

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم الإعلام والاتصال

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل

الرقم: 2022/

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

عنوان المذكرة:

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علم الاجتماع بجامعة محمد الصديق بن يحيى

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

عنصل يمينة

إعداد الطلبة:

➤ بن قسوم صونية

➤ غيبور جهيدة

➤ بودلال صبرينة

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	إسم ولقب الأستاذ
مشرفا	محمد الصديق بن يحيى-جيجل-	أستاذة محاضرة -ب-	عنصل يمينة
مقيما	محمد الصديق بن يحيى-جيجل-	أستاذ محاضر -أ-	بوسعدية مسعود
مقيما	محمد الصديق بن يحيى-جيجل-	أستاذة محاضرة -أ-	حمال صبرينة

السنة الجامعية: 2021 / 2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم الإعلام والاتصال
الرقم: 2022/

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

عنوان المذكرة:

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية لدى الطالب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة علم الاجتماع بجامعة محمد الصديق بن يحيى

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

عنصل يمينة

إعداد الطلبة :

- بن قسوم صونية
- غيبور جهيدة
- بودلال صبرينة

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	إسم ولقب الأستاذ
مشرفا	محمد الصديق بن يحيى-جيجل-	أستاذة محاضرة -ب-	عنصل يمينة
مقيما	محمد الصديق بن يحيى-جيجل-	أستاذ محاضر -أ-	بوسعدية مسعود
مقيما	محمد الصديق بن يحيى-جيجل-	أستاذة محاضرة -أ-	حمال صبرينة

السنة الجامعية: 2021 / 2022



اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

لَيْسَ وَلَا تَعْبُدُوا إِلَّا اللَّهَ

شُكْرًا

نستهل فاتحة شكرنا بالله عز وجل أولا وقبل كل شيء
على النعمة التي أنعمتها علينا والذي أعطانا القدرة على
التعلم والوصول إلى أعلى المراتب وإتمام هذا العمل المتواضع.
نتقدم بخالص الشكر والامتنان للأستاذتين

عنصل أمينة

وبودرع فضيلة

على كل التوجيهات والمجهودات التي بدلاها لمساعدتنا من أجل إنجاز
هذه المذكرة.

وأخيرا نتقدم بجزيل شكرنا إلى كل من مد لنا يد العون والمساعدة في
إخراج هذه الدراسة على أكمل وجه وإلى زملائنا وأصدقائنا الأعزاء في

دفعة 2022-2023



إهداء

الحمد لله على أن قدرني وأنار دربي ووفقني طيلة مشواري

الدراسي فبعد جهد جهيد وإرادة كمن حديد وتوفيق

من العزيز الحكيم أهدي ثمرة جهدي إلى سيد الخلق محمد

عليه ألف صلاة وأزكى تسليم.

إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أبي الغالي " عبد الحق " حفظه الله

إلى نبع الحنان ومعنى الحب أمي الغالية " مسعودة " حفظها الله

إلى ملاكي في الحياة جدتي العزيزة أطل الله في عمرها

إلى سندي في الحياة خطيبي الغالي حفظه الله وأنار دربه

إلى أخي وتوأم روحي " شفيق " إلى إخوتي حفظهم الله

:لمياء، رابحة، أيمن، وصغير العائلة هاني الدلوع



صبرينة بودلال

إهداء

بغية تقاسم طعم النجاح... جميل أن يهدي المرء ثمار كده

وتعبه لغيره عن طيب خاطر

لذلك أهدي هذا المجهود في بداية المقام إلى من أوصانا

الله بهما خيررفيقتي وبطلبي ومعلمتي الأولى، ضلعي الثابت الذي لا يميل والتي كان

دعاؤها ورضاها سر نجاحي ووصلتي في المسير والدتي العزيزة "سامية"

إلى داعمي وملجئي وأمني وشمعتي المضيئة ومن أحمل اسمه بكل افتخار

والدي العزيز "مدني"

إلى روح جدي وجدتي رحمهما الله وجعل قبرهما روضة من رياض الجنة

إلى إخوتي وأخواتي: حكيم، إيمان، إكرام، أميرة، مهدي... إلى كل عائلة أمي خصوصا

جدتي "زهرة" وكل من دعمني

إهداء خاص إلى من أرى النور في عينيه إلى رفيق دربي وشريك حياتي

حفظك الله وأطال عمرك

غيبور جهيدة

إِهْدَاء

الحمد لله حمدا طيبا مباركا فيه والصلاة والسلام

على سيدنا وحبينا محمد رسولنا الكريم صل الله عليه وسلم

الحمد لله الذي وفقنا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا أما بعد:

إلى النفس التي صنعت طموحي ليرى لحظة نجاحي إلى من أحمل اسمه إلى من أمسك
بيدي منذ صغري إليك أبي الغالي "عبد العزيز" أهدي كل نجاح وصلت إليه في حياتي
أهدي ثمرة جهدي واجتهادي إلى أعظم مخلوقة في هذا الوجود، إلى التي وهبتني الحياة
وكانت سر وجودي وفرحي، إلى من علمتني معنى السير وعدم اليأس إليك أُمي الحبيبة
"مسيكة"

إلى أخي الحنون "علي" وأخواتي الغاليات "هاجر، زينب، مروى" إلى جداتي الغاليات
إلى روح جدي وعمتي الطاهرتين
إلى سندي الغالي

إلى من شاركني هذا العمل إلى صديقتي ورفيقات دربي

إلى كل هؤلاء أهدي خلاصة عملي وثمره جهدي في هذا البحث

بن قسوم صونية



فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
04	1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.
05	2- فرضيات الدراسة.
05	3- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
06	4- أهمية الدراسة.
06	5- أهداف الدراسة.
07	6- تحديد مفاهيم الدراسة.
11	7- حدود الدراسة المكانية، الزمنية، البشرية.
12	8- منهج الدراسة.
13	9- مجتمع الدراسة والعينة.
15	10- أدوات جمع البيانات.
16	11- الدراسات السابقة.
19	12- المقاربات النظرية للدراسة.
الفصل الثاني : مدخل نظري مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية	
27	تمهيد
28	المبحث الأول: مفهوم و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
50	المبحث الثاني: القيم.
61	المبحث الثالث: القيم الثقافية.
65	المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية.

68	خلاصة الفصل.
الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة	
70	تمهيد
71	المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات.
101	المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة.
103	المبحث الثالث: عرض ومناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.
105	خلاصة الفصل.
100	خاتمة
14	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة



فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
71	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
72	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
73	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
74	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الاقتصادي	04
75	يمثل رواد مواقع التواصل الاجتماعي	05
76	يمثل توزيع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين	06
77	يمثل مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين	07
78	يمثل أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين	08
79	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	09
80	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التجهيز المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	10
81	يمثل أهم المواضيع التي تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين	11
82	يمثل اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة	12
83	يمثل مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين	13
84	يمثل علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين	14
85	يمثل تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لبعض اشباعات الطلبة الجامعيين	15
86	يمثل توزيع أفراد العينة حسب شكل الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي	16
87	يمثل طبيعة الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين	17
88	يمثل رضا الطلبة الجامعيين على ما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي	18
89	يمثل رأي الطلبة الجامعيين فيما يتم عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي	19
90	يمثل اختيار الطلبة لما يتم تصفحه في مواقع التواصل الاجتماعي	20
91	يمثل دور القيم الدينية والثقافية في عملية اختيار ما يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي	21
92	يمثل وجود منشورات وفيديوهات تسيء للقيم الثقافية للطلبة الجامعيين	22
93	يمثل الفائدة من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الثقافية	23
94	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفائدة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي	24

95	يمثل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعين	25
96	يمثل درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعين	26
97	يمثل نوع التأثير الذي تحدته مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعين	27
98	يمثل التأثير الإيجابي الذي يدعم القيم الثقافية للطلبة الجامعين	28
99	يمثل علاقة متغير الجنس بطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي	29
99	يمثل علاقة متغير السن بطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي	30
100	يمثل علاقة متغير المستوى الاقتصادي بطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي	31
100	يمثل علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية للطلبة	32



فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
71	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	01
72	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	02
73	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	03
74	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الاقتصادي	04
75	رود مواقع التواصل الاجتماعي	05
76	يمثل توزيع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين	06
77	مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين	07
78	أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين	08
79	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	09
80	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التجهيز المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	10
81	يمثل أهم المواضيع التي تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين	11
	يمثل اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة	12
83	يمثل مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين	13
84	يمثل علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين	14
85	يمثل تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لبعض اشباعات الطلبة الجامعيين	15
86	يمثل توزيع أفراد العينة حسب شكل الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي	16
87	يمثل طبيعة الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين	17
88	يمثل رضا الطلبة الجامعيين على ما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي	18
89	يمثل رأي الطلبة الجامعيين فيما يتم عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي	19
90	يمثل اختيار الطلبة لما يتم تصفحه في مواقع التواصل الاجتماعي	20
91	يمثل شكل اختيار الطلبة لما يتم تصفحه حسب قيمهم الثقافية والدينية	21
	يمثل وجود منشورات وفيديوهات تسيء للقيم الثقافية للطلبة الجامعيين	22

فهرس الأشكال

93	يمثل الفائدة من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الثقافية	23
94	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفائدة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي	24
95	يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين	25
96	يمثل درجة التأثير الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين	26
97	يمثل نوع التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين	27
98	يمثل التأثير الإيجابي الذي يدعم القيم الثقافية للطلبة الجامعيين	28



مقدمة

شاهد العالم في السنوات الأخيرة خلال القرن الواحد والعشرين قفزات تكنولوجية هائلة، وكان لهذه الثورة التكنولوجية انتشارا سريعا عبر العالم، وتطور في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، وبوصول الانترنت إلى الساحة أضافت إلى حياة الإنسان الكثير من المظاهر.

حيث توسعت شبكة الانترنت في هذا الزمان عبر كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق بكافة المجتمعات للتقارب والتعارف، إذ تعتبر من أكثر مظاهر التكنولوجيا الحديثة والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فضاءات واسعة وجيدة للأفراد والمجتمعات وأصبحت أفضل وسيلة للتواصل مما زاد الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي.

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع خاصة منهم فئة الشباب الجامعي فقد أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطلبة الجامعيين، فهم من أكثر فئات المجتمع تأثرا بهذه القيم الثقافية للشباب الجزائري عامة والطلبة الجامعيين خاصة، حيث زادت من الانفتاح على ما يجري في الغرب، ما نتج عن هذا طغيان على العادات والتقاليد وقلة التواصل بين أفراد الأسرة الواحدة، بحيث أصبح لكل فرد عالمه الخاص على هذه المواقع.

في هذه الدراسة حاولنا فهم وتفسير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية لعينة من طلبة علم اجتماع بجامعة محمد الصديق بن يحي بجيجل، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها ومن هذا المنطلق قسمت هذه الدراسة إلى ثلاث فصول.

تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، حددت فيه مشكلة الدراسة، وتساؤلاتها وفرضياتها بالإضافة إلى أسباب اختيار الدراسة وأهدافها، وصولا إلى تحديد المفاهيم الدراسة والدراسات السابقة مجالات الدراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة وعينتها بالإضافة إلى أدوات الدراسة والمقاربات النظرية حيث شملت نظرية الاستخدامات والإشاعات والغرس الثقافي.

أما الإطار النظري الذي يحتوي على فصل واحد قسم إلى 4 مباحث:

المبحث الأول: بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي يتضمن النشأة وتأسيس مواقع التواصل الاجتماعي ذاكرين لخصائصها ووظائفها وبعض مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما، بالإضافة إلى ايجابيات وسلبيات ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أما المبحث الثاني: عنون بالقيم تضمن تعريفها، خصائصها، مصادرها، أهميتها ووظائفها ونظريات اكتسابها، أما المبحث الثالث المعنون بـ: القيم الثقافية ضم تعريفها، مصادرها، وخصائصها أما المبحث الأخير بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية يندرج تحته أساليبها في التأثير على القيم الثقافية وتأثيرها على الطلبة الجامعيين.

أما الفصل التطبيقي جاء في إطار الدراسة الميدانية عالجا فيه عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين وانتهى الفصل بعرض النتائج العامل المتوصل إليها والإجابة على أسئلتها وعرض خاتمة الدراسة ومراجعتها وملاحقتها.



الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

2- فرضيات الدراسة.

3- أسباب اختيار موضوع الدراسة.

4- أهمية الدراسة.

5- أهداف الدراسة.

6- تحديد مفاهيم الدراسة.

7- حدود الدراسة المكانية، الزمنية، البشرية.

8- منهج الدراسة.

9- مجتمع الدراسة والعينة.

10- أدوات جمع البيانات.

11- الدراسات السابقة.

12- المقاربات النظرية للدراسة.

1- إشكالية الدراسة:

تحلّت وسائل الاتصال مكانة محورية في المجتمع حيث أصبح أثرها كبير على حياة الأفراد، فقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً وإمكانيات جديدة في مجال التواصل الاجتماعي، فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته واستخداماته ويعتبر التطور التكنولوجي الهائل لهذه الوسائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية دليل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة وذلك بتحول العالم إلى قرية صغيرة محدودة المعالم بفضل الانترنت حيث ساهم في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني بنقل انشغالات الأفراد وأفكار بعضهم البعض عن طريق الشبكات الاجتماعية.

مواقع التواصل الاجتماعي نجحت بشكل كبير في استقطاب الجماهير وذلك بإنشاء مواقع خاصة لربطهم، فقد أحدثت هذه الأخيرة نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية داخل هذا الفضاء لأنها تتيح التواصل مع الأصدقاء والأقارب وتقوي الروابط بين أعضائها حيث يتواصلون ويتشاركون الأحداث والأخبار في أوقات مختلفة وبطرق متعددة حول ما يدور في حياتهم الشخصية والاجتماعية وتكون مدارك الإنسان وثقافته بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص.

فالقيم تعتبر من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات وتقام عليها الأمم، حيث تعتبر مرآة عاكسة لهوية المجتمعات نظراً لمرونتها ونسبيتها واختلافها وحساسيتها تجاه العوامل الخارجية والتكنولوجية، إذ ساهمت هذه الأخيرة في تشكيل وخلق منظومة قيم متعددة أهمها القيم الثقافية.

تتباين القيم الثقافية وتتمايز من مجموعة اجتماعية إلى أخرى، فهي التي تكون وتؤسس الهوية الثقافية للأفراد لأنها تمثل مجموعة من المعتقدات واللغات والعادات والتقاليد التي تحدد وتعلم المجتمع. لهذا السبب يمكن التمييز بين القيم الثقافية في المجتمعات المختلفة.

في هذه الحالة تبرز أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نقل القيم الثقافية.

ولقد جاءت هذه الدراسة من أجل معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للأفراد بصورة ميدانية وللتعمق في الموضوع أكثر نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين؟

حيث تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

1. ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما طبيعة التأثير الذي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين؟

2- فرضيات الدراسة:

- 1- تختلف وتتعدد عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي من شخص لآخر.
- 2- كلما اتسعت دائرة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كلما حققت رغباتهم الثقافية والمعرفية.
- 3- كلما ازداد استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ازداد تأثير هذه المواقع على قيمهم الثقافية سواء إيجابيا أو سلبيا.

3- أسباب اختيار الموضوع:

تتمحور أهم أسباب اختيار هذا الموضوع حول ما يلي:

3-1- الأسباب الموضوعية:

- تسجل هذه الدراسة ضمن المواضيع الجديدة، حيث يعتبر موضوعها حيويا وحديثا مع قلة الدراسات المتعلقة باستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية،
- الرغبة في معرفة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها من طرف الأفراد،
- محاولة الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين.

3-2- الأسباب الذاتية:

- الرغبة التي تحدوننا وتدفعنا لدراسة هذا الموضوع،
- الفضول الشخصي لمعرفة الكيفية التي تؤثر بها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين،
- الرغبة في ربط العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية للطلبة الجامعيين.

4- أهمية الدراسة:

تلقى هذه الدراسة أهمية كبيرة فهي تكتسي أهمية عملية وأخرى علمية:

4-1- الأهمية العملية:

تتجلى الأهمية العملية لدراستنا فيما يلي:

- التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين،
- الوقوف على الإقبال الواسع الذي تشهده شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها من طرف الطلبة الجامعيين،
- تعدد الجوانب في مواقع التواصل الاجتماعي التي تناولت القيم الثقافية باعتبارها من العوامل الهامة التي تؤثر على الطلبة الجامعيين.

4-2- الأهمية العلمية:

حيث تظهر أهمية الموضوع العلمية في النقاط التالية:

- تعزيز الخاصية التراكمية للبحث العلمي من خلال إثراء الرصيد العلمي والمعرفي بهذا الموضوع الذي يعد إضافة أخرى جديدة،
- أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، فهذا الموضوع يمس كافة الطلبة الجامعيين،
- التطور السريع الذي تعرفه مواقع التواصل الاجتماعي فقد أصبحت القيم الثقافية مضامين هامة على هذه المواقع، حيث بات اقتران والتحام الجانبين ببعضهما البعض يشكل إشكالية تستحق الدراسة.

5- أهداف الدراسة:

تصبو الدراسة الحالية لتحقيق جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- التعرف على عادات وأنماط تصفح الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي،
- فهم كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية وآثارها السلبية والاجتماعية على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين،

➤ تسليط الضوء والوقوف على مختلف التأثيرات التي تلحقها مواقع التواصل الاجتماعي بالقيم الثقافية للطلبة الجامعيين.

6- مفاهيم الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم من المراحل الهامة والتي تعطي الباحث فرصة تجاوز استقرار الغموض، اللبس والشك. فبتحديد المفهوم تتبدد التأويلات الشخصية بما يسمح بالتحكم في موضوع الدراسة وضبطه. وبما أن موضوع دراستنا يتمحور حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين" كان لزاماً علينا تحديد المفاهيم الأساسية التالية: الاستخدام، مواقع التواصل الاجتماعي، التأثير، القيم، الثقافة.

6-1- تحديد مفهوم الاستخدام:

- التعريف اللغوي:

«جاء في المعجم الوسيط أصل كلمة أخدم، أخدمه، خدمة، أي قام بحاجته فهو خادم، وخدم، وخدام، أخدمه: جعل له خادماً، استخدمه اتخذ خادماً وسأله أي يخدمه ويستهبه خادماً».¹

- التعريف الاصطلاحي:

يشير إلى أنه: «نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرراً ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام».²

وفي تعريف آخر تشير إلى معنيين:

¹ - إبراهيم مصطفى [وآخرون]، المعجم الوسيط: معجم اللغة العربية، ط4، مكتبة الشروق الدولية، [د.م.]، 2004، ص. 221.

² - مصطفى سبوع؛ سهام بلوداني، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لتحفيز الفعل الديمقراطي التشاركي"، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد2، ديسمبر 2021، [د.م.]، ص. 494.

«الأول يحيل إلى الممارسة الاجتماعية التي تجعل الأقدمية والتكرار شيئاً مألوفاً وعادياً في ثقافة ما، ولهذا فأنها تقترب من العادات والطقوس أما المعنى الثاني يحيلها إلى استعمال شيء ما سواء كان مادياً أو رمزياً لغايات خاصة».¹

6-2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، يتواصل من خلالها الملايين من المستخدمين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة بالملفات، والصورة، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية.²

هي كذلك مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل والإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.³

التعريف الإجرائي:

ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل الحسابات الموجودة على شبكة الانترنت التي تتيح التواصل لمستخدميها مع مختلف الأفراد في أي وقت وأي مكان في العالم، وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقع.

6-3- تعريف التأثير:

- لغة: يمكن تعريفه من أي شكل للفعل من قبل (المؤثر) يمارس بطريقة فعالة على (المتأثر)، وأن يكون لديه تأثير كما لو كان لديه سلطة يعني بالنسبة له القدرة على تبديل فعل في اتجاه اختاره عن قصد.⁴

¹ - فتحة كحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، 2012، جامعة باتنة، ص. 10.

² عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة، [د.م.]، 2015، ص. 287.

³ مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي، [د.م.]، 2015، ص. 199.

⁴ بودون وف بوريكو، المعجم النقدي لعلم اجتماع، ترجمة، الدكتور سليم حداد، ط.2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2007. ص. 116.

- اصطلاحاً: العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة، أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير¹.

- التعريف الإجرائي:

ويقصد بالتأثير في دراستنا هو التغيير الحاصل على مستوى القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين.

4-6- تعريف القيم

- لغة: «هي جمع قيمة وهي ما له قيمة، ويقال قوم السلعة ثمنها، ويتحدث الناس عن القيم كثيراً فالثوب ذو قيمة إذا كان غالياً، والإنسان الوجيه في قومه أنه ذو قيمة... وهكذا»².

- اصطلاحاً:

«تعرف بأنها المرغوب فيه بمعنى أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية وقد يكون موضوع الرغبة مادياً أو علاقة اجتماعية أو أفكار عامة أو أي شيء يتطلبه ويرغبه المجتمع. فالقيمة كاسم قد استخدمت لتشير إلى بعض المعايير أو المقاييس التي تستمر خلال الزمن وتمدنا بمعايير يستخدمها الناس لتنظيم وترتيب رغباتهم المتنوعة. حيث يقال أنه طالما يقيم الناس الأشياء والأفعال والأفكار طبقاً لمقاييس المسموح والمرفوض، فإن هذا يشير إلى أن هؤلاء الناس يستجيبون إلى نسق قيمي»³.

وفي تعريف آخر نعرف القيم بأنها اتجاهات وميول الأفراد لأوضاع معينة تحركهم في البيئة المحيطة أو مجموعة من الصفات الأخلاقية التي يتميز بها البشر، حيث تقوم الحياة الاجتماعية عليها ويتم التعبير عنها باستخدام الأقوال والأفعال، كما أنها مجموعة من الأخلاق الفاضلة التي اعتمدت على التربية الإسلامية في توجيه السلوك البشري للقيام بكل عمل أو قول يدل على الخير.

¹- مي عبد الله؛ عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال = المشرع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، 2014، ص. 81.

²- خالد محمد أبو شعيرة؛ نائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص. 42.

³- محمد أحمد بيومي، علم الاجتماع الثقافي، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، [د.م.]، 2011، ص. 139.

- التعريف الإجرائي:

يمكن تعريفها من خلال دراستنا بأنها من أكثر السمات الشخصية تأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي، وهي محصلة تفاعل الإنسان بإمكاناته الشخصية مع تغيرات اجتماعية وثقافية معينة.

6-5- تحديد مفهوم الثقافة:

- لغة: في الأصل اللغوي تشير إلى الكلمة culture فقد اكتشف معناها الفكري في أوروبا وهو اسم مفعول من ثقف بمعنى حذق جاء في لسان العرب ثقف الشيء ثقفا وثقوفة: ورجل ثقف وثقف.¹

- اصطلاحاً: هي ذلك الكل المركب الذي يشمل على المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع.²

وأيضاً حدد تايلور مفهوم الثقافة بقوله: « إن الثقافة أو الحضارة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات، والفنون، والقانون، والأخلاق والعادات والعرف، وكافة القدرات والأشياء الأخرى التي تؤدي من جانب الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع.³

- التعريف الإجرائي:

ويمكن تعريفها من خلال دراستنا بأنها المبادئ والاتجاهات والمعتقدات والافتراضات الأساسية التي تحكم تصرفاته وتشكل ركائز لكل ما هو سائد.

6-6- القيم الثقافية:

تعرف القيم الثقافية بأنها مجموعة المبادئ المادية والروحية والاتجاهات أو المعتقدات والتوجهات والافتراضات الأساسية التي تلبي حاجات الإنسان وتحكم تصرفاته وتشكل ركائز لكل ما هو سائد بين

¹ غزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص. 71.

² محمد الخطيب، الأنثروبولوجيا الثقافية، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق، 2005، ص. 21.

³ محمد عباس إبراهيم، الثقافة والشخصية، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013، ص. 17.

الناس داخل المجتمع فتمنح قيمة لموضوع ما وتسلبها لموضوع آخر، تزين سلوك ما وتحث الناس عليه وتشين سلوك آخر وتمنع الناس منه¹.

- التعريف الإجرائي:

ويقصد بهذا المصطلح في دراستنا بأنها كل الطرق والأفكار التي تحملها البرامج الثقافية على غرار الموروث الثقافي الجزائري من عادات وتقاليد وفنون وعمران.

7- حدود الدراسة:

7-1- الحدود المكانية:

يقصد به المكان الذي تمت فيه الدراسة وقد تمت هذه الدراسة بالتحديد في جامعة محمد الصديق بن يحيى التابعة لبلدية الأمير عبد القادر المنطقة العمرانية تاسوست الواقعة بولاية جيجل يحدها من الشمال السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43 ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست ويحدها من الغرب مدينة جيجل، أما الجهة الجنوبية فتحدها مقبرة تاسوست، هذا وتقدر مساحتها بحوالي 93.5 هكتار.

7-2- الحدود البشرية:

ويقصد به في هذه الدراسة الأفراد الذين يتم إجراء الدراسة عليهم وهم الطلبة الجامعيين في جامعة تاسوست سواء كانوا ذكورا أو إناثا والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

7-3- الحدود الزمنية:

وتتمثل في الفترة التي تم إنجاز هذه الدراسة فيها وقد تم الانطلاق في هذه الدراسة بداية من شهر ماي 2022 إلى غاية شهر جوان 2022 حيث تمت دراستنا وفق مراحل متعددة بداية من إنجاز الإطار المنهجي وذلك وفق الفترة الممتدة من بداية شهر ماي إلى منتصفه، بعدها انتقلنا إلى مرحلة أخرى تناولنا فيها الجانب النظري إذ امتدت من منتصف ماي إلى غاية بداية شهر جوان 2022 والذي قمنا فيه بتجميع المادة العلمية المتعلقة بالجانب النظري للدراسة واعتمدنا فيه على مختلف المصادر والمراجع

¹ - أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة الحملات الإعلامية، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، مصر، 2007، ص. 35.

وتأتي فيما بعد المرحلة الأخيرة التي تضمنت الجانب الميداني والتي أنجزناها في شهر جوان حيث قمنا بإعداد أسئلة الاستمارة وتحكيمها من قبل الأساتذة ثم على طلبة جامعة تاسوست ومن ثم تجميعها وتحليلها واستخلاص النتائج.

8- منهج الدراسة:

إن طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين تتطلب الاعتماد على منهج مناسب يوائم كل مراحل البحث العلمي، حيث يختلف المنهج تبعا للمشكل المطروح والمثار وحسب الموضوع المعالج فهو يعرف بأنه:

- ❖ الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب خلال المصاعب والعقبات.¹
- ❖ يعد المنهج إستراتيجية أو خطة عامة يتبعها الباحث لكي يتمكن من تحقيق أهدافه ووضع أنسب الطرق لعلاج مشكلة الدراسة.²

فقد استندنا في دراستنا إلى المنهج الوصفي بغية وصف مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، وأثرها على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، حيث يعرف المنهج الوصفي بأنه دراسة الواقع أو الظاهرة كما وجدت في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كلفياً، أو تعبيراً كميًا.³

وهو أيضا منهج يعتمد على الملاحظة والتصنيف وعلى ما انتهت عليه الدراسات السابقة عن مشكلة الدراسة، مع تفسير وتحليل وتركيب الظاهرة قيد البحث وذلك عن طريق تحليل البيانات والمعلومات تحليلا وافيا يؤدي إلى فهم العلاقة بين متغيرات الدراسة وتقديم تفسيراً ملائماً لها ويستخدم المنهج الوصفي في كافة العلوم الطبيعية والبشرية.⁴

إلى جانب المنهج الوصفي اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يعرف بأنه:

¹ -سمية ربيعة جعفري، الدليل المنهجي للطلاب في إعداد البحث العلمي، [د.ط.]، 2006، ص. 85.

² - محمد إبراهيم رمضان، البحث العلمي: أسس وتحليل وتطبيقات، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص. 15.

³ - عمار بوحوش؛ محمد محمود الدنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط.5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، [د.ت.]، ص. 138.

⁴ - محمد إبراهيم رمضان، المرجع السابق، ص. 17.

أحد المناهج الرئيسية في البحوث الاجتماعية لوصف ظاهرة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

يعتبر المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين بقصد تجميع البيانات والحقائق الجارية عن موقع معين وذلك من عدد كبير نسبياً من الحالات في وقت معين.²

9- مجتمع وعينة الدراسة:

تتطلب أبحاث ودراسات البحث العلمي انتقاء مجتمع الدراسة كـ مجال لتطبيق وممارسة الدراسة عليه، حيث تكون الدراسة قابلة للتحليل.

ويُعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة الأفراد أو المنشآت أو الأحداث أو المشاهدات أو المظاهر التي تشكل موضوع الدراسة أو البحث.

كما يُعرف كذلك بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة.³

وعليه فإن مجتمع الدراسة الحالية يتمثل في الطلبة الجامعيين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بولاية جيجل.

ونظراً لضخامة مجتمع الدراسة ووقفاً على صعوبة الوصول إلى هذا المجتمع ككل من الطلبة الجامعيين، تم التركيز على طلبة قسم علم الاجتماع والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث حيث يصبح من الممكن الوصول إلى مفرداتها من أجل جمع البيانات.

¹ - محمد شفيق، المرجع السابق، ص. 80.

² - محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، [د.ط.]، مؤسسة الأمة العربية لنشر والتوزيع، جامعة ألمانيا، 2018، ص. 131.

³ - عوينان عبد القادر، محاضرات في المنهجية، جامعة أكلي أمحد أو الحاج، تيزي وزو، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2018، ص. 67.

حيث تعرّف عينة البحث بأنها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية والتي تعتبر جزءاً من الكل. بمعنى أنه يتم أخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة فالعينة إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمّم نتائج الدراسة على المجتمع بأكمله، وقد تكون وحدات العينة أشخاصاً أحياء، شوارع ومدن¹. ففي دراستنا تم اختيار العينة بطريقة عشوائية حيث تم توزيع 100 استمارة.

- العينة العشوائية:

يقصد بهذه العينة الطريقة التي يتم بموجبها اختيار مفردات العينة من مفردات المجتمع الأصلي للبحث بطريقة عشوائية صرفة دون تدخل الباحث في ذلك عند إجراء البحث وعند استخدام طريقة العينات العشوائية يكون لكل مفردة أو عنصر من عناصر المجتمع المستهدف فرصاً متساوية للظهور في عينة البحث².

- العينة الطبقية التناسبية:

هي نوع من العينة الطبقية تتلخص باختيار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة أو فئة بحيث يكون حجم العينة متناسباً مع حجم الفئة المأخوذة منها أي أن يكون التعامل مع كل طبقة أو فئة وكأنها مجتمع قائم بذاته لأخذ العينة³.

كما يمكن تعريف هذا النوع من العينة على أنه يختلف عن الطبقية من حيث نسبة التمثيل السكاني أو العددي من المجتمع الأصلي. فإذا كانت نسبة الطلبة في السنة الأولى 40% من مجموع الطلبة، السنة الثانية 25%، السنة الثالثة 20%، والسنة الرابعة 15%، فلا بد أن تكون نسبة الطلبة في كل سنة،

¹ - عادل مرابطي، العينة، مجلة الوحدات للبحوث والدراسات، العدد 4، 2009، بسكرة، ص. 96.

² - حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي: مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص. 129.

³ - حسان الجليلي، أسس البحث العلمي، [د.م.]، ط.2، 2009، ص. 136.

أي 40% من العينات العشوائية تؤخذ من طلبة السنة الأولى، و 25% من طلبة السنة الثانية، و 20% من طلبة السنة الثالثة و 15% من طلبة السنة الرابعة¹.

وقد تم الاعتماد في بحثنا المعنون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين على العينة العشوائية من مجموع (1644) من أفراد المجتمع الكلي ونظرا لكون مجتمع البحث الكلي يتكون من مستويين، مستوى ليسانس ومستوى ماستر وينقسم إلى (سنة أولى، ثانية، ثالثة) ليسانس و(السنة الأولى والثانية) ماستر.

فقد تم توزيع مفردات العينة المقدرة بـ 100 مفردة بشكل طبقي تناسبي يتماشى مع عدد أفراد العينة في كل طبعة بناء على حجمها.

ومنه المفردات التي تمثل مجتمع البحث هي 100 مفردة تم توزيعها على النحو التالي:

- السنة الأولى ليسانس 605 أخذنا منهم 40%
- السنة الثانية ليسانس 281 أخذنا منهم 15%
- السنة الأولى ماستر 224 أخذنا منهم 10 %
- السنة الثانية ماستر 219 أخذنا منهم 10%

10- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها وهي ترجمة للكلمة الفرنسية Technique. إذ توجد الكثير من الوسائل والأدوات التي تستخدم للحصول على البيانات، كما يمكن توظيف عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد وذلك من أجل تجنب عيوب إحداها وبغية الإحاطة بالظاهرة ودراستها من كافة جوانبها².

حيث يتوقف نجاح أو فشل أي بحث علمي على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه، الشيء الذي يتطلب من الباحث تحكما أكبر في الأدوات المستخدمة والموظفة لجمع البيانات. واستنادا

¹ - عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط.2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990، ص. 37.

² - محمد شفيق، المرجع السابق، ص. 109.

إلى إشكالية الدراسة الحالية وفروضها اعتمدنا على أداة الاستبيان من أجل تحصيل واستيفاء المعلومات اللازمة لهذه الدراسة.

يعرّف الاستبيان "الإستبانة" -le questionnaire- بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين عبر البريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق¹.

كما يعرّف كذلك بأنه وثيقة يتم بواسطتها تسجيل البيانات والمعلومات وجمعها حول الظاهرة موضوع البحث، حيث يعد الاستبيان من الأسئلة المهمة في جمع البيانات وتتم بطرح أسئلة مكتوبة على استمارة يعدها الباحث تطرح مباشرة من قبله².

11- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: للباحثة " مريم ناريمان نورمان " تحت عنوان " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية " (دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر) وهي دراسة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة تمت مناقشتها سنة 2011.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية: " ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟ "

وقد هدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص والتعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي لملائمته لمثل هذه البحوث وقد اعتمدت كذلك على الاستبيان على عينة بلغت 280 مفردة بطريقة قصدية وكانت نتائج الدراسة:

¹ - محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، المرجع السابق، ص. 131.

² - محمد أزهر سعيد السماك، طرق البحث العلمي: أسس وتطبيقات، [د.ط.]، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص. 93.

- توصلت الدراسة إلى أن 33.58% يوافقون أن تفاعلهم مع أسرهم قل منذ بداية استخدامهم للفايسبوك.
- يؤكد أن 52.28% من المبحوثين أن أسرهم تشكوا منهم بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه على الفاييسبوك.
- تبين أن أفراد العينة يستخدمون الفاييسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات ويمثلون 52.07% ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الموقع.
- أغلبهم يستخدمون الموقع بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنسبة 14.75%، ثم زيادة المعارف 13.84% يليه الترفيه والتسلية بنسبة 12.71%.

11- التعقيب على الدراسة:

من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة التي اعتمدنا عليها كدراسة سابقة لاحظنا عدم وجود اختلاف كبير بينهما حيث أن دراستنا " استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين " أما هذه الدراسة " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية " أي وجود تشابه في متغير واحد وهو مواقع التواصل الاجتماعي مع اختلاف في متغير القيم الثقافية والعلاقات الاجتماعية بالإضافة إلى تشابه في أداة جمع البيانات.

الدراسة الثانية: الباحثة " سهام بوقلوف " تحت عنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية " دراسة مسحية على عينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييسبوك وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص دراسات الجمهور جامعة الجزائر نوقشت عام 2017.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية: " ما هو أثر استخدام موقع الفاييسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية على المراهقين الجزائريين المتدرسين ؟

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والعينة القصدية وأداة الاستبيان.

وقد كانت نتائج الدراسة كالتالي:

- أن استجابات المبحوثين نحو أثر موقع الفايسبوك على منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية بالنسبة لإجمال البعد العام لنظام المتوسطات الحسابية مرتفع ما يعني وجود أثر على القيم الأخلاقية والاجتماعية.

- لا توجد دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية.

- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس والسن في استخدام موقع الفايسبوك وأبعاد منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية.

التعقيب على الدراسة:

من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة نلاحظ وجود اختلاف في متغير القيم الأخلاقية والاجتماعية والقيم الثقافية وتشابه في متغير مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى المنهج والأداة.

الدراسة الثالثة:

للباحث عبد الله بوجلال وآخرون، تحت عنوان " القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري " مشروع بحث بجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة نوقشت عام 1997م.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية: « ماهي أنماط المواد والمضامين الإعلامية والثقافية والترفيهية في القنوات الأجنبية والعربية الفضائية المستقبلية في الجزائر والبرامج الأجنبية المقدمة في القنوات الوطنية » هدفت هذه الدراسة إلى:

- أن القيم التي لها أهمية عند أفراد العينة تكون على التوالي رضا الله واحترام تعاليم الإسلام والحرية، تأمين المستقبل، الاحترام الاجتماعي والعلاقات الجيدة.

- اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي في مسح التراث العلمي المتعلق بالبحث والمنهج السببي المقارن في الدراسة الميدانية لتحليل وتقديم وتفسير نتائج الدراسة الميدانية اعتمدت على المقابلة والاستبيان وعلى عينة بلغت 1196 شاب بطريقة حصصية وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

- عدم وجود علاقة ترابطية قوية بين ترتيب تلك الأهداف (القيم) وكثافة مشاهدة برامج القنوات الفضائية.
- تبين أن أفراد عينة البحث أهم إدراك إيجابي بالصفات والخصائص الجيدة والضرورية لحياة الأفراد ونجاحهم في حياتهم اليومية مثل الإخلاص والانضباط، الطموح والتضحية المسؤولة والتسامح بينما جاءت الخصائص الصفات السلبية في المراتب الدنيا مثل المغامرة الاحتياي والزعامة.
- تشير نتائج الدراسة إلى الدراسة إلى ارتفاع مستوى وعي أفراد البحث وامتلاكهم قيم اجتماعية وثقافية ايجابية ولأن المشاهدة ترتبط بالوعي الإيجابي لدى الشباب وترتبط بحيارتهم تلك القيم الثقافية الاجتماعية والسلوكية الايجابية.

التعقيب على الدراسة:

من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة التي إعتدناها كدراسة سابقة لاحظنا عدم وجود اختلافات كبيرة بينهما حيث تتشابه في متغير القيم الثقافية والأداة واختلاف في متغير القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي كذلك العينة والمنهج وقد ساعدتنا هذه الدراسة في الجانب النظري خصوصا فيما يتعلق بالقيم الثقافية.

12- المقاربات النظرية:

تكتسي النظرية أهمية كبيرة في البحث العلمي فهي تعد مرحلة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع، بناء الفرضيات والوصول إلى النتائج.¹

فهي مجموعة من المصطلحات والتعريفات والافتراضات لها علاقة ببعضها البعض والتي تقترح رؤية منظمة لظاهرة وذلك بهدف عرضها والتنبؤ بمظاهرها.²

إن الدراسة الحالية «استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعي» لا يمكن الوصول إلى نتائج محددة ودقيقة فيها إلا من خلال الاعتماد على مدخل نظري معين من نظريات الإعلام والاتصال والتي من شأنها أن تقدم نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها والاستفادة منها وأيضا من خلال ما توصلت إليه. لذلك ارتأينا أنه من الأنسب

¹ عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة ناسي للنشر، [د.م.] 2005، ص. 27.

² وشنان حكيمة، النظرية العلمية وعلاقتها بالبحث العلمي، مجلة الأفق للعلوم، العدد 7، 2017، [د.م.]، ص. 266.

أن نعتمد على نظرية الاستخدامات والإشباعات من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولا وخدمة لموضوع دراستنا:

نظرية الاستخدامات والإشباعات:

توجد عدة مداخل لدراسة استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام ومن هذه المداخل والنظريات مدخل الاستخدامات والإشباعات Uses and gratifications باعتباره يساعد على التعرف على نمط استخدام الجمهور لكافة الوسائل الاتصالية، دوافع استخدامهم لها والإشباعات المحققة من وراء هذا الاستخدام. وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث تعتبر النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية.¹

فقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب: "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز و بلومر 1974 ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الغرض من التعرض إليها من جانب آخر.² ومن جهة نظر كاتز وبلومر فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعني ما يلي:

- الأصول الاجتماعية السيكولوجية

- الاحتياجات التي يتولد عنها

- توقعات

- من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

- إشباعات للاحتياجات

¹ - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية، جامعة الأزهر، 2007، ص. 65.

² - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص. 214.

وننتائج أخرى غير مقصودة¹

حيث تستند هذه النظرية على الافتراضات التالية:

1. أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام حديثة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.²
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.
4. يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.³

أهم الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

1. تتبنى هذه النظرية مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
2. إن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيزيولوجية، نفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد إلى آخر ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003، ص. 253.

² عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014، ص. 146.

³ محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014، ص. 196.

3. تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام يكون استخداما متعمدا، مقصودا وهادفا، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات متعمدة غير هادفة.

4. تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشاعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسائل الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلافا وظيفيا للبعض الآخر.¹

إسقاط نظرية الاستخدامات والإشاعات على الدراسة:

من خلال العرض السابق يمكن القول أن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشاعات في دراستنا تعد من أهم المداخل النظرية المناسبة من أجل دراسة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين" بغية رصد الإشاعات المتحققة لهم جراء هذا الاستخدام، كما أنها تناقش الاحتياجات الثقافية والإشاعات التي تولد لدى الطالب الجامعي دافعا لمتابعة الوسائل الإعلامية المختلفة أو للتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار هذه الأخيرة أصبحت في الوقت الراهن من أهم وسائل الاتصال وأكثرها فاعلية حتى فاقت نظيراتها من الوسائل الأخرى. مما دعت الحاجة بالشباب الجامعي إلى الانتقالية في الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي على أساس المنفعة التي يقدمها كل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي كما توضح هذه النظرية العوامل التي لها علاقة بهذه الشبكات كالتسلية والترفيه، والهروب من روتين الحياة اليومية، كما أن هناك عوامل أخرى مهمة تتحكم في استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الإعلامية بالخلفيات الثقافية، المستوى التعليمي، الجنس، السن، الدخل....حيث أن كل هذه العوامل من شأنها أن تساهم في التأثير على اختيارات الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر هذه المواقع التي يرغب في متابعتها.

نظرية الغرس الثقافي:

تعتبر نظرية الغرس الثقافي إحدى أكبر النظريات التي تتعامل مع أثر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع من زاوية واسعة جدا لأنها تضع في حساباتها (القيم الثقافية) أثناء تحليلها للأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام والمحتويات الإعلامية.²

¹ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص. ص. 86-87.

² - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، 2002، ص. 265.

ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية في سبعينيات القرن الماضي كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام وتعود إلى الجهود التي طورها جرينر من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية، عندما قال أن التلفزيون يعتبر قوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث وكانت هذه الأفكار نتيجة للجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة الأمريكية موجة من العنف، الاضطرابات والجرائم في نهاية ستينات القرن الفارط. كانت نتائج هذه الدراسات المنطلق لصياغة الفكرة الخاصة بالغرس الثقافي كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون¹.

تقوم هذه النظرية على خمس فروض أساسية هي:

- 1- التلفزيون هو أقوى وسائل الاتصال الجماهيري نتيجة دخوله المنازل وسهولة استخدامه مع الوسائل الأخرى. فطبقاً لهذه النظرية فإنه أفضل وسائل الاتصال ترويجاً للصور الذهنية وتقديم معلومات من خلال تنمية الوعي والأفكار والآراء.
- 2- تفترض نظرية الغرس الثقافي أن وسائل التلفزيون تشكل نظاماً ثقافياً متماسكاً، حيث تذهب إلى أن التعرض الكلي هو الذي يحقق أهداف عملية الانتماء بدلاً من المشاهدة الانتقائية لأنواع معينة من البرامج هذا ما يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية على مستوى البرامج.
- 3- تفترض النظرية أن التلفزيون يقدم للمشاهدين عالماً رمزياً حيث يقوم الدارسون للتدليل على نظرية الغرس الثقافي للناس بتحليل محتوى برامج التلفزيون لكي يثبتوا كيفية قيام الوسيلة بتقديم جوانب مختلفة من المجتمع.
- 4- تركز هذه النظرية على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد، فهي تفترض أن عملية الغرس تتم ببطء. فنظرية الغرس الثقافي تهتم بنتائج التعرض ونوعية التعرض لعدد من الرسائل الذي يقدمها التلفزيون لذلك فهي تعنى بالتأثير التدريجي والتراكمي على المدى البعيد وليس التأثير الفجائي والعاجل.

¹ - محمد بن مسعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، 2003، جامعة الكويت، ص. 263.

5- تعتبر النظرية أن التلفزيون يخلف اتجاهات ثقافية سائدة، معنى ذلك أن التلفزيون يحقق التجانس من خلال ما إذا قارنا بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة من نفس الجماعات وتفترض هذه النظرية أيضا أن التلفزيون يساهم في استقرار المجتمع وبنائه بما يقدمه من عالم رمزي ويساعد في تدعيم وثبات المفاهيم الخاصة بالمجتمع¹.

الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

إن أبرز صور النقد الموجهة إلى تطبيقات الغرس الثقافي وجود شك دائم فيها يمكن أن ينتهي إليه نظام العينات من نتائج والاتجاه إلى التعميم بعد ذلك من خلال هذه النتائج ارتباط العلاقة السببية بين الاستخدام والمشاهدات وتفسيرات الرسائل التلفزيونية وما يترتب على ذلك من نتائج خاصة بتشكيل الأفكار والآراء، وذلك لأنه لم يثبت تعطيل العمليات النفسية الخاصة بالمعرفة الإدراكية وتأثير العوامل الوسيطة والاكتفاء بكثافة المشاهدة وحدها.

كما أنه ليس هناك دليل لتوضيح السبب الخاص بكثافة المشاهدة عند بعض الفئات أو غيرها وكذلك لا توجد إجابة قاطعة حول أسباب عدم اكتساب المعاني والأفكار والحقائق التلفزيونية رغم تشابه كثافة المشاهدة في داخل الفئة الواحدة².

إسقاط نظرية الغرس الثقافي على الدراسة الحالية:

تعتبر الدراسة الحالية من بين الدراسات التي تستدعي الحاجة إلى استخدام أو تطبيق نظرية الغرس الثقافي كونها تبحث عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور. لذلك ارتأينا أن هذه النظرية هي الأنسب والأكثر مواءمة لدراسة التعرض التراكمي لمواقع التواصل الاجتماعي، كون هذه الأخيرة تؤثر على أفكار ومعتقدات الشباب وذلك من خلال بناء صور ذهنية ووجهات نظر حول الواقع الاجتماعي يماثل الواقع الذي تعرض له المستخدم من تلك المواقع والتي تعلمه سلوكيات جديدة وقيم أخرى تختلف عن تلك القيم الرمزية حول العالم الذي تقدمه تلك الوسائل بأنه هو الواقع الفعلي أو

¹ - أماني عمر الحسيني، الإعلام والمجتمع = أطفال في ظروف معينة ووسائل إعلام مؤثرة، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص.ص. 96-97.

² - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص. 338.

الحقيقي، حيث أنه يتأثر الطالب الجامعي بتلك المضامين عبر الرسائل التي يتعرض لها باستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها.



الفصل الثاني

مدخل نظري مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي

والقيم الثقافية

تمهيد:

المبحث الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 1: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 2: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 3: بعض مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 4: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 5: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: القيم.

المطلب 1: تعريف القيم وخصائصها.

المطلب 2: مصادر القيم.

المطلب 3: أهمية ووظائف القيم.

المطلب 4: نظريات اكتساب القيم.

المبحث الثالث: القيم الثقافية.

المطلب 1: تعريف القيم الثقافية.

المطلب 2: خصائص القيم الثقافية.

المطلب 3: نماذج من القيم الثقافية.

المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية.

المطلب 1: وسائل مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية.

المطلب 2: أساليب مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية.

المطلب 3: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

إن الشبكات الاجتماعية تمثل اليوم أهم ثورة إلكترونية عرفت البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية، ليكونوا بناءً إلكترونيًا تفاعليًا يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وتلبية حاجاتهم ورغباتهم خاصة طلاب الجامعات من خلال ما تقدمه لهم وكذا تأثيرها عليهم سواء كان من ناحية دينية أو ثقافية أو سلوكية أو أخرى، حيث تعد القيم إحدى ركائز المجتمع الذي تستقطبه مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة القيم الثقافية، إذ يمكن الفصل بين القيم الثقافية والإنسان وهذه الأهمية وظيفتها في هذا المجتمع.

وسننظر في هذا الفصل إلى تعريفات هذه المواقع وخصائصها وإيجابياتها وسلبياتها وكذا تعريف القيم والقيم الثقافية وتأثيراتها الإيجابية والسلبية على الطالب الجامعي وبعض الأساليب والوسائل المؤثرة على هذه القيم الثقافية.

المبحث الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

المطلب الأول: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية في مجال المعلومات والاتصالات والاستخدام المتزايد لتطبيقات شبكة الانترنت تطورا سريعا في كيفية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لمخرجات هذه الشبكة، كما وفرت لهم فضاء افتراضيا لتبادل المعلومات والآراء والأفكار لاسيما بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها الواسع بين الأفراد.

وعلى هذا الأساس يعتبر التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع استخداما من قبل متصفح هذه الشبكة، فهذه المواقع وفرت خصائص وإمكانيات ميزتها عن بقية المواقع الالكترونية.

وفي هذه الدراسة سنتعرف على تعريف ونشأة هذه المواقع وأهم خصائصها ومزاياها ودوافع استخدامها، كما نتطرق إلى ايجابياتها وسلبياتها.

أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

يذهب زاهر راضي إلى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"¹.

كما يمكن تعريفها بأنها: "مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2,0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي تتيح للعرض"².

في حين يراها آخرون بأنها "تلك المواقع التي تتيح للمشارك بأن ينشئ لنفسه حسابا أو ملفا شخصيا على شكل بطاقة تعريف أو سيرة ذاتية تمكنه من عمل علاقات مع المشاركين الآخرين على الشبكة"³.

¹ رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2014، الجزائر، ص.40.

² ماهر عودة الشمايلة؛ محمود عزت اللحام؛ مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي، 2015، عمان، ص.199.

³ مصطفى سعوي؛ سهام، بولوداني، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كآلية لتحفيز الفعل الديمقراطي التشاركي، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، ديسمبر 2021، [د.م.]، ص.494.

ليذهب البعض لاعتبارها بأنها مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي، يعرفون فيها أنفسهم ويتبادلون لاهتمام. فهم يقومون من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة¹.

التواصل هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقبلة حيث تنطلق الرسالة من الذات الأخرى وتقتضي العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما تتحدث عنه الذي هو الأشياء أو الكائنات أو بعبارة أشمل موضوعات العالم ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.²

والتواصل علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات نشطة.³

كذلك هو العملية التي يتفاعل بها المرسل والمستقبل لرسالة معينة في سياق اجتماعي معين وعبر وسيط معين بحذف تحقيق غاية أو هدف محدد.⁴

مواقع التواصل الاجتماعي هي صنف من المواقع تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيات الويب تتيح للأفراد بناء شبكات من العلاقات والإطلاع على شبكة الآخرين.⁵

ثانيا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل وتستخدم للتعبير الحر عما يراه الإنسان، فهي تساعده على الاشتراك مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأي معين أو تقديم مجال اهتمام واحد. لم تظهر الشبكات الاجتماعية في عصر الانترنت كما قد يتبادر للأذهان، لكنها بدأت منذ أزمنة بعيدة ذلك لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من أجل البقاء والاستمرار. فقد ساهمت شبكة الانترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى العالم الافتراضي بفضل

¹ عتيقة عزالدين، إيمان عبادي: مواقع التواصل الاجتماعي "يوتوب ودوره في تفعيل العملية التعليمية"، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، العدد 04، مارس 2018، [د.م.]، ص.356.

² عمر أوكان، اللغة والخطاب، الدار البيضاء، المغرب، 2001، ص 36.

³ محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الكويت، 2033، ص 30.

⁴ يوسف القايطي، إدارة الصفوف : الأسس السيكولوجية، ط2، دار الفكر للطباعة والنشر، الأردن، ص 316.

⁵ مختار جلولي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 4، 2014، الجزائر، ص 166.

تقنيات الجيل الثاني لشبكة الانترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات على مواقع الانترنت¹.

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع com chassmates، حيث قسم هذا الموقع المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسم كل ولاية إلى مناطق وقسم كل منطقة إلى عدة مدارس وجميعها تشترك في هذا الموقع ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملاءه².

وتبع ذلك محاولة تالية ناجحة تمثلت في موقع تواصل اجتماعي آخر وهو sixdegrees.com وهو الموقع الذي يمنح الأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم ولمحاتهم العامة وإدراج أصدقائهم حيث بدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998 ليخفق هذا الموقع سنة 2000³.

وكان محور اهتمامنا هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianawenue.com وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Blackplanet.com، لتظهر بعد ذلك مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي على امتداد سنوات 1999 و 2000 والتي اعتمدت على تقنيات الويب في مراحلها الأولى إلا أنها لم تستطع أن تحقق نجاحا كبيرا⁴.

لكنه ومع بداية عام 2005 ظهر موقع إعلامي اجتماعي آخر يدعى ماي سبيس (My space) حيث تجاوز تعداد مشاهدات صفحاته عدد مشاهدات موقع (Google) الشهير الذي هو موقع أمريكي ذاع صيته وشهرته وأصبح يعتبر من أوائل الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم.

ثم بدأ موقع فيسبوك (Face book) أيضا في الانتشار الموازي مع موقع ماي سبيس في نفس الفترة حتى قام فيسبوك وتحديدا عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك لاحقا وبشكل كبير حتى وصل عددهم إلى مئات الملايين على مستوى العالم⁵.

¹ - ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتأثير، مجلة كلية التربية، العدد 24، 2018، [د.م.]، ص.333.

² - أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية الإسلامية، العدد 159، جويلية 2016، [د.م.]، ص.333.

³ - فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص.13.

⁴ - أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مرجع سابق، ص.170.

⁵ - عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص.289.

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتباين عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الأنترنت، الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك أيضا في عدد من الخصائص نوردتها في التالي:

➤ سهولة الاستخدام:

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

➤ تعدد الاستعمالات:

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

➤ الاقتصاد في الجهد والوقت:

في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، يستطيع كل واحد امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، فذلك لم يعد حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.¹

➤ قلة التكلفة:

"إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفايسبوك مكتوب مجاني ويبقى مجانيا".²

➤ الانفتاح:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص.67.

² حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص.83.

➤ الترابط:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكات اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.

➤ المحادثة:

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركات والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروض.¹

➤ اللاتزامنية:

وتعني إمكانية إرسال الرسائل والاستقبال في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.²

➤ اللاجماهيرية:

فلم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهيرية فحسب في رسائل عامة، بل أضحت من إمكانياتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى الفرد بعينه.³

المطلب الثالث: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تقسيم الشبكات الاجتماعية تبعاً للوسائل التي نستخدمها وهي كثيرة وسنكتفي بذكر ثلاثة أنواع تعتبر أشهر هذه المواقع على الإطلاق وأكثرها استخداماً وشيوعاً وهي:

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية = ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس، عمان، 2013، ص ص. 26-27.

² - مؤيد عبد الجبار، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص. 22.

³ - رحيم الطيب عيساني، العولمة الإعلامية وأثرها على الفضائيات الأخية، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2010، ص. 66.

أولاً: فايسبوك Face book

1- تعريف الفايسبوك : موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً تديره شبكة الفايسبوك محدودة المسؤولية كملية خاصة لها ويعرف بأنه من أشهر الشبكات على الانترنت أسسه مارك روزنبرغ حينما كان طالبا في جامعة هارفورد عام 2004.

2- نشأة الفايسبوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في المجتمع في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2003 في جامعة هارفارد في الو.م.أ من قبل طالب متعثر في الدراسة مارك روزنبرغ وكانت مدونة محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة بحدود أصدقاء روزنبرغ الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الو.م.أ المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة.¹

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزا على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع ماي سبيس وغيره حتى عام 2007 حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكات ومنها إتاحة الفرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة فايسبوك بحث تجاوز الو.م.أ إلى كافة دول العالم.²

والفايسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته لتكون بمثابة بطاقة لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه لذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب وقد حقق هذا الموقع راجا وانتشارا حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة 150 ألف مشترك يوميا ويشكل المتواصلون على هذا الموقع مجتمع افتراضي أكثر سهولة وراحة فالأشخاص يستطيعون اختيار من يريدونه من الأصدقاء، حيث لا

¹ - علا الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، (د.ط)، دار التعليم الجامعي، القاهرة، 2015، ص.160.

² محمد منصور، رسالة ماجستير بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين = دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجا، 2012، الدانمارك، ص.84.

يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوطات وصعوبات ويعتبر الشباب أكثر الفئات استخداماً للفايسبوك.¹

3- أهداف استخدام الفاييسبوك:

الفايسبوك هي شبكة رقمية عالمية تضم تحت مصلحتها الكثير من الخدمات والأجزاء التي تحقق أهداف متفرعة، فالهدف الأساسي من هذه الشبكة كما نعلم هو التواصل بالأصدقاء والتفاعل مع المحتوى المنشور، أو نشر المحتوى الشخصي، والحصول على بعض التفاعل المثمر والإضافات القيمة. - لكن هناك من يستخدم الفاييسبوك لأهداف أخرى غير الهدف الرئيسي، بل أن الأشخاص لا يحبون الفاييسبوك ولا يحبون استخدامه كأداة توال ومع ذلك هم مضطرون لاستخدامه لهدف معين، وقد سمحت قوة هذه الشبكة وضخامة بنيتها بهذه التعددية في الأهداف، وفيما يلي سيتم ذكر بعض تلك الأهداف من استخدام الفاييسبوك.

3-1- الوصول إلى الجمهور (الإعلانات):

أصبحت شبكية الفاييسبوك الملاذ الأول والأفضل للكثير من أرباب العمل وأصحاب الشركات، وحتى الأفراد العاديين ممن لديهم خدمات أو منتجات يحاولون تسويقها ومن تم الوصول إلى بعض العملاء الجدد، فعندما نقول (الوصول إلى الجمهور)، فالمقصود هنا، الوصول إلى من يسكنون المنطقة الجغرافية التي يستهدفها أرباب العمل في عملية البيع.

ولأن الشبكة أصبت اليوم تضم أكثر من مليار ونصف إنسان، فهذا يعني أنها أفضل الخيارات لإطلاق الحملات الإعلانية والدعائية، فنظام الإعلانات يوفر الكثير من الخيارات للوصول إلى الشريحة الأكثر ملائمة وبأقل التكاليف فأرباب العمل وأصحاب المشاريع يتوجهون دائماً إلى قسم واحد داخل الشبكة هو قسم إدارة الإعلانات وينشرون فيه الحملات الجديدة ويتابعون القديم، صحيح أنه قسم يكلفهم بعض المال، لكنه يعطيهم المزيد من العملاء في المقابل.

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد : شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، (د.ط)، أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، 2014، ص.64.

3-2- إقامة الندوات العلمية:

مجموعات الفايسبوك ليست فقط لتبادل أطراف الحديث حول مواضيع مشتركة، بل يمكن أن تستخدم لأهداف أخرى منها ما يتعلق بالتعليم، وخاصة بعد التطوير والتحديثات التي طرأت عليه هذه الخاصية في السنوات السابقة، والتي أتاحت لمدراء المجموعات العديد من أدوات التحكم والإدارة.¹

4- خصائص فيسبوك:

يتميز الفايسبوك بتغير من الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص أهمها :

4-1- الملف الشخصي:

عند الاشتراك في الموقع يتوجب إنشاء ملف شخصي يحتوي على المعلومات الشخصية صورك، الأمور المفضلة لك وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين.

4-2- إضافة صديق:

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة بريد إلكتروني.

4-3- خاصية النكرة:

تتيح للمستخدمين إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يحظر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

4-4- خاصية الصور:²

والتي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

4-5- خاصية الحالة (Status):

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

4-6- التعليقات (not es):

وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.³

¹ - عمر الحمدي، مقال منشور على الموقع الإلكتروني، www.tecl.com يوم 2022/06/06 على الساعة 13:25.

² - علي الحجازي إبراهيم، التكامل بين الاعلام التقليدي والحديث، دار المعترف للنشر، (د.ب.ن)، 2012، ص. 51.

³ - ليلي أحمد جرار، الفايسبوك والشباب العربي، (د.ط)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، (د.ب.ن)، 2012، ص. 51.

4-7- خاصية الإشعارات: notifications

تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا .¹

5- ايجابيات الفايسبوك:

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشاركين في هذه المواقع.²
- وسيلة للحصول على الأخبار في مختلف المجالات العلمية والدينية والثقافية.
- طريق للتعبير عن الرأي...في الأحداث السائدة في العالم أو في أي مجال من مجالات الحياة.³
- إعداد الأفراد وتنشئتهم واكتسابهم عادات وسلوكيات صحيحة.⁴
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للإعلان عن المنتجات المختلفة.
- فرصة لإعادة روابط الصداقة القديمة، كالبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل مع أخبارهم بين تباعد المسافات.⁵

6- سلبيات الفايسبوك:

هناك مجموعة من السلبيات ظهرت أثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفايسبوك يمكن إيجازها فيما يلي:

6-1- انتهاك خصوصية المشتركين:

حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركين من خلال صفحاتهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تعد صفة الخصوصية بمجرد نشرها حتى لو أتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة أصلا بطرف عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا.

¹ - بو عمر سهيلة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص. 115.

² - بو عمر سهيلة، المرجع نفسه، ص. 115.

³ www.Mowdoo3.com. 06/06/2022. 20 :00.

⁴ - علي جليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص. 71-72.

⁵ - عبير الربحاني، الاستعمار التكنولوجي، دار النبلاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص. 171.

استغلال هذه المواقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية، ويمكن أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتنفذ أهدافها وذلك بالاستفادة عندما ينشر على هذه المواقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد¹.

6-2- إشاعة الفتن:

في الوقت الذي تجد فيه أن هناك فئة كبيرة مجتمعنا نقوم بتغيير طاقاتها الإبداعية وتفجير وطنيتها وعروبته، ورفضها الرهان ورفضها التطرف. لأننا نجد فئات في المجتمع تستخدمه لزرع الفتن وتفكيك الوحدة الوطنية سواء الداخلية أو العربية.

6-3- غياب الرقابة:

إن غياب الرقابة على الأخبار المتداولة بين الناس والإساءة للأنظمة والأشخاص ونشر الإشاعات والفتن يؤدي إلى مشاكل كبيرة وأتساع الفجوة في العلاقات الاجتماعية بين مستخدمي الفايسبوك من جهة وما بين أفراد المجتمع الواحد وما بين الدول الأخرى.²

- نشر أسرار البيوت والخصوصيات التي ينبغي الاحتفاظ بها

- وسيلة للفساد الأخلاقي.

- التسبب في المشاكل الصحية العديدة خاصة للعدد إلى جانب الإرهاق الجسدي.

- النقاشات الطويلة التي تسبب أحيانا بالخلافات

- إضاعة الوقت بمجرد دخول المستخدم للموقع حيث يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف إلى آخر، ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة.

- وبالتالي الفايسبوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة.³

6-4- البيع والشراء:

يحدث أن تجد أشخاص في مجموعات متخصصة يعرضون مآلديهم من بضاعتهم ثم يتواصلون مع من يريد الاستفسار عن الثمن ومعرفة مزيد من المعلومات عن البضاعة ثم يقومون بالتواصل عبر المنازل واستلام المبلغ عند الباب، الأمر الجيد أن الشبكة أضافت بشكل رسمي سوى إلكتروني أو يمكن

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص. 71-72.

² عبير الربحاني، الاستعمار التكنولوجي، دار النبلاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص. 171.

³ إسراء محمود، سلبيات الفايسبوك، <https://mquluoi.com.16/05/2022>.

الوصول إليه عبر القائمة الجانبية تحت اسم صاحب الحساب، حيث يجتمع في هذا المكان من يريد البيع ومن ينوي الشراء، والمميز أن النظام يكشف اهتماماته في الشراء ويعرض عليك منتجات ثم نشرها مؤخرا في نفس المدينة أو النقر على *Selle Something* إن كنت تنوي البيع، ومن الخصائص المفيدة الاحتفاظ بسجل التواصل بين البائعين أو المشترين وخيارات متعددة لاستكشاف البضائع المعروضة.

كما يمكن استكشاف مجموعات البيع والشراء القريبة منك عبر صفحة *Sale groupe*.¹

ثانيا: تويتر Twitter

1- نشأة وتعريف ونشأة تويتر

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم منذ 2006 خدمة تدوين مصغرة التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات *Tweets* عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفا لرسالة الواحدة ذلك مباشرة عن طريق تويتر أو عن طريق رسالة قصيرة أو برامج المحادثة الفورية، صغر التدوينات جعل الخدمة عملية للغاية للأخبار العاجلة التي تتميز بأنها تنصدر الموقع نور حدثها ومع تسجيل عدد كبير من الإعلاميين في هذا الموقع أصبح له أهمية إخبارية متزايدة خاصة للباحثين آخر التطورات لتغطية مدة معينة².

وفي تعريف آخر: أخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني التغريد واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني³.

واليوم يعتبر تويتر مصدر معتمد لتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحافيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء ويتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا

¹ - عمر الحمدي، نفس المرجع. ص. 25.

² - رضوان بلخيري، *مدخل إلى الإعلام الجديد*، ط3، دار جسور لنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص. 51.

³ - علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، مرجع سابق، ص. 171.

للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة تواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في البلدان العربية عقب الربيع العربي وتأثير تويتز القوي فيه¹.

2- إيجابيات تويتز:

يوفر توتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها:

- إمكانية متابعة المشاهير والأصدقاء والمسؤولين وقادة الرأي والتعرف على اتجاهاتهم مواقعهم من الأحداث اليومية والعادية.
- إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطة به.
- معرفة مايقوم به أصدقائهم دائما وفي أي وقت كما أنه أسرع وسيلة لطرح تساؤلات الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية.
- يشكل توتر وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في زمن حقيقي تقريبا حول أخبار جارية ونامية ويمكن للمرسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعا على مايجري أول بأول بدل التقيد بالوقت الذي تقتضيه وسائل الإعلام الأخرى.
- نبذت المؤسسات احتجت الإعلامية العالمية تعتمد على توتر في تغطية الأحداث وتستعين به العديد من الصحفيين في الحصول على ماتهتم الإعلامية وما يمكنهم من القراء واهتماماتهم².

3- سلبيات تويتز:

لتوتر العديد من السلبيات نذكر منها:

- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحريها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للملتقى.
- ضعف الضوابط المسيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.

¹ خالد، غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، مرجع سابق، ص38.

² محمد خيرت يوسف، مؤشرات التقييم الإعلامي، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص.156-157.

- ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة بين استعداد الملثقي لها فيما يتعلق بالرأي الآخر.¹
- انتشار الحسابات الوهمية على توتر وهي الحسابات ذات المستعار الوهمي.
- من عيوبه وجود إعلانات حيث أصبحت تظهر على صفة المستخدم.
- ليس مثالي للمحتوى المرئي أساسه نصي في الغالب مثلا إذا كنت ترغب في مشاركة الكثير من الصور فإن الاستقرار قد يكون مناسب بشكل أفضل.

4- خصائص تويتر:

- تخصيص الصفحة الشخصية لقد أعاد توتر تصميم الصفحات الشخصية لتشبه ما يمكنك أن تجده في صفحتك الشخصية في موقع فيس بوك ويمكنك تغيير لون Theme Collor صفحتك بالإضافة إلى إمكانية تغيير صورتك الشخصية وصورة العنوان header ويمكنك حتى تثبت تغريده تريد جذب الاهتمام لها إلى صفحتك.
- الحصول على أهم المواضيع والوصول إلى أفضل اهتماماتك عن طريق الآراء المختلفة والمواضيع المميزة وذلك في الصفحات المتخصصة.
- كتم المستخدمين: نجد أنفسنا أحيانا مضطرين إلى متابعة شخص لا نريده.
- متابعة على توتر بإمكانك كتم هؤلاء الأشخاص دون علمهم فقد اذهب إلى صفحتهم الشخصية واضغط على رمز الترس واختر كتم mute.
- مسح رسائل توتر نهائيا بعد إرسال الرسالة الخاصة اضغط على رمز سلة المهملات الموجودة بجوار الرسالة التي ترغب في مسحها أو استمر بالضغط واختر مسح من تطبيق الهاتف سيقوم هذا يمسح الرسالة من عندك ومن عند طرف المستقبل.²
- الاستفادة من الوقت: يعكس الفاييبوك لا يوجد في توتر ألعاب تضيع الوقت وليست بحبر لنفد أعجبنى مجاملة صديقك.

¹- رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص.173.

²- تعرف على كافة مزايا وعيوب شبكة توتر -شات ع قهوة- بتاريخ 2022/06/6 الساعة

- تكوين مجتمعات والتواصل مع أشخاص لا تتابعهم، من أفضل مميزات توتر الهاش تاق " # " ولا تحتاج سوى أن تضيف الهاش تاق في رسالتك لتصل إلى متابعي هذا الموضوع ، المجتمع بينما تحتاج في الفاييسبوك أن تضم إلى المجموعة أو المجتمع بعدها تستطيع الإرسال إليه مما يضحى وفقا عليك.
- لا يمكن لأصدقائك تشويه سمعتك: بينما يمكن لأي صديق من أصدقائك إرسال أي محتوى على جدار، الفاييسبوك الخاص بك مما يؤثر على مكانتك الاجتماعية فلا يمكن لأي شخص إرسال تغريده تحت حسابك.
- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الالكتروني وتسجيل اسمك واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة بك تصبح مشتركا بالموقع وتستطيع عندئذ أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أو من الهاتف المحمول إن كان يدعم تقنية الإرسال عن بعد.
- محمول ومتحرك: فموقع توتر يعتبر من مواقع الشبكات الاجتماعية المحمولة أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات لتدوين أو الإرسال الرسائل والصور القصيرة المحمولة ومن أي مكان في العالم.
- مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر التوتر ومجاني بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول.
- الفورية: فالتدوين هو من الخصائص المميزة لموقع التوتر من أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع.
- أداة تسويق فعالية: فاليوم صار توتر يستخدم من قبل الشركات والمعلمين لترويج عن منتجاتهم.¹

ثالثاً: يوتيوب youtube

1- نشأة وتعريف يوتيوب

هو موقع ويب معروف متخصص في مشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.²

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار الفنائس لنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص. 38.

² أسامة غازي المدني: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات في السعودية"، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، 2014/12/14، (د.م.ن)، ص.400.

تم إنشاؤه سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين يعملون في شركة Pay Bal المتخصصة في التجارة الإلكترونية وصنف الموقع كأكبر تجمع للفيديوهات التي يصنعها المستفيدون بأنفسهم عن طريق التسجيل في الموقع ويعلقون عليها حتى إن بعض المتخصصين في مجال التقنية أطلقوا عليه لفظ "علاق الفيديو" لاحتوائه على ملايين الفيديوهات في كافة أنحاء العالم، من قوانين اليوتيوب أنه لا يسمح بمشاركة أفلام لها حقوق نشر محفوظة دون موافقة صاحبها كما لا يسمح بمشاركة الأفلام الإباحية أو التي تسيء لشخصيات معينة أو الإعلانات التجارية أو الأفلام التي تشجع الناس على الإجرام لكن رغم هذا لم يفلت من تجاوزات للمستخدمين المتحدين في بث مضامين تخل بقوانين الموقع من خلال عناوين ملغمة والتستر حول حسابات وجنسيات وهمية.¹

فاختلفت الآراء حول موقع يوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة videosharing site غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.²

في النهاية يمكن الإشارة على ذكر بعض المواقع الأخرى حيث تم التركيز على أهم المواقع التي تحضاً بنسبة كبيرة من استخدامات الأفراد كالأنستغرام، تيك توك، فايبر وغيرها.

2- مزايا موقع اليوتيوب:

- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة بل سهلة جداً، فلا يكاد يحدث في الليل أو النهار إلا ويصور، ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عاملة الناس الذين أصبحوا كصحافيين ومراسلين للصفحات ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار المقروءة والمسموعة ومشاهدة أولاً بأول.

¹ عتيقة عزالدين؛ إيمان عبادي، مواقع التواصل الاجتماعي"اليوتيوب ودوره في تفعيل العملية التعليمية، مرجع سابق، ص.358.

² معاذ الجيلي عمر، مذكرة ماجستير بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي، 2019، جامعة إفريقيا العالمية، ص.26.

- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب، وذلك لنفس الحدث مما يجعل أي حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن ويؤثر في الآراء بشكل كبير.

- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة، بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلومات عن الموضوع ويوسع مداركه عنه.

- كما تم إعطاء مساحة المشاركة في إبداء الرأي عن المشاهد المعروفة عبر اليوتيوب مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين وإثراء الموضوع بالآراء المختلفة.

- إعطاء الإمكانية للمستخدمين من الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكد من اعتماد التعديل فوراً.¹

3- مميزات التقنية لموقع اليوتيوب

3-1- عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ماتشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو الأفلام إباحية.

3-2- داعم لتحميل الأفلام: فالموقع تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسلحة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

3-3- سهولة المشاهدة: فمجرد الضغط على الفلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه ومباشرة من الموقع، بل وتستطيع أن تحفظه بل أن أردت ذلك من خلال برنامج موسيقي مثل.

3-4- سهولة البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث أو من مشاهدته.

¹ محمد منصور، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في جمهور المتلقين الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2011، ص.85.

3-5- الرقابة: فهو يسمح بتحديد من يشاهد الفلم فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة وكل ذلك يظهر بمحركات غوغل.

3-6- أداة رائعة للترويج: أفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع وهو مناسب للجميع أفرادا كانوا أم شركات.

3-7- ميزة البث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام وهي ميزة مكنت العديد من المحطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر¹.

4- خدمات موقع اليوتيوب

4-1- خدمات البحث: لن يشاهد الزوار موادك المنشورة في صفحتك إلا خلال خدمت البحث عن المواد التي يقدمها محرك البحث يوتيوب وعليه فإن الدقة والتميز وحسن اختيار المادة وعنوانها ووصفها والكلمات الدلالية هو المؤشر الحقيقي لزيادة عدد زوار موادك وظهورها ثمن النتائج الأولى من عمليات البحث عن الكلمات.

4-2- خدمات التقييم: يسمح موقع اليوتيوب لزوار موادك بتقييم مقاطع الفيديو الخاصة بك وهذا سيساهم في زيادة فرص ظهورك ضمن النتائج الأولى في معرفة اهتمامات.

4-3- خدمات الإحصائيات لتحديد عدد الزوار: تستطيع من خلال هذه الخدمة معرفة إحصائيات زوار مادة الفيديو ومن أي الأماكن شاهدو مادتك، وهذه مهمة جدا في معرفة اهتمامات الزوار حسب أماكن تواجدهم في الدول².

5- شروط خدمة موقع اليوتيوب

- ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.

¹ - خالد غسان. يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص.24.

² <https://techologywordpress17.com> بتاريخ 2022/4/08 على الساعة 17:30

- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية.

- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام.¹

6- إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب

6-1- الإيجابيات

- خدمات اليوتيوب نظيفة وواضحة وسهلة الاستعمال والاشتراك.
- اليوتيوب لديه مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو في مختلف الفئات.
- يمكنك عرض إبداعك ومهارتك من خلال اليوتيوب وبهذا فائدة كبيرة عليك.
- يمكنك التعلم من خلال اليوتيوب والحصول على قدر كبير من المعلومات وإعطاء المعلومات لكثير من الناس في فترة قصيرة من الوقت.
- يوفر الجهد والمال: لا حاجة إلى طن من المعدات والحواسيب وأجهزة الفيديو.

6-2- السلبيات

- أي شخص يمكنه مشاركة فيديو خاص به مهما كان محتواه.
- هناك أشرطة مخلة للأدب العامة.
- هناك نوع من العنف على بعض من أشرطة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقين وغيرهم لنشره أو التفاخر بالاعتداء على البشر والحيوان.
- قد يؤدي استخدام الخدمة إلى غزو الخصوصية.
- قد يؤدي استخدام الخدمة إلى التعدي على حق المؤلف.²

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها بعداً إيجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغيرات ثقافية، سياسية، واجتماعية في حياة المجتمعات بأكمله.

¹ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص.30.

² بتاريخ 04/9/2022 على الساعة 15. <https://www.ts3a.com>

حيث تتعدد وتختلف النقاط الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في الحياة ونذكر منها:

- منصة لطرح الأفكار وفتح فرص النقاش على أوسع نطاق؛
- الترويج لمختلف الآراء والمواقف السياسية؛
- توسيع نطاق الاتصال والتواصل والتأثر والتأثير؛¹
- منبر جديد للتعبير عن الذات فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجرّ الكثير من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه؛
- اكتساب المعارف الجديدة والمتنوعة فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع إلكترونية مختلفة، فبصفتك مرتبطاً بهذا المستخدم تستطيع الإطلاع عليها الشيء الذي يجعلك على إطلاع دائم ومتنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة؛
- إمكانية استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال استخدام خاصية الصفحات (page) التي تتوفر في معظم الشبكات.²
- تحفز على التفكير الإبداعي بأنماط وطرائق مختلفة وقد يكون سبباً للتواصل مع أشخاص مثقفين؛
- تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم؛
- تفتح مواقع التواصل الاجتماعي أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع والأهداف.³

ثانياً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

- كما تظهر شبكات التواصل الاجتماعي وجهاً آخر حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:
- قد تعمل على تدمير أو أضرار العلاقة بين الأفراد والجماعات في المجتمع؛
 - إضاعة وقت المستخدمين من خلال تولد ظاهرة الإدمان لساعات طويلة؛

¹ - أمين أبو وردة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام الفلسطيني، فلسطين، 2014، ص. ص. 115، 117.

² - سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل الاتصال الاجتماعي، دار الرابطة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص. 163.

³ - عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، 2015، عمان، ص. 30.

➤ تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية الأفراد بسبب تهكير حساباتهم على بعض المواقع وبالتالي نشر صورهم ومعلوماتهم الخاصة دون علمهم وهذا يسبب العديد من المشاكل الاجتماعية؛¹

➤ إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جو من الثقة حول إحدى الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناء على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار؛²

➤ عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياة؛

➤ التشهير ونشر الشائعات والمضايقات؛

➤ التحايل والابتزاز والتزوير؛³

➤ انتشار العديد من البرمجيات الخبيثة التي تهدد أمن البيانات وخصوصية المستخدم؛

➤ الضعف في التدقيق لقواعد بيانات المستخدمين والرد على استفساراتهم مما يؤدي إلى فوضى وعشوائية في التعامل.⁴

المطلب الخامس: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

توجد العديد من الدوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1- **المشاكل الأسرية:** حيث تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد، فهي توفر له كل الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية. لكنه في حال افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة يتولد لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن السبيل لتعويض الحرمان الذي قد ظهر مثلاً: غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاكل الحياة أو التفكك الأسري.

¹ - ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزويد بالمعلومات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، عمان، 2018، ص.33.

² - سلمان بكر بن كران، المرجع السابق، ص.164.

³ - صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعية، أسس مفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص.125.

⁴ - نصيرة، خالفي، مواقع التواصل الاجتماعي والمخطوطات العربية، إشكالية العلاقة وآفاق الاستثمار، جامعة تيزي وزو، ص.17.

2- الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء استغلال الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته سبباً للبحث عن سبل لشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي. حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية التي تتيحها شبكة الفايبروك لمستخدميها مثل مشاركة الصور، والملفات الصوتية عبر المجموعات مع الأصدقاء يجعل الفايبروك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة إحدى سبل ملأ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية ولتضييع الوقت عند البعض منهم¹.

3- البطالة: تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي إلى دعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإفشاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية. فهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها وحتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع الذي يعيش فيه لأنه لم يوفر له فرصة للعمل وللتعبير عن قدراته وإيديولوجيته وعلاقته مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.

4- الفضول: حيث تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد وتجذبه لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الاستقطاب والجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

5- التسويق أو البحث عن وظائف: تتمتع بقبالية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء، فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال مع شبكة لينكدان.

6- التعارف وتكوين الصداقات: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.²

¹ محمد محمد عبد المنعم [وآخرون]، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الملك فيصل، 2016، ص. 299.

² أحمد، علي الدروبي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة **AJSP**، العدد 01، 2018، ص. 5-6.

- 7- تحقيق التكامل النفسي: وذلك لإشباع الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستفزاز الشخصي.¹
- 8- اكتساب الخبرات الجديدة: والحاجة إلى فهم ما يجري في الواقع على نحو أفضل، والتعرف على الطريقة التي يحل بها الأفراد مشاكلهم.
- 9- القضاء على الشعور بالوحدة والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى.
- 10- ظهور إعلام المواطن كوسيلة لتحقيق التفاعل مع الأحداث الجارية لكونها لا تخضع للرقابة أو سيطرة المكونات، مواقع التواصل الاجتماعي تزيح الستار وتكشف خبايا الواقع الذي يعيشه الأفراد والمجتمعات ومحاولة معالجة الوضع الراهن.²
- 11- إبداء الرأي والتعبير: ذلك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال وجها لوجه مما يساهم في التفاعل والتعبير عن آرائهم بحرية أكثر.³
- 12- الإشباع المعرفي: يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، فهم يتوافقون دائما للمعرفة الواسعة، يحتاجون لمعرفة ما يدور حولهم، وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرات والحاجة إليها سمة بشرية فمواقع التواصل الاجتماعي قادرة على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشباب عموما بمعرفة متعمقة بالعالم لما فيه من تنوع في كافة المجالات.⁴
- 13- استخدام مواقع التواصل بغرض التواصل مع الأهل والأقارب إذ أنها تحقق إشباع اجتماعي من خلال جو اجتماعي وتواصل بين الرحلات.
- 14- عدم الاندماج الاجتماعي مما يؤدي بالفرد إلى تكوين علاقات اجتماعية في العالم الافتراضي.⁵

¹ - حنان بن شعشوع الشهري، مذكرة بعنوان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، 2016، جامعة الملك فيصل، ص.299.

² - مجدي الداغر، شبكات التواصل الاجتماعي بمصر بديل إعلامي يواجه الاستقطاب، مركز الجزيرة كالدراسة، 2015، ص.

³ - معين عمران محمد التميمي، دراسة علمية تظهر دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة العمل، فلسطين، 2016، 14:00 03/03/2022 <https://ww-alwatanvoice.com>

⁴ - ليلي أحمد جرار، الفايسبوك والشباب العربي، دار الفلاح، القاهرة، 2012، ص.129.

⁵ - سهيلة بوعمر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير بعنوان الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الاجتماعيين، مرجع سابق، ص.15.

المبحث الثاني: القيم

يعتبر موضوع القيم من المواضيع ذات الأهمية الكبيرة باعتبارها تشكل محورا من محاور تربية الإنسان. فالقيم تعتبر الضابط والموجه لسلوك الفرد والمرجعية في تصرفاته وتحدد له ما هو مرغوب فيه وغير مرغوب فيه من السلوكيات، كما أنها توفر للأفراد الحافز لإشباع حاجاتهم وتحقيق ذاتهم وبذلك تعطي الأشياء قيمتها ووزنها.

المطلب الأول: تعريف القيم وخصائصها

1. تعريف القيم:

يعتبر مفهوم القيم من بين أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية غموضا وارتباطا بعدد كبير من المفاهيم الأخرى، حيث يمكن تعريف القيم بأنها:

" تعرّف القيم بأنها اتجاهات تمويل الأفراد لأوضاع معينة تحركهم في البيئة المحيطة، أو اعتقاد وعمل الفرد من منطلق معين ويمكن من خلالها التعرف على اتجاهاته بشكل أفضل، حيث يتوقف تفاعله في المستقبل على قيم الشخص¹.

يمكن تعريفها كذلك بأنها أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية يتشبت بها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وسلوكه في المجتمع المحدد، لأنه يكتسبها من الجماعة المحيطة، فالقيمة إذن شيء يحض بال تقدير والرغبة والقبول للغالبية العظمى من المجتمع إن لم يكن لأفراد المجتمع كلهم، لأنها تعبر عن مصالحهم واهتمامهم جميعا².

فهي إذن الجانب الخفي من الثقافة الذي لا يستنتج إلا من خلال سلوك الأفراد، وهي تشكل جانبا واحدا فقط من جوانب الثقافة المختلفة³.

يبقى مفهوم القيم من أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية التي يشوبها الغموض واللبس والذي لا زال يرتبط بعدد كبير من المفاهيم الأخرى كالاتجاهات والدوافع والرغبات. ولعل منشأ هذا الغموض يرجع إلى

¹ - أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، المرجع السابق، ص. 331.

² - ثائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص. 49.

³ - محمد مقداد، القيم الثقافية ودورها في نقل التكنولوجيا، مجلة الآداب، [د.ت.]، جامعة البحرين، ص. 43.

أن المصطلح مرتبط بالتراث الفلسفي من جهة ويقع على أرض مشتركة بين مجموعة من العلوم والمعارف من جهة أخرى.¹

2. خصائص القيم:

تتميز القيم بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تختلف من شخص لآخر فالقيم كأساليب، وقوالب، وأوضاع للتفكير للعمل الإنساني تعمل على تحديد الغايات المرغوبة والمستحقة ثقافيا وهي كالاتي:

1- الإنسان:

وذلك بناء على ما يتلقاه الفرد من خبرات وما يعايشه من مواقف أثناء التنشئة الاجتماعية التي تمارسها العديد من مؤسسات التربية بما فيها وسائل الاتصال والمدرسة والأسرة.

2- الوجدانية واللزومية:

حيث تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي ينتمي إليه الفرد، وهي في قوتها اللزومية للأفراد كما أن المجتمع يعدها ضابطا لسلوكه.

3- الدينامية:

فالقيم تغير محور الاهتمام لدى الفرد، وعلى هذا فإن تغير القيم يرتبط بطبيعة المرحلة التي تمر بها المجتمعات، فالمجتمع يختلف من مرحلة إلى أخرى وفقا للظروف التي تحيط به، وهنا تبرز العلاقة بين التغيير الذي يطرأ على المستوى الاجتماعي والقيم الاجتماعية.²

4- النسبية والإطلاق:

فإذا كانت القيم مطلقة أصبح التغيير على المستويين الشخصي والاجتماعي مستحيلا وبالمثل لا يمكن أن تكون القيم دائمة التغيير والتبديل وإلا تعذر استمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الاجتماعية.³

5- الهرمية:

¹ علي شبيطة، القيم الثقافية في الأسرة وتعزيز الهوية الوطنية في ظل العولمة، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد2، 2019، [د.م.]، ص.85.

² أمل رحمانى، قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلامية العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص.95.

³ جان بول رزفير، فلسفة القيم، ترجمة عادل الأوي، دار عويدات للنشر والتوزيع، بيروت، 2001، ص.24.

فهي مرتبة ترتيباً هرمياً وليس جامداً بل متحركاً ومتفاعلاً، فالسلم القيمي قد يهتز سلماً أو إيجاباً إذ كثيراً ما يتفكك النسق القيمي ويعاد ترتيبه من جديد نتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية.

6- المعيارية:

إن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار أحكام تقيس وتقيّم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني.¹

ومن بين الخصائص نذكر أيضاً:

1. أنها ليست من وضع شخص معين، بل هي حصيلة تجربة اجتماعية.
2. أنها ليست صفات مجردة، بل يتوصل إلى معرفتها عن طريق دراسة أنماط السلوك الذي يعبر عن هذه القيمة.
3. تنتقل من جيل إلى جيل عن طريق التنشئة الاجتماعية.
4. لها صفة التعميم، فقد تختلف من فئة إلى أخرى في المجتمع الواحد ولكن قيماً معينة تظل عمومية لأفراد المجتمع.
5. لها صفة التغيير والتطور على الرغم من بطئها، وهذا التطور يتم نتيجة عوامل داخلية سكانية واقتصادية أو فكرية أو عوامل تاريخية.²
6. القيم متداخلة مترابطة منتظمة حيث أنها تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أنها متضمنة من حيث التطبيق فالعدل مثلاً قيمة سياسية وأخلاقية.
7. ذات طبيعة متدرجة نظراً لأن حاجات المجتمع ليست على نفس الدرجة من الأهمية فإن هناك قيماً أساسية وقيماً فرعية تنطوي تحتها وحتى القيم الإنسانية فإنها قد لا تكون على نفس الدرجة من الأهمية ولهذا كان من الضروري معرفة التنظيم العمومي للقيم التي تسود في مجتمع معين أو مؤسسة معينة أو لدى فرد معين.³

المطلب الثاني: مصادر القيم

إن القيم داخلية للإنسان وتعتمد على خبراته في نموها وتطورها وقد اتفق العلماء على أن أهم مصادر القيم هي:

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص. 212.

² ثائر أحمد غباري، المرجع السابق، ص. 50.

³ سعاد جبير سعيد، القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني، دار الجدار المكتبة العالمية، 2018، ص. 37.

(1) الأسرة:

الأسرة هي البنية الأولى التي تحتضن الفرد، كما أن طبيعة الخصائص التي تميزها تجعلها أكثر المؤسسات الاجتماعية تأثيراً في عملية التنشئة الاجتماعية. فالفرد يتعلم مبادئ التربية الاجتماعية والسلوك الاجتماعي وآداب المحافظة على الحقوق والقيام بالواجبات إلى غير ذلك من المسؤوليات الفردية والاجتماعية.

(2) المدرسة:

فهي مؤسسة اجتماعية تربية حضت بالاهتمام والدراسة منذ زمن طويل وذلك نظراً لثقل المهمة الموكلة على عاتقها والملقاة عليها من قبل المجتمع وكذلك لعظم التوقعات المنتظرة منها ابتداءً من دخول الطفل إليها إلى أن يتخرج إطاراً كبيراً. حيث تلعب المدرسة دوراً كبيراً في إغناء القيم التي تلقاها الفرد في الأسرة وتضيف عليها قيماً أخرى ويعتبر دورها مكملًا للأسرة¹.

(3) المسجد:

يعد الدين مصدر المثل للمجتمع التي تمثل وازعا للسلوك فهو يعتبر أحد أهم مصادر القيم، إذ أن القيم الدينية في الغالب الأساس الذي يستند عليه الناس في تقييمهم للسلوكيات من ناحية القبول أو الرفض. ففي هذا الشأن يرى دوركايم أن الدين هو مصدر كل ما نعرف من ثقافة عليا وأنه منبع كل الأشكال الثقافية، فالأديان عموماً عبارة عن مجموعة من القيم تحدد سلوك الفرد وتوجيهه من الأوامر والنواهي تضبط بها سلوكه من خلال العقوبات التي تنجر عن ذلك في السلوك والمسجد من المؤسسات الاجتماعية التي تتولى إيصال هذه السلوكيات الاجتماعية للفرد².

(4) وسائل الإعلام:

تعد وسائل الإعلام من أهم أدوات التنشئة الاجتماعية إذ تلعب دوراً هاماً وخطيراً في تنشئة الأجيال الصاعدة في المجتمع لحديث والمعاصر، فوسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها المقروءة والمسموعة والمرئية تشكل جسراً ومعبراً هاماً في نقل القيم والاتجاهات³ وتأثير وسائل الإعلام باعتبارها نافذة لثقافات مختلفة ومدعمة لبعض الاتجاهات ومعززة للقيم والمعتقدات الفكرية أو الدينية على أنها سلاح ذو حدين

¹ حنان فنيش، المرجع السابق، ص. 136.

² الجموعي، مؤمن بكوش، القيم الاجتماعية مقارنة نفسية اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث العالمية، العدد 08، 08 سبتمبر 2014، جامعة الوادي، ص. 80.

³ عبد الهادي الجوهري، أصول علم الاجتماع، (د.ط)، المكتب الجامعي الحديث، (د ب ن)، 1988، ص. 296.

قد يكون وسيلة نافعة من وسائل لتثافة والعلم ونقل المعرفة والأفكار فتقدم النفع للقرء والجماعة، ومن ناحية أخرى إذا أسيء استخدامها ولم توجه توجيهها صحيحا بإشراف مركز فإنها ستصبح سلاحا هداما يعرقل التنشئة الاجتماعية السوية ويساعد على الانحراف وينير الغرائز¹.

ويعد التلفاز من بين الوسائل الخطيرة ذات الجاذبية للكبار والصغار لما يوفره من برامج مختلفة تجذب وتشد الانتباه، فكل ما ينبته من مواد إعلامية مختلفة يقدم للصغار صورة عن السلوك والقيم والاتجاهات فالمعتقدات التي يجب أن يتحلوا بها. فالعديد من القيم والاتجاهات وأنماط السلوك يستطيع التلفاز ترسيخها في عقل الطفل في وقت وجيز².

وبما أن هناك من يعتقد أن وسائل الإعلام تمارس التشويش على عملية التنشئة وتعيق حرارتها أو ما يعرف بظاهرة إلا تنشئة، فوسائل الإعلام في إطار هذا المتطور تؤدي إلى تفكيك الحياة الاجتماعية في العائلة³.

المطلب الثالث: أهمية القيم وظائف القيم

أولاً: أهمية القيم

تكتسي القيم أهمية كبيرة بالنسبة للشعوب والمجتمعات، حيث يمكن تلخيص أهمية القيم فيما يلي:

➤ تساهم القيم في توجيه وإرشاد الأدوار الاجتماعية وتحديد انقواء الأفراد إلى مهام ومسؤوليات كل عنصر في النظام الاجتماعي.

➤ القيم هي المرشد والموجه لسلوك الكائن الحي والتي تتم من خلال تفضيل تصرف أو سوك معين على سلوك آخر.

➤ تعتبر القيم إطارا مرجعيا للسلوك الإنساني في حياته العامة وفي مجالاتها المختلفة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا.

➤ تساعد القيم وتقوم بدور أساسي في تحقيق الذات وتحقيق توافق الفرد.

➤ للقيم دورا مهما وأساسيا في بناء شخصية الفرد فهي تحدد ما يقوم به من سلوكيات داخل الجماعات التي ينتمي إليها، وهي التي تحدد الهدف المشترك وتعمل على تحقيقه.

¹ - إبراهيم أحمد السيد السيد، رسالة دكتوراه بعنوان البناء القيصي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية والانجاز، 2005، معهد البحوث والدراسات الآسيوية جامعة الزقازيق، ص.35.

² - سامية حمريش، رسالة ماجستير بعنوان القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، 2010، جامعة باتنة، ص.59.

³ - أم الخير بن عثمان، المرجع نفسه، ص ص. 43-44.

- توصل الفرد إلى تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي وتجعله صالحا في مجتمعه.¹
 - ارتباطها بكافة مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والأخلاقية لأنها تلعب دورا مهما في تحديد جوانب السلوك الإنساني.
 - تتضمن عناصر الانتقاء والتفصيل، الأمر الذي يجعلها تختلف من مجتمع لآخر بل وتختلف عند الشخص الواحد تبعا لرغباته واحتياجاته.
 - تحقيق التوازن النفسي للفرد وتحقيق تكيفه مع الجماعة وفقدانها يؤدي إلى فقدان هذا التوازن وما يصاحبه من شعور بالضيق والعجز.
- تعتبر القيم عنصرا رئيسا في تشكيل ثقافة أي مجتمع فهي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع كما أنها تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم.²
- القيم جوهر الكينونة الإنسانية، تضرب القيم جذورها في النفس البشرية لتمتد إلى جوهرها وخفاياها وأسرارها وهي تشكل ركنا أساسيا في بناء الإنسان وتكوينه إذ تجعله جزءا من ذاته فالإنسان له كيان ما هي محسوس وتختصر القول في الإشارة إلى منهج القرآن الكريم في بيان حقيقة الإنسان حيث جلا هذه القضية في قصة آدم التي وردت في سبع صور من صورته الكريمة فجاءت قصته لتوضح للإنسان حقيقته وقد تعددت مشاهدة خلق الإنسان وتكوينه هي مواقف عدة من القرآن الكريم فرسالة القرآن توضح بصورة كاملة غير منقوصة حقائق حول الخلق والتكوين والمهمة المنوطة به والنهاية والمصير إذ تحظى القضية القيمية بالدور البالغ الأهمية وذو تأثير كبير في المشاهد كلها.
- القيم حماية للفرد من الانحراف والانجرار وراء شهوات النفس وغرائزها، فهي بمثابة سياج يحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي والاجتماعي وبدون هذا السياج يكون الإنسان عبدا لغرائزه وأهوائه التي تقوده إلى الدمار والفناء وعندما تضعف قيم الفضيلة في النفس تسيطر الرغبة والغريزة وتظهر كأنها سيدة المكان والزمان فتجرف الإنسان في مباراتها المتضاربة فلا يدري في أي واد هلك.³

¹ حنان فنيش، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطلاب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغنونيا، العدد 6، 2016، [د.م.]، ص ص. 138-139.

² سهام صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة دراسة ميدانية بثانوية بوحنه مسعود فرجية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة، 2009، ص ص. 38-39.

³ صفاء السلماني، علم الاجتماع التربوي: نظرة معاشرية، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2010، ص. 134-135.

- القيم تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة، ينبع السلوك الإنساني من القيم التي تنشأ بدورها عن التحرر والمعتقدات والفكر فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله وبناء تصوراته هو الذي يحدد منظومته القيمية ومن ثم تصدر القيم كمنظمات سلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتخلي به وفيما ينبغي تركه والابتعاد عنه.¹

ثانياً: وظائف القيم

تعد القيم من أهم مكونات الشخصية لذلك فهي تعمل على تشكيل الكيانات النفسية للفرد، من خلال قيامها بجملة من الوظائف الأساسية أهمها:

- (1) القيم رموز أو صور المجتمع في عقول الأفراد توجه سلوك الأفراد بطرق مختلفة إلى أخذ مواقف معينة من القضايا الاجتماعية.
- (2) القيم الاجتماعية تساعدنا في تقديم الحكم على أفعالنا وأفعال الآخرين وتمكننا من الاستفادة من توجيهات الآخرين وتأثيراتهم وتخبرنا بالقيم التي تستحق التحدي.
- (3) القيم تستمر من خلال التاريخ ومن ثم تحافظ على هوية المجتمع.
- (4) القيم هي المدعمة للأنظمة الاجتماعية وهي التي تحافظ على البناء الاجتماعي من خلال ما تحت عليه من تماسك داخل الإطار النظري.²
- (5) تساعد الأفراد على التكيف مع الأوضاع المستجدة.
- (6) تعمل على البناء الاجتماعي.
- (7) لها دور كبير في بناء الشخصية الفردية.
- (8) تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في مواقف مختلفة.
- (9) تساعد على تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي الشرعية للأهداف والمصالح الاجتماعية ويحدد المسؤوليات.³
- (10) تساعد القيم الناس على تركيز اهتماماتهم على العناصر المادية المرغوبة والضرورية فقيمة الأشياء ليست في ذاتها فحسب بل هي نتيجة لما يضيفه المجتمع عليها من اهتمام وتثمين.

¹ - ماجد زكي الجراد، تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 40-46.

² - أميرة بسام الآغا، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وسبل تطويرها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، [د.م.]، [د.ت.]، ص.5.

³ - ماجد المزبود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص.26.

11) تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود الفعل.

12) تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين.

13) تهيئ الأساس للعمل الفردي والعمل الجماعي الموحد.

14) جميع الأساليب المثالية للسلوك والتفكير في المجتمع تتجسد في القيم على هذا الأساس تصبح القيم أشبه بالخطط الهندسية للسلوك المقبول اجتماعيا بحيث يصبح الأفراد قادرين على إدراك أفضل الطرق للعمل والتفكير.¹

1- وظائف القيم على المستوى:

- تحقق للفرد الإحساس بالأمان، فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفس والتحديات التي تواجهه في حياته.

- تعطي للفرد الفرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.

- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤية أمامه، من ثم تساعد على فهم العالم من حوله وتوسع في إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.

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

2- وظائف القيم على المستوى الاجتماعي:

- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة، كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع من المنتمين لهذه الثقافة.

- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائه للوصول إليه.

تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهدافه ومبررات وجوده، ومن ثم يسلك في ضوءها وتحدد للأفراد سلوكياتهم.

المطلب الرابع: نظريات اكتساب القيم

لقد اختلف علماء الاجتماع في تفسير واكتساب القيم، وذلك بالنظر إلى التوجهات الفكرية والنظريات، وفيما يلي عرض لمختلف النظريات المفسرة للقيم والتي عالجت موضوع القيم، وقد تم تقسيمها كما يلي:

¹ - سامي حسن الختاتة؛ فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص.26.

1- النظرية الذاتية:

من أشهر العلماء الذين يمثلون الاتجاه الذاتي "إميل دوركايم" الذي يعد أول من طرح موضوع القيم للدراسة العلمية. وينظر دوركايم إلى القيم نظرة ذاتية يرفض الرأي ويرى أن القيم حكم منفصل عن الشخص مرتبط بالموضوع، أي متعلق بخاصية الشيء الذي يتصف به بمعنى أن القيم تتصف بصفة مستقلة عن كيفية الإحساس بها في لحظة الحكم. حيث برّر دوركايم رفضه هذا باعتقاده بعدم وجود أية علاقة بين الخصائص الموضوعية للأشياء وبين قيمها، وأكد أن القيم تقدير يقتصر على الأشياء. فالقيمة عند "دوركايم" تنجم عن العلاقة التي تربط الأشياء بالمظاهر المختلفة للمثل العليا والتي تكشف عن مظهر من مظاهر تلك المثل، وقيمة الشيء لا يمكن أن تقدر عند "دوركايم" إلا عن طريق بعض الأفكار المثالية والمثل العليا والتصورات الحقيقية والمرغوب فيها وترتبط بأشياء يستطيع الناس إدراكها، وهي ترتبط بحياة الناس العلمية ارتباطاً شديداً. وصنف دوركايم القيمة إلى نوعين **النوع الأول**: أحكام تقريرية تقويمية أو موضوعية وتعبّر عن علاقة بين طرفين وتعني ما تراه الذات من قيمة الأشياء. وبمعنى أننا نميل إلى أشياء ونفر من أشياء غيرها وهذا ما يتجه إليه **النوع الثاني** وكلا النوعين يستخدمان المثل الأعلى معياراً لحكمه. خلاصة رأي دوركايم في معنى القيمة هو أن قيمة الشيء لا توجد في الموضوع نفسه بل هي ما يحققه هذا الشيء من آثار تنشأ عنه حسب تقدير الذات وهذا ليس في الذات الفردية بل في الذات الجماعية¹.

2- النظرية الموضوعية:

يرى رواد هذه النظرية أن قيمة الشيء كامنة وكائنة فيه فعلاً وتعبّر عن طبيعته، بمعنى آخر يرى هؤلاء أن قيمة الشيء موضوعية مستقلة عن ذات الإنسان ومشاعره وتحدد بمعزل عن خبرته في الحياة الواقعية. لذلك فجل القيم الثابتة لا تتغير وأفلاطون من أنصار موضوعية القيم وقد قال بالمثل العليا الثلاث، الحق والخير والجمال، فهي في نظره أعلى المعالي وأسماها قيمة وأعظمها منزلة ولا يخرج أي شيء عنها ولا يخلوا أي شيء منها، وقد جعل أفلاطون الحق في جانب العلم والمعرفة والخير في جانب الأخلاق والسلوك، والجمال في جانب الفن والتناسب، ويرجع أفلاطون هذه الأفكار السامية إلى عالم آخر غير العالم الذي نعيش فيه عالم لا ينبغي وجود الأشياء فيه كاملة كما يجب أن تكون عليه. أي عالم المثل، عالم الحق والخير والجمال.

¹ - سهام صوكو، المرجع نفسه، ص. 50.

3- النظرية العامة:

صاحبها العالم الاجتماعي "رالف بارتون بري"، تتخذ هذه النظرية مفهوم الاهتمام محورا وركيزة لتفسير القيمة والتي مفادها أن أي اهتمام لأي شيء يجعل الشيء ذا قيمة حسب المعادلة التالية:

(س) ذو قيمة = هناك اهتمام ب: س

أي أن القيمة تتبع من الاهتمام والرغبة ولا ينبع الاهتمام والرغبة من القيمة إذ تركز نظرية الاهتمام على كل القيم في ذات الفرد، وتطلق لفظة قيمة ليدل على عملية يقوم بها الإنسان وتنتهي هذه العملية بإصدار حكم على شيء أو موضوع أو موقف ما، فالقيم في الواقع عمليات تقويم، والتقويم عملية اجتماعية ثقافية¹.

4- جماعة الرفاق:

تؤدي جماعة الرفاق دورا بالغ الأهمية والحساسية في التأثير على أفرادها بسبب كونها تنشأ في مرحلة حاسمة من مراحل نمو الطفل أين يكون الطفل يبحث عن ذاته، خارج الأسرة وإشباع الحاجات والدوافع الاجتماعية التي تلقى كبحا في محيط الأسرة. فتكون جماعة الرفاق البديل المناسب لاحتضان الطفل وتمكينه من إرادته، بذلك تساهم مجموعة الرفاق بشكل أساسي في صياغة شخصية الطفل وقيمه واتجاهاته عن طريق التأثير بسلوك الرفاق بتبني الطفل كثيرا من أشكال السلوك، وفي الوقت الحاضر أصبح للتلفاز دورا هاما أساسيا بين وسائل الإعلام الأخرى.²

5- الثقافة:

تعتبر القيمة إحدى المكونات الأساسية للثقافة التي عرفها الباحث "إدوارد تايلر" في كتابه الحضارة البدائية بأنها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة كالعقائد والفن والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع.

6- الظروف الاجتماعية والاقتصادية:

من المصادر المهمة للقيم أيضا المعطيات والظروف الاجتماعية والاقتصادية 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 الاجتماعية والاقتصادية الجديدة التي عاصرها في

¹ - سهام صوكو، المرجع السابق، ص ص. 51 - 52.

² - رافدة الحريري، قضايا معاصرة في تربية الطفل ما قبل المدرسة، [د.ط.]، دار المنهج للنشر والتوزيع، [د.م.]، 2013، ص. 87.

ظل النهضة قد أدى دوره الفاعل في ظهور قيم جديدة تحمل المسؤولية وحب العمل اليدوي وتثمين جهد الطبقة العاملة والثقة بالنفس والصبر والتفاؤل والنقد الذاتي إضافة إلى بلورة جذور الديمقراطية التي صاحبت عصر النهضة والتحرير التي استوعبها الأفراد بعد أن أصبحت المرشد والموجهة لسلوكهم، وتظهر القيم في الواجب الوطني والقومي وتحقيق الفوارق الحضارية بين الريف والمدينة.¹

¹ - نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، دار نهضة الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص.171.

المبحث الثالث: القيم الثقافية

يعتبر موضوع القيم الثقافية موضوعاً ذات أهمية بالغة والاهتمام به يساعد دون شك في فهم الشعوب وخاصة البلدان النامية وبالتالي المساهمة في إنجاح مشاريع التنمية المختلفة فيها، ويعتبر هذا البحث مساهمة أخرى تضاف إلى أعمال الباحثين لفهم القيم الثقافية في البلدان النامية وعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على هذه القيم وقد تضمن هذا المبحث ثلاث مطالب بداية من مفهومها، خصائصها، ومصادرها .

المطلب الأول: تعريف القيم الثقافية

القيم الثقافية هي تعبير عن خصوصية الفرد والمجتمع وهويته، فالثقافة هي المعيار الأصلي عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم وعن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان، ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي أن يعمل وما لا ينبغي... وهذا يعني حسب بعض الآراء بأنه ليست هناك ثقافة عالمية واحدة وليس من المحتمل أن توجد في يوم من الأيام، وإنما وجدت وتوجد وستوجد ثقافات متعددة متنوعة تعمل كل منها بصورة تلقائية ويتدخل إرادي من أهلها في الحفاظ على كيانها ومقوماتها الخاصة من هذه الثقافات ما يميل إلى الانغلاق والانكماش ومنها ما يسعى إلى الانتشار والتوسع، ومنها ما يعزل حيناً وينشر حيناً آخر.¹

القيم الثقافية الحقيقية بنظر عالم الاجتماع هي دائماً قيم مجتمع مخصوص، إنها المثل التي تتخذها جماعة من الجماعات وتنتسب إليها، فالقيم الثقافية تكون خاصة بمجتمع بعينه وبفترة زمنية تاريخية، لأن القيم تتغير في الزمان وتتغير من مجتمع لآخر.²

المطلب الثاني: خصائص القيم الثقافية

تمتاز القيم بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المفاهيم الأخرى، كالحاجة أو الدوافع أو المعتقد أو الاتجاه أو السلوك، ويمكن إجمال أهمها فيما يلي:

- أنها غير مرتبطة بزمن معين، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل.
- الإنسانية: بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم، وهذا ما يميزها عن الحاجات التي لا تخص البشر.

¹ - علي شبيطة، المرجع السابق، ص. 84.

² - عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، ط. 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص. 14.

➤ **الضدية:** بمعنى أنها تمتلك صفة الضدية، فكل قيمة ضدها، ما يجعل لها قطبا إيجابيا، وقطبا سلبيا، والقطب الإيجابي هو وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه (ضد القيمة، أو عكس القيمة).

➤ **النسبية:** أي أنها متعلقة ومكتسبة من خلال البيئة وليست وراثية، بمعنى أنها يتم تعلمها أو اكتسابها عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة.

➤ **الذاتية:** بمعنى أن وزن القيمة الثقافية وأهميتها تختلف من فرد لآخر.

➤ **الترتيب:** اتفق العلماء على وجود سلم القيم، فالترتيب ينتج عنه وضع الأشياء في مراتب ودرجات بعضها فوق بعض، ولذلك تهيمن بعض القيم على غيرها.

➤ **العمومية:** يمكن النظر إلى القيم على أنها ظاهرة اجتماعية تؤدي إلى تحقيق وظائف معينة في المجتمع، كما أن القيم معرفة مصبوغة بصيغة العمومية فهي عامة تشمل فئات كثيرة من المجتمع.

➤ **الاكتساب:** القيم مكتسبة يتعلمها الفرد في نطاق الجماعة وعن طريق التنشئة الاجتماعية، حيث تتفاعل تلك العوامل مع التكوين النفسي للفرد ذاته حين يصبح الأفراد يهتمون ببعض القيم وتفضيلها على غيرها.¹

المطلب الثالث: نماذج من القيم الثقافية

أولاً: العادات والتقاليد

1- العادات:

العادات ظاهرة احتمالية وهي قاعدة أو معيار للسلوك الجمعي تشير إلى أفعال الناس التي تعودوا عليها وسلوكهم على نحو شبيه بالتكرار المستمر والتعلم والتدريب فهي تشير إلى كل الأنماط السلوكية المشتركة بين جماعة أو مجتمع معين وإلى هذا الطابع الشبيه الذي يغذي الشعور بعدم الارتياح الذي نحس به عندما تسلك سلوكا خارج تلك العادات.²

هي بطبيعتها استجابة لحاجات ثابتة نسبيا، متغيرة تبعا لذلك لأنها تستجيب في الزمان والمكان لحاجة اجتماعية يمكن أن تكون مستقلة عن الزمان والمكان وتنقسم هذه العادات إلى:

عادات فردية: هي ظاهرة شخصية يمكن أن تتكون أو تمارس في حالات العزلة عن المجتمع.

¹ - فنيش حنان، المرجع السابق ص 137-138.

² - حسين عبد الحميد رشوان، **الثقافة: دراسة في علم الاجتماع الثقافي**، [د.ط.]، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 156.

عادة جماعية: إذ تنشأ تبعاً لظروف مشتركة في مجتمع معين ومارسها عدد كبير من الأفراد فمن الممكن أن تصبح عادة جماعية.¹

2- التقاليد:

لغويا نعبر على مفهوم التقليد في الجذور "قلد" وقلدته قلادة لي جعلتها في عنقه ومنه التقليد في الدين وكان المعنى يفيد المحافظة على الأمانة وذلك بوضعها في العنق.

وهي عبارة عن مجموعة من قواعد السلوك الخاصة بطبقة معينة أو طائفة أو بيئة محلية محدودة النطاق وهي تنشأ عن الرضا والاتفاق الجماعي على إجراءات وأوضاع معينة خاصة بالمجتمع المحدود الذي تنشأ فيه لذلك فهي تستمد قوتها من قوة المجتمع أو الطبقة أو البيئة التي توافقت عليها.

3- اللغة:

تدل الأدوات البسيطة التي خلفها الإنسان منذ آلاف السنين على أنه قد عرف الكلام منذ اللحظة نفسها التي بنى فيها ثقافته البسيطة، وإن وجود أدوات أكثر عدداً وتنوعاً وتعقيداً عبر التاريخ، يدل على أن هذا التطور كان مستحيلاً بدون توفر لغة الكلام، وأنه لا يمكن أن تنتقل خبرة صنع تلك الأدوات من فرد إلى آخر ومن جماعة لأخرى ومن جيل لجيل إلا عن طريق الكلام، الذي يعبر بدقة عما يجول في أذهانهم من أفكار، وبناء على ذلك يصدق قول بعض العلماء بأن اللغة قد بدأت عندما بدأت الثقافة وأخذت تنمو بصورة مستمرة منذ تلك اللحظة. كما أن هذا النوع من اللغات الحية حالياً يثبت أن اللغة قديمة جداً، خاصة وأن الدراسات اللغوية قد أكدت أن اللغات تتغير ببطء إذا قورنت بالأنساق والنظم الثقافية الأخرى، وتقوم كل لغة على نظام واضح ومحدد من الأصوات الواضحة بحيث يسهل التمييز بين كل صوت عن الآخر وتتكون الكلمة عن طريق الجمع بين تلك الأصوات، وتتجمع الكلمات في جمل وفق قواعد محددة، وهذا النظام متوافر في كل لغة سواء أكانت لغة مجتمع بدائي أو مجتمع متقدم وتسهم اللغة في تسهيل العمل الجماعي وتنظيمه، لأن اللغة تتطلب عدة عناصر مجتمعة، وهي عناصر لا توجد إلا عند الإنسان منها العقل والفكر الذي يصنف الأشياء والأفكار والعلاقات إلى مجموعة متشابهة ثم يقوم بعملية إضفاء الرموز الصوتية على كل مجموعة.²

¹ - لزهرة مساعدي، في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها العادات والتقاليد، الأعراف، مجلة الذاكرة، عدد 09، جوان 2017، الجزائر، ص. 35.

² - علي عبد الرزاق جليبي، المجتمع والثقافة والشخصية، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، جامعة الإسكندرية، [د.ت.]، ص. 90-91.

4- الدين:

يمثل الدين ثقافة كاملة لشعب أو أمة أو حضارة، ليسفي كونه مجموعة نصوص وتعاليم وقيم فحسب، بل بما هو كيان مجسد اجتماعيا، ومبلور بالممارسة في أنماط وتقاليد وأفعال، أي من حيث صيرورته نظاما من الممارسات فضلا عن كونه نظاما من التصورات بغض النظر عن طريقة استيعابه وطرق التعبير عنه من طرف المؤمنين به، فالدين ثقافة كاملة.¹

يعد الدين مجموعة من أنماط السلوكيات التي تتحدد فقط في تصورنا الغربي لها، ليس من الضروري أن تكون لها وحدة طبيعية، إذ لا يوجد أي سبب يدعونا إلى افتراض أن كل السلوكيات الدينية تطورت معا في الوقت ذاته استجابة لتحول منفرد في البيئة، ولا وجود لسبب وجيه يدعونا إلى عدم افتراض ذلك.²

خلاصة القيم الثقافية:

تعتبر القيم الثقافية انعكاس لقيم الفرد وعاداته وأخلاقه وانتمائه فهي تحدد عدة مقومات والتقاليد الأعراف واللغة والتمسك بها مسؤولية الجميع والحفاظ عليها هو التحدي الأكبر خاصة مع التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا وبروز ثقافات دخيلة والمسؤولية الكبرى تقع على عاتق الشباب للمحافظة على هذه القيم.

¹ - عبد الغني عماد، المرجع السابق، ص.138.

² - جيمس داو، تعريف علمي للدين، ترجمة هاجر كنعن، [د.ط.]، دار مأمون بلا حدود، [د.م.]، 2016، ص.03.

المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية

المطلب الأول: وسائل مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية

أولاً: استخدام الصور: يتم التعبير عن الأفكار في مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق استخدام الكلمات أو من خلال التعبير بالصور والرسوم التي تعتبر عنصر أساسي في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام، حيث يمكن توصيل الكثير من المعاني دون الحاجة لاستخدام الكلمات، حيث تستخدم الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير في القيم وخاصة الثقافية منها وهذا من خلال نشر الكثير من الصور التي تعبر عن الثقافة سواء اللباس أو قصات الشعر، العادات والتقاليد والدين، فمثلاً بمجرد مشاهدة صورة لامرأة ترتدي اللباس الشرعي نستنتج أن المرأة مسلمة دون مرافقة الصورة بأي محتوى أو مضمون.

ثانياً: استخدام الفيديوهات: تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر بعض القيم الثقافية عبر فيديوهات سواء كانت عربية أو غربية، فتنقية الفيديو تكون أكثر تأثيراً في المتلقي بفضل توفر الصوت والصورة معا بالإضافة إلى الاستمالات المقدمة داخل هذه الفيديوهات.

ثالثاً: التعليقات: يتم نشر عدة مواضيع في مواقع التواصل الاجتماعي تتعلق بالقيم الثقافية ويقوم المتلقي بإبداء رأيه في التعليق، فهذه الأخيرة تؤثر على بعض الأفكار القيمة التي يحملها المتعرضون لها سواء كان هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً.

رابعاً: المدونات: فباعتبارها صفحات مجانية توفرها مواقع التواصل الاجتماعي حيث تنتوع هذه المدونات وفق غرض القائم بالنشر، فيتم من خلالها نشر مقالات ذات علاقة وصيلة بمختلف القيم الثقافية فتؤثر بمقالاتها على المتلقي.

المطلب الثاني: أساليب مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الثقافية

أولاً: استخدام الألوان

اللون هو الترجمة التي تقوم بها عيوننا وأدمغتنا، فاللون يجذب الانتباه ويثير الاهتمام، ففي مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً المواقع الأكثر استخداماً كالفيسبوك، انستغرام، يوتيوب تستخدم الألوان

بكثرة عبر منشوراتها، ويمكن ربط هذا الأسلوب بأنه يؤثر على القيم الثقافية من خلال استخدام ألوان جذابة ومغرية في بعض المنشورات التي تتحدث عن القيم الثقافية مما يساهم في تبني هذه القيم أو نبذها.

ثانيا: تكرار

عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي نتعرض للكثير من المنشورات التي تكررت تقريبا كل ساعة وهذا راجع إلى الدور الذي يلعبه التكرار سواء في إيصال المعلومات أو الأفكار وتستقر في الذهن لفترة معينة، فتكرار بعض المنشورات الخاصة بالقيم الثقافية تساهم في تشتت هذه القيم في عقل وفكر المتلقي.

ثالثا: اللغة

اختيار اللغة المناسبة لمخاطبة الجمهور المتلقي من المفاتيح الأساسية للإقناع والتأثير، وذلك لاختيار الكلمة المؤثرة بطريقة صياغة بعض المنشورات المتعلقة بالقيم الثقافية سواء من ناحية اللغة والتعبير تدفعهم إلى تقبل هذه القيم فأى لغة غير مفهومة تعطي معها إحساسا بالملل وعدم تقبل هذه الأخيرة والموضوع الذي قدم من خلالها.

رابعا: الاستمالات الإقناعية

تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الكثير من الاستمالات الإقناعية وذلك من أجل التأثير في المتلقي في أي جانب من جوانب الحياة وخاصة القيم الثقافية ومن بين هذه الاستمالات نجد:

1- **الاستمالات العاطفية:** تعتمد على مخاطبة عواطف المتلقي مع التركيز على النتائج الإيجابية التي تعود على المتلقي عند تنبيه بعض القيم الثقافية.

2- **الاستمالات العقلية:** هنا تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بمخاطبة عقل المتلقي عن طريق توضيح الحقائق مع تقديم المبررات.

3- **التخويف:** حيث تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عبر منشوراتها حقائق يليها تهديد بخطر قد يصيب الفرد عند تبني أو نبد بعض القيم الثقافية.

4- **الترغيب:** فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم بالترغيب أو الترهيب في بعض القيم الثقافية عن طريق ذكر بعض الايجابيات أو السلبيات فتختلف الرغبة لديهم تجاه تلك القيم.

المطلب الثالث: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين

- تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها الطلاب الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة جدا لإيجاد وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين وتنميتها وإيجاد المواطن من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفوسهم.

- على الرغم من الصورة المشرقة عن تأثير الإعلام الاجتماعي على الفرد والمجتمع، إلا أن هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف ومن أهمها التأثير السلبي لإدمان الطلاب الجامعيين لمثل هذه المواقع، حيث أنها تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي والدراسي والتعامل مع أصدقاء افتراضيين مما جعلهم أكثر عزلة عن أسرهم.

- كما أن الإعلام الاجتماعي يسمح بمساحة واسعة وحرية الرأي حيث يتبادل الفرد مع الآخرين المعلومة، والرأي، واللغة والعادات والتقاليد الثقافية، ويعبر عن اتجاهاته وأفكاره دون وجود أي ضوابط خارجية تمنعه، إلا أن الشخص نفسه قد يتعرض لبعض المعتقدات الفكرية الخاطئة.

- كما أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي لأنها تؤدي إلى ضياع الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل الاجتماعي حتى ولو كان هناك اختلاف في الدين والعقيدة والثقافات والتقاليد، يزيد من إمكانية التعرف على أشخاص جدد.

- نظرا للكثرة الهائلة من المحتويات التي تبثها هذه المواقع سواء كانت سمعية أو بصرية أو مكتوبة فهي تؤثر على لغة الطلاب الجامعيين وتجعلهم يتقنون أكثر من لغة وفي نفس الوقت تراجع استخدامهم للغة العربية الفصحى، حيث أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام الآتية خاصة على شبكات التعارف والمحادثات، فتحوّلت الحروف العربية إلى رموز وأرقام مثال: الحاء عوضت بالرقم 7 والعين بالرقم 3... وغيرها، وهذا ما يؤدي لقبها تدريجيا.

خلاصة الفصل:

نستنتج من الفصل أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت كما لها من دور في المجتمع من خلال ما تقدمه وما تؤثر عليه حيث سلطنا الضوء على تأثيرها في القيم الثقافية لطلبة الجامعيين، كما أشرنا فيه إلى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية وكل من خصائصهم ومصادره وبعض النماذج.



الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد.

المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات.

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة.

المبحث الثالث: عرض ومناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي إذ من خلاله يتمكن الباحث من جمع المعلومات حول موضوع بحثه وهذا من خلال الإجراءات الميدانية التي يقوم بها، إذ سنتطرق من خلاله إلى تحليل بيانات الدراسة الميدانية بالاستناد إلى استمارة وزعت على عينة قوامها 100 مفردة فبعد جمع البيانات من أفراد العينة المدروسة تم توزيع هذه البيانات وتفريغها وتفسيرها وتحليلها في ضوء فرضيات الدراسات السابقة وفي الأخير استخلاص النتائج العامة واثبات أو نفي الفرضيات.

المبحث الأول عرض وتحليل البيانات

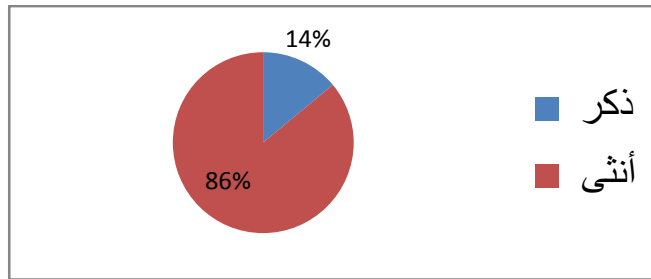
أولا : عرض وتحليل البيانات:

1- جداول المحور الأول: البيانات الشخصية.

جدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	14	14%
أنثى	86	86%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



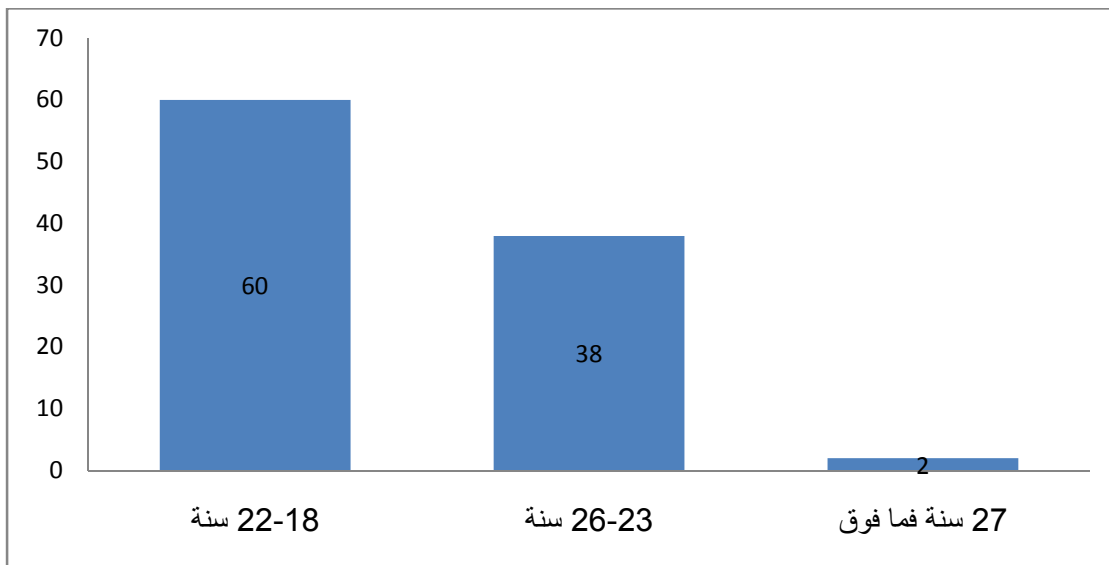
المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية المبحوثين كانوا من فئة الإناث وذلك بنسبة قدرت بـ 86% تليها نسبة الذكور بنسبة 14%، ومن خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن إقبال الإناث بكثرة على الشبكات الاجتماعية راجع إلى الترفيه ومعرفة أمور الطبع والمسودات والبحث العلمي بينما استخدام الذكور هذه المواقع في أوقات الفراغ ولمعرفة بعض الأخبار مهما كان نوعها إضافة إلى ذلك قمنا بتوزيع الاستمارات بشكل عشوائي ولم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث والذكور.

جدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
22-18 سنة	60	60%
26-23 سنة	38	38%
27 سنة فما فوق	2	2%
المجموع	100%	100%

الشكل رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية تتراوح أعمارهم بين 22-18 سنة وذلك بنسبة قدرت بـ 60% تليها سن من 26-23 والتي قدرت بـ 38% وفي المرتبة الأخيرة 27 فما فوق بنسبة 2%.

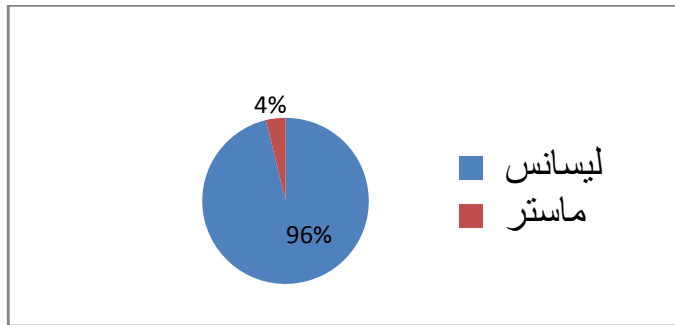
من خلال نتائج الجدول يتضح أن فئة من 22-18 سنة هي الفئة الغالبة في جامعة محمد الصديق بن يحيى باعتبار أن طلبة ليسانس هم الفئة الغالبة في جامعة محمد الصديق بن يحيى باعتبار أن طلبة ليسانس هم الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 18 و 22 سنة إضافة إلى أنها الفئة الأكثر مواكبة لتطورات

التكنولوجية أما فئة العمر التي تتراوح بين 27 سنة فما فوق فهي تدل على قلة هذه الفئة في الجامعة فأغلبية في هذا العمر متخرجين.

جدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	80	80%
ماستر	20	20%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: إعداد الطلبة

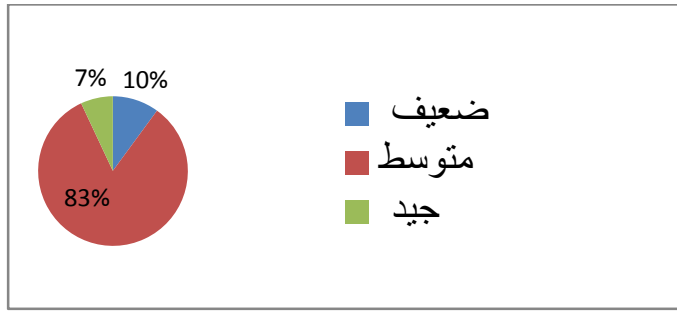
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة كان مستواهم التعليمي ليسانس نسبة 80% تليها نسبة الماستر حيث قدرت بـ 20% .

من خلال نتائج الجدول يتضح أن سنوات ليسانس هي الأكثر استخداما لهذه المواقع لان مستوى الليسانس يحتوي على 3 أطوار ضف إلى ذلك أن السنة الأولى من الليسانس فيها عدة تخصصات مما يجعل من هذا المستوى التعليمي هو الأكثر استخداما.

جدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الاقتصادي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ضعيف	10	10%
متوسط	83	83%
جيد	7	7%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الاقتصادي



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة الجامعيين كان مستواهم الاقتصادي متوسطا بنسبة 83% تليها نسبة الطلبة ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف بنسبة 10% بينما الطلبة الذين مستواهم جيد قدرت نسبهم بـ7%.

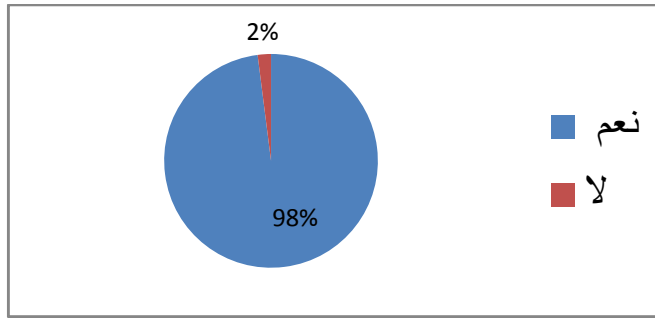
من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كان مستواهم الاقتصادي متوسطا وهذا ما يدل على أن فتح أو استخدام حسابات على هذه المواقع لا يقتصر على ذوي المستوى الاقتصادي الجيد.

2- جداول المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 05: يمثل رواد مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	98	%98
لا	2	%2
المجموع	100	%100

الشكل رقم 05: يمثل رواد مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

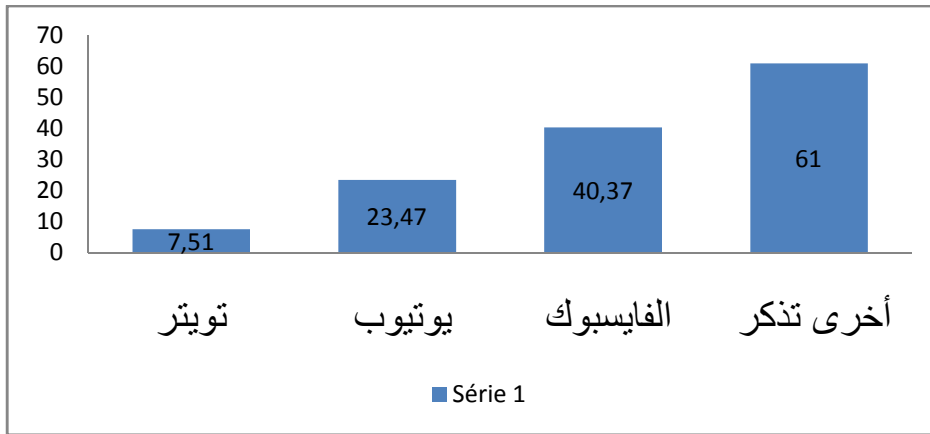
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة الجامعيين هم من رواد مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت نسبة إجاباتهم بنعم %98 بينما جاءت الفئة التي لا تتابع مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 2%.

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة راجع إلى تلبية احتياجاتهم اليومية سواء كانت ثقافية اجتماعية ، تعليمية ، ترفيهية ، دينية.

جدول رقم 06: يمثل توزيع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
التويتتر	16	7.51%
يوتيوب	50	23.47%
الفايس بوك	86	40.37%
أخرى تذكر (انستغرام)	61	28.63%
المجموع	*213	100%

الشكل رقم 06: يبين توزيع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت إجاباتهم بنعم حيث أخذ موقع الفايسبوك المركز الأول من حيث الاستخدام لديهم بنسبة قدرت بـ 40.37% ، أما في المركز الثاني فجاءت مواقع أخرى ذكرها الطلاب على غرار الفايسبوك تويتتر واليوتيوب بنسبة 28.63% ، ثم جاء استخدام اليوتيوب بنسبة 23.47% تليها تويتتر بنسبة 7.51%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن موقع فيسبوك هو الأكثر استخداما لأنه يلبي إشاعات الطلبة المتمثلة في الأحداث الجارية والحصول على المعلومات وأتاح الفرصة للتواصل مع بعضهم البعض في وقت قصير والتعبير عن آرائهم وأفكارهم بكل حرية في كل الميادين بالإضافة إلى توفره على خدمات

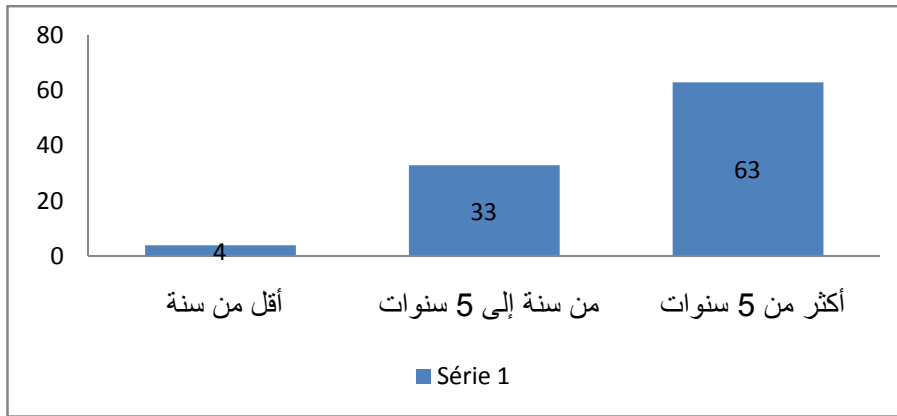
* تعداد التكرارات أكبر من عينة الدراسة (100) نظرا لأن المبحوثين أجابوا على أكثر من خيار واحد ومنه التكرار.

عديدة كالاتصال بالفيديو وكل هذه الخصائص والسمات التي يتوفر عليها وخاصة سمة الفايبروك المجاني (LITE) التي جعلت مواكبة الأحداث والحصول على المعلومات أمر سهل وبسيط.

جدول رقم 07: يمثل مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أقل من نسبة	4	%4
من سنة إلى 5 سنوات	33	%33
أكثر من 5 سنوات	63	%63
المجموع	100	%100

الشكل رقم 07: مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

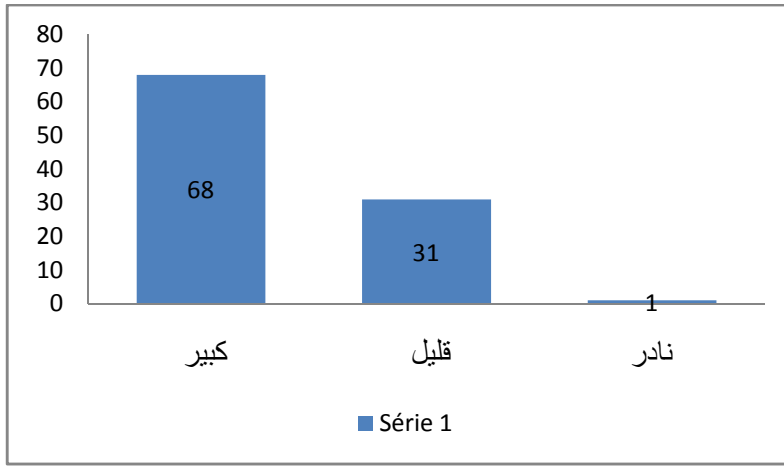
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلب الطلبة الجامعيين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 5 سنوات بنسبة 63% تليها مدة من سنة إلى خمس سنوات بنسبة قدرت بـ 33% وفي المرتبة الأخيرة مدة أقل من سنة بنسبة 4%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن مدة أكثر من 5 سنوات كانت أكثر استخداما من طرف الباحثين ويرجع ذلك إلى قدم مشاركة الباحثين لتلك المواقع والارتباط الوثيق بها كما يعود ذلك إلى الخدمات والأدوار التي تقدمها هذه المواقع في حين أدنى نسبة كانت أقل من سنة هذا راجع إلى حداثة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الفئة التي ترجع إلى أسباب منها عدم امتلاك آلية تواصل أي جهاز مثل الهاتف، اللوح الإلكتروني منذ بدايات ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 08: يمثل أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
كبير	68	68%
قليل	31	31%
نادر	1	1%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 08: أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

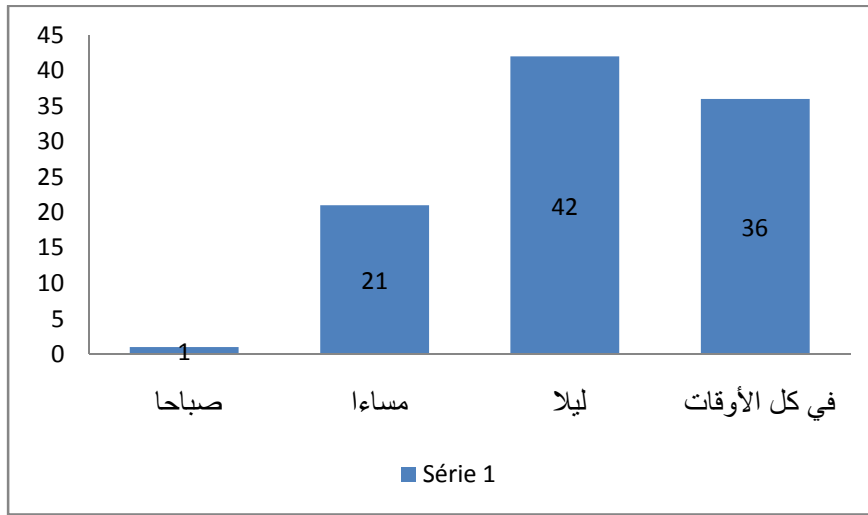
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بنسبة تقدر بـ 68% بينما جاءت الفئة التي تستخدم هذه الشبكات الاجتماعية بشكل قليل بنسبة 31% وأخيرا جاءت الفئة التي تستخدم هذه الشبكات بشكل نادر بنسبة 1%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن الإقبال الكبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير يرجع إلى تمضية الوقت والبحث وغيرها حيث يقضي الطلبة اغلب أوقاتهم عبر هذه الشبكات بينما الفئة التي تستخدم هذه المواقع بشكل نادر يرجع إلى تمضية أوقاتهم في الدراسة والرياضة والعمل والأمور المنزلية وغيرها فهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية وقت الفراغ فقط.

جدول رقم 09: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	1	%1
مساء	21	%21
ليلا	42	%42
في كل الأوقات	36	%36
المجموع	100	%100

الشكل رقم 09: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

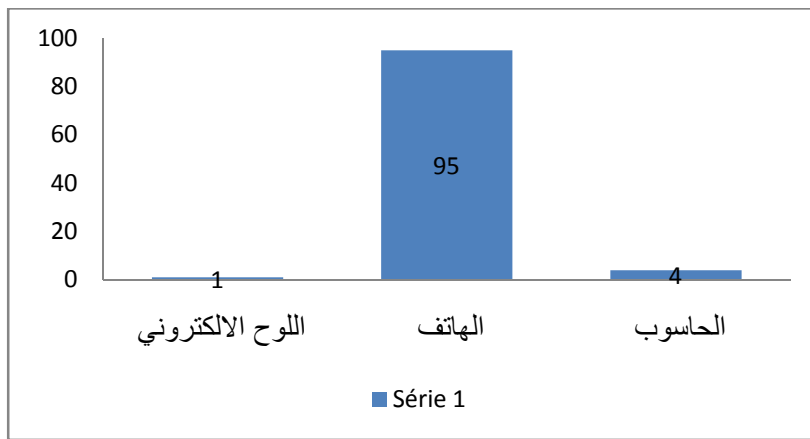
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الفترة المفضلة لتصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي هي الفترة الليلية بنسبة 42% تليها فترة تصفحهم في كل الأوقات بنسبة 36% تليها هي الأخرى فترة المساء بنسبة 21% والصباح بنسبة 1%.

ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن فترة الليل هي الوقت المفضل لتصفح الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي يرجع ذلك لكونهم يسهون العمل والدراسة في هذا الوقت إضافة إلى تواجدهم في وقت فراغ بينما يستخدم أفراد العينة الشبكات الاجتماعية في كل الأوقات حسب ظرفهم الخاصة فمنهم من لديه عمل يحتاج إلى هذه المواقع ومنهم من دراسته تتعلق أو تحتاج إلى هذه الشبكات وغيرها بينما يقل الاتصال بالشبكات الاجتماعية صباحا وذلك لانشغالهم بالدراسة والتواجد في الجامعة .

جدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب التجهيز المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
اللوحة الالكترونية	1	1%
الهاتف	95	95%
الحاسوب	4	4%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب التجهيز المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

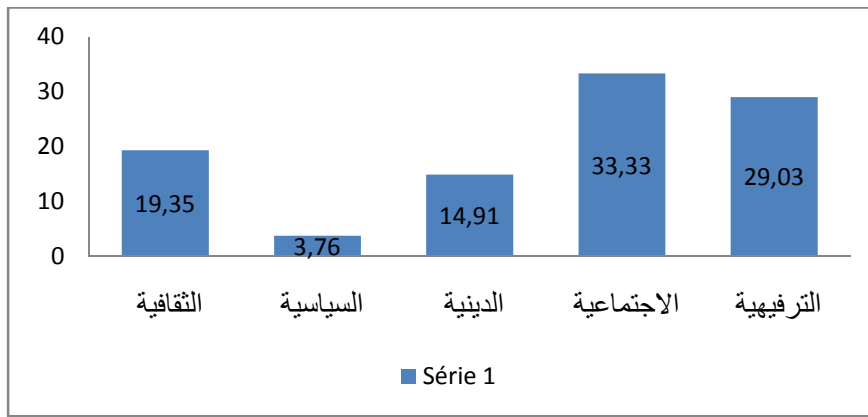
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن نوع الجهاز المفضل لتصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي هو الهاتف بنسبة 95% ثم يليه الحاسوب بنسبة 4% وأخيراً اللوحة الالكترونية بنسبة 1%.

ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن الجهاز الأكثر استخداماً هو الهاتف ويرجع ذلك إلى استخدامه في الدراسة والبحث إضافة إلى توفره بأسعار معقولة كما يمكن حمله واستخدامه في أي مكان بينما أقل نسبة هي اللوحة الالكترونية وذلك بسبب كبر حجمه بالتالي لا يمكن حمله إلى أي مكان واستخدامه في المنزل فقط.

جدول رقم 11: يمثل أهم المواضيع التي تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الثقافية	36	19.35%
السياسية	7	3.76%
الدينية	27	14.91%
الاجتماعية	62	33.33%
الترفيهية	54	29.03%
المجموع	186	100%

الشكل رقم 11: أهم المواضيع التي تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة يفضلون المواضيع الاجتماعية وذلك بنسبة قدرت ب 33% تليها بعد ذلك المواضيع الترفيهية بنسبة 29.03% ثم أنت المواضيع الثقافية بنسبة 19.35% أما المواضيع الدينية فقد قدرت نسبتها 14.51% وأخيرا المواضيع السياسية بنسبة تقدر ب 3.76%

ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن مختلف المواضيع التي تثار ضمن مواقع التواصل الاجتماعي تحصى باهتمام أفراد العينة لكن بدرجات متفاوتة حيث سجلت أكبر نسبة للمواضيع الاجتماعية لأن أغلبية الطلبة الجامعيين يعانون من مشاكل اجتماعية على اختلاف أنواعها وبما إن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بطرح أغلب المشاكل الحاصلة في المجتمع مع إعطاء حلول لها ولهذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي متنفسا لهم، أدنى نسبة جاءت للمواضيع السياسية وذلك لأن أغلبية الطلبة ثقافة سياسية ولا يهتمون بالمواضيع السياسية على غرار المواضيع الأخرى.

جداول المحور الثالث: الاشباكات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.

جدول رقم 12: يمثل اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	90	%90	مشاهدة ندوات علمية	4	%4
لا	10	%10	تحميل الدروس والمحاضرات	86	%86
/	/	/	أخرى	10	%10
المجموع	100	%100	المجموع	100	%100

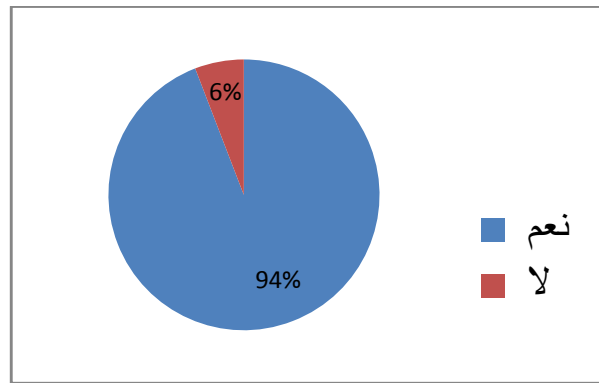
المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة بنسبة قدرت بـ 90% بينما الطلبة الذين لا يستخدمون هذه المواقع قدرت نسبتهم بـ 10%، ويكون هذا الاستخدام في الأغلب لتحميل الدروس والمحاضرات بنسبة قدرت بـ 86% تليها بعد ذلك أخرى تذكر بنسبة 10% .

جدول رقم 13: يمثل مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	94	94%
لا	6	6%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 13: يبين مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

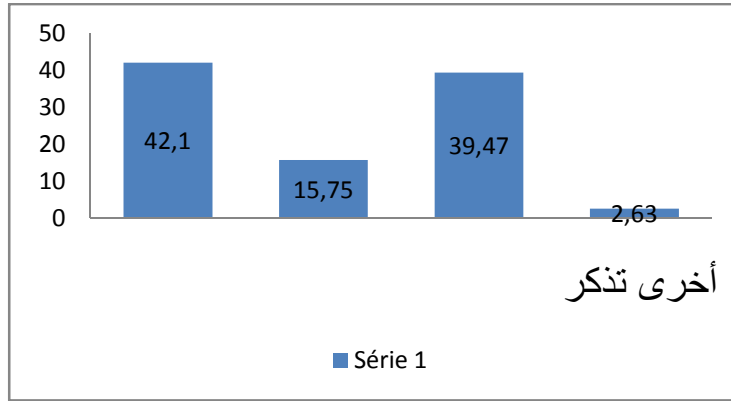
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين بنسبة تقدر بـ 94% وتقدر نسبة الإجابة بـ لا بنسبة 6% .

من خلال نتائج الجدول يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الرصيد الثقافي للطلبة وذلك من خلال أنها تقوم بزرع قيم ثقافية وتبادل الثقافات مع الأصدقاء سواء المحلية أو الغربية.

جدول رقم 14: يمثل علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
متابعة برامج علمية معرفية	48	42.10%
أفلام وثائقية تاريخية	18	15.75%
أفلام اجتماعية هادفة	45	39.47%
أخرى تذكر	3	2.63%
المجموع	114	100%

الشكل رقم 14: يمثل علاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرصيد الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

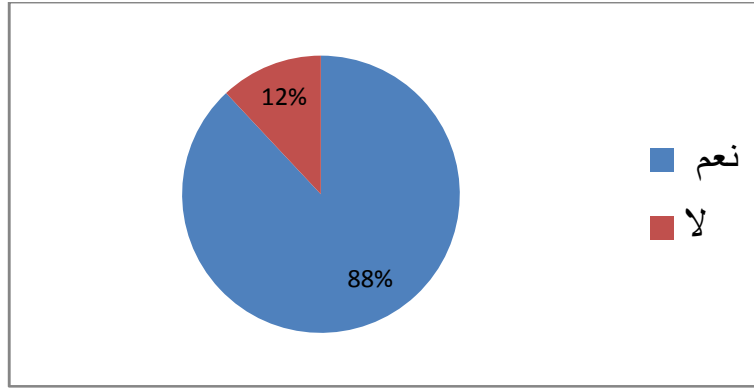
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رصيدهم الثقافي من خلال متابعة برامج علمية معرفية بنسبة تقدر بـ 42.10% تليها بعد ذلك أفلام اجتماعية هادفة بنسبة قدرت بـ 39.47% وتأتي الأفلام الوثائقية التاريخية بنسبة 78% وفي الأخير تأتي اختيارات أخرى بنسبة 2.63%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن الطلبة يستخدمون مواقع التواصل للاطلاع على البرامج العلمية والمعرفية لتنمية رصيدهم الثقافي في هذا الجانب وحبهم للاطلاع والمعرفة أكثر حول العلوم الأخرى وذلك لأن الطالب هدفه الأساسي هو تحصيل العلم والمعرفة.

جدول رقم 15: يمثل تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لبعض اشباكات الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	94	94%
لا	6	6%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 15: يمثل تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لبعض اشباكات الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

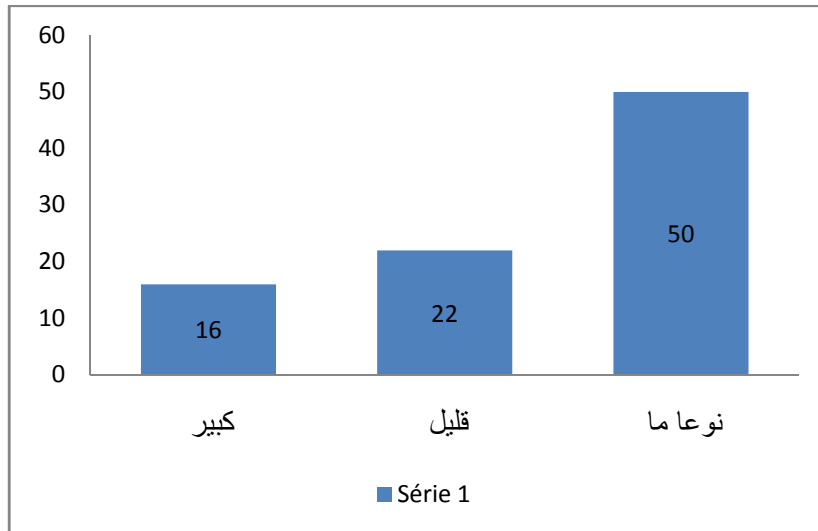
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي حقق بعض الاشباكات للطلبة حيث قدرت نسبة إجابتهم بنعم بـ88% أما إجابتهم بلا فقد قدرت بنسبة 12%.

ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق اشباكات للطلبة الجامعيين وذلك لأنها تلبي مختلف الرغبات والميولات التي يحتاجها الطالب الجامعي في حياته اليومية .

جدول رقم 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب شكل الإشباع التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
كبير	16	%18.18
قليل	22	%25
نوعا ما	50	%56.81
المجموع	100	%100

الشكل رقم 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب شكل الإشباع التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي



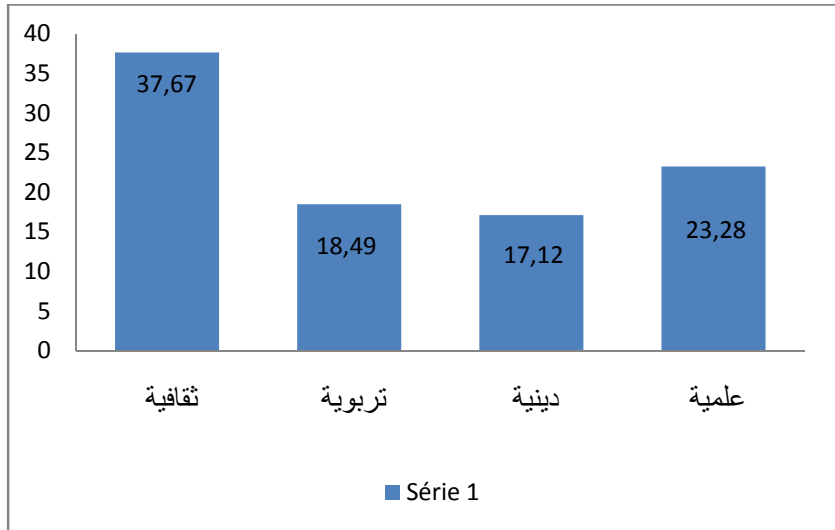
المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق نوعا ما إشباعا للطلبة الجامعيين وذلك من خلال متابعتهم لبعض الصفحات والمواقع التي تلبي احتياجاتهم سواء من الناحية العلمية أو الرياضية وكذا المطبخ، كما أن الطلبة يتابعون الكثير من المؤثرين الذي يعالجون مختلف القضايا التي تثير اهتمام الطلاب وتشبع رغباتهم، أما بعض الطلبة فهذه المواقع لا تحقق إشباعا لهم إلا بشكل قليل وهذا راجع إلى عدم تصديقهم لما يتم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت منشورات أو فيديوهات وغيرها، وكذا إلى عدم تصفح هذه المواقع بشكل كبير.

جدول رقم 17: يمثل طبيعة الإشباع التي تحققها مواقع التواصل الإجتماعي للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ثقافية	55	37.67%
تربوية	27	18.49%
دينية	25	17.12%
علمية	34	23.28%
أخرى تذكر	5	3.42%
المجموع	146	100%

الشكل رقم 17: يمثل طبيعة الإشباع التي تحققها مواقع التواصل الإجتماعي للطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن طبيعة الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين كانت كبيرة من الناحية الثقافية بنسبة قدرت بـ 37.67% ثم تليها الإشباع العلمية بنسبة 23.28% بعدها تأتي الإشباع التربوية بـ 18.49% ثم الإشباع الدينية بنسبة 17.12% وأخيرا تأتي إشباع أخرى بنسبة 3.42%.

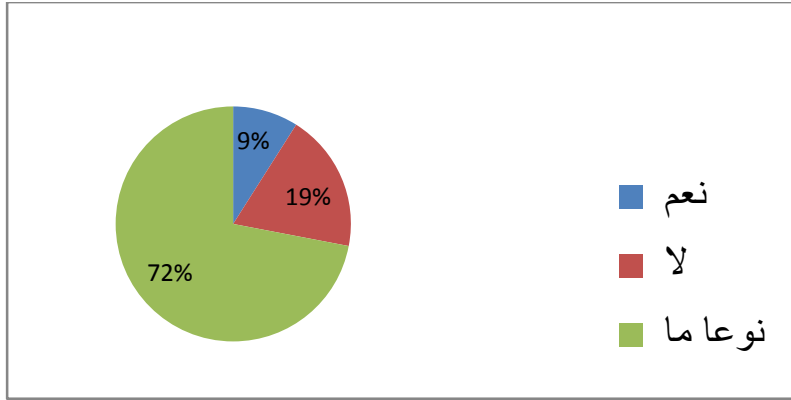
ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن الطلبة الجامعيين يهتمون بالجانب الثقافي ويحاولون الاطلاع أكثر حول الثقافة المحلية، ومعرفة الموروث الثقافي على اختلاف أنواعه، واكتساب عادات وتقاليد خاصة بالمجتمع الجزائري وكذلك يدل على ميول الطلبة الجامعيين لاكتساب ثقافات أجنبية وهذا ما نشاهده اليوم من خلال اللباس وقصات الشعر وغيرها من المظاهر التي تؤكد تأثر الطلبة بالثقافات الأجنبية.

جداول المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين

جدول رقم 18: يمثل رضا الطلبة الجامعيين على ما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	9	9%
لا	19	19%
نوعا ما	72	72%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 18: يمثل رضا الطلبة الجامعيين على ما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

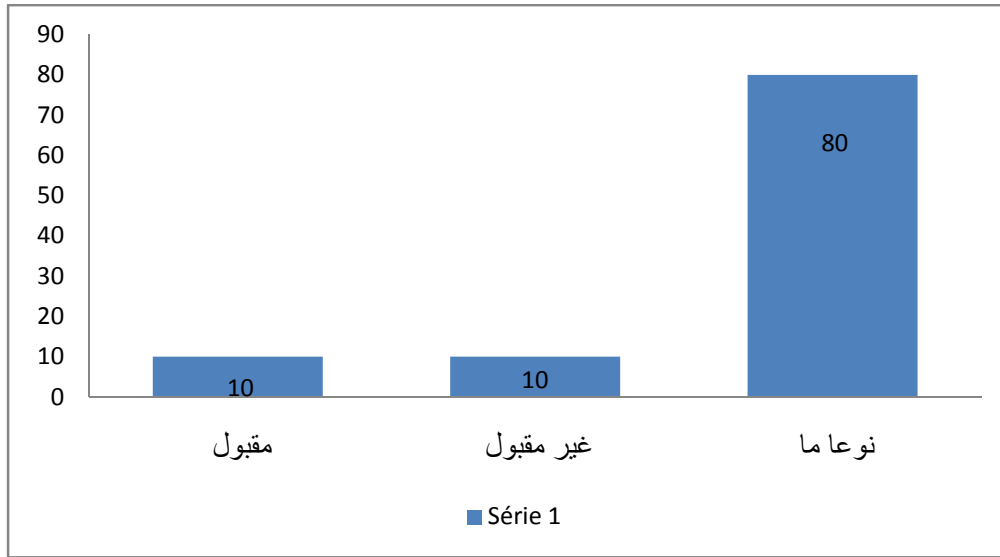
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الطلبة الجامعيين راضون نوعا ما عما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 72% ثم تليها نسبة الطلاب الغير راضون على ما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 19% وأخيرا تأتي نسبة 9% للطلاب الذين أجابوا بنعم حول ما يتم عرضه عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

من خلال نتائج الجدول أعلاه أن ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي لا يرضي الطلبة بشكل كبير وهذا راجع إلى عدم الموافقة حول ما يتم عرضه عبر هذه المواقع التي تمس قيمهم الأخلاقية والدينية وأيضا يدل على أن أغلبية العينة لا تجد المضامين التي تلبي احتياجاتها.

جدول رقم 19: يمثل رأي الطلبة الجامعيين فيما يتم عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مقبول	10	10%
غير مقبول	10	10%
نوعا ما	80	80%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 19: يمثل رأي الطلبة الجامعيين فيما يتم عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

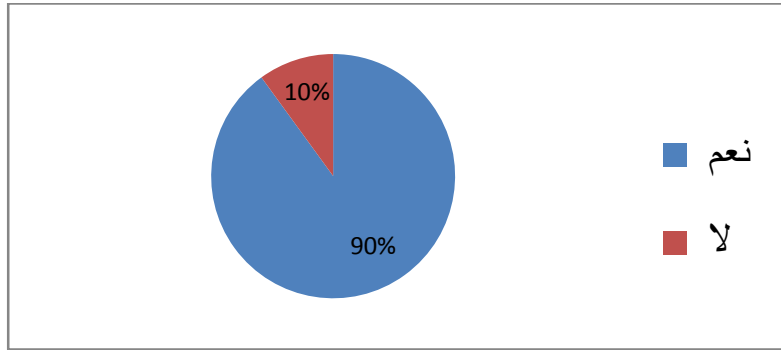
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي مقبول نوعا ما من طرف الطلبة وذلك بنسبة قدرت ب 80% وتأتي نسبة القبول فغير القبول بشكل متساوي قدرت ب 10%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن ما يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقبول نوعا ما وذلك لأن ما يتم عرضه يمس مختلف الجوانب التي يحتاجها الطالب وأيضا يجدون في هذه المواقع ما يغيرهم في حياتهم العلمية والعملية .

جدول رقم 20: يمثل اختيار الطلبة لما يتم تصفحه في مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	94	94%
لا	6	6%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 20: يمثل اختيار الطلبة لما يتم تصفحه في مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

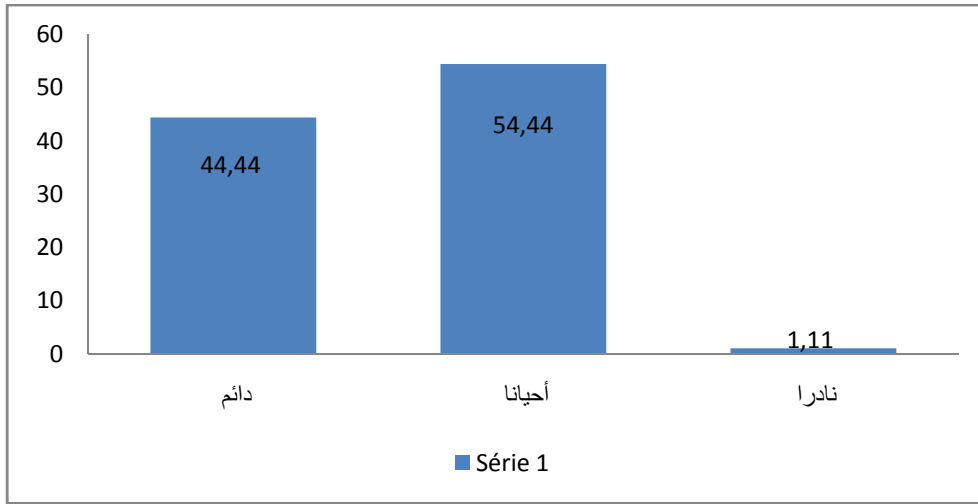
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الطلبة كانت إجاباتهم بنعم حول ما يختارونه عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي وقدرت هذه النسبة بـ 90% أما الطلبة التي كانت إجاباتهم بلا فقد قدرت بنسبة 10%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن الطلبة يختارون ما يتصفحوه في مواقع التواصل الاجتماعي حيث يبنقون الأمور التي تفيدهم ويحتاجونها ويتخلون عن المضامين التي لا تخدمهم من جهة ومن جهة أخرى يتفادون الأمور المخلة بالحياء والتافهة .

جدول رقم 21: يمثل دور القيم الدينية والثقافية في عملية اختيار ما يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائما	40	44.44%
أحيانا	49	54.44%
نادرا	1	1.11%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 21: يمثل دور القيم الدينية والثقافية في عملية اختيار ما يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الطلبة التي كانت إجاباتهم بنعم في حالة اختيارهم لما يتصفونه وفقا لقيمهم الثقافية والدينية تكون أحيانا بنسبة قدرت بـ 54.44% يليها إجاباتهم بشكل دائم بنسبة 44.44% وأخيرا تأتي إجاباتهم بشكل نادر بنسبة قدرت بـ 1.11%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن الطلبة يتابعون أحيانا منشورات تتوافق مع قيمهم الدينية والثقافية. لكن في بعض الأحيان يدفعهم الفضول إلى مشاهدة بعض الفيديوهات والمنشورات التي تتنافى مع هذه القيم.

جدول رقم 22: يمثل وجود منشورات وفيديوهات تسيء للقيم الثقافية للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	82	%82	تجاهلها	65	%76.47
لا	18	%18	الرد عليها	17	%20
/	/	/	تصديقها وتبنيها	3	%3.52
المجموع	100	%100	المجموع	100	%100

المصدر: إعداد الطلبة

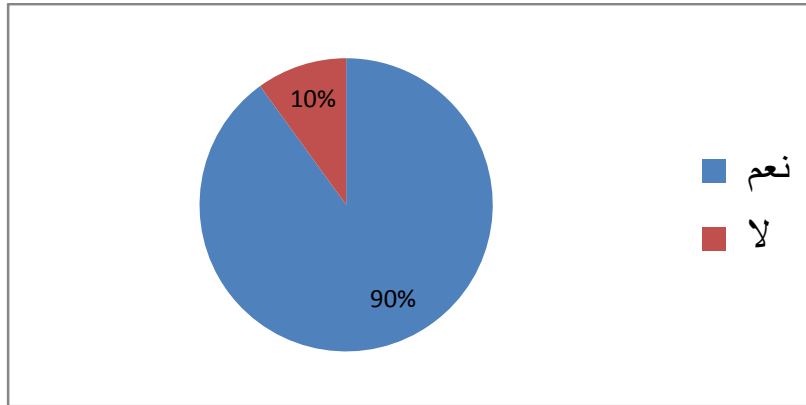
يتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك منشورات وفيديوهات تسيء للقيم الثقافية للطلبة حيث قدرت نسبة إجابتهم بنعم %82 أما إجابتهم بلا فكانت بنسبة قدرت بـ %18. وفي حالة الإجابة بنعم كان رد الفعل تجاهها بالتجاهل بنسبة قدرت بـ %76.7 ثم يليها الرد عليها بنسبة %20 وفي الأخير تصديقها وتبنيها بنسبة %3.52.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن معظم الطلبة تصادفهم منشورات وفيديوهات تسيء لقيمهم الثقافية وذلك من خلال نشر مضامين لا تراعي القيم الأخلاقية فمعظم المنشورات والفيديوهات تسعى لقتل الثقافة العربية واستبدالها بالثقافة الأجنبية ومحاولة إظهارها في أحسن صورة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد بعض صناع المحتوى ينشرون مضامين تسيء للقيم الثقافية هدفها هو تسجيل أكبر قدر من المتابعات من أجل الربح المادي. إلا أن غالبية الطلبة يتجاهلون هذه المضامين وهذا يدل على ارتباطهم بقيمهم الثقافية ووعيهم بأن ليس كل ما ينشر يشاهد ويستحق المتابعة.

جدول رقم 23: يمثل الفائدة من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الثقافية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	94	%94
لا	6	%6
المجموع	100	%100

الشكل رقم 23: يبين الفائدة من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: إعداد الطلبة

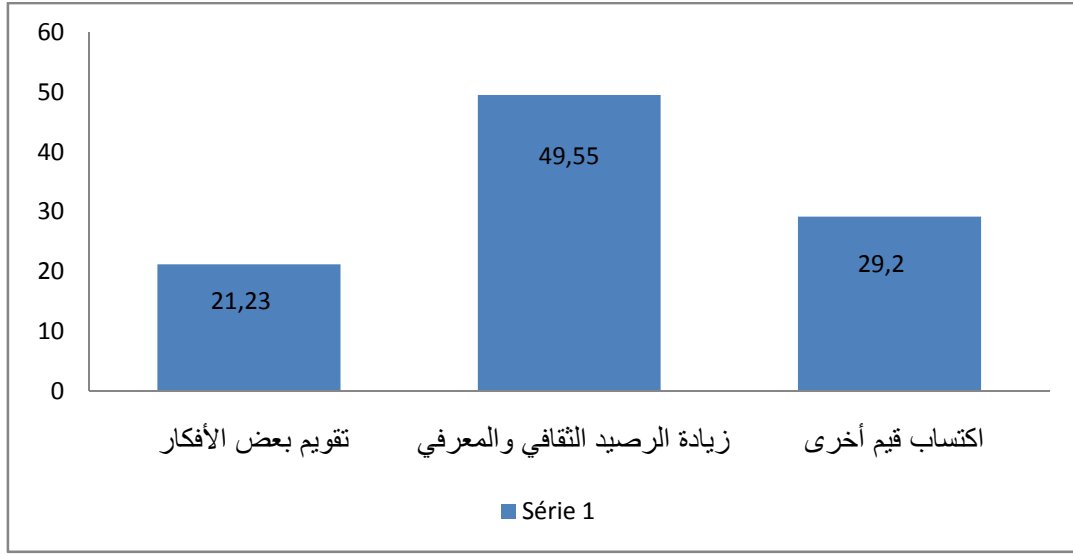
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الطلبة قد استفادوا من المضامين الثقافية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي معبرين عن استفادتهم من هذه المضامين بنسبة قدرت بـ 90% أما الأشخاص الذين كانت إجاباتهم بلا فقدت بنسبة 10%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن المبحوثين قد استفادوا من المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل خاصة المضامين التي تدعم قيمهم الثقافية بالدرجة الأولى وهذا ما يؤكد الاهتمام الكبير الذي يوليه الطلبة لمثل هذه المنشورات ويطلعون عليها عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول رقم 24: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفائدة التي تحققت مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تقويم بعض الأفكار	24	21.23%
زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي	56	49.55%
اكتساب قيم أخرى	33	29.20%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 24: توزيع أفراد العينة حسب الفائدة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي



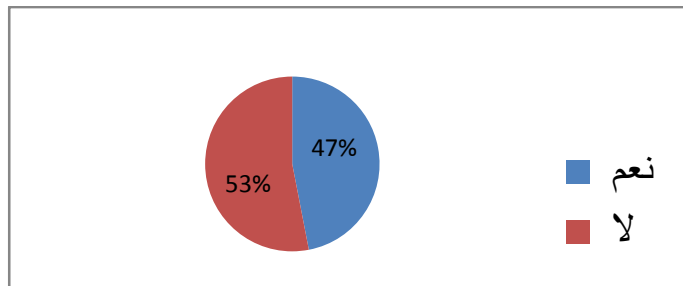
المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الطلبة الذين استفادوا من المضامين الثقافية من أجل زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي وذلك لأن مواقع التواصل نشر كما أن هذه المواقع تساهم بشكل كبير في زيادة الرصيد المعرفي وذلك من خلال المحاضرات والندوات والبحوث العلمية التي تنشر عبر هذه المنصات وتساهم في تنمية المستوى العلمي والمعرفي للمبحوثين.

جدول رقم 25: يمثل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	47%
لا	53	53%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 25: يمثل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

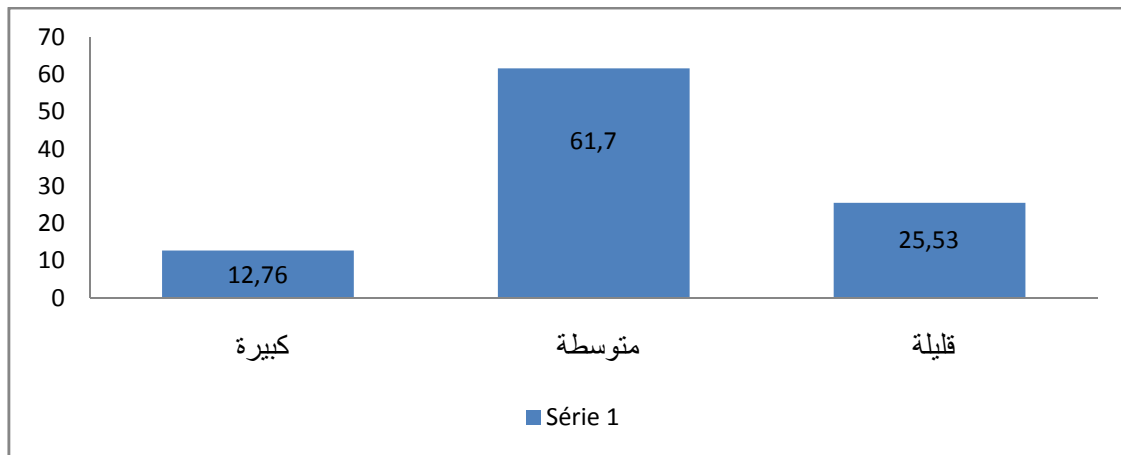
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤثر على القيم الثقافية للطالب الجامعي وذلك بنسبة قدرت بـ 53% ، أما نسبة الطلاب التي كانت إجاباتهم بنعم فقدت بـ 47%.

ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تحاول التأثير على القيم الثقافية سواء كان ذلك بالإيجاب أو بالسلب وهذا من خلال تنوع المضامين التي تتحدث عن الثقافة وهناك نسبة من الباحثين الذين يطلعون على هذه المضامين لكنها لا تؤثر على قيمهم الثقافية وهذا راجع إلى تمسكهم بالثقافة المحلية والعربية، ووعيهم بأن ليس كل ما يشاهدونه يمكن تبنيه وتؤثر عليهم، ومحاولتهم الحفاظ على ثقافتهم وتمسكهم بها رغم التأثيرات المتنوعة وأساليب الإغراء التي قد تحاول هذه المواقع فرضها.

جدول رقم 26: يمثل درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
كبيرة	6	12.76%
متوسطة	29	61.70%
قليلة	12	25.53%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 26: يمثل درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

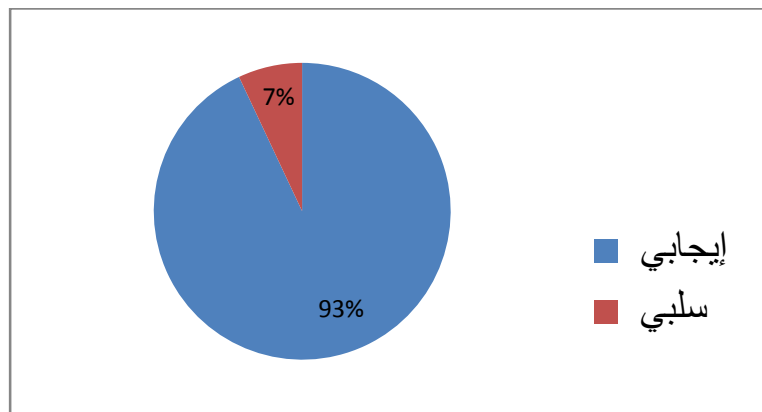
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة عند إجاباتهم بنعم حول درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية فكانت إجاباتهم بأن هذا التأثير متوسط بنسبة قدرت بـ 61.70% بينما تأتي درجة التأثير القليلة بعدها بنسبة 25.33%، وهناك من الطلاب من كانت درجته تأثير هذه المواقع على قيمهم الثقافية كبيرة بنسبة قدرت بـ 12.76%.

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين كانت بدرجة متوسطة وهذا راجع إلى عدم توافق كل ما ينشر عبر هذه المواقع مع القيم الثقافية للطلبة هناك ومنشورات وفيديوهات تتنافى تماما من ثقافة وقيم الطلبة الجامعيين من جميع الجوانب.

جدول رقم 27: يمثل نوع التأثير الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	93	93%
سلبي	7	7%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 27: توزيع نوع التأثير الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

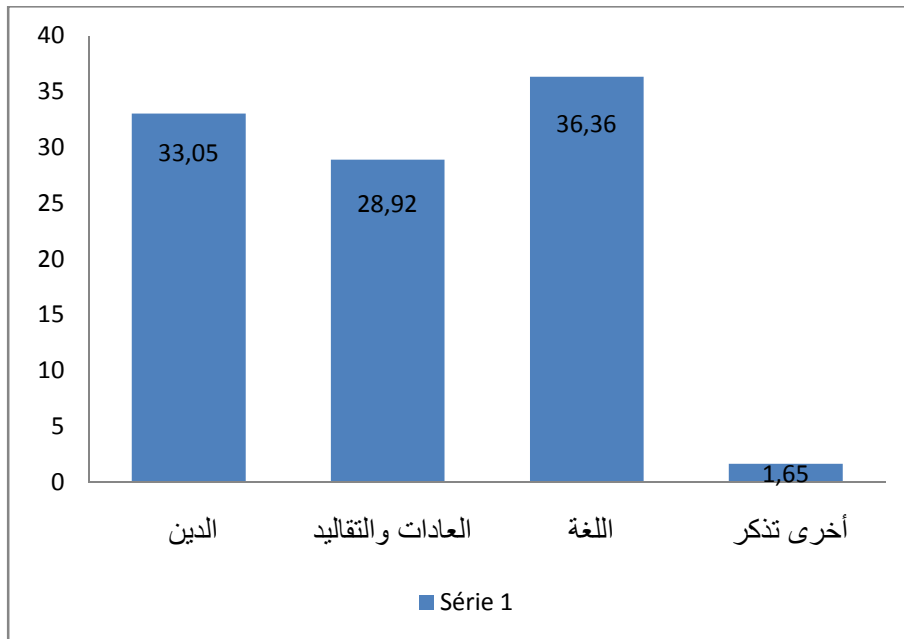
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن التأثير الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين جاء بشكل ايجابي بنسبة 93% بينما التأثير السلبي نسبتته قدرت بـ 7%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي كان ايجابيا وهذا راجع إلى أن الطلبة يعارضون ما ينشر عبر مواقع لأنها لا تتوافق ثقافتهم حيث لا يتبنون الثقافات الغربية والدخيلة على المجتمع الجزائري فهذه المواقع تلعب دورا في الترويج للثقافة الجزائرية الأصيلة من خلال المنشورات والفيديوهات ما يساهم في ترسيخ القيم الثقافية لديهم.

جدول رقم 28: يمثل التأثير الإيجابي الذي يدعم القيم الثقافية للطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الدين	40	33.05%
العادات والتقاليد	35	28.92%
اللغة	44	36.36%
أخرى تذكر	2	1.65%
المجموع	100	100%

الشكل رقم 28: التأثير الإيجابي الذي يدعم القيم الثقافية للطلبة الجامعيين



المصدر: إعداد الطلبة

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي يدعم القيم الثقافية للطلبة الجامعيين من ناحية اللغة بنسبة 36.36% يليها الدين بنسبة 33.05% بعدها العادات والتقاليد بنسبة 28.92% .

من خلال نتائج الجدول يتضح أن أغلبية الطلبة الجامعيين تؤثر عليهم مواقع التواصل الاجتماعي وتدعم قيمهم الثقافية وذلك من ناحية اللغة لأنها تمثل الوعاء الذي يحمل تاريخ الأمة والتراث الفكري، فهي من العناصر البنائية لثقافة الأمة لأنها تعكس هوية أي مجتمع.

جدول رقم 29: يمثل علاقة متغير الجنس بطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	100	86%	86	1.14%	14	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
100%	100	86				التأثير الإيجابي
		14				التأثير السلبي

المصدر: إعداد الطلبة

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الإناث قدرت بـ 86% تليها نسبة الذكور بـ 14% ونبرر ذلك في كون الإناث هي الفئة الأكبر في المجتمع الجزائري والتي تواصل مسارها التعليمي عكس الذكور. وفي مقابل ذلك نجد نسبة التأثير الإيجابي مرتفعة بنسبة 86% لتتخفف سلبا بنسبة 14% ومن هنا نستنتج أنه ما دامت نسبة الإناث عالية فإنها منطقيا هي النسبة العالية في التأثير بدرجة إيجابية حيث تتقارب نسب التأثير الإيجابي مع نسب الإناث وبهذا نقول أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير في الوسط الطلابي خصوصا الإناث باعتبارهن الفئة الغالبة في المجتمع.

جدول رقم 30: يمثل علاقة متغير السن بطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	27 سنة فما فوق		26-23 سنة		22-18 سنة		السن
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
%100	100	%2	2	%38	38	%60	60
%100	100	86				التأثير الايجابي	
		14				التأثير السلبي	

المصدر: إعداد الطلبة

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الفئة العمرية 22-18 سنة قدرت بـ 60% تليها الفئة العمرية 26-23 بنسبة 38% ثم فئة 27 سنة فما فوق بنسبة 2% ونبرر ذلك لكون معظم المبحوثين من طور الليسانس بدرجة كبيرة ومعظم أعمارهم تتراوح بين 18 و 22 سنة مما يجعل درجة الاستخدام تكون مرتفعة في هذه الفئة بالمقارنة مع طور الماستر وهذا ما ينعكس بشكل منطقي على درجة التأثير التي ارتفعت في حالة الإيجابي.

جدول رقم 31: يمثل علاقة متغير المستوى الاقتصادي بطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	ضعيف		متوسط		جيد		المستوى الاقتصادي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	النسبة <td>التكرار <td>النسبة <td>التكرار <td>النسبة <td>التكرار <td>تأثير مواقع التواصل الاجتماعي</td> </td></td></td></td></td>	التكرار <td>النسبة <td>التكرار <td>النسبة <td>التكرار <td>تأثير مواقع التواصل الاجتماعي</td> </td></td></td></td>	النسبة <td>التكرار <td>النسبة <td>التكرار <td>تأثير مواقع التواصل الاجتماعي</td> </td></td></td>	التكرار <td>النسبة <td>التكرار <td>تأثير مواقع التواصل الاجتماعي</td> </td></td>	النسبة <td>التكرار <td>تأثير مواقع التواصل الاجتماعي</td> </td>	التكرار <td>تأثير مواقع التواصل الاجتماعي</td>	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
%100	100	%10	10	%83	83	%7	7
%100	100	93				التأثير الايجابي	
		07				التأثير السلبي	

المصدر: إعداد الطلبة

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن المستوى الاقتصادي لأغلبية الطلبة متوسط وذلك بنسبة 83% تليها نسبة المستوى الاقتصادي الضعيف بنسبة 10% وتليها بعد ذلك المستوى الاقتصادي الجيد بنسبة 7% ونبرر ذلك لكون معظمهم مستواهم الاقتصادي متوسط هذا يتيح أن يكون لأغليبيتهم الإمكانيات من ناحية توفير الانترنت وكذا اقتناء الهواتف والحواسيب التي تستخدم في التواصل.

جدول رقم 32: يمثل علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتأثيرها على قيمهم الثقافية

المجموع		لا		نعم		استخدامات أفراد العينة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	100	%53	53	%47	47	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
%100	100	93				التأثير الايجابي
		7				التأثير السلبي

المصدر: إعداد الطلبة

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على القيم الثقافية للطلبة وذلك بنسبة 53%، تليها إجاباتهم بنعم بنسبة 47% حيث قدر التأثير الايجابي بنسبة 93% على عكس التأثير السلبي الذي قدر بنسبة 7% ومن هنا نستنتج أنه ما دامت النسبة العالية في التأثير ايجابي فهي لا تؤثر على قيمهم لا غيرها، إنما تحافظ عليها وتطورها من خلال المضامين المنشورة.

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

لقد توصلت دراستنا الموسومة بعنوان: "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين " إلى النتائج التالية:

1- بالنسبة للبيانات الشخصية، فقد أكدت الدراسة أن 86% من المبحوثين إناث و 14% ذكور، أما فيما يتعلق بتوزيع المبحوثين حسب متغير السن نجد الفئة العمرية من 18-22 سنة هي الأكثر تكرارا بنسبة 60%، كما نجد أغلبية المبحوثين مستواهم التعليمي ليسانس بنسبة 80%، أما فيما يخص توزيع المبحوثين حسب المستوى الاقتصادي فنجد أغلبية الطلبة مستواهم متوسط بنسبة 83%.

2- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي فقد توصلت الدراسة إلى أن أغلبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 98%، كما أثبتت الدراسة أن أغلبية الطلبة يستخدمون بشكل كبير موقع الفايسبوك بنسبة 40.37%.

3- تشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من خمس سنوات بنسبة 63%، حيث يستخدمون هذه المواقع بشكل كبير حيث قدرت نسبته بـ 68%.

- 4- أثبتت الدراسة بأن الفترة المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي كانت الفترة الليلية بنسبة 42%، حيث أغلبية المبحوثين يستخدمون جهاز الهاتف النقال بنسبة 95%.
- 5- كشفت الدراسة أن أهم المواضيع التي تحظى بإهتمام الطلبة هي المواقع الاجتماعية بنسبة 33.33%، حيث يعتمدون على هذه المواقع في تحميل الدروس والمحاضرات بنسبة 86%.
- 6- كما تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في التحصيل المعرفي وإثراء الرصيد الثقافي لدى الطلبة الجامعيين بنسبة 94% وذلك في متابعة برامج علمية معرفية بنسبة 42.10%.
- 7- أما فيما يتعلق بالإشباع المحققة فقد كانت نوعا ما بنسبة 56.81% وذلك في المجال الثقافي بنسبة 37.67%.
- 8- وفيما يخص تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين فقد أثبتت الدراسة أن نسبة الرضا لدى الطلبة لما يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت نوعا ما بنسبة 72%، فأغلبية الطلبة يختارون ما يتم تصفحه وذلك بنسبة 90%، حيث أحيانا ما يختارون هذا المتصفح حسب قيمهم الثقافية والدينية بنسبة 54.44%.
- 9- كشفت الدراسة أن أغلبية الطلبة تصادفهم منشورات وفيديوهات تسيء لقيمهم الثقافية وذلك بنسبة 82%، حيث يقومون بتجاهل هذه المضامين بنسبة 76.47%.
- 10- وفيما يخص الفائدة المتحصل عليها من مشاهدة المضامين التي تنتشر عبر المواقع من الناحية الثقافية فقد كانت بنسبة 90% وذلك في زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي بنسبة 49.55%.
- 11- كما أثبتت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة لم تؤثر عليهم مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الثقافية وذلك بنسبة 53%، حيث كانت درجة هذا التأثير متوسطة بنسبة 61.70%.
- 12- أما فيما يخص نوع التأثير الذي تخلفه مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين فقد أثبتت الدراسة أن التأثير إيجابي وذلك بنسبة 85.71%، وخاصة فيما يخص جانب اللغة بنسبة قدرت بـ 36.36%.

المبحث الثالث: عرض ومناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة

إثبات أو نفي الفرضية الأولى: تختلف وتتعدد عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- أوضحت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك.
- توصلت الدراسة إلى أن أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 5 سنوات.
- يستخدم الطلبة الجامعيون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وقليلًا في الليل وكذا في كل الأوقات.

وبالتالي فإن الفرضية القائلة بأنه تختلف عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي من شخص لآخر صحيحة.

إثبات أو نفي الفرضية الثانية: " كلما اتسعت دائرة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كلما حققت رغباتهم الثقافية والمعرفية "

- توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق رغبات ثقافية وعلمية
- توصلت الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي من خلال تحميل الدروس والمحاضرات ومشاهدة ندوات علمية.
- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد الطلبة الجامعيين في تشكيل الرصيد الثقافي.

وبالتالي فإن الفرضية القائلة بأنه كلما اتسعت دائرة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كلما حققت رغباتهم الثقافية والمعرفية صحيحة.

إثبات أو نفي الفرضية الثالثة: " كلما ازداد استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ازداد تأثير هذه المواقع على قيمهم الثقافية سواء إيجاباً أو سلباً "

- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل إيجابي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين خاصة قيمة اللغة والدين.
- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة الرصيد المعرفي .

وبالتالي فإن الفرضية القائلة بأنه كلما تزايد استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ازداد تأثير هذه المواقع على قيمهم الثقافية سواء إيجاباً أو سلباً صحيحة نسبياً.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل بتفريغ البيانات في جداول وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها، حتى توصلنا للنتائج العامة للدراسة، ثم قمنا بمناقشة هذه النتائج في ضوء الفرضيات من أجل التأكد من صحتها وإثباتها، حيث تبين لنا من خلال النتائج أن الفرضية الأولى محققة نسبياً، في حين وجدنا أن الفرضية الثانية والثالثة محققة مؤكدة .



خاتمة

إن التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أدى إلى ظهور وسائل وتقنيات جديدة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بشعبية كبيرة في أوساط الشباب عامة والطلبة خاصة، حيث سعينا من خلال دراستنا تناول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بهدف الكشف عن استخداماتها وتأثيرها على القيم الثقافية للطلبة بحيث أصبح الأفراد لا يستطيعون الاستغناء عنها وذلك لعدة دوافع منها أهميتها في المجتمعات بصفة عامة والمجتمعات العربية المسلمة بصفة خاصة، فقد أثرت على كافة الجوانب كما أنها لم تعد خفية على أحد وساهمت بدرجة كبيرة في تنمية القيم الثقافية لدى الطلبة من خلال خلق حوارات ثقافية ومنشورات وفيديوهات ومحاولة ترسيخ سلوكيات تتماشى مع العادات والقيم والدين.

وقد اتضح من خلال النتائج المتوصل إليها بأن:

- مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات إيجابية على الطلبة الجامعيين حيث تحقق لهم اشباعا ثقافيا، كما ساهمت في تدعيم اللغة التي تعتبر جزءا لا يتجزأ من هذه الأخيرة.
- وهذا ما ينفي وجود تأثير سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال وجود بعض المنشورات والفيديوهات التي تنتشر وتسيء للقيم الثقافية للطلبة الجامعيين.

وفي الأخير تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة أي أنها ما زالت تحتاج إلى البحث والتعمق أكثر باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي من المواضيع التي تتطلب الدراسة ولا يمكننا القول أننا كشفنا عن عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية، كما أن هذا النوع من المواضيع الهامة والتي حظيت باهتمام العديد من الأفراد في جميع أنحاء العالم.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المعاجم

1. إبراهيم مصطفى [وآخرون]، المعجم الوسيط: معجم اللغة العربية، ط.4، مكتبة الشروق الدولية، [د.م.]، 2004.
2. بودون وف بوريكو، المعجم النقدي لعلم اجتماع، ترجمة، الدكتور سليم حداد، ط.2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2007.
3. مي عبد الله؛ عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال = المشرع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، 2014.

ثانياً: الكتب

4. أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة الحملات الإعلامية، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، مصر، 2007.
5. أماني عمر الحسيني، الإعلام والمجتمع = أطفال في ظروف معينة ووسائل إعلام مؤثرة، عالم الكتب، القاهرة، 2005.
6. أمين أبو وردة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام الفلسطيني، فلسطين، 2014.
7. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
8. تائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
9. جان بول رزفير، فلسفة القيم، ترجمة عادل الأوي، دار عويدات للنشر والتوزيع، بيروت، 2001.
10. حسان الجيلالي، أسس البحث العلمي، [د.م.]، ط.2، 2009.
11. حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي: مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
12. حسين عبد الحميد رشوان، الثقافة: دراسة في علم الاجتماع الثقافي، [د.ط.]، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.

13. حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
14. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية = ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس، عمان، 2013.
15. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس لنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
16. خالد محمد أبو شعيرة؛ تائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
17. رافدة الحريري، قضايا معاصرة في تربية الطفل ما قبل المدرسة، [د.ط.]، دار المنهج للنشر والتوزيع، [د.م.]، 2013.
18. رحيم الطبيب عيساني، العولمة الإعلامية وأثرها على الفضائيات الأخية، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2010.
19. رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
20. رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2014، الجزائر.
21. رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، ط3، دار جسور لنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
22. سامي حسن الختاتنة؛ فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
23. سعاد جبير سعيد، القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني، دار الجدار المكتبة العالمية، 2018.
24. سلمان بكر بن کران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل الاتصال الاجتماعي، دار الولاية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
25. سمية ربيعة جعفري، الدليل المنهجي للطلاب في إعداد البحث العلمي، [د.ط.]، 2006.

26. صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعية، أسس مفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
27. صفاء السلماني: علم الاجتماع التربوي: نظرة معاشرية، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2010.
28. عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
29. عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة، [د.م.]، 2015.
30. عبد الرحمان بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
31. عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة ناسي للنشر، [د.م.] 2005.
32. عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014.
33. عبد الهادي الجوهري، أصول علم الاجتماع، (د.ط.)، المكتب الجامعي الحديث، (د ب ن)، 1988.
34. عبير الرحباني، الاستعمار التكنولوجي، دار النبلاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
35. علا الدين محمد عفيفي؛ الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، (د.ط.)، دار التعليم الجامعي، القاهرة، 2015.
36. علي الحجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعترف للنشر، (د.ب.ن.)، 2012.
37. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
38. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد : شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، (د.ط.)، أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

39. علي عبد الرزاق جلي، المجتمع والثقافة والشخصية، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع،
40. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط.2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990.
41. عمار بوحوش؛ محمد محمود الدنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط.5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، [د.ت.]. عمر أوكان، اللغة والخطاب، الدار البيضاء، المغرب، 2001.
42. غزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
43. فتيحة كيجل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، 2012، جامعة باتنة.
44. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، 2002.
45. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
46. فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
47. ليلى أحمد جرار، الفايسبوك والشباب العربي، (د.ط.)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، (د.ب.ن.)، 2012.
48. ليلى أحمد جرار، الفايسبوك والشباب العربي، دار الفلاح، القاهرة، 2012.
49. ماجد المزبود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
50. ماجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها : تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، 2005.
51. ماهر عودة الشمايلة؛ محمود عزت اللحام؛ مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإحصار العلمي، 2015، عمان.
52. محمد إبراهيم رمضان، البحث العلمي: أسس وتحليل وتطبيقات، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
53. محمد أحمد بيومي، علم الاجتماع الثقافي، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، [د.م.]، 2011.

54. محمد أزهر سعيد السماك، طرق البحث العلمي: أسس وتطبيقات، [د.ط.]، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
55. محمد الخطيب، الأنثروبولوجيا الثقافية، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق، 2005.
56. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014.
57. محمد خيرت يوسف، مؤشرات التقييم الإعلامي، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
58. محمد عباس إبراهيم، الثقافة والشخصية، [د.ط.]، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013.
59. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
60. محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، [د.ط.]، مؤسسة الأمة العربية لنشر والتوزيع، جامعة ألمانيا، 2018.
61. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الكويت، 2033.
62. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003.
63. مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، [د.م.]، 2015.
64. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2015.
65. مؤيد عبد الجبار، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
66. يوسف القاطي، إدارة الصفوف : الأسس السيكلوجية، ط2، دار الفكر للطباعة والنشر، الأردن.

ثالثا: رسائل وأطروحات

68. إبراهيم أحمد السيد السيد، رسالة دكتوراه بعنوان البناء القبصي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية والانجاز، 2005، معهد البحوث والدراسات الآسيوية جامعة الزقازيق.

69. أمل رحمانى، قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلامية العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
70. أميرة بسام الآغا، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وسبل تطويرها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، [د.م.]، [د.ت.].
71. بوعمر سهيلة، رسالة ماجستير بعنوان " الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك " ، 2014، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
72. حنان بن شعشوع الشهري، مذكرة بعنوان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، 2016، جامعة الملك فيصل.
73. سامية حمريش، رسالة ماجستير بعنوان القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، 2010، جامعة باتنة.
74. سهام صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة دراسة ميدانية بثانوية بوحنه مسعود فرجيو، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة، 2009.
75. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، 2015، عمان.
76. ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزويد بالمعلومات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، عمان، 2018.
77. مجدي الداغر، شبكات التواصل الاجتماعي بمصر بديل إعلامي يواجه الاستقطاب، مركز الجزيرة كالدراسة، 2015.
78. محمد محمد عبد المنعم [وآخرون]، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الملك فيصل، 2016.
79. محمد منصور: رسالة ماجستير بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين = دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجا، 2012، الدانمارك.
80. محمد منصور، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في جمهور المتلقين الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2011.

81. معاذ الجبلي عمر: مذكرة ماستر بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي، 2019، جامعة إفريقيا العالمية.
82. معين عمران محمد التميمي، دراسة علمية تظهر دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة العمل، فلسطين، 2016، <https://ww-alwatanvoice.com> 03/03/2022 14:00
83. نصيرة، خالفي، مواقع التواصل الاجتماعي والمخطوطات العربية، إشكالية العلاقة وآفاق الاستثمار، جامعة تيزي وزو.
- رابعاً: المجلات
84. أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية الإسلامية، العدد 159، جويلية 2016، [د.م.].
85. أحمد، علي الدروبي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة AJSP، العدد 01، 2 جانفي 2018، [د.م.].
86. أسامة غازي المدني: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات في السعودية"، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، 2014/12/14، (د.م.ن).
87. الجموعي، مؤمن بكوش، القيم الاجتماعية مقارنة نفسية اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث العالمية، العدد 08، 08 سبتمبر 2014، جامعة الوادي.
88. حنان فنيش، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغوميا، العدد 6، 2016، [د.م.].
89. عادل مرابطي، العينة، مجلة الوحدات للبحوث والدراسات، العدد 4، 2009، بسكرة.
90. عتيقة عزالدين، إيمان عبادي: مواقع التواصل الاجتماعي "يوتوب ودوره في تفعيل العملية التعليمية"، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، العدد 04، مارس 2018، [د.م.].
91. علي شبطة، القيم الثقافية في الأسرة وتعزيز الهوية الوطنية في ظل العولمة، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد 2، 2019، [د.م.].

92. لزهرة مساعديّة، في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها العادات والتقاليد، الأعراف، مجلة الذاكرة، عدد 09، جوان 2017، الجزائر.
93. محمد بن مسعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، 2003، جامعة الكويت.
94. محمد مقداد، القيم الثقافية ودورها في نقل التكنولوجيا، مجلة الآداب، [د.ت.].، جامعة البحرين.
95. مختار جلولي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 4، 2014، الجزائر.
96. مصطفى سبوع؛ سهام بلوداني، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لتحفيز الفعل الديمقراطي التشاركي"، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 2، ديسمبر 2021، [د.م.].
97. مصطفى سبوع؛ سهام، بلوداني، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كآلية لتحفيز الفعل الديمقراطي التشاركي، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، ديسمبر 2021، [د.م.].
98. ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتأثير، مجلة كلية التربية، العدد 24، 2018، [د.م.].
99. وشنان حكيمة، النظرية العلمية وعلاقتها بالبحث العلمي، مجلة الآفاق للعلوم، العدد 7، 2017، [د.م.].

خامسا: المحاضرات والندوات والمنتديات

100. رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية، جامعة الأزهر، 2007.
101. عوينان عبد القادر، محاضرات في المنهجية، جامعة أكلي أمحمد أو الحاج، تيزي وزو، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2018.

سادسا: المواقع الإلكترونية

102. عمر الحمدي، مقال منشور على الموقع الإلكتروني، www.tecl.com يوم 2022/06/06 على الساعة 13:25.

103. 17 ;30 <https://techologywordpress17.com> بتاريخ 2022/4/08 على الساعة

104. 15 <https://www.ts3a.com>. بتاريخ 2022 /04/9 على الساعة

105. إيسراء محمود، سلبيات الفايسبوك، <https://mquluoi.com.16/05/2022>.

تعرف على كافة مزايا وعيوب شبكة توتر -شات ع

قهوة- بتاريخ 2022/06/6 الساعة 15"00 <https://www.3l2ahwa.com>.

106. 20 :00. 06/06/2022. www.Mowdoo3.com.



الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

استبيان حول:

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علم الاجتماع بجامعة محمد الصديق بن يحيى

في إطار إعداد مذكرة ماستر الموسومة بالعنوان أعلاه، تم تصميم الاستبيان الذي بين يديكم إذ نرجو منكم المساهمة الجادة في الإجابة على الأسئلة بصراحة تامة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، وصحة نتائج البحث تعتمد على دقة وصحة المعلومات التي تدلون بها والتي لن تستخدم إلا لأغراض علمية.

إشراف الأستاذة:

* عنصل أمينة

إعداد الطالبات:

* بن قسوم صونية

* غيبور جهيدة

* بودلال صبرينة

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن : 22-18 26-23 27 فما فوق
- 3- المستوى التعليمي : ليسانس ماستر دكتوراه
- 4- المستوى الاجتماعي : ضعيف متوسط جيد

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

- 5- هل أنت من رواد مواقع التواصل الاجتماعي نعم لا
- 6- في حالة الإجابة ب نعم ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟
 الأنستغرام اليوتيوب الفاييس بوك

أخرى أذكرها.....

- 7- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
 أقل من سنة من سنة إلى 5 سنوات أكثر من خمس سنوات

8- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يكون بشكل

- كبير قليل نادر

9- ما هي الفترة المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

- صباحا مساء ليلا في كل الأوقات

10- ما هو الجهاز الذي تفضله لتصفح هذه المواقع

- اللوح الإلكتروني الهاتف الحاسوب

11- ما هي المواضيع التي تحظى باهتمامك الكبير في مواقع التواصل الاجتماعي

الثقافية السياسية الدينية الاجتماعية الترفيهية

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين

12- هل تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في دراستك

نعم لا

في حالة الإجابة ب نعم هل في:

- مشاهدة ندوات علمية

- تحصيل الدروس والمحاضرات

أخرى أذكرها.....

13- هل تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل رصيدك الثقافي والمعرفي

نعم لا

14- في حالة الإجابة بنعم هل في:

- متابعة برامج علمية معرفية

- أفلام وثائقية تاريخية

- أفلام اجتماعية هادفة

أخرى أذكرها.....

15- هل تحقق مواقع التواصل الاجتماعي بعض الإشباعات لديك

نعم لا

16- في حالة الإجابة بنعم هل تكون ذلك بشكل

كبير قليل نوعا ما

17- ما طبيعة الإشباع المحققة لديك

ثقافية تربوية دينية علمية

أخرى أذكرها.....

المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين

18- هل أنت راض على ما يتم عرضه في مواقع التواصل الاجتماعي

نعم لا نوعا ما

19- ما رأيك في ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي

مقبول غير مقبول نوعا ما

20- هل تختار ما تتصفح في هذه المواقع

نعم لا

21- في حالة الإجابة بنعم هل يكون اختيارك بناء على قيمك الثقافية والدينية بشكل

دائم أحيانا نادرا

22- هل صادفتك منشورات أو فيديوهات تسيء لقيمك الثقافية

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم هل

- تتجاهلها

- الرد عليها

- تصديقها وتبنيها

23- هل أفادتكم مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الثقافية

نعم لا

24- في حالة الإجابة بنعم هل يعود ذلك إلى

تقويم بعض الأفكار زيادة الرصيد الثقافي والمعرفي اكتساب قيم أخرى
أذكرها.....

25- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على قيمك الثقافية

نعم لا

26- في حالة الإجابة بنعم ما هي درجة هذا التأثير

كبيرة متوسطة قليلة

27- هل كان هذا التأثير

إيجابي سلبي

28- إذا كان التأثير ايجابيا هل كان ذلك يدعم قيم ثقافية معينة مثل

الدين اللغة العادات والتقاليد

أخرى أذكرها.....

29- إذا كان التأثير سلبيا وضح.....

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة للكشف عن استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الثقافية وذلك بتسليط الضوء على عينة من طلاب جامعة جيجل، القطب الجامعي تاسوست وبالتالي جاءت دراستنا وفقا لتساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ؟

وقد انبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - ما هي الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - ما طبيعة التأثير الذي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية لدى الطلبة الجامعيين ؟
- وتنتهي دراستنا إلى مجال الدراسات الوصفية التي تسعى إلى التعرف على الظاهرة بطريقة مفصلة ودقيقة بغية جمع المعلومات المتعلقة بها وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي في هذه الدراسة كما اعتمدنا على العينة العشوائية وأداة الاستبيان، وقد قمنا بتقسيم هذه الاستمارة إلى أربعة محاور: المحور الأول متعلق بالبيانات الشخصية، والمحور الثاني عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين ورابعا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للطلبة الجامعيين.
- وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم فئة الإناث والتي تتراوح أعمارهم ما بين 18-22 سنة ويعتبر موقع الفيسبوك أكثر استخداما من طرف هذه الفئة وذلك ليلا باستخدام الهاتف بدل الأجهزة الأخرى.

- يستخدم الطلبة هذه المواقع بدافع تحميل الدروس والمحاضرات وكذلك بدافع مواكبة الأحداث الجارية التي تحقق لهم إشباعات مختلفة منها العلمية والثقافية وكانت الاستفادة من هذه الأخيرة هي الاستفادة الكبرى وذلك من أجل زيادة الرصيد المعرفي والثقافي وتقويم بعض الأفكار وكان لهذه المواقع تأثير إيجابي على القيم الثقافية بشكل متوسط يدعم مختلف القيم منها اللغة والدين.

الكلمات المفتاحية:

استخدام ، مواقع التواصل الاجتماعي ، تأثير ، القيم الثقافية .

study summary:

This study aims to reveal the university youth's use of social networking sites and their impact on cultural values, through the study of a sample of Jijel university students. According to the following main question: what is the impact of the use of social networking sites on the cultural values of university students?

This is the main question, a set of sub-questions:

-what are the habits and patterns of university student's use of social networking sites?

-what are the gratifications achieved from university student's use of social networking sites?

-what are the gratifications achieved from university student's use of social networking sites?

-what is the nature of the impact that social networking sites have on the cultural values of university students?

Our study belongs to the field of descriptive study. It belongs to the field of descriptive studies that seek to identify the phenomenon in a detailed and accurate manner in order to collect information related to it. We have relied on the descriptive approach in this study as we have relied on the random

The first axis: personal data, the second axis: the habits and patterns of university student's use of social networking sites, the gratifications achieved from the use of social networking sites on the cultural values of university students, the fourth axis: the impact of social networking sites on the cultural values of university students.

The study reached a number of results:

Most of the users of social networking sites are females, whose ages range between 18-22 years. Facebook is more used by this group at night, using the phone instead of other devices.

- Students use these sites in order to download lessons and lectures, as well as to keep pace with and achieve various gratifications, including scientific and cultural ones, and the benefit of the latter was the great benefit in that in order to keep pace with current events, which achieve various gratifications, including scientific and cultural ones, and the benefit of the latter was the great benefit in

that in order to increase the knowledge and cultural balance and evaluate some ideas, these sites had a positive impact on cultural values in an average way that supported various values, including language and religion.

key words:

the use of social media, effect on cultural values.