجتماعية، ووجود حوار مشترك بين الأعضاء تحكمه مجموعة من اللوائح والأنظمة التي يلتزم الأعضاء به، وتوافر المعلومات والخدمة، والدعم المعنوي للأعضاء فيما بينهم، وهناك وعي بحدود العضوية، وهوية الجماعة داخل أي مجتمع افتراضي. إضافة إلى أن هناك إطاراً يشترك فيه أفراد المجتمع الافتراضي الواحد، ويكون عبارة عن مجموعة من التقاليد الاجتماعية واللغة، والبروتوكولات المتبعة في المجتمع، وهناك طقوس يمارسها الأعضاء داخل المجتمع. (الأعرجي، كاظم، ٢٠١٢م، ص ١٥٢).

٢ - مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

أ) مواقع التواصل الاجتماعي اصطلاحاً:

إن انتشار شبكات التواصل الاجتماعي وتغلغلها داخل المجتمع أفرز تغيراً كبيراً في بنية وأشكال التجمعات وأنماطها ودرجة التواصل بينها على مستوى الأفراد والجماعات خاصة في تقريب المسافات، وسهولة التعرف على آخرين في المحيط القريب والبعيد من أجل التبادل الثقافي،

المعرفي، المهني وغيرها من الاهتمامات المشتركة، ولعل هذا التفوق الواضح للشبكات الاجتماعية مرده إلى ما وفرته من خصائص جديدة تمكن من التواصل الاجتماعي وظهور مختلف الأشكال للتبادل الثقافي، ومحاولة بذلك إعادة رسم خارطة للعلاقات الاجتماعية من خلال فضاء افتراضي يتميز بقدر كبير من التفاعلية، وجعل العام الافتراضي محاكياً للعالم الحقيقي (سفيان، ٢٠١٧، ص ٣٠٩).

ويمكن تعريف مواقع التعارف الاجتماعي بأنها "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم" (فنغور، ٢٠١٥م، ص ٩).

كما تُعرف بأنها "مواقع على شبكة الإنترنت يستطيع من يملك حساباً فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتاً، وصورة) مع من يريد ممن يملكون حساباً في هذه المواقع، سواء أكانوا أشخاصاً طبيعيين كالأصدقاء القدامى، أو أصدقاء العمل، أو زبائن أو أشخاصاً معنويين كالشركات أو المؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين وإنجاز الأعمال في مجتمع افتراضي" (بوشرمة، زغود، ٢٠١٨م، ص ١١).

وتُعرف أيضاً بأنها "عبارة عن مواقع إلكترونية تسمح للأفراد المستخدمين، بالتعريف بأنفسهم والمشاركة بإنشاء مجتمعات ذات طبيعة رقمية، بحيث يقومون من خلالها بإنشاء مجموعة من العلاقات الاجتماعية عن طريق التواصل مع بعضهم البعض ضمن علاقات محددة مثل: صدقات، أو أعمال مشتركة، أو تبادل أفكار ومعلومات، أو غيرها" (صحراوي، رحمان، ٢٠١٨م، ص ٢٦).

وتُعرف بكونها " أحد أشكال الجماعات "الافتراضية" التي يشكلها مجموعة من الأفراد يشتركون ويتفاعلون في شكل علاقات تكنولوجية، ويتبادلون الآراء والمواقف فيما بينهم وبحرية مطلقة دون قيود أو مراقبة، بخلاف المجتمع الواقعي غير الافتراضي الذي يتجسد في تفاعل الأفراد، حينما يلتقون على أرض مادية محسوسة، فما يميز العالم الواقعي المادي أنه يحمل انطباعات دافئة عبر حضور الجسد والروح معاً" (فرح، ٢٠١٩م، ص ١٢).

وهي أيضاً "مواقع على شبكة الإنترنت تسمح لروادها بإجراء وإنشاء حساب أو صفحات خاصة بهم وربطها بنظام اجتماعي إلكتروني يتيح فرص الحوار وتبادل الثقافات بين أعضائها" (قريمس، مخالفة، ٢٠٢٢م، ص ١٦).

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

كما تُعرف بأنها "مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب ٢ تُتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة الخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض" (الشهري، ٢٠١٣م، ص٧).

وتُعرف بأنها "تلك الوسائط الجديدة التي ظهرت مؤخراً القائمة على شبكة الإنترنت، حيث تظم العديد من التطبيقات، وهذه الأخيرة أصبحت في متناول جميع شرائح المجتمع، كما أصبحت منبراً للشباب للتواصل فيما بينهم، والتعبير على أفكارهم من بين هذه الفضاءات الرقمية (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام)" (زقان، زطوبة، ٢٠٢١م، ص٢٥).

وعلى العموم، فإن مواقع التعارف على الإنترنت تتميز بمجموعة من الخصائص أبرزها: أنها مكان مفتوح للقاء دائما طوال اليوم، حيث تمكن الأفراد من الولوج إليها في أي وقت، فهي لا تحتاج إلى تحديد المواعيد بين الأفراد الذين يستخدمونها، كما أنها لا تتطلب جهداً في الولوج إليها. والمرونة في الاتصال والفورية في التواصل؛ إذ يستطيع الأفراد الاتصال في أي وقت ومن أي مكان في العالم، والتواصل عبر التطبيقات التي توفرها مثل البريد الإلكتروني، وغرفة الدردشة... إلخ. والخصوصية، فهي مواقع توفر للأفراد مجالهم الخاص للتحدث والنقاش. يمكن أن تحقق لأصحابها الشهرة والربح المادي عن طريق التسويق الإلكتروني. ويمكن القول إن مواقع التعارف على الإنترنت تعد بلا شك مواقع مؤثرة في الحياة اليومية؛ لأنها مواقع لها تأثير كبير في الذوات الافتراضية من حيث الشعور والإحساس الذي يتم صنعه رقمياً عن طريق المواد المكتوبة والمواد المرئية التي يتم عرضها عبر "الويكام" webcam أو الصور الفوتوغرافية، وهو ما يجعل من الاتصال بين الأفراد له معنى لديهم (فرح، ٢٠١٩م، ص١٤).

ب) **مواقع التعارف الاجتماعي إجرائياً:** تحدد الباحثة إجرائياً مواقع التواصل الاجتماعي في عدد من المواقع وهي: فيسبوك، والتيك توك، وتويتز، وسناب شات، وتلجرام، وانستجرام.

٣- مفهوم الثقة:

يختلف تعريف الثقة باختلاف مجالات العلوم الاجتماعية، حيث تناول علماء الاقتصاد مفهوم الثقة من خلال التركيز على درجة الثقة داخل العلاقات التجارية، وعلى أهمية توافرها بين الأطراف التجارية، في حين تناول علماء النفس الاجتماعي مفهوم الثقة بالتركيز على الأشخاص في إطار منظومة التفاعل الاجتماعي (الزناتي، ٢٠٢٠م، ص٤٧).

يُعرف "فوكوياما" الثقة بأنها " ما يتوقعه الأعضاء من أعضاء آخرين ضمن جماعة ذات سلوك منظم ومستقيم وتعاوني يرتكز على أعراف مشتركة" (فوكوياما، ٢٠١٥م، ص ٤٢). كما تُعرف بأنها "حالة من الاتحاد المتبادل بين البشر، ناتجة عن التفاعلات القائمة، وتُعبّر عن اتجاهات الأفراد تجاه بعضهم البعض " (لاغرسبيتز، ٢٠٢١م، ص ٢٧).

وتُعرف الثقة الاجتماعية بأنها "علاقة بين طرفين سواء كان فرداً أو جماعة، تقوم على أساس الصدق والتعاون والتكامل والاعتماد المتبادل، ويتمتع كل طرف بقدر من الثقة المتبادلة والاطمئنان إلى الطرف الآخر، وفي إطار هذه العلاقة يمكن إنجاز الأعمال بأقل ما يمكن من التكاليف، كما يمكن للنظام أن يحافظ على بقاءه واستمراره، أما بالنسبة للأفراد الذين لا يثقون في بعضهم البعض فيمكن التعاون بينهم فقط في إطار من اللوائح والقوانين الرسمية التي تجمعهم داخل مجال بعينه " (الزناتي، ٢٠٢٠م، ص ٥٣).

وتُعرف الثقة أيضاً بأنها "شعور نمارسه عندما لا يسعنا أن نكون متأكدين تمام التأكد، وجميعنا يفعل ذلك مراراً فهي "توقع معين يولد لدينا فيما يخص السلوك المرجح للآخرين. وتأتي الثقة إلى مواقف الجهل وعدم اليقين، عندما يكون الطرف الآخر لديه حرية حقيقية أن يتصرف أو يحجم عن التصرف، ومن ثم حريته في أن يخيب آمالنا وتوقعاتنا" في مثل هذه المواقف، حيث تكون لدينا مصالح مشتركة لكن قدرات مختلفة، يجب علينا أن نختار وضع ثقفتنا بالآخرين، باعتبار ذلك السبيل الأفضل لمحاولة تحقيق أهدافنا. فهو فعل لا يخلو من قدر من المقامرة ووقوعك في حسابات خاطئة هو أحياناً جزء حتمي من الرهان" (مبارك، ٢٠٢٣م، ص ١٨٨).

الثقة إجرائياً: هي علاقة بين طرفين تُعبّر عن شعور يقوم به الأفراد تجاه بعضهم البعض، عندما يشعرون بحالة الاطمئنان للطرف الآخر؛ مما يسمح لهم بوجود مساحة من الحوار والنقاش المشترك.

سادساً: النظريات المفسرة لموضوع الدراسة

١- نظرية الاستخدامات والإشباع:

ظهرت هذه النظرية على يد العالمين "كانتز" و"بلوم"، واهتمت هذه النظرية في جوهرها بكيفية استخدام الأفراد وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم وتلبي حاجيات الفرد الكاملة. ورأيا أن الرغبة في إشباع الحاجات واختيار الوسيلة يرجع إلى الفرد المستخدم نفسه، كما أكدا على إشباع الرغبة في المضمون من طرف المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد اهتم بالمعايير السائدة من خلال الاحتكاك (قريمس، مخالفة، ٢٠٢٢م، ص ٤٣).

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

وتعد هذه النظرية من النظريات المهمة في شرح الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال الحديثة وبخاصة الإنترنت، فقد تحول الباحثون في مجال الاستخدامات والإشباع من كيف يستخدم الأفراد الإنترنت، إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط، فقد أكد "روبين وونداهل" (Rosengren & Windahl) أن نموذج الاستخدامات والإشباع يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال، والذي يبادر باستخدام هذه الوسائل ويبنى سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إضافة إلى أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته (٥٠)، فقد وجد كل من بالمجرين ورايبورن Palm green & Rayburn أن الناس يستخدمون الإنترنت لإشباع ما يأتي: الحاجات الشخصية علي سبيل المثال الاسترخاء والسعادة والهروب، والحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من هذه الوسيلة، مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والتسلية واكتساب المعلومات، وطبقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع فإن الحاجة للاتصال تتفاعل مع العوامل الاجتماعية والنفسية، لتنتج الدوافع للاتصال، فقد حصرت "بليس" Bleise الدوافع التالية لاستخدام الإنترنت منها (كبدل عن الاتصال الشخصي والتفاعل الشخصي والإدراك الذاتي عند الجماعات المختلفة من الناس، وتعلم السلوكيات المناسبة والاستمالات العقلانية وكبدل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى والتعلم الذاتي والمساندة المتبادلة مع الآخرين والتسلية والترفيه والأمان والصحة) (عمر، ٢٠١٢م، ص ٨٣٩).

وتذهب نظرية الاستخدامات والإشباع إلى أن الأفراد ليسوا ضحايا تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي، وإنما هم قادرون على تحديد أي الوسائل التي يريدون استخدامها وأي المضامين التي يريدون التعرض لها لإشباع حاجات معينة لديهم. ويفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن قيم الناس واهتماماتهم وأدوارهم الاجتماعية لها القدرة المسبقة في صياغة واختيار ما يؤمنون به، من خلال ما يقرأونه أو يشاهدونه أو يسمعونهم من وسائل التواصل الاجتماعي (Rizkallah, Elias G & Razzouk, Nabil, Y, ٢٠٠٦: ٦٦)، يستند مدخل الاستخدامات والإشباع على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة، تنتج لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال، فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الحاجات، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات (الدريني، ٢٠٢١م، ص ٤٢٣).

كما افترضت هذه النظرية أيضاً وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية تدفعه لاستخدام الإنترنت بوصفه وسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، في إطار أهداف الأفراد من استخدام تلك الوسائل، وبناء على ذلك، فإن فئات الأفراد (الجمهور) مستخدمي الإنترنت أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية وبتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال

الرقمي، ويتخذ الفرد قراره في استخدام الإنترنت عن وعي كامل باحتياجاته التي يريد إشباعها ومدى إشباع تلك الحاجات من استخدام الإنترنت مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، ويتمثل هذا الاستخدام في اتجاهين؛ الأول: الاتصال بالآخرين من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الإنترنت أو من خلال الانغماس في الواقع الافتراضي سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا، أما الثاني: فتصفح المواقع الإلكترونية المختلفة على شبكة الإنترنت لتلبية الحاجات (عمر، ٢٠١٢م، ص ٨٣٩). كما حاولت هذه النظرية فهم الكيفية التي تتم بها عملية الاتصال بين الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة الإشباع التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من وراء هذا الاتصال والاستخدام لهذه الوسائط، فضلاً عن معرفة موقع المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، أي مدى ميوله نحو إشباع حاجاته ورغباته أثناء عملية التواصل في المواقع عبر أسماء وهويات افتراضية، حيث تفيد هذه النظرية في تفسير ميول الأفراد لهذه الوسائط واستخدامها على أساس الإشباع والحاجة (قريمس، مخالفة، ٢٠٢٢م، ص ٤٣؛ بوشرمة، رغو، ٢٠١٨م، ص ٢٧).

٢- نظرية الممارسة:

تكتسب نظرية الممارسة الاجتماعية أهميتها في العلوم الاجتماعية والإنسانية بسبب قدرتها التفسيرية والملائمة للكشف عن طبيعة الظواهر الاجتماعية المختلفة، وتحليلها في سياق اجتماعي منظم، فالممارسة الاجتماعية عند "بورديو" ليست مجرد فعل صادر في الزمن الحاضر، ولكنها فعل موجه من الماضي، فالممارسة عند "بورديو" محصلة لخبرات مكتسبة أو مورثة تتضافر لتقييم الواقع المعاش، فالممارسة نشاط إنساني يقوم به فاعل يمتلك من القدرة، بل قدرة فاعل نشط، والفاعل عند "بورديو" هو شخص محمل بخبرات متراكمة (رأس مال نوعي)، يكتسبه من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والتعليم، حيث يولد لديه معنى الاستعدادات ما يمكنه من ممارسة الأفعال المختلفة في إطار بنية محددة، فعن طريقها يمكن تفسير التباينات الاجتماعية والثقافية في آن واحد، ويمكن تفسير ظواهر السياسة والاقتصاد والثقافة والدين، والفن، والعلم (بدوي، ٢٠٠٩م، ص ١٤). ويعد مفهوم الهابيتوس عند بورديو عنصراً أساسياً لتحديد كيفية تطور الممارسة الاجتماعية في حقل معين، فالهابيتوس هو عبارة عن "أنساق من الاستعدادات المستدامة والقابلة للنقل، إنها بنية قابلة مسبقاً للاشتغال بوصفها مبنية؛ أي باعتبارها مولدة ومنظمة لممارسات وتمثلات يمكن لها موضوعياً أن تتأقلم مع هدفها، دون افتراض رؤية واعية للغايات والتحكم الصريح في العمليات الضرورية من أجل بلوغها"، وعلى الرغم من أن بورديو لا يستكشف مباشرة العلاقة التي تربط بين "الهابيتوس" و"الافتراضي"، فإنه يمكن البحث في هذه العلاقة؛ لأن العالم الافتراضي هو في الأصل عبارة عن حقول اجتماعية. فكل من الحقل والهابيتوس هما بنيتان متماثلتان؛ فالعلاقة بينهما يمكن أن تتطور، وكل منهما يسهم في بناء الآخر. لهذا يعد استيراد الإطار

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

البوردوسي إلى الحقل الرقمي، وسيلة من أجل إدراك كيفية ارتباط الأفراد بمصادر تكنولوجيا المعلومات، وتحديدًا كيف يظهر الاختلاف في معلومات الأفراد وخبراتهم" إن عملية الممارسة في العالم الافتراضي يمكن أن نفكر فيها، باعتبارها نوعاً من العلاقة بين (الهابيتوس)؛ أي استعدادات المرء وموقعه (رأسماله)، في إطار سياق اجتماعي معين ضمن (حقل) من الحقول على الإنترنت **Online Fields** التي تُشكل لنا "العالم الافتراضي". ولفهم هذه الممارسة التي تتم في العالم الافتراضي ينبغي لها أن تخضع لهذه الصياغة حتى تبلغ الهدف. عملياً تعمل مواقع وتطبيقات الاتصال التي ترتبط بشبكة الإنترنت بأدوار مهمة في انتقال بالعقل من العالم المحسوس المادي إلى العالم الافتراضي، وهو ما يجعل من تجارب الأفراد على شبكة الإنترنت تتأثر بشكل كبير بالتاريخ الاجتماعي والثقافي لديهم، حيث أكد الباحثان كريج موراي (Craig D. Murray) وجوديث سيكسميث **Judith Sixsmith** بأن "العقل غير الجسد؛ أي العقل في العالم الافتراضي، يحمل معه تاريخه الثقافي والجنسي"، فهو غير منفصل عن الجسد بالمعنى الديكارتي؛ ذلك أن "الشعور بالتجسيد في العالم الافتراضي مبني على ظاهرتين الهندسة الحسية للجسد وقابلية حدود الجسد". فتطبيقات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الفرد في الولوج إلى العالم الافتراضي، تؤثر على كل من موضع الجسد وعلى اختياراته وأذواقه، وتغير حتى في الظروف الاجتماعية التي يعيشها، كما تعدل ما يتمتع به من علاقات اجتماعية بسبب تدفق المعلومات وسيولتها، إذ تسهم في إعادة تشكيل شخصية الفرد؛ حتى يستطيع إبراز هويته أمام العالم (فرح، ٢٠١٩م، ص٥).

وفي العالم الافتراضي الذي يقوم على ممارسات وأنشطة مثل التعلم الإلكتروني والمشاركة الافتراضية والتدوق الافتراضي، لدينا أيضاً ما يسمى بالحقول التي "هي أسواق لرساميل نوعية التي يفكر فيها الفاعلون ويعملون بها، تبعاً لمواردهم الخاصة داخل مختلف تنوعات الرأسمال. فالحقول الافتراضية التي تُشكل لنا العالم الافتراضي لا تختلف عن باقي الحقول الاجتماعية المشكّلة للعالم الاجتماعي عند بورديو، من حيث كونها تتوفر على رساميل معينة، والتي تدفع الفاعلين الاجتماعيين إلى التنافس والصراع عليها، وإلى احتكارها وإقصاء باقي المنافسين وفقاً لقواعد اللعبة الخاصة بالحقل" يستخدم الباحثون بشكل متزايد نظرية الحقل البوردوسي أساساً لعملهم، نظراً لبروز ما يسمى التمايز الرقمي، ويعرف الباحثان ناتاليا ليفينا (**Natalia Levina**) ومانويل أرياجا (**Manuel Ariaga**) حقل (الممارسة) الافتراضي استناداً إلى أعمال بورديو باعتباره: "مجموعة من العاملين يشاركون في الفضاء الاجتماعي في إنتاج وتقييم واستهلاك المحتوى عبر الإنترنت الذي يتم تجميعه معاً بواسطة مصلحة مشتركة، ومجموعة من علاقات القوة بين العملاء

الذين يشاركون هذا الاهتمام"، ويقدم الباحثان فكرة "الحقل عبر الافتراضي" عدسة تحليلية لدراسة عمليات إنتاج الوضعيات الاجتماعية على منصات المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، إذ يهدفان إلى توضيح كيفية قيام أنواع مختلفة من المنتجين والمستهلكين للمحتوى بتوليد علاقات السلطة عبر الإنترنت، وما هو الدور الذي تلعبه خيارات إعداد منصة المحتوى في تشكيل أنواع التمييز وكيف يتم متابعتها، وهو ما يعني أن الحقول الافتراضية تتميز بأنها قائمة على التمايز الرقمي، فهي حقول يسيطر عليها مجموعة من الفاعلين الاجتماعيين (فرح، ٢٠١٩م، ص ٩).

٣- نظرية الحضور الاجتماعي:

ركزت هذه النظرية على غياب الاتصال غير اللفظي في الاتصال عبر الإنترنت، والذي يعتمد السمات على إيماءات وإشارات ولغة الجسد غير المنطوقة التي تؤثر بشكل كبير على حضور كل طرف لدى الطرف الآخر، وركزت أيضاً على افتقار الإنترنت وسيطاً اتصالياً للرموز الاجتماعية المتعلقة بالفرد كالاسم والسن والوظيفة والطبقة... الخ، والتي تحدد وجود الفرد لدى الطرف الآخر، ووجود هذه الرموز يقلل من الغموض في العملية الاتصالية، كما يشير كل من "بوستميس **Postimes**" وآخرين حيث إن الإنترنت تفتقر إلى التواجد الجسدي، حيث حل التواجد العقلي محل التواجد الجسدي بين مستخدمي الإنترنت أثناء الاتصال والتفاعل فيما بينهم عبر الشبكة، إضافة إلى غياب الفورية أو بطء رد الفعل **Feedback at once** والتفاعل بين الأفراد عبر الإنترنت (رمضان، ٢٠١٨م، ص ٦٧).

تتحدث نظرية الحضور الاجتماعي **social presence** عن كيف يمكن لوسط اتصال ما أن يوفر معنى مشتركاً بين المشاركين وإشعارهم بحضورهم الاجتماعي الحقيقي أي الطبيعي. وعلى الرغم من أنها تركز على بعض العناصر المشتركة مع الخلفية المشتركة، فإن أصولها تأتي من دراسات الاتصالات وعلم النفس الاجتماعي، بدلاً من علم اللغة. ومع ذلك فإن هذه النظرية تأخذ منظوراً آخر؛ إنها تساعد في شرح كيف يتأثر السلوك الاجتماعي بخصائص الأوساط المختلفة، بينما تركز الخلفية المشتركة على المحادثة، وبالتالي فنظرية الحضور الاجتماعي تعبر أساساً عن مسألة إشباع الذات الاجتماعية في الإنسان. في حين أن الخلفية المشتركة تختص بإيجاد الوسط الذهني والدلالي للفهم والتأويل، ومن ثم التفاعل بين المشاركين؛ فإن الحضور الاجتماعي هو حضور تكنولوجي يجسد انعكاساً مشتركاً بين الذات المشتركة بين المشاركين وآلية التواصل الإلكتروني بينهم. وبناء على ذلك، نلاحظ أن التصرفات والاستجابات الاجتماعية للمشاركين هي في واقع الأمر مسألة قدرات تكنولوجية، سواء من حيث قدرة التصميم التكنولوجي وكفاءته في أصله على التمثيل الاجتماعي المطلوب، أو قدرة المستخدمين أنفسهم وكفاءتهم في استخدام

التكنولوجيا والتمثل المطلوب، وخصوصاً بما يتناسب وقدراتهم الاجتماعية الأصلية لتمثيل أنفسهم؛ من خلال الوصل والاتصال وإبراز حضورهم الاجتماعي المشترك. ويضاف إلى هذا المنظور، نظرية غنى الوسائط **media richness** وهي تشبه نظرية الحضور الاجتماعي، ولكن من منظور التوجه بالوسائط التكنولوجية المستخدمة **media-oriented** وقد طورت هذه النظرية بعد تطوير نظرية الحضور الاجتماعي، وبمعرفة قليلة من العمل حول الحضور الاجتماعي (رحومة، ٢٠٠٨م، ص ١٠٤).

وبالتالي فنظرية الحضور الاجتماعي تعبر أساساً عن مسألة إشباع الذات الاجتماعية في الإنسان، وفي حين تختص الخلفية المشتركة بإيجاد الوسط الذهني والدلالي للفهم والتأويل، ومن ثم التفاعل وفقاً لذلك بين المشاركين فإن الحضور الاجتماعي هو حضور تكنولوجي يجسد انعكاساً مشتركاً بين الذات المشتركة بين المشاركين وآلية التواصل الإلكتروني بينهم، وبناءً على ذلك نلاحظ أن التصرفات والاستجابات الاجتماعية للمشاركين، هي في واقع الأمر مسألة قدرات تكنولوجية، سواء من حيث قدرة التصميم التكنولوجي وكفاءته في أصله على التمثيل الاجتماعي المطلوب، أو قدرة المستخدمين أنفسهم وكفاءتهم في استخدام التكنولوجيا والتمثل المطلوب، وخصوصاً بما يتناسب وقدراتهم الاجتماعية الأصلية لتمثيل أنفسهم، من خلال الوصل والاتصال وإبراز حضورهم الاجتماعي المشترك. وقد اتفق الباحثون على أن غياب الاتصال غير اللفظي وعدم وجود رموز اجتماعية يؤثر سلباً على الحضور الاجتماعي للفرد، على عكس الاتصال الشخصي الذي يعتمد على هذين المتغيرين في التفاعل الاجتماعي، كما أن هناك بعض أدوات الاتصال الوسطى التي لا تتيح وجود رجوع صدى فوري مثل البريد الإلكتروني، فالشخص قد يرد على الرسالة بعد فترة زمنية طويلة من تاريخ إرسالها، كما أنه قد يقوم بعملية الرد على فترات زمنية متفاوتة قد تختلف فيها الحالة النفسية للشخص، وهذا يختلف عن الاتصال الشخصي الذي يتيح الحضور المادي فيه إلى وجود رجوع صدى فوري وسريع، ويتيح لكل فرد ملاحظة انفعالات الآخر (رمضان، ٢٠١٨م، ص ٦٧).

لقد أكدت هذه النظرية الحضور الاجتماعي بأنه درجة بروز "Salience" أي نوعية ومستوى حالة الحضور بين شخصين مستخدمين لوسيلة الاتصال". وافترضت أن وسائل الاتصال تختلف في درجة ومستوى الحضور الاجتماعي، بحيث تلعب هذه الاختلافات دوراً مهماً في كيفية تفاعل الأشخاص. إنها تصور الحضور الاجتماعي في المقام الأول باعتباره نوعية وجودة وسيلة الاتصال، التي يمكن أن تحدد طريقة تفاعل الأشخاص وتواصلهم بين بعضهم البعض، وترى هذه النظرية أن الأفراد ينظرون إلى بعض وسائل الاتصال، على أنها ذات درجة أعلى من الحضور

الاجتماعي (الفيديو مثلاً)، في حين يرون أن الأخرى تملك مستوى أقل من الحضور الاجتماعي (مثل الصوت)، كما توجد وسائل أخرى تملك مستوى أكثر تدنياً في الحضور الاجتماعي (على غرار النص). يعتقد Short وغيره من الباحثين أن وسيلة الاتصال التي تحظى بدرجة أكبر من الحضور الاجتماعي تكون أكثر مؤانسة Sociable حميمية وشخصية، في حين تكون الوسيلة التي تملك مستوى أقل من الحضور الاجتماعي أقل شخصية، وبينما قد يرغب البعض في استخدام وسائل اتصال أقل حميمية وفورية من حين لآخر (Williams, 1975). يميل آخرون إلى اعتماد الرسائل ذات المستوى العالي في الحضور الاجتماعي خصوصاً فيما يتعلق ببعض الأهداف التي يودون تحقيقها على غرار التعلم عبر وسائل الاتصال المختلفة، بحيث تحتاج هذه العملية لمستوى عالٍ من التواصل والتعاون بين هيئة التدريس والطلاب، وبالتالي فمن الضروري أن تواكب الوسيلة ذلك، بحيث تكون ذات مستوى أعلى من الحضور الاجتماعي (بوشلاغم، ٢٠١٨م، ص ٥٨).

سابعاً: الدراسات السابقة

١- الدراسات العربية:

تناولت دراسة "الشهري، ٢٠١٣م" موضوع "أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية علي العلاقات الاجتماعية (فيسبوك وتويتر نموذجاً)، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة"، هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (١٥٠) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأشارت النتائج كذلك إلى أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً. كما تبين أيضاً أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتُشير النتائج أيضاً إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي، وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات، كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات، في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام، وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

وتناولت دراسة "الضبع، ٢٠١٥م" موضوع "العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي دراسة في الخصائص والمحددات"، تناولت هذه الدراسة موضوع العلاقات الافتراضية التي يقيمها الشباب في المجتمع السعودي باستخدام التقنيات الحديثة في الاتصال، وتحدد الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على أهم خصائص ومحددات تشكل العلاقات الافتراضية. وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية بالاعتماد على منهج المسح الاجتماعي على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٤٠ مفردة من طلاب وطالبات كلية التربية والآداب بجامعة تبوك بالمملكة العربية السعودية. وقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج لعل من أهمها: إن الأقارب يمثلون الفئة الرئيسية التي يتواصل معها أفراد عينة الدراسة عبر العلاقات الافتراضية على الإنترنت. إن النسبة الغالبة من أفراد عينة الدراسة أشارت إلى أنها تتواصل فقط مع الإناث عبر شبكة الإنترنت. أما عن الغرض من إقامة العلاقات الافتراضية عبر الإنترنت، فقد تمثلت في قضاء وقت الفراغ، وإقامة علاقات جديدة، وصلة الرحم. إن النسبة الغالبة من أفراد العينة أكدت على أن العلاقات الافتراضية تخضع لمعايير وتقاليد ورقابة المجتمع.

وتناولت دراسة "بركات، ٢٠١٦م" موضوع "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي نمط العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين"، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية، واعتمدت على أسلوب المعاينة وقد اختارت العينة القصدية التي تشمل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين، وكانت المشاركة فيها مفتوحة عبر رابط استبيان إلكتروني تمت مشاركته على صفحات ومجموعات، وإرساله عبر رسائل خاصة باسم الباحثة على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي تضمن الاستبيان الإلكتروني ٢٦ سؤالاً، وقد استغرقت الدراسة الميدانية خمسة أشهر، وتم تطبيق (١٠٠٠) استبيان، وتبين من خلال تحليل المعطيات الميدانية أن العديد من العلاقات الواقعية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في محيطهم الاجتماعي، والتي تشمل العلاقات الأسرية والقرابية وعلاقات الجيرة والعلاقات مع زملاء العمل والدراسة، قد انسحبت من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، فأصبحت تتوسع وتعمق أكثر بواسطة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حساب الواقع، والعكس من ذلك، فقد انسحبت العديد من العلاقات الافتراضية للمستخدمين التي شملت علاقات مع أصدقاء آخرين لا يعرفونهم إلا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، قد انسحبت إلى العالم الواقعي من خلال التلاقي والتفاعل المستمر.

وتناولت دراسة "حسن وآخرون، ٢٠١٦م" موضوع "العلاقة بين الثقة الإلكترونية وفعالية المجتمع الافتراضي: دراسة تطبيقية على عملاء مواقع الشبكات الاجتماعية للأحزاب السياسية"، هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الثقة الإلكترونية وفعالية المجتمع الافتراضي وبيان أثر الثقة الإلكترونية على فعالية المجتمع الافتراضي، علاوة على معرفة ما إذا كان هناك اختلاف معنوي في آراء أعضاء مواقع الشبكات الاجتماعية للأحزاب السياسية حول مدى ثقتهم في الموقع الإلكتروني للحزب، طبقاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية، بالاعتماد على البيانات التي تم الحصول عليها من خلال قائمة الاستقصاء الإلكترونية الموجهة إلى العملاء المترددين على مواقع التواصل الاجتماعي بصفحات الأحزاب السياسية، وبلغ حجم المستقصى منهم ٣٨٤ مفردة. وتشير نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوي إيجابي بين الثقة الإلكترونية وفعالية المجتمع الافتراضي بالأحزاب السياسية بمواقع الشبكات الاجتماعية، ووجود تأثير معنوي للثقة الإلكترونية على فعالية المجتمع الافتراضي. إضافة إلى وجود تأثير معنوي لكل من القدرة، وفعل الخير، وتصميم الموقع على فعالية المجتمع الافتراضي؛ بينما لا يوجد تأثير معنوي للنزاهة على فعالية المجتمع الافتراضي. كما أنه يوجد اختلاف معنوي بين مستوى ثقة عملاء الأحزاب السياسية بمواقع الشبكات الاجتماعية طبقاً لاختلاف النوع والفئة العمرية وفترة العضوية.

وتناولت دراسة "سفيان، ٢٠١٧م" موضوع "سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي"، وهي مقالة تحليلية تنطلق من مقارنة أن الفضاءات الرقمية أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال التواصل الاجتماعي بل في نتائج وتأثير هذا التواصل على منظومة القيم لمستخدميها، فإن لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي والسياسي والثقافي، إلى درجة أصبحت أحد أهم عوامل التغيير الاجتماعي محلياً وعالمياً، وذلك بما تتيحه من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة، بحيث لم تعد للفضاءات التقليدية (وسائل الإعلام ومراكز الشباب) القدرة على إحداث هذا التغيير، بل تقف عاجزة أمام التأثير المباشر والفعال لشبكات التواصل الاجتماعي، والتي يكون لها تأثير على قيمنا وعاداتنا وتقاليدنا وأعرافنا، حيث حل الإنترنت في بيت كل عربي. لقد أصبحت تتشكل بفضل شبكة التواصل الاجتماعي فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية، ويتعامل الشباب العربي مع هذه الفضاءات على أنها مكان للإحساس وممارسة حرية التعبير، مكان لتبادل الفكر والمعلومة، وبعبارة أدق (الوطن المثالي)، فهذه الفئة الاجتماعية ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها.

وتناولت دراسة "بربري، ٢٠١٨م" موضوع "اتجاهات الشباب المصري نحو التعارف والزواج عبر الإنترنت: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي"،

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

تنطلق الدراسة من مقارنة ترى أنه أسهم التقدم في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات في نشر قيم وسلوكيات بين أفراد المجتمع، أدت إلى حدوث تغيير في الأيديولوجيات القيمية والمعيارية التقليدية وخاصة بين جيل المراهقين والشباب. من بينها تلك التغيرات التي لحقت بموضوع الزواج التي تظهر بشكل جلي على نحو يفوق سائر مجالات الثقافة الأخرى، كما هو الحال في التغيرات التي تلحق بأنماط الزواج وطرق التعارف والاختيار. وأصبح هدفاً من أهداف التكنولوجيا التي يستخدمها الشباب، التعارف والبحث عن شريك الحياة بعد أن كانت الأسرة هي التي تتولى عملية اختيار الشريك. لذا تحددت مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤل التالي: ما اتجاهات الشباب نحو التعارف والزواج من خلال الإنترنت؟ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم التطبيق على عينة عمدية قوامها (١٢٠) شاباً وفتاة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتم الاستعانة باستمارة الاستبيان لتطبيق الدراسة الميدانية، ودليل المقابلة المتعمقة والذي طبق على ١٧ حالة من الشباب الذين خاضوا بالفعل تجربة التعارف والزواج عن طريق الإنترنت. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها: أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين النوع فيما يتعلق بالاتجاه نحو التعارف والزواج عبر الإنترنت حيث تقلصت الفجوة النوعية فيما يتعلق بنمط التعارف وطرق ومعايير الاختيار، واستند كل من الذكور والإناث على عدة أسس الاختيار من بينها صورة البروفيل، والمعلومات المتاحة عن الشخص، وما يتم عرضه من منشورات تعكس طريقة التفكير.

وتناولت دراسة "رمضان، ٢٠١٨م" موضوع "دور الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك"، هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، حيث حظيت الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة بشعبية كبيرة لدى المستخدمين خاصة الشباب منهم، وأصبحت تمثل أداة اجتماعية بامتياز، تمكن الأفراد من التفاعل فيما بينهم، وتكوين العلاقات الاجتماعية، وقد خلق استخدام الشبكات الاجتماعية تغييراً جذرياً في شكل العلاقات الاجتماعية، وأدى إلى ظهور أنماط لم تكن موجودة سابقاً، لقد أتاحت الشبكات الاجتماعية للشباب فرصة الانتماء إلى مجتمعات افتراضية تتميز بقدر كبير من الانفتاح والتحرر من كل أشكال القيود، حيث سمحت لهم بالتواصل بعيداً عن متغيرات العلاقات الواقعية كالسن والجنس والمستوى التعليمي. فقد أدى ظهور الشبكات الاجتماعية إلى امتزاج العلاقات الواقعية والافتراضية، وأصبح من الصعب إيجاد حدود فاصلة بين النمطين، ونظراً لكون الدراسة تهدف إلى وصف ظاهرة الشبكات الاجتماعية ودورها في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية والتعمق فيها أكثر والتعرف عليها، فهي تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى التعرف أكثر على الظاهرة، وإلقاء الضوء على مختلف جوانبها

للحصول على معلومات كافية ودقيقة تساعد في الوصول إلى تعميمات حول الظاهرة محل الدراسة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت أدواتي الملاحظة والاستمارة لجمع البيانات، ونظراً لضخامة مجتمع البحث المتاح (الشباب المستخدم للفيديو ببلدية بسكرة)، فإننا لجأنا إلى المسح عن طريق العينة والعينة المناسبة للدراسة هي من نوع العينة المساحية الحصصية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: أصبح الفيديو مجتمعاً بديلاً عن المجتمع الواقعي، حيث يستخدمه أغلبية أفراد العينة في التواصل مع الآخرين وربط العلاقات الاجتماعية، كما أجاب غالبية أفراد العينة أن الدردشة تمثل السبب الرئيسي لاستخدامه. وترى أغلبية أفراد العينة أن الفيديو مجرد أداة للتسلية والتفريغ، ونسبة أخرى منهم ترى أن الفيديو نجح في تقوية العلاقات الاجتماعية الحقيقية. وأجاب أغلب أفراد العينة أن النسبة الكبرى من منشوراتهم تتمثل في الصور التي تعبر عن حالاتهم النفسية وانفعالاتهم، ثم أفكارهم وآرائهم الشخصية في المرتبة الثانية، ولعل هذا ما يوضح غلبة الجانب الترفيهي في استخدام الفيديو عند الشباب الجزائري. وأجابت النسبة الكبرى من أفراد العينة أن شخصيتهم الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتهم الواقعية، وهذا يعود لخصائص المجتمعات الافتراضية وما يميزها من تماهي الحضور الفيزيقي للفرد، فيحاول الفرد الظهور خلف بروفايل افتراضي في صورة منمقة ومثالية. ويرى أغلبية أفراد العينة أن المعرفة الشخصية الواقعية هي أهم معيار القبول طلب الصداقة على الفيديو، ثم توفر بيانات حقيقية على صفحة طالب الصداقة، وترى النسبة الكبرى من أفراد العينة أن الفيديو قد أثر على علاقاتهم الواقعية، وأن نسبة كبيرة منهم قد سبق وتحولت أحد علاقاتهم الافتراضية إلى علاقة واقعية.

وتناولت دراسة "زقان وزطوطة، ٢٠٢١م" موضوع "الثقة في التفاعلات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة إمبريقية حول موقع الانستجرام"، هدفت الدراسة إلى التعرف على الثقة في التفاعلات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة إمبريقية على موقع الانستجرام، وحاولت الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية: ما هي نوعية المضامين عبر الانستجرام؟ كيف تتولد الثقة الافتراضية؟ هل تعود الثقة الافتراضية بالسلب على المؤثر؟ وانطلاقاً من التساؤلات قامت الدراسة بصياغة الفرضيات التالية: هناك علاقة بين طبيعة العلاقة بين المستخدم والانستجرام وتأثير الانستجرام على المستخدم، وهناك علاقة بين تأثير الانستجرام على المستخدم وثقة المستخدم في الموقع، وهناك علاقة بين المستوى التعليمي والثقة في الانستجرام، وهناك علاقة بين السن والثقة في الانستجرام، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لملاءمته لموضوع وأهداف الدراسة، كما تم تحليل البيانات بالاعتماد على النظام الإحصائي في العلوم

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

الإنسانية والاجتماعية (□□سث) بنسخة ٢١، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه لا توجد علاقة بين المستخدم والانستجرام، وتأثير الانستجرام على المستخدم، وجود علاقة بين السن والثقة في الانستجرام.

وتناولت دراسة "المنفي، ٢٠٢٣م" موضوع "مستويات الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي أنموذجاً"، يستهدف هذا البحث إلى التعرف على مستويات ثقة طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي في مواقع التواصل الاجتماعي، كمصدر لمعلوماتهم من خلال طبيعة ومعدل وأسباب متابعتهم، بالإضافة إلى معرفة متطلبات الثقة في معلومات مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك رصد أسباب عدم الثقة فيها وإظهار أشكال التفاعلية ومستويات التفاعل. واعتمد البحث على المنهج الوصفي على أساس أنه يسهم في رصد وجمع المعلومات وشرحها وتفسيرها وتحليلها وصولاً إلى النتائج، وتم الاستناد إلى هذا المنهج فيما يتعلق بالدراسات المسحية الخاصة بدراسة الجمهور، حيث تمثل ذلك في دراسة جمهور طلاب كلية الإعلام كنموذج لطلاب جامعة بنغازي، ونظراً لكبير حجم مجتمع طلاب الكلية كنموذج، تم اختيار عينة قوامها (٣٠٥) طالباً وطالبة. وكشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين من طلاب وطالبات كلية الإعلام نموذج للمجتمع الطلابي الجامعي يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً لمعلوماتهم وتشكل درجات ثقة متفاوتة، كما أن أسباب حصول المبحوثين على معلوماتهم من مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم جاءت مرتبطة بطبيعة استخدامهم لها وما تحققه وما تمتلكه من سمات فنية، وأن ثقة المبحوثين بمواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات، انعكس من واقعية المضامين التي نشرتها وتميزت ببساطتها وعدم تعقيدها وفقاً لوجهة نظر المبحوثين، وانتهت إلى أن ثقة المبحوثين بمواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات التي يحصلون عليها تشكلت من أسباب محددة أبرزها ارتباطها بمهنية هذه المواقع والتزامها بخصائص العمل الإلكتروني، بالإضافة إلى أن الثقة في هذه المواقع ارتبطت بالمتطلبات المهنية لعمل المواقع وسبل تطبيق القواعد المهنية بما يتوافق مع أبعاد وطبيعة المضامين المنشورة.

٢- الدراسات الأجنبية:

تناولت دراسة "Wu et all ٢٠١٠" موضوع "العوامل المؤثرة على ثقة الأفراد في المجتمع الافتراضي، دراسة لمجتمعات التعاملات"، تنطلق الدراسة من مقارنة ترى أن المجتمع الافتراضي بات وسيلة أعمال قوية في تدعيم العلاقات بين الناس، وأنها مبنية على أساس البيانات والمعلومات عن العملاء. تهدف الدراسة إلى تحديد القوة الدافعة والأساسية التي تدعم وتعزز مستوى الثقة لدى الأفراد في المجتمع الافتراضي، وبوجه خاص تحاول الدراسة الكشف عن تأثير

القيم المشتركة والرضا عما تم إنجازه من علاقات سابقة في المجتمع الافتراضي، اعتمدت الدراسة على تحليل نتائج ل ٣٨١ عضواً فاعلاً ونشطاً على الويب، وتوصلت الدراسة إلى أن القيم المشتركة لأعضاء المجتمع الافتراضي لها تأثير إيجابي على مسألة الثقة بشكل كبير، وأن التفاعلات السابقة لدى الأعضاء والخبرات المسبقة تلعب دوراً في تعزيز التزام الثقة وتماسك الأعضاء، كما توصلت إلى أن سياسة الخصوصية الموجودة على مواقع الويب تعزز الثقة بشكل كبير في التعاملات داخل المجتمع الافتراضي.

وتناولت دراسة "**Chan and Ma, ٢٠١٥**" موضوع "دراسة تجريبية على المحددات الرئيسية للثقة في وسائل التواصل الاجتماعي"، تنطلق الدراسة من مقارنة ترى أن المجتمعات في الوقت الحالي تتشكل عن طريق الإنترنت، وتنشأ بين الأفراد علاقات، حيث يتشارك الأفراد في الاهتمامات والمعارف وتقديم الدعم الاجتماعي والعاطفي، حيث العلاقات بين الأفراد تتخذ منظوراً رقمياً وافتراضياً بشكل أكبر، وأن العلاقات تتطلب قدراً من الثقة لاستدامتها، تهدف الدراسة إلى التعرف على المحددات الرئيسية للثقة بين الأفراد في التفاعلات القائمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والكشف عن محددات ذلك. وترى الدراسة أن هناك محددين رئيسيين يلعبان دوراً في تدعيم الثقة عبر التفاعلات الافتراضية هما: الخصوصية والعلاقات الاجتماعية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتكونت عينة الدراسة من ٢٧٨ طالباً جامعياً، تم إجراء المسح الاجتماعي عليهم، خلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصوصية لدى الأفراد وثقتهم في طبيعة التفاعلات الاجتماعية عبر المجتمع الافتراضي.

وتناولت دراسة "**Bohler and Drake, ٢٠١٧**" موضوع "بناء الثقة من خلال الشبكات الاجتماعية عبر العالم الافتراضي"، وهي دراسة تحليلية استهدفت تحليل الثقة وعناصرها وآليات بنائها في التعاملات عبر الشبكات الاجتماعية، والتعرف على مدى ثقة الأفراد في التعامل عبر هذه الشبكات في العالم الافتراضي، حيث يمكن أن تحدث تعاملات تجارية أو علاقات تعارف، فهي تتناول الثقة بشكل عام، كما تطرقت الدراسة إلى كيفية تعامل الفرد مع أناس لا يعرفهم ومدى الامتثال لقيم الصدق والنزاهة، وخلصت الدراسة إلى نتائج منها أن هناك توسعاً لدى قطاع كبير من الأفراد نحو استخدام مواقع التعارف الاجتماعي والشبكات الاجتماعية، وهذا يعزز بمستوى ثقة الأفراد في المعاملات والعلاقات الافتراضية، مع التنبؤ بوجود آثار محتملة وقوية على نسق العلاقات واستدامتها، كما خلصت الدراسة إلى أن بالرغم من أن مواقع التواصل والشبكات الافتراضية تتطلب استخدام معلومات شخصية وخصوصية فإن هناك اتجاهًا كبيراً لدى الأفراد ويزيد أعدادهم وثقتهم في التعامل داخل العالم الافتراضي، وخلصت الدراسة إلى توصيات من

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

أبرزها أنه ينبغي إجراء مزيد من البحوث حول كيفية تأثير استخدام خدمات الشبكات الاجتماعية على المعتقدات والدوافع الفردية وثقة الأفراد فيها.

وتناولت دراسة "Hatamleh et all, ٢٠٢٣" موضوع "الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي: تعزيز العلاقات الاجتماعية"، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر الثقة على طبيعة العلاقات بين الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفوائد العلاقات الاجتماعية باستخدام إطار نظري مبتكر، يركز على نظرية التبادل الاجتماعي، كما تلقي الدراسة الضوء على الدور المحوري الذي تلعبه الثقة في تشكيل العلاقات الاجتماعية عبر منصات التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وكانت أداة الدراسة هي الاستبيان وطبقت على عدد ٤٩٣ شاباً أردنياً، توصلت الدراسة إلى نتائج منها وجود علاقة إيجابية بين وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية مع وجود الثقة وسيطاً أساسياً في تعزيز وتدعيم تلك العلاقة، كما توصلت إلى أن الثقة تلعب دوراً في تشكيل طبيعة العلاقة وتعزيز الروابط في العالم الافتراضي الرقمي، وأن الثقة تلعب دور المحدد في تدعيم العلاقة إيجاباً وسلباً.

٣- التعليق على الدراسات السابقة:

- يلاحظ على الدراسات السابقة جميعها سواء العربية أو الأجنبية أنها لم تربط مباشرة بين متغيرات الدراسة، وهي محددات بناء الثقة والعالم الافتراضي، فيما جاءت غالبية الدراسات متركزة حول الثقة في التفاعلات الافتراضية وانعكاسات استخدام مواقع التواصل على نمط العلاقات وعلى دور الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات والهوية الرقمية والافتراضية ومدى ثقة الأفراد في مواقع التواصل.

- من ناحية التوجهات النظرية، انطلقت غالبية الدراسات السابقة من نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية التفاعل الرمزي، بينما انطلقت الدراسة الحالية من إطار نظريات تربط بين الجانب الرقمي والجانب الاجتماعي مثل نظرية الممارسة ونظرية الحضور الاجتماعي ونظرية تخفيض الارتياح، بالإضافة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع.

- جاءت الدراسة الحالية مختلفة في أهدافها عن الدراسات الأخرى، حيث يتركز هدف الدراسة الحالي في التعرف على محددات بناء الثقة في العالم الافتراضي، بالتطبيق على دراسة عدد من الحالات في مواقع التعارف الاجتماعي.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة

١- منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وذلك بالنظر إلى طبيعة الموضوع التي تتطلب الحصول على بيانات وصفية ذات طابع كمي. وتم تطوير دراسة

المسح الاجتماعي بالعينة وذلك من خلال تحليل ووصف وجهة نظر عينة الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول محددات بناء الثقة في العالم الافتراضي.

٢- أداة جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة، حيث قامت الباحثة بوضع الدليل بعد الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة التي بحثت في قضايا العلاقات الاجتماعية وقضايا المجتمع الافتراضي ومنها: دراسة (أحمد، ٢٠١٩) ودراسة (الأعرجي وكاظم، ٢٠١٢) ودراسة (بدر الدين وعراب، ٢٠٢٣) ودراسة (بوشرمة وزغود، ٢٠١٨) وتكون الدليل من أربعة أجزاء على النحو الآتي:

- البيانات الأساسية، وشملت النوع والحالة الاجتماعية والسن والمستوى التعليمي ونوعية وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة.

- المحور الأول: مستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع (٦ عبارات).

- المحور الثاني: المحددات الاجتماعية للثقة في العالم الافتراضي (٧ عبارات).

- المحور الثالث: المحددات الثقافية للثقة في العالم الافتراضي (٧ عبارات).

- المحور الرابع: المخاطر المرتبطة بالثقة في مواقع التواصل الافتراضي (٦ عبارات)

٢-١ قياس الصدق: لقياس صدق الاستبانة استخدمت الباحثة أسلوبين على ال نحو

التالي:

(أ) قياس الصدق الظاهري: قامت الباحثة بعرضها على عدد من المتخصصين من

ذوي الاهتمام بموضوع البحث، وبلغ عددهم (٧)، و قد أقيمت الباحثة على

الاستئلة التي تعدت نسبة الاتفاق عليها من قبل المحكمين نسبة ٩٠٪.

(ب) قياس صدق الارتباط: لقياس صدق الارتباط استخدمت الباحثة المعامل

الاحصائي بيرسون، والجدول التالي يوضح نتيجة الاختبار:

جدول (١)

معاملات صدق الارتباط الداخلي بين أبعاد الاستبيان (ن=٣٠)

المحاور	الأول	الثاني	الثالث	الرابع
الأول	-			
الثاني	**٠,٦٧٨	-		
الثالث	**٠,٤١٥	**٠,٣٧٥	-	
الرابع	**٠,٤١٥	**٠,٣٧٥	**٠,٤١٥	-
* دالة عند (٠,٠٥) ** دالة عند (٠,٠١)				

توضح البيانات السابقة أن معاملات الارتباط بين أبعاد الاستبيان كانت دالة عند مستوى

(٠,٠١)، وهو ما يعني أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الصدق تؤهله الحصول على البيانات

المطلوبة.

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

٢-٢ ثبات الاستبيان:

قامت الباحثة بتطبيق الاستبيان على عينة قوامها ٣٠ مفردة، ثم أعادت التطبيق على العينة نفسها للمرة الثانية بعد مرور خمسة عشر يوماً، ويوضح الجدول التالي معامل ثبات إعادة بين عمليتي التطبيق ومستوى الدلالة:

جدول (٢) ثبات الاستبيان بطريقة ثبات إعادة

الأبعاد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل ثبات إعادة	مستوى الدلالة
الأول	٥١,٤	٥,٣٣	٨٨	٠,٠١
الثاني	٢٣,٧٩	٣,٢٢	٩٣	٠,٠١
الثالث	٦٠,٣٧	٤,٧٩	٨٦	٠,٠١
الرابع	٦١,٤٢	٤,٧٩	٩١	٠,٠١

يتضح من البيانات السابقة أن جميع معاملات الارتباط بين عمليتي التطبيق الأولى والثانية كانت دالة عند مستوى ٠,٠١، وهو ما يعني أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات، وبناء عليه يمكن الثقة في ثباته وقدرته على الحصول على البيانات المستهدفة.

٣- مجتمع الدراسة وعينته:

مجتمع البحث: تم تطبيق الدراسة الميدانية مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي بأحد أحياء مدينة القاهرة الجديدة (وهي حي التجمع الخامس). والقاهرة الجديدة هي إحدى أحدث المدن التي يطلق عليها مدن الجيل الثالث، تقع في محافظة القاهرة، وتتبع إدارياً هيئة المجتمعات العمرانية الجديدة، انشئت المدينة بالقرار الجمهوري رقم ١٩١ لسنة ٢٠٠٠، وتعد من أكبر المدن الجديدة في جمهورية مصر العربية، حيث تقدر مساحتها بنحو ٨٥ ألف فدان، وتتكون المدينة من عدد تجمعات سكنية وهي: التجمع الخامس، التجمع الأول، التجمع الثالث، والرحاب ومدينتي، تقع المدينة في القوس الشرقي للقاهرة شرق الطريق الدائري في المنطقة المحصورة ما بين طريق القاهرة السويس الصحراوي، وطريق القاهرة العين السخنة، بلغ عدد سكان المدينة وفقاً لأحدث البيانات الصادرة عام (٢٠٢٣) نحو (١٥٠٠٠٠٠ نسمة) (هيئة المجتمعات العمرانية الجديدة، ٢٠٢٣)، هذا في حين بلغ عدد سكان حي التجمع الخامس (١٤٥٢٨٦ نسمة) (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٢٣)

عينة البحث: وفقاً لتوافر بيانات عن الحجم الكلي لسكان المدينة والذي يبلغ مائة وخمسون ألف نسمة، فقد تمكنت الباحثة من سحب عينة عشوائية طبقية، مرت عملية تحديد العينة وسحب مفرداتها بالمراحل التالية:

- تحديد حجم العينة الممثل: لسحب العينة العشوائية الطباقية استخدمت الباحثة معادلة روبيرت ماسون لتحديد حجم العينة الممثل للمجتمع الأصلي وهي على النحو التالي:

$$n = \frac{M}{[(S^2 \times (M-1)) \div pq] + 1}$$

معادلة روبيرت ماسون لتحديد حجم

العينة

ت

حجم المجتمع

ث

قسمة الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة ٠,٩٥ أي قسمة ١,٩٦ على معدل الخطأ ٠,٠٥

س

نسبة توافر الخاصية وهي ٠,٥٠

ش

النسبة المتبقية للخاصية وهي ٠,٥٠

ووفقاً للمعادلة السابقة من المفترض ان تقوم الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٣٨٣) مفردة، ووقد قامت الباحثة بتصميم اداة الدارسة (الاستبيان) إلكترونياً على احد المنصات المتخصصة التي تقدم هذه الخدمة وهي منصة **Google Forms**، وقامت الباحثة بنشر رابط التطبيق الإلكتروني على عدد كبير للغاية من سكان كافة مناطق الحي، واستمرت عملية نشر الرابط واستقبال الردود حتي وصل عدد الردود خلال مدة شهرين (٨١٨ رد)، وهو عدد يزيد بكثير عن الحجم المفترض للعينة العشوائية، وقد اعتمدت الباحثة هذا العدد بوصفه عينة للدراسة وممثلة للمجتمع الأصلي بدرجة ثقة مقبولة عند مستوى (٠.٠٥). والشكل التالي يوضح واجهة صفحة التطبيق الإلكتروني:



وفيما يلي أهم خصائص عينة الدراسة:

جدول (٣) خصائص عينة الدراسة

الخصائص	البيان	التكرارات	النسبة المئوية/ %
النوع	ذكر	٢٤٢	٢٩,٦
	أنثى	٥٧٦	٧٠,٤
	المجموع	٨١٨	١٠٠%
	أقل من جامعي	٨٩	١٠,٩

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

٦٨,٨	٥٦٣	جامعي	التعليم
٢٠,٣	١٦٦	دراسات عليا	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
٤٦,٧	٣٨٣	أعزب/عزباء	الحالة الاجتماعية
٤٥,٤	٣٧١	متزوج/ة	
٧	٥٧	مطلق/ة	
٠,٩	٧	أرمل/ة	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
٥٠,٢	٤١١	يعمل	الموقف من العمل
٤٨,٨	٤٠٧	لا يعمل	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
٨,٨	٧٢	أقل من ٢٠ سنة	السن
٨٣٩,٠	٣٢٦	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠	
٢٤,٢	١٩٨	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠	
٢٢,٩	١٨٧	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠	
٤,٣	٣٥	من ٥٠ سنة فأكثر	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
٩,٢	٧٥	أقل من ١٠٠٠٠ جنية	الدخل
٣٠,١	٢٤٦	١٠٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠٠	
٢٨,٩	٢٣٦	من ٢٠٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠٠	
٣١,٩	٢٦١	من ٣٠٠٠٠ جنية فأكثر	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
٤٦,٣	٣٧٥	شقة	السكن
٥١,٨	٤٢٤	فيلا	
١,٩	١٦	قصر	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
١١,٦	٩٥	حي النرجس	منطقة السكن
١٢,٩	١٠٦	حي الشويفات	
١١	٩٠	حي الاندلس	
٩,٢	٧٥	غرب أرابيلا	
١٠,٦	٨٧	حي اسكان الجامعة الأمريكية	
٨,١	٦٦	بيت الوطن	
٦,١	٥٠	المستثمرون الجنوبية	
٨,٦	٧٠	النرجس الجديدة	
١٤,٢	١١٦	الأحياء الخمسة (التسعين الجنوبي)	
٧,٧	٦٣	الدبلوماسيين	
%١٠٠	٨١٨	المجموع	
٩٨	٨٠٢	فيسبوك	الوسائل المستخدمة(*)
٦٣,٥	٥٢٠	تيك توك	
٥٢,٩	٤٣٣	سناب شات	
١٨,٨	١٥٤	تويتر (أكس)	
٢٥,٧	٢١٠	تلجرام	
٩٧,٢	٧٩٥	انستجرام	

(*) سمح للمبجوثين باختيار أكثر من اجابة.

- تظهر بيانات الجدول (٣) أهم خصائص عينة البحث وهي على النحو الآتي:
- تتوزع عينة الدراسة حسب النوع بواقع ٧٠,٤٪ من الإناث مقابل ٢٩,٦٪ من الذكور.
 - تتوزع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي بواقع ٦٨,٨٪ للتعليم الجامعي، و ٢٠,٣٪ للدراسات العليا و ١٠,٩٪ للتعليم أقل من الجامعي.
 - تتوزع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية بواقع ٤٦,٧٪ للعزاب والعازبات، و ٤٥,٤٪ للمتزوجين والمتزوجات، و ٧٪ للمطلقين والمطلقات، وأخيراً ٠,٧٪ للأرامل من الجنسين.
 - تتوزع عينة الدراسة حسب الموقف من العمل بواقع ٥٠,٢٪ للعاملين مقابل ٤٨,٨٪ لغير العاملين.
 - تتوزع عينة الدراسة حسب السن بواقع ٣٩,٨٪ لمن تقع أعمارهم في الفئة العمرية ما بين عشرين إلى أقل من ثلاثين عام، و ٢٤,٢٪ لمن تقع أعمارهم في الفئة العمرية ما بين ثلاثين إلى أقل من أربعين عام، و ٢٢,٩٪ لمن تقع أعمارهم في الفئة ما بين أربعين إلى أقل من خمسين عاماً، و ٨,٨٪ لم تقل أعمارهم عن عشرين عاماً، وأخيراً ٤,٣٪ لمن تزيد أعمارهم عن خمسين عاماً.
 - تتوزع عينة البحث حسب الدخل بواقع ٣١,٩٪ لمن تزيد دخولهم عن ثلاثين ألف جنية، يليهم من تتراوح دخولهم ما بين عشرة إلى أقل من عشرين ألف جنية بنسبة ٣٠,١٪، ثم الذي تتراوح دخولهم ما بين عشرين إلى أقل من ثلاثين ألف بنسبة ٢٨,٩٪، وأخيراً ٩,٢٪ لمن تقل دخولهم عن عشرة آلاف جنية.
 - تتوزع العينة حسب حي السكن داخل منطقة الدراسة على عشرة أحياء هي: حي النرجس بنسبة ١١,٦٪، وحي الشويفات بنسبة ١٢,٩٪، وحي الأندلس بنسبة ١١٪، وحي غرب أرببلا بنسبة ٩,٢٪، وحي إسكان الجامعة الأمريكية بنسبة ١٠,٦٪، وحي بيت الوطن بنسبة ٨,١٪، وحي المستثمرون الجنوبية بنسبة ٦٠,١٪، وحي النرجس الجديدة بنسبة ٨,٦٪، الأحياء الخمسة (التسعين الجنوبي) بنسبة ١٤,٢٪، وحي الدبلوماسيين بنسبة ٧,٧٪.
 - جاء الفيس بوك في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة بنسبة بلغت ٩٨٪، يلي إنستجرام بنسبة ٩٧,٢٪، ثم التيك توك بنسبة ٦٣,٥٪، يليه السناب شات بنسبة ٥٢,٩٪، ثم التليجرام بنسبة ٢٥,٧٪، وفي الترتيب الأخير جاءت منصة أكس (تويتر سابقاً) بنسبة ١٨,٨٪.

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

٤- التحليل الاحصائي للبيانات:

اعتمدت الباحثة على الاختبارات التالية في تحليل البيانات الميدانية على: التكرارات والنسب المئوية. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. معامل الارتباط (Pearson's R). معامل ألفا كرونباخ. اختبار (ت) لقياس الفروق. معامل تحليل التباين أحادي الاتجاه (أنوفا). وقامت الباحثة بوضع الاستجابات وفقا لنمط ليكارت الثلاثي يبدأ بـ " أوافق " = (٣)، وينتهي بـ " أرفض " (١). وتم حساب الوسط الحسابي (الوسط المرجح) (Weighted Mean) وتحدد الاتجاه (Attitude) على النحو التالي:

- درجة منخفضة (من ١ إلى أقل من ١,٦٧).

- درجة متوسطة (من ١,٦٧ إلى أقل من ٢,٣٤).

- درجة مرتفعة (من ٢,٣٤ إلى ٣).

تاسعا: نتائج الدراسة

١- نتائج السؤال الأول: ما مستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول (٤) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لمستوى الثقة في العالم

الافتراضي

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الترتيب
١	أقبل طلبات الصداقة بغض النظر عن معرفتي بصاحب الطلب	٥٦٤١	٧٧٣٨	منخفضة	السادس
٢	أثق في الأخبار التي تنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي	٥٦٤١	٧٧٨٧	متوسطة	الأول
٣	أثق في الشركات التي تعلن عن منتجاتها عبر وسائل التواصل	٦١٠١	٧٤٢٦	منخفضة	الرابع
٤	تعد وسائل التواصل الاجتماعي مصدر للكثير من معلوماتي على اختلافها	٢٢٠٦١	٧١٤٧	منخفضة	الثالث
٥	تمدنا وسائل التواصل الاجتماعي بما نحتاج إليه من علاقات اجتماعية	٧٦٣٠١	٨٢٧٤	متوسطة	الثاني
٦	باتت العديد من قراراتي الشخصية متأثرة بما أتابعه في وسائل التواصل	٥٧١١	٨٩٥٠	منخفضة	الخامس
	الدرجة الكلية	١٠٦٠٨	٧٨٨٧	منخفضة	

توضح بيانات الجدول السابق المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لمستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتوضح بيانات الجدول أن هناك ستة مؤشرات دالة على مستوى ثقة العينة في العالم الافتراضي، ووفقا لدرجة الحد القطعي فإن كافة هذه المؤشرات جاءت عند مستوى منخفض، حيث قلت متوسطاتها الحسابية عن (١,٦٩)، وتؤكد هذه البيانات أن درجة الثقة في العالم الافتراضي من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من عينة الدراسة تعد درجة منخفضة، ويؤكد ذلك حصول المتوسط العام لهذا البعد على مستوى منخفض بمتوسط حسابي (١,٦٠).

٢- نتائج السؤال الثاني: ما المحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول (٥) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة للمحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات

الاجتماعية عبر العالم الافتراضي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الترتيب
١	التشابه في الجنس	٢,٥٤٥	٠,٧٧٠٥	مرتفع	الرابع
٢	وجود أصدقاء مشتركين	٢,٥٠٥	٠,٩٥٨٤	مرتفع	الخامس
٣	الانتماء لنفس البلد	٢,٥٧٣	٠,٧٨٨١	مرتفع	الثالث
٤	توافر معلومات كافية عن الأشخاص	٢,٦٩٩	٠,٦١٩٣	مرتفع	الثاني
٥	وجود صلة قرابة	٢,٣٤٦	٠,٨٠٣٢	مرتفع	السابع
٦	تحول العلاقة من الافتراضية الى واقعية	٢,٧٦٩	٠,٦٢٧١	مرتفع	الأول
٧	التقارب في السن	٢,٤٥٢	٠,٧٣١١	مرتفع	السادس
	الدرجة الكلية	٢,٥٥٨	٠,٧٥٦٨	مرتفع	

توضح بيانات الجدول السابق المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة للمحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتظهر البيانات أن هناك سبعة محددات ذات طابع اجتماعي، ووفقاً لدرجة الحد القطعي فإن كافة المحددات السبعة جاءت عند مستوى (مرتفع) بمتوسطات حسابية تزيد عن (٢,٣٤)؛ مما يعطي لنا دلالة حول أهمية تلك المحددات من وجهة نظر العينة، وهو الأمر الذي أكدته الدرجة الكلية لهذا المحور، التي جاءت عند مستوى مرتفع بمتوسط حسابي (٢,٥٥).

وتظهر البيانات تنوع المحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي، ووفقاً للمتوسط الحسابي جاء تحول العلاقة من الافتراضية إلى الواقعية بمتوسط حسابي (٢,٦٩) في مقدمة هذه المحددات، يليها في الترتيب الثاني محدد توافر معلومات كافية عن الأشخاص في مقدمة المحددات الاجتماعية بمتوسط حسابي (٢,٧٦)، يليه في الترتيب الثالث الانتماء لنفس البلد بمتوسط حسابي (٢,٥٧)، وفي الترتيب الرابع جاء محدد التشابه في الجنس بنسبة (٢,٥٤)، ثم محدد وجود أصدقاء مشتركين بمتوسط حسابي (٢,٥٠)، وفي الترتيب السادس جاء محدد التقارب في السن بمتوسط حسابي (٢,٤٥)، وأخيراً وفي الترتيب السابع جاء محدد وجود صلة قرابة بمتوسط حسابي (٢,٣٤).

٣- نتائج السؤال الثالث: ما المحددات الثقافية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى

مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

جدول (٦) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة للمحددات الثقافية للثقة في العلاقات

الاجتماعية عبر العالم الافتراضي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الترتيب
١	الاهتمامات المشتركة	٢,٣٨٠	٠,٧٤٦٥	مرتفع	السابع
٢	التحدث بنفس اللغة / اللهجة	٢,٥٧٧	٠,٦٠٩٠	مرتفع	الثاني
٣	التشابه في نوعية التعليم	٢,٤١٧	٠,٦٩٦١	مرتفع	السادس
٤	الإنجازات الثقافية للشخص	٢,٤٦٦	٠,٧٢٤٣	مرتفع	الخامس
٥	تشابه الأفكار (التقارب الفكري)	٢,٤٨٣	٠,٦٧٥٨	مرتفع	الرابع
٦	التشابه في الدين	٢,٥٣٧	٠,٦٦٢٢	مرتفع	الثالث
٧	الاتفاق في الميول السياسية	٢,٦١١	٠,٦١٣٠	مرتفع	الأول
	الدرجة الكلية	٢,٤٩٥	٠,٦٧٥٢	مرتفع	

توضح بيانات الجدول السابق المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة للمحددات الثقافية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتظهر البيانات أن هناك سبعة محددات ذات طابع ثقافي، ووفقاً لدرجة الحد القطعي فإن كافة المحددات السبعة جاءت عند مستوى (مرتفع) بمتوسطات حسابية تزيد عن (٢,٣٤)؛ مما يعطي لنا دلالة حول أهمية تلك المحددات الثقافية من وجهة نظر العينة، وهو الأمر الذي أكدته الدرجة الكلية لهذا المحور، التي جاءت عند مستوى مرتفع بمتوسط حسابي (٢,٤٩). كما تظهر البيانات تنوع المحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات الثقافية في العالم الافتراضي، ووفقاً للمتوسط الحسابي جاء محدد الاتفاق في الميول السياسية في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢,٦١)، يليها محدد التحدث بنفس اللغة واللهجة بمتوسط حسابي (٢,٥٧)، وفي الترتيب الثالث جاء محدد التشابه في الدين بمتوسط حسابي (٢,٥٣)، ثم محدد التقارب الفكري بنسبة (٢,٤٨)، وفي الترتيب الخامس الإنجازات الثقافية للشخص بمتوسط حسابي (٢,٤٦)، يليه محدد التشابه في نوعية التعليم، وأخير محدد الاهتمامات المشتركة بمتوسط حسابي (٢,٣٨).

٤- نتائج السؤال الرابع: ما أهم المخاطر المرتبطة بالثقة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول (٧) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة للمحددات الثقافية للثقة في العلاقات

الاجتماعية عبر العالم الافتراضي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الترتيب
٢	امكانية التعرض لانتهاك الخصوصية	٨٦٨.٢	٠.٨٤٧٩	مرتفع	الأول
٦	تسهيل التورط في امور لا أخلاقية	٠.٩٨٠.٢	٠.٨٧٤٨	مرتفع	الثاني
٤	تسهيل التعرض للاحتيال	٢٣٧٢.	٠.٨٧٢٧	مرتفع	الثالث
٥	عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات التي تنشر عبرها	٧٧٠.٢	٠.٩٢١٩	مرتفع	الرابع

٧	امكانية التعرض للابتزاز	١٦٨.٢	٨٦٦٩.	مرتفع	الخامس
٣	امكانية التعرض للسطو على المعلومات	٢,٦٢٦	٨٣٤٠.	مرتفع	السادس
١	إمكانية التورط في أمور يعاقب عليها القانون	١,٩٩٧	٨٥٤٨.	متوسط	السابع
	الدرجة الكلية	٦٣٢.٢	٧٥.٨٦	مرتفع	

توضح بيانات الجدول السابق المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة للمخاطر الناجمة عن الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم الافتراضي، وتظهر البيانات أن هناك سبعة محددات مخاطر، ووفقاً لدرجة الحد القطعي فإن ستة من هذه المخاطر جاءت عند مستوى (مرتفع) بمتوسطات حسابية تزيد عن (٢,٣٤)؛ مما يعطي لنا دلالة حول أهمية تلك المخاطر من وجهة نظر العينة، وهو الأمر الذي أكدته الدرجة الكلية لهذا المحور، التي جاءت عند مستوى مرتفع بمتوسط حسابي (٢,٦٣).

كما توضح بيانات الجدول تنوع المخاطر المرتبطة بالثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، ووفقاً للمتوسط الحسابي جاءت المخاطر المرتبطة بإمكانية التعرض لانتهاك الخصوصية في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢,٨٨)، يليها في الترتيب الثاني أن تلك المواقع تسهل التورط في أمور لا أخلاقية بمتوسط حسابي (٢,٨٢٠)، وفي الترتيب الثالث تسهيل التعرض للاحتيال بمتوسط حسابي (٢,٧٢)، وفي الترتيب الرابع جاءت المخاطر المرتبطة بعدم القدرة من التأكد من صحة المعلومات التي تنشر عبر تلك الوسائل بمتوسط حسابي (٢,٧٠)، ثم إمكانية التعرض للابتزاز بمتوسط حسابي (٢,٦٨)، يليها إمكانية التعرض للسطو على المعلومات بمتوسط حسابي (٢,٦٢).

٥- نتائج السؤال الخامس: ما تأثير المتغيرات الديموغرافية في بناء الثقافة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

٥-١ متغير النوع:

جدول (٨) الفروق في تقديرات عينة الدراسة للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي

وفقاً لمتغير النوع (ذكور/إناث)

المحاور	النوع	العدد ن = ٨١٨	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة (ت)	الدلالة
المحور الأول	ذكور	٢٤٢	٢,٢٩٢	٠.٦٩١٩	٧,٢١٢	.٠١
	إناث	٥٧٦	١,٨٠٧	٠.٥٦١٩		
المحور الثاني	ذكور	٢٤٢	٢,٥٠٢	٠.٥٥٧٣	٢,٠٧٣	.٠١
	إناث	٥٧٦	٢,٣٨٥	٠.٤٩٥٩		
المحور الثالث	ذكور	٢٤٢	٢,٢٢٥	٠.٧٥٥٩	٧,٢١٨	.٠١
	إناث	٥٧٦	١,٦٨٦	٠.٦٣٦٥		
المحور الرابع	ذكور	٢٤٢	١,٥٢٢	٠.٨٣٣١	٢,٥٤٧	.٠١
	إناث	٥٧٦	٢,٥١٤	٠.٥٨١٤		

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

لقياس الفروق في تقديرات عينة الدراسة للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير النوع (ذكور/إناث) استخدم الباحث الاختبار الإحصائي (ت) لقياس الفروق بين متوسطات عينتين مستقلتين، وقد أظهرت نتائج الاختبار وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) في محاور الدراسة الأربعة (درجة الثقة في العالم الافتراضي، والمحددات الاجتماعية، والمحددات الثقافية، والمخاطر المرتبطة بالثقة)، وقد جاءت الفروق في المحور الأول والثاني والثالث لصالح عينة الذكور، مما يعني أن الذكور أكثر ثقة من الإناث في العالم الافتراضي، كما أنهم أكثر تقديراً لدور العوامل الاجتماعية والعوامل الثقافية كمحددات لهذه الثقة، في مقابل ذلك جاءت الفروق في المحور الرابع (المخاطر المرتبطة بالثقة) لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث هن الأكثر تهديداً من المخاطر التي يمكن أن تنجم عن الثقة في العالم الافتراضي.

٥-٢ متغير الحالة الاجتماعية:

جدول (٩) التباين في تقديرات عينة الدراسة للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي

وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	٤٠,١٧٣	٥	٨,٠٣٥	٢٣,٣٨٩	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٨,١٧٣	٣٤٤	٠,٣٤٤		
	المجموع	١٥٨,٣٤٦	٣٤٩			
المحور الثاني	بين المجموعات	١٤,٠٠٦	٥	٢,٨٠١	١١,٤٩٢	.٠١
	داخل المجموعات	٨٣,٨٤٦	٣٤٤	٠,٢٤٤		
	المجموع	٩٧,٨٥١	٣٤٩			
المحور الثالث	بين المجموعات	٤٩,٥٢٧	٥	٩,٩٠٥	٢٣,٤٥٤	.٠١
	داخل المجموعات	١٤٥,٢٨٦	٣٤٤	٠,٤٢٢		
	المجموع	١٩٤,٨١٣	٣٤٩			
المحور الرابع	بين المجموعات	٦٤,٢١٤	٥	٠,٣٢٣	٢,٩٥٢	.٠١
	داخل المجموعات	١٢٤,٢١٥	٣٤٤	٠,١٠٩		
	المجموع	١٠٣,٥٧١	٣٤٩			

لقياس التباين في تقديرات عينة الدراسة للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية، استخدمت الباحثة الاختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (أنوفا)، وقد أكدت نتائج الاختبار على وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى معنوي (٠,٠١) في محاور الدراسة الثاني والثالث والرابع (المحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات، والمحددات الثقافية للثقة

في العلاقات، والمخاطر الناجمة عن الثقة) يعود لمتغير الحالة الاجتماعية، في حين أوضحت البيانات عدم وجود تباين في المحور الأول (الثقة في العالم الافتراضي) يعود لمتغير الحالة الاجتماعية.

كما كشف استخدام معامل (شيفيه) لقياس اتجاه التباين، أن التباين في المحاور (الثاني، الثالث، الرابع) كان لصالح فئة المتزوجين مقابل باقي الفئات الأخرى (العزاب والمطلقين، والأرامل)، وهو ما يعني أن فئة المتزوجين هم الأكثر تقديرات لدور المحددات الاجتماعية والثقافية للثقة في العلاقات الافتراضي، إضافة إلى أنهم أيضاً الأكثر تقديراً للمخاطر الناجمة عن الثقة في علاقات العالم الافتراض.

٣-٥ متغير السن:

جدول (١٠) التباين في تقديرات عينة الدراسة للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي

وفقاً لمتغير السن

الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المحاور
.٠١	٢,٩٥٢	.٣٢٣	٥	.٩٦٨	بين المجموعات	المحور الأول
		.١٠٩	٣٤٤	٤٤,٣٧٩	داخل المجموعات	
			٣٤٩	٤٥,٣٤٧	المجموع	
.٠١	٥٠,٨١٧	٣,٩٣٢	٥	١١,٧٩٥	بين المجموعات	المحور الثاني
		.٠٧٧	٣٤٤	٣١,٤١٣	داخل المجموعات	
			٣٤٩	٤٣,٢٠٨	المجموع	
.٠١	١٩,٨٣٧	٦,٢٠٤	٥	١٨,٦١٣	بين المجموعات	المحور الثالث
		.٣١٣	٣٤٤	١٢٦,٩٨٣	داخل المجموعات	
			٣٤٩	١٤٥,٥٩٥	المجموع	
.٠١	٥,٨٠٥	.٠٦٥	٥	٣,٠٢٧	بين المجموعات	المحور الرابع
		.١٥٠	٣٤٤	٢٦,٧٢٨	داخل المجموعات	
			٣٤٩	٢٩,٧٥٥	المجموع	

لقياس التباين في تقديرات عينة الدراسة للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي وفقاً لمتغير السن، استخدمت الباحثة الاختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (أنوفا)، وقد أكدت نتائج الاختبار على وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى معنوي (٠,٠١) في محاور الدراسة الأربعة (درجة الثقة في العالم الافتراض، والمحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات، والمحددات الثقافية للثقة في العلاقات، والمخاطر الناجمة عن الثقة) يعود لمتغير السن.

كما كشف استخدام معامل (شيفيه) لقياس اتجاه التباين، أن التباين في المحاور الثاني والثالث والرابع جاء لصالح فئة الذين تزيد أعمارهم عن خمسين عام فأكثر مقابل باقي الفئات

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

العمرية الأخرى، وهو ما يعني أن فئة الذين تزيد أعمارهم عن الخمسين عاماً هم الأكثر تقديراً لدور المحددات الاجتماعية والثقافية للثقة في العلاقات الافتراضي، إضافة إلى أنهم أيضاً الأكثر تقديرات للمخاطر الناجمة عن الثقة في علاقات العالم الافتراض. في مقابل ذلك كشفت نتائج معامل (شيفيه) أن التباين في المحور الأول (درجة الثقة في العالم الافتراض) جاء لصالح الفئة العمرية التي نقل عن خمسين عاماً، وهو ما يعطي دلالة أن صغار السن هم الأكثر ثقة في العالم الافتراض بوجه عام، مقابل باقي الفئات العمرية الأخرى.

مناقشة النتائج:

بحثت هذه الدراسة في موضوع الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر العالم الافتراضي، وهي دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وطرحت الدراسة عدة تساؤلات؛ يدور الأول منها حول مستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟ في حين جاء السؤال الثاني حول المحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟ أما السؤال الثالث فدار حول المحددات الثقافية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟ وتأتي الباحثة هنا لمناقشة ما خلصت إليه الدراسة الميدانية من نتائج أساسية تتعلق بموضوع البحث الرئيس وهو محددات الثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراض، على النحو التالي:

فيما يتعلق بالسؤال الأول: ما مستوى الثقة في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟ كشفت النتائج أن هناك ستة مؤشرات دالة على مستوى ثقة العينة في العالم الافتراضي، ووفقاً لدرجة الحد القطعي فإن كافة هذه المؤشرات جاءت عند مستوى منخفض، حيث قلت متوسطاتها الحسابية عن (١,٦٩)، وعلى ذلك يمكن القول بأن الثقة في العالم الافتراضي من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي جاءت منخفضة، ويؤكد ذلك حصول المتوسط العام لهذا البعد على مستوى منخفض بمتوسط حسابي (١,٦٠).

لقد أكدت الدرجات المنخفضة لمؤشرات الثقة في العالم الافتراضي من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على طبيعة الموقف العام من هذا العالم، وعبرت حالة عدم الثقة هذه في انخفاض مؤشرات مثل: الثقة في الأخبار التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والثقة في الشركات التي تعلن عن منتجاتها عبر وسائل التواصل، واعتماد وسائل التواصل مصدر للمعلومات، وقبول طلبات الصداقة، وتأثر القرارات الشخصية بما يتابعه المستخدمون على وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى ذلك يمكن القول بأن هناك حالة متدنية من الثقة في العالم الافتراضي، والحقيقة أن الدراسة في هذه النتيجة تختلف تماماً مع عدد من نتائج الدراسات السابقة التي أكدت على وجود درجة مقبولة من الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي (أساس العالم الافتراضي)، منها دراسة (الضبع، ٢٠١٥) التي أوضحت وجود درجة مقبولة من الثقة من قبل الشباب في العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة (المنفي، ٢٠٢٣) التي أكدت على وجود مستويات مقبولة من الثقة من طلاب كلية الإعلام بجامعة بنغازي الليبية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وأيضاً دراسة (Bohler and Drake, ٢٠١٧) التي أكدت على تزايد الثقة من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خاصة فيما يتعلق بالمعاملات الاقتصادية عبر تلك المواقع.

وعلى النقيض من ذلك الاختلاف، اتفقت نتائج الدراسة الراهنة مع ما أكدته نتائج دراسات أخرى حول تدني مستوى الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، من تلك الدراسات: دراسة (Chan and Ma, ٢٠١٥)، وفي كل الأحوال فإن الاختلاف حول القضايا الاجتماعية بوجه عام هو خلاف معروف ليس فقط في نطاق علم الاجتماع ولكن في كافة فروع العلوم الاجتماعية، وعليه فمن الطبيعي أن يرى البعض في مواقع التواصل الاجتماعي محلاً للثقة، في مقابل ذلك يرى البعض فيها مصدراً للتهديد ومن ثم تتدنى درجة الثقة في تلك المواقع..

ومن زاوية التحليل السوسيولوجي يمكن القول بأن الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي (سواء بالقبول أو بالرفض) في ضوء عدد من مفاهيم النظريات الاجتماعية، فنظرية الاستخدامات والإشباع على سبيل المثال تفترض أن الأفراد قادرون على تحديد أي الوسائل التي يريدون استخدامها وأي المضامين التي يريدون التعرض لها لإشباع حاجات معينة لديهم، وعلي ذلك فإن الدرجة المنخفضة من الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي يمكن تبريرها بأن تلك المواقع لم تحقق الإشباع المطلوب والذي لأجله يستخدمها أفراد المجتمع، ويتعلق الإشباع هنا بعدد من الموضوعات المختلفة، منها ما يتعلق بالحاجة إلى الأخبار والمعلومات، أو الحاجة إلى علاقات اجتماعية حقيقية، إن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي - وفقاً لرؤية نظرية الإشباع - هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل التواصل - بوصفها تمثل جزءاً من وسائل الإعلام الحديثة - موجه لتحقيق أهداف معينة تتفق وقيمة واهتماماته الخاصة، ويمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة، يرى أنها تشبع حاجاته، وتتنافس وسائل التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي مع وسائل ومصادر أخرى لإشباع الحاجات، والجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام، وهذا

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

ما أكدته الدراسات السابقة، فالجمهور وحده هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام، ويستخدم الأفراد وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي، ويختار الأفراد من مضمون وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم (عبدالخالق، ٢٠٢٣م، ص ٢٤١).

كما يمكن الاستفادة كثيراً من أفكار نظرية الحضور الاجتماعي لفهم هذا المستوى المتدني من الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ركزت هذه النظرية على فكرة غياب الاتصال غير اللفظي عبر الإنترنت - ومواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على الإنترنت في التواصل - هذا الاتصال غير اللفظي الذي يشمل الإيماءات والإشارات ولغة الجسد غير المنطوقة، يؤثر على أطراف عملية الاتصال، ومن ثم يمكن أن يكون لذلك تأثير سلبي على الثقة في تلك المواقع وما تنتشره من مواد وما تطرحه من قضايا على وجه العموم.

وفيما يتعلق بالسؤال الثاني حول المحددات الاجتماعية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كشفت النتائج عن أن هناك سبعة محددات ذات طابع اجتماعي، ووفقاً لدرجة الحد القطعي فإن كافة المحددات السبعة جاءت عند مستوى (مرتفع) بمتوسطات حسابية تزيد عن (٢,٣٤)؛ مما يعطي لنا دلالة حول أهمية تلك المحددات من وجهة نظر العينة، وهو الأمر الذي أكدته الدرجة الكلية لهذا المحور، التي جاءت عند مستوى مرتفع بمتوسط حسابي (٢,٥٥).

وقد أظهرت النتائج تنوع المحددات الاجتماعية المرتبطة بالثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي، وشملت تلك المحددات: تحول العلاقة الافتراضية إلى علاقة واقعية، وتوافر معلومات كافية عن الأشخاص، والانتماء لنفس البلد، والتشابه في الجنس، ووجود أصدقاء مشتركين، والتقارب في السن، ووجود صلة قرابة.

في ضوء ذلك يمكن القول بأن ثمة معايير اجتماعية تمارس دورها كشروط في تعزيز الثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي، ويعود ذلك كما أشارت دراسة الضبع (٢٠١٥) إلى أن العلاقات الافتراضية تخضع لمعايير وتقاليده ورقابة المجتمع، وهو الأمر الذي يجعلها محل الثقة بدرجة مقبولة من وجهة نظره، كما تتفق نتائج الدراسة أيضاً مع ما أكدته نتائج دراسة (بريري، ٢٠١٨) التي أظهرت أهمية محددات مثل توافر المعلومات حول الشخص مثل صورة البروفايل والمعلومات المتاحة، وما يتم عرضه من بيانات تعكس طريقة التفكير كشروط أساسية للثقة.

لقد أصبحت العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراض من الأهمية بمكان للدرجة التي أقرت بعض الدراسات السابقة بأنها أصبحت بمثابة مجتمع بديل عن المجتمع الواقعي، فأشارت دراسة (رمضان، ٢٠١٨) إلى ذلك صراحة، حيث أشارت إلى أن أفراد عينة الدراسة باتوا يستخدمون الفيسبوك كأداة حقيقية لتكوين علاقات اجتماعية، ومن ثم يمكن القول إنه وعلى الرغم من الدرجة المتدنية من الثقة العالم الافتراضي - متمثلاً في وسائل التواصل الاجتماعي - التي كشفت عنها الدراسة الراهنة، فإن مستخدمي تلك الوسائل يطرحون محددات اجتماعية لتأسيس هذه الثقة ولو كانت بدرجة ضعيفة، فوجود تلك المحددات ليس مرهوناً بدرجة الثقة، والقول بتدني الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي لا يعني مطلقاً الاستغناء عن العلاقات الاجتماعية التي تتشكل من خلالها.

ويمكن تفسير تلك النتائج في ضوء نظرية الإشباع، فاستخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي هو عملية يتمكنون من خلالها من تحقيق إشباع متنوع تتراوح ما بين قضاء وقت الفراغ أو التسلية أو الحصول على صداقات ومعارف جديدة، فضلاً عن إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء، وهذا ما أكدته الدراسات السابقة مثل دراسة (الشهري، ٢٠١٣) ودراسة (بركات، ٢٠١٦) ودراسة (Chan and Ma, ٢٠١٥) وغيرها من الدراسات، لقد أبرزت تلك الدراسات الدور الكبير والمتعاطم والمتنامي الذي باتت تمارسه وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق إشباع متنوع لمستخدمي تلك الوسائل.

ومن منظور نظرية الحضور الاجتماعي يمكن النظر إلى الشروط الاجتماعية والمحددات المسؤولة عن بناء الثقة في علاقات العالم الافتراضي، بوصفها معايير تحقق إشباع الذات الاجتماعية لدى مستخدمي تلك الوسائل، فالعلاقات الافتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي تجسد انعكاساً للذات المشتركة بين المتفاعلين على تلك الوسائل وعبر تلك العلاقات، فالأفراد خلال تلك العلاقات ينظرون إلى وسائل التواصل على أنها ذات درجة أعلى من الحضور الاجتماعي، خاصة عندما يكون التواصل من خلالها مدعوماً بالصوت والصورة كما هو الحال في اتصالات الفيسبوك والسناب شات وغيرها من تلك الشبكات الاجتماعية، ومن ثم فإن المحددات الاجتماعية لبناء الثقة تعد الإطار الذي يتحرك فيه هذا الوجود الاجتماعي للعلاقات الافتراضية من قبل المستخدمين.

وفيما يتعلق بالسؤال الثالث حول المحددات الثقافية للثقة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، كشفت النتائج أن هناك سبعة محددات ذات طابع ثقافي، ووفقاً لدرجة الحد القطعي فإن كافة المحددات السبعة جاءت عند مستوى (مرتفع)

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة- العدد العشرون (الجزء الأول)

بمتوسطات حسابية تزيد عن (٢,٣٤)؛ مما يعطي لنا دلالة حول أهمية تلك المحددات الثقافية من وجهة نظر العينة، وهو الأمر الذي أكدته الدرجة الكلية لهذا المحور، التي جاءت عند مستوى مرتفع بمتوسط حسابي (٢,٤٩).

كما أظهرت النتائج تنوع المحددات الثقافية للثقافة في العلاقات الاجتماعية في العالم الافتراضي، والتي جاءت على النحو الآتي: الاتفاق في الميول السياسية، والتحدث بنفس اللغة واللهجة، والتشابه في الدين، والتقارب الفكري، والإنجازات الثقافية للشخص، والتشابه في نوعية التعليم، والاهتمامات المشتركة.

وتتفق الدراسة الحالية فيما يتعلق بالمحددات الثقافية مع ما أكدته نتائج بعض الدراسات السابقة مثل دراسة (زقان وزطوطة، ٢٠٢١)، التي أظهرت أهمية المتغيرات الثقافية في تحديد درجة الثقة في التفاعلات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة (Hatamleh et all, ٢٠٢٣) التي أكدت على أن تعزيز الثقة في علاقات وسائل التواصل الاجتماعي يتم في ضوء العديد من المعايير تحتل المعايير الثقافية مكانة مهمة بينها، من تلك المعايير والشروط المستوى التعليمي والمهنة ومنطقة السكن.

ومن زاوية التحليل السوسيولوجي فإن المحددات الثقافية ودورها في تحديد الثقة في العلاقات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تختلف عن المحددات الاجتماعية، من ناحية الدور الذي يمكن أن تقوم به من إشباع حاجات محددة لوسائل التواصل الاجتماعي، فالأمر المؤكد أن وضع تلك المحددات يشبع حاجات محددة لمستخدمي تلك الوسائل، فالاشتراك في اللغة والدين والبلد والميول السياسية والتقارب الفكري ونوعية التعليم، كل تلك المعطيات ذات الطابع الثقافي لا بد أنها تقوم بإشباع حاجات معينة لدى هؤلاء المستخدمين؛ مما يجعلها شروطاً حاکمة في الثقة تجاه العلاقات الاجتماعية عبر العالم الافتراضي.

وهنا تبرز أيضاً أهمية منظور الممارسة في فهم أهمية المحددات الثقافية للثقافة في العلاقات الاجتماعية الافتراضية، فإن الانخراط في بناء الهوية على الإنترنت، يسمح للمستخدمين بتعريف أنفسهم بأكثر من هويتهم الفعلية، فضمن الفضاء الافتراضي يشعر المستخدمون بالحرية لتقديم هوياتهم الحقيقية هويات أخرى متعددة، وهنا يختار المستخدمون أفضل تمثيل لأنفسهم، والذي يسعى غالباً إلى تعزيز الصلة بين الوضع الحالي الذي هم فيه والمثالية التي يريدونها لأنفسهم، ويكون التمثيل على الإنترنت من خلال المحتوى اللغوي، والصور... الخ، وهذا ما أكدته الدراسات السابقة التي أوضحت أنه يكون لدى المستخدمين للإنترنت بشكل عام مفهوم معين للذات وهوية مثالية، غالباً ما تكون كما يريدونها الآخرون (Hoyer & MacInnis, ٢٠٠٧)، كما أن شكل

الذات والهوية الجديدة والمغايرة للواقع قد ينتج عن بعض الرغبات المكبوتة لدى الفرد، التي كان يريد أن يحققها، أو أن يكون عليها في حياته الحقيقية ولم يتمكن من ذلك فيلجأ إلى تفصيها وعيشها في العالم الافتراضي، إضافة إلى ذلك فإن المستخدم يعتقد أن القيام بذلك سيسهل القبول الاجتماعي له من طرف الآخرين على الشبكة، وهذا ما أكدته دراسة (بوشلاغم، ٢٠١٨م، ص٩٧).

(* توصيات الدراسة:

- ضرورة أن تتجه كافة المؤسسات الثقافية في الدول العربية إلى تأسيس ميثاق عربي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، على أن تقوم تلك المؤسسات بنشره على نطاق واسع وعبر مختلف وسائل الإعلام التقليدي منها والحديث؛ لتعزيز الوعي الجماهيري باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمخاطر المرتبطة بالعلاقات الاجتماعية والممارسات التي تتم عبر تلك الوسائل بوجه عام.
- ضرورة تشديد الرقابة على الاستخدامات غير المسؤولة لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل بعض المستخدمين خاصة من فئات السن الشابة والمراهقة؛ ذلك لضمان عدم انتهاك أخلاقيات المجتمع وقيمه على تلك الوسائل، لما لذلك من تأثير واسع النطاق وسريع على تلك الفئات.
- العمل على تغليب العقوبات الخاصة بإساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بما يضمن خلق وضمان احترام معايير المجتمع وأخلاقياته من قبل مستخدمي تلك الوسائل.
- ضرورة أن تتجه كافة مؤسسات التعليم بداية من الابتدائي وانتهاء بالتعليم الجامعي نحو أفراد مقررات دراسية متخصصة، تتناول قضايا المجتمع الافتراضي بشكل موسع وتدرس تلك المقررات لكافة التخصصات النظرية منها والتطبيقية، على أن يقوم بتدريسها متخصصون في العلوم الاجتماعية، وذلك لتشكيل وعي مبكر لدى أفراد المجتمع بالقضايا المختلفة التي تطرحها ذلك المجتمع.

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

- أبو دوح، خالد كاظم (٢٠١٤). رأس المال الاجتماعي: آفاق جديدة في النظرية الاجتماعية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- أحمد، حلا (٢٠١٩). العالم الافتراضي للشباب من الثورة إلي الوصاية، مجلة دراسات اجتماعية، المعهد المصري للدراسات.
- الأعرجي، جلال علي وكاظم، رباب راسم (٢٠١٢م). المجتمعات الافتراضية واقع جديد بحث تحليلي، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد ٨، ص ص ١٤١-١٦٦.
- بدوي، أحمد موسى (٢٠٠٩). ما بين الفعل والبناء الاجتماعي: بحث في نظرية الممارسة لدى بيير بورديو، مجلة اضافات، ع ٨، ص ص ٩-٢٣.
- بربري، سحر حساني (٢٠١٨). اتجاهات الشباب المصري نحو التعارف والزواج عبر الإنترنت: دراسة ميدانية علي عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، المجلد ٧٨، العدد ٥، يولييه، ص ص ٤٩-١٢٦.
- بركات، نوال (٢٠١٦). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي نمط العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية علي عينة من المستخدمين الجزائريين، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر.
- بوشرمة، أميرة وزغود، صبرينة (٢٠١٨). استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته علي العلاقات الاجتماعية: دراسة علي عينة من شباب الأسرة الجبلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيي-جيجل، الجزائر.
- بوشلاغم، زينب (٢٠١٨). التفاعل الاجتماعي في الجماعات الافتراضية دور الحضور الاجتماعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، الجزائر.
- بوطرفة، نوال (٢٠٢٢). سوسيولوجيا الواقع الافتراضي: دراسات وأبحاث، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد ١٤، عدد ٢، إبريل، ص ص ٨٧-٩٥.
- حسن، هيثم عاطف (٢٠١٨). تكنولوجيا العالم الافتراضي والواقع المعزز في التعليم، المركز الأكاديمي العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- حسني، حسني رفعت (٢٠١٩). المجتمعات الافتراضية وجيل الإنترنت: المفهوم، السمات، الأنواع، مقال منشور بتاريخ ٢/١٠/٢٠١٩م، علي الرابط: <https://www.ahewar.org>
- حسني، عبدالعزيز علي، المنياوي، عزة عبدالمنعم وعلام، أسماء أحمد أبو زيد (٢٠١٦م). العلاقة بين الثقة الإلكترونية وفعالية المجتمع الافتراضي: دراسة تطبيقية علي عملاء مواقع

- الشبكات المجتمعية للأحزاب السياسية، مجلة البحوث التجارية، مج ٣٨، ع ١، ص ص ١٢١-١٥١.
- الدريبي، دريبي بن عبدالله (٢٠٢١). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الثقافي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٩، الجزء الأول، أكتوبر، ص ص ٤١٠-٤٥٦.
- رحومة، علي محمد (٢٠٠٨). علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، العدد ٣٤٧، المجلس الوطني للفنون والآداب، الكويت.
- رمضان، الخامسة (٢٠١٨). دور الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية: دراسة مسحية علي عينة من مستخدمي الفيسبوك، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة ٠٣، الجزائر.
- زايد، أحمد (١٩٩٦). آفاق جديدة في نظرية علم الاجتماع: نظرية تشكيل البنية، المجلة الاجتماعية القومية، العددان الأول والثاني، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والثقافية، القاهرة.
- زايد، أحمد، طنطاوي، أمال وعبدالبديع، محمد (٢٠٠٦). رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح الاجتماعية للطبقة الوسطى، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة.
- زقان، سيلينا وزطوطه، نجاه (٢٠٢١م). الثقة في التفاعلات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة إمبريقية حول موقع الانستجرام، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مولود معمري، الجزائر.
- زكي، وليد رشاد (٢٠٠٩). المجتمع الافتراضي: نحو مقارنة للمفهوم، مجلة الديموقراطية، مؤسسة الأهرام، مج ٩، ع ٣٤، ص ص ٩٧-١٠٤.
- زكي، وليد رشاد (٢٠١٧م). رأس المال الاجتماعي عبر الافتراضي، قرطبة للنشر والتوزيع، السعودية.
- الزناتي، جمال صالح متولي (٢٠٢٠). محددات الثقة السياسية واستحقاقها "تقييم ذاتي لعينة من الشباب الجامعي حول أداء المؤسسات السياسية وشبه السياسية"، مجلة بحوث العلوم الاجتماعية والتنمية، المجلد الثاني، الجزء الأول والثاني، ص ص ٤١-١٢٦.
- زياتي، محمد (٢٠١٩). في سوسيولوجيا الافتراضي "مواقع التواصل الاجتماعي كآلية للتفاوض العلائقي"، مقال منشور بتاريخ ٢٣/٤/٢٠١٩، علي موقع منتدى العمق، علي الرابط: <https://al3omk.com>
- ساري، حلمي (٢٠٢٣). سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي في المجتمعات الشبكية العربية، مقال منشور بتاريخ ١١/٧/٢٠٢٣م، علي الرابط: <https://www.almayadeen.net>
- سفيان، ساس (٢٠١٧). سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، مخبر استراتيجيات الوقاية ومكافحة المخدرات-جامعة الجلفة-الجزائر، مجلد ١٠، العدد ٣، ص ص ٣٠٨-٣٢٦.

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد - مجلة علمية محكمة - العدد العشرون (الجزء الأول)

- الشقير، عبدالرحمن (٢٠١٨). الثقة: من أجل تعزيز القيم وتحقيق المكانة الاجتماعية للأفراد والجماعات، مقال منشور بتاريخ ٢٨/١٠/٢٠١٨م، علي موقع حكمة، علي الرابط: <https://hekmah.org>
- الشهري، حنان بنت شعشوع (٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية علي العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجاً": دراسة ميدانية علي عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بجدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية.
- صحراوي، جهاد ورحماني، محمد (٢٠١٩). الهوية الرقمية لدى الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي التبسي-تبسة، الجزائر.
- الضبع، ماهر عبدالعال (٢٠١٥). العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي: دراسة في الخصائص والمحددات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٣٧، ص ص ١٥-٧٠.
- عبدالخالق، رحاب محمد عبدالحى (٢٠٢٣). العلاقات الجنسية داخل العالم الافتراضي: دراسة ميدانية علي عينة من الشباب بالقاهرة الكبرى، المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، العدد ٧، إبريل، ص ص ٢٣٢-٢٦٠.
- عبدالله، جمال شاكر (٢٠٢٣). الآثار الاجتماعية والنفسية والمخاطر المجتمعية للتكنولوجيا الحديثة، مجلة البحث العلمي في الآداب (العلوم الاجتماعية والإنسانية)، ديسمبر، ص ص ١٨٦-١٩٩.
- عمر، حمدي أحمد (٢٠١٢). العلاقات الاجتماعية بين الشباب من الواقعية إلي الافتراضية: دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، ع ٣٣، ديسمبر، ص ص ٨١٧-٨٨٥.
- الغزواني، إدريس (٢٠٢٠). مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات من المجتمع إلي الشبكة: نحو مقاربة تأويلية للهوية والسلطة في عصر المعلومات، مجلة عمران، العدد ٩/٣٣، صيف، ص ص ١٤٣-١٦٢.
- فرح، عبدالاله (٢٠١٩). الحب الافتراضي: مقاربة سوسيولوجية، مركز نهوض للدراسات والنشر.
- فقير، صبرينة وإلياس، شرفه (٢٠٢٣). العالم الافتراضي ومآلات التواصل الاجتماعي بالعالم الواقعي إشكالية التواصل والانعزال، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد ٨، العدد ١، إبريل، ص ص ٤٠٨-٤٢٩.
- فنغور، عبدالقادر (٢٠١٥). أثر تكنولوجيا وسائل الاتصال علي العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

- فوكوياما، فرانسيس (٢٠١٥). الثقة: الفضائل الاجتماعية ودورها في خلق الرخاء الاقتصادي، ترجمة: معين الإمام ومجابه الإمام، منتدي العلاقات العربية والدولية، قطر.
 - قريمس، إيمان ومخالفة، ابتسام (٢٠٢٢). شبكات التواصل الاجتماعي وأزمة الهوية لدى الشباب الجامعي الفيسبوك أنموذجاً: دراسة ميدانية بجامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست-جيجل، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، الجزائر.
 - كاستلز، مانويل (٢٠١٤). سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، القاهرة.
 - لاغرسبيتز، أولى (٢٠٢١). الثقة والأخلاق والعقل البشري، دار ابن النديم للنشر والتوزيع، الجزائر.
 - مبارك، فاتن (٢٠٢٣). في مسألة الثقة ومستقبل البحث الميداني في البحوث الاجتماعية، المجلة المغربية للبحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٢، العدد ١، ص ص ١٨٢-٢٠٠.
 - المنفي، محمد سالم موسى (٢٠٢٣). مستويات الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي أنموذجاً، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٧، العدد ٢، ص ص ٣٤-٥٥.
- مواقع الإلكترونية رسمية:

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠٢٣). عدد السكان التقدير لأقسام مدينة القاهرة. متاح على الرابط التالي بتاريخ ٢٧/١١/٢٠٢٤:

<https://www.capmas.gov.eg/Admin/Pages%20Files/202331012347/D8%B9%D8%AF%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%83%D8%A7%D9%86%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%88%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%B2%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%B3%D8%A7%D9%85%20%D9%81%D9%89%20%D9%80%20%D9%80%2023.pdf>

المراجع باللغة الأجنبية:

- Bohler, Jeffrey and Drake, John R. (٢٠١٧). Building trust through social networking, Twenty-third Americans conference on information systems, Boston, USA.
- Chan, Wendy. W.l and Ma, Will. W. K. (٢٠١٥). An empirical investigation on key determinants of social media trust, international journal innovation and learning, ١٨ (٢): ١٥١-١٦٧.
- Hatamlah, Habis Mohammad, Safori, Amjad Omar, Habes , Mohammad, Tahat, Othman, Ahmed Amer Khaled, Abdullah, Rania Abdelqader and Aissani, Rahima. (٢٠٢٣). Trust in social media: Enhancing social relationships, social science, ١٢ (٤١٦): ١-٢٢.
- Wu, jeng-jyh, Chen, Ying, Hueih and Chung, Yu -shou. (٢٠١٠). Trust factors influencing virtual community members: A study of transactions communities, journal of Business Research, ٦٣ (٩-١٠): ١٠٢٥-١٠٣٢.