



العنوان

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية
للطاب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بكلية
العلوم الإنسانية والاجتماعية -جامعة جيجل-

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم الاجتماع الاتصال

لجنة المناقشة /

مناقشا

- الأستاذ (ة): شربال مصطفى

رئيسا

- الأستاذ (ة): لزغد راضية

مشرفا

- الأستاذ (ة): بوقلمون داود

من إعداد الطالبة /

- صاولي وهيبة



العنوان

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية
للطلاب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بكلية
العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم الاجتماع الاتصال

لجنه المناقشه /

مناقشا - الأستاذ (ة): شربال مصطفى
رئيسا - الأستاذ (ة): لزغد راضية
مشرفا - الأستاذ (ة): بوقلمون داود

من إعداد الطالبة /
- صاولي وهيبه

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على صاحب الشفاعة يبدنا محمد النبي الكريم

وعلى آله وصحبه لميامين ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين

لله الذي أنار لنا درب "العلم والمعرفة" وأعاننا على أداء هذا الواجب

ووفقنا في انجاز هذا العمل.

نرفع كلمة شكر إلى الأستاذ

"بوقلمون داود"

لذي ساعدنا على انجاز بحثنا ولم ييخل علينا بنصائحه وإرشاداته

الموصول إلى كل معلم أفادنا بعلمه من أول المراحل الدراسية حتى هذه

اللحظة

كما نشكر كل من مدّ لنا يد العون من قريب أو بعيد

ملخص الدراسة

يعتبر موضوع شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية من المواضيع الهامة التي حظت باهتمام الباحثين في مختلف الدراسات الإجتماعية، إذ حاولنا في دراستنا هذه تكوين صورة تتسم بالوضوح لموضوع شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية ودوره في تشكيلها لدى الطالب الجامعي وقد كانت دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم إجتماع بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة جيجل- قطب تاسوست، حيث أنطلق الإشكال من التساؤل الرئيسي التالي:

➤ هل لشبكات التواصل الإجتماعي دور في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي؟

وإندرجت ضمنه تساؤلات فرعية ممثلة فيما يلي:

➤ ما هي عادات وأنماط إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي؟

➤ ما هي دوافع إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي؟

➤ كيف تؤثر شبكات التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطالب الجامعي؟

وللإجابة على تساؤلات هذه الدراسة وللوصول إلى نتائج لها تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي لا يكتفي فقط بوصف الظاهرة وإنما بتحليلها وإستخلاص نتائجها، وذلك بالإعتماد على مجموعة أدوات علمية لجمع البيانات والتي تتمثل في الملاحظة والمقابلة والإستمارة الإستبائية كأداة رئيسية، ولكبر مجتمع الدراسة الكلي فقد قمنا بالإعتماد على العينة الطبقية التناسبية بالسحب العشوائي قدرت ب (71) مفردة، وللمعالجة السوسولوجية للبيانات إستخدم التفسير والتحليل كماً وكيفياً بعد إستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للبرامج الإجتماعية (Spss) في التفرغ والتدليل، وتحليل النتائج المتوصل لها ومناقشتها في ضوء الفرضيات الفرعية وفي ضوء الدراسات السابقة وفي ضوء النظريات السوسولوجية المفسرة للدراسة.

ومن أهم نالنتائج التي توصلنا لها في هذه الدراسة:

➤ يستخدم الطالب الجامعي شبكات التواصل الإجتماعي بشكل مستمر.

➤ قضاء معظم الطلبة أكثر من ثلاث ساعات في تصفح شبكات التواصل الإجتماعيين يتواصلون مع الجميع.

➤ إختار الطلبة الفيسبوك كالشبكة الاجتماعية الأكثر إستخداما.

- تساعد شبكات التواصل الإجتماعي الطلبة في التعبير عن رأيهم الشخصي، وإكتساب خبرات جديدة والإستفادة من النصائح والتوجيهات.
- ضعف التفاعل في المجتمع.
- تفاعل الطالب مع المنشورات القيمة بالإعجاب أولاً والتعليق ثانياً.
- أكدت الدراسة على دور شبكات التواصل الإجتماعي في تداول القيم الإجتماعية الإيجابية من خلال تعزيزها كالتسامح والتطوع للأعمال الخيرية، فيما تم طرح القيم الإجتماعية السلبية من باب التنويه بوجودها ولتقديم حلول لها مثل العداء الإجتماعي والإستعراض الزائف.

الكلمات المفتاحية:

دور - شبكات التواصل الإجتماعي - تشكيل - القيم - القيم الإجتماعية.

Summary

The topic of social media networks and social values Is one of the important topics that have received the attention of researchers in various social studies, as we tried in this study to form a clear picture of the topic of social media networks and social values and its role in shaping them for the university student, and it was a field study on a sample of students:

Do social networks have a role in shaping the social values of the university student?

It included sub-questions represented by the following:

What are the habits and patterns of university student's use of social networks?

What are the motives of a university student using social networks?

How do social networks affect a university student's social values?

To answer the questions of this study and to reach its results, the analytical descriptive approach was adopted, which is not only to describe the phenomenon, but to analyze it and draw its results, relying on a set of data collection tools represented by observation, interview and questionnaire form as the main tool, and for the large total study community, we relied on the proportional stratified sample by random analysis of the results obtained in the light of the sub-hypotheses and in the Light of the main hypothesis and previous studies In the light of the sociological theories explaining the study.

-One of the most important results we have achieved in this study:

A university student uses social networks on an ongoing basis.

The problem is that most students spend more than three hours browsing social networks where they communicate with everyone.

The students chose Facebook as the most used social network.

Social media networks help students express their personal opinion, gain new experiences and benefit from advice and guidance.

The problem of poor interaction in society.

To ensure the student's interaction with valuable publications by liking first and commenting second.

The study emphasized the role of social media networks in the circulation of positive social values by promoting them such as tolerance and volunteering for charity, while negative social values were put forward to acknowledge their existence and to provide solutions to them such as social hostility and false reviews.

Keywords : Role - social networks - formation - values - social values.

الفهرس

| الصفحة | المحتوى |
|--|---|
| | شكر وتقدير |
| | ملخص الدراسة باللغة العربية |
| | ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية |
| | الفهرس |
| | فهرس الجداول |
| أ | مقدمة |
| الجانب النظري | |
| الفصل الأول: موضوع الدراسة | |
| 6 | تمهيد |
| 7 | أولاً: طرح الإشكالية |
| 9 | ثانياً: مبررات إختيار الموضوع |
| 10 | ثالثاً: أهداف الدراسة |
| 10 | رابعاً: أهمية الدراسة |
| 11 | خامساً: تحديد المفاهيم |
| 18 | سادساً: صعوبات الدراسة |
| الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة | |
| 21 | تمهيد |
| 22 | أولاً: الدراسات السابقة |
| 32 | ثانياً: المقاربات السوسولوجية المفسرة للدراسة |
| 45 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثالث: شبكات التواصل الإجتماعي | |

| | |
|---------------------------------------|--|
| 47 | تمهيد |
| 48 | أولاً: نشأة وتطور شبكات التواصل الإجتماعي |
| 49 | ثانياً: أهداف شبكات التواصل الإجتماعي |
| 50 | ثالثاً: أهمية شبكات التواصل الإجتماعي |
| 51 | رابعاً: مكونات شبكات التواصل الإجتماعي |
| 53 | خامساً: خصائص شبكات التواصل الإجتماعي |
| 55 | سادساً: أنواع شبكات التواصل الإجتماعي |
| 56 | سابعاً: إستخدامات شبكات التواصل الإجتماعي |
| 59 | ثامناً: دور شبكات التواصل الإجتماعي |
| 60 | تاسعاً: دوافع شبكات التواصل الإجتماعي |
| 61 | عاشراً: أشهر شبكات التواصل الإجتماعي وتقييمها |
| 73 | خلاصة الفصل |
| الفصل الرابع: القيم الإجتماعية | |
| 75 | تمهيد |
| 76 | أولاً: نشأة وتطور مفهوم القيم |
| 77 | ثانياً: أهمية القيم الإجتماعية |
| 79 | ثالثاً: القيم الإجتماعية وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى |
| 83 | رابعاً: خصائص القيم الإجتماعية |
| 86 | خامساً: مكونات القيم الإجتماعية |
| 87 | سادساً: تصنيفات القيم الإجتماعية |
| 90 | سابعاً: مصادر القيم الإجتماعية |
| 92 | ثامناً: وظائف القيم الإجتماعية |

| | |
|---|--|
| 94 | تاسعا: كيفية إكتساب القيم الإجتماعية |
| 95 | خلاصة الفصل |
| الجانب الميداني | |
| الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية | |
| 99 | تمهيد |
| 100 | أولا: مجالات الدراسة |
| 101 | ثانيا: منهج الدراسة |
| 102 | ثالثا: مجتمع الدراسة والعينة |
| 105 | رابعا: أدوات الدراسة |
| 113 | خامسا: أساليب المعالجة السوسولوجية |
| 115 | خلاصة الفصل |
| الفصل السادس: عرض وتفسير وتحليل البيانات | |
| 117 | تمهيد |
| 118 | أولا: إستقراء جداول البيانات الشخصية |
| 122 | ثانيا: المعالجة السوسولوجية للجداول الإحصائية |
| 122 | المحور الأول: عادات وأنماط إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي |
| 128 | المحور الثاني: دوافع إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي |
| 135 | المحور الثالث: شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية |
| 143 | خلاصة الفصل |
| الفصل السابع: مناقشة نتائج الدراسة | |
| 145 | تمهيد |

| | |
|-----|---|
| 146 | أولاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات الفرعية |
| 149 | ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة |
| 151 | ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربات السوسولوجية المفسرة للدراسة |
| 152 | رابعاً: النتائج العامة للدراسة |
| 154 | خامساً: القضايا التي تثيرها الدراسة |
| 155 | خلاصة الفصل |
| 157 | خاتمة |
| 159 | قائمة المراجع |
| - | قائمة الملاحق |

فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول | الرقم |
|--------|--|-------|
| 104 | تعداد الطلبة المسجلين في قسم علم الاجتماع للمستويات الثالثة ليسانس والسنة الثانية ماستر لسنة (2023 /2022) | 01 |
| 109 | قائمة الأساتذة المحكمين | 02 |
| 110 | صدق الأداة وفق معاملة (لوتشيه) | 03 |
| 118 | جنس المبحوثين | 04 |
| 118 | سن المبحوثين | 05 |
| 119 | المستوى العلمي للمبحوثين | 06 |
| 119 | تخصص المبحوثين | 07 |
| 120 | مكان إقامة المبحوثين | 08 |
| 121 | الحالة الإجتماعية للمبحوثين | 09 |
| 122 | إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي | 10 |
| 123 | الوقت المستغرق في إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي | 11 |
| 123 | مدة إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي | 12 |
| 124 | الشبكات الإجتماعية الأكثر إستخداما | 13 |
| 125 | الوسيلة التي يتم إستخدامها في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي | 14 |
| 126 | الوقت المفضل لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي | 15 |
| 126 | الأشخاص الذين يتم التواصل معهم عبر شبكات التواصل الإجتماعي | 16 |
| 127 | التفاعل حول محتوى الآخرين | 17 |
| 128 | نشر المحتوى في شبكات التواصل الإجتماعي | 18 |
| 128 | الخدمات التي يتم متابعتها عبر شبكات التواصل الإجتماعي | 19 |
| 129 | الموضوعات التي تتم متابعتها في شبكات التواصل الإجتماعي | 20 |
| 130 | إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي لمشاركة المبحوثين لأخبارهم الشخصية | 21 |
| 131 | إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي للبحث عن فرص العمل | 22 |

| | | |
|-----|--|----|
| 131 | إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي للتفاعل مع محتوى المضامين التي تهمل المبحوثين | 23 |
| 132 | كيفية تفاعل المبحوثين مع محتوى المضامين التي تهملهم | 24 |
| 133 | مساعدة شبكات التواصل الإجتماعي في إكتساب خبرات جديدة | 25 |
| 133 | مساعدة شبكات التواصل الإجتماعي في الإستفادة من النصائح والتوجيهات | 26 |
| 134 | إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في الهرب من الواقع | 27 |
| 135 | إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في جمع المعلومات وتلقي الأخبار | 28 |
| 135 | القيام بنشر منشور في شبكات التواصل الإجتماعي | 29 |
| 136 | طريقة تفاعل المبحوثين على المنشورات القيمة في شبكات التواصل الإجتماعي | 30 |
| 137 | إنعكاس الشبكات الإجتماعية على تفاعل المبحوثين في المجتمع | 31 |
| 137 | تأثير الشبكات الإجتماعية على توجيهات المبحوثين وسلوكياتهم الأخلاقية | 32 |
| 138 | القيم الإجتماعية الإيجابية التي تؤثر فيها شبكات التواصل الإجتماعي بشكل أكبر | 33 |
| 139 | التحديات التي يتم مواجهتها عند إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي لتعزيز القيم | 34 |
| 140 | القيم الإجتماعية السلبية التي تلاحظ وجودها بكثرة في المنشورات المتداولة عبر الشبكات الإجتماعية | 35 |
| 141 | تفاعل المبحوثين حيال إنتشار القيم الإجتماعية في شبكات التواصل الإجتماعي | 36 |
| 141 | كيفية تفاعل المبحوثين حول إنتشار القيم الإجتماعية في شبكات التواصل الإجتماعي | 37 |
| 142 | رأي المبحوثين حول مساهمة شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية | 38 |

مقدمة

مقدمة:

شهدت البشرية في الأعوام الأخيرة تحولاً نوعياً بفضل شبكات الإتصال العالمية الحديثة التي قد أتاحت فرصاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية والاجتماعية وقد أفرزت هاته التكنولوجيا مفاهيم جديدة متشابهة مثل الإعلام الرقمي والإعلام الشبكي والتي أدت بدورها إلى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت الآن الوسيلة الإعلامية الأبرز في العالم، وبفضل هذه الشبكات أصبحت هناك فضاءات تفاعلية جديدة تساهم في بناء واقع إتصالي فعال وجذاب يمكن إستخدامه لتعزيز التواصل وتشكيل المجتمعات الإنسانية بمختلف قيمها ومعاييرها وإتجاهاتها، وعلى الرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي أنشئت أساسياً للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن إستخدامها توسع ليشمل مجالات أخرى مثل الصعيد السياسي والاجتماعي والخدماتي والإقتصادي وذلك نتيجة للزيادة المستمرة في عدد المستخدمين وتأثيراتها المتزايدة من خلال هذه الشبكات، حيث يتم تبادل الرسائل والمعلومات بين المستخدمين من جميع أنحاء العالم، وتتضح فعالية المتلقين في نشر الرسائل وتبادلها مع الآخرين.

شبكات التواصل الاجتماعي قد تحولت إلى محور إهتمام الخبراء والمختصين والباحثين في مختلف المجالات، نظراً لقدرتها الفريدة في التأثير على المجتمعات وتشكيلها، حيث تعد هاته الشبكات النافذة التي يطل من خلالها الأفراد على العالم الخارجي، حيث تساهم في إلغاء حيز المكان والزمان والتشجيع على إبداء الرأي، كما تساهم في تفعيل الضبط الاجتماعي للأفراد على هاته الشبكات حيث تعد أداة فعالة للتواصل والتفاعل بين الأفراد.

ومع ذلك فإن إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون مضيعة للوقت دون الإدراك بذلك، وقد يؤدي إلى الإدمان عليها مما يشكل خطراً على مستخدميها بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الشبكات تقتصر للخصوصية في بعض الأحيان مما يشكل خطراً على مستخدميها ويمكن التسبب في أضرار مادية ومعنوية. أي أن شبكات التواصل الاجتماعي تشكل أداة فعالة للتعبير عن الرأي والإطلاع على المعلومات والأخبار المختلفة، ومع ذلك ينبغي إستخدامها بحذر ووعي لتجنب الإدمان وتقليل المخاطر التي قد تنشأ عند إستخدامها.

وتعتبر القيم التي يتم الإتفاق عليها في المجتمع جزء أساسياً من الحياة الاجتماعية وتؤثر في الأفكار والمعتقدات التي يكتسبها الأفراد من محيطه الاجتماعي وخبراته السابقة على القيم الاجتماعية التي يحملها

الفرد. وتشكل هذه القيم الإجتماعية جزء من الهوية الإجتماعية والشخصية له، وتختلف القيم الإجتماعية من مجتمع لآخر وتتطور مع الزمن في ظل التطور السريع لشبكات التواصل الإجتماعي التي أصبحت لها دور هام في حياة المجتمعات وتشكيل القيم الإجتماعية للأفراد. وباستخدامهم لتلك الشبكات يمكن أن يتأثر الفرد بأنماط مختلفة من القيم الإجتماعية والمرجعيات التي قد تتنافى مع القيم الإجتماعية السائدة في مجتمعه يمكن أن يدفع ذلك الفرد إلى التخلي عن بعض الإعتقادات.

وتستخدم شبكات التواصل الإجتماعي من قبل كافة شرائح المجتمع وبالأخص شريحة الطلبة الجامعيين باعتبارهم الفئة الأكثر تأثراً نظراً لإمتلاكهم القابلية للتغيير والتطوير، مما أدى إلى إحداث تغيرات وتحولات على مستوى القيم الإجتماعية لديهم، وعليه يمكن القول أن شبكات التواصل الإجتماعي قد يكون لها الدور البارز في إحداث إنعكاسات على القيم الإجتماعية التي يحملها الطالب الجامعي من حيث أنماط سلوكه وعاداته. فإستخدامهم لتلك الشبكات قد عرضها لأنماط عديدة من القيم والمرجعيات المختلفة التي قد تتنافى مع القيم السائدة في مجتمعه وهذا ما قد يدفعه للتخلي عن بعض الإعتقادات والأفكار ويتبنى قيم جديدة بكل ما تحتويه من سلبيات كإقامة علاقة غير شرعية على هذه الشبكات، أو الوصول إلى محتويات غير أخلاقية، أو الإطلاع على بعض الأفكار المتطرفة، ما قد ينعكس على سلوكياتهم وميولهم إتجاه العديد من القضايا. هذا الأمر الذي جعلنا نهتم بهذا الموضوع ونجعله محل دراستنا وقددراستنا وقد قسم البحث إلى جانبين الأول نظري والثاني ميداني:

الجانب النظري تضمن (04) فصول وهي كالآتي:

الفصل الأول: وهو موضوع الدراسة، وقد تطرقنا فيه إلى تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الأساسية والفرعية، الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية، مبررات إختيار الموضوع، الأهداف المرجوة من البحث وأهمية موضوع الدراسة، كما تم في هذا الفصل تحديد مفاهيم الدراسة، بالإضافة إلى أهم الصعوبات التي واجهتها الدراسة.

الفصل الثاني: وهو الموسوم بالخلفية النظرية حيث تضمن الدراسات السابقة ومواطن الإستفادة منها وأهم النظريات المفسرة لشبكات التواصل الإجتماعي وكذا تشكيل القيم الإجتماعية.

الفصل الثالث: تناول متغير شبكات التواصل الإجتماعي حيث تضمن نشأة شبكات التواصل الإجتماعي وأهدافه، أهمية شبكات التواصل الإجتماعي ومكوناتها، خصائص الشبكات الإجتماعية وأنواعها وإستخداماتها، دور شبكات التواصل الإجتماعي ودوافع إستخدامها، وأشهر تطبيقاته، وتقييم شبكات التواصل الإجتماعي (إيجابياتها وسلبياتها).

الفصل الرابع: تناول المتغير الثاني وهو القيم الإجتماعية حيث تضمن نشأت وتطور القيم، وأهمية القيم الإجتماعية وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى، خصائصها ومكوناتها، تصنيفات القيم الإجتماعية ومصادرها، وظائفها وكيفية إكتساب القيم الإجتماعية.

الجانب الميداني:

الفصل الخامس: تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تناولنا فيه مجالات الدراسة ومنهج البحث، ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات وأساليب المعالجة السوسولوجية للدراسة.

الفصل السادس: يتضمن عرض وتفسير وتحليل البيانات وفق قراءة سوسولوجية للجداول الإحصائية.

الفصل السابع: تضمن مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات الفرعية وفي ضوء الدراسات السابقة وأيضا موقع الدراسة في البناء النظري، وفي الأخير إستنتاج عام من الفرضيات الفرعية إلى الفرضية العامة وأخيرا القضايا التي تثيرها الدراسة، ثم خلاصة الفصل وخاتمة الدراسة ثم المراجع والملاحق.

الجانب النظري

الفصل الأول: موضوع الدراسة

تمهيد

أولاً: طرح الإشكالية

ثانياً: مبررات اختيار الموضوع

ثالثاً: أهداف الدراسة

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً: صعوبات الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر الأسس المنهجية المتبعة في الدراسة من طرف الباحث عند إنجاز أي بحث أمرا مهما وضروريا لأجل التوصل لنتائج سليمة، فمهما كان تخصصه لا يستطيع أن يقوم بدراسة موضوع ما دون أن تكون لديه معرفة سابقة ينطلق منها وتساعده في تحديد وصياغة أهدافه التي هو بصدد تحقيقها، لذلك يجب تحديد الإطار العام لموضوع الدراسة من خلال تحديد كل من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ومبررات إختياره هذا الموضوع كذا أهداف وأهمية الدراسة، وبعدها نتطرق لتحديد مفاهيم الدراسة والصعوبات التي تمت مواجهتها في هذه الدراسة وهذا ما سوف نتناوله في هذا الفصل.

أولاً: طرح الإشكالية

1- الإشكالية:

شهد العقد الثاني من العشرين نقلة نوعية هائلة في مجال الإلكترونيات والاتصال بفضل التطور التكنولوجي الحديث وما أنتجته من شبكة عنكبوتية عالمية وفضاء إلكتروني الذي ألغى محدودية الاتصال والتواصل في المجتمعات المعاصرة ولعل أبرز هذه الشبكات العنكبوتية هي شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت واقعا حتميا لا يمكن تجاهله في الحياة العصرية للإنسان ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات في مختلف بقاع العالم، حيث جعلت منه منصة ليناقدش عبرها أفراد المجتمع مختلف قضايا الحياة الاجتماعية المختلفة وتعتبر خاصية النشر وتبادل المعلومات التي تنفرد بها هاته المواقع وإعتمادها لتقنيات متطورة بلغت غايات كبيرة في قوة التأثير والتوجيه، أدت إلى حدوث تغييرات جذرية مست مختلف القيم الاجتماعية.

فالقيم الاجتماعية هي مجموع إختيارات وتفضيلات وإهتمامات التي تستوطن عمل الأفراد الاجتماعي، وهي منظومة موازنة في أي مجتمع إنساني لها أدوار فاعلة على سائر الأجيال المتعاقبة، بإعتبارها نسقا إجتماعيا يكتسب أهميته من رصد التقدم الاجتماعي، وجملة التفاعلات والتواصل الاجتماعي بين الأفراد بإعتبار الرموز وإعتبار الوسائل التكنولوجية ووسائطها، فهي تعتبر الإطار المرجعي الذي يحدد سلوك الأفراد في المجتمع حيث يبرز تحدي ملامسة كل مصادر القيم والمواقف الاجتماعية وأفعال الأثر المادي النافع ومجموع المبادئ والمعايير التي لها علاقة فاعلة في تشكيل هذه القيم الاجتماعية، وخاصة التي تتشكل بإستعمال شبكات التواصل الاجتماعي وأهم تطبيقاتها ووسائطها الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين بوصفهم أكثر روادها وأهم مستهدفها حيث تبرز قناعات وإعتقادات وتقاليد تمثل تراث إجتماعي وثقافي لأنها منظومة لها مجموعة من القواعد والأعراف الاجتماعية ليس من السهل تجاوزها.

فالقيم الاجتماعية ترتبط بالوعي الاجتماعي والثقافي الذي يعبر عن ذلك الوجود المعرفي الذي يرجع للسلوك، خصوصا عند الطالب الجامعي لأنه دائما أمام إستكشاف وكسب معارف ومعلومات جديدة بفعل التطور الإلكتروني، وقد أصبحوا غالبا يعتمدون على ما ينشر في الوسائط الإعلامية خاصة

شبكات التواصل الإجتماعي، وهذا يترتب عنه ممارسات معرفية علمية وإجتماعية قد تؤسس لثقافة مغايرة أو لتطوير الثقافة السائدة وتبني قضايا جديدة غالبا تكون أرقى مما كانت، وأيضا تعتبر أهمية القيم وكيفية تشكيلها في المجتمع إكتساب من طرف الطالب الجامعي، فالمضامين القيمية الإجتماعية التي يتم تداولها في شبكات التواصل الإجتماعي التي أصبحت يتخذونها كمرجع لتحديد سلوكهم وثقافتهم وقيمهم المختلفة إجتماعية، ثقافية ودينية لمحاولة مواكبة عالم اليوم الذي فرض أنواعا من القيم، حيث يتوافق مضمونها مع ما يشهده العالم من تطورات وبإعتبار الطلبة يمثلون الفئة الهامة بالمجتمع فهو يكون فاعل لأنه في مرحلة تشرب للقيم كما أشرنا من قبل حيث أن أغلبية مستخدمي هاته الشبكات من الفئة الشبابية .

وتلعب وسائل الإعلام دورا أساسيا وجوهريا في تشكيل القيم الإجتماعية أو تغييرها، خاصة مع تسارع وتيرة الحياة، حيث كان لا بد من تسارع وتيرة الإتصال ليواكب عصر ثورة المعلومات وتكنولوجيا الأنترنت، ويظهر التواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي كتطور طبيعي لتكنولوجيا الإتصال، أين أتاحت الفرصة إمام كل شرائح المجتمع لنقل أفكارهم والتعبير عن آرائهم عبر مختلف الوسائل والشاشات الإلكترونية لمناقشة مختلف القضايا الإجتماعية السياسية والثقافية. وبذلك باتت تساهم بقوة في خلق الرأي العام وتوجيهه وأصبحت تساهم في توجيه وترسيخ وتشكيل القيم في النظام الإجتماعي وتؤثر في نمط معيشة الفرد ومعتقداته برغم وجوب حماية القيم ومحاولة الحفاظ عليها بصورة تلائم طبيعة التغيرات حتى يتقبلها الفرد والمجتمع ، ولأن الطالب ليس بمعزل عن هذه الثورة الإعلامية بحكم قدراته وسعيه الدائم للتألق والتطور فكانت هاته الشبكات الإجتماعية والتعرض لها بمختلف أشكالها ملائمة لتكيفه العلمي وإستخداماته التعليمية، وبإعتبار هذا الطرح النظري الذي درس مدخلات شبكات التواصل الإجتماعي والتي تبنى عليه الدراسة الآتية للموضوع الموسومة بتشكيل القيم الإجتماعية وبإعتبار أهمية القيم الإجتماعية كإمتداد إجتماعي وفرداني للطالب الجامعي فإن هذه الدراسة ستمارس المبدأ الإمبريقي على القيم الإجتماعية وتبرز دور شبكات التواصل الإجتماعي بتشكيل هذه القيم ومنه نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

➤ هل تساهم شبكات التواصل الإجتماعي في تعزيز القيم الإجتماعية للطالب الجامعي؟

2 - تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي؟
- كيف تؤثر شبكات التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطالب الجامعي؟

3- فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

- لشبكات التواصل الإجتماعي دور في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي.

الفرضيات الفرعية:

- يستخدم الطالب الجامعي شبكات التواصل الإجتماعي بشكل مستمر.
- يستخدم الطالب الجامعي شبكات التواصل الإجتماعي بغرض جمع المعلومات وتلقي الأخبار.
- تساهم شبكات التواصل الإجتماعي في تعزيز القيم الإجتماعية للطالب الجامعي بشكل إيجابي.

ثانيا: مبررات إختيار الموضوع

لقد تم إختيار هذا الموضوع بناء على جملة من الأسباب الذاتية والموضوعية.

1- المبررات الذاتية:

- الفضول العلمي في دراسة وكشف طبيعة دور التكنولوجيا الحديثة خاصة شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي.
- الإهتمام الشخصي بموضوع الدراسة ومحاولة لفت الإنتباه لمثل هذه المواضيع ذات الأهمية المتزايدة.
- إثراء الرصيد المعرفي في هذا المجال والسعي لإدراك المقاربات النظرية ذات الصلة في الواقع المعيش.
- أن موضوع شبكات التواصل الإجتماعي من الدراسات السوسولوجية التي هي من صميم تخصص علم إجتماع الإتصال.
- المعاشية الذاتية للظاهرة من حيث سلوك الطالب الجامعي وأساليب الاتصال والتواصل بينهم.

2- المبررات الموضوعية:

- شبكات التواصل الإجتماعي كظاهرة عالمية إعلامية تستحق الدراسة والبحث في طبيعة الأدوار التي تؤديها.
- تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الإجتماعي عبر الأنترنت في ظل التطور التكنولوجي والزخم الإعلامي، ومدى مقدرة هذا النوع من الإعلام على خدمة المجتمع.
- كون الموضوع حساس ومهم فالقيم عموما والقيم الإجتماعية خصوصا أصبحت محور دراسة للعديد من الباحثين والدارسين بسبب ما تشهده من تغيرات، مما لفت الإنتباه لضرورة دراسة تأثيرها بشبكات التواصل الإجتماعي.
- ملائمة الموضوع بتخصصنا الدراسي.

ثالثا: أهداف الدراسة

- إن وراء كل بحث أو دراسة علمية علمية مجموعة من الأهداف يعمل الباحث على تحقيقها بتقصي الحقائق والتساؤلات حتى يتمكن من إبراز الموضوع وإزالة الغموض، ومن خلال الدراسة الحالية نسعى لتحقيق الأهداف التالية:
- معرفة دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي.
- تهتم هذه الدراسة بالبحث في أنماط وعادات إستخدام الطالب الجزائري لشبكات التواصل الإجتماعي
- معرفة دوافع إستخدام للطالب الجامعي للشبكات التواصل الإجتماعي.
- معرفة كيف تؤثر شبكات التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطالب الجامعي.
- التمكن من تطبيق المنهج المختار في الدراسة والتأكد من صدق الفرضيات المعتمدة في الدراسة.

رابعا: أهمية الدراسة

- لكل دراسة سوسيولوجية أهمية بالغة تساعد الباحث على تدعيم الحقل المعرفي وتقديم الفائدة للأفراد في واقعهم وفي نمط حياتهم وأهمية هذه الدراسة تبرز فيما يلي:
- تمثل شبكات التواصل الإجتماعي وسيلة هامة تسعى إلى إتاحة التواصل مع الآخرين وبناء علاقات فعالة معهم وصدقات مشتركة بينهم، من شأنها أن تتيح مجالا واسعا للفرد للتعبير عن نفسه وأفكاره.

- تعتبر القيم الإجتماعية أحد المعايير الهامة التي تسهم بدرجة كبيرة في تقويم وبناء شخصية الفرد وتعريفهم الطريق القويم والفضيلة من خلال غرس القيم الأصيلة في نفوس الأبناء والأفراد.
- تعكس دراستنا آراء شريحة هامة من المجتمع المتمثلة في الطلبة الجامعيين حول موضوع هام هو "دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطلاب الجامعي".
- بإعتبار الطالب الجامعي الركيزة الأساسية داخل المجتمع وواحد من بين مقومات تقدم الأمم وإزدهارها وجب اعطاء تفسير علمي لظاهرة إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي والتفاعل معه ومع ما تحمله من قيم في مضامينها.
- إستفادة الطلبة بإعتبارهم محل الدراسة من النتائج المتوصل إليها.

خامسا: تحديد المفاهيم

تعتبر عملية تحديد المفاهيم من الخطوات اللازمة في مسار أي دراسة أو بحث علمي لأنها تعتبر رموز تعكس مضمون فكر أو سلوك أو موقف لأفراد مجتمع البحث بواسطة لغتهم، أو أنها تجريدات الأحداث واقعية، وهذا ما يسمح بالحصول على نظرة شاملة عن محتوياته قبل الدخول في التفاصيل، كما أن الإنطلاق من مفاهيم صحيحة متفق عليها يعبر على قدر كبير من الأهمية لفهم واستيعاب محتوى الدراسة، وفيما يلي سنحاول تحديد المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

1 - مفهوم الدور:

لغة:

- جاء في لسان العرب: "دار الشيء يدور دورا ودوران، والدهر دورا بالإنسان."⁽¹⁾، أي الدور هو مناوبة يقوم بها الإنسان في نشاط معين، أي دار به.
- "دار الشيء، يدور، دورا، أي إستدار ويستدير إذ طاف حول الشيء أو عاد إلى الموضوع الذي إبتدأ منه."⁽²⁾ بمعنى عاد لأصل لموضوعه.

(1) ابن منظور، لسان العرب، مج1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص323.

(2) محمد الزبيدي المرتضي، تاج العروس من جواهر القاموس، دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، 2002، ص315.

إصطلاحاً:

- "المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد، والذي يحدد واجباته وحقوقه الإجتماعية".⁽¹⁾
- ويعرفه "زكي بدوي": "أن الدور هو الذي تحدده المعايير الثقافية، وهو مجموعة من أنواع السلوك المتوقعة ممن يقومون بدور معين وبين الدور المفروض في حدود السلوك الخاص بهذا الدور".⁽²⁾

إجرائياً:

- الإسهامات التي تقدمها شبكات التواصل الإجتماعي فيما يخص تشكيل القيم الإجتماعية سواء كانت تلك الإسهامات مكتوبة أو مسموعة أو مرئية.

2- مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي:

إصطلاحاً:

- عرفها (شريف اللبان) بأنها: "خدمات توجه على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية سواء عامة أو خاصة، منه خلال نظام معين يتحكمون فيه المستخدمون لمن يستطيع مشاركتهم في رؤية بياناتهم".⁽³⁾
- عرفها (محمد عواد) بأنها: "تركيبية إجتماعية تتم صناعتها من أفراد وجماعات ومؤسسات ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) بإسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات تنتشع فريق معين أو انتماء إلى شركة ما أو محل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمق كطبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص".⁽⁴⁾
- ويعرفها أيضا (يعقوب شدان خليل أبو يعقوب): "هي مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم مجموعات إهتمام أو شبكات إنتماء من خلال خدمات التواصل مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين

(1) احسان محمد الحسن، موسوعة علم إجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط 1، ص 289.

(2) أحمد زكي بدوي، معجم العلوم الإجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 1983، ص 360.

(3) درويش شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، دار العالم العربي، القاهرة مصر، 2010 ص 78.

(4) محمد منصور عواد هيبية، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، ط 1، عمان، 2016 ص 27.

ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم المتاحة كما تضمن مواضيع خاصة من كتابات وصور وافلام ودردشات وتعارف.⁽¹⁾

- هي "مواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل مع الأفراد في بيئة تعلم إفتراضية يجمعهم حساب مجموعات أو إهتمام أو شبكات انتماء." ⁽²⁾
- يعرفها "غازي المدني": "تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم وضمن علاقات محددة، مثل صداقات أو أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكة من خلال إستمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم." ⁽³⁾
- إجرائيا: هي مجموعة من المواقع الإلكترونية في الأنترنت تتاح من خلالها الفرصة للفرد للتواصل في بيئة إفتراضية سواء كانوا أصدقاء أو أشخاص جدد، لتوفير خدمات متنوعة ومتعددة للتعبير عن الرأي بحرية ولالإحتكاك بثقافات مختلفة.

3- التشكيل:

لغة:

- معجم الوسيط: "من الجذور اللغوي (شكل، يشكل، تشكيل) فتشكل أي تصور وتمثل." ⁽⁴⁾ بمعنى آخر صار شكل، أوصورة الشيء وما يرجى والتشكيل.
- في لسان العرب: "شكل، يشكل، تشكيل، والتشكيل يعني الشبه والمثل، يقال على شكل هذا، أي على مثاله وهذا الشكل بهذا أي أشبه به، وشاكله الإنسان، شكله ومذهبه وطريقته، وشكل الشيء صورته المحسوسة والمتوهمة، وتشكل الشيء كتصور وشكله صورة." ⁽⁵⁾

⁽¹⁾ يعقوب خليل شدان أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة مقدمة لإستكمال درجة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2015، ص10.

⁽²⁾ حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، العدد 176، (الجزء الثاني)، جامعة الأزهر، 2017، ص25.

⁽³⁾ اسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة القرى نموذجاً" مجلة الأداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المملكة العربية السعودية، 2014، ص399.

⁽⁴⁾ إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، ج1، دار أحياء التراث العربي، بيروت، ص493.

⁽⁵⁾ ابن منظور، لسان العرب، مادة (شكل)، إحياء التراث العربي، ط9، مج9، بيروت، لبنان، 1991، ص 176.

إصطلاحاً:

- "التشكيل يعني إمكانية تعديل سلوك وتعزيز كل الإستجابات التي تقترب من الإستجابات المستهدفة." (1)
- يعرفه سكينر (skinner) أنه: "تشكيل أو تعديل سلوك الإنسان." (2)

إجرائياً:

- هو التراكم المعرفي في المحتوى، وعملية تطوير وتحسين الأفكار والمفاهيم من خلال تدخل الإنسان في هذه العملية وتوجيهها حسب الهدف المخطط له، تتضمن استخدام عناصر مختلفة في بناء شيئاً أو مفهوماً وتعديله لتحقيق فائدة ما والإرتقاء إلى مضمون أكثر نجاعة. حيث يجب مراعاة مدخلات الوسائل التكنولوجية الحديثة وما تفرزه من إعلام.

4- القيم:

لغة:

- أن القيمة مشتقة من الفعل الثلاثي "قوم" الذي له معاني مختلفة وكلمة القيم، جمع قيمة وقيمة الشيء ما يقوم ما يقوم الشيء به، وقيامه الشيء ما يسد ذلك الشيء ويجعله قائماً، بحيث يمكن أن يقوم بغيرها ويقوم غيره عليه أو يستند إليه، وهنا يصبح جذر الكلمة ذا شعب عديدة. (3)
- في تاج اللغة: "جمع مفردة القيمة، وأصله الواو، لأنه يقوم مقام الشيء والإستقامة والإعتدال، يقال: إستقام الأمر". (4) بمعنى إعتدل.

• القيم في القرآن الكريم:

- ورد لفظ "القيم" في العديد من آيات الذكر الحكيم، وهي (القيم) بمشتقاتها المتعددة ومدلولاتها المختلفة وقد وردت في المواضع وبعديد من الصيغ، ولا يمكن إيرادها جميعاً ونذكر التالي:

(1) إبراهيم مناور مرشود السحيمي، شبكات التواصل الإجتماعي ودورها في تشكيل جماعات الإنحراف بين الشباب، رسالة ماجستير جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2015، ص 09.

(2) محمد الجعيان بن عبد الله وعبد الحي علي محمود، علم النفس التربوي، مركز التنمية البشرية، السعودية، 2008، ص 10.

(3) نادية محمود مصطفى وآخرون، القيم في الظاهرة الإجتماعية، دار النشر للثقافة والعلوم، مركز الحضارة للدراسة السياسية أعمال الدورة المنهجية في كيفية تفعيل القيم في البحوث والدراسات الإجتماعية من 6 الى 11 فيفيري 2010، جامعة القاهرة، ص 103.

(4) إسماعيل أبو نصر بن حماد الجوهرى الفارابي، الصحاح، تاج اللغو صحاح العربية، تحقيق عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1970، ص 376.

- "وعد الله المنافقين والمنافقات والكفار نار جهنم خالدين فيها هي حسبهم ولعنهم الله ولهم عذاب مقيم." (1) ويعني لهم عذاب دائم.

- "لم يكن الذين كفروا من أهل الكتاب والمشركين منفكين حتى تأتيهم البينة، رسول من الله يتلو صحفا مطهرة، فيها كتب قيمة." (2) بمعنى مستقيمة مبنية للحق، فيها نصائح وأحكام لسلوك الناس.

إصطلاحاً:

- يعرفها "محمد محمود الجوهري": "أن القيمة هي تصور المجتمع للشئ المرغوب ولهذا التصور أثر يظهر عند معتققي هذه القيمة على السلوك الإجتماعي، فهي فكرة يؤمن بها أفراد المجتمع فيشاركون فيها على عدة مستويات." (3) بمعنى أن القيمة هي ما يركز عليها الأفراد في المجتمع.

- "أن القيم هي جملة المقاصد التي يسعى القوم إلى إحقاقها متى كان فيها صلاحهم، عاجلاً أو آجلاً أو إلى إزهاقها متى كان فيها فسادهم، عاجلاً آجلاً." (4) بمعنى أن القيم هي أهداف يسعى المجتمع إلى تحقيقها في صالحهم ومنفعتهم ورفضها إذا كانت خلاف منفعتهم.

- يرى (سوروكين) أنه يوجد تداخل بين مفاهيم معينة كما المعنى والمعيار، والقيمة حيث يقول: "أن المعنى هو قيمة، وأي قيمة تتطلب معنى وهو قيمة إيجابية أو سلبية، ومن ثمة فإن ألفاظ قيمة والمعنى والمعيار سوف تستخدم لتشير إلى الفئة العامة من الظواهر ذات المعنى." (5)

- وتعرف أيضاً "القيمة أيضاً تعتبر ثابتة نسبياً، لكن هذا لا يعني إستحالة تغييرها أو تعديلها عبر الزمان والمكان بفعل عديد العوامل التي تركزها أو تعيد تشكيلها، وما يتبع عمليات التغير والتغيير. لذلك فمجموعة التصورات والقناعات وما يفرض إجتماعياً ومجموعة الأنتظارات تجعل من القيم موجود معنوي لا يتميز بالثبات." (6)

(1) القرآن الكريم، التوبة 68.

(2) القرآن الكريم، البينة 03.

(3) محمد محمود الجوهري، المدخل الى علم الاجتماع، دار المسيرة، ط1، مصر، 2006، ص34.

(4) عبد الرحمان طه، الحق العربي في الإختلاف الفلسفي، المركز الثقافي العربي، ط2، الدار البيضاء، المغرب، 2006، ص68.

(5) محمد أحمد بيومي، المجتمع والثقافة الشخصية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1986، ص108.

(6) مصطفى شربال، مفهوم القيم في الفلسفة والعلوم، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 40، العدد 40 أكتوبر، 2021 ص529.

- يعرفها "أبو حطب" أنها: "مجموعة من الأحكام يصدرها الفرد على بيئته الإنسانية والاجتماعية والمادية، وهذه الأحكام في بعض أحكامها نتيجة تقويم الفرد أو تقديره إلا أنها في جوهرها نتاج إجتماعي يستخدمها كحاكاة ويمكن أن تتحدد بالتفصيل". (1)

5- القيم الإجتماعية :

إصطلاحاً:

- "يعبر عنها إهتمام الفرد وميوله على غيره من الناس فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم ويجد في ذلك إشباعاً له ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بالعطف والحنان وخدمة الغير". (2)
- وقد وصفها "أحد زكي بدوي" في مفهوم القيم الإجتماعية بوصفها: "الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد كما تصبح من موجبات السلوك أو تعتبر أهداف له وتوصف القيم المرغوب بها القيم الإيجابية في حين توصف القيم غير المرغوب فيها بالقيم السلبية ويتحدد إتجاه القيمة لدى الأفراد وفقاً للمعايير الثقافية في المجتمع وهذا يعني أن هناك منظومات قيم متقابلة في المجتمع". (3)
- كما أنها تعرف على أنها "تلك القيم التي تساعد الإنسان على وعي وإدراك وضبط وجوده الإجتماعي بحيث يكون أكثر فاعلية، وتضبط حاجة الإنسان للإرتباط بغيره من الأفراد ليستطيع أداء دوره الإجتماعي بحيوية وفاعلية". (4)
- عرفها "جودت بني": "الحكم الذي يعيده الإنسان على شئ ما مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع، ويحدد المرغوب والغير مرغوب فيه وهي موجبات السلوك". (5)
- يعرفها "روكيش": "تمثل المعيار الذي يوجه ويحكم تصرفات وإتجاهات الأفراد نحو الأشياء والمواضيع والمواقف، الإيديولوجيات". (6)

(1) جبريل بن حسن العريشي، الشبكات الإجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص77.

(2) أسامة عبد الرحيم، القيم التربوية في صحافة الأطفال، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2005، ص28.

(3) نادية محمود مصطفى وآخرون، القيم في الظاهية الإجتماعية، مرجع سابق، ص 459.

(4) علي خليل مصطفى أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم حليبي، الرياض، 1988، ص251.

(5) جابر جودت بني، علم النفس الإجتماعي، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2004، ص288.

(6) عامر عوض، السلوك التنظيمي الإداري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص79.

- وعرفت أيضا أنها: "المبادئ الجماعية التي يؤمن بها المجتمع ويعتز بها ويحرص عليها، ولذلك فهي ذات صفة جماعية بعكس الإتجاهات التي لها صفة شخصية." (1)
 - القيم الإجتماعية: "هي نتاج خبرات إجتماعية وهي تتكون نتيجة عمليات إنتقاد جماعية يصطلح أفراد المجتمع عليها لتنظيم العلاقات بينهم." (2)
- إجرائيا:**

- وهي القيم التي ينشر بها الأفراد من المجتمع الذي يعيشون فيه، وتسهم في تكوينها وترسيخها عوامل عديدة، كالدين والثقافة ومكوناتها المختلفة في العادات والتقاليد والأنظمة السياسية والإقتصادية القائمة.

6- الطالب الجامعي:

لغة:

- جاء في المنجد في اللغة والإعلام: "الطالب، طلبة وطلاب وطلب وهو التلميذ." (3)
- جاء في لسان العرب: "جمع طلبة، طلاب ويطلق على من يسعى في التحصيل على شيء." (4)

إصطلاحا:

- يعرف بأنه "الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية العالية بالإنقال من المرحلة الثانوية ومرحلة التكوين المهني أو الفني إلى الجامعة لتخصصه الفرعي، بواسطة شهادة تؤهله لذلك، فالطالب أحد العناصر الأساسية والفعالية في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي." (5)
- كما أنه: "هو من أنهى المرحلة الثانوية بنجاح ثم إلتحق بالجامعة، وبدأ احتكاكه ببيئة المناخ الجامعي حيث الحرية في مقابل المسؤولية... إضافة إلى إمكانية بناء الذات قيما أو ديموقراطيا." (6)

(1) فارس راتب الأثقر، إزدواجية القيم لدى الطلبة، دار الزهران للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2015، ص30.

(2) إبراهيم السيد أحمد السيد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية والإنجاز ملخص أطروحة دكتوراه، (جامعة الزقازيق: قسم العلوم الاجتماعية، 2005، ص 02.

(3) المنجد في اللغة والإعلام، ط40، دار الشروق، لبنان، 2003، ص762.

(4) ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق ذكره، ص239.

(5) فضيل دليو وآخرين، إشكالية المشاركة الديموقراطية في الجامعة الجزائرية، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، قسنطينة، 2006، ص226.

(6) مختار السيد عبد الجواد، قضايا المجتمع العربي في عصر المعلومات، المؤتمر السنوي العاشر، دار الفكر العربي، القاهرة 2002، ص16.

- يعرفه (عبد الله محمد عبد الرحمان): "الطلبة أنهن هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية." (1)
إجرائيا:

- هو ذلك الفرد أو الشخص الذي يملك مؤهلات علمية تسمح بالإلتحاق بالجامعة والمعاهد العليا بحيث يمارس تكوين ضمن تخصص علمي معين، بغية الحصول على شهادات علمية عليا.

سادسا: صعوبات الدراسة

إن البحث السوسولوجي من أكثر البحوث التي يصادفها إختلاف وجهات النظر وإختلاف وتباين الجانب الإمبريقي وأحيانا قصور الأدوات العلمية المعدة لهذا البحث أو سوء إستعمالها في أحيان أخرى. لذلك فالبحث السوسولوجي عامة تصادفه عراقيل يصعب تجاوزها بسهولة ويسر.

وفي هذه الدراسة الموسومة ب: " دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطلاب الجامعي" واجه الباحث عديد من الصعوبات:

- حداثة مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي الذي لم يتم حصر مجالاته ولم يتم التحكم في حدوده بعد.
- قلة تناول العلمي لموضوع القيم الإجتماعية من قبل علماء ومفكري علم الإجتماع مما صعب على الباحث الخوض في مجالات واسعة لا يمكن الإنصراف عنها علميا.
- تنوع المصادر والمراجع والأطروحات الفكرية في مجال شبكات التواصل الإجتماعي مما صعب عملية الفرز والتمحيص.
- عدم إمتلاك الوقت الكافي.
- قلة المراجع والكتب الموجودة بالمكتبة المتعلقة بالمتغير التابع (القيم الإجتماعية).

(1) عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسولوجيا التعليم العالي، دراسة في علم إجتماع تربوي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991 ص92.

خلاصة الفصل

تناولنا في الفصل الأول موضوع الدراسة المتمثل في طرح الإشكالية وتساؤلاتها وفروض الدراسة ومبررات إختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، تطرقنا أيضا لتحديد مفاهيم الدراسة والصعوبات التي تمت مواجهتها في الدراسة.

الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة

تمهيد

أولاً: الدراسات السابقة

ثانياً: المقاربات السوسولوجية

المفسرة للدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

يعتمد كل بحث علمي على التراكم المعرفي المتعلق بموضوع البحث لذلك يتعين علينا الاهتمام بالتعامل مع الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع وتحليلها وتقييمها بعناية لتجاوز الفجوات المعرفية لتوثيق المعارف السابقة، بالإضافة إلى ذلك يتطلب البحث العلمي الإستناد على خلفية نظرية كسند علمي للتعرف على موضوع الدراسة ودعمه بتوثيق المصادر لأجل العمل على التقليل من الغموض المحتمل وتعزيز الجدية العلمية للبحث من خلال النقاش النظري وتوضيح الأفكار المطروحة للدراسة.

أولاً: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة من أهم الخطوات المنهجية في أي بحث علمي، يستعين به الباحث لتدعيم دراسته من خلال ضبط خطته والتزود بالمفاهيم والمعايير والمصطلحات التي يحتاجها، وهنا سنستعين ببعض الدراسات التي يمكن أن تكون قريبة من موضوع بحثنا:

1-الدراسات المحلية:

▪ الدراسة الأولى:

○ عنوان الدراسة: "إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية -دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك".

○ الباحثة: مريم نريمان نومار، وهي مذكورة كمكلمة لنيل شهادة الماجستير في علم العلوم والإتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة.

○ جامعة باتنة، لسنة (2012).

○ فرضيات الدراسة:

- تختلف طرق إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي فيسبوك لدى الجزائريين من مستخدم لأخر تبعاً لمتغيري الجنس والسن.

- يلجأ مستخدموا فيسبوك في الجزائر إليه سبب فراغ إجتماعي وعاطفي.

- إستخدام الفيسبوك يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الإجتماعية وتقلل من إتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه.

- إستخدام منهج المسح الوصفي في الدراسة والإعتماد على العينة العنقدية بحيث بلغ عددها (200) مفردة وإعتمد الباحث على أداء الملاحظة والإستبيان.

○ نتائج الدراسة:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في إستخدام الشبكات الإجتماعية بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات ومشاركة الأصدقاء بالدرجة الأولى.

- أن المبحوثون يستخدمون الشبكات الإجتماعية منذ سنة إلى ثلاث سنوات .
- أن المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند إستخدامهم لموقع الفايسبوك.
- أن هذا الأخير يؤثر في الإتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الإجتماعي.
- بالنظر إلى هذه الدراسة فقد توافقت مع دراستنا الحالية في كونها دراسة ميدانية، وكذلك تناول كلتا الدراستين متغير شبكات التواصل الإجتماعي.
- من جهة أخرى كان بعض الإختلاف حيث كانت في طريقة في طريقة إختيار المنهج، حيث إعتمدت الباحثة على المنهج المسحي الإجتماعي بينما دراستنا إعتمدت على المنهج الوصفي.
- وأيضاً الإختلاف في العينة المعتمدة حيث إعتدنا في دراستنا على العينة الطبقية بينما في الدراسة الأخرى إعتد على العينة القصدية.

وفي المجمل كانت الإستفادة في:

- أنها تناولت مبحث مفصل حول شبكات التواصل الإجتماعي إستعنا به في دراستنا الحالية.
- أفادتنا هذه الدراسة في تحديد الخلفية النظرية للدراسة، والإستفادة من النتائج.

■ الدراسة الثانية:

- عنوان الدراسة: "أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل القيم الإجتماعية لدى الشباب الجامعي".
- الباحثة: ربحانة بلوطي، وهي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الإعلام والإتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع.
- بجامعة الخضر باتنة لسنة (2021).
- فروض الدراسة:

- يستخدم الشباب الجزائري الجامعي النشر الإلكتروني بمختلف الأساليب لنشر القيم عبر شبكات التواصل الإجتماعي.

- تساهم المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الإجتماعي لتثبيت القيم الإجتماعية المكتسبة لدى الشباب الجزائري.

- تحديد شبكات التواصل الإجتماعي تأثيرا بالأيجاب أو بالسلب على القيم الإجتماعية.

- تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية المعتمدة على منهج مسح لعينة عرضية مكونة من 375 شاب جزائري موزع عبر (22) ولاية جزائرية.

- إستعمل الإستبيان الإلكتروني كأداة جمع البيانات.

○ نتائج الدراسة:

- يعتبر موقع فيسبوك الأكثر رواجاً بين مواقع الشبكات الإجتماعية والأكثر تناولاً للقيم الإجتماعية دون غيره.

- إستخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الإجتماعي في السياق القيمي يأتي من منطلق البحث عن تعزيز القيم الإجتماعية.

- أكدت الدراسة على دور شبكات التواصل الإجتماعي في تداول القيم الإجتماعية من خلال التوجه نحو التفاعل معها أكثر.

بالنظر إلى هذه الدراسة فقد توافقت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في تناول نفس المتغير المستقل والمتغير التابع الذي يتمثل في شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية، أيضاً توافقت الدراستين في الإعتماد على نفس أدوات الدراسة وهي الإستبانة والتوافق في مجتمع الدراسة وهو طلاب الجامعة.

- من جهة أخرى كان بعض الإختلاف حيث إختلفت هذه الدراسة عن دراستنا الحالية في طريقة إختيار المنهج حيث إعتد الباحث في دراسته على المنهج المسح بينما إعتدنا في دراستنا على المنهج الوصفي.

- وأيضاً الإختلاف في عينة البحث حيث إستعنا بالعينة التطبيقية في دراستنا خلاف الباحث الذي إعتد على العينة العرضية.

وفي المجمل كانت الإستفادة في:

- مساعدتنا على تشكيل مسارا للبحث من مشكلة الدراسة إلى وضع التساؤلات الرئيسية المحددة للدراسة.
- تدعيم الإطار النظري لتناولها المتغيرات بشكل مفصل.
- الإثراء في رصيد المراجع المفيدة للدراسة.

■ الدراسة الثالثة:

- عنوان الدراسة: "أثر مواقع الشبكات الإجتماعية في نشر الإنحراف السلوكي لدى الشباب-دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة قسنطينة".
- الباحث: عبد الله ملوكي دراسة ميدانية على عينة من الشباب من مدينة قسنطينة وهي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإعلام والاتصال.
- بجامعة باتنة، سنة 2018.

فرضيات الدراسة:

- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية من مضامين العنف والعدوان من خلال مواقع الشبكات الإجتماعية وتعزيز إنتشار السلوك المنحرف لدى شباب مدينة قسنطينة.
- يساهم عدم وعي المستخدم بشروط الخصوصية وقواني استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز انتشار السلوكيات الانحرافية المرتبطة بالجرائم الإلكترونية لدى شباب مدينة قسنطينة.
- تساهم عدم الكفاءة التقنية لدى الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز إنتشار الإنحراف السلوكي المرتبط بالقرصنة والجرائم الإلكترونية لدى شباب مدينة قسنطينة.
- إستعان بثلاث: مناهج المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الكمي والمنهج الإحصائي، ولقد إستعان الباحث بالعينة القصدية وإختار (305) مفردة لتمثيل المجتمع الكلي للدراسة.
- ولجمع البيانات إختار الباحث أداة الاستبانة.

نتائج الدراسة:

- موقع الفيسبوك يعتبر من أبرز مواقع الشبكات الإجتماعية وأكثرها إستخداما عند أكثر من (90%) من عينة الدراسة الذكور وعند أكثر من (77%) من عينة الدراسة الإناث.
- يعتبر المنزل أبرز الأماكن المفضلة لإستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية والتعرض لمضامينها لدى (98) من مفردات الدراسة.
- لا توجد أوقات محددة لإستخدام والتعرض إلى مواقع الشبكات الإجتماعية لدى (50%) من الإناث و47% من الذكور، في حين تعتبر الفترات الليلية من أبرز الفترات المفضلة للتعرف على مختلف المضامين وإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي ذلك عند 34,4% من مجموع المبحوثين.
- توجد علاقة إرتباطية جدا ذات دلالة إحصائية بين قبول عينة الدراسة لأشخاص غرباء من خلال مواقع الشبكات الإجتماعية وأنواع الإنحرافات السلوكية التي يتعرضون إليها.
- بالنظر لهذه الدراسة فقد توافقت مع دراستنا الحالية في طريقة إختيار منهج الدراسة وهو المنهج الوصفي وكلتا الدراستين إستعملوا الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وكذلك تناول كلتا الدراستين لنفس المتغير وهو شبكات التواصل الإجتماعي.
- من جهة أخرى كان بعض الإختلاف حيث كان مجتمع بحثنا طلاب الجامعة بينما إستعانالباحث بعينة من شباب قسنطينة.
- وأيضا الإختلاف في عينة الدراسة حيث إستعان الباحث في دراسته على العينة القصدية بينما تم الإعتماد في الدراسة الحالية على العينة الطبقية.

في المجمل كانت الإستفادة في:

- أنها تناولت مبحث مفصل حول شبكات التواصل الإجتماعي إستعنا به في دراستنا.
- الإقتصاد الجهد في الدراسة.

2- الدراسات الأجنبية :

▪ الدراسة الرابعة:

- عنوان الدراسة: "أثر استخدام شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية (فيسبوك، بيبو يوتيوب) "
- الباحث: ميشيل فانسون لسنة (2010).

- إتبعنا الدراسة المنهج المسحي وحاولت تقديم منهج للدراسة وتفسير الظاهرة وتحليل ما توصلت إليه.

- مجتمع البحث والعينة: إعتد على عينة قام بها (1600) مفردة وهم شباب من مختلف أنحاء بريطانيا.

○ نتائج الدراسة:

- أن شبكات التواصل الإجتماعي غيرت من علاقاتهم الإجتماعية ونمط حياتهم.

- أن نصف مستخدمي الأنترنت يفضلون اليوتيوب كأحد مواقع التواصل الإجتماعي.

- يلاحظ عن هذه الدراسة أنها ركزت على العلاقات الإجتماعية للتواصل بين الأفراد وسوقت الفضاء الافتراضي في العالم.

بالنظر إلى هذه الدراسة فقد توافقت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في نفس المتغير وهو شبكات التواصل الإجتماعي.

- من جهة أخرى كان بعض الاختلاف يتمثل في إختيار المنهج حيث إعتدنا في دراستنا الحالية على المنهج الوصفي بينما إعتد على المنهج المسحي في الدراسة السابقة، وأيضاً الاختلاف في مجتمع البحث وعينة البحث حيث هذه الدراسة عينتها تقدر بـ (1600) مفردة هم شباب من أنحاء بريطانيا إختيرت عشوائياً بينما مجتمع دراستنا هو طلاب الجامعة، وإستعنا بالعينة الطبقية كعينة بحث.

وفي المجمل كانت الإستفادة في:

- لقد أفادتنا هذه الدراسة في الجانب النظري والذي هو شبكات التواصل الإجتماعي.

- ساعدتنا هذه الدراسة في تحديد المصطلح للدراسة وتحديد قيم قابلة للقياس.

3 - الدراسات العربية:

▪ الدراسة الخامسة:

○ عنوان الدراسة: شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً).
-الباحث:"الطيار فهد بن علي بن عزيز"، وهو عضو بهيئة التدريس بكلية الملك خالد العسكرية لسنة 2014.

○ فرضيات الدراسة:

- بيان الآثار السلبية المترتبة على إستخدام طلاب لشبكات التواصل الإجتماعي.
- بيان الآثار الإيجابية المترتبة على إستخدام طلاب لشبكات التواصل الإجتماعي.
- بيان أثر شبكات التواصل الإجتماعي في تغيير القيم الإجتماعية لدى طلاب الجامعة.
- إعتد في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي بإستعمال أداة الإستبيان لجمع المعلومات اللازمة.
- إختار عينة عشوائية من طلاب جامعة الملك سعد بالرياض لكي تكون العينة النهائية (2274) إستمارة صالحة للتحصيل الإحصائي و (77) إستمارة لعدم صلاحيتها للتحليل.

○ نتائج الدراسة:

- ترتب الآثار السلبية من وجهة نظر الطالب تمثلت في إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر.
- تساعد على الهروب من الواقع.
- أثر شبكات التواصل الإجتماعي في تفسير القيم الإجتماعية والمبادئ لطلاب الجامعة، وبين وجهة نظر الطلاب تمثلت في تعزيز إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي.
- الأهمال في الشعائر الدينية والهروب من الواقع.
- العزلة وضعف التفاعل في المجتمع.

- أهم الآثار الإيجابية: الإطلاع على أخبار البلد من خلال شبكات التواصل الإجتماعي وساهمت في زيادة التفاعل الإجتماعي وتعريف الأفراد بثقافتنا وأهم مظاهر تغير القيم نتيجة شبكات التواصل هي:
- تعزيز إستخدام الطالب لشبكات التواصل الإجتماعي.
- القدرة على مخاطبة الجنس الاخر بجرأة.

بالنظر إلى هذه الدراسة فقد اشتركت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في تناولها للمتغيرات الخاصة بدراستنا، وهي شبكات التواصل الإجتماعي والقيم وأيضاً توافقت الدراستين في المنهج المتبع في هذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي، ولقد توافقت هذه الدراسة مع دراستنا في مجتمع البحث الذي هو الطالب الجامعي وإستعمال كلتا الدراستين الإستبانة كأداة لجمع البيانات.

- ومن جهة أخرى إختلفت الدراستين في العينة المختارة حيث في دراستنا الحالية تم الإستعانة بالعينة الطبقية خلاف الدراسة السابقة التي إعتمدت على العينة العشوائية البسيطة.

وفي المجمل كانت الإستفادة في:

- تدعيم الإطار النظري وتحديد بعض المفاهيم الخاصة بالدراسة الحالية.
- كما تمت الإستفادة من الخطوات المنهجية (الإستبيان، العينة).
- الدراسة السادسة:
- عنوان الدراسة: "دور القيم الإجتماعية في الوقاية من الجريمة".
- الباحث: سعيد علي رافع الحسنيه وهي مذكرة مكملة لنيل الماجستير.
- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، نزلاء إصلاحية الحائر، لسنة 2005.
- فرضيات الدراسة:

- ما هي القيم التي تعمل على الوقاية من الجريمة.
- دور المؤسسات الإعلامية في إكتساب الفرد للقيم الإجتماعية والوقاية من الجريمة.

- إستخدم في هذه الدراسة المنهج المسح الوصفي، كما إعتمدت على إستبانتين الأولى: لطلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وتكونت عينتها من (400) مبحوث، الإستبانة الثانية بنزلاء إصلاحية الحائر وتكونت أيضا عينتها من (400) مرتكبي الجرائم، وتم إختيار العينة العشوائية.

○ نتائج الدراسة:

-تفاوتت إتجاهات الطالب عن السجناء نحو القيم حيث أن الطلاب يتمسكون بالقيم الإجتماعية وتمسك النزلاء بسيط.

- وجد أن إتجاهات الطلاب حول قيمة الأمانة وإحترام حقوق الجار وحب العمل والولاء الوطني والممتلكات العامة أعلى من إتجاهات النزلاء.

-أن للإعلام دور هام في غرس القيم الإجتماعية لدى الطلاب، ثم لدى الطالب ثم لدى السجناء بنسبة أقل.

وبالنظر إلى هذه الدراسة فقد توافقت مع الدراسة الحالية في مجتمع البحث وهو طلاب الجامعة، وكلتا الدراستين تدرس نفس المتغير وهو القيم الإجتماعية وأيضا كلتا الدراستين إستخدما المنهج الوصفي ونفس أدوات الدراسة وهي الإستبيان .

- وأيضا إختلفت هذه الدراسة في عينة الدراسة حيث إستعان الباحث في الدراسة السابقة على العينة العشوائية وإستعنا في الدراسة الحالية على العينة الطبقية.

وفي المجمل كانت الإستفادة في:

- إستفدنا من هذه الدراسة في المساعدة في الإطار النظري لتناولها متغير القيم الإجتماعية.

- معرفة النقاط المخفية في دراستنا بإسترجاع مضمون هذه الدراسة السابقة.

■ الدراسة السابعة:

○ دراسة بعنوان: "إستخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي والإشباع المتحققة".

○ الباحث: صلاح محمد أبو صلاح، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة.

○ الجامعة الإسلامية، غزة، لسنة 2014.

○ فرضيات الدراسة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي.

- توجد دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) بين استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الاستخدام.

- وهي دراسة وصفية وإعتمد على المنهج المسحي وإستخدام صحيفة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات من المبحوثين والمقابلة كأداة ثانوية، وإستخدام العينة الطبقية.

○ نتائج الدراسة:

- تتمثل (90 %) من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبينت الدراسة أن الفيسبوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي إستخداما بنسبة (95%) بالمئة من العينة، تلاه اليوتيوب بنسبة 59,4% ثم "جوجل بلص" بنسبة 28,8% ثم تويتر بنسبة (27,1%)

- وجود فروق في الإستخدام لصالح الذكور وكشفت عن فروق لصالح طلبة جامعة الأزهر في الإستخدام.

- مستوى الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي تأتي بدرجة متوسطة وأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على متابعة وسائل الإعلام الأخرى.

بالنظر إلى هذه الدراسة فقد توافقت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في تناولها لنفس المتغير وهو شبكات التواصل الاجتماعي وأيضا توافقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في عينة الدراسة حيث تم الإعتماد على العينة الطبقية.

- وأيضا لهما نفس مجتمع الدراسة والمتمثل في الطلبة الجامعيين.

- من جهة أخرى إختلفتا كلتا الدراستين في المنهج المعتمد وأداة جمع البيانات، حيث إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الدراسة المسحي بينما في الدراسة الحالية إعتمدنا على المنهج الوصفي، وإعتمدت هذه الدراسة على صفيحة الإستقصاء أساسا كأداة لجمع البيانات بإختلاف الدراسة الحالية التي إعتمدت على الإستمارة.

وفي المجمل كانت الإستفادة في:

- تعزيز دراستنا الحالية وإيضاح مسارها.

- تصفح مضمونها يمكن الباحث من العثور على المراجع المفيدة للدراسة الحالية.

ثانياً: المقاربات السوسولوجية المفسرة للدراسة

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

وتعرف النظرية على أنها مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عالي من التجديد، والتي يمكن تولد الإفتراضات التي يتم إختيارها بالمقاييس العلمية، على أساسها يمكن توضيح التنبؤات على السلوك.⁽¹⁾

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

ولهذا إعتدنا على النظريات التالية لتفسير موضوع دراستنا.

أولاً: نظرية الإستخدامات والإشباع

- هي من النظريات التي تقوم على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية وإجتماعية، وحسب (بلومر وكاتز) فإن هذه النظرية تهتم بدراسة الجوانب النفسية والإجتماعية للأفراد لتحديد الإحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص148.

1-تعريفها :

ويعرف " بلوملر Blumler G.J" مدخل الإستخدامات والإشباع بأنه "إستراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة إتصالية معينة، ويعد المدخل أرضية خصبة لإقتراحات الفروض المتعلقة بتوجيهات الجمهور التي تنشأ عن أكثر من نظرية سيكولوجية".⁽¹⁾

تقتض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات.⁽²⁾

2-نشأتها:

من المنظور التاريخي نجد أن هذه النظرية قد بدأت منذ الأربعينيات في دراسة مضمون وسائل الإعلام يشكل أكثر من تركيزها على إختلافات إشباع الفرد. حيث يعد "إلياهو كاتز" أول من وضع اللبنة في بناء مدخل الإستخدامات والإشباع فقد دعى إلى التركيز على ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام والتعرف على الإشباع التي يحققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور.

ومن أهم الدراسات التي قامت عليها هذه النظرية دراسة (هيرتا هيرزج) في عام 1944 التي إستهدفت الكشف عن إشباع مستمع المسلسلات اليومية من خلال إختيار متعمق، وتوصلت إلى تصنيف هذه الإشباع إلى إشباع عاطفية تهتم بتحرير العواطف والأحاسيس بالإضافة إلى أنها أحد أشكال المتعة بجانب تقديمها النصيحة للقارئ، ووجدت أن الرضا والإشباع عند السيدات تختلف بإختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.⁽³⁾

وقد كان أول ظهور لهذه النظرية بطريقة كاملة في كتاب "إستخدام الإتصال الجماهيري" لكاتز وبلومر " في سنة (1974)، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي يقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من القرض لها في جانب آخر.⁽⁴⁾

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية عمان، ص255.

(2) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص127.

(3) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2004، ص272.

(4) مصطفى يوسف الكافي، الرأي العام ونظريات الإتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص214.

3- فروض نظرية الإستخدامات والإشباعات :

ومن أهم الفروض التي يسعى مدخل الإستخدامات والإشباعات إلى قياسها:

✓ يقوم أفراد الجمهور تحديد إحتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل والرسائل الإعلامية التي تتشبع تلك الإحتياجات.

✓ يستطيع أفراد الجمهور تحديد إحتياجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل والرسائل الإعلامية التي تتشبع إلا تلك الإحتياجات.

✓ يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال التعرف على إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .

✓ يشارك أعضاء الجمهور في عملية الإتصال الجماهيري بفاعلية ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى واقعهم.(1)

✓ يعبر إستخدام وسائل الإتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور في ذلك عوامل الفروق الفردية والتفاعل الإجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.(2)

✓ يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافع وإسهاماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لإستخدامه لوسائل الإعلام.(3)

4- أهداف نظرية الإستخدامات والإشباعات:

تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف هي:

✓ التعرف على كيفية إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

✓ توضيح دوافع إستخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل على نتيجة هذا الإستخدام.

✓ التركيز على أن فهم عملية الإتصال الجماهيري يأتي نتيجة لإستخدام وسائل الإتصال الجماهيري.(4)

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص255.

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

(3) مصطفى يوسف الكافي، الرأي العام ونظريات الإتصال، مرجع سبق ذكره، ص215.

(4) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1 ، 2003، ص255.

5- الإنتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

- ✓ شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوماً على هذه النظرية ومنظورها من منطلق أو منطلقات مزعومة تقدره النظرية بأنها لها القدرة على إرادة الجمهور والرأي من باب الوسائل والمضامين التي تم إختيارها ومن أبرز الإنتقادات التي وجهت نظرية الإستخدامات والإشباعات.
- ✓ أنها تشابهت في إستخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.
- ✓ إشتراك في إستخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدرجياً وتبعاً لكثافتها⁽¹⁾.
- ✓ لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباعات التي تم إقرارها وبين الأصول الإجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.
- ✓ تنتظر البحوث التي تستند على الإستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الإتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الإتصالي، في حين أن الرسالة الإتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق إختلالاً وظيفياً للبعض الأخر.
- ✓ المدخل يعتبر الجمهور مجرد كائنات غريزية تهدف للطمع والبحث عن الحاجة والإشباع فقط⁽²⁾.

- إسقاط نظرية الإستخدامات والإشباعات على موضوع الدراسة:

من خلال ما تناولناه في دراستنا التي تندرج تحت دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي فقد إرتأينا توظيف نظرية الإستخدامات والإشباعات كونها تقدم فرضيات أن وسائل الإعلام تسعى دائماً إلى إتباع الحاجات الفردية، بمختلف أشكالها وتحقيق رغباتهم الكامنة أثناء تعرضهم لوسائل الإعلام، غاياتهم الأساسية إشباع الدافع الذي يرغبون في الوصول له وتحقيقه، وذلك عن طريق إختيار الوسيلة التي يراها مناسبة.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال، مرجع سبق ذكره، ص 85.

(2) جنيفر دهالس، نظرية الإستخدامات والإشباعات، مقياس: نظريات الإعلام والإتصال/أعمال موجهة، جامعة وهران 1، أحمد بن بلة، 2019/2020، ص14.

وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في تشكيل القيم الاجتماعية التي يتم إستعمالها من طرف الطلبة الطلبة، كون هذه الفئة هي الفئة الجوهرية في البناء الاجتماعي، بحيث تؤثر عليهم من خلال تعرضهم لمختلف القضايا التي تنتشر من طرف هذه الشبكات سواء تكوين آراء عنها أو المشاركة فيها أو نشر مختلف القيم الاجتماعية أو اكتسابها بهدف إشباع رغباتهم وتعزيزها، وهذا ما سوف نسعى إليه في هذه الدراسة.

ثانيا: نظرية التفاعلية الرمزية

إن نظرية التفاعلية الرمزية تعتقد أن الحياة الاجتماعية للفرد هي مجرد نتيجة التفاعلات التي تقوم بين نظم البشر التي تكون ناجمة عن الرموز التي أسسها الأفراد نحو الآخرين بعد التفاعل معهم، فعند حدوث عملية التفاعل من الأشخاص يكون كل فرد منهم صورة ضمنية ذهنية تكون عن شكل عوالم رمزية للمساعدة في خلق معنى للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد حيث يركز الأفراد في تصرفاتهم على فهم ذلك المعنى ضمن السياق الاجتماعي ويتعاملون حسبه.

1- تعريف التفاعلية الرمزية

يرجع أصحاب هذه النظرية جذور النظرية التفاعلية الرمزية، إلى أفكار عالم الاجتماع الألماني (ماكس فيبر) الذي أكد على أن فهم المجتمعات يكون من خلال إتجاهات الأفراد الذي تتفاعل معهم.

يشير مصطلح التفاعلية الرمزية إلى عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة وإتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم وإستخدام هذا المفهوم بتميز النمط من العلاقات الاجتماعية ولتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره.⁽¹⁾

- يشير مصطلح الرمز إلى: "الشيء الذي يشير إلى شيء عبر عنه بالمعنى، كالعلاقات والإشارات والقوانين المشتركة، واللغة المكتوبة."⁽²⁾

يوم <http://sic-oueno.com/t11-topic/15:16h/2023/02/21>⁽¹⁾

⁽²⁾مصطفى لوجلال، علم إجتماع المعاصر بين الإتجاهات والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية، 2015، ص130.

- يقصد بالتفاعل الرمزي: ذلك التفاعل الذي يكون بين الأفراد، ضمن نسق مجتمع معين ويظهر ذلك التفاعل في مجموعة من السلوكيات التي يقوم بها فاعل ما في علاقة بالسلوك الذي يصدر عن الفاعل.⁽¹⁾

- وهناك من يرى أن الرمزية تعني "وجود شيء ما يحل مكان شيء آخر سواء كان ماديا أو معنويا أو شكليا ما دام يتضمن المعنى الرمزي بالنسبة لجماعة معينة، فمثلا تمثال معين يرمز إلى وجود المعنى الرمزي لشخصية معينة، أو إلى حدث أو فكرة الذي يرمز لها."⁽²⁾

2- الجذور الفكرية للتفاعلية الرمزية

تعود جذور هذه النظرية إلى الدراسات الكلاسيكية لعلم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة والبراجماتية الأمريكية، التي تأسست في السنوات الأخيرة من القرن (19)، وتتمثل في تحليلات "البون سمور" و"وليام توماس"، لا سيما توماس الذي في نشر كتابه "الفلاح البولندي".

وهي من بين النظريات الاجتماعية التي ساهمت في توضيح تشكيل القيم الاجتماعية في البيئات الاجتماعية المختلفة، وظهر مصطلح "التفاعل الرمزي"، على يد "هربرت بلومر" سنة (1937) وهو أحد تلاميذ "جورج هيربرت ميد"، مؤلف كتاب (العقل والذات والمجتمع)، وهو المتزعم الأول للتفاعلية الرمزية التي حاولت الربط بين الحياة الداخلية للفرد (الذات والعقل)، ولين المجتمع الذي ينطوي على نظام قيمى لأحكام قيمة أخلاقية مصدرها للتفاعل الاجتماعي.⁽³⁾

وقد تأثر "جورج هيربرت ميد" عند تأسيسه للتفاعلية الرمزية بأفكار "وليم وينت" العالم الألماني المتخصص في علم النفس الفردي وعلم النفس الفيزيولوجي.⁽⁴⁾

(1) نظريات علم الاجتماع، جامعة الكتب الإسلامية، مج1، http. Ketab online.com، ص94.

(2) مصطفى لوجلال، علم إجتماع المعاصر بين الإتجاهات والنظريات، مرجع سبق ذكره، ص247.

(3) مصطفى شربال، دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم والوعي الاجتماعي للطالب الجامعي "دراسة ميدانية بجامعة جيجل" أطروحة مكتملة لنيل شهادة "الدكتوراه"، جامعة سطيف، 2021، ص 109.

(4) رضا بن تامي، نظريات في خدمة العلوم الاجتماعية "قراءة في دورة نظرية التفاعلية الرمزية"، مجلة منيرفا، مجلد04، عدد01 الجزائر، 2017، ص03.

وتحاول التفاعلية الرمزية الربط بين الحياة الداخلية للفرد والذات والعقل وبين المجتمع وما ينطوي عليه من نظام قيمي وأحكام قيمية وأخلاقية يمكن إصدارها على الفرد الذي يكون مصدرها التفاعل الاجتماعي.⁽¹⁾

وقد ساهمت التفاعلية الرمزية في دراسة القضايا المتعلقة بالإعلام والاتصال خاصة بالقضايا المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام في إدراك الأفراد للحقائق الاجتماعية، حيث كشفت أن وسائل الإعلام قد تقدم للجمهور وقعا مختلفا تماما لما كان.⁽²⁾

3-المبادئ الأساسية للنظرية التفاعلية الرمزية:

- ✓ يحدث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلها في فترة زمنية معينة.
- ✓ بعد عملية التفاعل يكون كل فرد على الطرف المتفاعل معه صورة رمزية ذهنية وهذه الصور لا تعكس جوهر الشخص وحقيقته الفعلية وإنما تنعكس الانطباعات التي كونته إتجاه ذلك الشخص، فتلك الصورة النمطية التي حملها الشخص عن الفرد الآخر في عملية التفاعل تكون عالقة بذهنه بمجرد السماع عنه أو مشاهدته أو التحدث إليه بدون التأكد صحية ما سمعه أو شاهده، لأن الشخص يعتبر الفرد الآخر رمزا والرمز هو ما يحدد طبيعة التفاعل والصورة الذهنية التي تظهر للسطح عن ذلك الطرف الآخر قد تكون سلبية أو إيجابية هي نتيجة ذلك الانطباع.
- ✓ حينما تتكون الصورة الرمزية عن شخص معين، فهذه الصورة سرعان ما تنتشر بين الجماعة فيكونون صور ذهنية سواء إيجابية أو سلبية عن ذلك الفرد اعتمادا على الانطباعات التي نشره ذلك الفرد المتفاعل معه التي وليس على حقيقته أو دوافعه .
- ✓ عندما يعطي الشخص إنطباعا صوريا أو رمزيا يكون هذا الانطباع ذا نمط متصلب وليس بالسهولة يمكن تغييره أو إدخال صورة ذهنية مخالفة للصورة الذهنية التي تكونت عنه، ويقوم الفرد بتقويم ذاته بموجب تلك الصورة الرمزية.

(1) نفس المرجع السابق، ص 04.

(2) يمينة بلغول، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك الاجتماعي للمراهقين المتمدرسين، مذكرة لنيل شهادة "دكتوراه" في علم الاجتماع، 2019، ص 127.

✓ تفاعل الشخص مع الآخرين أو إنقطاع التفاعل إنما يعتمد على الصورة الرمزية التي كونها الآخرون إتجاهه، فإذا كانت الصورة الرمزية إيجابية، فإن التفاعل سيستم، بينما إذا كانت الصورة الرمزية المكونة عنه سلبية فإن تفاعله مع الفرد الذي كون الصورة الرمزية حياله لا بد أن تنقطع أو تتوقف.⁽¹⁾

إسقاط نظرية التفاعلية الرمزية:

وهكذا تقدم لنا التفاعلية الرمزية إطاراً نظرياً عاماً، انطلاقاً مما سبق يمكننا إسقاط هذه النظرية على دراستنا كونها تفسر لنا انعكاسات باستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي ومبادئه ومعتقداته خصوصاً لما يتعلق بالقيم الإجتماعية لكون متصفح ذلك الموقع من الشباب الجامعي من خلال تفاعلاتهم مع موضوعات تلك الشبكات المختلفة التي تفسر لنا الرموز والمعاني، والتي كان لها الدور في تشكيل القيم الإجتماعية للشباب الجامعي مما يساهم في تشكيل سلوكياتهم وقراراتهم.

ثالثاً: نظرية البنائية الوظيفية:

1- ماهية البنائية الوظيفية:

تعتبر البنائية الوظيفية من النظريات السوسولوجية التي شغلت حيزاً كبيراً في أدبيات علماء الإجتماع خاصة في بدايات القرن العشرين، وإحتلت مكانة مرموقة بين نظرياته. ونشير في هذا السياق إلى أن هذه النظرية لم تأت نتيجة جهد عالم بعينه بل تضافرت جهود العديد منهم في مجالي علم الإجتماع والأنثروبولوجيا الإجتماعية في إرساء دعائم هذا التيار.

ويعتمد على النظرية البنائية الوظيفية في دراسة مختلف وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع والأفراد بحيث تقوم على تعيين عناصر التنظيم والإرتباط بين هذه العناصر، كما أنها تعمل على تحديد الوظائف التي يعمل بها كل عنصر من خلال إرتباطه بالتنظيم الشامل، ويعتبر له مساهمة في النشاط الكلي، ويمكن تحقيق التوازن والثبات بعد القيام بتوزيع الأدوار على العناصر الوظيفية ويتم ذلك بشكل متكامل وثابت.⁽²⁾

(1) إحسان محمد حسن، النظريات الإجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2005، ص-ص 80-89.

(2) مي عبد الله، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2006، ص 136.

لقد سعت البناية الوظيفية إلى تفسير التوازن والإستمرار في المجتمع ونظرت إليه كبناء مستقر ثابت يتكون من مجموعة عناصر متكاملة مع بعضها وكل منها يؤدي بالضرورة وظيفية إيجابية يخدم من خلالها البناء العام وجميع عناصر هذا البناء تعمل في إطار الإتفاقات المشتركة والإجماع القيمي.⁽¹⁾

2- التطور التاريخي للنظرية البنائية الوظيفية

راجت هذه النظرية في الستينيات والسبعينيات ولا تزال تلقى قبولاً واسعاً لدى بعض العاملين في العلوم الإجتماعية، على الرغم من الإنتقادات اللاذعة التي وجهت إلى مركزاتها النظرية وتوجهاتها الإيديولوجية.⁽²⁾

تعود الجذور الفكرية لهذه النظرية إلى آراء مختلف علماء الإجتماع ذوي الأصول الغربية ركزت على كيفية محافظة المجتمع على التوازن والإستمرار الداخلي والإستمرار مع الزمن والتماسك الإجتماعي وكان من أمثالهم، "تالكوت بارسونز"، "أوجست كونت"، "إميل دوركايم"، "روبرت ميرتون"، "هربرت سبينسون".⁽³⁾

3- مسلمات نظرية البنائية الوظيفية

✓ النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.

✓ يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن ذلك بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن، فإن القوى الإجتماعية سوف تنشط لإستعادة هذا التوازن.

✓ كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على إستمرار النظام.

✓ الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لإستمرار وجوده، وهذا الإستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.⁽⁴⁾

4- الإنتقادات الموجهة للنظرية البنائية الوظيفية

✓ يعرف هذا الإتجاه بأنه إتجاه إيديولوجي محافظ، يهدف إلى خلق مجتمع منظم ومتناسق ومتماسك ومستقر إجتماعياً، يخلو من الصراع والتناقضات الجدلية، لذا يعتبر النظام أو التوازن أو الإستمرار الهدف المنشود الذي يسعى إليه هذا الإتجاه.

(1) محمد عبد الكريم حوراني، النظرية المعاصرة في علم الإجتماع، دار مجدلاوي، ط1، عمان، الأردن، 2007، ص109.

(2) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، نفس المرجع السابق، ص127.

(3) يمينة بلغول، أثر تكنولوجيا الإعلام والإتصال على السلوك الإجتماعي للمراهقين المتمدرسين، مرجع سبق ذكره، ص 113.

(4) مي عبد الله، نظريات الإتصال، مرجع سبق ذكره، ص137.

✓ يجمع النقاد على الطابع الإيديولوجي المحافظ للإتجاه البنائي الوظيفي، والذي يتضح بجلاء في قيامه على مسلمة أساسية تتمثل في وحدة وترابط أجزاء النسق ووظائفه، وفي تأكيده المبالغ فيه لأهمية التكامل والتوازن داخل المجتمع.

✓ تشبيهه للمجتمع الإنساني بالكائن الحي، حتى أصبحت صحة المجتمع مرادفة للنظام، ومرضه مرادفة للصراع.⁽¹⁾

✓ محاولة إلغاء فكرة التناقضات داخل النسق الإجتماعي، ولما بات ذلك مستحيلا وغير مقنع نظرا لعدم القدرة على إغفاله في واقع الحياة، حيث تبنى العديد من أصحاب هذه النظرية مبدأ وجوده في حالة إستثنائية تعبر عن مرض إجتماعي، مع التأكيد أن التوازن والتكامل هما الحالة الطبيعية التي تمثل النموذج الأمثل للنظام.⁽²⁾

- إسقاط نظرية البنائية الوظيفية على موضوع دراستنا

يمكن أن يتم إسقاط نظرية البنائية الوظيفية على دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطلاب الجامعيين بالنظر إلى دور هذه الشبكات في تشكيل المؤسسات الإجتماعية. فعلى سبيل المثال، يمكن اعتبار شبكات التواصل الإجتماعي مؤسسات إجتماعية ثنائية الإتجاه ومتعددة الأطراف تؤثر في التفاعلات والممارسات الإجتماعية للطلاب الجامعيين. ومن خلال تأكيد الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات الإجتماعية، يمكن القول بأن شبكات التواصل الإجتماعي تشكل عاملاً مهماً في تشكيل وتعزيز القيم الإجتماعية للطلاب الجامعيين.

ويمكن أن يكون لشبكات التواصل الإجتماعي تأثير إيجابي على تطوير القيم الإجتماعية للطلاب الجامعيين حيث يمكن أن تساعد هذه الشبكات في تشجيع التفاعل والتواصل بين الطلاب من خلال مشاركة الأفكار والتجارب والمعلومات. وهذا بدوره يمكن أن يؤدي إلى تكوين مجتمع جامعي يتسم بالتعاون والتضامن والإحترام المتبادل، وهي قيم إجتماعية تعزز التفاعل الإيجابي وتؤدي إلى تحسين البيئة الإجتماعية داخل الحرم الجامعي وفي المجتمع بشكل عام.

(1) جميل حمداوي، نظريات علم الإجتماع، ط1، متوفر على الرابط www.alukah.net، ص151.

(2) جميل حمداوي، نظريات علم الإجتماع، مرجع سبق ذكره، ص152.

رابعاً: نظرية الحتمية القيمية

1- تعريف النظرية الحتمية القيمية

يشمل تعريف الحتمية القيمية في الإعلام على الألفاظ التالية:

- **الحتمية:** يقصد بالحتمية إعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم أي ظاهرة أو المتغير الرئيسي في هذه النظرية هو "القيمة" إما الظاهرة فتحتضن الإعلام، ويعني أي عنصر أو ظاهرة إعلامية، يفسر أو يفهم من حيث قرينه أو بعده من القيمة، وتعتبر هذه النظرية أن المتغيرات الأخرى مثل الفعل الإجتماعي والإقتصادي والتاريخي ثابتة.⁽¹⁾

القيمية: يقصد بالقيمية في نظر الحتمية القيمية في الإعلام الإرتقاء، أيما يسمى بالمعنى والقيمة المعنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما إرتفع فعله وعقله إلى منزلة أعلى.⁽²⁾

الإعلام: يقصد بذلك رسالة الإعلام بوسائله التقليدية (الصحف، التلفزيون، المجالات، الإذاعة الجديدة الأنترنت، شبكات التواصل الإجتماعي).⁽³⁾

يقصد بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام تلك النظرية التي ترتبط بمجهودات الباحث الأستاذ "عزي عبد الرحمان" لأهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في إحداث التأخير الذي يكون إيجابيا إذا كانت محتويات وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبيا إذ كانت المحتويات لا تنقيد بأي قيمة أو تناقضت مع القيمة.⁽⁴⁾

(1) نصر بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية عند عبد الرحمان عزي، مقارنة سوسولوجية، جامعة الشارقة، ص89.

(2) ساعد هماش، الشبكات الإجتماعية وأثارها على الفرد والمجتمع، محلية الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة مجلد (01)، عدد02 2015، ص71.

(3) نصر بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية عند عبد الرحمان عزي، مقارنة سوسولوجية، مرجع سبق ذكره، ص89.

(4) وردة حميدي، حكيم بوغرة، التلقي في نظرية الحتمية القيمية، مجلة معالم للدراسة الإعلامية والاتصالية، مجلد 01، العدد 02 الجزائر، 2020، ص13.

2- إفتراضات وركائز الحتمية القيمية:

تتطلق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من إفتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة وأهممعايير في تقييم الرسالة، وهو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد ولذلك فإن تأثيره على وسائل الإعلام يتكون إيجابيا إذ كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا، والمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت محتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة فكلما كان الإبتعاد على القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر.

ويعتبر مفهوم السالب والموجب من المفاهيم الجديدة التي قدمها "عبد الرحمن عزي" بالإضافة إلى المخيال الإعلامي مقابل الرأي العام والزمن الإعلامي والرأس مالي الرمزي الوضع والخيال والمعتقد وفعل السمع والبصر والبنية والقيمية".⁽¹⁾

3- أهم الركائز

من أهم الركائز التي تقوم عليها هاته النظرية حسب "عبد الرحمان عزي":

- ✓ أن يكون الإتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي لها المجتمع.
- ✓ أن يكون الإتصال تكامليا، فيتضمن الإتصال السمعي البصري، والمكتوب الشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب من أسس قيام الحضارات.
- ✓ أن يكون الإتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل إلا أن يكون أحاديا متسلطا.
- ✓ أن يكون الإتصال دائما حامل للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الأشخاص والمجتمع إلى الإرتقاء والسمو.⁽²⁾

(1) المرجع السابق، ص13.

(2) نصر بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية عند بد الرحمان عزي، مقارنة سوسولوجية، مرجع سبق ذكره، ص13.

- إسقاط نظرية الحتمية القيمية:

من خلال ما سبق يمكن القول أن تطبيق نظرية الحتمية القيمية، على الدراسة العالمية ضرورية من أجل دراسة شبكات التواصل الإجتماعي وتأثيرها على القيم الإجتماعية من أجل الحصول على المعلومات الثقافية حول الطلبة الجامعيين باعتبارها تهتم بدراسة الإتصال.

بموجب هذه النظرية، يمكن أن تحدد القيم والمعتقدات والظروف الإجتماعية والثقافية التي تحيط بالطالب الجامعي وتؤثر على تشكيل القيم الإجتماعية لديه عن طريق إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي. فعلى سبيل المثال، إذا كان الطالب الجامعي يعيش في بيئة إجتماعية تعزز القيم الدينية فإنه من المحتمل أن ينعكس ذلك على تفاعلاته عبر شبكات التواصل الإجتماعي ويؤدي إلى تشكيل القيم الإجتماعية المرتبطة بالدين.

كما يمكن أن تؤثر شبكات التواصل الإجتماعي على الطالب الجامعي بشكل حتمي من خلال الظروف الإجتماعية والثقافية التي يتعامل معها عبر هذه الشبكات. فمثلاً إذا كان هناك ثقافة للتسامح والإحترام المتبادل عبر شبكات التواصل الإجتماعي، فإن الطالب الجامعي قد يتأثر بشكل حتمي بهذه القيم الإجتماعية ويبدأ في تطبيقها في حياته اليومية.

ومع ذلك، يجب الإنتباه إلى أن النظرية الحتمية القيمية تعتبر نظرية متطرفة ومبالغ فيها حيث أنها لا تأخذ بعين الإعتبار حرية الإرادة والقدرة على اتخاذ القرارات الخاصة بالفرد، وبالتالي لا يمكن الإعتماد عليها بشكل كامل في تحليل تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي عبر شبكات التواصل الإجتماعي.

ومن الجوانب الأخرى التي يمكن أن تؤثر على تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي عبر شبكات التواصل الإجتماعي، هي العوامل الفردية والنفسية التي تؤثر على الطالب، مثل الخبرات السابقة والقدرات الشخصية والإهتمامات والتفاعلات الإجتماعية الحقيقية بشكل شامل ومتكامل.

خلاصة الفصل

تطرقنا في هذا الفصل إلى مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة التي رأينا مساعدتها لنا في دراستنا من حيث المنهجية المعتمدة أو الإثراء النظري، وتم التطرق أيضا للمقاربات النظرية المفسرة للدراسة التي ساعدتنا بالإحاطة بالموضوع من منطلقات مختلفة وبمنطلقات مفاهيمية متنو

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

أولاً: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

ثانياً: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي

ثالثاً: أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

رابعاً: مكونات شبكات التواصل الاجتماعي

خامساً: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

سادساً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

سابعاً: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي

ثامناً: دور شبكات التواصل الاجتماعي

تاسعاً: نوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

عاشراً: أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمها

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي واحدة من أشهر وسائل الإتصال والإعلام الحديث بإعتبارها ناتج طبيعي نشأ لإحتياج الأشخاص والأفراد لوجود علاقات إنسانية فيما بينهم وفتح المجال للحوار والتفاعل بشكل متطور وبشكل واسع وإعادة العلاقات بين الأفراد كونها تحظى بشعبية ومتابعة جماهيرية من كافة شرائح المجتمع، وقد أثبتت الدراسات التي أجريت عنها بأن لها دورا بارزا في المجتمع لا يقل عن أهمية عن الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام التقليدية ومع ذلك تأتي دراسات أخرى تثبت أن لها العديد من السلبيات لذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى نشأة شبكات التواصل الاجتماعي، أهميتها وأهدافها، خصائصها وأنواعها وأيضا دورها والخدمات التي تتوفر عليها، وأشهر نماذجها وتقييمها (إيجابياتها وسلبياتها).

أولاً: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

بدأ أول ظهور لمصطلح شبكات التواصل الاجتماعي "social network" في الدراسات العلمية في مقال علمي خاص بالأنثروبولوجيا ووظفه "Jhon A . Banes" في عام (1954) ، وبالتالي فمصطلح الشبكات الاجتماعي له مدلول سوسيولوجي ويظهر ذلك في المقال الذي تم نشره في دورية "Human Relations" أين قام الباحث بتحليل المنظمات الاجتماعية لسكان مدينة بريم بالنرويج.⁽¹⁾

حيث بدأت في ستينات القرن الماضي حين طورت شركة "اربانيت ARPANET" في شبكتها وقامت بوصل أجهزة الكمبيوتر العسكرية المنتشرة في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق هذه الشبكة ثم إنتقلت هذه الشبكة إلى من الإستعمال العسكري إلى الإستعمال المؤسساتي حيث تم توصيلها إلى الجامعات

⁽¹⁾ زكرياء طفياني، شبكات التواصل الاجتماعي والأزمة السياسية في الجزائر (أزمة العزوف الإنتخابي نموذجاً)، أطروحة لنيل شهادة (الدكتوراه)، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال إجتماعي وسياسي، جامعة الجزائر-3، 2020، ص 97.

والمدارس والمؤسسات الوطنية الأمريكية وقد كان ذلك في السبعينات وبعدها تحول إسم هذه الشبكة إلى "INTERNET" أنترنت" وذلك سنة (1982).⁽¹⁾

ولقد أصبحت هاته الشبكات أكثر إنتشارا في التسعينات، أي عند ظهور صفحة الويب العالمية وإنتشارها بين الجماهير وظهر موقع «NAPSTER» الذي ساهم في تسهيل تبادل المعلومات والموسيقى المجانية عبر الأنترنت، ولقد تم تأسيس أول شبكات إجتماعية تعتمد على تقنية الويب وهي موقع "Classe.Mates" الذي هو موقع إجتماعي للإتصال وللتواصل حيث ساعد على الربط بين زملاء الدراسة وأصدقائهم وقد كانت عضوية هذا الموقع مجانية⁽²⁾، وبعد عامين أطلق موقع إسم "six degrees of separatio" أي "ست درجات من الإنفصال" وهو موقع يمكن التواصل بين الأصدقاء.⁽³⁾

وفي المدة ما بين (2002 - 2004) بلغت شعبية الشبكات الإجتماعية عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع «friendort» عام "2002" في كاليفورنيا من قبل "جوناثان آدمز"، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الإجتماعي خلال المجموعات الافتراضية، هذا الموقع كان متاح بلغات عدة ويستخدم على نطاق واسع في دول آسيا. وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة "Sksock" كموقع للتدوين ثم تحولت بشكل كامل على شبكة إجتماعية عام (2007)، وقد استطاعت بسرعة أن تحقق إنتشارا واسعا.⁽⁴⁾

ومع بداية عام (2005) ظهر موقع "مايسبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق في عدد مشاهداته على "غوغل"، وهو يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الإجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيس بوك" والذي بدأ أيضا في الإنتشار المتوازي مع "ماي سبيس" حتى قام "فيس بوك" في عام (2007)

(1) حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة شبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2001 ص78.

(2) سوزان غرينفلد، تغيير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، ترجمة: إيهاب عبد الرحيم علي، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، فبراير 2017، ص116.

(3) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص20.

(4) حسين محمود الهيتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص80.

بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "فيس بوك" بشكل كبير على المستوى العالمي.⁽¹⁾

ثانياً: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي

تسعى شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحقيق أهداف شتى ومتنوعة بسبب المستخدمين لها بغية تحقيق تواصل فعال بين الشبكات ومن أهم الأهداف نذكر:

- إلغاء الحواجز بين البشر كافة، وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في وثيقة واحدة تدعى الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.

- سرعة التواصل بين البشر والغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر، فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقاً مجانياً على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة .

- إيجاد ساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات، بمعنى أدق إيجاد "هايد بارك" رقمية على الأنترنت، يتحدث الكل فيها بما يرغب دون رقابة أو محاسبة.

- زيادة الشائعات عن طريق شبكات الاجتماعية، فكل شخص مشترك في هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار.

- تمكين الأفراد والمجتمعات من مشاركة المعرفة والخبرة لتعزيز الوعي الاجتماعي.

- تشجيع النقاشات الهادفة والبناءة لزيادة الابتكار والإبداع في مختلف المجالات.

- توفير مختلف وسائل الإهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعضاً عن طريق " المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة ".⁽²⁾

ثالثاً: أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل الأساسية التي أصبحت جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية وتتميز بأهمية عديدة حيث تسمح للفرد باكتساب المعارف الجدد، ونشر المعلومات والمقالات فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة بها في كافة المواقع الإلكترونية المختلفة.

(1) ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، ط1، الأردن، 2015، ص201.

(2) ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019، ص379.

"ولا يخفى على أحد مدى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي الحالية وإعتمادها على تلقي المعلومات من قبل مستخدميها وثقافتهم الشعبية في التواصل الاجتماعي مع بعضهم البعض ضمن سياق الأحداث لذا سميت بشبكات التواصل الاجتماعي".⁽¹⁾

- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي متصفحها على إنشاء صداقات جديدة، وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات⁽²⁾، وتسهل التواصل بين الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا من نفس المجتمع أو البلد أو من دول مختلفة.

- تمكين المستخدمين من الوصول إلى محتوى متنوع وشامل في مختلف المجالات، بما في ذلك الأخبار والمناسبات الحالية.⁽³⁾

- توفير مواقع للبحث عن فرص العمل والوظائف المتوفرة المتوافقة مع المهارات والخبرات المطلوبة وتوفير الفرصة للأفراد والشركات للترويج والإعلان لمنتجاتهم وخدماتهم، مما يساهم في تطوير الأعمال والإقتصاد.⁽⁴⁾

تتمتع أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة التواصل مع الآخرين عبر شبكاتها المتنوعة سواء أكانت "تويتر" أو "فيسبوك" أو "سنابشات" بالإضافة إلى طبيعة عرض المعلومة سواء من خلال الصورة، الصوت والفيديو، أو أي وسيلة أخرى من الوسائل إستخداما للتواصل بين الناس في الوقت الحاضر لما لها من أهمية بالغة من حيث سهولة الإستخدام وقدرة مستخدميها للوصول إلى المعلومات خلال وقت قصير حيث تعتبر وسيلة التواصل الأكثر نكاه من حيث إستقطاب مستخدميها.⁽⁵⁾

ومن هذا نستنتج أن الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع العيش وحده فهو يحاول اشباع إحتياجاته الاجتماعية بالتواصل مع الأفراد.

رابعاً: مكونات شبكات التواصل الاجتماعي

(1) هديل العبيدي، يوسف حراث، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، جامعة البحرين، 2017، متاح على alwatannews.net بتاريخ 5/03/2023، 15/38H.

(2) أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى" مجلة الادب والعلوم الاجتماعية، المجلد (03)، العدد (02)، جامعة السلطان قابوس، 2014، ص400.

(3) حركات نوال، انعكاسات إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين)، قسم علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2015، ص30.

(4) مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 322 بيروت، ص324.

(5) هديل العبيدي، يوسف حراث، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، مرجع سبق ذكره.

الشبكات الإجتماعية وأدواتها للتواصل الإجتماعي تتكون عموما من عدة تطبيقات أو مواقع أهمها وهي تتمثل فيما يلي:

- 1- **مواقع التواصل الإلكترونية:** وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "فيسبوك" وموقع "ماي سبيس".⁽¹⁾
- 2- **المدونات الإلكترونية:** وهي تطبيقات إجتماعية متاحة على شبكة الأنترنت والتي تمثل صفحة على الأنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر فيها عدد محدد يتحكم فيه صاحب المدونة وتعد آلية النشر فيها غير معقدة.⁽²⁾
- 3- **الويكيز:** وهي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة. وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم، وأشهر هذه المواقع هو موقع "الويكيبيديا" الذي يمكن للمتصفح بتعديل وتحرير وإنشاء مقالات وإضافتها للموقع الذي يشكل موسوعة كبيرة من المعلومات حول العالم.⁽³⁾
- 3- **البودكاست:** مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشاركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل، مثل موقع " ابل أي تونز".⁽⁴⁾
- 4- **المنتديات الإلكترونية:** وهي مواقع وفسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة منظمة وفق ترتيب زمني، مؤرشفة بانتظام، تحتوي على مجموع الآراء الشخصية وتتبع في تأليفها وإنشائها برامج خاصة بها.⁽⁵⁾

(1) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة شبكات الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص25.

(2) وسام فاضل راضي، مهند حميد تميمي، الإعلام الجديد (تحولات إتصالية ورؤى معاصرة)، دار الكتاب الجامعي، ط1، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص190.

(3) أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية رسالة لنيل الماجستير في البحوث والدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2013، ص59.

(4) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة شبكات الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص25.

(5) عصام منصور، المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، العدد5، الرياض، 2009، ص96.

5- **محتوى المجتمعات:** هي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة، أو حول رابط كتاب أو فيلم فيديو "يوتيوب".⁽¹⁾

6- **المايكرو بلوجز:** هي مواقع تجمع بين مميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين مميزات المدونات الإلكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك، وهذه التحديثات تتم إما عبر الأنترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع "التويتر" هو خير مثال عليها.⁽²⁾

خامسا: خصائص الشبكات الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها التالية:

- 1- **المشاركة (partipation):** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- 2- **الإنفتاح (opennes):** 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 والإستفادة من المحتوى.⁽³⁾
- 3- **المحادثة (conversation):** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في إتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة.⁽⁴⁾

(1) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق ذكره، ص252.

(2) المرجع السابق، ص26.

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

(4) سهام بوقلوف، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية (دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفايسبوك)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص: دراسات الجمهور، جامعة الجزائر، 2017/2018، ص123.

4 - طرق جديدة لتكوين المجتمع : تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للإتصال بين الناس فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في الإتصال بين مختلف الأساليب الرقمية والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الإنضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبها وغيرها من الخدمات.⁽¹⁾

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

6-التفاعلية: لقد سعت شبكات التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور، فالفرد فيها مستقل وقارئ، مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم (التلفاز والصحف الورقية) وتعطي حيز للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ.

7-الإهتمام: هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال السياسة الصحة والشؤون الخارجية.⁽²⁾

8- التواصل بين المستخدمين: إن الغرض من إنشاء موقع للتواصل الاجتماعي هو ضمان التواصل بين المستخدمين، هذا التواصل يكون متشعبا ومعقدا أحيانا حتى صرنا نطلق على الموقع "الشبكة" يقودنا هذا إلى المتطلب الأساسي لأي موقع وهو التواصل الفعال بين زوار الموقع والمشاركين أو المستخدمين لأن التواصل لا يتم إلا مع أشخاص معلومين ولا يمكن أن يتواصل مجهول مع مجهول بشكل فعال لذلك

(1) قيس أمين الفقهاء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للفكر المتطرف من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام- كلية الإعلام، جامعة الشرق الوسط، 2016، ص 31.

(2) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص68.

فلإشترك والتسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي من أهم المسائل التي يجب القيام بها وإستخدام أي موقع للتواصل مع الآخرين.⁽¹⁾

9 - الحضور الدائم غير المادي: حيث لا يتطلب عملية الإتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للمستخدم التواصل مع المستخدمين الآخرين دون الحاجة أن يلتقيا في وقت متزامن وذلك من خلال ترك رسالة نصية، أو صورة أو معلومات عن أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات إهتمام المستخدم الأخر، الذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة، كما يمكن لهما الإتصال مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو من خلال الدردشة الصوتية بإستعمال الميكروفون.⁽²⁾

سادسا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

1 - هناك عدة أنواع تختلف حسب طبيعة إستخدامها ومنها:

1-1- شبكات شخصية:

لشخصيات وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء الصداقة بينهم مثل موقع "فيسبوك" وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية مشاركة الصور ومشاركة الملفات الضوئية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي بحيث يتواجد شخص واحد يتبادل معلوماته الشخصية ومثال على ذلك موقع "Nearbie" الذي ينتج لك ولأصدقائك طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان وذلك حفاظا على ذكرياتهم الجميلة.

1-2- شبكة ثقافية

تعد شبكات الاجتماعية الثقافية في مجال الإتصال والتواصل تطور معلوماتي حيث يستقطب مستخدميها المتقنين من كل أنحاء العالم.

(1) حركات نوال، إنعكاسات إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص18.

(2) مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، مرجع سبق ذكره، ص126.

1-3- شبكات مهنية

هذه الشبكات الاجتماعية أكثر أهمية فهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات، وكذلك هي تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قامو به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قام بالعمل معهم. ومن أشهرها الموقع الذي يعد مقر العديد من شركات التوظيف التي يديرها ويقوم بطرح سؤال في مجال إحتراف معين ومن ثم الحصول على إجابة وصاحب الإجابة الأفضل الذي يصبح صاحب الوظيفة.⁽¹⁾

1-4- الشبكات الاجتماعية العربية

هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخرًا ولكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى ومن أمثلة ذلك الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب، ومن أكبر وأشهر المواقع التي طورت في نظامها شبكة إجتماعية تجمع مستخدمي المواقع وتقدم لهم العديد من الخدمات ومن الشبكات العربية الأخرى اخوان بك، شبكة مدينة ولملم لحفظ الروابط المفضلة.⁽²⁾

وهناك تقسيم ثالث لأنواع الشبكات الذي يقسمها إلى قسمين:

أ- شبكات داخلية خاصة

وتتكون هذه الشبكات من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما، أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط ليس غيرهم من الناس من الدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وحضور ملفات وحضور إجتماعات الدخول في مناقشات وغيرها من الأنشطة مثل شبكة (Linkden).

⁽¹⁾مصطفى يوسف الكافي وآخرون، الإعلام والإتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص211.

⁽²⁾عائشة خلف الله يوسف عمر، التعرف على إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التعلم لطلبة كلية التربية البدنية والرياضية رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في التربية البدنية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا، 2019 ص24.

ب- شبكات خارجية عامة

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته، بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة (facebook).⁽¹⁾

بمعنى التواصل بين الأصدقاء ومشاركة يومياتهم من خدمات وأعمال ودراسات لأجل المحافظة على الذكريات رغم البعد الاجتماعي والجغرافي فهونوع من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قامو به مهنياً.

سابعا: إستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي

لقد أصبحت الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة، وذلك من خلال مجموعة من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:

1- الإستخدامات الشخصية:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي منصات تتيح للأفراد التواصل مع بعضهم البعض ومشاركة الأفكار والمحتوى بشكل سهل ويعتبر الإستخدام الشخصي هو الأكثر شيوعاً، ويمكن إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للإستخدام الشخصي بعدة طرق تتدرج ضمن الأتي:

1- 1- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية :

ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على إسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس، تاريخ الميلاد إلى غيرها من المعلومات ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقائه إلى غير ذلك من النشاطات.⁽²⁾

⁽¹⁾سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، المركز الدولي للأبحاث والدراسات، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني، مداد، المملكة العربية السعودية، 2014، ص12.

⁽²⁾مصطفى يوسف الكافي وآخرون، الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره ، ص211.

1-2- إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات:

من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها جميع الأفراد تحت مظلتها، فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشارك فيها كل العاملين في تلك الجهة.⁽¹⁾

1-3- الأصدقاء / العلاقات:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "إتصال" أو "علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك.⁽²⁾

1-4- إنشاء مجموعة إهتمام:

وهي متاحة على الأنترنت منذ وقت بعيد، وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أنتقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات إهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للإشتراك في تلك المجموعة.⁽³⁾

2- إستخدامات ترفيهية :

تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.⁽⁴⁾

3- الدعاية والإعلان :

يمكن إستخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية.⁽⁵⁾

(1) ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص 380.

(2) سليمان بكر كران، الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار اراية للنشر، ط1، عمان، 2015، ص165.

(3) ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية، مرجع سابق ذكره، ص 381.

(4) المرجع السابق، ص381.

(5) ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية، مرجع سابق ذكره، ص382.

وأيضاً من الإستخدامات التي تقدمها هذه الشبكات الإجتماعية هي إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الإجتماعية، والتعريف بأنفسهم ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم إهتمامات مشتركة.⁽¹⁾

4- الإستخدامات التعليمية

تلعب الشبكات الإجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية منة خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الإجتماعي، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة وأولياء الأمر والطلاب وعدم الإقتصار على التركيز على تقديم المقرر.⁽²⁾

5- مصدر للمعلومات والأخبار

أصبحت المجتمعات الافتراضية ومن بينها الشبكات الإجتماعية، من بين المصادر المهمة في الحياة الافتراضية لإقتناء المعلومات وتتبع الأخبار بسرعة وبشئى الطرق الإعلامية، حتى أن وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفاز والصحافة المكتوبة أصبحوا يستقون معلوماتهم من هذه الشبكات.⁽³⁾

ثامنا: دور شبكات التواصل الإجتماعي

تؤدي شبكات التواصل الإجتماعي دوراً مهماً في حياة الإنسان والمجتمعات ومن أبرز الادوار التي تؤديها هي:

1- يمتد إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي ليشمل ليس فقط الأفراد والمؤسسات بأشكالها المختلفة وإنما يتضمن إستخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين عدد من الدول في جميع أنحاء العالم حيث يتواصلون مع طلابهم عبر هذه الشبكات مما يؤدي إلى إرتفاع الأرباح بسبب التسوق الإلكتروني.⁽⁴⁾

2- إن شبكات التواصل الإجتماعي شبكات عالمية، وأغلب تلك الشبكات متاحة للجميع وبالمجان، وهي أداة للتواصل الإجتماعي والإعلامي بين الأفراد والجماعات المختلف ولقد أصبحت الشبكات الإجتماعية

(1) محي الدين اسماعيل الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الاسكندرية 2015، ص488.

(2) ياس خيضر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية، مرجع سبق ذكره، ص488.

(3) محمد أمين عبوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنت (شبكات التواصل الإجتماعي نموذجاً) رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، 2012، ص155.

(4) علاء الدين محمد عفيف، الإعلام وشبكات التواصل الإجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015 ص182.

والإعلامية وبجدارة، إحدى أهم الضروريات في الحياة اليومية لما تقدمه من خدمات إعلامية، حيث تسمح في إبداء الرأي.

3- تتعامل شبكات التواصل الاجتماعي مع المعلومات والأخبار بصورة حصرية حيث توفر إمكانية تبادل الأخبار والمعلومات بين الأفراد معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن وسائل الإعلام الحديثة من توفيره. (1)

4- أن مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي متعدد الوسائط. (2)

5- شبكات التواصل الاجتماعي جعلت كل من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية. (3)

6- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الإنفتاح والتسامح والتعايش بين الأفراد والثقافات المختلفة.

7- تسعى إلى التواصل والتراسل العام، وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها يتمحور حول تكوين شبكات إجتماعية في نطاق محدد ينحصر في مجال وظيفي، أو تخصصي معين وشبكات المصورين وشبكات المحترفين. (4)

تاسعا: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل الفرد من العالم الواقعي إلى الافتراضي، وإنشاء حساب له في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين العوامل التي تدفع لمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للإشتراك في هذه المواقع مايلي:

-المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر لهم الأمن والحماية والإستمرار والمرجعية، ولكن في حالة إفتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري .

(1) المرجع السابق، ص189.

(2) رضا أمين، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015، ص112.

(3) محي الدين اسماعيل الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مرجع سبق الذكر، ص480.

(4) عامر ماهر القندلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص335.

- بعد المسافات بين الأهل والاقارب: لإضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج ومحاولة البحث عن طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سبباً هاماً للجوء إلى إستعمال شبكات التواصل الإجتماعي.

- عدم وجود فرص للعمل: يلجأ الكثير من الشباب إلى شبكات التواصل الإجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته قدرته على العطاء، فيتجه إلى شبكات التواصل الإجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير.

- أوقات الفراغ: يقوم البعض بملأ وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو إجتماعي وراء الشاشة.

- البطالة: تعبر عن عملية الإنقطاع وعدم الإندماج المهني، الذي يؤدي لعدم الإندماج الإجتماعي والنفسي، ومنه إلى الإقصاء الإجتماعي، ومن أهم المشاكل التي يعاني منها الفرد التي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول إفتراضية.⁽¹⁾

- التعرف وتكوين صداقات: ساهمت شبكات التواصل الإجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الإفتراضية.

- التسويق أو البحث عن وظائف: في الواقع شبكات التواصل الإجتماعي لم تعد لمجرد التعرف بل أصبحت أداة تسويقية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف وتضمن سهولة الإتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى الإشتراك بها.⁽²⁾

- إزدياد فرص الإبداع والابتكار والتطور التقني والفني والعلمي: حيث تساعد شبكات التواصل الإجتماعي على بناء ورش إفتراضية تؤدي إلى بناء أرضية معرفية لتراكم الخبرات والمعارف وتزيد من فرص الإبداع والابتكار وتبادل المعلومات التقنية.

⁽¹⁾ علي لفته العيساوي، الفيسبوك الوطن البديل للشباب، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، 2021، ص 22.

⁽²⁾ علي لفته العيساوي، الفيسبوك الوطن البديل للشباب، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، مرجع سبق ذكره، ص 23.

عاشرا: أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمها

* أشهر شبكات التواصل الاجتماعي:

1- الفيس بوك "facebook" :

فيس بوك موقع "ويب"أسسه "مارك زوكربيرج" للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة " فيس بوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لهاو هو أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه الكثير من الشركات.(1)

ويعتبره الباحثون والعلماء أنه أقرب من كونه وسيلة إتصال من كونه وسيلة إعلام إلا أنه في إطاره الإعلامي الإستفادة منه من عدة نواحي، فمن ناحية يعتبر وسيلة لزيادة مساحة إنتشار المادة الإعلامية ومن ناحية أخربأن الجهات الخاصة والشخصيات العامة لها صفحات على هذا الموقع ما يسهل عملية الحصول على العمليات، كما أنه يتيح إنشاء صفحات تجمع المهتمين بأي شأن مشترك كما يجعله بمثابة نقطة إلتقاء إفتراضية.(2)

إذا فموقع فيسبوك الذي أسسه "مارك زوكربيرج"من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى إجتماعي فقط وإنما أيضا قاعدة للتواصل وتبادل المعلومات والافكار والآراء.

1-1- نشأة تطور موقع فيسبوك:

في عام (2004) برز موقع الفيسبوك على يد مارك زوكربيرج وأصدقائه كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش بالإنجليزية" "Facemach. com" التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نو "Hot Not or" 2" يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم إختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية.(3)

وقد قام مارك زوكربيرج بإبتكار "الفيس ماتش" في 28 أكتوبر من عام (2003) عندما كان يرتاد جامعة هارفارد الأمريكية كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء(4)،وفي "النصف الثاني من العام الدراسي

(1) صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015 ص124.

(2) سعد بن محارب المحارب، الاعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2011، ص 117.

(3) حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، دار القلم دمشق، ط1، 2020 ص25.

(4) مها حامد جنيدي، السوشيل ميديا، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2018، ص17.

نفسه أسس موقع "الفيسبوك" عام (2004) لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية، ومن ثم إنتشار استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة "فيسبوك" التي أصبحت تقدر بالمليارات عام (2007) نتيجة لإشتراك (21) مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتعدى أي موقع للتواصل الإجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.⁽¹⁾

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، ومنبر لعرض الافكار السياسية، وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الارض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الألاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها وكذلك الصحف التي إعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها⁽²⁾، أصبح استخدام الفيسبوك ظاهرة عالمية مع وجوده بأكثر من (70) لغة على الموقع وبإنتماؤها يقرب (75) بالمئة من جميع المستخدمين إلبدان خارج الولايات المتحدة الأمريكية، ويمكن الوصول إليه من أي جهاز حاسوب عادي أو لوحى والأجهزة النقالة، بحيث يبقى الأفراد الذين يستخدمونه على إتصال دائم في جميع الأوقات على مدار اليوم.⁽³⁾

1-2- مزايا وعيوب فيسبوك:

أ- مزايا الفيسبوك:

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:

- تيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور وإمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو.⁽⁴⁾

(1) حسان احمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، النخبة للنشر والتوزيع، ط1، الجيزة، مصر، 2017، ص 59.

(2) حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الاعماق، مرجع سبق ذكره، ص27.

(3) حسان احمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، مرجع سبق ذكره، ص59.

(4) علي خليل شقرة، شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص-ص، 66-67-68.

ب- سلبيات فيسبوك:

- 1- الإختلاط الإلكتروني بين الجنسين بطرق منافية للأخلاق والدين يؤدي إلى انحلال بطيئ للقيم الروحية والمعنوية.⁽¹⁾
- 2- إضعاف العلاقات والمهارات الإجتماعية: وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمعات إفتراضية.
- 3- إنتهاك خصوصية المستخدمين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذتهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها، حتى إذا تم إتخاذ الإجراءات اللازمة من قبل المستخدم من الممكن أن تصل دائرة أوسع من الدائرة المقصودة.⁽²⁾
- 4- إستغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة: قد تكون معادية حيث أنه يمكن أن يكون موقع في مستغل من عدة جهات لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وهذا من خلال الإستفادة مم ينشر على هذا الموقع من صور وفيديوهات ومعلومات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهة معادية دون علمهم.⁽³⁾

2- تويتر: Twitter

2- 1- نشأة تويتر:

تم تأسيس تويتر في عام (2006) من قبل جاك دورسي «Jack Dorsey» و«إيفان ويلماز» «Evan Williams» و«بيز ست» «Biz Stone» والبنية الأساسية لتويتر هي «مايكرو بلوغينغ» «Micro- Blogging»، وهو يجيب على سؤال "ماذا تفعل؟" لكل مستخدم، والذي يتشارك الرسائل مع الآخرين، ويقرأ رسائلهم ويرسل رسائله.⁽⁴⁾

وأخذ (تويتر) إسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني "التغريد" وقد إتخذ من العصفورة رمزاً له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكتفياً لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع

(1) ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح لنشر والتوزيع، ط1، بيروت، الكويت، 2012، ص66.

(2) المرجع السابق، ص67.

(3) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص69.

(4) وسيم شفيق الحجار، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك - واتس اب - تويتر)، دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والإختصاص، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، ط1، بيروت لبنان، 2017 ص20.

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 الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة "RSS".⁽¹⁾

وقد ظهر الموقع في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة "Obvious" الأمريكية في مدينة سانفرانسيسكو، ثم في أبريل (2007) قامت تلك الشركة بفصل الخدمة عنها، وتكوين شركة جديدة بإسم "Twitter"، ومع إزدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقرر محرك جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث إبتداء من (2009).⁽²⁾

2- 2 - مميزات تويتر وعيوبه:

أ-المزايا:

1-سهل وسريع: بمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل إسمك وكلمة السر الخاصة بك، تصبح مشتركا بالموقع وعندها تستطيع إستقبال أحر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسائل قصيرة.

2-الفورية: التدوين الفوري من الخصائص ومميزات تويتر، فستطيع مراقبة الأحداث وإبداء رأيك فيه بإرسال تعليقك إلى العالم من أي مكان، ولا ننسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية.

3 -التسويق: نظرا لسرعة التي يتمتع بها صار اليوم تويتر من أكبر المواقع للتواصل الإجتماعية الأكثر إستخداما للترويج والعروض الجديدة للمنتجات في أكبر الشركات مع إحترام خصوصيتك ونشر شعارك الشخصي الخاص مع كل رسالة.

4-محمول ومتحرك: من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات التدوين وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة في أي مكان بالعالم.⁽³⁾

(1) مها حامد جنيدي، السوشيال ميديا، مرجع سبق ذكره، ص17.

(2) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص38.

(3) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص38.

ب- العيوب:

1- قد تتسبب سرعته وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء، حتى الشخصية منها، والتي قد لا تفيد المتابع لها أو لا تعنيه.⁽¹⁾

2- شكوى مستخدمين التويتر من بسبب تغيير صورة صفحتهم الشخصية من قبل الموقع إلى صورة بيضاء وهي الصورة التي تعطى للمستخدمين الجدد.⁽²⁾

3- اليوتيوب Youtube :

3 - 1- مفهوم اليوتيوب:

هو ظاهرة ثقافية عالمية إتصالية من أوائل الإستخدامات لمواقع التواصل الإجتماعي كان لغرض عرض الفيديو.

-يقول "محي الدين إسماعيل محمد الديهي" في تعريفه: "هو موقع لمقاطع الفيديو ومتفرغ من "غوغل" يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام، كما يستفيد مرتادي الفيسبوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالإنقذاضات الجماهيرية، ويعتبر من شبكات التواصل الإجتماعي الهامة".⁽³⁾

3 - 2- نشأة اليوتيوب:

أسس هذا الموقع في بداية عام (2005) على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال paypal" المتخصصة في التجارة الإلكترونية في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي "Chad Harley" ستيف تشين "Stevechen" وجاود كريم "Jawed"

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 65.

⁽²⁾ مصطفى فتحي، مراجعة عن تويتر twitter إيجابيات وسلبيات تويتر، متاح على <http://www.ts3a.com> بتاريخ 28/03/2023.

⁽³⁾ محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين، مرجع سبق ذكره، ص 471.

Karim"⁽¹⁾ ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، التلفزيون مقاطع الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها⁽²⁾.

ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب، وأصبح عام (2006) شبكة التواصل الأول لحسب إختيار مجلة "تايم" الأمريكية. تقول موسوعة ويكيبيديا العالمية "تأسس موقع اليوتيوب عن طريق "تشاد هرلي" و"ستيف تشن" و"جاود كريم"، أصبح النطاق نشطا في (15 فبراير 2005)، ومن ثم العمل على تصميم الموقع لبضع أشهر، إفتتح الموقع كتجربة في مايو (2005)، ثم إفتتح رسميا بعد (06) أشهر.⁽³⁾

3-3- مميزات وعيوب اليوتيوب:

أ- المزايا:

لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدميه ومهما كان موقعه مهما تعدد إهتماماته منها:

1- عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وما تريد من الأفلام.

2- سهل الإستعمال للعامة: سهل الإستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

3- سهل المشاهدة: مجرد الضغط على وصل الفيلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا مباشرة من الموقع أيضا تستطيع تحميله والإحتفاظ به.

4- ميزة البحث المباشر: الموقع يوفر محرك بحث خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

5- الرقابة: عدم وجود رقابة على الموقع إلا فيما يتعلق ببعض الجوانب الاخلاقية.⁽⁴⁾

(1) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص90.

(2) مريم نريمان نومار، إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص52.

(3) محي الدين اسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مرجع سبق ذكره ص442.

(4) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص44.

6- أداة للترويج: إمكانية التسويق للمنتجات عبر الفيسبوك، فمن خلال إتاحتها للمستخدمين إنشاء الصفحات يمكن عرض المنتجات والأسعار وعرضها على أكبر عدد من المستخدمين، كما توفر هذه الصفحات خيارات لتحديد الفئة العمرية والجنس المستهدف لهاته المنتجات.⁽¹⁾

7- يمنح موقع فيسبوك لمستخدميه التسلية، من خلال توفير العديد من الألعاب التي يمكن اللعب بها بشكل منفرد أو جماعي، مما يمنح للمستخدمين أجواء من التسلية والمرح.⁽²⁾

ب- العيوب:

1- إمكانية إختراقه: إمكانية إختراقه من بعض الاشخاص أو الجهات، وتعطيل ما يبث فيه من أفلام ومحاضرات، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع.

2- قيام بعض الدول بحجب الموقع: قيام بعض الدول حجب الموقع بحيث تم منع فائدته عن مستخدميه في مجال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول.⁽³⁾

4 - الأنستغرام:

يعد من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي ظهرت حديثا لكنه إستحوذ على إهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الأخرى، وهو تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور وإجراء التعديلات الرقمية والفلاتر عليها حسب الرغبة مع مشاركتها مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي.⁽⁴⁾

4-1- نشأته:

بدأ تطوير موقع أنستغرام في عام (2010) بشكل خاص أجهزة "آبل" "ipod، iPhone، iPad" بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء وعلى مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار بإستخدام نظام التشغيل

(1) شيرين عبد الحفيظ البحيري، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 9، ج1، 2017، ص18.

(2) شيرين عبد الحفيظ البحيري، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي، مرجع سبق ذكره، ص18.

(3) رضا أمين، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص96.

(4) المرجع السابق، ص120.

"أندرويد" إذ لقي شعبية كبيرة حتى أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال (12) ساعة فقط من طرحه، يبلغ عدد المشتركين الآن أكثر من (30) مليون مشترك خلال عامين فقط من خلال من بدء استخدامه، ووفقا لتصنيف وترتيب المواقع عالميا فإن إنستغرام يأتي في المركز السابع والخمسين.⁽¹⁾

4-2 - مميزات الإنستغرام :

1- يتيح خاصية الهاشتاج مثل إحتراف الكومبيوتر وتخصص لكل مناسبة هاشتاج لتتشر فيه صورك ويراها أحبابك.

2- إمكانية التعديل على الصور عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور.

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

5 - ماي سبيس "My Space":

وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الإجتماعية، يتيح التفاعل بين الأصدقاء مع تقديمه لخدمات متعددة، حيث كانوا احدًا من أكثر المواقع الإجتماعية شعبية على الأنترنت، وإحتل صدارة الموقع الأكثر تصفحا في الولايات المتحدة في جوان (2006).⁽³⁾

ولقد أنشئ سنة (2003) حيث يعتبر سادس أكبر موقع على الويب شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، وحاز على إهتمام الكثير عام (2006)، إستمرت شعبيته بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفاييبوك الذي إجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي.⁽⁴⁾

6- الواتساب "watsapp":

إنتشر إستخدام الواتساب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الإجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي.⁽⁵⁾

(1) المرجع السابق، ص121.

(2) عباس سبتي، دراسة اثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات سليات، حلول-مقترحات، 2013، ص31.

(3) وليدة حدادي، الشبكات الإجتماعية من التواصل إلى خطر العزلة الإجتماعية، دار المنظومة، مجلة دراسات الجامعة الأغواط، عدد (36)، 2015، ص41.

(4) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص80.

(5) عبد الرحمان ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 ص66.

7- لينكدان Linkden :

تأسس في العام (2002) وبدأ التشغيل الفعلي في العام (2003)، وتقوم فكرة الموقع أساساً على إنشاء علاقات مهنية وليست ترفيهية، كما يمكن الاستفادة منه في البحث عن فرص العمل المتاحة ويوضح المتحدث بإسم "لينكدان" في أوروبا "ريتشارد جورج" طبيعة شبكته قائلاً: "أنك إذا ما أبديت اهتماماً بتطوير هويتك أو شخصيتك المهنية على شبكة الأنترنت، فتأكد أن هؤلاء إذا ما أبديت اهتماماً العملاء المحتملين سوف يعثرون على سيرتك الذاتية التي تحتوي على معلومات بشأن مؤهلاتك وخبراتك في مجال العمل".⁽¹⁾

وهو موقع متخصص في قطاع الأعمال والشركات، ويقدم هذا الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال، حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل. كما أتاح موقع "لينكدان" في تحديثات جديدة تمت تمت عام (2010) للمهتمين خدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات من حيث فرص العمل الجديدة، ومتابعة أي تغييرات تطرأ على المستخدمين لدى الشركة إضافة إلى تحديث بيانات الشركة.⁽²⁾

ولكن مقابل هذه الفوائد لهذا الموقع بعض السلبيات فإنهي يعاني مما تعاني منه بعض المواقع الأخرى من إمكانية اختراق حسابات مستخدميه، فعلى سبيل المثال تمكن هاجر روسي من اختراق موقع "لينكدان" وسرقة أكثر من ستة ملايين ونصف بطريقة سرية، مما أثار تساؤلات عديدة عن مدى الأمن والحماية التي يقع بها رجال الأعمال والشركات التي تستخدم هذا الموقع.⁽³⁾

8 - شبكة جوجل بلص: +Google

عبارة عن شبكة إجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل وتم إطلاقها رسمياً يوم (28 يونيو 2011) نشأ "جوجل+" من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر (Circles) مكالمات الفيديو (Hangouts) الإهتمامات (sparks) مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدى جوجل (Buzz Gogle)

(1) مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ط1، بيروت، 2014 ص 109.

(2) نفس المرجع السابق، ص 110.

(3) علي خليل شقرة، الاعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 83.

الملف الشخصي (Google Profil) التي تم إطلاقها في مايو (2011) وتعتزم جوجل تطوير شبكتها الاجتماعية الجديدة لكي تكون منافسا قويا ضد الفيسبوك الذي يعتبر من أقوى الشبكات.⁽¹⁾

°°° تقييم شبكات التواصل الاجتماعي :

1 - إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

1-1- توعية الأفراد بحقوقهم وواجباتهم : تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الفرد على معرفة ما له وما عليه من حقوق وواجبات، بفضل ما ينشره المثقفون في مختلف المجالات من نصائح وإشادات.

1-2- ممارسة العديد من الأنشطة: حيث تساعد على التقريب والتواصل مع الآخرين، فالتواصل مع أفراد العائلة يساعد في توطيد العلاقات الاجتماعية من خلال التهئة بالمناسبات والنجاحات وأيضا يساعد على تدعيم التواصل الاجتماعي.⁽²⁾

1-3- ألغت اليوم الشبكات الاجتماعية الحاجز الزمني والمكاني سواء منسعة التأثير وسعة الانتشار.

1-4- إتاحة المجال إمام المستخدم يعبر عن نفسه وإهتماماته وثقافته.

2- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

2-1- إضعاف المهارات التحليلية والجسدية: تؤدي شبكات التواصل لضعف المهارات التحليلية بفعل الإعتياد على التلقي وعدم البحث المنهجي، وضعف القدرة الجسدية لأن مستخدم هاته الشبكات لا يستغل سوى مهارتي أو ثلاث مهارات، ما يحرمه من تنمية الطاقات الأخرى الكامنة لديه.

2-2- إدمان شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية : يؤدي الإدمان إلى ارهاق العين الباصرة ويؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية.⁽³⁾

2-3- إفشاء الاسرار وكشف المستور وبناء علاقات إفتراضية تؤسس لقيادات وكادرات إفتراضية.

2-4- إضعاف الذاكرة والنكاء: وهي تشكل خطرا على مستخدمي هاته الشبكات حيث يتم عزل ذاكرتهم فيما يشاهدوه في تلك الشبكات.⁽⁴⁾

(1) فتحي شمس الدين، شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة 2013، ص

(2) محمد عثمان الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي عن قرب، مرجع سبق ذكره، ص213.

(3) شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مركز الحرب الناعمة للدراسات، مرجع سبق ذكره ص184.

(4) سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري وآخرون، الشبكات والقيم، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص72.

2-5- إنعدام الخصوصية: تواجه أغلبية الشبكات للتواصل إنعدام خصوصية مما تسبب بالكثير من الاضرار المعنوية والنفسية على المستخدمين.⁽¹⁾

2-6- إنتحال الشخصيات: ما زالت عملية إنتحال شخصيات المشاهير موجودة بشدة في شبكات التواصل الإجتماعي متخذة منها مكانا للأشهار والترويج الكاذب.

2-7- التعرض للتنمر الإلكتروني: قد يتعرض بعض الأشخاص للتمر الإلكتروني عبر شبكات التواصل الإجتماعي مما قد يؤدي إلى الاحباط والاكتئاب والتاثير على الصحة النفسية للمستخدم.⁽²⁾

2-8- ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: وهي الثقافة الغربية الطاغية حاليا في العالم، وفق مبدأ طغيان الأمة السائدة والمزدهرة في العالم.⁽³⁾

(1) سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري وآخرون، الشبكات والقيم، مرجع سبق ذكره، ص72.

(2) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص23.

(3) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص73.

خلاصة الفصل

ختاما يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية هي ببساطة وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث أنها تكون بنية إجتماعية إفتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط إلتقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين فيها، صداقة، أو قرابة، أو مصالح مشتركة وغيرها، ومنه فشبكات التواصل الاجتماعي تتيح للأفراد المجال الواسع للتعبير عن أنفسهم ومشاركة مشاعرهم وأفكارهم مع الآخرين .

الفصل الرابع: القيم الاجتماعية

تمهيد

أولاً: نشأة وتطور مفهوم القيم

ثانياً: أهمية القيم الاجتماعية

ثالثاً: القيم الاجتماعية وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى

رابعاً: خصائص القيم الاجتماعية

خامساً: مكونات القيم الاجتماعية

سادساً: تصنيفات القيم الاجتماعية

سابعاً: مصادر القيم الاجتماعية

ثامناً: وظائف القيم الاجتماعية

تاسعاً: كيفية اكتساب القيم الاجتماعية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعد القيم من المفاهيم الجوهرية في كافة ميادين الحياة لأنها تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها، فهي ضرورية إجتماعية لأنها أهداف لا بد وأن نجدها في كل مجتمع منظم سواء كان متقدما أو متخلفا، وهي تعتبر من المفاهيم الشائعة في مختلف العلوم الإجتماعية والإنسانية إلا أنه لا يوجد إتفاق بين العلماء حول تعريف موحد لهذا المفهوم، لإختلاف منطلقاتهم الفكرية وحقولهم الدراسية.

أولاً: نشأة وتطور مفهوم القيم:

إن القيم موجودة بتواجد الإنسان والانتظام في مجتمعات بما تفرضه من مبادئ ومعايير وصيغ التفاعل والممارسة الاجتماعية، لكن لم تكن موضوعاً للبحث إلا "بظهور وتطور الفلسفة التي اعتنت بها في مبحث الاكسيولوجيا" Axiology "وفي العلوم المعيارية التي تناولت المبادئ والمثل والقيم المطلقة كما الحقوالخير والجمال".⁽¹⁾

ولأهمية القيم كان الاختلاف والتطابق في بعض المناحي في مفهومها بين الفلاسفة وعلماء الاجتماع والنفس والأنثروبولوجيا، والتربويين والسياسيين وغيرهم، "لأن مفهوم القيم من بين القضايا التي كثيراً ما أثارت الإهتمام لأنها تمتد إلى وجود الإنسان وبدايات تفكيره وتفاعله مع محيطه الطبيعي والمجمعي لذلك فمسألة القيم لم تطرح أنياً، بل كانت منذ "أزيد من (1500) سنة".⁽²⁾

وكل تعريف للقيم يظل قاصراً ما لم يشمل البعد المعرفي والثقافي والإيديولوجي لأن القيم تختلف وتتطابق في بعض المناحي في مفهومها بين الفلاسفة والعلوم، ولأن مفهومها المتعدد يختلف حسب المداخل العلمية والمعرفية والبيئة الاجتماعية والحقل الثقافي الحاضن لهذه القيمة أو تلك وباعتبار المواقف والأديان. "وإستعمال هذا المصطلح يختلف حسب مجال الإستخدام وبإختلاف المستخدم فهو مفهوم مرن له معاني مختلفة، فهو يستعمل للدلالة على المنفعة والفائدة والصورة الجميلة وعلو المكانة والقوة والقدرة الشرائية".⁽³⁾

بمعنى أنه يوجد اختلاف بين من يرى فيها الضرورية التي يقوم على أساسها كل من الفن والعلم والأخلاق"تقرير لواقع، وبين من يؤكد تدخل العقل في إيجادها وتفضيل بعضها من خلال معايير موضوعية، مما يضيف على القيم دلالات ومعاني وخصائص تنفذ حتى المضمون.

(1) أسعيد طعيمة، قضايا التعليم وتحديات العصر، دار العلم العربي، القاهرة . مصر . 2008 . ص 251.

(2) ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة، ط1 عمان، 2005، ص 20.

(3) فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار الكتاب العربي للطباعة والنش، القاهرة، ط1، مصر، 1966، ص 20.

ثانياً: أهمية القيم الإجتماعية

للقيم الإجتماعية أهمية بالغة في حياة الفرد والمجتمع لأنها تمثل ركنا أساسيا في تكوين العلاقات بين الأفراد، وتسهم بشكل فعال في تحديد طبيعة التفاعل بينهم إضافة إلى أنها تشكل معايير وأهداف تنظم سلوك الجماعة وتوجهه، فالقيم الإجتماعية لها أهمية على الفرد والمجتمع ومنها:

1- أهمية القيم بالنسبة للفرد: تتضح أهمية القيم في القضايا الرئيسية الآتية :

1-1- القيم جوهر الكينونة الإنسانية: تضرب القيم جذورها في النفس البشرية لتمتد إلى جوهرها وخفاياها وأسرارها وهي تشكل ركنا أساسيا في بناء الإنسان وتكوينه، وحقيقة الإنسان، وإدراكه لعالمه ومصيره ووظيفته تعود فائدتها إلى القيم التي جاء بها القرآن الكريم والرسائل السماوية.

1-2- القيم تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة: ينبع السلوك الإنساني من القيم التي تنشأ بدورها عن التصور والمعتقد والفكر فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله وبناء تصوراتها عنها هو وفق هذه المنظومة، هوالذي يحدد منظومته القيمية، وبناء على ذلك تصدر أهمية القيم كمنظمات لسلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتحلي به، وفيما ينبغي تركه والإبتعاد عنه.(1)

1-3- القيم حماية للفرد من الانحراف والأنجرار وراء شهوات النفس وغرائزها: أن للقيم دورا كبيرا في حماية الأفراد في الوقوع في شباك الغرائز التي تنصبها شياطين الجن والإنس فهي تعتبر كحاجز ضابط للغرائز والشهوات التي تسيطر على الأفراد فالقيم عبارة عن سياج يحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي والإجتماعي وبدون هذا السياج يكون الإنسان عبدا لغرائزه وهذا ما يبرز لنا أهمية القيم.(2)

1-4- أنها تهيئ للأفراد إختبارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم بمعنى آخر أنها تلعب دور في تشكيل الشخصية الفردية لأجل تحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.(3)

(1) فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص ص 40-41.

(2) ماجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(3) أحلام مطالقة، القيم الاجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية في الأردن، مجلة إتحاد الجامعات العربية للأدب، مج7، عدد1، 2010، ص 203.

- 1-5- توحيد سلوك الفرد في الجماعة وتعاقب الأفراد الذين في يخالفونها أو يخرجون عن تعاليمها. (1)
- 1-6- تحقق للفرد الإحساس بالإمان وتعطي له الفرصة للتعبير عن نفسه وبإل تساعده على فهم محيطه. (2)
- المساعدة على التوازن بين مصلحة الفرد الشخصية ومصالح الأفراد المحيطين به. (3)
- القيم طريقة لتكوين الإطار المرجعي للفرد. (4)
- 2- أهمية القيم الاجتماعية بالنسبة للمجتمع:

أ- جعل الثقافة والقيم روجا للتنمية: فبهما تتوفر التنمية والدعم كما تسييران الوسائل لتعزيزها وتحددان تصور الناس لأغراضها وغاياتها، فهي تساعد على تشكيل آمال الناس ومخاوفهم وطموحاتهم، كما تشكلن مثلهم وتصوراتهم لحياة فاضلة لهم وللأجيال التالية.

ب- القيم تحفظ للمجتمع بقاءه واستمراره: وقد وضح القرآن الكريم هذه الحقيقة في العديد من آياته التي جاءت تعقيا على نهاية أقوام رفضت معايير القيم الفاضلة، وركنت إلى المعايير الفاسدة يسودها الظلم والتكبر والإنحلال الخلقي والاجتماعي واستحقت بسلوكلها العقاب والفناء.

ج- تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة:

- تؤمن القيم للمجتمع حصنا راسخا من السلوكيات والقيم التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، مما يجعله قويا بقيمه يحارب قيم الشر والفساد. (5)
- تعتبر من أهم الموضوعات في دراسة سلوك المنظمة لأنها الأساس في فهم الإتجاهات والدوافع. (6)

(1) عبد الحميد حمودة، أثر القيم الاجتماعية على فعالية المؤسسة الخدمتية العمومية في الجزائر (دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية بأولف)، رسالة لإستكمال الماجستير تخصص علم إجتماع التنظيمات والمناجمنت، جامعة الجزائر-02، -، 2005 ص39.

(2) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي العربي، ط1، دار الأردن، عمان، الأردن 2017، ص73.

(3) حليلة سلاوي، مدخل مفاهيمي حول القيم الاجتماعية السائدة في المؤسسة والإستقرار الوظيفي للموظف، مجلة الحوار الفكري المجلد 12، العدد 14، مخبر الدراسات الإفريقية للعلوم، جامعة أدرار، 2017، ص457.

(4) المرجع السابق، ص475.

(5) ماجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(6) ماجدة العطية، سلوك المنظمة، دار الشروف للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص97.

- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الإختيارات الصحيحة التي تسهل للناس حياتهم وتحفظ للمجتمع كيانه في إطار موحد.⁽¹⁾

_ النظر للقيم كجزء من الهيكل (البناء الإجتماعي) فإن هذه النظرة تمثل متغيرا مستقلا لأنه سبب سلوك معين معين يؤدي إلى إحداث تغير في أجزاء من البناء الإجتماعي.⁽²⁾

_ تحويل المجتمع من مجتمع له حدود جغرافية إلى مجتمع يمثل جميع البشر.⁽³⁾

ثالثا: القيم الإجتماعية وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى

-القيم الإجتماعية والمعايير "values and norms":

لا شك أن التصور الذي ساد حول القيم والمعايير في تراث علم الإجتماع كان يميل إلى ربط المصطلحين ببعضهما البعض، فقد حاول علماء علم الإجتماع التفرقة بين مفهومي القيم والمعايير لأنه من الضروري أن نكون على وعي بالفارق التحليلي بينهما.

فالقيم هي تحدد التفضيلات الإجتماعية بينما المعايير تعين القواعد والالتزامات الإجتماعية.

ومن الممكن أن نحدد الفارق بين القيم والمعايير فيما يأتي:

المعايير تشير إلى نمط سلوكي فقط بينما القيم تشير إلى نمط سلوكي مفضل.

المعيار خارجي بالنسبة للفرد بينما القيم الشخصية وداخلية.

المعايير تحدد القواعد والالتزامات الإجتماعية بينما القيم تحدد التفضيلات الإجتماعية.

المعايير هي قواعد خصوصية للسلوك بينما القيم مستويات عمومية للتفضيل.⁽⁴⁾

(1) أحلام مطالقة، القيم الإجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية في الأردن، مرجع سبق ذكره ص 203.

(2) عبد الحميد حمودة، أثر القيم الإجتماعية على فعالية المؤسسة الخدمتية العمومية في الجزائر، مرجع سبق ذكره ص 39

(3) حليلة سلاوي، مدخل مفاهيمي حول القيم الإجتماعية السائدة في المؤسسة والإستقرار الوظيفي للموظف، مرجع سبق ذكره، ص 476.

(4) سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري وآخرون، الشبكات الإجتماعية والقيم -رؤية تحليلية-، الدار المنهجية للنشر والتوزيع

ط1، عمان، 2015، ص 93.

- القيم الإجتماعية والسلوك:

تعتبر القيم قواعد عامة تحدد وتصنف السلوك المناسب في المواقف المختلفة وتفرق بين السلوك المقبول وبين السلوك غير المقبول.

وتعتبر القيم والمعايير جهازا متكاملًا يغطي جميع الأنشطة بهذا والأفعال التي يؤديها الأفراد في المواقف الإجتماعية المختلفة، وهي بهذا الوضع تنظم وتضبط سلوك الأفراد الذين يجب عليهم التوافق مع أحكامها المكتوبة وغير المكتوبة، وهي بذلك تقبل كمحك للسلوك، وإطار مرجعي لمراجعة سلوك الأفراد.⁽¹⁾ ومن هذا نستخلص أن القيم تستخدم لتقييم سلوك الإنسان في المواقف المختلفة.

- القيم الإجتماعية والإتجاهات "values and attitudes":

إن تناول القيم بالدراسة والبحث دون تحديد وتوضيح علاقتها بالإتجاهات، سببه وجود كثير من الخلط والتداخل الشائع بين الباحثين فيما يتعلق بمفهومي القيم والإتجاهات ولقد حاول بعض العلماء إثبات أن القيم وثيقة الصلة بالإتجاهات إلى حد إعتبار.

إلا أن هناك محورين أساسيين سارت عليهما أغلب المشتغلين بعلم النفس الإجتماعي في تفسيراتهم المختلفة لطبيعة القيم في علاقتها بالإتجاهات هي:

- **المحور الأول:** أن الإتجاهات تعكس القيم، كما أن القيم شكل أعمق من أشكال الإتجاهات وبعبارة أخرى أن القيم تعتبر تعتبر إمتدادا طبيعيا للإتجاهات، وإن الفارق بينهما فارق كمي.

- **المحور الثاني:** يعكس الربط بين الإتجاهات والقيم على أساس أن الإتجاه يمكن أن يتحول إلى قيمة في ظل توافر شروط معيارية معينة ومعنى ذلك أنه ليس بالضرورة أن كل إتجاه يتحول إلى قيمة.⁽²⁾

ومن هذا نستخلص أن القيم والإتجاهات بينها فروقات وفي نفس الوقت القيمة تعتمد على مجموعة الإتجاهات إذا توفرت بعض الشروط.

(1) نورهان منير حسين فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999، ص96.

(2) سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري واخرون، الشبكات الإجتماعية والقيم -رؤية تحليلية-، مرجع سبق ذكره، ص91.

- القيم الإجتماعية والحاجات:

القيم على خلاف الحاجات ليست فطرية بل مكتسبة من خلال الخبرة الإنفعالية (بصورة مفاهيمية في بعض الحالات، وبصورة سلبية "التناضح"، والإمتثال في بعضها الآخر) والقيم هي الرابطة بين الحاجة والفعل فهي تفيد في توزيع الإنتباه والجهد على مختلف الحاجات، فالقيم عبارة عن تمثيلات معرفية لحاجات الفرد، والإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمكنه عمل مثل هذه التمثيلات المعرفية، ولذلك فالقيم توجد لدى الإنسان فقط⁽¹⁾.

- القيم الاجتماعية والإهتمام:

الإهتمام يعتبر أحد المظاهر للقيمة، وإن كان يساعد في توجيه الفعل وتحقيق الذات، لكنه أضيق من القيمة لأنه لا يتضمن الحالات أو الغايات وتتميز القيم عن الإهتمامات في أن الأخيرة لا تستوجب الإلزام والوجوب كما أن الإهتمامات قد لا تتفق مع المعايير التي تحدد ما ينبغي وما لا ينبغي أن يكون.⁽²⁾

- القيم الإجتماعية والمعتقد:

ذهب بعض الباحثين إلى إعتبار القيمة بأنها مجموعة من المعتقدات يتمسك بها الأفراد والمجتمع ويحكمون من خلالها على الأشياء بالحسن أو القبح وهناك بعض الباحثين يفرقون بين القيم والمعتقد حيث أن القيمة تشير إلى الحسن مقابل السيئ إما المعتقدات فتشير إلى الحقيقة مقابل الزيف والمعارف في القيمة، تتميز عن باقي المعارف الأخرى بالخاصية التقويمية حيث يختار الفرد في ضوء تقويمه ما هو مفضل أو غير مفضل بالنسبة له، فهي ليست مرادفة للمعتقدات إنما تدور المعتقدات التي يتبناها الفرد.⁽³⁾

- القيم الإجتماعية والسمة:

تعتبر السمات من العناصر الأساسية في تكوين الشخصية، والسمة هي صفة يتصف بها الفرد وهي ثابتة بعض الشيء، ويمكن أن يتم ملاحظتها، كما يمكن أن تقاس وعلى سبيل المثال فإن صفة مثل

(1) سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، إيتراك للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004، ص62.

(2) مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، عدد08، جامعة الوادي، 2014، ص77.

(3) سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري واخرون، الشبكات الإجتماعية والقيم - رؤية تحليلية-، مرجع سبق ذكره، ص92.

الشجاعة تعتبر سمة، بينما يرى بعض العلماء أن القيمة ليست السمة لأن القيمة أكثر تحديداً، كما أنها من الممكن أن تتغير.⁽¹⁾

- القيم الاجتماعية والنموذج:

القيم مفهوم يشير إلى ما يبدو أنه مرغوب (مستحب) وملاتم في المجتمع أو مجموعة بعينها وأن عدم الالتزام به يترتب عليه إستهجان أو عقاب، فالقيمة هنا تحمل معنى القاعدة مثل تحمل الواجبات المنزلية ومفهوم النموذج يشير إلى نمط سلوك فكري أو شعور مشترك الإلتناء المطول لها والتي تقره أو تقبله (كيفية اللباس، التحية...) وعليه فإن استخدام عبارة النموذج يكون في إطار شمولية، في حين أن مفهوم القيمة له آثار ديناميكية على السلوك وكذلك فيما يتعلق بتكونه وتحوله مستقبلاً.⁽²⁾

- القيم الاجتماعية والأعراف والتقاليد:

إن العرف يهدف إلى حفظ كيانات الجماعات كلها متمثلاً في وحدة واحدة هي وحدة المجتمع فالعرف قوة من القوى التي يقوم عليها النظام الاجتماعي كقوة العقيدة، قوة الرأي، قوة العمل إما التقاليد فهي تنتقل وتورث من جيل إلى جيل ومن السلف إلى الخلف على مر العصور، وهي أيضاً عادات تهم جماعات أو فئة أو طبقة، أم القيم فترتبط بالعرف والتقاليد، لأن العرف والتقاليد عادات اجتماعية تتعلق بالماضي وكثيراً ما تمتد دورها إلى أغواره البعيدة ولذلك فإن القيم المرتبطة بها يكون لها غالب كالأحيان صفة القداسة والإلزام⁽³⁾.

⁽¹⁾ مومن الجموعي بكوش، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير تخصص علم النفس، بسكرة، 2012، ص78.

⁽²⁾ سعاد جبر سعيد، الصراع القيمي وأثره في التربية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص26.

⁽³⁾ فائزة أنور شكري، القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2008، ص301.

رابعاً: خصائص القيم الاجتماعية

رغم الاختلافات والأراء المتعددة ووجهات النظر المتنوعة لمفهوم ومعنى القيم وعلاقتها ببعض المفاهيم الأخرى، فإن هناك مجموعة من الخصائص تشترك فيها القيم يمكن تحديدها على الوجه التالي:

- **القيم الذاتية:** والمقصود بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد وتشمل الرغبات والميول والعواطف ... وهذه الخبرات النفسية الغير ثابتة وتتغير من لحظة إلى أخرى ومن شخص إلى آخر والقيم في تناسب مع الرغبات، كلما إزدادت هذه الرغبات إزدادت القيم. (1)

- **القيم الإنسانية:** فالإهتمام واللذة والألم والأفكار جميعاً ترتبط بالإنسان، بمعنى تخص المجتمع البشري دون غيره من الكائنات الحية، فالإهتمام والتقدير والأعداد من فعل الإنسان. (2)

- **القيم النسبية:** وتعني نسبية القيم أنها تختلف باختلاف الزمن والمكان والإنسان كما أنها أهميتها وتقدير جدواها تختلف من إنسان إلى آخر ومن مكان لآخر ومن زماناً لزمان فقيم المواطن العربي تختلف عن قيم المواطن الغربي. (3)

- **تتميز بالموضوعية:** ويعني بالموضوعية القيم أنها خارجة عن ذوات الأفراد وعن تجسيداتهم الفردية وهي مترابطة بمعنى أنها تؤثر وتتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية، فلا يجب أن ننظر إلى هذه القيم نظرة "ذاتية" بل ننظر إليها نظرة "موضوعية"، إذ لا يمكن للنظرة الذاتية للقيم أن تؤكد قاعدة عامة، وإنما الذي تولده هو: باعث على تصرف ما، لأن القيمة في النظرة الذاتية تتلون وتتشكل بالإعتبارات المتعلقة بالشخص لا بالموضوع في حد ذاته. (4)

- وعلى الرغم من تنوع القيم وكثرتها، فإن هناك إنسجاماً بينها وإتحاداً لا ينفصل، لأن القيم تندمج وسط منظومه متكاملة تسمى بنسق القيم ويحدد "بنجستون" أهم خصائص القيم في أنها:

(1) سفيان بوعطيط، القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، مذكرة لنيل شهادة (دكتوراه) جامعة قسنطينة 2012، ص 76.

(2) صلاح الدين شيخاوي، النسق القيمي وعلاقته بالإبداع الإداري لدى الأستاذ الجامعي، رسالة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم النفس، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015، ص 35.

(3) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي العربي، مرجع سبق ذكره، ص 60.

(4) المرجع السابق، ص 61.

-رابطه تربط بين البناء الإجماعى والشخصية،

على إعتبار أن البناء الإجماعى ينفذ بتأثيره إلى سلوك الآخرين من خلال ما يتحدد على أنه قيم للجماعة تفترض الامتثال.(1)

- الإكتساب: القيم مكتسبة يتعلمها الفرد في نطاق الجماعة وعن طريق التنشئة الإجتماعيةوعن طريق التفاعل الإجماعى.(2).

- أن القيم هي كليات عامة تحدد أساليب السلوك، وتدور حول إنفعالات معينة وتضع معايير السلوك اللازمة، وهي أساليب تكيف إجتماعى، وتتميز القيم بخصائص معينة منها:

- أنها تكوين فرضى: يستدل عليه من خلال التعبير اللفظى والسلوك الشخصى والإجتماعى وبالتالي فإنها مثالية، لأنها ليست شيئاً بأية حال، وإنكانت الأشياء هي التي تحملها.(3)

-تتميز بالسمو: لدينا جميعا إحساس بعلو القيمة وتسامى قدرها، وهناك تفسيران لعلو القيمة الأولى هو تفسير تقويمى يرى أن الضمير الإنسانى حيث يضع القيم إنما يفترض فيها هذا العلو، إما التفسير الثانى فهو تفسير إجتماعى يرى أن علو القيمة ناشئاً عن مصدرها الإجماعى لأن المجتمع يكون دائماً أعلى من الفرد، حيث أن الضمير الجماعى أقوى من الضمير الفردى(4).

- إمكانية قياسها ودراستها وذلك من خلال أساليب عامة للقياس تستخدم في قياس الميول والإتجاهات والقيم.(5)

(1) نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص101.

(2)شفاء صلاح الصعوب، الصراع القيمي المؤدى إلى الجرائم الموجهة ضد النساء على أساس النوع الإجتماعى، دار الخليج، ط1 الأردن، 2021، ص42.

(3) عمر أحمد همشري، التنشئة الإجتماعية للطفل، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2013، ص310.

(4)فايزة انور شكري، القيم الأخلاقى، مرجع سبق ذكره، ص53.

(5) منى كشيك، القيم الغائية في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص69.

- تجريدية: بمعنى أن القيم مجردة تتسم بالإستقلالية حيث تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معنى ذهنيا مجردا غير محسوس، فالقيم إذن معان كمية مطلقة ومجردة لا تكون إلا إذا تمازجت بالواقع والسلوك، أي أن الإنسان هو الذي يوجه سلوكه.⁽¹⁾

- بالقابلية للترشيد: فالقيم عملية قابلة للترشيد فترشيد القيم يتطلب تفهم ومعايشة وممارسة هذه القيم والرجوع بها إلى جذور الثقافة والوقوف على وظائفها الإجتماعية، فإذا تبين أن هذه القيمة أصبحت غير ملائمة كان من الضروري على رجال التربية والإعلام ورجال الفكر أن يستبدلوها بغيرها بعيدا عن محاولة إلغائها لأنها من التراث الإجتماعي الإبقاء عليها مع تحييدها أمر مقبول ومحاولة إلغائها والقضاء عليها أمر مستحيل.⁽²⁾

- القيم ضرورية في تنظيم السلوك طبقا لتفضيلات داخلية ومعرفية بدلا من الالتزام الشديد والتزمتجاه الدوافع، فالقيم توجه الحاجات الذاتية الفردية مع الحاجات الأوسع للمجتمع والمجتمعات تحدد قيما كوسيلة لتوازن حاجات الأعضاء التي هي ضد حاجات المجتمع وذلك لكي يحافظ المجتمع ويعزز من مكانته.⁽³⁾

- بالتجربة: فوجودها لا يكون إلا بشخص ولشخص، يجربها في الفعل الأصيل وهو الفعل التقديري ولكن نوع منعا تقدير خاص به.⁽⁴⁾

- بالدينامية: فالقيم تتغير بتغير محور الإهتمام لدى الفرد، وعلى هذا فإن تغيير القيم يرتبط بطبيعة المرحلة التي تمر بها المجتمعات، وقد يكون هذا التغيير سريعا مثلما يحدث في الدول الصناعية المتقدمة، التي تعتبر الرغبة في التغيير قيمة إيجابية هامة، وقد يكون بطيئا جدا كما في المجتمعات البدائية والثبات النسبي للقيم لا يعني عدم قابليتها للتغيير.⁽⁵⁾

ونستخلص من ذلك أن القيم تتفق جميعا في مجموعة من الخصائص التي تميزها عن المفاهيم الأخرى المتشابهة معها، فالقيم هي نتاج المجتمع، وهذا المجتمع هو الذي يحييها من خلال تنظيماته

(1) دحمان زيرق، دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الإجتماعية للتلميذ، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع تخصص علم اجتماع التربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص110.

(2) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي، مرجع سبق ذكره، ص 62.

(3) نوال محمد عمر، دور الاعلام الديني في تغيير بعض قيم الاسرة الريفية والحضرية، مكتبة نهضة الشرق، ط1، القاهرة، 1984 ص36.

(4) صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، دار المسيرة، ط2، عمان، الأردن، 2000، ص206.

(5) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي العربي، مرجع سبق ذكره، ص61.

وجماعاته المختلفة، كما أن هذه القيم لها من الموضوعية ما يجعلها تؤثر في السلوك فتعمل على توجيهه بما يتفق مع السلوكيات الإيجابية في المجتمع.

خامسا: مكونات القيم الاجتماعية

يكتسب الفرد القيم من خلال التنشئة الاجتماعية تدريجيا وتحدد وظيفتها ومعاييرها، ذلك أن الحياة في المجتمع تتطلب قواعد تنظم حاجات الإنسان ويقسم علم الاجتماع القيم الاجتماعية إلى عناصر يصعب فصل بعضها عن بعض وتتكون القيم الاجتماعية من ثلاث مكونات وهي:

- **المكون المعرفي** : معياره الإختيار الشعوري في إنتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب إنتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية إنتقائه بكاملها، وهذا يعني أن الإختيار اللاشعوري لا يشكل اختيارا يرتبط بالقيم، حيث يعتبر المستوى الأول لسلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من ثلاث خطوات متتالية هي : إستكشاف البدائل الممكنة، النظر في عواقب كل بديل، يقوم بالإختيار الحر بين البدائل. (1)

- **المكون الوجداني**: ويشمل الإنفعالات والمشاعر والأحاسيس الداخلية وعن طريقه يميل الفرد إلى قيمه معينة، ويتصل هذا المكون بتقدير القيمة والإعتزاز بها، وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لإختيار القيمة ويعلن الإستعداد للتمسك بالقيمة على الملأ. (2)

- **المكون السلوكي**: ومعياره الممارسة والعمل أو الفعل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة، كلما سمحت الفرصة لذلك، وتتكون الممارسة من خطوتين هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة وبناء نمط قيمي. (3)

وعليه نجد أن للقيم ثلاث مستويات رئيسية معرفي ووجداني وسلوكي مرتبطة بمعايير تتحكم بمناهجها وعملياتها وهي الاختبار والتقدير والفعل.

(1) عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2008، ص38.

(2) عمر أحمد همشري، التنشئة الاجتماعية للطفل، مرجع سبق ذكره، ص313.

(3) عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، مرجع سبق ذكره ص37.

سادسا: تصنيفات القيم الإجتماعية

أثارت مسألة تصنيف القيم العديدة من المشكلات نظر المنتج وجهات النظر والتوجهات التي يتبناها الباحثون، ولا يوجد إتفاق على تصنيف معين، وفيما يأتي عرض لأهم في مجال القيم وهي:

- حسب المحتوي: فقد صنفها سبرانجر (spranger) في كتابه (أنماط الرجال) إلى ستة أنواع وهي:

- قيم نظرية "theoritacal values": وتعتبر عن إهتمام الفرد الزائد وميله لإكتشاف الحقائق والمعارف من أجل تحقيقها أو هي كيان معرفي يجمع بين التفسير والتحليل والتركيب.

- قيم اقتصادية "values economical": وتعتبر عن الإهتمامات العملية ذات الفائدة والنفعة والثروة والعمل ويكون لدى بعض الأفراد الذين يسعون إلتحقق المادي النافع.

- قيم جمالية فنية "Aesthetic values": والتي تعتبر عن إهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من حيث الشكل والإنسجام وأيضا ترتبط بالشكل والتناسق واللحمة الفنية عادة ما يكون عند الشعراء والأدباء وحتى عامة الناس. (1)

- قيم إجتماعية "Social values": تعتبر عن إهتمام الفرد بحب الناس والتضحية من أجلهم وتتضمن محبة الناس لا بإعتبارهم وسائل بل بإعتبارهم غايات. (2)

- قيم سياسية "values politica": تظهر بإهتمام الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتميز الأشخاص الذين تسود عليهم هذه القيمة بالقيادة من نواحي الحياة المختلفة ويتصفون بقدرتهم على توجيه غيرهم. (3)

- قيم دينية "religions value": هي تعبر عن إهتمام الفرد بالمسائل الدينية وميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة. (4)

(1)سفيان بوعطيط، القيم الشخصية في ظل التغير الإجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، مرجع سبق ذكره، ص81.

(2) حسين عبد الحميد أحمد رشوان، التربية والمجتمع، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005، ص176.

(3) محمد إسماعيل بلال: السلوك التنظيمي بين النظرية والتطبيق، دار الجامعة الجديدة لنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر 2005، ص102.

(4)، بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغير الإجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، مرجع سبق ذكره، ص82.

-تصنيف القيم على أساس العمومية:

-**القيم العامة:** وهي تلك القيم التي تنتشر في المجتمع الواحد مع اختلاف ظروفه الإقتصادية والإجتماعية والدينية والسياسية، مثل أهمية التمسك بالدين والعقيدة والعبادات، قيم النظام وأعداد الوقت والتمسك بتقاليد الماضي، وهذه القيم تعمل على وحدة المجتمع وتماسكه.

-**القيم الخاصة:** وهي تلك القيم التي تنتشر في مناطق معينة في القطر، أو تلك التي تميز طبقة إجتماعية دون أخرى، كتلك القيم التي تميز فئة المعلمين عن غيرهم مثل القيم التربوية والأكاديمية والإجتماعية والتعاون والثقافة الدينية وإدراك أهمية الدين في الحياة، وهذه القيم تعمل على تماسك هذه الفئة وترابطها وإمكانية التنبؤ بسلوك صاحبها⁽¹⁾.

- تصنيف القيم على أساس الغرض:

وهي تلك القيم التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات معينة أبعد من ذلك كقيمة العلم وغايتها، وإكتشاف الحقائق وتوضيح القيم عند (روكيش) "Rokeach"، أنها ضرب من ضروب السلوك المرغوب فيه، أو حول غاية من غايات الوجود المفضلة، والقيم عنده تنتظم في نوعين رئيسيين هما:

القيم الغائية: هي عبارة عن غايات في ذاتها وتعرف بالقيم النهائية.

-**القيم الوسيلية:** وتعرف بالقيم الوسيطة وهي تمثل أشكال السلوك الموصلة لتحقيق هذه الغايات مثل الصلاة، الصوم... والتي توصلنا إلى قيمة العبادات.

ويشير (روكيش) إلى أن القيم الغائية (النهائية) في ذاتها تنقسم إلى فئتين فرعيتين أو قيمتين هما:

- قيمة خاصة بالشخص: وتتمركز حول الذات "Values Self Centered" مثل قيمة تقدير الذات.

- قيمة خاصة بالعلاقات بين الأشخاص: وهي معروفة بالقيم المتمركزة حول الأفراد أو المجتمع كقيمة السلام العالمي "Society Centered Values"، قيم وسيلية تشمل بدورها:

⁽¹⁾ميسر العودات، القيم الإجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية، مجلة إتحاد الجامعات العربية للأداب، مجلد 7، عدد1، 2010، ص 209.

- القيم الأخلاقية (Moral Values) كالأمانة.

- قيم الإقتدار أو الكفاءة أو المنافسة "COMPETENCE VALUE" كالمنطقية.⁽¹⁾

ويتضح من ذلك أن "روكيش" وضح أن هناك نمطين من القيم الوسيالية ولغائية كأنظمة منفصلة إلا أنهما من الناحية الوظيفية مرتبطان ومتكاملان، كل منهما يكمل الآخر ولا يمكن الفصل بينهما.

تصنيف القيم على أساس الوضوح:

قيم ظاهرة: أسس التي يصرح بها الفرد ويعبر عنها بالكلام مثل القيم المتعلقة بالخدمة الإجتماعية والمصلحة العامة.

قيم ضمنية: أي التي تستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الإجتماعي بصفة عامة.⁽²⁾

تصنيف القيم على أساس الدوام: كالقيم العابرة التي تزول بسرعة مثل الموضات والنزوات، ويقبل عليها المراهقون بالدرجة الأولى ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية، والقيم الدائمة التي تدوم زمنا طويلا وتمتد جذورها في أعماق التاريخ، يعتقد أنها ترتبط بالقيم الروحية.⁽³⁾

- تصنيفات "إيغلهارت روبرت":

يقوم هذا على إفتراضات نظرية مهمة مفادها أن هناك تغير في القيم بين الأجيال وهي على النحو التالي:
القيم التقليدية: وتركز على أهمية الدين والعلاقات الأسرية القوية، والإعتزاز الوطني.
القيم العقلانية: تركز على النزعة الفردانية بعيدا على الترابط الإجتماعي.
قيم حياتية: تشمل القيم الخاصة بوجود الإنسان.

قيم تعبيرية: تتضمن القيم التي تعطي أهمية للبيئة، كالتسامح مع الآخرين، ويرى (إيغلهارت روبرت) أنه كلما تطور المجتمع إنتقلت قيمه من التقليدية إلى العلمانية العقلانية، ومن الحياتية إلى التعبيرية.⁽⁴⁾

- تصنيف "ميشال بورن":

- يقسمها إلى ثلاث أنواع من القيم:

(1) عبد الله عقله مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الإجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، مرجع سبق ذكره، ص 51.

(3) ماجد الزبيد، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، ط1، عمان، 2006، ص 26.

(4) محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي العربي، مرجع سبق ذكره، ص 73.

أ. القيم المادية.

ب. القيم الإجتماعية.

ج. القيم الأخلاقية. (1)

سابعا: مصادر القيم الإجتماعية

أ. الدين:

الدين شكل من أشكال أطر التوجيه الذي يسعى الفرد إليها من أجل إستعادة التوازن والوحدة مع الطبيعة فهو مصدر القيم والمثل العليا وقواعد السلوك الأخلاقي، فهو سبب قوة الفرد والمجتمع وهو الذي يتيح الفرصة لمشاعر الحب والتعاون والبذل والعطاء والمشاركة الوجدانية إتجاه الآخرين وكلها مشاعر ضرورية للحد من الصراع بين الأفراد، في هذا السياق وتغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية ويعتبر الدين من المنظور السوسيو أنثروبولوجي نظام للمعتقدات والممارسات السلوكية والأخلاقية، ويعد كمؤسسة إجتماعية ثقافية ويعتبر بمثابة نسق من الرموز يرسخ للإنسان حالات وجدانية ودوافع قوية. (2)

ب. الأسرة:

هي البيئة الأولى التي تحتضن الفرد، وهي الوعاء الذي يتلقى الطفل ويتفاعل معه ويكسبه عضوية في جماعة ويتعلم منها كيف يتعامل مع الآخرين، والأسرة توجهه من خلال القيم التي تحتوي ثقافة المجتمع ومن ذلك يعرف كيف يتعامل مع مواقف الحياة، حيث أن التنشئة الإجتماعية الصحيحة تبدأ من الأسرة عن طريق إكساب الطفل قيم صحيحة، وكذلك من خلال العلاقة بين الوالدين التي تستند على المحبة والتفاهم والتعاون. (3)

(1) المرجع السابق، ص74.

(2) أحمد عبد الحكيم بن بعطوش، التخطيط العائلي وتأثيره على القيم الإجتماعية في الأسرة الريفية (دراسة ميدانية بقرية تيفران بلدية سفيان ولاية باتنة)، مذكرة لنيل شهادة (دكتوراه)، تخصص علم الإجتماع والديموغرافيا، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2013، ص141.

(3) الجموعي مومن بكوش، القيم الإجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الإجتماعي لدى الطالب، مرجع سبق ذكره، ص37.

ج. المجتمع وأنماط المعيشة:

المجتمع هو مصدر القيم الاجتماعية ويرد إلى العقل الجمعي لأن المجتمع يعتبر هو المشرع الوحيد للقيم لأنه موجدتها وحافظها وهو معيار القيم الخلقى لما له من قوة القهر وعليه فإن التقويم عند أصحاب هذا الرأي عملية إجتماعية خارجة من ذات الأفراد وصادرة عن المجتمع والإرادة الجمعية التي تعلق على الأفراد وذواتهم.⁽¹⁾

د. جماعة الرفاق :

فحسب "سلوت": تعد جماعة الرفاق من الوسائط الهامة في تشكيل الشخصية ونقل القيم بتأثير من الرفاق لميل الناشئين بفطرتهم إلى محبة الأصدقاء، ويزداد التأثير بهم في ظل غياب دور الأسرة، كما تعتبر جماعة الرفاق إنعكاسا لثقافة المجتمع، دون أن نهمل ما للأسرة والمربين من دور مهم في توعية أطفالهم والعناية بتوجيههم في إختيار الأصدقاء الصالحين، لذلك لا بد من الحفاظ على سلامة البيئة الإجتماعية وإشباع حاجات الطفل حتى لا يتسرب الفساد ولتنمو القيم نموا قويا.⁽²⁾

هـ. المدرسة :

تعد من المؤسسات الإجتماعية التي أنشأها المجتمع لتربية وتعليم صغاره ونقل تراثه الثقافي إليهم، وهي بيئة تربوية مبسطة للمواد العلمية، ولكن قد يتخللها بعض الانحراف، فهي تساهم في بناء شخصية الطفل من خلال الكتب المدرسية والمناهج الدراسية.⁽³⁾ هي مؤسسة إجتماعية تربوية حظيت بالإهتمام والدراسة منذ زمن طويل، وذلك نظرا لنقل المهمة الموكلة إليها من قبل المجتمع ولعظم التوقعات المنتظرة منها ابتداء من دخول الطفل إليها إلى أن يتخرج إطارا كبيرا منها.⁽⁴⁾

(1) أحمد عبد الحكيم بن بعطوش، التخطيط العائلي وتأثيره على القيم الإجتماعية في الأسرة الريفية، مرجع سبق ذكره ص 142.

(2) دنيا جمال المصري، أثر استخدام لعب الأدوار في إكتساب القيم الإجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطالبة الصف الرابع أساسي، ص 51.

(3) نفس المرجع السابق، ص 52.

(4) الجموعي مومن بكوش، القيم الإجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الإجتماعي لدى الطالب الجامعي، مرجع سبق ذكره ص 80.

و. وسائل الإعلام:

تؤثر وسائل الإعلام المختلفة من وسائل إعلامية متنوعة بما تنشره وتقدمه من معلومات وحقائق وأخبار ووقائع وأفكار وأراء لتحيط الناس علما بموضوعات معينة من السلوك، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن النمو العقلي والإنفعالي والاجتماعي للأطفال والمراهقين يتأثر بدرجة كبيرة بما يتلقونه من مواد تقدمها تلك الوسائل الإعلامية من تلفزيون وسينما وإذاعة وأنترنت وصحف ومجلات وكتب، ويعد التلفاز من بين الوسائل الخطيرة ذات الجاذبية للكبار والصغار لما يوفره من برامج مختلفة تجذب وتشد الانتباه، فكل ما يبثه من مواد إعلامية مختلفة يقدم للأطفال صورة عن السلوك والقيم والاتجاهات والمعتقدات التي يجب أن يتحلوا بها، فالعديد من القيم والاتجاهات وأنماط السلوك يستطيع التلفاز ترسيخها في عقل الطفل في وقت وجيز.⁽¹⁾

ز. المجتمع:

- يرى بعض علماء الاجتماع أن المجتمع هو صانع القيم ويتزعم هذا الإتجاه "دوركايم" ويبالغ فيه إلى أن يرى المجتمع صانعا لكل تراث الحضارة والقائم على رعاية هذا التراث مما يجعل المجتمع سلطة أمرة وفي نفس الوقت عون مرغوب فيه لتحقيق التوافق مع القيم الاجتماعية. الفرد الذي يسير على قيم مجتمعه يعتبر صالحا ومن يخالفها ينبذ منه.⁽²⁾

ثامنا: وظائف القيم الاجتماعية

تعد القيم الاجتماعية من أهم مكونات الشخصية، ولذلك فهي تعمل على تشكيل الكيان النفسي والاجتماعي للفرد أو الجماعة والمجتمع من خلال قيامها بوظائف نذكر منها:

1- على المستوى الفردي: تهيئ للفرد إختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم، فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية.⁽³⁾

(1) الجموعي مومن بكوش، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مرجع سبق ذكره، ص 81.

(2) أحمد عبد الحكيم بن بعطوش، التخطيط العائلي وتأثيره على القيم الاجتماعية في الأسرة الريفية، مرجع سبق ذكره، ص 144.

(3) عبد الحميد حمودة، أثر القيم الاجتماعية على فعالية المؤسسة الخدمانية العمومية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 38.

- تعزيز الصداقات والعلاقات الإيجابية: تشجع القيم الاجتماعية الفرد على بناء صداقات وعلاقات إيجابية مع الآخرين. وتساعد في تحسينها وتعزيز الدعم الاجتماعي.
- تعطي للفرد الفرصة للتعبير عن نفسه للتكيف والتوافق في المجتمع.⁽¹⁾
- تحفز القيم الاجتماعية الفرد على الالتزام بالمسؤولية واتخاذ القرارات الصحيحة. وتساعد في تحسين القدرة على التعامل مع المسؤوليات والمهام وتعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا يتغلب عليه عقله ووجدانه.⁽²⁾
- تساعد الأفراد على التكيف مع الأوضاع المستجدة عليهم.⁽³⁾
- تحفز القيم الاجتماعية الفرد على العمل الدؤوب والاجتهاد.
- تساهم في حل النزاعات والصراعات وإتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لتساعده على الإختيار بين البدائل المتغيرة.⁽⁴⁾
- تتخذ كأساس في إجراء المقارنات بين المجتمعات المختلفة.⁽⁵⁾

2- على مستوى المجتمع

- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية لمصالح الأهداف الجمعية التي تحدد المسؤولية.⁽⁶⁾
- تحديد الأخلاق والسلوكيات المقبولة: تحدد القيم الاجتماعية المقبولة في المجتمع الأخلاق والسلوكيات التي يجب على الأفراد إتباعها. على سبيل المثال، تشجع بعض الثقافات الإيجابية والمبادئ مثل الصدق والعدل والأعداد والمساواة.

(1) المرجع السابق، ص 39.

(2) المرجع السابق، ص 39.

(3) عبد الله عقلة مجلي، الصراع بين القيم الاجتماعية، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(4) المرجع سابق، ص 39.

(5) جهاد نعيم عبد الرحمان قمحية، البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، مذكرة لإكمال نيل (ماجستير)، نابلس، فلسطين

2003، ص 54.

(6) عبد الحميد حمودة، أثر القيم الاجتماعية على فعالية المؤسسة الخدمائية العمومية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 43.

- تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع وثقافته، ولكل تجمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها. (1)

- **تحديد الهوية الثقافية:** تساعد القيم الاجتماعية على تحديد هوية المجتمع والثقافة الخاصة به. وتعتبر هذه القيم مهمة في توحيد المجتمع وتحديد ما يميزه عن غيره.

- تحافظ القيم الاجتماعية على تحديد الأهداف الاجتماعية المشتركة للمجتمع. وتشجع على العمل المشترك لتحقيق هذه الأهداف. (2)

- تشجع القيم الاجتماعية على الانضباط الاجتماعي وإعداد القوانين واللوائح. وتساعد في تطوير العلاقات الاجتماعية الإيجابية بين الأفراد لحفظ استمرار المجتمع وكيانه في إطار موحد.

تاسعا: كيفية اكتساب القيم الاجتماعية

يولد الفرد وهو خالي من الإيديولوجية التي تحدد تعامله مع المواقف والأشياء والأشخاص والأهداف التي تنتظم عليها محاور حياته، ثم تتولى مؤسسات التنشئة الاجتماعية بكافة عناصرها مسؤولية تعليمه وتوجيهه في ضوء ما تتمثله ثقافة ذلك المجتمع من القيم. ويرى "كراثول" Krathwohl: "أن اكتساب القيم الاجتماعية يحدث عبر عمليات تدوية متسلسلة على نحو هرمي ذات خمسة مستويات :

أ. **مستوى الإستقبال "Level Receptional":** ويشير هذا المستوى إلى مرحلة وعي المتعلم، وحساسيته بالمشيرات المحيطة به ورغبته في إستقبالها، وضبط إنتباهه، وتوجيهه نحو مشيرات معينة دون غيرها لأهميتها في نظره.

ب. **مستوى الإستجابة "Level Responce":** ويتعدى المتعلم في هذا المستوى. مجرد الإنتباه إلى الاندماج في الموضوع أو الظاهرة أو النشاط مع الشعور بالإرتياح لذلك .

ج. **مستوى التقييم "Level Evaluation":** ويعطي المتعلم في هذا المستوى قيمة أو تقديرا للأشياء أو الظواهر، الأفكار، ويسلك سلوكا متسقا وثابتا إزاء بعض الموضوعات التي تجعله نستنتج أن لديه قيمة معينة.

(1) عبد الله علة مجلي، الصراع بين القيم الاجتماعية، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية، مرجع سابق، ص44.

(2) المرجع السابق، ص40.

د. مستوى التنظيم "Level Organization": مستوى تنظيم القيم يقف فيه المتعلم على العلاقات المتبادلة بين مختلف القيم ويعيد تنظيمها في منظومة قيمية مبينا ترتيب هذه القيم ومدى سيادة كل منها على القيم الأخرى.

هـ. مستوى الوسم بالقيمة "Level Characterization": وبه تنتهي عملية التدوية، حيث يستجيب فيه المتعلم إستجابة متسقة للمواقف المشحونة بالقيم، وفقا للقيم التي يتبناها ويعتقد بها، وفي هذا المستوى يتم إصدار السلوك دون إستثارة للإنفعالات ويوسم بقيمة تدل على نمط سلوكه وحياته كان يوصف بالتعاون أو الصدق أو الإندفاع، نتيجة للتوافق بين قيمه وسلوكه.⁽¹⁾

(1) صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص ص 211-212.

خلاصة الفصل

تعتبر القيم الاجتماعية جزء رئيسي من تركيب وبناء المجتمع، وتلعب دوراً أساسياً في تكوين وتشكيل النسق الاجتماعي وإستمراره، تتصف بالاستمرارية وبالعمومية والإنتشار، وهي من العناصر الاجتماعية الرئيسية القادرة على التكيف مع التحولات والتغيرات التي تطرأ على المجتمع.

الجانب الميداني

الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: منهج الدراسة

ثالثاً: مجتمع الدراسة والعينة

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: أساليب المعالجة السوسولوجية

خلاصة الفصل

تمهيد:

بناء على المحاور النظرية التي تم عرضها وتحقيقاً لأهداف الدراسة والتحقق من صحة الفرضيات التي تم طرحها سابقاً يتعين القيام بالبحث الميداني بإستخدام خطوات البحث العلمي في معالجة موضوع الدراسة مجسداً في خمسة عناصر المتمثلة في: مجالات الدراسة، المنهج المتبع ومجتمع الدراسة والعينة وأدوات جمع البيانات وأساليب التحليل.

أولاً- مجالات الدراسة

لكل دراسة مجالات لا بد من تحديدها وأبرزها وهذه العملية خطوة أساسية في كل بحث علمي وتتوقف هذه الدراسة على ثلاث مجالات وهي:

1-المجال المكاني :

يقصد به الإطار المكاني الذي أجريت به الدراسة، وقد تم إجراء دراستنا هذه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى جامعة جيجل، والتي تقع ببلدية الأمير عبد القادر والمنطقة العمرانية تاسوست، يحدها من الغرب مدينة جيجل ومن الجهة الشمالية الطريق الوطني رقم (43)، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، تضم أربع كليات وهي كلية الآداب واللغات وكلية الحقوق والعلوم السياسية، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

2- المجال الزمني:

وهي المدة المستغرقة لإنجاز هذه الدراسة التي تمتد من خلال المراحل التالية:

- المرحلة الأولى: في أواخر ديسمبر تم طرح الموضوع على الأستاذ المشرف، وبعد إطلاعه وموافقته وقبول العناوين على قسم علم الاجتماع في شهر جانفي قمنا بداية بجمع المراجع والمعلومات والوثائق اللازمة للإحاطة النظرية لموضوع الدراسة.

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

- المرحلة الثالثة: إمتدت من أواخر شهر أفريل إلى غاية آخر شهر ماي قمنا ببناء الإستمارة، وبعد ذلك توزيعها على عينة الدراسة المتمثلة في الطلبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ليتم بعد ذلك تخصيص الوقت المتبقي لتفريغ الإستمارة وتحليلها وتفسيرها وإستخلاص نتائج الدراسة.

3- المجال البشري

يقصد به مجتمع الدراسة أو العينة المختارة حيث إختارنا عينة من طلبة قسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية الذي بلغ عددهم كالتالي: (475) طالب وطالبة.

ثانيا: منهج الدراسة

أي بحث علمي يتطلب منهجا معتمدا لضبط خطوات البحث لأجل الوصول إلى نتائج واقعية والإجابة على نختلف الأسئلة.

والمنهج هو " مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتائج علمية." (1) أي أنه إجراءات بمحددات علمية في عمل الباحث العلمي للوصول إلى مبتغاه من الدراسة.

ويعرف أيضا المنهج بأنه "أسلوب للتفكير والعمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها بالتالي للوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة." (2) بمعنى أن منهج البحث هو أسلوب تفكير يعتمده الباحث لتنظيم معلوماته من أجل الوصول النتيجة المطلوبة.

وعرفه البعض بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة ذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة." (3)

إن الباحث ليس حرا في إختياره للمنهج الذي يتبعه في موضوع بحثه بل هو الذي يفرض عليه نوع المنهج الذي يجب إستخدامه، فليس أي منهج صالح لدراسة أي موضوع لأن كل منهج يناسب دراسة معينة، وهي خطوة هامة وضرورية ونظرا لدراستنا إرتأينا أن المنهج الوصفي التحليلي هو الإنسب والأكثر ملائمة لموضوع دراستنا المتمثل في دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطلاب الجامعي وعليه يعرف المنهج الوصفي بأنه " أحد أشكال التفسير والتحليل العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة

(1) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للطباعة والنشر، ط1 الجزائر، 2006، ص98.

(2) محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، صنعاء دار الكتب، ط1، اليمن، 2015، ص35.

(3) محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، الأردن، 1999 ص46.

محددة، وتصويرها كميًا عن طريق جمع بيانات مقننة عن الظاهرة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.⁽¹⁾

ويعرف كذلك أنه: "لا يقتصر على الوصف الدقيق للظاهرة المدروسة فحسب، بل يتطلب الأمر بالإضافة إلى وصف الظاهرة وجمع البيانات عنها، وصف الظروف والممارسات المختلفة وتحليل هذه البيانات وإستخراج البيانات وإستخراج الإستنتاجات."⁽²⁾ وقد إعتدنا عليه للأسباب التالية:

- كون المنهج لا يكفي فقط بمجرد وصف بل يتعداه إلى التحليل والتفسير ومن ثم الفهم، إستنتاج البيانات التي تم جمعها وإعطائها تفسيرات سيوسولوجية من شأنها المساعدة في إجاباتها.
- السماح بالإعتماد على العديد من أدوات البحث الذي يقودنا للأجوبة.
- يساعد في تقديم التحليل اللازم للظواهر المختلفة مما يساعد الباحث على فهم العوامل المؤثرة في الظاهرة.

ثالثاً: مجتمع الدراسة وعينته

أ- مجتمع الدراسة

إن مرحلة تحديد المجتمع الأصلي للدراسة من الخطوات المنهجية المهمة التي تتطلب الدقة من طرف الباحث حيث يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وجميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث."⁽³⁾

ويعرف أيضا بأنه "جميع المفردات التي تمثل الظاهرة لموضوع البحث، وتتشرك في صفة معينة أو أكثر المطلوب جمع البيانات حولها"⁽⁴⁾، وإنطلاقاً من موضوع دراستنا المتمثل في دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية للطلاب الجامعي، فيتمثل مجتمع الدراسة في دراستنا هو طلبة الجامعات لكن

(1) أسامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والطباعة، ط2، عمان، الأردن، 2002 ص532.

(2) بلقاسم سلاطينية وحسان الجيلاني، منهجية العلوم الإجتماعية، دارالفجر للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2012 ص167.

(3) كريمة بن صغير، محاضرات للسنة الثانية علم النفس، مطبوعات لمادة منهجية وتقنيات البحث، الجزائر، 2018، ص42.

(4) رزقي خليفي، هجيرة شيقارة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارض (مجلة علمية دولية محكمة)، عدد23، ديسمبر 2017، ص282.

لضخامته وإستحالة الوصول إلى جميع مفرداته ودراساتهم فإننا ركزنا على طلبة جامعة جيجل وبالتحديد طلبة قسم علم الاجتماع بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية المزاوولون لدراساتهم في جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل (قطب جامعة تاسوست تحديدا).

الخصائص السوسولوجية لمجتمع الدراسة:

- مجتمع الدراسة غير متجانس في مجموعه، ومتجانس في طبقاته.

-أغلب مجتمع الدراسة إناث.

- مجتمع الدراسة في مجموعه من المدينة.

- مجتمع الدراسة في مجموع حالتهم الإجتماعية أعزب.

ب- عينة الدراسة: لقدإعتمدنا على أسلوب المعاينة الذي يمثل المجتمع الكلي للدراسة. وتعرف العينة على أنها "شريحة أو جزء من مجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص موضوع البحث".⁽¹⁾

وتعتبر مرحلة تحديد العينة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية وبالتالي طبيعة الدراسة التي يتم تناولها هي التي تفرض على الباحث أسلوبا معينا لإختيار العينة التي تتناسب معه، ونظرا لضيق الوقت ولأن مجتمع الدراسة كبير العدد إرتأينا إستعمال العينة الطبقية التناسبية والتي هي "إحدى أنواع العينات الإحتمالية تعتمد على تقسيم المجتمع إلى طبقات مختلفة فيما بينها من حيث الخاصية التي نريد أن نقيسها والغرض هو الوصول إلى مستوى تجانس الوحدات"⁽²⁾، حيث يمكن أن"نقسم المجتمع الأصلي إلى طبقات وفئات حسب درجة أهمية تمثيل الخاصية."⁽³⁾

(1) ريم ماجد، منهجية البحث العلمي، فريد ريش إيبيرتش للنشر والتوزيع، بيروت، 2016، ص29.

(2) محمد عبد العالي النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن2015، ص85.

(3) ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه ومناهجه وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، جامعة البلقاء التطبيقية (الأردن) ص168.

فالعينة الطبقة تستعمل في حالة "المجتمعات الغير متجانسة أي في حالة وجود تفتوت كبير بين الوحدات الإحصائية بالنسبة للخاصية المدروسة." (1) حيث يتم "تقسيم العينات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي إلى أقسام، سواء حسب السن أو المهنة، أو السنة الدراسية." (2)، أي يتم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات متجانسة، مختلفة أو متباينة بين الطبقات وهي جمع العينات من طبقات متعددة تسحب عشوائيا وتكون عدد مفرداتها تتناسب مع حجم الطلبة المختلفين في مجموعهم والمتجانس في كل طبقة لذلك يتم تقسيمها لطبقات مع عشوائية إختيار مفردات الدراسة، فتم تقسيمها حسب كلية ثم قسم ثم تخصصات تخدم دراسة السوسيولوجية المتمثلة في شبكات التواصل الإجتماعي وتشكيل القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي. والجدول التالي يوضح تعداد طلبة قسم علم الإجتماع التي أخذت منها مفردات الدراسة وهي:

الجدول رقم (01): تعداد الطلبة المسجلين في قسم علم إجتماع للمستويات الثالثة ليسانس والسنة

الثانية ماستر لسنة 2023/2022.

| مجموع عدد الطلبة | قسم علم الإجتماع (المستوى) |
|------------------|----------------------------|
| 301 | السنة الثالثة ليسانس |
| 39 | السنة الثانية ماستر إتصال |
| 63 | السنة الثانية ماستر تنظيم |
| 72 | السنة الثانية ماستر تربية |
| 475 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبة (إعتمادا على سجلات رسمية)

وبعد حصر مجتمع الدراسة (الثالثة ليسانس والثانية ماستر) تم أخذ نسبة (15%)، وبعد تحديد نسبة المفردات النتيجة كانت كالتالي:

- السنة الثالثة ليسانس $\approx \frac{301 \times 15}{100} = 45.1$: (45) مفردة.
- السنة ثانية ماستر علم اجتماع الإتصال: $\frac{39 \times 15}{100} = 5.85 \approx 6$ مفردة.
- السنة ثانية ماستر علم اجتماع تربية: $\frac{72 \times 15}{100} = 10.8 \approx 11$ مفردة.

(1) نادية سعيود عشير، منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل، قسنطينة، الجزائر 2017، ص 237.

(2) أنيس غضبات وآخرون، البحث العلمي الأسس والمناهج، زمزم ناشرون وموزعون، ط1، عمان، 2021، ص 140.

- السنة الثانية ماستر علم اجتماع تنظيم : $\frac{63 \times 15}{100} = 9,45 \approx$ مفردة.
ومما ملاحظ عدد عينة الدراسة هي 71: مفردة.

رابعاً: أدوات جمع البيانات

لكل بحث علمي مسعى أساسي هو الإجابة على التساؤلات التي يطرحها الباحث والمتعلقة بمختلف جوانب البحث وذلك لا يتم إلا عن طريق جمع البيانات والمعلومات، وهي تعرف بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف إختيار فرضيات البحث والإجابة عن تساؤلاته".⁽¹⁾
وأدوات جمع البيانات تختلف طبيعتها باختلاف طبيعة الموضوع والمنهج وطبيعة العينة وقد إستخدمنا في دراستنا على الملاحظة والمقابلة والإستبيان.

1- الملاحظة:

من بين أهم أدوات جمع البيانات في علم الاجتماع فهي تعد "من الأدوات البحثية التي يمكن إستخدامها للحصول على بيانات تتعلق ببعض الحوادث أو الوقائع وهي تتم بإستخدام وسيلة صادقة تتضمن التدوين الدقيق أو الرصد في مواقف فعلية حيث تعد من أدق الأدوات البحثية وأقلها تحيزاً".⁽²⁾
ولقد تم الإعتماد على الملاحظة البسيطة في أبسط صورها وذلك من أجل جمع البيانات حول المواقف الفعلية للمبحوثين حول الواقع حيث عرفها "خالد حامد" بأنها: "طريقة منهجية يقوم بها الباحث بدقة تامة وفق قواعد محدودة للكشف عن تفاصيل الظواهر، ولمعرفة العلاقات التي تربط بين عناصرها وتعتمد على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل أو المختبر وتسجيل ملاحظاتها وتجميعها أو الإستعانة بالألات السمعية البصرية".⁽³⁾
وتعرف أيضاً بأنها "المشاهدة التلقائية للظواهر، والتي يلجأ الباحث إليها وإستقرائها دون أعداد أو تجهيز مسبق للأدوات والأجهزة المستخدمة أو دون تحديد الأهداف أو المعلومات المتعلقة بتسجيل حركة ظاهرة".⁽⁴⁾

(1) سالم بن سعيد آل ناصر القحطاني وآخرون، منهج البحث في العلوم السلوكية، المطابع الوطنية الحديثة، الرياض، 2004 ص 287.
(2) سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي وكالة الغوت، غزة، فلسطين، 2003، ص 50.
(3) منيرة بقر، تصميم وبناء أدوات البحث العلمي، معهد التربية والرياضية، مطبوعة الجزائر، 2017، ص 18.
(4) عناية غازي، البحث العلمي منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية (الدكتوراه) و(الماجستير)، دار المناهج، ط1، الأردن 2014، ص 154.

لقد ساعدت الملاحظة على الحصول على بعض التفسيرات التي نستطيع إستخدامها لاحقا في تحليل النتائج تحليلا علميا دقيقا من خلال ملاحظة عادات وأنماط إستخدام المبحوث لشبكات التواصل الإجتماعي ودوافع إستخدامها، وكذا معرفة كيف تؤثر هاتها الشبكات الإجتماعية على قيمهم الإجتماعية لتبيان هل له دور في تشكيلها.

لذا فالملاحظة كأداة مساعدة مكنتنا من بلورة نظرة عامة عن الطلبة الجامعيين في مجال القيم ومدى دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيلها.

2 - الإستمارة:

هي إحدى أدوات جمع البيانات الأكثر إستخداما وشيوعا في البحوث الإجتماعية ويرجع ذلك إلى الميزة التي تحققها هذه الأدوات من إختصار الجهد والتكلفة.

نظرا لطبيعة موضوع دراستنا الذي يتناول شبكات التواصل الإجتماعي وتشكيل القيم الإجتماعية لدى الكلية الجامعيين فقد إعتدنا على أداة الإستبيان (الإستمارة) بإعتبارها الإنسب للعينة التي إختارناها كما تعتبر الأداة أكثر إرتباطا بالمنهج الوصفي الذي نعتمده في دراستنا.

والإستمارة هي " التقنية المباشرة للإستطلاعات العلمية المستعملة للأفراد والتي تسمح لمسائلتهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة والحصول على نتائج كمية من أجل إيجاد علاقات إحصائية ومن أجل القيام بمقاربات عديدة ".⁽¹⁾

كما تعرف أيضا "أداة لتجميع البيانات ذات صلة مشتركة بحثية معينة وذلك عن طريق ما يقرره المستجيبون لفظيا في إجاباتهم على الأسئلة التي يتضمنها الإستبيان".⁽²⁾

حيث تعتبر الإستمارة الإستبائية هي المرسى الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد رسم مسارها وتحديد موضوعاتها وتحديد طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث، وأسئلتها عادة ما تكون أسئلة مفتوحة وبعضها مغلقة. وبعد تصميم الإستمارة ومناقشتها مع الأستاذ المشرف، تم تقديمها لأساتذة

(1) عمار بوحوش وآخرين، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الإجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، ط1، برلين، ألمانيا، 2019، ص67.

(2) مباركة خمقاني، أساليب وأدوات تجميع البيانات مجلة الذاكرة، تصدر عن مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الجزائري، العدد9، جوان 2017، ص.45.

لأجل التحكيم والتصحيح لتخرج بشكلها النهائي والتي إشملت على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة في أربعة محاور كالآتي:

الجانب الأول: يتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين.

الجانب الثاني: محاور الأداة الثلاثة:

- **المحور الأول:** يتضمن عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثاني:** يتضمن دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثالث:** يتضمن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

ولقد مر إستبيان هذه الدراسة بعدد من المراحل للوصول إلى الإستبيان الأكثر ملائمة للدراسة، وهي تتمثل فيما يلي:

أ- **مرحلة الصياغة الأولية للإستمارة:** وهي مرحلة الأعداد الأولى، وصيغت بناء على التساؤل العام والتساؤلات الفرعية لتحقيق الأهداف المرجوة والمعبرة عن كل تساؤل.

ب- **مرحلة تحكيم الإستمارة:** وهي مرحلة عرض الإستمارة على بعض الأساتذة للتقييم وقد كان عددهم (3) أساتذة من مختلف تخصصات علم الإجتماع لتحكيم الإستمارة من حيث:

- ملائمة الأسئلة للمحاور.

- وضوح صياغة الأسئلة.

- التعديلات المقترحة للأسئلة المطروحة.

وقد كانت نتيجة التحكيم الظاهري كما يلي:

- **الحذف:** تم حذف الأسئلة تحت الأرقام 15،16،21، في محور جانب الأداة:

- ماذا تستخدم عند تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي اللغة التي تفضل التواصل بها؟

- حسب رأيك هل تساعدك شبكات التواصل الإجتماعي بالقضاء على الملل والروتين؟

- التعديل:

- تعديل خيارات السؤال (10) من: لينكدان، واتس أب، ماي سبيس، إلى أخرى.

- إعادة صياغة: إعادة السؤال (19) ما هي المجالات التي تتابعها عبر شبكات التواصل الإجتماعي؟

إلى ما هي الموضوعات التي تتابعها عبر شبكات التواصل الإجتماعي؟

د- مرحلة الصياغة النهائية: وهي آخر مرحلة فيها الصياغة النهائية لإستمارة البحث ووضعت في شكلها

النهائي حيث تضمنت (33) سؤالاً.

- الجانب الأول: ضم (06) أسئلة شملت البيانات الخاصة بالطالب الجامعي، بيانات تتعلق بالمستوى

والتخصص أخرى بالحالة الإجتماعية ومكان الإقامة.

- الجانب الثاني: ضم ثلاث محاور ب (27) سؤالاً كما يلي:

- المحور الأول: يتضمن (09) أسئلة تتعلق بعادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل

الإجتماعي (خاص بالفرضية الفرعية الأولى).

- المحور الثاني: يتضمن (09) أسئلة تتعلق بدوافع الطالب الجامعي في استخدام شبكات التواصل

الإجتماعي (خاص بالفرضية الثانية).

- المحور الثالث: يتضمن (09) أسئلة تتعلق بشبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية (خاص

بالفرضية الفرعية الثالثة).

ومن خلال هذا التقييم تبين أن الأداة صادقة لحد ما للدراسة.

الجدول رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين للإستمارة

| الرتبة | قائمة الأساتذة المحكمين |
|------------------------|-------------------------|
| أستاذ محاضر صنف - ب- | شربال مصطفى |
| أستاذ محاضر صنف - أ- | بوجردة الياسين |
| أستاذة محاضرة صنف - أ- | بلغول يمينة |

- صدق المحتوى:

في هذا الموضوع النوع يتم حساب صدق كل بند بصيغة مفردة وفق المعادلة الإحصائية (لوشيه) لمعرفة مدى الإتساق الموجود بين الفقرات وهي كالآتي:

$$\frac{N_1 - N_2}{N}$$

حيث: N_1 يمثل عدد المحكمين الذين قالو يقيس.

N_2 يمثل عدد المحكمين الذين قالو لا يقيس.

N يمثل عدد المحكمين.

أما الطريقة المعتمدة في حساب صدق الإختبار هي:

مجموع صدق البنود

عدد البنود

الجدول رقم (03): صدق الأداة وفق معاملة "نوتشية"

| رقم البند | رأي المحكمين | | قيمة الصدق |
|-----------|--------------|------|------------|
| | لا يقيس | يقيس | |
| 1 | 0 | 3 | 1 |
| 2 | 0 | 3 | 1 |
| 3 | 0 | 3 | 1 |
| 4 | 0 | 3 | 0.33 |
| 5 | 0 | 3 | 1 |
| 6 | 1 | 3 | 1 |
| 7 | 0 | 3 | 1 |
| 8 | 0 | 3 | 1 |
| 9 | 0 | 3 | 1 |
| 10 | 2 | 1 | -0,33 |
| 11 | 0 | 3 | 1 |
| 12 | 0 | 3 | 1 |
| 13 | 0 | 3 | 1 |
| 14 | 0 | 3 | 1 |
| 15 | 3 | 0 | -1 |
| 16 | 3 | 0 | -1 |
| 17 | 0 | 3 | 1 |
| 18 | 0 | 3 | 1 |
| 19 | 0 | 3 | 1 |
| 20 | 0 | 3 | 1 |
| 21 | 2 | 1 | -0,33 |
| 22 | 0 | 3 | 1 |
| 23 | 0 | 3 | 1 |

| | | | |
|-------|---|---|----|
| 1 | 0 | 3 | 24 |
| 0,33 | 1 | 2 | 25 |
| 1 | 0 | 3 | 26 |
| 1 | 0 | 3 | 27 |
| 1 | 0 | 3 | 28 |
| -0,33 | 2 | 1 | 29 |
| 1 | 0 | 3 | 30 |
| 1 | 0 | 3 | 31 |
| 1 | 0 | 3 | 32 |
| 1 | 0 | 3 | 33 |
| 1 | 0 | 3 | 34 |
| 0,33 | 1 | 2 | 35 |
| 0,33 | 1 | 2 | 36 |

وبتطبيق العملية الحسابية التالية:

$$\frac{\text{مجموع معاملات صدق كل البنود (الأسئلة)}}{\text{عدد البنود}} = \frac{25,3}{36} = 0,7$$

ومنه انطلاقاً من النتائج الموضحة في الجدول توصلنا إلى أن $0,70 > 0,60$: بناء على معادلة لوتشيه **Laushe** السابقة فإن: الإستمارة صادقة وصالحة للدراسة.

3 - المقابلة:

تعد المقابلة إستبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث بجمع معلومات بطريقة شفوية مباشرة من المبحوث وهي تحتل مركزاً هاماً في البحث العلمي السوسولوجي، وتعتبر من الأدوات الأساسية لجمع البيانات، فهي تمتاز بالمرونة وتسمح للمبحوث بأن يفهم بعمق غرض الدراسة ويكون مستعداً للتعاون حيث تكون عبارة عن حوار يأخذ بشكل طرح أسئلة من طرف الباحث وأجوبة من طرف المبحوث، ومن هذا فإن المقابلة في البحث العلمي هي: "المحادثة التي تتم بين القائم بالمقابلة والمبحوث، بغرض جمع البيانات

التي يحتاج إليها البحث، ولذلك فهي تختلف عن الحديث العادي الذي قد لا يهدف إلى تحقيق غرض معين.⁽¹⁾

وتعرف أيضا بأنها: "تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على بعض البيانات الموضوعية."⁽²⁾

ولقد استخدمت كأداة مساعدة لجمع البيانات مع الإستبيان بطريقة مباشرة، حول موضوع الدراسة وذلك بهدف الحصول على معلومات أكثر على المبحوث والتعرف على مواقفه وتصرفاته حول موضوع الدراسة من خلال أسئلة مكملة للإستمارة لسد ثغراتها، بهذا الصدد قام بتعريفها (ربحي مصطفى عليان) بأنها "لقاء يتم بين الشخص المقابل (الباحث أو من ينوب عنه) والذي يقوم بطرح مجموعة من الأسئلة على الأشخاص المستجيبين وجها لوجه، ويقوم الباحث أو المقابل بتسجيل الإجابات على الإستمارات."⁽³⁾ وقد هدفت هذه المقابلة للتعرف على:

- التعرف على طبيعة الأنماط السائدة بين الطلبة في إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.

- معرفة أنواع الشبكات المستخدمة بكثرة بين الطلبة.

- معرفة ماذا تأثير الشبكات الإجتماعية على الوازع الديني للطلاب.

باختصار إستخدام المقابلة كوسيلة للإجابة على أسئلة غير مضمولة في الإستبيان ولم يتم الإشارة إليها في الأسئلة الإستبائية، يمكن أن تسمح بإستكمال المعلومات، توضيح الإجابات، الحصول على رؤى عميقة وإستكشاف مواضيع غير متوقعة.

(1) أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الإجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2006، ص128.

(2) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية (أسس علمية وتدريبية)، ط3، 2008، ص128.

(3) ربحي مصطفى، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي الأسس والنظرية والتطبيق العملي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2 عمان، 2008، ص109.

4- السجلات والوثائق:

هي كل سجل كتابي أو صوري أو مرئي وسمعي يتعلق بظاهرة أو حدث يمكن الإستفادة منه عند الحاجة " منها يرجع الباحث إلى جمع البيانات حول الموضوع أو بعض محاوره من الوثائق والسجلات الإدارية، بشرط عدم التكرار في جمع البيانات، فإما أن تكون البيانات المجمعة من الوثائق والسجلات الإدارية بيانات تكميلية للإستمارة أو الملاحظة أو المقابلة، أو بعضهم فقط، ووظيفتها تكميلية في التفسير والتحليل. وإما أن تكون البيانات المجمعة تتعلق ببعض محاور البحث التي لا تمسها أدوات جمع البيانات الأخرى." (1)

فالسجلات والوثائق غالبا ما تكون أدوات تكميلية لدعم أدوات البحث العلمي من خلالها يمكن جمع بيانات موثقة وهي ذات أهمية لتدعم المعطيات التي تحتاج لها الدراسة والمتمثلة في تعداد الطلبة المسجلين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لسنة 2022 / 2023 المستخرجة يوم 11 / 04 / 2023.

خامسا: أساليب المعالجة السوسولوجية

يعتمد أغلب الباحثين في دراستهم على أسلوبين من التحاليل الإحصائية، ذلك من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي قد تم جمعها من خلال أدوات جمع البيانات، وهذين الأسلوبين مكملان لبعضهما البعض وخاصة في البحوث الإجتماعية.

لقد قمنا بإستخدام أسلوبين الكمي والكيفي:

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

2- الأسلوب الكيفي: إستعملنا أسلوب التحليل الكيفي من خلال محاولة ربط البيانات المتحصل عليها من خلال إستمارة البحث بالأطر النظرية والمعرفية حول ظاهرة موضوع الدراسة، ومحاولة فهمها وتفسيرها والتعليق عليها في إطار سوسولوجي.

(1) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 223.

3- الأسلوب الإحصائي: وهو التحكم في تكميم البيانات بعد التحقق الميداني منها بإستعمال أدوات الإحصاء الوصفي والإستدلالي، ويعتبر دعماً لأسلوب التفسير ولذلك تم الإستعانة بالحزمة الإحصائية (Spss) وتتمثل أدوات الأسلوب الإحصائي فيما يلي :

أ- أدوات الإحصاء الوصفي:

- التكرارات والنسب المئوية: حيث تم عرض خصائص مفردات البحث ووصفها وتقدير إستجابات المبحوثين.

ب- أدوات الإحصاء الإستدلالي: والتي إستعملت للتحقق من مدى تحقق الفرضيات الفرعية في الميدان ومن ثمة تحقق أو عدم تحقق الفرضية الرئيسية، وذلك بإستعمال المعادلات الإحصائية التالية:

- المعادلة الإحصائية ل "لوتشيه" "Lautshe" لحساب صدق وثبات الإستمارة.

خلاصة الفصل

يمكن القول أن هذا الفصل تمهيدي لعرض الدراسة، فقد تم التطرق من خلالها إلى مجالات الدراسة، يوضح المنهج المستخدم في الدراسة وأيضا التطرق إلى مجتمع الدراسة وعينته، وإلى التعريف بأدوات البحث المستعملة لجمع البيانات، وأسلوب تحليل البيانات المعتمدة في تحليل النتائج بغرض تفسيرها.

الفصل السادس: عرض وتفسير وتحليل بيانات التراسل

تمهيد

أولاً: إستقراء جداول البيانات الشخصية

ثانياً: المعالجة السوسيوولوجية للجداول الإحصائية

المحور الأول: عادات وأنماط إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل

الإجتماعي

المحور الثاني: نوافع إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل

الإجتماعي

المحور الثالث: شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية

خلاصة الفصل

تمهيد

عرضنا في الفصول السابقة كل ما يتعلق بالجانب النظري وضبط الإجراءات المنهجية للدراسة سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية التي تعتبر الجزء الأكثر أهمية في البحوث الإجتماعية والإنسانية من خلال عرض البيانات وتحليلها من خلال تفرغها وتصنيفها في جداول قصد قراءتها سوسيولوجيا.

أولاً: إستقراء جداول البيانات الشخصية

الجدول رقم (04): جنس المبحوثين

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس |
|----------------|---------|---------|
| 22,54% | 16 | ذكر |
| 77,46% | 55 | أنثى |
| 100% | 71 | المجموع |

من خلال الجدول الممثل أعلاه يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس، نلاحظ أن أغلب المبحوثين إناث بنسبة 77,46% بتكرار (55) مفردة من مجموع أفراد العينة، بينما نسبة الذكور قدرت بـ 22,54% بتكرار (16) مفردة. ويعود سبب هذا التباين في النسب للزيادة الديموغرافية في عدد الإناث وكذلك كون الإناثي يرغبون بإكمال الدراسة عكس الذكور الذين يفضلون التوجه للحياة العملية والشغل.

الجدول رقم (05): سن المبحوثين

| النسبة المئوية | التكرارات | السن |
|----------------|-----------|-----------------------------|
| 7,04% | 05 | أقل من 20 سنة |
| 80,28% | 57 | من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة |
| 11,27% | 8 | من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة |
| 1,41% | 1 | 30 سنة فما فوق |
| 100% | 71 | المجموع |

يبين الجدول أعلاه سن المبحوثين ونلاحظ أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (20) سنة إلى 25 سنة نسبتهم 80,28% وهي النسبة الأكبر بتكرار (57) مفردة من العينة، في حين جاءت الفئة التي يمثلها المبحوثين بعمر (25) سنة إلى أقل من (30) سنة في المرتبة الثانية بنسبة 11,27% بتكرار (8) من أفراد العينة، في حين المرتبة الثالثة كانت الفئة التي يمثلها المبحوثين عن عمر أقل من (20) سنة التي قدرت نسبتها بـ 7,04% بتكرار (05) مفردات من العينة، إما النسبة الأقل نسبتها 1,41% فهي تخص الفئة

من (30) سنة فما فوق بتكرار (1) مفردة من العينة. ويرجع ذلك إلى سن الطالب الجامعي في الوضع العادي بين مستوى السنة الثالثة ليسانس والسنة الثانية ماستر.

ومن هذا نستنتج أن الفئة التي يبلغ التي يبلغ عمرها من (20) سنة إلى أقل من (25) سنة هي الأعلى نسبة من مجموع المبحوثين.

الجدول رقم (06): المستوى العلمي للمبحوثين

| النسبة | التكرار | المستوى التعليمي الاحتمالات |
|--------|---------|--------------------------------|
| 63,38% | 45 | السنة الثالثة ليسانس |
| 36,62% | 26 | السنة الثانية ماستر |
| 100% | 71 | مجموع |

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة المستوى العلمي للمبحوثين حيث نلاحظ أن المبحوثين الذين يدرسون في السنة الثالثة ليسانس تبلغ نسبتهم بـ 63,38% بمجموع تكرار (45) طالب، في حين أن طلبة السنة الثانية ماستر نسبتهم 36,62% بمجموع تكرار (26) طالب. ويمكن تفسير هذا التفاوت أن طلبة الثالثة ليسانس أكثر توفرا وأكثر عددا من حيث مقاعد الدراسة بالنسبة لطلبة السنة الثانية ماستر.

ومن هذا نستنتج بأن طلبة السنة الثالثة ليسانس هم الأكثر وجودا.

الجدول رقم (07): تخصص المبحوثين

| النسبة المئوية | التكرار | التخصص الاحتمالات |
|----------------|---------|---------------------------|
| 12,67% | 9 | السنة الثانية ماستر تنظيم |
| 8,46% | 6 | السنة الثانية ماستر إتصال |
| 15,49% | 11 | السنة الثانية ماستر تربية |
| 63,38% | 45 | السنة الثالثة |
| 100% | 71 | المجموع |

يبين الجدول أعلاه تخصص المبحوثين أن نسبة السنة الثالثة ليسانس أعلى نسبة بقدر 63,38% بتكرار مجموعة (45) مفردات من العينة، في المرتبة الثانية يأتي تخصص ماستر تربية بنسبة تقدر بـ 15,49% بتكرار (11) من أفراد العينة، في المرتبة الثالثة تخصص تنظيم بنسبة تقدر بـ 12,67% بتكرار (9) من أفراد العينة، وفي المرتبة الرابعة تخصص إتصال بنسبة تقدر بـ 8,46% بتكرار (6) من أفراد العينة.

ويرجع التباين في النسبة حيث السنة الثالثة ليسانس أكثر في مقاعد الدراسة وتخصص تربية وتنظيم لهم أكبر نسبة من تخصص إتصال.

نستنتج أن طلاب السنة الثالثة ليسانس أكثر من طلاب السنة الثانية ماستر .

الجدول رقم (08): مكان إقامة المبحوثين

| النسبة المئوية | التكرار | مكان الإقامة | الإحتمالات |
|----------------|---------|--------------|------------|
| 38,03% | 27 | | ريف |
| 61,97% | 44 | | مدينة |
| 100% | 71 | | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل مكان إقامة المبحوثين يتبين لنا أن أغلب المبحوثين مكان إقامتهم هي المدينة وقد جاء بنسبة 61,97% بتكرار (44) من أفراد العينة تليها المناطق الريفية بنسبة 38,03% بتكرار (27) من أفراد العينة.

ويرجع هذا التباين في النسبة إلى الظروف الإجتماعية التي تهيئها المدينة من منشآت تعليمية وترفيهية وتوفر ظروف أحسن للعيش من المناطق الريفية، أيضا إنتشار شبكات التواصل والأنترنت على نطاق واسع في المدينة فالشباب يسعون خلف التكنولوجيا والحضارة والذهاب للجامعات الموجودة في المدن عكس الريف الذي لا يوفر لهم هذه الظروف فقط يوفر مستوى معيشة متوسط حتى أحيانا يكون المستوى المعيشي متدني هناك.

ومن هذا نستنتج أن المدينة هي مكان إقامة أغلب المبحوثين.

الجدول رقم (09): الحالة الإجتماعية للمبحوثين

| النسبة | التكرار | الحالة الإجتماعية | الإحتمالات |
|--------|---------|-------------------|------------|
| %100 | 71 | | أعزب(ة) |
| / | / | | متزوج(ة) |
| / | / | | مطلق(ة) |
| / | / | | أرمل(ة) |
| / | / | | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الحالة الإجتماعية للمبحوثين يتبين لنا أغلبهم عزاب وهذا بنسبة 100% بتكرار (71) عينة أي العدد الكلي للعينة.

وهذا يرجع لأن معظمهم طلاب والزواج مرتبط بالأبعاد الإقتصادية لهؤلاء الشباب إذ يتحتم عليهم توفير الجانب المادي ولذلك يفضلون الدراسة للحصول على وظيفة محترمة للإستمرار المادي ولتحمل المسؤولية بنضج ووعي، أما المطلق (ة) والأرمل (ة) معدوم في مجتمع بحثنا. لذلك ومن خلال هذا المحور المتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين يمكن إيجاز الخصائص السوسولوجية لعينة الدراسة فيما يلي:

- 1- أغلبية أفراد عينة الدراسة إناث (77,46%).
- 2- أغلبية أفراد عينة الدراسة يستجيب للسن القانونية للدراسة في مرحلة التعليم العالي.
- 3- أغلبية أفراد عينة الدراسة من المدينة (61,97%).
- 4- مفردات العينة ممثلة لمجتمع الدراسة وتستجيب لشروط البحث.
- 5- أغلبية أفراد عينة الدراسة حالتهم الإجتماعية أعزب.

ثانيا: المعالجة السوسيوولوجية للجداول الإحصائية

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الإجتماعي عند الطالب الجامعي

الجدول رقم (10): استخدام شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة | التكرارات | إستخدام الشبكات الإحتمالات |
|--------|-----------|-------------------------------|
| %88,73 | 63 | دائما |
| %9,86 | 7 | أحيانا |
| %1,41 | 1 | أبدا |
| %100 | 71 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 88,73% بتكرار (63) مفردة من أفراد العينة، والذين يستخدمونها أحيانا كانت نسبتهم 9,86% بتكرار (7) من أفراد العينة، إما نسبة من لا يستخدمونها فكانت 1,41% بتكرار مفردة واحدة (01) من العينة.

وهذا ما أشارت له مقابلتنا بنتيجة أن أفراد العينة معظمهم يستعملونها بشكل دائم ويومي ويرجع التباين في النسبة إلى إدراك الشباب بأهمية وسائل الإعلام الحديثة ومواكبة التطور التكنولوجي.

ومن هذا نستنتج أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم(11): الوقت المستغرق في استخدام شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة | التكرارات | المدة في الإستخدام الإحتمالات |
|--------|-----------|----------------------------------|
| 8,45% | 06 | أقل من ساعة |
| 26,76% | 19 | من ساعة إلى ثلاث ساعات |
| 64,79% | 46 | أكثر من ثلاث ساعات |
| 100% | 71 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة 64,79 % بتكرار (46) من أفراد عينة الدراسة الذين يستغرقون في شبكات التواصل الإجتماعياً أكثر من ثلاث ساعات والذين يستغرقون من ساعة إلى ثلاث ساعات نسبتهم 26,76 % بتكرار (19) من أفراد العينة، أما الذين يستغرقون أقل من ساعة قد كانت نسبتها 8,45% بتكرار (06) من أفراد العينة.

وقد يرجع السبب للوقت القليل الذي يستغرقونه في استخدام شبكات التواصل الإجتماعي بسبب قلة الوقت المسموح به في تصفح الشبكات الإجتماعية وقد تكون بيوتهم غير موصولة بالإنترنت أو عدم إستمتاعهم بتصفحها، إما المبحوثين الذين يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات ومن ساعة إلى ثلاث ساعات قد يكون لهم ظروف مادية جيدة وبيوتهم موصولة بالإنترنت ويستمتعون في تصفح شبكات التواصل. نستنتج أن المبحوثين يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (12): مدة استخدام شبكات التواصل الإجتماعي:

| النسبة المئوية | التكرارات | المدة الإحتمالات |
|----------------|-----------|------------------------|
| 1,41% | 1 | منذ أقل من سنة |
| 7,04% | 5 | منذ سنة إلى ثلاث سنوات |
| 91,55% | 65 | أكثر من ثلاث سنوات |
| 100% | 71 | المجموع |

من بيانات الجدول الموضح أعلاه يتبين أن أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات نسبتهم 91,55% بتكرار (65) من أفراد العينة والذين يستخدمونها منذ سنة إلى ثلاث سنوات كانت نسبتهم 36.61% بتكرار (5) من أفراد العينة إما الذين بدؤوا في إستخدامها منذ أقل من سنة فقد بلغت نسبته 1,41% بتكرار مفردة واحدة (01) من أفرادالعينة.

وإستخدام نسبة كبيرة من المبحوثين منذأكثر من ثلاث سنوات يمكن إرجاعه إلى أن الطلبة يجدون كل ما يبحثون عنه في هذه الشبكات وهو ما يفسر إستخدامها لها منذ أكثر من ثلاث سنوات وقد يرجع ذلك أيضا لإدراك الطلاب أهمية التواصل.

نستنتج من هذا أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات.

الجدول (13): الشبكات الإجتماعية الأكثر إستخداما

| النسبة المئوية | التكرارات | الشبكات الإحتمالات |
|----------------|-----------|-----------------------|
| 50,46% | 55 | فيسبوك |
| 2,75% | 03 | تويتر |
| 8,26% | 09 | يوتيوب |
| 31,19% | 34 | أنستغرام |
| 7,34% | 8 | أخرى |
| 100% | 109 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الفيسبوك هو من شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر إستعمالا فقد كانت نسبة إستخدامه هي 50,46% المقدره بـ (55) تكرار من مجموع إجابات أفراد العينة، وفي المرتبة الثانية أنستغرام بنسبة تقدر بـ 31,19% بتكرار (34) من مجموع إجابات أفراد العينة، واليوتيوب تأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 8,26% بقدر 9 تكرارات من مجموع إجابات أفراد العينة وفي المرتبة الأخيرة تويتر بنسبة 2,75% بتكرار 3 من مجموع إجابات أفراد العينة.

وهذا ما أشارت له الدراسة السابقة الثانية للباحثة "ريحانة بلوطي" بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل القيم الإجتماعية لدى الشباب الجامعي" حيث توصلت نتيجة الدراسة إلى أن الفيسبوك هو الشبكة الإجتماعية الأكثر رواجاً واستخداماً من طرف أفراد العينة. ويرجع هذا التباين في النسبة لشعبية ومجانية موقع فيسبوك لذلك كان الأغلبية من مجموع إجابات أفراد العينة الفيسبوك.

الجدول رقم (14): الوسيلة التي يتم استخدامها في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة المئوية | التكرارات | الوسيلة الإحتمالات |
|----------------|-----------|-----------------------|
| 88,16% | 67 | الهاتف الذكي |
| 7,89% | 6 | الحاسوب المحمول |
| 1,32% | 1 | الجهاز اللوحي |
| 2,63% | 2 | الحاسوب المكتبي |
| 100% | 76 | المجموع |

يتبين من خلال الجدول رقم (11) المتعلق بالوسيلة التي يستخدمها المبحوثين في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي أن الهاتف الذكي يأتي في مقدمة الوسائل المستخدمة بنسبة 88,16% بتكرار (67) من مجموع إجابات أفراد العينة وبعده الحاسوب المحمول بنسبة 7,89% بتكرار (6) من مجموع إجابات أفراد العينة ثم بعده الحاسوب المكتبي بنسبة 2,63% بتكرار (2) من مجموع إجابات أفراد العينة، وأخيراً الجهاز اللوحي بنسبة 1,32% بتكرار مفردة واحدة (01) من مجموع إجابات أفراد العينة .
قد يرجع التباين في النسبة إلى أن الهاتف المحمول أسهل طريقة لتصفح الشبكات ولا يمكن حمله لأي مكان معك فيكون استخدامه أكثر من وسائل أخرى.
ونستنتج من هذا أن الهاتف الذكي هو الوسيلة التي تستخدم في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (15): الوقت المفضل لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة المئوية | التكرارات | الوقت المفضل الإحتمالات |
|----------------|-----------|----------------------------|
| 2,82% | 2 | ليلا |
| 28,17% | 20 | نهارا |
| 69,01% | 49 | ليس هناك وقت محدد |
| 100% | 71 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين ليس لهم وقت مفضل محدد في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 69,01% بتكرار (49) من أفراد العينة، وهناك من يفضل تصفحها نهارا بنسبة 27,17% بتكرار (20) من أفراد العينة وأخيرا هناك من يفضل تصفحها ليلا بنسبة 2,82% بتكرار (2) من أفراد العينة.

وهذا ما أشارت له الدراسة السابقة الثالثة للباحث "عبد الله ملوكي" بعنوان "مواقع الشبكات الإجتماعية في نشر الإنحراف السلوكي لدى الشباب" حيث كانت نتيجة دراسته أن أفراد العينة ليس لهم وقت محدد لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي ما توافق مع نتيجة دراستنا ويرجع سبب عدم وجود وقت محدد لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي لانشغال الطلبة بالدراسة الأكاديمية أو المشاريع والبحوث الدراسية على مدار الأسبوع.

نستنتج أن أفراد العينة لا يفضلون وقت محدد لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (16): الأشخاص الذين يتم التواصل معهم عبر شبكات التواصل الإجتماعي:

| النسبة | التكرارات | الأشخاص الذين تتواصل معهم الإحتمالات |
|--------|-----------|---|
| 5,19% | 4 | عائلتك |
| 20,78% | 16 | أصدقائك |
| 5,19% | 4 | زملاء الدراسة |
| 68,83% | 53 | مع الجميع |
| 100% | 77 | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين يتواصلون مع الجميع عند إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 68,83% بتكرار (53) من مجموع إجابات أفراد العينة يليها الأصدقاء بنسبة 20,78% بتكرار (16) من مجموع إجابات أفراد العينة وأخيرا العائلة وزملاء الدراسة بنسبة 5,19% بتكرار (4) من مجموع إجابات أفراد العينة وأيضا زملاء الدراسة بـ 4 تكرارات من مجموع إجابات أفراد العينة. ويمكن تفسير هاته النتائج بحرص الطلبة على التواصل مع الجميع في شبكات التواصل الإجتماعي للحفاظ على العلاقات سواء الصداقة أو العائلة أو الزمالة في الدراسة لذلك نجد أغلب الطلاب إختار التواصل مع الجميع.

ومن هذا نستنتج أن المبحوثين يتواصلون مع الجميع دون إستثناء وهناك مبحوثين من يفضلون التواصل مع الأصدقاء كما هناك من يتواصل مع العائلة وزملاء الدراسة

الجدول رقم (17): تفاعل المبحوثين حول محتوى الآخرين

| النسبة | التكرارات | التفاعل في المحتوى | الإحتمالات |
|--------|-----------|--------------------|------------|
| 2,82% | 2 | | دائما |
| 84,51% | 60 | | أحيانا |
| 12,68% | 9 | | أبدا |
| 100% | 71 | | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول الموضع أعلاه أن المبحوثين يتفاعلون أحيانا مع محتوى الآخرين بنسبة 84,51% بتكرار (60) من أفراد العينة وهناك من لا يتفاعلون أبدا بنسبة 12,68% بتكرار (9) من أفراد العينة وهناك من دوما يتفاعلون مع محتوى الآخرين لكن بنسبة قليلة جدا قدرت بـ 2,82% بتكرار (2) من أفراد العينة.

وهذا التباين في النسب قد يدل على وجود إهتمام بمحتوى الآخرين عند بعض الطلاب لكن ليس دائما في بعض الأحيان فقط حسب الظروف. نستنتج أن أفراد العينة يتفاعلون مع محتوى الآخرين.

الجدول رقم (18): نشر المحتوى في شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة المئوية | التكرارات | نشر المحتوى الإحتمالات |
|----------------|-----------|---------------------------|
| 11,26% | 8 | دائما |
| 76,06% | 54 | أحيانا |
| 12,68% | 9 | أبدا |
| 100% | 71 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن المبحوثين أحيانا يقومون بنشر محتوى في شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 76,06% بتكرار (54) من أفراد العينة وهناك من المبحوثين من لا يقومون بنشر محتوى أبدا بنسبة 12,68% بتكرار (9) من أفراد العينة وأيضا هناك من المبحوثين من ينشر دائما محتوى في شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 11,26% بتكرار (08) من أفراد العينة.

ويرجع هذا التباين في النسبة إلأن الطلاب ليسوا دائما في وقت فراغ لنشر محتوى في شبكات التواصل الإجتماعي لذلك أحيانا ينشرون وهناك من الطلبة من لا ينشر أبدا لعدم إهتمامه عكس من ينشرون دائما محتوى في الشبكات من يكون لديهم دائما وقت للنشر.

من هذا نستنتج أن المبحوثين غالبا ما ينشرون محتوى على شبكات التواصل الإجتماعي.

• المحور الثاني: دوافع إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي

الجدول رقم (19): الخدمات التي يتم متابعتها عبر شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | الخدمات الاحتمالات |
|----------------|---------|-----------------------|
| 24,07% | 26 | الصور |
| 50,93% | 55 | مقاطع الفيديو |
| 15,74% | 17 | النصوص المكتوبة |
| 2,78% | 3 | التسجيلات الصوتية |
| 6,48% | 7 | التغريدات والهاشتاج |
| 100% | 108 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن الخدمة التي غالبا ما يتابعها المبحوثين هي خدمة الفيديو بنسبة 50,93% بتكرار (55) من مجموع إجابات أفراد العينة، يليه خدمة الصور بنسبة 24,07% بتكرار (26) من مجموع إجابات أفراد العينة، وبعدها خدمة النصوص المكتوبة بنسبة 15,74% بتكرار (17) من مجموع إجابات أفراد العينة، ويليهما التغريدات والهاشيتاج بنسبة 6,48% بتكرار (7) من مجموع إجابات أفراد العينة وأخيرا التسجيلات الصوتية في المرتبة الأخيرة بنسبة 2,78% بتكرار (3) من مجموع إجابات أفراد العينة .

ويرجع هذا التباين في النسب إلى أن الخدمة الفيديو والصور يفضلها الطلاب لإحتوائها على مضامين تقيدهم سواء في الحياة اليومية أو في الدراسة والتسجيلات الصوتية والنصوص المكتوبة والتغريدات والهاشيتاج قلة من يلجأ لها.

نستنتج من هذا أن الفيديو هو الخدمة الأولى المفضلة لعينة الدراسة في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (20): الموضوعات التي يتم متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرارات | الموضوعات الإحتمالات |
|----------------|-----------|-------------------------|
| 30,85% | 29 | موضوعات إجتماعية |
| 15,96% | 15 | موضوعات ثقافية |
| 1,06% | 1 | موضوعات سياسية |
| 1,06% | 1 | موضوعات رياضية |
| 9,57% | 9 | موضوعات دينية |
| 41,49% | 39 | كل المواضيع |
| 100% | 94 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أغلب المبحوثين يتابعون كل المواضيع بنسبة 41,49% بتكرار (39) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما الموضوعات الإجتماعية بنسبة 30,85% بتكرار (29) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما الموضوعات الثقافية بنسبة 15,96% بتكرار (15) من مجموع إجابات

أفراد العينة، ويليهما الموضوعات الدينية بنسبة 9,75% بتكرار (9) من مجموع إجابات أفراد العينة ثم الموضوعات السياسية والرياضية بنفس النسبة المقدرة بـ 1,06% بتكرار (1) من مجموع إجابات أفراد العينة للموضوعات السياسية و (1) من مجموع إجابات أفراد العينة للموضوعات الرياضية .

ويمكن إرجاع ذلك لأن الطلاب يفضلون الإطلاع على كل المواضيع بدون تحديد نوع الموضوع لإحتوائها على كل ما يحتاج لمطالعة من أفكار ومعتقدات أو أخبار م معلومات متنوعة ومختلفة.

نستنتج أن أفراد العينة يتابعون كل المواضيع عند تصفح شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (21): استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لمشاركة الأخبار الشخصية

| النسبة المئوية | التكرارات | مشاركة الأخبار الإحتمالات |
|----------------|-----------|------------------------------|
| 49,29% | 35 | دائما |
| 46,48% | 33 | أحيانا |
| 4,23% | 3 | أبدا |
| 100% | 71 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أغلبية المبحوثين يشاركون الأخبار الشخصية في شبكات التواصل الإجتماعي بصفة دائمة بنسبة 49,29% بتكرار (35) من أفراد العينة، وهناك بعض المبحوثين من أحيانا ينشرون أخبار شخصية بنسبة 46,48% بتكرار (33) من أفراد العينة، وأخيرا من لا ينشرون أخبارهم الشخصية أبدا بنسبة 4,23% بتكرار (3) من أفراد العينة.

ويرجع هذا إلى أن هناك من يفضل الخصوصية في شبكات التواصل الإجتماعي وهناك فئة من تحب مشاركة أخبارهم وحياتهم الشخصية في شبكات التواصل الإجتماعي، وهذا ما أشارت له نظرية التفاعلية الرمزية في محاولتها الربط بين الحياة الداخلية للفرد والمجتمع.

نستنتج أن شبكات التواصل الإجتماعي تساهم في نشر الأخبار الشخصية بسهولة.

الجدول رقم (22): إستخدام شبكات التواصل للبحث عن فرص العمل

| النسبة المئوية | التكرارات | البحث عن فرص العمل الإحتمالات |
|----------------|-----------|----------------------------------|
| 40,85% | 29 | دائما |
| 49,30% | 35 | أحيانا |
| 9,86% | 7 | أبدا |
| 100% | 71 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أنه المبحوثين أحيانا يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للبحث عن فرص العمل وذلك بنسبة 49,30% بتكرار (35) من أفراد العينة، وهناك من دائما يستخدمها للبحث عن فرص العمل بنسبة 40,85% بتكرار (29) من أفراد العينة، وهناك من لا يستخدمها أبدا بنسبة 9,86% بتكرار (7) من أفراد العينة. ويرجع التباين في النسبة لأنه أحيانا لا يوجد مصداقية حول إعلانات العمل في شبكات التواصل الإجتماعي.

ومن هذا نستنتج أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي في البحث عن فرص العمل.

الجدول رقم (23): إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي للتفاعل مع محتوى المضامين التي تهتمك

| النسبة المئوية | التكرارات | التفاعل مع المضامين الإحتمالات |
|----------------|-----------|-----------------------------------|
| 38,03% | 27 | دائما |
| 53,52% | 38 | أحيانا |
| 8,45% | 6 | أبدا |
| 100% | 71 | المجموع |

الجدول رقم (24): تابع للجدول رقم (23) كيفية تفاعل المبحوثين مع ذلك المحتوى

| الخيارات | التكررات | النسبة |
|-----------|----------|--------|
| الإعجاب | 47 | 62,67% |
| التعليقات | 22 | 29,33% |
| المشاركة | 6 | 8% |
| المجموع | 75 | 100% |

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون أحيانا بنسبة 53,52 % بتكرار (38) من أفراد العينة، ومن يتفاعلون دائما نسبتهم 38,03% بتكرار (27) من أفراد العينة ومن لا يتفاعلون أبدا نسبتهم 8,45% بتكرار (6) من أفراد العينة.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (24) أن أغلب التفاعلات كانت بالإعجاب بنسبة 62.67% بتكرار (47) من مجموع إجابات أفراد العينة وتليها التفاعل بالتعليقات بنسبة 29,33% بتكرار (22) من مجموع إجابات أفراد العينة وأخيرا التفاعل بالمشاركة بنسبة 8% وبتكرار (6) من مجموع إجابات أفراد العينة.

وهذا ما تقوم عليه النظرية التفاعلية الرمزية حيث تتعلق بالتفاعل بين الرموز وتواصل المعاني وهو ما يمكن ملاحظته في نتيجة الجدول حيث تم تمثيل التفاعل بين الأشخاص والمضامين المهمة لديهم باستخدام الرموز (الإعجاب، التعليق والمشاركة) حيث تحمل هذه الرموز معاني تعبر عن التفاعل والتواصل بين المستخدمين وتعكس التفضيلات والمواقف الشخصية لكل فرد. ويرجع هذا التباين في النسب إلى أنه ليس كل المبحوثين لديهم الوقت الكافي للتفاعل الدائم مع محتويات المضامين التي تهمهم ويفضلون التفاعل أغلبهم بالإعجاب والتعليقات وقليل من يشاركها ويتفاعل معها ولعل ذلك بسبب الدراسة أو عدم تصفحهم الكثير لشبكات التواصل الإجتماعي.

ومن هذا نستنتج أن المبحوثين يتفاعلون مع محتوى المضامين التي تهمهم بالإعجاب.

الجدول رقم (25): مساعدة شبكات التواصل الإجتماعي في إكتساب خبرات جديدة

| النسبة المئوية | التكرارات | المساعدة في إكتساب خبرات | الإحتمالات |
|----------------|-----------|--------------------------|------------|
| 71,83% | 51 | | دائما |
| 16,90% | 12 | | أحيانا |
| 11,27% | 08 | | أبدا |
| 100% | 71 | | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين تساعدهم شبكات التواصل الإجتماعي في إكتساب خبرات جديدة بنسبة %71,83 بتكرار (51) من أفراد العينة ومن أحيانا تساعدهم نسبتهم %16,90 بتكرار قدره (12) ومن لا تساعدهم أبدا نسبتهم %11,27 بتكرار (08) مفردة من العينة.

ويرجع السبب للتباين في النسب إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي قد أصبحت مصدرا هاما للمعلومات والخبرات حيث يستخدمونها بشكل منتظم لتعلم أشياء جديدة وتوسيع معارفهم في مختلف المجالات.

نستنتج من هذا أن المبحوثين يعتبرون شبكات التواصل الإجتماعي تساعدهم في إكتساب خبرات جديدة.

الجدول رقم (26): مساعدة شبكات التواصل الإجتماعي في الإستفادة من النصائح والتوجيهات

| النسبة المئوية | التكرارات | المساعدة في الإستفادة من النصائح والتوجيهات | الإحتمالات |
|----------------|-----------|---|------------|
| 21,13% | 15 | | دائما |
| 71,83% | 51 | | أحيانا |
| 7,04% | 5 | | أبدا |
| 100% | 71 | | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أحيانا تساعدهم شبكات التواصل الإجتماعي في النصائح والتوجيهات بنسبة %71,83 بتكرار (51) من أفراد العينة وهناك من دائما تساعدهم بتكرار

قدر بـ (15) مفردة من العينة بنسبة 21,13% ومن لا تساعدهم أبدا قدرت نسبتهم بـ 7,04% بتكرار (5) مفردات من العينة.

ويمكن القول من خلال نتائج الجدول أن المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للإستفادة من النصائح والتوجيهات يعتمدون على هذه المنصات ويرونها مصدرا مهما للجوء له عند الحاجة. نستنتج من هذا أن شبكات التواصل الإجتماعي تساعد أفراد العينة في الإستفادة من النصائح والتوجيهات.

الجدول رقم (27): إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في الهروب من الواقع

| النسبة المئوية | التكرارات | الهروب من الواقع الإحتمالات |
|----------------|-----------|--------------------------------|
| 33,80% | 24 | دائما |
| 50,70% | 36 | أحيانا |
| 15,49% | 11 | أبدا |
| 100% | 71 | المجموع |

يبين الجدول أعلاه إستخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الإجتماعي للهروب من الضغوطات اليومية ونلاحظ نسبة أحيانا 50,70% بتكرار (36) من أفراد العينة ونسبة من دائما يستخدمونها 33,80% بتكرار 24 من أفراد العينة ونسبة من لا يستخدمونها أبدا نسبتهم 15,49% بتكرار (11) من أفراد العينة.

قد يكون بسبب أن المبحوثين يكتمون في حياتهم الواقعية لكن في شبكات التواصل الإجتماعي يجدون ما يخفف عنهم للتسلية والترفيه كالتواصل مع الآخرين واللعب وأيضا القراءة ومشاهدة الأفلام والبرامج.

نستنتج أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للهروب من الضغوطات.

الجدول رقم (28): استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في جمع المعلومات وتلقي الأخبار

| النسبة المئوية | التكرارات | جمع المعلومات وتلقي الأخبار | الإحتمالات |
|----------------|-----------|-----------------------------|------------|
| 59,15% | 42 | | دائما |
| 35,21% | 25 | | أحيانا |
| 5,63% | 04 | | أبدا |
| 100% | 71 | | المجموع |

من الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة دائما ما يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي لتلقي المعلومات والأخبار بنسبة 59,15% بتكرار (42) من أفراد العينة ونسبة أحيانا 35,21% بتكرار (25) من أفراد العينة، ونسبة أبدا 5,63% بتكرار (04) من أفراد العينة.

وقد يرجع الإستخدام الدائم للمبجوثين لشبكات التواصل الإجتماعي في جمع المعلومات وتلقي الأخبار إلى أنها متوفرة على المعلومات والأخبار بإعتبارها سهل الوصول لها في كل المجالات ومجانا وأفراد العينة من لا يستخدمونها قد لا يكون هناك ثقة بمصداقياتها.

نستنتج أنأفراد العينة غالبا يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي في جمع المعلومات وتلقي الأخبار.

- المحور الثالث: شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية

الجدول رقم (29): القيام بنشر منشور في شبكات التواصل الإجتماعي حول القيم

| النسبة المئوية | التكرارات | المنشور حول القيم | الإحتمالات |
|----------------|-----------|-------------------|------------|
| 19,72% | 14 | | دائما |
| 71,83% | 51 | | أحيانا |
| 8,45% | 6 | | أبدا |
| 100% | 71 | | المجموع |

من خلال معطيات الجدول يتبين نسبة من يقومون بنشر منشور حول القيم أحيانا هي 71,83% بتكرار (51) ونسبة دائما 19,72% بتكرار 14 مفردة من العينة ونسبة أبدا هي 8% بتكرار (6) مفردة من العينة.

ويمكن إرجاع ذلك إلى اهتمام بعض المبحوثين بالقيم ويرغبون في مشاركتها مع الآخرين والتأثير عليهم بها ونشر الوعي بقيم معينة لتشجيع المناقشة حولها ومن يفضلون عدم ذكرها في منشوراتهم قد لا يفضلون المشاركة بها علنا.

نستنتج من بيانات الجدول أن معظم المبحوثين ينشرون منشورات تتناول القيم.

الجدول رقم (30): طريقة تفاعل المبحوثين مع المنشورات القيمية في شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة المئوية | التكرارات | كيفية التفاعل الإحتمالات |
|----------------|-----------|-----------------------------|
| 21,25% | 17 | قراءتها دون التفاعل معها |
| 46,25% | 37 | إبداء الرأي فيها |
| 25,00% | 20 | مشاركتها مع الآخرين |
| 7,50% | 6 | تجاهلها |
| 100% | 71 | المجموع |

من الجدول الموضح أعلاه نلاحظ كيفية تفاعل أفراد العينة مع المنشورات القيمية في شبكات التواصل الإجتماعي، نسبة إبداء الرأي فيها 46,25% بتكرار (37) من أفراد العينة ونسبة مشاركتها مع الآخرين 25,00% بتكرار (20) من أفراد العينة ونسبة قراءتها دون التفاعل معها 21,25% بتكرار (17) من أفراد العينة ونسبة تجاهلها 7,50% بتكرار (6) من أفراد العينة.

ويمكن أن يشير ذلك لرغبتهم في المشاركة في الحوار والتفاعل مع القيم المطروحة والتعبير عن وجهة نظرهم الخاصة هناك بعض المبحوثين يتجاهلون هذا النوع من المنشورات دون التفاعل لعدم إهتمامهم وقد يكون لديهم أولويات أخرى في إستخدام وقتهم في الشبكات الإجتماعية.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون حول المنشورات القيمية الوجودية في

شبكات التواصل الإجتماعي بإبداء الرأي حولها.

الجدول رقم (31): إنعكاس الشبكات الإجتماعية على تفاعل المبحوثين في المجتمع

| النسبة المئوية | التكررات | إعتقادهم بالإنعكاس الإحتمالات |
|----------------|----------|----------------------------------|
| %16,90 | 12 | دائما |
| %67,61 | 48 | أحيانا |
| %15,49 | 11 | أبدا |
| %100 | 71 | المجموع |

من الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين تنعكس شبكات التواصل الإجتماعي على تفاعلهم الإجتماعية في المجتمع أحيانا بنسبة %67,61 بتكرار (48) من أفراد العينة ونسبة دائما % 16,90 بتكرار (12) من أفراد العينة ونسبة أبدا % 15,49 بتكرار (11) من أفراد العينة.

ويمكن إرجاع ذلك إلى إعتقادهم بأن شبكات التواصل الإجتماعي تؤثر أحيانا على تفاعلاتهم في المجتمع نظرا لتجربتهم الشخصية وملاحظتهم لإنعكاس الشبكات على الآخرين.

نستنتج من هذا أن أغلبية المبحوثين تنعكس شبكات التواصل الإجتماعي على تفاعلهم في المجتمع.

الجدول رقم (32): تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على توجيهات المبحوثين وسلوكياتهم الأخلاقية

| النسبة المئوية | التكررات | الإعتقاد بالتأثير الإحتمالات |
|----------------|----------|---------------------------------|
| % 16,90 | 12 | دائما |
| % 38,03 | 27 | أحيانا |
| % 45,07 | 32 | أبدا |
| % 100 | 71 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتبين بأن نسبة إحتمال أبدا هو 45,07% بتكرار (32) مفردة من العينة ونسبة أحيانا 38,03% بتكرار (27) مفردة من العينة ونسبة دائما 16,90% بتكرار (12) مفردة من العينة.

وهذا ما أشارت له المقابلة مع الباحثين حول تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الوازع الديني لديهم والذين أجابوا بعدم تأثرهم أو تأثر أخلاقهم أو إختلال وازعهم الديني.

ومن هذا نستنتج أن شبكات التواصل الإجتماعي لا تؤثر في توجيهات الباحثين وسلوكياتهم الأخلاقية.

الجدول رقم (33): القيم الإجتماعية الإيجابية التي تؤثر فيها الشبكات بشكل أكبر

| النسبة المئوية | التكرارات | القيم الإجتماعية الإحتمالات |
|----------------|-----------|--------------------------------|
| 13,86% | 14 | التسامح وأعداد الآخرين |
| 25,74% | 26 | المساواة والعدل بين الأفراد |
| 3,96% | 4 | نشر الوعي الإجتماعي والتثقيف |
| 20,79% | 21 | التضامن في المجتمع |
| 35,64% | 36 | التطوع للأعمال الخيرية |
| 100% | 101 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ القيم الإجتماعية الإيجابية التي تتأثر بشبكات التواصل الإجتماعي وكانت في المرتبة الأولى التطوع للأعمال الخيرية بنسبة 35,64% بتكرار (36) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما المساواة والعدل بين الأفراد بنسبة 25,74% بتكرار (26) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما التضامن في المجتمع بنسبة 20,79% بتكرار (21) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما التسامح وأعداد الآخرين بنسبة 13,86% بتكرار (14) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما نشر الوعي الإجتماعي والتثقيف بنسبة 3,96% بتكرار (4) مفردات من مجموع إجابات أفراد العينة.

مثل ما تفترضه نظرية "الإستخدامات والإشباعات" أن إستخدام وسيلة إعلام معينة تساهم في التعرف على الإحتياجات والإشباعات القيمة السائدة في المجتمع وهذا ما توصلنا إليه من خلال النتائج المبينة حول القيم التي تعززت لدى أفراد عينتنا هي التطوع للأعمال الخيرية والتسامح وأعداد الآخرين.

نستنتج من هذا أن التطوع للأعمال الخيرية هي القيمة الإجتماعية الإيجابية المتأثرة بشبكات التواصل الإجتماعي بشكل أكبر.

الجدول رقم (34): التحديات التي يتم مواجهتها عند إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي لتعزيز القيم

| النسبة المئوية | التكرارات | التحديات التي يتم مواجهتها | الإحتمالات |
|----------------|-----------|--|------------|
| 34,9 % | 29 | عدم القدرة على التحكم في محتوى شبكات التواصل الإجتماعي وما يتم تداوله فيها | |
| 22,9 % | 19 | صعوبة فهم الثقافات والمجتمعات المختلفة | |
| 26,5 % | 22 | ضغط النظام الإجتماعي السائد في شبكات التواصل الإجتماعي على الفرد | |
| 15,7 % | 13 | الأنخراط في محتوى غير لائق | |
| 100 % | 83 | المجموع | |

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ إحتمال عدم القدرة على التحكم في محتوى شبكات التواصل الإجتماعي وما يتم تداوله فيها نسبته 34,9% بتكرار (29) من مجموع إجابات أفراد العينة يليها ضغط النظام الإجتماعي السائد في شبكات التواصل الإجتماعي على الفرد بنسبة 26,5% بتكرار (22) من مجموع إجابات أفراد العينة يليها صعوبة فهم الثقافات والمجتمعات المختلفة نسبته 22,9% بتكرار (19) من مجموع إجابات أفراد العينة.

وهذا قد يكون بسبب أن عدم القدرة على تنظيم الأخبار الزائفة أو المعلومات الضارة التي يتم تداولها مما قد يؤثر على قدرة المستخدمين في تعزيز القيم الإجتماعية وقد يكون يشمل صعوبة التواصل والتفاعل مع الأفراد ذو الخلفيات المختلفة وقد يكون يشمل القيود على حرية التعبير.

نستنتج من هذا أن عدم القدرة على التحكم في محتوى شبكات التواصل الإجتماعي وما يتم تداوله فيها التحدي الأكبر للمبحوثين عند استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لتعزيز القيم الإجتماعية.

الجدول رقم (35): القيم الإجتماعية السلبية التي يلاحظ وجودها بكثرة في المنشورات المتداولة عبر

شبكات التواصل الإجتماعي

| النسبة المئوية | التكرارات | القيم الإجتماعية السلبية | الإحتمالات |
|----------------|-----------|---------------------------------------|------------|
| 38,04% | 35 | الإستعراض الزائف | |
| 29,35% | 27 | التشويه والتشهير بسمعة الأفراد | |
| 18,48% | 17 | التشجيع على التباهي بالمظاهر الخارجية | |
| 14,13% | 13 | التمييز العنصري والعداء الإجتماعي | |
| 100% | 92 | المجموع | |

من الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الإستعراض الزائف 38,04% بتكرار (35) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما التشويه والتشهير بسمعة الأفراد بنسبة 29,35% بتكرار (27) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما التشجيع على التباهي بالمظاهر الخارجية بنسبة 18,48% بتكرار (17) من مجموع إجابات أفراد العينة ويليهما التمييز العنصري والعداء الإجتماعي بنسبة 14,13% بتكرار (13) من مجموع إجابات أفراد العينة.

وهذا يتوافق مع نظرية "الاحتمية القيمية" التي تشير إلى أن السلوك الإجتماعي يتم توجيهه بواسطة القيم الشخصية والتوجهات والمعتقدات الفردية للأفراد وهذا ما فسرتة نتائج الجدول على أنها تعكس تفاعل الأفراد مع القيم الإجتماعية السلبية في شبكات التواصل الإجتماعي ويرجع سبب إختيارالمبحوثين للإستعراض الزائف في المرتبة الأولى إلى ذلك التلاعب والتضليل وإبراز الذات بشكل مبالغ التشويه في المرتبة الثانية بسبب نشر معلومات مسيئة بهدف إلحاق الضرر بالآخرين والتشجيع على التباهي بالمظاهر الخارجية يرجع لجذب الإنتباه والتفاخر بالثروات والأموال المادية والتمييز العنصري يشمل الأديان ولون البشرة وحتى اللغة والثقافات.

نستنتج من هذا أن الإستعراض الزائف هو من القيم الإجتماعية السلبية الأكثر تداولاً في المنشورات في شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (36): التفاعل حيال إنتشار القيم الإجتماعية السلبية في شبكات التواصل الإجتماعي

| الاحتمالات | التفاعل | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------|---------|-----------|----------------|
| دائماً | 6 | 6 | 8,45% |
| أحياناً | 37 | 37 | 52,11% |
| أبداً | 28 | 28 | 39,44% |
| المجموع | 71 | 71 | 100% |

من الجدول الموضح أعلاه نلاحظ نسبة أحياناً هي 52,11% بتكرار (37) من أفراد العينة، وأبداً بنسبة 39,44% بتكرار (28) من أفراد العينة، ودائماً بنسبة 8,45% بتكرار (6) مفردة من العينة.

وهذا يرجع لرغبة أفراد العينة في متابعة كل ما ينشر حول القيم الإجتماعية السلبية لمعرفة تأثيرها على أفراد المجتمعات.

من هذا نستنتج أن أفراد العينة يتفاعلون حول ما ينشر عن القيم الإجتماعية السلبية في شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (37): تابع لخيارات سؤال رقم (36) المتمثل في إذا كانت الإجابة بالإيجاب فيما يبرز

التفاعل

| الخيارات | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------------------------|-----------|----------------|
| القراءة وبناء أفكار عنها | 15 | 29,41% |
| التعليق عليها | 17 | 33,33% |
| تقديم حلول لها | 7 | 13,73% |
| تصحيح الأفكار الخاطئة حولها | 9 | 17,65% |
| إرسالها لأصدقائك لمناقشتها | 3 | 5,88% |
| المجموع | 51 | 100% |

من الجدول الموضح أعلاه نلاحظ التفاعل بالتعليق عليها بنسبة 33,33 % بتكرار (17) من مجموع إجابات أفراد العينة تليها القراءة وبناء أفكار عنها بنسبة 29,41 % بتكرار (15) من مجموع إجابات أفراد العينة وتليها تصحيح الأفكار الخاطئة حولها بنسبة 17,65 % بتكرار 9 من مجموع إجابات أفراد العينة وتليها تقديم حلول لها بنسبة 13,73 % بتكرار (7) من مجموع إجابات أفراد العينة وأخيرا إرسالها لأصدقائك لمناقشتها بنسبة 5,88 % بتكرار (3) من مجموع إجابات أفراد العينة.

من النتائج الملاحظة نستطيع أن نقول أن أفراد العينة يتفاعلون بالتعليق عليها لأجل التعبير عن آرائهم حول هاته القيم وبناء أفكار حول القيم يعني ذلك أنهم يستخدمون الشبكات كمصدر للإستفادة للتفكير فيها والتعمق بها وبعدها يحاولون تصحيح الأفكار حولها لأجل توضيح سوء الفهم المتعلق بها وأخيرا تقديم حلول لها مع مناقشتها مع الأصدقاء.

من هذا نستنتج أن أغلب المبحوثين يتفاعلون حول القيم الإجتماعية السلبية المنتشرة في شبكات التواصل الإجتماعي بالتعليق عليها.

الجدول رقم (38): رأي المبحوثين حول مساهمة شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية

| هل ترى أن شبكات التواصل الإجتماعي ساهمت في تشكيل القيم الإجتماعية | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|-----------|----------------|
| نعم | 48 | 67,61% |
| لا | 23 | 32,39% |
| المجموع | 71 | 100% |

من الجدول الموضح أعلاه نلاحظ نسبة المبحوثين الذين جأوبو بنعم هي 67,61 % بتكرار (48) مفردة من العينة ونسبة الإجابة بـ " لا " هي 32,39 % بتكرار (23) من أفراد العينة.

يعني ذلك أن أغلبية المبحوثين يرون أن إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي له دور واضح في تشكيل قيمهم الإجتماعية من خلال تعزيز التواصل والتفاعل بينهم من خلا مشاركة أخبارهم وتبادل المعلومات والثقافات العالمية مع مختلف الأفراد.

نستنتج من خلال ما لاحظنا أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل القيم الإجتماعية لدى أفراد العينة.

خلاصة الفصل

تم التطرق في هذا الفصل الميداني للتحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من خلال الإستمارة الإبتيانية الموزعة على أفراد العينة ولقد إعتمدت على أسلوب التفسير والتحليل وفق قراءة سوسيولوجية.

الفصل السابع: مناقشة نتائج الدراسة

تمهيد

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات الفعوية

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربات السوسولوجية

المفسرة للدراسة

رابعاً: النتائج العامة للدراسة

خامساً: القضايا التي تثيرها الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

تم جمع وتحليل البيانات المتاحة بطريقة سوسولوجية وسيتم استعراض النتائج ومناقشتها بناء على الفرضيات المطروحة في الدراسة ومناقشة مدى تأكيدها أو عدم تأكيدها، بالإضافة إلى مناقشتها بناء على البناء النظري المتبع للدراسة والدراسات السابقة المتعلقة بها لاستخلاص النتائج العامة للدراسة وتقديم التوصيات والاقتراحات المناسبة.

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات الفرعية

بالعودة إلى الفرضيات التي استندت عليها هذه الدراسة والتي شكلت المحاور الرئيسية لمعرفة دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل القيم الإجتماعية لدى مفردات العينة البحثية، المتمثلة في طلاب الجامعة، فإن الدراسة توصلت لسلسلة من التفسيرات حول الجوانب البحثية التي شكلت محور البحث في الموضوع على النحو التالي:

1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الفرعية الأولى: يستخدم الطالب الجامعي شبكات التواصل الإجتماعي بشكل مستمر.

✓ من خلال النتائج أكد %88,73 من أفراد العينة بأنهم يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بشكل دائم على عكس من لا يستخدمها أبداً بنسبة %1,41.

✓ نتائج الدراسة أكدت أن الوقت المستغرق في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي لدى أفراد العينة هو أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات بنسبة %94,79 على عكس %8,45 من أفراد العينة الذين يستغرقون أقل من ساعة.

✓ %91,55 من أفراد العينة أكدوا إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات.

✓ %50,40 من أفراد العينة يفضلون إستخدام موقع الفيسبوك كونه من أكثر شبكات التواصل الإجتماعي إنتشاراً عند أفراد العينة.

✓ أوضحت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الهاتف المحمول كوسيلة لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي إذ بلغت نسبته %88,16.

✓ بينت الدراسة أن النسبة الأكبر من أفراد العينة ليس لديهم وقت محددة لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي بالتالي يتصفحونها عندما تسمح الظروف بنسبة %69,01.

✓ %68,83 من أفراد العينة أكد وأنهم يتواصلون مع الجميع عند إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي.

✓ %76,06 من أفراد العينة أكدوا أنهم ينشرون محتوى في شبكات التواصل الإجتماعي.

من خلال ما توصلنا إليه في تحليلنا للفرضية الفرعية الأولى فإننا نستنتج أن الطالب الجامعي يستخدم

شبكات التواصل الإجتماعي بشكل مستمر، وهذا ما يحقق الفرضية.

2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الفرعية الثانية: يستخدم الطالب الجامعي شبكات التواصل الإجتماعي لتلقي الأخبار ونقل المعلومات.

✓ 50,93% من أفراد العينة يؤكدون أنهم يتابعون خدمة الفيديو عند إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي.

✓ 41,49% من أفراد العينة يؤكدون أنهم يتابعون كل المواضيع في شبكات التواصل الإجتماعي.

✓ 49,29% من أفراد العينة أكدوا إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي في مشاركة أخبارهم الشخصية.

✓ 49,30% من أفراد العينة إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي للبحث عن فرص العمل.

✓ 53,30% من أفراد العينة يؤكدون إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي مع محتوى المضامين التي تهمهم.

✓ 62,67% من مجموع إجابات أفراد العينة يتفاعلون بالإعجاب حول المضامين التي تهمهم.

✓ 71,83% من أفراد العينة أن شبكات التواصل الإجتماعي تساعدهم في اكتساب خبرات جديدة أي التعرف على أفق تساعده في اكتساب مهارات جديدة.

✓ 71,83% من أفراد العينة أجابوا أن شبكات التواصل الإجتماعي تساعدهم في الإستفادة من النصائح والتوجيهات لتوفرها على.

✓ أجاب 50,70% من أفراد العينة أنهم يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للهروب من الوقائع يرجع للتخفيف من الضغوطات بإعتباره منصة للتواصل مع الآخرين.

✓ 71,83% من أفراد العينة أنهم يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي لشبكات التواصل الإجتماعي في جمع المعلومات وتلقي الأخبار.

ومن خلال النتائج السابقة إتضح لنا أن الفرضية الفرعية الثانية قد تحققت، ذلك بإعتبار أن معظم

أفراد العينة أكدوا على أن الطالب الجامعي يستخدم شبكات التواصل الإجتماعي بغرض جمع المعلومات وتلقي الأخبار.

3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الفرعية الثالثة: تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الإجتماعية للطالب الجامعي بشكل إيجابي.

✓ 71,83% من أفراد العينة يؤكدون أنهم يقومون بنشر منشورات تتناول القيم عبر صفحتهم الشخصية.

✓ أجاب 46,25% من أفراد العينة أنهم يبدون رأيهم كتفاعل على المنشورات القيمة الموجودة في شبكات التواصل الإجتماعي.

✓ أكد 67,61% من أفراد العينة أن شبكات التواصل الإجتماعي ينعكس على تفاعلهم بالمجتمع أي يضعف تفاعله مع الآخرين.

✓ عارض 45,07% من أفراد العينة على أن شبكات التواصل الإجتماعي تؤثر على توجيهاتهم وسلوكياتهم الأخلاقية.

✓ 35,64% من أفراد العينة أجابوا أن التطوع للأعمال الخيرية هي القيمة الإجتماعية الأكثر تأثراً بشبكات التواصل الإجتماعي عند الطالب.

✓ 34,9% من أفراد العينة أجابوا أن التحدي الأكبر الذي يواجهونه عند إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي لتعززهم للقيم الإجتماعية هو عدم القدرة على التحكم في محتوى الشبكات وما يتم تداوله فيها.

✓ 38,04% من إجابات أفراد العينة يؤكدون أن القيم الإجتماعية السلبية الموجودة بكثرة في المنشورات المتداولة عبر شبكات التواصل الإجتماعي هي الإستعراض الزائف.

✓ أكد 52,11% من أفراد العينة أنهم يتفاعلون حيال إنتشار القيم الإجتماعية السلبية في شبكات التواصل الإجتماعي بالتعليق عليها ومحاولة تصحيحها.

✓ أكد 67,61% من أفراد العينة أنهم يرون بأن شبكات التواصل الإجتماعي ساهمت في تشكيل القيم الإجتماعية لديهم.

من خلال النتائج السابقة إتضح لنا أن الفرضية الفرعية الثالثة قد **تحققت**، وذلك بإعتبار أن معظم

أفراد العينة أكدوا على أن شبكات التواصل الإجتماعي تؤثر على القيم الإجتماعية لديهم بشكل إيجابي.

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

وفي الفصل النظري تم التطرق إلى مجموعة من الدراسات التي تناولت موضوع بحثنا أو أحد متغيراته، وبالإعتماد على هذا سنحاول مقارنة نتائج دراستنا مع نتائج الدراسات السابقة، وفيما يلي سنعرض نقاط التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي تم الإعتماد عليها.

✓ نقاط التشابه:

▪ الدراسات المحلية:

- توافقت الدراسة الحالية مع الدراسة الأولى للباحث "مريم نريمان نومان" المعنونة إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية" من خلال تأكيدها على أن أغلب أفراد العينة يقضون أكثر من ثلاث ساعات في إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وأيضاً توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي تؤثر في التفاعل في المجتمع للفرد.

- إتفقت دراستنا مع الدراسة الثانية للباحثة "ريحانة بلوطي" المعنونة بـ "أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل القيم الإجتماعية لدى الشباب الجامعي" من خلال تأكيدها على أن الفيسبوك هو الأكثر رواجاً في مواقع الشبكات الإجتماعية وأيضاً أكدت الدراسة السابقة على دور شبكات التواصل في تداول القيم الإجتماعية من خلال التوجه نحو التفاعل معها أكثر وهو تقريبا ما توصلت له دراستنا من تفاعل أفراد العينة مع المنشورات القيمة في شبكات التواصل الإجتماعي والإهتمام بنشرها في صفحاتهم الشخصية لإبداء رأيهم فيها.

- توافقت دراستنا مع الدراسة الثالثة للباحث "عبد الله ملوكي" المعنونة بـ "أثر مواقع الشبكات الإجتماعية في نشر الإنحراف السلوكي" حيث أكدت النتائج أن موقع الفيسبوك يعتبر من أبرز مواقع الشبكات الإجتماعية وأكثرها إستخداماً وكذلك أكدت النتائج أنه لا يوجد وقت محدد لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وهذا ما توصلت له نتائج الدراسة الحالية.

▪ الدراسات العربية:

- كما أن الدراسة الخامسة للباحث "الطيار فهد بن علي عزيز" المعنونة بـ "شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الإجتماعية لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) حيث أشارت النتائج إلى أنهم

الأثار الإيجابية: الإطلاع على الأخبار من خلال شبكات التواصل الإجتماعي وأيضا تساعد في الهروب من الواقع وتضعف في التفاعل في المجتمع وهذا ما توصلت له نتائج دراستنا.

- إتفقت الدراسة السادسة للباحث "سعيد علي رافع الحسنيه" المعنونة بـ" دور القيم الإجتماعية في الوقاية من الجريمة" في أن للإعلام دور هام في غرس القيم الإجتماعية للطالب مما يتوافق مع نتيجة دراستنا أن الشبكات لها دور هام في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي وهذا ما توصلت له تقريبا دراستنا.

- توافقت دراستنا مع الدراسة السابعة المعنونة بـ "إستخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي والإشاعات المحققة " للباحث "صلاح محمد أبو صلاح" حيث أشارت النتائج إلى:

أغلبية أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي وأيضا بينت الدراسة أن الفيسبوك هو أكثر شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر إستخداما وهذا ما يتوافق مع نتيجة دراستنا.

✓ نقاط الإختلاف:

▪ الدراسات الأجنبية:

أغلب الدراسات لا يوجد فيها إختلاف كبير في نتائج الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية فهناك الدراسة الرابعة المعنونة بـ "أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية (فيسبوك- بيبو-يوتيوب) إختلفت مع نتائج دراستنا في أن نصف المستخدمين يفضلون "اليوتيوب" بينما في دراستنا إختار أفراد العينة "الفيسبوك" كموقع مفضل، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنها ركزت على العلاقات الإجتماعية للتواصل بين الأفراد وسوقت للفضاء الافتراضي بينما في دراستنا ركزنا على إنعكاس ودور شبكات التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطالب الجامعي .

▪ الدراسات العربية:

- نجد إختلاف في نتائج الدراسة الخامسة المعنونة بـ "شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا) حيث أشارت إلى إهمال الشعائر الدينية في حين دراستنا قد توصلت إلى أن أفراد العينة لا تتأثر سلوكياتهم الأخلاقية بإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربات السوسولوجية

1- نظرية الإستخدامات والإشباعات:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للحصول على معلومات واكتساب الخبرات، فهم يستخدمونها لتلبية إحتياجاتهم الإجتماعية والتواصل مع الآخرين ويستخدمونها لمتابعة المحتوى المضاميني الذي يهمهم مما يعكس إستخدامهم لهاته الشبكات للإشتراك في تجارب ولتحقيق أهداف شخصية وهذا ما يتلائم مع مرتكزات نظرية الإستخدامات والإشباعات.

2 - نظرية التفاعلية الرمزية:

لقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب الجامعيين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بشكل مستمر، فأفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي كأداة للتواصل والتفاعل مع الآخرين مما يشير إلى أهمية العوامل الإجتماعية في إستخدامهم لتلك الشبكات.

وأيضاً إستغرق وقت طويل في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي يؤدي إلى تشكيل صورة ذهنية قد تكون إيجابية أو سلبية إتجاه الآخرين وتؤثر على تفاعلهم في المستقبل مما يتوافق مع النظرية التفاعلية الرمزية.

3 - نظرية الحتمية القيمية:

تؤكد نتائج الدراسة أن هناك نسبة عالية من الأفراد ينشرون منشورات تتناول القيم عبر صفحاتهم الشخصية على شبكات التواصل الإجتماعي هذا يدعم فكرة أن القيمة التي تتبعها الرسالة الإعلامية لها تأثيراً إيجابياً على الجمهور، بناء على ذلك يمكن إستنتاج أن القيمة التي تتضمنها الرسالة الإعلامية تعزز التفاعل والمشاركة الإيجابية في شبكات التواصل الإجتماعي التي تعتبر ركيزة تأثير القيم الإجتماعية على السلوك الإجتماعي وتوجهات الأفراد الأخلاقية والإجتماعية، وهذا ما دعمته فكرة الدراسة التي إستنتجت أن القيم الإجتماعية المنقولة عبر شبكات التواصل الإجتماعي قد تؤثر على تشكيل القيم الإجتماعية للأفراد وتعزز السلوك الإخلاقي والإجتماعي الإيجابي، مما يتوافق مع النظرية الحتمية القيمية التي ركزت على أن تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الأفراد ترتبط بالقيم الإجتماعية المتضمنة في المحتوى الذي يتبادله. عندما يكون المحتوى وثيق الصلة بالقيم ويتمشى معها، يكون له تأثير إيجابي على الجمهور.

3 - النظرية البنائية الوظيفية:

لقد توصلت نتائج الدراسة على أن أغلبية المبحوثين يرون أن لشبكات التواصل الإجتماعي دورا مهما في الحياة اليومية لديهم فهذه الشبكات تساهم في بناء أفكارهم وتحسين المضمون المعرفي وتنمية الخبرات والقدرات. فالتواصل الإجتماعي يميز بناء كلي يتجزء إلى أجزاء متنوعة متمثلة في التعليقات والإعجاب ونشر الأخبار وتصفح المواقع وهذه الأجزاء تؤثر على البناء ككل وبالتالي يتحقق التوازن والتكامل في عملية التواصل الإجتماعي فكل جزء يساعد على إتمام العملية التواصلية للعملية التي تليها وبهذا تكون شبكات التواصل الإجتماعي في حالة إستمرار وتوازن.

رابعاً: النتائج العامة للدراسة

من خلال النتائج العامة النتائج التي تحصلنا عليها خلال دراستنا الميدانية يمكننا القول أن:

✓ حسب نتائج الدراسة فإن أغلبية أفراد العينة من فئة البنات بنسبة 77,46% في حين نسبة الذكور 22,54%.

حسب النتائج المتوصل لها فإن أغلبية أفراد العينة كانت أعمارهم تتراوح من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة بنسبة 80,28% في حين أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة نسبتهم 11,27% وفئة أقل من 20 سنة كانت نسبتهم 7,04% والفئة الأقل 30 سنة فما فوق نسبة 1,41%.

✓ نلاحظ من خلال النتائج أن أغلبية الطلبة يدرسون في طور ليسانس بنسبة 63,38% في حين نجد أن طلبة طور الماستر نسبتهم 36,62%.

✓ أظهرت الدراسة أن 15,49% من أفراد العينة يدرسون تخصص ماستر تربية، إما 12,67% من أفراد العينة يدرسون تخصص ماستر تنظيم وعمل، في حين أن 8,46% من أفراد العينة يدرسون ماستر إتصال ونسبة الثالثة ليسانس هي 63,38%.

✓ حسب نتائج الدراسة فإن كل أفراد العينة عزاب بنسبة 100%.

✓ أغلبية أفراد العينة المدروسة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي لأكثر من 3 سنوات ويستغرقون أكثر من ثلاث ساعات في تصفحها.

✓ نرى أن أغلبية أفراد العينة يستعملون الفيسبوك كالشبكة الإجتماعية المفضلة ويستعملون الهاتف الذكي كوسيلة لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي.

- ✓ أغلبية أفراد العينة ليس لهم وقت محدد في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي ولأنها سهلت عملية التواصل والإتصال بين الجميع بدون إستثناء .
- ✓ أوضحت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع محتوى الآخرين وأيضاً ينشرون محتوى في شبكات التواصل الإجتماعي.
- ✓ أغلبية أفراد العينة يتابعون خدمة الفيديو عبر شبكات التواصل الإجتماعي ويتابعون كل المواضيع سواء (الإجتماعي، الثقافي، رياضية، دينية، سياسية).
- ✓ أغلبية أفراد العينة يشاركون أخبارهم الشخصية عبر الشبكات الإجتماعية ويلجؤون لها للبحث عن فرص العمل بإعتبارها شبكات عالمية.
- ✓ أوضحت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع محتوى المضامين التي تهمهم عن طريق الإعجاب والتعليق وكذا المشاركة ولكن الأغلبية يتفاعلون بالإعجاب بشكل كبير .
- ✓ نلاحظ من خلال النتائج أن أغلبية أفراد العينة تساعدهم شبكات التواصل الإجتماعي في إكتساب خبرات جديدة وتساعدهم في الإستفادة من النصائح والتوجيهات وجمع المعلومات وتلقي الأخبار من خلال ميزاتها الفريدة في توسيع معارفهم وسهولة إستعمالها.
- ✓ نرى بأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للهروب من الواقع بإعتبارهم يرونها كملجأ ليخفف عنهم.
- ✓ أوضحت النتائج أن أفراد العينة يقومون بنشر منشورات تتناول القيم في صفحاتهم الشخصية ويتفاعلون معها إذا صادفوها في شبكات التواصل الإجتماعي بإبداء رأيهم فيها ومشاركتها مع الآخرين لكن الأغلبية يتفاعلون بإبداء الرأي.
- ✓ من خلال النتائج نرى أن شبكات التواصل الإجتماعي لا تؤثر في على توجهات أفراد العينة وسلوكياتهم الأخلاقية ولكن تضعف من تفاعلهم الإجتماعي.
- ✓ أوضحت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يواجهون تحدي عدم القدرة على التحكم في محتوى شبكات التواصل الإجتماعي وما يتم تداوله فيها كونه شبكة للتعبير عن الأفكار والآراء فلا يمكن التحكم به.
- ✓ أوضحت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يرون بأن الإستعراض الزائف وتشويه سمعة الأفراد هي القيم الإجتماعية السلبية الأكثر إنتشاراً في شبكات التواصل الإجتماعي حيث غالباً ما يتفاعلون حولها بالتعليق عليها وبناء أفكار حولها بالدرجة الأولى لأجل التعبير عن آرائهم حول هاته القيم لأجل التفكير بها بتعمق.

✓ أوضحت الدراسة أن شبكات التواصل الإجتماعي ساهمت في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي ولها دور هام في تعزيزها لقيمهم الإجتماعية كونهم يرون إستخدامها له تأثير إيجابي على قيمهم الإجتماعية. وبهذا فقد تحققت الفرضية الرئيسية التي مفادها: لشبكات التواصل الإجتماعي دور في تشكيل القيم الإجتماعية إلى مدى بعيد.

خامسا: القضايا التي تثيرها الدراسة

إن هذه الدراسة التي تناولت "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي" تعمقت في دراسة هذا الموضوع ذلك ما أثار عدة قضايا قد تكون موضوعات بحث سوسيولوجي منها:

- ✓ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية.
- ✓ دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.
- ✓ دور التدوين الإلكتروني في ترقية القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

خلاصة الفصل:

ولقد تم إستخلاص نتائج الدراسة العامة وتأكيد صحة الفرضيات من خلال النتائج المتوصل لها ومن هذا يمكن القول أو شبكات التواصل الإجتماعي لها دور فعال في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي.

خاتمة

خاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا معالجة قضية هامة تمس شريحة مهمة من المجتمع وهي الطلبة الجامعيين ودور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل قيمهم الإجتماعية حيث أضحت الشبكات الإجتماعية تنعكس على القيم الإجتماعية للطلاب الجامعي بشكل واضح، ولقد أصبحت تلك الشبكات بنية مثالية للتواصل وإحدى وسائل التغيير الإجتماعي خاصة فيما يتعلق بإنعكاسها على القيم والسلوكيات كونها تعد جزء من الحضارات المتقدمة كونها أصبحت تسيطر على النظام الإتصالي بدرجة ملفتة مما أدى إلى تغيرات مست جميع مجالات الحياة.

كشفت دراستنا على أن شبكات التواصل الإجتماعي له دور هام في تشكيل القيم الإجتماعية للطلاب الجامعي من خلال إستخدامهم المستمر لتلك الشبكات والإطلاع على المنشورات القيمة والتفاعل معها يجعل المستخدم يتأثر بما يراه من خلال مضامين تلك المنشورات حيث تمكنت شبكات التواصل من التحكم في عقل وتغيير أفكار الشباب عامة وخاصة الطلبة خاصة لما تتيحه من خدمات متنوعة وبمواضيع مختلفة وإستطاعته في التعبير عن آرائه حول تلك المواضيع التي تمكنه من إكتساب خبرات جديدة وجمع المعلومات فالأثر لا يعني بالضرورة تغير السلوكيات والتوجيهات القيمة السائدة من قبل بل يعني أيضا تعزيزها وزيادة التمسك بها عبر شبكات التواصل الإجتماعي كالتطوع للأعمال الخيرية والتسامح وأعداد الآخرين ومحاولة التعليق عليها وتصحيح الأفكار حول القيم الإجتماعية السلبية المتداولة عبر الشبكات الإجتماعية مثل الإستعراض الزائف والتشهير وهو ما تم التوصل له من خلال دراستنا.

في الختام تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحوث المتواصلة لإستكشاف دور الوسائل الإعلامية الحديثة في تشكيل القيم الإجتماعية للشباب وخاصة الطلبة الجامعيين بإعتبارهم نخبة المجتمع.

قائمة العراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

القرآن الكريم.

أ - الكتب:

1. أبو العينين علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم حلي، الرياض، 1988.
2. أبوجادو صالح محمد علي: سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، ط2، دار المسيرة، عمان، الأردن 2000.
3. إحسان حسن محمد: النظريات الإجتماعية المتقدمة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2005.
4. أسامة عبد الرحيم: القيم التربوية في صحافة الأطفال، إيتراك للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
5. إسماعيل محمود حسن: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع 2003.
6. الأشقر فارس راتب: إزدواجية القيم لدى الطلبة، ط1، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
7. أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحروي وآخرون، ط1 دار القصبه للطباعة والنشر، الجزائر، 2006.
8. بلال محمد إسماعيل: السلوك التنظيمي بين النظرية والتطبيق، د-ط، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، إسكندرية، مصر، 2005.
9. بوحوش عمار وآخرون: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الإجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019.
10. البياتي ياسين خيضر: الإعلام الجديد للدولة الإفتراضية، ط1، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان 2019.
11. بيومي محمد أحمد: المجتمع والثقافة الشخصية، د-ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر 1986.
12. جابر جودت بني: علم النفس الإجتماعي، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
13. جبر سعيد سعاد: الصراع القيمي وأثره في التربية، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن 2015.

14. جرار أحمد ليلي: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت الكويت 2012.
15. الجغيمان محمد بن عبد الله وعبد الحي علي محمود: علم النفس التربوي، مركز التنمية البشرية السعودية، 2008.
16. الجلاد ماجد زكي: تعلم القيم وتعليمها، تصور تطبيقي وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم ط1، دار المسيرة، عمان، 2008.
17. جنيدي مها حامد: السوشيل ميديا، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2018.
18. الجوهري محمد محمود: إلى علم الإجتماع، ط1، دار الميسرة، مصر، 2006.
19. الحجار وسيم شفيق: النظام القانوني لوسائل التواصل الإجتماعي (فيسبوك- وات ساب- تويتر) دراسة قانونية حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والإختصاص، ط1، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، بيروت، لبنان، 2017.
20. حمدي محمد الفاتح: أزمة القيم ومشكلة الشباب في زمن البث الفضائي العربي، ط1، دار الأردن عمان، الأردن، 2017.
21. حوراني محمد عبد الكريم: النظرية المعاصرة في علم الإجتماع، ط1، دار مجدلاوي، عمان الأردن، 2007.
22. خطاب سمير: الانتشئة السياسية والقيم، ط1، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
23. الدليمي عبد الرزاق محمد: نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
24. الدليمي عثمان محمد: مواقع التواصل الإجتماعي (نظرة عن قرب)، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع الأردن، 2019.
25. الدوسري سلمى بنت بن عبد الرحمان وآخرون: الشبكات الإجتماعية والقيم-رؤية تحليلية-، ط1 الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
26. دياب سهيل رزق: مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي وكالة الغوث، غزة، فلسطين 2003.
27. دياب فوزية: القيم والعادات الإجتماعية، ط1، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1966.

28. راضي وسام فاضل: مهند حميد تميمي، الإعلام الجديد (تحولات إتصالية ورؤى معاصرة)، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية، 2017.
29. رشوان حسين عبد الحميد أحمد: التربية والمجتمع، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005.
30. رضا أمين: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
31. زرواتي رشيد: تدريبات على منهجية البحث في العلوم الإجتماعية، ط3، 2008.
32. الزيود ماجد: الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق، عمان، 2006.
33. الشاعر عبد الرحمان بن إبراهيم: مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
34. شبكات التواصل الإجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، ط1، مركز الحرب الناعمة للدراسات، بيروت، 2016.
35. شكري أنور فايزة: القيم الأخلاقية، ط1، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر 2008.
36. الشمالية ماهر عودة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2015.
37. شمسي باشا حسان، حسان شمسي باشا ماجد: ط1، وسائل التواصل الإجتماعي رحلة في الأعماق دار القلم، دمشق، 2020.
38. الصعوب شفاء صلاح: ط1، الصراع القيمي المؤدي إلى الجرائم الموجهة ضد النساء على أساس النوع الإجتماعي، دار الخليج، 2012.
39. طعيمة سعيد: قضايا التعليم وتحديات العصر، دار العلم العربي، القاهرة، مصر، 2008.
40. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
41. عبد الرحمن طه: الحق العربي في الإختلاف الفلسفي، ط2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، 2006.
42. عبد الرحمن عبد الله محمد: سوسيولوجيا التعليم العالي، دراسة في علم إجتماع تربوي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991.
43. عبد الله مي: نظريات الإتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
44. العبد عاطف عدلي، العبد نهى عاطف: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر، القاهرة 2011.

45. عبيدات محمد وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999.
46. العريشي جبريل بن حسن: الشبكات الإجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
47. العطية ماجدة: سلوك المنظمة، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003.
48. غفيف علاء الدين محمد: الإعلام وشبكات التواصل الإجتماعي، ط1، دار التعليم الجامعي الإسكندرية، مصر، 2015.
49. عقلة مجلي الخزاعلة عبد الله: الصراع بين القيم الإجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، ط1 دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
50. عليان ربحي مصطفى، غنيم عثمان محمد: أساليب البحث العلمي الأسس والنظرية والتطبيق العملي ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
51. عمر نوال محمد: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، ط1، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة، 1984.
52. عناية غازي: البحث العلمي منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية (الدكتوراه) (الماجستير) ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2014.
53. عوض عامر: السلوك التنظيمي الإداري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
54. العيساوي علي لفته: الفيسبوك والوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي (دراسة وصفية تحليلية)، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، النجف الأشرف، 2021.
55. غرينفلد سوزان: غير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصمتها على أدمغتنا، ترجمة: إيهاب عبد الرحيم، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، فبراير، 2017.
56. غضبات أنيس وآخرون: البحث العلمي الأسس والمناهج، ط1، زمزم ناشرون وموزعون، عمان 2021.
57. فتحي شمس الدين: شبكات التواصل الإجتماعي والتحول الديموقراطي في مصر، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.

58. فهمي نورهان منير حسين: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، د-ط، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999.
59. قمحيه حسان أحمد: الفيسبوك تحت المجهر، ط1، النخبة للنشر والتوزيع، الحيزة، مصر، 2017.
60. القندلجي عامر ماهر: الإعلام والمعلومات والأنترنت، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان مصر 2013.
61. الكافي مصطفى يوسف وآخرون: الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع الأردن، عمان، 2015.
62. الكافي مصطفى يوسف: الرأي العام ونظريات الإتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 2015.
63. كران سليمان بكر: الإتصال الجماهيري والخدمة الإجتماعية، ط1، دار الولاية للنشر، عمان، 2015.
64. كشيك منى: القيم الغائبة في الإعلام، د-ط، دار فرحة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003.
65. اللبان درويش شريف: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2010.
66. ماجد ريما: منهجية البحث العلمي، د-ط، فريد ريش أيريتش للنشر والتوزيع، بيروت، 2016.
67. المحارب سعد بن محارب: الإعلام الجديد في السعودية، ط1، جداول للنشر والتوزيع، لبنان 2011.
68. محمود مصطفى نادية وآخرون: القيم في الظاهرة الإجتماعية، ط1، دار النشر للثقافة والعلوم، مركز الحضارة للدراسة السياسية، أعمال الدورة المنهجية في كيفية تفعيل القيم في البحوث والدراسات الإجتماعية من 6 إلى 11 فيفري 2010، القاهرة، 2011.
69. المحمودي محمد سرحان علي: مناهج البحث العلمي، ط1، صنعاء دار الكتب، اليمن، 2015.
70. المشاقبة بسام عبد الرحمان: نظريات الإتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
71. المقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الإجتماعي، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان 2013.
72. ملحم سامي محمد: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان الأردن، 2002.

73. هيبية محمد منصور عواد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عبي جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، عمان، 2016.

74. هتيمي حسين محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015.

75. همشري عمر أحمد: التنشئة الاجتماعية للطفل، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

ب - الرسائل العلمية والأطروحات

76. بلغول يمينة: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك الاجتماعي للمراهقين المتمدرسين (رسالة دكتوراه) في علم الاجتماع، 2019.

77. بن بعطوش أحمد عبد الحكيم: التخطيط العائلي وتأثيره على القيم الاجتماعية في الأسرة الريفية (دراسة ميدانية بقرية تيفران بولاية باتنة)، (أطروحة دكتوراه)، تخصص علم الاجتماع والديموغرافيا جامعة لحاج لخضر - باتنة، 2013.

78. بوعطيط سفيان: القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، (أطروحة دكتوراه)، جامعة قسنطينة، 2002.

79. بوقلوف سهام: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية (دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع فيسبوك)، (أطروحة دكتوراه)، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، 2018/2017.

80. بكوش مومن الجموعي: القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة الوادي)، (رسالة ماجستير) تخصص علم النفس، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2012.

81. حمودة أحمد يونس محمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، (رسالة ماجستير) في البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2013.

82. حمودة عبد الحميد: أثر القيم الاجتماعية على فعالية المؤسسة الخدماتية العمومية في الجزائر (دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية بالصحة الجوارية بأولف)، (رسالة الماجستير)، تخصص علم اجتماع التنظيمات والمناجمنت، جامعة الجزائر - 02، 2005.

83. خلف الله يوسف عمر عائشة: التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التعلم لطلبة كلية التربية البدنية والرياضية، (رسالة ماجستير) في التربية البدنية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2019.
84. زيرق دحمان: دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الاجتماعية للتلميذ، (رسالة ماجستير) تخصص علم إجتماع تربوية، بسكرة، 2012.
85. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، (رسالة ماجستير) تخصص التخطيط والتنمية السياسية كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2015.
86. شربال مصطفى: دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم والوعي الاجتماعي للطالب الجامعي "دراسة ميدانية بجامعة جيجل"، (أطروحة "الدكتوراه)، جامعة سطيف، 2021.
87. شياوي صلاح الدين: النسق القيمي وعلاقته بالإبداع الإداري لدى الأستاذ الجامعي، (رسالة ماجستير)، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015.
88. طفياي زكرياء: شبكات التواصل الاجتماعي والأزمة السياسية في الجزائر (أزمة العزوف الانتخابي نموذجاً)، (أطروحة دكتوراه)، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال اجتماعي وسياسي، جامعة الجزائر 3، 2020.
89. عبوب محمد أمين: تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنت (شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً)، (رسالة الماجستير) في علوم الإعلام والاتصال، 2012.
90. الفقهاء قيس أمين: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للفكر المتطرف من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، (رسالة ماجستير) في الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الوسط، 2016.
91. قمحية جهاد نعيم عبد الرحمان: البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، (رسالة ماجستير) نابلس، فلسطين، 2003.
92. نومار نريمان مريم: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، (رسالة ماجستير) في علوم الإعلام والاتصال، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2012.
- ج - المعاجم والقواميس:**
93. إبراهيم مصطفى وآخرون: المعجم الوسيط، ج1، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

94. ابن منظور: لسان العرب، مادة (شكل)، إحياء التراث العربي، بيروت.
95. ابن منظور: لسان العرب، مج1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
96. أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي: الصحاح، تاج اللغة صحاح العربية، تحقيق: عبد الغفور عطار، ط2، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1970.
97. بدوي أحمد زكي: معجم العلوم الإجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 1983.
98. الزبيدي المرتضى محمد: تاج العروس من جواهر القاموس، دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان 2002.
99. محمد الحسن إحسان: موسوعة علم إجتماع، ط1، الدار العربية للموسوعات، 1999.
100. المنجد في اللغة والإعلام، ط40، دار الشروق، لبنان، 2003.

د - المجالات والمقالات:

101. بوعلي نصر: مفاهيم نظرية الحتمية القيمية عند عبد الرحمان عزي، مقارنة سوسيوولوجية جامعة الشارقة.
102. السيد إبراهيم السيد أحمد: البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الإجتماعية والدافعية والإنجاز ملخص أطروحة دكتوراه، جامعة الزقازيق: قسم العلوم الإجتماعية، 2005.
103. الجبر حامد سعيد: إبتسام محمد رشيد عقيل، منى عبد الحميد حسين (آخرون)، واقع دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، العدد (176 الجزء الثاني)، جامعة الأزهر، 2017.
104. الدراسات والبحوث الإجتماعية، عدد08، جامعة الوادي، 2014.
105. العودات ميسر: القيم الإجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية مجلة إتحاد الجامعات العربية للأداب، مجلد 07، عدد01، 2010.
106. بن تامي رضا: نظريات في خدمة العلوم الإجتماعية قراءة في دورة نظرية التفاعلية الرمزية'مجلة منيرفا، مجلد"04"، عدد"01"، الجزائر.
107. حدادي وليدة: الشبكات الإجتماعية من التواصل إلى خطر العزلة الإجتماعية، مجلة الدراسات الجامعية، عدد36، دار المنظومة، جامعة الأغواط، 2015.
108. حميدي وردة، بوغرارة حكيم: التلقي في نظرية الحتمية القيمية، مجلة معالم للدراسة الإعلامية والإتصالية، مجلد 01، عدد 02، الجزائر، 2020.

109. خليفى رزقي، شيقارة هجيريه: منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارض (مجلة علمية دولية محكمة)، عدد (23)، ديسمبر، 2017.
110. خمقاني مباركة: أساليب وأدوات جمع البيانات، مجلة الذاكرة، تصدر عن مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الجزائري، العدد: التاسع جوان، 2017.
111. دليو فضيل وآخرين: إشكالية المشاركة الديمقراطية في الجامعة الجزائرية، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، قسنطينة، 2006.
112. المصري دنيا جمال: أثر استخدام لعب الأدوار في إكتساب القيم الإجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع أساسي.
113. دهالس جنيفر: نظرية الإستخدامات والإشباعات، مقياس: نظريات الإعلام والإتصال/أعمال موجهة، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2019/2020.
114. الجبر سعيد حامد وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، العدد 176 (الجزء الثاني)، جامعة الأزهر، 2017.
115. سعيود عشيرور نادية: منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل قسنطينة، الجزائر، 2017.
116. سلاوي حليلة: مدخل مفاهيمي حول القيم الإجتماعية السائدة في المؤسسة والإستمرار الوظيفي للموظف، مجلة الحوار الفكري، المجلد 12، العدد 14، مخبر الدراسات الإفريقية للعلوم، جامعة أدرار 2017.
117. شربال مصطفى: مفهوم القيم في الفلسفة والعلوم، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، مجلد 40 عدد 40، 2021.
118. البحيري عبد الحفيظ شيرين: مواقع التواصل وعلاقتها بالقيم الإجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، مجلد 01، العدد 09، 2017.
119. مرسي مشري: شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 322، بيروت.
120. مطالقة أحلام: القيم الإجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية في الأردن، مجلة إتحاد الجامعات العربية للأداب، مجلد (07)، عدد (01)، 2010.

121. منصور عصام: المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، العدد 05، الرياض، 2009.
122. هماش ساعد: الشبكات الإجتماعية وأثارها على الفرد والمجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، مجلد (01)، عدد02، 2015.
123. غازي المدني أسامة: دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية (جامعة القرى نموذجاً)، مجلة الأداب والعلوم الإجتماعية، المجلد 03، العدد02 جامعة السلطان قابوس، المملكة العربية السعودية، 2014.

هـ - المطبوعات:

124. بقار منيرة: تصميم وبناء أدوات البحث، معهد التربية والرياضة، مطبوعة الجزائر، 2017.
125. بن صغير كريمة: محاضرات للسنة الثانية علم النفس، مطبوعات لمادة المنهجية وتقنيات البحث الجزائر، 2018.
126. عياد أحمد: مدخل لمنهجية البحث الإجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر. 2006.
127. لوجلال مصطفى: علم إجتماع المعاصر بين الإتجاهات والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية 2015.

و- الملتقيات والمؤتمرات:

128. الحربي سلطان، مسفر مبارك الصاعدي: دور شبكات التواصل الإجتماعي في خدمة العمل الإنساني، المركز الدولي للأبحاث والدراسات، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني، مداد، المملكة العربية السعودية، 2014.

ز - المواقع الإلكترونية :

129. social-networking-sites- <http://m7et.com/types of>.
130. العبيدي هديل: حراث يوسف، تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة جامعة البحرين، 2017، متوفر على Alwatan news.com.

131. فتحي مصطفى: مراجعة تويتر twitter إيجابيات وسلبيات تويتر، متاح <http://www.ts3a.com> بتاريخ 08/03/2023.

قائمة الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص: اتصال



شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي"

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بكلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية - جامعة جيجل - قطب تاسوست

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علم اجتماع تخصص: علم اجتماع الإتصال

نرجو تعاونكم معنا بملأ هذه الإستمارة بكل مصداقية وموضوعية وذلك بوضع العلامة (x) في الخانة المناسبة حتى يتسنى لنا الوصول إلى نتائج دقيقة، علما أن البيانات المتحصل عليها من طرفكم ستحظى بسرية تامة ولن تستخدم لأغراض غير علمية.

تحت إشراف الدكتور:

من إعداد الطالبة:

- بوقلمون داود

- صاولي وهيبة

السنة الجامعية 2022/2023

• محور البيانات الشخصية للمبحوثين:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: أقل من 20 سنة من 20 سنة إلى 25 سنة
من 25 سنة إلى أقل 30 سنة 30 سنة فما فوق
3. المستوى العلمي:
السنة الثالثة ليسانس السنة الثانية ماستر
4. التخصص:
إتصال تربية تنظيم وعمل
5. مكان الإقامة:
ريف مدينة
6. الحالة الإجتماعية:
أعزب(ة) متزوج(ة)
مطلق(ة) أرمل(ة)
- محاور الآداة:

المحور الأول: عادات وأنماط إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي عند الطالب الجامعي

7. هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي؟

- دائماً أحيانا أبدا

8. كم تستغرق في إستخدامك لشبكات التواصل الإجتماعي؟

- أقل من ساعة ساعة إلى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

9. منذ متى تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي؟

منذ أقل من سنة منذ سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات

10. ما هي الشبكات الإجتماعية الأكثر إستعمالاً؟

فيسبوك تويتر يوتيوب إنستغرام

أخرى.....

11. ما هي الوسيلة التي تستخدمها في تصفح شبكات التواصل الإجتماعي؟

الهاتف الذكي الحاسوب المحمول الجهاز اللوحي الحاسوب المكتبي

أخرى.....

12. ما هو الوقت المفضل لديك لتصفح شبكات التواصل الإجتماعي؟

نهاراً ليلاً ليس هناك وقت محدد

13. مع من تتواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي؟

عائلتك أصدقاءك زملاء الدراسة مع الجميع

14. هل تتفاعل مع محتوى الآخرين؟

دائماً أحياناً أبداً

15. هل تنشر محتوى على شبكات التواصل الإجتماعي؟

دائماً أحياناً أبداً

المحور الثاني: دوافع إستخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الإجتماعي:

16. ما هي الخدمات التي تتابعها عبر شبكات التواصل الإجتماعي؟

الصور مقاطع الفيديو النصوص المكتوبة

التسجيلات الصوتية التغريدات والهاشتاج

أخرى.....

17. ما هي الموضوعات التي تتابعها عبر شبكات التواصل الإجتماعي؟

| | | | | | |
|--------------------------|------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | موضوعات إجتماعية | <input type="checkbox"/> | موضوعات ثقافية | <input type="checkbox"/> | موضوعات سياسية |
| <input type="checkbox"/> | موضوعات رياضية | <input type="checkbox"/> | موضوعات دينية | <input type="checkbox"/> | كل المواضيع |

18. هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي لمشاركة أخبارك الشخصية؟

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | دائماً | <input type="checkbox"/> | أحياناً | <input type="checkbox"/> | أبداً |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|

19. هل تستخدم شبكات التواصل للبحث عن فرص العمل؟

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | دائماً | <input type="checkbox"/> | أحياناً | <input type="checkbox"/> | أبداً |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|

20. هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي للتفاعل مع محتوى المضامين التي تهتمك؟

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | دائماً | <input type="checkbox"/> | أحياناً | <input type="checkbox"/> | أبداً |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|

- إذا كانت الإجابة بالإيجاب يبرز ذلك التفاعل في:

| | | | | | |
|--------------------------|---------|--------------------------|-----------|--------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | الإعجاب | <input type="checkbox"/> | التعليقات | <input type="checkbox"/> | المشاركة |
|--------------------------|---------|--------------------------|-----------|--------------------------|----------|

أخرى.....

21. هل تساعدك شبكات التواصل الإجتماعي في إكتساب خبرات جديدة؟

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | دائماً | <input type="checkbox"/> | أحياناً | <input type="checkbox"/> | أبداً |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|

22. هل تساعدك شبكات التواصل الإجتماعي للتعبير في الإستفادة من النصائح والتوجيهات؟

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | دائماً | <input type="checkbox"/> | أحياناً | <input type="checkbox"/> | أبداً |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|

23. هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي للهروب من الضغوطات اليومية؟

| | | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | دائماً | <input type="checkbox"/> | أحياناً | <input type="checkbox"/> | أبداً |
|--------------------------|--------|--------------------------|---------|--------------------------|-------|

24. هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي في جمع المعلومات وتلقي الأخبار؟

دائماً أحياناً أبداً

المحور الثالث: شبكات التواصل الإجتماعي والقيم الإجتماعية:

25. هل تقوم بنشر منشورات تتناول القيم عبر صفحتك الشخصية؟

دائماً أحياناً أبداً

26. كيف تتفاعل مع المنشورات القيمة الموجودة في شبكات التواصل الإجتماعي؟

قراءتها دون التفاعل معها إبداء الرأي فيها
مشاركتها مع الآخرين تجاهلها

27. هل تعتقد أن استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لها إنعكاس على تفاعلك في المجتمع؟

دائماً أحياناً أبداً

28. هل تعتقد أن استخدام شبكات التواصل الإجتماعي يؤثر على توجيهاتك وسلوكياتك الأخلاقية؟

دائماً أحياناً أبداً

29. ما هي القيم الإجتماعية الإيجابية التي تعتقد أن شبكات التواصل الإجتماعي تؤثر فيها بشكل أكبر؟

التسامح وإحترام الآخرين التضامن في المجتمع
المساواة والعدل بين الأفراد التطوع للأعمال الخيرية
نشر الوعي الإجتماعي والتثقيف

30. حسب رأيك ما هي التحديات التي تواجهها عند استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لتعزيزك

للقيم الإجتماعية؟

عدم القدرة على التحكم في محتوى شبكات التواصل الإجتماعي وما يتم تناوله فيه

صعوبة فهم الثقافات والمجتمعات المختلفة

ضغط النظام الإجماعي السائد في شبكات التواصل الإجماعي على الفرد

الإخراط في محتوى غير لائق

31. ما هي القيم الإجماعية السلبية التي تلاحظ وجودها بكثرة في المنشورات المتداولة عبر شبكات التواصل الإجماعي؟

التشجيع على التباهي بالمظاهر الخارجية

الإستعراض الزائف

التمييز العنصري والعداء الإجماعي

التشويه والتشهير بسمعة الأفراد

أخرى

32. هل تتفاعل حيال إنتشار القيم السلبية في شبكات التواصل الإجماعي؟

أبدا

أحيانا

دائما

إذا كانت الإجابة بالإيجاب يبرز ذلك التفاعل في:

تقديم حلول لها

التعليق عليها

القراءة وبناء أفكار عنها

إرسالها لأصدقائك ومناقشتها

تصحيح الأفكار الخاطئة حولها

أخرى

33. هل ترى أن شبكات التواصل الإجماعي ساهمت في تشكيل القيم الإجماعية لدى الطالب الجامعي؟

لا

نعم

Table de fréquences

الجنس

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|-------|-----------|-------------|
| Valide | ذكر | 16,00 | 22,54 |
| | أنثى | 55,00 | 77,46 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

السن

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|-----------------------------|-----------|-------------|
| Valide | أقل من 20 سنة | 5,00 | 7,04 |
| | من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة | 57,00 | 80,28 |
| | من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة | 8,00 | 11,27 |
| | 30 سنة فما فوق | 1,00 | 1,41 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

المستوى_العلمي

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|----------------------|-----------|-------------|
| Valide | السنة الثالثة ليسانس | 45,00 | 63,38 |
| | السنة الثانية ماستر | 26,00 | 36,62 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

التخصص

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------------|-----------|-------------|
| Valide | إتصال | 6,00 | 46,8 |
| | تربية | 11,00 | 49,51 |
| | تنظيم وعمل | 9,00 | 6712, |
| | ثالثة ليسانس | ,0045 | 38,63 |
| Total | | 71,00 | 100,00 |

مكان_الإقامة

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|-------|-----------|-------------|
| Valide | ريف | 27,00 | 38,03 |
| | مدينة | 44,00 | 61,97 |
| Total | | 71,00 | 100,00 |

الحالة_الاجتماعية

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|---------|-----------|-------------|
| Valide | أعزب(ة) | ,0017 | 100,00 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م1س7

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 1,00 | 1,41 |
| | أحيانا | 7,00 | 9,86 |
| | دائما | 63,00 | 88,73 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م1س8

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|---------------------|-----------|-------------|
| Valide | أقل من ساعة | 6,00 | 8,45 |
| | ساعة إلى ثلاث ساعات | 19,00 | 26,76 |
| | أكثر من ثلاث ساعات | 46,00 | 64,79 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م1س9

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|------------------------|-----------|-------------|
| Valide | منذ أقل من سنة | 1,00 | 1,41 |
| | منذ سنة إلى ثلاث سنوات | 5,00 | 7,04 |
| | أكثر من ثلاث سنوات | 65,00 | 91,55 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م1س10\$ fréquences

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------------------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| م1س10\$ ^a | م1س10خ1 | 55 | 50,46% | 77,5% |
| | م1س10خ2 | 3 | 2,75% | 4,2% |
| | م1س10خ3 | 9 | 8,26% | 12,7% |
| | م1س10خ4 | 34 | 31,19% | 47,9% |
| | م1س10خ5 | 8 | 7,34% | 11,3% |
| | Total | 109 | 100,00% | 153,5% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

fréquences \$م1س11

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|-----------|---------|----------|-------------|-------------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| a \$م1س11 | م1س11خ1 | 67 | 88,16% | 94,4% |
| | م1س11خ2 | 6 | 7,89% | 8,5% |
| | م1س11خ3 | 1 | 1,32% | 1,4% |
| | م1س11خ4 | 2 | 2,63% | 2,8% |
| Total | | 76 | 100,00% | 107,0% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

م1س12

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|-------------------|-----------|-------------|
| Valide | نهارا | 2,00 | 2,82 |
| | ليلا | 20,00 | 28,17 |
| | ليس هناك وقت محدد | 49,00 | 69,01 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

fréquences 13س1\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------|----------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| a 13س1\$ | 1م 13س1خ | 4 | 5,19% | 5,6% |
| | 2م 13س1خ | 16 | 20,78% | 22,5% |
| | 3م 13س1خ | 4 | 5,19% | 5,6% |
| | 4م 13س1خ | 53 | 68,83% | 74,6% |
| Total | | 77 | 100,00% | 108,5% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

14س1م

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 2,00 | 2,82 |
| | أحيانا | 60,00 | 84,51 |
| | دائما | 9,00 | 12,68 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م1س15

| | | Fréquence | Pourcentage |
|----------|---------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 7,00 | 9,86 |
| | أحيانا | 54,00 | 76,06 |
| | دائما | 9,00 | 12,68 |
| | Total | 70,00 | 98,59 |
| Manquant | Systeme | 1,00 | 1,41 |
| Total | | 71,00 | 100,00 |

fréquences 16س2\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| a 16س2\$ | 1 16س2خ | 26 | 24,07% | 36,6% |
| | 2 16س2خ | 55 | 50,93% | 77,5% |
| | 3 16س2خ | 17 | 15,74% | 23,9% |
| | 4 16س2خ | 3 | 2,78% | 4,2% |
| | 5 16س2خ | 7 | 6,48% | 9,9% |
| Total | | 108 | 100,00% | 152,1% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

fréquences 17س2\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| a 17س2\$ | 1م2س17خ | 29 | 30,85% | 40,8% |
| | 2م2س17خ | 15 | 15,96% | 21,1% |
| | 3م2س17خ | 1 | 1,06% | 1,4% |
| | 4م2س17خ | 1 | 1,06% | 1,4% |
| | 5م2س17خ | 9 | 9,57% | 12,7% |
| | 6م2س17خ | 39 | 41,49% | 54,9% |
| Total | | 94 | 100,00% | 132,4% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

18س2م

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 34,00 | 47,89 |
| | أحيانا | 34,00 | 47,89 |
| | دائما | 3,00 | 4,23 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

19س2م

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 29,00 | 40,85 |
| | أحيانا | 35,00 | 49,30 |
| | دائما | 7,00 | 9,86 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م2س20

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 6,00 | 8,45 |
| | أحيانا | 38,00 | 53,52 |
| | دائما | 27,00 | 38,03 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

fréquencesم2س20\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|---------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| م2س20\$ | م2س20خ1 | 47 | 62,67% | 73,4% |
| | م2س20خ2 | 22 | 29,33% | 34,4% |
| | م2س20خ3 | 6 | 8,00% | 9,4% |
| Total | | 75 | 100,00% | 117,2% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

م2س21

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 8,00 | 11,27 |
| | أحيانا | 51,00 | 71,83 |
| | دائما | 12,00 | 16,90 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م2س22

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 5,00 | 7,04 |
| | أحيانا | 51,00 | 71,83 |
| | دائما | 15,00 | 21,13 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م2س23

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 11,00 | 15,49 |
| | أحيانا | 36,00 | 50,70 |
| | دائما | 24,00 | 33,80 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م2س24

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 4,00 | 5,63 |
| | أحيانا | 25,00 | 35,21 |
| | دائما | 42,00 | 59,15 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م3س25

| | | Fréquence | Pourcentage |
|----------|---------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 5,00 | 7,04 |
| | أحيانا | 51,00 | 71,83 |
| | دائما | 14,00 | 19,72 |
| | Total | 70,00 | 98,59 |
| Manquant | Système | 1,00 | 1,41 |
| Total | | 71,00 | 100,00 |

م3س26\$fréquences

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------------------|---------|----------|-------------|-------------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| م3س26\$ ^a | م3س26خ1 | 17 | 21,25% | 23,9% |
| | م3س26خ2 | 37 | 46,25% | 52,1% |
| | م3س26خ3 | 20 | 25,00% | 28,2% |
| | م3س26خ4 | 6 | 7,50% | 8,5% |
| Total | | 80 | 100,00% | 112,7% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

م3س27

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 11,00 | 15,49 |
| | أحيانا | 48,00 | 67,61 |
| | دائما | 12,00 | 16,90 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م3س28

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|--------|-----------|-------------|
| Valide | أبدا | 32,00 | 45,07 |
| | أحيانا | 27,00 | 38,03 |
| | دائما | 12,00 | 16,90 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |

م3س29\$ fréquences

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------------------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| م3س29\$ ^a | م3س29خ1 | 14 | 13,86% | 19,7% |
| | م3س29خ2 | 26 | 25,74% | 36,6% |
| | م3س29خ3 | 4 | 3,96% | 5,6% |
| | م3س29خ4 | 21 | 20,79% | 29,6% |
| | م3س29خ5 | 36 | 35,64% | 50,7% |
| Total | | 101 | 100,00% | 142,3% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

fréquences 30س3م\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| a30س3م\$ | 1م30س3خ | 29 | 34,9% | 41,4% |
| | 2م30س3خ | 19 | 22,9% | 27,1% |
| | 3م30س3خ | 22 | 26,5% | 31,4% |
| | 4م30س3خ | 13 | 15,7% | 18,6% |
| | Total | 83 | 100,0% | 118,6% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

fréquences 31س3م\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| a31س3م\$ | 1م31س3خ | 35 | 38,04% | 49,3% |
| | 2م31س3خ | 27 | 29,35% | 38,0% |
| | 3م31س3خ | 17 | 18,48% | 23,9% |
| | 4م31س3خ | 13 | 14,13% | 18,3% |
| | Total | 92 | 100,00% | 129,6% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

fréquences 32س3م\$

| | | Réponses | | Pourcentage d'observations |
|----------------------|---------|----------|-------------|----------------------------|
| | | N | Pourcentage | |
| 32س3م\$ ^a | 1م32س3خ | 15 | 29,41% | 35,7% |
| | 2م32س3خ | 17 | 33,33% | 40,5% |
| | 3م32س3خ | 7 | 13,73% | 16,7% |
| | 4م32س3خ | 9 | 17,65% | 21,4% |
| | 5م32س3خ | 3 | 5,88% | 7,1% |
| | Total | 51 | 100,00% | 121,4% |

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

33س3م

| | | Fréquence | Pourcentage |
|--------|-------|-----------|-------------|
| Valide | نعم | 48,00 | 67,61 |
| | لا | 23,00 | 32,39 |
| | Total | 71,00 | 100,00 |