



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

الشعبة : علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:

مرزاق بلباله

يوم: 2019/07/02

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة بسكرة	أستاذ مساعد قسم - أ -	د. أحمد أمين فورار
مشرفا ومقررا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم - ب -	د. مسعودة طلحة
مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم - ب -	د. صونيا قوراري

السنة الجامعية: 2018 / 2019



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:

مرزاقه بلباله

يوم: 2019/07/02

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة بسكرة	أستاذ مساعد قسم - أ -	د. أحمد أمين فورار
مشرفا ومقررا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم - ب -	د. مسعودة طلحة
مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم - ب -	د. صونيا قوراري

السنة الجامعية: 2018 / 2019

شكر وعرفان

يقول الله في كتابه العزيز: (وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب)

سورة هود، الآية رقم 88.

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد

وعلى اله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد...

فإنني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي إنجاز هذا العمل بفضله، فله

الحمد أولاً وآخرًا.

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام

قضيناها في رحاب الجامعة مع أستاذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير، وقبل أن نمضي

أقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة لأولئك الذين حملوا أقدس رسالة في

الحياة.

إلى من مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، إلى كل أستاذتنا الأفاضل بقسم علوم

الإعلام والاتصال. وأخص بالشكر الجزيل إلى الدكتورة " مسعودة طلحة " التي خصتنا

بتوجيهاتها ونصائحها القيمة من خلال إشرافها ومساعدتنا على إتمام هذه الدراسة.

وأوجه خالص شكري وتقديري إلى شموع أنارت حياتي أبي وأمي حفظهما الله.

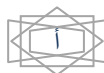
إلى كل إخوتي الأعزاء.

إلى جميع أصدقائي كل واحد باسمه.

مرزاقية

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
أ- ج	فهرس المحتويات
د- ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الأشكال
ط- ي	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
13 - 12	أولاً: تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
13	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
14 - 13	ثالثاً: أهمية وأهداف الدراسة
20 - 14	رابعاً: تحديد المفاهيم
25 - 20	خامساً: المقاربة النظرية للدراسة
25	سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة
26 - 25	1_ نوع الدراسة ومنهجها
30 - 27	2_ مجتمع البحث وعينة الدراسة
32 - 30	3_ أداة البحث
32	4_ حدود الدراسة
36 - 32	سابعاً: الدراسات السابقة
الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة	
38	أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها
40 - 38	1 - مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي
41 - 40	2 - خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي
46 - 41	3 - أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
47 - 46	4 - مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
49	ثانياً: القيم الاجتماعية والشباب



فهرس المحتويات

50 -46	1- مكونات القيم ومصادرها
51-50	2- خصائص القيم ووظائفها
52	3- أهمية القيم في المجتمع
52	4- الشباب والقيم
54	ثالثا: الشباب وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي
55 -54	1- مميزات مرحلة الشباب
56	2- مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب
	الفصل الثالث : إجراءات الدراسة التطبيقية
59	أولا: تحليل وتفسير النتائج الأولية للدراسة
63 -59	1 - عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي.
70 -64	2 -التأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.
76 -71	3 -الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين.
77	ثانيا: تحليل وتفسير نتائج الدراسة على أساس المتغيرات (النوع، التخصص، مكان الإقامة)
87 -77	1 - عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع.
103 -88	2 -التأثيرات السلبية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين حسب متغير التخصص.

فهرس المحتويات

-104 118	3 - التأثيرات السلبية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين حسب متغير مكان الإقامة.
-119 127	ثالثا: النتائج العامة والنهائية للدراسة والإجابة على أسئلتها
ك- ل	خاتمة
-130 136	قائمة المراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
29	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع	1
29	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	2
30	توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	3
59	مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين	4
60	استخدام الحساب الشخصي للمبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي	5
60	نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي	6
61	الوقت المستغرق في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين	7
62	شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة للمبحوثين التي يستخدمون من خلالها الصفحات ذات الطابع الاجتماعي	8
63	سبب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	9
64	نوع المعارف والمعلومات الاجتماعية التي كونها المبحوثين من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	10
65	المعارف الاجتماعية التي غيرت مواقع التواصل الاجتماعي تفكير المبحوثين حولها	11
66	تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين	12
67	علاقة المبحوثين بمحيطهم الاجتماعي منذ بداية استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	13
67	الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	14
68	العادات الجديدة التي اكتسبها المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	15
69	السلوكيات المنتشرة بكثرة في المجتمع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي المبحوثين	16

قائمة الجداول

70	القيم الاجتماعية التي يراها المبحوثين في تراجع باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	17
71	القيم الاجتماعية التي ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على فهمها واستيعابها بشكل أفضل	18
72	المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها المبحوثين مع أصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي	19
72	نوع المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي	20
73	شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	21
74	الإضافة التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي في علاقاتهم بالآخرين	22
74	السلوكيات الايجابية التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع لتواصل الاجتماعي	23
75	الفرصة التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين لتوسيع شبكة علاقاتهم مع أشخاص من داخل وخارج الوطن	24
75	الولايات والدول التي كون المبحوثين من خلالها صداقات	25
76	القيم الاجتماعية التي تعززت لديك باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي	26
77	مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص، ومكان الإقامة	27
78	استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	28
80	نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، والتخصص، ومكان الإقامة	29
82	الوقت المستغرق في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل من طرف المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	30
84	شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة للمبحوثين التي يستخدمون من خلالها الصفحات ذات الطابع الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	31



قائمة الجداول

86	سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين حسب متغير النوع ومكان الإقامة	32
88	نوع المعارف والمعلومات الاجتماعية التي كونها المبحوثين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير نوع والتخصص ومكان الإقامة	33
90	المعارف الاجتماعية التي غيرت مواقع التواصل الاجتماعي تفكيرك حولها حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	34
92	تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	35
94	علاقة المبحوثين بمحيطهم الاجتماعي منذ بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	36
96	الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	37
98	العادات الجديدة التي اكتسبها المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	38
100	السلوكيات المنتشرة في المجتمع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال رأي المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	39
102	القيم الاجتماعية التي يراها المبحوثين في تراجع باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	40
104	القيم الاجتماعية التي ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين على فهمها واستيعابها بشكل أفضل حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	41
106	المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها ويناقشها المبحوثين مع أصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	42
108	مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	43
109	شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	44
111	الإضافة التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي للمبحوثين في علاقاتهم مع الآخرين حسب متغير النوع والتخصص	45

قائمة الجداول

	ومكان الإقامة	
113	السلوكيات الايجابية التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	46
114- 115	الفرصة التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية مع أشخاص من داخل وخارج الوطن حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	47
115- 116	الولايات والدول التي كون من خلالها المبحوثين صداقات حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	48
117	القيم الاجتماعية التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة	49

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
29	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير النوع	1
29	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير التخصص	2
30	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير مكان الإقامة	3

مقدمة

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية سريعة في شتى المجالات، إذ أصبح اليوم قرية كونية صغيرة بفضل ما أتاحتها التكنولوجيا من وسائل وتقنيات، وبوصول الأنترنت إلى الساحة أضفت إلى الحياة البشرية الكثير من المظاهر، وغيّرت نمط الحياة كلياً ومن بين تلك المظاهر ما يعرف اليوم بالمواقع الإلكترونية المتعددة الخدمات، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة التي أتاحت عصراً جديداً من الاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع خاصة منهم فئة الشباب الجامعي، حيث يعتبرونها وسيلة للاطلاع وتبادل المعلومات والأخبار داخل الحرم الجامعي وخارجه مما أدى إلى إفراز أنماط إعلامية جديدة، ولبروز هذه الوسيلة التي راجت بها العديد من الخدمات الاتصالية بين الطلبة في مختلف أنحاء العالم وتكوين علاقات وصدقات بينهم وبين أشخاص آخرين من مختلف البلدان.

كما أصبحت هذه المواقع جزءاً لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطلبة الجامعيين ولا يمكن الاستغناء عنها، إذ يعتبر طلبة الجامعات من أكثر فئات المجتمع تأثراً بهذه المواقع، نظراً لتأثيراتها السلبية والإيجابية على حياتهم إذ طالت تلك التأثيرات منظومة القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الجزائري عامة والطلبة الجامعيين خاصة، بحيث زادت من الانفتاح والتطبع بما يجري في الغرب بين طلبة الجامعة، ما نتج عنه طغيان على العادات والتقاليد وقلة التواصل بين أفراد الأسرة الواحدة، بحيث أصبح لكل فرد عالمه الخاص على هذه المواقع، مما أوجد ذلك الكثير من الإيجابيات التي يجب الاحتفاظ بها والسلبيات التي يجب التخلص منها.

وفي ضوء ما تم التطرق إليه آنفاً، تأتي هذه الدراسة للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع للانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها، خصوصاً مع التأثيرات السلبية والإيجابية التي تزداد يوماً بعد يوم نتيجة الاستخدام المكثف لها، ومن هذا المنطلق قسمت هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول:

تناول الفصل الأول الإطار المنهجي، حددت فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى جانب مفاهيم الدراسة وأسبابها وأهميتها وأهدافها، وكذا عرض ثلاثة نظريات (الغرس الثقافي، الاستخدامات والاشباع، الحتمية القيمية) تم الاستناد عليها في انطلاقنا في هذه الدراسة وتم أيضاً عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، بالإضافة إلى عرض الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة.

واحتوى الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة، حيث تم التطرق لمواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها بحيث عرضنا مفهومها ونشأتها وخصائصها، وأهم مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي واستخداماتها وما ينجر عنها من مزايا وعيوب.

كما تطرقنا كذلك في هذا الفصل للقيم الاجتماعية والشباب فتناولنا مكوناتها ومصادرها، وكذا خصائصها ووظائفها وأهميتها في المجتمع، وتم التطرق للشباب والقيم.

مقدمة

في حين خصصنا عنصرا آخر يتعلق بالشباب وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي فتطرقنا إلى مميزات مرحلة الشباب، وتعرضنا كذلك لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب. أما الفصل الثالث فتضمن الجانب التطبيقي للدراسة وشمل تحليل وتفسير نتائج إجابات المبحوثين وبياناتهم المتعلقة بمحاور البحث الثلاثة بصفة أولية ثم بالتطبيق على متغيرات الدراسة الوسيطة (النوع، التخصص، ومكان الإقامة). وانتهى الفصل بعرض النتائج العامة المتوصل إليها والإجابة على أسئلتها ثم عرض خاتمة الدراسة، ومراجعتها وملاحقتها.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1_ تحديد الإشكالية:

يشهد العالم اليوم في ظل التطورات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال طفرة نوعية في عالم الشبكات والاتصالات أدى إلى انتشار الشبكة العنكبوتية الأمر الذي ساهم على ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية فهي تلعب دوراً مهماً في نشر ثقافة مجتمعية جديدة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة.

كما أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي في ظل التغيرات العالمية والتقدم التكنولوجي نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية وفي التأثير على النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص، هذا الأخير الذي يعتبر من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات وتقام عليها الأمم، وعليه تعتبر القيم مرآة عاكسة لشخصية المجتمعات نظراً لمرونتها ونسبيتها واختلافها وحساسيتها اتجاه العوامل الخارجية والتكنولوجيا أكثرها، حيث تأثرت هذه القيم بفعل ما أحدثته وسائل الاتصال المتقدمة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي وإذا ما خصصنا بالقول القيم الاجتماعية في المجتمعات العربية المسلمة التي توطرها الدين والعادات والتقاليد والروابط الاجتماعية مما يطبع عليها صيغة المحافظة ويبدو أن هذه المجتمعات خصوصاً في الدول النامية بما فيها المجتمع الجزائري وقيمه التي يتمسك بها والتي تتجسد في الدين الإسلامي، والعادات والتقاليد التي تحكم أفرادها وفي ظل التطور الملحوظ الذي عرفه المجتمع الجزائري في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات العمرية عموماً والطلبة الجامعيين خصوصاً.

حيث فتحت هذه الأرضية الافتراضية لهم سهولة الاتصال والتواصل بين مختلف الجنسيات والأعراق وأصبح لها تأثير كبير على عقول ونفوس الشباب ووسيلة هامة في منظومة القيم من خلال استقدام قيم جديدة وتحولها إلى جزء ثابت من المنظومة القيمية للمجتمع بحيث تقدم وتمثل هذه المواقع قيماً وسلوكيات وأفكاراً وعادات تختلف عن أفكارنا وتقاليدنا، الأمر الذي يدفعنا لوصف خدمات مواقع التواصل الاجتماعي بالتهديد لقيم المجتمع خاصة فئة الشباب الجامعي باعتبار أنه هو الأكثر استخداماً لها من حيث علاقته العلمية أو الشخصية التي تشد ارتباطه بها فضلاً عن فضول هذه الفئة من الطلبة الجامعيين لمعرفة كل ما تتضمنه خدماتها.

وفي هذا الصدد برز رأيان أحدهما يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح للأفراد بتبادل المعارف والمعلومات والأفكار، وتلغي الحواجز الزمنية والمكانية، وتساهم في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الآخرين، أما الرأي الآخر يعتبرها تشكل مصدراً للخطر الحقيقي على المجتمعات وقيمتهم الاجتماعية، ما يؤدي إلى ولادة مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، وظهور المشاكل النفسية والعزلة عن المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ولقد جاءت الدراسة الحالية لتبين بصورة ميدانية الآثار السلبية والايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

2_ تساؤلاتها:

ولتوضيح مشكلة الدراسة أكثر طرحنا التساؤلات الفرعية التالية:

- _ ما هي عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- _ فيما تتمثل التأثيرات السلبية المعرفية الوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟
- _ ما الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

1- الأسباب الذاتية:

- _ اهتمامي بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والانترنت والميل النفسي لدراسة مواضيع تعالج هذا الأمر.
- _ ما نشأته من تدني القيم وعدم الالتزام في كل مناحي الحياة الأمر الذي زاد من رغبتني في دراسة هذا الموضوع.

2- الأسباب الموضوعية :

- _ الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها في الجامعة.
- _ الخدمات التي تقدمها المواقع الاجتماعية للطلاب الجامعي.
- _ اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مورد إعلامي واتصالي أساسي للطلاب الجامعي.
- _ ما تحمله مواقع التواصل الاجتماعي من أنماط في تكوين الروابط الاجتماعية الجديدة.

ثالثا: أهمية الدراسة وهدفها

1_ أهمية الدراسة:

- إن هذه الدراسة تستقي أهميتها من أهمية الموضوع نفسه فمواقع التواصل الاجتماعي مفتاح الطالب في تحقيق أهدافه وغاياته من الاستخدام وتكتسي أهمية الدراسة كونها تعالج موضوعا حديثا يتناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد والطلاب الجامعي خاصة لما تقدم له من معارف ومعلومات ومنه

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ما يتعلق بحياته في الجامعة، ضف إلى ذلك تبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تدرس القيم الاجتماعية في أوساط الطلبة الجامعيين والتي تعتبر ظاهرة مستجدة تكمن من التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد تأثيراتها على الطالب الجامعي في ظل انتشار وسائل الاتصال والتواصل بمختلف أشكالها تمهيدا لمعرفة كيفية التعامل معها كما للحفاظ على القيم الاجتماعية المستحبة وتمثل القيم الاجتماعية الايجابية الوافدة.

2- أهداف الدراسة:

- _ التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- _ معرفة التأثير السلبي المعرفي والوجداني والسلوكي الذي يحدث على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- _ تحديد الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتجر من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- _ معرفة اختلافات القيم من شخص إلى آخر بالنسبة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الاجتماعي.

خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة

نتطرق في دراستنا هذه إلى مجموعة من المفاهيم الأساسية وبعض المفاهيم المساعدة للدراسة و عليه سيتم ذكر أهمها فيما يلي:

1- التأثير:

- _ **لغة:** لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على انه: "التأثير من أثر، ترك علامة في الشئ ومنه تأثير العلة في الفراغ أي تخليفها الحكم فيه".¹
- _ **اصطلاحا:** التأثير "هو القدرة على إحداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة والسلطة الرسمية".²

¹ - محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنبي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، 1405هـ، 1985، ص 120.

² - محمد منير سعد الدين، قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، دار بيروت المحروسة، لبنان، ط2، 1998، ص 15.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

والتأثير من المصطلحات المشهورة في الإعلام والاتصال حيث يعرف بأنه: "ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي (المتأثر)، وكلما استجاب المتلقي للرسالة، تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها، ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال."¹

كما أن التأثير يعني كذلك إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة عند المتلقي تجعله عن تحركه مدفوعاً بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه و لهذه الحالة النفسية دور كبير جداً، بل أساسي في تغيير سلوك الإنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين."²

ـ **إجرائياً:** يقصد بالتأثير في دراستنا هو التغيير الحاصل على مستوى القيم الاجتماعية للطلبة نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

ـ **إصطلاحاً:** "هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والالكتروني ومشاركتها مع الآخرين."³

وفي تعريف آخر هي: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع الأصدقاء."⁴

كما أنها هي كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمي، وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المواقع."⁵

ومصطلح وسائل التواصل الاجتماعي "يمكن أن يتداعى كمصطلح اجتماعي لأنك أصلاً اجتماعي، ووسائل الاتصال كذلك لأنها تنشر على الشبكة الالكترونية، فهي ببساطة منبر للحوارات على الشبكة أكثر منها طرق تقليدية للتواصل فيما بيننا وهكذا فهي تتيح لنا الدخول على العديد من الناس في الحال حيث وفرت لها شبكة الانترنت "مجالاتاً أوسع."⁶

¹ - العطري بن عزوز، "الإعلام الجديد و الشباب"، مجلة فن وثقافة، العدد 21، 5 مارس 2017، ص 3، 1.

² - ديمة الشاعر للتأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009، ص 7.

³ - عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات، 2014، ص 65.

⁴ - صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 97.

⁵ - رافي جوبتا، هوج بروكس، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، (ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح)، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2017، ص 56.

⁶ - ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، (ترجمة: احمد المغربي)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2016، ص 13.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

_ **إجرائياً:** نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل الحسابات و المساحات على شبكة الانترنت التي تتيح التواصل لمستخدميها مع مختلف الأفراد في أي وقت وأي مكان في العالم، وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقعية.

3- القيم:

_ **لغة:** "مشتقة من "قوم" أي قومت الشيء فهو قويم و مستقيم."¹ وقام الشيء بكذا أي تعدلت قيمته به والقيمة الثمن الذي يقام به الشيء أي يقوم مقامه."²

كما وردت كلمة قيمة في اللغة اللاتينية وهي مأخوذة من الفعل valeo ومعناه "قوي" ويعبر عن فكرة أن الإنسان يعيش في صحة جيدة وأنه مفيد ومتكيف، واستخدم الفرنسيون القيمة بمعنى valeur وارتبطت بمعنى اقتصادي وبفكرة بذل المال من أجل الحصول على الأشياء، أما في الإنجليزية فاستخدم مصطلح worth واحتفظ بالمعنى اللاتيني الذي يعني القوة ووردت كلمة "قيمة" بالقران الكريم في قوله تعالى (فيها كتب قيمة) كما وردت أيضا في (الدين القيم) فالإنسان أو العمل أو الدين يكون قيما بمعنى انه مستقيما والإنسان القيم هو المستقيم في أفعاله وسلوكه، كما استخدم الشعراء هذا المفهوم لإبراز بعض المقومات الخاصة بالشجاعة والكرم. والقيم هي الحكم الذي يصدره الشخص على شيء ما مهتديا بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من أنماط السلوك.³

_ **اصطلاحا:** "القيم ظاهرة ديناميكية متطورة لذلك لا بد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها حكما موقفيا وذلك بنسبتها إلى معايير التي يضعها المجتمع في زمن معين وبارجاعها إلى الظروف المحيطة بثقافة المجتمع."⁴ والقيم هي تنظيمات معقدة لأحكام عقلية وانفعالية مصممة نحو الأشياء أو الأشخاص أو المعاني.⁵

كما أنها مجموعة المبادئ والتعاليم والضوابط الأخلاقية التي تحدد سلوك الفرد، وترسم له الطريق السليم الذي يقوده إلى أداء واجباته الحياتية ووره في المجتمع التي ينتمي إليها، وهي إلى جانب ذلك السياج المنيع الذي يحميه من الوقوع في الذنب، ويحول بينه وبين ارتكاب أي عمل يخالف ضميره، أو يتنافى مع مبادئه وأخلاقه والقيم هي التي تؤثر في بناءنا العميق، فهي مرجعية حكمنا لما هو منكر أو فاضل صح أو خطأ، وهي لا واعية. وتختلف القيم من مجتمع إلى مجتمع، كما تختلف من شخص إلى آخر لكنها

1 - أحمد عطار، **الصالح الجوهري**، مطبعة عيسى البابي الحلبي، القاهرة، 1972، ص217.

2 - ابن منظور، **لسان العرب**، مادة قوم، دار صادر، ج2، د س، ص 499.

3 - سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم **الأنثروبولوجيا والقيم**، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2013، ص19.

4 - تأليف نخبة من أساتذة علم الاجتماع، **المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د س، ص5.

5 - سالم المعوش، **القيم والاتصال السيكولوجيا والمنهج**، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2017،

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

بالإجماع شئ أساسي لكل إنسان ولكل مجتمع تسعى لبناء نفسها وتطوير بنيتها الاجتماعية والاقتصادية وتنشئ أجيال مخلصه لوطنها.¹

4- القيم الاجتماعية:

"قد شغلت قضية تعريف القيم الاجتماعية أذهان الكثيرين من العلماء والمشتغلين بالعلوم الاجتماعية، فعلى سبيل المثال يعرفها "ليند برج" بقوله: "أن شيئاً ما يصبح هو في ذاته حينما يسلك الناس ازواؤه سلوكا يستهدف تحقيقه أو تملكه. أما " روبرت بارك" park، وبيرجس Burges، فيعرف القيم بأنها الشئ الذي يحظى بالتقدير والرغبة أما فلوريان زنانكي فيرى أن القيم هو ما ينطوي على معاني يجعل منها موضوعا للنشاط الإنساني الجمعي. ويراها كلايد كلاهون Clyde kluchohn أنها تصورات واضحة أو كامنة تميز الفرد أو الجماعة لما هو مرغوب، وتؤثر في الاختيار بين الوسائل والغايات المتاحة للسلوك."² و عليه فإن القيم الاجتماعية "هي مجموعة أحكام معيارية متصلة بمضامين واقعية، تظهر عند الفرد من خلال إنفعاله وتفاعله مع المواقف والخبرات فهي محصلة تفاعل الإنسان مع متغيرات إجتماعية وثقافية معينة فهي محدد أساسي من المحددات الثقافية للمجتمع."³

وقد عرف مصطفى الباهي القيم الاجتماعية "بأنها عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفصيل أو عدم التفضيل الموضوعات والأشياء وذلك في ضوء تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء وتتم من خلال تفاعل بين معارف الفرد وخبراته من جهة وبين الأشياء وتتم من خلال تفاعل بين معارف الفرد وخبراته من جهة وبين الأطر الحضارية التي يعيش فيها واكتسب من خلالها هذه الخبرات والمعارف من جهة ثانية"⁴، كما أنها "هي الحكم الذي يصدره الإنسان على شئ ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه."⁵

ويعرف أبو العينين القيم الاجتماعية على أنها "معايير لها صفة الانفعال والعمومية تتصل بالأخلاق التي تقدمها الجماعة وتكتسب من البيئة الفرد ويعتبرها الفرد موازين لتقدير أفعاله ولها صفة الانتشار في حياة الأفراد."⁶

¹ - علي سعيد إسماعيل، الأصول الفلسفية للتربية، جامعة عين شمس، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000 م، ص 87.

² - محمد عباس إبراهيم، التحديث والتغير في المجتمع القروي (دراسة في مكونات القيم الثقافية)، دار المعرفة الجامعية، السويس 2006، ص 103.

³ - إسماعيل عبد الفتاح الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتب، الإسكندرية - مصر، 2005، ص 15.

⁴ - محمد المهدي، علم اجتماع التنظيم - من سوسولوجيا القيم إلى سوسولوجية المؤسسة، إمبابلاست، الجزائر، 201، ص 80.

⁵ - فوزية ذياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص 57.

⁶ - أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم علي، المدينة المنورة، 1988، ص 23.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ـ **إجرائياً:** نقصد بالقيم الاجتماعية في دراستنا هي جملة من السلوكيات الايجابية منها والسلبية والتي ترتبط في معظمها بالأعراف أو بالعادات والتقاليد، ومصدرها الدين.

5_ الطالب الجامعي:

ـ **لغة:** الطالب جمعه طلاب، وطلبة¹، وطالب العلم أي الراغب في تحصيل العلم، وطالب في المعهد بمعنى من يتابع دراسته في سلك أعلى، وطالب في الجامعة².

ـ **اصطلاحاً:** "هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية. إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الآخر المطع على تجاربه واختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جداً، وبامتلاكه لهذه المقدرات سيتمكن من اللحاق بركب التطور و إدراك

أهميته وضرورته"³ ويعتو الطالب أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ انه يمثل النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية"⁴

ـ **إجرائياً:** يقصد بالطالب في هذه الدراسة جميع الطلبة المنتمون إلى قسم علوم الإعلام والاتصال وبالتحديد طلبة ماويتبتخصصيها اتصال وعلاقات عامة وإذاعة وتلفزيون، والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم الجامعية وفي علاقاتهم الاجتماعية المتمثلة في قيمهم الاجتماعية التي تميزهم عن الشعوب الأخرى.

6- الشباب:

ـ **لغة:** جاء في تعريف كلمة الشباب في المعجم الوسيط "هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة والشباب هو "الحدائثة" وشباب الشيء هو أوله"⁵ وفي لسان العرب لابن منظور "شب الشباب: الفتاء والحدائثة والشباب جمع شباب"⁶.

ـ **اصطلاحاً:** اختلفت الأدبيات في وضع تعريف محدد لفئة الشباب وقد انحازت كل فئة من العلماء المتخصصين لمجالاتها.

1- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز اباي، القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 1426 هـ - 2005 م، ص 109.

2- عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط (عربي، عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص561.

3- عاهد حسين الصفدي، دقات على الباب العتيق - مقالات إجتماعية، دون دار نشر، عمان -الأردن، 2011، ص10.

4- محمد حسن غانم، الشباب المعاصر وأزماته (دراسة نفسية ميدانية)، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2008، ص208.

5- عصام نور الدين، مرجع سابق، ص 470.

6- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 3، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997، ص389.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد وقع علماء النفس على تعريف للشباب مفاده المرحلة التي ينتقل فيها الشخص من مرحلة العيش داخله في تعارض مع خارجه إلى مرحلة أصبح فيها هو جزء من الخارج والمجتمع والمحيط، بمعنى آخر من مرحلة كان فيها مأمورا إلى أمرا.¹

أما علماء السكان فإنهم يحددون فئة الشباب على أساس أعمارهم حيث يشير علماء الديموغرافيا إلى فئة الشباب هم الذين تقل أعمارهم عن العشرين عاما دون تحديد البداية. وبعضهم حددها على أنها الفترة الواقعة بين 15-21 سنة و البعض الآخر حددها بأنهم (الشباب) من تقع أعمارهم بين 15-30 سنة.²، وهي كلمة لا يقصد بها مرحلة عمرية محددة بقدر ما تشير إلى مجموعة الخصائص النفسية والجسمية التي تكون في حالة نشاط وقوة واندفاع أيضا لكلا الجنسين، وهذه المرحلة بالذات تعرف تغيرات أساسية في جميع الجوانب على المستوى الجسدي العقلي والاجتماعي.³

و عموما مرحلة الشباب حددها مؤتمر الشباب الأول في جامعة الدول العربية بالقاهرة عام 1969 بأن مفهوم الشباب يتناول أساسا من تتراوح أعمارهم بين 15-25 سنة، انسجاما مع المفهوم الدولي المتفق عليه في هذا الشأن.⁴

ـ **إجرائيا:** نقصد بالشباب في دراستنا هم الطلبة الجامعيين الجزائريين التي تتراوح أعمارهم من 18 - 29 سنة تميزهم الحيوية والنشاط والقابلية للنمو العقلي والجسمي والاجتماعي، ولهم المرونة العالية في التواصل إذ يمثلون القوة المحركة في المجتمع والأكثر مواكبة للتكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة من خلال استخدامهم الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي.

7- الاستخدامات:

ـ **لغة:** إستخدام، يستخدم، استخداما، فهو مستخدم، والمفعول مستخدم، استخدمه أي اتخذه خادما. استخدم آلة جديدة أي استعملها.⁵

ـ **إصطلاحا:** "يعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات، أي أنه الاستخدام الفعلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل".⁶

¹ - عيسى بن حسن الأنصاري، من التعلم إلى العمل - تدريب وتوظيف الشباب، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008، ص67.

² - مرجع نفسه ، ص67.

³ - مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، مكتبة مص، القاهرة، د س، ص 16.

⁴ - عباس محجوب، الشباب والتنمية - رؤية تربوية إسلامية، عالم الكتب الحديث، عمان - الأردن، 2006، ص 6.

⁵ - بدون مؤلف، المنجد في اللغة العربية، ط2، دار المشرق للطباعة، الأردن، 2001، ص 33.

⁶ - عبد الرحمان العيسوي، عبد الفتاح محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، (د ط)، دار الراتب الجامعية

لبنان، 1997، ص 13.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

_ **إجرائياً:** نقصد بالاستخدام في دراستنا هو استعمال الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال عملية التصفح التي يقوم بها كل فرد في مواقع التواصل الاجتماعي وتتجسد هذه العملية في شكل عادات وأنماط لهذا التصفح.

8- الإشباعات:

_ **لغة:** "أشبع يشبع إشباعاً، فهو مشبع، والمفعول مشبع، أشبع الرجل ضيفه أطعمه حتى امتلأ بطنه من الطعام: وجبة مشبعة. أشبع نهمه العلمي أي أكثر من البحث و القراءة".¹

_ **إصطلاحاً:** "الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضاً على الحال الذي يتم فيه ذلك ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم والتنبيه يولد إحساساً بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة".²

_ **إجرائياً:** نقصد بالإشباع هو تلبية رغبة وتحقيق هدف و دافع الذي يسعى إليه الطلبة الجامعيين من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على نتائج تشبع فضولهم وتجبب عن تساؤلاتهم.

خامساً: المقاربات النظرية للدراسة

إن هذه الدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، لا يمكن الوصول إلى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد على مدخل نظري معين من نظريات الإعلام والاتصال من شأنها أن تقدم لنا نسبياً صفة العمق والشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها والاستفادة منها وأيضاً من خلال ما توصلت إليه، و عليه ارتأينا أنه من الأنسب أن نستند على ثلاثة نظريات هم (الغرس الثقافي، الاستخدامات والإشباع، الحتمية القيمية) من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة لموضوع دراستنا.

1_ نظرية الغرس الثقافي:

1_1_ تعريفها:

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات حيث

¹- جبران مسعود، **معجم الرائد**، المجلد 1، دار العلم للملايين، ط7، بيروت - لبنان، 1992، ص 200.

²- منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر، مصر، 2004، ص 4874.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة وسائل الإعلام على التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكبر.¹

"ترى نظرية الغرس الثقافي أن التلفزيون هو عنصر من عناصر التنشئة الاجتماعية، وتحاول معرفة ما إذا كان الجمهور يعتقد أن كل ما يراه في التلفزيون هو جزء من واقعه في الحياة، ويؤكد "جرينر وزملاؤه" أن التلفزيون لديه تأثير كبير في تبني المواقف والأحكام."²

"لذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض، مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي، وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهد الأفراد لفترات طويلة والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا، حيث يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين."³

كما أنها نوع من التعليم العرضي الذي يحدث نتيجة لتراكم التعرض للتلفزيون، حيث يتعلم المشاهد من التلفزيون حقائق عن الواقع الاجتماعي بدون وعي ومما يؤثر تدريجيا على الصورة الذهنية والقيم التي يكتسبها الفرد عن العالم الحقيقي الذي يعيش فيه."⁴

ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية إجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين وكان هذا في الستينيات والسبعينيات. وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيسي هو George Gerbner. ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين"⁵

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997 ، ص 26.

² - المرجع نفسه، ص 26.

³ - عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية ، (جمع وتنسيق: أسامة بن مساعد المحيا)، ورقة بحثية تم إعدادها في 25-6-1433هـ، ص 26، على الرابط التالي: <https://fr.scribd.com> ، تم الاطلاع بتاريخ 01-11-2019، 18:30.

⁴ - محمود شمال حسن، سايكولوجية خطاب الفضائيات-جاذبية الصورة والثقافة الوافدة ، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، 2013، ص 46.

⁵ - خضرة عمر المفلاح، إتصال-المهارات والنظريات وأسس عامة ، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ - 2015م ص ص 165، 166.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1-2- فروض نظرية الغرس الثقافي:

"تدور فروض نظرية الغرس الثقافي حول فرض أساسي مفاده أن التعرض المنتظم لوسائل الإعلام منها التلفزيون يؤدي تدريجياً إلى تبني صور ذهنية و أفكار ومعتقدات ووجهات نظر حول الواقع الاجتماعي يماثل الواقع الذي تعرض له المشاهد من خلال الوسيلة الإعلامية والتلفزيون ومن هنا يمكن تلخيص فروض نظرية الغرس الثقافي فيما يلي:¹

_ أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر شخصية للخبرة وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تربط عناصر الوجود وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الإعلام.

_ إن التلفزيون مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور وأن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع.

_ يوجد ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحيث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة ويظهرن إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطهم بالواقع الاجتماعي.

ومن بين فروض نظرية الغرس الثقافي التي وضعها الباحث جرينر فيمايلي:²

_ يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل و الصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد فالغرس عبارة عن عملية ثقافية تؤدي إلى خلق مفاهيم عامة توحد الاستجابة لأسئلة و مواقف معينة و لا ترتبط بالحقائق والمعتقدات المنعزلة. وتأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التلفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنتقاة.

_ تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس: يفترض أن تعكس أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس ما يقدمه التلفزيون في رسائل التلفزيون لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة، مع الاهتمام بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية، وأسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس يجب أن تتجه نحو اعتبارات العالم الواقعي وهو المطلب الأول لعملية الغرس. وكذلك توجد أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون وهو المطلب الثاني لعملية الغرس.

_ تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة: يرتبط الغرس كعملية ثقافية بإطار متماسك من المعلومات ومعاني المفاهيم العامة التي تتمثل في استجابات إلى أسئلة معينة أكثر من ارتباطه بحقائق أو معتقدات معزولة فالتنوع في شكل البرامج أو أساليب تقديمها لا يتم

¹ - عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016، ص345.

² - منال هلال المزهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1433هـ-2012، ص 345.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

التركيز عليه ففي تحليل الغرس لان التحليل يتم أساسا بالأفكار والصور العامة التي تقدمها البرامج ككل حيث يهتم التلفزيون ببناء الأفكار ونماذج التفاعل الاجتماعي وتقديم النماذج الاجتماعية ليعبر عن الثبات والاستقرار والتماسك في الحياة والعالم وهذا هو أساس هدف عملية التحليل الثقافي.

1-3- إسقاط نظرية الغرس الثقافي على الدراسة الحالية:

تعتبر الدراسة الحالية من بين الدراسات التي تستدعي الحاجة إلى استخدام أو تطبيق نظرية الغرس الثقافي كونها تبحث في لتعرض التراكمي لوسائل الإعلام وتأثيراتها على الجمهور ومنه قد ارتأينا أن هذه النظرية هي الأنسب في دراسة التعرض التراكمي لمواقع التواصل الاجتماعي كون هذه الأخيرة تؤثر على أفكار ومعتقدات الشباب وذلك من خلال بناء صور ذهنية ووجهات نظر حول الواقع الاجتماعي يماثل الواقع الذي تعرض له المستخدم من تلك المواقع، والتي تعلمه سلوكيات جديدة وقيم أخرى تختلف عن تلك القيم التي نشأ عليها بحيث تصور له وسائل التواصل الاجتماعي الأفكار والمعاني والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه تلك الوسائل بأنه هو الواقع الفعلي أو الحقيقي حيث انه يتأثر الطالب الجامعي بتلك المضامين عبر الرسائل التي يتعرض لها باستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها.

2_ نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

1_2_ مفهومها:

"انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية." ¹

"وتقوم تلك النظرية أن جزءا هاما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك 05 أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة، التوجه المعرفي، عدم الرضا، التوجه العاطفي، التسلية)" ²

1-2- فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

تستند هذه النظرية على مجموعة من الافتراضات التالية: ³

_ أن أعضاء الجمهور فاعلان في عملية الاتصال، وأن استخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة ويلبي توقعاتهم.

¹ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2011، ص 84.

² - فتحي حسين عامر، علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص 70.

³ - علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 6.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

_ الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة، يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية .

_ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال باختيارهم ووفقا لأولوياتهم .

_ "يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط"¹

2-3- إسقاط نظرية الاستخدامات و الإشباعات على الدراسة الحالية:

من خلال العرض السابق، يمكن القول أن تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباعات في دراستنا تعد من أهم المداخل النظرية المناسبة من أجل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على حياة مستخدميها ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول الطلبة الجامعيين وذلك من خلال رصد الإشباعات المتحققة لهم من هذا الاستخدام كما أنها تناقش الاحتياجات النفسية والاجتماعية و الإشباعات التي تتولد لدى الطالب الجامعي دافعا للمتابعة الوسائل الإعلامية المختلفة أو التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار هذه الأخيرة أصبحت في وقتنا الحاضر من أهم وسائل الاتصال والأكثر فاعلية على نظرياتها من الوسائل الأخرى، مما دعت الحاجة بالشباب الجامعي إلى الانتقائية في الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي على أساس المنفعة التي يقدمها كل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي كما توضح هذه النظرية العوامل التي لها علاقة مع مواقع التواصل الاجتماعي كالتسلية والترفيه أو الهروب من روتين الحياة اليومية، كما هناك عوامل أخرى مهمة تتحكم في استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الإعلامية كالخلفيات الثقافية، المستوى التعليمي، الجنس، السن الدخل ... الخ، حيث أن كل هذه العوامل من شأنها أن تساهم في التأثير على اختيارات الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر هذه المواقع التي يرغب في متابعتها.

3_ نظرية الحتمية القيمية:

3_1_ مفهومها:

"تقصد بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام تلك النظرية التي ترتبط بجهود الباحث الأستاذ عزى عبد الرحمن "أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في إحداث التأثير وهو التأثير الذي يكون إيجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، ويكون سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة."²

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، د ب، 2012، ص 65.

² - عبد الرحمن عزى ، نصير بوعلي ، حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" ، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر

2010، ص46.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

3-2- افتراضات و ركائز منظور الحتمية القيمية في الإعلام:

تستند نظرية الحتمية القيمية على قاعدة فكرية وحضارية حيث يطرح عبد الرحمن عزي أربعة أركان أساسية للاتصال على النحو التالي:¹

_ اعتماد الاتصال على قاعدة الأبعاد الثقافية الحضارية و الفكرية التي ينتمي إليها المجتمع.
_ اعتماد الاتصال على التكاملية في الأنماط والوسائل: السمع بصري، المكتوب، والشفهي الشخصي مع التركيز على الارتقاء بالمكتوب في عصر سيادة البصري (الاتصال المرئي) باعتباره أساس بناء الحضارات.

_ أن يكون الاتصال ارتداديا باسطة لقنوات التواصل الواعي مع قطاعات الجمهور كافة أو أن لا يكون استقصائيا صفويا.

_ أن يبني الاتصال قواعد الممارسة الاتصالية على قاعدة القيم الثقافية والروحية الملهمة لسمو الإنسان.

3-3- إسقاط نظرية الحتمية القيمية على الدراسة الحالية:

من خلال ما سبق يمكن القول أن تطبيق نظرية الحتمية القيمية على الدراسة الحالية ضرورية من أجل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وثنيراتها على القيم الاجتماعية ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول الطلبة الجامعيين، باعتبارها تهتم بدراسة الاتصال وضرورة اعتماده على قاعدة الأبعاد الثقافية و الفكرية التي ينتمي إليها المجتمع وأن تكون الرسالة تحمل في مضمونها القيم المرجعية للدين بحيث يكون التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي إيجابيا إذا كانت محتوياته وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبيًا إذا كانت محتوياته لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، إذ أضحي التغيير والتقليد حتمية في مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تعددت رسائل ومضمون تلك المواقع بما يتناقض مع القيم الإسلامية ويهدد الثقافة والقيم والنسق الاجتماعي للمجتمع الجزائري بشكل عام ولفئة الطلبة الجامعيين بشكل خاص.

سادسا: الإجراءات المنهجية

1- نوع الدراسة ومنهجها:

1-1- نوع الدراسة:

وبما أننا في دراستنا نسعى إلى جمع معلومات عن تأثيرات هذه المواقع على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي فان هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا.

¹ - نصير بوعلی، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة أفرا، قسنطينة- الجزائر، 1430هـ-2009م، ص34.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

2-1- منهج الدراسة:

ويقصد به الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه *Méthode* المنهج هو ترجمة للكلمة الفرنسية العالم في بحثه أو دراسة مشكلته للوصول إلى حلول لها وإلى بعض النتائج.¹ كما يعرف بأنه "عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادئة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك."²

المنهج هو "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتائج معينة"³. كما انه هو "جملة من المبادئ والقواعد والإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من أجل الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية و الضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة."⁴

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي والذي يعرف "في اللغة الفرنسية *d'enquête* *Méthode* أي منهج التحقيق العلمي، الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين. من خلال بحث الشواهد والتجارب و الوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود."⁵

في تعريف آخر للمنهج المسحي "هو الذي يتم بواسطته دراسة جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منه بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها."⁶ وانطلاقاً من هذين التعريفين، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وذلك من أجل معرفة والحصول على إجابات و ردود أفعال المبحوثين حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة التأثير الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

¹ - عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية 1999-1997، ص 13.

² - محمد عبيدات وآخرون منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، الأردن - عمان، 1999، ص35.

³ - مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية -تدريبات عملية، (ترجمة : بوزيد صحراوي و آخرون)، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص98.

⁴ - عبد الهادي أحمد الجوهري، مدخل إلى مناهج وتصميم البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية، د س ، ص 27.

⁵ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون - الجزائر، 2003 ص 286.

⁶ - دواد محمد وقنوعه عبد اللطيف، الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية والتربوية التطبيقية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد الثالث، ديسمبر 2013، ص 4.

سابعاً: مجتمع البحث والعينة

تعد عملية اختيار مجتمع البحث من الخطوات الهامة في أي دراسة فهو المجتمع الذي ستطبق عليه الدراسة من خلاله أدوات البحث محاولة من الباحث لإيجاد حل لإشكال الدراسة والتساؤلات التي تطرحها، فمجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تتركز عليها الملاحظات.¹ صف إلى ذلك "هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي تستهدف البحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر، الذي يهدف الباحث إليه في دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته."²

وبناء على هذا فإن مجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في جميع الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة بسكرة.

نظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة ونظراً لاقتضار عينتنا على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة محمد خيضر بسكرة وبالتحديد طلبة ماستر اتصال وعلاقات عامة وإذاعة وتلفزيون بطوربه الأول والثاني وبناء على ذلك اعتمدنا على العينة العشوائية المنتظمة التي تعرف بأنها: "الأكثر انتشاراً في الأبحاث التطبيقية لقلّة تكاليفها وسهولة إجرائها فضلاً عن قلّة الأخطاء التي تقع في اختيار مفرداتها ويتم اختيار هذه العينة من إطار يحتوي على مفردات مجتمع البحث وتعتمد هذه الطريقة على تحديد مسافة متساوية بين مفردات الإطار."³

حيث أن "المبدأ الذي تقوم عليه العينة المنتظمة يتمثل في اختيار مفرداتها من مسافات "مجموعات" موزعة بكيفية متساوية على المجتمع الأصلي، وهذا قصد نشر هذا الاختيار على كامل هذا المجتمع، للحيلولة دون ترك فجوات غير مغطاة في هذه العملية خاصة وأن هذا النوع من العينات يستخدم في المجتمعات غير متجانسة المفردات، لحصر كل التباينات الموجودة وبالتالي تمثيل العينة لجميع الاختلافات."⁴

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، (ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون)، دار القصة للنشر والتوزيع الجزائر، 2004، ص 298.

² - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، 2000، ص130.

³ - عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص129.

⁴ - طه عبد العاطي نجم، منهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2015، ص 128.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

كما أنها "تستخدم في الحالات التي يصعب فيها تحديد مجتمع الدراسة ومعرفة أفرادها و عددهم وتستخدم أيضا في حالة تجانس المجتمع الأصلي".¹

إلا أن " في هذا النوع من العينات يتم حصر عناصر المجتمع المدروس، ويعطي لكل عنصر رقما متسلسلا ثم يتم تقسيم عدد عناصر المجتمع على عدد أفراد العينة المطلوبة فينتج رقما معيناً هو الرقم الفاصل بين كل مفردة يتم اختيارها في العينة والمفردة التي تليها، وبعد ذلك يتم اختيار رقم عشوائي ضمن الرقم الذي تم حسابه ويكون أفراد العينة هم أصحاب الأرقام المتسلسلة التي تفصل بين الرقم العشوائي المختار والترتيب الذي يليه".²

وعليه قمنا باختيار العينة العشوائية المنتظمة لأن هذا النوع من العينات يستخدم على مستوى المجتمعات المتجانسة معروفة المفردات والتي تتمثل في طلبة أولى وثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة، وإذاعة وتلفزيون وبالإضافة إلى أنه لدينا قوائم كاملة ومرقمة لأسماء مجتمع البحث، ومنه قمنا باختيار نسبة 20% من هذه القوائم لكي نحدد حجم العينة وهذا من خلال:

$$\text{حجم العينة: } 304 \times 20 = 60,8$$

$$\text{وبالتقريب: } 61$$

$$\text{مسافة الاختيار: } \frac{\text{حجم مجتمع البحث}}{\text{حجم العينة}} = \frac{304}{61} = 4,98 = 5 \text{ بالتقريب}$$

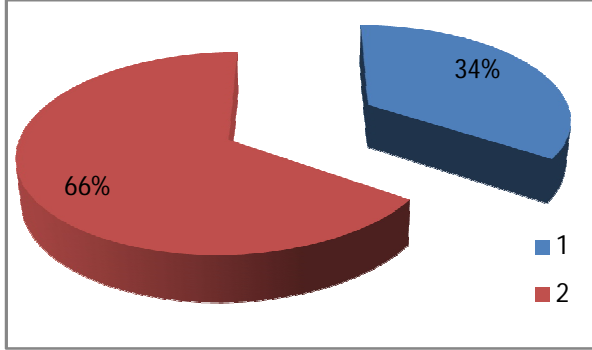
نبدأ نختار عشوائياً رقم 5 ونبدأ الحساب كما هو موجود في القائمة، ونحدد من البداية وفي حال غياب مفردة نأخذ الرقم الذي قبلها أو بعدها، ومنه نقوم بتوزيع الاستمارة على 61 طالب.

¹ - جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي " مفاهيمه - أدواته - طرقه الإحصائية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 1428هـ -2007م، ص ص 91،92.

² - خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، ط2، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 1433هـ -2012م، ص31.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

جدول (1) توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع

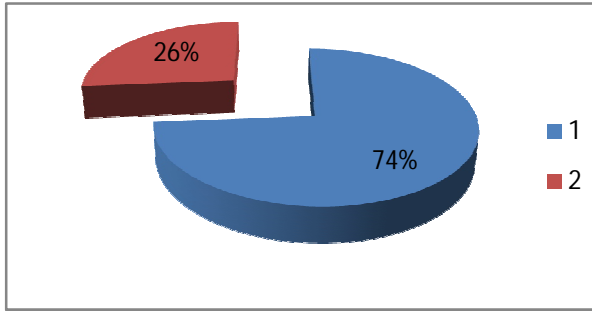


النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	21	34%
أنثى	40	66%
المجموع	61	100%

شكل (1) دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير النوع

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أعلى نسبة بلغت 66% عند فئة الإناث، بينما أدنى نسبة بلغت 34% عند الذكور، وهذا ما يعكس أن فئة الإناث أكثر استخداماً وتصفحاً لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (2) توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص



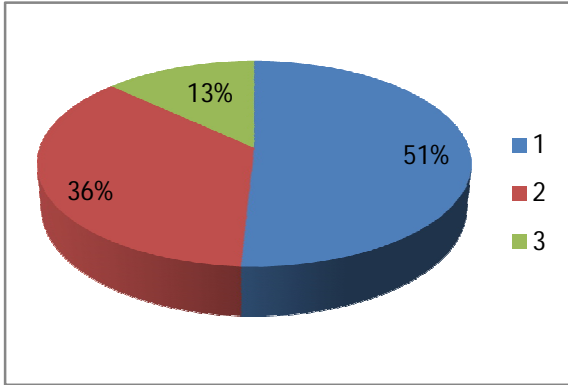
التخصص	التكرار	النسبة %
اتصال وعلاقات عامة	45	74%
إذاعة وتلفزيون	16	26%
المجموع	61	100%

شكل (2) دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير التخصص

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة بلغت 74% من تخصص اتصال وعلاقات عامة بينما أدنى نسبة بلغت 26% من تخصص إذاعة وتلفزيون وهذا ما يوضح أن أغلبية الباحثين كانوا من تخصص اتصال وعلاقات عامة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

جدول (3) توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة



النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
51%	31	مدينة (فوق 20000 ساكن)
36%	22	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)
13%	8	ريف (أقل من 500 ساكن)
100%	61	المجموع

شكل (3) دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير مكان الإقامة

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 51% منهم من يقطنون بالمدينة (فوق 20000 ساكن)، بينما يأتي بعدها من يقطنون بمركز حضري (فوق 5000 ساكن) بنسبة مئوية بلغت 13%، بينما أدنى نسبة كانت للريف (أقل من 500 ساكن) بنسبة 13%، وهذا ما يدل على أن أغلب المبحوثين يقطنون في المدينة.

ثامنا: أداة البحث

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات، والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية، تم اعتماد هذه الأداة باعتبارها أكثر الأدوات تسمح بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

1_ استمارة الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، ولقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان التي توزع على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ويعتبر " الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير مجتمعين في مكان واحد." ¹ كما أنها "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد قصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين." ²

¹ - أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 169.

² - ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 82.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

"يتم استخدام استمارة الاستبيان (الاستقصاء) كوسيلة من وسائل جمع البيانات من خلال قيام الباحث بتوجيه الأسئلة معينة للمستجوبين تتعلق بموضوع البحث المراد إجراءه والحصول من خلال ذلك على بيانات يستخدمها الباحث في انجاز مهمة البحث. واستمارة الاستقصاء (الاستبيان) عبارة عن استمارة تتضمن مجموعة معينة من الأسئلة المترابطة والمتعلقة بموضوع البحث يتم من خلالها الحصول على إجابات معينة يجري تحليلها لإغراض البحث."¹

وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لعينة من طلبة ماستر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة بسكرة للأسباب التالية:

الجمهور المستهدف باعتباره طلبة ماستر بطوريه الأول والثاني وبتخصصه اتصال وعلاقات عامة وإذاعة وتلفزيون واستخدامهم الواسع للتكنولوجيا الحديثة يتميز بكونه العدد و اختلاف المستويات بالشكل الذي يحد من إمكانية استخدام أساليب أخرى كالمقابلة لهذا العدد الكبير في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة. وتضمنت الاستمارة بداية بالبيانات الشخصية فيما يتعلق بالنوع، والتخصص، ومكان الإقامة.

المحور الأول حول عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ويشمل على مجموعة من الأسئلة من (1-6).

المحور الثاني حول التأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين ويشمل على مجموعة من الأسئلة من (7-14).

أما المحور الثالث حول الآثار الإيجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، ويتضمن مجموعة من الأسئلة من (15 - 22) وتم توظيف هذه الاستمارة من خلال توزيعها على الطلبة للإجابة عن الأسئلة الموجودة فيها.

2_ اختبار صدق أداة جمع المعلومات:

يقصد به اختبار الصدق الظاهر لفقرات الاستبيان، من خلال عرضها بصورتها النهائية على مجموعة من المحكمين أصحاب الخبرة والمعرفة في مجال البحث العلمي، المتخصصين في الإعلام والاتصال.² حيث أبدوا آرائهم حول فقراتها وهو ما يعرف بأسلوب الصدق الظاهر "صدق المحكمين"

¹ - خضير كاضم حمود، موسى سلامة اللوزي، منهجية البحث العلمي، إثراء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن 2008، ص10.

² - * قام بتحكيم الاستمارة كل من الأساتذة الأفاضل بحسب الترتيب الأبجدي:

_ أ/ الخامسة رمضان، مدرسة بقسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة.

_ أ. د/ سامية جفال، مدرسة بقسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة.

_ د/ علي عبد الأمير، مدرس بقسم الإعلام، جامعة العراق.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

والتي التزمت الباحثة بتعديلها إلى أن وصلت إلى صورتها النهائية لتكون قابلة للتطبيق على عينة الدراسة.

تاسعا: حدود الدراسة

1_ **الحدود المكانية:** جامعة محمد خيضر - بسكرة.

2_ **الحدود البشرية:** جرت الدراسة على طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد خيضر بتخصصها اتصال وعلاقات عامة و لِداعة وتلفزيون بطوريه أولى وثانية ماستر.

3_ **الحدود الزمنية:** طبقت الدراسة من (15 جانفي 2019 إلى 10 جوان 2019) في العام الدراسي 2018 / 2019 م.

عاشرا: الدراسات السابقة

لقد اعتمدنا في انجاز دراستنا على عدد من الدراسات التي لها علاقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها ولو أن اغلبها لم تعالج تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية تحديدا بل تعرضت للموضوع بشكل اشمل وهو دراسة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، الأثر والدور وغيرها .

1- **الدراسة الأولى:** "نور مار مريم نريمان"، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية¹، انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وتمثلت تساؤلاتها في، ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى الجزائريين؟، ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك؟، كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟ وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، كما اعتمدت على العينة القصدية المتمثلة في مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، واعتمدت على أداة الاستبيان. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها نذكر:

_ إن أفراد العينة بين 15 و 25 سنة أكثر ميلا لإستخدام الموقع للترفيه والتسلية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، وان أفراد العينة أكثر من 37 سنة يستخدمون الموقع استخدامات إعلامية أكثر من الفئة الأولى والثانية حيث نجد بان أغلبية أفراد العينة من هذه الفئة يستخدمونه للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية .

¹ - نور مار مريم نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

_ تبين أن استخدام موقع الفيسبوك له آثار سلبية على منظومة العلاقات الاجتماعية فانه من الضروري الإشارة إلى البعد الآخر المتحقق من خلال هذه الدراسة والمتعلق بحفاظ الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية القديمة والقائمة و توسيعها، حيث تبين أن الموقع لا يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية فقط وإنما يساعد أيضا في توسيعها والحفاظ عليها من خلال بقاء التواصل الدائم بين الأشخاص و اطلاعهم على أخبار بعضهم البعض، كما بإمكان هذا الموقع توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال تحولها من علاقات افتراضية إلى علاقات حقيقية.

_ تبين أن مستخدم الفيسبوك في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع واننقائه للمحتوى، هذه الحاجات والدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة هذه الحاجات الحاجة إلى التواصل وربط علاقات الصداقة وقد نجح موقع الفيسبوك في تحقيق هذه الحاجة رغم أن استغراق وقت طويل في استخدام الموقع لإشباعها أدى إلى تأثيرات متعددة على طبيعة علاقة المتلقي بأسرته ومعارفه في المجتمع الطبيعي وأدى إلى انسحابه الملحوظ من التفاعل الاجتماعي.

2- الدراسة الثانية: "وسام طایل البشباشة دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل

الاجتماعي واشباعاتها -فيسبوك و تويتر¹، انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية: ماهي دوافع

استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا لمواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك

وتويتر" واشباعاتها لرغباتهم؟، وتمثلت تساؤلاتها الفرعية في، ما الدوافع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟، ما هي الاشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟، ما علاقة المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والاشباعات المتحققة؟ وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (412) مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية، واستخدام أداة الاستبيان. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها نذكر:

_ كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل هو 89.174% ومن بعد ذلك تلاه دافع الترفيه والتسلية بنسبة 87,80% الأكبر بنسبة الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى 79.80%، ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت 78.59%.

_ أما أهم الاشباعات التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي فيرى من طلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا اجتماعيا

¹ - وسام طایل البشباشة ، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها "الفيس بوك تويتر"، مذكرة ماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

86.21% ويرى 81.06% منهم أنها تحقق إشباعا معرفيا من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة بينما يرى 80.72% أنها تشبعهم معرفيا أيضا من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد 80.48% منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، بينما يرى 77.81% أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم. ومن أهم التوصيات في هذه الدراسة نذكر:

– ضرورة قيام الجامعات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق الاشباع النفسية والاجتماعية والمعرفية لدى الطلبة من خلال إثرائهم بالمعارف من خارج تخصصهم و عبر توجيههم نحو الأنشطة الاجتماعية المفيدة لهم ولمجتمعهم المحلي.

– ضرورة أن تجري مراكز البحوث في الجامعات دراسات علمية للمضامين المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة استخدامات الأفراد لها، لضمان أن تحقق الاشباع المطلوبة للطلبة.

3و- الدراسة الثالثة: "فهد بن علي الطيار"، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى

طلاب الجامعة "تويتر".¹ هدفت إشكالية الدراسة إلى بيان اثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة، انطلاقا من التساؤل التالي: ما اثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر" على القيم لدى طلاب الجامعة؟ وتفرعت منه مجموعة من أسئلة الفرعية تمثلت في، ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟، ما الآثار الايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟، ما اثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟، اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 2274 طالبا تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية استخدام أداة الاستبيان. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- إن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الايجابية تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل وأن من أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل الاجتماعي ظهر في تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة. ومن بين أهم توصيات هذه الدراسة ما يلي:

¹ - فهد بن علي الطيار، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجا" ، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود ، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 1436هـ-2014م.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تكثيف الندوات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة التي تبين لطلاب الجامعة التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، والاهتمام بصورة مستمرة خاصة في الوقت الراهن بدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد خاصة الشباب، نتيجة لما تؤثر به سلوك الشباب وعلى القيم والمفاهيم والثقافة والهوية المحلية، وكذلك الهوية الدينية وما يرتبط بها من قيم وعادات وسلوكيات .

4- الدراسة الرابعة: "مواهب محمد أحمد الخليفة الخواص"، دور مواقع التواصل الاجتماعي في

تغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب¹، انطلقت إشكالية الدراسة من التساؤل التالي: هل تم اختراق قيمنا وعاداتنا وتقاليدنا والانحياز لتيار العولمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي؟ وتفرعت منه مجموعة من التساؤلات أهمها ، ما مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ؟ ما أكثر الفئات تصفحا لموقع الفيس بوك ؟ لموقع الفيس بوك دور في تغيير السلوك الإنساني ودى تأثيره على القيم الاجتماعية للشباب ؟، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى العينة العشوائية واستخدام أداة الاستبيان كأداة رئيسية وأداة الملاحظة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها مايلي:

_ أن نسبة 92.2% من عينة الدراسة يوجد لهم حساب شخصي على موقع الفيس بوك، أما أولئك الذين ليس لديهم موقع على الفيس بوك، فيرجع إلى عدم توافر الوقت الكافي، ولإيمانهم بأن استخدام لهذا الموقع يعد مضيعة للوقت وبالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها المبحوث مع موقع الفيس بوك فتبين أنه أقل من ساعة ونصف يوميا وهو معدل استخدام منخفض.

_ بينت نتائج الدراسة إجماع الشباب بتأثير لفييس بوك في تغيير بعض العادات والتقاليد، وذلك بما يشتمل عليه من أنماط ثقافية مختلفة ونماذج سياسية يتم تسويقها بشتى الوسائل. ومن أهم توصيات الدراسة نذكر :

_ ملاحظة الدور الذي تلعبه بعض وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها السلبي الواضح على أفراد المجتمع وخاصة فئة الشباب، مع ضرورة فهم ومعرفة إيجابياتها وسلبياتها وتوجيهها بما يخدم المجتمع ويعين على نشر ثقافته.

_ ملئ أوقات فراغ الشباب في العطلات الأسبوعية والموسمية ببرامج رياضية هادفة تملأ فراغ الشباب وتحول دون الوقوف في براثن التطرف والعنف.

¹ - مواهب محمد أحمد الخليفة الخواص، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2016-2017.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

5- الدراسة الخامسة: "سهام بوقلوف"، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية¹ انطلقت من الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام موقع الفيسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين؟ واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت العينة القصدية، وأداة الاستبيان. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها نذكر: _ أن استجابات المبحوثين نحو أثر موقع الفيسبوك على منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية بالنسبة لإجمالي البعد العام للمتوسطات الحسابية مرتفع ما يعني وجود أثر على القيم الأخلاقية والاجتماعية لا توجد دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية.

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

_ حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

ما من شك أن لدراسات السابقة دور كبير في إثراء البحث العلمي من خلال الإسهامات العلمية والنتائج المهمة التي تقدمها لذا وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري، ومن خلال استعراض الدراسات السابقة سجلنا الملاحظات التالية:

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال صياغة موضوع الدراسة الحالية، والتحديد الدقيق لإشكالية الدراسة.

- الاستفادة من تلك الدراسات من حيث بعض النقاط التي تتقاطع وتتشابه فيها الدراسة الحالية خصوصا في جانبها المنهجي من حيث تحديد المنهج وأدوات جمع البيانات وكذا في جانبها النظري. -تم الاستفادة من تلك الدراسات من خلال التعرف على نظريات الاتصال المناسبة وتطبيقها على الدراسة الحالية.

- ساعدتنا الدراسات السابقة أيضا في جانبها التطبيقي من خلال صياغة بعض أسئلة الاستبيان. وكذلك من خلال النتائج المتوصل إليها من تلك الدراسات تم تسليط الضوء على بعض الجوانب بشكل أعمق في الدراسة الحالية.

¹ - سهام بوقلوف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، 2017- 2018.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي عدة تطورات في فترات زمنية متقاربة على مستوى كل موقع وأصبحت تعتبر كفضاء واسع لتناقل المعلومة والأخبار المختلفة بين مختلف شرائح المجتمع من خلال الخدمات العديدة التي تتيحها لأي شخص حتى يتمكن من التواصل مع الغير ومتابعة الأحداث الجارية أول بأول، إلا أننا لا يمكننا إنكار أنها أثرت و لا تزال تؤثر على مجتمعنا إلى يومنا هذا تأثيراً إيجابياً وسلبياً، فتأثير هذه المواقع كبير وواسع ومما يدل على ذلك أن الشباب اليوم أصبح يقضي كعظم وقته على هذه المواقع التي ربما ضررها أكثر من نفعها إذا لم يتم استخدامها بالشكل الصحيح، وفي هذه الدراسة سوف نتعرف على هذه المواقع وأهم خصائصها ووظائفها وأبرز مزاياها وعيوبها.

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

1_ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها:

1_1_ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر: يعرفها مهدي الحوساني في 2002: "هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه وأخيراً مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه".¹

كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، تويتر...، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود الكتروني وشخصية افتراضية، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو ومن ثم الانطلاق لمرحلة profile التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء، وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء و المواد الإعلامية معهم، وتتم عمليات التواصل الالكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة".²

¹ - جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1436 هـ، 2015 م.

² - مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي - منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قریش، بيروت-لبنان، 2012 ص 25.

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط "هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء... الخ) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لاتعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الانترنت".¹

1_2_ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

"بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس(دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) وظهرت في تلك الموقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال وموقع كايورلد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء"² وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي (friendster.com) الذي حقق نجاحا دفع (google) إلى محاولة شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock .com) كمنصة للتدوين"³

"ثم تحول إلى موقع تواصل، وحتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار والترحيب"⁴ وقد ساعدت تطور الانترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، وبالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا وانتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية. وفي العام (2004) انطلق موقع الفايبيوك Facebook في الولايات المتحدة وعرف أو لا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، وفي العام 2006، بدأ

1 - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص 24.

2 - علي حجازي إبراهيم للتكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعزز للنشر والتوزيع، دون بلد، 1434هـ-2017م، ص 71.

3 - أماني جمال مجاهد، "الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة"، دراسة المعلومات، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو 2010، ص 8-56.

4 - مطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الأوسط، مذكرة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، 2018، ص 19.

بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 وأطلق رسمياً للمستخدمين سنة 2007.¹

2_ خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

2-1 - خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي:

_ **"سهولة الاستخدام** : حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات و تدريبات علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل اسم ورقم سري بطاقة تعريف العضو، والموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة وإذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته²

_ **"التفاعلية**: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالنفاذ والصحف الورقية وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهدة والقارئ.³

_ **"القدرة على تخزين التسجيل**: إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة المتنوعة

_ **الاستقلالية والتنوع** : تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيراً من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات والمعلومات الكاذبة.

_ **السرعة (Speed)**: سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي (Ovev-connected)، الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة.⁴

¹ - ماظر عبد الله حمدي، مرجع سابق، ص20.

² - ترنيم زهدي يوسف خاطر اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 1432هـ -2015م، ص 77.

³ - نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017، ص4. على الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist-dz> تم الإطلاع عليها بتاريخ 15-11-17:00، 2019.

⁴ - رحمة بن سليمان وآخرون، العنف والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة -ثانية الثقافة والخطاب، ج 2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت - لبنان، 2017، ص 170.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

_ "التدفق الحر للمعلومات: فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب باستخدام الوسائط المتعددة من(الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثه وبيث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة".¹

2-2- وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في:²

_ **الاستخدامات الاتصالية الشخصية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات لاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة ، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غاله وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية .

_ **الاستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعلق على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

_ **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكة الالكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

_ **"الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام و التواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.


3- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ولكل موقع خصوصية يتميز بها على خلاف موقع آخر ولا يمكن التوقف عندها جميعا ولكن يمكن التوقف عند أهم المواقع وأشهرها والتي تتمثل فيما يلي:

¹ - نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية 2015، ص 84.

² - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ، 2015، ص 68، 69.

3-1-1- Face book بوك الفيس بوك

3-1-1-3 تعريف الفيس بوك 

"الفيسبوك هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين."¹

ويعتبر الفيسبوك "أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم."²

وفي تعريف آخر للفيسبوك "يعتبر الفيسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفيسبوك المساهمة العامة، وتتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضاً، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في كافة مناحي وأمر الحياة ومتطلباتها."³

3-1-2- نشأة الفيس بوك:

"بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات واستمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات 1999-2002-2005 في هذا العام وهو طالب في جامعة هارفارد حيث تم افتتاح الموقع على يد Mark Zuckerberg مارك زوكير "وقد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد نفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفارد سنة 2003 واستخدم هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كـمخترق للخصوصية ولكن بعد أسبوعين فقط قام مارك بافتتاح الموقع."⁴

وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيفي يدج و جامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع

¹ - علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، د ب، 1438هـ - 2017 م، ص 73.

² - محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعتر للنشر والتوزيع، دون بلد نشر، د س، ص 123.

³ - زغودو بلقاسم، سعدي وحيدة، "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الأفق للعلوم، العدد الثامن، ج1، جامعة الجلفة جوان 2017، ص ص350-354.

⁴ - حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي - أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر 2014، ص 92.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

لتشمل أي طالب جامعي، ثم في المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر. ويضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

3-1-3- خصائص الفيس بوك:

يتضمن "الفيس بوك" كشبكة اجتماعية بعدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضه البعض وأهمها:²

_ خاصية "wall" أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

_ خاصية "Pokes" أو نكزة "غمزة": تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

_ خاصية "Photos" أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور إلى الموقع .

_ خاصية "Status" أو الحالة: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

_ خاصية "Notes" أو التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات، وبالإضافة إلى ذلك خدمات الرسائل والردشة.

_ "خاصية الهدايا" Gifts": تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية.³

_ "خاصية الأحداث الهامة Events": وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن أحداث هامة وكذا عن حدث له جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به ويتم من خلاله سؤالهم عن رغبتهم بالحضور أو الرفض.⁴

3-1-4- عناصر الفيس بوك:

يبدأ المشترك رحلته على الفيس بوك ببضع خطوات، أولها التسجيل بالموقع بإضافة بريد الإلكتروني، وبياناته الشخصية، وسنعرض هنا عناصر الفيس بوك المستخدمة في الآتي:⁵

¹ - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2011، ص204.

² - حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 96، 95.

³ - آمال عساسي، أثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، نقلا عن أنكولير و لاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام

الفيس بوك، 2012، ص ص20-23، على الموقع : Connectsafely.org تم الاطلاع عليها بتاريخ 22-11-2018، 19:20.

⁴ - محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، على الرابط التالي: <https://books.google-dz/books.id>، ص 53، تم الاطلاع عليه

بتاريخ 4-12-2018، 19:35.

⁵ - مرجع نفسه، ص 53.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

_ **الصفحة الشخصية Profile**: وهو الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات، وصور، ومقاطع فيديو، وملاحظات، وروابط، وأحداث وأصدقاء، وغيرها.

_ **الرسائل Messages**: وهي من الأدوات المهمة، ومن خلالها تستطيع الاطلاع على الرسائل الواردة وكذلك إرسال رسالة جديدة. ورؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها، كذلك مشاهدة الرسائل التي قمت بإرسالها .

_ **المجموعات Group**: المجموعات هي أخطر وأهم التقنيات الموجودة بالفيس بوك لقيام أي كتل معارضة، أو مؤيدة لجهة أو مؤسسة أو فرد. ومن خلالها يتم التعريف بالأفكار الجديدة، و الدعوة لها، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها.

3-2-1- التويتر Twitter:



3-2-1- تعريف التويتر

"هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ "تويتر" اسمه من مصطلح "تويتر" الذي يعني "التغريد"، وأتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة."¹

3-2-2- نشأة التويتر:

لقد كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع الانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه "تويتر" وذلك في أبريل عام (2007).²

3-2-3- خصائص التويتر:

للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة و عديدة أهمها:³

_ **سهل وسريع**: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.

¹ - سلام محمد توفيق، النشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2015 ص 20.

² - حمد بن عبد الله القمزي، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط والشقري للنشر، د ب، 2012، ص 376.

³ - علي حجازي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 77.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

_ محمول ومتحرك: فموقع تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين، وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

3-3-3- اليوتيوب You tube:

3-3-3-1- تعريف اليوتيوب YouTube

"هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية."¹

3-3-3-2- نشأة اليوتيوب:

تأسس "اليوتيوب" كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "شادهيرلي" و"النيواني" "تشين" و"البرتغالي" جاود كريم" الذين يعملون في شركة "Pay pal" المتخصصة التجارة الإلكترونية، وما يبدو أن "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية "متانفور د" ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "اليوتيوب" الذي نراه اليوم للثنائي الآخر، اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي."²

و"الفكرة الأساسية له هي انه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو إلى الموقع، وفي الوقت نفسه المشاهدة والتعليق على ما يرونه."³

3-3-3-3- طبيعة عمل اليوتيوب:

يعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:⁴

_ يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام المستخدمون الأعضاء بتحميلها.

_ العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها. وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمامات، والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

¹ - محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية- مصر 2015، ص 471.

² - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 194.

³ - عبد الله، علي محمد، شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د ب، 2012، ص 20.

⁴ - إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر - وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435هـ - 2014م، ص 185-186.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ووظائفها

- _ دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ "اليوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل (أي بي أي) وأيضاً جعل مقاطع الفيديو عامة وخاصة.
- _ يستطيع المستخدمين اختيار عرض مقاطعهم أو مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- _ يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث، والحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر اتصالاً بمواقع أخرى .
- _ تصنف مقاطع الفيديو أيضاً إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.



3-4- الأنستقرام Instagram

- "يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستقرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.
- وكانت بداية الانستقرام عام 2000 م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية"¹

4_ مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

4-1- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:

- أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعداً إيجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم مزاياها نذكر:²
- _ وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.
 - _ وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.
 - _ وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.
 - _ وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.

¹ - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 66.

² - زغود بلقاسم وسعدي وحيدة، مرجع سابق، ص 353.

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى ومنها نذكر:¹

_ أكثر انفتاحاً على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فانك قد اكتسبت صديقاً ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى.

_ فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

_ منبر للرأي والرأي الآخر: إن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.

4-2- عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

ومن ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:²

_ انعدام الخصوصية: حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس والمراقبة لكل تحركات وأقوال وأفعال المستخدمين وهو مل يعكس سلبيات على حياته العامة.

_ قتل الوقت: يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله وأصدقائه داخل محيط الأسرة.

_ "ضعف الثقة": لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات.

_ العزلة الاجتماعية على العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من الأفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي.³

¹ - عيسى الشماس، فانت عجب، "التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 37، العدد2، 2015، ص ص 1-268.

² - بشير نور علي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، مؤسسة الصومال الجديد للإعلام والبحوث والتنمية، التقرير الأسبوعي، رقم 13، 25 ديسمبر 2017، ص 10.

³ - حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، التوزيع، الأردن-عمان، 2015، ص ص

تمهيد :

يعد موضوع القيم من المواضيع ذات الأهمية الكبيرة، باعتبارها تشكل محور من محاور تربية الإنسان وتعتبر الضابط والموجه لسلوكه والمرجعية لتصرفاته، وتحدد له ما هو مرغوب فيه وغير المرغوب فيه من السلوكيات، كما أنها توفر للأفراد الحافز لإشباع حاجاتهم وتحقيق ذاتهم وبذلك تعطي للأشياء قيمتها ووزنها، والقيم تكتسب وتتشكل في حياة الفرد بالتأثر بمنظومة القيم للوالدين ومع تقدم العمر تتأثر بقيم القبيلة ثم الأصدقاء، فالمجتمع هذا الأخير الذي يشكل له ثقافته وسلوكه وعاداته وتقاليده، كما للقيم عدة سمات وتختلف مصادرها ومكوناتها وهذا ما سنتعرف عليه في دراستنا.

ثانياً: القيم الاجتماعية والشباب

1_ مكونات القيم ومصادرها:

1-1 - مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاثة مكونات لا يمكن فصل أحدها عن الآخر لأنها تندمج وتتداخل لتعبر في النهاية عن وحدة الإنسان وهي تشبه الاتجاهات والمعتقدات وهذه العناصر تتمثل فيما يلي:¹

_ المكون المعرفي: ويقصد به ما لدى الفرد من خبرات ومعلومات يكون قد كونها حول موضوع معين ويشمل المدركات والمفاهيم والحقائق والمعارف ويتمثل هذا المكون في معرفة صاحب القيمة للطريقة الصحيحة للسلوك أو التصرف المطلوب وكذلك النواتج التي عليه أن يكافح من أجل الوصول إليها.

_ المكون الوجداني: معياره التقدير فيعكس التعلق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ وهو يتضمن الانفعال بموضوع القيمة أو الميل إليها أو النفور منها وما يصاحب ذلك من سرور وألم وما يعبر عنه من حب وكره أو استحسان أو استهجان وكل ما يثير المشاعر الوجدانية و الانفعالات التي توجد لدى الشخص نحو موضوع القيمة.

_ المكون السلوكي: معياره 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.²

¹ - عبد الله عقله مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية و القيم التنظيمية في الإدارة التربوية ، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن عمان، 2009، ص ص 37-38.

² - الجمعي مؤمن بكوش، "القيم الاجتماعية مقارنة نفسية -اجتماعية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الواد، العدد 8 سبتمبر 2014، ص ص 72-87.

1-2- مصادر القيم Sources of Values:

إن القيم داخلية للإنسان وتعتمد على خبراته في نموها وتطورها وقد اتفق العلماء على أهم مصادر القيم و هي: ¹

_ **المصدر الديني:** يعتبر المصدر الرئيسي لكثير من القيم الإنسانية. فقد جاء القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف بالأسس القيمية التي تربط المجتمع المسلم بشكل خاص و المجتمع الإنساني بشكل عام من حيث صدق المعاملة و إيفاء الوزن والجد في العمل و تقانه، و عدم الغش و تنظيم العلاقة بين الرئيس والمرؤوس من حيث السلطة و المسؤولية و الطاعة و الأجر... الخ.

_ **المصدر الإنساني:** أصحاب هذا الرأي ورون بأن الإنسان هو واضع القيم و هو الذي يختارها و يدعمها بالبراهين والأدلة و يمارسها وينشرها.

_ **الخبرة:** تستمد القيم أهميتها ووزنها من خبرات الفرد فالصيام في شهر رمضان له أهمية أكبر لدى المسلم من حيث العبادة و الأكل من الصيام في أي شهر آخر لأن أوله رحمة و أوسطه مغفرة و آخره عتق من النار. كما و أن السجين له تقدير أكبر لقيمة الحرية من الشخص الطليق الذي لم يذق طعم الحرمان من حريته.

_ **"المصدر الاجتماعي:** يرى أصحاب هذا الاتجاه أن المجتمع هو مصدر القيم فهي المعايير التي اتفق عليها و على ممارستها. ²

2- خصائص القيم و وظائفها:

2-1- خصائص القيم:

في ضوء ما سبق من تعريفات للقيم، يمكن توضيح بعض من خصائصها كعناصر ثقافي مهم في المجتمع، فالقيم كأساليب، وقوالب، وأوضاع للتفكير والعمل الإنساني، تعمل على تحديد الغايات المرغوبة والمستحقة اجتماعيا، و التي يجب على الأفراد أن ينجزونها، و تتسم القيم بالخصوصية الآتية:

_ **التلقائية:** فالقيم من صنع المجتمع، وليست من صنع فرد أو جماعة، بالرغم من أنها ذات طبيعة فردية حيث ترتبط بحاجات الإنسان المباشرة الحيوية والنفسية، و ترتبط أيضا بالحاجات الاجتماعية في إطار المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الإنسان. ³

¹ - كامل محمد المغربي، السلوك التنظيمي - مفاهيمه وأسس سلوك الفرد و الجماعة في التنظيم، ط3، دار الفكر للنشر و التوزيع عمان - الأردن، 1425 هـ، 2004م، ص 159.

² - رافدة الحريري، قضايا معاصرة في تربية طفل ما قبل المدرسة، دار المنهج، دون بلد، 2013، ص 87.

³ - نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغير بعض قيم الأسرة الريفية و الحضرية، نهضة الشرق، القاهرة، 1984، ص 171.

_ **النسبية:** تختلف القيم من الشخص الواحد بالنسبة لحاجاته، ورغباته، وتنشئته فضلا عن اختلافها من شخص لآخر، ومن زمن لآخر، ومن مكان لآخر ومن ثقافة لأخرى.¹

_ **" تتصف بالعمومية:** يعنى أنها خارجة من ذات الأفراد و عن تجسدهم الفردية فعلم يدرسها لظاهرة إجتماعية بمعنى أن تفضيلات الأفراد فيها ليست تفضلات ذاتية إلا بما يسمح به الإطار العام لنسق القيم الذي يحدد موضوعاتها تحديدا عاما.

_ **التاريخية و الاجتماعية و الثقافية:** توجد القيم في كثير من المجتمعات البشرية قديمها وحديثها متأخرة ومتقدمة، وهي التي تحدد سلوك الإنسان لأنها موجودة في سلوكه وترسم مقوماته.²

_ **"الإلزام و القهر:** تعكس القيم مدى الضبط السائد في المجتمع."³

2-2- وظائف القيم :

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

_ أن القيم تزود الفرد بالإحساس بالهدف مما يقوم به وتوجهه نحو تحقيقه.

_ تهيئ الأساس للعمل الفردي والعمل الجماعي الموحد.⁴

_ "تساعد الفرد على التفاعل الإيجابي مع المجتمع و القيام بدور فاعل في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والعلمية.

_ تشكل إطارا عاما للجماعة ومعايير تصرفاتها.

_ تشكل نمطا من أنماط الرقابة الداخلية للأفراد.⁵

¹ - أيمن البارودي، القنوت الفضائية ونسق القيم في المجتمع المحلي (دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي القنوت الفضائية بمدينة بني سويف) دار إيتراك للطباعة والنشر و التوزيع، القاهرة - مصر، 2014، ص 35.

² - زكريا عبد العزيز محمد، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2002، ص 39.

³ - عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم "دراسة نفسية"، عالم الفكر، العدد 160، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، إبريل 1992، ص 61.

⁴ - سامي محسن الخاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 256.

⁵ - رافدة الحريري، مرجع سبق ذكره، ص 87.

2-3- أهمية القيم في المجتمع:

للقيم أهمية كبيرة بالنسبة للمجتمعات والشعوب ويمكن تلخيصها أهمية القيم فيما يلي:

_ "وجود القيم في كل أنواع المجتمعات البسيطة والمعقدة بحيث لا يخلو مجتمع مهما بلغ عدد أفراده من وجود مجموعة من التوجهات القيمة.

_ تغلغل القيم في كافة جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وارتباطها بها أيضا القيم أحد المحكمات الأساسية التي تركز عليها الهوية الثقافية للمجتمعات"¹

_ "تكون القيم الاجتماعية مقبولة من قبل الأفراد لأنها مكتسبة من خلال الجماعة التي ينتمي إليها ويتفاعل معها فهي بمثابة أحد مفصل الضبط الاجتماعي التي تحدد وتقيم سلوك الفرد.

_ تساعد القيم الأفراد في اختيار نموذج واحد من السلوك وأن قيما مختلفة تعود إلى سلوكيات متباينة بسبب القيم الاجتماعية السائدة داخل المجتمع."²

2-4- الشباب و القيم:

"بما أن الشباب يميل إلى التحديد والتميز الذي قد يكون على حساب ثقافة المجتمع وقيمه وهذا حاصل لا محالة، ولكن ينبغي لقان التعامل مع هذه المرحلة، وهذه الثقافة الجديدة التي يحاول الشباب فرضها والظهور بها." ³

يقول "الزيود" إن مرحلة الشباب تميل إلى تطوير نسق ثقافي خاص بهم، ويعبر عنه بمفهوم ثقافة الشباب، تلك الثقافة التي تعبر عن تحد صريح لقيم المجتمع وثقافته العامة، بل وللنظم والأنساق الاجتماعية السائدة فيه، أي أن الثقافة الفرعية للشباب تتطوي على شكل من أشكال الانحراف عن الثقافة العامة للمجتمع. ومع أن فترة الشباب قد يحدث فيها من التمرد على قيم المجتمع، وهذا إذا ما كان تأسيس القيم الاجتماعية في فترة الشباب غير جيد أو كانت المتابعة لها في فترة الشباب ضعيفة وقد ذكر "بلير" أن اتجاهات المراهقين وقيمتهم لو تتبعنا مسار نموهم لوجدنا أن الفرد يتقمص قيم الوالدين ومثلهم العليا في طفولته ثم إذا وصل إلى سن الشباب أخذ يتقمص ما يسود في جماعة الشباب من قيم واتجاهات، وأخيرا يعود فيتقمص القيم والاتجاهات التي تشيع بين الكبار في حضارته والمجوعات التي يربط نفسه بها."⁴

¹ - سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص29.

² - معن خليل عمر، البناء الاجتماعي، آفاقه ونظمه، دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1997، ص 121.

³ - نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 256.

⁴ - نفس المرجع ، ص257.

تمهيد:

تعرف مرحلة الشباب بأنها مرحلة التغيرات والرغبات الفيزيولوجية والرغبات الجنسية المشحونة بالتوترات الداخلية، وتختلف هذه المرحلة في حداثتها بحسب نظام القيم السائدة للمجتمع وطبيعة الأشياء المسموحة والممنوعة فيه، هذا وتتاثر مرحلة الشباب تحت ضغط عوامل كثيرة كانتشار السكان أو التغير التكنولوجي الحديث خاصة فيما يتعلق بوسائل الاتصال والتواصل الالكترونية على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة التي شغلت اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين في مختلف الحقول العلمية حول تأثيراتها وما أضفته من تغييرات ملحوظة في الحياة الاجتماعية للأفراد وحتى على مستوى علاقاتهم وأنماط سلوكيات حياتية مغايرة لنمط وسلوك وقيم مجتمعاتنا العربية الإسلامية عامة والشباب خاصة .

ثالثا: الشباب و علاقته بمواقع التواصل الاجتماعي

"تشهد مرحلة الشباب تحولات واضحة وهامة في اهتمامات الشباب الاجتماعية وسلوكه الاجتماعي. فبعد أن تستيقظ في الشاب "رجولته" وفي الفتاة "أنوثتها" ينصرف كل منهما عن الاهتمام بالعلاقات مع أفراد من جنسه. وينتج عن العلاقات مع أفراد من الجنس الآخر، ويميل إلى تصنيف نطاق علاقاته وتعميقها، وتصبح هذه العلاقات مركز اهتمام خاص في حياتهم. تشغلهم أكثر وتعيش أطول."¹

1- مميزات مرحلة الشباب:

تمتاز مرحلة الشباب بعدة سمات ومميزات تتوفر في شخصية الشاب من جميع نواحي الحياة تتمثل في:

1-1- الناحية الجسمية :

"في مرحلة المراهقة والشباب يعلن جسم الإنسان عن وصوله إلى مستوى من النضج والاكتمال حيث يأخذ الجسم هيكله الخاص، وتتوفر فيه القوة ، ويضفي عليه قوامه جمالا ومن هذه الناحية يعبر القرآن الكريم عن مرحلة الشباب بمرحلة القوة."²

قال تعالى: (الله الذي خلقكم من ضعف ثم من بعد ضعف قوة ثم جعل من بعد قوة ضعفا

وشيبة يخلق ما يشاء وهو العليم القدير) "سورة الروم، الآية 54"

"فيأتي الإنسان إلى الحياة طفلا صغيرا ضعيفا، ثم يتجاوز مرحلة الضعف (الطفولة) إلى مرحلة الشباب حيث القوة والنشاط، ثم يستولى عليه الضعف مرة أخرى حينما يدخل مرحلة المشيب والشيخوخة، هذه القوة هي قوة تربوية وثقافية واجتماعية، تتطوي على درجة عالية من النشاط والرغبة

¹ - عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته ، عالم المعرفة ، الكويت ، 1978، ص33.

² - مواهب محمد أحمد الخليفة الخواض ، مرجع سبق ذكره، ص101.

الجامعة في التجديد والإحساس المفرط من التهميش والإقصاء، وتتمتع بطاقة كبيرة على التحدي وتحمل المشاق، لكن هذه القوة تبقى بحاجة إلى توجيه واستثمار لكي تتحول إلى قدرة تضاف إلى قدرات الأمة للارتقاء بها اقتصاديا وثقافيا واجتماعيا، ولكي تكون كذلك لابد من بيئة ترعاها وتفتح أمامها الأبواب للتعبير عن طاقاتها الحقيقية.¹

1-2- الناحية العقلية:

"يميل الشباب في هذه المرحلة نحو النمو الفكري والعقلي مع تميزه بطابع الخيال والجرأة والمغامرة ويعتز الشباب بتفكيره مع القابلية للإيحاء في بعض الأحيان، وتتميز هذه المرحلة بيقظة عقلية كبيرة فالشباب يحتاج لحرية عقلية ويميل إلى الحصول على معلومات وثيقة من مصادر موثوق ويمتاز النمو العقلي الانفعالي في هذه المرحلة بأنه نتاج التجارب والتفاعل والنمو السابق في المراحل الأولى من هذه المرحلة مع المؤثرات المختلفة بالأفراد، ولهذا تتميز هذه المرحلة بالاختلاف الكبير بين الأفراد وفي درجات نموهم النفسي والعقلي والبدني."²

1-3- الناحية النفسية:

"ويرى علماء النفس أن مرحلة الشباب حالة عمرية تخضع للنمو البيولوجي ولثقافة المجتمع فهي مرحلة انتقالية بين الطفولة والرشد لها خصائص متميزة، وقد تتخللها اضطرابات ومشكلات بسبب الضغوط التي يتعرض لها الشباب من الأسرة والمدرسة والمجتمع، بهذه المرحلة يتم تحقيق الذات ونمو الشخصية وصلها، وكذلك هي نقطة ضعف و ثغرة يحتاج فيها الشباب إلى مساعدة للأخذ بيده ليعبر هذه المرحلة بسلام."³

1-4- الناحية الاجتماعية:

"بعد تجاوز فترة الطفولة حيث كان صغيرا يخضع لأوامر الكبار وليس له رأي ولا يمتلك دورا أصبح الآن شابا يستشعر في نفسه القوة، وتملأ جوانحه الثقة بذاته، فيبدأ بالتفتيش عن دور يمارسه في المجتمع. إنه الآن طفلا، بل يشعر أنه رجل كامل الشخصية ويجل أن يلعب دور الكبار، انتهى ذلك الوقت الذي كان يعامل فيه كطفل، ينصاع لأوامر الكبار ويخضع لإرادتهم، وأصبح هو الآن كبيرا له رأي يريد ممارسته ودور يبحث عنه ليلعبه في المجتمع ويملاً به فراغه النفسي والزمني."⁴

1- مواهب محمد أحمد الخليفة الخواض، مرجع سابق ، ص 101.

2- نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره ، ص 250.

3- هناء حسني النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دار مجد، د ب، 2010، ص 51.

4- مواهب أحمد الخليفة الخواض ، مرجع سابق ، ص 102.

2- مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب:

"تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة جدا لإيجاد وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب وتنميتها وإيجاد المواطن الصالح من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفوسهم."¹

"على الرغم من الصورة المشرفة عن تأثير الإعلام الاجتماعي على الفرد والمجتمع، إلا أن هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف التي حذر منها علماء الاجتماع، ومن أهمها التأثير السلبي لإدمان الشباب لمثل هذه المواقع، حيث أنها تعزلهم عن محيطهم لاجتماعي والتعامل مع أصدقاء افتراضيين مما جعلهم أكثر عزلة عن أسرهم، حتى أصبح الإقلاع عن التدخين والكحول أصعب من ترك موقع "تويتر" وأن مقاومة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي صارت في غاية الصعوبة لسهولة الوصول إليها وتوافر الأجهزة الذكية بحيث تكون إرادة الإنسان أقوى في مقاومة الرغبة في ممارسة التمارين الرياضية وأضعف أمام الإقلاع عن استخدام وسائل التواصل."²

"ويرى المحللون أيضا أنه على الرغم من أن الإعلام الاجتماعي يسمح بمساحة واسعة من حرية الرأي، حيث يتبادل الفرد مع الآخرين المعلومة، والرأي، والفكر، ويعبر عن اتجاهاته وأفكاره وآرائه دون وجود أي ضوابط خارجية تمنعه، إلا أن الشخص نفسه قد يتعرض لبعض المعتقدات الفكرية الخاطئة لاسيما أن التشريعات والقوانين الخاصة بهذه المواقع مازالت غير متبلورة نظرا لصعوبة تطبيق الحظر والرقابة بشكل شامل عليها، ويرى بعض الخبراء أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت بدلا للتفاعل الصحي مع الرفاق والأقارب مما يعني تغيير في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية."³

¹ - نادية بن ورقلة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² - حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، على الرابط التالي:

<https://www.worldcat.org/isbn>. تم الإطلاع بتاريخ 28-03-2019، 7:30، ص 48.

³ - المرجع نفسه، ص 52.

خلاصة الفصل:

من خلال كل ما تطرقنا إليه في الفصل النظري يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت مجالاً واسعاً أمام الشباب للتعبير عن أنفسهم ومشاركتهم مشاعرهم وأفكارهم مع الآخرين، بفضل الخدمات التي تتيحها هذه المواقع حيث تسمح لهم بنقل أفكارهم ومناقشتها متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها، إلا أنه رغم مما تمثله هذه الشبكات من متنفس حقيقي للشباب للتعبير عن آرائه ومعتقداته وفكره بحرية تامة، وفضلاً عن كونها ساحة جيدة لتوسيع العلاقات والمعارف إلا أن الاستخدام غير مخطط وغير المنظم لها يمثل خطراً وتهديداً مباشراً على عادات الشباب الجامعي الجزائري، وقيمه الاجتماعية والتي لها أهمية كبيرة في المجتمع خصوصاً لدى فئة الشباب فهي تعتبر المرآة العاكسة في المجتمع.

كما أن للقيم الاجتماعية دور فعال ورئيسي في ترسيخ كل العادات والتقاليد والأعراف الخاصة في المجتمع في نفسية الشباب، هذا الأخير الذي يتميز بمرحلة التغيير الجذري الكمي والنوعي السريع في شخصية الشاب كما أنها عملية غير بسيطة وِنماتت بدرجة عالية من التعقيد والتشابك تتداخل فيها عدة عوامل منها الجسمية، والنفسية، والاجتماعية. إذ تعد هذه المرحلة حساسة جداً بفعل عدة عوامل أخرى كتأثر بتكنولوجيات الحديثة على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا حيث أثارت بدورها العديد من النقاشات حولها للوقوف على أهم أدوارها والتأثيرات والتغييرات التي تحدثها في المجتمع بشكل عام وعلى الشباب بشكل خاص وبالرغم ما تقدمه هذه المواقع من خدمات إيجابية يستفيد منها الشباب الجامعي إلا أنه لا يمكن إنكار ما قد يؤدي الاستخدام غير المخطط وغير المنظم إلى تغييرات في القيم الاجتماعية، وظهور مجتمعات متعددة الثقافات.

الفصل الثالث:

الإجراءات التطبيقية للدراسة

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

تمهيد:

بعدما قمنا بجمع المعلومات النظرية والمعرفية حول مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية والتي سنطبقها في الميدان، وذلك على مجموعة من طلبة علوم الإعلام والاتصال في جامعة بسكرة، وذلك من أجل معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، وذلك من خلال الانطلاق من الإجراءات الميدانية وتحليل وعرض البيانات وصولاً إلى استخلاص النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

1/ تحليل وتفسير النتائج الأولية للدراسة:

1/1_ عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (4) مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	1	2%
من سنة إلى ثلاثة سنوات	17	28%
أكثر من ثلاثة سنوات	43	70%
المجموع	61	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات. بنسبة 70% وهذا يثبت بشكل قاطع قدم مشاركة المبحوثين لتلك المواقع، بينما نسبة 28% منهم من يستخدمونها من سنة إلى ثلاثة سنوات، هذا يرجع إلى ارتفاع عدد صفحات مستخدميها بسبب زيادة الوعي بأهمية ودور هذه المواقع في حين نجد أدنى نسبة في الاستخدام كانت أقل من سنة بنسبة بلغت 2% فقط. وهذا يدل على حداثة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الفئة التي ترجع إلى أسباب منها عدم امتلاك آلية التواصل (جهاز) منذ بدايات مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم(5)استخدام الحساب الشخصي للمبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة%	التكرار	الإجابة
43%	26	اسمك الحقيقي
48%	29	اسم مستعار
10%	6	اسم أحد أقاربك
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون حسابهم الشخصي باسم مستعار بنسبة 48% يليها الاستخدام باسم حقيقي بنسبة 43%، بينما باسم أحد الأقارب بنسبة 10%، وهذا يرجع إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمونها باسم مستعار بهدف التصرف بحرية وكذلك حتى لا يعرف الآخرون هويتهم وتقمص شخصية غير شخصيتهم، والتخوف على معلوماتهم الشخصية والتطفل على حياتهم الخاصة.

جدول رقم (6) نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة%	التكرار	الإجابة
49%	30	أخبار المجتمع
10%	6	الدين والعادات والتقاليد
7%	4	التربية والتعليم
8%	6	الأسرة والعناية الصحية
25%	15	أكثر من إجابة
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يتابعون الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي تخص أخبار المجتمع بنسبة 49%، في حين نسبة 25% منهم يتابعون كل هذه الصفحات، وهذا يدل على أن أغلب المبحوثين يميلون أكثر إلى مواضيع الإثارة التي تتعلق بالخبر الاجتماعي لأنه دائما ما يثير موضوع للنقاش، أما متابعتهم لبقية الصفحات يرجع إلى أهمية الموضوع والصفحة لدى المستخدم وإما متابعتها بمحض الصدفة.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (7) الوقت المستغرق في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين

النسبة %	التكرار	الإجابة
13%	8	أقل من ساعة
20%	12	من ساعة إلى ثلاثة ساعات
10%	6	أكثر من ثلاثة ساعات
57%	35	لا يوجد وقت محدد
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة لا يحرصون على وقت محدد في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 57%، وما بين ساعة إلى ثلاثة ساعات بنسبة 20%، بينما أقل من ساعة بنسبة 13%، في حين أكثر من ثلاثة ساعات بنسبة 10% وهذا ما يدل على أن هذه الفئة من الطلبة لديها متسع من الوقت وفراغ كبير لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتزايد مما يؤكد على أهميتها واستخداماتها المتنوعة في جميع المجالات من قبل المبحوثين، ويرجع هذا لأسباب منها الرغبة الملحة للمستخدم في فتح حسابه الشخصي والإطلاع على التعليقات الجديدة والأشخاص المتصلين بهم وبذلك يحقق إشباعا لحاجاته من الاستخدام.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (8) شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة للمبحوثين التي يستخدمون من خلالها الصفحات ذات الطابع الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
56%	34	الفيس بوك
2%	1	التويتتر
18%	11	اليوتيوب
21%	13	والانستغرام
3%	2	أخرى (الواتساب)
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيس بوك بنسبة 56% وهذا يدل على قوة وشمولية موقع الفيس بوك باعتباره من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وتفضيلا نظرا لانتشاره الواسع وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة في الوطن العربي مع ظهور ثورات الربيع العربي حيث أضحى فضاء لنشاطات متعددة مثل البحث العلمي، وتبادل المعلومات، التعارف، الصداقة، بالنسبة للطلبة المستخدمين إضافة إلى دوره التواصلي مع الأهل والأصدقاء، في حين نجد في المرتبة الثانية الانستغرام من ناحية الاستخدام لدى المبحوثين بنسبة 21% حيث يعرف انتشار هذا التطبيق تطورا ملحوظا لما يوفره من نشر الصور وإمكانية الإعجاب والتعليق عليها إضافة إلى خاصية الدردشة، بينما يأتي استخدام اليوتيوب بنسبة 18% وهذا يرجع إلى ما يوفره هذا الموقع مقاطع الفيديو والأفلام المختلفة، في حين بلغت نسبة التويتتر 2% وأخرى كالواتساب بنسبة 3% فقط حيث أن هذين الموقعين لا يزلان في بداية الانتشار مقارنة مع موقع الفيس بوك، إلا أنهما بدأ يحظيان بالاهتمام بعد أن تعرف المستخدمون على ما يوفره من خدمات ومزايا.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (9) سبب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
26%	16	التعرف على ثقافات جديدة
5%	3	تكوين صداقات
11%	7	التسلية والترفيه
28%	17	متابعة الأحداث الجارية
8%	5	اكتساب مهارات جديدة
11%	7	ملا وقت الفراغ
10%	6	التواصل مع الآخرين
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب منها متابعة الأحداث الجارية بنسبة 28%، بينما التعرف على ثقافات جديدة بنسبة 26%، في حين التسلية والترفيه، وملا وقت الفراغ بنسبة متساوية تبلغ 11%، أما التواصل مع الآخرين بنسبة 10%، بينما اكتساب مهارات جديدة بنسبة 8%، وأدنى نسبة 5% بغية تكوين صداقات، وهذا ما يوافق نتيجة الجدول (6) السابق، أي أن معظم الشباب يفضلون المواضيع والأخبار التي تثير النقاش في المجتمع خاصة المثيرة منها والتي هي من ضمن اهتماماتهم وتعبّر عنهم.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

2/1_ التأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين
جدول رقم (10) نوع المعارف والمعلومات الاجتماعية التي كونها المبحوثين من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
15%	9	التاريخ والذاكرة والتراث
15%	9	المواطنة والحركة الجموعية
2%	1	العالم الريفي والهجرة
10%	6	العمران وأسلوب المعيشة
5%	3	العائلة والطفولة
5%	3	المدرسة والتربية
30%	18	الثقافة واللغة والهوية
10%	6	الصحة والتغذية
10%	6	الآفات والظواهر الاجتماعية
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن اغلب أفراد العينة تكونت لديهم معارف مختلفة من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي بحيث تنصدر أعلى نسبة 30% حول الثقافة واللغة والهوية بينما فيما يخص التاريخ والذاكرة، والمواطنة والحركة الجموعية بلغت نسبة متساوية 15%، كما نجد العمران وأسلوب المعيشة، والصحة والتغذية، والآفات والظواهر الاجتماعية بنسب متساوية بلغت 10%، بينما فيما يتعلق بالعائلة والطفولة، والمدرسة والتربية نجدها بنسب متساوية 5% ويرجع سبب ذلك إلى أنه يوجد خلل في منظومة القيم خصوصا فيما يتعلق بالعائلة والمدرسة باعتبارها مصدر أساسي لتعليم القيم. فحلت محلهم مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت إحدى أهم مكونات الاتجاهات والقيم، مما ضاعف من أهميتها ودورها في تشكيل وقولبة الشخصية ومصدرا للخبرة لدى فئة الشباب بشكل خاص بفعل مضمونها ورسائلها للشباب الذي لا يراعي المعايير الدينية والأخلاقية السائدة وهذا ما

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

نؤكد في ضوء نظرية الغرس الثقافي في فرضها القائل بأن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر شخصية للخبرة وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تربط عناصر الوجود وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام.¹ كما نفسر ذلك في ضوء نظرية الحتمية القيمة حيث تؤكد على أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في إحداث التأثير وهو التأثير الذي يكون إيجابياً إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، ويكون سلبياً إذا كانت المحتويات لا تنقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة.²

جدول رقم (11) المعارف الاجتماعية التي غيرت مواقع التواصل الاجتماعي تفكير الباحثين حولها

الإجابة	التكرار	النسبة %
التاريخ والذاكرة والتراث	5	8%
المواطنة والحركة الجموعية	1	2%
العالم الريفي والهجرة	3	5%
ال عمران وأسلوب المعيشة	4	7%
العائلة والطفولة	5	8%
المدرسة والتربية	1	2%
الثقافة واللغة والهوية	19	31%
الصحة والتغذية	8	13%
الآفات والظواهر الاجتماعية	5	8%
لم تغير	8	16%
المجموع	61	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أفراد العينة كانت إجاباتهم متقاربة أغلبها، حيث أجابوا أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت تفكيرهم حول الثقافة واللغة والهوية بنسبة 31%، تليها التاريخ

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص 345.

² عبد الرحمن عزي، نصير بوعلوي، حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 46.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

والذاكرة والتراث العائلة والطفولة، والآفات والظواهر الاجتماعية بنسب متساوية بلغت 8% بينما العمران وأسلوب المعيشة بنسبة 7%، في حين بلغت نسب المعارف الأخرى كالعالم الريفي والهجرة بنسبة 5%، بينما المواطنة والحركة الجموعية، والمدرسة والتربية بنسب متساوية هي الأخرى بلغت 2%. تبين نتائج الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تغير في معارف أغلب المبحوثين وذلك من خلال غرس قيم ومفاهيم جديدة لا تعبر عن قيم الأفراد في المجتمع الواقعي وذلك من خلال الانبهار بمظاهر الرفاهية للحياة الغربية والتي تتمثل في أسلوب العيش وطريقة الكلام واللباس وتغير العادات الغذائية واستعمال شفرات اجتماعية معينة في تواصلهم مع بعضهم البعض وهذا ما يترجم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك اهتمام الشباب وتعلمهم لمعارف جديدة لا تعكس في مضمونها الأفكار الايجابية وهذا ما يؤثر بالسلب على عقل الشباب من خلال ما يروج له بعض الأشخاص من أفكار هدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين فئة قليلة من المبحوثين بلغت بنسبة 16% لم يتأثروا بما يتم تداوله من معارف عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتعتبر هذه الفئة أكثر وعياً من غيرها.

جدول رقم (12) تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين

النسبة %	التكرار	الإجابة
3%	2	تدهور حالي الصحية
33%	20	زيادة وقت الضائع
13%	8	الإدمان على بعض الصفحات
39%	24	التقليل من ساعات النوم
11%	7	تسبب المشاكل النفسية
100%	61	المجموع

من خلال الجدول أعلاه أن التقليل من ساعات النوم قدرت بنسبة 39% وهي أعلى نسبة في حين تتقارب معها في النسبة زيادة وقت الضائع بنسبة 33% وهذا ما يدل على أن أغلب المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة ومتأخرة من الليل، وذلك لأنهم يجدون في هذا الوقت راحة ولا يوجد فيه عمل وكذلك لسد وقت فراغهم، بينما نجد الإدمان على بعض الصفحات الاجتماعية بنسبة 13%، وتسبب المشاكل النفسية بنسبة 11%، في حين أدنى نسبة بلغت 3% في

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

تدهور حالتهم الصحية، وهذا ما يفسر الاستعمال المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف أغلبية المبحوثين مما ينعكس بالسلب على نفسياتهم.

جدول رقم (13) علاقة المبحوثين بمحيطهم الاجتماعي منذ بداية استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
20%	12	العزلة والانطواء
28%	17	ضعف العلاقات الأسرية
52%	32	ضعف العلاقات الاجتماعية
100%	61	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة تميزت علاقاتهم بمحيطهم الاجتماعي بضعف العلاقات الاجتماعية بنسبة 52%، بينما ضعف العلاقات الأسرية بنسبة 28%، أما أدنى نسبة تبلغ 20% تتعلق بالعزلة والانطواء، ما يدل على أن أكثر من تضرر في علاقة المبحوثين بمحيطهم الاجتماعي هو تراجع علاقاتهم الاجتماعية والأسرية بمعنى أنه بدلا من استثمار أوقات أسرهم وتوطيد علاقاتهم الاجتماعية من خلال تبادل الزيارات إلى غير فراغهم مع ذلك استثمروها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ويعزي هذا التغير في القيم الاجتماعية إلى معطيات العولمة الثقافية التي ترسخ للأناية في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (14) الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
36%	22	يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أسرته
11%	7	يقلل من الوقت الذي تقضيه مع زملائك في الدراسة
13%	8	يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أصدقائك المقربين
39%	24	يقلل من زيارتك لأقاربك
100%	61	المجموع

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أن أغلب أفراد العينة يقضون أغلب أوقاتهم في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تصدرت أعلى نسبة 39% يقللون من زيارتهم لأقاربهم، في حين نسبة 36% يقللون من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، بينما يقللون من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم المقربين بنسبة 13%، وأدنى نسبة 11% منهم يقللون من الوقت الذي يقضونه مع زملائهم في الدراسة. من خلال نتائج هذا الجدول يتضح أنه هناك تراجع كبير في العلاقات الأسرية والاجتماعية وهذا ما تؤكدته نتيجة الجدول السابق فيما يتعلق بعلاقة المبحوثين بعلاقاتهم الأسرية والاجتماعية.

جدول رقم (15) العادات الجديدة التي اكتسبها المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
26%	16	الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين
18%	11	المقارنة الدائمة مع الآخرين
11%	7	نشر الإشاعات
30%	18	عرض الخصوصيات الشخصية
15%	9	الرغبة في تحقيق الشهرة
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة اكتسبوا عادات مختلفة لتتصدر عادة عرض الخصوصيات الشخصية نسبة أعلى بلغت 30%، في حين الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين بنسبة 26%، تليها المقارنة الدائمة مع الآخرين بنسبة 18%، بينما الرغبة في تحقيق الشهرة بلغت نسبتها 15%، وأخيرا نشر الإشاعات بنسبة 11% فقط. وهذا ما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي أعطت الحرية والجرأة في مناقشة المواضيع، ويرجع سبب ارتفاع نسبة عرض الخصوصيات الشخصية على رغبة المستخدم في مشاركة تفاصيل حياته مع الآخرين وهذا يعود لحرية المستخدم في حد ذاته ومنه يتضح أن العادات التي اكتسبها المبحوثين سلبية أكثر منها ايجابية ويمكن أن تسبب الضرر لأشخاص آخرين خاصة فيما يتعلق بنشر الإشاعة عنهم والتطفل على حياتهم الخاصة.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (16) السلوكيات المنتشرة بكثرة في المجتمع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
23%	14	الانحراف الأخلاقي
33%	20	التقليد للحياة الغربية
10%	6	شيوع الجريمة
5%	3	ضعف الوازع الديني
8%	5	التعدي على خصوصيات المجتمع
13%	8	الدخول في علاقات غير شرعية
8%	5	التطفل على الآخرين
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أبرز السلوكيات المنتشرة حسب رأي المبحوثين هي التقليد للحياة الغربية بنسبة 33%، تليها الدخول في علاقات غير شرعية بنسبة 13%، بينما شيوع الجريمة بنسبة 10% في حين التعدي على خصوصيات المجتمع، والتطفل على الآخرين بنسبة متساوية 8%، لتأتي أدنى نسبة 5% فيما يتعلق بضعف الوازع الديني. تبين نتائج هذا الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت على تفشي ثقافة التقليد للحياة الغربية حيث برزت في أوساط الشباب ثقافة مغايرة تستحق ثقافة وتقاليد مجتمعنا الجزائري، وانتشار الانحراف الأخلاقي أفرز عنه الدخول في العلاقات غير الشرعية هذا ما يدل على زوال القيم المتأصلة في المجتمع والتي هي العلاقات الشرعية المتعارف عليها في مجتمعاتنا العربية الإسلامية.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

الجدول رقم (17) القيم الاجتماعية التي يراها المبحوثين في تراجع باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
5%	3	التسامح
56%	34	صلة الرحم
13%	8	التكافل الاجتماعي
11%	7	الصدقة
15%	9	احترام الآخرين
100%	61	المجموع

من خلال الجدول أعلاه أن القيمة الأكثر تراجعاً عند أفراد العينة تمثلت في صلة الرحم بنسبة 56%، وتليها احترام الآخرين بنسبة 15%، بينما التكافل الاجتماعي بنسبة 13%، في حين بلغت قيمة الصدقة بنسبة 11%، وأخر قيمة التسامح بنسبة 5% فقط، ما يدل على تراجع مظاهر التراحم في المجتمع وكذا قيمة الاحترام والتكافل الاجتماعي جاءت نتائج هذا الجدول تؤكد نتائج الجدول السابق فيما يتعلق بضعف العلاقات الأسرية والاجتماعية، وتوافق هذه النتائج ما توصلت إليه الباحثة مواهب محمد أحمد الخليفة الخواص¹ في دراستها حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب حيث وجدت أن الكثير من الشباب تخلى على مظاهر التراحم واحترام الكبير والتواصل على أرض الواقع.

¹ _ مواهب محمد أحمد خليفة الخواص، مرجع سبق ذكره، ص 165.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

3/1_ الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لطلبة الجامعيين
جدول رقم (18) القيم الاجتماعية التي ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين على فهمها واستيعابها بشكل أفضل

النسبة %	التكرار	الإجابة
20%	12	التضامن
30%	18	العمل الجماعي
26%	16	الترابط الأسري
16%	10	الصدقة
7%	4	التسامح
2%	1	احترام الكبير والصغير
100%	61	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يبين لنا أن القيمة الاجتماعية الأكثر فهما واستيعابا للمبحوثين تصدرتها قيمة العمل الجماعي بنسبة 30% وهذا ما يدل على مدى نمو منظومة الوعي والثقافة لدى المبحوثين من خلال ضرورة العمل كفريق واحد وتقديم المساعدة لمن يحتاجها، تليها قيمة الترابط الأسري بنسبة 26% هذا ما يعزي قيمة الأسرة في المجتمع من خلال السهر على ضمان استقرارها وتقوية العلاقات بين أفرادها، بينما قيمة الصدقة بنسبة 16% هذا ما يبين مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتعزيز الصداقات والمعارف، في حين قيمة التسامح بنسبة 7%، وتليها قيمة احترام الكبير والصغير بنسبة لا تتعدى 2% تؤكد النتائج هذا الجدول على تراجع قيمة احترام الكبير والصغير وهذا يرجع إلى غياب آداب الحوار وتقدير الكبير والعطف على الصغير وعدم تقبل الرأي والنصيحة واستبدال ذلك بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت منبر لتقديم النصح وتبادل الخبرات وتعليم القيم.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (19) المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها ويناقشها المبحوثين مع أصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
10%	6	نشاطات اجتماعية خيرية
8%	5	توعية صحية
8%	5	تربوية علمية
16%	10	نشاطات ثقافية
8%	5	تنمية بشرية
49%	30	أكثر من إجابة
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أجابوا على أنهم يشاركون مع أصدقائهم كل المنشورات ذات الطابع الاجتماعي بنسبة 49%، تليها نشاطات ثقافية بنسبة 16%، بينما تأتي بعدها نشاطات اجتماعية خيرية بنسبة 10%، في حين نجدها بنسب متساوية فيما يتعلق بالتوعية الصحية وتربوية علمية وتنمية بشرية بنسبة 8%، وبدل هذا على مدى تفاعل المبحوثين وانجذابهم نحو الموضوعات والمنشورات ذات الطابع الاجتماعي الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي وإعطائها أهمية من خلال مشاركتها ومناقشتها، ومنه يتضح أن المستخدم يستهلك أكثر مما يساهم في إثراء هذه الصفحات الاجتماعية.

جدول رقم (20) نوع المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
26%	16	مجتمعك الخاص والقريب
46%	28	منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل
28%	17	منشورات ذات طابع عالمي
100%	61	المجموع

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يشاركون المنشورات تخص المجتمع الجزائري ككل بنسبة 46%، بينما تليها منشورات ذات طابع عالمي بنسبة 28%، في حين بلغت منشورات مجتمع الخاص والقريب بنسبة لا تتعدى 26%. هذا ما يدل على اهتمام الباحثون بأخبار المجتمع عامة وهو ما تؤكد النتيجة السابقة، ومن هنا تجدر الإشارة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت إمكانيات هائلة لم تستطع وسائل الإعلام التقليدية من إتاحتها للباحثين من قبل.

جدول رقم (21) شعور الباحثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
31%	19	الراحة النفسية
13%	8	الثقة
46%	28	الاسترخاء
10%	6	السعادة
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب الباحثون يشعرون بالاسترخاء بنسبة 46%، بينما الشعور بالراحة النفسية بنسبة 31%، تليها الشعور بالثقة بنسبة 13%، في حين تليها الشعور بالسعادة بنسبة 10%، من خلال نتائج الجدول يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي وظيفة التنفيس كما أنها تؤدي وظيفة وسائل الإعلام ككل، لذا يرجع إليها الباحثون لأنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم وتنفس عنهم من خلال نسيان ضغوطات الحياة والشعور بالراحة أثناء الاستخدام.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (22) الإضافة التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي في علاقاتهم بالآخرين

النسبة %	التكرار	الإجابة
36%	22	الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع
31%	19	القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين
16%	10	القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين
16%	10	حولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك
100%	61	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أكثر ما أضافته مواقع التواصل الاجتماعي للمبوحين الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع بنسبة 36%، تليها القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين بنسبة 31%، بينما القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين، وحولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك بنسبة متساوية بلغت 16%. هذا ما يدل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين، وإقبالهم الواسع عليها حيث أنها فتحت لهم المجال للتخلص من الخوف والخجل من خلال التعبير بحرية عن آرائهم وأفكارهم وبذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم طريقاً نحو المعرفة ومن أولويات الحياة الاجتماعية.

جدول رقم (23) السلوكيات الإيجابية التي تعززت لديك باستخدامك لمواقع لتواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
52%	32	المشاركة في الأنشطة الاجتماعية
3%	2	تعزيز بر الوالدين
31%	19	المعاملة الحسنة للجميع
13%	8	إحياء العادات والتقاليد
100%	61	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية أفراد العينة تعززت لديهم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بنسبة 52% كأعلى نسبة، تليها المعاملة الحسنة للجميع بنسبة 31%، بينما إحياء

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

العادات والتقاليد بلغت بنسبة 13%، في حين تعزيز بر الوالدين بنسبة لا تتعدى 3% ما يوضح أن أكثر القيم المتضررة هي القيم الاجتماعية. ومنه تؤكد هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت فرصة لعدد كبير من المبحوثين بالمشاركة والتفاعل مع النشاطات الاجتماعية المطروحة عبرها.

جدول رقم (24) الفرصة التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين لتوسيع شبكة علاقاتهم مع أشخاص من داخل وخارج الوطن

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	50	82%
لا	11	18%
المجموع	61	100%

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة أجابوا بنعم بسببة 82%، في حين أجابوا بـ لا بنسبة 18% وهذا ما يدل على أن أغلبهم كونوا علاقات مع أشخاص آخرين من ولايات عديدة من داخل وخارج الوطن، وهو ما يوسع دائرة علاقاتهم الاجتماعية.

جدول رقم (25) الولايات والدول التي كون المبحوثين من خلالها صداقات

الإجابة	التكرار	النسبة %
ولايات الوطن	36	59%
الدول العربية	12	20%
الدول الأجنبية	13	21%
المجموع	61	100%

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين كونوا علاقات مع أشخاص آخرين من عدة ولايات من الوطن إذ بلغت بنسبة 59% نذكر منها: جيجل، باتنة، شلف، أم البواقي، أدرار، سطيف، قسنطينة، وهران وباقي الولايات الأخرى من الوطن وهذا ما يبين جرأة الطلبة في فتح باب للنقاش ومشاركتهم للآراء حول المواضيع التي تخص مجتمعنا الجزائري. بينما من دول أخرى من خارج

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

الوطن منها دول عربية التي بلغت نسبتها 20% نذكر منها فلسطين، الأردن، العراق، سوريا، لبنان السعودية، مصر، السودان، في حين من دول أخرى أجنبية بلغت نسبتها 21% ونذكر منها فرنسا إيطاليا، الفلبين، كندا، أمريكا وغيرها. وهذا يرجع إلى ميل الشباب للبحث عن الهجرة للدول أخرى منها العربية وحتى الأجنبية.

جدول رقم (26) القيم الاجتماعية التي تعززت لديك باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
21%	13	الاحترام
30%	18	المنفعة المتبادلة
49%	30	تعاون و التضامن والتكافل الاجتماعي
100%	61	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين تعززت لديهم قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي بنسبة 49%، تليها قيمة المنفعة المتبادلة بنسبة 30%، بينما قيمة الاحترام بنسبة 21% وهذا ما يفسر على أن المبحوثين ازدادت لديهم قيم التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي في دعم الفئات الهشة والمحتاجة بالإضافة إلى التعرض لمحتواها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم المذكورة سلفا في الجدول ومنه يمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل إيجابي على القيم الاجتماعية للطلبة مما أدى إلى تعزيزها.

2/ تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب متغيرات الدراسة

1/2_ عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل

الاجتماعي

جدول (27) مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص، ومكان الإقامة

المجموع	أكثر من ثلاثة سنوات		من سنة إلى ثلاث سنوات		اقل من سنة		المتغيرات الإيجابية			
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار				
	34%	21	26%	16	7%	4	2%	1	ذكر	النوع
	66%	40	44%	27	21%	13	0%	0	أنثى	
	100%	61	70%	43	28%	17	2%	1	المجموع	
	74%	45	51%	31	21%	13	2%	1	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
	26%	16	20%	12	7%	4	0%	0	إذاعة وتلفزيون	
	100%	61	70%	43	28%	17	2%	1	المجموع	
	51%	31	34%	21	15%	9	2%	1	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
	36%	22	26%	16	10%	6	0%	0	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
	13%	8	10%	6	3%	2	0%	0	الريف (أقل من 500 ساكن)	
	100%	61	70%	43	28%	17	2%	1	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن بالنسبة لمتغير النوع نجد نسبة 44% من فئة الإناث يستخدمونها منذ أكثر من ثلاثة سنوات، بينما نجد لها نسبة 26% لدى فئة الذكور. وهذا مايفسر أنه يوجد اختلاف بين الجنسين في مدة الاستخدام، إذ أن فئة الإناث هن الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي. وهذه النتيجة تتعارض مع النتائج التي توصل إليها الباحث أحمد محمد حمودة في دراسته حول "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني للقضايا المجتمعية حيث

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

وجد أن الذكور يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أربع سنوات فأكثر وجاءت نسبتهم 60,7% أكثر من الإناث إذ جاءت نسبتهم 47,6%¹

أما بالنسبة للتخصص نجد نسبة 51% في الاتصال والعلاقات العامة من يستخدمونها أكثر من ثلاثة سنوات، ولكن مقارنة بالإذاعة والتلفزيون كانت أقل. وهذا يوضح أنه يوجد تباين كبير في الاستخدام من حيث التخصص إلا أن متغير التخصص لا يؤثر على مدة الاستخدام. بينما هناك اختلاف بدرجة كبيرة في مكان الإقامة نجد نسبة 34% منهم من يقطنون بالمدينة يستخدمونها منذ أكثر من ثلاثة سنوات، في حين نجد منهم من يقطنون بالمراكز الحضرية والريف أقل استخداماً لها. وهذا ما يفسر أن سكان المدينة هم الأكثر استخداماً لتلك المواقع من سكان المراكز الحضرية والريف وهذا ما يبين أن أغلب الآفات والظواهر الاجتماعية نجدها منتشرة بكثرة في المدينة باعتبار سكان المدن مستعدون دائماً للتغيير وتقبل الجديد على عكس سكان الأرياف.

جدول (28) استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المتغيرات	الإجابة	اسمك الحقيقي		اسم مستعار		اسم أحد أقاربك		المجموع	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
النوع	ذكر	23%	14	7%	4	5%	3	34%	21
	أنثى	20%	12	41%	25	5%	3	66%	40
	المجموع	43%	26	48%	29	10%	6	100%	61
التخصص	اتصال وعلاقات عامة	33%	20	36%	22	5%	3	74%	45
	إذاعة وتلفزيون	10%	6	11%	7	5%	3	26%	16
	المجموع	43%	26	48%	29	10%	6	100%	61
مكان الإقامة	مدينة (فوق 20000 ساكن)	20%	12	26%	16	5%	3	51%	31
	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	15%	9	16%	10	5%	3	36%	22
	الريف (أقل من 500 ساكن)	8%	5	5%	3	0%	0	13%	8
	المجموع	43%	26	48%	29	10%	6	100%	61

¹ _ أحمد محمد حمودة ، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني للقضايا المجتمعية"، مذكرة ماجستير

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة أجابوا أنهم يستخدمون حسابهم الشخصي من خلال أسماء مستعارة بنسبة 41 % وهي تمثل أعلى بالنسبة لفئة الإناث. بينما نجدها أقل عند الذكور. هذا يرجع إلى أنهم يحاولون قدر المستطاع بأن لا يتعرف عليهم الآخرون حتى لا تكشف هويتهم وذلك لتفادي الإزعاج والمشاكل من محيطهم الاجتماعي ليتسنى لهم الإبحار بحرية في هذه المواقع، وهذه النتيجة تتوافق من نتائج التي توصلت إليها الباحثة نورمار مريم نريمان في دراستها حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية حيث وجدت أن فئة الإناث ما بين 15 و 25 سنة يستخدمون الفيس بوك عن طريق اسم مستعار خوفا من الكشف عن هويتهم الحقيقية ولتفادي المشاكل.¹

أما فيما يتعلق بتخصصهم فكان اتصال وعلاقات عامة بنسبة 36% يستخدمونها باسم مستعارة، بينما نجدها 11% أقل في الإاعة والتلفزيون، في حين نجد من طلبة اتصال يستخدمونها باسم حقيقي بنسبة 33% وهي أكبر مقارنة بالإاعة والتلفزيون، وهذا ما يشير إلى وجود اختلافات كبيرة بين التخصص في الاستخدام للأسماء المستعارة منهم ولأسماء الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي. أما بالنسبة لمكان الإقامة نسجل نسبة 26 % منهم من يقطنون بالمدينة يستخدمونها باسم مستعار ولكن نجد نسبة 20% منهم من يستخدمونها باسم حقيقي، وهي متقاربة مع من يقطنون بالمراكز الحضرية، في حين نجدها أقل بالريف. ومنه يتضح أن متغير الإقامة يؤثر من حيث استخدام الأسماء الشخصية على تلك المواقع باعتبار سكان المدن والمراكز الحضرية يتميزون بالجرأة وبالتالي لا يخافون من عرض أسمائهم الحقيقية، على عكس سكان الريف متحفظون في عرض أسمائهم الحقيقية خوفا من التطفل على معلوماتهم الشخصية والتعرض للمشاكل.

¹ _ نورمار مريم نريمان، مرجع سبق ذكره، ص 142.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (29) نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، التخصص، ومكان الإقامة

المجموع		أكثر من إجابة		الأسرة والعناية الصحية		التربية والتعليم		الدين والعادات والتقاليد		أخبار المجتمع		المتغيرات الإيجابية	
34%	21	20%	12	0%	0	2%	1	2%	1	11%	7	ذكر	النوع
66%	40	30%	18	10%	6	5%	3	8%	5	13%	8	أنثى	
100%	61	49%	30	10%	6	7%	4	10%	6	25%	15	المجموع	
74%	45	33%	20	5%	3	7%	4	8%	5	21%	13	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	16%	10	5%	3	0%	0	2%	1	3%	2	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	49%	30	10%	6	7%	4	10%	6	25%	15	المجموع	
51%	31	26%	16	3%	2	0%	0	5%	3	16%	10	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	13%	8	5%	3	5%	3	5%	3	8%	5	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	10%	6	2%	1	2%	1	0%	0	0%	0	ريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	49%	30	10%	6	7%	4	10%	6	25%	15	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن نسبة 10% من فئة الإناث يهتمون بمتابعة الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي تخص الأسرة والعناية الصحية، بينما الذكور نجدهم لا يهتمون بذات الصفحات، تليها نسبة 8% منهم يتابعن صفحات عن الدين والعادات والتقاليد، مقارنة بالذكور نجد نسبة 2% وهي أقل مقارنة بالإناث. وهذا يدل على مدى اهتمام الفتيات بالمواضيع الاجتماعية التي تطرح عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويولون أهمية كبيرة لها لأنها تشبع حاجاتهن، عكس الذكور هم أقل اهتماما بمتابعة تلك الصفحات نظرا لعدم توفر وقت كافي في تصفحها.

أما فيما يتعلق بمتغير التخصص نسجل عدة اختلافات، فنجد نسبة 21% من طلبة الاتصال والعلاقات العامة من يتابعون صفحات عن أخبار المجتمع، بينما نجدها بنسبة 3% لدى طلبة لإذاعة والتلفزيون. في حين متابعة صفحات عن الدين والعادات والتقاليد، والترفيه والتعليم بنسب متقاربة في تخصص الاتصال والعلاقات العامة، أما نسبة 2% نجدها بتخصص الإذاعة والتلفزيون. هذا يوضح أن متغير التخصص ليس له علاقة بنوع الصفحات التي يتابعونها.

أما فيما يخص متغير مكان الإقامة فنجد من سكان المدينة والمراكز الحضرية يهتمون بمتابعة بمختلف الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، مقارنة بسكان الريف هم أقل اهتماما بمتابعة تلك الصفحات، هذا مايفسر أن مكان الإقامة ليس له تأثير على نمط متابعة المبحوثون لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبار سكان المدينة والمراكز الحضرية يحاولون دائما متابعة كل ما هو جديد.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول (30) الوقت المستغرق في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل من طرف المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		لا يوجد وقت محدد		أكثر من ثلاثة ساعات		من ساعة إلى ثلاثة ساعات		أقل من ساعة		الإجابة	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
34%	21	18%	11	10%	6	3%	2	3%	2	ذكر	النوع
66%	40	39%	24	0%	0	16%	10	10%	6	أنثى	
100%	61	57%	35	10%	6	20%	12	13%	8	المجموع	
74%	45	46%	28	3%	2	11%	7	13%	8	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	11%	7	7%	4	8%	5	0%	0	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	57%	35	10%	6	20%	12	13%	8	المجموع	
51%	31	31%	19	7%	4	7%	4	7%	4	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	15%	9	3%	2	11%	7	7%	4	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	11%	7	0%	0	2%	1	0%	0	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	57%	35	10%	6	20%	12	%	8	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

من خلال الجدول أعلاه نسجل اختلافات كثيرة في الوقت الذي يستغرقه المبحوثون في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي بين الذكور والإناث حيث نسجل نسبة 39% من الإناث لا يوجد لهم وقت محدد في استخدامهن لها، أما عند فئة الذكور فكانت أقل، بينما نسبة 16% منهم يستخدمونها من ساعة إلى ثلاثة ساعات، أما الذكور فأقل من ذلك، يليها نسبة 10% من الذكور يستخدمونها أكثر من ثلاثة ساعات مقارنة بالإناث اللاتي كانت نسبتهم أقل، وهذا ما يفسر أنه يوجد تباين بدرجة كبيرة في المدة الزمنية التي يستغرقها المبحوثون في تصفح الصفحات الاجتماعية، حيث تزيد معدلات تصفحها عند الإناث لأنهن يحبون مناقشة المواضيع الاجتماعية الدسمة، أما الذكور فهم أقل تصفحاً لها لأنهم أقل اهتماماً بالمواضيع التي تعرض على هذه الصفحات مما ينعكس على المدة المستغرقة في التصفح .

أما من حيث متغير التخصص فنجد 46% من طلبة الاتصال والعلاقات العامة لا يوجد لهم وقت محدد لتصفح هذه المواقع بينما 11% فقط من طلبة تخصص الإذاعة والتلفزيون من يفعلون ذلك، وهذا يرجع إلى أن طلبة الإذاعة والتلفزيون ينقسم وقت المتابعة لديهم من ساعة إلى ثلاثة ساعات وبين لا يوجد لهم وقت محدد. إذن متغير التخصص لا يؤثر في هذه النتيجة.

وبخصوص مكان الإقامة نجد نسبة 31% من سكان المدينة لا يوجد لهم وقت محدد للتصفح بينما جاءت نسب سكان المركز الحضري والريف بنسب متقاربة، إلا أن مدة المتابعة من ساعة إلى ثلاثة ساعات جاءت بنسب متقاربة بين المدينة والمركز الحضري بالمقارنة مع الريف. ونستنتج أن القاطنين بالمدينة والمراكز الحضرية يهتمون بمتابعة المواضيع الاجتماعية المعقدة لذلك يستغرقون من الوقت أكثر من الريف، وهذا يرجع إلى ضعف تغطية لشبكة الانترنت في المناطق الريفية التي تبعد كثيراً عن المدينة وبالتالي صعوبة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول (31) شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة للمبحوثين التي يستخدمون من خلالها الصفحات ذات الطابع الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		أخرى تذكر (الواتساب)		الانستغرام		اليوتيوب		التويتر		الفيس بوك		الإجابة	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
34%	21	0%	0	8%	5	10%	6	0%	0	16%	10	ذكر	النوع
66%	40	3%	2	13%	8	8%	5	2%	1	39%	24	أنثى	
100%	61	3%	2	21%	13	18%	11	2%	1	56%	34	المجموع	
74%	45	3%	2	11%	7	13%	8	2%	1	44%	27	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	0%	0	10%	6	5%	3	0%	0	11%	7	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	3%	2	21%	13	18%	11	2%	1	56%	34	المجموع	
51%	31	0%	0	18%	11	11%	7	0%	0	21%	13	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	3%	2	0%	0	7%	4	2%	1	25%	15	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	0%	0	3%	2	0%	0	0%	0	10%	6	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	3%	2	21%	13	18%	11	%	1	56%	34	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

توضح نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 39% من فئة الإناث يفضلن استخدام الفيس بوك في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، في حين نجدها أقل عند الذكور، تليها نسبة 13% ممنهن من يستخدمن الانستغرام، أما بنسبة 3% ممنهن من يستخدمن المواقع الأخرى كالواتساب، مقارنة بالذكور. ويفسر ذلك أن الإناث يفضلن كل شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، لكن الذكور يفضلون الفيس بوك، اليوتيوب، الانستغرام فقط وبنسب متفاوتة، إلا أن النوعيين يتفقان على تفضيل شبكة الفيس بوك أكثر، وهذا يرجع إلى ميل الإناث إلى التنوع في البحث عن الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، في حين يكتفي الذكور بالفيس بوك كمصدر تفضيل.

وباختبار متغير التخصص نجد أن نسبة 44% من طلبة الاتصال والعلاقات العامة يفضلون استخدام موقع الفيس بوك، بينما نسبة 11% عند طلبة الإذاعة والتلفزيون. ، وهذا يفسر أن طلبة الاتصال والعلاقات العامة يفضلون متابعة كل الشبكات والتطبيقات، بينما طلبة الإذاعة والتلفزيون يميلون إلى الصيغة السمعية البصرية لأنها قريبة من تخصصهم لذلك يفضلون استخدام الفيس بوك واليوتيوب. بالتالي توضح النتائج أن متغير التخصص يؤثر على تفضيل استخدام موقع عن آخر.

وكان لمتغير مكان الإقامة تأثير على نسبة 25% ممن يقطنون بالمدينة في تفضيل استخدام الفيس بوك، وهي متقاربة مع من يقطنون بالمراكز الحضرية ومختلفة مع من يقطنون بالريف. ويرجع هذا إلى أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفيس بوك مهما اختلف مكان الإقامة إذ لا يشترط على المستخدم أن يكون مرتبط بشبكة الأنترنت، وهذا لا يصلح مع كل شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، إذ يمكن استخدامه مجاناً من خلال بعض شرائح للهاتف النقال في أي مكان ومنه نستنتج أنه كلما كان المستخدم يقطن بالمدينة كلما فضل كل الشبكات والتطبيقات في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، وكلما كان في مركز حضري أو الريف كلما قل استخدامه لها.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول (32) سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

النسبة %	التكرار	التواصل مع الأصدقاء		ملا وقت الفراغ		اكتساب مهارات جديدة		متابعة الأحداث الجارية		التسلية والترفيه		تكوين صداقات		التعرف على ثقافات جديدة		الإجابة	المتغيرات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	5%	3	3%	2	5%	3	5%	3	5%	3	3%	2	8%	5	ذكر	النوع
66%	40	5%	3	8%	5	3%	2	21%	13	7%	4	2%	1	20%	12	أنثى	
100%	61	10%	6	11%	7	8%	5	26%	16	11%	7	5%	3	28%	17	المجموع	
74%	45	7%	4	8%	5	3%	2	20%	12	11%	7	2%	1	23%	14	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	3%	2	3%	2	5%	3	7%	4	0%	0	3%	2	5%	3	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	10%	6	11%	7	8%	5	26%	16	11%	7	5%	3	28%	17	المجموع	
51%	31	8%	5	5%	3	3%	2	11%	7	7%	4	3%	2	13%	8	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	2%	1	3%	2	3%	2	10%	6	5%	3	2%	1	11%	7	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	0%	0	3%	2	2%	1	5%	3	0%	0	0%	0	3%	2	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	10%	6	11%	7	8%	5	26%	16	11%	7	5%	3	28%	17	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بسبب التعرف على ثقافات جديدة ومتابعة الأحداث الجارية بنسب متقاربة، بينما عند الذكور المتابعة بسبب التسلية والترفيه ومتابعة الأحداث الجارية، ولاكتساب مهارات جديدة وللتواصل مع الأصدقاء تتساوى الأسباب وهذا يفسر على أن الإناث يركزن على متابعة الأحداث الجارية والتعرف على الثقافات الجديدة لأنهن يجدونها مادة دسمة للحوار، بينما الذكور يحبون التتبع. وهذا ما يتأكد مع نظرية الاستخدام والاشباع في فرضها القائل بأن "التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال باختيارهم ووفقاً لأولوياتهم".¹

أما فيما يتعلق بمتغير التخصص نجد أن طلبة الاتصال والعلاقات العامة يستخدمون تلك المواقع بسبب التعرف على ثقافات جديدة ومتابعة الأحداث الجارية بنسب متقاربة، بينما طلبة الإذاعة والتلفزيون يحبون متابعة الأحداث الجارية واكتساب مهارات جديدة بنسب متساوية، في حين يشترك التخصصين في بقية الأسباب، وهذا يفسر على أن طلبة الإذاعة والتلفزيون يبحثون على اكتساب مهارات جديدة في تقنيات الصوت والصورة التي تتيحها هذه المواقع.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة 13 % منهم من سكان المدينة يستخدمونها لتعرف على ثقافات جديدة، في حين نجدها بنسبة 3 % عند سكان الريف. وهذا يوضح على وجود تقارب بين من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية في أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ ما قارنهم بالريف، ومنه يمكن القول أن كلما زاد عدد سكان المدينة والمركز الحضري زادت أسباب التفضيل، وكلما قل عدد السكان قلت، هذا لأن المناطق القليلة السكان أكثر حذراً وتحفظاً من باقي الأماكن الأخرى (المدينة، مركز حضري)

¹ _ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سبق ذكره، ص6.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

2/2_ التأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين

جدول رقم (33) نوع المعارف والمعلومات الاجتماعية التي كونها المبحوثين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير نوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع	الآفات والظواهر الاجتماعية		الصحة والتغذية		الثقافة واللغة والهوية		المدرسة والتربية		العائلة والطفولة		العمران وأسلوب المعيشة		العالم الريفي والهجرة		المواطنة والحركة الجموعية		التاريخ والذاكرة والتراث		الإجابة	المتغيرات
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	3%	2	3%	2	7%	4	2%	1	0%	0	7%	4	2%	1	5%	3	7%	4	ذكر
66%	40	7%	4	7%	4	23%	14	3%	2	5%	3	3%	2	0%	0	10%	6	8%	5	أنثى
100%	61	10%	6	10%	6	30%	18	5%	3	5%	3	10%	6	2%	1	15%	9	15%	9	المجموع
74%	45	7%	4	7%	4	21%	13	3%	2	3%	2	7%	4	2%	1	11%	7	13%	8	اتصال وعلاقات عامة
26%	16	3%	2	3%	2	8%	5	2%	1	2%	1	3%	2	0%	0	3%	2	2%	1	إذاعة وتلفزيون
100%	61	10%	6	10%	6	30%	18	5%	3	5%	3	10%	6	2%	1	15%	9	15%	9	المجموع
51%	31	8%	5	2%	1	10%	6	3%	2	2%	1	8%	5	0%	0	10%	6	8%	5	مدينة (فوق 20000 ساكن)
36%	22	0%	0	8%	5	13%	8	2%	1	2%	1	2%	1	2%	1	5%	3	3%	2	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)
13%	8	2%	1	0%	0	7%	4	0%	0	2%	1	0%	0	0%	0	0%	0	3%	2	الريف (أقل من 500 ساكن)
100%	61	10%	6	10%	6	30%	18	5%	3	5%	3	10%	6	2%	1	15%	9	15%	9	المجموع

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 23 % منهم من فئة الإناث كونامعارف عن الثقافة واللغة والهوية، ولكن نجدها بنسبة 7 % لدى الذكور، بينما جاءت المعارف الأخرى كالتاريخ والذاكرة والتراث، المدرسة والتربية، العمران وأسلوب المعيشة، المواطنة والحركة الجموعية، الصحة والتغذية بنسب متقاربة نوعا ما بين فئتي الذكور والإناث باستثناء العائلة والطفولة بلغت نسبتها لدى الإناث 5% أما لدى الذكور لم يكونوا أي معارف عنها. تشير النتائج على أن أغلب إجابات المبحوثين متقاربة، وهذا يدل على أن الإناث هن اللاتي كون معارف اجتماعية أكثر من الذكور، وذلك نظرا لفضول الفتيات واهتمامهن بكل ما يخص المواضيع الاجتماعية ويواكبن دائما كل ما هو جديد.

أما بالنسبة للتخصص إذ نسجل نسبة 21% منهم من طلبة الأصال والعلاقات العامة كونوا معارف ومعلومات عن الثقافة واللغة والهوية، إذ ما قارناها بالإذاعة والتلفزيون نجدها بنسبة 8 % فقط كما نسجل اختلافا آخر بين التخصصين في معارف عن التاريخ والتراث والذاكرة بنسبة بلغت 13% منهم من الأصال والعلاقات العامة، ولكن نجدها بنسبة 2% لدى طلبة إذاعة وتلفزيون بينما نسبة 11% منهم من الاتصال كونوا معارف عن المواطنة والحركة الجموعية، أما بالإذاعة وتلفزيون نجدها أقل. تشير نتائج الجدول أعلاه أنه لا يوجد اختلافات كبيرة جدا بين التخصصيين. وهذا يوضح أن متغير التخصص لا يؤثر على نوع المعلومات التي يكونها الطلبة من مواقع التواصل الاجتماعي.

ولكن من حيث مكان الإقامة نجد منهم من يقطنون بالمدينة ومركز حضري والريف كونوا معارف عن الثقافة واللغة والهوية، إذ جاءت بنسب متقاربة بينهم، في حين نجد اختلاف بين سكان المدينة والريف في معظم إجاباتهم. وهذا يرجع على أن الريف أقل اهتماما لتكوين كل تلك المعارف والمعلومات الاجتماعية التي تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (34) المعارف الاجتماعية التي غيرت مواقع التواصل الاجتماعي تفكير المبحوثين حولها حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المتغيرات	الإجابة	التاريخ والذاكرة والتراث	المواطنة والحركة الجموعية		العالم الريفي والهجرة		العمران وأسلوب المعيشة		العائلة والطفولة		المدرسة والتربية		الثقافة واللغة والهوية		الصحة والتغذية		الأفات والظواهر الاجتماعية		لم تغير		المجموع		
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار			
النوع	ذكر	4	7%	1	2%	1	2%	4	7%	0	0%	1	2%	6	10%	3	5%	0	0%	1	2%	21	34%
	أنثى	1	8%	0	0%	2	3%	0	0%	5	8%	0	0%	13	21%	5	8%	5	8%	9	15%	40	66%
	المجموع	5	15%	1	2%	3	5%	4	7%	5	8%	1	2%	19	31%	8	13%	5	8%	10	16%	61	100%
التخصص	اتصال وعلاقات عامة	3	5%	0	0%	0	0%	1	2%	3	5%	1	2%	15	25%	6	10%	4	7%	9	15%	45	74%
	إذاعة وتلفزيون	2	3%	1	2%	0	0%	3	5%	2	3%	0	0%	4	7%	2	3%	1	2%	1	2%	16	26%
	المجموع	5	8%	1	2%	3	5%	4	7%	5	8%	1	2%	19	31%	8	13%	5	8%	10	16%	61	100%
مكان الإقامة	مدينة (فوق 20000 ساكن)	3	5%	0	0%	0	0%	4	7%	1	2%	0	0%	9	15%	3	5%	4	7%	4	7%	31	51%
	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	2	3%	1	2%	8	13%	4	7%	0	0%	5	8%	22	36%
	الريف (أقل من 500 ساكن)	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%	0	0%	2	3%	1	2%	1	2%	1	2%	8	13%
	المجموع	5	8%	1	2%	1	2%	4	7%	5	8%	1	2%	19	31%	8	13%	5	8%	10	16%	61	100%

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 21% منهم من الإناث تغيرت معارفهن عن الثقافة واللغة والهوية، ولكن نجدها لنسبة 10% عند فئة الذكور، في حين نجد من بين إجابتهن أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تغير شيئاً من معارفهن بنسبة 15% بالمقارنة مع الذكور نجدها 2% وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع الإناث، بينما إجابتهن بأنها غيرت تفكيرهن عن التاريخ والذاكرة والتراث، العائلة والطفولة الصحة والتغذية، الآفات الاجتماعية جاءت بنسب متساوية عندهن، ولكنها مختلفة مع الذكور. وهذا يشير على أن كل من الإناث والذكور تغير تفكيرهم ومفهومهم حول بعض من تلك المعارف الاجتماعية وحلت في مكانها معارف جديدة، والتي يمكن أن لا تكون كلها صحيحة وبالتالي تؤدي إلى التأثير على معارفهم ومعلوماتهم القبلية الصحيحة.

أما من حيث التخصص رغم الاختلافات الموجودة بين إجابات الطلبة في تخصصي الاتصال والعلاقات العامة والإذاعة والتلفزيون، إلا أن متغير التخصص لا يؤثر في نوع المعارف التي يكونها الباحثين من تلك المواقع.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة (15%) منهم من يقطنون بالمدينة تغيرت معارفهم عن الثقافة واللغة والهوية، وهي تتقارب مع إجابات من يقطنون بالمراكز الحضرية، ولكن مقارنة مع الريف نجدها أقل. نلاحظ من خلال نتائج الجدول وجود تذبذب في نسب استجابات الباحثين بين المدينة ومركز حضري والريف إذ نسجل وجود اختلافات أحياناً، وأحياناً أخرى نجدها متقاربة أو متساوية، إلا أنه نجد نسب الأكبر في من تغيرت معارفهم الاجتماعية الذين يقطنون بالمدينة وللمراكز الحضرية وهذا يدل على أنهم الأكثر تأثراً بمواقع التواصل الاجتماعي من الريف، ويرجع ذلك إلى كثرة استخدامها لأنهم يميلون دائماً إلى أن يكونوا على إطلاع عن التغيرات والتطورات التي تحصل في المجتمع.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (35) تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		تسبب المشاكل النفسية		التقليل من ساعات النوم		الإدمان على بعض الصفحات		زيادة وقت الضائع		تدهور حالتي الصحية		الإجابة	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
34%	21	7%	4	10%	6	5%	3	10%	6	3%	2	ذكر	النوع
66%	40	5%	3	30%	18	8%	5	23%	14	0%	0	أنثى	
100%	61	11%	7	39%	24	13%	8	33%	20	3%	2	المجموع	
74%	45	5%	3	31%	19	10%	6	25%	15	3%	2	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	7%	4	8%	5	3%	2	8%	5	0%	0	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	11%	7	39%	24	13%	8	33%	20	3%	2	المجموع	
51%	31	7%	4	13%	8	10%	6	18%	11	3%	2	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	3%	2	18%	11	3%	2	11%	7	0%	0	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	2%	1	8%	5	0%	0	3%	2	0%	0	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	11%	7	39%	24	13%	8	33%	20	3%	2	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 30% من فئة الإناث أثرت عليهن مواقع التواصل الاجتماعي إذ جعلتهم يقللون من ساعات النوم، تليها بنسبة 23% منهن من كانت إجابتهن بزيادة وقتي الضائع، بينما نجدهما عند الذكور متساويين، في حين الإدمان على بعض الصفحات، وتسبب المشاكل النفسية نجدها متقاربة بين النوعيين. إلا أن نسبة 3% منهم من الذكور تدهورت حالتهم الصحية باستخدام تلك المواقع، أما عند الإناث لم تكن كذلك أي ليس لها تأثير على حالتهم الصحية، هذا ما يفسر أن أكثر فئة أثرت عليها مواقع التواصل الاجتماعي هم الإناث من خلال إهمال بعض الجوانب المهمة من الحياة والانشغال بهذه المواقع ما نتج عنه أضرار كثيرة عليهن ذلك لأنهن لديهن وقت فراغ كبير ولهذا يستخدمونها بكثرة مما ترك أثرا عليهن خصوصا على نومهم وجعلتهن يضيعون وقتهم فيها إذا ما قارنا ذلك بالذكور كان تأثيرها أقل.

أما فيما يخص متغير التخصص نجد 31% منهم من الاتصال وعلاقات عامة أجابوا التقليل من ساعات النوم، تليها بنسبة 25% زيادة وقتي الضائع، بينما نجدهما بنسب متساوية بلغت 8% لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون، هذا يدل على مدى إدمان الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثرهم بها مهما اختلفت تخصصاتهم.

أما من حيث متغير مكان الإقامة نسجل نسبة 18% منهم من يقطنون بالمدينة أجابوا بزيادة وقتي الضائع مقارنة مع من يقطنون بالمراكز الحضرية والريف، بينما بنسبة 18% منهم من يقطنون بالمراكز الحضرية أجابوا التقليل من ساعات النوم، بالمقارنة مع من يقطنون بالمدينة والريف. هذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين الذين يقطنون في المدينة تمر اكز الحضري هم الأكثر إدمانا وتأثرا بمواقع التواصل الاجتماعي عن غيرهم من الذين يقطنون بالريف.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (36) علاقة المبحوثين بمحيطهم الاجتماعي منذ بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		ضعف العلاقات الاجتماعية		ضعف العلاقات الأسرية		العزلة والانطواء		الإجابة	المتغيرات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	16%	10	13%	8	5%	3	ذكر	النوع
66%	40	36%	22	15%	9	15%	9	أنثى	
100%	61	52%	32	28%	17	20%	12	المجموع	
74%	45	39%	24	16%	10	18%	11	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	13%	8	11%	7	2%	1	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	52%	32	28%	17	20%	12	المجموع	
51%	31	26%	16	13%	8	11%	7	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	18%	11	11%	7	7%	4	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	8%	5	3%	2	2%	1	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	52%	32	28%	17	20%	12	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 36% من فئة الإناث أصبحت تمتاز علاقاتهن بمحيطهن الاجتماعي بضعف العلاقات الاجتماعية منذ استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما نسبة 16% لدى الذكور، بينما ضعف العلاقات الأسرية كانت بنسب متقاربة بين النوعيين، إلا أن نجد لنسبة 15% من الإناث تميزت علاقاتهن بالعزلة والانطواء. هذا يدل على مدى اندماج فئة الإناث بالعالم الافتراضي الذي تتيحه لهن مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى قلة التفاعل داخل أسرتهن وتراجع في علاقاتهن الاجتماعية، وبالتالي زيادة العزلة عن محيطهن الاجتماعي، بينما الذكور نجد أن علاقاتهم الاجتماعية لم تتأثر بدرجة كبيرة مقارنة بالإناث.

في حين متغير التخصص فإننا نسجل نسبة 39% منهم من الاتصال والعلاقات العامة أجابوا بضعف العلاقات الاجتماعية، في حين كانت لنسبة 13% لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون، بينما نجد فرق كبير بين كلا التخصصين في أنها أدت إلى العزلة والانطواء إذ نسجل نسبة 18% لصالح الاتصال والعلاقات العامة، إذ ما قارناها بتخصص الإذاعة والتلفزيون والتي بلغت بنسبة 2%، إلا أن ضعف العلاقات الأسرية كانت بنسبة متقاربة نوعا ما بين التخصصين. هذا ما يفسر أن متغير التخصص لا يؤثر على العلاقات الأسرية والاجتماعية للطلبة باستخدامهم لتلك المواقع.

أما ما يخص متغير مكان الإقامة نجد نسبة 26% منهم من يقطنون بالمدينة من أجابوا أن علاقاتهم بمحيطهم الاجتماعي تميزت بضعف علاقاتهم الاجتماعية، بينما نسبة 18% من سكان مركز حضري من ضعفت علاقاتهم الاجتماعية، إلا أنها جاءت لنسبة 8% بالريف، بينما ضعف العلاقات الأسرية جاءت بنسبة متقاربة بين سكان المدينة والمركز الحضري، ولكن بالريف أقل بينما العزلة والانطواء تختلف نسبتها بين المدينة والريف. هذا ما يؤكد على أن سكان المدينة ومركز حضري هم الأكثر تعرضا لفشل علاقاتهم الاجتماعية والأسرية واستبدالها بالعلاقات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تخلق لهم العزلة والانطواء. ويعزي كذلك على أن الريف أقل تأثرا بمواقع التواصل الاجتماعي باعتباره لا يزال محافظا على حرارة وحميمية تلك العلاقات الطيبة.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (37) الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		يقلل من زيارتك لأقاربك		يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أصدقائك المقربين		يقلل من الوقت الذي تقضيه مع زملائك في الدراسة		يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أسرته		المتغيرات الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	18%	11	7%	4	2%	1	8%	5	ذكر	
66%	40	21%	13	7%	4	10%	6	28%	17	أنثى	
100%	61	39%	24	13%	8	11%	7	36%	22	المجموع	
74%	45	25%	15	10%	6	8%	5	31%	19	اتصال وعلاقات عامة	
26%	16	15%	9	3%	2	3%	2	5%	3	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	39%	24	13%	8	11%	7	36%	22	المجموع	
51%	31	18%	11	3%	2	8%	5	21%	13	مدينة (فوق 20000 ساكن)	
36%	22	16%	10	8%	5	2%	1	10%	6	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	5%	3	2%	1	2%	1	5%	3	ريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	39%	24	13%	8	11%	7	36%	22	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 28% من فئة الإناث اللاتي أجبنا بأن الوقت الذي يقضيه في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهن، أما لنسبة 8% نجدها لدى الذكور، بينما يقلل من زيارتهن لأقاربهن بنسبة 21% مقارنة بالذكور بلغت بنسبة 18%، في حين يقلل من الوقت الذي يقضيه مع زملائهن في الدراسة بنسبة 10%، أما لنسبة 2% نجدها عند الذكور، إلا أن جاءت بنسب متساوية في التقليل من الوقت الذي يقضوه مع أصدقائهم المقربين. هذا يفسر أن فئة الإناث هن اللاتي يستغرقن وقتاً أطول في الدردشة على مواقع التواصل الاجتماعي على عكس فئة الذكور، نظراً لتوفر وقت فراغ كاف لديهن لاستغلاله في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وهذا مؤشر على مدى تأثير استخدام تلك المواقع على علاقاتهن الاجتماعية والأسرية وهذا ما تؤكدته نتائج الجدول السابق.

بينما متغير التخصص نجد نسبة 31% منهم من الاتصال والعلاقات العامة أجابوا بأن الوقت الذي يقضوه في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضوه مع أسرهم، بينما نجدها أقل مقارنة بتخصص الإذاعة والتلفزيون، تليها نسبة 25% يقلل من زيارتهم لأقاربهم لصالح تخصص الاتصال، مقارنة بالإذاعة والتلفزيون، وهذا ما يوضح وجود اختلافات كبيرة في إجابات الباحثين في كلا التخصصين إلا أن متغير التخصص ليس له علاقة الذي يستغرقه الباحثين على تلك المواقع.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة 21% منهم من يقطنون بالمدينة أجابوا أن الوقت الذي يقضوه في الدردشة على مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضوه مع أسرهم بينما منهم من يقطنون مركز حضري والريف جاءت بنسبة متقاربة، في حين يقلل من زيارتهم لأقاربهم بنسبة متقاربة بين المدينة مركز حضري إذ تعزى نسبة 18% لصالح المدينة، بينما نجدها لنسبة 5% بالريف، إلا أن نسبة 8% منهم من سكان المراكز الحضرية يقلل من الوقت الذي يقضوه مع أصدقائهم المقربين، في حين جاءت بنسب متساوية بين من يسكنون بالمدينة والريف.

نستنتج أن سكان المن والمراكز الحضرية هم الأكثر تأثراً بتلك المواقع إذ جعلتهم يقللون من الوقت الذي يقضوه مع أسرهم، وحتى في زيارتهم لأقاربهم، وهذا يرجع إلى انشغالهم بمتابعة كل ما هو جديد على هذه المواقع حتى لا يفوتهم شئ مقارنة بالريف.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (38) العادات الجديدة التي اكتسبها المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		الرجبة في تحقيق الشهرة		عرض الخصوصيات الشخصية		نشر الإشاعات		المقارنة الدائمة مع الآخرين		الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين		المتغيرات الإيجابية	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	3%	2	11%	7	3%	2	3%	2	13%	8	ذكر	النوع
66%	40	11%	7	18%	11	8%	5	15%	9	13%	8	أنثى	
100%	61	15%	9	30%	18	11%	7	18%	11	26%	16	المجموع	
74%	45	11%	7	20%	12	10%	6	13%	8	20%	12	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	3%	2	10%	6	2%	1	5%	3	7%	4	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	15%	9	30%	18	11%	7	18%	11	26%	16	المجموع	
51%	31	8%	5	18%	11	2%	1	7%	4	16%	10	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	7%	4	3%	2	8%	5	8%	5	10%	6	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	0%	0	7%	4	2%	1	3%	2	2%	1	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	15%	9	28%	17	11%	7	18%	11	28%	17	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 18% من فئة الإناث اكتسبن سلوك عرض الخصوصيات الشخصية، أما نسبة 11% نجدها عند الذكور، تليها نسبة 15% منهن من اكتسبن سلوك المقارنة الدائمة مع الآخرين، أما لدى الذكور بلغت بنسبة 3%، ونجد نسبة 11% منهن اكتسبن الرغبة في تحقيق الشهرة، أما لدى الذكور جاءت نشر الإشاعات، والرغبة في تحقيق الشهرة بنسب متساوية بلغت 3% إذ ما قرناها عند الذكور. ويمكن تفسير ذلك بأن الإناث هن اللاتي ازدادت لديهن الجرأة في عرض خصوصياتهم الشخصية على عكس ما كانوا عليه في السابق، واهتمامهن بأن يكونن محط إعجاب للآخرين مما جعلهن يبحن عن الجديد من خلال تقليد الممثلات أو عارضات الأزياء حيث أصبحن يقارن أنفسهن بالآخرين ويهتمون بحياتهم الخاصة من خلال متابعة كل أخبارهم، أما عند الذكور نجدهم أقل تأثراً منهن.

فيما يتعلق بمتغير التخصص نجد أغلب إجابات المبحوثين من طلبة الأصال والعلاقات العامة كانت إجاباتهم مقاربة جداً كما هو موضح في الجدول، وذات الشيء نجده بتخصص الإذاعة والتلفزيون، هذا ما يدل على أن التخصص ليس له علاقة بالعادات الجديدة المكتسبة من مواقع التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة (18%) منهم من يقطنون بالمدينة أجابوا بعرض الخصوصيات الشخصية، بينما نجدها نسبة 7% لدى من يقطنون بالريف، في حين نسبة 3% نجدها عند الذين يقطنون ببلد أكر الحضرية، بينما الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين والمقارنة الدائمة مع الآخرين، نشر الإشاعات جاءت بنسب مقاربة بين المدينة ومركز حضري ولكن نجدها أقل بالريف. تفسر نتائج بأن أكثر السلوكيات السلبية نجدها منتشرة بين سكان المدينة ومركز حضري أكثر من سكان الريف، وذلك باعتبارهما يتقبلون كل ما هو جديد في العالم الافتراضي ويتقبلون التغيير. ومنه يمكن القول أن متغير الإقامة يؤثر في هذه النتيجة.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (39) السلوكيات التي انتشرت بكثرة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		التطفل على الآخرين		الدخول في علاقات غير شرعية		التعدي على خصوصيات المجتمع		ضعف الوازع الديني		شروع الجريمة		التقليد للحياة الغربية		الانحراف الأخلاقي		المتغيرات الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	5%	3	3%	2	7%	4	0%	0	3%	2	8%	5	8%	5	ذكر	
66%	40	3%	2	10%	6	2%	1	5%	3	7%	4	25%	15	15%	9	أنثى	
100%	61	8%	5	13%	8	8%	5	5%	3	10%	6	33%	20	23%	14	المجموع	
74%	45	3%	2	11%	7	3%	2	5%	3	8%	5	25%	15	18%	11	اتصال وعلاقات عامة	
26%	16	5%	3	2%	1	5%	3	0%	0	2%	1	8%	5	5%	3	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	8%	5	13%	8	8%	5	5%	3	10%	6	33%	20	23%	14	المجموع	
51%	31	8%	5	5%	3	7%	4	2%	1	5%	3	16%	10	8%	5	مدينة (فوق 20000 ساكن)	
36%	22	0%	0	7%	4	0%	0	3%	2	3%	2	13%	8	10%	6	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	0%	0	2%	1	2%	1	0%	0	2%	1	3%	2	5%	3	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	8%	5	13%	8	8%	5	5%	3	10%	6	33%	20	23%	14	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه بأن نسبة 25% من الإناث يرون حسب رأيهن بأن هناك انتشار كبير لتقليد الحياة الغربية بالمجتمع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجدها بنسبة 8% عند الذكور بينما منهن بنسبة 15% كانت إجابتهن بالانحراف الأخلاقي، إلا أن نسبة 8% نجدها لدى الذكور، لكن نسبة 10% الدخول في علاقات غير شرعية نجدها لدى الإناث، في حين بلغت نسبتها 3% نجدها الذكور. إلا أن باقي السلوكيات لا تختلف كثيرا بين الذكور والإناث، باستثناء التعدي على خصوصيات المجتمع نجدها لنسبة 7% عند الذكور وهي أكثر مقارنة بالإناث التي بلغت نسبتها 2% لديهن. وهذا يشير إلى أن كلا النوعين من الذكور والإناث يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت في نشر السلوكيات السلبية نظرا للممارسات غير الأخلاقية وغير المسؤولة التي يمارسها بعض الأشخاص عبر تلك المواقع، الأمر الذي ساهم في تفشي العديد من الآفات والمظاهر الاجتماعية في المجتمع.

لكن لمتغير التخصص نجد اختلافات كثيرة في إجابات الطلبة بين التخصصين بحيث نسجل التقليد الحياة الغربية بنسبة 25%، مقارنة بإجابات طلبة الإذاعة والتلفزيون. توضح النتائج على أن لمتغير التخصص لا يؤثر في توجه رأي المبحوثين حول مختلف تلك السلوكيات السيئة التي باتت أن تغطي على مجتمعنا.

أما متغير مكان الإقامة نجد نسبة 16% منهم من يقطنون بالمدينة أجابوا بالتقليد للحياة الغربية، وهي متقاربة مع مركز حضري، ولكن نجدها أقل بالريف، في حين نجد الانحراف الأخلاقي وشيوع الجريمة، الدخول في علاقات غير شرعية متقاربة نوعا بين المدينة ومركز حضري والريف ولكن نجد نسبة 8% منهم من سكان المدينة أجابوا بالتطفل على حياة الآخرين، تليها نسبة 7% منهم من يقطنون بالمدينة يرون زيادة انتشار التعدي على الخصوصيات الشخصية، أما نسبة 2% كانت بالريف، ولكن ضعف الوازع الديني جاء بنسب متقاربة بين سكان المدينة والمراكز الحضرية.

تبين نتائج الجدول أن متغير مكان الإقامة له علاقة مباشرة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك ما يوضح بأن أغلب المشاكل الاجتماعية التي تهدد المجتمع كالانحراف الأخلاقي والتعدي على الخصوصيات الشخصية نجدها منتشرة بكثرة في المدن والمراكز الحضرية مقارنة بالريف الذي تقل فيه مثل هذه السلوكيات.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (40) القيم الاجتماعية التي يراها الباحثون في تراجع باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المتغيرات	الإجابة	التسامح		صلة الرحم		التكافل الاجتماعي		الصدافة		احترام الآخرين		المجموع	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
النوع	ذكر	3%	2	21%	13	5%	3	2%	1	3%	2	34%	21
	أنثى	2%	1	34%	21	8%	5	10%	6	11%	7	66%	40
	المجموع	5%	3	56%	34	13%	8	11%	7	15%	9	100%	61
التخصص	اتصال وعلاقات عامة	3%	2	41%	25	8%	5	8%	5	13%	8	74%	45
	إذاعة وتلفزيون	2%	1	15%	9	5%	3	3%	2	2%	1	26%	16
	المجموع	5%	3	56%	34	13%	8	11%	7	15%	9	100%	61
مكان الإقامة	مدينة (فوق 20000 ساكن)	3%	2	31%	19	3%	2	10%	6	3%	2	51%	31
	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	2%	1	20%	12	7%	4	2%	1	7%	4	36%	22
	الريف (أقل من 500 ساكن)	0%	0	5%	3	3%	2	0%	0	5%	3	13%	8
	المجموع	5%	3	56%	34	13%	8	11%	7	15%	9	100%	61

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه بأن نسبة 34% من الإناث يرون أكثر قيمة تراجعت قيمة صلة الرحم إلا أنها نجدها نسبة 21% لدى الذكور، في حين منهن من يرون تراجع قيمتي احترام الآخرين بنسبة 11% أما لنسبة 3% عند الذكور، تليها نسبة 10% منهم من يرون تراجع قيمة الصداقة، بينما نجدها نسبة 2% عند الذكور، في حين التكافل الاجتماعي، والتسامح جاءت بنسب متقاربة بين الذكور والإناث، تشير النتائج إلى أن عدد الإجابات بين فئتي الذكور والإناث كانت مختلفة إلا أنهم يرون أغلبهم بإجماع أن أكثر قيمة تراجعت هي صلة الرحم إذ أصبح الكثير من الشباب يفضلون ربط علاقات افتراضية مع أشخاص لا يعرفونهم بدلا من المحافظة على علاقاتهم الاجتماعية على أرض الواقع ما برز عنه شبه قطع لصلة الرحم وذلك نتيجة الانشغال بتلك المواقع إذ أصبح الكثير يختصر التهنئة في المناسبات برسالة عبر المواقع الأمر الذي أثر على مظاهر التراحم بين الأقارب.

من حيث متغير التخصص وجدنا أنه ليس له علاقة بتراجع القيم الاجتماعية للطلبة.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة 31% منهم من يقطنون بالمدينة من أجابوا بتراجع قيمة صلة الرحم، وهي تتقارب مع من يسكنون بمركز حضري، أما نسبة 5% نجدها بالريف، في حين نجد نسبة 10% منهم من سكان المدينة يرون تراجع قيمة الصداقة، بينما نسبة 2% منهم من سكان المراكز الحضرية يرون ذلك، أما منهم من يقطنون بالريف يرونها لم تتراجع قيمة الصداقة. تشير النتائج على أن متغير مكان الإقامة له علاقة بتراجع مجموعة من القيم الاجتماعية إذ نجد المدينة ومركز حضري الأكثر تأثرا بمواقع التواصل الاجتماعي مما أدى إلى تراجع للقيم كصلة الرحم والصداقة نتيجة الانشغال بمجريات الحياة مقارنة بالريف لا يزال محافظ على القيم الاجتماعية الأصيلة كالتسامح والصداقة، وصلة الرحم، ونظرا لقلّة السكان به لذلك يعملون دائما على توطيد علاقاتهم الاجتماعية من خلال تبادل الزيارات والتضامن مع المحتاجين، والاحترام المتبادل بينهم من خلال التطبيق الفعلي لها على أرض الواقع وليس باختصارها عبر المواقع.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

3/2_ الآثار الإيجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين

جدول رقم (41) القيم الاجتماعية التي ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين على فهمها واستيعابها بشكل أفضل حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		احترام الكبير والصغير		التسامح		الصدقة		الترايط الأسري		العمل الجماعي		التضامن		الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
34%	21	2%	1	5%	3	2%	1	13%	8	7%	4	7%	4	ذكر	النوع
66%	40	0%	0	2%	1	15%	9	13%	8	23%	14	13%	8	أنثى	
100%	61	2%	1	7%	4	16%	10	26%	16	30%	18	20%	12	المجموع	
174%	45	0%	0	3%	2	11%	7	20%	12	23%	14	16%	10	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	2%	1	3%	2	5%	3	7%	4	13%	4	3%	2	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	2%	1	7%	4	16%	10	26%	16	36%	18	20%	12	المجموع	
51%	31	0%	0	5%	3	5%	3	10%	6	20%	12	11%	7	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	0%	0	2%	1	8%	5	13%	8	5%	3	8%	5	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	2%	1	0%	0	3%	2	3%	2	5%	3	0%	0	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	2%	1	7%	4	16%	10	26%	16	30%	18	20%	12	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

توضح نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 23% من فئة الإناث ساعدتهن مواقع التواصل الاجتماعي على فهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي، بينما لنسبة 7% نجدها عند الذكور، في حين إجابتهن بقيمة الصداقة بلغت بنسبة 15%، أما نسبة 2% عند الذكور وهي ضعيفة جدا مقارنة بالإناث، تليها نسبة 13% منهن ساعدتهن في فهم قيمة التضامن، ولكن لنسبة 7% لدى الذكور، إلا أن قيمة احترام الكبير لنسبة 2% نجدها لدى الذكور مقارنة بالإناث، في حين نجد قيمة التسامح تتقارب بين النوعيين الذكور والإناث. تشير النتائج على وجود عدة اختلافات في إجابات الذكور والإناث، ولكن يشتركان في فهمهم واستيعابهم لقيمة الترابط الأسري، إلا أننا نجد أن الإناث هن الأكثر اهتماما وفهما واستيعابا للقيم الاجتماعية، وهذا يرجع إلى مستوى وعيهم بأهمية تلك القيم في حياتهم الاجتماعية.

فيما يتعلق بالتخصص نجد نسبة 23% منهم من طلبة الأصال والعلاقات العامة فهموا واستوعبوا أكثر قيمة العمل الجماعي، بينما لنسبة 13% نجدها عند طلبة الإذاعة والتلفزيون، في حين نجد قيمة الترابط الأسري والتضامن متقاربة في تخصص الاتصال والعلاقات العامة، كما نجدها متقاربة أيضا في تخصص الإذاعة والتلفزيون. تشير النتائج أن متغير التخصص لا يؤثر في هذه النتيجة.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة 20% منهم من يقطنون بالمدينة ساعدتهم تلك المواقع بفهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي، في حين نجدها متساوية بين من يقطنون بالمراكز الحضرية والريف تليها قيمة الترابط الأسري وهي جاءت بنسب متقاربة بين سكان المدينة والمراكز الحضرية، إلا أنها بالريف كانت أقل بلغت لنسبة 3% فقط، كما نجد بالريف نسبة 2% منهم يهتمون بفهم قيمة احترام الكبير والصغير، بينما باقي القيم جاءت متقاربة بين القاطنون بالمدينة والمراكز الحضرية. يتضح من خلال هذه النتائج أن متغير الإقامة لا يؤثر باعتبار القيم الاجتماعية معروفة وموجودة أصلا وإنما هذه المواقع زادت في تفعيل هذه القيم أكثر.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم(42) المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها ويناقشها المبحوثين مع أصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		أكثر من إجابة		تنمية بشرية		نشاطات ثقافية		تربوية علمية		توعية صحية		نشاطات اجتماعية خيرية		المتغيرات الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	15%	9	2%	1	10%	6	3%	2	3%	2	2%	1	ذكر	النوع
66%	40	34%	21	7%	4	5%	3	7%	4	5%	3	8%	5	أنثى	
100%	61	49%	30	8%	5	15%	9	10%	6	8%	5	10%	6	المجموع	
74%	45	36%	22	8%	5	10%	6	7%	4	5%	3	8%	5	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	11%	7	0%	0	7%	4	3%	2	3%	2	2%	1	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	48%	29	8%	5	16%	10	10%	6	8%	5	10%	6	المجموع	
51%	31	21%	13	5%	3	8%	5	5%	3	7%	4	5%	3	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	18%	11	2%	1	7%	4	3%	2	2%	1	5%	3	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	7%	4	2%	1	2%	1	2%	1	0%	0	2%	1	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	46%	28	8%	5	16%	10	10%	6	8%	5	11%	7	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 10% منهم من الذكور يفضلون مشاركة ومناقشة منشورات عن النشاطات الثقافية، بينما نسبة 8% منهم من الإناث يقومون بمشاركة منشورات عن النشاطات الاجتماعية الخيرية، تليها نسبة 34% من الإناث يقومون بمشاركة ومناقشة كل المنشورات التي تخص التوعية الصحية، التربوية العلمية، التنمية البشرية، النشاطات الثقافية، إلا أن لنسبة 15% منهم من الذكور يشاركون كذلك كل المنشورات ذات الطابع الاجتماعي. وهذا ما يفسر أن الإناث هن الأكثر تفاعلا من الذكور في مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي لأنها مادة حيوية تثير فضولهن للمناقشة والحوار مع الآخرين، وذلك يبين مدى اهتمامهن بالمواضيع الاجتماعية التي تنشر في تلك المواقع.

إلا أن من حيث متغير التخصص نجد نسبة 36% منهم من طلبة الاتصال والعلاقات العامة يشاركون كل المنشورات ذات طابع الاجتماعي، في حين نجدها بنسبة ضئيلة جدا بتخصص إذاعة وتلفزيون. تشير نتائج الجدول أن متغير التخصص ليس له علاقة في نوعية المنشورات التي يشاركها الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة جاءت كل إجابات الباحثين بنسب متقاربة بين من يسكنون بالمدينة والمراكز الحضرية، إلا أن منهم من سكان الريف لا يهتمون بمشاركة منشورات عن التوعية الصحية وهم أقل تفاعلا ومشاركة للمنشورات ذات الطابع الاجتماعي على تلك المواقع. وهذا يدل على أن لمتغير الإقامة علاقة بنوع المنشورات التي يشاركها الباحثين مع أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (43) مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

النسبة %	التكرار	منشورات ذات طابع عالمي		منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل		بمجتمعك الخاص والقريب		المتغيرات الإيجابية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
34%	21	10%	6	16%	10	8%	5	ذكر
66%	40	18%	11	30%	18	18%	11	أنثى
100%	61	28%	17	46%	28	26%	16	المجموع
74%	45	23%	14	30%	18	21%	13	اتصال وعلاقات عامة
26%	16	5%	3	16%	10	5%	3	إذاعة وتلفزيون
100%	61	28%	17	46%	28	26%	16	المجموع
51%	31	11%	7	28%	17	11%	7	مدينة (فوق 20000 ساكن)
36%	22	11%	7	15%	9	10%	6	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)
13%	8	5%	3	3%	2	5%	3	الريف (أقل من 500 ساكن)
100%	61	28%	17	46%	28	26%	16	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 30% من فئة الإناث يشاركون منشورات عن المجتمع الجزائري ككل، في حين نسبة 16% نجدتها عند الذكور، في حين مشاركتهن لمنشورات عن مجتمعهن الخاص والقريب، ومشاركتهن لمنشورات ذات طابع عالمي جاءت بنسب متساوية، بالمقارنة مع الذكور جاءت على التوالي بنسب 10% و 8%. هذا ما يدل على مدى تفاعل وانجذاب الإناث للمواضيع الاجتماعية وميلهن لتتبع في مشاركة المنشورات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة منها التي تخص المجتمع الجزائري ككل، في حين الذكور نجدهم أقل اهتماما في مشاركتهم للمنشورات عن مجتمعهم الخاص والقريب، مقارنة بالإناث، إلا أن كلا النوعين من الذكور والإناث يميلون أكثر إلى أن يكونوا على إطلاع دائم عن كل ما ينشر عن المجتمع الجزائري عامة.

أما بالنسبة لمتغير التخصص جاءت إجابات المبحوثين في تخصصي الاتصال والعلاقات العامة بنسب متقاربة في مشاركة منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل، بينما مشاركة منشورات مجتمعك الخاص والقريب ومنشورات ذات طابع عالمي نجدتها بتخصص الإذاعة والتلفزيون أقل.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

ونستنتج أن متغير التخصص لا يؤثر في مشاركة الطلبة في كلا التخصصين للمنشورات ذات الطابع الاجتماعي.

ولكن لمتغير مكان الإقامة نلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه لا يؤثر كثيرا في مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي، بحيث نجد نسبة 28% منهم من يقطنون بالمدينة يميلون إلى مشاركة منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل، في حين نسبة 15% نجدها عند من يسكنون بالمراكز الحضرية، إلا أن نسبة 3% كانت بالريف، بينما باقي إجابات المبحوثين تتقارب بين المدينة ومركز حضري ولكن مقارنة بالريف نجدها أقل. ويدل ذلك على أن سكان المدينة والمراكز الحضرية هم أكثر اهتماما وتفاعلا بكل من يمرر عبر هذه المواقع وهذه النتيجة تتوافق مع نتيجة الجدول السابق.

جدول رقم (44) شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المتغيرات	الراحة النفسية		الثقة		الاسترخاء		السعادة		المجموع		
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
النوع	نكر	5	8%	5	8%	8	13%	3	5%	21	34%
	أنثى	14	23%	3	5%	20	33%	3	5%	40	66%
	المجموع	19	31%	8	13%	28	46%	6	10%	61	100%
التخصص	اتصال وعلاقات عامة	13	21%	6	10%	23	38%	3	5%	45	74%
	إذاعة وتلفزيون	6	10%	2	3%	5	8%	3	5%	16	26%
	المجموع	19	31%	8	13%	28	46%	6	10%	61	100%
مكان الإقامة	مدينة (فوق 20000 ساكن)	7	11%	7	11%	13	21%	4	7%	31	51%
	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	10	16%	1	2%	9	15%	2	3%	22	36%
	ريف (أقل من 500 ساكن)	2	3%	0	0%	6	10%	0	0%	8	13%
المجموع	19	31%	8	13%	28	46%	6	10%	61	100%	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه نسبة 33% من فئة الإناث يشعرون بالاسترخاء، بينما لنسبة 13% نجدها لدى الذكور، في حين نسبة 23% منهم من يشعرون بالراحة النفسية، أما لنسبة 8% نجدها عند الذكور ، في حين الشعور بالثقة جاءت بنسب متقاربة بينهما، إلا أن الشعور بالسعادة جاءت بنسب متساوية بين النوعيين الذكور والإناث. تبين نتائج الجدول على أن الإناث شديدي التعلق بمواقع التواصل الاجتماعي حيث يجدن فيها وسيلة لتفيس عن الذات والتخلص من وقت الفراغ لديهن أكثر من الذكور، لذلك لمجرد تصفحهم لهذه المواقع تتحسن نفسياتهم ويشعرون بالاسترخاء والراحة، فهن يميلن إلى إشباع إرضاء حاجاتهن النفسية.

إلا أن من حيث متغير التخصص نجد نسبة 38% منهم من طلبة الاتصال والعلاقات العامة يشعرون بالاسترخاء، أما نسبة 8% نجدها عند طلبة الإذاعة والتلفزيون، تليها نسبة 75% منهم من تخصص للاتصال والعلاقات العامة يشعرون بالراحة النفسية، إلا أن نسبة 10% كانت لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون. تشير نتائج الجدول على أن متغير التخصص ليس له علاقة بما يشعر به المبحوثون باستخدامهم لتلك المواقع.

أما بالنسبة لمكان الإقامة نجد نسبة (21%) منهم من يقطنون بالمدينة يشعرون بالاسترخاء بينما جاءت بنسب متقاربة بين من يسكنون بالمراكز الحضرية والريف، إلا الشعور بالراحة النفسية جاءت هي الأخرى بنسب متقاربة بين سكان المدينة والمراكز الحضرية، مقارنة بالريف كانت أقل بحيث بلغت نسبتها 3% ، تليها نسبة 11% منهم من سكان المدينة يشعرون بالثقة، في حين نسبة 3% منهم من يسكنون بالمراكز الحضرية يشعرون بالسعادة. ونستنتج من ذلك أن متغير الإقامة مرتبط بكيفية ومدة الاستخدام لتلك المواقع، وبالتالي هو لا يؤثر في شعور المبحوثين.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم(45) الإضافة التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي للمبحوثين في علاقاتهم مع الآخرين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		حولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك		القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين		القدر على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين		الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع		المتغيرات الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	3%	2	8%	5	10%	6	13%	8	ذكر	النوع
66%	40	13%	8	8%	5	21%	13	23%	14	أنثى	
100%	61	16%	10	16%	10	31%	19	36%	22	المجموع	
74%	45	8%	5	11%	7	26%	16	28%	17	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	8%	5	5%	3	5%	3	8%	5	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	16%	10	16%	10	31%	19	36%	22	المجموع	
51%	31	5%	3	11%	7	13%	8	21%	13	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	10%	6	5%	3	10%	6	11%	7	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	2%	1	0%	0	8%	5	3%	2	ريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	16%	10	16%	10	31%	19	36%	22	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

توضح نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 23% من فئة الإناث أضافت لهم مواقع التواصل الاجتماعي الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع، بينما نسبة 13% نجدها لدى الذكور، في حين نسبة 21% من إجابتهن القدرة على التعبير عن الذات بحرية، ولكن نجدها لنسبة 10% عند الذكور، إلا أن نسبة 13% منهن من حولتهن من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعهم، تليها نسبة 3% لدى الذكور، بينما القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين جاءت بنسب متساوية بين الذكور والإناث. هذا يفسر أن الإناث هن اللاتي أصبحن أكثر جراءة على ما كانتن عليه في السابق نتيجة استخدامهن لتلك المواقع التي أضافت لهم الكثير من السلوكيات الإيجابية كتخطي حاجز الخوف والخجل بحيث جعلتهم يعبرن عن ذواتهن ومناقشة أفكارهن بكل حرية وجراءة الأمر الذي زاد من ثقتهن من أنفسهن أكثر.

ولكن فيما يخص التخصص نسجل نسبة 28% منهم من طلبة اتصال وعلاقات عامة أضافت لهم الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع، أما نسبة 8% نجدها بتخصص الإذاعة والتلفزيون، تليها نسبة 26% منهم من الاتصال أضافت لهم القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين، إلا أن نسبة 5% جاءت بتخصص الإذاعة والتلفزيون، بينما بقية الإجابات تتقارب بينهما. هذا يرجع إلى أن متخرجي الاتصال والعلاقات العامة يميلون دائماً إلى اكتساب مهارات اتصالية جديدة من أجل تطبيقها في ميدان عملاً مستقبلاً، حيث أفرزت تلك المواقع شخصية النجم الاجتماعي وبالتالي الصفحات ذات الطابع الاجتماعي تعزز هذه الفكرة لدى متابعيها من الطلبة.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد نسبة 21% منهم من يقطنون بالمدينة أضافت لهم الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع مع الآخرين، إلا نسبة 11% نجدها لدى من يسكنون بالمراكز الحضرية، بينما نسبة 3% نجدها عند من يقطنون بالريف. تشير النتائج على وجود تقارب بين إجابات المبحوثون الذين يسكنون بالمدن ولمركز حضري. إلا أن سكان الريف نجد أنهم أكثر شئاً أضافته لهم تلك المواقع القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين، وذلك من خلال زيادة الثقة بأنفسهم والتخلص من الانغلاق على الذات لأن كما نعلم أن أغلب سكان الريف يتميزون بأنهم مجتمع محافظ عكس ما نجده بالمدن والمراكز الحضرية.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم(46) السلوكيات الايجابية التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		إحياء العادات والتقاليد		المعاملة الحسنة للجميع		تعزيز بر الوالدين		المشاركة في الأنشطة الاجتماعية		المتغيرات الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	3%	2	13%	8	2%	1	16%	10	ذكر	النوع
66%	40	10%	6	18%	11	2%	1	36%	22	أنثى	
100%	61	13%	8	31%	19	4%	2	52%	32	المجموع	
74%	45	8%	5	25%	15	2%	1	39%	24	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	5%	3	7%	4	2%	1	13%	8	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	13%	8	31%	19	4%	2	52%	32	المجموع	
51%	31	5%	3	16%	10	2%	1	28%	17	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	5%	3	11%	7	0%	0	20%	12	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	3%	2	3%	2	2%	1	5%	3	ريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	13%	8	31%	19	4%	2	52%	32	المجموع	

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 36% من فئة الإناث تعزز لديهن سلوك المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، بينما نسبة 16% نجدها لدى الذكور، في حين نسبة 10% منهن من تعزز لديهن سلوك إحياء العادات والتقاليد، في حين نسبة 3% نجدها عند الذكور، إلا أن المعاملة الحسنة مع الجميع، جاءت بنسب متقاربة بين الذكور والإناث، كما جاءت تعزيز بر الوالدين بنسب متساوية. من هنا تجدر الإشارة إلى أن الإناث هن الأكثر من تعززت لديهن تلك السلوكيات الايجابية والتي هي موجودة لديهن من قبل ولكن باستخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي زادت لديهن الرغبة في تفعيلها عبر تلك المواقع والمحافظة عليها وهذا يبين مدى وعيهم في الاستفادة من المنشورات التي تحت على السلوكيات الاجتماعية الايجابية.

إلا أن متغير التخصص نجد نسبة 39% منهم من طلبة الاتصال والعلاقات العامة تعزز لديهم سلوك المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، بينما نسبة 13% نجدها لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون، تليها 25% منهم من طلبة الاتصال تعزز لديهم سلوك المعاملة الحسنة للجميع، ولكن لنسبة 7% لدى تخصص الإذاعة والتلفزيون. هذا يبين أن متغير التخصص ليس له علاقة بنوع السلوكيات التي تعززت لدى المبحوثين.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة نجد منهم من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية تعزز لديهم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية و المعاملة الحسنة مع الجميع بنسب متقاربة، إلا أنها بالريف جاءت على التوالي لنسبة 5% منهم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، تليها نسبة 3% منهم تعززت لديهم المعاملة الحسنة مع الجميع وإحياء العادات والتقاليد، إلا أن تعزيز بر الوالدين جاءت متساوية بين المدينة والريف. وهذا يوضح أن لمكان الإقامة علاقة بتعزيز تلك السلوكيات خصوصا منهم من يقطنون بالمدن والمراكز الحضرية وذلك لأنهم هم الأكثر استخداما لتلك المواقع، وبالتالي هم من تعززت لديهم تلك السلوكيات الايجابية أكثر.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

جدول رقم (47) الفرصة التي أتاحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية مع أشخاص من داخل وخارج الوطن حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		لا		نعم		الإجابة	المتغيرات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	3%	2	31%	19	ذكر	النوع
66%	40	15%	9	51%	31	أنثى	
100%	61	18%	11	82%	50	المجموع	
74%	45	15%	9	59%	36	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	3%	2	23%	14	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	18%	11	82%	50	المجموع	
51%	31	8%	5	43%	26	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	5%	3	31%	19	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	5%	3	8%	5	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	18%	11	82%	50	المجموع	

توضح نتائج الجدول بأن نسبة 51% من الإناث أجابوا ب(نعم) بمعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاح لهم فرصة في توسيع شبكة علاقاتهم مع أشخاص من داخل وخارج الوطن، بينما لنسبة 31% نجدها عند الذكور، في حين أجاب البعض الأخر منهم بنسبة 15% ب (لا) بمعنى أنهم لم يكونوا علاقات مع أشخاص من ولايات ودول أخرى، ولكن لنسبة 3% لدى الذكور. هذا يشير إلى أن الإناث هن اللاتي استطعن توسيع شبكة علاقاتهن مع أشخاص من داخل وخارج الوطن وبيبين من خلال تكوين وبناء روابط اجتماعية جديدة مع الجميع.

أما بالنسبة للتخصص بالرغم من اختلاف إجابات الطلبة في كلا التخصصين إلا أن أغلبهم كونوا علاقات مع أشخاص من داخل وخارج الوطن، وهذا يدل على أن متغير التخصص لا يؤثر على هذه النتيجة.

ولكن من حيث متغير مكان الإقامة منهم من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية كونوا علاقات إجتماعية مع ولايات من الوطن ودول أخرى من خارجه إذ جاءت إجابات متقاربة، إلا أن نسبة 8% منهم من الريف كونوا علاقات مع أشخاص من داخل وخارج الوطن وهم أقل مقارنة بمن يسكنون

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

بالمدين والمراكز الحضرية، وهذا يدل على انفتاح الثقافي والجرأة لسكان المدن والمراكز الحضرية عكس الريف الذي لا يزال سكانه محافظون على مثل تلك الأمور.

جدول رقم (48) الولايات والدول التي كون من خلالها المبحوثين صداقات حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		دول أجنبية		دول عربية		ولايات الوطن		الإجابة	المتغيرات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	21	10%	6	11%	7	13%	8	ذكر	النوع
66%	40	11%	7	8%	5	46%	28	أنثى	
100%	61	21%	13	20%	12	59%	36	المجموع	
74%	45	20%	12	7%	4	48%	29	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	16	2%	1	13%	8	11%	7	إذاعة وتلفزيون	
100%	61	21%	13	20%	12	59%	36	المجموع	
51%	31	11%	7	10%	6	30%	18	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	22	5%	3	7%	4	25%	15	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	8	5%	3	3%	2	5%	3	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	61	21%	13	20%	12	59%	36	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 46% منهم من الإناث كون صداقات مع عدة ولايات من الوطن من بينها الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، باتنة، ورقلة... الخ، بينما نجدها نسبة 13% عند الذكور في حين نجد أنهم يميلون لتكوين علاقات من دول أجنبية أكثر من تكوينها مع دول عربية، إلا أن الذكور يميلون لتكوينها مع الدول العربية ثم الأجنبية. يمكن القول بإجماع أن كل من الذكور والإناث استفادوا من الفرص التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين علاقات الصداقة سواء كانت من داخل أو خارج الوطن، إلا أن الإناث يميلن أكثر من الذكور في تكوين وتعزيز علاقات الصداقة مع ولايات الوطن، وذلك باعتبار أن الجزائر تزخر بالكثير من العادات والتقاليد المتنوعة في كل منطقة من مناطق الوطن وهذا ما يدفعهم للإهتمام بالتعرف على تلك العادات والتقاليد.

في حين نجد متغير التخصص لا يؤثر على صداقاتهم مع أشخاص أخرى سواء كانوا من داخل أو خارج الوطن.

أما بالنسبة لمكان الإقامة نجد من يقطنون بالمدينة والمركز الحضري بنسب متقاربة في تكوين علاقات الصداقة مع ولايات الوطن ثم مع الدول العربية، في حين نجد من يقطنون بالريف يميلون

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

نسبة 5% منهم لتكوين صداقات مع ولايات الوطن والدول الأجنبية ثم العربية منها، وهذا يدل على أن الساكنين بالمدينة والمراكز الحضرية هم الأكثر جراً وتكويناً للصداقات مقارنة بالريف.

جدول رقم (49) القيم الاجتماعية التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع	التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي		المنفعة المتبادلة		الاحترام		المتغيرات الإيجابية		
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
	34%	21	18%	11	8%	5	8%	5	النوع
	66%	40	31%	19	21%	13	13%	8	
	100%	61	49%	30	30%	18	21%	13	
	74%	45	36%	22	18%	11	20%	12	التخصص
	26%	16	13%	8	11%	7	2%	1	
	100%	61	49%	30	30%	18	21%	13	
	51%	31	25%	15	15%	9	11%	7	مكان الإقامة
	36%	22	21%	13	10%	6	5%	3	
	13%	8	3%	2	5%	3	5%	3	
	100%	61	49%	30	30%	18	21%	13	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 31% منهم من الإناث تعززت لديهن قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي باستخدامهن لموقع التواصل الاجتماعي، في حين نسبة 18% نجدها لدى الذكور تليها إجابتهن بالمنفعة المتبادلة بنسبة 21%، ولكن نجد نسبة 8% منهم من الذكور تعززت لديهم قيمتي الاحترام والمنفعة المتبادلة، تليها نسبة 21% منهم من تعززت لديهن قيمة المنفعة المتبادلة بينما نسبة 13% منهم من تعززت لديهن قيمة الاحترام. وهذا يبين مدى وعي الإناث واهتمامهن بالقيم الاجتماعية وذلك من خلال العمل على تفعيلها وتعزيزها أكثر بالاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي وانتقاء منها الرسائل والمضامين الإيجابية التي تخدم هذه القيم.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

أما بالنسبة للتخصص نجد نسبة 36% منهم من طلبة الاتصال والعلاقات العامة تعززت لديهم قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي، بينما لنسبة 13% منهم من طلبة الإذاعة والتلفزيون من تعززت لديهم ذات القيمة، في حين نسبة 20% منهم من طلبة الاتصال والعلاقات العامة تعززت لديهم قيمة الاحترام، ولكن لنسبة 2% لطلبة الإذاعة والتلفزيون، وهذا يدل على متغير التخصص لا يؤثر في القيم الاجتماعية للطلبة.

أما فيما يتعلق بمتغير مكان الإقامة نجد تقارب بين إجابات من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية، بينما تعزيز قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي جاءت مختلفة عند من يقطنون بالريف. تشير النتائج أنه بالرغم من اختلاف مكان الإقامة إلا أن أغلب المبحوثين تعززت لديهم مجموعة من القيم الاجتماعية أكثر باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. ومنه يمكن القول أن متغير مكان الإقامة لا يؤثر هي هذه النتيجة باعتبار أن القيم الاجتماعية موجودة وثابتة في المجتمع مهم اختلف مكان الإقامة.

ثالثا: النتائج العامة والنهائية للدراسة والإجابة على أسئلتها

1_ النتائج العامة والنهائية للدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات السلبية والايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين. وفيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها:

1-1- نتائج المحور الأول المتعلق بعادات وأنماط استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

_ تستخدم نسبة 70% من المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات، وهذا يثبت وبشكل قاطع قدم استخدام المبحوثين لتلك المواقع، بينما نسبة 28% منهم من يستخدمونها من سنة إلى ثلاثة سنوات، وهذا يبين ارتفاع عدد صفحات مستخدميها بسبب زيادة الوعي بأهمية ودور هذه المواقع. ونجد الإناث يستخدمنها منذ أكثر من ثلاثة سنوات، مقارنة بالذكور، وهذا يرجع إلى بقاء المبحوثين على وفاء الاستخدام لهذه المواقع، وتزيد مدة الاستخدام عند الإناث وتقل عند الذكور. ولم يؤثر متغير التخصص في هذه النتيجة. وكلما كان المستخدم من المدينة كلما كانت مدة استخدامه أكثر مقارنة بمن يسكنون بالمراكز الحضرية والريف باعتبار استعداد سكان المدن للتغيير وتقبل الجديد.

_ يستخدم 48% من المبحوثين أسماء مستعارة، و 43% منهم يستخدمون أسماءهم الحقيقية في حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتميل الإناث إلى استخدام أسماء مستعارة أكثر من الذكور في حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي خوفا من المشاكل والكشف عن هويتهم الحقيقية للأشخاص الغرباء. ولم يؤثر متغير التخصص ومكان الإقامة في هذه النتيجة.

_ تفضل نسبة 49% من المبحوثين متابعة أخبار المجتمع على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتابع نسبة كبيرة من الإناث كل الصفحات، بينما يتابع الذكور أخبار المجتمع. أما بالنسبة لمتغير الإقامة نجد أن من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية أكثر متابعة لكل أنواع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، إذ ما قارناهم بسكان الريف اللذين يتابعون صفحات التربية والتعليم، والأسرة والعناية الصحية فقط.

_ تستغرق نسبة 57% من المبحوثين وقتا غير محدد في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما الإناث لا يوجد وقت محدد في التصفح، في حين نجد الذكور ينقسم وقتهم في التصفح بين أكثر من ثلاثة ساعات إلى لا يوجد لهم وقت محدد للتصفح، وهذا يدل على أن الإناث متفرغين في تصفح الصفحات الاجتماعية بينما الذكور لا يتوفر لديهم الوقت الكافي في تصفح ذات الصفحات. ولم يؤثر متغير التخصص في هذه النتيجة. في حين لا يوجد وقت محدد

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

في التصفح لسكان المدينة والمراكز الحضرية فإن سكان الريف يقضون وقتاً أقل في ذلك، وهذا يرجع إلى ضعف شبكة الأنترنت بالمناطق الريفية التي تبعد كثيراً عن المدن وبالتالي صعوبة تصفح تلك المواقع.

– يفضل نسبة 56% من المبحوثين استخدام موقع الفيس بوك، ثم تطبيق الانستغرام. ويزداد تفضيل الإناث للتطبيقات الأخرى أكثر من الذكور. وهذا يرجع إلى ميل الإناث إلى التنوع في البحث عن الصفحات ذات الطابع الاجتماعي في حين يكتفي الذكور بالفيس بوك كمصدر تفضيل. بينما نجد أن طلبة الاتصال والعلاقات العامة يفضلون متابعة كل الشبكات والتطبيقات، وطلبة الإذاعة والتلفزيون يميلون إلى الصيغة السمعية البصرية لأنها قريبة من تخصصهم. وبالتالي توضح النتائج أن متغير التخصص يؤثر على تفضيل استخدام موقع عن آخر. إلا أننا نجد أنه كلما كان المستخدم يقطن بالمدينة كلما فضل كل الشبكات والتطبيقات في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي وكلما كان في مركز حضري أو الريف كلما قل استخدامه لها.

– يستخدم أغلب أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الأحداث الجارية، أو التعرف على ثقافات جديدة. بينما يركز الإناث على متابعة الأحداث الجارية والتعرف على ثقافات جديدة لأنهن يجدونها مادة دسمة للحوار، فإن الذكور يحبون التنوع. في حين يستخدم طلبة الاتصال والعلاقات العامة لسبب التعرف على ثقافات جديدة ومتابعة الأحداث الجارية بنسب متساوية، ولكن يشترك التخصصين في بقية الأسباب، ويشير ذلك على أن طلبة الإذاعة والتلفزيون يبحثون على اكتساب مهارات جديدة في تقنيات الصوت والصورة التي تتيحها هذه المواقع. ويوجد تقارب بين من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية في أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ ما قارنهم بالريف. ويفسر ذلك أن كلما زاد عدد سكان المدينة والمركز الحضري زادت أسباب التفضيل، وكلما قل عدد السكان قلت، هذا لأن المناطق القليلة السكان أكثر حذراً وتحفظاً من باقي الأماكن الأخرى.

1-2- نتائج المحور الثاني المتعلق بالتأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية

لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين:

– كونت نسبة 30% من أفراد العينة معارف عن الثقافة واللغة والهوية وغيرت مواقع التواصل الاجتماعي تفكير المبحوثين حول هذه المعارف الاجتماعية. ولم يؤثر متغير النوع ولا التخصص لا في نوع القيم التي كونها النوعيين حول المعارف الاجتماعية ولا في تغييرها. في حين نجد لمتغير مكان الإقامة علاقة بنوع المعارف التي كونوها وغيرت تفكيرهم حولها، فالذين يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية هم الأكثر تأثراً بتلك المواقع من الريف، ويرجع ذلك إلى كثرة استخدامها لأنهم يميلون دائماً إلى أن يكونوا على إطلاع على مختلف التغيرات والتطورات التي تحصل بالمجتمع.

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

_ أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على نسبة (39%) من المبحوثين إذ جعلتهم يقللون من ساعات النوم وزادت من وقتهم الضائع وذلك بسبب الجلوس لوقت طويل في تصفح تلك المواقع. وازداد هذا التأثير عند الإناث منه عند الذكور،. هذا ما يفسر أن تلك المواقع تؤثر سلبا على المبحوثين من خلال إهمال بعض الجوانب المهمة في الحياة ما نتج عنه أضرار كثيرة على المستخدم. ودلت النتائج على أن متغير مكان الإقامة له علاقة بإدمان سكان المدينة والمراكز الحضرية أكثر من سكان الريف على تلك المواقع.

_ تراجعت وضعفت العلاقات الاجتماعية لنسبة (52%) من المبحوثين يليها تراجع علاقاتهم الأسرية ولم يؤثر متغير النوع والتخصص في هذه النتيجة، في حين متغير مكان الإقامة أثر على علاقة سكان المدينة والمراكز الحضرية بمحيطهم الاجتماعي، وعليه هم الأكثر تعرضا لفشل علاقاتهم الاجتماعية والأسرية واستبدالها بالعلاقات الافتراضية، مقارنة بسكان الريف الذين لا يزالون يحافظون على حرارة وحميمية تلك العلاقات الطيبة.

_ قلل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي نسبة 39% من المبحوثين زيارتهم لأقاربهم بسبب استغراق وقت طويل في تصفحها، والإناث هن اللاتي يستغرقن وقتا أطول في الدردشة على تلك المواقع من الذكور، نظرا لتوفر وقت فراغ كاف لديهن لاستغلاله على هذه المواقع. وليس لمتغير التخصص أي علاقة بما يحدثه الوقت المستغرق في المبحوثين. وسكان المدينة والمراكز الحضرية هم الأكثر تأثرا بتلك المواقع مما جعلهم يقللون من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم وحتى في زيارتهم لأقاربهم نتيجة انشغالهم بهذه المواقع.

_ اكتسبت نسبة 30% من المبحوثين عادات جديدة كعرض الخصوصيات الشخصية، من بينهم الإناث هن الأكثر فئة تضررا من خلال تعرضهن للمضيقات والمشاكل الاجتماعية بسبب عرض خصوصياتهم الشخصية، وهذا ما يبين الاستخدام السيئ لها والغير واعي بحيث أصبحت وسيلة التعدي على الخصوصية ونشر الكذب. إلا أن متغير التخصص لا يؤثر على هذه النتيجة. في حين نجد سكان المدينة هم الأكثر عرضا لخصوصياتهم الشخصية واهتماما بالحياة الخاصة للآخرين من اللذين يقطنون بالمراكز الحضرية والريف، وهذا ما يشير إلى أن أكثر السلوكيات السلبية نجدها منتشرة بكثرة بالمدينة، وذلك باعتبارهما يتقبلون كل ما هو جديد في العالم الافتراضي ويقبلون التغيير ومنه يمكن القول أن متغير الإقامة يؤثر في هذه النتيجة.

_ أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 33% من أفراد العينة يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة انتشار التقليد للحياة الغربية كسلوك سلبي، و نسبة 23% منهم وجدوا أنها تشجع على الانحراف الأخلاقي. إلا أن الإناث وجدن انتشار التقليد للحياة الغربية والتطفل على الآخرين كأكثر سلوك سلبي زاد في المجتمع، بينما الذكور وجدوا زيادة انتشار الانحراف الأخلاقي. ويفسر ذلك أن كل

من الذكور والإناث يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت في نشر السلوكيات السلبية نظرا للممارسات غير الأخلاقية وغير مسؤولة التي يمارسها بعض الأشخاص عبر تلك المواقع. متغير التخصص لا يؤثر على هذه النتيجة. في حين من يقطنون بالمدينة وجدوا زيادة انتشار لتقليد للحياة الغربية، بينما من يسكنون بالمراكز الحضرية والريف وجدوا زيادة انتشار الانحراف الأخلاقي. يشير ذلك إلى لمتغير الإقامة علاقة بانتشار مثل تلك السلوكيات إذ نجد أغلب المشاكل الاجتماعية التي تهدد المجتمع كالانحراف الأخلاقي والتعدي على الخصوصيات منتشرة بكثرة بالمدينة والمراكز الحضرية مقارنة بالريف نقل فيه تلك السلوكيات.

_ تراجعت قيمة صلة الرحم لدى نسبة 56% من أفراد العينة بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أن منهم من الإناث يرون تراجع صلة الرحم واحترام الآخرين، والصدقة، والتكافل الاجتماعي بينما الذكور يرون تراجع قيمة التسامح. وبإجماع بين رأي الذكور والإناث يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت فعلا في تراجع القيم الاجتماعية وهذا ما زاد من ظهور التصرفات الغربية والدخيلة عن مجتمعنا ولا تمت بالصلة للقيم التي نشأنا عليها. ومتغير التخصص لا يؤثر في هذه النتيجة، بينما يؤثر مكان الإقامة على تراجع القيم الاجتماعية خاصة قيمة صلة الرحم تراجعت كثيرا لدى سكان المدينة ولمراكز الحضرية بالمقارنة مع سكان الريف لا يزالون محافظون عليها.

1-3- نتائج المحور الثالث المتعلق بالآثار الإيجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين:

_ ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على فهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي لدى نسبة 30% من الباحثين تليها نسبة 26% منهم من ساعدتهم على فهم واستيعاب قيمة الترابط الأسري، والإناث ساعدتهم تلك المواقع في فهم ذات القيم وكذلك قيمة الصداقة، بينما الذكور مكنتهم من فهم قيمة التسامح واستيعابها أكثر. تشير النتائج على أن الإناث هن الأكثر فهما واستيعابا للقيم الاجتماعية وهذا يدل على وعيهم بأهمية تلك القيم في حياتهن الاجتماعية إلا أنهم يشتركون مع الذكور في فهمهم لقيمة الترابط الأسري. ومتغيري التخصص ومكان الإقامة لا يؤثران على هذه النتيجة، باعتبار أن القيم موجودة ومعروفة أصلا في المجتمع.

_ تشارك نسبة 49% من أفراد العينة كل المنشورات ذات الطابع الاجتماعي مع أصدقائهم ويقومون بمناقشتها على مواقع التواصل الاجتماعي. إلا أن متغير النوع أثبت أن الإناث يشاركن كل المنشورات، بينما يشارك الذكور المنشورات التي تتعلق بالنشاطات الثقافية، يفسر ذلك أن الإناث هن الأكثر تفاعلا من الذكور في مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي لأنها مادة حيوية تنير فضولهن للمناقشة والحوار مع الآخرين، وهو يبين كذلك مدى اهتمامهن بالمواضيع الاجتماعية التي

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

تنتشر عبر تلك الشبكات. ولكن متغير التخصص ومكان الإقامة ليس لهما تأثير على نوع المنشورات التي يشاركها المبحوثون.

_ تبين نتائج الدراسة أن نسبة 46% من المبحوثين يقومون بمشاركة المنشورات التي تخص المجتمع الجزائري ككل، تليها مشاركتهم للمنشورات ذات الطابع العالمي، هذا يدل على مدى تفاعل وانجذاب المبحوثين للمواضيع الاجتماعية والمنشورات الموجودة بتلك المواقع. في حين الإناث يشاركن منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل ثم منشورات تخص مجتمعهم الخاص والقريب، بينما الذكور يشاركون منشورات ذات طابع عالمي. إلا أن متغير التخصص لا توجد له علاقة في طبيعة المنشورات التي يشاركها المبحوثون على تلك المواقع. ولكن متغير مكان الإقامة يؤثر باعتبار أن من يقطنون بالمدينة والمراكز الحضرية هم أكثر اهتماما وتفاعلا بمشاركة كل المنشورات مقارنة باللذين يقطنون بالريف يهتمون بمشاركة المنشورات التي تتعلق بالمجتمع الخاص والقريب.

_ تشعر نسبة 46% من أفراد العينة بالاسترخاء عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 31% منهم يشعرون بالراحة النفسية. ويرجع ذلك أنهم يجدون في تلك المواقع متنفسا للتخلص من روتين الحياة فهي تحقق لهم إشباعا معرفية ووجدانية مختلفة. والإناث يشعرون بالاسترخاء والراحة النفسية والسعادة، بينما الذكور يشعرون بالثقة. هذا يثبت أن الإناث شديدي التعلق بتلك المواقع مقارنة بالذكور إذ بمجرد استخدامهن لها تتحسن نفسيتهن. أما متغير التخصص ومكان الإقامة لا يؤثران في هذه النتيجة.

_أضافت مواقع التواصل الاجتماعي لنسبة 36% من المبحوثين الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع، و القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين لنسبة 31% منهم، وهذا يوضح أن تلك المواقع عززت ثقة المبحوثين بأنفسهم حيث أتاحت لهم فرصة في تكسير حاجز الخجل والصمت ورسم ملامح جديدة في شخصيتهم من خلال فتح باب للنقاش مع الآخرين. في حين الإناث هن اللاتي أصبحن أكثر جرأة من الذكور، الأمر الذي جعلهن يتخطون حاجز الخوف والخجل وزيادة الثقة بأنفسهم. كما أن متغير التخصص يؤثر باعتبارهم طلبة إعلام واتصال لابد من أن يكونوا أكثر جرأة وفعالية في مناقشة مختلف المواضيع، يشير على أن طلبة الماستر بتخصصيه يظهرون تميزهم من خلال المناقشة والحديث، هذا ما يفسر على أنهم على دراية بنخبة المواضيع. بينما القاطنون بالمدن والمراكز الحضرية يتميزون بالجرأة مقارنة بسكان الريف جعلتهم يستطعون التعبير عن الذات بحرية وكما هو معروف عنهم أنهم يتميزون بالتحفظ لذلك وجدوا أن هذه المواقع تساعدهم على التخلص من الخوف والخجل.

_ عززت مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيات ايجابية لدى نسبة 52% من المبحوثين، حيث سمحت لهم بالمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، بينما زادت المعاملة الحسنة للجميع لنسبة 31% منهم، وهذا

الفصل الثالث: إجراءات الدراسة التطبيقية

مرتبط بمدى فعالية الطالب الجامعي في الاستفادة من ايجابيات تلك المواقع في تعزيز سلوكياته الإيجابية أكثر، والإناث سمحت لهم تلك المواقع بالمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، وإحياء العادات والتقاليد، أما المعاملة الحسنة مع الجميع جاءت متقاربة بين الذكور والإناث. يوضح ذلك أن الإناث هن اللاتي تعززت لديهن تلك السلوكيات الإيجابية أكثر من الذكور، نظرا لاهتمامهن بتفعيل تلك السلوكيات أكثر عبر تلك المواقع. متغير التخصص لا يؤثر في هذه النتيجة، ولكن لمكان الإقامة علاقة بتعزيز تلك السلوكيات، إذ أن سكان المدن والمراكز الحضرية يسعون في تعزيز وتفعيل السلوكيات الإيجابية من أجل التقليل من المشاكل الاجتماعية المنتشرة بكثرة بالمدن.

_ أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي لنسبة 82% من الباحثين فرصة توسيع شبكة علاقاتهم مع أشخاص من داخل وخارج الوطن. كما تشير النتائج أن نسبة 59% منهم كونوا صداقات مع عدة ولايات من الوطن، أما البقية فقد كونوا صداقات من دول أجنبية، وأخرى عربية. يفسر هذا على مدى مساهمة تلك المواقع في مد جسور التواصل بين مختلف الشعوب وبناء علاقات صداقة معهم، وهذا يدل على الانفتاح الثقافي للطلبة في كلا التخصصين ومهما اختلف مكان إقامتهم، والإناث هن اللاتي يسعون لتوسيع شبكة علاقتهن الاجتماعية أكثر من الذكور، وذلك من خلال تكوين صداقات مع مختلف ولايات الوطن بهدف التعرف على كل عادات وتقاليد كل منطقة من مناطق الوطن باعتبار أن الجزائر تزخر بالعديد من المميزات التي تميز كل ولاية عن أخرى، كما أنهم يحرصون كذلك على التعرف على ثقافات الدول الأخرى. ومتغير التخصص لا يؤثر في تكوين العلاقات الاجتماعية إلا أن نجد لمتغير الإقامة يؤثر في ذلك فساكن المدينة والمراكز الحضرية هم الأكثر ميلا لتوسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال علاقات الصداقة مع ولايات الوطن ومع الدول العربية والأجنبية منها، مقارنة بالريف نجدهم أقل تكوينا للصداقات مع الدول الأخرى.

_ تعززت قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي عند نسبة 49% من أفراد العينة باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وزادت كل من قيمتي المنفعة المتبادلة عند 30% منهم، ويشير كل ذلك إلى مدى وعي الطلبة بضرورة المحافظة على تلك القيم وزيادة تفعيلها أكثر من خلال الاستفادة بتلك المواقع وانتقاء منها الرسائل والمضامين الهادفة، في حين نجد أن الإناث تعززت لديهن قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي، وقيمة المنفعة المتبادلة، بينما الذكور تعززت لديهم قيمة الاحترام أكثر. يشير هذا إلى مدى اهتمام ووعي الإناث بضرورة تفعيل القيم الاجتماعية من خلال السهر على تعزيزها والمحافظة عليها. في حين نجد أن متغيري التخصص ومكان الإقامة لا يؤثر في هذه النتيجة.

2_الإجابة على أسئلة الدراسة:

مما سبق يمكن استخلاص مايلي:

_ فيما يخص سؤال: ما هي عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

بحديثنا على الاستخدام نجد أن أكبر عدد من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات، ولا يوجد لهم وقت محدد في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، كما يفضلون استخدام موقع الفيس بوك في متابعة ذات الصفحات، هذا ما يسمح لهم بمتابعة أخبار المجتمع، والتعرف على ثقافات جديدة من خلال إقامة علاقات صداقة مع الآخرين. وكان لمتغير النوع والتخصص تأثير في عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

_ فيما يخص سؤال: فيما تتمثل التأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

من خلال تحليلنا للنتائج التي رصدناها من إجابات المبحوثين نجد أن الاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي أثر سلبا على سلوكيات وقيم الطلبة الجامعيين من خلال ما ينشر عبر هذه المواقع من معلومات وقيم وسلوكيات اجتماعية، ما أدى إلى تراجع العلاقات الأسرية والاجتماعية وخلق عدة مشاكل نفسية وصحية واجتماعية أيضا، وولدت كثافة الاستخدام الإدمان على تلك المواقع وبروز مظاهر التقليد الأعمى للحياة الغربية والانحراف الخلقي، كل ذلك من شأنه أن يؤثر على منظومة القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين خاصة وللمجتمع الجزائري عامة، خاصة على المدى البعيد، إذا ما تواصل نفس أسلوب وطريقة الاستخدام عند الشباب. إلا أن لمتغير النوع التأثير الواضح في استخدام المواقع على القيم الاجتماعية أكثر من متغيري التخصص ومكان الإقامة.

_ فيما يتعلق بسؤال: ما الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين؟

من خلال إجابات المبحوثين تبين أن مواقع الاجتماعي ساهمت فعلا في ترك أثر إيجابي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، بحيث عملت على دعم وتعزيز جملة من القيم الاجتماعية وترسيخها في عقول الطلبة كالعامل الجماعي والترابط الأسري، إذ عبر أغلب المبحوثين بأن مواقع التواصل الاجتماعي سمحت لهم بتفعيل علاقاتهم الاجتماعية مع غيرهم سواء أن كانوا من داخل أو خارج الوطن في إطار الصداقة، واكتساب سلوكيات ايجابية كالمشاركة في الأنشطة الاجتماعية والخيرية، كما عبر بعض المبحوثين أنها أضافت لهم العديد من المزايا على مستواهم الشخصي بحيث جعلتهم أكثر جرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع. وكان لمتغير النوع التأثير البارز في هذا المحور أكثر من متغيري التخصص ومكان الإقامة.

خاتمة

خاتمة

أدى التطور التكنولوجي المتسارع في مجال الاتصالات إلى إنتاج وسائل اتصال حديثة سهلت عملية التواصل مع الآخر بتفاعلية أكبر، على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة التي حظيت بشعبية كبيرة في أوساط الشباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة، بحيث كان لتلك المواقع تأثيرا مباشرا وغير مباشر على القيم الاجتماعية، وتمكنت من خلق عادات وسلوكيات جديدة غزت الأوساط الاجتماعية، بحيث أصبح ذاك العالم الافتراضي يسيطر على عقول الشباب عامة والطلبة خاصة باعتبارهم شديدي التعلق بهذه المواقع نظرا لما تتيحه من خدمات عديدة كالدرشة ومشاركة المنشورات والتعليقات وباقي الخدمات الأخرى، ولكن رغم ما تمتاز به إيجابيات إلا أنه لا يمكن إنكار سلبياتها فقد أصبحت تلك المواقع عالما وهميا يعيش فيه الكثير من الطلبة، فمن خلال مواقع التواصل الاجتماعي وجد الطلبة بديلا عن العلاقات المباشرة التي يفرضها عليه الواقع الحقيقي. وهذا ما حاولت دراستنا تسليط الضوء عليه من خلال دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين.

حيث تم التوصل لنتائج سمحت لنا بتكوين تصور بسيط عن تلك الآثار السلبية والايجابية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الطالب الجامعي أهمها، أن أغلب الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات، ويستغرقون وقتا طويلا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي هذا ما أثر على علاقاتهم الأسرية والاجتماعية، كما وجدنا أن هناك الكثير من القيم الاجتماعية التي تراجعت نتيجة الانشغال بمواقع التواصل الاجتماعي خصوصا صلة الرحم وظهور سلوكيات أخرى جديدة كعرض الخصوصيات الشخصية التي باتت منتشرة بكثرة في المجتمع وبرز مظاهر التقليد الأعمى للحياة الغربية وما تحمله من أنماط فكرية واجتماعية مغايرة عن مجتمعنا الجزائري خصوصا في أسلوب العيش وطريقة اللباس إلى غير ذلك، وهذا لا ينفى وجود تأثيرات إيجابية إذ سلدت هذه المواقع الطالب الجامعي في تعزيز قيمه الاجتماعية، وأضافت لهم الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع والقدرة على التعبير عن الذات بحرية، وعززت لديهم جملة من السلوكيات الايجابية كالمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، والمعاملة الحسنة للجميع. إلا أن متغير التخصص لا يؤثر في تغير القيم الاجتماعية في حين متغير مكان الإقامة يؤثر في الاستخدام لتلك المواقع وعلى القيم بحيث نجد العادات والتقاليد تختلف بين المدينة والمراكز الحضرية والريف.

وهذه الدراسة تحتاج مزيدا من البحث والتقصي بشكل أعمق باعتبار هذا الموضوع لا يزال حديث الساعة، ولعل هذه الدراسة تفتح باب جديد للبحث من زاوية أخرى لاستكمال بعض الجوانب الناقصة ولفهم أفضل للقيم الاجتماعية في الواقع الافتراضي إذ يمكن التركيز على دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تراجع العلاقات الاتصالية داخل الأسرة، أو دراسة تأثير موقع الفيس بوك

خاتمة

على سلوك الفتاة، كما يمكن دراسة أحد نماذج من تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي مثل تطبيق الانستغرام أو موقع اليوتيوب نظرا لقلّة الدراسات الجزائرية عنهما.



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصدر

1_ القرآن الكريم، سورة الروم، الآية 54.

ثانياً: الكتب

- 1 أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم علي، المدينة المنورة، 1988.
- 2- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون - الجزائر، 2003.
- 3- إسماعيل عبد الفتاح الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتب الإسكندرية - مصر، 2005.
- 4- أيمن البارودي، القنوات الفضائية ونسق القيم في المجتمع المحلي، دار إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2014.
- 5- إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر (وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته)، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435- 2014.
- 6- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2011.
- 7- تأليف نخبة من أستاذة علم الاجتماع، المرجع في مصطلحات العلوم الإجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، بدون سنة نشر.
- 8- جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي مفاهيمه - أدواته - طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1428، 2007م.
- 9- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري، الشبكات الاجتماعية- رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1436، 2015م.
- 10- حمد بن عبد الله القميري، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط والشقري للنشر دون بلد، 2012.
- 11- حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي- أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر، 2014.
- 12- حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن - عمان، 2015.
- 13- خضير كاضم حمود، موسى سلامة اللوزي، منهجية البحث العلمي، إثراء للنشر والتوزيع عمان الأردن، 2008.

قائمة المصادر والمراجع

- 14- خالد حامد ، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية ، ط2، جسور للنشر والتوزيع الجزائر ، 1433، 2012م.
- 15- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013.
- 16_ خضرة عمر المفلح، الاتصال - المهارات والنظريات وأسس عامة ، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع عمان، 1436هـ - 2015م.
- 17- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد عتيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان 2000.
- 18- رافدة الحريري، قضايا معاصرة في تربية طفل ما قبل المدرسة ، دار المنهج، دون بلد، 2013.
- 19- رحمة بن سليمان وآخرون، العنف والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة- ثنائية الثقافية والخطاب ، ج2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، بيروت - لبنان، 2017.
- 20_ رافي جوبتا، هوج بروكس، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، (ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح)، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2017.
- 21- زكريا عبد العزيز محمد ، التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب والمراهقين ، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2002.
- 22- سامي محسن الختاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة ، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 23_ سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2013.
- 24- سالم المعوش ، القيم والاتصال السيكلوجيا والمنهج، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2017.
- 25- صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 26- صلاح محمد عبد الحميد ، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، دون بلد نشر، 2012.
- 27- طه عبد العاطي نجم، منهج البحث الإعلامي ، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2015.
- 28- عبد اللطيف محمد خليفة ، ارتقاء القيم "دراسة نفسية" ، عالم الفكر، ع160، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ابريل 1992.
- 29- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
- 30- عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1997-1999.

قائمة المصادر والمراجع

- 31- علي سعيد إسماعيل، الأصول الفلسفية للتربية، جامعة عين شمس، دار الفكر العربي، القاهرة 2000م.
- 32- عبد الله عقله مجلي الخزاولة ، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 1425هـ، 2004.
- 33- عباس محبوب، الشباب والتنمية- رؤية تربوية إسلامية، عالم الكتب الحديث، عمان- الأردن 2006.
- 34- عيسى بن حسن الأنصاري، من التعليم إلى العمل - تدريب وتوظيف الشباب، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008.
- 35- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، 2010.
- 36- عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 37- عاهد حسين الصفدي، دقات على الباب العتيق- مقالات إجتماعية، دون دار نشر، عمان- الأردن، 2011.
- 38- عبد الله، علي محمد، شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، دون بلد نشر، 2012.
- 39- عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع الإمارات، 2014.
- 40- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ، 2015.
- 41- عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016.
- 42- علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 43- عبد الهادي أحمد الجوهري، مدخل إلى مناهج وتصميم البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الإسكندرية، دون سنة نشر.
- 44- علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعترف للنشر والتوزيع، دون بلد، 1438 هـ -2017.
- 45- فوزية ذياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1980.

قائمة المصادر والمراجع

- 46- فتحي حسين عامر ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ، العربي للنشر والتوزيع القاهرة - مصر، 2011.
- 47 - فتحي حسين عامر، علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع ،مصر، 2012.
- 48- كامل محمد المغربي، السلوك التنظيمي- مفاهيمه وأسس "سلوك الفرد والجماعة في التنظيم" ط 3، دار الفكر للنشر والتوزيع ،عمان -الأردن، 1425هـ ، 2004.
- 49- ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الإجتماعي،(ترجمة أحمد المغربي)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2016.
- 50- مركز الاستشارات، دور مواقع التواصل الإجتماعي في الاحتساب "تويتر أنموذجاً" ، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض- المملكة العربية السعودية، 1438 هـ.
- 51- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- معن خليل عمر ، البناء الاجتماعي، آفاقه ونظمه ، دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن 1997.
- 52- محمد منير سعد الدين، قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي ، ط2، دار بيروت المحروسة لبنان، 1998.
- 53- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2، دار وائل للنشر،الأردن - عمان، 1999.
- 54- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط2،(ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون) دار القصبه للنشر والتوزيع ،الجزائر، 2004.
- 55_ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية- تدريبات عملية،(ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون) دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.
- 56- محمد عباس إبراهيم، التحديث والتغير في المجتمع القروي (دراسة في مكونات القيم الثقافية) دار المعرفة الجامعية،السويس، 2006.
- 57- محمد حسن غانم، الشباب المعاصر وأزماته (دراسة نفسية ميدانية)، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2008.
- 58- محمد المهدي ، علم إجتماع التنظيم - من سوسيولوجيا القيم إلى سوسيولوجية المؤسسة، إمبابلاست ، الجزائر، 2010.
- 59- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1433- 2012.

قائمة المصادر والمراجع

- 60- مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الإجتماعي - منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت- لبنان، 2012.
- 61- محمود شمال حسن، سايبولوجية خطاب الفضائيات - جاذبية الصورة والثقافة الوافدة، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، 2013.
- 62- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية- مصر، 2015.
- 63- مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، مكتبة مصر، القاهرة، دون سنة نشر.
- 64- محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعتر للنشر والتوزيع، دون بلد، دون سنة نشر.
- 65- نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، نهضة الشرق، القاهرة، 1984.
- 66- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- 67- نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة أقرأ، قسنطينة- الجزائر 1430هـ- 2009 م.
- 68- نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2015، ص 84.
- 69- هناء حسني النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، د ب، 2010.

ثالثاً: المعاجم

- 1_ أحمد عطار، الصحاح الجوهري، مطبعة عيسى البابي الحلبي، القاهرة، 1972.
- 2_ جبران مسعود، معجم الرائد، المجلد 1، دار العلم للملايين، ط7، بيروت - لبنان، 1992.
- 3- ابن منظور، لسان العرب، مادة قوم، دار صادر، ج2، دون بلد، دون سنة نشر.
- 4- ابن منظور،، المجلد 3، دار صادر للطباعة و النشر، لبنان، 1997.
- 5- بدون مؤلف، المنجد في اللغة العربية، ط2، دار المشرق للطباعة، الأردن، 2001.
- 6- منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004، ص 4874.
- 7_ عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط (عربي، عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.

رابعاً: المجالات

- 1- أماني جمال مجاهد، " الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة " ، مجلة دراسة المعلومات جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو 2010.
- 2_ الجمعي مؤمن بكوش، "القيم الاجتماعية مقارنة نفسية -اجتماعية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الواد، العدد 8 سبتمبر 2014.
- 3- العطري بن عزوز، "الإعلام الجديد و الشباب"، مجلة فن و ثقافة، العدد 5، 21 مارس 2017.
- 4_ دواد محمد وقنوعه عبد اللطيف، "الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية والتربوية التطبيقية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد الثالث، ديسمبر 2013.
- 5_ فهد بن علي الطيار، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجاً، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود ، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب المجلد 31، العدد 61، الرياض، 1436هـ-2014م.
- 6- عيسى الشماس، فانت عجيب، "التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 37، العدد 2، 2015.
- 7- زغود بلقاسم، سعدي وحيدة، "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الأفق للعلوم، العدد الثامن، ج1، جامعة الجلفة، جوان 2017.

خامساً: رسائل الماجستير والدكتوراه

- 1- أحمد محمد حمودة ، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني للقضايا المجتمعية"، مذكرة الماجستير، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013.
- 2_ آمال عساسي، أثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة1، باتنة، 2014-2015.
- 3- ترنيم زهدي يوسف خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، غزة 1432هـ- 2015م.
- 4_ ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة ، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009.
- 5- سهام بوقلوف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر 2017-2018.

قائمة المصادر والمراجع

- 6_ مواهب محمد أحمد الخليفة الخواص، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا السودان، 2016-2017.
- 7_ ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الأوسط، مذكرة ماجستير في الإعلام، 2018.
- 8- نومار مريم نريمان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
- 9- وسام طایل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وأشباعاتها "الفيس بوك وتويتر"، مذكرة ماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن 2012-2013.

سادسا: المراجع الإلكترونية

- 1_ - آن كولير ولاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك، 2012، ص ص 20-23 على الموقع التالي: Connectsafely.org، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 22-11-2018، 19:20.
- 2- حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، على الرابط التالي: <https://www.worldcat.org/isbn> . تم الإطلاع بتاريخ: 28-03-2019، 7:30.
- 3_ سلام محمد توفيق، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، كتاب إلكتروني. <http://books-google.dz>، تم الإطلاع بتاريخ: 15-02-2019، 20:00.
- 4- عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، (جمع وتنسيق: أسامة بن مساعد المحيا) ورقة بحثية تم إعدادها في 25-06-1433. <https://fr.scribd.com> . تم الإطلاع بتاريخ: 01-18-2019، 18:30.
- 5- محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، على الرابط : <https://books.google-dz/books.id> . تم الإطلاع بتاريخ: 4-12-2018، 19:35.
- 6- نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017. على الرابط: <https://WWW.asjp.cerist-dz> تاريخ الاطلاع بتاريخ: 15_11_2019، 17:00.

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة



كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الإجتماعية للطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال _ بسكرة

تحت إشراف:

د. مسعودة طلحة

من إنجاز الطالبة:

مرزاقة بلبالة

أخي الطالب / أختي الطالبة :

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر يرجى تفصلكم بقراءة الاستبيان والإجابة على أسئلته بوضع إشارة (X) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، علما أن جميع المعلومات التي تدلون بها مخصصة لغرض البحث العلمي فقط - ولكم منا فائق الشكر والتقدير على حسن تعاونكم معنا.

السنة الجامعية: 2018/ 2019

البيانات الشخصية:

- النوع :

ذكر أنثى

- التخصص:

اتصل و علاقات عامة إذاعة وتلفزيون

- مكان الإقامة:

مدينة(فوق 20000 ساكن) مركز حضري(فوق 5000 ساكن) ريف(أقل من 500 ساكن)

_ المحور الأول : عادات و أنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع

التواصل الاجتماعي

1- منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة من سنة ثلاث سنوات أكثر من ثلاثة سنوات

2- هل تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

اسمك الحقيقي اسم مستعار اسم أحد أقاربك

3- ما نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي؟(يمكنك

اختيار أكثر من إجابة.)

أخبار المجتمع الدين والعادات و التقاليد التربية و التعليم الأسرة و العناية الصحية

4- كم من الوقت تستغرق في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل

الاجتماعي؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ثلاثة ساعات أكثر من ثلاثة ساعات لا يوجد وقت محدد

5- ما هي شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تستخدم من خلالها الصفحات ذات الطابع

الاجتماعي المفضلة لديك؟

الفيسبوك التويتر اليوتيوب الانستغرام أخرى أذكرها

.....

6- ما هو سبب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

التعرف على ثقافات جديدة تكوين صداقات التسلية و الترفيه متابعة الأحداث الجارية

اكتساب مهارات جديدة ملأ وقت الفراغ التواصل مع الأصدقاء

المحور الثاني: التأثيرات السلبية المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين

7- ما نوع المعارف والمعلومات الاجتماعية التي كونتها من خلال تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- التاريخ و الذاكرة و التراث المواطنة و الحركة الجموعية العالم الريفي و الهجرة العمران و أسلوب المعيشة العائلة و الطفولة المدرسة و التربية الثقافة و اللغة و الهوية الصحة و التغذية لآفات و الظواهر الاجتماعية

8- أي هذه المعارف الاجتماعية غيرت مواقع التواصل الاجتماعي تفكيرك حولها؟ أذكرها

9- ما هي تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عليك؟

- تدهور حالتي الصحية زيادة وقتي الضائع الإدمان على بعض الصفحات التقليل من ساعات النوم تسبب المشاكل النفسية

10- بماذا تميزت علاقتك بمحيطك الاجتماعي منذ بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- العزلة و الانطواء ضعف العلاقات الأسرية ضعف العلاقات الاجتماعية
- 11- هل الوقت الذي تقضيه في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أسرتك يقلل من الوقت الذي تقضيه مع زملائك في الدراسة يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أصدقائك المقربين يقلل من زيارتك لأقاربك

12- باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ما هي العادات الجديدة التي اكتسبتها؟

- الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين المقارنة الدائمة مع الآخرين نشر الإشاعات عرض الخصوصيات الشخصية الرغبة في تحقيق الشهرة

13- في رأيك، ما هي السلوكيات التي تنتشرت بكثرة في المجتمع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- الانحراف الأخلاقي التقليد للحياة الغربية شيوع الجريمة ضعف الوازع الديني التعدي على خصوصيات المجتمع الدخول في علاقات غير شرعية التطفل على الآخرين

14- ما هي القيم الاجتماعية التي تراها في تراجع باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- التسامح صلة الرحم التكافل الاجتماعي الصداقة احترام الآخرين

_ المحور الثالث: الآثار الايجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين

15- ما هي القيم الاجتماعية التي ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على فهمها واستيعابها بشكل أفضل؟

التضامن العمل الجماعي الترابط الأسري الصداقة
التسامح احترام الكبير والصغير

16- ما هي المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي تشاركها وتناقشها مع أصدقائك في مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

نشاطات اجتماعية خيرية توعية صحية تربية علمية
نشاطات ثقافية تنمية بشرية

17- هل تشارك المنشورات ذات الطابع الاجتماعي المتعلقة ب؟

مجتمعك الخاص والقريب منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل منشورات ذات طابع عالمي

18- ما هو شعورك عند تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

الراحة النفسية الثقة الاسترخاء السعادة

19- ما الذي أضافته لك مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي في علاقتك بالآخرين؟

الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين
القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين حولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك

20- ما هي السلوكيات الايجابية التي تعززت لديك باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

المشاركة في الأنشطة الاجتماعية تعزيز بر الوالدين المعاملة الحسنة للجميع
إحياء العادات والتقاليد

21- هل أتاحت لك مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتوسيع شبكة علاقاتك الاجتماعية مع أشخاص من داخل وخارج الوطن؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم فأى الولايات والدول التي كونت صداقات من خلالها؟

.....

22- ما هي القيم الاجتماعية التي تعززت لديك باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

الاحترام المنفعة المتبادلة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي

ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، ببحث عادات وأنماط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على التأثيرات السلبية والإيجابية المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها هذه المواقع في قيمهم الاجتماعية، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح، اعتماداً على عينة عشوائية منتظمة قوامها 61 مفردة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة مجموعة من النتائج كان أهمها ما يلي:

_ يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات، ويميلون إلى استخدام أسماء مستعارة، ويفضل معظمهم موقع الفيس بوك ثم تطبيق الانستغرام.

_ أضعفت مواقع التواصل الاجتماعي علاقات الطلبة الاجتماعية، خاصة علاقاتهم الأسرية منها. _ تراجعت قيمة صلة الرحم عند أغلب أفراد العينة بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ولكن نجد أن متغير التخصص لا يؤثر على تراجع القيم الاجتماعية، بينما مكان الإقامة يؤثر على تراجعها خاصة ما تعلق بصلة الرحم عند سكان المدينة وطلو أكر الحضرية مقارنة بالريف.

_ أغلب المبحوثين يقللون من زيارتهم لأقاربهم بسبب استغراقهم وقتاً طويلاً في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ومنهم من جعلتهم يقللون من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم.

_ ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين في فهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي ومنهم من ساعدتهم على فهم واستيعاب قيمة الترابط الأسري.

_ أضافت مواقع التواصل الاجتماعي للإنث الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع، والقدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين. وتزداد هذه النتيجة عند طلبة الإعلام والاتصال وسكان المدينة والمراكز الحضرية.

_ عززت مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة قيمتي التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي، والمنفعة المتبادلة.

الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الاجتماعية، التأثير، الطالب الجامعي.

Study Summary:

This study attempted to investigate the impact of social media on the social values of university students by examining the habits and patterns of their use of social networking sites and identifying the negative and positive cognitive, affective and behavioral effects of these sites in their social values. Consisting of 61 students from the sciences of information and

communication at the University of Biskra, and used the questionnaire to collect data. The study reached a number of results, the most important of which were the following:

_ Students have been using social media for more than three years, and tend to use aliases, most of them prefer *Facebook* and then the *Instagram*.

_ Social media have weakened the students' social relations, -especially their family relationships.

_ The value of the link between the uterus and the majority of the sample after the use of social networking sites, but find that the variable does not affect the impact of the social values, while the place of residence affects the decline, especially related to the relationship of the uterus to the population of the city and urban centers compared to the countryside.

_ Most of the students underestimate their visit to their relatives because they spend a lot of time browsing the social media, and some of them make them reduce the time spent with their families.

_ Social media helped students understanding the value of teamwork and helped them to understand the value of family cohesion.

_ social media have added boldness to discussing various topics with everyone to female students, and the ability to express themselves freely to others. This result is increased for the students in media and communication specialty, and those whom lives in cities and urban centers.

_ The social media have enhanced students in the values of cooperation, solidarity, social solidarity and mutual benefit.

Keywords: social media, social values, influence, university student.