

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم اجتماع

عنوان المذكرة:

مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي
- الفاسيبوك أنموذجا -
- دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع

تخصص: علم اجتماع اتصال

إشراف الأستاذ:

د/ شيهب عادل

إعداد الطالبتين:

عبان هاجر

بونقطة ريمة

السنة الجامعية: 2021/2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وعرفان

قال الله تعالى

﴿وَإِذْ تَأْتِيَنَّكُمْ رُبُكُمُ لَيْنَ شُكْرْتُمْ لِأَزِيدَنَّكُمْ﴾

وقال الرسول الأكرم صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"
الحمد لله ذي المن والفضل والإحسان حمدا يليق بجلاله وعظمته وصل اللهم
على خاتم الرسل - عليه الصلاة والسلام -

يسعدنا أن نتقدم بجزيل الشكر للأستاذ المشرف على هذه المذكرة

"شيهب عادل"

لحسن تعامله وكرمه وأخلاقه وسعة صدره، لقد كان لكل ما قدمه أبلغ الأثر في
هذه الرسالة، وجعل الله عمله هذا في موازين حسناته



إهداء

بسم الله والحمد لله وكفى الصلاة على الحبيب المصطفى

وآله وصحبه

لحظة لطالما حلمت ... إنتظرتها

في حكاية اكتملت فصولها ...

وخيوط انتهى التألق في غزلها

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى من حصد الأشواك عن دربي

ليمهدا طريق العلم لي... إلى أعظم وأعز رجل في الكون

أبي العزيز

إلى من ساندتني في صلاتها بدعائها

إلى من تشاركني أفراحي وآساتي... إلى نبع العطف

والحنان أجمل ابتسامة في حياتي

أمي غاليتي

إلى كل إخوتي وأخواتي الغاليين على قلبي

سندي في الحياة لبني مريم زكرياء وحسام إلى اولاد أختي

تاج الدين عبد البارئ والكتكوتة دينا

إلى جدتي الغالية وروح جداي رحمهما الله

إلى جميع صديقاتي وخاصة أروع إنسانة شاركتني العمل

ريمة

إلى جميع أساتذتي وأخص بالذكر من قامو بمساعدتي

هاجر



إهداء

بسم الله والحمد لله وكفى الصلاة عتي الحبيب المصطفى
وأهله

لحظة لطالما حلمت ... إنتظرتها

في حكاية إكتملت فصولها ...

وخيوط إنتهى التآلق في غزلها ...

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى من حصد الأشواك عن دربي ... ليمهد

طريق العلم لي ... إلى أعظم وأعز رجل في الكون أبي العزيز

إلى من ساندتني في صلاتها بدعائها ... إلى من تشاركني أفراحي

واساتي ... إلى نبع العطف أمي غاليتي

إلى سندي في الحياة إخوتي وأخواتي نميرة غنية فريد مراد بلال سليم

إلى من دعمني وساندني ... زوجي الغالي

إلى جميع صديقاتي وخاصة أروع إنسانة شاركتني هذا العمل

هاجر

ريمه

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	فهرس محتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الجانب النظري	
الفصل الأول : المقاربة المنهجية لموضوع الدراسة	
6	أولا : الإشكالية
7	ثانيا : فرضيات الدراسة
8	ثالثا أسباب إختيار الموضوع
9	رابعا : أهمية الدراسة
9	خامسا : أهداف الدراسة
10	سادسا : تحديد المفاهيم
17	سابعا الدراسات السابقة
25	ثامنا : النظريات المفسرة للدراسة
الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي ونماذجه	
37	تمهيد
38	أولا: مواقع التواصل الاجتماعي
38	1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
39	2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
40	3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
41	4- أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

فهرس المحتويات

41	5- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
41	6- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
45	7- دور شبكات التواصل الاجتماعي
47	8- تقييم مواقع التواصل الاجتماعي
48	9- المؤشرات الإحصائية لأهم مواقع التواصل الاجتماعي
49	ثانيا : الفايسبوك
49	1- نشأة الفايسبوك
50	2- خصائص موقع الفايسبوك
51	3- الخدمات التي يقدمها موقع فايسبوك
51	4- سلبيات وإيجابيات موقع فايسبوك
52	5- الفايسبوك والطالب الجامعي
53	6- الإنتقادات الموجهة لموقع فايسبوك
54	خلاصة البحث
الفصل الثالث : القيم وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي	
56	تمهيد
57	1- خصائص القيم
58	2- أهمية القيم
59	3- مكونات القيم
61	4- وظائف القيم
62	5- تصنيفات القيم
64	6- مصادر إكتساب القيم
67	7- أشكال فجوة القيم
74	8- نماذج عن القيم الجديدة الوافدة
77	خلاصة البحث
الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة	

فهرس المحتويات

79	تمهيد
80	1- مجالات الدراسة
81	2- مجتمع الدراسة
82	2- منهج الدراسة
82	3- مجتمع البحث وعينته
84	4- أدوات جمع البيانات
87	5- أساليب تحليل البيانات
89	خلاصة البحث
الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج	
91	تمهيد
92	1- عرض وتحليل البيانات الميدانية
127	2- مناقشة نتائج الدراسة وتحليلها سوسولوجيا
137	3- النتائج العامة
138	خلاصة الفصل
140	خاتمة
142	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	93
02	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	93
03	توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة الاجتماعية	94
04	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	95
05	توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة	96
06	توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأسرة	97
07	توزيع المبحوثين حسب متغير مدة استخدام الفايسبوك	98
08	توزيع المبحوثين حسب عدد ساعات استخدام الفايسبوك.	99
09	توزيع مفردات البحث حسب مكان استعمال الفايسبوك.	100
10	توزيع مفردات البحث حسب دوافع استخدام الفايسبوك.	101
11	توزيع مفردات العينة حسب لغة التواصل مع الآخرين عبر موقع فايسبوك.	101
12	توزيع مفردات العينة حسب إكسابهم لمفردات جديدة من خلال استخدامهم للفايسبوك.	102
13	توزيع مفردات العينة حسب المضامين الأكثر متابعة على الفايسبوك.	103
14	توزيع مفردات البحث حسب الأساس الذي يقومون بالإعتماد عليه لإختيار أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي.	104
15	توزيع مفردات البحث حسب الصفحات التي يتابعونها عبر الفيسبوك المتعلقة باللباس المحلي	105
16	توزيع المبحوثين حسب نوع الصفحات والمنشورات على الفايسبوك التي يتابعونها المتعلقة بمختلف أصناف الأطباق والمأكولات	106
17	توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأغاني المحلية التي يتابعونها عبر صفحات الفايسبوك.	107
18	توزيع المبحوثين حسب الشعائر الدينية التي يقومون بالإحتفال بها أو إحيائها عبر صفحات الفايسبوك	108

فهرس الجداول

109	توزيع المبحوثين حسب رأيهم عن الإنفتاح على القيم الغربية هل هو شيء إيجابي	19
110	توزيع المفردات حسب صفة النجوم والمشاهير التي يتابعونها عبر صفحات الفايسبوك	20
111	توزيع المفردات حسب سبب متابعة النجوم والمشاهير	21
112	توزيع المفردات حسب الأعياد التي يحتفلون بها	22
113	توزيع المبحوثين حسب معرفة رأيهم أن الفايسبوك وسيلة مقبولة لاختيار شريك الحياة	23
114	توزيع المبحوثين حسب إقامة العلاقات العاطفية عبر الفايسبوك أو مواقع التواصل الأخرى	24
115	توزيع المفردات حسب تغير بعض العادات والممارسات الثقافية الأسرية جراء كثرة استخدام الفايسبوك	25
116	توزيع المفردات حسب كيفية تفضيلهم تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات	26
117	توزيع المبحوثين حسب مراعاتهم لمبادئ عقيدتهم الدينية أثناء تفاعلهم مع محتويات الفيسبوك	27
118	توزيع المفردات حسب أشال التفاعل مع منشورات المجموعات التي ينتمي إليها في الفايسبوك	28
118	توزيع المبحوثين حسب تقديمهم للمصلحة الفردية أو الجماعية في إطار مسؤوليتهم الاجتماعية	29
119	توزيع المفردات حسب الأنشطة الاجتماعية التي شاركها عبر الفايسبوك	30
120	توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها عبر صفحات الفايسبوك	31
121	توزيع المبحوثين حسب تعزيز محتوى الفايسبوك روح المواطنة والانتماء	32
122	توزيع المبحوثين حسب تقلبهم مختلف الآراء المعروضة على صفحات أو	33

فهرس الجداول

	مجموعات الفاييبوك حول مختلف المواضع أم تقوم بالهجوم	
122	توزيع المبحوثين حسب رأيهم في مقولة الغاية تبرر الوسيلة، حتى إن تجاوز بعض مبادئهم الشخصية من أجل الوصل لهدفهم من خلال ما اكتسبوه محتوى الفاييبوك	34
123	توزيع المفردات حسب الإشباعات الاجتماعية التي يحققها لك الفاييبوك	35
124	توزيع المبحوثين حسب تعصبهم للمنشورات التي تسيء لعاداتهم وثقافتهم المحلية	36
125	توزيع المبحوثين حسب تغير أفكارهم المسبقة حول العادات والتقاليد المحلية بعد تعرفهم على عادات جديدة من خلال تصفهم لموقع فاييبوك	37
126	توزيع المبحوثين حسب تأثير الفاييبوك من خلا تفاعلهم مع منشورات الفاييبوك على السن	38
128	توزيع المبحوثين حسب كيفية تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات حسب متغير عدد الساعات استخدام الفاييبوك.	8-27
130	توزيع المبحوثين حسب الأعياد التي يحتفل بها حسب متغير مكان الإقامة	5-22
133	توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم في المبادرات الخيرية التي تعلن عنها عبر صفحات الفاييبوك حسب متغير الجنس.	1-31

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
49	عدد المستخدمين لأشهر مواقع التواصل الاجتماعي	01
92	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.	02
93	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	03
94	توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة الاجتماعية.	04
95	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.	05
96	توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة	06
97	توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأسرة	07

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة القطب الجامعي تاسوست كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

إذ انطلقت هذه الدراسة من طرح التساؤل الرئيسي القائل:

- كيف أسهم الفايسبوك في خلق فجوة قيمية لدى الشباب الجامعي؟

ويندرج عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية :

- كيف ساهم الفايسبوك في التحول الثقافي في بعض القيم الثقافية المحلية لدى الشباب الجامعي؟

- كيف ساهم الفايسبوك في التحول في بعض الممارسات الثقافية الاجتماعية المجتمعية لدى الشباب الجامعي؟

وللوصول لأهداف الدراسة قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يهتم بوصف الظاهرة وتحليلها والتعبير عنها كمياً وكيفياً ، واختيار العينة القصدية التي حدد قوامها ب 87 مفردة من طلبة السنة الأولى ماستر والدكتوراه من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، والاستعانة بالملاحظة واستمارة استبيان كأدوات لجمع البيانات .

وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- يساهم الفايسبوك في إحداث فجوة ثقافية واجتماعية لدى الشباب الجامعي .
- يساهم الفايسبوك في بروز ممارسات ثقافية جديدة لدى الشباب الجامعي .
- يساهم الفايسبوك في تراجع بعض الممارسات والعادات الاجتماعية التي يتميز بها المجتمع المحلي الجبلي لدى بعض الشباب.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، فجوة القيم، الشباب الجامعي، الفايسبوك.

Study summary :

This study came under the title : Social networking sites and the value gap among university youth, a field study on a sample of university students at the university pole, established by the faculty of humanities and social sciences.

This study started from asking the main question :

- How did facebook contribute to creating a value gap among university youth ?

This main question includes the following sub-questions :

- How did facebook contribute to the cultural transformation of some local cultural values among university youth ?
- How did facebook contribute to the transformation of some social, cultural and societal practices among university youth ?

In order to reach the objectives of the study, we used the descriptive analytical method, which is concerned with describing the phenomenon, analyzing it and expressing it quantitatively and qualitatively, and choosing the intentional sample, which consisted of 87 individuals from the first-year master and doctoral students from the college of humanities and social sciences, and using observation and a questionnaire as tools for data collection.

- After statistical treatment of the data, the study reached the following results :
 - Facebook contributes to creating a cultural and social gap among university youth.
 - Facebook contributes to the emergence of new cultural practices among university youth.
 - Facebook contributes to the decline of some of the social practices and customs that characterize the jijli community among some young people.

Key words: social media, the value gap, university youth, Facebook.

مقدمة

شهدت البشرية في الأعوام الأخيرة نقلة نوعية من خلال ما جاءت به شبكة الإتصال العالمية الحديثة، التي فتحت أفقا جديدة، أحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية سواء الثقافية والاجتماعية، هذا ما ساهم في خلق فضاءات تفاعل جديدة لم تكن معروفة من قبل ناجمة عن التكنولوجيا، والتي تتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعد بدورها الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم، كونها نظم العديد من المواقع كموقع التويتر، اليوتيوب، والفيسبوك خاصة والذي يعتبر من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الأفراد والمجتمعات في كافة أنحاء العالم، بحيث أتاح الفرصة للجميع لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم، متجاوزين بذلك الحدود الجغرافية والزمنية والقيود الرقابية.

ففي ظل الاستخدام الواسع والمكثف لموقع فايسبوك من قبل كافة شرائح المجتمع وبالأخص شريحة الطلبة الجامعيين الجزائريين، باعتبارها الفئة الأكثر تأثرا نظرا لامتلاكهم القابلية للتغيير والتطوير، واستخدام الطلبة لموقع الفايسبوك أدى إلى إحداث تحولات وتغييرات على مستوى النسق القيمي في مختلف مجالاته، إذ أصبح المتغير أكثر تغيرا وحتى الثابت أصبح متحولا، وعليه يمكن القول أن موقع فايسبوك كان له الدور البارز في إحداث انعكاسات على القيم الثقافية والاجتماعية التي يحملها على أنماط سلوكه واتجاهاته، وهذا ما يؤدي إلى حدوث فجوة أو هوة على مستوى قيمه خاصة الاجتماعية والثقافية منها، وهذا ما جعلنا نهتم بهذا الموضوع ونجعله محل دراستنا وقد ارتأينا فيها بالاعتماد على خطة منهجية مقسمة إلى خمسة فصول:

الفصل الأول: وقد جاء بعنوان المقاربة المنهجية لموضوع الدراسة، تطرقنا فيه إلى تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الأساسية والفرعية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية موضوع الدراسة، والأهداف المرجوة من البحث، كما تم في هذا الفصل تحديد المفاهيم المستخدمة في تحديد عنوان الدراسة، بالإضافة إلى عرض أهم الدراسات السابقة في الموضوع ومواطن الاستفادة منها والنظريات المفسرة للدراسة.

كما جاء الفصل الثاني بعنوان : مواقع التواصل الاجتماعي ونماذجها ، وقمنا بتقسيمه إلى جزئين، الجزء الأول بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وقد تطرقنا فيه إلى: إلى نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها وأهميتها، أهدافها وأنواعها، ونماذج عن هاته المواقع ودورها وكذا تقييمها والمؤشرات الإحصائية لأهم مواقع التواصل الاجتماعي ، أما بالنسبة للجزء الثاني فجاء كنموذج عن هاته المواقع بعنوان: موقع فايسبوك وتطرقنا فيه إلى نشأة موقع فايسبوك ،خصائصه وأهم الخدمات التي

يقدمها، وكذا سلبياته وإيجابياته إضافة إلى عنصر الفايسبوك والطالب الجامعي وأخيرا أهم الانتقادات الموجهة لهذا الموقع.

أما الفصل الثالث: فقد جاء بعنوان القيم وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي، وقد تطرقنا فيه إلى خصائص القيم وأهميتها، مكوناتها ووظائفها وتصنيفاتها، وكذا مصادرها كما تطرقنا لأهم أشكال فجوة القيم ونماذج عن القيم الجديدة الوفدة.

الفصل الرابع: جاء بعنوان الإجراءات المنهجية للدراسة، تطرقنا في هذا الفصل إلى مجالات الدراسة، مجتمع الدراسة، مجتمع البحث وعينته، أدوات جمع البيانات وأساليب تحليل البيانات (الأسلوب الكمي والكيفي).

الفصل الخامس: بعنوان عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج، تطرقنا فيه إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة، ومناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة والنتيجة الرئيسية، ومناقشتها في ضوء الأهداف، وفي ضوء الدراسات السابقة، وصولا إلى النتائج العامة للدراسة، إضافة إلى صعوبات الدراسة.

كما أننا قمنا بمواجهة العديد من الصعوبات في إنجاز هذه الدراسة منها:

- ضبط عنوان البحث متأخرا، حيث بدأنا دراستنا حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، إلا أن الإدارة فرضت علينا تغيير العنوان، مما دفع بالأستاذ المشرف إلى تغيير الموضوع السابق إلى الموضوع الحالي مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي (الفايسبوك أنموذجا).
- ندرة المراجع والكتب المتوفرة في المكتبة وخاصة في المتعلقة بالمتغير التابع (فجوة القيم).
- ندرة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دراستنا، مما جعلنا نعتمد على دراسات متشابهة.
- حداثة الموضوع، لأن الدراسة تناولت القيم من ناحية ومنظور آخر.
- ضيق الوقت المخصص لإنجاز المذكرة.
- صعوبة توزيع الاستمارة خاصة على طلبة الدكتوراه لقلة عددهم وعدم تواجدهم في الجامعة باستمرار نظرا لطبيعة برنامجهم الدراسي، وكذا تبني نظام الدفعات جراء فيروس كورونا الذي صعب علينا الوصول لطلبة السنة أولى ماستر وانتظار وقت معين لحين إقبال دفعتهم.

الجانب النظري

الفصل الأول: المقاربة المنهجية لموضوع الدراسة

تمهيد

أولاً: الإشكالية

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: تحديد المفاهيم

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: المقاربات النظرية المفسرة للدراسة

خلاصة الفصل

أولاً: الإشكالية

شهد العالم في منتصف القرن العشرين نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال بفضل التكنولوجيا الحديثة وما أفرزته من شبكات عنكبوتية وفضاء إلكتروني أعاد تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة ، ولعل أبرز الشبكات العنكبوتية شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت واقعا لا يمكن مجاراته وكحتمية تكنولوجية فرضت هذه المواقع نفسها بقوة في فضاء إفتراضي يستطيع الفرد من خلاله التواصل، التفاعل وتبادل الآراء والأفكار في آن واحد. من خلال إتاحة هذه الشبكة لمستخدميها العديد من الوسائط والتطبيقات والمواقع التي أصبحت تشكل جزءا لا يتجزأ من حياة الإنسان ومن أهمها: التوتير، اليوتيوب، الانستغرام، الفايبيوك وهذا الأخير أهم هذه المواقع وأكثرها إقبالا وشعبية، حيث يتيح إمكانية الربط بين الزملاء والأصدقاء والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات في مختلف بقاع العالم والتفاعل معهم عن طريق تبادل الرسائل والدرشات والمشاركات والتعليقات، وما تحتويه من رموز تحمل معنى معين، يعبر بيه المستخدم عما يود قوله أو رأيه، فهو يتميز بمرونة جعلت منه منصة يناقش عبرها أفراد المجتمع مختلف قضايا المجتمع الاجتماعية، الدينية، الثقافية، الأخلاقية... وغيرها

فمواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تثقيف الشباب حول المعاني والرسائل وأنظمة المعايير والقيم والممارسات والعلاقات الاجتماعية وأنماط التفاعلات، كما تحمل القيم حول الأسرة، الصداقة، الحب، العنف، الربح.

فغنى عن القول أن هذه المواقع تشكل جزءا هاما في حياة الشباب، ومع ذلك فإن الإستخدامات الاجتماعية والثقافية لتكنولوجيات الإعلام بالوسائط الجديدة تشكل خطورة على الشباب من خلال تأثيراتها السلوكية والقيمية والمعرفية في مختلف المجالات والميادين، وكحتمية قيمية فإنها تفرض قيم جديدة على مستخدميها سلبية كانت أم إيجابية ، وإذا كانت أزمة القيم الضاربة في عمق الحياة العامة بجميع مجالاتها، مما يجمع عليه كل المنتبعين أنها ظاهرة طالت إنعكاساتها على كل الناس ومن مختلف الأعمار في مقدمتهم الشباب، فإننا لا نستغرب أن يتفشى في أوساطهم الإدبار عن قيمهم الأصلية التي تعمل على تثبيت شخصيتهم وترسيخ مقومات هويتهم لدرجة أصبح الشباب لا يفكرون إلا في إتباع حاجاتهم المادية، ونسوا أن القيم ليست كلها من جنس ما يتصل بالإستهلاك وإتباع الغرائز وحدها، وإنما القيم منظومة متكاملة تضم مجموعة المبادئ والقواعد والأعراف التي تحكم السلوك في المجتمع.

ويعرف الشباب الجزائري تحولات مريبة على مستوى منظومة القيم إذ أصبح التماشي مع كل واحد من القيم ولو كانت تلك القيم متعارضة مع القيم المرجعية، الثقافية، الدينية والاجتماعية ومحاولة إدماجها ثم توجيهها من خلال سلوكيات وظواهر تتجسد في اللباس وتصنيفات الشعر وغيرها من أنواع الإهتمامات التي من شأنها أن تعبر عن مدى فجوة القيم الثقافية لدى هؤلاء الشباب، ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف أسهم الفايسبوك في خلق فجوة قيمة لدى الشباب الجامعي؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف ساهم الفايسبوك في التحول الثقافي في بعض القيم الثقافية المحلية لدى الشباب الجامعي؟
- كيف ساهم الفايسبوك في التحول في بعض الممارسات الاجتماعية المجتمعية لدى الشباب الجامعي؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

تنطوي هذه الدراسة على فرضية رئيسية وفرضيتين فرعيتين .

الفرضية الرئيسية:

يساهم الفايسبوك في إحداث فجوة ثقافية واجتماعية لدى الشباب الجامعي .

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية الأولى:

- يساهم الفايسبوك في بروز ممارسات ثقافية جديدة لدى الشباب الجامعي .

الفرضية الفرعية الثانية:

- يساهم الفايسبوك في تراجع بعض الممارسات والعادات الاجتماعية التي يتميز بها المجتمع المحلي الجبلي لدى بعض الشباب الجامعي .

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

لقد تم اختيار هذا الموضوع بناء على جملة من المبررات الذاتية والموضوعية، باعتبار أن اختيار الموضوع لا يتم اعتباطيا، وإنما على أسس وأسباب مبنية على أهداف معينة، ومن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في البحث في هذا الموضوع وإعطائه طابع علمي لارتباطه بالتخصص .
- الإحساس بالمشكلة العلمية المطروحة في ظل تزايد انتشار تكنولوجيا الاتصال وسهولة الوصول إليها.
- الرغبة في تطبيق ما تم التوصل إليه في المشوار الدراسي على أرض الواقع في هذه الدراسة الميدانية حول مواقع التواصل الاجتماعي والفجوة التي أحدثتها على مستوى القيم لدى الشباب الجامعي.

الأسباب الموضوعية:

- ظهور العديد من القيم الثقافية والاجتماعية التي أنكرها المجتمع في الآونة الأخيرة.
- موضوع يلامس الواقع الجزائري وهذا من خلال استخدام الأغلبية الساحقة من أفراد المجتمع الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي ولو بدرجات متفاوتة.
- إشكالية فجوة القيم ومحاولة معرفة القيم الثابتة والقيم المتحولة في المجتمع الجزائري.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه منهجيا ومعرفيا.
- وجود سلوكيات سلبية داخل الجامعة من طرف الشباب الجامعي.
- باعتبار أن السلوكيات لها علاقة بما يحمله الفرد من قيم جعلنا نسلط الضوء على كيفية تأثير القيم على هذه السلوكيات.

رابعاً: أهمية الدراسة

لكل بحث سوسيولوجي أهمية بالغة تساعد الباحث في تدعيم الحقل المعرفي وانعكاس لطموحات وتطلعات الباحث وتقديم مختلف الحلول للمشكلات المطروحة ويمكن تحديد أهمية الدراسة في :

- تسليط الضوء على موضوع مهم مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في خلق فجوة القيم سواء الثقافية أو الاجتماعية أو غيرها لدى فئة الشباب الجامعي الذي يعتبر الفئة الأكثر استخداماً لهذه المواقع وخاصة موقع فايسبوك ، فالأهمية تكمن في دراسة الموضوع نفسه من خلال تبيان الاستخدام الأمثل لها من قبل الشباب الجامعي وكذا توعيته والاهتمام به وتوجيهه في إطار تكوين أفراد حاملين لأصالة مجتمعه وفي المقابل مواكبة التطورات الحاصلة بما يخدمه وأيضا يتوافق معه.

خامساً: أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة السوسيولوجية التحليلية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف سطرها الباحث

كالآتي:

أ- أهداف وصفية:

- الكشف عن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي تستقطب الشباب الجامعي.
- الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الفجوة القيمية لدى الشباب الجامعي.
- معرفة محتوى مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتعرض له الشباب الجامعي.

ب - أهداف تفسيرية:

- تفسير أبعاد الفجوة القيمية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض الشباب الذين يتعرضون لهاته المواقع المختلفة.
- تفسير القين الهجينة لدى الشباب الجامعي في ضوء مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحليل محتوى مواقع التواصل الاجتماعي ومقارنته مع منظومة القيم المرجعية.

أهداف تنبؤية:

- استشراف الإستراتيجيات المناسبة لردم الفجوة القيمية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي.
- توجيه الشباب نحو الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي بما يعزز ويحافظ على ثوابته القيمة.
- العمل على دعم محتوى مواقع التواصل الاجتماعي وأقلمته مع الثقافة المحلية.

سادسا: تحديد المفاهيم

مواقع التواصل الاجتماعي:

- هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها⁽¹⁾.
- كما تعرف: أنها مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، تمكنهم أيضا من التواصل السري والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقات الاجتماعية بينهم⁽²⁾.
- كما تعرف أيضا: منظومة من المواقع الإلكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعة مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك⁽³⁾.
- وتعرف كذلك: مجموعة من تقنيات الانترنت والمواقع الالكترونية تستخدم لتبادل الآراء والخبرات ووجهات النظر وتستخدم أساسا كأدوات حوار ومحادثة⁽⁴⁾.

(1) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، العدد 179، جامعة الأزهر، 2017، ص329.

(2) سليمان بكر كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص161.

(3) ابريعة سامية، تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية من وجهة نظر أساتذة العلوم الاجتماعية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد 2 العدد 8، جامعة أم البواقي وتبسة، ديسمبر 2018، ص116.

(4) نادر عبد الله دسة، الإعلام المجتمعي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016، ص13.

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن عدة شبكات الالكترونية يتم من خلالها التواصل فيما بين الأفراد سواء داخل الدولة أم على المستوى العالمي تجمع بين العديد من الشباب الذين نتلاقى اهتماماتهم نحو موضوع معين أو هواية معينة يمارسونها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتعددة والمتنوعة (فيس بوك، تويتر، اليوتيوب).

تعريف القيم:

لغة: وردت كلمة قيمة في اللغة اللاتينية وهي مأخوذة من الفعل valeo ومعناها "قوي" ويعبر عن فكرة أن الإنسان يعيش في صحة جيدة وأنه مفيد ومتكيف واستخدام الفرنسيون القيمة بمعنى Valeur وارتبطت بمعنى اقتصادي وبفكرة بذل المال من أجل الحصول على الأشياء، أما في الإنجليزية فاستخدم مصطلح Wath واحتفظ بالمعنى اللاتيني التي يعبر عن القوة ووردت كلمة "قيمة" بالقرآن الكريم في قوله تعالى: "فيما كتب قيمة" كما وردت أيضا في "الدين القيم" فالإنسانة أو العمل أو الدين يكون فيها بمعنى أنه مستقيما والإنسان القيم هو المستقيم في فعالة وسلوكه، كما استخدم الشعراء هذا المفهوم لإبراز بعض المقومات الخاصة بالشجاعة والكرم⁽¹⁾.

اصطلاحا: هي بنية السلوك الفعلي وهي ليست تنظيميا خارجيا تفرضه سلطة نظام يلزم الوجود، ونحن نرجع إليه بأنفسنا حين نود أن نطلق على إنسان نعت خيرا أو شرا، أو نصف سلوكا ما بصفة الصلاح أو الطلاح، فالقيم حاضرة في سلوك الإنسان وهي تحدد اتجاه هذا السلوك وترسم مقوماته ومن ثم يصح أن نعرف القيم بالمعنى الأوسع على أنها بنية الواقع التي تلازم عملنا⁽²⁾.

* سورة البينة، الآية (3).

* نفس السورة الآية (5).

(1) دكتورة سلوى، السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الانثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، طبع نشر وتوزيع، الإسكندرية، 2013، ص 19.

(2) فايزة أنور شكوى، القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2008، ص 24-25.

كما يعرف بأنها الأفكار العاملة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو طاً أو صحيح أو مرغوب أو غير مرغوب⁽¹⁾.

وتعرف في قاموس علم الاجتماع هي تصور أو إدراك صرحا كان أو ضمنيا يحدد ما هو مرغوب فيه بحيث يسمح للأفراد أن يبين الأساليب المتغيرة للسلوك والوسائل والأهداف الخاصة بالفعل.

ويعرفها دور كايم: هي محددات أخلاقية لأنماط السلوك الصادرة عن المجتمع وتصوراتها والتي يلتزم بها الفرد في مختلف سلوكه كما يعرفها جون رود عبارة عن موقف أو مبدأ أو عرض معينة يعتبره الفرد أو الجماعة مرغوبا فيه وصوابا⁽²⁾.

ويعرفها أيضا بارسونز: بأنها عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معيارا أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف⁽³⁾.

التعريف الإجرائي:

القيم هي عبارة عن المبادئ والأفكار والأفعال المقصودة التي يقوم بها الفرد أو الجماعة في المواقف الاجتماعية المختلفة والتي تمثل معنى بالنسبة لهم وتصبح معيارا للحكم على الأشياء.

القيم الاجتماعية:

يتضمن المعنى اللغوي للقيمة الاجتماعية بالمعنى الاجتماعي فكرة أو مبدأ أو صفة.

تكون محل التقدير وتمثل معيارا يحكم به على الأشياء، أو الأفعال وتحدد الغاية التي يطمح إليها ويرغب فيها وتسير تصور الحالة الأمثل والأكمل وتقوم بدور الحافز على تحقيق الغاية المرغوبة ويتصف ذلك المعيار بالثبات.

أو هي أحكام معيارية تتضمن مثلا وأهدافا ضابطة للوجود الاجتماعي (فكر أو نظام أو ممارسة) ولا صفة الضرورة والالتزام والعمومية، وعليه فالقيم هي المعايير الموجهة والحاكمة لسلوك الإنسان من حيث الغايات.

(1) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص365.

(2) محمد أحمد محمود إبراهيم، القيم الاجتماعية كما تعكسها ثورة كربلاء، مركز الأبحاث العقارية، ط1، إيران، 1434هـ، ص34.

(3) ماجد الزويد، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص22.

ويشير أحمد زكي بدوي مفهوم القيم الاجتماعية بوصفها الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد كما تصبح من موجّهات السلوك أو تعتبر أهداف له وتوصف القيم المرغوب بالقيم الايجابية في حين توصف القيم غير المرغوب فيها بالقيم السلبية ويتحدد اتجاه القيمة لدى الأفراد وفقا للمعايير الثقافية في المجتمع وهذا يفي أن هناك منظومات قيم متقابلة في المجتمع⁽¹⁾.

كما تعرف القيمة الاجتماعية على أنها الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد كما تصبح من موجّهات السلوك أو تعتبر أهداف له⁽²⁾.

كما أن القيم الاجتماعية مصطلح للتفريق بين القيمة النقدية للأشياء والتي تقاس بطريقة موضوعية وبين قيمة الأشياء من شأنها زيادة الرفاهية الاجتماعية للمجتمع والتي لا تقارن بقيمتها النقدية من حيث التكلفة فعلى سبيل المثال بناء مكتبة عامة وما تحتويه من كتب ومقتنيات قد تساوي قيمتها النقدية مع ما يكلفه إنشاء محل ألعاب ترفيهية إلا أن هناك فرق بين قيمة كل منهما الاجتماعية⁽³⁾.

- **التعريف الإجرائي:** هي تلك القيم الاجتماعية والركائز التي تبنى عليها المجتمعات، وتقام عليها الأمم وتتعلق بالبادئ والأخلاق وهي معايير عامة وضابطة للسلوك البشري الصحيح، والقيم الاجتماعية هي الخصائص أو الصفات المحببة والمرغوب فيها لدى أفراد المجتمع، والتي تحددها ثقافته مثل التسامح والقوة، وللقيم الاجتماعية أسباب تؤدي إلى غيابها عن واقع الحياة كما أن هناك سبل لتعزيزها وبنائها.

- **القيمة الثقافية:** القيم الثقافية هي أساسها ذات طبيعة نفسية، لأنها تعبر عن الأفكار المتعلقة بالأهمية النسبية للأشياء، والتي تحظى بالرغبة والتقدير، وللقيم الثقافية وظيفة الربط بين أجزاء الثقافة فتبدو متناسقة، وتزود الأفراد بالأهداف التي تجعل من وجودهم له معنى، ويمكن أن تكون القيم إيجابية أو

(1) نادية محمود مصطفى وآخرون، القيم في الظاهرة الاجتماعية، دار النشر للثقافة والعلوم، ط1، القاهرة، مصر، 2011، ص459.

(2) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، ص

(3) عبد العزيز عبد الله الذخيل، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنجليزية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان،

سلبية، وذلك بمدى الرغبة فيها، فالزهور على سبيل المثال قد تكون لها قيمة إيجابية في ثقافة، بينما لا تكون كذلك في ثقافة أخرى⁽¹⁾.

- **التعريف الإجرائي:** إذن فالقيم الثقافية هي عبارة عن قيم ومبادئ تتعلق بثقافة المجتمعات والشعوب وتعبّر عنهم بمختلف الطرق من ممارسات وغيرها، كما أنها تعتبر نسبية لكل مجتمع ولها وظيفة تتمثل في الربط بين جميع أجزاء الثقافة بحين تكون لها معنى وهدف.

- **مفهوم فجوة القيم:**

هي أي اختلاف بين ثقافتين يعيق التفاهم المتبادل أو استمرار العلاقات، تشمل هذه الاختلافات القيم والسلوك والتعليم والعادات الخاصة بثقافة معينة، ثم استخدام المصطلح في الأصل لوصف الصعوبات التي تم مواجهتها في التفاعلات بين ثقافة معاصري القرن العشرين وثقافة ما قبل المجتمع الصناعي (التقليدي)، وبعده تم استخدامه منذ ذلك الحين على نطاق أوسع للإشارة إلى سوء الفهم المتبادل وعدم الفهم الناشئ بين الناس من خلفيات وخبرات ثقافية واجتماعية مختلفة.

يمكن ان تتعلق فجوة القيم بالثقافية الدين العرق، العمر، والطبقة الاجتماعية... إلخ، تشمل الأمثلة الاختلافات التي قد تؤدي إلى فجوات في القيم كالأعراف والعادات الاجتماعية والأدوار بين الجنسين... إلخ، كما يمكن استخدام المفهوم أيضا للإشارة إلى سوء الفهم للقوانين والنظم داخل المجتمع الواحد⁽²⁾.

التعريف الإجرائي:

إذن فجوة القيم هي تلك الهوة أو التغيير الذي يحدث على مستوى المبادئ والقيم المرجعية لمجتمع ما، وتظل في اتساع مستمر، ومع تزايد مساحة فجوة القيم لحدّها الأقصى وتشكل خطوط التغيير وصورة القديم الراحل والجديد القادم، بحيث يصبح مسرح المجتمع معدا لمرحلة التغيير.

الفيسبوك:

تعريف الفيسبوك:

⁽¹⁾ خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، باتنة، الجزائر، ص206.

⁽²⁾ <http://www.igi-global.com/dictionary/cultural-gap/80080>.

- لغة: هو عبارة عن كلمتين باللغة الإنجليزية "فايس" وتقي الوجه "وبوك" وتقي الكتاب، وبهذا تقي "كتاب الوجوه".

- اصطلاحا: هو موقع تواصل اجتماعي مجاني يمكن للمستخدم من التواصل مع الأصدقاء، وإضافة أصدقاء جدد، وكذلك التحدث بسهولة عن طريق إرسال رسائل إليهم والتواصل معهم من خلال نشر صور وكتابة تعليقات أو نقل أفلام أو موسيقى من أي موقع على شبكة التواصل، كما يؤمن المحادث سواء كانت صوتية أو فيديو صوتا وصورة⁽¹⁾.

كما يعد من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفاييبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية⁽²⁾.

ويعرف أيضا على انه مكان الكتروني معطن يلتقي فيه الناس للتعرف وإبداء الرأي، وهذا يذكرنا بصفحات الجرائد الورقية حيث كانت هناك صفحة للمراسلة ... تثبيت العنوان، ونوع الهواية والأهم طبعا نشر الصورة.

يبدو أن صفحة "مراسلات" هي التي مهدت لهذا الاكتشاف المثير، لكن تلك الصفحة المنقرضة كانت لا تزيد عن المئات من المشاركين، بينما وصل عدد المشاركين في الفاييبوك وبآخر إحصائية إلى 750 مليون شخص عام 2011⁽³⁾.

كما يعرف أنه موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للمستخدمين بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع، وتكوين روابط وصدقات جديدة⁽⁴⁾.

ويعرفه. sheuy knaph guntef: الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفاييبوك بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع

(1) خيضر إبراهيم حيدر، الميديا (مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية)، ط1، 2018، ص141.

(2) عبد الحليم موسى يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، الهزم، 2014، ص13.

(3) كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، دار أسامة لنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2013، ص202.

(4) حسن الفاتح الحسن المبارك، مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة (الفايبوك نموذجا)، مجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، مجلد 4، العدد 17، جامعة الإمام المهدي، السودان، 2020، ص50.

للتفاعل مع بعضهم البعض من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرها⁽¹⁾.

- التعريف الإجرائي:

الفيسبوك عبارة عن موقع يساعد في تكوين علاقات بين المستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو، والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان والمكان.

تعريف الشباب:

- لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: شب الشباب: الفتاء والحدائث، والشباب جمع شاب، ويطلق لفظ شبان وشبيبة، كجمع لمذكر مفرد شاب، ويطلق لفظ شابات وشواب كجمع مؤنثت على مفرد شابة وأصل كلمة شباب هو "شب" بمعنى صار فتى⁽²⁾

وفي معجم روبير (le Robert): نجد فيه أن لفظ الشباب (jouneses) تطلق على فترة من حياة الإنسان الممتدة ما بين الطفولة والنضج (Maturité) عمر الزهرة، ربيع الحياة⁽³⁾.

وبهذا يتضح أن مفهوم الشباب في اللغة، يطلق يراد به الفتاء والحدائث، أي بداية الشيء، ومستهلة وهو الحيوية والقوة.

- اصطلاحاً: لقد اختلف العلماء في تحديد مفهوم الشباب، فهمنهم من ينظر للشباب على أساس العمر، ومنهج من ينظر لمرحلة الشباب على أنها ظاهرة اجتماعية ومنهم من يجدها مجموعة من الظواهر الاجتماعية والنفسية والجسمية والعقلية، فمن الناحية اللغوية يعرفه المعجم الوسيط الشباب بأنه إدراك سن الرجولة والشباب هو الحدائث وشباب الشيء أوله.

(1) مؤيد جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع فيسبوك، ألفا للوثائق، قسنطينة، ط1، 2016، ص162.

(2) ابن المنظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1968، ص451.

(3) Le Robert, dictionnaire de langue française, paris, 2005, p664.

ويعرفها البعض بأنها مصطلح وصفي لفترة من العمر، التي يكون فيها الفرد غير ناضج، أفعالياً، وتكون خبراته في الحياة محدودة ويكون قد اقترب من النضج العقلي والبدني، وهناك من ينظر إلى الشباب من خلال بعد اجتماعي على أنه يستمر كل مواطن مازال ملتحقاً بالمدرسة ولم يبدأ العمل والاستقلال بحياته⁽¹⁾.

كما يعرف مصطفى حجازي: "أن الشباب هم الكتلة الحرجة التي تحمل أهم فرص نماء المجتمع وصناعة مستقبله، كما أنهم عينة يشكلون التحدي الكبير في عملية تأطيرهم وإدماجهم في مسارات الحياة الاجتماعية والوطنية الإنتاجية"⁽²⁾.

ولقد اعتبر بيار بويرديو (Pierre Bordieu): أن كلمة الشباب والشيخوخة ليست معطاة، بل هي بناءات اجتماعية، فالعلاقة بين العمر الاجتماعي والعمر البيولوجي معقدة للغاية فالحدود بين الأعمار أو الشرائح العمرية هي حدود اعتباطية، فنحن لا نعرف أين ينتهي الشباب لتبدأ الشيخوخة⁽³⁾.

- التعريف الإجرائي:

إن لمفهوم الشباب عدة نواحي يمكن تعريفه بها بيولوجية واجتماعية وسيكولوجية... بحيث أنها تطلق على مرحلة عمرية وهي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين جميع مراحل العمر لدى البشر، وتتميز هذه الفترة بالقابلية للنمو الذهني والنفسي والاجتماعي والبدني والعاطفي، وكذلك يحتل الفرد مكانة اجتماعية بحيث يؤدي دوراً أو أدواراً في بنائه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من أن يتبوأ مكانته ويؤدي دوره في السياق الاجتماعي.

سابعاً: الدراسات السابقة

الدراسات العربية :

الدراسة الأولى : دراسة فهد بن علي الطيار (2014-2015) :

- دراسة بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتز نموذجاً".

(1) سارة بوريش، نظريات الإعلام والاتصال، دار الإصدار العلمي، ط21، عمان، 2016، ص129.

(2) مصطفى حجازي، الإنسان المهودر، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005، ص210.

(3) Pierre Bordieu, La jeunesse nest qu'un mot, in question de sociologie, édition uinuit, 1984,

- وهو عضو في هيئة التدريس بكلية الملك خالد العسكرية، تم إنجاز هذه الدراسة سنة 2012.
- هدفت الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة.
- وقد انطلقت الدراسة في تحليل هذا الموضوع في طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة ؟

وتتفرع عن هذا السؤال تساؤلات فرعية على النحو التالي :

- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
 - ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
 - ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ؟
- واعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، باستعمال أداة الاستبيان لجمع المعلومات اللازمة، تم اختيار عينة دراسته بطريقة عشوائية من مجتمع مكون من طلاب جامعة " الملك سعد بالرياض" على اختلاف تخصصاتهم البالغ عددهم 31003 طالب، لتكون العينة النهائية 2274 استمارة صالحة للتحليل الإحصائي و 77 استمارة لعدم صلاحيتها للتحليل.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ترتب الآثار السلبية من وجهة نظر الطالب تمثلت في إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر.
- الإهمال في الشعائر الدينية مثل الصلاة.
- تساعد على الهروب من الواقع.
- أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تفسير القيم الاجتماعية والمبادئ وطلاب الجامعة، من وجهة نظر الطلاب تمثلت في تعزيز استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر أدى إلى تكوين قيم جديدة تتناقض مع قيم الأسرة، وتؤثر على زيادة الشخص لأصدقائه وزملائه واستخدام الطالب لها.

- العزلة وضعف التفاعل في المجتمع.

- يجعله يميل لتقليد الحياة من مأكّل ومشرب وملبس.

- من وجه نظر الطلاب أشارت النتائج أن ترتيب الآثار الإيجابية تمثلت في الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حرية التعبير عن الآراء، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدرة الحسنة، وتخطي حاجز الخجل، وساهمت في زيادة الوعي الديني، تعريف الأفراد بثقافتنا.

- تم الاستفادة من هذه الدراسة في تدعيم الإطار النظري وتحديد بعض المفاهيم الخاصة بالدراسة الحالية.

- إيضاح مسار الدراسة.

- كما تمت الاستفادة من الخطوات المنهجية (المنهج المستخدم، استمارة استبيان).

مواطن الاستفادة من الدراسة:

وقد اخترنا هذه الدراسة كونها تتشابه مع دراستنا الحالية في المتغير بين الأول والثاني، وبالتالي فقد استفدنا من هذه الدراسة في إثراء البحث الذي قمنا بدراسته إلى جانب أنها سهلت لنا تحديد مسار الدراسة وكيفية إجرائها، وكذا وضع فرضيات دراستنا في مساهمة في خلق فجوة قيمية لدى الشباب الجامعي.

الدراسات الجزائرية (المحلية):

الدراسة الأولى : دراسة عادل شيهب

دراسة عادل شيهب المتمثلة في : "أبعاد الفجوة الرقمية عبر الإعلام بالوسائط الجديدة من وجهة نظر الشباب الجزائري"، وهي دراسة سوسيوتحليلية من وجهة نظر شباب مدينتي قسنطينة والجزائر.

تمثلت إشكالية هذه الدراسة في:

- ما هي أبعاد الفجوة القيمية التي أحدثها الإعلام بالوسائط الجديدة على سلوك الشباب من وجهة نظر الشباب الجزائري ؟

ويندرج تحت السؤال التساؤلات الفرعية التالية :

- كيف ساعد الفاييبوك في خلق قيم ثقافية جديدة لدى الشباب الجامعي في مجتمعه ؟

- هل للفاييبوك دور في إحداث تغيير على مستوى القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ؟

بحيث هدفت هذه الدراسة إلى : الكشف عن خصائص الإعلام بالوسائل الجديدة التي تستقطب الشباب الجزائري، والكشف عن دور الإعلام بالوسائل الجديدة في زيادة الفجوة القيمية لدى الشباب الجزائري وتفسير القيم المنهجية لدى هؤلاء الشباب في ضوء محتوى الإعلام بالوسائل الجديدة بما يعزز ويحافظ على ثوابت الأمة الإسلامية، وكذا معرفة محتوى الإعلام بالوسائل الجديدة التي يتعرض له الشباب الجزائري كما هدفت هذه الدراسة إلى توجيه الشباب نحو الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بالوسائل الجديدة بما يعزز ويحافظ على ثوابت الأمة الإسلامية.

وقد أعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي التفسيري لوصف وتفسير العلاقة بين فجوة القيم في ظل الإعلام بالوسائل الجديدة (الأنترنت) من وجهة نظر الفئات العمرية التي حددها الباحث للدراسة، كما اعتمد الباحث في دراسته على العينة العشوائية البسيطة، حيث كان مجتمع البحث الكلي يساوي 263137 وهو عدد كبير يتعذر معه المسح الشامل أما بالنسبة لأدوات البحث العلمي فقد اعتمد على أداة الإستبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي :

- نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في استخدام الوسائل الجديدة.

- اتجاه الشباب الجزائري نحو القيم الدينية والاجتماعية والثقافية والجنسية متوسطة، بحيث أن نظرتهم تغيرت في بعضها بحيث أن الشباب الجزائري لا يزال محافظا على القيم المطلقة وتغيرت نظرتهم لبعض القيم التي تعتبرها قيم نسبية، مثلا احترام اللغة العربية بنسبة عالية وقوية باعتبارها من ثوابت المجتمع الجزائري وتمثل الفئة الرسمية بالإضافة لكونها لغة القرآن الكريم والتزام الشباب بالقيم التعددية خاصة الصلاة والصوم قوية كذلك مما يؤكد تمسك الشباب الجزائري بالعبادات وأركان الإسلام بحيث أصبحوا هذين الركنين جزء لا يتجزأ من الهوية الدينية للمجتمع الجزائري وكذلك بالنسبة للجانب الاجتماعي كقيم التكافل والتضامن وحسن المعاملة...

- كما أن الشباب الجزائري قد بنى سلوكات منافية للقيم الأصلية التي تبرز كسلوك ومواقف، بحيث أن الاتجاه العام نحوى هذه القيم جاءت متوسطة، فهي تقابل مجموع القيم التي تدعو وتنادي بها الدول الغربية عبر وسائط الإعلام المتعددة في إطار العولمة الثقافية والتحرر.
- فقيمة الاحتفال بأعياد غير المسلمين (رأس السنة وعيد الحب)، جاءت بدرجة 2.43 قوي، إذ لا يرى معظم الشباب حرج في الاحتفال بمثل هاته الأعياد والتي اعتبروها تخص الإنسانية جمعاء.
- جاءت قيمة تقليد المشاهير والنجوم (اللباس، حلاقة الشعر)، قوي بدرجة شدتها 2.88، وهي قيمة يكاد يجمع عليها كل أفراد العينة .
- جاءت نتيجة السلوكات المنافية للقيم الممثلة في عبارة المصلحة الفردية تمثل أعلى درجة في البعد الاجتماعي بقيمة 2.71 قوي.

مواطن الاستفادة:

تعتبر دراسة الباحث عادل شيهب ثرية جدا سواء من الجانب النظري أو الميداني، حيث استفدنا منها في العديد من عناصر الدراسة الحالية، انطلاقا من وضع الفرضيات وكذلك البناء المعرفي لمشكلة الدراسة ووصولنا إلى الإجراءات المنهجية الأخرى بما فيها اختيار نوع المنهج المناسب وكذا أدوات البحث الملائمة.

بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تتقاطع مع دراستنا في العديد من النقاط لعلها أهمها أن كلا الدراستين تهدفان إلى معرفة الانعكاسات التي يخلفها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والثقافية لدى المستخدمين.

كما استفدنا من هذه الدراسة التي تعتبر بمثابة عمود فقري لمعالجة العديد من النقاط التي نحن بصدد البحث عنها في اختيار النظريتين اللتان يفسران هذه الدراسة وكيفية التعليق عليها.

كما تناولت الدراسة متغير محوري بالنسبة لدراستنا ألا وهو فجوة القيم، وأيضا تطرقت إلى انعكاسات وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هته القيم وكذا على قيم الشباب الجامعي.

الدراسة الثانية : دراسة السعيد بومعيزة

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان : "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تم إجراء هذه الدراسة بمنطقة البلدية السنة الجامعية (2005-2006).

تناولت هذه الدراسة إشكالية أثر وسائل الإعلام على نشر القيم وتعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري بصفة عامة وعلى هذا الأساس قام الباحث بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري ويندرج تحت السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى ارتباط الشباب الجزائري بقيمه ؟

- ما مدى تأثره بالأفكار الوافدة عن طريق وسائل الإعلام ؟

- هل حافظ الشباب الجزائري على قيمه الأصلية أم تخلى عنها ؟

- هل تبنى الشباب الجزائري الأفكار الإستحدثية والسلوكيات التي أبعدهت عن قيمه وحققت له بعض الغايات النافعة ؟

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي بالإضافة إلى المنهج المسحي التحليلي كما استخدم آدتي المقابلة المقننة واستمارة الاستبيان وكانت عينة الدراسة من النوع غير الاحتمالي، وقد اعتمد الباحث على العينة الحصصية في ما يتعلق بالجنس، كما اعتمد أيضا على عين كرة الثلج لصعوبة توزيع الإستبيان بصفة شخصية حيث الوقت والتكلفة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- أن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم.

- أن الشباب أغلبيتهم ذكورا وإناثا، يوافقون على أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بالقيم، ولكن الإناث وبسبب مرتبتهن ودورهن في المجتمع أكثر اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن

أكثر بقيم الطموح والتقوى وتقدير العلم والعلماء والديمقراطية والعدل والسبب يكمن أيضا في نوع البرامج والموضوعات التي تتعرض لها الإناث حيث أنهن يقبلن أساسا على برامج الخيال كالأفلام والمسلسلات والمنوعات.

- أن الذكور والإناث يعتقدون بأن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط أكثر بعتم البعد النفسي ولا توجد فروقات دالة فيما بينهم.

مواطن الاستفادة:

تقاطعت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في العديد من العناصر بحيث استفدنا منها في إثراء الجانب النظري للدراسة خاصة في مجال نشر القيم وتعزيزها وتغيير سلوكيات لدى الشباب بالإضافة إلى مساعدتنا في اختيار المنهج الوصفي كم أن السعيد بومعيزة اختار الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وهي الأداة التي اخترناها لتكون الأداة الرئيسية في دراستنا هذه.

كما استفدنا من هذه الدراسة في معرفة بعض إنعكاسات استخدام التكنولوجيا الجديدة وما تخلفه من آثار على الشباب الجامعي.

الدراسة الثالثة:

دراسة محمد الفاتح حمدي (2008 - 2009)

جاءت مدة الدراسة تحت عنوان استخدامات تكنولوجيا الإيصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستير تخصص دعوة وإعلام تم انجازها سنة 2008.

هدفت هذه الدراسة إلى فهم وظائف استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وآثارها الإيجابية والسلبية على قيم الشباب الجامعي في ظل الغزو الثقافي الغربي داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه، وعلى هذا الأساس قام الباحث بطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على قيم الشباب الجامعي؟

يندرج تحت السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة في حياته اليومية من حيث العادات والأنماط؟

- ما هي دوافع وأسباب استخدام الشباب الجامعي للجزائري لوسائل الاتصال و الإعلام في حياته اليومية؟

- ما مدى تأثير استخدام وسائل الإتصال والإعلام الحديثة على قيم الشباب الجامعي؟

- ما هي الآليات والوسائل التي يجب اتخاذها لحماية المنظومة القيمية لدى الشباب الجامعي في ظل مخاطر وسائل الاتصال والإعلام الحديثة؟

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي الوصفي بالعينة واعتمد في هذه الدراسة على أداتين من أدوات البحث العلمي وهما: استمارة الاستبيان كأداة أساسية بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة لجانب الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- إن الشباب الجامعي ذكورا وإناثا أكثر مشاهدة للقنوات الفضائية.

- إن الشباب الجامعي يقبل كثيرا على مشاهدة القنوات العربية.

- اتضح أن أغلبية الشباب الجامعي يمتلك جهاز حاسوب في منزله.

توصلت الدراسة إلى أن الأسباب والدوافع الجوهرية وراء استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال بالدرجة الأولى تتمثل في الاتصال بالأصدقاء والأسرة والأحبة.

توصلت الدراسة أن من بين أكثر الاستخدامات، يقبل عليها الشباب الجامعي بكثرة على شبكة الأنترنت نجد خدمة البحث العلمي والأكاديمي بأعلى نسبة.

يستعمل أغلبية المبحوثين الأنترنت من أجل التفاعل الاجتماعي بالدرجة الأولى ثم البحث العلمي والتسلية، لكن الإناث يكمن استعماله للأنترنت لغرض البحث العلمي أكثر من الذكور.

إن أغلبية المبحوثين مشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها بفعل عوامل التنشئة الاجتماعية، وبالتالي صارت تضبط تفاعلاتهم الاجتماعية وتجعلهم موجهين (على مستوى الشخصية) نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل.

مواطن الاستفادة:

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية، في مجتمع الدراسة المتمثل في الشباب الجامعي، أداة جمع البيانات استمارة الاستبيان كأداة أساسية والملاحظة.

- وقد استفدنا منها في الجانب النظري بتوفير خلفية معرفية عن طبيعة وحجم الظاهرة المدروسة وهي القيم.

- استفدنا من البيوغرافي والمتمثل في مختلف المراجع والمصادر.

ثامنا: المقاربات النظرية المفسرة للدراسة

يعتبر توظيف النظريات في موضوع الدراسة من المطالب الهامة، كونها تساعد على البناء المعرفي لمشكلة الدراسة إضافة على توضيح المنهج الذي يتبعه الباحث وأدوات البحث التي يختارها، ويجب عند اختيار نظرية لتطبيقها على دراسة ما أن تتناسب مع موضوع الدراسة حتى يستفاد منها بالشكل الصحيح، كما أن النظرية تسهل اختيار الجانب النظري حيث تجعل الباحث يختار ما ينصب في موضوع الدراسة فقط دون الخروج عنه.

وتعرف النظرية أنها مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عالي من التجديد والتي يمكن تولد الافتراضات التي يتم اختيارها بالمقاييس العلمية وعلى أساسها يمكن أن توضح التنبؤات على السلوك⁽¹⁾.

فالنظريات تحدد اتجاه الدراسة، ولذلك سنحاول في هذا العنصر عرض أهم المقاربات النظرية التي يمكن على ضوءها تفسير نتائج هذه الدراسة.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص148.

ولهذا اعتمدنا في دراستنا على النظريتين التاليتين: نظرية الاستخدامات والإشباع والنظرية الفاعيلة الرمزية.

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع

تعريفها: انطلق مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع من خلا تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.

أصول ونشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

يرجع الاهتمام بالإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام، ومن المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينيات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد كما يقول عالم الإعلام والاتصال الجماهيري كاتز.

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصفيات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال هيرت وهيدزوج وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي:

1- تنافسية.

2- تربوية.

3- التقدير الذاتي.

4- رياضة.

5- إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة، النصح⁽¹⁾.

من ناحية ثانية استنتج الباحث "سائمان" دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى الجادة والراديو، ولازيسفيلد "ولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة بينما لاحظ بيرلسون استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة وكأداة منة أدوات الحياة، الراحة، الاعتبار والاتصال الاجتماعي.

ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هبرت وهيدزوج" عام 1944 والتي هدمت للكشف عن إشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية، وخلال عام 1945 فقد تمكن بيرلسون من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي⁽²⁾.

وهذا وقد كان لهذه النظرية أول ظهور على يد اليهو كاتز وليمر في كتابهما استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري حيث تناولت مواضيع الكتاب حول وظائف وسائل الإعلام من جهة أخرى ودوافع استخدام الفرد من جهة أخرى⁽³⁾.

هذا وقد اعتبر أشهر علماء الاتصال والإعلام ومن⁽⁴⁾ أمثال "لازر فيلد" و"ريفيرو" و"ويلر شرام" أنها شكلت نقلة نوعية في دراسات تأثير وسائل الإعلام وبالمقابل اعتبروا أنها غير مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي استهداف للعلاقة ما بين متغيرات اجتماعية واستخدام وسائل الإعلام والاتصال، ومع تزايد الاهتمام بالإشباع التي تزود بها وسائل الإعلام جمهورها.

⁽¹⁾ بسام عبد الرحمان شاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص84.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص85.

⁽³⁾ كامل خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص144.

⁽⁴⁾ بسام عبد الرحمان المشاقبة، المرجع السابق، ص85.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

من أهم الفروض التي يسعى مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى قياسها:

- يقوم أفراد الجمهور باعتبار المادة الإعلامية التي يرون أنها تشبه احتياجاتهم.
- يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل والرسائل الإعلامية التي تتشبع تلك الاحتياجات⁽¹⁾.
- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
- يشارك أعضاء الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بفعالية ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي واقعهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل "الفروق الفردية" والتفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد⁽²⁾.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافع وإسهاماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام⁽³⁾.
- أن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية متعددة والإعلام لا يلبي إلا بعضا منها⁽⁴⁾.

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:
- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، دار السميرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص66.

(2) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام، وتطبيقاتها العربية، دار الفكر، القاهرة، 2011، ص300.

(3) مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص215.

(4) ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص119.

- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل على نتيجة هذا الاستخدام.

- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري⁽¹⁾.

- الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

- شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوماً على هذه النظرية ومنظورها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأنها لها القدرة على إرادة الجمهور والرأي من باب الوسائل والمضامين التي يتم اختبارها ومن أبرز الانتقادات التي وجهت نظرية الاستخدامات والإشباع⁽²⁾.

1- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.

2- اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدرجياً تبعاً لكثافتها.

3- لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباع التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.

4- فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضاً كمياً أو مفاهيمياً.

5- أن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة أو أكثر تصاعدياً لإشباع وسائل الإعلام ولا تؤدي على صيغة تعميمات نظرية⁽³⁾.

تطبيق نظرية لاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة

من خلال ما تناولناه يمكن قول أن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في دراستنا تعد من أهم المداخل النظرية المناسبة من أجل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فايسبوك وتأثيراتها

(1) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، ص257.

(2) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص85.

(3) المرجع نفسه، ص86.

على قيم الاجتماعية والثقافية مستخدميه ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول الشباب الجامعي وذلك من خلال رصد الإشباعات المحققة لهم من هذا الاستخدام كما أنها تناقش الاحتياجات الاجتماعية والثقافية والإشباعات التي تتولد لدى الشباب الجامعي دافعا للتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أصبحت في وقتنا الحاضر من أهم وسائل الاتصال و الأكثر فاعلية على نظيراتها من الوسائل الأخرى، مما دعت الحاجة بالشباب الجامعي إلى الانتقائية في الاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أساس المنفعة التي يقدمها كل موقع وخاصة موقع فايسبوك، الذي يحقق عدة إلى إشباعات لمستخدميه سواء الاجتماعية أو الثقافية بحيث تنعكس على قيمهم وسلوكاتهم.

ثانيا: النظرية التفاعلية الرمزية

تعتمد النظرية التفاعلية الرمزية على أن الحياة الاجتماعية التي نعيشها ما هي إلى حصيلة التفاعلات التي تقوم بين البشر والمؤسسات والنظم وبقية الكائنات الحية والميتة وهذه التفاعلات تكون ناجمة عن الرموز التي كونها الأفراد نحو الآخرين بعد التفاعل معهم، فعند عملية التفاعل بين شخصين أو أكثر يكون كل فرد صورة ذهنية تكون بشكل رمز عن الفرد أو الأفراد والجماعة التي تفاعل معها، وهذا الرمز قد يكون إيجابيا أو محببا أو يكون سبيا ومكروها وطبيعة الرمز الذي نكونه عن الأشخاص أو الفئات أو الأشياء هو الذي يحدد علاقتنا به أو بهم، والعلاقة قد تكون إيجابية أو سلبية اعتمادا على طبيعة الرمز أو الصورة الذهنية التي كونها نحوه أو نحوهم.

1- تعريف التفاعلية الرمزية:

- يرجع أصحاب هذه النظرية جذور النظرية التفاعلية الرمزية إلى أفكار عالم الاجتماع الألماني ماكس فيبر الذي أكد على أن فهم العالم يكون من خلال اتجاهات الأفراد الذي تتفاعل معهم، وأن فهم⁽¹⁾ الظواهر الاجتماعية يكون من خلال تحليل الفعل الاجتماعي في المجتمع ثم تولى تطويرها الكثير من علماء النفس الاجتماعي من أمثال جورج هيربرت ميد⁽²⁾.

(1) د عامر مصباح، علم الاجتماع، الرواد والنظريات، شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2010، ص247.

(2) المرجع نفسه، ص247.

- يشير مصطلح الرمز إلى: الشيء الذي يشير إلى « شيء آخر وعبر عنه بالمعنى، كالعلاقات والإشارات، والقوانين المشتركة، واللغة المكتوبة»⁽¹⁾.

أما التفاعل الرمزي فيشير إلى: « ذلك التفاعل الذي يأخذ مكانه بين الناس من هلال الرموز، ومعظم هذا التفاعل يحدث على أساس الاتصال القائم وجها لوجه، لكنه يمكن حدوثه بأشكال أخرى، كالاتصال الرمزي الذي يحدث بينك وبين المؤلف عندما تقرأ جملة له، ويحدث أيضا عندما تطيع أو تخالف الإشارة الضوئية وإشارة عدم التجاوز».

وهناك من يرى أن الرمزية تعني: وجود شيء ما يحل مكان شيء آخر سواء كان ماديا أو معنويا أو شكليا أو صوريا مادام يتضمن المعنى الرمزي بالنسبة لجماعة معينة، فمثلا تمثال معين يرمز إلى وجود المعنى الرمزي لشخصيته معينة أو إلى حدث أو فكرة التي يرمز إليها⁽²⁾.

الجدور الفكرية للتفاعلية الرمزية:

يرى الكثير منة المؤرخين للنظريات السوسولوجية عامة، والنظريات السوسولوجية المعاصرة، إن التفاعلية الرمزية لم تظهر من فراغ بقدره ما ترجع إلى ظهور النزاعات الاجتماعية السلوكية أو ما يعرف أيضا بالنزاعات الاجتماعية النفسية التي ترجع جذورها الأولى إلى مجموعة من العلماء الأمريكيين والأوروبيين، ولاسيما يعرف بمدرسة شيكاغو التي تأسست في السنوات الأخيرة من القرن 19، وتتمثل في تحليلات "ألبون سمور" و"وليام توماس" ولاسيما توماس حين نشر كتابه عن "الفلاح البولندي"، كما ترجع الجذور الأولى لهذه النظرية إلى تحليلات "روبرت بارك" والتي ركزت على دراسة الخصائص الحضرية والبيئة الاجتماعية والثقافية والسيكولوجية التي تؤثر على عمليات التفاعل بين الجماعات المحلية، كما يضيف كل من "فيشر" و"شراوس" أن جذور التفاعلية الرمزية أيضا ترتبط بإسهامات بعض علماء النفس والتربية والفلسفة بالإضافة على علماء الاجتماع، وهذا ما ظهر في الإسهامات الأولى لكل من "جورج ميد"، وعالم البرجمانية الشهير "جون ديوي"، اللذان أسهما كثيرا في تطوير التحليلات السلوكية لواقعية وتفسيرها للكثير من الحقائق الاجتماعية والنفسية والبيئية والإيكولوجية، في بداية الثلاثي نيات من القرن

(1) مصطفى لوجلال، علم الاجتماع المعاصر بين الاتجاهات والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية، 2015، ص 130.

(2) المرجع نفسه، ص 247.

العشرين، إلا أن تصور التفاعلية الرمزية استمر بعدهما بعد الثلاثينيات والأربعينيات، وهذا ما ظهر في (1) إسهامات كل من "هربرت بلومر" و"بارك توماس" و"إيفرت هاجاز" اللذان تأثرا بإسهامات روبرت بارك في مجال الدراسات الحضرية، ولقد ترك هؤلاء جيلا من العلماء في مجال التفاعلية التقليدية أو بعد تطويرها إلى صورتها الحديثة التفاعلية الرمزية، ومن هؤلاء على سبيل المثال: "ليبند سميث"، "أرنولد روس"، و"هارد بيكر" وأليوت فريديسون" و"ميلفن دالتون" و"ولف تيرنر"، و"إيفرن جوفمان" و"جورج شون" وغيرهم آخرون استمرت تحليلاتهم في السنوات الأخيرة من القرن العشرين، وتركوا بصمات واضحة على النظرية التفاعلية الرمزية (2).

افتراضات التفاعلية الرمزية:

وترتكز التفاعلية الرمزية على ثلاث افتراضات أساسية:

- أن الكائنات الإنسانية تسلك إزاء الأشياء في ضوء ما تنطوي عليه تلك الأشياء من معان ظاهرة لهم.
- أن تلك المعاني تتعدل وتتشكل خلال عملية التأويل التي يستخدمها كل فرد.
- أن تلك المعاني هي نتاج للتفاعل في المجتمع الإنساني (3).
- هناك روابط يتبادلها الأفراد والجماعات فيما بينهم وهين عبارة عن إشارات ورمز متفق عليها.
- تتشكل الأفعال الاجتماعية وتتم من خلال العملية التي يقوم بها الفاعلون وتتحدد وفقا للمواقف التي يقومون بها، وبهذا فالفرد كائن فعال لديه ذاته التي تشاركه في أداء الدور وتساعده في عملية التفسير الموقف وسلوك الآخرين (4).

(1) عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، بيروت، لبنان، 2006، ص167.

(2) المرجع نفسه، ص168.

(3) عبد الخالق محمد عفيفي، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2014، ص86.

(4) غني ناصر حسين القرشي، المدخل النظرية لعلم الاجتماع، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص418.

المبادئ الأساسية للنظرية التفاعلية الرمزية:

كما وضعها مؤسسها العالم جورج هيربرت ميد فيمكن درجها بالنقاط التالية:

1- يحدث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد الشاغلين لأدوار اجتماعية معينة ويأخذ زمنا يتراوح بين أسبوع إلى سنة.

2- بعد الانتهاء من التفاعل يكون الأفراد المتفاعلون صورا رمزية ذهنية على الأشخاص الذين يتفاعلون معهم، وهذه الصور لا تعكس جوهر الشخص وحقيقته الفعلية وإنما تعكس الحالة الانطباعية السطحية التي كونها الشخص اتجاه الشخص الآخر الذي تفاعل معه من خلال مدة زمنية معينة.

3- عند تكوين الصورة الانطباعية عن الفرد تلتصق هذه الصورة عن الفرد بمجرد مشاهدته أو السماع عنه أو التحدث إليه من دون التأكد من صحة المعلومة أو الخبر أو الحادث لأن الشخص أو الفرد اعتبر الفرد الآخر رمزا والرمز هو الذي يحدد طبيعة التفاعل، مع أن الصورة الرمزية التي يكونها الفرد عن الآخر قد تكون إيجابية أو سلبية اعتمادا على الانطباع أو الصورة الذهنية التي كونها عنه.

4- حينما تتكون الصورة الرمزية عن شخص معين، فإن هذه الصورة سرعان ما ينشرها الشخص الذي كونها عن الشخص الآخر المتفاعل معه، وتنتشر هذه الصورة بين الآخرين، فيكونون صورا إيجابية أو رمزية⁽¹⁾ اعتمادا على نوع الانطباع وليس عن حقيقة ذلك الشخص ودوافع.

5- عندما يعطي الشخص المقيم انطبعا صوريا أو رمزيا معيناً يكون هذه الانطباع ذا نمط متصلب ليس من السهولة بمكان تفسيره أو إدخال صورة ذهنية مخالفة للصورة الذهنية التي تكونت عنه.

6- تفاعل الشخص مع الآخرين أو انقطاع التفاعل إنما يعتمد على الصورة الرمزية التي كونها الآخرون تجاهه فإذا كانت الصورة الرمزية إيجابية فغن التفاعل يستمر، بينما إذا كانت الصورة الرمزية المكونة عنه سلبية فإن تفاعله مع الشخص الذي كون الصورة الرمزية حياله لا بد أن ينقطع أو يتوقف⁽²⁾.

(1) إحسان محمد حسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2005، ص88-89.

(2) المرجع السابق، ص89.

تطبيق نظرية التفاعلية الرمزية

وهكذا تقدم لنا التفاعلية الرمزية إطار نظرياً عاماً انطلاقاً مما سبق يمكننا إسقاط هذه النظرية على دراستنا كونها تفسر لنا انعكاسات استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فسيبوك ومبادئه ومعتقداته وخاصة لما يتعلق بالقيم الثقافية والاجتماعية لكون متصفح موقع فاييبوك من الشباب الجامعي من خلال تفاعلاتهم مع محتويات الفاييبوك المختلفة من المنشورات التي تفسر لنا الرموز ومعاني وقيم جديدة لم تكن موجودة من قبل والتي كان لها الدور البارز في التأثير على قيم الشباب الجامعي سواء الثقافية أو الاجتماعية مما ينعكس ذلك على سلوكياتهم وقراراتهم.

الحتمية القيمية:

- تعريف نظرية الحتمية القيمية:

يشمل تعبير الحتمية القيمية في الإعلام على الألفاظ التالية:

- **الحتمية:** يقصد بالحتمية اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم أي ظاهرة والمتغير الرئيسي في هذه النظرية هو "القيمة" أما الظاهرة فتحضن الأعلام "ويعني أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يفسر أو يفهم من يحث قربه أو بعده من القيمة، وتعتبر هذه النظرية أن المتغيرات الأخرى مثل الفعل الاجتماعي والاقتصادي والتاريخي أي تابعة، وهذا النهج يميز الحتمية القيمية عن الحتميات الأخرى⁽¹⁾.

- **القيمية:** يقصد بالقيمية في نظر الحتمية القيمية في الإعلام الارتقاء، أي ما يسموه في المعنى والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى⁽²⁾.

- **الإعلام:** يقصد بذلك رسالة الإعلام بوسائله التقليدية (الصحف، المجالات، الإذاعة، التلفزيون) والجديدة (الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي)⁽³⁾.

(1) نصيرة بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية عند عبد الرحمان عزوي، مقاربة سوسولوجية كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ص 89.

(2) عبد الرحمان عزوي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2011، ص 9.

(3) ساعد هماش، الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، المجلد (1)، العدد 2،

دار الورسم، 2015، ص 71.

- يقصد بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام تلك النظرية التي ترتبط بجهود الباحث الأستاذ عزي عبد الرحمان أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في إحداث التأثير فهو التأثير الذي يكون ايجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تناقض مع القيمة⁽¹⁾.

- افتراضات وركائز الحتمية القيمية:

تنتقل نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة، هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد ولذلك فإن تأثيره وسائل الإعلام يكون إيجابيا، إذ كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير ايجابيا، وبالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تناقض مع القيمة فكلما كان الابتعاد على القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر⁽²⁾.

ويعتبر مفهوم السالب والموجب من المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمان عزب بالإضافة إلى المخيل الإعلامي (في مقابل الرأي العام) والزمن الإعلامي، الرأس مالي الرمزي، والوضع والخيال والمعتقد وفعل السمع والبصر والبنية القيمة⁽³⁾.

أما أهم الركائز التي تقوم عليها النظرية حسب عبد الرحمان عزي فهي:

- أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا والثقافة والحضارية التي ينتمي إليها.

- أن يكون الاتصال تكامليا، فيتضمن الاتصال السمعي البصري.

والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس الحضارات.

- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو⁽⁴⁾

(1) عبد الرحمان عزي، نصيرة بوعلي، حوارات أكاديمية حول النظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 46.

(2) عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فر إعلامي متميز مركز دراسات الوحدة العربية، سلة كتب المستقبل العربي (28)، ط1، بيروت، 2003، ص 122.

(3) نصيرة بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام مكتبة أقرأ، الجزائر، 2009، ص 129.

(4) نصيرة بوعلي وآخرون، المرجع السابق، ص 129.

تطبيق نظرية الحتمية القيمية

من خلال ما سبق يمكن القول أن تطبيق نظرية الحتمية القيمية على الدراسة الحالية ضرورية من أجل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول الطلبة الجامعيين باعتبارها تهتم بدراسة الاتصال وضرورة اعتماده على قاعدة الأبعاد الثقافية التي ينمي إليها المجتمع وأن تكون الرسالة تحمل في مضمونها القيم المرجعية، بحيث يكون التأثير الذي تحته مواقع التواصل الاجتماعي إيجابيا إذ كانت محتوياته وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبا، إذا كانت لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة إذا تحدث فجوة على مستوى القيم الثقافية والاجتماعية وبهذا أضحى التغيير والتقليد حتمية في مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تعددت رسائل مضمون تلك المواقع لما يتناقض مع القيم الإسلامية ويهدد الثقافة والقيم والنسق الاجتماعي للمجتمع بشكل عام ولفئة الطلبة الجامعيين بشكل خاص.

الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي

تمهيد

أولاً : مواقع التواصل الإجتماعي

- 1- نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
- 2- خصائص مواقع التواصل الإجتماعي
- 3- أهمية مواقع التواصل الإجتماعي
- 4- أهداف مواقع التواصل الإجتماعي
- 5- أنواع مواقع التواصل الإجتماعي
- 6- نماذج مواقع التواصل الإجتماعي
- 7- دور شبكات التواصل الإجتماعي
- 8- تقييم مواقع التواصل الإجتماعي
- 9- المؤشرات الإحصائية لأهم مواقع التواصل الإجتماعي

ثانياً : الفايسبوك

- 1- نشأة الفايسبوك
- 2- خصائص موقع فايسبوك
- 3- الخدمات التي يقدمها الفايسبوك
- 4- سلبيات وإيجابيات الفايسبوك
- 5- الفايسبوك والطالب الجامعي
- 6- الإنتقادات الموجهة لموقع فايسبوك

خلاصة الفصل

تمهيد:

أسفرت التطورات التكنولوجية الجديدة في مجال الإعلام والاتصال والاستخدام المتزايد لتطبيقات شبكة الأنترنت إلى ظهور نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني إفتراضي يسمى بالتواصل الاجتماعي عبر الشبكات التي تعتبر أكثر انتشارا بين المستخدمين لما لها من خصائص ومميزات، ويات الفايسبوك من مواقعها الأكثر زيارة في العالم، إذ يحض باهتمام شرائح واسعة من الأفراد خاصة الشباب الجامعيين، ونتطرق في هذا الفصل إلى أهم العناصر المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، وبما أن دراستنا نستهدف بالتحديد نموذج من هذه الشبكات وهو الفايسبوك فإننا سنحاول التفصيل فيه أكثر من خلال تعريفه ونشأته وخصائصه وأهم الخدمات التي يقدمها الفايسبوك.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل: classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع six degress، ورغم توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية حالياً إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها وتم إغلاقها، وظهرت بعض الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح بين الأعوام 1999 - 2001.⁽¹⁾

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية 2002 حيث ظهر موقع Friendster فرندر الذي حقق نجاحاً دفع غوغل إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الإستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع سكاى روك (Skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة إجتماعية سنة 2007، وقد إستطاع مع (سكاى روك) تحقيق إنتشار واسع ليصل في يناير 2008، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفق لعدد المشتركين.⁽²⁾

ومع ظهور الفايسبوك سنة 2004 جعل أغلب المستخدمين يلتحقون بهذا الموقع الجديد، بعد أن أحدث ضجة كبيرة في عالم التواصل الاجتماعي الإفتراضي، وشهد الفيسبوك حركة ديناميكية.⁽³⁾

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير، الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه فيسبوك والذي بدأ أيضاً في الإنتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيسبوك عام 2007

(1) ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والإتصال، دار الإعصار العلم للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص210.

(2) ليلى أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، الكويت، 2012، ص40.

(3) عبد الرحيم سليمان، عصر الميديا الجديدة، منشورات إتحاد إذاعات الدول العربية، 2016، ص65.

(4) ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص201.

بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير، ويعتقد أن عددهم حاليا حوالي 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.⁽⁴⁾

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

إن الإحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص منها :

- شاملة : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

- التفاعلية : فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلقي السلبية في الإعلام القديم، التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

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

- سهولة الإستخدام : فمواقع التواصل الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

- إقتصادية في الجهد والمال : في ظل مجانية الإشتراك والتسجيل فالكلمة يستطيع إمتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وذلك ليس حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.⁽¹⁾

- الإنفتاح : معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل⁽²⁾ الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو لإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والإستفادة من المحتوى.

⁽¹⁾ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دارصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص67.

⁽²⁾ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2013، ص26.

- **الترباط** : تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة إجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع⁽¹⁾، كما تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية إنتقال المعلومات⁽²⁾.

- **الحضور الدائم غير مادي** : لا تتطلب عملية الإتصال في مواقع التواصل الاجتماعي الحضور الدائم المادي، إذ لم يكن للمستخدم إتصال بالمستخدم الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو معلومات عن الأفلام أو الموسيقى⁽³⁾.

3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي :

- إكتساب المعارف الجدد، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة بها ومواقع إلكترونية مختلفة، وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم نستطيع الإطلاع عليها.

- منبر جديد للتعبير عن الذات فالكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وإنتمائهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثيرين من المعنيين بها من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه⁽⁴⁾.

- شبكة التواصل الاجتماعي سهلت عملية نقل المعلومات بالبريد الإلكتروني وإستقبالها من خلال برنامج نقل أو نسخ الملفات .

- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي متصفحها على إنشاء صداقات جديدة، وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية⁽⁵⁾.

- كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم للتواصل بين المدرسين والطلاب⁽⁶⁾.

(1) إبراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الإجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ص7.

(2) خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص27.

(3) بريق حسن جمعة الربيعي، دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، دار المجد للنشر والتوزيع، الأردن، ص158.

(4) سلمان بكر بن کران، المرجع السابق، ص163.

(5) أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى"

نموذجاً، مجلة الأدب والعلوم الإجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 2014/2015، ص400.

(6) أسامة بن صادق طيب، المعرفة وشبكات التواصل الإجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الإستراتيجية،

جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص62.

4- أهداف شبكات التواصل الاجتماعي:

تسعى شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحقيق أهداف شتى ومتنوعة بسبب المستخدمين لها بغية

تحقيق تواصل فعال بين الشبكات ومن أهم الأهداف نذكر:

- إلغاء الحواجز بين البشر كافة، وهدم الفوارق العرقية والدينية.
- سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر.
- زيادة الشائعات عن طريق الشبكات الاجتماعية، فكل شخص مشترك في هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار دون الرجوع لمصدر آخر.

5- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

- **الشبكات الاجتماعية** : توجد المهنية كـ "لينكدإين" و"فياديو" وغير المهنية كالفيسبوك ونعتبر هذه المواقع وسيلة لتبادل المعلومات بين الأفراد.
- **شبكات الفيديو** : نذكر من بينها "اليوتيوب" و"دايلي موشن" و"بيكاسا" و"فليكر" وتساعد هذه المواقع على تبادل الوثائق صوتا وصورة.
- **الشبكات الإخبارية والمدونات**: نذكر من بينها "تويتر" و"فرنفيد" وهي مواقع تتناول الأخبار بطريقة مقتضبة.¹

6- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- **تويتر** : هو منصة تدوين مصغر أسست في عام 2006، تجذب نفس المنصة وتدعم عددا مختلفا من الممارسات التي كشكل من الحياة، تحتاج تمييزها، ولهذا فإن تويتر مثال جيد لقيمة نظرية الممارسة، نجاح تويتر حفز مقلدون على مستوى العالم، على سبيل المثال منصة سينا ويبو للتدوين المصغر في الصين.⁽²⁾

⁽¹⁾ عبد الرحيم سليمان، عصر الديويا الجديدة، منشورات إتحاد أداعات الدول العربية، 2016، ص67.

⁽²⁾ نيك كولدرى، شبكات التواصل الاجتماعي والممارسة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، ص66.

كما أنه موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي سمحت لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، ذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك وtwitterfox، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات.(1)

ويعرف أيضا: أنه موقع حديث بالنسبة إلى غيره وهو احد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة عبر العالم، ولعب دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان ومنظمة الشرق الأوسط.(2)

مميزات تويتر:

- يجبر المستخدم على الدخول في الفكرة والتركيز عليها بعيدا عن الإسهاب كونه لا يتيح للمغرد باستخدام أكثر من 140 حرف في كل تغريدة.

- تعزيز الأفكار المعروضة عن طريق استخدام طريقة التجزئة أو ما يسمى الوسوم.

- إستخدام إشارة (#) قبل إسم الشخص المراد التواصل معه يسهل وصول الرسالة إليه بشكل أسهل.

- بناء علاقات قوية وصلات بين الأفراد الذين يسعون لتعريف الرأي العام بفكرة من الأفكار أو الضغط على حكومة معينة.(3)

- محمول ومتحرك : من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات التدوين والرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.(4)

¹ صالح العلي وآخرون ، ممرات التواصل الاجتماعي(أسس، مفاهيم، قيم)، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص127.

² مكين حوفان القرني، واقع النشاط اللغوي في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجا)، مركز الملك عبد العزيز، ط1، الرياض، السعودية، 2015، ص215.

³ غالب كاظم جياذ الرعمي، الإعلام الجديد، دار مجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016، ص87.

⁴ رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015، ص156-157.

ب- اليوتيوب :

هو ظاهرة ثقافية عالمية إتصالية، إنطلق من عشرات الأفكار بإستخدام كلمة Tub مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية، حيث تأسس هذا الموقع في بداية عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد الموقع تقنية الأديبي فلاش لعرض مواقع الفيديو المطلوبة.⁽¹⁾ وهو موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها، والتعليق عليها.⁽²⁾

مميزات اليوتيوب:

- يتميز اليوتيوب بمقومات فريدة من نوعها تدعم مكانته كوسيلة إتصالية من بينها :
- ضخامة مساحتها التخزينية.
- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- كثرة خياراته ومواده.
- عدم وجود رقابة عليها (إلا فيما يتعلق ببعض الجوانب الأخلاقية أحيانا).⁽³⁾
- عام ومجاني، فأنت من خلاله تستطيع تنزيل ما تشاء.⁽⁴⁾

ج - الأنستغرام :

هو تطبيق لتبادل الصور على الهواتف المتحركة الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الحاسب الألي، ويتيح هذا الموقع للمستخدمين التقاط الصور وتحريرها وتحميلها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014، ص90.

⁽²⁾ مركز المحتسب للإستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجاً)، الرياض، دار المحتسب للنشر والتوزيع، 2017، ص28.

⁽³⁾ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي، ط1، عمان، 2015، ص213.

⁽⁴⁾ المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص44.

⁽⁵⁾ وسام فاضل راضي وآخرون، الإعلام الجديد (تحولات اتصالية ورؤى معاصرة)، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات، 2017، ص158.

مميزات الأنستغرام :

- يتيح خاصية الهاش تاج مثل احتراف الكمبيوتر وتخصص لكل مناسبة هاشتاج لتنتشر فيه صورك ويراهها أحبابك.

- إمكانية التعديل على الصور عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور.(1)

- من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي.(2)

د - الواتساب Whatsapp :

انتشر استخدام الواتساب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول، وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية، والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي.(4)

هـ - موقع غوغل وغوغل +:

هو شبكة اجتماعية تم إنشائها بواسطة شركة غوغل، ويحاول غوغل + الذي تم إطلاقه عام 2011 كأحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي تظم خصائص منفردة جديدة، أن يلحق بالفيسبوك والتويتر،

ونلاحظ وجود زيادة متسارعة في عدد مشتركيه الذين وصل عددهم عالميا إلى 7,110 مليون من يونيو 2012، بنسبة زيادة 66 من عام 2011 م.(4)

غوغل "+" "Googl" هي شبكة إجتماعية تم إنشائها بواسطة شركة غوغل وتم إطلاقها في 28 يونيو 2011 م، حيث أصبح بإمكان كل شخص فوق سن 18 سنة التسجيل وفتح حساب له، بحيث

(1) عباس سبتي، دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات سلبيات- حلول - مقترحات، 2013، ص31.

(2) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص66.

(3) المرجع السابق، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص65.

(4) جبريل حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسي، الشبكات الاجتماعية (رؤية تحليلية)، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص50.

يمكنه من تبادل الصور والنصوص والروابط والفيديوهات وغيرها، وتكوين العلاقات وتتميز هذه الشبكة عن غيرها بتكامل خدماتها مع عدد من منتجات Google⁽¹⁾.

الخدمات التي يقدمها موقع غوغل وغوغل + :

على الرغم من كل المنتجات التي يقدمها محرك غوغل فإن الخدمة الأساسية التي وجد من أجلها هي البحث، لا تزال منجم الذهب بالنسبة لهذا الموقع، ذلك أن الناس لن يتوقفوا عن طرح الأسئلة والبحث عن الأمور المختلفة، وطالما هناك بحيث فسيكون غوغل، والنجاح اللافت لهذا الموقع أنه إستطاع تحويل هذا الأمر إلى نموذج تجاري، ويضم غوغل + خدمات جديدة مثل :

– **الدوائر Circles**: هي عبارة عن مجموعات يضاف إليها الأشخاص على حسب تصنيفهم.

– **مكالمات الفيديو Han gout** : وهي تتيح للمستخدم الإلتقاء بعدد كبير من الأصدقاء في وقت واحد من خلال مكالمات الفيديو، ويمكن للجميع رؤية البعض والتحدث بالصوت والصورة.

– **الإهتمامات Sparks** : هي خاصية تمكن المستخدم من عملية البحث عن مواد عبر محرك البحث⁽²⁾.

7- دور شبكات التواصل الاجتماعي :

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة أهمها سياسية وإقتصادية وإجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، ويات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة نظرا لإرتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية واضحا مشيرا إلى أن الرئيس (أوباما) نجح في إنتخابات الرئاسة الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي⁽³⁾ كما يقول المدير الإقليمي لمايكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشرة موقع الراية القطرية.

(1) حصنة بنت محمد الشايح أفتان بنت عبد الرحمان العيد، إستخدام شبكة غوغل بلس الإجتماعية في التعلم القائم على المشروعات لطالبات جامعة الأميرة نورة ومدى رضاهن عنها، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد العدد 1، الرياض، كانون الثاني، 2015، ص52. متاح على، 18، pdf. 04/01/2015 – Lijoe.org/v4/jijio، 01/05/2021، 00h.

(2) جبريل حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسي، مرجع سابق ص51.

(3) محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015، ص479.

لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والإلتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الإعتبار الإستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات.

يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا مالم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة فإنها لو قدمت خبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر)⁽¹⁾ فإنها تقوم بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلا، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.

ويرى أحد المتخصصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محمد محسن اليهري : إن الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية على الإنتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية لقيام مؤسسي تويتر عملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، وبغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسي.

لا يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط واستخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية مما حقق بالتالي ارتفاعا خياليا في أرباحها.⁽²⁾

(1) علاء الدين محمد عفيف، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015، ص181.

(2) علاء الدين محمد عفيف، المرجع السابق، ص182.

8- سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- الإيجابيات :

1- تلبية حاجة إنسانية واجتماعية طبيعية وفطرية للتواصل : حيث شبكات حلت شبكات التواصل الإلكتروني مشكلة ضعف التواصل الاجتماعي والمدني والإنساني في المدن والتجمعات السكنية المكتظة.

2- تكوين الصداقات والبحث عن الأصدقاء : فالتواصل مع الأصدقاء والأقارب، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يساعد الشخص على توطيد علاقاته الاجتماعية من خلال التهئة بالمناسبات والنجاح.

3- سرعة إيصال المعلومات ونشرها وتحول كل فرد إلى إعلامي : بينت دراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر الطرق التي تنتقل عبرها الأخبار في الوقت الحالي، فأكثر من 50% من الناس يعتمدون على المواقع الاجتماعية في معرفة الأخبار الجديدة.

- المساعدة في البحث عن فرص العمل والوظائف.

- إتاحة الفرصة أمام الشباب للتعبير.⁽¹⁾

ب- السلبيات :

يؤكد المعاصرون أن التواصل الوهمي عبر الأنترنت يمنع الأشخاص من التواصل وجها لوجه وفيما يلي السلبيات التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي :

- أداة لنشر الأخبار المغلوطة وغير الصحيحة.

- إنعدام الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية.

- تعرض مستخدمي الشبكات الاجتماعي للإختراق من قبل الحكومات والتجسس عليهم.

- مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على علاقات الصداقة.

⁽¹⁾ شبكات التواصل الاجتماعي (منصات للحرب الأمريكية الناعمة)، جمعية المعارف الإسلامية للثقافة، ط1، بيروت، لبنان، 2011،

- مواقع التواصل الاجتماعي تضيع وقت الكثيرين.(1)

- من الإساءات الشائعة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

- إستغلال البعض لها للإساءة النفسية بأفراد آخرين من المشاركين.(2)
- إضعاف الذاكرة اللغوية العربية : إن كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية، والأوامر الإلكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد.
- إدمان العالم الافتراضي.(3)

9- المؤشرات الإحصائية لأهم مواقع التواصل الاجتماعي :

وفقا للتوجه الراهن هناك خمسة مواقع عالمية فمن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر الأكثر شهرة ونماوا في عدد المستخدمين(4) من أبرزها : فيسبوك، تويتر، بنترست، جوجل بلس، إنستجرام، لينكدان(5) الذي تأسس في ديسمبر 2002 وبدأ التشغيل في 5 ماي 2003 ويعتبر موقعا للتواصل الاجتماعي، ولكن مستوى احترافي مهني، ويهدف إلى ربط المشاركين في الاهتمام بفئات متنوعة من الوظائف والأعمال.

وبناء على إحصاءات المستخدمين لهذه المواقع في يناير 2013 بلغ عدد مستخدمي فيسبوك عالميا 1,483 مليار مستخدم، يليه تويتر بنحو 982 مليون مستخدم، ثم جوجل بلس بنحو 340 مليون مستخدم، ثم لينكدان الذي بلغ عدد مستخدميه 310 ملايين، وأخيرا بنترست بنحو 23,4 مليون مستخدم وذلك كما يظهر بالشكل.

(1) جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، دار مجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص153...156.

(2) المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، مركز الدراسات الإستراتيجية، 2012، ص189.

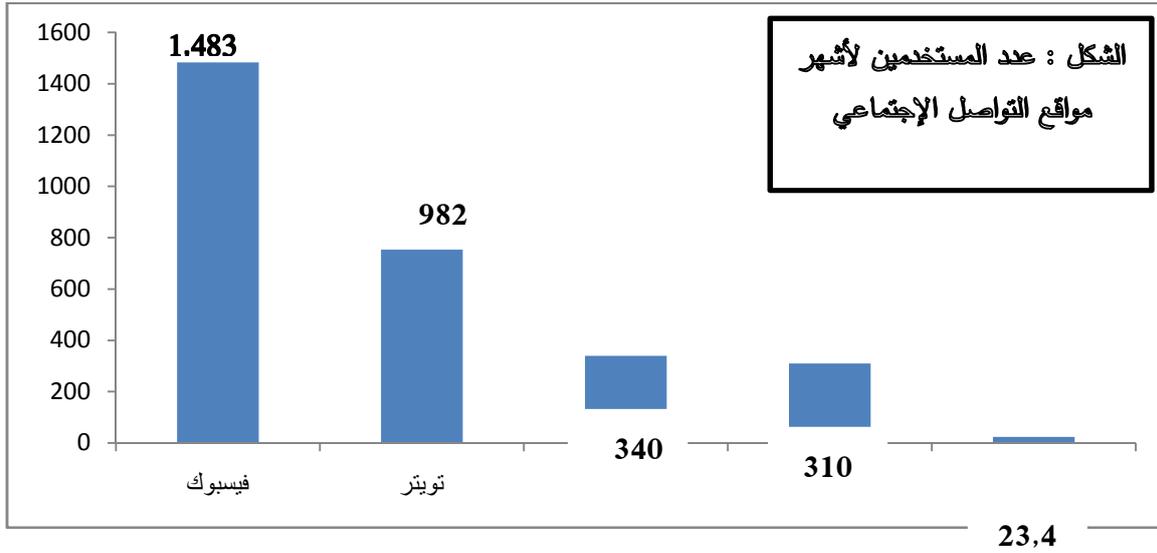
(3) مؤيد السعد، الإدماج الإتصالي في العالم الجديد، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2019، ص235.

(4) جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط1، ص28.

(5) فهد بن عبد العزيز العقيلي، الإعلام الرقمي (أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، مكتبة الملك فهد

الوطنية أثناء النشر، ط1، 2017، ص31.

الشكل رقم 01): عدد المستخدمين لأشهر مواقع التواصل الاجتماعي بالمليون



وتعتبر هذه المواقع الخمسة الأعلى نمواً بين المواقع العالمية من حيث عدد المستخدمين النشطين خلال عام 2012، حيث تظهر أرقام نمو وسائل التواصل الاجتماعي أن موقع تويتر كان الأكثر نمواً بنسبة 40%، يليه موقع فايسبوك بنسبة 33%، ثم موقع جوجل بلس بنسبة 27%، ثم موقع لينكدان بنسبة 21%، وأخيراً موقع بنترست بنسبة 13% تقريباً.

وتشير إحصاءات 2012 إلى أن واحد من بين كل سبعة أشخاص من إجمالي سكان العالم يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لما أعلنه مارك زوكربيرج مؤسس فايسبوك.¹

ثانياً: الفاييسبوك

1- نشأة الفاييسبوك:

أنشأ هذا الموقع على يد مارك زوكربيرج عام 2004 م، حيث كان زوكربيرج طالباً في جامعة هارفارد في حينه .

وقد جاء فكرة الفاييسبوك من خلال فكرة "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، وخاصة بعد الإنتهاء من الدراسة والتخرج حيث تم تأسيس الموقع الإلكتروني ليقوم بعمل كتب الوجوه بطريقة أكثر فعالية وأسهل وأوسع إنتشاراً .

(1) فهد بن عبد العزيز العقيلي، المرجع السابق، ص31.

وفي بدايته اقتصر الفايسبوك على جامعة هارفارد من تم انتشار استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس الأمريكية من تم الشركات والمؤسسات وصولاً إلى الأفراد في كل أنحاء العالم.¹ ومع أن موقع فايسبوك أنشئ في كاليفورنيا الأمريكية إلا أنه انتقل إلى " دبلن " عاصمة إيرلندا في أكتوبر 2008 م.²

2- خصائص الفايسبوك: يتضمن الفايسبوك كشبكة اجتماعية العديد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وأهمها :

- **خاصية wall:** أو لوحة الحائط ، وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو للكتابة على حائط المستخدم.³

- **خاصية pokes** أو " نكزة " : " غمزة "، تتيح إرسال فكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .

- **خاصية photos:** أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع .

- **خاصية status :** أو حالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم أو يقومون به من أعمال في الوقت الحالي .

- **خاصية Notes:** أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تصميمها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات .

- بالإضافة إلى خدمات الدردشة والرسائل .

- وهناك سمة يوفرها الفايسبوك وهي "Gifts" أو إرسال الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم، تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية .

- كما أن فايسبوك توفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضائه.⁽⁴⁾

(1) عبير شفيق الرحباني، الإستعمار الإلكتروني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص165.

(2) سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2011، ص115-116.

(3) حسنين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع السائص، 2014، ص239.

(4) حسنين شفيق، المرجع السابق، ص240.

3- الخدمات التي يقدمها الفايسبوك للمستخدم:

- يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء وقت مع الآخرين.
- يساعد على اكتساب الأفكار والمواهب والقدرات الشخصية .
- سرعة تبادل المعلومات والأخبار .
- يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني .
- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- الحصول على تغذية راجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات والأفكار المعروضة .
- تبادل التهاني والتوصيات والذكريات المشتركة بين الأشخاص.(1)

4- سلبيات وإيجابيات الفايسبوك:

أ- سلبيات الفايسبوك:

- 1- **إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية :** وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفايسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات إفتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية ، حيث تسبب في تدمير العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الإنعزال.
- 2- **إنتهاك خصوصية المشتركين :** حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبدهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان.
- 3- **استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية :** يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها الشخصية ، وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يدركوا ذلك.(2)

(1) محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص39.

(2) علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص69-70.

ب- إيجابيات الفايسبوك: في مقابل السلبيات التي تتجر جراء استخدام الفايسبوك عدة إيجابيات ساهمت في تسهيل حياتنا أهمها:

1- الصفحات الهادفة مثل (دينية، اجتماعية، معلومات ومعرفة، إستفسارات).

2- تبادل المعلومات والأفكار والآراء والصور والفيديوهات المفيدة.

3- التواصل مع كل شخص من جميع أنحاء العالم، والتعرف على أصدقاء من الخارج بطريقة سهلة.⁽¹⁾

5- الفايسبوك والطالب الجامعي :

تعتبر شريحة الجامعيين واحدة من أكثر شرائح المجتمع حركية ووعيا، نظير تلقيهم تكويننا عاليا من طرف أساتذة متخصصين ذوي كفاءة عالية، إضافة إلى تواجدهم في إطار مميز أو ما يعرف بالحرم الجامعي الذي يتيح لهم هامشا من الحرية ويكفل لهم فيه القانون حرية النشاط والتنظيم في إطار الكليات ومصالح النشاطات المختلفة، داخل النوادي والفرق والجمعيات وغيرها، أو في إطار نوادي طلابية ونقابات مستقلة تابعة مركزيا للجامعة، أو على المستوى الوطني في إطار التنسيق مع الوزارة الداخلية، إن هذه الحرية التي يتمتع بها الطلبة هي مجانية التكوين العالي ومجانية النقل والأكل والإيواء، وتوفر فرق إدارية خاصة تسهر على توفير أحسن الأجواء، وضمان السير الحسن للدروس وغيرها تجعل الطلبة في راحة من أمرهم سببا مقارنة بغيرهم من طلبة الدول المجاورة، وإن كنا لا ننكر بأي حال من الأحوال من أمرهم.

إن المناخ الذي توفره الجامعة والمعد خصيصا لتحفيز الطلبة نفسيا وذهنيا للبحث العلمي والتأهيل لصناعة المستقبل، هو مناخ خصب كذلك لنمو وتطور العديد من الأفكار الجديدة أو التوجهات الإيدولوجية وغيرها من المستجدات الإيجابية أو السلبية التي يمكن أن تجد لها مكانا داخل أسوار الجامعة كما هو حال الفايسبوك، فقد عمد الطلبة وبشكل مكثف إلى تناول هذه الوسيلة وهي أقرب فضاء يمكن أن

(1) سلمان بكر بن کران، المرجع السابق، ص174.

يتواصلوا فيه فيما بينهم، كون الفايسبوك مجاني ويحمل العديد من التطبيقات المتعلقة بتحميل الصور والفيديو وصفحة الدردشة ليتواصلوا فيما بينهم. (1)

6- الإنتقادات الموجهة لموقع فايسبوك :

تعرض موقع فايسبوك للكثير من الإنتقادات على مدار السنوات القليلة الماضية ، ففي أكتوبر من عام 2005، قامت جامعة ينو مكسيكو بحظر الدخول إلى الموقع من أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالبحر الجامعي، وقد أشارت الجامعة إلى أن السبب وراء ذلك الحظر الذي يتمثل في إنتهاك سياسة الإستخدام المقبول للأنترنت الخاصة بالجامعة ،وذلك فيما يتعلق بإساءة استخدام الموارد المتاحة على الأنترنت، علاوة على ذلك أن الموقع يفرض استخدام وثائق التقييض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة، وفي وقت لاحق قامت الجامعة بإلغاء الحظر الذي فرضته من قبل على استخدام الموقع وذلك بعد أن تمكن القائمون على إدارة الموقع من معالجته.

وفي 1 يناير من عام 2008م، قامت إحدى المجموعات على الفايسبوك بالإفصاح عن هوية ستيفاني رينجيل، تلك الفتاة اللي قتلت في ولاية تورونتو، والتي لم تكن أسرتها قد أعطت تصريحاً لشرطة تورونتو بعد نشر اسمها وأسماء المتهمين في القضية إلى وسائل الإعلام، وعلى الرغم من محاولات الشرطة وكذلك القائمين على الموقع الإلتزام بقواعد الخصوصية عن طريق حذف إسم الفتاة ، فإنهم قد لاحظوا صعوبة القيام بذلك حيث تتم إعادة نشر البيانات مرة أخرى كلماتهم حذفها .

ونظراً لطبيعة الفايسبوك التي تتيح دخول أي فرد إليه، فإن العديد من الدول قامت بحظر الدخول إلى الموقع ومن بينها سوريا وإيران ، وقد ذكرت الحكومة السورية أن قرار الحظر جاء استناداً إلى قيام البعض بالتحريض على هجمات ضد السلطات من خلال الموقع ، كما تخشى التسلسل الإسرائيلي للشبكات الاجتماعية من خلال الفايسبوك، كما أنه تم استخدام الفايسبوك من قبل بعض المواطنين السوريين لتوجيه الإنتقادات إلى الحكومة السورية ببعد جريمة يعاقب عليها السجن.

- وفي إيران تم حظر استخدام الموقع بسبب مخاوف من أن يتم استغلال الموقع في تنظيم حركات معارضة للحكومة.

- وفي 5 فبراير من عام 2008م ، تم إلغاء القبض على مواطن مغربي يدعى فؤاد مرتضى بتهمة إنشاء ملف شخصي زائف على الفايسبوك.

(1) حسناء زيغود، شهيناز بلطيطن، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير القيمي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لشهادة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل، 2018-2019.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي مرت بتطورات سريعة وهائلة جعلت الأفراد خاصة من فئة الشباب يتعلقون بها حيث أصبحوا غير قادرين عن الاستغناء عنها وهذا لما تقدمه لهم من خدمات في مجالات متعددة ومتنوعة، فمواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع الفايسبوك تخضع لتحديثات وتطويرات تهدف أساساً إلى تبسيط الاستخدام للمستخدمين من كل الفئات العمرية والمستويات الثقافية والمجالات الاجتماعية، وهذا ما ينعكس أساساً على نمط العلاقات الاجتماعية والثقافية للفرد، كون هذه المواقع حولت المجتمع من واقعي إلى إفتراضي.

الفصل الثالث: القيم وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي

تمهيد

أولاً: القيم

1- خصائص القيم

2- أهمية القيم

3- مكونات القيم

4- وظائف القيم

5- تصنيفات القيم

6- مصادر القيم

خلاصة

تمهيد:

يعد موضوع القيم من المواضيع ذات الأهمية الكبيرة باعتبارها محور من محاور تربية الإنسان وتعتبر الضابط والموجه لسلوكه في أي مجتمع، والمهمة في حياة البشرية لأنها الأساس في فهم اتجاهات ودوافع الأفراد وميولاتهم، حيث أنها تساعد الأفراد على ضبط سلوكياتهم وتساهم في خلق جسر تواصل بين الكهول والشباب وتهدف للمحافظة على العادات والتقاليد.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى تصنيفات القيم وأهميتها للفرد وأهم مكوناتها ومصادره ووظائفها وأشكال فجوة القيم ونماذج القيم الجديدة الوافدة.

1- خصائص القيم:

للقيم مجموعة من الخصائص نذكر البعض منها:

- ذاتية أي يحس الفرد بالقيم على نحو خاص به (1).
- مجردة: أي غير محسوسة فالعدل في حد ذاته لا نلمسه ولا نشاهده ولكن لكل قيمة مؤشرات عليها ولهذا يمكن للإنسان أن يصف موقف معين بأنه ينطوي على عدل وآخر ينطوي على ظلم.
- مكتسبة: نكتسب في البيئة التي تحيط بالفرد وهذا ما بيّنه حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم: « ما من مولود إلا يولد إلا يولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه »، فالحديث الشريف يبين أن الفطرة وهي قيمة عظيمة ركبها الله تعالى في الإنسان (2).
- القيم ثابتة ومتغيرة: تعد القيم من موجّهات السلوك الكبرى فلو لم تتصف بالثبات لاختلطت معاني الخير والشر والحلال والحرام، فالقيم ثابتة في مصادر الأديان ومتغيرة في طبيعة الإنسان طبقاً للعوامل الخارجية (3).
- النسبية: وتعني نسبية القيم أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان كما أن أهميتها تختلف من فرد إلى آخر ومن مجتمع لمجتمع آخر ومن زمان إلى زمان، فقيم المواطن العربي تختلف في قيم المواطن الغربي (4).
- يتسم بالهرمية: إذ أنها تترتب عند كل شخص ترتيباً متدرجاً في الأهمية و بحسب الأهمية والتقصير لكل فرد وعلى هذا يمكن القول أن لدى كل فرد نظاماً للقيم يمثل جزء من تكوينه النفسي الموجه لسلوكه.
- العمومية: بحيث تشكل طباعاً قومياً عاماً مشتركاً بين جميع الطبقات (5).
- أنها تمثل بناءاً معرفياً ينظم أفكار الفرد ومعتقداته اتجاه الموضوعات المختلفة وهي مرتبطة بالسلوك أي تحدد احتمالية أن يسلك الفرد في موقف ما بشكل معين (6).

(1) محمد شفيق، المرجع السابق، ص 37.

(2) سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص 36.

(3) نادية محمود مصطفى وآخرون، القيم الاجتماعية، دار النشر للثقافة والعلوم، ط1، مصر، ص 421.

(4) ماجد ظمي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 37.

(5) صلاح محمد أبو جادو، بسكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط9، عمان، الأردن، 2013، ص 208.

(6) سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، إترك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة مصر، 2004، ص 64-65.

- أنها إنسانية: بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم وهذا ما يميزها عن الحاجات التي لا تختص بالبشر.

- المعيارية: بمعنى أن القيم تعد بمثابة لإصدار الأحكام تقيم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني⁽¹⁾.

2- أهمية القيم:

احتلت القيم أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، وذلك منة خلال قيامها بعدة وظائف وتمثلت هذه الأهمية فيما يلي:

- تغلغل القيم في كافة جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وارتباطها بها أيضا.

- التأثير القوي للقيم على سلوك الأفراد وقد تشكل ضغوطا قوية على الأفراد توجههم نحو المرغوب فيه من أنماط السلوك وتتشكل هذه الضغوط إما في ضغوط عرفية يعرفها الناس ويحفظوها في عقولهم وقلوبهم، وإما في شكل ضغوط قانونية رسمية.

- القيمة أحد المحكات الأساسية التي تركز عليها الهوية الثقافية للمجتمعات⁽²⁾.

- اعتبارها أهم عناصر الثقافة بسبب الدور الذي تلعبه في تمايز المجتمعات بعضها عن بعض، إذ لكي نفهم طبيعة أي مجتمع والعلاقات السائدة بين أفراده ينبغي أن نحدد الاتجاهات القيمية السائدة فيه عن طريق دراستنا لمواقفه وحلوله للمشكلات الأساسية التي تواجهه.

- أهميتها الكبيرة في حياة الفرد والمجتمع على حد سواء، فالقيم تتغلغل في حياة الناس أفرادا وجماعات، وترتبط عندهم بمعنى الحياة، وأنهم في سعيهم وكفاحهم في الحياة إنما يتأثرون بما لديهم من قيم، كما تلعب القيم دورا مهما وأساسيا في تحقيق التكيف بين الفرد ومحيطه الاجتماعي لذلك تعد القيم منظمات اجتماعية للعلاقات والتفاعلات الاجتماعية في المجتمع.

- كونها معايير يلجأ إليها الفرد على حد سواء في تقييمها للأشياء.

(1) فهد بنة علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا) المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 61، جامعة الملك سعود، الرياض، 2014، ص 125.

(2) سلوى السيد عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 222.

- علاقتها الوثيقة بالشخصية، إذ يرى كثيرون أنه إذا عرفنا قيم الشخص⁽¹⁾، فإننا نعرف شخصيته جيدا.
- دورها كذلك في تشكيل الكيان النفسي للفرد، وبخاصة في الإرشاد والعلاج النفسي⁽²⁾.
- القيم تعتبر هدفا يسعى لتحقيقه الأفراد.
- تعتبر القيم باعًا على العمل، وبالتالي فهي تصنف باعتبارها دوافع اجتماعية.
- تحدد القيمة أهدافه من ميادين كثيرة وتدله على المؤثرات المعرفية أو المساعدة على تحقيق هذه الأهداف.
- تمكن القيم الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين⁽³⁾.
- للقيم أهمية في مجال الإنتاج والعمل، باعتبارها دوافع اجتماعية، والقيم الدينية بخاصة ترتبط ارتباطا وثيقا بالعمل ومستوى الإنتاج، وذلك لأن العمل يعتبر حاملا للقيمة ومن خلاله يحقق الفرد وجوده ومكانته الاجتماعية في العمل وتحقيق كيانه⁽⁴⁾.

3- مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاث مستويات رئيسية وهي:

- المكون المعرفي.
 - المكون الوجداني.
 - المكونات السلوكي.
- ويرتبط بهذه المكونات التي تتحكم بمناهج القيم وعملياتها ثلاث معايير وهي على التوالي:
- (الاختيار، التقدير، الفعل).

(1) عمر أحمد همشري، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003، ص311، ص312.

(2) حسن محي الدين أحمد، العمر وعلاقته بالإبداع لدى الراشدين، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1982، ص66.

(3) سميح أبو مغلي وآخرون، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص164.

(4) محمود السيد أبو النيل، علم النفس الاجتماعي، ط2، دراسات مصرية وعالمية، القاهرة، مصر، 1978، ص110.

- **المكون المعرفي:** ومعايره (الاختبار)، أي انتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية كاملة، بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية ذلك، وهذا يعني أن السلوك الإرادي لا يشكل اختياراً يرتبط بالقيم، ويعد الاختيار المستوى الأول في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم⁽¹⁾، ويتكون من ثلاث درجات أو خطوات متتالية وهي:

أ- استكشاف البدائل الممكنة.

ب- النظر في عواقب كل بديل.

ج- ثم الاختيار الحر⁽²⁾.

- **المكون الوجداني:** ومعايره (التقدير)، الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها، والرغبة في إعلانها على الملأ، ويعد التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما:

أ- الشعور بالسعادة لاختيار القيمة.

ب- إعلان التمسك بالقيمة على الملأ⁽³⁾.

- **المكون السلوكي:** ومعايره (الممارسة والعمل) ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة، أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنقاة، على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما ساحت الفرصة لذلك، وتعد الممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية للقيم⁽⁴⁾ وتتكون من خطوتين متتاليتين هما:

أ- ترجمة القيمة للممارسة.

(1) عبد الله بن سعيد بن محمد آل عبيد، قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، السعودية، 2011، ص61.

(2) زهدي محمد عبد، نعمان خالد، التنشئة الاجتماعية للطفل، الدار العلمية الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003، ص16.

(3) نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999، ص93.

(4) الخزاعلة عبد الله عقلة مجلي، الصراع بين إقليم الاجتماعية والتنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد، الأردن، دس، ص74.

ب- بناء نمط قيمي معين⁽¹⁾.

4- وظائف القيم:

أ- على المستوى الفردي:

- 1- أنها تهيء للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم، فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- 2- أنها تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة إيجابية.
- 3- تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين لها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته⁽²⁾.
- 4- تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته⁽³⁾.
- 5- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه وبالتالي تساعد على فهم العالم من حوله وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقته.
- 6- تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وخلقا وتوجهه نحو الإحسان والخير والواجب.
- 7- تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه⁽⁴⁾.
- 8- تعطي الفرد القدرة على الإحساس بالصواب والخطأ⁽⁵⁾.
- 9- القيم تخبرنا كيف نبرر أفعالنا غير المقبولة⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ الخزاعة عبد الله عقلة مجلي، المرجع السابق، ص 75.

⁽²⁾ ماجد الزويد، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2006، ص 27.

⁽³⁾ خالد محمد أبو شعيرة، تاترا أحمد عباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص 53.

⁽⁴⁾ علي خليل مصطفى أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم علي، ط1، المدينة المنورة، د.س، ص 35، ص 36.

⁽⁵⁾ سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة، علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002، ص 88.

⁽⁶⁾ جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2004، ص 289.

ب- وظائف القيم على المستوى الاجتماعي:

- تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة.
- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ للمجتمع استقراره وكيانه في إطار موحد.
- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها البعض حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساساً عقلياً يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.
- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات والشهوات الطائشة فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى أعضائها للوصول إليه.
- تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده وبالتالي يسلك في ضوءها وتحدد للأفراد سلوكياتهم.

5- تصنيف القيم:

إن موضوع تصنيف القيم يعد من أكثر المواضيع التي اختلفت حولها الدارسون، إذ أورد كل واحد منهم تصنيفاً، ولهذا صنفت القيم إلى عدة أبعاد وفق تصنيفات متباينة منها:

أولاً: من حيث المحتوى

تصنيف سيرنجر: وقد صنف سيرنجر القيم إلى 6 أقسام:

- 1- قيم نظرية: يقصد بها اهتمام الفرد وميله لاكتشاف الحقيقة فهو يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها ويسعى وراء القوانين بقصد معرفتها.
- 2- قيم اقتصادية: تتمثل في اهتمام الفرد بالحصول على الثروة وزيادتها بأي وسيلة.
- 3- قيم جمالية: يقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق⁽¹⁾.

(1) محمد شفيق، الإنسان والمجتمع، المكتب الجامعي الحديث، 2009، ص 72-73.

4- قيم اجتماعية: ويتمثل في ميل الفرد إلى غيره من الناس، يتجسد في مساعدتهم وتقديم يد العون لهم⁽¹⁾.

5- قيم سياسية: يقصد بها اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسيطرة بهدف التحكم في الأشياء والأشخاص⁽²⁾.

6- قيم دينية: وهي الاهتمام بما وراء العالم الظاهري، أي بمعنى الرغبة في معرفة أصل الإنسان ومصيره⁽³⁾.

ثانيا: من حيث الغاية والهدف، تنقسم إلى قسمين:

1- قيم وسائلية: وهي القيم التي تعتبر وسائل لغايات ابعدها مثل الترقى، الطموح، القدرة⁽⁴⁾.

2- قيم نهائية: هي الأهداف والفضائل النهائية التي تضعها الجامعات لأفرادها مثل القبول الاجتماعي، الصداقة الحقيقية، العادات⁽⁵⁾.

ثالثا: من حيث الوضوح، وتنقسم إلى قسمين:

1- قيم صريحة: وهي قيم معلنة، يتم التصريح بها، ويعبر عنها بالكلام والسلوك.

2- قيم ضمنية: وهي القيم التي يستدل عليها من خلال السلوك المنتظم الذي يصدر من الأفراد فهي قيم حقيقية صادقة إذ أن أفضل ما يدل عليها أثارها في السلوك⁽⁶⁾.

(1) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017، ص68-69.

(2) نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 1999، ص135.

(3) محمد الفاتح، المرجع السابق، ص70.

(4) العطية ماجد، سلوك المنظمة سلوك الفرد والجماعة، دار الشروق للنشر والتوزيع الأردن، 2003، ص39.

(5) رشوان، حسين عبد الحميد أحمد، التربية والمجتمع، المكتب العربي الحديث، 2013، ص39.

(6) محسن جلوب الكنافي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017، ص44.

رابعاً: من حيث العمومية: تنقسم القيم من ناحية شيوعها وانتشارها لقسمين

1- القيم العامة: والتي يعم انتشارها في المجتمع كله ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة.

2- القيم الخاصة: وهي القيم المتعلقة بموقف أو بمناسبات اجتماعية معينة مثل إخراج الزكاة في شهر رمضان⁽¹⁾.

خامساً: حسب ديمومتها: تقسم حسب هذا البعد إلى صنفين هما:

1- القيم العابرة: وهي التي تزول بسرعة وتمتاز بعدم قدسيتها من قبل المجتمع.

2- القيم الدائمة: وهي التي تدوم زمناً طويلاً، وقد تمتد جذورها إلى أعماق التاريخ⁽²⁾.

سادساً: حسب شدتها:

وهي قيم إلزامية تكون ملزمة للجميع من الضروري تنفيذها بالقوة كالقيم الدينية، وقيم مفضلة يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها، ولكنه لا يلزمه بمراعاتها، وقيم مثالية وهي التي يحس الفرد بصعوبة تحقيقها بصورة كاملة كالدعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان⁽³⁾.

6- مصادر إكساب القيم:

توجد العديد من المصادر التي ينتقي منها الفرد قيمة نذكر منها:

1- الأسرة: يعتبر النظام الأسري المسؤول الأول في اكتساب الأبناء لقيمهم أثناء عملية التنشئة الاجتماعية، وقد تصل علاقة الأبناء بأسرهم إلى نقطة الحرية وخاصة في بداية مرحلة الشباب نتيجة القيود التي يفرضها الآباء وشعور الأبناء بتجاوز مرحلة الطفولة⁴ ووافق كل من ستروديبك ووينر، وواتينج وواتينج على أن الأسرة دورا مهما باعتبارها وسيطا حيويًا، وأساسيا بين الثقافة والفرد ومن خلالها تتحقق

⁽¹⁾ محمد شفيق، المرجع السابق، ص74-75.

⁽²⁾ سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2010، ص198.

⁽³⁾ نورهان منير، المرجع السابق، ص119.

⁴ نورهان منير حسين فهمي، القيم الدينية لشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص

غرس القيم في نفوس الأبناء والأسرة كمؤسسة اجتماعية لا توجد في فراغ اجتماعي، وإنما يحكمها إطار ثقافي تنتمي إليه فهي تقدم لأبنائها نماذج لحياة الأسرة سواء كانت أبوية أو غير ذلك¹.

2- اللغة: تعتبر اللغة من بين العوامل المساعدة على اكتساب القيم وأن عملية التعلم تتم بواسطتها ومن جهة أخرى فاللغة تسهل عملية التواصل وتبليغ بين أفراد المجتمع، وتأتي أهمية اللغة من حيث أنها تعكس شخصية الفرد وثقافته كما تساعد على تعديل الشخصية والثقافة وذلك أن الاختلال اللغوي يؤدي إلى الاختلاف في إدراك وتنظيم الواقع².

3- السياسة: هناك علاقة كبيرة بين النظام الاجتماعي، والنظام سياسي السائد في أي مجتمع وعند الحديث عن الثقافة السياسية مجتمع ما فإننا نشير إلى النظام السياسي الذي أدمجه الفرد في فكرة ومشاعره وقيمه والثقافة السياسية تتكون من نظام من المعتقدات والقيم التي تحدد الوضعية التي يأخذ فيها الفعل السياسي صفته، وطريقة تعامل الأفراد وتفاعل بعضهم ببعض، هذه القيم تعتبر السياسية في فهم جذور الصراع ضمن النخبة والقيادة السياسية³.

4- وسائل الإعلام: تؤثر وسائل الإعلام المختلفة من وسائل مكتوبة سمعية بصرية والالكترونية على أفراد المجتمع تأثيرا كبيرا فهي تنشر كما كبيرا من معلومات وأخبار وحقائق ووقائع وأفكار وآراء لتحيط الناس علما بموضوعات معنية، وقد أثبتت الدراسات أن النمو العقلي والانفعالي والاجتماعي للأطفال والمراهقين يتأثر إلى درجة كبيرة بما يتلقونه من مواد و مضامين تقدمها وسائل الإعلام المختلفة⁴.

5 - الإطار الثقافي: تعتبر القيم إحدى المكونات الأساسية للثقافة حيث عرفها إدوارد تايلر في كتابة الحضارة البدائية: بأنها⁵ ذلك الكل المركب الذي يشمل على المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع.

¹ ANTONIA wlliam,familes and religion,confit and clange in modern socety,1999,p99.

²مصطفى الباهي، القيم وتأثيرها على المؤسسة، رسالة ماجستر، معهد العلوم الاقتصاد والاجتماعية، جامعة سطيف، 1996، ص 23.

³ نفس المرجع ، ص 25.

⁴ زين العابدين دودش، علم النفس الاجتماعي، تطبيقاته، دار الفكر العربي، 1999، ص 39.

⁵ نفس المرجع ، ص 41

6- لتعليم:

المدرسة بصفة عامة هي مؤسسة اجتماعية تربوية حظيت اهتمام الباحثين منذ زمن طويل، وذلك نظرا لثقل المهمة الموكلة فيها من قبل المجتمع، ولمعظم التوقعات المنتظرة منها ابتداء من دخول الطفل إليها إلى أن يتخرج منها وتعلب المدرسة دورا كبيرا في إغناء القيم التي تلقاها الفرد في الأسرة وتضيف عليها قيما أخرى ويعتبر دورها مكملا للأسرة، حيث تقوم بدعم الكثير من المعتقدات والاتجاهات والقيم الحميدة التي تكونت لدى الطفل في البيت، فهو يأتي إلى المدرسة وهو قادر على التحدث بلغة بلده، ويسير في سلوكه وفقا للقيم الاجتماعية ودينية معينة ومع ذلك ينقص الشيء الكثير الذي ستقوم المدرسة بتزويده به¹.

4- المسجد:

يحتل المسجد المكانة الأولى من بين المؤسسات التي تساهم في تكوين المجتمع والتأليف بين أفراده ولم شملهم وتكوين ثقافتهم الاجتماعية وتصوراتهم المشتركة فهو مكان مقدس للعبادة، حيث تقام فيه الصلوات وهو بمثابة مركز للعلم تنتشر فيه حلقات الدروس والمواعظ العلمية وهو مركز إشعاع للقيم حيث تتجلى فيه القيم الروحية والخلقية والاجتماعية وفيه يجدد المسلم عزيمته ويشحن روحه ويتواصل مع غيره من المؤمنين².

8- الظروف الاقتصادية والاجتماعية

من المصادر المهمة للقيم أيضا المعطيات والظروف الاقتصادية والاجتماعية التي صاحبت المراحل الحضارية التي مر بها المجتمع عبر مسيرته الطويلة فالجمع بين الرواسب المادية التي ورثها المجتمع من العهود السابقة التي شهدها، وبين الأوضاع الاقتصادي والاجتماعي الجديدة التي عاصرها في ظل النهضة قد أدى دوره الفاعل في ظهور لقيم جديدة تحمل المسؤولية³.

¹ حسين عبد الحميد رشوان، التربية والمجتمع، مكتب العربي الحديث، مصر، 2002، ص 81.

² ماجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2007، ص 64.

³ المرجع السابق، ص 68.

7- أشكال فجوة القيم:

أولاً: التغيير الاجتماعي والتغيير القيمي

لقد توالى التغييرات الاجتماعية والثقافية على المجتمعات في العقود القليلة الماضية وخاصة على المجتمعات العربية، ولعل من أبرز هذه التغييرات ظهور ظاهرة العولمة، وما رافقتها من ثورة معلوماتية، حيث أحدثت فجوة واسعة وعميقة على مستوى المواقف والاتجاهات والقيم الإنسانية لدى أفراد المجتمع، وجعلت العالم أكثر اندماجاً، فقد عرفت تحولات اجتماعية وثقافية عالمية وما يرافقها من اتساع الفجوات بين الأغنياء والفقراء والأقوياء والضعفاء على عكس ما هو معروف في الانتماءات التقليدية.

- وساهمت التحولات السريعة في انتقال المفاهيم والقناعات والمفردات والأذواق فيما بين الثقافات والحضارات التي نقلت العالم من مرحلة الحداثة إلى مرحلة ما بعد الحداثة.

فلكل مجتمع قيمه ومثله ومقاييسه التي تتلائم مع بيئته ومعطياته الاجتماعية والاقتصادية مع درجة تقدمه الحضاري ونضوجه الاجتماعي ومع روح العصر والمفاهيم التي يتمسك بها أبنائه، وهذه القيم والمقاييس تختلف من مجتمع لآخر ومن فترة زمنية لأخرى، فيحدث تضارب وتناقض مع القيم التقليدية التي كان يحملها المجتمع ويتصرف بموجبها وهذا التناقض بين القيم الجديدة القديمة يطلق عليه علماء الاجتماع الصراع القيمي، ولعل أن نشير أن المجتمع لا يستطيع تبديل قيمه التقليدية وإدخال قيم جديدة خلال فترة قصيرة، إذ هو عملية صعبة وشائكة، وتستغرق زمناً طويلاً قد يمتد لعشرات السنين، وعند حدوثه فإنه يوحى إلى حدوث هوة أو فجوة على مستوى هته القيم.

ومن العوامل التي تؤدي لحدوث التغيير الاجتماعي هي التكنولوجيا التي تعتبر مصدر الرئيسي للتغيير الاجتماعي، وإذا ما ألقينا نظرة حولنا فإننا نرى كيف تأثرت طريقة حياتنا وسلوكنا الاجتماعي بالتقنيات المختلفة ابتداءً من أدوات الطبخ إلى السيارة.

تفترض المجتمعات التقليدية أنه لا يوجد تغيير في عالم المجتمعات ونبيدي شكوكا نحو هذا التغيير، أما في عالمنا الحديث والمعاصر فإننا نقبل شكل هذا التغيير كيفما كان، ونبحث عن الابتكار ونتوقع أن يكون هناك تطورات مستمرة في بيئتنا المادية¹.

فهذا التطور السريع لتكنولوجيا دفع إلى حدوث تغييرات في المجالات بحيث أخرج المرأة من المنزل وأدخلها إلى عالم الحياة العامة ولاسيما المصنع والمكتب، وعمل تغيير وظيفتها الاجتماعية

¹إحسان محمد حسن، عدنان أحمد، المدخل إلى علم الاجتماع، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2005، ص284.

ومضمون أدوار عناصرها ومجمل الاعتبارات التقليدية مما أدى عمل المرأة إلى إحداث عدة تغييرات منها إرسال الأولاد إلى دور الحضانة والاستعانة بالخدمات والأدوات المنزلية الحديثة والعمل على تنظيم النسل، والإقلال من الزيارات العائلية واستقبال الضيوف بسبب عدم تواجدها في البيت في أغلب الأوقات، طرح مشاكل جديدة كالصراع الظاهر والمستمر بين الزوج والزوجة على السيادة والميزانية ومعاملة الأطفال وغير ذلك من المسائل التي طرحها التغيير الاجتماعي.

كما ألزم على المرأة العاملة أن تنزع اللباس التقليدي وتقتني ألبسة تواكب العصر والموضة، فأصبحت الكثير من الأسر تتبنى قيم الاستهلاك بدلا من قيم الإنتاج ولا يمكن أن نعمم هذه الظاهرة على كل النساء فبعضهن يخرجن إلى العمل لأنهن مضطرات لأسباب عديدة منها إعانة العائلة، حالة طلاق، فقر... الخ لان قيم التكافل الاجتماعي أصبحت نسبة معدومة في زمن العولمة والانترنت¹.

وكذا بروز ظاهرة الهجرة من الريف إلى المدينة، وما صاحب ذلك من تفكك الحياة الريفية التقليدية وتعدد الحياة في المدينة كما ساعد على تغيير نظام القيم بصورة عامة، ظهور قيم وعادات وتقاليد اجتماعية جديدة.

إن هذه التغييرات لها دور في تغيير الثقافة الموروثة للمجتمعات، أن ثورة المعلومات والاتصال قد أثرت وستؤثر في حياة الأفراد وهي اليوم من أهم العوامل التي تعقد تشكيل خبرات وثقافة وأذواق وسلوكيات الأفراد والمجتمعات، وهذا ما أكده عويدات بقوله: « لقد ترتب على هذه الثورة المعلوماتية حدوث تغيير اجتماعي متسارع في القيم والمعايير والمؤسسات والعلاقات الاجتماعية والانفتاح الإعلامي الثقافي الحضاري العالمي بفضل وسائل الإعلام السريعة».

- وتقف الأسرة العربية حائزة بين المحافظة على الثقافة الموروثة وبين الثقافة الغربية الناجمة عن العولمة والمعلوماتية التي غيرت العالم.

ومن مظاهر التغيير في ضعف الروابط الأسرية والتواصل الأسري حيث تشهد الأسرة العربية مزيدا من التفكك بسبب تراجع سلطة الوالدين في السيطرة على ضبط سلوك الأبناء، فعلاقة الآباء والأبناء وعلاقة

¹ لطيفة طبال، التغيير الاجتماعي ودوره في تغيير القيم الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن، جامعة سعد

دحلب البليدة، الجزائر، جوان 2012، ص418-422

الرجل والمرأة كانت تحدد على أساس النظام الأبوي والذي يتمثل في هيمنة الرجل على المرأة وهيمنة الكبار على الصغار، بما يفي توزيع هرمي للسلطة على محوري الجنس والسن...

كما تمثل قيم الشرف والاحتشام والجماعية والطاعة عناصر أساسية في هذا النظام، وتتصل قيمة الشرف سلوك الفرد، يربط هذه القيمة سلوك المرأة بشرف الرجل، فهذه القيم تلاشت وتغيرت لنظرة إلى المرأة من خلال وسائل الإعلام من أجل تسويق المنتوجات وبين الأرباح، وقد وافق ذلك تهميش متعمد من قلب الإعلام لصورة المرأة المثقفة العاملة، المنتج المرئية¹.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث عدلي رضا أن القيم الاجتماعية السلبية التي حملتها الأم في المسلسلات هي: حب التباهي والمظاهر والنظرة المادية للحياة، وربط الزواج بالمصالح المادية والشخصية، وربط العلاقات الاجتماعية بالمصالح، وهذا ما أكدته الكثير من الدراسات العربية لدى الشباب حيث أظهر تفضيلاً لقيم النفعية والريح والكسب وقيم الاستهلاك... الخ.

- فالقيمة الاجتماعية للأشخاص اليوم أصبحت مرتبطة بحجم ثروة الأشخاص وممتلكاتهم المادية، فنوع اللباس والسيارة وقيمة المنزل هي معايير مهمة لكسب مركز محترم في أعين الآخرين، كما ظهر الانحراف الأخلاقي والسلوكي لدى الشباب في ظل ضعف الوازع الديني والأخلاقي، وضعف السلطة الأبوية.

وقد انعكست هذه التغيرات التي تعرضت لها المجتمعات العربية عامة والمجتمع الجزائري على وجه الخصوص على مجموعة من العوامل المتداخلة والمتشابكة التي أحدثت تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على البنى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، فضلا عن تأثيراتها الواضحة في بنية الأسرة، باعتبارها من أهم النظم في المجتمع، فهذه التغيرات لم تكن فقط على المستوى الخارجي المادي وإنما جاءت على مستوى القيم الاجتماعية.

ثانياً: القيم وصراع الأجيال

تعتمد المجتمعات الإنسانية في تكامل بنيتها الاجتماعية على القيم المشتركة بين أفرادها والتي كلما اتسع مداها بينهم، ازدادت وحدة المجتمع قوة وتماسكا في حين تضعف تلك الوحدة كلما انحصرت

¹ لطيفة طبال، المرجع السابق، ص 423-424.

مدى تلك القيم بينهم، وقد تأثر مجال القيم بالمستجدات والتغيرات العالمية وكان من نتائج هذا التأثير أن انحسرت قيم وظهرت قيم جديدة فانعكس ذلك كله على التنظيم الاجتماعي والثقافي للإنسان، وعلى أساليب حياته.

ومجتمعاتنا العربية ليست بمعزل عن هذا التأثير إذ الثقافة العربية تعاني من أزمة قيم تتمثل في الإنشطار الثقافي المتواصلة وتعود هذه الأزمة إلى صراعات قيمة بين قيم الماضي والحاضر وبين قيم الثقافة التقليدية وقيم الثقافة المعاصرة وإذا كان الشباب في مجتمعنا يعيش مرحلة تناقض وصراع نوعين من المفاهيم والقيم تلك المفاهيم التقليدية التي ورثها عن الثقافة الأصلية، والمفاهيم الجديدة التي تدعمها العولمة والتطور العلمي فإن لنا أن نتوقع أن سلوك الشباب يتأرجح بين الثورة على خبرات الأجيال السابقة ورفض كل ما هو تقليدي وأصيل أو أن يقبلها ويحافظ على هذا الموروث القيمي نتيجة عوامل تربوية مختلفة، مما يؤدي إلى زيادة احتمالات الصراع بين الثنائيات (التقليدية معاصرة) مما يعتقد أنه ينعكس على قيم الشباب في تحديد أنماطهم السلوكية واتجاهاتهم نحو بعض القضايا¹.

إن القيم الوافدة والصراع القيمي الناجم عنها ليست شرا خالصا، فالصراع بين القديم والجديد قد تختلف عنه متطوعة قيمية تجمع عناصر كلا النوعين وتصبح مصدرا للتجديد والتعبير داخل المجتمع.

وفي هذا السياق يرى "أفلاطون" في الصراع الجيلي على سبيل المثال حيث الصراع بين قيم الشباب وقيم الكبار قوة محركة للتغيير الاجتماعي، كما أن "أرسطو" يفسر الثورات بالصراع بين الآباء والأبناء وليس فقط بالصراع بين الطبقات² فالشباب عادة هم الذين يرفعون لواء الحديث عن القيم التي يتبنونها والتي عادة ما تدخل في مواجهة ما هو سائد من قيم تقليدية فتصبح مصدر للتغيير الاجتماعي والثقافي في المجتمع ككل.

وكذلك يذهب كارل منهايم إلى أن التجديد الثقافي والتطور الإنساني مرتبط أساسا باستمرارية تغيير الأجيال، فلو لم تكن هناك أجيالا جديدة في السياق الاجتماعي لاستحال التجديد³.

¹ سيمة طيبوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب الجامعي، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الأبيار، الجزائر، 2011، ص 220-221.

² المنجي الزندي، مقدمات سوسيولوجيا الشباب، عالم الفكر، (3ع) المجلد 30 مارس، 2002، ص 50.

³ محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1887، ص 36

كما تلعب الثقافة والقيم الوافدة من الغرب دورا كبيرا في تضخيم الهوة الفاصلة بين الغرب والمجتمعات النامية على نحو أصاب الكثيرين من شباب تلك المجتمعات بالإحباط ونزوع إلى الانسلاخ عن واقع مجتمعاتهم في اللغة ونمط الملابس والمسكن وأسلوب الحياة ونمط التفكير والنص وما إلى ذلك.

والشباب الذي يتعرض لهذا التناقض الثقافي والقيمي قد يندفع إلى السببين في مواجهة ذلك الصراع: أما أن يندفع إلى تقمص ثقافة الغرب، وإما أن يتجه إلى التوقع داخل ماضيه في إطار من الشكليات دون أن يتمكن من صياغة نموذج مجتمعي بديل يسعى إلى تحقيقه¹.

ثالثا: الغزو الثقافي وتأثيره على الشباب

إن الغزو الثقافي موضوع قديم لكنه يتجدد حيث اتساع الأخطار وثقافتها خصوصا مع دخول العالم عصر آخر من التقنيات الإعلامية والتكنولوجية الخاضعة لقبضة الدول الصناعية الكبرى، بحيث أصبح الشباب العربي يحتك بالفكر الغربي بطرق مختلف، ولم يكن هذا الاتصال مجرد تعريف بخصائص هذا الفكر فقط، بل إن هذا الشباب اندفع بكل قوة يدافع عن نفسه ويفسر محتوياته ويبين محاسنه وصفته التقدمية إذا ما قيس بالفكر العربي، ولقد ساعد في ذلك فقدان الشباب ثقمتهم بأنفسهم وبقوميتهم ومحاولاته الخروج على التعاليم العربية الإسلامية التي هي في رأيهم تخالف عقلية الإنسان المتمدن الذي يعيش في هذا القرن، فكل شعب متميز هواية ثقافية ذات أصالة، ومثل هذه الهوية عامل أساسي من عوامل بقاء ومقاومة الشعوب العريقة في عالم التصادم والصراع والتحديات، هذه الهوية التي تتعرض إلى التسوية من قبل قنوات الغزو الثقافي لدا يوجد هناك صراع بين الهوية الثقافية للأمة وبين أقطاب الغزو الثقافي الذين يريدون طعن الهوية الثقافية وتمزيقها وتشويه صورتها الحقيقية لكي تكون الأمة المستضعفة تحت هيمنة وسيطرة هاته الدول الصناعية الكبرى. التي لا تتردد عن استعمال أنواع وأساليب السطر والاستحواذ ومنها أساليب الغزو الثقافي التي تهدف لتصدير قشور الحضارة الغربية إلى الوطن العربي والامتناع عن تمرير الانجازات العلمية الكبيرة والتي ابتدعتها هذه الحضارة.

فالغزو الثقافي إذن عبارة عن حالة تغليب الثقافة الأجنبية على ثقافة شعب ما، وخلق هوة بين ماضي ذلك الشعب وحاضره، مما يؤدي إلى رفع شأن الحضارة الأجنبية، وطمس معالم الحضارة المحلية أو الوطنية وفرض نوع حاد من الاغتراب على أبناء الشعوب المستضعفة والمغلوبة على أمرها بحيث

¹ شوقي جلال، الشباب بين الموروث والواقع المتغير، المنار، ديسمبر، 1987، ص75.

ينسون فيه أنماط حياتهم وقيمهم الموروثة وتقاليدهم الخاصة، ويخسرون سمعتهم القومية ويمزقون بين ماضيهم وحاضرهم.

فالغزو الثقافي إذن يستهدف ثقافات وحضارات الشعوب بفرض الحصار الفكري والحضاري للشعوب وخاصة الشباب، وذلك بتفتيت قيمهم وممارساتهم السلوكية فيخلق بذلك آثار على مستوى أفكار وممارسات الشباب.

- يترك الغزو الثقافي الأجنبي عن طريق قنواته الرئيسية المتمثلة في (وسائل الإعلام الجماهيرية وكذلك الاحتكاك الحضاري المباشر وتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تعتبر مصدرا فعالا في انتشار وزيادة حدة الغزو الثقافي، لأنها سهلت عملية التفاعل واستقبال الثقافات الأخرى والإطلاع عليها) آثاره السلبية في قيم وممارسات الشباب العربي، ذلك أنه يحمل الشباب التحلي عن القيم الإيجابية كالصدق، والأمانة، والعفة والنزاهة والتدين والشجاعة والثقة العالية بالنفس والتعاون والصراحة والعدالة والحشمة... الخ

كما يقوده بأساليبه الخبيثة والملتوية إلى اعتماد القيم الضارة والهجينة¹ والدخيلة كالكذب والنفاق والنميمة والتزوير والتحيز والطائفة والإقليمية والتخنت والتبرج والتعالي وحب الذات والأنانية... هذه القيم السلبية التي تصدع شخصياتهم وتقتل طموحاتهم وتسيء إلى تكيفهم واستقرارهم في المجتمع، بحيث تأثر على سلوك وممارسات الشباب، كما أن هذا الغزو مخطط له من قبل جهات معينة ومستهدف فيعتمد مخطوط ومهندسو حملات الغزو الثقافي الأجنبي يحلم الشباب على القيام بأفعال وممارسات تسهم في هدم البناء الاجتماعي للمجتمع العربي الإسلامي، وتحدي وجوده والنيل من حضاره ومستقبله، ولعل من أهم ما يؤديه الغزو الثقافي الأجنبي في تخريب سلوك الشباب والإساءة إليه وتصديق عناصره البنيوية اتجاه الدين وعدم الالتزام بفروضه مع الترفع على العروبة والإسلام، ونقل الغرب وإتباع طرق الدعارة والفساد والاختلاط الحر مع النساء وعدم احترام الآخر والتطاول عليهم... الخ، وبهذا فإن الغزو الثقافي الأجنبي يؤثر سلبا على قيم الشباب العربي، وعندما يؤثر الغزو الثقافي في قيم ومبادئ ومعتقدات الشباب فإنه حتما يؤثر في سلوكهم تأثيرا سلبيا نظرا للعلاقة الوثيقة بين المبادئ والقيم والمعتقدات والسلوك، ومثل هته الممارسات اللااخلاقية تفوض أركان المجتمع وتصدع كيانه وتخل بأمنته القومي².

¹ إحصان محمد حسن، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 16-

.17

² المرجع نفسه ، ص59.

وفي هذا الصدد يؤكد الدكتور حسن أن الموقف من الغرب تحول إلى استلاب وتقليد أعمى وبذلك فقد اتصفت نزعة التغريب ب: اعتبار الغرب النمط الأول لكل تقدم حضاري وكذلك النظر إلى الغرب كمثّل للإنسانية جمعاء، بحيث تكون أوروبا الحلقة المركزية فيه¹. ولهذا أصبح من الضروري مواجهة المظاهر السلوكية التي يتحلى بها الشباب المتأنيّة من حملات الغزو الثقافي التي تقوم الأوساط الأجنبية ومن طبيعتهم غير المستقرة والمتحولة، وذلك عن طريق:

- حث الشباب من خلال الجماعات المرجعية أو المؤسسية كالأسرة والمدرسة وقادة المجتمعات المحلية على التمسك بالقيم والممارسات الاجتماعية الايجابية المنبعثة من التراث العربي الإسلامي كالصدق والإخلاص والتواضع والصراحة والإيثار وحب العمل الجماعي والثقة بالنفس... إلى غير ذلك مع الحث عن الابتعاد عن مختلف الممارسات السلبية.

- العمل على تضيق الفجوة الذهنية والتفكيرية والقيمية بين جيل الشباب وجيل الكبار.

- استيعاب جوهر الحضارة الغربية المتطورة الذي يتجسد في الإنجازات العلمية والتقنية الكبيرة لهذه الحضارة.

- مبادرة القادة والمسؤولين في الأقطار العربية بمحاربة المشكلات الاجتماعية والمادية والثقافية التي يعاني منها الشباب في المرحلة الراهنة كالفقر والبطالة والجهل والامية والإدمان والجريمة... عن طريق معرفة أسبابها ونتائجها ومعالجتها على نحو علمي هادف.

رابعاً: خروج المرأة للعمل

تمثّل المرأة في المجتمع الجزائري نسبة لا يستهان بها وعاملاً مهماً في التنمية من خلال خروجها لميدان العمل واقتحامها لعدد المجالات التي كانت في الماضي حكراً على الرجل أو لم يمكن المجتمع ليسمح لها بممارسة نشاطات معينة، لكن مع التغيير الاجتماعي الحاصل في بنية المجتمع الجزائري ثم التنازل عن تلك الرمزيات الاجتماعية المرتبطة بالنسق المحلي، وأصبح مسموح للمرأة تولي عديد المهام والمهن كالمقاولات والأعمال الحرة، وتولي مهام سامية في الإدارة الأمر الذي مكنها من التحرك اجتماعياً في المجتمع واكتسابها لمكانة اجتماعية رفيعة والاستقلال بذاتها دون مساعدة الرجل.

¹ حسن محمد حسني، الغزو الثقافي والمجتمع الغربي المعاصر، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، مصر، 1994، ص220.

ومن جهة أخرى فإن اشتغال الزوجان يزيد من وقوع الصراع بين الزوجين تقصيرها في واجباتها المنزلية تجاه زوجها وأبنائها واحتياجاتهم.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن خروج المرأة للعمل كانت لها دوافع من بينها، حاجة المرأة الملحة والشديدة إلى كسب قوتها بنفسها أو إلى حاجة أسرتها على دخلها والاعتماد عليها، كما أنها قامت بكسر وتحطيم العادات والتقاليد التي تحكم المجتمع وتلك النظرة السلبية للمجتمع تجاه المرأة، وكذلك حب الظهور والحاجة¹ إلى الانتماء وتحقيق الذات وشعور المرأة بإنسانيتها وبمكانتها في المجتمع وتطورت تلك النظرة القديمة إلى المرأة التي كانوا يقرون بأن دورها هو تربية الأبناء والاعتناء بشؤون البيت فقط، فتعلم المرأة أدى إلى تحررها تدريجياً من سيطرة الرجل وبث فيها وعياً واضحاً بذاتها ومركزها ومكانتها ودورها في المجتمع.

8- نماذج عن القيم الجديدة الوافدة:

- **الانبهار بالغرب:** تكريس وشيوع شعور الانبهار بالغرب بين الشباب من خلال تقديم صورة مشرقة بأساليب فنية عن الغرب، وأساليب الحياة وأنماط المعيشة في مجتمعاته، وصيغ ومجالات العمل في مؤسساته المختلفة وتستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي والسنما والتلفزيون والصحافة... من الأدوات التي نستعين بها للتوجه للشباب بقصد إشاعة الانبهار في نفوسهم.

- **الاهتمام بالمظهر:** دفع الأفراد إلى الاكتفاء بالمظاهر واتخاذها مقياساً للتقدم والتنمية والتحديث، مع شيوع المظهرية في كل جانب من جوانب حياة المجتمعات النامية، ابتداءً من ارتداء الثياب البراقة إلى استخدام الأجهزة التقنية الحديثة والمتطورة.

- اكتساب رموز خاصة من الثقافة الأجنبية عن طريق احتكاكهم بالثقافات الأجنبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وتتمثل في: موديلات الملابس وقصات شعر الرأس وحلق الدقن وغيرها... وهذه الأزياء والمظاهر والسلوك التي تبدو غريبة للكبار وغير متفقة مع قيمهم في النظافة والجمال والسلوك المهذب، هي تعبير عن قيم جديدة وتأكيد للاختلاف بينهم وبين جيل الكبار، بل هي محاولة لتدعيم الهوية والفجوة التي تفصل بين الجيلين².

¹ إحسان محمد الحسن، علم اجتماع المرأة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2008، ص67.

² المرجع السابق: تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، ص55.

- ومن ناحية ثانية موسيقى الشباب وفنونهم الأخرى التي تؤكد عليها حملات الغزو الثقافي الأجنبي، وتصدر عن قيم تختلف عن قيم الكبار، وتأخذ في التعبير عنها أشكالاً تثور على القوالب التي تتشكل فيها فنونهم، فالموسيقى والرقصات كلها سريعة صاخبة سريعة الإيقاعات إلى درجة الجنون، وبهذا فهي تمثل رفضاً للزرعة العقلانية الشكلية والجادة التي يفرضها عليهم أو يطلبها منهم الكبار.

- ومن جهة أخرى يعبر بها الشباب عن تفتحهم للحياة بالتحلل من ضغوطها التي تخلها قيمهم الأصلية، كما أن مضمون هاته الأغاني أكثر إثارة وجراً من الأغاني التراثية بل وتصل أحياناً لحد كونها فاضحة.

- **القيم الاستهلاكية:** من خلال استهلاك السلع الكمالية وصرف المبالغ الضخمة عليها من خلال زرع صفة التبذير والاستهلاك المظهري عند أبناء البلدان النامية لاسيما العربية لكي تستنفذ هذه البلدان مواردها وثروتها معتمدة في وجودها على البلدان الصناعية المتقدمة.

- **التذبذب الفكري:** قد طرحت مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام بالوسائل الجديدة على المجتمع العربي والإسلامي العديد من الأفكار والأيديولوجيات الغربية الوافدة من الخارج ولما كانت يروج الأفكار الغربية والأجنبية وتعط من شأن الأفكار العربية الأصيلة، فإن الشباب وجد نفسه عرضة للتيارات الفكرية المتقاطعة بعضها مع بعض، مما ولد عنده حالة من التذبذب الفكري وطمس الثقافة القومية وتشويه الذات العربية¹.

حب الذات: أن الصفات والقيم الاجتماعية الوافدة الجديدة التي حملتها لنا تكنولوجيا والعولمة بالوسائل الجديدة هي حب الذات في نفوس الشباب في المجتمع الغربي، ذلك أن الأنانية لا تقود إلى الفردية الانطوائية والعزلة الاجتماعية فحسب بل تقود أيضاً إلى سعي الفرد لتحقيق أهدافه وطموحاته الذاتية التي تتقاطع كل التقاطع مع المصلحة الجماعية والصلح العام، وأمر كهذا يؤدي إلى الفرقة والانقسام وشيوع المنافسة الهدامة بين الأفراد وانعدام الروح الجماعية التي تعد بمثابة الحجر الأساس لتحقيق الوحدة القومية والوطنية، والأناني لا يعترف إلا بمصالحه الشخصية ويعمل دائماً لتحقيقها حتى لو لم تكن بطريقة مشروعة وقانونية وتتناقض مع الأعراف والتقاليد والقيم الأخلاقية.

- التحرر من الضوابط والقيود الخاصة بنظم الأسرة والزواج والقرابة والتفاعل بين الجنسين، وتحرر العلاقات الاجتماعية بين الجنسين وتنزع إلى الاستخفاف بنظام الزواج إذ تنتهمهم بالرجعية وضيق الأفق،

¹ المرجع السابق: تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي ، ص57.

ولهذا شهدنا تفتح الشباب على القيم الغربية من خلال تفتحه لإقامة علاقات عاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة التي أصبحت تتجسد على أرض الواقع، وهذا يتناقض مع الضوابط الاجتماعية والشرعية المحددة لنظام الزواج¹.

¹ المرجع السابق: تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي ، ص 94-96.

خلاصة:

إن التطور السريع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدى إلى إحداث زعزعة في قيم الشباب باعتباره أكثر المراحل العمرية استهلاكاً للتكنولوجيا، وذلك من خلال ما يقدمه هذا التطور من مواد إعلامية مختلفة، التي غالباً ما تكون مخالفة لما هو سائد في المجتمع من عادات وتقاليد وقيم، حيث أصبحت المعلومة تتدفق في كل الاتجاهات، وأصبح يصعب على الشباب مراقبتها واختيار أحسن منها، والدفاع عن قيم في ظل القيم الغربية الوافدة، فبات يصعب على الشباب مراقبته واختيار الأحسن منها، والدفاع عن قيمه في ظل القيم الغربية الوافدة، أصبح الشباب في العصر الحاضر عبيداً لما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من برامج ومحتويات، كما أنه أصبح يقلد كل ما يشاهده عبر هذه الوسائط من سلوكيات وعادات وتقاليد، سواء كانت مفيدة أو مضرّة له، ذلك تحت شعار الموضة والتفتح ومواكبة تطورات العصر وهذا ما أدى إلى ظهور انعكاسات على قيم الشباب من خلال اكتسابهم لقيم جديدة دخلية على المجتمع.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: مجتمع الدراسة

ثالثاً: مجتمع البحث وعينته

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: أساليب تحليل البيانات

خلاصة الفصل

تمهيد

إن تحديد الإجراءات المنهجية للدراسة وخصوصا في الدراسات الاجتماعية مهم في الربط بين جوانب الدراسة من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية، وعليه فالجانب الميداني هو تدعيم للجانب النظري، لذلك سنتطرق في هذا الفصل لمختلف الإجراءات المنهجية للدراسة بداية بتحديد مجالات الدراسة، ثم المنهج المستخدم فيها إضافة إلى العينة وطريقة ضبطها، أدوات جمع البيانات وأسس اختيارها وصولا إلى أساليب التحليل التي سنعتمدها من أجل تحليل النتائج المتوصل إليها.

1 - مجالات الدراسة:

لكل دراسة مجالات لابد من تحديدها وإبرازها وهذه العملية خطوة أساسية في كل بحث علمي وتتوقف هذه الدراسة على ثلاث مجالات هي:

أ- المجال المكاني :

ويقصد به الإطار المكاني الذي أجريت فيه الدراسة، وقد تم إجراء دراستنا هذه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى جامعة جيجل، والتي تقع في بلدية الأمير عبد القادر والمنطقة العمرانية بتاسوست، يحدها من الغرب مدينة جيجل ومن الجهة الشمالية كل من السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43 ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، تبلغ مساحتها 39,8 هكتار، تضم أربع كليات وهي كلية الآداب واللغات وكلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير وكذا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ب- المجال الزمني :

ويقصد بالمجال الزمني المدة الزمنية المستغرقة في إنجاز موضوع الدراسة والتي تمت من خلال المراحل التالية :

- **المرحلة الأولى :** في أواخر ديسمبر تم طرح الموضوع على الأستاذ المشرف وبعد إطلاعه وموافقته عليه وقبول العناوين على قسم علم الاجتماع في شهر جانفي قمنا بداية بجمع المعلومات والمراجع والوثائق بهدف الإحاطة النظرية بموضوع الدراسة، كما قمنا باختيار المكان لإجراء وتطبيق الدراسة.

- **المرحلة الثانية:** امتدت من أواخر شهر جانفي إلى منتصف شهر أفريل وقد قمنا في هذه المرحلة ببناء الإطار المنهجي للدراسة وكذا الجانب النظري.

- **المرحلة الثالثة:** امتدت من أواخر أفريل إلى غاية 20 ماي قمنا ببناء الاستمارة وبعد ذلك توزيعها على عينة الدراسة المتمثلة في الطلبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ليتم بعد ذلك تخصيص الوقت المتبقي من أجل تفرغ الاستمارة وتحليلها وتفسيرها واستخلاص نتائج الدراسة ثم إخراجها بشكل نهائي.

ج- المجال البشري:

يقصد به مجتمع الدراسة أو العينة المختارة حيث اخترنا طلبة الدكتوراه وطلبة السنة الأولى ماستر علم الاجتماع من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية حيث بلغ عددهم الإجمالي 867 طالب وطالبة ليكونوا محور دراستنا الميدانية والموزعين كآلاتي :

- طلبة السنة الأولى ماستر وعددهم 802 طالب وطالبة.

- طلبة الدكتوراه وعددهم 65 طالب وطالبة.

2- منهج الدراسة:

يعتبر تحديد المنهج خطوة جد مهمة في أي دراسة أو أي بحث علمي كون ذلك يسمح للباحث رسم الطريق الذي يسمح به بالوصول إلى نتائج قيمة ويعرفه عبد الرحمان بدوي بقوله " المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".

كما يعرف أيضا : أنه مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات المنهجية التي يستعين بها الباحث في تنظيم النشاط الذي يقوم به من أجل التقصي في الحقائق العلمية أو الفحص الدقيق لها.⁽²⁾

إن موضوع البحث هو الذي يفرض على الباحث استخدام منهج معين دون غيره، لذلك تختلف المناهج باختلاف المواضيع، وحتى يتمكن الباحث من دراسة موضوعية ودراسة علمية، فإن تحديد المنهج المتبع في البحث يعتبر خطوة هامة وضرورية، ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا إرتأينا استخدام المنهج الوصفي التحليلي التفسيري لأنه الأنسب والأكثر ملائمة لموضوع دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي وعليه يعرف المنهج الوصفي على أنه كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر يقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها.⁽³⁾

(2) علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية " الأساليب والتقنيات الأساسيات"، إدارة المطبوعات والنشر، ط1، بنغازي، ليبيا، 2008، ص14.

(3) أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص287.

ويعرف كذلك أنه منهج علمي يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة على أن تكون عملية الوصف تعني بالضرورة تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفاصيله.⁽¹⁾

وقد اعتمدنا عليه لأسباب نذكر منها:

- كون المنهج لا يكتفي بمجرد الوصف بل يتعداه إلى التحليل والتفسير ومن ثم الفهم، استتطاق البيانات التي تم جمعها أو إعطائها تفسيرات سوسولوجية من شأنها أن تساعد في الإجابة عن تساؤلاتنا.
- أنه يسمح باستخدام العديد من أدوات البحث، والتي يمكن من خلالها الحصول على إجابات عن تساؤلات الدراسة.
- تقديم التفسيرات والتحليلات للظواهر المختلفة بما يساعد الباحث على فهم العوامل المؤثرة في الظاهرة.

3- مجتمع البحث وعينه:

إن مرحلة تحديد المجتمع الأصلي للدراسة من الخطوات المنهجية الجد مهمة وهي تتطلب الدقة البالغة من قبل الباحث كونها تتوقف عليها الإجراءات البحثية للدراسة وكفاءة ودقة نتائجها، حيث يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "المجموعة الكلية التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة".⁽²⁾

وإنطلاقا من موضوع دراستنا المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي، إذن فيتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في مجموع طلبة (السنة أولى ماستر تخصص علم إجتماع وطلبة الدكتوراه) بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والتي يستخدم طلبة هذه الكلية مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك، ونظرا لصعوبة تطبيق هذه الدراسة مع كافة مفردات مجتمع الدراسة، قمنا باللجوء إلى أسلوب المعاينة الذي يكتفي بعدد محدود من أفراد المجتمع الأصلي، فقد إعتدنا على عينة البحث التي تمثل المجتمع الكلي للدراسة.

(1) أحمد عياد ، مدخل المنهجية البحث الإجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2009، ص61.

(2) موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص298.

إذن تعرف العينة بأنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلالها هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع الكلي".⁽¹⁾

وتعتبر مرحلة تحديد العينة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، وبالتالي طبيعة الموضوع المتناول هي التي تفرض على الباحث أسلوبا معيناً لإختيار العينة، وعليه قمنا بإختيار العينة القصدية، فالعينة القصدية: "هي العينة التي يقوم فيها الباحث بإختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بإقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا".⁽²⁾

كما تعرف أيضا: "بأنها العينة غير إحصائية، يقوم الباحث بإختيار هذه العينة إختيار حرا على أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها".⁽³⁾

وقد إختارنا هذا النوع من العينات دون غيره من الأنواع الأخرى نظرا لعدم وجود قوائم إحصائية تحدد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي، كما أن طبيعة دراستنا المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي تفرض علينا قصد المفردات التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة لحجم العينة فقد إعتمدنا على عينة قصدية قدرت بنسبة 10% من العدد الإجمالي لطلبة أولى ماستر والدكتوراه ، فبالنسبة لطلبة السنة أولى ماستر قدر عددهم ب 802 وطلبة الدكتوراه 65 طالب وطالبة، وقد قمنا بحساب عينة الدراسة كالتالي :

$$x = \frac{8 \times 1}{1} = 87$$

ثم توزيع 87 إستمارة على أفراد العينة المتمثلين في طلبة السنة الأولى تخصص علم الاجتماع ، وطلبة الدكتوراه من جميع تخصصات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

(1) محمد زيدان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص83.

(2) أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص197.

(3) أحمد حسن الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية وإقتصادية، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2005، ص24.

ويرجع سبب اختيار طلبة السنة الأولى ماستر والدكتوراه لعدة إعتبارات نوجزها في ما يلي :

- بالنسبة لطلبة السنة الأولى ماستر لكثرة عددهم وتوفرهم في الجامعة وبالتالي سهولة الوصول إليهم.

- أما بالنسبة لطلبة الدكتوراه فيعود سبب اختيارهم هو رفع مستوى الإجابات.

4- أدوات جمع البيانات:

إن مرحلة جمع البيانات من أهم مراحل البحث العلمي وتتم هذه العملية عن طريق جمع المعلومات أو البيانات المناسبة للدراسة وذلك عن طريق الوسائل والأدوات التي لها دور كبير في دقة المعلومات ومصداقية النتائج، ويتم اختيار هذه الأدوات لجمع البيانات وفقا لموضوع الدراسة والمنهج وطبيعة العينة، وقد استخدمنا في دراستنا الاستمارة والملاحظة.

أ- **الملاحظة** : تعتبر من أساليب جمع المعلومات في البحث العلمي وهي من أهم الأدوات إذ أنه لا يمكن إجراء أي دراسة أو بحث دون الانطلاق بالملاحظة، إذن فالملاحظة هي : " عبارة عن عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، ومتابعة سيرها واتجاهها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف يقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته".⁽¹⁾

وقد اعتمدنا في دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي على الملاحظة البسيطة والمباشرة، ويعرفها بلقاسم السلطانية : " أنها يقوم فيها الباحث بملاحظة سلوك الأفراد والجماعات عن كثب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به الجماعة موضع الملاحظة فهي لا تتضمن أكثر من النظر والاستماع ومتابعة موقف إجتماعي معين"⁽²⁾، إذن فهي المشاركة الواقعية لمشكلة الدراسة فقد إعتدناها في أبسط صورها وليس كأداة منهجية تتبع فيها جميع خطواتها وذلك من أجل جمع بيانات حول السلوك الفعلي للمبحوثين في المواقف الواقعية، وهذا ما مكننا من الحصول على بعض التفسيرات التي سنستخدمها فيما بعد في تحليل النتائج تحليلا علميا دقيقا، من خلال ملاحظة التصرفات

(1) ربيعي مصطفى عليان ، أساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2010، ص156.

(2) بلقاسم السلطانية ، حسان الجيلالي منهجية العلوم الإجتماعية، دار الهدى للنشر والتوزيع، ط1، عين مليلة، الجزائر، 2004، ص273.

والتفاعلات التي يقوم بها الأفراد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيمهم الاجتماعية والثقافية مما أدى إلى حدوث فجوة على مستوى هته القيم، وقد ساعدتنا الملاحظة على معرفة ردود فعل المبحوثين، فباعتبار ميدان دراستنا هو المحيط الجامعي الذي نعتبر نحن جزء منه ومتواجدين فيه بشكل كبير فقد قمنا بملاحظة طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تعتبر أيضا الكلية التي ندري فيها مما سهل علينا الملاحظة بشكل أكبر ومن خلال دراستنا الميدانية فقد سجلنا أهم الملاحظات :

- فقد لاحظنا أن الشباب الجامعي يقوم بإستهلاك مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير .

- كما لاحظنا أن بعض الشباب يفضلون الجلوس بمفردهم دون الإختلاط مع الطلبة وتفضيل استخدام الهاتف والدرشة أو الهروب للعالم الافتراضي.

- لاحظنا كذلك أن بعض الشباب متأثرين بشكل كبير ببعض المشاهير من خلال تقليدهم في اللباس وقصات الشعر وفي طريقة الكلام، وهذا راجع إلى ما أحدثته هته المواقع من تغيير على مستوى قيمهم الثقافية.

- ومن الملاحظات المهمة والتي لفتت إنتباهنا كذلك إقبال الشباب على بعض الأعمال الخيرية، كالتعاون مع عاملي النظافة في تنظيف المحيط الجامعي وكذلك التبرع بالدم وهذا من خلال إعلان هته النشاطات على مواقع التواصل الإجتماعي.

ب- الاستمارة : هي إحدى أدوات جمع البيانات الأكثر إستخداما وأكثرها شيوعا في البحوث الاجتماعية ويرجع ذلك إلى الميزة التي تحققها هذه الأداة سواء بالنسبة لإختصار الجهد أو التكلفة، أو سهولة معالجة بياناتها إحصائيا.

ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا، الذي يتناول مواقع التواصل الاجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي، فقد اخترنا الاستمارة لأنها الأنسب للعينة التي اخترناها، كما تعتبر الأداة الأكثر ارتباطا بالمنهج الوصف الذي نعتمده في دراستنا.

كما يعرف أيضا : " أنه من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في

المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل دون غيره على البوح بها⁽¹⁾ لإثبات صدق رفض أو رفضه.⁽²⁾

وتعرف كذلك: " بأنها مجموعة من الأسئلة المقننة مغلقة أو مفتوحة، توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على بيانات ومعلومات حول قضية معينة وإتجاه معين، حيث تدور الأسئلة حول موضوع الدراسة بصورة مباشرة أو غير مباشرة".⁽³⁾

إن الاستمارة الإستبائية هي الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من المبحوث، والاستمارة الإستبائية تحتوي عادة على مجموعة أسئلة بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة وبعضها يتعلق بالحقائق والبعض الآخر يتعلق بالآراء والمواقف وبعضها عام والآخر متخصص.

وقد قمنا بصياغة أسئلة الاستمارة ثم عرضها على الأستاذ المشرف، حيث قدم لنا ملاحظات حوله مع إعطاء بعض الإقتراحات بغرض التعديل فيها والتنسيق مع الأستاذ المشرف تمت الصياغة النهائية للاستمارة، وقد تضمنت ثلاثة محاور رئيسية وذلك حسب ما تطلبه موضوع الدراسة وهي :

- **المحور الأول :** ينقسم إلى قسمين : بيانات شخصية وأنماط وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثاني :** الفايبيوك وتحولات القيم الثقافية المحلية لدى الشباب الجامعي.

- **المحور الثالث :** الفايبيوك والعادات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

وقد مر الإستبيان هذه الدراسة بمجموعة من المراحل للوصول إلى الإستبيان الأكثر ملائمة للشباب، وتمثلت هذه المراحل التالية :

< **مرحلة الصياغة الأولية:** وتمت هذه المرحلة بناء على التساؤل العام والتساؤلات الفرعية لتحقيق الأهداف المرجوة والمعبرة عن كل تساؤل.

(1) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص220.

(2) ناجح رشيد القادري، محمد عبد السلام البواليز، مناهج البحث الاجتماعي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2004، ص204.

(3) عبد الله عامر الهاملي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة فار يونس، ط1، ليبيا، 2003، ص141.

< مرحلة التجريب : حيث قمنا بتطبيق الإستبيان على مجموعة من الشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي بلغ عددهم 10 شباب، وذلك لمعرفة مدى تناسب أسئلة الإستبيان مع أفكارهم وأخذ تصور أولي عن طبيعة إجاباتهم، وهذا ماسمح لنا بإجراء تعديلات بصفة نهائية.

ومن بين التعديلات التي قمنا بها على مستوى أسئلة الاستمارة تمثلت في :

❖ قمنا بحذف السؤال رقم 15 الذي صغناه كالآتي :

- ما طبيعة المنشورات المتعلقة بالثقافة المحلية عبر صفحتك على الفايسبوك ؟

فأغلب المبحوثين الذين تم تجريب عليهم الاستمارة لم يقوموا بالإجابة على التساؤل، ربما لعدم فهمهم لطبيعة السؤال قمنا بحذفه.

❖ السؤال رقم 17 قبل التعديل تمت صياغته كالتالي:

- ما طبيعة الأغاني التي تتابعها عبر صفحتك على الفايسبوك ؟

وكانت أغلب الإجابات : الأغاني الغربية لكننا أردنا أن نعرف طبيعة الأغاني المحلية المتابعة من طرفهم على الفايسبوك فتم تعديله كالآتي :

- ما طبيعة الأغاني المحلية التي تتابعها عبر صفحتك على الفايسبوك ؟

ولذلك فقد توصلنا إلى الإجابات المرغوب فيها.

❖ كما تم تعديل السؤال رقم 21 الذي تمت صياغته قبل التعديل كسؤال مفتوح بدون إختيارات فلم نتوصل إلى الإجابات والنتائج التي تخدم الفرضية فقمنا بإضافة إختيارات.

❖ السؤال رقم 38 حيث قمنا بطرح التساؤل بدون طلب تقديم تفسير على إجاباتهم والسؤال كالتالي :

- هل ترى أن تفاعلك مع محتوى الفايسبوك قد أثر في :

أفكارك معتقداتك سلوكياتك

5- أساليب تحليل البيانات:

يعتمد أغلبية الباحثين في مختلف دراساتهم على أسلوبين من التحليل الإحصائية، ذلك من أجل تحقق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي قد تم جمعها من خلال أداة جمع المعلومات، وهذين الأسلوبين التحليل الكمي، وأسلوب التحليل الكيفي، مكملا لبعضهما وخاصة في البحوث الاجتماعية :

أ- الأسلوب الكمي : وقد إستخدمنا الأسلوب من خلال تكميم المعطيات والأجوبة المتحصل عليها من خلال إستمارة البحث، حيث تم حساب عدد الإجابات حسب الأسئلة، ثم حساب نسبتها المئوية في الجداول.

ب- الأسلوب الكيفي : إستعملنا أسلوب التحليل الكيفي من خلال محاولة ربط البيانات المتحصل عليها من خلال إستمارة البحث بالأطر النظرية المعرفية حول الظاهرة موضوع الدراسة، ومحاولة فهمها وتفسيرها والتعليق عليها في إطار سوسيولوجي.

خلاصة الفصل:

وفي الأخير يمكن القول بأن هذا الفصل قد جاء كتمهيد لعرض الدراسة، فقد تم التطرق من خلاله إلى مجالات وتعريف البحث والمنهج الذي اعتمدها في الدراسة، كما تم التطرق إلى التعريف بأدوات البحث التي استعملت في جمع البيانات والمتمثلة في استمارة استبيان، والملاحظة العينية، وأساليب تحليل البيانات المعتمدة في تحليل النتائج بغرض تسهيل تفسيرها، وبالتالي اختبار صحة فرضيات الدراسة.

الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات ومناقشة

النتائج

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل البيانات الميدانية

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة وتحليلها سوسيولوجيا

ثالثاً: النتائج العامة

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد تعرضنا في الفصول السابقة لكل ما يتعلق بالجانب النظري وضبط الإجراءات المنهجية للدراسة، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية التي تعتبر الجزء الأكثر أهمية في البحوث الاجتماعية والإنسانية، من خلال الإجراءات المنهجية التي تعد مجموعة من الأساليب والطرق العلمية المتبعة في دراسة مكتبة علمية، فهذا من أجل إثبات صحة أو خطأ فرضيات الدراسة، إلى نتائج ملموسة.

أولاً : عرض وتحليل البيانات الميدانية :

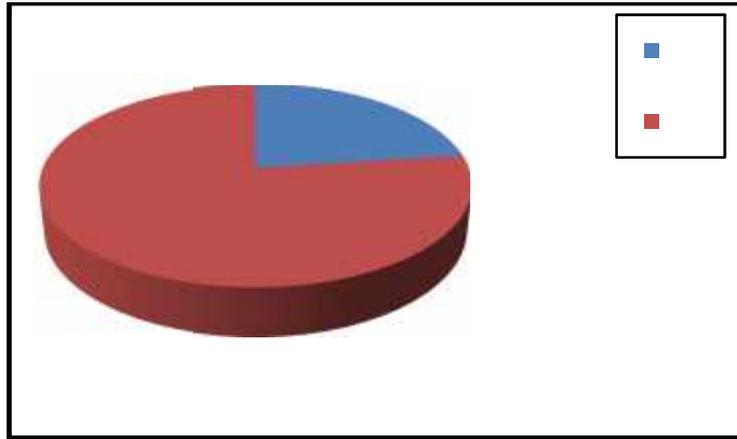
المحور الأول:

I- البيانات الشخصية:

الجدول (1): جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة %	التكرار	الجنس
22,99	20	ذكر
77,01	67	أنثى
100	87	المجموع

الشكل رقم (2): جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.



من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، نلاحظ أن أعلى نسبة سجلت في متغير الإناث قدرت بـ 77,01% مثلت 75 مفردة من مجموع أفراد العينة، وهي الفئة التي أخذت الحيز الأكبر في دراستنا مقارنة بنسبة الذكور التي مثلت 22,99% مقدرة بـ 20 مفردة، وسبب هذا التباين في النسب يعود إلى أن الزيادة الديمغرافية في عدد الإناث وكذلك يعود إلى تأنيث الجامعات الجزائرية التي أغلبها تتواجد فيها فئة الإناث أكبر من الذكور وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات وهذا ما لاحظناه في عدد المسجلين في طور الماستر فأغلب المسجلين كانوا من جنس الإناث، كما أن أغلب الذكور يفضلون التخصصات العلمية التي يجدون من خلالها ضالتهم المعرفية لكونهم متفوقين في ميدان

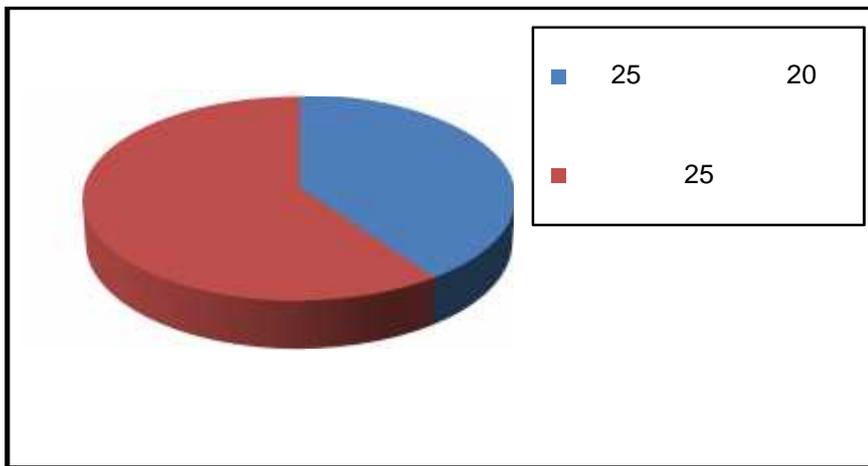
العلوم خاصة الحاسب والإعلام الآلي، على عكس الإناث اللواتي يفضلن أكثر التخصصات الأدبية وخاصة ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ومنه نستنتج أن الإناث أكثر تواجدا في الجامعة عامة والماستر والدكتوراه خاصة، كون الإناث لديهن رغبة في مواصلة الدراسة عكس الذكور يفضلون التوجه لعالم الشغل وهذا ما لوحظ أثناء جولتنا الإستطلاعية لموضوع الدراسة.

الجدول (2) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة	التكرار	
/	/	أقل من 20 سنة
40.23	35	من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة
59,77	52	25 سنة فما فوق
100	87	المجموع

الشكل (2): يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن



من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن، بحيث يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين فئة 25 سنة فما فوق بنسبة 59,77% مقدر بـ 52 مفردة، تليها فئة الشباب التي تتراوح

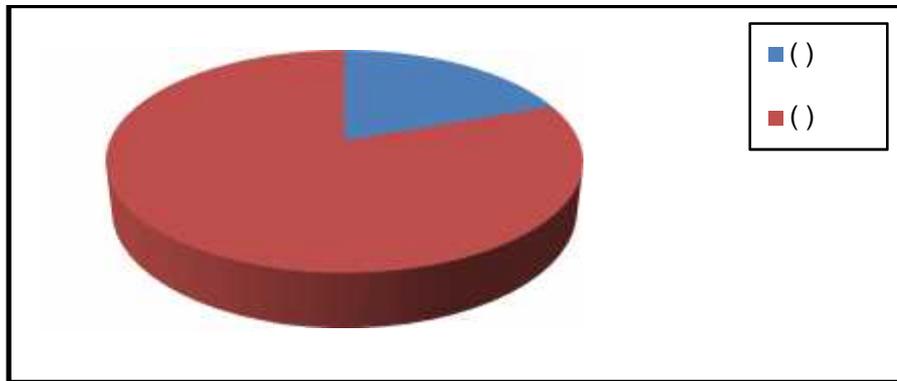
أعمارهم من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة يمثلون 35 مفردة بنسبة 40,23%, أما الفئة الأقل من 20 سنة فلا توجد نهائيا.

بحيث نفسر أن الفئة الأكثر تواجدا في مجتمع بحثنا هي فئة 25 سنة فما فوق هو أنه السن المناسب لأفراد العينة التي أجرينا عليها الدراسة وهي فئة الماستر والدكتوراه، بحيث أن جميع طلبة الدكتوراه أعمارهم فوق 25 سنة، أما السنة الأولى ماستر فقد انحصرت أعمارهم بين فئة 20 سنة إلى أقل من 25 سنة، وكذلك البعض منهم 25 سنة فما فوق بالإضافة إلى أن هذه الفئة هي الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك بحيث أن ظروف الدراسة والبحث العلمي تفرض عليه استخدام هذه المواقع من أجل التواصل والإطلاع على الأخبار و ومختلف الإعلانات التي تنشرها الصفحات الخاصة بالجامعة، وكذلك تعتبر الفئة الأكثر تطلعا على الثقافات الأخرى، كونهم في مرحلة الشباب التي بدورها تكون الفئة الأكثر تقبلا لكل ما هو جديد وحصري.

الجدول (3) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
19,54	17	متزوج(ة)
80,46	70	أعزب(ة)
/	/	مطلق(ة)
/	/	أرمل(ة)
100	87	المجموع

الشكل (4) : يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة الاجتماعية



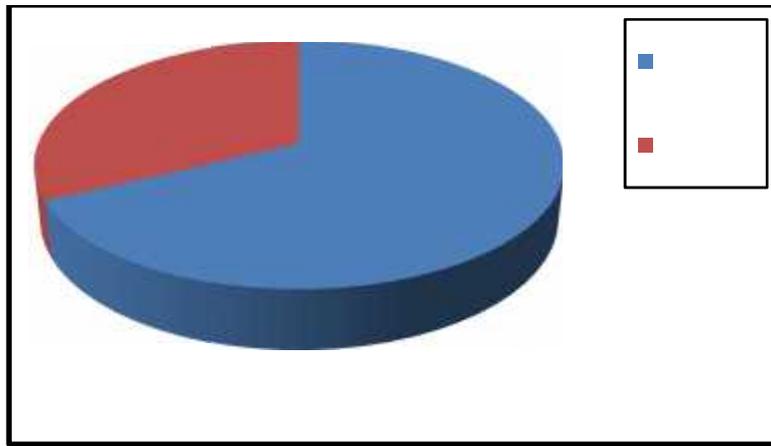
من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية، يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين عزاب وذلك بنسبة كبيرة جدا مثلت 80,46% مقدر ب 70 مفردة، بحيث أنها الفئة

الأكثر تواجدا في الوسط الجامعي، ويرجع سبب ذلك إلى أن الزواج مرتبط بالأبعاد الثقافية والاجتماعية لكل مجتمع ولكل فرد وكذلك إرتباطه بالبعد الاقتصادي لهؤلاء الشباب إذ يتطلب عليهم توفر الجانب المادي ولذلك يفضلون الحصول على وظيفة والاستقرار ماديا، وكذلك من أجل تحقيق ذاته وتنقيف نفسه، بحيث يكون اختياره لشريك حياته أنضج وأوعى وعلى أسس صحيحة، بحيث يكون قادرا على المسؤولية أما بالنسبة لمطلق وأرمل فهذه الفئة معدومة في مجتمع بحثنا.

الجدول (4) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
67,82	59	السنة أولى ماستر
32,18	28	دكتوراه
100	87	المجموع

الشكل (5) : يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.

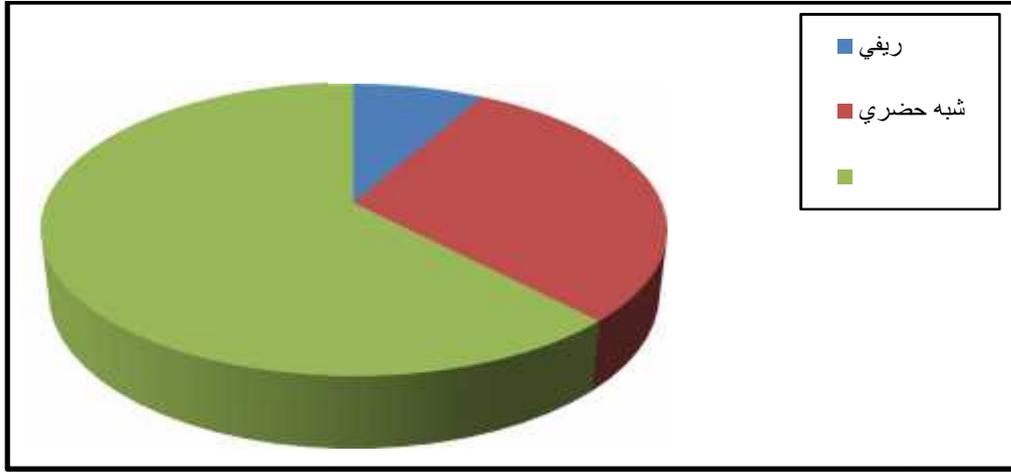


من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي يتبين لنا أن أكبر نسبة تتمثل في طلبة السنة أولى ماستر، وذلك بنسبة 67,82% مقدره بـ 59 مفردة، أما طلبة الدكتوراه فهم بنسبة 32,18% مقدره بـ 28 مفردة، ويرجع سبب هذا التباين في النسب وارتفاع نسبة طلبة السنة أولى ماستر إلى أن الماستر متاح للجميع لأي شخص يرغب فيه، وكذلك مقاعده كثيرة عكس طلبة الدكتوراه القليل عددهم وعدم تواجدهم بشكل كبير ودائم في الجامعة لأن الدكتوراه عملية انتقائية محددة بمقاعد بيداغوجية قليلة جدا لأنها تخضع لمسابقات من أجل المرور للدكتوراه، ومنه نستنتج أن الفئة الغالبة في دراستنا هي فئة السنة الأولى ماستر.

الجدول (5) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
62,07	54	حضري
29,88	26	شبه حضري
8,05	07	ريفي
100	87	المجموع

الشكل (6) : يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة



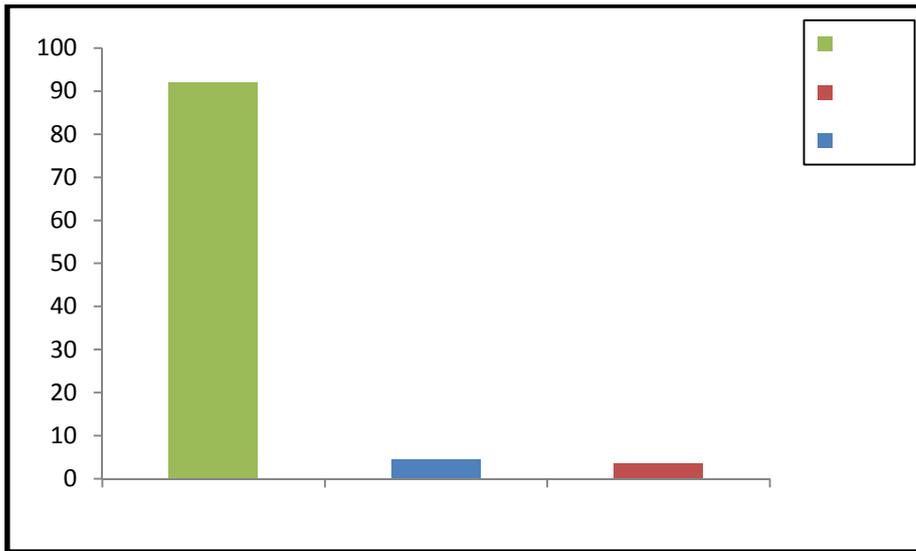
من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة، يتبين لنا أن أغلب المبحوثين مقيمين بالمناطق الحضرية وقد جاءت بنسبة 62,07%، وهي أكبر، نسبة مقدرة بـ 74 مفردة، تليها المناطق الشبه حضرية بنسبة 29,8% مقدرة بـ 26 مفردة، ويمكن إرجاع ذلك إلى الظروف الاجتماعية التي تهيئها المدينة من مختلف المنشآت التعليمية والترفيهية وتوفير أحسن لشروط العيش من تدريس ومواصلات، بالإضافة إلى انتشار شبكات التواصل والأنترنت على نطاق واسع في المناطق الحضرية والشبه حضرية، والتي تشكلت هذه الأخيرة من خلال إنشاء أحياء جديدة على ضواحي المدن أغلب سكانها من الأرياف، أما 8,05% من أفراد العينة مقدرين بـ 7 أفراد فقط التي تعتبر نسبة صغيرة جدا من يقيمون بالمناطق الريفية، وهذا راجع إلى توفر البنى التحتية المتعلقة بتكنولوجيا الإتصال في المدينة، والشباب لديه طموح كمواصلة التعليم في الجامعة من أجل التحصل على مراكز إجتماعية وثقافية بالنسبة للأسر والمجتمع وهذا ما يدعوهم إلى التوجه نحو المدينة، أما الريف لا يوفر لهم هذه الظروف بل

لا زالت بعض المناطق الريفية متشددة ومتعصبة وخاصة اتجاه المرأة وخروجها من أجل الدراسة والعمل بل يرغمهم على الزواج وعدم مواصلة دراستهم.

الجدول (6): جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأسرة

النسبة %	التكرار	طبيعة الأسرة
4,60	04	متشددة
3,45	03	متحررة
91,95	80	محافظة
100	87	المجموع

الشكل (7): جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأسرة



من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأسرة، يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة أسر محافظة بنسبة 91,95% والمقدرة بـ 80 مفردة، تليها الأسر المتشددة بنسبة 4,60% والمقدرة بـ 4 مفردة، في حين نجد الأسر المتحررة بنسبة ضئيلة جدا 3,45% والمقدرة بـ 3 مفردة.

ونلاحظ أن أعلى نسبة سجلت تبين لنا أغلبية المبحوثين ينتمون إلى أسر محافظة وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع الجيلي والذي لا يزال مجتمع محافظ بالرغم من التطور التكنولوجي و متمسك بثقافته وقيمه الأصيلة الموروثة عن الأجداد لكون المجتمع الجيلي مجتمع متشبث بهويته الثقافية وثوابته.

II- أنماط وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (7) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مدة استخدام الفايسبوك.

النسبة %	التكرار	مدة استخدام الفايسبوك
2,30	02	أقل من سنة
5,75	05	من سنة إلى أقل من سنتين
16,09	14	من سنتين إلى ثلاث سنوات
75,86	66	ثلاث سنوات أو أكثر
100	87	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب مدة استخدام الفايسبوك، يبين لنا أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك منذ ثلاث سنوات وأكثر بنسبة 75,86% والمقدرة بـ 66 مفردة تليها فئة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك من سنتين إلى ثلاث سنوات بنسبة 16,09% والمقدرة بـ 14 مفردة بينما نسبة 5,75% يستخدمونه من سنة إلى أقل من سنتين في حين نجد أدنى نسبة في الاستخدام كانت أقل من سنة بنسبة بلغت 2,30% والمقدرة بـ 2 مفردة.

وقد يفسر ذلك من خلال شهرة هذه المواقع وتطور خدماتها منذ إنشائها (فايسبوك 2004) بالإضافة إلى سهولة التسجيل فيها وسهولة التواصل من خلالها بالأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم بينما باقي أفراد العينة قد يرجع قصر مدة استخدامهم لها لقلة الوعي بخدماتها بالإضافة إلى الإنشغال بأمر أخرى ومنه نستنتج أن الفئة الغالبة في دراستنا هي الفئة الذين يستخدمون الفايسبوك منذ ثلاث سنوات وأكثر بنسبة 75,86%.

الجدول (8) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب عدد ساعات إستخدام الفايسبوك.

النسبة %	التكرار	عدد ساعات استخدام الفايسبوك
25.29	22	أقل من ساعتين
33.32	29	من ساعتين إلى أربع ساعات
41.39	36	أربع ساعات فأكثر
100	87	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب عدد ساعات إستخدام الفايسبوك يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك من أربع ساعات فأكثر بنسبة 41.39 % مقدرة ب 36 مفردة , تليها من ساعتين لأربع ساعات بنسبة 33.33 % مقدرة 29 مفردة , تليها من ساعتين لأربع ساعات بنسبة 25,29 % مقدرة ب 22 مفردة .

ويمكن تفسير النسب المرتفعة لمستخدمي الفايسبوك من أربع ساعات فأكثر، لكون الفايسبوك يعتبر من المواقع الهامة في تكنولوجيات الإتصال الحديثة، حيث يعتمد عليها الطالب الجامعي في تمكنه من الإطلاع على ما يحفل به موقع فايسبوك من الجديد يوميا لتجعله مواكبا لمختلف المستجدات التي تطرأ في مختلف الأصعدة العلمية والثقافية والاجتماعية، والتواصل كذلك مع الأهل والأصدقاء ومختلف المعارف وبذلك يأخذ منهم وقت طويل لايشعرون بمروره، أما بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يستعملون الفايسبوك لأقل من ساعتين، فقد يعود ذلك لعدم إعطائهم أهمية كبيرة لهذا الموقع ويفضلون التواصل مع الأشخاص في الواقع أفضل .

ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة يقضون أكثر من أربع ساعات في تصفح واستخدام الفايسبوك وذلك لما يحقق لهم من إشباعات معرفية وثقافية واجتماعية وكذا عاطفية، وهذا ما جاءت به نظرية الإستخدامات والإشباع.

الجدول (9) : جدول يمثل توزيع مفردات البحث حسب مكان استعمال الفايسبوك

النسبة %	تكرار المفردات	الإحتمالات
68,69	68	المنزل
2,02	2	مقهى الأنترنت
2,02	2	الشارع
7,07	7	الجامعة
20,20	20	غير محدد
100	99	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب مكان استعمال الفايسبوك يبين لنا أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة يستعملون الفايسبوك في المنزل بنسبة 68,69% والمقدرة بـ 68 مفردة وتليها الطلبة الذين لا يمتلكون مكان محدد لإستعمال الفايسبوك بنسبة 20,20% والمقدرة بـ 20 مفردة في حين نسبة 7,07% بتكرار 7 مفردة يفضلون استخدام الفايسبوك في الجامعة أما نسبة 2,02% بتكرار 2 مفردات وهي نسبة قليلة من المبحوثين يفضلون استخدام الفايسبوك في مقهى الأنترنت والشارع.

ويمكن تفسير أعلى نسبة بكثرة الإشتراكات في خدمة الأنترنت في الجزائر أدى إلى توفرها في المنازل حيث أصبح بإمكان الشباب إستخدام الشبكات الاجتماعية في المنزل دون مقهى الأنترنت والشارع.

ومنه نستنتج أن الفئة الغالبة في دراستنا هي فئة الذين يستخدمون الفايسبوك في المنزل وهذا راجع إلى توفر البنى التحتية لتكنولوجيا الاتصال.

الجدول (10) : جدول يمثل توزيع مفردات البحث حسب دوافع استخدام الفايسبوك

النسبة %	تكرار المفردات	الإحتمالات
11,72	17	التعارف وتكوين صداقات
15,86	23	التعرف على ثقافات جديدة
13,79	20	التسلية والترفيه
13,10	19	ملاً وقت الفراغ
10,34	15	التواصل مع الأصدقاء
35,17	51	إكتساب معلومات ومعارف
100	145	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب دوافع استخدام الفايسبوك حيث يبين لنا أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك من أجل اكتساب معلومات ومعارف بنسبة 35,17% والمقدرة بـ 51 مفردة، تليها التعرف على ثقافات جديدة بنسبة 15,86% والمقدرة بـ 23 مفردة، في حين التسلية والترفيه بنسبة 13,79% والمقدرة بـ 20 مفردة، أما ملاً وقت الفراغ بنسبة 13,10% والمقدرة بـ 19 مفردة، وأخيراً التواصل مع الأصدقاء بنسبة 10,34% والمقدرة بـ 15% وقد يفسر ذلك بأن الشباب محب للفضول والإطلاع على كل ما هو جديد في المجتمع، كما أن رغبة الشباب في إكتساب القيم والسلوكيات فبالرجوع إلى مستواهم العلمي وأهمية التكنولوجيا في تحصيلهم للمعارف يحدث ما يسمى بالتثاقف فمثلاً عند التواصل من أجل تبادل المعارف مع أفراد من دول عربية أخرى أي عملية تأثير وتأثر بين الثقافات. ومنه نستنتج أن الفئة الغالبة في دراستنا هي الفئة الذين يستخدمون الفايسبوك لإكتساب معلومات ومعارف جديدة.

الجدول (11) : جدول يمثل توزيع مفردات العينة حسب لغة التواصل مع الآخرين عبر موقع فايسبوك.

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
36,75	43	اللغة العربية
15,38	18	اللغة الأجنبية
24,79	29	اللهجة المحلية
23,08	27	مزيج
100	117	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع مفردات العينة حسب لغة التواصل مع الآخرين عبر موقع فايسبوك، حيث يتبين لنا من خلال هته الإصائيات أن أعلى نسبة تتمثل في اللغة العربية بنسبة 36,75% مقدره بـ 43 مفردة، تليها اللهجة المحلية بنسبة 24,79% مقدره بـ 29 مفردة، أما 23,08% مقدره بـ 27 مفردة فيفضلون المزج بين جميع اللغات واللهجات أما آخر وأصغر نسبة تتمثل في اللغة الأجنبية بنسبة 15,38% تمثلها 18 مفردة، إذن نلاحظ أن أعلى نسبة يفضلون استخدام اللغة العربية في التواصل والتفاعل مع الآخرين عبر الفايسبوك، وذلك راجع لكون دراسة الطلبة وتحصيل المعارف مقترن باللغة العربية فالجامعة الجزائرية تعرب في تلقين المعارف وتداولها، وهذا ما تثبته مختلف التفاعلات عبر الفايسبوك للمستخدمين أن أغلبها باللغة العربية.

كما أن اللهجة المحلية نالت نسبة معتبرة مقدره بـ 24,79% على إعتبار أنها لغة المجتمع التي ينتمي إليها هؤلاء الشباب واكتسبها من محيطه الأسري والاجتماعي وكذلك مزيج بنسبة 23,08% من الشباب الجامعي يفضل المزج بين اللغات واللهجة المحلية مشكلا بذلك مزيج ومفردات جديدة لا يفهمها إلا مستخدمى الفايسبوك، أما بالنسبة لأصغر نسبة اللغة الأجنبية التي أتت بنسبة 15,38% يرجع ذلك لعدم إتقان الشباب الجامعي لهذه اللغة من جهة ورغبته في استعمالها على إعتبار أنها ليست لغته المحلية.

ومنه نستنتج أن أغلبية الشباب الجامعي من خلال تفاعله وتواصله مع الآخرين يعتمد على اللغة العربية، من خلال تبادل التفاعل الرمزي المشكل عبر هذه اللغة الأكثر استخداما وهذا ما جاءت به نظرية التفاعلية الرمزية.

الجدول (12) : جدول يمثل توزيع مفردات العينة حسب إكسابهم لمفردات جديدة من خلال

استخدامهم للفايسبوك

النسبة %	النسبة %	التكرار	الإحتمالات	
89.13	50	46	مفردات لغوية (جميع لغات العالم)	
	39,13	36	مفردات عامية	
10,87	10			لا
100	92		المجموع	

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع مفردات العينة حسب إكتسابهم لمفردات جديدة أثناء إستخدامهم للفايسبوك فيتبين لنا أن أغلب المبحوثين قد أجابوا بنعم 50% منهم ممثلين بـ 46 مفردة قد إكتسبوا مفردات جديدة لغوية (جميع لغات العالم)، وهذا لما يوفره الفاييسبوك من صفحات متخصصة في تعليم اللغات الأجنبية والعالمية المختلفة كالإنجليزية والفرنسية والتركية... وغيرها، وكذا إكتسابهم لهته المفردات من خلال إحتكاكهم بالثقافات الأخرى من خلال تواصلهم مع أفراد من مختلف بقاع العالم، بالإضافة إلى توفر فيديوهات لأفلام أجنبية مترجمة إلى اللغة العربية، أما نسبة المبحوثين الذين إكتسبوا مفردات عامية 39,13% مقدرة بـ 36 مفردة، وهي نسبة أيضا معتبرة وتتمثل هته المفردات في اختصارات لغوية، وذلك أن المبحوثين قد ابتكروا رموز جديدة لا يستطيع فهمها إلى مستخدموها وهي تعتبر شيفرات مثل تحويل حرف ع إلى رقم 3، وتحويل حرف ح إلى رقم 7...، وهذا يعتبر هروب من الثقافة التي ينتمون إليها، على إعتبار أن هذه اللغة سهلة الفهم عند التواصل بها، عكس اللغة العربية الفصحى التي تأخذ وقتا كبيرا في الكتابة وهذا اختصارا واقتصارا للجهد والوقت، وهنا يخلق صراع بين اللغة الأم العربية وهته المفردات الجديدة، أما 10,87% من المبحوثين قد أجابوا بـ لا مقدرين بـ 10 مفردة، أي أنهم لم يكتسبوا مفردات جديدة وهذا راجع لعدم تأثرهم بمحتويات الفاييسبوك وأنهم متمسكين بلغتهم وثقافتهم العربية.

ومنه نستنتج أن استخدام موقع فايسبوك يكسب الشباب مفردات ورموز جديدة لغوية وعامية وذلك من خلال تفاعله مع محتوياته المختلفة وهذا ما دعت إليه التفاعلية الرمزية في تحليلها للرموز.

الجدول (13) : جدول يمثل توزيع مفردات العينة حسب المضامين الأكثر متابعة على الفاييسبوك.

النسبة %	تكرار المفردات	الإحتمالات
44,63	54	اجتماعية
55,37	67	ثقافية
100	121	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع مفردات العينة حسب المضامين الأكثر متابعة على الفاييسبوك، بحيث يتبين لنا أن أكبر نسبة قد جاءت بـ 55,37% مقدرة بـ 67 مفردة يتابعون المضامين الثقافية في موقع فايسبوك وذلك راجع إلى كون المبحوثين هم من فئة الشباب وهي الفئة جد مهتمة بالتعرف على مختلف الثقافات سواء كانت المحلية أو باقي الثقافات الأخرى، فمواقع التواصل الاجتماعي

خاصة موقع فايسبوك تجعل هؤلاء الشباب يتفاعلون مع أصدقائهم ومختلف المجموعات التي ينتمون إليها مما يجعلهم يتبادلون مختلف المعلومات الثقافية ففي إطار البحث عن المعرفة يحدث ما يسمى بالثقافة بين ثقافات البلدان المختلفة بالإضافة إلى أن الشباب يتمكنون من الهروب من سلطة العادات والتقاليد التي يفرضها عليهم طابع الأسرة الجيلية التي تتميز بثقافة خاصة.

وتأتي نسبة 44,63% مقدرة بـ 54 مفردة من يتابعون المضامين الاجتماعية، وهي نسبة معتبرة أيضا وهذا يعود إلى معالجة الفايسبوك لمختلف المواضيع الاجتماعية المتعلقة بالمجتمع والشباب وطرح جميع إنشغالاتهم وجميع مشاكلهم الاجتماعية والبحث عن حلول لها.

ومنه نستنتج أن أغلبية الشباب الجامعي يميل ويتابع المضامين الثقافية من خلال تفاعله مع محتوى الفايسبوك المتعلقة بثقافات العالم المختلفة، كون الشباب منقبل ومحب لكل ما هو جديد ومحب للتغيير مما يكسبه قيم ثقافية جديدة.

الجدول (14) : جدول يمثل توزيع مفردات البحث حسب الأساس الذي يقومون بالاعتماد عليه

لاختيار أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	تكرار المفردات	الإحتمالات
23,36	32	علاقات قرابة
21,90	30	علاقات صداقة
1,46	2	علاقات الجوار
8,75	12	على أساس الجنس
29,20	40	الإهتمامات المشتركة
15,33	21	لا يوجد أي معيار محدد
100	137	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع مفردات البحث حسب الأساس الذي يقومون عليه لاختيار أصدقائهم عبر موقع فايسبوك، يتبين لنا من خلال هته الإحصائيات أن أعلى مفردات البحث يقومون باختيار أصدقائهم على موقع فايسبوك على أساس الاهتمامات المشتركة بنسبة 29,20% مقدرة بـ 40 مفردة، وذلك من خلال تبادل الشباب الجامعي لمختلف المعارف والأفكار والمعلومات والاهتمامات

مع أشخاص لهم نفس إهتماماتهم بحيث يتوافقون معهم فكريا وكذلك لإشتراكهم في مختلف الأنشطة التي يقومون بها، فمن خلال التعرف على أشخاص جدد من أجل البحث عن المعرفة يحدث تمازج للقيم الثقافية بينهم خاصة وأن موقع فايسبوك يتيح التواصل مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم، وتأتي بعدها علاقة القرابة بنسبة 23,36% مقدرة بـ 32 مفردة وعلاقة صداقة بنسبة 21,90% مقدرة بـ 30 مفردة، وهي نسب متقاربة ويرجع سبب هذا الاختيار إلى أن الطالب الجامعي يفضل إختيار أشخاص تربطهم علاقة وطيدة وعلاقة معرفة معهم في الواقع، وبعدها نسبة 15,33% مقدرة بـ 21 مفردة ليس لديهم أي معيار محدد في اختيار أصدقائهم على موقع فايسبوك أي يقومون بقبول طلب الصداقة أو رسالة من أجل الدردشة أو أي سبب آخر، بدون هدف معين، ثم تأتي نسبة 8,75% مقدرة بـ 12 مفردة من يختارون أصدقائهم على فايسبوك على أساس الجنس فمن الذكور من لا يختارون الإناث ومن الإناث من لا تقبل طلبات صداقة الذكور بل تفضل التواصل مع نفس جنسها فقط، وذلك راجع لإعتبرات ذاتية وثقافية وربما دينية، ويوجد من يختار عكس جنسه مثلا الذكور يفضل التواصل مع الإناث فقط، من أجل البحث عن تحقيق إشباع عاطفي، وأخيرا تأتي علاقة الجوار بنسبة 1,46% مقدرة بـ 2 مفردة وهي نسبة صغيرة جدا.

المحور الثاني : الفاييسبوك وتحولات القيم الثقافية المحلية لدى الشباب الجامعي.

الجدول (15) : جدول يمثل توزيع مفردات البحث حسب الصفحات التي يتابعونها عبر الفيسبوك

المتعلقة باللباس المحلي

النسبة%	التكرار	الإحتمالات
39,36	37	لباس مناسباتي (كالأعراس)
60,60	57	لباس يومي
100	94	مجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع مفردات البحث حسب نوع اللباس المحلي المتابعة عبر صفحات الفاييسبوك، يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يتابعون صفحات اللباس اليومي بنسبة 60,60% والمقدرة بـ 57 مفردة ، تليها لباس مناسباتي (كالأعراس) بنسبة 39,36% مقدرة بـ 37 مفردة، نلاحظ أن أعلى نسبة سجلت للشباب الذين يميلون إلى متابعة اللباس اليومي وقد يرجع ذلك

إلى الإنترنت الواسع للصفحات الإلكترونية عبر الفيسبوك التي تقوم بالإشهار لهذا اللباس، بالإضافة إلى التنوع في عرض مختلف الأزياء والألوان والموضات بحيث تجذب الشباب ويرجع أيضا لمتابعتهم للنجوم والمشاهير الذين يقومون بالترويج والإشهار لماركات عالمية لأحدث موضات اللباس ومن خلال تواصل الشباب وتفاعلهم مع هته المواقع والصفحات يعجبون ويتأثرون بتلك القيم الجمالية التي تعرضها، فالشباب يميل إلى التميز والظهور بمظهر النجومية والأناقة و يحب التجديد في مظهره لذلك يتابع هته الصفحات المتعلقة باللباس اليومي وهذا ما أدى إلى التخلي عن بعض أنواع من اللباس التقليدي المحلي: كالملاية والحايك ولعجار ونقاب الوجه التي أصبح ينظر إليها هؤلاء الشباب على أنها غريبة عنه وعن عصره، وليست من أشكال التحضر.

أما بالنسبة للباس المناسباتي كالأعراس فهي أيضا نسبة معتبرة نوعا ما فالشباب من خلال هاته النتيجة يبين لنا أنه لا يزال يحافظ على أصالته وموروثاته الثقافية فتوجد صفحات عبر الفيسبوك تروج لهذا النوع من اللباس كالفقطان والكاراكو... الخ وخاصة العرائس، فمن الضروري أن تلبس هذا الزي من أجل الإحتفال بزفافها وكذا لاحظنا بعض النجوم عبر صفحات الفيسبوك يقومون بالترويج والتعريف باللباس التقليدي الجزائري من خلال إرتدائهم له في مختلف المناسبات والأعياد الدينية كعيد الفطر وعيد الأضحى والظهور به عبر صفحات الفيسبوك من خلال نشر مختلف الصور والفيديوهات .

ومنه نستنتج أن أغلب الشباب يميلون إلى متابعة اللباس اليومي والموضة عبر صفحات الفيسبوك بنسبة كبيرة ومن جهة أخرى لم يتخلوا على اللباس التقليدي المحلي المناسباتي. ويهتمون به

الجدول (16) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع الصفحات والمنشورات على الفيسبوك

التي يتابعونها المتعلقة بمختلف أصناف الأطباق والمأكولات

النسبة %	تكرار المفردات	الإحتمالات
26.60	25	الأطباق التقليدية
73.40	69	الأطباق العصرية
100	94	المجموع

من خلال الجدول أعلاه المتمثل في توزيع المبحوثين حسب نوع الأطباق والمأكولات التي يتابعونها عبر الفايسبوك، حيث يتبين لنا أن أكبر نسبة 73,40% مقدره بـ 69 مفردة من يتابعون صفحات ومنشورات خاصة بالأطباق العصرية، ويرجع ذلك لكون الشباب يتماشى مع كل ما هو جديد وعصري محب للتغيير والتجديد والإبتكار، بحيث أن صفحات الفايسبوك لاتخلو من مختلف الوصفات لأطباق جديدة، بحيث توجد صفحات خاصة بالطبخ العصري و فقط ، تعرض مختلف الصور والفيديوهات التي تبين طريقة تحضيرها وهي خاصة بجميع بلدان العالم سواءا السوري أو الأوروبي...وغيره، بالإضافة إلى انتشار البيع الإلكتروني لمختلف أصناف الأطباق العصرية مما زاد من متابعة الشباب لها والطلب عبرها مما زاد من اهتمام الشباب بمتابعتها.

أما بالنسبة للأطباق التقليدية جاءت بنسبة 26,60% مقدره بـ 25 مفردة وهي نسبة ضئيلة جدا بالمقارنة مع متابعة الأطباق العصرية ونفسر ذلك على أن الفايسبوك وما يعرضه من أصناف جديدة للمأكولات قد ساهم في تراجع نوع من الاهتمام بالأطباق التقليدية وخاصة لفئة الشباب، لم يتخلى عنها نهائي وإنما تراجع اهتمامه بها وتوجه نحو الأطباق السريعة التحضير (بيتزا، ساندويتش،...إلخ).

الجدول (17) : جدول يمثل توزيع مفردات البحث حسب طبيعة الأغاني المحلية التي يتابعونها

عبر صفحات الفايسبوك

النسبة%	تكرار المفردات	الإحتمالات
39,18	32	أغاني الراي
19,59	19	أغاني شعبية
8,25	8	أغاني تراثية
25,77	25	أغاني عاطفية (رمنسية)
7,22	7	لا يستمعون
100	97	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المفردات حسب الأغاني المحلية التي يتابعونها عبر موقع فايسبوك، حيث يتبين لنا أن أكبر نسبة تمثلت في أغاني الراي بنسبة 39,18% مقدره بـ 38 مفردة، تليها أغاني عاطفية ورومنسية بنسبة 25,77% مقدره بـ 25 مفردة، وهذا راجع إلى طبيعة مرحلة الشباب في حد ذاتها إذ يميلون إلى اكتشاف المستجدات، إذ تعتبر هته المرحلة أيضا مليئة بالمعطيات الحياتية

(حب الحياة، تطلع لكل ما هو جديد)، كما تعتبر هته المرحلة أيضا بداية لتشكيل المنظورات العاطفية وكذلك مرحلة الجامعة التي تتطلب جهدا فكريا ونفسيا، وهذا ما يجعل الشباب الجامعي يبحث عن بدائل للترويج عن النفس، بحيث يختارون أغاني مناسبة لشخصياتهم وإتجاهاتهم النفسية والفكرية والشخصية وتعد أغاني الراي والعاطفية من أكثر الأغاني إنتشارا على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك وهي تعرض بألوان مختلفة وجديدة، وإيقاعات كثيرة ومنوعة فالموسيقى كلها سريعة صاحبة سريعة الإيقاعات إلى درجة الجنون، وبهذا تمثل رفضا للزرعة العقلانية الشكلية والجادة التي يفرضها عليهم أو يطلبها منهم الكبار، ومن جهة أخرى يعبر بها الشباب عن تفتحهم للحياة بالتحلل من ضغوطها التي تفرضها قيمهم الأصيلة، كما أن مضمون هته الأغاني أكثر إثارة وجرأة من الأغاني التراثية بل تصل أحيانا لحد كونها فاضحة وهذا ما تناولناه في الجانب النظري في عنصر نماذج عن القيم الجديدة الوافدة، فيجد الشباب إشباعاتهم العاطفية فيها أو حتى الاجتماعية فبعض أغاني الراي تعالج قضايا ومشاكل اجتماعية أما بالنسبة للأغاني الشعبية فقد جاءت بنسبة 19,59% مقدره بـ 19 مفردة والأغاني التراثية الأخرى أخذت نسبة صغيرة جدا 8,25% مقدره بـ 8 مفردة، وهذا راجع إلى تخلي فئة الشباب عن الأغاني المحلية الثقافية التي تشكل هويتهم الثقافية فقد هجروها واتجهوا نحو الأغاني الجديدة كما ذكرنا في السابق عن أغاني الراي والعاطفية، أما بالنسبة لأصغر نسبة فهم لا يستمعون أساسا للأغاني وذلك بنسبة 7,22% مقدره بـ 7 مفردة وذلك ربما راجع لعدة إعتبارات دينية أو شخصية.

الجدول (18) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب الشعائر الدينية التي يقومون بالإحتفال بها أو

إحيائها عبر صفحات الفايسبوك

النسبة %	تكرار المفردات	الإحتمالات
61,98	75	المولد النبوي الشريف
22,31	27	عاشوراء
7,44	9	رأس السنة الأمازيغية
8,26	10	لا أحتفل
100	121	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المفردات حسب الشعائر الثقافية والدينية التي يقومون بالإحتفال بها يبين لنا أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة يحتفلون بالمولد النبوي الشريف بنسبة 61%

والمقدرة بـ 75 مفردة تليها نسبة 22,23% والمقدرة بـ 27 مفردة يحتفلون بعاشوراء، وقد يرجع ذلك أن المجتمع لا يزال يحافظ على القيم الغربية التي أخذت جزء كبير من عادات وتقاليد ومعتقدات المجتمع، أما نسبة 8,26% والمقدرة بـ 10 مفردة لا يحتفلون بهته الشعائر وأخيرا نسبة 7,44% والمقدرة بـ 9 مفردة، يحتفلون برأس السنة الأمازيغية وقد يفسر ذلك أن هذه الفئة القليلة من المبحوثين لديهم صلة قرابة أو علاقات تربطهم مع المجتمع الأمازيغي وهذا ما جعلهم يأخذون من ثقافتهم عن طريق الإحتكاك بهم، كما يمكن أن يرجع ذلك أن هذه الفئة نتاج الصفحات والمنشورات التي تجسد الثقافة الأمازيغية وهذا ما جعلها تتأثر بها من خلال العجاف بطريقة إحتفالهـم.

الجدول (19) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم عن الإفتاح على القيم الغربية هل هو

شيء إيجابي

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
60,92	53	نعم
39,08	34	لا
100	87	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم على الإفتاح على القيم الغربية أنه شيء إيجابي أم لا، فكانت الأغلبية الكبيرة قد أجابو بنعم بنسبة 60,9% مقدره بـ 53 مفردة وحسب رأيهم الفاييسوك قد سهل عليهم هذا الإفتاح من خلال التعرف والإطلاع على ثقافات البلدان الأخرى الجديدة التي تخدم الصالح الاجتماعي التي من شأنها أن تولد وتخلق عادات جديدة، كما يرون أن هذا الإفتاح على الثقافات الأخرى من شأنه أن يتجه بنا نحو التقدم والتطور، فموقع فاييسوك هو لتلك القيم من خلال عرض مختلف العادات وطريقة العيش...إلخ عبر الصفحات المختلفة فهنا يحدث تمازج ثقافي، فالمتلقي لهذا المحتوى سيقوم باستهلاك هته القيم الجديدة الأخلاقية والغربية والثقافية الراقية ونحتاج بدورنا إلى تبيينها كالجانب الإنساني مثلا الذي يطغى على القيم الغربية

أما بالنسبة للذين اجابو بـ لا فنسبتهم 39,08% مقدره بـ 34 مفردة، فهم يرو أن الانفتاح على هذه القيم الغربية له إنعكاساته السلبية على الأفراد والمجتمع كذلك وأنها قيم لا تتناسب مع قيمنا العربية الإسلامية، بحيث أنها تأثر على أفكار الشباب ومعتقداتهم وتدخل على المجتمع ثقافات غير لائقة به من

شأنها أن تبعدنا ثقافتنا وقيمنا الإسلامية وتحديث إنسلاخ عن مكونات ثقافتنا المحلية التي تفككه من خلال المحتوى الذي تنشره.

الجدول رقم (20): جدول يمثل توزيع المفردات حسب صفة النجوم والمشاهير التي يتابعونها عبر صفحات الفايسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
نجوم الكرة	29	22.29
مشاهير الأفلام والمسلسلات	43	43.43
مشاهير الغناء	20	20.20
مشاهير السياسة	7	7.07
المجموع	99	/

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية المفردات وبنسبة 43.43% مقدره بـ43 مفردة يتابعون مشاهير الأفلام والمسلسلات، تليها نجوم كرة القدم بنسبة 29.29% مقدره بـ29 مفردة، ثم مشاهير الغناء بنسبة 20.20% مقدره بـ20 مفردة، ويجرع سبب متابعتهم لهؤلاء النجوم إلى تنوع القيم الجمالية التي يعرضها هؤلاء النجوم بحيث أن موقع فايسبوك، يتيح الفرصة لتلقي هاته القيم التي تلفت انتباه الشباب، وذلك من خلال عرض هؤلاء المشاهير سواء لأفلامهم سواء العربية أو الغربية أو حتى التركيبية وغيرها، وهاته الأخيرة قد أحدث حيزا كبيرا من اهتمام الشباب وخاصة البنات اللواتي يتابعن أخبار الممثلين الأتراك ومسلسلاتهم وأفلامهم بحيث تعجب الإناث بالمظهر الخارجي للممثلات كاللباس وتسريحة الشعر، فقد يستقي هؤلاء الشباب صورة الذات المثالية من صور أبطال الفن والنجوم أما بالنسبة لأصغر نسبة وهي من نصيب مشاهير السياسة بنسبة 7.07% مقدره بـ7 مفردة، فسياسة إذن ليست من اهتمامات الشباب الجامعي.

الجدول رقم 21: جدول يمثل توزيع المفردات حسب سبب متابعة النجوم والمشاهير

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة %
الإعجاب بلباسهم	31	30.69
الإعجاب بتسريحة شعرهم	17	16.83
الإعجاب بتصرفاتهم	07	6.93
الإعجاب بطريقة كلامهم	13	12.87
الإعجاب بطريقة عيشهم	33	32.67
المجموع	101	100

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية المفردات معجبون بطريقة عيش النجوم والمشاهير بنسبة 32.67% مقدره بـ 33 مفردة، تليها نسبة 30.69% مقدره بـ 31 مفردة قد أعجبوا بملابسهم، ثم تسريحة شعرهم بنسبة 16.83% مقدره بـ 17 مفردة، تليها التأثير بطريقة كلامهم بنسبة 12.87% مقدره بـ 13 مفردة واصغر نسبة لمن تأثروا بتصرفاتهم بنسبة 6.93% مقدره بـ 7 مفردة.

ويرجع سبب أن اغلب المبحوثين وقد تأثروا بطريقة عيش المشاهير والنجوم وكذا ملابسهم راجع إلى أن هؤلاء النجوم يقومون بحملات إشتهارية وترويجية لماركات عالمية للملابس وكذلك يقومون بعرض حياتهم الخاصة عبر موقع فايسبوك ويركزون فيها على القيم الجمالية المادية التي تعتبر سطحية تركز على المظهر الخارجي و فقط كما ذكرنا في الجدول السابق، بحيث تروج لموضات من لباس وحلاقة، لمختلف فناني الغناء والتمثيل ولاعبو كرة قدم مما يجعل هؤلاء الشباب يتأثرون بهم ويقومون بتقليدهم سواء في طريقة عيشهم أو لباسهم أو تسريحتهم، وحتى في طريقة كلامهم التي جاءت بنسبة 12.87% وتصرفاتهم بنسبة 6.93% من خلال تعرفهم على محتوى الفايسبوك وتفاعلهم لمختلف المواقع التي تعرض هاته القيم الجمالية لهؤلاء النجوم ويرجع سبب تأثيرهم هو الشباب الجامعي بهاته القيم هو إشباع رغبتهم في التميز وحب الظهور والأناقة، وهذا ما أكدت عليه نظرية الاستخدامات والإشباع.

الجدول رقم 22: جدول يمثل توزيع المفردات حسب الأعياد التي يحتفلون بها

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
29.89	26	رأس السنة الميلادية
14.94	13	عيد الحب
37.93	33	عيد الميلاد
17.24	15	لا أحتفل
100	87	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب الأعياد التي يحتفلون بها يبين لنا أننا أغلبية المبحوثين من أفراد العينة يحتفلون بعيد الميلاد بنسبة 37.93% والمقدرة بـ33 مفردة تليها الاحتفالات برأس السنة الميلادية بنسبة 29.89% والمقدرة بـ26 مفردة، ثم عيد الحب بنسبة 14.29% والمقدرة بـ13 مفردة، وأخيرا لا أحتفل بنسبة 17.24% والمقدرة بـ15 مفردة.

ومنه نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد العينة يحتفلون بعيد الميلاد ورأس السنة الميلادية، وهي أعياد ليست خاصة بالمسلمين وبعيدة عن ثقافتنا المحلية، إذ أن معظم الشباب الجامعي لا يجد حرج في الاحتفال بمثل هذه الأعياد التي اعتبروها تخصهم، وبالاستناد بالنظرية التفاعلية الرمزية التي تعتبر مثل هذه القيم لها دلالات ورموز تعبر عن مدى التقارب والتفاعل بين الأفراد، حيث أن هذه الرموز لم تكن موجودة من قبل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك، بل زادت بشكل رهيب من خلال تفاعل الشباب مع غيرهم من الشباب من مجتمعات أخرى يحملون قيم ثقافية مغايرة.

بالإضافة إلى ثراء هذه المواقع بالفيديوهات والصور عن مثل هذه الاحتفالات، غيرت أفكار الشباب وثقافتهم إلى الاحتفال بمثل هذه الأعياد رغم أنها مخالفة لقيمنا الثقافية والدينية.

في حين جاءت لا أحتفل بنسبة ضئيلة جدا، وقد يرجع ذلك إلى بعض الأسر التي تقطن في الريف والتي لازالت متمسكة بالعادات والتقاليد ولا تؤمن بمثل هاته الاحتفالات.

الجدول رقم (23): جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب معرفة رأيهم أن الفايسبوك وسيلة مقبولة

لاختيار شريك الحياة

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
موافق بشدة	10	11.49
موافق	40	45.98
محايد	17	19.54
معارض	7	8.05
معارض بشدة	13	14.94
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم في أن الفايسوك وسيلة مقبولة لاختيار شريك الحياة، حيث يتبين لنا من خلال الإحصائيات أن النسبة الغالبة هي موافق بنسبة 45.98% مقدرة بـ43 مفردة وهي نسبة كبيرة جدا على اعتبار أن هاته القيمة تعتبر جديدة في مجتمعنا بحيث أن مثل هذا السلوك لم يكن منتشرا أو معروف من قبل فقيمة الزواج هي قيمة دينية ثقافية لها ضوابطها الشرعية والتقليدية داخل المجتمع الجيلي، ويرجع سبب هذا التغير على مستوى هاته القيمة هو الاستخدام والانتشار الكبير لموقع فايسبوك الذي يحمل العديد من القيم الثقافية الغربية فهذا الانفتاح على القيم أتاح وسهل العملية الاتصالية بحيث أصبح بإمكان أي شخص التواصل مع من يريد وفي أي مكان من العالم، فقد اختصر الفايسبوك المسافات وسهل تعرف الأشخاص على بعضهم البعض، وتأتي محايد بنسبة 19.54% مقدرة بـ17 مفردة، تفسر على أن هاته الفئة لا تقبل اختيار شريك الحياة عبر الفايسبوك لكنها في نفس الوقت تراها مقبولة إلى حد ما ولا تعارضها، وهذا نتيجة إلى تجارب العديد من الأشخاص ونجاح علاقتهم مما أدى إلى تغير رأيهم ونظرتهم لهذا الطرح.

أما معارض بشدة فأنت بنسبة 14.94% مقدرة بـ13 مفردة، ومعارض جاءت بنسبة 11.49% مقدرة بـ10 مفردة، وهي نسب منخفضة جدا وهذا يدل على أن الفايسبوك قد غير من أفكار الشباب الجامعي واثّر في قيمه التي كانت بمثابة ثوابت بالنسبة له، وفي الأخير جاءت موافق بشدة بنسبة 8.05% مقدرة بـ7 مفردات.

ومنه نستنتج أن الفايسبوك قد اثر بنسبة كبيرة على الشباب الجامعي وقد غير بعض من أفكاره وتوجهاته وممارساته الثقافية التي تحدث خلل على مستوى العادات والتقاليد وفي بعض مبادئ الدين الإسلامي وهذا بسبب الاستخدام المفرط للفايسبوك.

الجدول 24: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب إقامة العلاقات العاطفية عبر الفايسبوك أو مواقع التواصل الأخرى

الاحتمالات	التكرارات	النسبة%
موافق بشدة	7	8.05
موافق	32	36.87
محايد	26	29.89
معارض	13	14.94
معارض بشدة	9	10.34
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب إقامة العلاقات العاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك، يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين قد أجابوا بموافق بنسبة 45.98% مقدره بـ 40 مفردة، تليها محايد بنسبة 19.45% مقدره بـ 17 مفردة، ثم معارض بشدة بنسبة 14.94% مقدر بـ 13 مفردة، ثم تأتي موافق بشدة بنسبة 11.49% مقدره بـ 10 مفردة، وأخيرا معارض بنسبة 8.05% مقدره بـ 7 مفردات.

بحيث نفسر أعلى نسبة التي أتت بموافق على أنه قد حدث خلل على مستوى قيم الطلبة، بحيث أن مثل هاته الممارسات كانت في السابق مرفوضة من قبل المجتمع الجيلي، على اعتبار هذا الأخير مجتمع محافظ، فتعتبر منافية لعاداته وتقاليد و تتعارض مع قيمه الدينية والعرفية، بحيث أنها علاقة خارج إطارها الشرعي وتعتبر محرمة شرعا وذلك راجع لاستخدام موقع فايسبوك مختلف المواقع الأخرى التي فتحت المجال للتعارف والدردشة مع أي شخص في بقاع العالم (كما ذكرنا في الجدول السابق)، فيبحث الشباب الجامعي من خلال هاته العلاقات عن تحقيق إشباع الحب والعاطفة أما بالنسبة لأصغر نسبة المقدره بـ 8.05% من الذين أجابوا بأعراض فهاته الفئة من الشباب لا تزال متمسكة بالقيم

الأصلية التي ورثوها عن آبائهم ودينهم، ويرون أن هذا التصرف والسلوك لا يليق بهم كأفراد ينتمون إلى مجتمع محافظ يرفض مثل هذه السلوكيات والأفكار الدخيلة على ثقافته.

الجدول رقم (25): جدول رقم توزيع المفردات حسب تغير بعض العادات والممارسات الثقافية الأسرية جراء كثرة استخدام الفايسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
الأكل مع الأسرة	27	19.57
السهر مع العائلة	45	32.61
الصلاة في وقتها	14	10.14
الحديث مع الإخوة	18	13.04
الحوار مع الوالدين	34	24.64
المجموع	138	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب تغير بعض العادات والممارسات الثقافية الأسرية جراء استخدام الفايسبوك، حيث نلاحظ أن 32.61% من المبحوثين مقدر عددهم بـ45 مفردة قد أثر في سهرهم مع العائلة، تليها الحوار مع الوالدين بنسبة 24.64% مقدره بـ34 مفردة، تليها الأكل مع الأسرة بنسبة 19.57% مقدره بـ27 مفردة تليها الحديث مع الإخوة بنسبة 13.04% مقدره بـ18 مفردة وأخيرا الصلاة في وقتها بنسبة 10.14% مقدره بـ14 مفردة.

بحيث يرجع سبب تأثير استخدام الفايسبوك على السهر مع العائلة التي تعتبر أكبر نسبة هو أن الاستخدام المفرط للفايسبوك في الفترة الليلية التي تجتمع فيها العائلة، لا يتيح التركيز مع أفراد العائلة بحيث ينتقل إلى السهر مع العالم الافتراضي مهملًا الواقع المعاش بحيث يفضل الدردشة مع الأصدقاء والأقارب وغيرهم كما جاء في الجدول رقم (14) ولهذا تأثير على مختلف الممارسات الأخرى، بحيث يؤثر على الحوار مع الوالدين، والأكل مع الأسرة والحديث مع الإخوة ودرجة تأثير وصلت لبعض العبادات كالصلاة في وقتها، بحيث أصبح الشباب اليوم منعزلا عن أفراد أسرته رغم أنه يعيش معه في نفس المنزل وبهذا فإن الفايسبوك قد أحدث فجوة على مستوى هاته العادات والقيم التي كانت في السابق ضرورية.

ولهذا فإن الفايسبوك وكثرة استخدامه قد غير العديد من الممارسات الثقافية الأسرية التي كانت في السابق بمثابة ثابت ثقافية بحيث أصبح الآن الشباب يتجهون نحو العالم الافتراضي مهملين واقعهم نتيجة تفاعلاتهم الافتراضية.

الجدول 26: جدول يمثل توزيع المفردات حسب كيفية تفضيلهم تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
الاتصال هاتفيا	22	25.29
الذهاب بشكل شخصي	20	22.98
إرسال رسالة نصية	7	8.05
تقديم التهنة عبر الفايسبوك	38	43.68
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب كيفية تفصيل تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات، يبين لنا أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة يفضلون تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات عبر الفايسبوك بنسبة 43.68% والمقدرة بـ38 مفردة، في حين يفضل 25.29% من المبحوثين تقديم التهنة من خلال الاتصال هاتفيا، ثم تليها الذهاب بشكل شخصي بنسبة 22.98% والمقدرة بـ20 مفردة، وفي الأخير الذين فضلوا إرسال رسالة نصية بنسبة 8.05% والمقدرة بـ7 مفردة من المبحوثين الذين فضلوا تقديم التهنة من خلال الذهاب بشكل شخصي.

ونلاحظ أن أعلى نسبة سجلت تمثل الذين يفضلون تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات عن طريق الفايسبوك وقد يرجع ذلك كون هؤلاء الأفراد يعتبرون التواصل عن طريق الفايسبوك أقل تكلفة من الاتصال هاتفيا وتوفير الجهد والوقت بدل عناء التنقل.

الجدول 27: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب مراعاتهم لمبادئ عقيدتهم الدينية أثناء تفاعلهم مع

محتويات الفيسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
موافق بشدة	47	54.02
موافق	37	42.53
محايد	3	3.45
معارض	0	0
معارض بشدة	0	0
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب مراعاتهم لمبادئ عقيدتهم الدينية أثناء تفاعلهم مع محتويات الفيسبوك، حيث أن أكبر نسبة قد أجابوا بأنهم موافقين وبشدة بنسبة 54.02% مقدر 47 مفردة، تليها 42.53% مقدرين بـ37 قد أجابوا أنهم موافقين، ثم بنسبة 3.45% مقدر بـ3 مفردة قد أجابوا أنهم محايدين، بينما معارض ومعارض بشدة فهي نسب منعدمة ويرجع سبب أن أغلب المبحوثين قد أجابوا بموافق بشدة وموافق أن الشباب الجامعي متمسك بقيمهم الدينية التي تعتبر من ثوابت ثقافته المحلية وكذا احترامه لمبادئ عقيدته، بحيث أن الشباب الجامعي واعي بأهمية هاته القيم التي تشكل هويته الثقافية فهي مبادئ لا يمكن الحياد أو التنازل عنها، وكحتمية قيمة فإن المستخدم لموقع فيسبوك يقوم بتقييم الرسالة التي يتلقاها عبر الفيسبوك، فإذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم الدينية التي جاءت بها العقيدة الإسلامية فهو يتقبلها بحيث أنها تكون نابعة ومنبتة من الثقافة والحضارة الجبلية الإسلامية وكل ما يتوافق مع هذه الأخيرة فهي قيم غير وثيقة بالقيم بذلك تحدث هذه المحتويات تأثيرا إيجابيا إذا كانت المحتويات التي يتلقاها ويتقبلها وثيقة الصلة بالدين ويكون سلبي إذا كان هذا المحتوى بعيدا عن قيم الدين الإسلامي.

المحور الثالث: الفايسبوك والعادات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

الجدول 28: جدول يمثل توزع المفردات حسب أشكال التفاعل مع منشورات المجموعات التي ينتمي

إليها في الفايسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
رموز تعبيرية (إيموجي)	50	42.37
التعليق عليها	52	44.07
مشاركتها عبر الفايسبوك	16	13.56
المجموع	118	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب أشكال التفاعل مع منشورات المجموعات التي ينتموا إليها في الفايسبوك يبين لنا أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة تقوم بعملية التعليق بنسبة 44.07% والمقدرة بـ52 مفردة، وهذا راجع إلى ميل المبحوثين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم مع الأصدقاء تليها نسبة 42.37% والمقدرة بـ50 مفردة الذين يتفاعلون بالرموز التعبيرية، وهذا راجع إلى سهولة استخدامهم.

- وأخيرا نسبة 13.56% والمقدرة بـ16 مفردة للذين يشاركونها مع الأصدقاء ويمكن تفسير ذلك إلى ميل المبحوثين إلى التفاعل وتوصيل المعلومات إلى الأصدقاء والناس المنخرطين معه في هذه الصفحة.

الجدول 29: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب تقديمهم للمصلحة الفردية أو الجماعية في إطار

مسئوليتهم الاجتماعية

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
المصلحة الفردية	30	34.48
المصلحة الجماعية	13	14.94
الاثنين معا	44	50.57
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب تقديم المصلحة ا لفردية أم الجماعية في إطار مسؤوليتهم الاجتماعية، تبين لنا أغلبية المبحوثين أجابوا بإثنين معا، أي المصلحة الفردية والجماعية بنسبة 50.57% والمقدرة بـ44 مفردة، تليها المصلحة الفردية بنسبة 34.48% والمقدرة بـ30 مفردة، وأخيرا المصلحة الجماعية بنسبة 14.94% المقدره بـ13 مفردة.

نلاحظ أعلى نسبة سجلت الذين أجابوا باثنين معا قد يرجع ذلك إلى أن أغلب المبحوثين لا يرغبون بتقديم مصلحتهم الفردية على حساب الجماعية، في حين المصلحة الفردية وهي سمات المجتمع المعاصرة التي تؤمن بتحقيق المصلحة الفردية على حساب الجماعة، غير أن هذه القيمة لم تكن بهذا الانتشار في المجتمع الجزائري من قبل، حيث نعتقد أن هذه القيمة اكتسبها الشباب الجزائري نتيجة تأثرهم بالحارة الغربية المادية وما وصلت إليه من رفاه على المستوى الفردي.

الجدول 30: جدول يمثل توزيع المفردات حسب الأنشطة الاجتماعية التي شاركها عبر الفايسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
تضامنية	60	57.69
توعية	29	27.88
تطوعية	15	14.42
المجموع	104	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المفردات حسب الأنشطة الاجتماعية التي يشاركها عبر الفيسبوك تبين لنا أن مشاركتهم في نشاط تضامني بنسبة 57.69% والمقدرة بـ60 مفردة، وهذا راجع إلى الميل الشخصي للطالب يمثل هاته الأعمال وكذا وعيه بمدى أهمية هذا النوع من المساعدات في توجيه سلوكه في مواقف الحياة اليومية التي تعود بالفائدة على الفرد والمجتمع، تليها نسبة 27.88% والمقدرة بـ29 مفردة الذين شاركوا نشاط توعوي، تليها نسبة 14.42% المقدره بـ15 مفردة ويمكن تفسير ذلك كون هذه المنشورات أثرت في فكر الشباب وأدت إلى خلق وعي اتجاه العمل التطوعي، التوعوي، والدور الذي لعبته هذه المنشورات في التأثير على ذهنية الطلبة من خلال غرس قيمة الثقافية.

- نستنتج من بيانات الجدول أن أغلبية أفراد العينة أجابوا أن منشورات الفيسبوك دفعتهم إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية، أي أن الفايسبوك يساهم في تنمية الأنشطة الثقافية تضامنية والتطوعية، والتوعوية

بين أوساط الطلبة وهذا ما يوحي إلى أن الضمير الجمعي مازال يراقب المجتمع ويفرض على الشباب قيم اجتماعية جماعية.

الجدول 31: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها عبر صفحات الفيسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
التبرع بالدم	29	33.33
التبرع لبناء مسجد	7	8.04
تنظيف الأحياء السكنية	5	5.75
جمع التبرعات	21	24.14
حملات التشجير	6	6.9
التبرع بالدم + التبرع لبناء مسجد	7	8.05
التبرع لبناء مسجد + جمع التبرعات	4	4.6
لا أشرك	8	9.19
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها عبر صفحات الفيسبوك، يتبين لنا أن أغلب المبحوثين يقومون بالتبرع بالدم بنسبة 33.33% مقدر بـ 29 مفردة، تليها جمع التبرعات بنسبة 24.14% مقدر بـ 21 مفردة، في حين لا أشرك بنسبة 9.19% المقدر بـ 8 مفردة، تليها التبرع لبناء مسجد والتبرع بالدم بنسبة 8.05% المقدر بـ 7 مفردة تليها تنظيف الأحياء السكنية بنسبة 5.75% والمقدر بـ 5 مفردة، وأخيرا التبرع لبناء مسجد + جمع التبرعات بنسبة 4.6% والمقدر بـ 4 مفردة. ويمكن تفسير ذلك أنهم يستخدمون مكانتهم الاجتماعية كطلاب جامعيين وواعين بأهمية الأعمال الخيرية وانعكاسها على المجتمع وتقديم المساعدة لكل أفراد وشرائح المجتمع دون استثناء وهذا يعتبر من واجباتهم وقيمهم الأخلاقية اتجاه مجتمعهم، على اعتبار أن الشباب الجامعي هي الفئة المحركة للمجتمع.

نستنتج أن المبحوثين واعيين بأهمية المشاركة في المبادرات الخيرية والاهتمام بها عبر مواقع فايسبوك الذي يحتوي على مضامين هادفة تشجع على العمل الخيري، لأنها قيم اجتماعية من شأنها أن تنمي قيم التماسك والترابط داخل المجتمع، وتقوي العلاقات بين أفرادها، فلا بد أن تترجم هذه المبادرات إلى فعالية واقعية بحيث تساهم هذه الفئة التي يحول عليها في بناء الوطن والنهوض به.

الجدول 32: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب تعزيز محتوى الفايسبوك روح المواطنة والانتماء

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	60	68.97
لا	27	31.03
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم في أن محتوى الفايسبوك يعزز روح المواطنة والانتماء لديهم، حيث يتبين لنا أن اغلب المبحوثين قد أجابوا بنعم بنسبة 68.97% مقدرة ب60 مفردة، وذلك أن الفايسبوك يساهم في تنمية روح المواطنة من خلال محتوياته المختلفة من منشورات وفيديوهات التي تحمل محتوى من شأنها أن يرسخ هاته القيم كالحراك الشعبي الذي كان له صدى كبير على صفحات الفايسبوك التي كانت تحث على ضرورة النزول إلى الميدان والمطالبة بالحقوق، وقد احدث تأثير ورد فعل كبير على مستخدمي الفايسبوك، كما يعرض موقع فايسبوك فيديوهات لمختلف الأغاني الوطنية التي تزيد من حب الوطن والشعور بالانتماء، وبعض المنشورات التي تعرف بالثقافة الوطنية وتنتشر القيم والمفاهيم المتعلقة بالوطن.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بلا فنسبتهم تقدر ب31.03% مقدرة ب27 مفردة، يرون بأن الفايسبوك لا يساهم في تعزيز روح المواطنة لديهم، وذلك أن الشعور بروح المواطنة لا يحتاج إلى الفايسبوك أو منشورات للإحساس بالانتماء بل هي صفة متأصلة في الإنسان وهي من الثوابت التي لا تحتاج إلى الفايسبوك لتعزيزها.

الجدول 33: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب تقلبهم مختلف الآراء المعروضة على صفحات أو مجموعات الفايسبوك حول مختلف المواضيع أم تقوم بالهجوم

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
تقبل واحترام رأي الآخر	75	86.21
الهجوم والانتقاد	12	13.79
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين وبنسبة كبيرة جدا أنهم يقبلون ويحترمون رأي الآخر وذلك بنسبة 86.21% مقدرة بـ75 مفردة، وهذا يبين لنا أن الشباب الجامعي اليوم هو شباب واعي متقبل لمختلف الآراء وقابل للنقاش، وهذا راجع لتشجيعهم بقيمهم الدينية بحيث أن الدين الإسلامي يحث على احترام الغير وتقبل الآخر والحوار.

وتأتي نسبة 13.79% من المبحوثين مقدر عددهم بـ12 مفردة قد أجابوا بالانتقاد والهجوم، ويرجع ذلك ربما لتعصبهم على محتوى المنشورات التي تسيء لعاداتهم وثقافتهم المحلية، أو ربما عند المساس بالدين، فالإنسان بطبعه متعصب لدينه، كما حدث وانتشرت صور كاريكاتورية للرسول صلى الله عليه وسلم في جريدة فرنسية معروفة، فقام مستخدمو الفايسبوك بالهجوم على صفحات تلك الجريدة وانتقاد هذا الفعل الذي يمس برموز ديننا الإسلامي، وهي في المقبل نسبة صغيرة إذن فالشباب الجامعي المستخدم لموقع فايسبوك شباب راقي وواعي.

جدول 34: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم في مقولة الغاية تبرر الوسيلة، حتى إن تجاوز بعض مبادئهم الشخصية من أجل الوصول لهدفهم من خلال ما اكتسبوه محتوى الفايسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة%
نعم	27	31.03
لا	60	68.97
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب موافقتهم على مقولة الغاية تبرر الوسيلة، حتى وإن تجاوزوا بعض مبادئهم من أجل الوصول لهدفهم، يتبين لنا أن 68.97% مقدرين بـ60

مفردة من المبحوثين قد أجابوا بلا بحيث أنهم قد رفضوا هذا الطرح لأنهم جد متمسكين ومرتبطين بقيمهم ومبادئهم الشخصية التي شكلوها من خلال مبادئ دينهم وعقيدتهم وكذلك مختلف القيم والتمثلات التي اكتسبوها من مجتمعهم بحيث أن هاته المقولة على حسبهم هي مقولة تتنافى مع هاته القيم التي نشأ عليها.

أما بالنسبة للذين وافقوا على هاته المقولة بنعم فهم بنسبة 31.03% مقدرين بـ27 مفردة فهي نسبة أيضا لا بأس بها تشكل خطرا وتهديدا على المنظومة القيمية لهؤلاء الشباب بحيث أن تطبيق هاته المقولة من شأنه أن يحدث خلل على مستوى هاته المنظومة التي تؤثر سلبيا على أخلاق وسلوك هؤلاء الشباب، ويرجع سبب ارتفاع هاته النسبة إلى التأثير الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي وموقع فايسبوك من خلال تفاعلهم مع مختلف الرسائل التي يحملها، فهو يحمل قيم جديدة دخيلة على المجتمع الجيلي الذي يعتبر مجتمع محافظ نوعا ما.

فهو يقوم بالهروب إلى هذا الموقع الافتراضي باحث عن ما يريده ويفتقده داخل مجتمعه فيجد ذلك الانفتاح على القيم والثقافات والتي يروج لها موقع فايسبوك من حياة الرفاهية الاقتصادية وأسلوب عيش مخالف، لثقافتنا فتحدث تأثير على هؤلاء الشباب ولحتمية قيمة فبمتابعتهم لهاته الرسائل البعيدة عن قيمنا فتأثير سيكون سلبيا فيلجئون إلى اللجوء لطرق غير سوية وغير قانونية وغير أخلاقية من أجل الوصول لتلك القيم الجديدة من بينها تجارة المخدرات والدعارة وتزوير والسرقه، وكلها قيم منافية لقيمنا الدينية والمجتمعية وهنا تبرز الفجوة فمثل هاته الممارسات لم تكن منتشرة قبل انتشار هاته المواقع.

جدول 35: جدول يمثل توزيع المفردات حسب الإشباعات الاجتماعية التي يحققها لهم الفايسبوك

الاحتمالات	تكرار المفردات	النسبة %
إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية	24	24
تدعيم العلاقات الاجتماعية	31	31
تثمين علاقتك بعائلتك وأصدقائك	45	45
المجموع	100	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المفردات حسب الإشباعات الاجتماعية التي يحققها الفايسبوك، يتبين لنا أن أكثر الإشباعات الاجتماعية المحققة هي تثمين علاقتهم مع أصدقائهم وعائلاتهم

وذلك بنسبة 45% مقدرة بـ45 مفردة تليها تدعيم العلاقات الاجتماعية بنسبة 31% مقدرة بـ31 مفردة، ثم إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية بنسبة 24% مقدرة بـ24 مفردة.

فلاحظ أن أغلب المبحوثين يرون أن الفاييسبوك لا يحقق لهم إشباع اجتماعي متمثل في تامين العلاقة بالعائلة والأصدقاء ويمكن أن نعتبر تقدم هذا النوع من الإشباع ما يتميز به الفاييسبوك من تقنيات وميزات عديدة، تسهل عملية التواصل، حيث عمل على تقريب المسافات واختصار الوقت والجهد، وذلك عن طريق إتاحة الفرصة للتواصل مع جميع الأفراد وتكوين علاقات صداقة بفضل تطور تقنيات الاتصال عبر هذا الموقع (صوت وصورة ورموز تعبيرية) وهذا مختلف الأصل والأصدقاء يهدف إبقاء التواصل والتفاعل وتبادل وجهات النظر حول مواضيع معينة، أما بالنسبة لبقية المبحوثين فيرون أن الفاييسبوك يحقق لهم إشباع من خلال تدعيم علاقتهم الاجتماعية بنسبة 31% وإيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية بنسبة 24% وذلك من خلال تمكنتهم من طرح مشاكلهم والنشر في مختلف المجموعات، بحيث يراها أكبر قدر ممكن من الأشخاص وإبداء رأيهم وإعطاء حلول.

ولهذا فالفييسبوك يحقق بدرجة كبيرة إشباعات اجتماعية للشباب الجامعي من خلال تفاعلهم وتواصله مع الآخرين.

جدول 36: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب تعصبهم للمنشورات التي تسيء لعاداتهم وثقافتهم

المحلية

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	62	71.26
لا	25	28.74
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب تعصبهم للمنشورات التي تسيء لعاداتهم وثقافتهم المحلية أم لا وتبين لنا من خلال هته الإحصائيات أن أغلبية المبحوثين قد أجابوا بنعم بنسبة 71.26% مقدرة بـ62 مفردة، وهي نسبة كبيرة جدا، ويرجع سبب ذلك إلى أن الشباب الجامعي لديه قيم ثقافية يحملها ويكتسبها من محيطه، وأصبحت تشكل له مبادئ تترجم في عادات اجتماعية تمثل هويته الثقافية، فعند رؤية منشورات تسيء لهويته، فمن الطبيعي أن يتعصب لها ويقوم بالتعليق والدفاع

عنها وانتقادها نقدا بناء هادف من خلال تكذيب تلك الإشاعات الموجهة لها وتصحيحها والحث على ضرورة احترام ثقافات الغير، وفتح باب النقاش وإبراز إيجابيات ثقافتنا المحلية والتعريف بها والافتخار بثقافتنا والحث على التمسك بها.

أما 28.74% مقدرين بـ25 مفردة أجابوا بلا أي أنهم لا يتعصبون للمنشورات المسيئة لثقافتهم المحلية وهذا راجع لتحاشي الخوض في جدال على اعتبار أن أغلب المنشورات الاستفزازية من أجل الحصول فقط على أكبر التفاعلات وفي أغلبها تكون مادية نفعية لذلك لا يهتمون لما يقال.

ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات المسيئة للعادات والثقافية المحلية على اعتبار أنها تمس بهويتهم كأفراد ينتمون إلى ثقافة راقية مشكلة لهم قيم تحت عليهم الالتزام بها والدفاع عنها.

جدول 37: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب تغير أفكارهم المسبقة حول العادات والتقاليد المحلية بعد تعرفهم على عادات جديدة من خلال تصفحهم لموقع فايسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	48	55.17
لا	39	44.83
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين قد تغيرت أفكارهم المسبقة حول العادات والتقاليد المحلية بعد تعرفهم على عادات جديدة من خلال تصفحهم لموقع فايسبوك بحيث أجابوا بنعم بنسبة 55.17% مقدر بـ48 مفردة وهي نسبة كبيرة، بحيث أن صفحات ومنشورات الفايسبوك تروج لمختلف الثقافات الغربية، ومن خلال تفاعل الشباب الجامعي مع تلك المنشورات، فتحدث تأثير على مستوى أفكاره، وتكسبه عادات وتقاليد جديدة على اعتقادهم أنها تتناسب مع شخصيته وميولاته، متغاضي لعاداته وتقاليد المحلية التي يعتبرها أصبحت لا تحقق له إشباع اجتماعية ولا تتماشى مع عصره.

أما 44.83% مقدر بـ39 مفردة من المبحوثين قد أجابوا بلا وهي نسبة معتبرة، فهم يتفاعلون مع محتوى الفايسبوك بوعي أكبر، فالعادات والتقاليد المحلية تشكل لهم ضوابط اجتماعية يتوجب عليهم التمسك بها.

ومنه فإن استخدام الفايسبوك قد أثر بنسبة كبيرة على أفكار الشباب الجامعي من خلال تفاعله مع محتوياته المختلفة مما يؤثر في عاداته وتقاليد المسبقة فما يكسبه عادات جديدة من شأنها أن تلغي العادات التي كان يؤمن بها ويمارسها.

جدول 38: جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب تأثير الفايسبوك من خلال تفاعلهم مع منشوراته.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
أفكارك	59	67.82
معتقداتك	8	9.19
سلوكاتك	20	22.99
المجموع	87	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تأثير الفايسبوك من خلال تفاعلهم مع منشورات الفايسبوك، يبين لنا أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة، غيرت من أفكارهم بنسبة 67.82% والمقدرة بـ 59 مفردة، ويمكن إرجاع ذلك إلى كثرة استخدام هؤلاء للفايسبوك وتأثرهم بما ينشر ويروج له، تليها نسبة الذين أجابوا أنها غيرت في سلوكاتهم وذلك بنسبة 22.99% والمقدرة بـ 20 مفردة، فيمكن إرجاع ذلك إلى كونهم يتعرضون لمنشورات ذات طابع اجتماعي بأنواعها المختلفة وارتباطهم بها، يعني أن السلوكات من خلال منشورات الفايسبوك لها تأثير كبير على سلوك وشخصية الفرد، باعتبار أن القيم تعتبر النواة المركزية للسلوكات، فالسلوكات من مخرجات القيم، فقيمنا شخصية تدفعنا للقيام بتجديد سلوكات دون أخرى تليها فئة الذين أجابوا أنها غيرت من معتقداتهم بنسبة 9.19% والمقدرة بـ 8 مفردة، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى ويمكن إرجاع سبب ذلك إلى أن هذه الفئة لا تتأثر بتعرضها لهذه المنشورات.

ومنه نستنتج من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين غيرت منشورات الفايسبوك بعض جوانبهم الشخصية أثناء تفاعلهم معها.

ثانيا : مناقشة نتائج الدراسة وتحليلها سوسيولوجيا :

1- مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة:

بناء على الجانب الميداني، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج سندرجها حسب كل فرضية ومؤشراتها، حتى الوصول إلى النتيجة العامة لموضوع الدراسة.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الأولى : والتي مفادها يساهم الفايسبوك في بروز ممارسات ثقافية جديدة لدى الشباب الجامعي .

فنتائجها تجلت من خلال المؤشرات التي إعتدناها في استمارة الأسئلة وكانت كالتالي :

- أكدت الدراسة بنسبة 73.40% أن أغلب الطلبة يتابعون الصفحات والمنشورات المتعلقة بمختلف الأطباق العصرية.

- أكدت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يتابعون أغاني الراي عبر صفحات الفايسبوك بنسبة 39,18%.

- أثبتت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يرون أن الإنفتاح على القيم الغربية شيء إيجابي حيث تقدر نسبتهم بـ 60,22%.

- كشفت النتائج أن نسبة 32,67% من الشباب الجامعي يحبون ويتأثرون بطريقة عيش النجوم والمشاهير و 30,69% من الشباب الجامعي يعجبون ويتأثرون بلباس النجوم والمشاهير .

- بينت نتائج الدراسة أن أغلب الشباب الجامعي يحتفلون بعيد الميلاد بنسبة 49% ورأس السنة الميلادية بنسبة 35%.

- توصلت النتائج إلى أن أغلب الشباب الجامعي موافقون على أن الفايسبوك وسيلة مقبولة لاختيار شريك الحياة بنسبة 45,98%.

- بينت نتائج الدراسة أن نسبة 36,78% من الشباب الجامعي موافقون على إقامة العلاقات العاطفية عبر الفايسبوك أو مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وأنها مقبولة ثقافيا.

- أثبتت أن كثرة استخدام الفايسبوك قد غير بعض الممارسات الثقافية لدى الشباب الجامعي كالمسهر مع العائلة بنسبة 32,61% والحوار مع الوالدين بنسبة 24,64%.

- كشفت النتائج أن أغلب الشباب الجامعي يقومون بتقديم التهنة أثناء الأعياد والمناسبات عن طريق الفايسبوك بنسبة 46,73%.

تشير كل النتائج من خلال تحليل النسب والمؤشرات على أن الفايسبوك يساهم في بروز ممارسات ثقافية جديدة لدى الشباب الجامعي لم تكن موجودة من قبل استخدامهم لموقع فايسبوك وهذا يعكس تفاعلاتهم مع منشورات ومحتويات الفايسبوك.

وفي الأخير يمكن القول أن موقع فايسبوك ساهم بشكل كبير في بروز ممارسات ثقافية جديدة والتخلي عن بعض الممارسات الثقافية المرجعية الأصيلة. ويمكن تدعيم هذه النتائج في الجداول المركبة الآتية:

جدول رقم (27-8) : جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب كيفية تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد

والمناسبات حسب متغير عدد ساعات استخدام الفايسبوك.

النسبة %	أربع ساعات فأكثر	من ساعتين لأربع ساعات	أقل من ساعتين	الجنس
25.29	ت/ن	ت/ن	ت/ن	الاتصال هاتفيا
22	9.60	11.49	6.90	
	6	10	6	
22.98	3.45	8.04	11.49	الذهاب بشكل شخصي
20	3	7	10	
8.05	4.60	1.15	2.30	إرسال رسالة نصية عبر الهاتف
7	4	1	2	
43.68	26.44	12.64	6.40	تقديم التهنة عبر الفايسبوك
38	23	11	4	
43.68	41.39	33.32	25.29	التبرع لبناء مسجد+ جمع التبرعات
38	36	29	22	
100	41.39	33.32	25.29	النسبة
87	36	29	22	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب طريقة تقديم التهنة للأقارب أثناء الأعياد والمناسبات حسب متغير عدد ساعات ،استخدام الفايسبوك، يتبين لنا أنه لنا توجد علاقة ارتباط بين هذين المتغيرين، أي أن العلاقة بين ساعات استخدام الفايسبوك وطريقة تقديم التهنة معنوية (توجد دلالة إحصائية)، بحيث جاءت الحسابية ب 23.48 و k^2 الجدولية ب 12.59% أي k^2 الحسابية أكبر من الجدولية عند مستوى الدلالة 0.05.

نلاحظ أن 43.68% من المبحوثين يقومون بتقديم التهنة عبر الفايسبوك للأشخاص الذين يستخدمون الفايسبوك من أربع ساعات فأكثر قدرت ب 26.44% ثم من ساعتين لأربع ساعات بنسبة 12.64% وأقل من ساعتين 4.60% ثم جاءت نسبة الاتصال هاتفيا بنسبة 25.99% فبالنسبة للأشخاص الذين يقومون باستخدام الفايسبوك من ساعتين لأربع ساعات جاءت بنسبة 11.49% ثم أربع ساعات فأكثر بنسبة 9.60% وأقل من ساعتين ب 6.90%.

ثم جاءت نسبة 22.98% للأشخاص الذين يفصلون الذهاب بشكل شخصي، فبالنسبة للأشخاص الذين يستخدمون الفايسبوك من ساعتين لأربع ساعات بنسبة 11.49% و أقل من ساعتين ب 6.90% وأربع ساعات فأكثر 9.60%، وأخيرا إرسال رسالة نصية عبر الهاتف بنسبة 8.05% فالمستخدمين للفايسبوك باربع ساعات وأكثر بنسبة 4.60% و اقل من ساعتين ب 2.30% ومن ساعتين لأربع ساعات 1.15%.

ونفس هاته النتائج والإحصائيات على أن موقع فايسبوك له دور كبير في التأثير على بعض عادات وممارسات الشباب بحيث أن التواصل مع أفراد أسهم وأنهم مقدمو لهم عبرة الاستخدام الفايسبوك لساعات طويلة يحدث تأثير على ضعف العلاقات العائلية وصلة الرحم وال وهذا ما يؤكد إحصائيات هذا الجدول بأن هناك علاقة حيرة بين عدد ساعات لاستخدام وطريقة تقديم التهنة للأشخاص الذين يستخدمون الفايسبوك أربع ساعات فأكثر يفضلون تقديم التهنة عبر الفايسبوك فهنا درجة التأثير كبيرة وخاصة أن العائلات الجيلية معروفين بتمسكهم بعاداتهم الثقافية والدينية والزيارات العائلية ومن هذا دليل على أن هذا التغيير يعتبر من أبرز التحولات الثقافية التي أحدثها موقع فايسبوك.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها وكذلك نتائج الجدولين السابقين نصل إلى أن الشباب الجيلية يتميز باستخدامه لموقع فايسبوك لساعات طويلة والتحدث مع أفراد أسرتهم عبرها وتلبية مطالبهم

وحاجاتهم فنجدهم يلجؤون إلى هذا العالم الافتراضي من أجل التهرب من المسؤوليات والواجبات التي تفرض عليهم عاداتهم الثقافية إذ يجعلون هذه المواقع الطريق الأمثل لتلبية هذه الواجبات والأخطر أنها وصلت لحد المساس ببعض القيم الدينية وهي صلة الرحم والتزاور .

جدول رقم (22-5): جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب الأعياد التي يحتفلون بها حسب متغير مكان

الإقامة

مكان الإقامة	حضري	شبه حضري	ريفي	النسبة المجموع
رأس السنة الميلادية	20	6	-	26
عيد الحب	8	6	1	13
عيد الميلاد	21	10	2	33
لا احتفل	4	7	4	-
النسبة المجموع	4	7	4	87

يكشف لنا الجدول أعلاه عن توزيع المبحوثين الأعياد التي يحتفلون بها حسب متغير الإقامة أنه توجد علاقة ارتباط بين الأعياد التي يحتفلون بها ومكان الإقامة، أي العلاقة بين هذين المتغيرين معنوية (أي توجد دلالة إحصائية) بحيث جاءت k^2 الحساسية 23.84% و k^2 الجدولية 12.59% عند مستوى الدلالة 0.05 ، أي أن k^2 الحساسية أكبر من k^2 الجدولية عند مستوى الدلالة 0.05 ولهذا هناك علاقة بين هذين المتغيرين.

فلاحظ أن 24.14% من المبحوثين القاطنين لمناطق حضرية يحتفلون بعيد الميلاد، في حين أن 22.99% منهم يحتفلون برأس السنة الميلادية ، كما نجد 11.49% من المبحوثين القاطنين بمناطق شبه حضرية يحتفلون بعيد الميلاد في حين نجد أن 9.19% من المبحوثين القاطنين بمناطق حضرية

ويحتفلون بعيد الحب، كما نجد 8.04% من المبحوثين القاطنين لمناطق شبه حضارية لا يحتفلون بتلك الأعياد، أما 6.20% من المبحوثين القاطنين لمناطق شبه حضارية يحتفلون برأس السنة الميلادية، كما نجد 4.60% من المبحوثين القاطنين بمناطق شبه حضارية يحتفلون برأس السنة الميلادية، وكذا نجد بنفس النسبة 4.60% من المبحوثين القاطنين بمناطق حضرية لا يحتفلون بتلك الأعياد، كما نجد أيضا بنفس النسبة 4.60% من المبحوثين الذين يقطنون بمناطق ريفية لا يحتفلون بها، 2.30% فقط من المبحوثين القاطنين في مناطق ريفية يحتفلون بعيد الميلاد، أما 1.15% منهم يحتفلون بعيد الحب.

وما هو ملاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين القاطنين لمناطق حضرية يحتفلون بهذه الأعياد أكثر عن غيرهم إذ مثلوا أعلى نسبة، ثم تليها بعد ذلك نسبة المبحوثين القاطنين بمناطق حضرية، في حين نجد أن النسبة قليلة جدا بالنسبة للمبحوثين القاطنين بمناطق ريفية.

وهذا يدل أن هناك علاقة بين مكان الإقامة والاحتفال بهذه الأعياد، حيث اتضح لنا من خلال الجدول أن المبحوثين القاطنين بمناطق حضرية وشبه حضرية هم الذين يحتفلون بهذه الأعياد، إذ تعتبر هذه المناطق الأكثر انفتاحا على القيم الغربية على عكس المجتمعات الريفية التي لا تزال محافظة نوعا ما إذ أن هذه المناطق الحضرية تعد الأكثر استخداما للوسائل التكنولوجية مما جعلها أكثر انفتاحا على المناطق الأخرى، وقد أدى ذلك إلى حدوث نوع من الهوية والفجوة وكذا نوع من التغيير القيمي والديني في المجتمعات العربية الإسلامية بشكل عام والمجتمع الجزائري بشكل خاص، كما أحدث نوع من الاغتراب الديني والقيمي الاجتماعيين إذ طغت القيم الدينية الغربية الدخيلة على المجتمعات بشكل كبير، وهذا نتاجا لما أحدثه العالم اليوم من تطور تكنولوجي في عصر أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تغطي على حياة أفراد المجتمع كالفيسبوك، الذي كان له دور كبير في نشر هذه القيم والعادات والمعتقدات الغربية وذلك من خلال تفاعل الأفراد عبر هذه الصفحات سواء عن طريق متابعة الصفحات أو عن طريق التواصل والتفاعل مع الأفراد من مختلف دول العالم.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الفرعية الثانية: والتي مفادها :

يساهم الفيسبوك في تراجع بعض الممارسات والعادات الاجتماعية التي يتميز بها المجتمع المحلي الجبلي لدى بعض الشباب الجامعي.

- كشفت الدراسة أن أغلب الطلبة يقومون بتقديم المصلحة الفردية والجماعية مع نسبة 50,57% تليها المصلحة الفردية بنسبة 34,48%.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة يشاركون في الأنشطة الاجتماعية التضامنية بنسبة 57,69%.

- أثبتت نتائج الدراسة أن 28,43% من الشباب الجامعي يشاركون في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها عبر صفحات الفايسبوك بالتبرع بالدم، 24,51% يقومون بجمع التبرعات.

- أثبتت نتائج الدراسة أن أغلب الشباب الجامعي أكدوا أن محتوى الفايسبوك قد عزز من روح المواطنة والانتماء لديهم وذلك بنسبة 68,97%.

- أكدت نتائج الدراسة أن أغلب الشباب يقومون بتقبل وإحترام الآراء المعروضة على صفحات ومجموعات الفايسبوك حول مختلف المواضيع بنسبة 86,21%.

- أثبتت الدراسة أن في الجدول رقم (34) أن اغلب الطلبة يعارضون مقولة الغاية تبرر الوسيلة حتى وإن تجاوزوا بعض من مبادئهم الشخصية للوصول لهدفهم من خلال ما إكتسبوه من محتوى الفايسبوك بنسبة 68,97%.

- كشفت النتائج أن أغلب الطلبة قد حقق لهم الفايسبوك إشباعاً إجتماعية متمثلة في تهمين علاقاتهم بعائلاتهم وأصدقائهم بنسبة 45% وتدعيم العلاقات الاجتماعية بنسبة 31%.

- أثبتت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة يتعصبون للمنشورات التي تسيء لعاداتهم وثقافتهم المحلية بنسبة 71,26%.

وتعتبر نتائج الدراسة التي عبرت عن الفرضية الثانية عن عدم تحققها ونفيها والتي أظهرت من خلال النسب والمؤشرات على أن الفايسبوك أدى إلى زيادة الوعي بأهمية القيم الاجتماعية، وساعد الشباب الجامعي من خلال المنشورات التي تعرض عبر صفحاته التي تدعو إلى التضامن والتعاون وغيرها من المضامين التي تعزز هته القيم الاجتماعية، والتي برزت في الواقع من خلال سلوكياتهم والتي تعكس للتكريس الحقيقي لمختلف القيم الاجتماعية، وبهذا فإن الفايسبوك قد ساعد في تعزيز بعض

الممارسات والعادات الاجتماعية التي يتميز بها المجتمع المحلي الجبلي وليس تراجعاً كما جاء في الفرضية.

ويمكن تدعيم هاته النتائج في الجدول المركب الآتي:

الجدول (01-31) جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم في المبادرات الخيرية التي تعلن عنها عبر صفحات الفيسبوك حسب متغير الجنس

النسبة %	المجموع	أنثى	ذكر	الجنس الاحتمالات
33.33	29	ت/ن 24.14	ت/ن 9.19	التبرع بالدم
		21	8	
8.04	7	6.89	1.15	التبرع لبناء مسجد
		6	1	
5.75	5	2.30	3.45	تنظيف الأحياء السكنية
		2	3	
24.14	21	20.69	3.45	جمع التبرعات
		2	3	
6.9	6	5.75	1.15	حملات التشجير
		5	1	
8.05	7	5.75	2.30	التبرع بالدم+التبرع لبناء مسجد
		5	2	
4.6	4	3.45	1.15	التبرع لبناء مسجد+جمع التبرعات
		3	1	
9.19	8	8.04	1.15	لا أشارك
		7	1	
100	87	77.01	22.99	النسبة المجموع
		67	20	

يكشف لنا الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب طبيعة المبادرات الخيرية التي يشاركون فيها والمعلن عنها عبر صفحات الفيسبوك حسب متغير الجنس، انه لا توجد علاقة ارتباط بين الجنس والمشاركة في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها عبر الفيسبوك، أي أن العلاقة بين هاذين المتغيرين غير معنوية، أي بحيث جاءت k^2 الجدولية 14.06 (لا توجد دلالة إحصائية) والحساسية 6.89%، أي أن k^2 الجدولية أكبر من k^2 الحساسية عند مستوى الدلالة 0.05 ولذلك لا توجد علاقة بين هذين المتغيرين بحث نلاحظ أن 33.33 % من المبحوثين يقومون بالتبرع بالدم بحث مثلت نسبة الإناث 24.14% والذكور بنسبة 9.19% ، في حيث جاءت نسبة 24.14% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يقومون بجمع التبرعات، بحيث نسبة الإناث تقدر ب 20.69% والذكور بنسبة 3.45% ، ثم جاءت نسبة 9.19 من المبحوثين الذين أجابوا بلا أشارك فنسبة الإناث عبر المشاركين بالدم + التبرع لبناء مسجد حيث أن نسبة الإناث ب 5.57 والذكور 2.30% ، ثم 8.04% من المبحوثين يقومون بالتبرع لبناء مسجد فنسبة الإناث قدرت ب 6.89 والذكور 1.15% وبعدها حملات التشجير جاءت بنسبة 6.9% فالإناث نسبتهم قدرت ب 5.75% والذكور 1.5% وتأتي في تنظيف الأحياء السكنية بنسبة 5.75% ف 3.45% منهم من الذكور ، 2.30% من النبات وفي الأخير جاء التبرع لبناء مسجد + جمع التبرعات بنسبة 4.6% فالإناث نسبة 3.45 والذكور 1.15% وعليه نصل إلى أن الجنس لا يؤثر في المشاركة في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها صفحات الفيسبوك ويرجع سبب ارتفاع الإناث لمشاركين في هذه المبادرات إلى ارتفاع نسبة الإناث بحد ذاتها لكن يمكن القول أن الإناث والذكور على حد سواء يساهمون في المشاركة في هذه المبادرات الخيرية التي تعلن عنها عبر صفحات الفيسبوك إذن من خلال التفاعل مع محتوياته يساهم في التشجيع على المشاركة في مختلف هذه المبادرات.

2- مناقشة النتائج الدراسة في ضوء الأهداف:

- من خلال الأهداف التي تم رسمها في بداية إعداد هذا العمل وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها نخلص في القول بأن الدراسة قد حققت النتائج المرجوة.

- فالأهداف الوصفية تمحورت حول وصف وكشف خصائص القيم في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي تستقطب الشباب الجامعي الجبلي والكشف عن دور هاته المواقع في زيادة الفجوة القيمية لدى الشباب الجامعي، وكذا معرفة محتوى هاته المواقع التي يتعرض له هؤلاء الشباب، وقد تحققت من خلال توصلنا إلى أن الشباب الجامعي من خلال تصفحه لموقع فيسبوك قد اكتسبت قيم

ثقافية جديدة مغايرة للثقافة المحلية، تتجسد في طريقة اللباس وتسريحة الشعر والاحتفال بأعياد جديدة لا تمد صلة بثقافته المحلية كرأس السنة الميلادية وعيد الحب وعيد الميلاد، وذلك لتأثره بمحتوى الفايسبوك الذي يعرض لمختلف هته القيم الدخيلة لكن الفاسيبيوك من جهة أخرى قد ساهم ولعب دور من خلال محتوياته في تعزيز بعض القيم الاجتماعية كقيم التضامن والتبرع بالدم ورح المواطنة والانتماء واحترام رأي الآخر.

- أما بالنسبة للأهداف التفسيرية التي سعينا من خلالها لتفسير أبعاد الفجوة القيمية التي أحدثها موقع فايسبوك من وجهة نظر الشباب الذين يستخدمون هذا الموقع وكذا تفسير القيم الهجينة لدى الشباب الجامعي في ضوء محتوى الفايسبوك وتحليل محتواه ومقارنته مع منظومة القيم المرجعية الأصيلة وهذا ما حققناه من خلال دراستنا بحيث توصلنا إلى أن من أسباب قيام الشباب الجامعي ببعض الممارسات الغير سوية واكتسابه لقيم دخيلة على ثقافتنا هو ما يتعرض له من خلال محتوى الفايسبوك الذي يعرض لمختلف القيم الغربية التي تتعارض مع ثقافتنا المحلية مما اكتسب هؤلاء الشباب لقيم لا تمد صلة بالقيم المرجعية ومنافية لها، على عكس القيم الاجتماعية التي ساهم محتوى الفايسبوك على تعزيزها.

- أما بالنسبة لأهداف التنبؤية التي مفادها توجيه الشباب نحو الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي بما يعزز ويحافظ على ثوابتهم فقد توصلنا إلى أن موقع فايسبوك يقوم بتوجيه الشباب ومساعدتهم في تشجيعهم على تعزيز قيمهم الاجتماعية ومن خلال الدعوة عبر صفحاته إلى حملات توعية بضرورة المشاركة في المبادرات الخيرية وغيرها من القيم الأخرى.

3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

✓ دراسة عادل شيهب:

جاءت هذه الدراسة تشابه في نتائجها مع دراسة شيهب في بعدها الثقافي والمتمثل في المؤشرات الدالة عليه كما يلي:

البعد الثقافي.

- تتفق الدراسة شيهب عادل المعنونة بـ " أبعاد الفجوة الرقمية عبر الإعلام بالوسائط الجديدة من وجهة نظر الشباب ".

- أكدت دراستنا أن أغلب المبحوثين يحتفلون بأعياد غير المسلمين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شيهب عادل التي أكدت نتائج دراسته على أن أغلب المبحوثين يحتفلون بأعياد غير المسلمين (ك رأس السنة، عيد الحب...) حسب الجدول رقم (22).

- وبالنسبة لنتيجة تقليد المشاهير والنجوم (اللباس، حلاقة، الشعر...) جاءت بدرجة قوية وهي قيمة يكاد يجمع عليها على أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة مع دراستنا في أن اغلب المبحوثين يتابعون هؤلاء النجوم والمشاهير لإعجابهم وتأثرهم بلباسهم، تسريحة شعرهم، طريقة عيشهم، حسب الجدول رقم (21).

- أكدت نتيجة دراسة عادل شيهب على أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في استخدام الوسائط الجديدة وهذا ما يختلف مع نتائج دراستنا بحيث أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور حسب نتيجة الجدول رقم (1).

- جاءت نتيجة احترام اللغة العربية بنسبة عالية وقوية وهي نتيجة تتوافق مع دراستنا في كون أغلب المبحوثين يقومون باستخدام اللغة العربية في التواصل مع الآخرين عبر مواقع فايسبوك.

- وكذا جاءت نتيجة عبارة المصلحة الفردية تمثل أعلى درجة في البعد الاجتماعي وهي تتوافق نوعا ما مع دراستنا التي جاءت نتیجتها أن الطالب الجامعي يقوم بتقديم المصلحة الفردية والجماعية معا، ثم تليها المصلحة الفردية، التي تعتبر قيمة جديدة على المجتمع الجيلي.

- وكذا نتيجة عبارة الغاية تبرر الوسيلة جاءت في دراستنا عادل شيهب بدرجة قوية عكس نتيجة دراستنا التي مفادها أن أغلب الطلبة الجامعيين لم يوافقوا على هاته المقولة.

✓ دراسة فهد طيار:

- في حين اتفق الدراسة الحالية مع دراسة فهد علي الطيار بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر أنموذجا" لتتفق مع دراستنا في شبكات التواصل الاجتماعي تجعل المبحوثين يميلون لتقليد بعض القيم من ملابس ومسكن، شريحة شعرهم، تصرفاتهم.

كما اتفقت أيضا مع دراستنا كونها توصلت إلى إهمال في الشعائر الدينية في حين توصلت دراستنا أن كثرة استخدام الفايسبوك أدى إلى تغير بعض العادات والممارسات الثقافية مثل الصلاة في وقتها (حسب الجدول (25).

✓ دراسة السعيد بومعيزة:

- جاءت نتائج الدراسة التي قام بها السعيد بومعيزة حول أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجامعي تتفق نوعا ما مع دراستنا أن كلاهما تناولتا تأثيرا مواقع التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب.

توصلت إلى الأغلب لمبحوثين مشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي في حين دراستنا توصلت إلى أن أغلبية المبحوثين زاد تشبعهم بالقيم الاجتماعية.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة:

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها عن طريق الاستمارة والدراسة النظرية تم التوصل إلى جملة من النتائج التي يمكن تحديدها في النقاط التالية:

- يساهم الفيسبوك في إحداث فجوة على مستوى القيم الثقافية وتعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، بحيث تحققت في شقها الأول المرتبط بالجانب الثقافي وعدم تحققها في الشق الثاني المتعلق بالجانب الاجتماعي.

- يساهم الفيسبوك في بروز ممارسات ثقافية جديدة لدى الشباب الجامعي وذلك من خلال ظهور بعض القيم الجديدة الوافدة المنافسة للقيم المرجعية الأصيلة التي اعتاد عليها المجتمع الجبلي.

- لا يساهم الفيسبوك في تراجع بعض الممارسات والعادات الاجتماعية التي يتميز بها المجتمع الجبلي لدى بعض الشباب الجامعي، بل أنه قد ساهم بشكل كبير في تثبيت وإعادة إحياء بعض القيم والعادات الاجتماعية التي يتميز بها المجتمع المحلي الجبلي، لكنه ساهم بدرجة صغيرة في تغيير بعض القيم التي تجسدت على مستوى الأفكار وبعض السلوكيات.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها من الدراسة الميدانية، حيث تم استخلاص النتائج في ضوء الفرضيات، وأيضاً في ضوء أهداف الدراسة والدراسات السابقة، من أجل الوصول إلى النتائج العامة التي تؤكد أن الفايسبوك يساهم في تغيير القيم لدى الطلبة الجامعيين.

الخاتمة

أدى التطور في مجال الاتصالات والإعلام الجديد إلى إنتاج وسائل اتصال حديثة ساهمت في عملية التواصل مع الآخر بتفاعلية أكبر منها مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك، هذه الأخيرة التي حضيت بشعبية كبيرة في أوساط الشباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة، بحيث كان لتلك المواقع تأثيرا مباشرا وغير مباشر على القيم، وتمكنت من خلق عادات وسلوكيات ثقافية جديدة غزت الأوساط الاجتماعية، بحيث أصبح العالم الافتراضي يسيطر على عقول الطلبة باعتبارهم شديدي التعلق بهذه المواقع نظرا لما تتيحه من خدمات عديدة كالردشة ومشاركة المنشورات والتعليقات والمساعدة في البحث العلمي واكتساب المعارف.

فقد أصبحت تلك المواقع عالما وهميا يعيش فيه الكثير من الطلبة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك، فقد وجد الطلبة بديلا عن العلاقات المباشرة التي يفرضها عليه الواقع الحقيقي وهذا ما حاولت دراستنا تسليط الضوء عليه من خلال دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطلبة الجامعيين، وإبراز الهوية والفجوة التي أحدثتها هذا التأثير على مستوى القيم الاجتماعية والثقافية، حيث تم التوصل إلى نتائج سمحت لنا بتكوين تصور بسيط عن تلك الآثار التي تركتها موقع فايسبوك على القيم الثقافية والاجتماعية لدى الشباب الجامعي، بحيث وجدنا أن هناك العديد من القيم الثقافية التي تراجعت نتيجة الانشغال والتفاعل بموقع فايسبوك خصوصا صلة الرحم وظهور سلوكيات جديدة كتقديم التهنئة عبر الفيسبوك، وبروز مظاهر التقليد الأعمى للحياة الغربية وما تحمله من أنماط ثقافية مغايرة عن مجتمعنا خصوصا أسلوب العيش وطريقة اللباس والاحتفال ببعض الأعياد التي لا تمد صلة بثقافتنا المرجعية كعيد الميلاد وعيد الحب... إلى غير ذلك، كما وجدنا أن هناك العديد من القيم والعادات الاجتماعية التي ساهم الفيسبوك في تثبيتها.

وفي الأخير ساهمت هذه الدراسة في بناء التأسيس المعرفي والمنهجي لقضايا اتصالية جديدة، تكون بمثابة حقل بحثي ومعرفي في هذا المجال تمثلت في:

- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الهوية الثقافية.
- الإعلام الجديد والتحول الاجتماعي.
- مواقع التواصل الاجتماعي والحفاظ على الموروث المادي واللامادي.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

- القرآن الكريم.

- سورة البينة.

المعاجم:

محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان.

عبد العزيز عبد الله الذخيل، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنجليزية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.

ابن المنظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1968

المراجع:

أولاً: الكتب

1. إبراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر.

2. إحسان محمد حسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2005.

3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.

4. أحمد حسن الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2005.

5. أحمد عياد، مدخل المنهجية البحث الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2009.

6. أسامة بن صادق طيب، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012.

7. بريق حسن جمعة الربيعي، دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، دار المجد للنشر والتوزيع، الأردن.

8. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011..

9. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
10. بسام عبد الرحمان شاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
11. بلقاسم السلطانية، حسان الجيلالي، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للنشر والتوزيع، ط1، عين مليلة، الجزائر، 2004.
12. جبريل حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسي، الشبكات الاجتماعية (رؤية تحليلية)، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
13. جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفايبوك، ط1.
14. جواد علي مسلماني، الإعلام والمجتمع، دار مجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
15. جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2004.
16. حسن محي الدين أحمد، العمر وعلاقته بالإبداع لدى الراشدين، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1982.
17. حسنين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع السائص، 2014.
18. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2013.
19. خالد محمد أبو شعيرة، تاترا أحمد عباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
20. الخزاعلة عبد الله عقلة مجلي، الصراع بين إقليم الاجتماعية والتنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد، الأردن، دس.
21. خيضر إبراهيم حيدر، الميديا (مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي)، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، ط1، 2018.
22. خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر ط1، باتنة، الجزائر.
23. دكتورة سلوى، السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الانثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، طبع نشر وتوزيع، الإسكندرية، 2013.
24. ربيعي مصطفى عليان، أساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2010.
25. رشوان، حسين عبد الحميد أحمد، التربية والمجتمع، المكتب العربي الحديث، 2013.

26. رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015.
27. زهدي محمد عبد، نعمان خالد، التنشئة الاجتماعية للطفل، الدار العلمية الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003.
28. سارة بوريش، نظريات الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، ط21، عمان، 2016.
29. ساعد هماش: الشكاات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، المجلد (1)، العدد 2، دار الورسم، 2015.
30. سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
31. سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2011.
32. سلوى السيد عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2010.
33. سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2010.
34. سليمان بكر كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2015.
35. سميح أبو مغلي وآخرون، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوعي العلمية للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2002.
36. سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة، علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002.
37. سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، بتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة مصر 2004.
38. شبكات التواصل الاجتماعي (منصات للحرب الأمريكية الناعمة)، جمعية المعارف الإسلامية للثقافة، ط1، بيروت، لبنان، 2011.
39. صالح العلي وآخرون، ممرات التواصل الاجتماعي (أسس، مفاهيم، قيم)، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
40. صلاح محمد أبو جادو، بسكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط9 عمان، الأردن، 2013.
41. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام، وتطبيقاتها العربية، دار الفكر، القاهرة 2011.

42. عامر مصباح، علم الاجتماع الرواد والنظريات، شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1 الجزائر، 2010.
43. عباس سبتي، دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات سلبيات- حلول - مقترحات، 2013.
44. عبد الحليم موسى يعقوب، الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية، الدار العالمية للنشر والتوزيع ط1، الهزم، 2014.
45. عبد الخالق محمد عفيفي، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2014.
46. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.
47. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
48. عبد الرحمان عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار المتوسطة للنشر، ط1، تونس 2011.
49. عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فر إعلامي متميز مركز دراسات الوحدة العربية، سلة كتب المستقبل العربي (28)، ط1، بيروت، 2003.
50. عبد الرحمان عزي، نصيرة بوعلي، حوارات أكاديمية حول النظرية الحتمية القيمية في الإعلام دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
51. عبد الرحيم سليمان، عصر الميديا الجديدة، منشورات إتحاد إذاعات الدول العربية، 2016.
52. عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، دار السميرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012.
53. عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
54. عبد الله بن سعيد بن محمد آل عبود، قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، السعودية، 2011.
55. عبد الله عامر الهاملي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة فار يونس، ط1 ليبيا، 2003.
56. عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، بيروت، لبنان، 2006.

57. عبير شفيق الرحباني، الإستعمار الإلكتروني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
58. العطية ماجد، سلوك المنظمة سلوك الفرد والجماعة، دار الشروق للنشر والتوزيع الأردن، 2003.
59. علاء الدين محمد عفيف، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر.
60. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014.
61. علي خليل مصطفى أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم علي، ط1، المدينة المنورة، د.س.
62. علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية " الأساليب والتقنيات الأساسية"، إدارة المطبوعات والنشر.
63. عمر أحمد همشري، التنشئة الاجتماعية للطفل، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003.
64. غالب كاظم جواد الرعمي، الإعلام الجديد، دار مجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016.
65. غني ناصر حسين القرشي، المدخل النظرية لعلم الاجتماع، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011.
66. فائزة أنور شكوى، القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2008.
67. فهد بن عبد العزيز العقيلي، الإعلام الرقمي (أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، ط1، 2017.
68. كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، دار أسامة لنشر والتوزيع ط1، عمان، الأردن، 2013.
69. كامل خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1 عمان، الأردن، 2011.
70. ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، الكويت، 2012.
71. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
72. ماجد ظمي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
73. ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1.

74. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلم للنشر والتوزيع ط1، عمان، الأردن، 2015.
75. محسن جلوب الكنافي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017.
76. محمد أحمد محمود إبراهيم، القيم الاجتماعية كما تعكسها ثورة كربلاء، مركز الأبحاث العقارية ط1، إيران، 1434هـ، ص34.
77. محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017.
78. محمد زيدان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
79. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012.
80. محمد شفيق، الإنسان والمجتمع، المكتب الجامعي الحديث، 2009.
81. محمود السيد أبو النيل، علم النفس الاجتماعي، ط2، دراسات مصرية وعالمية، القاهرة، مصر 1978.
82. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1
83. محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015.
84. مركز المحتسب للإستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإحتساب (تويتر نموذجاً) الرياض، دار المحتسب للنشر والتوزيع، 2017.
85. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي، ط1 عمان، 2015.
86. مصطفى حجازي، الإنسان المهدور، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005، ص210.
87. مصطفى لوجلال، علم الاجتماع المعاصر بين الاتجاهات والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية، 2015.
88. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2015.
89. المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
90. مكين حوفان القرني، واقع النشاط اللغوي في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجاً)، مركز الملك عبد العزيز، ط1، الرياض، السعودية، 2015.

91. مورييس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
92. مؤيد السعد، الإندماج الإتصالي في العالم الجديد، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2019.
93. مؤيد جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع فيسبوك، ألفا للوثائق، قسنطينة، ط1، 2016.
94. ناجح رشيد القادري، محمد عبد السلام البواليز، مناهج البحث الاجتماعي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
95. نادر عبد الله دسة، الإعلام المجتمعي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016.
96. نادية محمود مصطفى وآخرون، القيم الاجتماعية، دار النشر للثقافة والعلوم، ط1، مصر.
97. نادية محمود مصطفى وآخرون، القيم في الظاهرة الاجتماعية، دار النشر للثقافة والعلوم، ط1، القاهرة، مصر، 2011.
98. ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012.
99. نصيرة بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام مكتبة أقرأ، الجزائر، 2009.
100. نصيرة بوعلي: مفاهيم نظرية الحتمية القيمية عند عبد الرحمان عزي، مقارنة سوسولوجية كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ص89.
101. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999.
102. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 1999.
103. نيك كولدري، شبكات التواصل الاجتماعي والممارسة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر.
104. وسام فاضل راضي وآخرون، الإعلام الجديد (تحولات إتصالية ورؤى معاصرة)، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات، 2017.

المذكرات:

107. حسناء زيغود، شهيناز بلطيطن، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير القيمي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لشهادة الماستر، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل، 2018-2019.

المجلات:

108. ابرييم سامية، تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية من وجهة نظر أساتذة العلوم الاجتماعية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد 2 العدد 8، جامعة أم البواقي وتبسة، ديسمبر .
109. أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، العدد 179، جامعة الأزهر، 2017.
110. أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى" نموذجا، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 2015/2014.
111. حسن الفاتح الحسن المبارك، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة (الفيديو نموذجا)، مجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، مجلد 4، العدد 17، جامعة الإمام المهدي، السودان، 2020.
112. حصنة بنت محمد الشايع أفنان بنت عبد الرحمان العيد، إستخدام شبكة غوغل بلس الاجتماعية في التعلم القائم على المشروعات لطالبات جامعة الأميرة نورة ومدى رضاهن عنها، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد العدد1، الرياض، كانون الثاني، 2015. متاح على - Lijoe.org/v4/jijjo:
113. فهد بنة علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا) المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 61، جامعة الملك سعود، الرياض، 2014.

المراجع بالأجنبية:

114. Le Robert, dictionnaire de langue française, paris, 2005.

115. Pierre Bordieu, La jeunesse nest qu'un mot, in question de sociologie, édition uinuit, 1984.

المواقع الإلكترونية:

116. <https://www.igi-global.com/dictionary/cultural-gap/80080>.

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علم الاجتماع

إستمارة بحث بعنوان :

مواقع التواصل الإجتماعي وفجوة القيم لدى الشباب الجامعي "الفايسبوك
أنموذجا"

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة جيجل-

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص : علم اجتماع الاتصال

تحت إشراف :

د / شيهب عادل

إعداد الطالبتين :

- عبان هاجر

- بونقطة ريمة

في إطار القيام بدراسة علمية لنيل شهادة الماستر تخصص علم اجتماع الاتصال، قمنا بتوزيع هاته الاستمارة على الشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك.

- نرجو منكم الإجابة بشفافية من أجل مساعدتنا على العمل بمصداقية، ونحيطكم علما أن الإجابات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

- مع تقبل فائق التقدير والاحترام .

السنة الجامعية : 2020 - 2021 م

أترك علامة (x) أمام الخانة المناسبة:

ملاحظة : تستطيع الاختيار أكثر من إجابة واحدة .

المحور الأول :

I - بيانات شخصية :

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن : أقل من 20 سنة من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة 25 سنة فما فوق

3- الحالة الاجتماعية :

متزوج(ة) أعزب(ة) مطلق(ة) أرملة(ة)

4- المستوى التعليمي :

السنة أولى ماستر
 دكتوراه

5- مكان الإقامة:

حضري شبه حضري ريفي

6- طبيعة الأسرة :

محافظة جدا (متشددة) متحررة معتدلة

II- أنماط وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

7- منذ متى وأنت تستخدم موقع فايسبوك؟

- أقل من سنة من سنة إلى أقل سنتين من سنتين إلى ثلاث سنوات ثلاث سنوات أو أكثر

8- ما هي عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفايسبوك؟

- أقل من ساعتين من ساعتين إلى أربع ساعات أربع ساعات فأكثر

9- أين تفضل استعمال الفايسبوك؟ في :

- المنزل مقهى الأنترنت الشارع الجامعة غير محدد

- أماكن أخرى.....

10- ما هي دوافع إقبالك على استخدام الفايسبوك ؟

- التعرف وتكوين صداقات التعرف على ثقافات جديدة التسلية والترفيه ملاً وقت الفراغ التواصل مع الاصدقاء إكتساب معلومات ومعارف

11- ماهي اللغة التي تستخدمها في التواصل مع الآخرين ؟

- اللغة العربية اللغة الاجنبية اللهجة المحلية مزيج

12- باستخدامك للفايسبوك هل إكتسبت مفردات جديدة ؟

- نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم هل هي مفردات لغوية أم عامية ؟

مفردات لغوية (جميع لغات العالم) مفردات عامية

13- ماهي المضامين التي تفضل متابعتها على الفيسبوك؟

ثقافية إجتماعية

- أخرى تذكر

14 - على أي أساس تقوم بإختيار أصدقائك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

علاقات قرابة علاقات صداقة علاقات الجوار على أساس الجنس
على أساس الإهتمامات المشتركة لا يوجد أي معيار محدد

المحور الثاني : الفيسبوك وتحولات القيم الثقافية المحلية لدى الشباب الجامعي.

15- هل تتابع الصفحات المتعلقة باللباس التقليدي المحلي ؟

لباس مناسباتي (كالأعراس) لباس يومي

16- هل تتابع صفحات ومنشورات الفيسبوك المتعلقة بمختلف أصناف الأطباق والمأكولات ؟

الأطباق التقليدية الأطباق العصرية

17- ما طبيعة الأغاني المحلية التي تتابعها عبر صفحتك على الفيسبوك؟

.....

18- ماهي الشعائر الثقافية والدينية التي تقومون بالإحتفال بها أو إحياؤها عبر صفحات الفيسبوك؟

المولد النبوي الشريف عاشوراء رأس السنة الأمازيغية

19- هل الإنفتاح على القيم الغربية شيء إيجابي؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم لماذا؟

إذا كانت الإجابة بلا لماذا؟

20- ما صفة النجوم والمشاهير التي تابعتها عبر صفحات الفايسبوك؟

نجوم الكرة مشاهير الأفلام والمسلسلات

مشاهير الغناء مشاهير السياسة

- أخرى تذكر

21- ما الذي يجعلك تتابع هؤلاء النجوم والمشاهير؟ هل لإعجابك أو تأثرك ب:

لباسهم تسريحة شعرهم تصرفاتهم
 طريقة كلامهم طريقة عيشهم كل شيء

أخرى تذكر

22- ما هي الأعياد تحتفل بها؟

رأس السنة الميلادية عيد الحب عيد الميلاد

أخرى تذكر

23- هل تعتبر أن الفايسبوك وسيلة مقبولة لإختيار شريك الحياة؟

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

24- هل تعتبر أن إقامة العلاقات العاطفية عبر الفايسبوك أو مواقع التواصل الأخرى

مقبولة ثقافياً؟

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

25- هل أدى كثرة إستخدامك للفايسبوك إلى تغيير بعض العادات والممارسات الثقافية

الأسرية المتمثلة في :

الأكل مع الأسرة السهر مع العائلة الصلاة في وقتها

الحديث مع الإخوة الحوار مع الوالدين

أخرى تذكر

26- أثناء الأعياد والمناسبات العائلية كيف تفضل تقديم التهنة للأقارب ؟

الإتصال هاتفيا

الذهاب بشكل شخصي

إرسال رسالة نصية عبر الهاتف

تقديم التهنة عبر الفاييسبوك

27- هل تراعي مبادئ عقيدتك الدينية في تفاعلك مع محتويات الفاييسبوك؟

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

المحور الثالث : الفاييسبوك والعادات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

28- ماهي أشكال التفاعل مع منشورات المجموعات تنتمي إليها في الفاييسبوك؟

رموز تعبيرية(إيموجي) التعليق عليها مشاركتها عبر الفاييسبوك

- أخرى تذكر

29- بإعتبارك فردا مسؤولا في المجتمع هل تقدم مصلحتك الذاتية أم المصلحة الجماعية

على الفردية؟

المصلحة الفردية المصلحة الجماعية الإثنين معا

30- ما نوع الأنشطة الاجتماعية التي تشاركها عبر الفايسبوك؟

تضامنية توعوية تطوعية

31- ما طبيعة مشاركاتك في المبادرات الخيرية التي يعلن عنها عبر صفحات الفايسبوك؟

التبرع بالدم التبرع لبناء مسجد تنظيف الأحياء السكنية
جمع التبرعات حملات التشجير

- أخرى تذكر

32- هل عزز محتوى الفايسبوك روح المواطنة و الإلتناء لديك؟

نعم لا

كيف ذلك؟.....

33- هل تتقبل مختلف الآراء المعروضة على صفحات أو مجموعات الفايسبوك حول

مختلف المواضيع أم تقوم بالهجوم؟

تقبل واحترام رأي الآخر الهجوم والانتقاد

34- من خلال ما اكتسبته من محتوى الفايسبوك . هل أنت مع مقولة الغاية تبرر

الوسيلة .حتى وإن تجاوزت بعض من مبادئك الشخصية من أجل الوصول لهدفك؟

نعم لا

35- ما هي الإشباعات الاجتماعية التي يحققها لك الفايسبوك؟

إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية تدعيم العلاقات الاجتماعية

تتمين علاقاتك بعائلتك وأصدقائك

36- هل تتعصب للمنشورات التي تسيئ لعاداتك وثقافتك المحلية؟

لا

نعم

- في حالة الإجابة بنعم كيف يكون دفاعك؟

.....

37- هل تغيرت أفكارك المسبقة حول العادات والتقاليد المحلية بعد تعرفك على عادات

جديدة من خلال تصفحك لموقع فايسبوك؟

لا

نعم

38- هل ترى أن تفاعلك مع منشورات الفايسبوك قد أثر في:

سلوكياتك

معتقداتك

أفكارك

كيف ذلك؟