

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيغل -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



العنوان

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على القيم الدينية لدى
الطالبة الجامعية

دراسة ميدانية على عينة من طالبات الماستر علوم الإعلام والاتصال - جامعة جيغل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : سمعي بصري

إشراف الأستاذ :

* عز الدين بوطنريخ

إعداد الطالبتين :

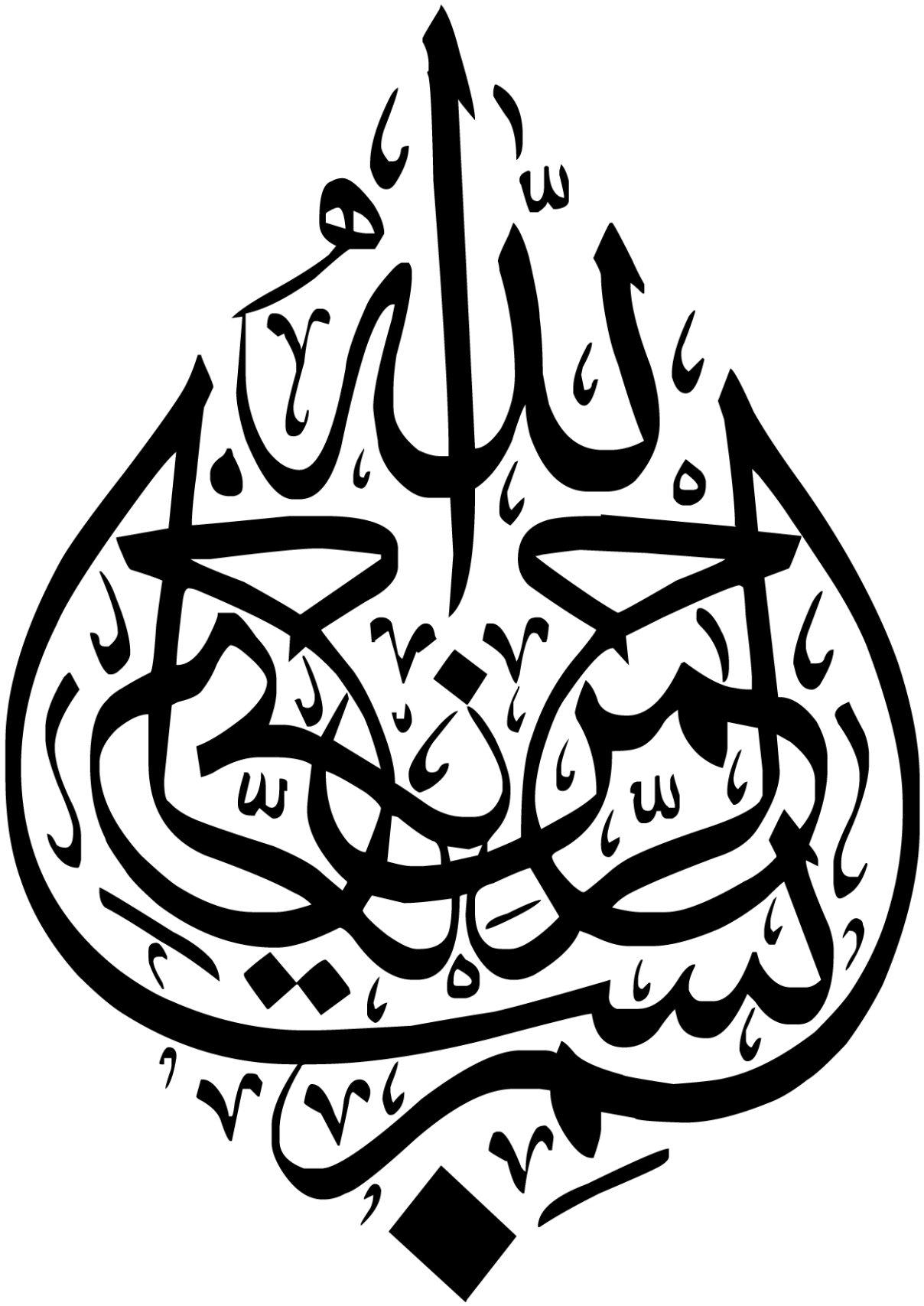
✓ أميرة بوفافة

✓ صورية بوخشم

اللجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيغل	الأستاذ: أمينة بوبصلة
مشرفا ومقرار	جامعة جيغل	الأستاذ: عز الدين بوطنريخ
مناقشا	جامعة جيغل	الأستاذ: مسعود بوسعدية

السنة الجامعية: 2021/2020



شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ

الحمد لله الذي تتم به خير الأعمال

والذي بحمده يكون خير الإكمال والذي كان خير معين وفي صبرنا كان نعم

اليقين لله نجزي الشاء ونقدم عملا نرجو منه الرضا

وإن كان لا بد أن نرجع الفضل إلى أهله والتقدير إلى أصحابه فإننا نبادر بتقديم

الشكر والتقدير لأستاذنا بوطنينخ عزا لدين على صبره الدائم علينا وسعة صدره

فجزاه الله عنا كل خير

كما نتقدم بالشكر لكافة أساتذة قسم الإعلام والاتصال الذين رافقونا طيلة

مشوارنا الجامعي، ندعو الله أن يوفقهم وينير دربهم، ولهم منا فائق التقدير

والاحترام

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر والثناء إلى كل من ساعدنا ولو بالدعاء

جزاكم الله عنا خير الجزاء

الإهداء

ربنا لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك وكل ما أنعمت علينا

من نعم منها توفيقك إيانا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

إلى من قاسمتني أفراحي وأحزاني، وتحملت هموم الحياة من أجل سعادتي....

إلى معنى الحب والحنان... إلى من كان دعائها سر نجاحي.... إلى حبيبتي أمي

الغالية وهيبة.

إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار... إلى من أفنى عمره من أجل أن يراني أعانق

النجاح.... إلى من رباني على الأخلاق الفاضلة إلى أبي الغالي كمال.

إلى أغلى الناس على قلبي إخوتي حسام وإياس وفقهم الله في حياتهم

إلى من ساندني بالدعم والتشجيع زوجي العزيز حسام

إلى رفيقات دربي سلوى وميساء

إلى صديقتي: لامييس، أحلام، ريان، سورية، ريحة

إلى كل العائلة كبيرها وصغيرها خلاتي، عماتي، أخوالي وأعمامي، وكل

أبنائهم .

أميرة

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب
اللحظات إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة
ونصح الأمة إلى الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم إلى فيض
الأمان ونبع الحنان... إلى التي منحتنا عطر الحياة... إلى الوردة التي ليس لها
نظير... إلى التي أرضعتنا الحب... إلى الشمعة التي احترقت من أجل أن تثير لنا
دربنا... إلى التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها نورنا في الوجود أمي الغالية
إلى من تحمل مشاق الحياة... إلى تاج رأسي... إلى القلب الرؤوف الذي كان لي
عونا في الصعاب... إلى من مهد طريق النجاح أمامي... إلى من تعب من أجل
تعليمنا أبي الغالي حفظه الله وأطال في عمره... إلى النجوم التي أنارت أفاق حياتي

إخوتي وفقهم الله

إلى زوجي العزيز أدامه الله لي سندا

إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات صديقتي العزيزات

إلى من تقاسمت معها عناء إنجاز هذا العمل المتواضع صديقتي أميرة وفقها الله

إلى كل من يعرفونني... إلى من وسعهم قلبي وذاكرتي لم تسعهم

صورة



فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	البسمة
	الشكر
	الإهداء
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
05	تمهيد
06	أولاً: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
06	1- تحديد الإشكالية
07	2- تساؤلات الدراسة
07	3- فرضيات الدراسة
07	4- أسباب اختيار موضوع الدراسة
08	5- أهمية الدراسة
08	6- أهداف الدراسة
08	7- تحديد مفاهيم الدراسة

فهرس المحتويات

15	8-الدراسات السابقة
21	ثانيا : الإجراءات المنهجية الدراسة
21	1-مجالات الدراسة
22	2- منهج الدراسة
23	3- أداة الدراسة
24	4-مجتمع الدراسة والعينة
25	ثالثا : النظرية المفسرة للدراسة
25	1-نظرية الاستخدامات والاشباع
25	2-فروض نظرية الاستخدامات والاشباع
26	3-عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع
27	4-دوافع نظرية الاستخدامات والاشباع
27	5-نماذج نظرية الاستخدامات والاشباع
28	6-انتقادات نظرية الاستخدامات والاشباع
29	7-إسقاط النظرية على الدراسة
30	خلاصة الفصل
الفصل الثاني : مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي	
32	تمهيد
33	أولا :نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
34	ثانيا :خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

فهرس المحتويات

36	ثالثا : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
37	رابعا : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
39	خامسا : مكونات مواقع التواصل الاجتماعي
39	سادسا : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
46	سابعا : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
52	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: مدخل نظري حول القيم الدينية	
54	تمهيد
55	أولا : مصادر القيم الدينية
56	ثانيا : خصائص القيم الدينية
58	ثالثا : أهمية القيم الدينية
59	رابعا :وظائف القيم الدينية
60	خامسا : نماذج عن القيم الدينية
64	سادسا :تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية
66	خلاصة الفصل
الفصل الرابع : الدراسة الميدانية	
68	تمهيد
69	1-تفريغ البيانات وعرضها
110	2-نتائج الدراسة العامة

فهرس المحتويات

112	3-نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
114	خلاصة الفصل
116	خاتمة
116	توصيات الدراسة
119	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق
-	الملخص باللغة العربية
-	الملخص باللغة الانجليزية



فهرس الجداول

الصفحة	المحتوى	رقم الجدول
69	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	01
70	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	02
71	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	03
72	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	04
73	جدول يوضح أهم المواقع التي يفضلها الباحثون	05
75	جدول يوضح مدة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي	06
76	جدول يوضح الاسم الذي يستخدمه الباحثون عند استخدامهم لحسابهم الشخصي	07
77	جدول يوضح توزيع الباحثين حسب عدد الساعات التي يقضونها مع مواقع التواصل الاجتماعي	08
78	جدول يوضح الفترة التي يستخدم فيها الباحثون مواقع التواصل الاجتماعي	09
79	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب إعدادات إتاحة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي	10
80	جدول يوضح الأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	11
81	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	12

82	جدول يوضح أهداف استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	13
83	جدول يوضح ما إذا كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المبحوثين يشاركون في نشر المعلومات	14
84	جدول يوضح نوع المعلومات التي يشاركها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
85	جدول يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	16
86	جدول يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	17
87	جدول يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	18
88	جدول يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي	19
89	جدول يوضح إذا كان أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه	20
90	جدول يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي	21
92	جدول يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني	22
93	جدول يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني	23
94	جدول يوضح مدى توافق ما تتلقاه أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمهم الدينية	24
95	جدول يوضح ما إذا حققت مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات و الحاجات	25

	التي تطمح إليها أفراد العينة	
96	جدول يوضح نوع الاشباعات المحققة	26
98	جدول يوضح ما إذا انعكس استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الدينية	27
99	جدول يوضح الانعكاس الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية	28
100	جدول يوضح هل أفراد العينة يتحلون بالأخلاق أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	29
101	جدول يوضح الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	30
102	جدول يوضح المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	31
104	جدول يوضح اتجاه أفراد العينة نحو التماس القيم الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	32
105	جدول يوضح قياس اتجاه أفراد العينة إذا كانت الإجابة بنعم نحو التماس القيم الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	33
106	جدول يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للمبحوثين	34
107	جدول يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للمبحوثين	35
108	جدول يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد العينة	36

109	جدول يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد العينة	37
-----	---------------------------------------------------------------------------	----



فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
69	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	الشكل رقم (1)
70	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	الشكل رقم (2)
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	الشكل رقم (3)
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	الشكل رقم (4)
73	يوضح أهم المواقع التي يفضلها الباحثين	الشكل رقم (5)
75	يوضح مدة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (6)
76	يوضح الاسم الذي يستخدمه الباحثين عند استخدامهم لحسابهم الشخصي	الشكل رقم (7)
77	يوضح توزيع الباحثين حسب عدد الساعات التي يقضونها مع مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (8)
78	يوضح الفترة التي يستخدم فيها الباحثين مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (9)
79	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إعدادات إتاحة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (10)
80	يوضح الأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (11)
81	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (12)
82	يوضح أهداف استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (13)
83	يوضح ما إذا كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل الباحثين يشاركون في نشر المعلومات	الشكل رقم (14)

فهرس الأشكال:

84	يوضح نوع المعلومات التي يشاركها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (15)
85	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	الشكل رقم (16)
86	يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	الشكل رقم (17)
87	يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	الشكل رقم (18)
88	يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي	الشكل رقم (19)
89	يوضح إذا كان أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه	الشكل رقم (20)
90	يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي	الشكل رقم (21)
92	يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني	الشكل رقم (22)
93	يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني	الشكل رقم (23)
94	يوضح مدى توافق ما تتلقاه أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمهم الدينية	الشكل رقم (24)
95	يوضح ما إذا حققت مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات و الحاجات التي تطمح إليها أفراد العينة	الشكل رقم (25)
96	يوضح نوع الاشباعات المحققة	الشكل رقم (26)
98	يوضح ما إذا انعكس استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الدينية	الشكل رقم (27)
99	يوضح الانعكاس الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية	الشكل رقم (28)

فهرس الأشكال:

100	يوضح هل أفراد العينة يتحلون بالأخلاق أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (29)
101	يوضح الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (30)
102	يوضح المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (31)
104	يوضح اتجاه أفراد العينة نحو التماس القيم الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (32)
105	يوضح قياس اتجاه أفراد العينة إذا كانت الإجابة بنعم نحو التماس القيم الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (33)
106	شكل يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للمبحوثين	الشكل رقم (34)
107	يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للمبحوثين	الشكل رقم (35)
108	يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد العينة	الشكل رقم (36)
109	يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد العينة	الشكل رقم (37)

مقدمة

مقدمة:

أدى ظهور الانترنت وما نتج عنه من تغيير في طرق وأساليب انتقال وتخزين المعلومات بين شعوب العالم إلى ولادة وسائل اتصالية حديثة في بداية القرن الحادي والعشرين عرفت بوسائل الإعلام الجديد والتي تتمتع بعدة خصائص (السرعة، التفاعلية، المشاركة...) ومن بين هذه الوسائل المواقع الإلكترونية متعددة الخدمات، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، حيث أتاحت عصرا جديدا للتواصل والاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع خاصة منهم الشباب الجامعي، حيث يعتبرونها وسيلة للإطلاع وتبادل الأخبار وتداول المعلومات، وتكوين علاقات فيما بينهم، وذلك لإشباع رغباتهم وحاجاتهم.

كما أصبحت هذه المواقع جزءاً لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطالبات الجامعية، لا يمكن الاستغناء عنها، فتأثرت بها سواء بالسلب أو بالإيجاب، فقد مست هذه التأثيرات منظومة القيم الدينية للشباب الجزائري عامة والطالبة الجامعية خاص، حيث زادت من الانفتاح وتقليد الغرب مما نتج عنه طغيان عادات وتقاليدهم تتنافى مع قيمنا الدينية، وقلة التواصل مع الأهل والأسرة الواحدة، بحيث أصبح كل فرد لديه عالمه الخاص به، فهناك إيجابيات يمكن الاحتفاظ بها وسلبات التي يجب الابتعاد عنها.

في ضوء ما قدمناه وتم التطرق إليه، تأتي هذه الدراسة للتعرف على انعكاس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطالبة الجامعية، فسبب اختيارنا للموضوع هو الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي والإقبال الكبير للطالبات على هذه المواقع، واستخدامهم المكثف لها وتأثرهم بما ينتشر، و الانعكاس الإيجابي والسليبي نتيجة هذا التأثير، من هذا المنطلق فقد قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة، حددت فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، إلى جانب مفاهيم الدراسة وأسبابها، أهميتها، أهدافها وكذلك مجالات الدراسة وعرض الدراسات السابقة بالإضافة إلى الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة، وتمثل المقاربة النظرية لدراستنا في نظرية الاستخدامات والاشباع

الفصل الثاني: مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث عرضنا نشأتها، خصائصها ومكوناتها، وأهم وأبرز المواقع بالإضافة إلى إيجابياتها وسلبياتها

الفصل الثالث: مدخل نظري حول القيم الدينية، فتناولنا مصادر القيم الدينية، خصائصها، أهميتها، وظائفها وبعض نماذجها وفي الأخير تم التطرق إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية، شملت تحليل وتفسير نتائج إجابات المبحوثين المتعلقة بالبيانات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، التخصص، مكان الإقامة) بالإضافة إلى المحاور الأربعة المتعلقة بالعبادات، الدوافع، الاشباع وأخيرا الانعكاسات، لينتهي الفصل بعرض النتائج العامة للدراسة والتحقق من صحة الفرضيات ثم خاتمة الدراسة ومراجعتها، وملاحقتها.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1-الإشكالية

2-تساؤلات الدراسة

3-فرضيات الدراسة

4-أسباب اختيار موضوع الدراسة

5-أهمية الدراسة

6-أهداف الدراسة

7- تحديد مفاهيم الدراسة

8-الدراسات السابقة للدراسة

ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة

1-مجالات الدراسة

2- منهج الدراسة

3- أداة الدراسة

4-مجتمع الدراسة والعينة

ثالثاً : النظرية المفسرة للدراسة

1-نظرية الاستخدامات والاشبعات

2-فروض نظرية الاستخدامات والاشبعات

3-عناصر نظرية الاستخدامات والاشبعات

4-دوافع نظرية الاستخدامات والاشبعات

5-نماذج نظرية الاستخدامات والاشبعات

6-انتقادات نظرية الاستخدامات والاشبعات

-إسقاط النظرية على الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن البحث العلمي هو عرض مفصل أو دراسة متعمقة تشمل كشفاً لحقيقة جديدة أو حل لمشكلة، حيث يعتبر الإطار المنهجي للدراسة بمثابة خطوة أساسية ومهمة في أي بحث علمي ولهذا الغرض يعتمد الباحث على أسس منهجية يضعها لبحثه كفضلاً تمهيدياً يجعله الباب الذي يدخل من خلاله، ونحن في دراستنا هاته سنتناول موضوع يعتبر من المواضيع الشائعة في وقتنا الحالي والذي جاء تحت عنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على القيم الدينية لدى الطالبة الجامعية، حيث تطرقنا إلى الإشكالية بعد تحديد أبعادها وصياغتها بالإضافة إلى التساؤلات والفرضيات، الوقوف على أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه وإزاحة الغموض حول المفاهيم الرئيسية للدراسة، وكذلك مجالات الدراسة مروراً بالمنهج المتبع ونوع الدراسة. ثم الدراسات السابقة إلى غاية العنصر الأخير والنظرية المفسرة للدراسة دون أن ننسى تطبيق النظرية على الدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1- تحديد الإشكالية:

شهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا في جميع الأصعدة خاصة في مجال الإعلام والاتصال الذي أدى إلى ظهور وسائل وتقنيات جديدة تفرض نفسها على الجمهور، كما شكل الفضاء الافتراضي إنجازات كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم فأصبح عبارة عن قرية كونية واحدة، هذا التطور المذهل لشبكة المعلومات وانتشار التقنيات الحديثة وتزايد تطبيقاتها ساهم في الإسراع في نشر الأفكار والمعلومات وتوصيل الأخبار بالإضافة إلى التنوع في الخدمات التي تقدمها.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية مظهر من مظاهر الإعلام الجديد، ونوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، حيث تلعب دورا بارزا في تحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، وذلك لما تتسم به من خصائص جمة أهمها التفاعلية، المرونة، الشمولية، المشاركة، التي تعتبر دليلا على الممارسة الواسعة للشبكات الاجتماعية في كل ميادين الحياة، مما زاد من شهرتها ومن أبرز نماذجها: الفيسبوك، يوتيوب، أنستغرام، الذي لا تكاد تخلو أمة من أمم الأرض أو شعب من شعوبها من تأثيره سلبا أو إيجابا.

وقد أثبت العديد من الدراسات ما أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي وما خلفته من آثار على النسيج الاجتماعي والثقافي في المجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص، تعتبر القيم من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات وتقام عليها الأمم وعليه فهي المرآة العاكسة للمجتمع وتخص بالذكر القيم الدينية التي يؤمن بها أي شعب وتعتنقها أية أمة وتعتبرها العمود الفقري لتواصلها، دوامها، تماسكها، رقيها وتقدمها، وترجع أهمية القيم في حياة الفرد والمجتمع على أنها تمثل الضوابط الحاكمة للسلوك الإنساني بشكل عام فهي التي تحدد للفرد ما الذي عليه أ، يفعلُه وتحكم على نتائجه النهائية.

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما كبيرا لدى مستخدميها حيث مست كل الفئات العمرية خاصة الفئة الأكثر عرضة لها وهي فئة الشباب عامة والطالبات الجامعيات خاصة، حيث أصبحت هذه الفئة الأكثر استخداما واستهدافا لهذه المواقع وهذا ما أكدته بعض الدراسات منها دراسة (صاره شهرة، يزيد قلاطي) التي أكدت أن الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة ونسبة مرتفعة قدرت ب 83.09%، فإذا أمعنا في قيمها وخصائصها وسلوكياتها واتجاهاتها فإننا نجدها الفئة الأكثر تأثرا وتأثيرا بما ينشر ويث عبر هذه المواقع، وأن العالم الافتراضي أصبح بالنسبة للطالبة الجامعية وسيلة شيقية وممتعة لقضاء أوقاتها وإثبات ذاتها أمام

صديقاتها ومصدرا مهما لتلقي المعلومات لذلك وجب الاهتمام بها والنظر لمتطلباتها والتفكير بها لأن اهتمام الطلبة المتزايد بخدمات هذه المواقع والانعكاسات التي تنجز عن هذا الاستخدام يدع الدراسة وتسيط الضوء عليها فمن هذا السياق نطرح التساؤل التالي:

- كيف ينعكس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعية؟

2- تساؤلات الدراسة

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعية؟

3-فرضيات الدراسة

- تستخدم الطلبة الجامعية مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف.
- يعتبر الترفيه والشقيف من أهم دوافع استخدام الطلبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- يحقق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اشباعات دينية ومعرفية لدى الطلبة الجامعية .
- ينعكس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطلبة الجامعية.

4-أسباب اختيار موضوع الدراسة

أ- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في البحث في هذا الموضوع لارتباطه بالتخصص.
- الميل الشديد إلى البحث عن كل ماله علاقة بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة المتعلقة بالطلبة الجامعية .
- ما نشاهده من تدني القيم و فساد الأخلاق الأمر الذي زاد في رغبتنا في دراسة هذا الموضوع.
- التدرب و التمکن من إنجاز بحوث ميدانية تساعد على معالجة مختلف المشكلات القابلة للدراسة وكذلك كيفية استخدام الإجراءات المنهجية بطريقة علمية .

ب- أسباب موضوعية :

- الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي وإقبال الطالبات على استخدامها في الجامعة بعيدا عن رقابة الأسرة.
- التغييرات الجذرية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي لعبته في تغيير القيم خاصة الدينية .

الفصل الأول:

- تطور مواقع التواصل الاجتماعي وتوالي الأحداث دفعنا للوقوف على مدى انعكاساتها في تغيير القيم الدينية للطلبة الجامعية.

5- أهمية الدراسة

- تبرز أن الدراسة تتناول ظاهرة من ظواهر العصر دائمة التطور يوما بعد آخر ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي.

- وقوع الطلبة الجامعيين ضحية الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي مما انعكس سلبا على قيمهم خاصة الدينية منها.

- التبصر بالآثار السلبية الناتجة عن التغيير في القيم الدينية، فالانترنت تعد من أخطر الوسائل الإعلامية التي تساهم في تغيير القيم لدى الأفراد.

6- أهداف الدراسة :

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف على دوافع استخدام الطلبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي .
- التعرف على الاشباعات المحققة من وراء استخدام الطلبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- محاولة الوصول إلى الانعكاسات التي تنجم عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعية.

7- تحديد مفاهيم الدراسة:

وهي العناوين الواردة في عنوان الدراسة متمثلة في المتغير المستقل والمتغير التابع.

1- الاستخدام:

أ- لغة :

- استخدام (اسم): مصدر استخدم.
- استخدام المرأة أو الرجل: اتخاذها خادمة أو خادما.
- استخدام آلة: استعمالها.

- استخدام بدون تصريح: استخدام بطاقة انتمائية من قبل شخص غير حاملها.¹

ب- اصطلاحا:

- الاستخدام يتضمن معنيين أساسين على الصعيد الاصطلاحي .

المعنى الأول: يرتبط بالممارسة الاجتماعية التي تجعل تكرار السلوك ما شيئا مألوفاً وعادياً في ثقافة ما، لهذا فإنها تقترب من العادات والطقوس، أما المعنى الثاني فهو يحيل إلى استعمال شيء سواء كان مادياً أو رمزياً لغايات خاصة ويعرف الاستخدام انه "الطريقة بالفرد أو الجماعة في استخدام التكنولوجيا، والتي تدخل في سياق ممارسة ما مثل اتصال أو عمل أو تسليمة".²

المعنى الثاني: هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع وذلك بفضل التكرار والقدم، وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات وإلى السلوكيات والعادات والاتجاهات فحسب هذه الدراسة الاستخدام هنا يعني به عملية وطبيعة التصفح التي تقوم بها الأفراد من خلال الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية التفاعلية.³

ت- إجرائياً :

هو سلوك وممارسة يجعل تصفح الطالبة الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لديها نتيجة التكرار من أجل تحقيق غاية معينة.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة:

الأصل الاستشقاقي لفعل التواصل يعني جعل الشيء مشتركاً، فالتواصل يعني عملية انتقال الفرد من وضع فردي إلى وضع اجتماعي وهو ما يفيد فعل اتصل الذي يتضمن الإخبار والتخاطب والإبلاغ، ويتعلق بنقل الرسائل، أو الرموز الحاملة للدلالة، ويمكن للتواصل -كنشاط تبادلي- أن يتم بواسطته الأصوات والإشارات أو صورة، أو علامات مكتوبة يتميز بأعلى مراتب الدقة على مستوى اللسان.⁴

¹ - معجم المعاني الجامع عربي عربي ، متاح عبر الرابط الإلكتروني: <http://www.almanya.com>، تاريخ الزيارة 2021/04/10، على الساعة 17:18h.

² - محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الحشابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)، ط1، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، 2020، ص 44.

³ - رايس علي إبتسام، نظرية الإستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وأبحاث، العدد25، جامعة وهران، 2016، ص 19.

⁴ - الطاهر مجاهدي، يمينة بوبعاية، درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي:دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعتي البرج و المسيلة، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، المجلد12، العدد الأول، ص60.

- التواصل في اللغة العربية مصدر (تواصل) وتعني: الإجماع والاتفاق.
- يقال تواصل الصديقان أي واصل أحدهما الآخر في اتفاق ووثام، واجتمعنا واتفقنا وكان فلان على اتصال دائم به. أي دائم اللقاء به.

والتواصل الاجتماعي قد يكون لفظيا أو كتابيا أو إلكترونيا.¹

ب- اصطلاحا:

- مواقع إلكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمستخدميها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتربطهم لخدمة تكوين صداقات أو البحث عن اهتمامات وهوايات وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم، ومن أشهر هذه المواقع: يوتيوب Yootoub، وتويتر twitter، فيسبوك Facebook وغيرها.²

- وعرفها الصادق: بأنها مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت تمثل الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل والتي تتيح لكل من الأفراد أو الجماعات بالتواصل فيما بينهم عبر الفضاء الرقمي.³
- تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تمثل شكلا مبسطا من أشكال التواصل الإنساني لأنها تسمح للتواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات الالكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع.⁴

هي تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة -Note) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم . وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.⁵

¹ - حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، رحلة في الأعماق، ط1، دار القلم، دمشق، 2020، ص23.

² - محمد فخري راضي، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار مجد للنشر والتوزيع، 2014، ص16.

³ - هشام علي شطاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الموارد البشرية شباب الجامعات الأردنية، إقليم الشمال (ايموك والتكنولوجيا)، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، العدد 2، جامعة الوادي الجزائر، 2016، ص60.

⁴ - سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص84.

⁵ - عبد الرزاق الدليمي، استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها، مجلة علوم الإنسان و المجتمع، العدد 12، 2014، ص124.

- وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب 0.2، الذي يتيح 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 للأخرين ومعرفة إخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.¹

- ويعرفها ايلسون Ellison وبويد Boyd الشبكات الاجتماعية على أنها تلك المواقع المؤسسة على خدمات الويب والتي تسمح للأفراد ببناء ملف تعريف Profile عام أو شبه عام داخل نظام محدد، والولوج إلى قوائم المستخدمين الذين يشاركونهم الاهتمام أو الصلة، واستعراض وإدارة قوائم الصلات وملفات تعريف من أسسوها داخل النظام.²

ت- التعريف الإجرائي:

هي شبكات اجتماعية تفاعلية موجودة على الانترنت مثل: الفيسبوك، يوتيوب، تويتر... الخ تتيح لمستخدميها إنشاء حسابات شخصية من أجل التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الرقمي بالإضافة إلى احتوائها على خدمات إلكترونية .

3- الانعكاس :

أ- لغة:

- الانعكاس مصدر انعكس، انعكاس الضوء ارتداده على سطح صقيل، بحيث تساوي زاوية الانعكاس زاوية السقوط "زاوية الانعكاس"

- حدث انعكاس خطير على حياته: ارتداد، أثر، انقلاب

- ستحدث هذه الواقعة انعكاسات هامة على حياته.³

- عكس الشيء يعكسه عكسا فانعكس : رد آخره على أوله.⁴

ب- اصطلاحا :

¹ - ليلي أحمد جزار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص 37.

² - عبد الله ثاني محمد الندير، الصورة و الاتصال، مجلة علمية محكمة بالدراسات الإعلامية والاتصالية، العددان 17 و 18، 2018، ص 299.

³ - معجم الغنى عربي عربي متاح على الرابط الإلكتروني: www.arrabdict.com تاريخ الزيارة 2021/04/11 على الساعة 20:15 .

⁴ - مدحت عبد الرزاق الحجازي، معجم مصطلحات علم النفس-عربي -إنجليزي-فرنسي، دار الكتب العلمية، ص 64.

يختلف مفهوم الانعكاس اصطلاحاً بحسب ما يقصد منه، فقد عرفها قاموس شركة صخر بأنه الآثار والتطبيقات الناتجة عن استخدام المادة الوراثية التي يمكن أن يكون لا تأثير إيجابي أو سلبي عن الأمن القومي سواء على المدى القريب أو البعيد، كما يراها جميع المختصين في المادة الوراثية.¹

ت- إجرائياً:

نقصد بالانعكاس في دراستنا التغير أو الأثر الإيجابي أو السلبي الذي يحدثه استخدام الطلبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوكهن وأفكارهن وقيمهن الدينية.

4- تعريف القيم:

أ- لغة:

- كلمة القيمة التي انتشر استعمالها في عصرنا بمعنى الكلمة الفرنسية rsValeu تدل أصلاً على اسم النوع من الفعل "قام" بمعنى وقف واعتدل وانتصب وبلغ واستوى.

- وفي اللغة العربية القيمة هي واحدة القيم، وأصله الواو، لأنه يقوم مقام الشيء يقال "قومت السلعة" والاستقامة: الاعتدال، يقال "استقام له الأمر، وقومت الشيء فهو قويم أي مستقيم" وقام المتاع بكذا، أي تعدلت قيمته به، والقيمة الثمن الذي يقام به المتاع أي يقوم مقامه

- وقوله تعالى "ولم نجعل له عوجاً قيماً" (القرآن الكريم سورة الكهف الآيتان 1 و 2)

وقوله "وذلك دين القيم" (القرآن الكريم، سورة البينة، الآية)

فالقيمة هنا اسم للأمة القائمة بالقسط، وقيم الأمر مقيمه وأمر قيم: مستقيم ... وفي الحديث: ذلك الدين القيم، أي المستقيم الذي لا زيغ فيه ولا ميل عن الحق، والملة القيمة المعتدلة، وفي المعجم الوسيط: القيمة: قيمة الشيء: قدره وقيمة المتاع ثمنه، جمعة: قيم².

تدور مادة القيم في اللغة على معنى الاعتدال، الاستقامة، المواظبة، الملازمة، والثبات على الشيء وعدم الميل عن الحق، والبعد عن الزيغ. قال الله تعالى: "من أهل الكتاب أمة قائمة" أي مواظبة على الدين ثابتة عليه وقال

¹ - رائدة بوحاوي، كريمة ستوان، العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء إدارة المؤسسة الجامعية-دراسة ميدانية بجامعة جيجل-، رسالة ماستر، الجزائر، 2016/2017، ص13.

² - سهام سوكر، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008/2009، ص17.

القراء: أمة قائمة أي متمسكة بدينها، وقال تعالى " لا يؤده إليك مادمت عليه قائما" أي مواظبا، وملازما، ومنه الاستفادة والتقويم .

ويستفاد مما تقدم أن معنى القيمة اللغوية للقيم هو الشيء الثابت المستقيم المعتدل الذي يصدر عن الإنسان كسلوك تميل إليه النفس تسمد كيائها، وتحفظ عن طريقه حقوقها، وواجباتها تجاه غيرها¹. وتعرف القيم بأنها حكم يصدره الإنسان المسلم على شيء ما مهتديا بمعايير شرعية تحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من منطلق القرآن والسنة ومن هنا فإن العقيدة الإسلامية منبع القيم وهي ثابتة بثباتها، أما في الغرب فهي مرتبطة بالواقع ومتغيرة بتغيره.²

5-القيم الدينية:

أ-إصطلاحا:

القيم جميعا مطلقة غير نسبية، فهي الحق بالإطلاق والخير بالإطلاق، يستمد الفرد منها أسس بنائه العقائدي في عروجه صوب مكارم الأخلاق، تتصف بقوة الدفع إلى السوء والإبداع الذي هو جوهر الإنسان، وإلى حرية التفكير والتعامل بالحسنى واحترام الآخر.³

هي مجموعة من الأوامر والنواهي التي تجعل سلوك الإنسان متطابقا مع قواعد الشرع الحنيف، والتي تشمل عقيدة الإنسان وعباداته ومعاملاته مع بني جنسه، وعلاقته مع الكون الذي يعيش فيه، وتكون نابعة من القرآن الكريم والحديث الشريف.

القيم الدينية ليست مبادئ نظرية، ولكنها سلوك وعمل وواقع حياة، وهي تتجه إلى تكوين الفرد الصالح فإذا تم ذلك تحقق قيام المجتمع القوي السليم الذي يتعاون أفراده على البر والتقوى، وتستقر فيه دعائم الكافية والعدل والسلام والإنسان في حاجة إلى أن يعرف هذه القيم على صورتها الحقيقية، حتى يستطيع أن يأخذ بالاتجاه القويم في الحياة.⁴

1- عبد الله محمد أحمد حريري، القيم في القصص القرآن الكريم، رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية، تخصص تربية إسلامية، جامعة طنطا، 1988، ص 47.

2- سعاد حبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 19.

3- سامية ابرييم، تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية من وجهة نظر أساتذة العلوم الاجتماعية في جامعة أم لبواقي وتبسه، مجلة الرسالة لدراسات الإعلامية، العدد 8، 2018، ص 117.

4- محمد كامل حته، القيم الدينية والمجتمع، دار المعارف، مصر، 1983، ص 1.

وعرفها الشحات القيم الإسلامية بأنها "حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً. مجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محدد المرغوب فيه والمرغوب عنه.¹

ب- إجرائياً:

هي مجموعة من الأوامر والمعايير والفضائل التي جاء بها الإسلام فهي تصنع شخصية الفرد وتوجه سلوكه، ومن مصادرها القرآن الكريم، السنة النبوية، والإجماع والقياس.

6-الطالبة الجامعية:

أ- لغة:

يقصد باسم طالب في اللغة العربية أي شخص يطلب العلم، ويطلق عادة على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوية والعالية، والجمع من طالب هو طالبون، وطلبة وطلاب والمؤنث طالبة، وجمع المؤنث طالبات كما يقال اتحاد الطلبة، والمقصود بالمصطلح هو التنظيم الذي يتم تأسيسه في الجامعة والكلية بهدف توفير تسهيلات للطلاب، أما في اللغة الإنجليزية فيطلق باسم Student على الشخص الذي يتعلم في الكلية أو في الجامعة، واسم Pupil على الشخص الذي يتعلم في المدرسة.²

ب- اصطلاحاً:

هو الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه المنفتح على العالم الآخر والمطلع على تجاربه واختراعاته المتمتع بالقدرة العلمية التي تساعد على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السري جداً، وبامتلاكه لهذه المقدرات حتى يتمكن من اللحاق بركب التطور والإدراك.³

-الطالب الجامعي هو الذي يتلقى دروس ومحاضرات والتدريب على كيفية الحصول على المعلومات في مؤسسة التعليم العالي للحصول على شهادة جامعية.⁴

1- أحلام عتيق السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية و تطبيقاتها السلوكية على منظور إسلامي ، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، المجلد الثالث، العدد الثاني، 2019، ص85.

2- هديل شلشل، متاح على الرابط الإلكتروني: <http://mawdoo3.io>. تمت الزيارة 2021/04/12 على الساعة: 22:22.

3- مرزاقه بلباله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، رسالة ماجستير، جامعة بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018/2019، ص18.

4- مصطفى مزيش، مصادر المعلومات ودوره في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية-دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة-، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات، 2008/2009، ص24.

- الطالب هو أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، وهو الشخص الذي انتقل من المرحلة الثانوية إلى المرحلة الجامعية والتي تتطلب قيامه بأدوار تحقق أهدافه وطموحاته¹.

ت- إجرائيا:

نقصد بالطالبة الجامعية في هذه الدراسة طالبات الماجستير إعلام واتصال اللواتي يزاولن دراستهن بجامعة جيجل (قطب تاسوست) ممن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي.

8- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على القيم الدينية للطالبات الجامعيات وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين الجزائرية والعربية، وسوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملاحظاتها. مع تقديم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية، ونشير إلى أن هذه الدراسات التي سوف نقوم بها باستعراضها شملت مجموعة من البلدان مما يشير إلى تنوعها الزمني والجغرافي.

الدراسة الأولى:

الموسومة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وسبل تطويره.

للطالبتين أميرة بسام الآغا، ونور يحيي إسماعيل .

الجامعة الإسلامية وجامعة فلسطين، غزة، سنة 2015-2016.

الهدف من هذه الدراسة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية و لتحقيق هذا الهدف طرحت أسئلة تمثلت في مشكلة بحثهم مفادها:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية من وجهة نظرهم
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a > 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية تعزى لمتغير الجامعة، الجنس، الكلية ساعات استخدام المواقع يوميا؟

¹ - رضوان بواب، الكفايات المهنية اللازمة لأعضاء هيئة التدريس الجامعي من وجهة نظر الطلبة، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع العمل والتنظيم: إدارة الموارد البشرية، جامعة سطيف2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2013/2014، ص152.

- ما سبل تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية؟ واعتمدت الباحثتان في دراستهما على المنهج الوصفي التحليلي، مستعينة بذلك على أداة وهي الاستبيان. وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلبة البكالوريوس في الجامعة الإسلامية وجامعة فلسطين في قطاع غزة، وتم اختيار العينة العشوائية تمثلت في 30 طالبا وطالبة. لخصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

-الدرجة الكلية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة جاءت بدرجة تقدير (كبير) و بوزن نسبي 75%.

-عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a > 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية تعزى لمتغير (الجنس، الكلية، عدد ساعات استخدام المواقع يوميا) مع وجود فروق في متغير الجامعة لصالح طلبة جامعة فلسطين.

التعقيب على الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية أما دراستنا فتناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على القيم الدينية، تقاطعت هذه الدراسة مع دراستنا في أنها أجرت بحث ميداني عملي بالإضافة إلى اعتمادها على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات واعتمادها على العينة العشوائية، واختلفت من حيث المنهج فاعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ومجتمع دراستهم طلبة البكالوريوس في الجامعة الإسلامية بفلسطين لكن في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي ومجتمع الدراسة طالبات الماجستير بجامعة جيغل.

الدراسة الثانية :

الموسومة بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 2014.

-فهد بن علي الطيار .

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة ولتحقيق هذا الهدف طرح البحث.

- طرح الباحث تساؤل رئيسي مفاده ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "تويتر نموذجاً" على القيم لدى طلاب الجامعة؟

وتندرج تحته تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما الآثار الايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما اثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي، مستعينا على أداة وهي الاستبيان.

وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الطلاب المنتسبين لجامعة الملك سعود بالرياض وتم اختيار العينة بطريقة

عشوائية تمثلت في 2274 طالبا.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في:

التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية .

وإن أهم الآثار الايجابية تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من شبكات

التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة

شبكات التواصل الاجتماعي ظهر في تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة

الجنس الآخر بجرأة.

التعقيب على الدراسة :

قامت هذه الدراسة بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة حيث

تشارك مع دراستنا في متغير شبكات التواصل الاجتماعي وأيضا متغير الطلاب، مما ساعدتنا في الجانب النظري،

وأيضا لها نفس الأداة الاستبيان ولكن في هذه الدراسة ركزت على احد المواقع وهو تويتر.

الدراسة الثالثة:

الموسومة بعنوان تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطالبة فاطمة عبد الرزاق الربابعة.

رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية التربية، سنة 2016.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول اثر

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية وطرحت أسئلة تمثلت في :

- ما تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

على القيم الاجتماعية ؟

-هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) تعزى لمتغيري (السنة الدراسية، الجنس)؟

واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، مستعينة على أداة وهي الاستبيان.

وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك والمسجلين في الفصل الثاني من العام الدراسي (2015-2016)، تم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية تمثلت 143 طالبا وطالبة. أظهرت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية تعزى لمتغير الجنس وصالح الإناث.

أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية تعزى لمتغير السنة الدراسية.

التعقيب على الدراسة :

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في الأداة وهي الاستبيان وكذلك في مجتمع البحث وهم الطلاب سواء ذكور أو إناث إلا أن نحن اخترنا الإناث أي الطالبات وقد اختلفت مع دراستنا في المنهج حيث اعتمدت على المنهج الوصفي بالإضافة إلى العينة العشوائية الطبقية ولكن نحن اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي المسحي بالإضافة إلى العينة العشوائية.

فيما يخص متغيرات الدراسة تشاركت مع دراستنا في متغير مواقع التواصل الاجتماعي والطلبة أما متغير القيم فقد تناولت هذه الدراسة القيم الاجتماعية أما دراستنا القيم الدينية.

الدراسة الرابعة :

الموسومة بعنوان أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "موقع فيسبوك" نموذجاً.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، كلية الإعلام، سورية، 2016.

للباحث بطرس الحلاق.

الهدف من هذه الدراسة التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "موقع الفيسبوك نموذجاً"

ولتحقيق هذا الهدف تم طرح عدد من الأسئلة تمثلت في :

- ما أهم الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعة لموقع التواصل لاجتماعي "فيسبوك" ؟
- ما أهم الايجابيات والسلبيات المترتبة على استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك ؟
- هل استخدام موقع "فيسبوك" والعرض لمحتوياته يساعد طلبة الجامعة على الارتباط بالقيم؟
- هل يساعد موقع "فيسبوك" طلبة الجامعة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية؟

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي، مستعين على أداة وهي الاستبيان .

وتمثل مجتمع الدراسة في جميع الطلاب المسجلين في جامعة دمشق في العام الدراسي (2015-2016) وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية تمثلت 360 مفردة.

كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين من طلاب الجامعة يعتقدون أن استخدامهم لموقع فيسبوك والتعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم. أن طلبة الجامعة في أغليتهم ذكورا وإناثا يوافقون على أن موقع "فيسبوك" يساعدهم على الارتباط بالقيم، ولكن الإناث وبسبب دورهن في المجتمع كن أكثر اعتقادا في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي يرتبطن أكثر بقيم الطموح، تقدير العلم، احترام الذات والمسؤولية .

التعقيب على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في متغير مواقع التواصل الاجتماعي والطلبة في حين ركزت هذه الدراسة على احد المواقع وهو موقع الفيسبوك وتم اختياره كنموذجنا وأيضا ساعدتنا في إعداد بعض أسئلة الاستمارة بالإضافة إلى أنها تقاطعت مع دراستنا في نوع العينة التي كانت عينة عشوائية والأداة استمارة الاستبيان .

الدراسة الخامسة :

الموسومة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية-دراسة ميدانية على عينة من طلبة القطب الجامعي تاسوست-للطالبتين ريمة مرابط وزهرة بخيخ .

رسالة ماستر كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، سنة 2017-2018.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين، ولتحقيق هذا الهدف تم طرح تساؤل رئيسي مفاده، كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟

وتندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية تمثلت في :

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي دوافع وحاجات تصفح الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟

اعتمدت الطالبتان في دراستهما على المنهج الوصفي، أداة الاستبيان وتمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة القطب الجامعي تاسوست العام الدراسي 2017-2018، وتم اختيار العينة العنقودية تمثلت في 121 مفردة حصلت نتائج الدراسة إلى انه يتضح أن أكبر نسبة من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات ومن ساعتين إلى ثلاث ساعات، وذلك في أوقات الفراغ، حيث يفضل أغلبهم مشاركة الفيديوهات والصور من خلال تصفحهم لموقع اليوتيوب والفيسبوك كما تبين من خلال هذه الدراسة أن دوافع تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع اجتماعية، ثقافية، دينية بهدف الاطلاع على الأحداث الجارية، وأن المنشورات التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي تنمي الثقافة الدينية وتحسن الواقع الاجتماعي للأفراد، وزيادة وعيهم الديني .

التعقيب على الدراسة :

هذه الدراسة تشابهت مع دراستنا في جميع المتغيرات مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الدينية وأيضاً عينة الطلبة إلا أن عينتنا هي الطالبات فقط، اختلفت في المنهج المستعملة الوصفي، والعينة العنقودية، أما في دراستنا فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي والعينة العشوائية واستفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري وأيضاً في الجانب التطبيقي في إعداد أسئلة الاستبيان.

ثانيا : الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة:

إن المجال يشير إلى المكان والمنطقة الجغرافية والمجتمع وأيضا الزمن الذي يستغرق خلال الدراسة ويمكن تقسيم المجال إلى ثلاث مجالات:

- المجال المكاني:

تم إجراء هذه الدراسة بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل- قطب تاسوست، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال

- المجال الزمني:

هي المدة التي استغرقتها دراستنا، وقد مرت دراستنا في الموسم الجامعي 2020-2021 بثلاث مراحل:

✓ المرحلة الأولى: تمثلت في اختيار العنوان وذلك في نهاية شهر ديسمبر 2021.

✓ المرحلة الثانية : تتمثل في إعداد الجانب النظري وجمع المصادر والمراجع المتعلقة بموضوع دراستنا وكان في نهاية شهر جانفي 2021.

✓ المرحلة الثالثة:

تمثلت في الجانب التطبيقي إعداد استمارة الاستبيان وتوزيعها وتحليلها وذلك من شهر ماي إلى بداية شهر جوان 2021.

- المجال البشري:

يقصد به مجتمع البحث.

2- منهج الدراسة :

يعرف المنهج بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث، إذ هو الذي ينير الطريق ويساعد الباحث في ضبط أبعاده، مساعي، أسئلة وفرضيات البحث.¹ وهو عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منسقة ومنظمة".²

¹ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008، ص 176.

² موريس أنجوس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية -تدريبات علمية-، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص36.

تكتسي دراسة المنهج أهمية كبيرة فمهما كان موضوع البحث، فإن قيمة النتائج تتوقف على قيمة النتائج تتوقف على قيمة المنهج المستخدمة.¹

تنتمي دراستنا إلى المناهج الوصفية التي تحظى بمكانة خاصة في مجال العلوم الإنسانية، حيث أن نسبة كبيرة من الدراسات والبحوث الإنسانية المنشورة هي وصفية في طبيعتها.² ويمكن تعريفها على أنه المنهج الذي يعني بالدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص وتصنيف المعلومات، والحقائق المدروسة المرتبطة بسلوك عينة من الناس أو وضعيتهم، أو عدد من الأشياء أو سلسلة من الأحداث أو منظومة فكرية، أو أي نوع آخر من الظواهر أو القضايا، أو المشاكل التي يرغب الباحث في دراستنا لغرض تحليلها وتفسيرها وتقييم طبيعتها للتنبؤ بما وضبطها أو التحكم فيها.³

وقد اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يعد أحد أنواع المناهج المرتبطة بالبحوث الوصفية، وهو المنهج الذي يعرف بأنه: الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة أو تساؤلاتها.⁴

أن الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية هي جمع المعلومات التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها، ومن ثم الخروج بالاستنتاجات منها. نستطيع تحديد أهداف وأغراض الدراسة المسحية بأنها تبرير الأوضاع والأنشطة الموجودة في مجتمع المسح المعني، والوصول إلى خطط أفضل لذلك المجتمع، بغية تحسين الأداء والأوضاع فيه.⁵

3- أداة الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على أداة وحيدة وهي الاستبيان والذي تعتبر من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث تستخدم في الحصول على معلومات

¹ مجموعة المؤلفين، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2019، ص 13.

² سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 125.

³ موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة عراي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية و التربوية و النفسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13، 2013، ص 23.

⁴ سعد سلمان المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص 132.

⁵ عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، 1999، ص 139.

دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها.¹

يمكن تعريفها بأنها :

الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث والمبحوث، وتحمل الاستمارة الاستبانة مادة على شكل مجموعة من الأسئلة يعطي بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة.²

وقد قمنا بإعداد المسودة الأولية للاستمارة بالتوجيه والتشاور مع الأستاذ المشرف، حيث تم تقسيم الاستمارة الى 5 محاور بداية البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث : دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الرابع : الاشباع المحققة من استخدام الطالبات الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي .

الحوار الخامس : انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطالبات الجامعيات .

وزعت الاستمارة على عينة عشوائية تمثلت في 80 طالبة بجامعة جيجل قطب تاسوست لموسم الدراسي 2020-2021.

لمعرفة الهدف الداخلي للاستمارة تم تحكيمها لدى الأستاذين:

بودرع، الحامدي.

4- مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع الدراسة :

بعد تحديد الباحث لمشكلة البحث وفرضياته لا بد له من تحديد مجتمع الدراسة لأن صياغة الفرضية تكون على شكل عبارة تتكون من متغيرات تدل على سمات أفراد أو أشياء تشكل المجتمع الإحصائي والذي يعرف بأنه جميع الأفراد والأشخاص والأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.³

وهو أيضا المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.⁴

¹ - أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص220.

² - محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 20،21.

³ - زياد احمد الطويسي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية لواء البتراء، 2001، ص 2.

⁴ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، علم الكتب، مصر، 2000، ص 130.

يعتبر مجتمع الدراسة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، يتمثل مجتمع دراستنا في الطالبات الجامعيات اللواتي يدرسن بجامعة جيجل، حيث اختيرت منهم عينة بلغ عددها 80 طالبة.

ب- العينة:

يعتبر اختيار العينة جزءا أساسيا ومهما جدا في البحث العلمي، نظرا لصعوبة الوصول إلى كل أفراد المجتمع (بسبب الكلفة الباهظة والوقت) يجب على الباحث أن يختار عينة أو مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة تساعده على فهم أنماط وديناميات المجتمع المدروسة.¹

حيث تم تعريفها على أنها: "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".² وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية البسيطة، تعد العينة العشوائية البسيطة أسهل أشكال العينة العشوائية في التطبيق ويتم اختيارها في حالة توافر شرطين أساسيين يسهمان في أن تؤدي إلى اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث الأول تحديد مجتمع البحث تحديدا دقيقا، أي أن يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين، والثاني أن يكون مجتمع البحث متجانسا.³

وقد قمنا بسحب عينة قدرت ب 80 مفردة حيث تم سحب 27% من المجموع الكلي من مجتمع الدراسة والمقدر ب 299.⁴ وقمنا بالعملية التالية: $80 = 100 / 2 \times 299$.

¹ - ريم ماجد، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريد ريش إيبستا، بيروت، 2016، ص29.

² - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار الوائل للنشر، 1999، ص84.

³ - وائل عبد الرحمن التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص41،42.

⁴ - مصلحة الإحصائية والإعلام والتوجيه، تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، السنة الجامعية 2020/2021، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 18-05-2021.

ثالثا: النظرية المفسرة للدراسة

1- نظرية الاستخدامات والاشباع:

إن مدخل الاستخدامات والاشباع هو محاولة نظرية لتفسير الأساليب التي من خلالها يوظف الفرد عملية الاتصال لخدمة حاجاته وتحقيق أهدافه، كما يقدم هذا النموذج تصنيفا متناسقا للأساليب التي يتبعها الأفراد لإشباع حاجاتهم.¹

تعني نظرية الاستخدامات والاشباع في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته الكامنة، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون ناشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.²

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلومر 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام محتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.³

2- فروض نظرية الاستخدامات و الاشباع:

- أفراد الجمهور مشاركون فعالون يستخدمون وسائل الاتصال لإرضاء حاجاتهم .
- أفراد الجمهور على وعي تام بالحاجات التي تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام .
- يستطيع أفراد الجمهور تحديد الاحتياجات والدوافع والوسائل التي يستخدمونها لإشباع هذه الحاجات .
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.⁴

3- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع :

لهذه النظرية عدة عناصر :

¹ طارق سيد أحمد الخليلي، معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي -عربي، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص307.

² هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية و الإعلام، التربية النوعية، جامعة المنوفية، ص 156.

³ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 214.

⁴ بارعة حمزة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق الانترنت والاشباع المحققة منها، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول + الثاني، 2009، ص.458.

أولاً : افتراض الجمهور النشط:

وتفترض النظرية أن الجمهور هو الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له، ويتحكم في اختيار الوسيلة الاتصالية التي تقدم المحتوى الذي يناسب اهتمامه.¹

ثانياً: الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

انتمى "جون جوستون" في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد منعزلين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة، وطبقاً لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية، وتفاعله مع هذه البيئة.²

ثالثاً: الجماعات: صنف ماسلو الحاجات الإنسانية إلى خمسة مستويات:

- **المستوى الأول :** الحاجات الفسيولوجية والجسدية: وهي الحاجات التي يشترك فيها البشر جميعاً مثل الحاجة إلى الغذاء، الهواء، الجنس، والنوم.
- **المستوى الثاني:** الحاجات الأمنية: مثل الحاجة للحماية والنظام والاستقرار
- **المستوى الثالث :** الحاجات الاجتماعية: وهي حاجات مكتسبة من البيئة تنبع من رغبة الفرد في الشعور بالعاطفة والصدقة والانتماء
- **المستوى الرابع :** الحاجات الذاتية: لا يستطيع الفرد الوصول إلى هذه الحاجات إلا بإشباع المستويات السابقة ويشمل الحاجة إلى المكانة، النجاح، احترام الذات
- **المستوى الخامس:** تحقيق الذات: وهي أرقى الحاجات ولم يصل إلى هذا المستوى إلا عدد قليل من البشر.³

4-دوافع نظرية الاستخدامات والاشباع:

الدافع هي حالة استشارة وتوتر خارجي يثير السلوك وتدفعه إلى تحقيق هدف معين. ومعظم نظريات الاتصال في مجال دوافع التعرض للجمهور لوسائل الإعلام تحاول البحث فيما وراء السلوك لكشف السبب الداخلي للفعل وهي تحدد دوافع الفرد كميول ثابتة لإرضاء حاجة معينة (مثل الإطعام، الجنس، العاطفة،

¹ - سلام عبد المهدي، كريم الجيوري، دور فئاتي الحرة(BBC) الناطقين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في

الأردن والإمارات-دراسة مقارنة_ رسالة ماجستير، جامعة البترا، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، 2013/2014، ص 15.

² - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 244.

³ - كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، نسخة إلكترونية،

متاح على الرابط الإلكتروني: <https://pedia.svuonline.org/>، ص 98، 97.

الجمال...) وقد ترتبط دوافع بمتغيرات العمر، النوع، الحالة الاجتماعية والتعليمية والاقتصادية والإدراك والفهم والعلاقات الاجتماعية والعادات الأسرية ومثل الدوافع ترتبط وسائل الإعلام أيضا بهذه المتغيرات.¹

وبشكل عام فإن دوافع التعرض قسمها ("روبين") إلى قسمين:

دوافع نفعية، ودوافع طقوسية، فالمشاهدة النفعية التي تتسم بهدف معين، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية.²

وصنفت دراسات الاتصال دوافع تعرض الأفراد للوسائل الإعلامية على النحو التالي:

أ- دوافع نفعية: وهي التي تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات.

ب- دوافع طقوسية: وهي التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة الإعلامية والهروب من المشكلات.³

5- نماذج نظرية الاستخدامات والاشباع:

- نموذج كاتز وزملائه: ابتعد ايليهو كاتز أحد الوجوه البارزة في التيار السوسولوجي عن نظريات التأثيرات المباشرة (الفرضيات السلوكية) وتجاوز التأثير المحدود والتأثير غير المباشر (لأن انتقائية المتلقين تجعل دور وسائل الإعلام محدودا) بطرح السؤال المعاكس: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ بدلا من طرح السؤال الكلاسيكي: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟⁴

يرى كاتز وزملائه أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات، فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى إلى نشوء حاجات وتوقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها.⁵

¹ - سلام عبد المهدي، كريم الجيبوري، مرجع سبق ذكره، ص 16.

² - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط 1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 256.

³ - منى أحمد المصري، الكتاب والأدباء والأردنيون والاشباع المحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2010، ص 15.

⁴ - حسين سعد، براديفغات البحوث الإعلامية الإستومولوجيا-الإشكاليات الأطروحات، ط 1، دار المنهل اللبناني، 2017، ص 195.

⁵ - رويال كلاس للبحوث، نظرية الاشباع والاستخدامات، نسخة إلكترونية متاح على الرابط الإلكتروني: pedia.svuonline.org، ص 8.

- نموذج "ادلستان وزملائه": يذهب إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباعات جاء كرد فعل لمفهوم: "قوة وسائل الإعلام الطاغية ويضيفي هذا النموذج صفة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري، إنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.¹

6- انتقادات نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- تعرض مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى عدد من الانتقادات، منها:
- يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات أولها التداخل في مفهوم كلمة وظيفة function فهو يمكن من أن يستخدم بمعنى هدف Purpose أو نتيجة Consequence أو مطلب requirement أو توقع Expection
 - صعوبة قياس الحاجات Needs مما يجعل عملية استنتاج الاشباعات التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام.²
 - يرى دينيس ماكويل أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط خصوصا عندما يرى البعض انه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب... إلى آخره
 - يرى بلومار إشكالية تطبيق هذه النظرية لعدم التحديد الواضح لمفهوم نشاط Activity الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع، فهناك عديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم منها المنفعة فوسائل الإعلام في إطار هذه الاستخدامات وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف³
 - الجدل الكبير حول كيفية قياس واستخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية والاتصالية وحتى زمن ذلك القياس.

1 - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص240.

2 - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني، منتدى سور الأرنكية، 2007، ص83،84.

3- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، مصر، 2004، ص 291.

- الادعاء بأن الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه إذ هناك عوامل اجتماعية واقتصادية مختلفة تحد من فرص استفادة كل الأفراد الجمهور من مضامين وسائل الاتصال ولا يمكن إغفال تأثير هذه العوامل بأي شكل كان.¹

7- إسقاط النظرية على الدراسة:

من خلال العرض السابق، يمكن القول أن تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع في دراستنا تعد من أهم المدخل النظرية المناسبة من أجل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم الطالبة الجامعية، ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول الطالبات الجامعيات وذلك من خلال رصد الاشباع المحققة من هذا الاستخدام .

تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع لمعرفة الدوافع والمساهمات التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تستخدم الطالبة الجامعية هذه المواقع لتلبية لرغباتها وحاجاتها ميولاتها فتختار الوسيلة أو الموقع المناسب، ويتم هذا الاختيار حسب المضمون التي تقدمه هذه الوسيلة (دينية، اجتماعية ، ترفيهية).

قد استفدنا من هذه النظرية في دراستنا بتوظيف مفهوم الاستخدام من زاوية التعرض لمواقع التواصل، وكذلك المضمون الذي تحتوي عليه والذي ينجم عنه عواقب وتأثيرات على مختلف المستويات سواء كانت معرفية، سلوكية، وحتى الوجدانية، وأيضاً الوقت الذي يقضيه أفراد العينة المتمثل في الطالبات في التعرض لها.

ومن هنا فإن نظرية الاستخدامات والاشباع تعد من انسب النظريات لدراسة عمليتي الإعلام والاتصال من خلال استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي .

¹ - جمانا محمد علي، محمد الرشيدات، تأثير شبكة الأنترنت على المراهقين في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير،

جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2017، ص 22.

الفصل الأول:

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تمكنا من وضع أرضية وقاعدة واضحة لدراستنا، وذلك بالعمل على ضبط الإطار التصوري الذي يستعمل من خلاله على التحقق من صحة الفرضيات، وحاولنا الالتزام قدر الإمكان بالموضوعية في رسم فكرة عن الإشكالية المطروحة بالإضافة إلى التطرق للدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها وإبراز أهداف وأهمية موضوعنا.

الفصل الثاني : مدخل نظري حول مواقع التواصل

الاجتماعي

تمهيد

أولاً: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

خامساً: مكونات مواقع التواصل الاجتماعي

سادساً: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

سابعاً: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد:

شهد العصر الحديث ثورة كبيرة من التطور والانفجار المعرفي والتكنولوجي، الذي أحدث نقلة نوعية في عالم الاتصال ومن أبرز ملامح هذا العصر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت إحدى أقوى وأشهر وسائل الإعلام فقامت بنقل المجتمع إلى آفاق غير مسبوقه وغزت الحياة اليومية للفرد فاستخدامها للدردشة ومتابعة الأخبار والتثقيف وتمضية الوقت، بالإضافة إلى تناول مواضيع سياسية، اقتصادية، اجتماعية، فأصبحت فضاء واسع لتناقل المعلومات بين مختلف شرائح المجتمع خاصة الشباب من خلال الخدمات التي تتيحها وفضاء حر للتعبير وحرية الرأي إلا أننا لا يمكننا نكران أنها أثرت على شبابنا سواء كان هذا التأثير ايجابي أو سلبي ومما يدل على ذلك أن الشباب اليوم أصبح يقضي معظم وقته على هذه المواقع، وبما أنها أصبحت وسيلة رائجة لا يمكن الاستغناء عنها أجرت عنها عدة دراسات منها ما أثبتت أهميتها والدور التي تقوم به في المجتمع بالمقابل أثبت دراسات أخرى الكثير من الايجابيات والسلبيات .

ومن خلال دراستنا هذه سوف نعرض في هذا الفصل نبذة تاريخية عن نشأة وتطور هذه المواقع بالإضافة إلى أهم خصائصها، ومكوناتها، وأهم مواقعها، واحتتمها بإيجابياتها وسلبياتها.

أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

في عام (1954) صاغ جون بارنز " john BAMES " والذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة، والأسر وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات، ومصدر ذكاء تلك الطرفيات.¹

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmates.COM عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SIXDEGREES.COM عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001.²

وفي المدة ما بين 2002 و عام 2004 بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع freindater عام (2002) في كاليفورنيا من قبل "jonatha abrams" وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة "skrock" كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام (2007) .

وقبل ظهور موقع الفيسبوك أنشأ عام (2003) موقع ماي سبيس my spac الأمريكي في شباط عام (2004) أنشأ موقع الفيسبوك Facebook على يد مارك زكوريغ في جامعة هارفرد.³ وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب Youtube في مدينة menlo park في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية .

¹ - حسين محمود هيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص، 78، 77.

² - مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 110، 111 .

³ - حسين محمود هيثمي، مرجع سبق ذكره، ص 80.

ثم ظهر موقع تويتر عام 2006 على يد جاك درزي jack dorsey وبيزستون Bizstone، وايفان ويليام evan williams

أما عربيا فهناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخرا لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى، ومن أمثلة ذلك الشبكات الاجتماعية العربية ياهو مكتوب وهو من أكبر وأشهر المواقع العربية والتي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع، وتقدم لهم العديد من الخدمات مثل البحث عن أصحاب، وتكوين صداقات، ورفع ملفات الفيديو، والصور ومشاركتها مع الأصدقاء، إنشاء المجموعات، وما نحو ذلك.

وموقع عربيز arabiz وهي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية.¹

ثانيا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

قبل الوقوف على أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي يجب الإشارة إلى كون هذه الخصائص هي التي منحت لمواقع التواصل الاجتماعي هذا الاهتمام الكبير من قبل جميع فئات المجتمع، وكل حسب الحاجة والإشباع الذي يحققه على مستوى التوظيف والاستخدام، أكان ذلك إيجابيا أم سلبيا.² ونظرا لكثرة هذه المميزات التي تشكل أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي سأكتفي بذكر أهم الخصائص وهي:

1- غياب الإطار الزمني:

فالعالم الافتراضي لا يتقيد بما هو واقعي رغم الرابط الموجود بينهما، فالزمن في العالم الافتراضي يساوي صفر، نظرا لكون هذه الظاهرة عالمية، فقد يتصل من هو موجود في الجزائر عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بأفراد يتواجدون في أماكن مختلفة أي بلدان أخرى وهذا طبعا مما يجعل الزمن الحقيقي مختلفا، مثلا الساعة الثالثة صباحا بالجزائر في حين هي الساعة بدبي، وهذه الميزة يمكن إدراجها ضمن السرعة في انتشار ونقل المعلومة التي نتوسمها في مواقع التواصل الاجتماعي.³

¹- حسين محمود هيتمي، مرجع سابق، ص 82.

²- أعمار يوسف، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي للدول، مجلة العلوم الإنسانية، العدد السابع، 2017، ص792.

³- أعمار يوسف، المرجع نفسه، ص794.

2- التعريف بالذات:

يتم إنشاء صفحة معلومات شخصية ليتمكن من الدخول إلى الشبكة الاجتماعية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم وطورها والتي يقوم بالتعريف بنفسه من خلال النص أو الصور أو الفيديوها وغيرها من الوظائف الأخرى كذلك يمكن من خلال تلك المواقع من تنظيم وتعبئة صفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يجيها أصدقاؤهم.

3- طرق جديدة لتكوين المجتمع :

من مميزات الشبكات الاجتماعية أنها تسمح بخلق علاقات وصدقات جديدة يتبادلون الاهتمام والمحتوى، وهي بذلك تساهم بشكل فعال على تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي منذ بداية تطبيقات الإنترنت.

4- التزامية:

من السمات البارزة للشبكة الاجتماعية أنها تسمح بإمكانية إرسال المعلومات بين طرفي العملية الاتصالية دون شرط تواجدها في وقت الإرسال وهذا يعني إمكانية تخزين المعلومات المرسله عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة.

5- التوفير والاقتصادية:

إن الشبكات الاجتماعية مجانية الإشارك والتسجيل لذلك هي اقتصادية في الوقت والجهد والمال ويستطيع أي فرد بسيط امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليست حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.¹

6- شاملة:

حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بسهولة

7- التفاعلية:

فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيمة في الإعلام القديم ، التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ

¹ - منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الالكترونية بمدينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20، 2019، ص 205.

8- تعدد الاستعمالات :

مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.

9- سهولة الاستخدام:

فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم، نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.¹

ثالثا: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

لا يخفى على الكثير أهمية ما توصلت به التقنية في عصرنا الحاضر. ولقد كانت من إحدى الأمور التي وصلت به إلينا هذه التقنية هي: "الشبكات الاجتماعية" فهذه الشبكات الاجتماعية ليست مجرد مواقع وشبكات يتم فيها التعارف فقط، بل أصبحت هي جسر التواصل الأكبر بين شرائح المجتمع في الغالبية. ونحن مؤمنون بأهمية الشبكات الاجتماعية وبما فيها من فوائد، إذ قد تستخدم في مجالات عدة في الأمور الحياتية، مثل: الوزارات، الجهات الحكومية، الشركات... الخ. ولو نظرنا إلى مسماها الأصل لوجدنا أن الهدف الأول من إنشاء هذه المواقع والشبكات هي: سهولة التواصل الاجتماعي على الصعيدين: أ/الجماعي. ب/ الفردي.

تكمن أهميتها في أنها ساعدت الكثير في التواصل مع أكبر عدد ممكن من الأصدقاء والأصحاب بل بالأخص بين أفراد الأسرة الواحدة، وأهمية هذه الشبكات تنعكس كذلك على مستخدميها. لا أحد يستطيع أحد أن يفرض رأيه على الآخر فيما يدور داخل هذه الشبكات فمن أراد تواصلًا فله، ومن أراد تعليمًا فله ومن أراد لهوا فله، والموفق من يحسن الاختيار، وهناك الكثير من انغمس في ظل وجود هذه المواقع والشبكات الاجتماعية فهي تأخذ منه الوقت الطويل وأصبحت بمثابة الماء لدى بعضهم، فلا يمكن أن يمر يوم كامل من دون أن يأخذ نظرة عامة على هذه المواقع والشبكات، وفي هذه الموجة الكبيرة من المواقع والشبكات تجد الكثير يريد أن يجرب كل ما هو جديد منها.²

¹ - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 67

² - جامع البيان، الشبكات الاجتماعية، جدة، 1433هـ، ص 12.

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا: ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد. ويولد أفكارا وأساليب لها أهميتها، وأيضا طرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير إلى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، ومن ثم يتضاءل البديل إلى أن يصبح نمطا، للاتصال الجماهيري .

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القدم وإحلال الجديد من قيم وسلوك وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.¹

رابعا: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1- المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقعي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين، أو إحداهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكيك الأسري.

2- الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت، أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تتجه شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية

¹ - وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيسبوك وتويتر) -دراسة ميدانية

على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أمودجا-، رسالة ماجستير، الأردن، 2012-2013، ص 27.

الفصل الثاني:

يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.

3- البطالة:

تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية.¹

4- الفضول:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

5- التعارف وتكوين الصداقات:

سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

6- التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين، ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات. فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع

¹ - أحمد علي الدروي، مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على العلاقات الاجتماعية، مقال، العدد الأول، 2018، ص 4 .

الفصل الثاني:

التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات.¹

خامسا: مكونات الشبكات الاجتماعية

توجد عدة مكونات للشبكات الاجتماعية نذكر منها:

1- مواقع التواصل الاجتماعي: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل فيسبوك وغيرها.

2- المكونات الإلكترونية Blogs: وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

3- الويكي Wikis: وهي صفحات ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة ومخزنة على جهاز خادم عام، أشهرها موقع ويكيديا وهي تسمح لأشخاص عاديين بإضافة أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف ما على هذه الموسوعة الإلكترونية .

4- البودكاست Podcasts: أو مواقع البث الإلكترونية وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشاركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل مثل موقع "آبل آي تيونز".

5- المنتديات الإلكترونية Forums: وهي مواقع توفر نسخات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة.

6- المايكرو بيلويز Microblogging: وهي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين ميزات المدونات الإلكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك وتوفير قناة إخبارية خاصة بك.²

سادسا : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

1- فيسبوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بعقول وتجاوب كبير من الناس خصوصا، من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004)، في جامعة (هارف فارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكر بيرج). وكانت مدونته (الفيسبوك)

¹ - أحمد علي الدروبي، مرجع سابق، ص 5، 6 .

² - سارة ديبال، انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 17، 2019، ص 137.

محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبمحدود أصدقاء (زوكر بيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا.¹

يرى الباحث أن فكرة الفيسبوك تتلخص في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها.²

• فوائد وإيجابيات موقع الفيسبوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم من هذه الخدمات :

1- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأصدقاء المشتركين في هذا الموقع :

وذلك عن طريق:

أ- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه.

ب- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

ت- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

ث- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم.

ج- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو سحب المهنة.

ح- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا المواقع الافتراضي.

خ- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقة.

¹ - محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، مصر،

2015، ص 453.

² - محي الدين إسماعيل محمد الديهي، المرجع نفسه، ص 459.

2- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال :

في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبد شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين، وكذلك يمكن للفيسبوك إسداد خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات .

3- يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور.

4- التواصل مع مجتمعات افتراضية:

متخصصة في مواضيع شتى تقيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته...

5- متابعة الأخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات.

6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو.

• سليات التعامل مع موقع الفيسبوك:

هناك سليات ومحاذير ظهرت أثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفيسبوك يمكن إنجازها فيما يلي :

- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية.

- انتهاك خصوصية المشتركين.

- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية.¹

2-يوتيوب :

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

يرى الباحث أن اليوتيوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه

لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا.²

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 66-72.

² - علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص

الفصل الثاني:

تأسس موقع اليوتيوب Youtube بمشاركة مجموعة من الموظفين في شركة بي بال بالتباحث مع جامعة ايلينوي في أمريكا، وأصبح الموقع جاهزا للعمل عام 2005. ثم توسع الموقع وازداد عدد زواره ومستخدميه حتى وصل إلى أكثر من 100 مليون زائر يوميا.

ويعد موقع يوتيوب من أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية. ويلاحظ أن موقع يوتيوب يتحول تدريجيا إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي ييثر برامجه على شبكة الانترنت.¹

يشهد موقع اليوتيوب إقبالا كبيرا من الشباب والمراهقين خصوصا ومن الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحيا لخلوه تقريبا من الإعلانات.²

3-تويتر:

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك و TwitBird و Twiterrfic و Twihel و Twittefox، وأصبح موقع تويتر متوفر باللغة العربية منذ مارس 2012 ويعرب "تغريدات" جمع تغريدة .

- نشأة الموقع:

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter.³

كما أصدر تويتر إصداره الجديد (4.3) الخاص بالأجهزة النقالة المعتمدة على نظامي (أندرويد) و (ي أو اس) على حد سواء، من أهمها دعم الميزة الجديدة وهي التغريدات الموسعة (expanded tweets) التي تتيح

¹ - حارث عبود، مظهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 146

² - علاء الدين محمد عفيفي، مرجع سبق ذكره، ص 179 .

³ - سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015،

الفصل الثاني:

للمستخدم تشغيل مقطع فيديو أو عرض صور أو مقدمة لخبير ما. بالإضافة إلى إمكانية الحصول على إخطارات وإشعارات (push) للأشخاص الذي يقوم المستخدم بمتابعته لأي تغريدة جديدة أو إعادة التغريدة، فضلا عن تحسينات وتحديثات لخدمة البحث والأعمال التلقائي، وتقديم الدعم لإدخال كلمة السر في التطبيق عندما تواجه مشاكل في عملية المصادقة، وتتيح النسخة الجديدة أيضا تنبيه للمستخدمين في حال وصول تغريدات أو قصص جديدة عبر صفحة (الاستكشاف). بالإضافة إلى التحديثات والتحسينات الأخرى.¹

4- أنستغرام :

هو تطبيق مجاني يعمل على الهواتف الذكية، ويستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج مع نفسه ومواقع التواصل الاجتماعي (Flickr-Tumber -Foursquare-Facebook-Twitter)، وهو برنامج مجاني طرح في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية في شهر أكتوبر عام 2010 من قبل المطور التقني كيفن سيستورم، ويفوق عند مستخدميه الثلاثين مليون مستخدم، وهو الآن ملك لشركة الفيسبوك.

ويتيح لمستخدميه التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم عرضها ونشرها، وهو وسيلة سريعة ومجانية للتواصل مع الأصدقاء والعائلة من خلال الصور والفيديو.²

في البداية كان دعم أنستغرام على الآي فون، والآي باد، والآي بود، وفي أبريل نيسان (2012) أضيف أنستغرام لمنصة الأندرويد (android) ثم تطور في يونيو حزيران (2013) ليوضح في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين من التطورات المهمة في تطبيق الانستغرام استحوذت شركة فيسبوك في أبريل نيسان (2012) على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار.³

الانستغرام أفضل تطبيق لنشر الصور من على هاتفك والذي يسمح لك بإضافة مؤثرات إبداعية لكل الفيديوهات والصور، على سبيل المثال، عندما تقوم بالتقاط صورة، يمكنك حينها اختيار أحد الأفكار لتغيير الصورة إلى أبيض وأسود، وبني داكن، أو قديمة الطراز، أو أكثر إشراقا الخ، أيا كان ما يدور في خيالك، يمكن بعد

¹ - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد للدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، 2014، ص 404.

² - فيصل محمد عيسى عسيري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية، ط1، دار النهضة للنشر والتوزيع، مصر، 2019، ص 58، 59.

³ - مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا، ط1، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 1438هـ، ص30.

الفصل الثاني:

ذلك مشاركة هذه الصور مع أحد أصدقائك عبر كلا من الفيسبوك وتويتر. يمكنك أيضا نشرها عبر البريد الإلكتروني لذلك يمكن إرسال نسخة إلى شخص ما، أو نشرها لنفسك في مكان ما.¹

يمكن لمقاطع الفيديو على الانستغرام استخدام نفس النظام الفلتر مثل الصور بحيث يجعل مقاطع الفيديو الخاصة بك التي تستغرق 15 ثانية تبدو مختلفة تماما عن أي شيء تقوم بالتقاط صورة بكاميرا الفيديو الخاصة بك والموجودة أصلا في هاتفك. الميزة الأخرى التي يتميز بها استخدام تطبيقات الفيديو على الانستغرام هي أنه يقوم بالفعل بتنزيل صفحة أنستغرام الخاصة بك هي سطح مكتبك بحيث تستطيع أن تلك المقاطع جمعها في مكان واحد في متناول يدك، وهو مكان أكبر من شاشة هاتفك الخليوي.²

5- واتساب:

يعرف واتساب (whatsapp) بأنه تطبيق تراسل فوري، وتعدد المنصات للهواتف الذكية. ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو، والوسائط. وهو تطبيق تراسل فوري تأسس في عام 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويمكن التطبيق من الربط مع الحاسوب الشخصي في استخدام جميع الخدمات التي يتيحها التطبيق كما يتصف هذا التطبيق بكونه متعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى قيامه بإرسال الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو، والوسائط المتعددة الأخرى.³

ميزة واتساب هي يحتوي على اتصال بدون توقف أربعة وعشرون ساعة أننا متصلون بالانترنت، مما يسهل الرسائل واستقبالها يمكن الواتساب مجموعات من الأشخاص استخدام كوسائط في عملية منتديات المنافسة. في الأساس واتساب هو تطبيق لوسائل التواصل الاجتماعي في شكل محادثة في الوقت الحقيقي (real time) إرسال الرسائل بسهولة مجهزة بميزات مثل مجموعة الواتساب التي تجعل من السهل على الطلاب مجموعات يتم استخدامها كوسيلة لزملائهم الطلاب حتى يتمكنوا من مناقشة حول التعليم.⁴

¹ - ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 198.

² - ليندا كولز، المرجع نفسه، ص 200.

³ - أحمد محمد صغير العنزي، وعي طلاب قسم تكنولوجيا التعليم بكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية (الواتساب نموذجا)، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، 2017، ص 291.

⁴ - نيلا خيرية، مشكلات تعليم بوسيلة واتساب لدى طلاب شعبة تدريس اللغة العربية سلاتيجا الإسلامية الحكومية، لوفاء بعض الشروط للحصول على الدرجة الجامعية في التربية الإسلامية، جامعة سلاتيجا الإسلامية الحكومية، 2020، ص 18، 19.

6- سناب شات:

برنامج سناب شات (بالإنجليزية snapchat) هو تطبيق أنشاه دانيال سميث، وفريقه في جامعة ستانفورد يتيح لمستخدميه إمكانية التقاط الصور، وتسجيل مقاطع الفيديو، والتي تسمى بسناب (بالإنجليزية: snaps)، ثم إضافة وصف، أو عنوان فرعي لها، وإرسالها إليها إلى أفراد محددين، كما يوفر سناب شات لمستخدميه إمكانية تعيين حد زمني لعرض هذه الصور، ومقاطع الفيديو لتتم إزالتها بعد ذلك من خادم السناب شات وجهاز المستلم، مما يعزز من خاصية الأمان للمستخدمين الذين يشعرون بالقلق حيال إمكانية تخزين صورههم على الانترنت، أو استخدامها دون إذن منهم.¹

سناب شات ليس مجرد تطبيق كاميرا للتصوير، بل نمط جديد من الكاميرا تسهم في توصيل الأصدقاء ببعضهم البعض على مستوى العالم، حيث يستخدمه العديد من المستخدمين كل يوم للحديث واللعب والتعلم والتقاط الصور، بشكل جديد ومختلف عن طريق خيارات متعددة، ومؤثرات متنوعة بالصوت والصورة للتعبير عن الحالة المزاجية أيضا وعلاقات الأصدقاء، معتمدا على أهمية الصورة في توصيل الرسالة مقارنة بالكلمات أو النص المكتوب، كما يتيح التطبيق عدة مميزات تجذب الشباب، مما دعا البعض إلى اعتبار سناب شات أداة للتسويق بالنسبة للشباب الأصغر سنا. ويلاحظ أن سناب شات هو أول من بدأ إمكانية وضع الصور كقصة story تستمر لمدة 24 ساعة، ومن بعدها تم استحداثها في تطبيقات التواصل الأخرى مثل: واتساب وانستغرام والفيس بوك والماسنجر تباعا.²

7- تيك توك:

عبارة عن تطبيق اجتماعي متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده، حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه لمشاركته لحظات حياته بكل سهولة، و يتربع هذا التطبيق في المرتبة الرابعة بين التطبيقات الأكثر تحميلا في العالم لسنة 2018، وبذلك فإنه ينافس كلا تطبيقَي سنا بشات snapchat وانستغرام .instagram.

¹ - شمس الدين غددير (2018)، برامج الكترونية، متاح على الرابط الإلكتروني: <http://mawdoo3.com> ، تاريخ الزيارة

2021/04/17، على الساعة 15:35.

² - شيماء عز الدين زكي جمعية، أساليب التسويق المستخدمة عبر تطبيق "سنابشات" في مصر، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 29، 2020، ص 8.

الفصل الثاني:

كما تشتهر منصة تيك توك بأنها عبارة عن تطبيق يمكن لأي مستخدم الولوج إليه والتقاط الصور والفيديوهات وتقديمها بأسلوب إبداعي للآخرين بشكل مباشر بواسطة الهاتف المحمول، فقد أصبح النافذة الأولى للإبداع وتفجير المواهب الدفينة، وبذلك يمكن استغلال هذه المنصة بمشاركة الآخرين بالمقاطع الإبداعية.¹

- النشأة:

اختلف الباحثون حول تحديد موعد إطلاق تطبيق "تيك توك" للجمهور بصورة دقيقة حيث يرى الباحثان "هيوزيو" و"توئجيووانج" أنه تم إطلاق المنصة في عام 2016، وهو ما اتفق معه "لي زو" بينما يشير الباحث "شينجيان" وآخرون إلى أن إطلاقه تم عام 2017.

- طبيعة التطبيق و تطوره :

يعد تطبيق "تيك توك" من تطبيقات التواصل الاجتماعي وهو منصة لتبادل الفيديوهات شديدة الصغر، وتسمح للمستخدمين بصناعة الفيديوهات الخاصة بهم، والتي تستمر من ثوان معدودة إلى عدة دقائق ثم يتم نشرها مع قطاع واسع من جمهور تيك توك، ويستغل المستخدمون التطبيق في صناعة عدة أنواع من المحتوى، سواء إعادة تمثيل أجزاء من الأفلام والأعمال الدرامية، أو الرقص والغناء مع موسيقى، وهناك أشكال أخرى من المحتوى، والذي تتجه له المؤسسات المعتمدة، مثل المحتوى الإعلامي والإخباري وبعد الدخول إلى الصفحة الرئيسة في "تيك توك" تظهر الفيديوهات التي يتم التوصية بها من قبل التطبيق للمستخدمين، ويمكن لمستخدمي التطبيق الانتقال بصورة سهلة بين الفيديوهات، وذلك عبر سحب الشاشة إلى الأعلى.²

¹ - سعيد عطا الله (2020) الموسوعة سوشل ميديا متاح على إلى الرابط الإلكتروني : <http://arageet.com> تاريخ الزيارة 2021/04/16 على الساعة 1:45.

² - محمد المحرصاوي، سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "تيك توك"، مجلة البحوث العلمية، العدد 54، 2020، ص 1623.

ثامنا: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

1- الاستخدامات الإيجابية للشبكات الاجتماعية: يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في

الإيجابيات التالية :

أ- الاستخدامات الاتصالية الشخصية :

وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، وبرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

ب- الاستخدامات التعليمية:

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على الإضافة الجانب الاجتماعي له. والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب، فاستخدام الشبكات الاجتماعية مما يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفردي أو الجمعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جدا داخل أسوار المدارس، في ظل تكديس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.¹

ت- الاستخدامات الحكومية:

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، مسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم

¹ - السلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة ، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المملكة العربية السعودية، 2010، ص

الفصل الثاني:

الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز، ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع الرئيس مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات.

ث- الاستخدامات الإخبارية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية. وقد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

ج- الاستخدامات الدعوية :

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر.¹

وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف، بالإضافة إلى بعض الإيجابيات التي تقدمها بعض مواقع التواصل الاجتماعي نذكر منها:

ح- صلة الرحم :

صلة الرحم واجبة من الواجبات، وقطيعتها معصية من عظام الذنوب، وبهذه البرامج نصل الرحم وبالرسائل نعرف أحوالهم، ونقوم بواجبهم وحقوقهم من التهئة في المناسبات، والتعزية في المصائب، ودعوتهم والتواصل معهم في جميع الأوقات أولاً بأول برسائل كتابية وصوتية ومرئية، وهي مفيدة من هذه الناحية .

عن انس بن مالك رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من سره أن يبسط له في رزقه، وينشأ له في أثره فليصل رحمه".²

¹ - السلطان مسفر مبارك الصاعدي، مرجع سابق، ص 16.

² - عيسى بن سلمان الفيقي، برامج التواصل الاجتماعي، 1436هـ، ص 10.

فزيارة الرحم قد تكون صعبة في بعض الأوقات لضيق الوقت أو لبعد المسافة أو لكثرة الانشغال والارتباطات المنزلية، فبرنامج "الواتساب" أسهل وسيلة في ذلك إرسال تسال عن الأخبار والأحوال وانتظار الإجابة لا يأخذ من الوقت شيئاً، مع أنها لا تغني عن الاتصال وسماع الصوت .

خ- القروبات أو المجموعات:

هذه الميزة في برنامج التواصل الواتساب (WhatsApp) فقط وأضافت عليه في استخدامه ميزة القروبات وفائدتها جمع الأهل والأصدقاء والأحباب والأبناء في قروب خاص بحيث يحدث بينهم التحوار والتواصل. مثل قروب الأصدقاء أو قروب الزملاء في العمل أو قروب الأبناء أو قروب جماعة المسجد.

أما الفيسبوك فعالم آخر ومجاله متسع لإضافة الأصدقاء ونشر الصور والمقاطع والكتابات التي تضرك بدنياك وأحراك، وأحذر من نشر الكذب والشائعات وأنت لا تعلم بها.¹

2- الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي :

يؤكد المعارضون أن التواصل الوهمي عبر الانترنت يمنع الأشخاص من التواصل وجها لوجه، وفيما يلي السلبيات التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي :

أ- أداة لنشر الأخبار المغلوطة وغير الصحيحة:

يستخدم بعض الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي استخداما سيئا، فهناك عدد كبير من الأخبار غير الصحيحة التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، ويصدقها الكثير من المستخدمين ويعيدون نشرها مرة أخرى مما يتسبب في تداول الكثير من الإشاعات

ب- انعدام الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية :

يستخدم الأشخاص المشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي ملفاتهم الشخصية لعرض بياناتهم وجميع المعلومات عنهم بالإضافة إلى نشر الكثير من المعلومات الشخصية حول السكن والجامعة والوظيفة ومن الممكن أن يستغل بعض المحتالين هذه المعلومات لاستغلالهم. لذا ينصح بمراجعة الإعدادات جيدا للتأكد من أنها تحافظ على الخصوصية للأصدقاء فقط.

¹ - عيسى بن سلمان الفيقي، مرجع سابق، ص 12.

ت- تعرض مستخدمي الشبكات الاجتماعية للاختراق من قبل الحكومات و التجسس عليهم:

نتيجة عدم اهتمام الكثيرين بالإعدادات الخاصة بالخصوصية يتعرضوا لبعض المشاكل مثل التجسس من قبل الحكومات، فقد قامت مصلحة الضرائب الأمريكية في عام 2009 باستعمال حسابات المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي وبياناتهم في عمل ملفات الضرائب الخاصة بهم .

ث- الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على درجات الطلاب :

أظهرت الأرقام أن الطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي تنخفض نتائجهم بنسبة 20% في الاختيارات عن الأشخاص الذين لا يستخدموا تلك المواقع.

ج- مواقع التواصل الاجتماعي تضيع وقت الكثيرين:

رغم الكثير من المميزات التي يقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن المستخدمين يضيعون أوقات كثيرة سواء في التواصل مع الأصدقاء ومراقبة تحديات أصدقائهم والرد على تعليقاتهم بالإضافة إلى قضاء الكثير من الوقت في الألعاب غير المفيدة مثل فارم فيلي وحروب المافيا وغيرها من الألعاب.

ح- مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الترابط الأسري :

أظهرت الأرقام أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الترابط الأسري فقد ارتفعت نسبة الأشخاص الذين لا يقضون وقتاً مع عائلاتهم من 8% عام 2000 إلى 34% عام 2011 بسببها بالإضافة إلى أن نسبة 32% من الأشخاص يتناولون الوجبات أثناء تصفهم مواقع التواصل الاجتماعي.¹

خ- مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي عرضة للعزلة الاجتماعية:

تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تفاقم مشاعر الوحدة لدى الكثير من الأشخاص وفصلهم عن عالم الواقع بما يزيد شعورهم بالاكئاب، وعدم الرغبة في المشاركة في الحياة بالإضافة إلى زيادة الشعور بعدم الثقة في النفس .

د- المساهمة في إلغاء الفوارق بين المجتهدين والكسالي من الطلاب :

عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي استطاع الطلاب لكل فرقة بتخصيص جروب خاص لهم يقوموا فيه بتبادل حل الفروض المدرسية والواجبات المطلوبة منهم بشكل جماعي، وبذلك تلاشت الفروق بين الطلبة وتسوى الطلاب المجتهدين وغير المجتهدين .

¹ - جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016، ص 154-156.

ذ- المنشورات القديمة على مواقع التواصل قد تسبب مشاكل:

يستغل بعض الأشخاص المنشورات القديمة لدى الكثيرين من الأشخاص المهمين بشكل سيء عند الحاجة، فمن الممكن استخدام احد المنشورات القديمة التي تختص بالآراء السياسية لمواجهة هذا الشخص في الإعلام أو للابتزاز .

ر- مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عرضة للقراصنة :

يستخدم الكثير من القراصنة مواقع التواصل الاجتماعي للاختراق أجهزة الكمبيوتر الخاصة وسرقة البيانات الشخصية الموجودة على الجهاز مثل بطاقات الهوية وبطاقات البنك وغيرها واستغلالها.¹

¹-جواد علي سلماني، مرجع سابق، ص 157-159.

الفصل الثاني:

خلاصة الفصل:

من خلال ما استعرضناه في هذا الفصل تبين لنا أن الانتشار السريع لمواقع التواصل الاجتماعي كسر كل الحواجز الجغرافية وأدت بدورها إلى جعل العالم قرية صغيرة، فمواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت تلعب دور فعال في جميع المجالات سواء الترفيهية، التثقيفية، وتم استخدامها أيضا كوسيلة للإشهار والتسويق وإبداء الرأي والكثير الكثير من المواضيع، فأصبحت وسيلة اتصالية لا يمكن الاستغناء عنها خاصة من قبل الشباب لسهولة استخدامها وسهولة التواصل مع الأفراد والتي عملت على توسيع علاقات الأفراد وما ساعدها على الانتشار أنها تنتمي لشبكات الجيل الثاني للويب.

وعلى غرار الخدمات التي تقدمها هذه المواقع والمزايا التي تتمتع بها، إلا أن الاستخدام المفرط لها من قبل الشباب والاستخدام الغير مخطط والغير منظم لها يمثل خطرا وتهديدا مباشرا على عادات الشباب وقيمه الدينية والتي لها أهمية كبيرة في حياة الفرد المسلم خاصة والمجتمع عامة، فالشباب يعتبر المرآة العاكسة لأي مجتمع .

الفصل الثالث : مدخل نظري حول القيم

الدينية

تمهيد

أولاً: مصادر القيم الدينية.

ثانياً: خصائص القيم الدينية

ثالثاً: أهمية القيم الدينية

رابعاً: وظائف القيم الدينية

خامساً: نماذج عن القيم الدينية

سادساً: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعد قضية القيم من أهم القضايا باعتبارها تشكل محور من محاور تربية الإنسان وتعتبر الضابط لسلوكه والمرجعية لتصرفاته فهي التي تحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه، ومن ذلك فهي تشكل أساس البيئة الثقافية لأي مجتمع والقيم تتأثر بنشأة الفرد والتوجيه الذي يتلقاه من الوالدين والمحيط الذي يعيش فيه، وكذلك تؤثر على القيم بعض السلوكيات قد تكون دخيلة على المجتمع ولا ينتبه إلى أضرارها وانعكاساتها، ومن هنا سوف نتطرق في هذا الفصل إلى مصادر القيم الدينية وخصائصها ووظائفها بالإضافة إلى بعض النماذج وأخيرا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية.

1 أولاً: مصادر القيم الإسلامية

1- القرآن الكريم: القرآن الكريم هو المصدر الأول والمنبع الأصيل للقيم الإسلامية، إن الله سبحانه وتعالى أنزل هذا القرآن لهداية البشر ولتنزيههم عن الشرك وإنقاذهم من النار، القرآن يدعو الناس إلى الخير وإلى الجنة، يوجه القرآن البشر بأن القيم والأخلاق السامية هي التي تجعلهم صالحين ومستحقين للدخول إلى الجنة التي هي السكن الأبدي للإنسان قال تعالى: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ﴾ (الأعلى 14-15)

2- السنة النبوية: هي كل قول أو فعل أو تقرير صادر عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أي هي كل قول من رسول الله صلى الله عليه وسلم وكل تصرف منه، فالسنة هي مصدر آخر للتشريع بجانب القرآن الكريم، تقوم -مثل القرآن الكريم- بتحليل بعض الأشياء وتحريم أخرى، وتضع مقاييس الفرض والواجب والسنة والمستحب والمباح والمكروه، كما تقوم بتفصيل مجمل القرآن وتفسير مبهمه وتخصيص عامه وتقييد مطلقه.²

قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّبِعُوا رِسَالَاتِ الْأَنْبِيَاءِ وَاللَّهُ يَخْتَارُ مَا كَانَ لَكُمْ أَنْ تُبَدِّلُوا كَلِمَاتِ اللَّهِ فإِنْ جَاءَكُمْ مِنْهُ آيَاتٌ فَذَعُوا لَهَا فَإِنَّ اللَّهَ يَخْتَارُ لِمَنْ يَشَاءُ لِيُخَلِّقَ مَا يَشَاءُ وَاللَّهُ عَلِيمٌ ذَكِيمٌ﴾ (الحشر 7)

3- الإجماع: هو اتفاق مجتهدي هذه الأمة بعد وفاة النبي - صلى الله عليه وسلم - على حكم شرعي فهو مصدر من مصادر القيم الإسلامية. قال تعالى: ﴿وَأَقْبَلُوا بِالنَّبِيِّ إِنْ أَمَرَ بِالْعَمَلِ أَوْ نَهَاهُ عَنِ الْعَمَلِ إِنَّ اللَّهَ أَعْلَمُ بِمَا تَعْمَلُونَ﴾ (البقرة 143)

4- القياس: وأما القياس فهو مساواة بين أمر لأمر آخر في الحكم الثابت له لاشتراكهما في علة الحكم، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّبِعُوا رِسَالَاتِ الْأَنْبِيَاءِ وَاللَّهُ يَخْتَارُ مَا كَانَ لَكُمْ أَنْ تُبَدِّلُوا كَلِمَاتِ اللَّهِ فإِنْ جَاءَكُمْ مِنْهُ آيَاتٌ فَذَعُوا لَهَا فَإِنَّ اللَّهَ يَخْتَارُ لِمَنْ يَشَاءُ لِيُخَلِّقَ مَا يَشَاءُ وَاللَّهُ عَلِيمٌ ذَكِيمٌ﴾ (الحشر 2). وقد اعتمدت السنة على القياس أيضاً، ومن ذلك أن امرأة خثعمية جاءت إلى الرسول - صلى الله عليه وسلم - وقالت له (إن أبي أدركته فريضة الحج،

¹ - محمد أمين الحق، القيم الإسلامية في التعليم وآثارها على المجتمع، دراسات الجامعة الإسلامية العلمية شيتاغونغ، المجلد التاسع، 2012، ص 238.

² - محمد فتح الله كولن، السنة النبوية تقييدها ومكانتها في الشريعة الإسلامية، ط1، دار النيل للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 16.

³ - محمد أمين الحق، مرجع سبق ذكره، ص 238.

الفصل الثالث:

المقصود بها أن تتعدى خيرات القيم الإسلامية التربوية للآخرين قد يكفي كون الإنسان صالحا في نفسه بل يكون صالحا ومصالحا، يتفاعل مع المجتمع الإسلامي وغيره، وينشر الخير، ويعلم الجاهل ويرشد الضال قال تعالى ﴿...﴾ (الروم 30) ¹

5- **الإيجابية:** والمقصود بها أن تتعدى خيرات القيم الإسلامية التربوية للآخرين قد يكفي كون الإنسان صالحا في نفسه بل يكون صالحا ومصالحا، يتفاعل مع المجتمع الإسلامي وغيره، وينشر الخير، ويعلم الجاهل ويرشد الضال قال تعالى ﴿...﴾ (الأنبياء: 107) وتأتي هذه الإيجابية للقيم من إيجابية الإسلام نفسه، فهو دين إيجابي مؤثر، ليس من طبيعته الانكماش والانعزال والسلبية.

6- **التكيف والمرونة:** أي أن القيم الإسلامية قابلة للتحقق في المجتمع بمختلف الوسائل والطرق وتتكيف مع مختلف الأحوال والأزمان والأمصار دون أن يؤثر ذلك في جوهرها ولذلك لم تضع التربية الإسلامية لقيمتها قوالب منظمة جاهزة لا بد أن تفرغ فيها، وإنما أمرت بضرورة تحقق الجوهر بأشكال مختلفة تستجيب لحاجات المكان والزمان والأحوال. ²

7- **الوسطانية والتوازن:** يعني بها الاعتدال دون تفريط أو إفراط يقول تعالى ﴿...﴾ (البقرة 143) تلك الوسطية الانتقائية لا التلقائية، فقد عمد الإسلام إلى القيم الجيدة فأبقاها وضبطها وأضاف إليها، وزود الإنسان بقيم ليعيش عالمه المادي والمعنوي في توازن، وفي الحديث أنس بن مالك رضي الله عنه، يقول جاء ثلاثة رهط إلى بيوت أزواج النبي -صلى الله عليه وسلم- يسألون عن عبادة النبي -صلى الله عليه وسلم-، فلما أخبروا كأنهم تقالوها، فقالوا: وأين نحن من النبي -صلى الله عليه وسلم-؟ قد غفر له ما تقدم من ذنبه وما تأخر، قال أحدهم أما أنا فإني أصلي الليل أبدا، فجاء رسول الله -صلى الله عليه وسلم- إليهم فقال: " أنتم الذين قتلتم كذا وكذا،

¹ - محمد راتب النابلسي، محاضرة مرئية (الفطرة السليمة)، متاح على الرابط الالكتروني <http://www.google.com> تمت الزيارة 2021/04/12 على الساعة 7:31 .

² - مهدي رزق الله أحمد، القيم التربوية في السيرة النبوية، ط1، السعودية، 2012، ص22.

الفصل الثالث:

أما والله إني أخشاكم لله وأتقاكم له لكني أصوم وأفطر، وأصلي وأرقد وأتزوج النساء، فمن رغب عن سنتي فليس مني" متفق عليه.

8- الواقعية: تأتي واقعية القيم الإسلامية من حيث كونها تتعامل مع حقائق ذات وجود حقيقي يقيني مثل الحقيقة

الإلهية، وحقيقة الوجود، وحقيقة الإنسان، ومن ثم فهي قابلة للتطبيق في كل زمان ومكان، مهما اختلفت الظروف

المحيطة، يقول المولى جل وعلا: ﴿...﴾

﴿...﴾

﴿...﴾ (البقرة: 286).

ثالثا: أهمية القيم الدينية

للقيم أهمية عظيمة في حياة الفرد والمجتمع، فهي تعتبر العصب الرئيسي للسلوك الوجداني والثقافي والاجتماعي للإنسان، وهذا راجع للدور الكبير الذي تلعبه في تكوين شخصية الفرد وتوجيهه للطريق الصحيح وتحسن من خلقه وتصرفاته بشكل عام فالالتزام بالقيم يؤدي بالفرد إلى النضج وفهم الحياة، فإذا صلح الفرد صلح المجتمع، فهي تحفظ للمجتمع تماسكه وبالتالي يستقيم في وحدة واحدة، وتسود الأخلاق الحسنة ويعم الأمن والأمان والازدهار داخل المجتمع.

1- أهمية القيم على المستوى الفردي:

- أنها تمهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم، فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- أنها تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة إيجابية.
- تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.
- تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.
- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه وبالتالي تساعد على فهم العالم من حوله وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
- تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وخلقيا وتوجهه نحو الإحسان والخير والواجب.

¹ - عواد عبد الرحمن الرويلي، اثر القيم على الفرد والمجتمع : سورة المؤمنون نموذجا، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 4، 2020، ص 109، 110.

الفصل الثالث:

- تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه.¹

2- أهمية القيم على المستوى الاجتماعي :

للقيم أهمية بالغة في حياة الأمم والشعوب وتوضح أهمية القيم للمجتمع في النقاط التالية:

- القيم تحفظ للمجتمع بقاؤه وإستمراريته.
- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه.
- القيم تحافظ على المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة.
- تعمل القيم على استقرار المجتمع وإيجاد نوع من التوازن والثبات في الحياة الاجتماعية.
- القيم تزود أفراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة والتفكير، لاشك أن القيم هي الأساس، وهي مجموعة القواعد والقوانين التي توافق عليها الناس نتيجة التزامهم بتعاليم دينهم.²
- أنها خير وسيلة لبناء خير فرد وخير مجتمع وخير دولة وخير حضارة إنسانية.
- إنها ضرورية كوسيلة لتحقيق السعادة بين أفراد المجتمع في حياتهم الاجتماعية .
- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة التي تسهل للناس حياتهم وتحفظ للمجتمع كيانه.³

رابعا: وظائف القيم

هناك وظائف عديدة للقيم حيث أنها تعتبر:

- 1- معيار لتوجيه السلوك الصادر عن الأفراد، فهي تقوم بتوجيه ميول الأفراد واهتماماتهم نحو إيديولوجية معينة سياسية أو دينية أو اجتماعية أو اقتصادية.
- 2- الوسيلة التي يعبر بها الفرد عن نفسه أمام الآخرين.
- 3- تتخذ كأساس في إجراء المقارنات بين المجتمعات المختلفة.

¹ عبد الرزاق بالموشي، عامر احمد عز الدين، أهمية إستراتيجية المقارنة بالكفاءات في تنمية القيم الدينية للمتعلمين، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الثاني، 2013، ص 33.

² إيهاب عبد المعطي سعيد الآغا، القيم المتضمنة في منهاج المطالعة والنصوص للصف التاسع في محافظة غزة-دراسة تحليلية-، رسالة ماجستير في مناهج وطرائق تدريس اللغة العربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012، ص 20.

³ خالد محمد المزين، القيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة للمرحلة الأساسية الدنيا ومدى اكتساب تلاميذ الصف الرابع الأساسي لها، رسالة ماجستير في مناهج وطرائق التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص 17.

الفصل الثالث:

- 4- للقيم دور كبير في حل الصراعات واتخاذ القرارات، ووسيلة للدفاع عن الأنا أو الذات، وتعتبر كمعيار تساعد الفرد على التبرير المنطقي للاعتقادات والاتجاهات والسلوكيات الغير مقبولة.¹
- 5- تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه.
- 6- تعمل على تعديل سلوكيات الأفراد، وخاصة الأفراد الذين يهتمون بالدين.
- 7- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة، كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.²

خامسا: نماذج القيم الدينية

هناك عدة نماذج للقيم الدينية نذكر البعض منها:

1- الأمانة :

إن الأمانة التي أمرنا الله أن نحافظ عليها، ونؤديها لأصحابها لا تكون بحفظ أموال الناس فحسب، وإنما تكون في أشياء كثيرة:

- فإن أعطاك أحد أي شيء حتى لو كان رخيصا وقال لك احفظه لي وديعة عندك حتى أطلبه منك فهو أمانة.

¹ - جهاد نعيم عبد الرحمن قميحة، البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 2003، ص 53.

² - حنان فتيش، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي، مجلة الوقاية والارغوفيا، العدد 6، جامعة الجزائر 2، 2016، ص 139.

الفصل الثالث:

- حفظ أسرار الآخرين أمانة.
- نقل رسالة كلفك بها إنسان كاملة دون زيادة أو نقصان أمانة .
- وأداء العبادات التي كلفنا الله بها كالصوم والصلاة هي أهم أمانة، فالصلاة عندما تؤديها في وقتها، ونتم ركوعها وسجودها باهتمام وخشوع دون تقصير أو إهمال نكون بذلك قد أدينا الأمانة.
- وطلب العلم أمانة، وإفادة الناس بما تعلمناه أمانة.
- *والأمانة لها فضائل كثيرة جدا منها:
 - أن الإنسان الأمين بحبه الله (جل وعلا) ويرضى عنه ويحبه الناس جميعا.
 - أن الإنسان الأمين يكون موضع ثقة الناس من حوله فيتعاملون معه ويثقون فيه أما الإنسان غير الأمين فإن الناس لا يثقون فيه ولا يتعاملون معه.
 - أن انتشار الأمانة في المجتمع يجعل الناس يثقون فيمن حولهم... وبذلك ينتشر الحب والأخوة والتعاون بين أفراد المجتمع.
- الأمانة سبب في تفريج الهموم.¹

آية قرآنية تدل على الأمانة قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُوبِ إِنَّهُ كَانَ حَقًّا مِمَّا كُنتُمْ تَدْعُونَ﴾ (النساء الآية 58).

والأمانة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للطالبة هو أن تكون مسؤولة عن كل مضمون تقوم بنشره عبر هذه المواقع، أو أي مضمون تطلع عليه.

2- الصدق :

¹ - محمود المصري أبو عمار، أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم الأطفال، ط1، مكتبة الصفا للنشر والتوزيع، 2007، ص 25، 26.

الفصل الثالث:

ما هو خلق من أعظم أخلاق الرسول -صلى الله عليه و سلم- يجب أن نتحلى به... ألا وهو خلق الصدق.

وما أجمل أن يكون المؤمن صادقا... فالمؤمن لا يكذب ولماذا يكذب وهو يعلم أن الله يعاقب الكذابين في الدنيا ويعذبهم في الآخرة، وكيف لا يكون صادقا وهو يعلم أن الصادق حبيب الرحمن وأن الله يحبه ويرضى عنه ويدخله جنته، فتعالوا بنا لتتعاشق بقلوبنا وأرواحنا مع الصدق والصادقين.

قال تعالى: ﴿...﴾
قال تعالى: ﴿...﴾ (محمد 21)¹

ومن خلال هذا الخلق يستوجب على الطالبات عند زيارتهن لمواقع التواصل الاجتماعي عدم تصديقهن لكل ما ينشر من أخبار وغيرها التي تكون مجهولة المصدر فهي تعتبر شائعات بالإضافة إلى التحلي بالصدق أثناء محادثة الآخرين وتجنب الكذب عليهم وسوء الظن بهم .

3- الخير والشر:

الخير اسم تفضيل، كقولنا الحياة خير من الموت، كما أنه يدل على الحسن لذاته وعلى ما فيه من نفع أو لذة أو سعادة، وهو بشكل عام ضد الشر، لأن الخير يعني في بعض معانيه -الكمال. أما الشر فهو السوء، والفساد، يقال "رجل شر" أي ذو شر، وهو شر الناس، أي أكثرهم سوءا أو فسادا. والشر أنواع -كما رأى "ابن سينا" على سبيل المثال -إذ قال "و اعلم أن الشر على وجوه : فيقال شر لمثل النقص الذي هو الجهل والضعف والتشويه في الخلقة.²

وحين يقال بأن الشر يمثل ضربا من الخيانة أو عدم الوفاء، فإنهم يعنون بذلك أن تجربة الشر يمثل جوهرها عملية إنكار للقيم وهذا اتساقا مع تعريف بأنها الخير أو وضع كلمة خير مكان كلمة قيمة. نقول أن الخير والشر عبارة عن خلق ناتج عن رغبات الإنسان وسلوكه ومن خلال هذا على الطالبة الجامعية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي أن تستغل هذه الأخيرة في نشر الخير وأن تتعامل مع الناشطين عبر هذه المواقع بهذا الخلق الحسن حتى تبقى محبوبة بينهم وتكسب ثقتهم .

4- العفة :

¹ - محمود المصري أبو عمار، مرجع سابق، ص 22.

² - رمضان الصباغ، الأحكام التقويمية في الجمال والأخلاق، ط1، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 1998، ص 203

الفصل الثالث:

العفة هي ضبط النفس على الشهوات بقصد واعتدال، وفق أوامر الشريعة الإسلامية وخلق المروءة أي بدون إفراط بحيث تخرج به إلى تلبية جميع شهواته بأي طريقة، ولا تفريط بحيث يصيبها الجمود.¹

أ- أنواع العفة :

- عفة البصر:

من أنواع العفة والتي يتحلى بها المسلم عفة البصر كما حرم الله تعالى النظر إليه، فيكون ذلك بغض البصر عنه.²

- عفة الفرج:

يؤكد سبحانه وتعالى على حفظ الفرج بامتناع خلق العفة، والبعد عن المعصية التي تؤدي إلى الزنا أو ما يقرب الله.³

عفة البطن : خلق الله تعالى الإنسان وأسكنه الأرض، وسخر له ما في الأرض جميعاً ورزقه من الطيبات حتى يستطيع أن ينعم بحياته، وركب فيه الشهوة للأكل والشرب، لذلك كان واجب عليه أن يصرف هذه الشهوة فيما يرضاه الله تعالى.

يجب الالتزام بالعفة والامتناع عن التواصل مع الآخر بالكذب والغش أو الاطلاع على الفواحش أو الفيديوهات والصور المخلة بالحياء.⁴

5- حفظ الأسرار وكتمانها :

معنى حفظ السر، كتمانها وعدم إظهاره وإعلانه فلو ظهر الشيء المراد إخفاؤه لم يعد سرا، بلى إذا ظهر أو أظهر لشخص أو لأشخاص معينين وطلب إليهم ألا يفشوه، وألا يتعدى حدود دائرتهم، فيكون سرا بالنسبة إليهم يجب عليهم صيانتها وحفظه.

وإذا كان الحفاظ على السر واجبا فإن إفشاء السر حرام لأنه يؤدي إلى ضرر.⁵

¹ - حنان بنت محمد بن قاضي الحازمي، تصور مقترح لدور بعض المؤسسات التربوية والتعليمية في تطبيق العفة على الفرد والمجتمع من وجهة نظر التربية الإسلامية، مذكرة دكتوراه في التربية تخصص (التربية الإسلامية)، جامعة أم القرى، 1429-1430هـ، ص 37، 38.

² - حنان بنت محمد بن قاضي الحازمي، المرجع نفسه، ص 103

³ - حنان بنت محمد بن قاضي الحازمي، المرجع نفسه، ص 109

⁴ - حنان بنت محمد بن قاضي الحازمي، المرجع نفسه، ص 127

⁵ - دار القاسم، حفظ الأسرار، المكتبة الإسلامية، دمشق، نسخة إلكترونية، متاح على الرابط الإلكتروني:

الفصل الثالث:

ولهذا يجب على الطالبة أن تلتزم بهذا الخلق وأن لا تفتشي أسرار أصدقائها وعائلتها وأهلها وخاصة أصدقائها الذين تتواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

6- غض البصر:

المقصود بغض البصر الذي حث عليه الشرع: غض البصر عن الحرام، خوفاً من الله تعالى وعقابه، وامتثالاً لأمره، فمن المعلوم من الدين ضرورة أن الشرع أمر بحفظ الفروج وحرم الزنا بل إن ذلك من أعظم مقاصده، والأمر بحفظ الفروج يتضمن الأمر بحفظ الأبصار، لأن النظر بريد الزنا ورائد الفجور، وقد دل الكتاب والسنة والإجماع على ذلك، فأما الكتاب: فقوله تعالى: ﴿لَا تَتَّبِعُوا الْبَصَرِ مَا أَغْوَتْهُمَا وَلَئِن لَّمْ يَظْهَرَا عَلَيْكُمْ فَحَرِّمُوا أَلْبَابَكُمْ عَلَى الشَّيْءِ ذَلِكَ لَعِبَاقُ مَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾¹ (النور 30)

7- الحياء:

إن الحياء من أبرز الصفات التي تنأى المرء من الرذائل، وتحجزه عن السقوط إلى سفاسف الأخلاق، وحماة الذنوب، كما أن الحياء من أقوى البواعث على الفضائل وارتياح معالي الأمور.² وأنه خلق يبعث على ترك القبائح، ويمنع من التفريط في حق صاحب الحق، وقد اختص الله عز وجل به الإنسان ليرتدع به كما تنزع إليه الشهوة من القبائح، كي لا يكون كالبهيمة التي تهجم على ما تشتهي دون حياء.³

أما في الإسلام فقد رفع الإسلام شأن الحياء، وحض عليه، وامتدح أهله في القرآن الكريم، والسنة المطهرة، فلقد أبرز القرآن العظيم خلق الحياء في ابنتي الرجل الصالح، اللتين انحدرتا من بيت كريم، يتصف بالعفاف والطهارة، والصيانة وحسن التربية.⁴

بالنسبة للالتزام بخلق الحياء للطالبة من خلال استخدام الطالبة لمواقع التواصل الاجتماعي فيجب عليها أن تختار ما تشاهده أو ما تقرأه وأن تنتبه لما ينشر في هذه المواقع من صور وفيديوهات مخلة بالحياء وكلام فاحش وذلك يكون استحياء من الله عز وجل.

¹ -محمد براء ياسين، فضل غض البصر، 1437هـ، ص 29، 30.

² -محمد بن أحمد بن إسماعيل المقدم، الحياء خلق الإسلام، ط1، دار الحرمين للطباعة، مصر، 1993، ص 5.

³ -محمد بن أحمد بن إسماعيل المقدم، المرجع نفسه، ص 8.

⁴ -محمد بن أحمد بن إسماعيل المقدم، المرجع نفسه، ص 12.

8- النفاق: النفاق سلوك مركب يرجع إلى عدة عناصر خلقية ذميمة، يدخل فيها الجبن، وجحود الحق، والطمع في المنافع الدنيوية، والقدرة على المراوغة والحيلة ولبس الأقنعة المختلفة، وعمادها الكذب في القول والعمل، والنفاق انحراف خلقي خطير في حياة الفرد وفي حياة الأمم.¹

ومن خلال ذلك يستوجب على الأفراد وخاصة الطالبات الناشطات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن يتحنبن الكذب والتكبر على غيرهم أي الذين يتواصلن معهم عبر هذه المواقع وأن يتعاملن معهم بصدق وتواضع.

سادسا: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية

تمثل القيم جانبا رئيسيا من ثقافة أي مجتمع، نظرا لكونها تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها، والقيم هي القوى الحقيقية في الحياة الاجتماعية فهي التي تشكل اتجاهات الاختبار وتقوم بتشكيل المعايير التي تجعل الفعل صوابا أو خطأ لكن مع ظهور وتنامي المتابعة والانضمام إلى مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فئة الشباب أدى إلى إحداث زعزعة في القيم المجتمعية السائدة داخل النظام الاجتماعي الجزائري المعروف بطابعه العربي الإسلامي من عادات، تقاليد، سلوكات، أفكار، معايير، قيم اجتماعية ثقافية ودينية، هذا الأخير أدى إلى حدوث اضطرابات متنوعة في سلوكات وأفكار الشباب الجزائري من خلال تنازلهم عن العديد من القيم التي منبعها الثقافة الإسلامية وتشربهم جملة من القيم تحت شعار التقدم، العنصرية والموضوعة.²

وعليه يمكن أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي سببا فيما يحدث لشبابنا اليوم من انخيار القيم السائدة في المجتمعات الإسلامية، كما يمكن أن تؤدي إلى انسلاخ وذوبان في ثقافة الآخر من خلال إتباعه وتقليده في كل سلوكاته ومعارفه السلبية والإيجابية دون التفريق بينهما، وهذا ما يطرح مشكلة ظهور قيم جديدة منافية لما هو داخل المجتمعات الإسلامية والعربية وهذا ما نلاحظه اليوم في الجامعات الجزائرية يوميا من خلال مظاهر الاختلاط والعلاقات.³

وقد أدت مواقع التواصل الاجتماعي إلى خلق سلوكات جديدة منافية للدين والقيم الدينية والثقافية متمثلة في:

- تبادل مقاطع فيديو وصور غير لائقة مع الآخرين.

- تكوين صداقات مع الجنس الآخر.

¹ - عبد الرحمن حسن حنيكة الميداني، ظاهرة النفاق وحيثات المنافقين في التاريخ، ط1، دار القلم، دمشق، 1993، ص12.

² - إيمان عبادي، عائشة جاب الله، مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتأثيره على القيم والسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، مجلة حقول معرفية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد1، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 122.

³ - حبيب بن سعد، منصور بلييوس، أثر استخدام الصفحات الإلكترونية على القيم الدينية والثقافية لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2016/2017، ص58.

الفصل الثالث:

- عدم التأكد من أي برود كاست ديني.
- الانشغال عن أداء الفرائض .
- خلق فراغ بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي.
- الدخول في مواقع محظورة .
- التخلي عن بعض القيم كالصدق والأمانة.
- تدني المستوى الدراسي.
- التقليل من التواصل بين الأهل والأصدقاء.¹

لقد أخذت ظاهرة المشاهدة المفرطة لشبكات التواصل الاجتماعي إلى القضاء على شعور الشباب الجزائري بالانتماء إلى مجموعاته الاجتماعية (أسرة، جماعة، أصدقاء...).

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه نستنتج أن للقيم الدينية أهمية عظيمة للدور الكبير الذي تلعبه في تنظيم الفرد وصلاح المجتمع، فالقيم الدينية لها دور فعال ورئيسي في تكوين شخصية الفرد وثباته وتحديد سلوكه ورسم طريقه الصحيح، وتكوين مبادئ ثابتة تنتج مجتمع بمعايير سلوكية في قمة الرقي والتحضر والانضباط، كما أنها تلعب دور مهم في ترسيخ العادات والتقاليد والأعراف الخاصة بأي مجتمع في نفسية الشباب، حيث تعتبر هذه المرحلة حساسة في تكوين شباب صالح محافظ على قيمه الدينية خاصة مع ظهور التطورات التكنولوجية ونخص بالذكر

¹ - علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 140-142.

الفصل الثالث:

مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت جزء لا يتجزأ من حياتنا، حيث أثار الجدل حولها بسبب التأثيرات والتغيرات التي أحدثتها في المجتمع بشكل عام والشباب بشكل خاص، وبالرغم من أنها تقدم خدمات إيجابية يستفيد منها الشباب الجامعي إلا أنها تبقى سلاح ذو حدين ويتوقف تأثيرها على طبيعة استخدامها سواء بالسلب أو الإيجاب.

الفصل الرابع : الدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً: تفرغ البيانات وعرضها

ثانياً: نتائج الدراسة العامة

ثالثاً: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

خلاصة الفصل

الفصل الرابع:

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني للدراسة أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، فبعد الانتهاء من جمع المعلومات، وإعداد استمارة الاستبيان التي قسمت إلى أربع محاور بالإضافة إلى البيانات الشخصية، قمنا بتفريغ بيانات الاستمارة بعد أن تم توزيعها على مفردات الدراسة (80)، ثم حللنا هذه البيانات كمياً وكيفياً وفسرناها، وفي الأخير عرضنا النتائج المتحصل عليها وتأكدنا من صحة الفرضيات التي وضعناها.

الفصل الرابع:

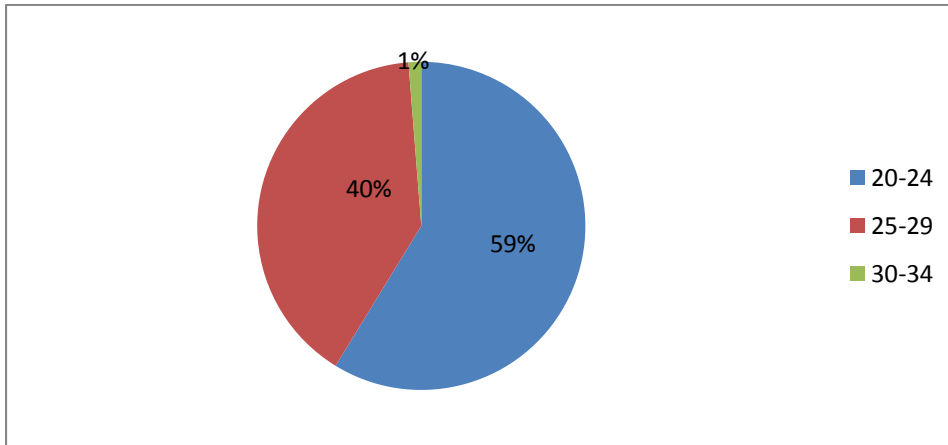
أولاً: تفريغ البيانات وعرضها

المحور الأول : البيانات الشخصية

الجدول رقم 01 : يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
58,75	47	24-20
40	32	29-25
1,25	1	34-30
100	80	المجموع

الشكل رقم 01 : يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن.



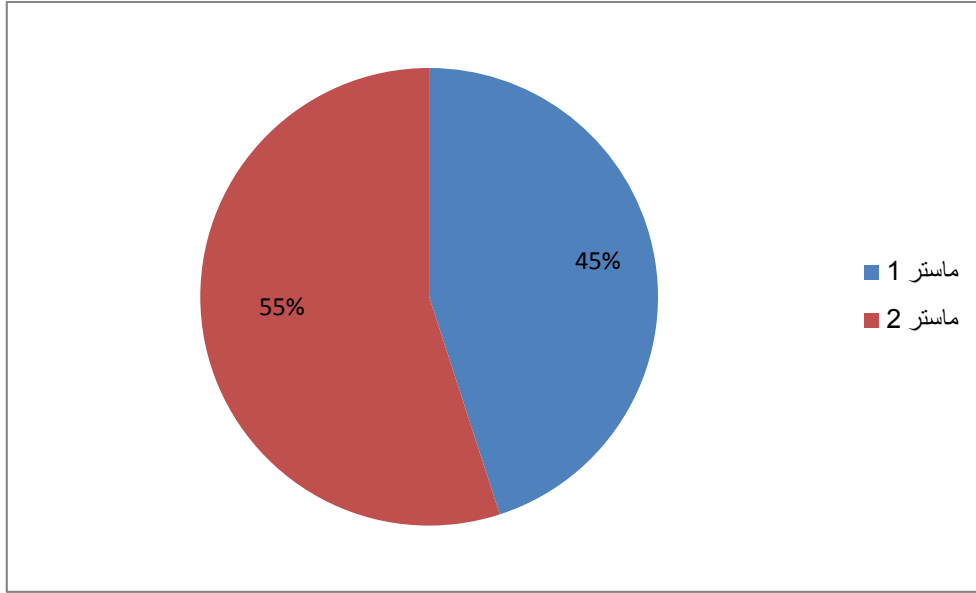
1- نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن نسبة الفئات التي تنحصر أعمارهم بين (20-24 سنة) مثلت أعلى نسبة فقدت ب 58,75 %، أما الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين (25-27 سنة) فقد قدرت نسبتهم ب 40%، وفي الأخير قد تحصلنا على نسبة ضئيلة للأفراد الذي تتراوح أعمارهم (30-34 سنة) فقدت ب 1,25 % من خلال هذه النتائج نستنتج أن الفئة الغالبة في جامعة جيجل هي المبحوثين المنتمين إلى فئة (20-24 سنة وهذا راجع إلى أن طلبة الماستر تتراوح أعمارهم بين 20 و 24 سنة بالإضافة إلى أنها الفئة الشابة والأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية، أما بالنسبة للفئة (30-34 سنة) هي أقل نسبة وهذا راجع إلى أن هذه الفئة لا تكون متواجدة في الجامعة .

الفصل الرابع:

الجدول رقم(02): يوضح توزيع الباحثين حسب المستوى الجامعي

النسبة	التكرار	المستوى الجامعي
45	36	ماستر 1
55	44	ماستر 2
100	80	المجموع

الشكل رقم(02): يوضح توزيع الباحثين حسب المستوى الجامعي



2- نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 الذي يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي أن أكبر نسبة هي طالبات ماستر 2 والتي قدرت ب 55%، أما طالبات ماستر 1 فقد قدرت نسبتهم ب 45 % .

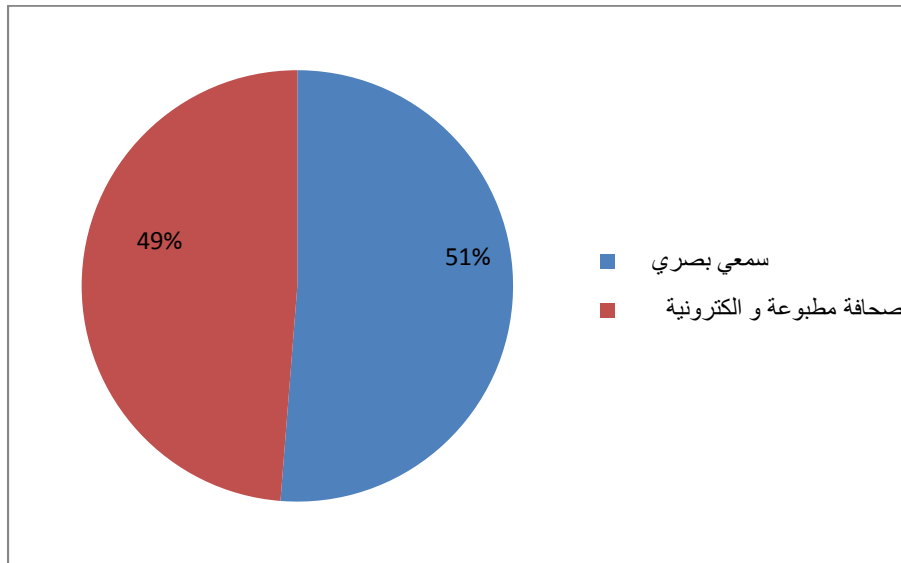
يمكن تفسير هذه النتائج بنوع العينة المتبعة في هذه الدراسة وهي العينة العشوائية البسيطة، حيث تم اختار الطالبات بطريقة عشوائية .

الفصل الرابع:

الجدول رقم(03): يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
سمعي بصري	41	51,25
صحافة مطبوعة والكترونية	39	48,75
المجموع	80	100

الشكل رقم(03): يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص



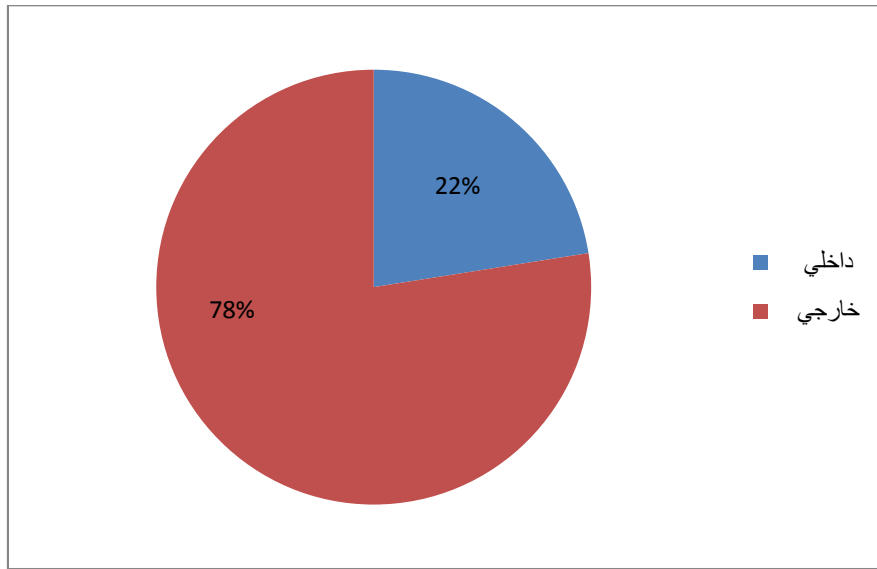
3- يتضح من بيانات الجدول 3 المتعلق بتخصص المبحوثين أن نسبة الذين يدرسون في تخصص سمعي بصري احتلوا المرتبة الأولى بنسبة 51,25 %، أما في المرتبة الثانية تخصص صحافة مطبوعة و الكترونية بنسبة 48,75 %.

وهنا يمكن تفسير هذه النتائج بنوع العينة المتبعة في الدراسة وهي العينة العشوائية .

الجدول رقم (04) : يبين الجدول مكان إقامة المبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
22,5	18	داخلي
77,5	62	خارجي
100	80	المجموع

الشكل رقم (04) : يبين الجدول مكان إقامة المبحوثين



4- تشير نتائج الجدول 4 أن معظم الطالبات يقمن خارج الحي الجامعي وذلك بنسبة 77,5 %، أما نسبة الطالبات الداخلات المقيمات في الأحياء الجامعية فقد بلغت نسبتها 22,5 %، وهذا راجع أن معظم الطالبات خارجيات يسكنن في ولاية جيجل والمناطق المجاورة، أما بالنسبة للطالبات الداخلات فنلاحظ قلة تواجدهم في الجامعة، وهذا راجع إلى أن الظروف التي نعيشها بسبب وباء كورونا فيدرسن ويذهبن إلى بيوتهن

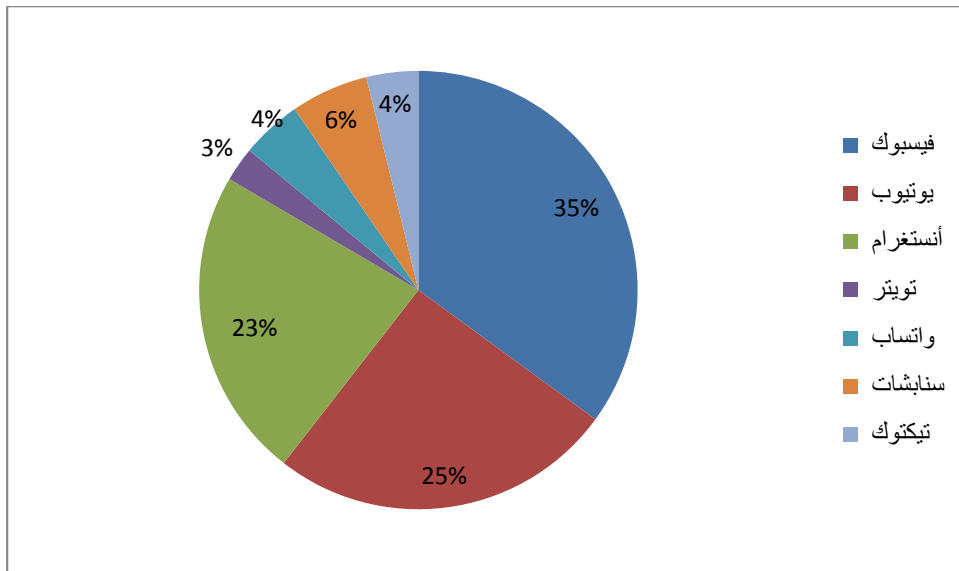
الفصل الرابع:

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول الرقم (05) : يبين أهم المواقع التي يفضلها المبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
35,03	55	فيسبوك
25,47	40	يوتيوب
22,92	36	أنستغرام
2,54	4	تويتر
4,45	7	واتساب
5,73	9	سناپشات
3,82	6	تيكTok
100	157	المجموع

الشكل رقم (05): يبين أهم المواقع التي يفضلها المبحوثين



5- يبين الجدول 5 أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها الطالبات، وقد احتل الفيسبوك الصدارة بنسبة 35,03% وذلك راجع إلى الشعبية الكبيرة التي يتمتع بها هذا الموقع، يليه اليوتيوب بنسبة 25,47% ، يليه

الفصل الرابع:

أنستغرام بنسبة 22,92%، ثم سنابشات بنسبة 5,73%، بعدها واتساب بنسبة 4,45%، يليه تيك توك بنسبة 3,82%، وجاء في آخر مرتبة تويتر ب 2,54%.

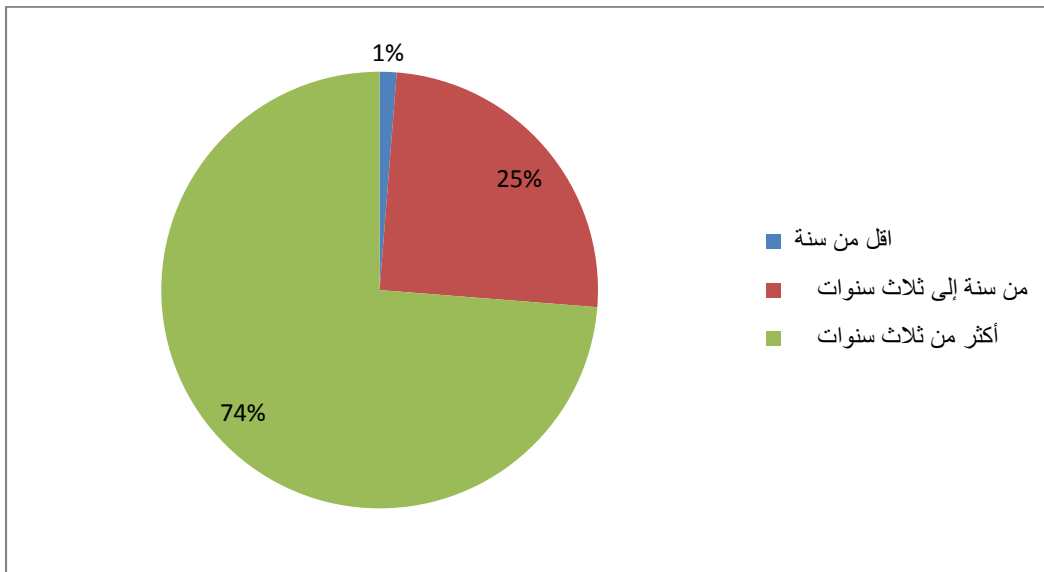
يعود الاستخدام الكبير للفيس بوك كونه فضاءا لنشاطات متعدد مثل البحث العلمي، تبادل المعلومات، الصداقة، التعارف بالإضافة إلى دوره في التواصل مع الأهل والأصدقاء، وسهولة التسجيل فيه والاستخدام، كما احتل موقع اليوتيوب الرتبة الثانية من ناحية الاستخدام من قبل المبحوثين حيث يمتلك هذا الموقع رصيد غني من الأفلام التصويرية ومقاطع الفيديو المختلفة (طبخ، تعليم، تسلية، أغاني...)، في حين احتل موقع الانستغرام المرتبة الثالثة ولا يزال هذا الموقع في بداية الانتشار مقارنة مع الفيس بوك إلا انه يحظى باهتمام كبير من طرف الطالبات وذلك للمزايا التي يقدمها فنجد نوع من التحفظ فيه بالإضافة إلى انه يتناول المواضيع الإيجابية، وكذلك نجد أغلب المشاهير لديهم صفحات على أنستغرام ويتواصلون مع متابعيهم وهذا من الأسباب التي تجعل الطالبات يتبعن هذا الموقع، أما بالنسبة إلى سنابشات، واتساب، تيك توك، تويتر كانت نسبة الاستخدام ضئيلة وهذا يعود إلى عدم تلبية الحاجات والاشباكات التي تسعى الطالبة للوصول إليها .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (06): يبين مدة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من سنة	1	1,25
من سنة إلى ثلاث سنوات	20	25
أكثر من ثلاث سنوات	59	73,75
المجموع	80	100

الشكل رقم(06): يبين مدة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي



6- يتضح من خلال الجدول 6 أن أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات قدرت نسبتهم بـ 73,75% والذين يستخدمونها من سنة إلى ثلاث سنوات كانت نسبتهم 25% أما الذين بدؤوا في استخدامها منذ أقل من سنة فقد بلغت نسبتهم 1,25% .

نفسر استخدام نسبة كبيرة من الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات حسب

رأينا إلى تخصص الباحثين في مجال الإعلام والاتصال الشيء الذي يجعلهم مهتمين بوسائل الإعلام الحديثة

خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا شهرة هذه المواقع وما تقدمه من خدمات منذ إنشائها (الفيسبوك مثلا

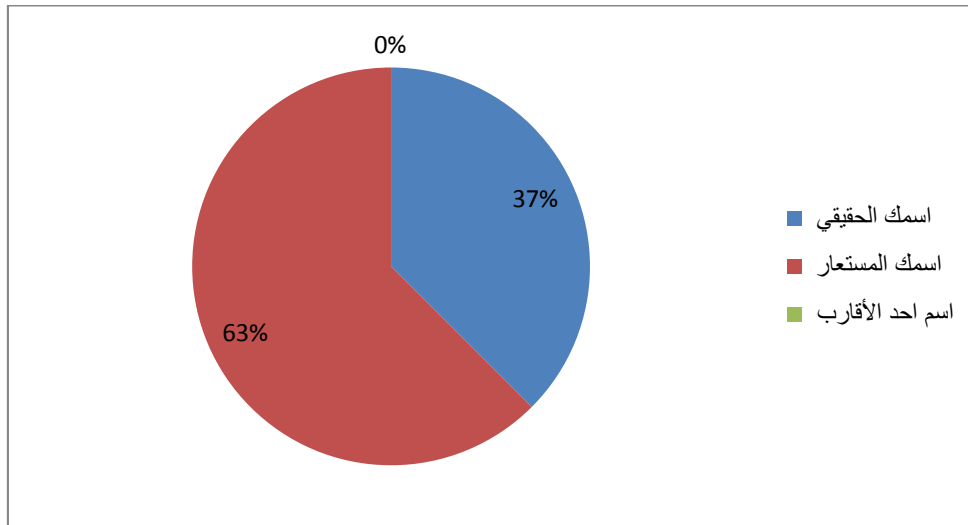
2004)، بالإضافة إلى سهولة التواصل مع الأصدقاء والأقارب.

الفصل الرابع:

الجدول (07): يبين الاسم الذي يستخدمه المبحوثين عند استخدامهم لحسابهم الشخصي :

الاحتمالات	التكرار	النسبة
اسمك الحقيقي	30	37,5
اسمك المستعار	50	62,5
اسم احد الأقارب	-	-
المجموع	80	100

الشكل رقم (07): يبين الاسم الذي يستخدمه المبحوثين عند استخدامهم لحسابهم الشخصي :



7- يوضح الجدول أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون حسابهم الشخصي باسم مستعار بنسبة 62,5 %، يليها الاستخدام باسم حقيقي ب 37,5 %، بينما باسم أحد الأقارب غير موجودة، ويرجع استخدام أغلبية المبحوثين لهذه المواقع باسم مستعار بهدف التصرف بحرية وكذلك حتى لا يتعرف الآخرون على هويتهم، والتخوف على معلوماتهم الشخصية والتطفل على حياتهم الخاصة وكذلك استخدام الاسم المستعار هو نوع من التحفظ، وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة فاطمة عبد الرزاق الرابعة (2016) التي أشارت إلى أن أغلب المبحوثين يشتركون في هذه المواقع بأسماء مستعارة .

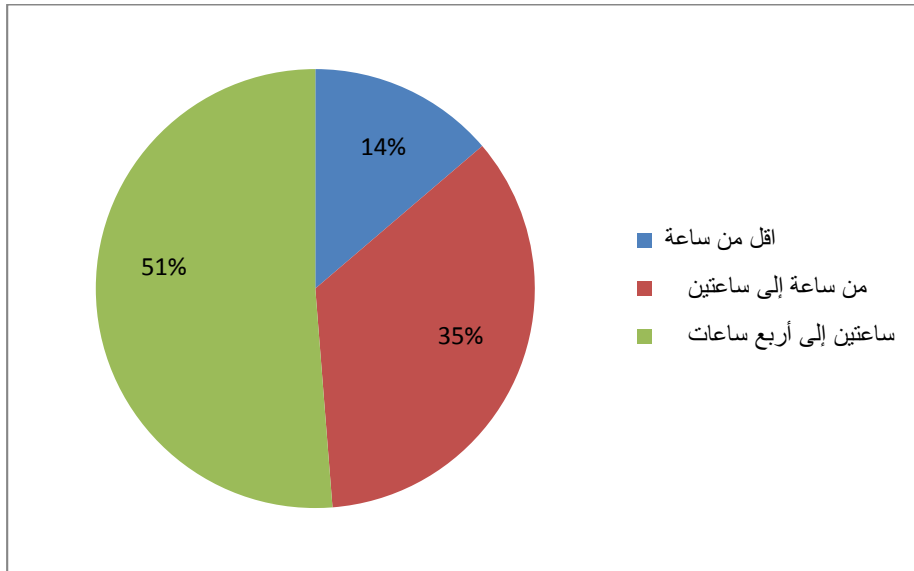
الفصل الرابع:

الجدول رقم (08): يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضونها مع مواقع

التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
13,75	11	أقل من ساعة
35	28	من ساعة إلى ساعتين
51,25	41	ساعتين إلى أربع ساعات
100	80	المجموع

الشكل رقم (08): يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضونها مع مواقع التواصل الاجتماعي:



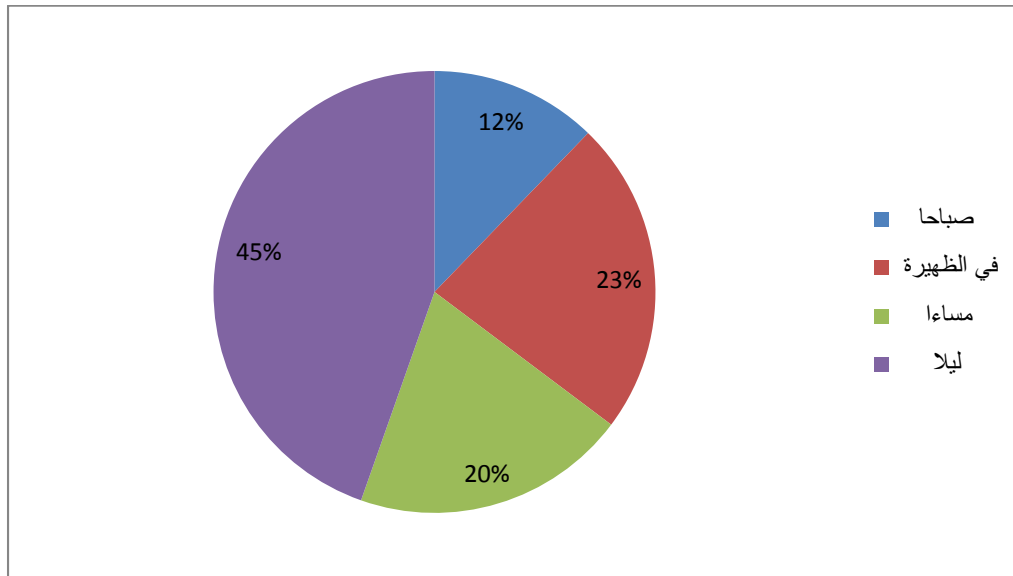
8- نلاحظ من خلال الجدول 8 الذي يمثل توزيع أفراد العين حسب مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أربع ساعات بنسبة 51,25 %، تليها الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 35%، ثم 13,75 % بالنسبة للذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة وذلك لقضاء حاجاته فقط، يمكن تفسير أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أربع ساعات وبأن هذه الفئة من الطالبات لا يشعرن بمرور الوقت عندما يتصفحن هذه المواقع مما يدفعهن إلى استغراق أكبر وقت مما يؤدي إلى الإدمان .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (09): يبين الفترة التي يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
12,23	17	صباحا
23,02	32	في الظهيرة
20,14	28	مساء
44,60	62	ليلا
100	139	المجموع

الشكل رقم (09): يبين الفترة التي يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي :



9- يتبين من خلال الجدول 9 أن الفترة التي يستخدمون فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي هي فترة الليل بنسبة 44,60%، ثم تليها فترة الظهيرة بنسبة 23,02%، وفي المساء بنسبة 20,14%، أما 12,23% يفضلون استخدامها في فترة الصباح .

من خلال هذه النتائج نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدامها في فترة الليل وهذا راجح إلى الانتهاء من الأعمال والوجبات اليومية بينما نجد الفترة الصباحية تحتل أقل نسبة والتي قدرت ب 12,23% وهذا راجع إلى أن هذه الفترة يلتحق فيها الطالبات بدراستهن والقيام بواجباتهن.

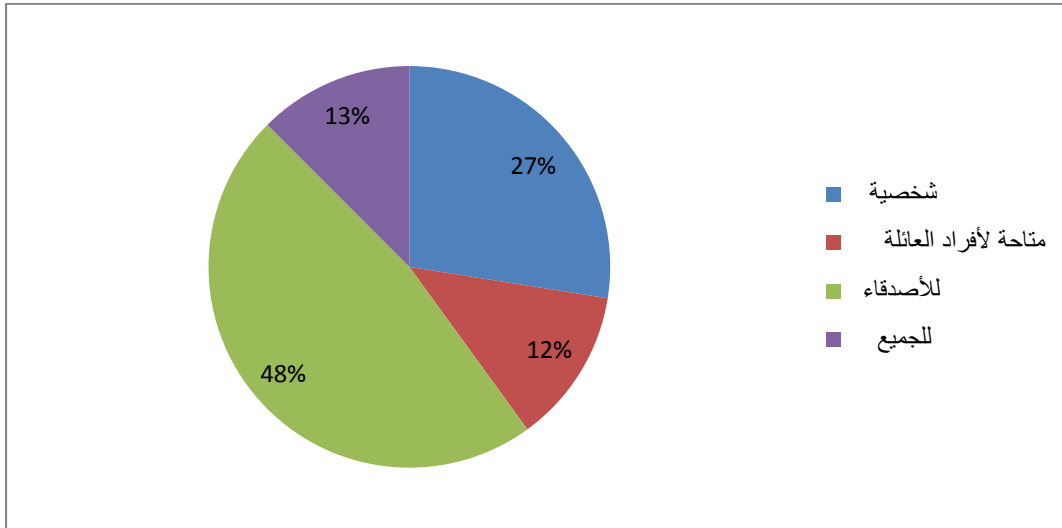
الفصل الرابع:

الجدول رقم (10): يوضح توزيع المبحوثين حسب إعدادات إتاحة صفحاتهم على مواقع

التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
27,5	22	شخصية
12,5	10	متاحة لأفراد العائلة
47,5	38	للأصدقاء
12,5	10	لجميع
100	80	المجموع

الشكل رقم (10): يوضح توزيع المبحوثين حسب إعدادات إتاحة صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي



10- نلاحظ من خلال الجدول 10 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن أعلى نسبة كانت للأصدقاء ب 47,5 %، تليها شخصية ب 27,5 %، ثم متاحة لأفراد العائلة وللأصدقاء بنفس النسبة قدرت ب 12,5 %، يمكن تفسير ذلك بأن أغلبية الطالبات يتفاععن مع الأصدقاء وذلك من أجل تبادل المعلومات والملاحظات ونشر الصور والتعليق عليها من طرف الأصدقاء بالإضافة إلى الحصول على المحاضرات والدروس بكل سهولة، لكن توجد فئة من المبحوثين يحبون أن تكون صفحاتهم شخصية لكي لا يطلع عليها إلا من يسمحون لهم بذلك .

وتكون متاحة للجميع وهذه فئة قليلة من المبحوثين ويرجع ذلك للتعرف على أصدقاء جدد ونشر ما يتعلق بالجميع، وأما إتاحتها لأفراد العائلة قد يكون راجع لتحفظهم للمعلومات التي ينشرونها، والتصرف بحرية وبدون قيود وكذلك الهروب من مراقبة أفراد العائلة للمنشورات التي يضعونها .

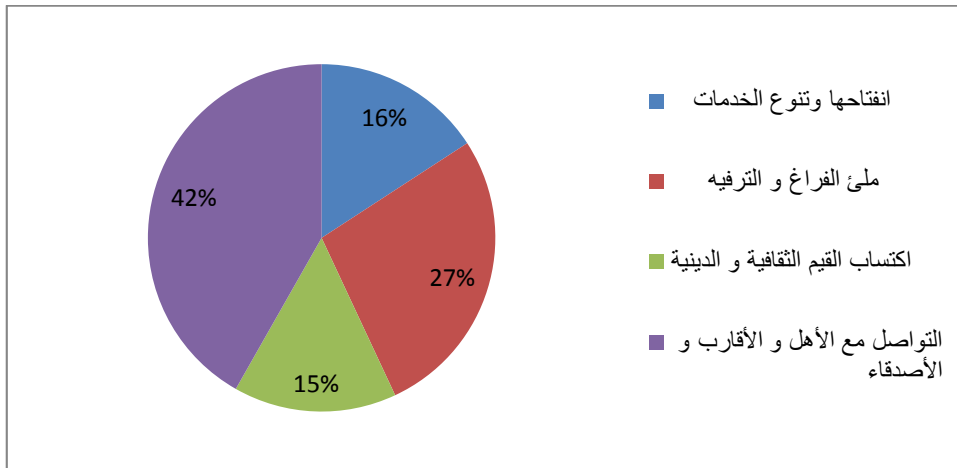
الفصل الرابع:

المحور الثالث : دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم(11): الأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	الاحتمالات
15,82	25	انفتاحها وتنوع الخدمات
27,21	43	ملئ الفراغ والترفيه
15,18	24	اكتساب القيم الثقافية والدينية
41,77	66	التواصل مع الأهل و الأقارب والأصدقاء
100	158	المجموع

الشكل رقم(11): الأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي



11- يشير الجدول 11 إلى الأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء بنسبة 41,77 %، تليها ملئ وقت الفراغ والترفيه ب 27,21 % أما انفتاحها وتنوع خدماتها وتنوع خدماتها واكتساب القيم الثقافية والدينية فكانت نسبتهم تقريبا متساوية قدرت ب 15,82 % و 15,18 % بالترتيب.

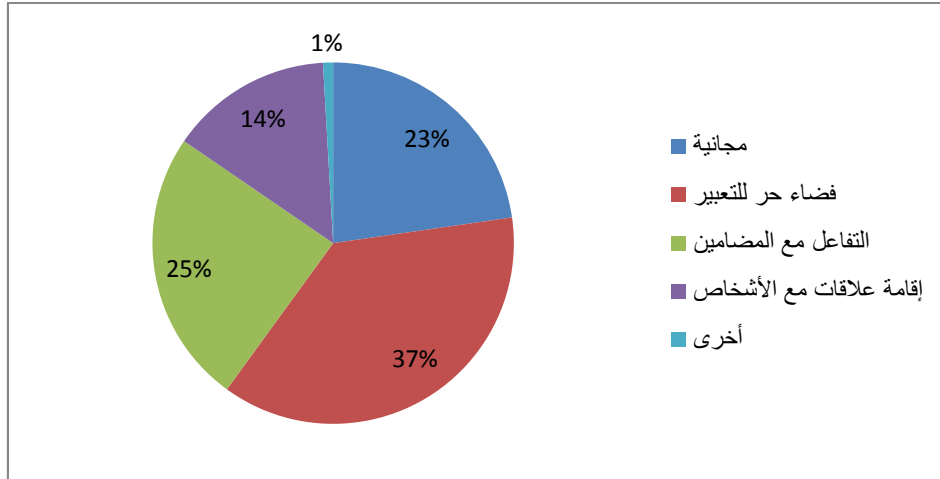
يوضح الجدول أعلاه أن التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء من أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يعود إلى كونها مجانية وامتلاكها ميزات تسمح بتقليص المسافات والاطمئنان على الأصدقاء والأهل والأقارب كالصور وخاصة الفيديو، أما بالنسبة إلى ملئ وقت الفراغ والترفيه وذلك من أجل التسلية والابتعاد عن ضغوطات الدراسة، فالأخيرة كانت انفتاحها وتنوع خدماتها واكتساب القيم الثقافية والدينية كانت نسبتهم تقريبا متساوية.

الجدول رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
22,72	25	مجانية
37,27	41	فضاء حر للتعبير
24,54	27	التفاعل مع المضامين
14,54	16	إقامة علاقات مع الأشخاص
0,90	1	أخرى
100	110	المجموع

الشكل رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



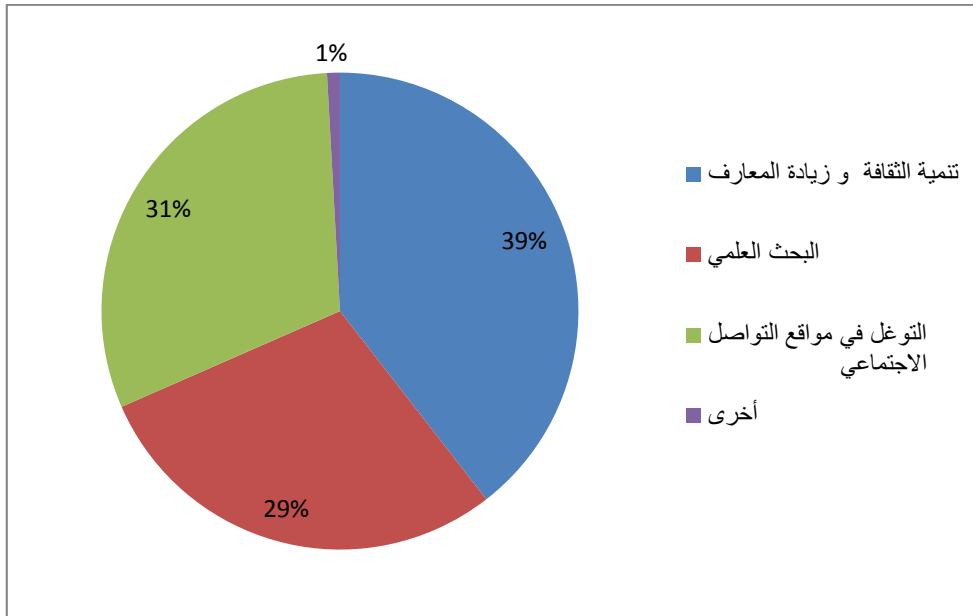
12- نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت فضاء حر للتعبير ب 37,27 %، تليها التفاعل مع المضامين 24,54 %، ثم تأتي مجانية وإقامة علاقات مع الأشخاص ب 22,72 %، و 14,54 % بالترتيب، وفيما يخص الأسباب ذكرت تضييع الوقت .

تبين لنا من خلال النسب أن الباحثين فضلوا فضاء حر للتعبير وهذا راجع إلى أن هذه المواقع لا يمتلك قيود أو حواجز للتعبير فهي تفسح للفرد كل الحرية لإبداء الرأي والتعبير عن مختلف المواضيع السياسية، اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، تليها التفاعل مع المضامين من خلال التعليق على الصور وتبادل المعارف والمعلومات بالإضافة إلى كونها مجانية اتفقت نتيجة دراستنا مع نتيجة دراسة فهد بن علي الطيار التي أشارت إلى أن الباحثين يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي لأنه فضاء حر للتعبير.

الجدول رقم (13): يوضح أهداف استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
39,47	45	تنمية الثقافة و زيادة المعارف
28,94	33	البحث العلمي
30,70	35	التوغل في مواقع التواصل الاجتماعي
0,87	1	أخرى
100	114	المجموع

الجدول رقم (13): يوضح أهداف استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي



13- من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الأهداف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي تبين لنا أن أغلب الباحثين يهدفون إلى تنمية الثقافة وزيادة المعارف بنسبة 39,47 %، وهذا يعود إلى حب الإطلاع على مختلف المواضيع والقضايا وحبهم الدائم والمستمر بنية التثقيف وزيادة المعارف، وكذلك تأثرهم بالحياة العولماتية وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤثر على تعزيز بنائهم الثقافي تليها التوغل في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 30,70 %، وذلك نظرا للحرية التي يجدها على هذه المواقع وغناها بالمواضيع المختلفة الموجودة عليها، تليها البحث العلمي ب 28,94 %، وذلك من أجل مساعدتهم في مجال دراستهم بالإضافة إلى أخرى ذكرت وهي الاطلاع على الأخبار.

الفصل الرابع:

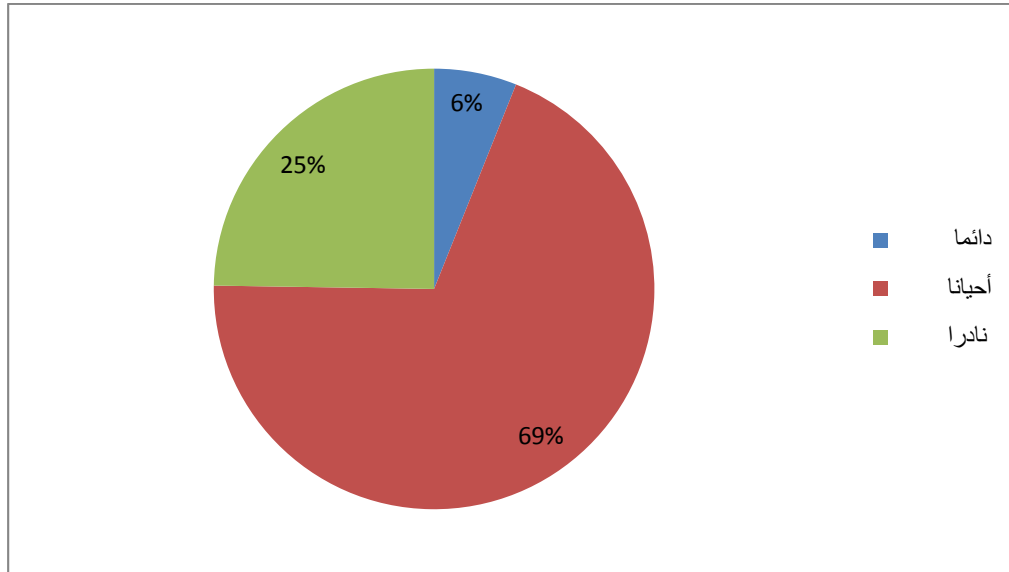
الجدول رقم (14): يمثل ما إذا كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المبحوثين

يشاركون في نشر المعلومات

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	5	6,25
أحيانا	57	71,25
نادرا	18	25,5
المجموع	80	100

الشكل رقم (14): يمثل ما إذا كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المبحوثين يشاركون في نشر

المعلومات



14- نلاحظ من خلال الجدول 14 الذي يمثل إذا كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المبحوثين يشاركون في نشر المعلومات في هذه المواقع فنجد الذين أجابوا بأحيانا كانت أعلى نسبة حيث قدرت ب 71,25%، تليها نادرا بنسبة 22,25%، ثم دائما ب 6,25%.

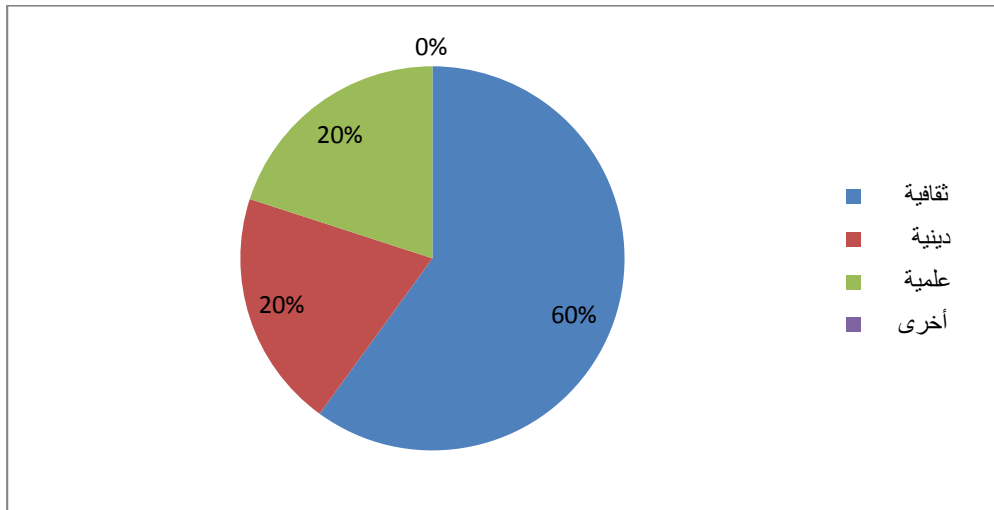
نفسر ذلك بأن الطالبات أحيانا ما تشاركن في نشر المعلومات وذلك من أجل مشاركة مختلف المواضيع التي تثير اهتمامهم وتجذب انتباههم .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (15): يمثل نوع المعلومات التي يشاركوها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
60	3	ثقافية
20	1	دينية
20	1	علمية
-	-	أخرى
100	5	المجموع

الشكل رقم (15): يمثل نوع المعلومات التي يشاركوها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي



15- نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل نوع من المعلومات التي يشاركونها بالإجابة بدائما نجد أن المعلومات الثقافية هي أعلى نسبة ب 60%، تليها المعلومات الدينية والعلمية بنسب متساوية 20%، فيما لم تذكر أي معلومات أخرى .

ونستنتج من ذلك أن المبحوثين لديهم أهداف محددة وهم واعون بالأبعاد القيمة والحضارية والدور الكبير التي تلعبه الثقافة في بناء شخصية الفرد وانعكاسها على المجتمع، بينما كانت النسبة متساوية في المعلومات الدينية والعلمية وقد كانت نسبة ضئيلة جدا وهذا راجع أنه لا يستطيع أي شخص نشر المعلومات الدينية قبل التأكد من صحتها .

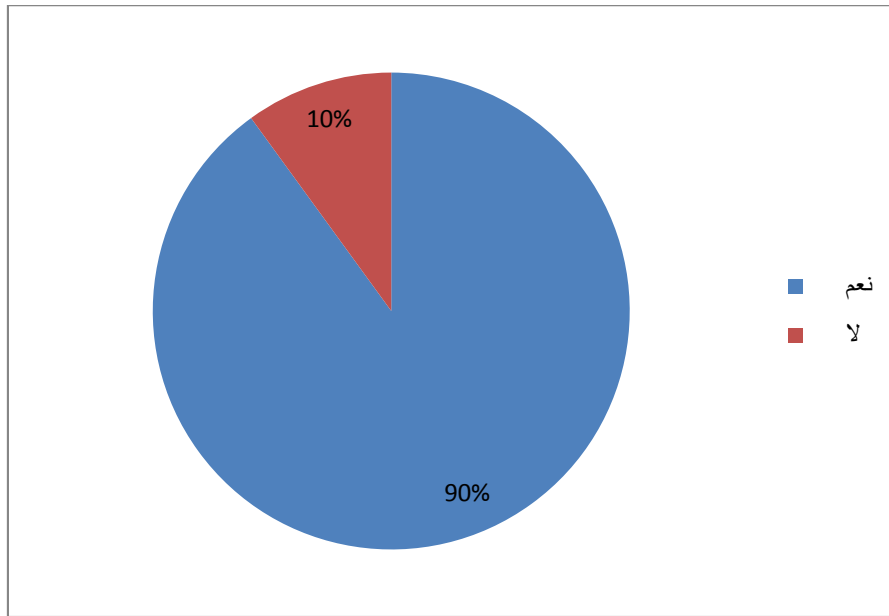
الفصل الرابع:

الجدول رقم (16): يبين استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال

العلمي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	72	90
لا	8	10
المجموع	80	100

الشكل رقم (16): يبين استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي



نلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي حيث كانت إجاباتهم بنعم بنسبة 90 %، في حين الذين كانت إجاباتهم ب لا قدرت ب 10 %، أي لا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي.

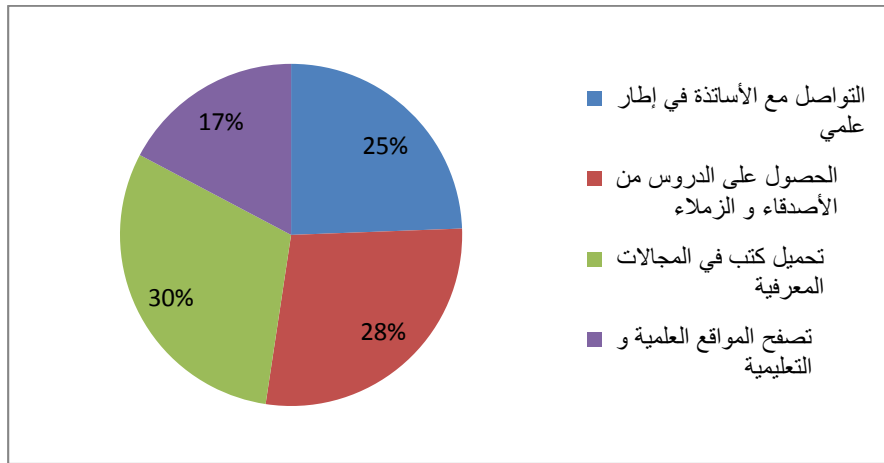
من خلال النتائج نرى أن أغلبية الطالبات يعتمدن على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي وهذا راجع إلى كون هذه المرحلة من التعليم تفرض عليهن الاحتكاك الكبير بهذا المجال أولاً وحبهن لتطوير معارفهن وإشباع حاجاتهن العلمية خاصة وأن هذه المواقع تتوفر على السرعة في توفير المعلومة والتواصل مع الأساتذة ويسهلون اكتسابها .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (17): يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
24,40	41	التواصل مع الأساتذة في إطار علمي
27,97	47	الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء
30,35	51	تحميل كتب في المجالات المعرفية
17,26	29	تصفح المواقع العلمية والتعليمية
100	168	المجموع

الشكل رقم (17): يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي



17- يبين الجدول 17 أن الطالبات يعتمدن على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي حيث احتلت المرتبة الأولى تحميل كتب في المجالات المعرفية بنسبة 30,35 %، تليها الحصول على الدروس من الأصدقاء و الزملاء بنسبة 27,97 %، ثم التواصل مع الأساتذة في إطار علمي بنسبة 24,40 %، وفي الأخير تصفح المواقع العلمية والتعليمية بنسبة 17,26 % .

يتبين لنا من خلال النسب أن تحميل الكتب في المجالات المعرفية الذي حاز على أعلى نسبة وهذا راجع إلى تسهيل عملية البحث عن المصادر والمراجع التي ربما لا تجدها الطالبات في المكتبة وكذلك ربح الوقت وغنى هذه المواقع بالصفحات العلمية التي تزود الباحثين بمختلف المعلومات التي يحاولون الوصول إليها، تأتي في المرتبة الثانية الحصول على الدروس من الأصدقاء و الزملاء وهذا يعود إلى تبادل وتشارك المعلومات بين الطالبات والاستفادة من بعضهم البعض، تليها التواصل مع الأساتذة في إطار علمي وهي نسبة لا بأس بها وهذا يعود لارتباط الطالبات بالأساتذة المشرفين والتواصل معهم من أجل الإجابة على التساؤلات العلمية والمنهجية، وفي الأخير تصفح المواقع العلمية و التعليمية وأيضا إرسال المحاضرات والبحوث.

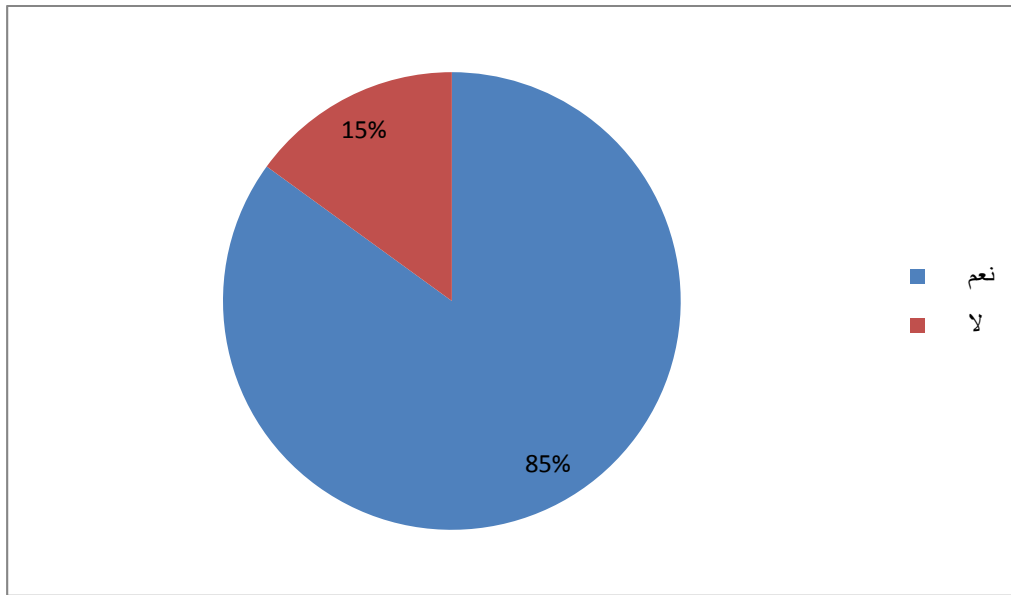
الفصل الرابع:

الجدول رقم (18): يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في

المجال الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	68	85
لا	12	15
المجموع	80	100

الشكل رقم (18): يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي



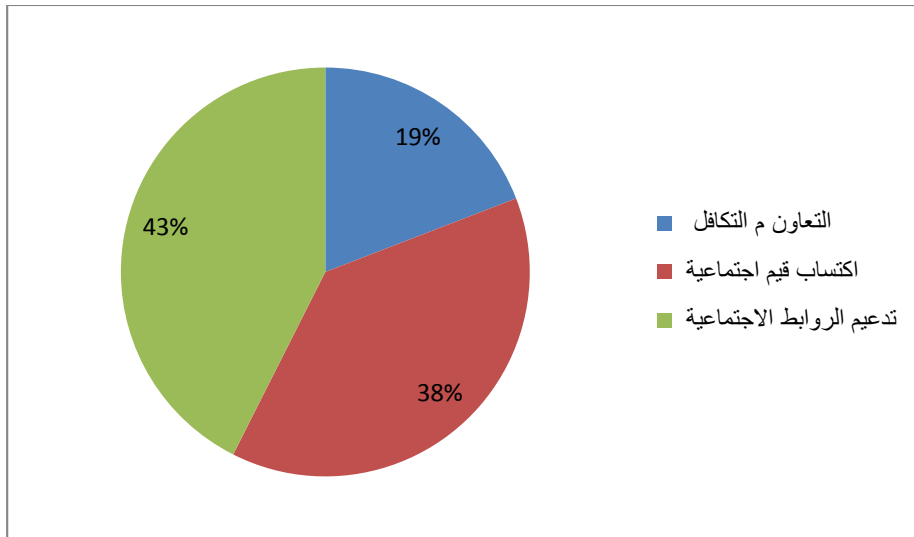
18- تفسر لنا نتائج الجدول 18 أن معظم أفراد عينة الدراسة أجابوا بنعم يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي حيث قدرت النسبة بـ 85%، فيما كانت الإجابة بلا بنسبة 15%، من خلال هذه النتائج يتضح لنا أن هذه المواقع جعلت الطالبات أكثر انفتاحا واندماجا في المجتمع الذين يعشن فيه ومشاركتهن في القضايا الاجتماعية وتفاعلهم معها كما أنها سهلت التواصل مع الأهل والأصدقاء وتكوين صداقات جديدة والتفاعل فيما بينهم .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (19): يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
19,14	18	التعاون م التكافل
38,29	36	اكتساب قيم اجتماعية
42,55	40	تدعيم الروابط الاجتماعية
100	94	المجموع

الشكل رقم (19): يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي



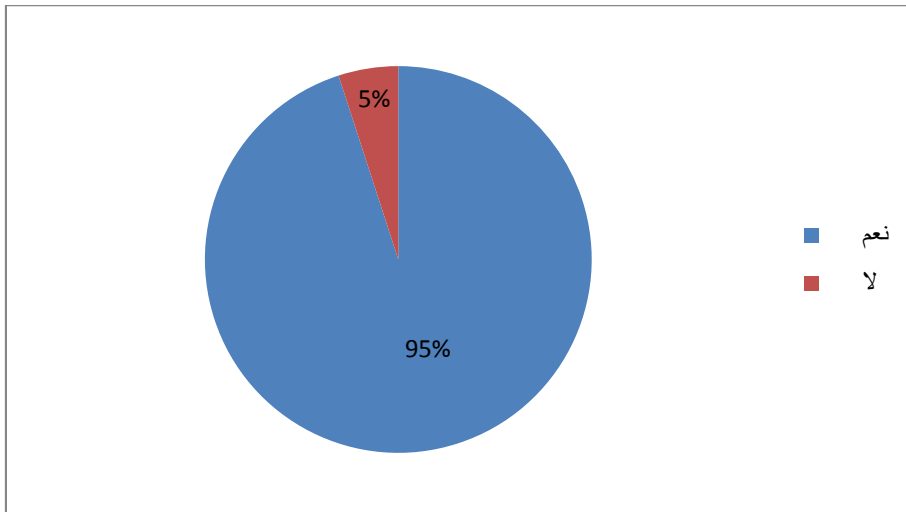
19- يكشف الجدول 19 أن اعتماد الطالبات على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي يتمثل حسب أفراد عينة الدراسة في تدعيم الروابط الاجتماعية بنسبة تقدر ب 42,55 %، هذا راجع إلى تعزيز العلاقات داخل المحيط الجامعي وتقوية الصلة بينهم، كذلك التواصل مع الأهل والأقارب والاستفسار على أحوالهم مما يقوي صلة الرحم وينطبق ذلك على الأصدقاء أيضاً، تليها اكتساب قيم اجتماعية كالتضامن، الحملات التحسيسية التوعوية، وفي الأخير التعاون والتكافل بأقل نسبة 19,14 %، ويعود ذلك ربما لنقص الإمكانيات وكون أفراد العينة من الإناث تصادفهم صعوبات وعوائق تمنعهم من التعاون والتكافل .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (20): يوضح إذا كان أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	76	95
لا	4	5
المجموع	80	100

الشكل رقم (20): يوضح إذا كان أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه



20- تفسر نتائج الجدول 20 أن معظم أفراد العينة أجابوا بنعم فيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه حيث قدرت النسبة بـ 95% هذا ما يفسر أن معظم أفراد عينة الدراسة يشبعون رغباتهم وحاجاتهم النفسية عند استخدام هذه المواقع للترفيه عن النفس والهروب من الواقع وضغوطات الحياة .

فيما قدرت نسبة الذين أجابوا بلا 5%، وذلك ما يفسر لنا أن هذه الفئة لا يجدون أي شيء للترفيه ولا يعتبرونها وسيلة للهروب من ضغوطات الحياة .

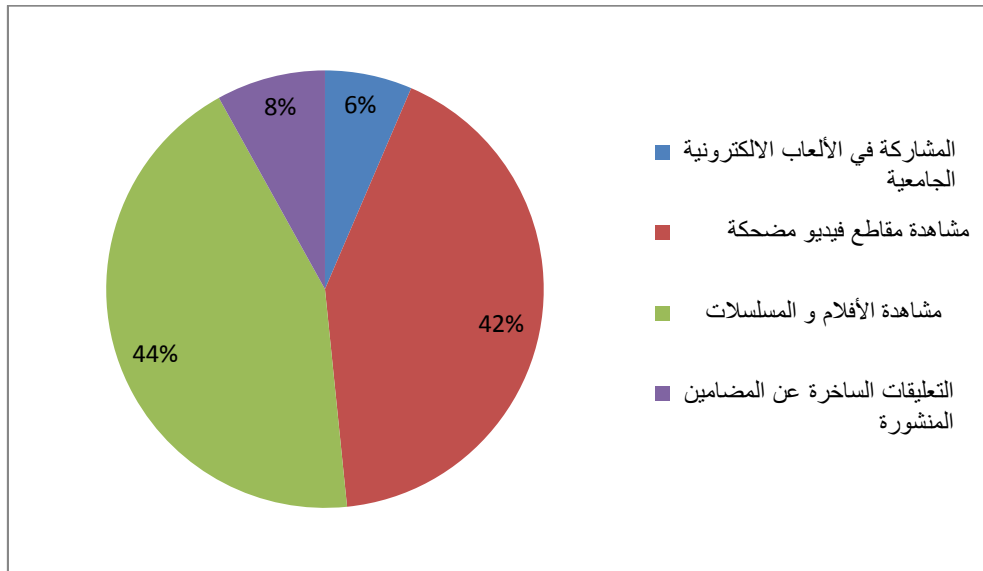
الفصل الرابع:

الجدول رقم (21): يوضح الاشباع المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال

الترفيهي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
6,45	8	المشاركة في الألعاب الالكترونية الجامعية
41,93	52	مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة
43,54	54	مشاهدة الأفلام والمسلسلات
8,06	10	التعليقات الساخرة عن المضامين المنشورة
100	124	المجموع

الشكل رقم (21): يوضح الاشباع المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي



21- نرى من خلال النتائج الموضحة في الجدول 21 أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي حسب معظم أفراد الدراسة يكون من أجل مشاهدة الأفلام والمسلسلات بنسبة 43,54 %، يليها مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة ب 41,93 %، تأتي بعدها المشاركة في الألعاب الالكترونية الجامعية ب 6,45 %، وفي الأخير التعليقات الساخرة على المضامين المنشورة ب 8,06 %.

ويتضح لنا من خلال النتائج أن الطالبات يفضلن مشاهدة الأفلام والمسلسلات وهذا راجع لإقبالهن على مشاهدة الأفلام والمسلسلات التركية وإعجابهن بها ونلاحظ ذلك حتى في طريقة اللبس وتعلمهن اللغة التركية والإفراط في هذه المسلسلات يعتبر مضيعة للوقت وحازت الأفلام والمسلسلات على أعلى نسبة لكون أفراد العينة

الفصل الرابع:

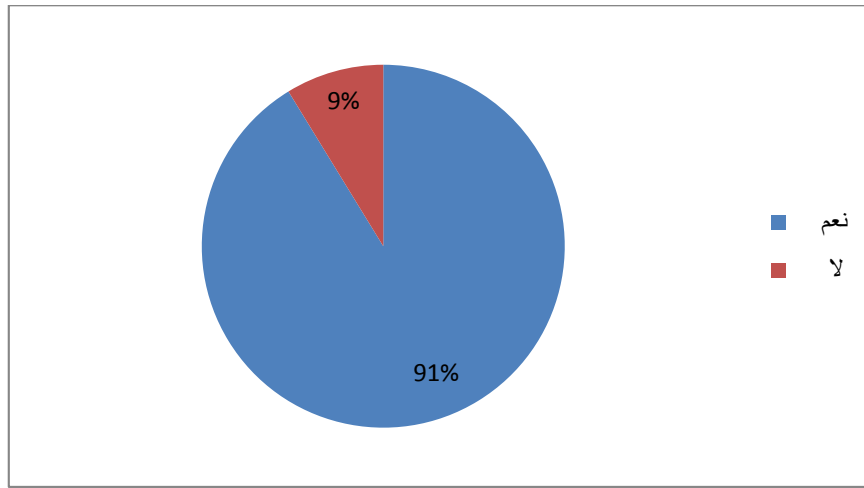
من الإناث فقط ونرى أن هناك نسبة متقاربة مع مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة ونفس ذلك وهذا للترويج عن النفس وكسر الروتين اليومي والتخفيف من الطاقات السلبية التي تواجه الطالبات في الحياة اليومية، تليها التعليقات الساخرة عن المضامين المنشورة وهذا يعود للارتياح الذي يجده أفراد العينة عند استخدامهم لهذه المواقع، بالإضافة إلى وجود حرية كبيرة في التعبير عن آرائهم من خلال تعليقاتهم على المنشورات وفي الأخير الألعاب الالكترونية والتي لا تحصى بأهمية كبيرة من قبل أفراد العينة.

الفصل الرابع:

الجدول رقم (22): يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	73	91,25
لا	7	8,75
المجموع	80	100

الشكل رقم (22): يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني



22- من خلال الجدول يتبين لنا بأن أعلى نسبة جاءت بنعم 91,25 %، وتليها اللذين أجابوا بلا بنسبة 8,75 %، ويرجع ذلك اهتمام الطالبات بهذا المجال ومحاولة زيادة المعارف والتثقيف واكتساب معلومات جديدة .

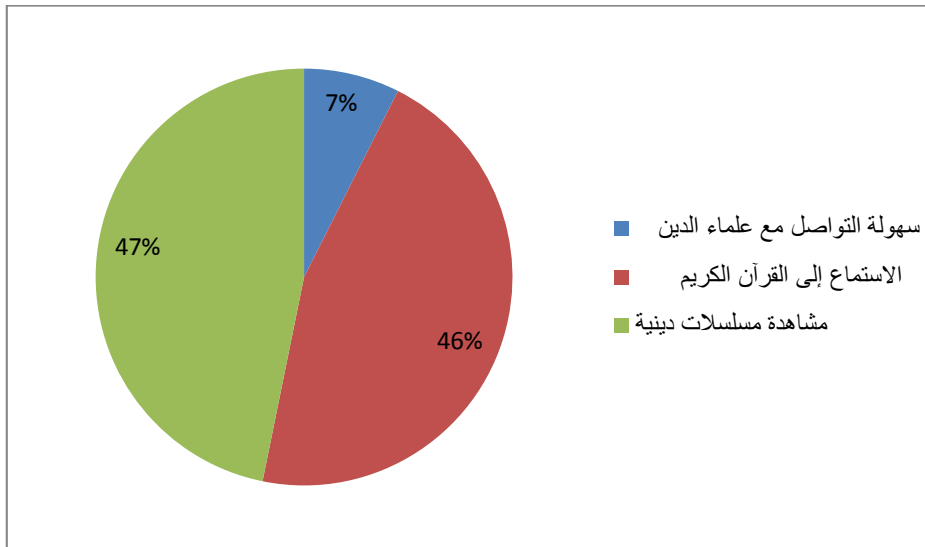
الفصل الرابع:

الجدول رقم (23): يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال

الديني

النسبة	التكرار	الاحتمالات
7,44	7	سهولة التواصل مع علماء الدين
45,74	43	الاستماع إلى القرآن الكريم
46,80	44	مشاهدة مسلسلات دينية
100	94	المجموع

الشكل رقم (23): يوضح الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني



23- من خلال الجدول الذي يمثل اعتماد الطالبات على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني إذا كانت الإجابة بنعم نجد أن مشاهدة المسلسلات الدينية حازت على أعلى نسبة ب 46,80 %، تليها الاستماع إلى القرآن الكريم بنسبة 45,74 %، وفي المرتبة الأخيرة سهولة التواصل مع علماء الدين بنسبة 7,44 % .
ومنه نستنتج أن الطالبات متعلقين و متمسكين بدينهن ومهتمين بتطوير أنفسهم ومعارفهم في هذا الجانب ومحاولة التثقيف والحصول على أكبر قدر من المعارف والمعلومات والتقرب من الله من خلال استماعهم للقرآن الكريم وإتعاضهم وخشيتهم من الله والسير في الطريق المستقيم .

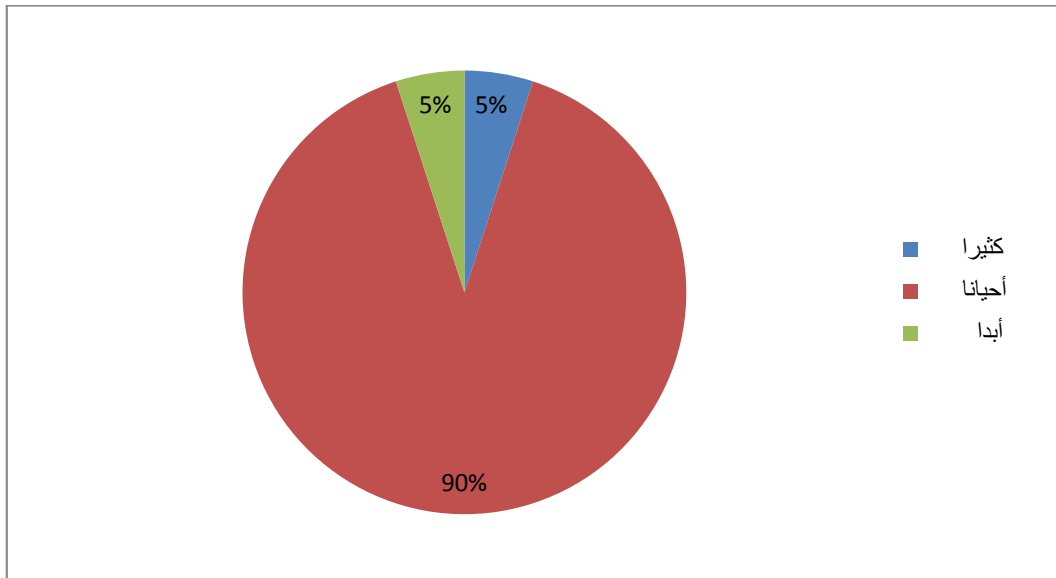
الفصل الرابع:

الجدول رقم (24): يوضح مدى توافق ما تتلقاه أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مع قيمهم الدينية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
كثيرا	4	5
أحيانا	72	90
أبدا	4	5
المجموع	80	100

الشكل رقم (24): يوضح مدى توافق ما تتلقاه أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمهم الدينية



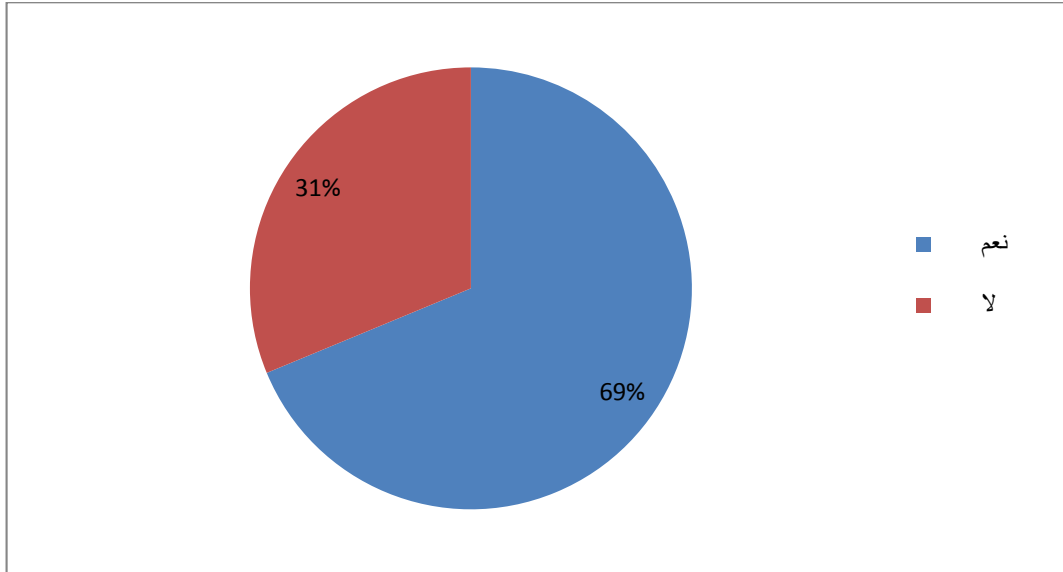
24- يتضح من خلال الجدول أن 90% من الطالبات يعتقدن أن ما يتلقونه على مواقع التواصل الاجتماعي يتوافق أحيانا فقط مع قيمهم الدينية ويرى 5% فقط أن محتويات مواقع التواصل الاجتماعي تتوافق كثيرا مع قيمهم الدينية ويرى كذلك أن 5% من محتويات مواقع التواصل الاجتماعي لا تتوافق بتاتا مع قيمهم الدينية . ومنه نستنتج أن الطالبات على دراية بما تنشره هذه المواقع وأنهن غير مقتنعين تماما بما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي فهم يتلقون الأمور السلبية والإيجابية معا وعليه يرون أنها تتوافق أحيانا فقط مع قيمهم وليس دائما.

الفصل الرابع:

الجدول رقم (25): يوضح ما إذا حققت مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات والحاجات التي تطمح إليها أفراد العينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	55	68,75
لا	25	31,25
المجموع	80	100

الشكل رقم (25): يوضح ما إذا حققت مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات والحاجات التي تطمح إليها أفراد العينة



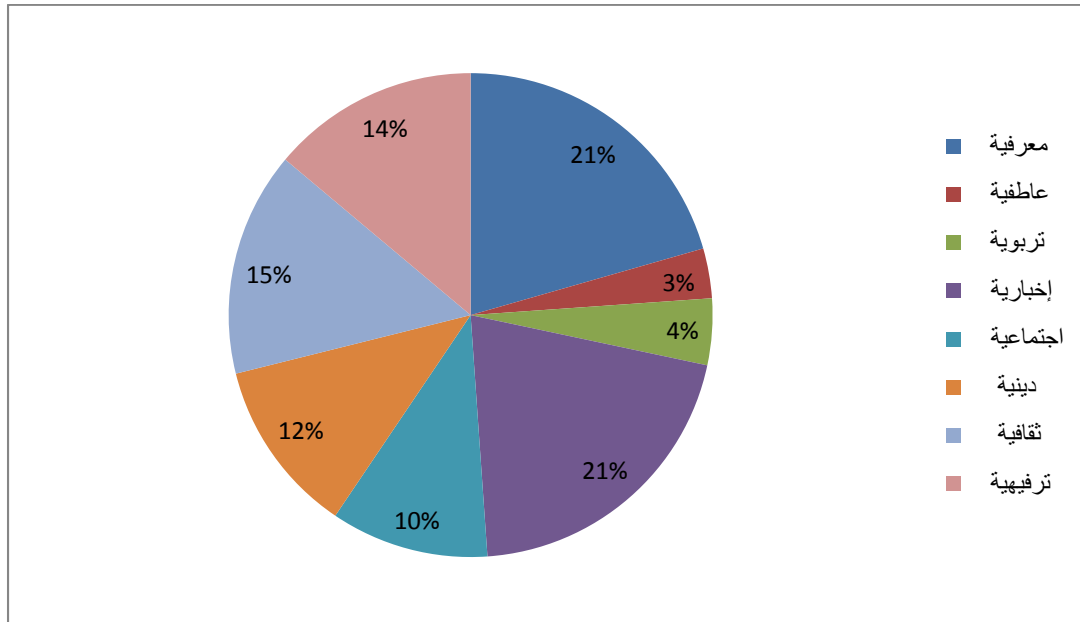
25- من خلال الجدول الموضح أعلاه يتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق الاشباعات والحاجات التي يطمحون لها المبحوثين حيث قدرت نسبة الإجابة بنعم ب 68,75 %، أما نسبة الإجابة بلا فكانت 31,25 %، هذا ما يفسر أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تلبية الحاجات والاشباعات التي يرغب بها أفراد العينة من الطالبات .

وهذا راجع إلى الانتشار الواسع والكبير لهذه المواقع وإلمامها بالمواضيع ومتابعة الأخبار الآنية وكل ما هو جديد واحتوائها على شتى أنواع الترفيه عن النفس والتسلية والهروب من ضغوطات الحياة والتعبير الحر وإبداء الرأي .

الجدول رقم (26): يوضح نوع الاشباع المحققة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
20,55	37	معرفية
3,33	6	عاطفية
4,44	8	تربوية
20,55	37	إخبارية
10,55	19	اجتماعية
11,66	21	دينية
15	27	ثقافية
13,88	25	ترفيهية
100	180	المجموع

الشكل رقم (26): يوضح نوع الاشباع المحققة



26- تشير معطيات الجدول أعلاه أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد حقق العديد من الاشباعات ونلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الاشباعات المعرفية والإخبارية إحتلت نسبة متساوية وأعلاها ب 20,55 %، تليها الثقافية ب 15 %، وهذا ما يفسر أن المبحوثين يهتمون بالجمال الإخباري والمعرفي لارتباطه بالتحقق من إتمام واجباتهم الإعلامية واتصال كما أن هذه المواقع ساعدت على زيادة الوعي بالأحداث وكذلك مواكبة الأحداث الجارية

الفصل الرابع:

والتعرف على الأخبار والمستجدات، وأنها تعتبر من أهم مصادر المعلومات وإشباع الحاجات الثقافية لما توفره من مواضيع مختلفة في شتى المجالات وذلك من خلال التواصل والتفاعل مع الآخرين من خلال الصفحات الموجودة.

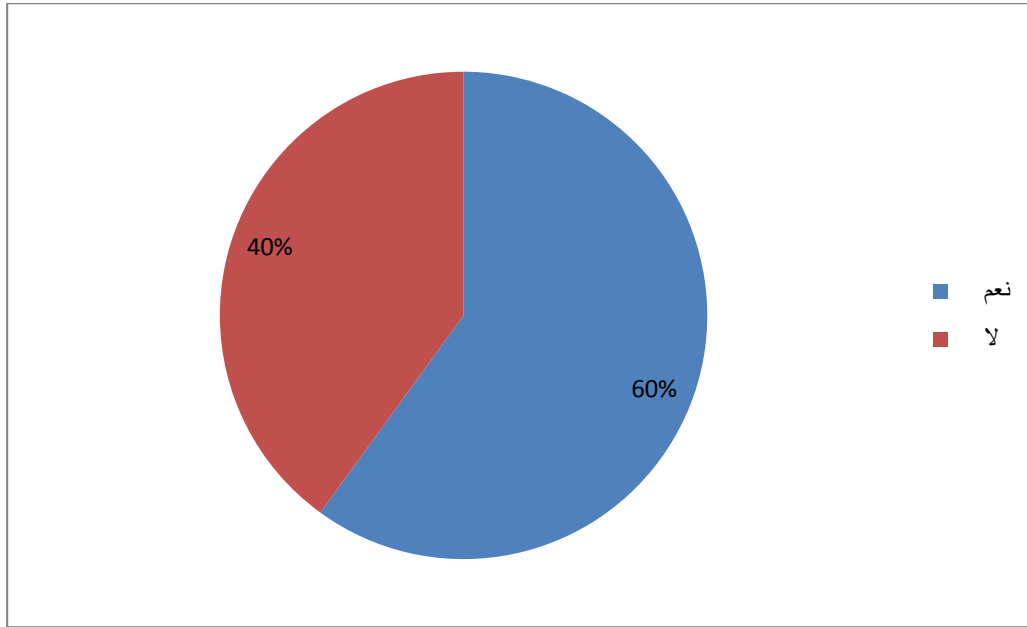
الاشباع الترفيهية بنسبة 13,88 %، وهي نتيجة معتبرة وهذا يعود إلى الهروب من ضغوطات الحياة والترفيه عن النفس، تليها الدينية ب 11,60 %، وهذا ما يوضح أن الاشباع في هذا الجانب غير كافية وأن أفراد العينة غير مهتمين كثيرا بهذا الجانب، تليها اجتماعية ب 10,55 %، ويعود ذلك إلى تناول هذه المواقع المواضيع الاجتماعية وتداولها، تليها تربية ب 4,44 % وتعتبر نسبة ضئيلة وتأتي في المرحلة الأخيرة الاشباع العاطفية بنسبة 3,33 % .

الفصل الرابع:

الجدول رقم (27): يوضح ما إذا انعكس استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الدينية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	48	60
لا	32	40
المجموع	80	100

الشكل رقم (27): يوضح ما إذا انعكس استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الدينية



27- يوضح الجدول 27 أن الاشباعات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على القيم الدينية لدى أفراد العينة حيث كانت نسبة الإجابة بنعم 60%، فيما أجابوا بلا بنسبة 40%.

من خلال النسب التي تحصلنا عليها تبين لنا أن استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي انعكس على قيمهم الدينية وهذا راجع إلى متابعتهم المجال الديني واهتمامهم به ومحاولة تقوية صلتهم بالله، ومتابعة القصص القرآنية والاتعاظ منها ومن الأمور المهمة زيادة الثقافة الدينية وتحسين سلوكيات معينة .

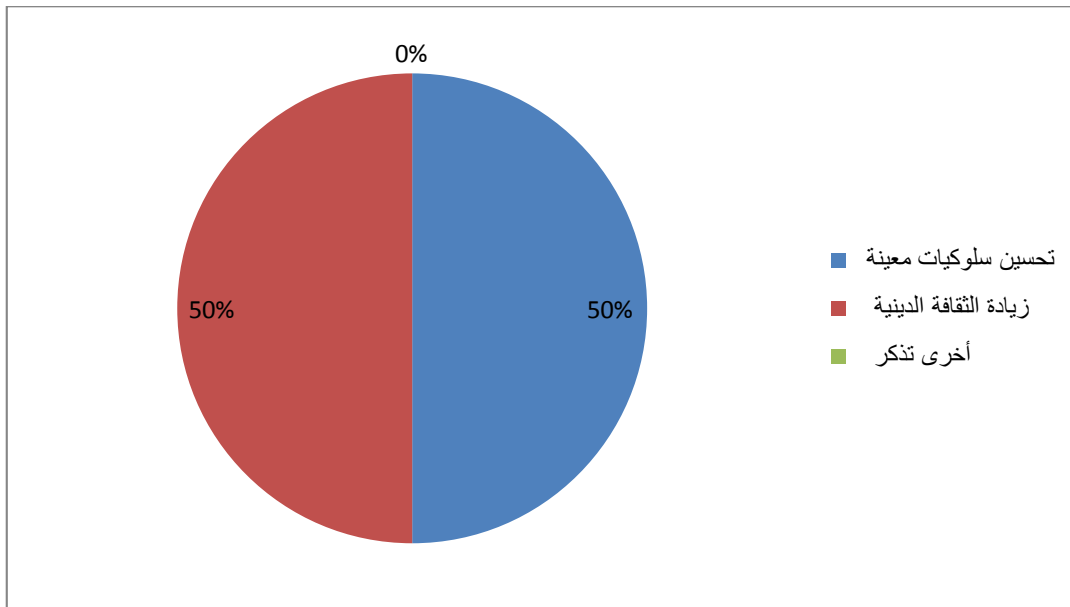
الفصل الرابع:

الجدول رقم (28): يوضح الانعكاس الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم

الدينية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
50	24	تحسين سلوكيات معينة
50	24	زيادة الثقافة الدينية
/	/	أخرى تذكر
100	48	المجموع

الشكل رقم (28): يوضح الانعكاس الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية



28- من خلال الجدول الذي 28 يوضح الانعكاس الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى أفراد العينة حيث نالت زيادة الثقافة الدينية أعلى نسبة التي قدرت ب 54,71%، تليها تحسين سلوكيات معينة ب 45,28% .

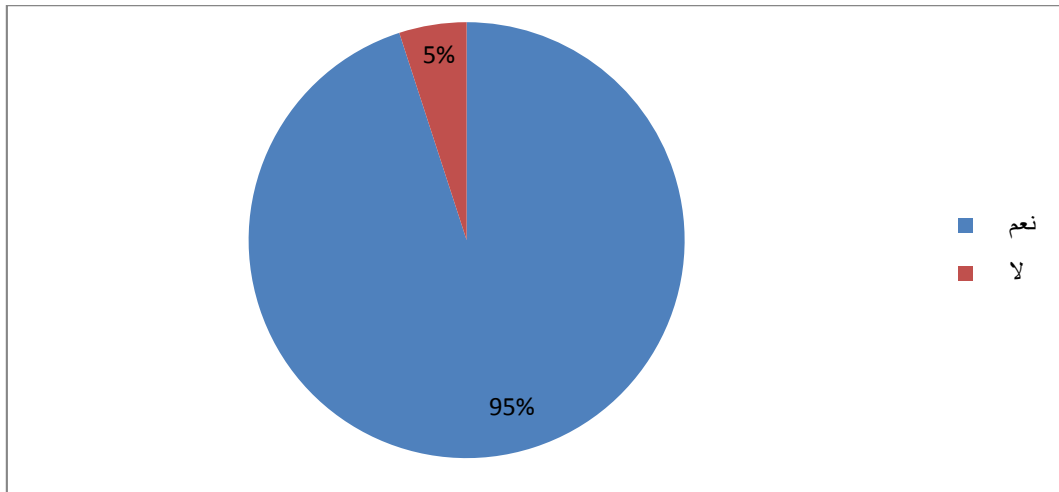
ومن خلال النتائج التي تحصلنا عليها نستنتج أن المبحوثين لديهم الرغبة في تزويد رصيدهم الديني بالأحاديث النبوية والإرشادات والحكم وحبهم للاطلاع على حياة الرسول صلى الله عليه وسلم وبكل ما يخص قصص الأنبياء عليهم السلام ومشاهدة المسلسلات الدينية التاريخية واتخاذ العبر منها تأتي بعدها سلوكيات معينة.

الفصل الرابع:

الجدول رقم (29): يوضح هل أفراد العينة يتحلون بالأخلاق أثناء مشاهدة محتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	76	95
لا	4	5
المجموع	80	100

الشكل رقم (29): يوضح هل أفراد العينة يتحلون بالأخلاق أثناء مشاهدة محتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



29- نرى من خلال معطيات الجدول 29 أن 95 % من أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى مضامين الأخلاقية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما قدرت نسبة 5 % من الطالبات اللواتي لا يتحلون بأخلاقهن أثناء مشاهدتهن لمحتوى المضامين المنشورة عبر هذه المواقع .

من خلال هذه النتائج نرى أن أغلبية الباحثين من الطالبات لا يتحلون عن أخلاقهن أثناء مشاهدتهن لمحتوى المضامين المنشورة والتعرض لمحتواها، وذلك راجع لتشبعهن بالقيم التربوية والتنشئة الدينية والاجتماعية السليمة وانتمائهن إلى بيئة وأسر محافظة.

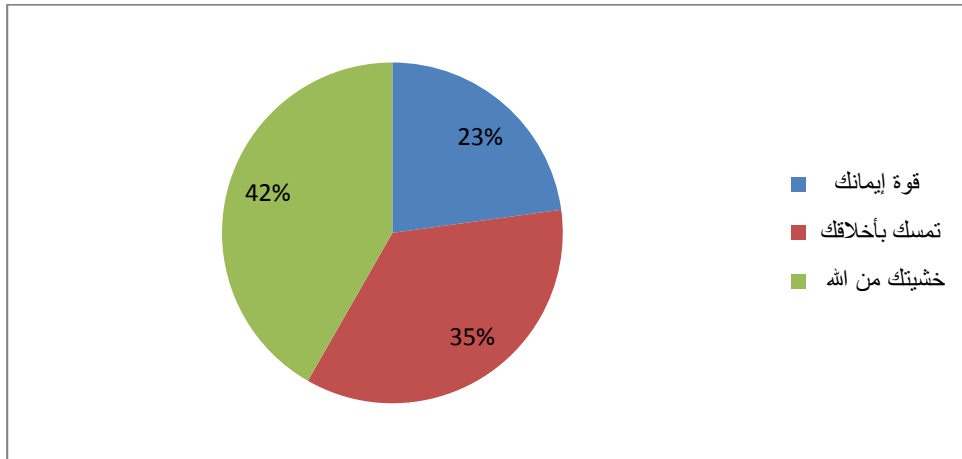
كما تبين أن نسبة ضئيلة من الباحثين لا يتحلون بأخلاقهم عند مشاهدتهم للمضامين المنشورة، وهذا يعود إلى غياب الوعي، البعد عن الله وعدم مخافته واستحضار رقابته عند الشعور بالتفاهة والتنفس عن مكونات النفس، ضعف الوازع الديني والتربية والتنشئة الأسرية.

الفصل الرابع:

الجدول رقم (30): يوضح الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
قوة إيمانك	29	22,83
تمسك بأخلاقك	45	35,43
خشيتك من الله	53	41,73
المجموع	127	100

الشكل رقم (30): يوضح الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



30- تظهر نتائج الجدول 30 أن من الأسباب التي تجعل الطالبات يتحلون بأخلاقهن أثناء مشاهدتهن لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخشية من الله بنسبة 41,73 %، تليها التمسك بالأخلاق بنسبة 35,43 %، ثم قوة الإيمان ب 22,83 % .

ومن خلال نتائج الدراسة يتبين معنا أن الخشية من الله احتلت المرتبة الأولى عند مشاهدة محتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى قوة الإيمان والتمسك بالقيم الدينية واعتبار مخاطر وعواقب التي تخلق بالمسلم عند تخليه عن هذه القيم .

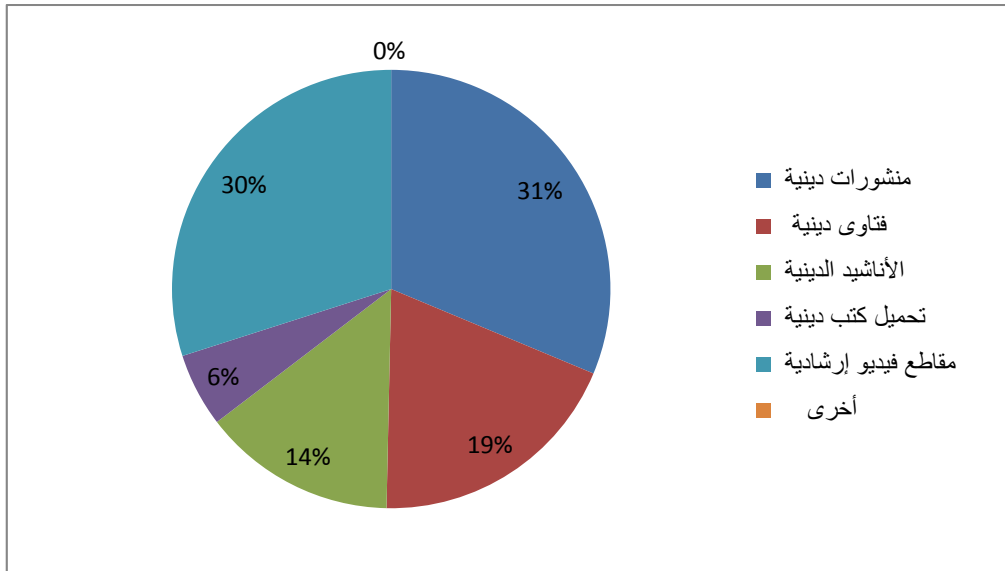
الفصل الرابع:

الجدول رقم (31): يوضح المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة من خلال مواقع

التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
منشورات دينية	46	31,29
فتاوى دينية	28	19,04
الأناشيد الدينية	21	14,28
تحميل كتب دينية	8	5,44
مقاطع فيديو إرشادية	44	29,93
أخرى	/	/
المجموع	147	100

الشكل رقم (31): يوضح المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي



31- يبين من خلال الجدول 31 طبيعة المضامين الأخلاقية التي يفضل الباحثون الاطلاع عليها، فقد خلصنا من النتائج العامة أن 31,29% من الباحثين يطلعون على منشورات دينية متنوعة، كونهم فئة تحب التنوع وكل ما هو جديد ويتميزون أيضا بالملل إذا داوموا على مضامين تصب في نفس السياق، تليها مقاطع فيديو إرشادية بنسبة 29,93%، ويرجع ذلك إلى أن هذه المقاطع تكون قصيرة ومحتواها يكون مفيد وترسخ في الدهن لأنها تركز على عنصر صغير، تليها فتاوى دينية بنسبة 19,04%، وهي نسبة لا بأس بها ويعود ذلك إلى

الفصل الرابع:

اهتمامهم بالجانب الديني والتزويد بأكبر قدر من المعلومات وتجنب الوقوع في الخطأ، تليها الأناشيد الدينية بنسبة 14,28%، وفي الخير تحميل الكتب الدينية بنسبة 5,44% .

ويمكن تفسير تفضيل المنشورات الدينية ومقاطع الفيديو الإرشادية إلى حب الاطلاع في الجانب الديني واكتساب حكم ومواعظ وقصص إسلامية يتعضون بها من خلال تتبعهم لصفحات ومجموعات موثوقة، ونأخذ على سبيل المثال صفحة الداعية "راتب النابلسي"، وكذلك إعجابهم ببعض الأئمة والداعية، يتيسر الوصول إليهم فيتابعونهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة للفتاوى الدينية يعود ذلك إلى حب الاستفسار عن المواضيع المبهمة والتساؤلات التي تكون عالقة في ذهن حول مواضيع تتعلق بالجانب الديني مثل الميراث، الزكاة، الصلاة، أما فيما يخص الأناشيد الدينية فيستمعون لها من باب تضيئة الوقت والاستمتاع بها ونجد أن تحميل الكتب الدينية جاء في المرتبة الأخيرة وهذا راجع إلى عدم اهتمامهم بقراءة الكتب في هذا الجانب وتفضيلهم للمنشورات الدينية ومقاطع الفيديو الإرشادية .

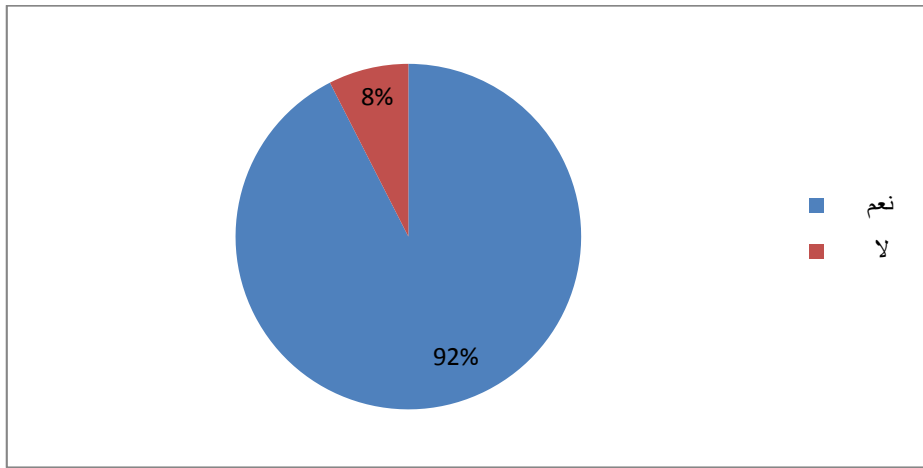
الفصل الرابع:

الجدول رقم (32) : يوضح اتجاه أفراد العينة نحو التماس القيم الدينية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	74	92,5
لا	6	7,5
المجموع	80	100

الشكل رقم (32) : يوضح اتجاه أفراد العينة نحو التماس القيم الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



32- تبين من خلال النتائج العامة للجدول 32 أن معظم المبحوثين أجابوا بـ "نعم" وقدرت بـ 92,5 %، أي أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على قيم دينية، في المقابل كانت نسبة 7,5 % ممن أجابوا بـ "لا" أي أن ما تنشره هذه المواقع لا يحتوي على قيم دينية، وهذا ما يفسر وجود قيم دينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هناك نسبة لا بأس بها من المبحوثين يطلعون عليها ويتابعونها .

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن معظم المبحوثين التمسوا بعض القيم الدينية عبر هذه المواقع، هذا راجع إلى اهتمام المبحوثين بالمضامين التي تحتوي على القيم الدينية وتجنبهم للمضامين التي تسيء بقيمتهم وإدراكهم للضرر والانحطاط الأخلاقي والتأثير السلبي الذي يصيبهم جراء متابعتهم لها وهذا يدل على الوعي الذي يتميز به أفراد عينة الدراسة ومحاولتهم الدائمة للحفاظ على قيمهم وتمسكهم بها رغم التأثيرات المختلفة والإغراءات التي قد تحاول التكنولوجيا الحديثة فرضها على هذه الفئة بالذات.

الفصل الرابع:

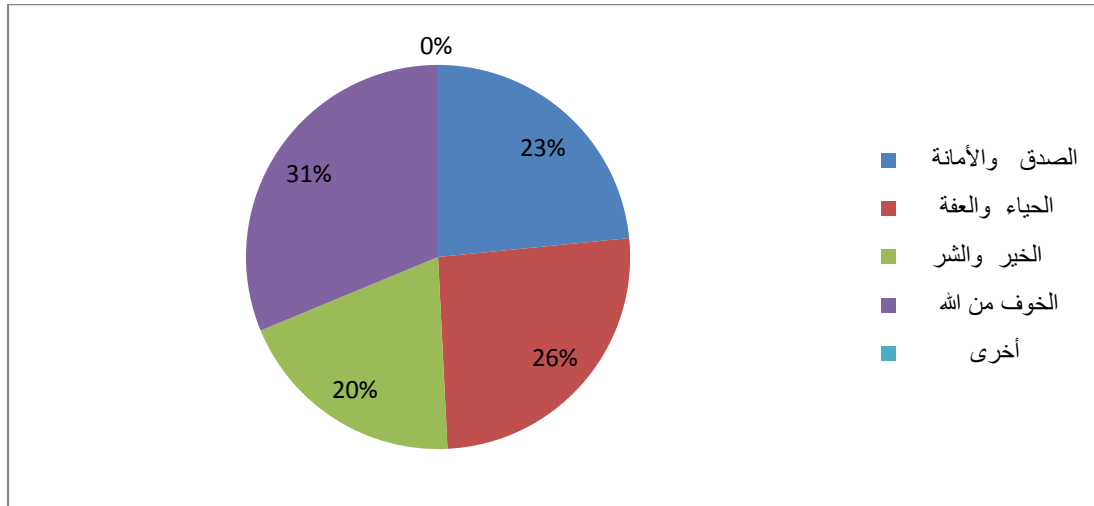
الجدول رقم (33) : يوضح قياس اتجاه أفراد العينة إذا كانت الإجابة ب نعم نحو التماس

القيم الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
23,43	30	الصدق والأمانة
25,78	33	الحياء والعفة
19,53	25	الخير والشر
31,25	40	الخوف من الله
/	/	أخرى
100	128	المجموع

الشكل رقم (33) : يوضح قياس اتجاه أفراد العينة إذا كانت الإجابة ب نعم نحو التماس القيم الدينية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي



33- من خلال معطيات الجدول 33 نلاحظ أن التماس قيمة الخوف من الله حازت على أعلى نسبة ب 31,25%، وهذا يعود إلى تمسك الطالبات بدينهن وقوة إيمانهن وإدراكهن العواقب من مخالفة الله عز وجل، تليها الحياء والعفة بنسبة 25,78%، وهي نسبة لا بأس بها مما يدل على وجود أخلاق وعادات وتربية ثابتة ونشأة صالحة، تليها نسبة 23,43% للصدق والأمانة هذا ما يدل على التصالح مع الذات وصفاء النفس والابتعاد عن النفاق، وفي الأخير حاز الخير والشر على أقل نسبة وهي 19,53%.

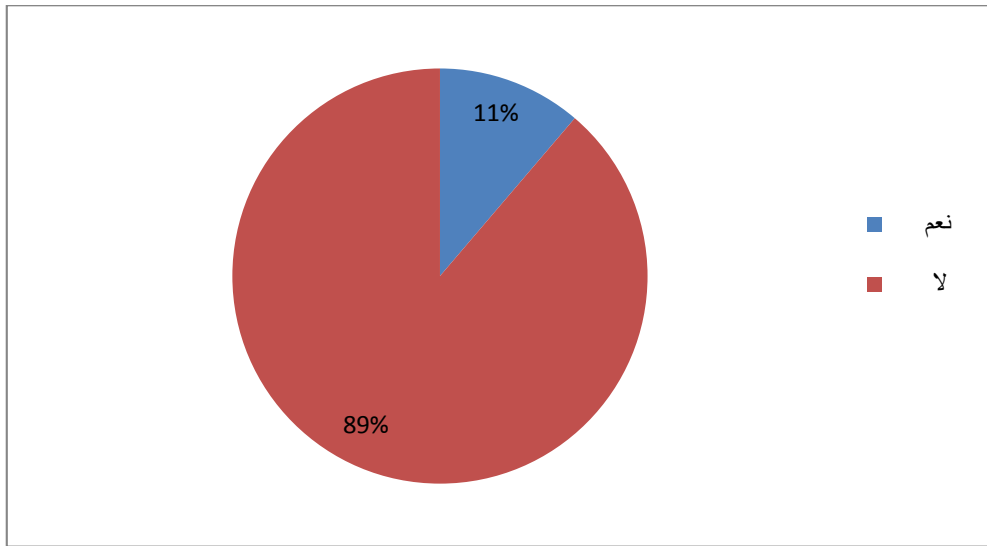
الفصل الرابع:

الجدول رقم (34) : يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على القيم

الدينية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	9	11,25
لا	71	88,75
المجموع	80	100

الشكل رقم (34) : يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية



34 - يبين الجدول 34 أن نسبة 88,75 % أجابوا بلا تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الدينية بشكل سلبي، فيما قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم تؤثر بشكل سلبي على قيمهم الدينية ب 11,25 % حسب ما أظهرته النتائج العامة للجدول .

من خلال ما توصلنا إليه أن أغلب نتائج تبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على القيم الدينية للطالبات بشكل سلبي، بينما كانت الإجابة ب "نعم" صغيرة مقارنة بالذين أجابوا لا وهذا يدل على أنها أثرت على قيمهم الدينية بشكك سلبي وأدت إلى تغييرها أو تركها وتبني قيم غريبة لا تبث بصلة للمجتمع المسلم، وتتنافى مع القيم الدينية.

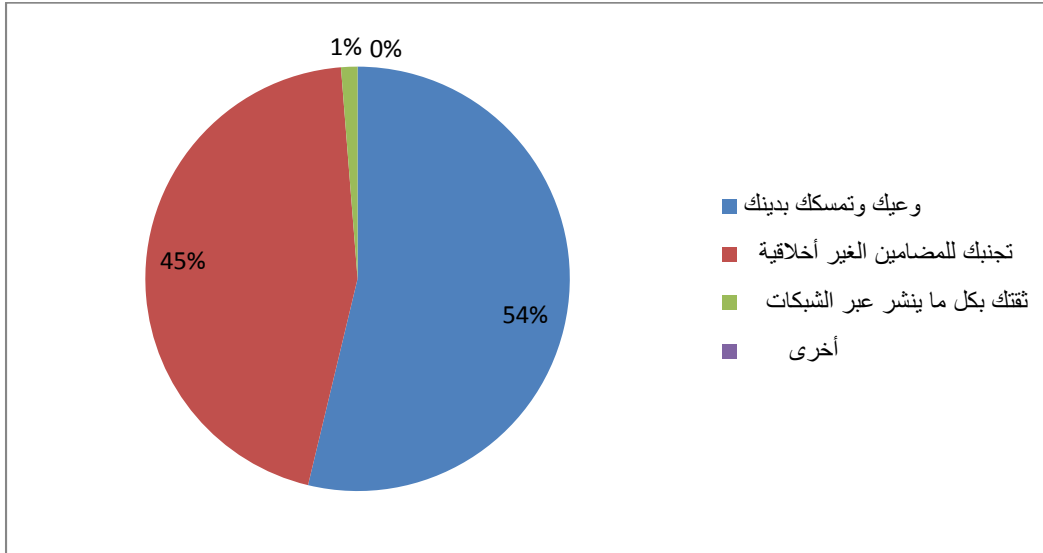
الفصل الرابع:

الجدول رقم (35) : يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على القيم

الدينية للمبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
53,75	43	وعيك وتمسكك بدينك
45	36	تجنبك للمضامين الغير أخلاقية
1,25	1	ثقتك بكل ما ينشر عبر الشبكات
/	/	أخرى
100	80	المجموع

الشكل رقم (35) : يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للمبحوثين.



35- تشير معطيات الجدول أن نسبة 53,75% من أفراد العينة أن وعيهم وتمسكهم بدينهم هو الذي جعل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على قيمهم الدينية، يليه تجنبهم للمضامين الغير أخلاقية بنسبة 45% ، ثم في الأخير عدم ثقتهم بكل ما ينشر عبر هذه المواقع بنسبة 1,25% ، وهذا ما يفسر أن رغم الآثار السلبية التي تحتوي عليها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن معظم أفراد العينة من الطالبات متمسكن بقيمهن الدينية ومحافظن عليها ويمتلكن الوعي الكافي للتعامل مع هذه المواقع بالنسبة لهذه الفئة التي أجابت ب "لا" .

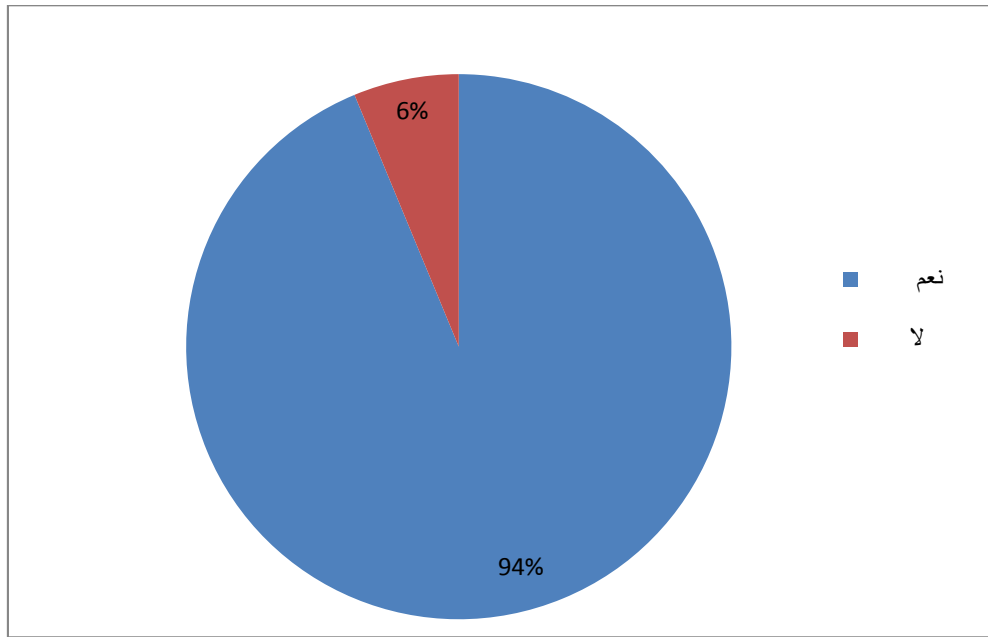
الفصل الرابع:

الجدول رقم (36) : يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد

العينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	75	93,75
لا	5	6,25
المجموع	80	100

الشكل رقم (36) : يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد العينة.



36- تشير معطيات الجدول 36 أن 93,75 % أجابوا ب "نعم" تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية بشكل إيجابي فيما قدرت نسبة الذين أجابوا ب "لا" ب 6,25% حسب ما بينه المجموع العام للجدول ومنه يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تستغل في الجانب الديني عامة والقيم الدينية خاصة بشكل ايجابي .

ومن خلال القراءة التحليلية للجدول نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على آثار إيجابية تساعد على ترسيخ القيم الدينية لدى الطالبات من أفراد العينة، كما يمكن تفسير إجابة أفراد العينة الذين أجابوا ب "لا" بأنهم لم يجدوا فيها ما يعزز قيمهم الدينية والعكس صحيح .

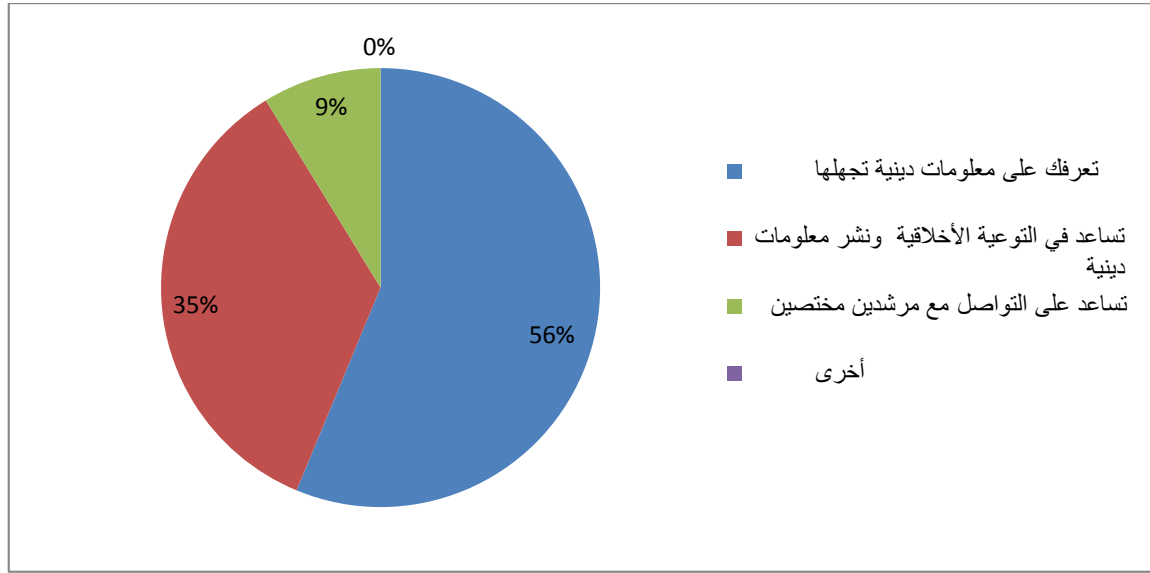
الفصل الرابع:

الجدول رقم (37) : يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد

العينة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
56,25	45	تعرفك على معلومات دينية تجهلها
35	28	تساعد في التوعية الأخلاقية ونشر معلومات دينية
8,75	7	تساعد على التواصل مع مرشدين مختصين
/	/	أخرى
100	80	المجموع

الشكل رقم (37) : يوضح لماذا مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أفراد العينة



37- تبين معطيات الجدول أعلاه سبب التأثير الإيجابي على القيم الدينية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الذين أجابوا بتعرفهم على معلومات دينية يجعلونها 56,25 %، تليه تساعد في التوعية الأخلاقية ونشر معلومات دينية ب 35 %، ثم تساعد على التواصل مع مرشدين مختصين بنسبة 8,75، فيما لم يكن هناك أي أسباب أخرى ذكرت، ومن هنا يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على منشورات ومواضيع دينية وأنها تحتوي على جانب ديني لا بأس به لها أن تدعم القيم الدينية للطلقات وتعززها وتحت على التمسك بها أكثر .

الفصل الرابع:

2- نتائج الدراسة العامة :

من خلال دراستنا الميدانية لهذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج نستعرضها فيما يلي :

بالنسبة للبيانات الشخصية تبين لنا :

- تبين الدراسة أن أغلب الطالبات تتراوح أعمارهم بين (20- 24) سنة حيث بلغت نسبتهم 58,75%.

- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين ذات مستوى تعليمي سنة ثانية ماستر بنسبة 55%، تخصص سمعي بصري بنسبة 51,25%، وأن معظم الطالبات خارجيين وكانت النسبة 77,5%.

نتائج عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي :

- بينت الدراسة أن أغلبية الطالبات يفضلن استخدام موقع الفيسبوك بنسبة 35,03%، ويستخدمن أكثر من موقع.

- أثبتت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة 73,75%.

- أكدت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اسم مستعار بنسبة 62,5% عند استخدامهم حسابهم الشخصي، وتشير النتائج إلى أن أغلب المبحوثين يتصفون هذه المواقع من ساعتين إلى أربع ساعات بنسبة 51,25%.

- بينت نتائج الدراسة أن فترات تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي تختلف من مبحوث لآخر وأن الفترة المفضلة لتصفح هذه المواقع تكون الفترة الليلية بنسبة 44,60%.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية الطالبات تكون صفحاتهن على مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للأصدقاء بنسبة 47,05%.

نتائج محور دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي :

- بينت نتائج الدراسة أن الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر من سبب، لكن أكبر نسبة هي التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء بنسبة 41,77%.

- كشفت نتائج الدراسة أن الدافع وراء استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كونها فضاء حر للتعبير حيث كانت النسبة 37,27% .

الفصل الرابع:

-أكدت الدراسة أن الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة هو تنمية الثقافية وزيادة المعارف بنسبة 39,47% .

-وضحت الدراسة أن أفراد العينة أحيانا ما يشاركون في نشر المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 71,25%، أما اللذين كانت إجاباتهم بدائما فنوع المعلومات التي يشاركونها عبر هذه المواقع كانت معلومات ثقافية بنسبة 60% .

نتائج محور الاشباعات المحققة من استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي :

-كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي بنسبة 90%، وكان وهذا الاعتماد من خلال تحميل الكتب في المجالات المعرفية بنسبة 30,35% .

-بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي بنسبة 85%، وذلك من أجل تدعيم الروابط الاجتماعية بنسبة 43,55% .

-أثبتت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه بنسبة 95%، وكان هذا الاستخدام من خلال مشاهدة الأفلام والمسلسلات بنسبة 43,54%، وكانت النسبة متقاربة مع مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة بنسبة 41,93% .

-أثبتت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني وذلك بنسبة 91,25%، وكذلك الاستماع إلى القرآن بنسبة 45,74% .

-أثبتت نتائج الدراسة أنه أحيانا تتوافق ما تتلقاه أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمهم الدينية بنسبة 90% .

-كشفت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق الحاجات والاشباعات التي تطمح إليها الطالبات وذلك بنسبة 68,75% .

-أثبتت نتائج الدراسة أن نوع الاشباعات المحققة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي معرفية وإخبارية بنسب متساوية قدرت ب 20,55% .

-أثبتت الدراسة أن الاشباعات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي للطالبات انعكست على قيمهم الدينية حيث كانت النسبة 60%، وكان هذا من خلال زيادة الثقافة الدينية بنسبة 54,71% .

الفصل الرابع:

نتائج محور انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطلبات الجامعيات

- أثبتت نتائج الدراسة أفراد العينة يتحلون بالقيم الدينية أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 95% .

- كشفت نتائج الدراسة أن من أهم الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو الخشية من الله بنسبة قدرت ب 41,73% .

- كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر المضامين الدينية التي تطلع عليها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي منشورات دينية بنسبة 31,29% .

- كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يلتمسون قيم دينية معينة فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 92,5%، وذلك من خلال الخوف من الله بنسبة 31,25%

- بينت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية لمعظم أفراد عينة الدراسة وذلك بنسبة 88,75% .

- وضحت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للطلبات وذلك لوعيمهم وتمسكهم بدينهم 53,75% .

- بينت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على القيم الدينية للطلبات بنسبة 93,75% .

- كشفت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على القيم الدينية للطلبات وذلك راجع لتعرفهم على معلومات دينية يجهلونها بنسبة 56,25% .

3- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات :

الفرضية الأولى :

- تستخدم الطالبة الجامعية مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف .

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن :

أغلبية الباحثين يتصفحون هذه المواقع من ساعتين إلى أربع ساعات وأيضاً أغلبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث سنوات .

نستنتج أن الفرضية الأولى تحققت .

الفصل الرابع:

الفرضية الثانية :

- يعتبر الترفيه والتثقيف من أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن:

أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تنمية الثقافة وزيادة المعارف بالإضافة إلى نوع المعلومات التي يشاركونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت معلومات ثقافية .
ومنه نستنتج أن الفرضية الثانية تحققت.

الفرضية الثالثة :

يحقق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اشباعاً دينية ومعرفية للطالبة الجامعية .

- أشارت نتائج الدراسة أن :

المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي وذلك من خلال تحميل الكتب في المجالات المعرفية، كما أنهم يعتمدون على هذه المواقع في المجال الديني وكان ذلك بالاعتماد على مشاهدة المسلسلات الدينية والاستماع إلى القرآن الكريم .
نستنتج أن الفرضية الثالثة تحققت.

الفرضية الرابعة :

- ينعكس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطالبات الجامعيات .

- أشارت نتائج الدراسة أن :

-مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي ولا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للطالبات .
نستنتج أن الفرضية الرابعة تحققت .

الفصل الرابع:

خلاصة الفصل :

تطرقنا في هذا الفصل إلى تفرغ البيانات وتوزيعها في جداول والقيام بالعمليات الحسابية، ثم قمنا بتحليل وتفسير هذه البيانات والتعليق عليها، وبعد تفسيرنا لمختلف نتائج الجداول توصلنا إلى نتائج الدراسة، بعد ذلك قمنا بمناقشة النتائج المتوصل إليها في ضوء الفرضيات، كما ربطنا بعض نتائج دراستنا بالدراسات السابقة التي ذكرناها في الإطار المنهجي .



لقد أدى التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى ظهور نوع جديد من التواصل، وهو التواصل عبر التقنية، وهذا ما وفرته مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها، لقد سعينا من خلال دراستنا إلى تناول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية في المجتمعات عامة والمجتمعات العربية المسلمة بصفة خاصة، لما لهذه المواقع من تأثيرات على القيم والسلوكيات، حيث أصبح الأفراد لا يمكن الاستغناء عنها، وذلك بهدف تنمية الثقافة وزيادة المعارف، وذلك تلبية لإشباعاتهم وحاجاتهم فاعتبارها فضاء حر للتعبير عن آرائهم وأفكارهم، فقد كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دور ديني حيث أن الطالبات الجامعيات يعتمدون على هذه المواقع في المجال الديني من خلال مشاهدتهم للمسلسلات الدينية وكذلك للاستماع للقرآن الكريم.

ولقد كشفت أيضا هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف انعكاس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية، ولا نقول أننا وصلنا إلى نتائج عبرت عن كل ما يتعلق بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما لا يمكننا القول بأننا كشفنا عن كل الانعكاسات التي تنجم عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطالبات الجامعيات، لكن حاولنا من خلال دراستنا هذه ذكر بعض الانعكاسات مهيدين الطريق لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم نتعرض لها في هذه الدراسة

التوصيات:

بناء على نتائج الدراسة الميدانية وما تم التوصل إليه من نتائج فإننا نتقدم ببعض التوصيات:

- ضرورة خلق محتوى معلوماتي عربي محض يلبي حاجات الشباب ويغنيهم عن اللجوء إلى المواقع الغربية
- إعداد برامج إرشادية للتخفيف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- ضرورة تعيين خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع لمراقبة مواقع التواصل الاجتماعي لتكون أكثر فعالية في التواصل مع الجمهور والتركيز على الجوانب الإيجابية وتجنب السلبية منها والحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري.
- حث وتشجيع الشخصيات الدينية كالأئمة، علماء الدين بالإضافة إلى الجمعيات بإنشاء حسابات لهم على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأفراد وخاصة الشباب ومساعدتهم في حل مشاكلهم واستفساراتهم الدينية.
- تعيين خبراء وكوادر بشرية مختصة في الإعلام الديني، تقوم بمراقبة كل ما يتعلق بالدين من منشورات وصور وفيديوهات أو صفحات.

ضرورة القيام بإجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة على شرائح المجتمع المختلفة وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة عن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في المجال الديني.



قائمة المصادر
والمراجع

قائمة المصادر المراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المعاجم

- 1- طارق سيد أحمد الخليلي، معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي -عربي، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- 2- محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- 3- مدحت عبد الرزاق الحجازي، معجم مصطلحات علم النفس-عربي -إنجليزي-فرنسي، دار الكتب العلمية.

ثالثاً: الكتب

- 1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- 2- جامع الشبان، الشبكات الاجتماعية، جدة، 1433هـ.
- 3- جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016.
- 4- حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 5- حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، رحلة في الأعماق، ط1، دار القلم، دمشق، 2020.
- 6- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 7- حسين سعد، براديجمات البحوث الإعلامية الإيستومولوجيا-الإشكاليات الأطروحات، ط1، دار المنهل اللبناني، 2017.
- 8- حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

قائمة المصادر المراجع:

- 9- دار القاسم، حفظ الأسرار، المكتبة الإسلامية، دمشق، نسخة إلكترونية، متاح على الرابط الإلكتروني noor. book.com:
- 10- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008.
- 11- رمضان الصباغ، الأحكام التقويمية في الجمال والأخلاق، ط1، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 1998.
- 12- رويال كلاس للبحوث، نظرية الاشباع والاستخدامات، نسخة إلكترونية متاح على الرابط الإلكتروني pedia. Svuonline.org.
- 13- ربما ماجد، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريد ريش إبيرتا، بيروت، 2016.
- 14- زياد احمد الطويسي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية لواء البتراء، 2001.
- 15- سعاد حبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 16- سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
- 17- سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
- 18- سلمان بكر بن کران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 19- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، 1999.
- 20- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 21- عبد الرحمن حسن حنيكة الميداني، ظاهرة النفاق وخبائث المنافقين في التاريخ، ط1، دار القلم، دمشق، 1993.
- 22- علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الأعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.

قائمة المصادر المراجع:

- 23- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 24- علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014.
- 25- عيسى بن سلمان الفيقي، برامج التواصل الاجتماعي، 1436هـ.
- 26- فيصل محمد عيسى عسييري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية، ط1، دار النهضة للنشر والتوزيع، مصر، 2019.
- 27- ليلى أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
- 28- ليندا كولر، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2016.
- 29- مانع بن محمد بن علي المانع، القيم بين الإسلام والغرب-دراسة تأصيلية مقارنة-، ط1، دار الفضيلة للنشر والتوزيع، السعودية، 2005.
- 30- مجموعة المؤلفين، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2019.
- 31- محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الحشابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)، ط1، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، 2020.
- 32- محمد براء ياسين، فضل غض البصر، 1437هـ.
- 33- محمد بن أحمد بن إسماعيل المقدم، الحياء خلق الإسلام، ط1، دار الحرمين للطباعة، مصر، 1993.
- 34- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، علم الكتب، مصر، 2000.
- 35- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، مصر، 2004.
- 36- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار الوائل للنشر، 1999.
- 37- محمد فتح الله كولن، السنة النبوية تقييدها ومكانتها في الشريعة الإسلامية، ط1، دار النيل للنشر والتوزيع، مصر، 2005.
- 38- محمد كامل حتة، القيم الدينية والمجتمع، دار المعارف، مصر، 1983.
- 39- محمود المصري أبو عمار، أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم الأطفال، ط1، مكتبة الصفا للنشر والتوزيع، 2007.

قائمة المصادر المراجع:

- 40- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 41- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2015.
- 42- مركز المختسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب- تويتر نموذجًا-، ط1، دار المختسب للنشر والتوزيع، السعودية، 1438هـ.
- 43- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 44- مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 45- مهدي رزق الله أحمد، القيم التربوية في السيرة النبوية، ط1، السعودية، 2012.
- 46- موريس أنجوس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية -تدريبات علمية-، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- 47- موسى صاري وآخرون، العلوم الإسلامية، السنة الثالثة من التعليم الثانوي جميع الشعب
- 48- وائل عبد الرحمن التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 49- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد للدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، 2014.

رابعاً: المذكرات

- 1- أميرة بسام الآغا، نور يحيى إسماعيل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وسبل تطويره، الجامعة الإسلامية وجامعة فلسطين، غزة، 2015/2016.
- 2- إيهاب عبد المعطي سعيد الآغا، القيم المتضمنة في منهاج المطالعة والنصوص للصف التاسع في محافظة غزة-دراسة تحليلية-، رسالة ماجستير في منهاج وطرائق تدريس اللغة العربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012.
- 3- جمانا محمد علي، محمد الرشيدات، تأثير شبكة الأنترنت على المراهقين في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2017.
- 4- جهاد نعيم عبد الرحمن قميحة، البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 2003.

قائمة المصادر المراجع:

- 5- حبيب بن سعد، منصور بلييوض، أثر استخدام الصفحات الإلكترونية على القيم الدينية والثقافية لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة مست
- 6- غانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2017/2016.
- 7- حنان بنت محمد بن قاضي الحازمي، تصور مقترح لدور بعض المؤسسات التربوية والتعليمية في تطبيق العفة على الفرد والمجتمع من وجهة نظر التربية الإسلامية، مذكرة دكتوراه في التربية تخصص (التربية الإسلامية)، جامعة أم القرى، 1429-1430هـ.
- 8- خالد محمد المزين، القيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة للمرحلة الأساسية الدنيا ومدى اكتساب تلاميذ الصف الرابع الأساسي لها، رسالة ماجستير في مناهج وطرائق التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009.
- 9- رائدة بوحاوي، كريمة ستوان، العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء إدارة المؤسسة الجامعية-دراسة ميدانية بجامعة جيجل-، رسالة ماستر، الجزائر، 2017/2016.
- 10- رضوان بواب، الكفايات المهنية اللازمة لأعضاء هيئة التدريس الجامعي من وجهة نظر الطلبة، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2014/2013.
- 11- ريمة مرابط، زهرة بخيخ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية-دراسة ميدانية على عينة من طلبة القطب الجامعي تاسوست-، رسالة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل-، 2018/2017.
- 12- سلام عبد المهدي، كريم الجيوري، دور قناتي الحرة(BBC) الناطقين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والإمارات-دراسة مقارنة_، رسالة ماجستير، جامعة البترا، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، 2014/2013.
- 13- سهام سوكر، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/ 2008.
- 14- عبد الله محمد أحمد حريري، القيم في القصص القرآن الكريم، رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية، تخصص تربية إسلامية، جامعة طنطا، 1999.
- 15- مرزاق بلبال، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، رسالة ماستر، جامعة بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019/2018.

قائمة المصادر المراجع:

- 16- مصطفى مزيش، مصادر المعلومات ودوره في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية-دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة-، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات، 2009/2008.
- 17- منى أحمد المصري، الكتاب والأدباء والأردنيون والاشباعات المحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2010.
- 18- نيلا خيرية، مشكلات تعليم بوسيلة واتساب لدى طلاب شعبة تدريس اللغة العربية سلاتيجا الإسلامية الحكومية، لوفاء بعض الشروط للحصول على الدرجة الجامعية في التربية الإسلامية، جامعة سلاتيجا الإسلامية الحكومية، 2020.

خامسا: المجالات والمقالات

- 1- أحلام عتيق السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية على منظور إسلامي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد الثالث، العدد الثاني، 2019.
- 2- أحمد علي الدروي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، مقال، العدد الأول، 2018.
- 3- أحمد محمد صغير العنزي، وعي طلاب بقسم تكنولوجيا التعليم بكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية (الواتساب نموذجاً)، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، 2017.
- 4- أعمار يوسف، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي للدول، مجلة العلوم الإنسانية، العدد السابع، 2017.
- 5- الطاهر مجاهدي، يمينه بوبعاية، درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعي البرج و المسيلة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 12، العدد الأول.
- 6- إيمان عبادي، عائشة جاب الله، مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتأثيره على القيم والسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، مجلة حقول معرفية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 1، جامعة الجزائر 3، 2020.
- 7- بارعة حمزة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق الانترنت والاشباعات المحققة منها، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول + الثاني، 2009.

قائمة المصادر المراجع:

- 8- بطرس الحلاق، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "موقع فيسبوك" نموذجاً، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 38، العدد 3، 2016.
- 9- حنان فتيش، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطلاب الجامعي، مجلة الوقاية والارغنونفيا، العدد 6، جامعة الجزائر 2، 2016.
- 10- ريس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، جامعة وهران 1، 2016.
- 11- سارة دريال، انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 17، 2019.
- 12- سامية ابريغم، تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية من وجهة نظر أساتذة العلوم الاجتماعية في جامعة أم البواقي وتبسة، مجلة الرسالة لدراسات الإعلامية، العدد 8، 2018.
- 13- شيماء عز الدين زكي جمعية، أساليب التسويق المستخدمة عبر تطبيق "سنابشات" في مصر، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 29، 2020.
- 14- عبد الرزاق باللموشي، عامر احمد عز الدين، أهمية إستراتيجية المقارنة بالكفاءات في تنمية القيم الدينية للمتعلمين، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الثاني، 2013.
- 15- عبد الرزاق الدليمي، استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، 2014.
- 16- عبد الله ثاني محمد الندير، الصورة والاتصال، مجلة علمية محكمة بالدراسات الإعلامية والاتصالية، العددان 17 و18، 2018.
- 17- عواد عبد الرحمن الرويلي، أثر القيم على الفرد والمجتمع: سورة المؤمنون نموذجاً، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 4، 2020.
- 18- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 61، 2014.
- 19- محمد المحرصاوي، سمات المحتوى الإعلامي لتطبيق "تيك توك"، مجلة البحوث العلمية، العدد 54، 2020.
- 20- محمد أمين الحق، القيم الإسلامية في التعليم وآثارها على المجتمع، دراسات الجامعة الإسلامية العالمية شيتاغونغ، المجلد التاسع، 2012.

قائمة المصادر المراجع:

- 21- منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الالكترونية بمدينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد العشرون، 2019.
- 22- موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة عرابي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والنفسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13، 2013.
- 23- هشام علي شطاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الموارد البشرية شباب الجامعات الأردنية، إقليم الشمال (ايرموك والتكنولوجيا)، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، العدد 2، جامعة الوادي الجزائر، 2016.

سادسا: المؤتمرات والمنتديات


- 1- السلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة اللوكة، المملكة العربية السعودية، 2010.
- 2- رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني، منتدى سور الأريكية، 2007.

سابعا: المحاضرات :

- 1- هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، التربية النوعية، جامعة المنوفية.

ثامنا: المواقع الالكترونية :

- 1- سعيد عطا الله (2020) الموسوعة سوشل ميديا متاح على إلى الرابط <http://arageet.com>.
- 2- شمس الدين غدير (2018)، برامج الكترونية متاح على الرابط الالكتروني: <http://mawdoo3.com>
- 3- معجم المعاني الجامع عربي عربي، متاح على الرابط الالكتروني <http://www.almaany.com>.
- 4- محمد راتب النابلسي، محاضرة مرئية (الفطرة السليمة)، متاح على الرابط الالكتروني <http://www.google.com>
- 5- معجم الغنى عربي عربي، متاح على الرابط الإلكتروني www.arrabdict.com.
- 6- هديل شلشل، متاح على الرابط الالكتروني <http://mawdoo3.io>



الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل - قطب تاسوست -
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإجتماعية
قسم الإعلام والاتصال
تخصص سمعي بصري



استمارة استبيان ضمن دراسة بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وانعكاساته على القيم الدينية لدى
الطالبة الجامعية

دراسة ميدانية على عينة من طالبات الماستر علوم الإعلام والاتصال "جامعة جيجل"

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت اشراف الأساذ:
عز الدين بوطنريخ

من اعداد الطالبتين :
صورية بوخشم
أميرة بوقافة

ملاحظة:

إن معلومات هذه الإستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
ضع علامة (x) في الخانة المناسبة، ولكم فائق الشكر والتقدير على حسن تعاونكم معنا.

السنة الجامعية 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1. السن : من 20 إلى 24 من 25 إلى 29 من 30 إلى 34
2. المستوى الجامعي : ماجستير 1 ماجستير 2
3. التخصص: سمعي بصري صحافة مطبوعة وإلكترونية
4. مكان الإقامة : داخلي خارجي

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي .

5. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلينها :

- فيسبوك يوتيوب واتساب أنستغرام تويتر
- سنابشات تيك توك

6. منذ متى وأنت تستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- أقل من سنة

- من سنة إلى ثلاث سنوات

- أكثر من ثلاث سنوات

7. هل يتم استخدام حسابك الشخصي من مواقع التواصل الاجتماعي من خلال :

- اسمك الحقيقي

- اسم مستعار

- اسم أحد الأقارب

8. ما هو الوقت الذي تقضيه في استخدام هذه المواقع ؟

- أقل من ساعة

- من ساعة إلى ساعتين

- من ساعتين إلى أربع ساعات

9. ما هي فترات تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

صباحا في الظهيرة مساء ليلا

10. هل صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي تكون ؟

شخصية متاحة لأفراد العائلة للأصدقاء للجميع

المحور الثالث : دوافع استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي .

11. ما الأسباب التي تدفعك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

انفتاحها وتنوع خدماتها

ملئ الفراغ والترفيه

اكتساب القيم الثقافية والدينية

التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء

12. ما هو الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

لأنها مجانية فضاء حر للتعبير التفاعل مع المضامين

إقامة علاقات مع الأشخاص

أخرى تذكر

13. ما هي الأهداف من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟ (يمكنك استخدام أكثر من إجابة)

تنمية الثقافة وزيادة المعارف

البحث العلمي

التوغل في شبكات التواصل الاجتماعي

أخرى تذكر.....

14. هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلك تشاركين في نشر المعلومات عبر هذه المواقع؟

دائما أحيانا نادرا

15. إذا كانت الإجابة بدائما ما نوع هذه المعلومات؟

ثقافية دينية علمية

أخرى تذكر.....

المحور الرابع : الاشباعات المحققة من استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي؟

16. هل تعتمدين على شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي؟

نعم لا

17. إذا كانت الإجابة بنعم يتمثل ذلك في: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-التواصل مع الأساتذة في إطار علمي

-الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء

- تحميل كتب في المجالات المعرفية

- تصفح المواقع التعليمية والعلمية

18. هل تعتمدين على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي؟

نعم لا

19. إذا كانت الإجابة بنعم يتمثل ذلك في: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-التعاون والتكافل

-اكتساب قيم اجتماعية

- تدعيم الروابط الاجتماعية

20. هل يمكنك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه ؟

نعم لا

21. إذا كانت الإجابة بنعم يتمثل ذلك في : (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- المشاركة في الألعاب الإلكترونية الجماعية

- مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة

- مشاهدة الأفلام والمسلسلات

- التعليقات الساخرة عن مضامين المنشورة

22. هل تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني ؟

نعم لا

23. إذا كانت الإجابة بنعم يتمثل ذلك في : (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-سهولة التواصل مع علماء الدين

-الاستماع للقرآن الكريم

-مشاهدة مسلسلات دينية

أخرى تذكر

24. حسب رأيك هل ما تتلقاه عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتوافق مع قيمك الدينية ؟

كثيرا أحيانا أبدا

25. هل حققت لك مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات والحاجات التي تطمحين إليها ؟

نعم لا

26. إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذه الاشباعات المحققة: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- معرفية عاطفية تربوية إخبارية اجتماعية
- دينية ثقافية ترفيهية

27. هل الاشباعات التي حققتها لك مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على قيمك الدينية ؟

- نعم لا

28. إذا كانت الإجابة بنعم هل كان ذلك في :

- تحسين سلوكات معينة
- زيادة الثقافة الدينية

أخرى تذكر

المحور الخامس: انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطلبات الجامعات .

29. هل تتحلين بالقيم الدينية أثناء مشاهدتك لمحتوى المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- نعم لا

30. إذا كانت الإجابة بنعم ذلك بسبب: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- قوة إيمانك تمسكك بأخلاقك خشيتك من الله

أخرى تذكر

31. ما المضامين الدينية التي تطلع عليها من مواقع التواصل الاجتماعي ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- منشورات دينية
- تحميل كتب دينية
- فتاوى دينية
- مقاطع فيديو إرشادية
- الأناشيد الدينية
- أخرى تذكر

32. هل تلتصين قيم دينية معينة فيما تنشره هذه المواقع ؟

نعم لا

33. إذا كانت الإجابة بنعم يتمثل ذلك في ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-الصدق والأمانة -الخير والشر

-الحياء والعفة -الخوف من الله

أخرى تذكر.....

34. هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيمك الدينية بشكل سلبي ؟

نعم لا

35. إذا كانت الإجابة بلا يعود ذلك إلى ؟

-وعيك وتمسكك بدينك

-تجنبك للمضامين الغير أخلاقية

-ثقتك بكل ما ينشر عبر هذه الشبكات

أخرى تذكر.....

36. هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيمك بشكل إيجابي ؟

نعم لا

37. إذا كانت الإجابة بنعم يعود ذلك إلى ؟

-تعرفك على معلومات دينية تجهلها

-تساعد في التوعية الأخلاقية ونشر معلومات دينية

- تساعد على التواصل مع مرشدين مختصين

أخرى تذكر.....



2021-05-18

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية السنة الجامعية 2020/2021

المجموع	إناث	ذكور	السنة	التخصص	القسم
626	544	82	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية	
283	246	37	الثانية	علم الاجتماع	الليسانس
246	220	26	الثالثة		
70	51	19	الأولى	علم اجتماع الاتصال	الماستر
47	37	10	الثانية		
98	85	13	الأولى	علم اجتماع التربية	الماستر
53	50	03	الثانية		
104	83	21	الأولى	علم اجتماع التنظيم والعمل	الماستر
71	62	09	الثانية		
244	241	03	الثانية	علوم التربية	الليسانس
161	158	03	الثالثة	علم النفس التربوي	
106	105	01	الأولى	علم النفس التربوي	الماستر
45	43	02	الثانية		
102	95	07	الأولى	إرشاد وتوجيه	الماستر
39	38	01	الثانية		
391	302	89	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية	
329	262	67	الثانية	علوم الإعلام والاتصال إعلام	الليسانس
289	237	52	الثالثة		
118	88	30	الأولى	الصحافة المطبوعة والإلكترونية	الماستر
59	48	11	الثانية		
122	105	17	الأولى	السمعي البصري	الماستر
69	58	11	الثانية		
29	03	26	الأولى	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	الليسانس
29	04	25	الثانية		
41	01	40	الثالثة	التدريب الرياضي التنافسي	الماستر
82	05	77	الأولى	تحضير بدني رياضي	
40	04	36	الثانية		
3893	3175	718		المجموع	

ملخص الدراسة:

باللغة العربية:

نحن بصدد مناقشة مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، تحت عنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على القيم الدينية لدى الطالبة الجامعية وهي دراسة ميدانية على عينة من طالبات الماستر علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل -قطب تاسوست-

وقد قسمنا هذه الدراسة إلى أربعة فصول:

الفصل الأول: خصص للإطار المنهجي للدراسة

الفصل الثاني: مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث: مدخل نظري حول القيم الدينية

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيف ينعكس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطالبة الجامعية، ولتحقيق أهداف الدراسة طرح تساؤل رئيسي مفاده كيف ينعكس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطالبة الجامعية؟

وللوصول إلى نتائج هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الطالبات الجزائريات ونظرا لصعوبة الوصول إلى جميع مفردات مجتمع البحث تم اختيار العينة العشوائية البسيطة، تمثلت في 80 مفردة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-، وزعت عليهم استمارة الاستبيان مكونة من 37 سؤال موزعة على أربعة محاور بالإضافة إلى البيانات الشخصية وهي كالتالي:

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثاني: دوافع استخدام الطالبات الجزائريات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي
- المحور الرابع: انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للطالبات الجامعيات

تم تفرغ البيانات تحليلها لتخلص الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

- أغلبية المبحوثين يتصفحون هذه المواقع من ساعتين إلى أربع ساعات وأيضا أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تنمية الثقافة وزيادة المعارف بالإضافة إلى نوع المعلومات التي يشاركونها عبر هذه المواقع كانت معلومات ثقافية.
- كما أن المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال العلمي وذلك من خلال تحميل كتب في المجالات المعرفية، كما أنهم يعتمدون على هذه المواقع في المجال الديني وكان ذلك بالاعتماد على مشاهدة المسلسلات الدينية والاستماع للقرآن الكريم.
- بالإضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي ولا تؤثر بشكل سلبي على القيم الدينية للطالبات.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الدينية، الطالبات الجامعيات.

SUMMARY OF THE STUDY :

We are in the process of discussing amaster' dissertation in media Communication, an audio-visual specialty, under the theme of "the Use of Socialmedia Sites and its Implications on the Religious Values of University Female students". It's a field study on a sample of females master's studentsand in media and communication, Mohamed Siddiq Ben Yahya Jijel University. - Tassoust-

We have divided this study into four chapters:

Chapter I. It is devoted to the methodological framework of the study.

Chapter II.A Theoretical Entry on Social Media

Chapter III : A Theoretical Entry on Religious Values and University Student

Chapter IV : Field Study

The purpose of this study is to see how the use of social media is reflected in the religious values of university females' student. In order to achieve the aims of the study, a major question was raised:How does the use of social media reflect on a student's religious values?

In order to reach the results of this study, the descriptive survey method has been drawn upon, and the study community is represented by all users of the social media from Algerian students. Due to the difficulty of reaching all members of the research community, a simple random sample was selected, representing 80 media and

communication students at Mohammed Siddiq Bin Yahya University, Jijel. The questionnaire consisted of 37 questions distributed over four themes , in addition to personal data as follows :

Theme 1: Habits and Patterns of Use of Social Media by Female University Students

Theme 2 : The motivation for university students to use social media sites

Theme 3: Realised gratification from female students' use of social media posts

Theme 4: Social media implications for the religious values of female university students

The data were downloaded and analysed to sum up the study with a set of results, the most important of which are:

-The majority of respondents browse these sites from two to four hours, and most also use social media sites for more than three years.

-The results of the study showed that members of the study sample were using social media sites to develop culture and increase knowledge, as well as the type of information they shared across these sites, were cultural information.

-The respondents also rely on social media sites in the scientific field by uploading books in the cognitive fields. They also rely on social media sites in the religious field by watching religious series and listening to Quran

In addition, social media sites have a positive impact and do not negatively affect the religious values of female students.

Keywords : Social media sites, Religious Values, University female-Students.