

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

مخبر الفلسفة والدراسات الإنسانية والاجتماعية ومشكلات الإعلام والاتصال

أطروحة

لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية الشعبة: علوم اجتماعية - علم اجتماع

الاختصاص: علم اجتماع الاتصال

من إعداد:

هالة يحي

بعنوان

علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية

أمام اللجنة المناقشة المكونة من:

بتاريخ: 28 أبريل 2025

الصفة	الجامعة	الرتبة	الاسم واللقب
رئيسا	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	أستاذ دكتور	حميد حملاوي
مشرفا	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	أستاذ دكتور	خالد بوشارب بولوداني
ممتحنا	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	أستاذ دكتور	ليليا بن صويلح
ممتحنا	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	دكتور	زينة بن حسان
ممتحنا	جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-	أستاذ دكتور	سفيان ساسي
ممتحنا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	أستاذ دكتور	هشام بوبكر

السنة الجامعية: 2024-2025

بسم الله الرحمن الرحيم

"يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل

لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير"

صدق الله العظيم

الإهداء

لطالما انتظرت هذا اليوم كي أرى الفخر والسعادة في عين أُمي وأبي
وها أنا أهدي تخرجي لأُمي الغالية وأبي العزيز، إلى زوجي عرفانا على
مساندته وصبره معي إلى ابني "ياسين" إلى أخواتي، إلى كل من ساندني
ودعمني أهدي هذا العمل.

الشكر والتقدير

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور بوشارب بولوداني
خالد الذي تحمل عناء الإشراف والمتابعة والتحفيز طيلة فترة إعداد هذه
الدراسة.

كما نتقدم بالشكر لكل من ساهم في تقديم يد العون لإنجاز هذه الدراسة،
ونخص بالذكر أساتذتنا الكرام الذين أشرفوا على تكوين دفعتنا.
والشكر الخاص لكل من أحببنا ولم يقف بجانبنا ووضع كل العراقيل لإحباطنا
وساهم بشكل أكبر لوصولنا إلى هدفنا.

ملخص الدراسة:

الكلمات المفتاحية: وسائط التواصل الاجتماعي، القيم الاجتماعية.

تهدف هذه الدراسة الموسومة بـ"العلاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي وتحولات القيم الاجتماعية" إلى استكشاف مدى تأثير وسائط التواصل الاجتماعي على التغيرات الحاصلة في القيم الاجتماعية. يعتبر هذا الموضوع محط اهتمام كبير من قِبل العديد من الباحثين في مختلف المجالات الأكاديمية، مثل علم الاجتماع والاتصال، الذين أبدوا آراء متنوعة حوله، إلا أنهم اتفقوا إجماعاً على وجود ارتباط بين هذين المتغيرين. تتألف الدراسة من ستة فصول، حيث تم تخصيص فصلين للمراجعة النظرية للتراث العلمي المرتبط بموضوع البحث، بينما تناولت الفصول الثلاثة الأخرى الجوانب الميدانية عبر تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمتغيرات البحث في جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف. كما تم تخصيص فصل منهجي يربط بين الجانب النظري والتطبيقي.

تركزت أهداف الدراسة بين جوانب نظرية وأخرى ميدانية:

أ. الأهداف النظرية:

- تنظيم وتصنيف التراث النظري المتعلق بموضوع الدراسة.
- بناء إطار نظري لفهم العلاقات بين وسائط التواصل الاجتماعي والتحولات في القيم الاجتماعية.

ب. الأهداف الميدانية:

- استكشاف دور وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة في المجتمع.
- دراسة العلاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي وتعزيز العمل التطوعي.
- فهم تأثير وسائط التواصل الاجتماعي على مسؤولية الشباب الاجتماعية.

صيغت الدراسة على فرضية عامة تفترض أن وسائط التواصل الاجتماعي ساهمت في تغيير القيم الاجتماعية.

ومن أجل اختبار هذه الفرضية العامة، تم اقتراح ثلاث فرضيات فرعية:

- تلعب وسائط التواصل الاجتماعي دورًا في تعزيز قيم المواطنة.
 - هناك علاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي وتعزيز العمل التطوعي.
 - تسهم تطورات وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي الشباب بمسؤولياتهم الاجتماعية.
- لتأكيد صحة هذه الفرضيات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح بالعينة، حيث تم اختيار عينة قصدية بلغ عددها 363 مشاركًا. كما استُخدم مقياس الاتجاه كأداة لجمع البيانات بالإضافة إلى الملاحظة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أبرزها:

- تسهم وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة.
 - وجود علاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي وتعزيز العمل التطوعي.
 - تأثير التطورات في وسائط التواصل الاجتماعي على تعزيز مسؤولية الشباب الاجتماعية.
- تؤكد هذه النتائج صحة الفرضيات الفرعية، وبالتالي صحة الفرضية العامة للدراسة. كما أشارت إلى أن العلاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية لا تزال تثير الكثير من القضايا التي تتطلب المزيد من البحث العلمي.

Résumé:

Les mots clés : Réseaux sociaux, Valeurs sociales.

Cette étude, intitulée ****« La relation entre les médias sociaux et les transformations des valeurs sociales »****, vise à explorer dans quelle mesure les plateformes de médias sociaux influencent les changements des valeurs sociales. Ce sujet a suscité un grand intérêt parmi les chercheurs dans divers domaines académiques, tels que la sociologie et la communication, qui ont exprimé des points de vue variés à son égard. Malgré ces divergences, il existe un consensus général sur l'existence d'une relation entre ces deux variables.

L'étude est structurée en six chapitres. Deux chapitres sont consacrés à la revue théorique de la littérature scientifique liée au sujet de recherche, tandis que les trois autres traitent des aspects empiriques à travers l'analyse et l'interprétation des données recueillies à l'Université Chadli Bendjedid, à El Tarf. Un chapitre méthodologique a également été inclus pour relier les parties théoriques et empiriques de l'étude.

Les objectifs de l'étude sont répartis entre objectifs théoriques et pratiques.

A. Objectifs théoriques:

- Organiser et classer la littérature théorique en rapport avec le sujet de l'étude.
- Développer un cadre conceptuel pour comprendre les relations entre les plateformes de médias sociaux et les transformations des valeurs sociales.

B. Objectifs pratiques:

- Étudier le rôle des médias sociaux dans la promotion des valeurs citoyennes au sein de la société.
- Examiner la relation entre les médias sociaux et le renforcement du bénévolat.
- Comprendre l'influence des évolutions des médias sociaux sur la responsabilité sociale des jeunes.

L'étude repose sur une hypothèse générale selon laquelle les plateformes de médias sociaux ont contribué à la modification des valeurs sociales. Afin de tester cette hypothèse, trois sous-hypothèses ont été formulées:

- Les médias sociaux jouent un rôle dans le renforcement des valeurs citoyennes.
- Il existe une relation significative entre les médias sociaux et la promotion du bénévolat.
- Les développements des médias sociaux contribuent à renforcer la conscience des jeunes envers leurs responsabilités sociales.

Pour valider ces hypothèses, l'étude a adopté une méthodologie descriptive basée sur des enquêtes par échantillonnage, utilisant un échantillon intentionnel de 363 participants. Un échelle d'attitudes a été utilisée comme principal outil de collecte de données, en plus de l'observation.

Les résultats de l'étude ont révélé plusieurs conclusions clés:

- Les médias sociaux contribuent à la promotion des valeurs citoyennes.

-Il existe une relation significative entre les médias sociaux et le renforcement du bénévolat.

-Les évolutions des médias sociaux ont favorisé l'engagement des jeunes envers leurs responsabilités sociales.

Ces résultats confirment la validité des sous-hypothèses, et par conséquent, de l'hypothèse générale de l'étude. De plus, ils soulignent que la relation entre les médias sociaux et les valeurs sociales continue de susciter des questions importantes, nécessitant des recherches supplémentaires dans divers domaines scientifiques.

ABSTRACT

This doctoral thesis, titled "The Impact of Social Media on Social Value Transformation," examines how social media influences changes in social values. The study is divided into six chapters: two focusing on theoretical literature and three dedicated to fieldwork at Chadli Bendjedid University, El Tarf, with a methodological chapter linking theory and practice.

The research aims to:

1. Theoretically categorize and analyze existing literature on social media's role in shifting values.
2. Practically investigate its impact on civic engagement, volunteerism, and youth social responsibility.

A general hypothesis suggests that social media influences social values, supported by three sub-hypotheses about civic values, volunteerism, and youth awareness. Using a descriptive method, data from 363 participants were analyzed through surveys and observation.

The study confirmed that social media enhances civic values, supports volunteerism, and strengthens youth responsibility. These findings validate the research hypotheses and suggest the need for further exploration of social media's role in shaping societal values.



الإهداء

الشكر والتقدير

ملخص الدراسة

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

مقدمة.....أ

الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة

تمهيد.....7

أولاً: أسباب اختيار الموضوع8

ثانياً: الأهداف النظرية والميدانية للدراسة8

ثالثاً: المشكلة البحثية للدراسة وتساؤلاتها10

رابعاً: فرضيات الدراسة13

خامساً: مفاهيم الدراسة14

سادساً: الدراسات السابقة24

الفصل الثاني: وسائط التواصل الاجتماعي

35	تمهيد.....
36	أولاً: النظريات المفسرة لوسائط التواصل الاجتماعي.....
43	ثانياً: نشأة وسائط التواصل الاجتماعي.....
48	ثالثاً: خصائص وسائط التواصل الاجتماعي.....
51	رابعاً: أهمية وسائط التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامها.....
55	خامساً: مجالات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي.....
58	سادساً: أنواع وسائط التواصل الاجتماعي.....
74	سابعاً: الآثار الإيجابية والسلبية لوسائط التواصل الاجتماعي.....
78	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث: مصادر وخصائص القيم الاجتماعية

81	تمهيد.....
82	أولاً: النظريات المفسرة للقيم الاجتماعية.....
85	ثانياً: مصادر القيم الاجتماعية.....
88	ثالثاً: خصائص ووظائف القيم الاجتماعية.....
93	رابعاً: أهمية القيم الاجتماعية.....
96	خامساً: تصنيف القيم الاجتماعية.....
109	سادساً: وسائط نقل القيم.....

112.....	سابعا: اكتساب وتغير القيم الاجتماعية
115.....	ثامنا: الانترنت والقيم الاجتماعية
116.....	خلاصة الفصل

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

119.....	تمهيد
120.....	أولا: مجالات الدراسة
125.....	ثانيا: المنهج المستخدم
127.....	ثالثا: أدوات جمع البيانات
135.....	رابعا: العينة وكيفية اختيارها
136.....	خامسا: خصائص العينة

الفصل الخامس: تحليل البيانات الإحصائية

150.....	تمهيد
151.....	أولا: عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى
164.....	ثانيا: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية
173.....	ثالثا: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة

الفصل السادس: مناقشة نتائج الدراسة

184.....	تمهيد
----------	-------

أولا: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات.....	185
ثانيا: مناقشة النتائج في ضوء الأهداف.....	199
ثالثا: مناقشة النتائج في ضوء النظريات.....	200
رابعا: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.....	201
خاتمة.....	205
المراجع.....	208
الملاحق	

رقم الجدول	عنوانه	الصفحة
01	الفرق بين "الويب 1.0" "Web 1.0" و "الويب 2.0" "Web 2.0"	46
02	أوزان عبارات المقياس	128
03	الصدق الظاهري (صدق المحكمين)	129
04	معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحور الأول	132
05	معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحور الثاني	133
06	معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحور الثالث	134
07	متغير الجنس	136
08	متغير السن	138
09	متغير المستوى الجامعي	139
10	الكليات التي يزاول فيها الطلبة الدراسة	141
11	الوسيط الأكثر استخداما	142
12	الوسيلة التي يتم الولوج من خلالها لوسائل التواصل الاجتماعي	144
13	استخدام أفراد العينة	146
14	اتجاهات أفراد العينة نحو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة داخل المجتمع	151
15	اتجاهات أفراد العينة نحو زيادة مدخلات العمل التطوعي من خلال استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي	165

قائمة الجداول

174	اتجاهات أفراد العينة نحو مساهمة التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي في ارتباطهم بمسؤوليتهم الاجتماعية	16
189	معامل الارتباط بين وسائل التواصل الاجتماعي وقيم المواطنة داخل المجتمع	17
194	معامل الارتباط بين وسائل التواصل الاجتماعي ورفع مدخلات العمل التطوعي	18
199	معامل الارتباط بين وسائل التواصل الاجتماعي بين والمسؤولية الاجتماعية	19

رقم الشكل	عنوانه	الصفحة
01	الجنس	137
02	متغير السن	139
03	متغير المستوى الجامعي	140
04	الكلية	142
05	الوسيط الأكثر استخداما	144
06	الوسيلة التي يتم الولوج من خلالها لوسائل التواصل الاجتماعي	145
07	كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	147

مقدمة

مقدمة

تطورت تكنولوجيا المعلومات بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة، مما أحدثت نقلت نوعية وثورة في عالم الاتصال، وأدت إلى تغيرات متسارعة في شتى المجالات، وأهم ما يميز هذه التكنولوجيا هو قدرتها على إزاحة المسافات بين الأفراد ومختلف الثقافات كما تلاشت من خلالها الحدود الجغرافية، وأصبح الاتصال متاحا دون التقيد بالوقت والزمان، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثير على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، وهذا ما جعل المجتمعات تقبل هذه المستجدات وتكيف أسلوب حياتها معها، وذلك للاستفادة مما تقدمه من مميزات في جميع المجالات، ووسائل التواصل الاجتماعي تعتبر جزء مهم من هذه التكنولوجيا حيث أصبحت في وقت قياسي أكبر وسيلة يتم التواصل عبرها في أنحاء العالم، كما أنها أتاحت لمستخدميها العديد من المميزات منها كسر احتكار المعلومات، كما أنها شكلت عامل ضغط على الحكومات ومن خلال هذا الضغط بدأت تتجمع بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الوسائل تحمل أفكارا ورؤى مختلفة ومتقاربة أو موحدة أحيانا، مما ساهم في تطورها وانتشارها.

وبالرغم من أن هذه الوسائل أنشئت في الأساس للتواصل بين زملاء الدراسة لكنها امتدت لتشمل مختلف الأنشطة والأعمال من خلال تداول المعلومات الخاصة بها، وقد صنعت في بداياتها مجتمعا افتراضيا في مجال ضيق، بعدها تطورت مع الوقت لتنتقل من أداة افتراضية نصية مكتوبة إلى مكتوبة ومسموعة وبصرية، كما أنها أصبحت جزءا أساسيا من حياتنا، ولا يستطيع الفرد الاستغناء عنها، لما لها من علاقات ودور رئيسي ومهم في كافة القطاعات، كما أنها أعطت فرصة للدخول في العالم الافتراضي والتواصل من خلاله.

والتطور الهائل الذي حظيت به وسائل التواصل الاجتماعي ساهم في العديد من التغيرات، وهذه التغيرات تتفاعل مع متغيرات أخرى، حيث تشكلت ثقافة رقمية جديدة وهذا التحول في الثقافة أثر في القيم

الاجتماعية وبالرغم من أنها ثابتة إلا أنها لم تسلم من التغير، حيث تأثرت بتطورات والتحولات الحاصلة ولا سيما الذي طال وسائط التواصل وما رافقها من تطورات هائلة، حيث أنه أصبح هناك نموذج موحد من الأفكار والسلوكيات منشورة عبر أنحاء العالم خاصة بين الشباب التي لم تكن منشورة من قبل، وبالتالي تأتي الثقافة الخاصة بالشباب كاستجابة لهذه المتغيرات، ومن بينها تطبيق القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي، ونتيجة ذلك تعرضت القيم الاجتماعية إلى تحولات إلزامية بما يتماشى مع التطورات الحاصلة.

مما سبق وبالنظر إلى أهمية موضوع وسائط التواصل الاجتماعي وتغير القيم الاجتماعية، نحاول في هذه الدراسة تشخيص الواقع الفعلي لهذين المتغيرين من خلال ربط ما هو نظري بما هو ميداني وذلك من خلال اطلاعنا على طلبة جامعة الشاذلي بن جديد الطارف كنموذج عن الشباب الجامعي في الجزائر .

وقد تضمنت الدراسة الراهنة ستة فصول جاءت كما يلي:

الفصل الأول وتم خلاله عرض الإطار التصوري للدراسة، حيث تضمن أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، الإشكالية، الفرضيات، وكذلك المفاهيم، بالإضافة إلى الدراسات السابقة.

في حين تعلقا الفصل الثاني والثالث بمتغيري الدراسة، حيث خصصنا الفصل الثاني بمتغير وسائط التواصل الاجتماعي، في حين تناولنا في الفصل الثالث متغير القيم الاجتماعية.

وجاء الفصل الرابع بمثابة الفصل الواصل بين الإطار النظري والإطار الميداني للدراسة، حيث عرضنا خلاله الإجراءات المنهجية للدراسة، أين تناولنا إطار الدراسة، مجالات الدراسة، المنهج المستخدم، أدوات جمع البيانات، العينة وكيفية اختيارها، مع تحديد أهم خصائصها.

أما الفصل الخامس فقد خصصناه لتبويب البيانات في جداول إحصائية وتحليلها وتفسيرها بناء على الإطار النظري الوارد في الفصول السابقة.

وجاء الفصل السادس لمناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة وأهدافها، فضلا عن الدراسات السابقة، كما حددنا من خلاله أيضا موقع الدراسة الراهنة من نظريات الدراسة.

الفصل الأول

الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة.

تمهيد.

أولاً: أسباب اختيار الموضوع.

ثانياً: الأهداف النظرية والميدانية للدراسة.

ثالثاً: المشكلة البحثية للدراسة وتساؤلاتها.

رابعاً: فرضيات الدراسة.

خامساً: مفاهيم الدراسة.

سادساً: الدراسات السابقة.

تمهيد:

تسمح وسائط التواصل الاجتماعي لمستخدميها التفاعل فيما بينهم، حيث يتواصلون ويشاركون ويتبادلون المعلومات والأفكار في الوقت الذي يريدونه، فهذه الوسائط لا تقتصر على الترفيه والتواصل بين مستخدميها فقط، بل تمتد لتشمل جوانب مختلفة من حياتهم، كالتعليم والمعرفة وذلك من خلال تبادل ومشاركة المنشورات التعليمية والمحتوى الثقيفي، كما أنها منبر لتقديم الدعم والمساعدة والحصول عليها، وتشجع مستخدميها على المشاركة في الحملات التوعوية ونشر الوعي حول مختلف القضايا المجتمعية.

وعليه نحاول في هذا الفصل عرض الإطار التصوري للدراسة، بدءاً بإبراز أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة، ثم تحديد معالم الاشكالية البحثية عبر تساؤلها الرئيسي وأسئلتها الفرعية، والإجابة عنها في شكل فرضية عامة وما تفرع عنها من فرضيات جزئية التي اعتمدناها كميّار لتصنيف الدراسات السابقة، وتحديد المفاهيم الخاصة بالدراسة وتعريفاتها الإجرائية.

أولاً: أسباب ومبررات اختيار الموضوع.

يعد البحث في علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية من المواضيع ذات الأهمية البالغة في العديد من الحقول العلمية خاصة في ميدان العلوم الاجتماعية، حيث أن التطورات والتغيرات التكنولوجية الراهنة، وما أسفرت عنه من تغير في سلوكيات وثقافات المجتمعات المعاصرة أدت إلى تأثيرات عميقة على القيم الاجتماعية السائدة فيها، وكون وسائط التواصل الاجتماعي جزء من هذه التكنولوجيا فقد ساهمت في هذا التغير وهذا ما أكدته العديد من الدراسات الامبريقية في هذا المجال، وهو ما دفعنا إلى اختيار موضوع علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية، خاصة وأنه يندرج ضمن مجال التخصص، فضلاً عن الرغبة الشخصية في تناول هذا الموضوع الذي يعتبر مكمل لدراسة الماجستير التي كانت بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التواصل الأسري"، بالإضافة إلى قابلية إخضاع هذا الموضوع للفحص الميداني، وذلك باستخدام الإجراءات المنهجية اللازمة في البحوث السيسيوأمبريقية بهدف إعطاء صورة شاملة عن العلاقة القائمة بين وسائط التواصل الاجتماعي وتغير القيم الاجتماعية.

ثانياً: الأهداف النظرية والميدانية للدراسة.

يعتبر تحديد أهداف البحث عنصراً أساسياً لا يمكن الاستغناء عنه، كمرحلة تبين ما يتطلع اليه الباحث إلى بلوغه من نتائج.¹

ووفقاً للأسباب والمبررات السابقة، سعت دراستنا إلى تشخيص الواقع الفعلي لوسائط التواصل في علاقتها بتغير القيم الاجتماعية للشباب، من خلال محاولة تحقيق جملة من الأهداف تم توزيعها بين أهداف نظرية وأخرى ميدانية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

¹ أحمد بن مرسي: الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار الورد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص: 80.

1. الأهداف النظرية:

- أ. محاولة ترتيب وتصنيف التراث النظري حول موضوع الدراسة.
- ب. محاولة بناء تصور نظري ملائم لدراسة العلاقات والارتباطات القائمة بين وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية.

2. الأهداف الميدانية:

- أ. التعرف على دور وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع.
- ب. محاولة معرفة طبيعة العلاقة القائمة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي.
- ج. محاولة معرفة مدى ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية في ظل التطورات الحاصلة في وسائط التواصل الاجتماعي.

ثالثا: المشكلة البحثية وتساؤلاتها.

التطور السريع في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كان له أثر واضح على تغير مختلف جوانب الحياة سواء بالنسبة للأفراد أو الجماعات، و شبكة الانترنت من أهم هذه التكنولوجيات، مع ما صاحبها من ظهور لتكنولوجيا "الويب" "Web" التي تم الاعتماد عليها في انشاء وسائط التواصل الاجتماعي، ما أضاف الجديد للاتصال، فبالرغم من أنها أنشأت أساسا للتواصل وتبادل الرسائل والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو، إلا أنها تعدت الأساس الذي أنشأت من أجله، حيث لم تبقى مميزات مقتصرة على الأفراد فحسب بل استفادت منها أيضا المنظمات على اختلاف طبيعتها، فأصبحت عمليات التواصل داخل هذه المؤسسات أكثر سهولة وفعالية.

وتبرز أهمية وسائط التواصل في عدد المنخرطين فيها، فقد وصل عدد المشتركين فيها حول العالم في أفريل 2023 إلى 4.80 مليار مشترك¹، أما في الجزائر فحسب تقرير موقع " داتا ريبورتال " فقد وصل عدد المنخرطين في هذه الوسائط إلى حوالي 23.95 مليون شخص² ، وحسب ما تم نشره من إحصائيات فهي في تزايد مستمر من حيث نسبة منخرطيها ومستخدميها، وإذا ما دققنا في الفئة العمرية نجد أن فئة الشباب أكثر استخداما هذه الوسائط، وحسب تقرير الذي نشر على موقع الشروق سنة 2023 أن ما نسبته 75.4% من مستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي في الجزائر تبلغ أعمارهم 18 عاما فأكثر³ وهذا راجع لاعتبارهم أول العناصر الاجتماعية في تبني التكنولوجيا الحديثة وتأثرا بها، فالشباب يميلون إلى التقبل التلقائي للجديد ويتميزون بعنصر التجديد⁴، وبفضل تأثيرها الواسع أصبحت وسائط التواصل الاجتماعي تلعب دورا هاما في إحداث تغيرات مجتمعية أثرت على سلوك الأفراد وثقافتهم، والقيم الاجتماعية هي منظومة من الأفكار التي يتبناها مجتمع معين والتي على أساسها يحدد ما هو مرغوب فيه أو مكروه، وهذه القيم ما هي إلا انعكاس للأسلوب الذي يفكر الأشخاص به في ثقافة معينة⁵، ففكرة الاستخدامات والإشباع ترى بأن الأفراد باختلاف مستوياتهم الاجتماعية والفكرية والثقافية يتواصلون ويتفاعلون افتراضيا من خلال وسائط التواصل الاجتماعي رغبة منهم في إشباع دوافعهم ورغباتهم ما يؤثر على تغير قيمهم الاجتماعية، أما الاتجاه العضوي بقيادة "سبنسر" "SPENCER" يرى بأن القيم الاجتماعية هي أحد جوانب النسق القيمي التي تتفاعل وتتساند مع

¹ عثمان كباشي: أرقام في حياتنا، 10\11\2023، الساعة 5.35، <https://www.aljazeera.net/blogs>

² محمد لعلامة: أحدث الإحصائيات لاستخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي، 10\11\2023، الساعة 6.08، <https://www.awras.com>.

³ عبد الرزاق. ب: عدد مستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر عام 2023، 10\11\2023، الساعة 6.25، <https://www.echoroukonline.com>.

⁴ دغمان هالة : مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، العلاقة بين الواقعي والافتراضي العالقة، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك (أطروحة دكتوراه غير منشورة) ، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017، ص: 10.

⁵ بن سبع محمد عبد الرؤف ، عوين محمد الصالح: واقع القيم الاجتماعية في ضوء تكنولوجيا المعلومات الحديثة، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، ع3، المجلد 3 الوادي، 2020، ص: 71.

باقي عناصر الأنساق الأخرى وتساعد على توازن المجتمع واستقراره، ووسائط التواصل الاجتماعي تشكل جزءا من هذه التفاعلات، وبالتالي لها دور في تغيير هذه القيم.

إن تباين الطروحات النظرية في تفسيرها لموضوع وسائط التواصل الاجتماعي وتغير القيم الاجتماعية بين "نظرية الاستخدامات والإشباع" التي ترى بأن التواصل افتراضيا عبر وسائط التواصل الاجتماعي إشباع دوافع المستخدمين ورغباتهم، وهذا ما له تأثير على القيم الاجتماعية وبين "الاتجاه العضوي" الذي يرى بأن القيم الاجتماعية تتساند مع باقي الأنساق الأخرى وتساهم بشكل كبير في استقرار وتوازن المجتمع، ووسائط التواصل الاجتماعي تساهم في هذه التفاعلات ومما لا شك فيه أن القيم الاجتماعية تأثرت بشكل كبير بوسائط التواصل الاجتماعي مما يساهم في تغييرها.

ومهما تعددت هذه المداخل النظرية واختلفت في تحديد اتجاه العلاقة القائمة بين وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية إلا أنها ركزت في مجملها على وجود علاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي وتغير القيم الاجتماعية.

وتأسيسا على ما سبق وفي ظل الجدل المبريقي القائم حول علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية وفي ظل الاستخدام المتنامي لهذه الوسائط من قبل الشباب الجامعي الذي هو مرتبط بكل ما هو جديد ومستحدث، فإن هذا الارتباط يفتح المجال لتشخيص الواقع الفعلي لوسائط التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي وعلاقتها بتغير بالقيم الاجتماعية، وذلك من خلال محاولة الإجابة على التساؤل المركزي التالي:

- إلى أي مدى ساهمت وسائط التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية؟

ومن أجل ضبط معالم الإشكالية البحثية والتحكم في أبعادها والامام بجوانبها نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1. هل لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة في المجتمع؟
2. هل استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي يرفع من معدلات العمل التطوعي؟
3. ما مدى ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية في ظل التطورات الحاصلة في وسائل التواصل الاجتماعي؟

رابعاً: فرضيات الدراسة.

تعتبر صياغة الفرضية من الخطوات المنهجية الأساسية بعد القيام بطرح المشكلة البحثية، فحل المشكلة يحتاج من الباحث الإجابة عليها، لذلك يحاول بناء على اطلاعه على التراث النظري حول الموضوع تقديم إجابات مبدئية أولية لهذه التساؤلات، قد تكون هذه الإجابات بعد إجراء البحث نهائية صحيحة، كما أنها قد تكون غير صحيحة لأنها مجرد إجابات محتملة¹، وهو ما يعرف بفرضيات الدراسة.

وبالنظر إلى الأهمية التي تحظى بها الفرضيات في الدراسات السوسيولوجية، صاغت دراستنا الراهنة فرضية عامة، وثلاث فرضيات فرعية مفادها:

الفرضية العامة:

- ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تغير القيم الاجتماعية.

وقصد البرهنة على الفرضية العامة، تم صياغة ثلاث فرضيات فرعية مفادها:

1. الفرضية الفرعية الأولى:

لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع.

2. الفرضية الفرعية الثانية:

¹ غربي علي: أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة Cirta copy، فسنطينة، 2006، ص: 61.

هناك علاقة دالة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي.

3. الفرضية الفرعية الثالثة:

ساهمت التطورات الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية.

خامسا: مفاهيم الدراسة.

إن تحديد المفاهيم خطوة منهجية أساسية لما لها من أهمية كبيرة في البحث الاجتماعي لا يمكن تجاوزها، حيث تمثل حلقة وصل بين النظرية والميدان، وبدونه تنتفي الصلة بين الطرفين¹، وعليه فقد تضمنت الدراسة مفهومي أساسين:

1. وسائط التواصل الاجتماعي:

تحمل وسائط التواصل الاجتماعي عدة تسميات مثل وسائل التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، إلا أنها تدل في مفهومها العام إلى معنى واحد وهو أنها عبارة عن مواقع الكترونية على شبكة الأنترنت أنشأتها وبرمجتها شركات كبرى بهدف جمع الأفراد لتفاعل من خلال الأنشطة والاهتمامات، وللاستقصاء عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين²، وبناء على ذلك تباينت التعريفات وسائط التواصل الاجتماعي بناء على اختلاف رؤى الباحثين حول هذا المفهوم وتباين أيديولوجياتهم النظرية، ومن بين هذه التعريفات نجد تعريف كل من " اندرياس ميكلاليلهاينلاين " و " كابلان " Andreas Miclaelhaenlein et Kaplan " اللذان عرفها على أنها "مجموعة من التطبيقات التي تنزل عبر الأنترنت حيث أنها تنشأ على مبادئ فكرية وتقنية من الويب 2، التي تتيح إنجاز وتبادل المحتوى المعروض من الأفراد في المجتمع

¹ علي غربي ، مرجع سابق، ص: 45.

² مروى عصام صلاح: الإعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 246.

الافتراضي"¹، أي أنها تستطيع توفير التفاعل ، كما أنه يستطيع مستخدميها الانضمام في مجموعات أو صفحات تتناول مواضيع تتوافق مع اهتماماتهم وهذا من خلال بيئة تفاعلية تسمح بتبادل المعلومات، الآراء والأفكار بينهم.

وحسب " إيفانز " "EVANS" هي عبارة عن "تبادل تفاعلي عبر الإنترنت تتيح مشاركة ومبادلة المحتوى والمستجدات والصور والفيديوهات والمدونات الموجهة للمستخدمين، بغض النظر عن نوعها"²، أي أنها منصات تفاعلية عبر الانترنت تمكن مستخدميها من مشاركة وتبادل مختلف المعلومات والمحتويات.

وفي نفس الإطار جاء تعريف " زايد أحمد " لوسائل التواصل الاجتماعي بأنها تلك الفضاءات المخفية التي لا ترتبط بزمان أو مكان، حيث تنتقل البيانات الرقمية وتتداول بحرية بمختلف أنواعها.³

وهو ما أكدته "حسن" حيث عرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها " هي شبكة من الأجهزة الحاسوبية المتصلة في جميع أنحاء العالم، تتيح مشاركة المعلومات، سواء كانت كلمات منطوقة، نصوص مدونة، أو صوراً ثابتة و صور متحركة، أو رموز، أو حتى مزيجاً من كل ذلك"⁴، ويظهر "حسن" من خلال تعريفه إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر بيئة تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل، كما تسمح لهم بتبادل وتناقل المعلومات بمختلف أنواعها.

وتعرفها الباحثة " أحمد جرار ليلي " على أنها "تشكيلة من المواقع الالكترونية على الشبكة العنكبوتية التي تأسست مع الجيل الثاني للويب، تسمح للمستخدمين التفاعل في بيئة افتراضية تجمعهم حسب اهتماماتهم

¹ عطوي نادية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية ، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، العدد الأول، المجلد السادس، الجزائر، جوان 2020، ص: 186.

² بوقلوف سهام: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، دراسة مسح لينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص: 32.

³ المرجع نفسه، ص: 33.

⁴ بسام الأغا أميرة ، اسليم نور يحي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وسبل تطويره، مؤتمر كلية التربية القيم في المجتمع الفلسطيني واقع وتحديات، جامعة فلسطين، 2017، ص: 120.

أو شبكاتهم الاجتماعية، يتم ذلك عبر خدمات الاتصال الفوري، مثل إرسال الرسائل، والاطلاع على البروفايلات الشخصية للآخرين، ومتابعة أخبارهم والبيانات التي يحتاجونها¹، ونجد أن هذا التعريف ركز على أن وسائط التواصل الاجتماعي ظهرت مع (web2)، وأن الأساس في التواصل بين الأفراد هو الانتماء المشترك. ونجد ما يدعم هذا التعريف تعريفاً آخر لوسائط التواصل الاجتماعي بين أهمية الانتماء كأساس للتواصل، ووسائط التواصل تعرف بأنها مجموعة من المنصات الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية برزت مع الويب 2، حيث تسمح للمستخدمين التواصل في بيئة افتراضية تجمع بينهم اهتمامات مشتركة أو إنتماء جزئي، ويكون التفاعل من خلال الرسائل أو الاطلاع على البروفايلات الشخصية، مما يجعلها أداة ناجعة للتواصل الاجتماعي²، مما يعني أن بإمكان مستخدمي الوسائط إنشاء ملفات شخصية تعريفية بهم، كما يتيح لهم هذه الوسائط تكوين شبكات اجتماعية تعتمد على الاهتمامات والهويات المشتركة مما يعزز الانتماء الاجتماعي والتفاعل بينهم من خلالها.

وفي نفس السياق نجد تعريف " طالة لامية " حيث عرفتها بأنها "هي برمجيات تقنية تعتمد على الويب، تسمح بالتفاعل بين الأشخاص، وتسمح تحويل المعلومات الرقمية وتداولها بيسر، وتوفر للأشخاص فرصة تحديد آخرين يتشركون نفس الاهتمامات، مما يؤدي إلى ظهور ما يعرف بالبيئة الرقمية ، حيث يمكن للأفراد الالتقاء في هياكل اجتماعية تشبه الهياكل الحقيقية"³، وعليه فوسائط التواصل قد بدلت طريقة التواصل وبناء العلاقات فمن خلالها يمكن العثور على أفراد يشتركون في نفس الاهتمامات والمصالح، وبواسطتها يتم بناء مجتمعات افتراضية تمثل بيئة تفاعلية تشبه إلى حد كبير الكيانات الاجتماعية في العالم الحقيقي.

¹ أحمد جرار ليلي: الفيسبوك والشباب العربي، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص: 37.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

³ طالة لامية: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر، دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال الإنساني، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2014-2015، ص: 49.

أما " قلوّاز إبراهيم " و "عربي محمد" يعرفان وسائط التواصل الاجتماعي على أنّها "عبارة عن برمجيات معلوماتية، تمّ تصميمها وهندستها في شكل أدوات وبرامج وتطبيقات، تفعل عبر الأنترنت، وتسمح بتواصل الأفراد والجماعات والمؤسسات وتفاعلها ، وقد عرفت تطورات كمية وكيفية متسارعة، حتى أصبحت عبارة عن نسيج متشابك لعدد الوسائط المتنوعة"¹، أي أن هذه الوسائط عبارة عن تطبيقات تعمل بالأنترنت، كما أنّها وسيلة للتواصل والتفاعل بين الأفراد والجماعات والمؤسسات، ويمكن من خلالها تبادل المعلومات والآراء والأفكار بسهولة وسرعة.

وعرفها " تفرقنت عبد الكريم " في نفس الإطار على أنّها "صنف من المنصات، تقدم خدمات على تكنولوجيا الويب 2 وتوفر للأفراد الظهور التام للعموم أو شبه متاح للعموم ضمن إطار نظام محدد، كما تتيح بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات مع الآخرين، في المجتمع الافتراضي"²، أي أن الوسائط تتيح للمستخدمين التفاعل مع محتوى الآخرين من خلال المشاركة وكتابة التعليقات والإعجاب، وكل هذا يساهم في بناء وتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية بينهم في هذا الفضاء الإلكتروني.

ويعرفها " بعزیز إبراهيم " بأنّها: "تستعمل من طرف الأفراد لأجل التواصل الاجتماعي داخل المجتمع الافتراضي، وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستخدم عبرها أن ينشئ صفحته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو"³، وحسب هذا التعريف فإن وسائط التواصل الاجتماعي توفر منصة لمستخدميها للتواصل والتفاعل مع بعضهم، كما يمكنهم استخدامها

¹ قلوّاز إبراهيم ، عربي محمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد السادس، المجلد الثالث، تيسميسلت، الجزائر، ديسمبر 2018، ص: 203.

² تفرقنت عبد الكريم: الحرية والمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الثاني، المجلد الثامن الجزائر، 2020، ص: 505.

³ بعزیز إبراهيم: دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، تونس، 2011، ص: 47.

لبناء العلاقات الاجتماعية وتبادل الأفكار والمعلومات والتعبير عن آراءهم واهتماماتهم من خلال نشر ومشاركة محتوهم بمختلف أشكاله.

وعرفها "زاهر راضي" بأنها "منظومة من الوسائط الالكترونية تتيح لمستخدميها إنشاء مجموعات خاصة بهم، ثم ربطهم بنظام اجتماعي الكتروني للتواصل والتفاعل مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات متشابهة"¹، وعليه تشكل وسائط التواصل الاجتماعي بيئة رقمية تمكن مستخدميها من إنشاء ملف شخصي يبرزون فيه هويتهم واهتماماتهم، ومن ثم التواصل والتفاعل مع مستخدمين آخرين يشاركونهم نفس هواياتهم أو اهتماماتهم، كما يمكنهم تبادل الأفكار والمعلومات.

وفي نفس السياق جاء تعريف "نجاة ساسي هادف" و"وردة برويس" و"الهاني عاشور" حيث عرفوها بأنها "مواقع الكترونية افتراضية تتيح لمستخدميها عملية التواصل والتفاعل فيها بينهم من خلال تبادل الرسائل والملفات والتعبير عن آراءهم والتعليق عن المضامين المنشورة"²، إضافة إلى أنها أنشأت أساسا للتواصل نجد أن وسائط التواصل الاجتماعي أعطت لمستخدميها الحرية في التعبير عن الآراء والاتجاهات بكل حرية من خلال المنشورات التي ينشرونها ويشاركونها وكذلك من خلال التعليقات.

وهذا ما تم تأكيده من قبل "عبد الرزاق محمد الدليمي" حيث أشار إلى أن وسائط التواصل الاجتماعي هي منصات للتواصل الاجتماعي، تبادلية تسمح لمستخدميها التفاعل في أي لحظة ومن أي موقع في العالم، كما تتيح لهم التفاعل بالصوت والصورة وتبادل الصور، فضلا عن الكثير من القدرات التي تدعم

¹ مهري شفيقة: الاتصال وتشكيل الوعي البيئي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع الفاييس بوك في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017-2018، ص: 10.

² ساسي هادف نجاة ، برويس وردة ، عاشور الهاني: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز العمل التطوعي، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقات، العدد الرابع، المجلد الثالث، الجزائر، ديسمبر 2021، ص: 109.

التفاعلات الاجتماعية بينهم¹، وحسب عبد الرزاق محمد الدليمي نجد أن التواصل عبر هذه الوسائط إضافة إلى الرسائل المكتوبة توفر لمستخدميها إمكانية التواصل المرئي والصوتي بالإضافة إلى تبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من الملفات، وهذه الميزات التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي تساعد على تعزيز العلاقات الاجتماعية بينهم.

ويعرفها "عباس مصطفى الصادق" بأنها شبكات رقمية اجتماعية على الشبكة العنكبوتية، تعد الأساس للإعلام البديل، و تسمح للمستخدمين والجماعات التفاعل مع بعضهم عبر البيئة الرقمية²، وعليه فوسائط التواصل تمكن الأفراد من التواصل وتبادل المعلومات والأفكار، كما أنها تلعب دورا هاما في تشكيل ونقل الأخبار والمعلومات وتسهل التفاعل فيما بينهم بشكل سريع.

وتعرف وسائط التواصل الاجتماعي، وفقا لـ "يحيى تقي الدين"، بأنها "تشكيلة من البرمجيات المتصلة بأنواع متعددة من التواصل، تحتوي على المبادئ والأفكار، والتفاعل الاجتماعي، والقراءة، والنزاع، والعمليات الاقتصادية والتجارية، بالإضافة إلى العضوية المشتركة في الفرق المشاركة في حدث خاص، وغيرها من الجوانب المتعددة في التفاعلات الاجتماعية"³، ونجد هذا التعريف ركز على أن وسائط التواصل الاجتماعي مترابطة بأنواع مختلفة من الترابط الاجتماعي وتشمل مجموعة من العلاقات والتفاعلات بين مستخدميها.

بناء على ما سبق يمكن القول بأن وسائط التواصل الاجتماعي تهدف إلى إنشاء بيئة تفاعلية داخل فضاء رقمي الكتروني، يلتقي عبرها الأفراد من بلدان ومناطق مختلفة في منصة واحدة، بالرغم من تنوع مواقفهم

¹ الدليمي عبد الرزاق محمد: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص: 18.

² صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، درا الشروق للنشر والطباعة، عمان، 2008، ص: 218.

³ يحيى تقي الدين: القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة اثنوغرافية (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوندير قسنطينة3، 2017-2018، ص: 64.

ودرجاتهم وتنوعهم العرقي، إلا أن لغتهم الرقمية تتوافق، ويعمل هؤلاء الأفراد على التواصل الشخصي، والعمل المشترك، والنقاش، والبحث، أو لغرض التسلية وبناء صدقات جديدة، والمنتسب لهذا المجتمع يعتبر عضوا نشطا، حيث يرسل ويستقبل البيانات ويكتب المحتوى.¹

وعليه يمكن تعريف وسائط التواصل الاجتماعي تعريفا إجرائيا على أنها: "عبارة عن وسائط رقمية على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح لمستخدميها انشاء صفحات وحسابات خاصة بهم، لتتبادل المعلومات، والتواصل فيما بينهم داخل مجتمع افتراضي".

2. القيم الاجتماعية.

تعددت وتباينت التعريفات حول مفهوم القيم الاجتماعية، رغم اختلافها إلا أنها اتفقت على أنها توجه السلوك وتساعد الفرد على التكيف مع مجتمعه، ووضح "تالكوت بارسونز" "Talcott Parsons" في كتابه "الشخصية والبناء" بأن القيم الاجتماعية عبارة عن تصورات توجيهية للسلوك في مختلف المواقف التي من خلالها يتم تحديد أحكام القبول والرفض، وهذه القيم تنبع من التجربة الاجتماعية وتساهم في بناء الشخصية، وتعتبر عنصرا مشتركا في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، فهي جزء من الموقف الاجتماعي، لأنها تتضمن إطار الجزاءات المرتبطة بنظام الأدوار في البناء الاجتماعي، وقد تكون القيم واضحة تحدد السلوك بشكل قاطع، أو غامضة تولد إلتباسا في الموقف²، وعليه حسب بارسونز فإن القيم الاجتماعية هي من تحدد وتوجه السلوك المقبول أو المرفوض في مجتمع معين، كما أنها تعتبر عنصرا أساسيا في بناء الهوية الفردية والهوية الاجتماعية وتحدد أيضا الأدوار والمسؤوليات في البنية الاجتماعية.

¹ مركز المختص للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتز نموذجاً، الطبعة الأولى، سلسلة المختص خيرية ونجاة، 1431هـ، ص: 15.

² مخلوف بومدين: أثر الأنترنت على القيم الاجتماعية في الوسط الحضري، دراسة ميدانية ببعض نوادي الأنترنت بمدينة المسيلة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2009-2010، ص: 13.

حسب "دوركايم"، تتميز التصورات بأنها عامة وإلزامية، وتتعلق بآليات عقابية تهدف إلى ضمان الالتزام لمبادئ السلوك، ويشير دوركايم إلى أن هذه القيم هي نتاج المجتمع، مما يجعله المصدر الأساسي للقيم، على الرغم من شدتها الملزمة، فإن هذه القيم تعتبر مرغوبة، حيث إن دوركايم يرى بأنها تنبع من العقل الجمعي وترتبط بحياتنا العلمية ارتباطا شديدا¹، وعليه فالمجتمع هو المصدر الرئيسي للقيم والمعاني التي توجه سلوك الأفراد وتشكل حياتهم اليومية والعلمية.

أما العلاقات الإنسانية عند "إميل دوركايم" ماهي إلا قواعد تعكس القيم والمعاني والأخلاق الاجتماعية التي تحافظ على استمرارية المجتمع، وما الجماعات والنظم إلا أطر تنمو وتزدهر داخلها القيم والأخلاق²، أي أن العلاقات الإنسانية هي وسيلة تعزيز ونقل القيم والمعاني الاجتماعية بين أفراد المجتمع، وتعزز التعاون والتضامن بينهم، وتوفر الجماعات والنظم الاجتماعية بيئة لنقل القيم وتعزيزها.

ويعرف "معجم المصطلحات الاجتماعية" القيم الاجتماعية بأنها الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة؛ وتتصف بالعمومية بالنسبة لجميع الأفراد كما يمكن أن تكون موجهة للسلوك وفي نفس الوقت هدفا له³، أي أنها مجموعة من القواعد والمبادئ والمعتقدات وهي متفاوتة من مجتمع إلى آخر، ويلتزم بها الفرد في تفاعله واتصاله بالغير كما أنها توجه سلوكه وتنظم حياته.

وفي نفس الإطار يعرفها الباحث "إحسان محمد الحسن" بأنها "مجموعة من القواعد والمعايير السلوكية والأخلاقية تبين أفعال الأشخاص والمجموعات ضمن اتجاهات محددة، تتلائم مع العادات والتقاليد وأعراف

¹ سليمان مصري إبراهيم ، عياش علاء الدين محمد: اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد، المجلة الإنسانية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 2، المجلد 7، الجزائر، 2019، ص: 43.

² زغودوي مريم: تأثير القيم الاجتماعية على السلوك التنظيمي للعمال، دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2 (مذكرة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014-2015، ص: 10.

³ عائدي جمال: القيم الاجتماعي والتغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري اختيار النظرية التحديث الوظيفية، دراسة ميدانية في الوسط الجامعي (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014-2015، ص: 27.

المجتمع، وعليه تمثل القيم الاجتماعية نوعاً من القواعد الأخلاقية المتصلة بقواعد أخرى يوضحها السياق الاجتماعي العام، والحقبة الثقافية التاريخية التي يمر عبرها، بالإضافة إلى العوامل الخارجية والشخصية المهيمنة على سماته ومؤثراته الاجتماعية¹، أي أن القيم الاجتماعية نوع من المعايير يعتمد عليها من قبل الأفراد والجماعات للحكم على مختلف السلوكيات في المجتمع كما أنه لها دور كبير تشكيل سلوكهم، وهي مقاييس اجتماعية وأخلاقية تقررها الحضارة التي ينتمي إليها الفرد وفقاً لعادات وتقاليد وأعراف المجتمع الذي ينتمي إليه، وتتأثر القيم الاجتماعية بعوامل متعددة مثل التاريخ، الدين، الثقافة والتكنولوجيا وغيرها من العوامل الأخرى.

ونجد تعريف "أبو العينين" للقيم الاجتماعية بأنها "تلك القيم التي تعزز فهم الشخص ووعيه لتنظيم كيانه الاجتماعي، مما يجعلها أكثر تأثيراً في تحقيق رغباته للتفاعل مع الآخرين"²، حسب هذا التعريف فإن للقيم الاجتماعية دور في توجيه السلوك كما أنها تشجع على الارتباط والتفاعل الإيجابي مع الآخرين.

كما عرفها "عاطف غيث" بأنها "تلك الصفات الشخصية التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة"³، والصفات التي تعكسها القيم هي المثل حيث تعتبر مرجعاً لسلوك الأفراد وكيفية تعاملهم مع الآخرين، وتوجه سلوكهم وتحدد ما هو مقبول وما هو مرفوض، وتختلف القيم الاجتماعية من ثقافة لأخرى ومن مجتمع للأخر كما تتأثر بالعوامل الثقافية.

وعليه يمكن تعريف القيم الاجتماعية تعريفاً إجرائياً على أنها تلك المحددات التي يرجع إليها الفرد في المجتمع، وتنبتق من هوية وثقافة هذا المجتمع حيث يكتسبها الأفراد لتكوين الأفكار والآراء والمعايير السلوكية، وتكون هذه الأفكار والآراء والمعايير أطر مرجعية تتناسب مع مختلف المواقف الاجتماعية.

¹ قلمين أوريدة: القيم الاجتماعية المكتسبة من مقررات محو الأمية وعلاقتها بالدور التربوي للأهميات الريفيات، دراسة ميدانية للأهميات الريفيات في بعض قرى ولاية المسيلة (مذكرة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012، ص: 7.

² بن قسمة أحمد، برغوثي توفيق: القيم الاجتماعية في الإعلام قراءة نظرية، مجلة المعيار، العدد 51، مجلد 24، الجزائر، 2020، ص: 239.

³ غيث محمد عاطف: علم الاجتماع الجزء الأول النظرية والمنهج والموضوع، دار المعارف، الإسكندرية، 1966، ص: 259.

سادسا: الدراسات السابقة.

تعتبر الدراسات السابقة مصادر إلهام لا يستغني عنها الباحث، وكل بحث ما هو إلا امتداد للبحوث التي سبقته، لذلك لابد من معرفة الأعمال التي أنجزت من قبل حول الموضوع المراد دراسته¹، وعليه حاولنا من خلال هذه الدراسة جمع الدراسات السابقة حول الموضوع وتقسيمها بناء على فرضيات الدراسة إلى ثلاثة أقسام على النحو التالي:

1. وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة:

من الدراسات التي اهتمت بوسائط التواصل ودورها في تعزيز المواطنة دراسة "خالد منصر" التي جاءت بعنوان "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري"²، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تحديات وسائط التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة، كما سعت إلى اكتشاف مدى إسهام هذه الوسائط في تعزيز قيم الالتزام الاجتماعي، المشاركة الشعبية، الالتزام والانتساب لدى الشباب، للوصول إلى نموذج مقترح لتعزيز مشاركة وسائط التواصل الاجتماعي في دعم قيم المواطنة لدى الشباب، وقد اعتمد الباحث في تحقيق ذلك على أسلوب المسح بالعينة كإحدى طرائق المنهج الوصفي، وبلغ حجم العينة 377 من الشباب مستخدمي وسائط التواصل.

وقد توصل إلى أن وسائط التواصل تساهم بدرجة متوسطة في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، كما أوضحت النتائج أن أبرز السبل التي لها أن تعزز دور الوسائط التواصل الاجتماعي في قيم المواطنة هي إيجاد آليات لتطوير حرية الرأي والتعبير وإعداد قواعد تنظم عمل هذه المنصات، بالإضافة إلى إعداد دورات

¹ أنجلس موريس ، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، الطبعة الثانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، ص:124.

² منصر خالد: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2017-2018.

تدريبية لتأهيل المسؤولين على أنشطة التوزيع ، وفتح قنوات التواصل بين المؤسسات الحكومية والمواطنين وربطها بالجهود التي تبذلها مؤسسات المجتمع المدني.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة قد أفادتني في صياغة الفرضيات وصياغة عبارات الاستمارة، إضافة إرشادي إلى العديد من المراجع، كما أنها أفادتني في تحديد أهم مؤشرات القيم الاجتماعية.

وفي نفس السياق نجد دراسة " راللا أحمد محمد عبد الوهاب المنصور " بعنوان "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام"¹، سعت هذه الدراسة إلى تقدير مدى تحقيق الصفحات على وسائل التواصل تشجيع المتفاعلين معها على الاحساس بالانتماء والمواطنة، وفحص موثوقية هذه الصفحات الالكترونية لدى المستخدمين في ما يتعلق بالمواطنة والانتماء للوطن، كما سعت إلى التعرف على اتجاهاتهم نحو وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل مجال عام للمستخدمين، وقد اعتمدت الباحثة في تحقيق ذلك على المنهج الوصفي، وقد تم إجراء الاستبيان على عينة عمدية، تضم 400 مفردة مقيمة في القاهرة، المتعرضين لوسائل التواصل ولديهم اهتمامات بقضايا الانتماء والهوية والمواطنة، ومن ناحية الأدوات البحثية فقد اعتمدت الباحثة على الاستبانة، وقد أظهرت النتائج إلى أنه كلما زادت وتيرة استعمال وسائل التواصل الاجتماعي زادت ممارسة المشاركة الاجتماعية، بما في ذلك التفاعل السياسي والإحساس بالهوية والشعور بالانتماء، كما أكدت على أن هذه المواقع تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي ، وأن زيادة التعرض لها يؤثر في تشكيل المجال العام.

¹ منصور راللا أحمد محمد عبد الوهاب: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى العام، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 57، جامعة الأزهر، كلية الاعلام، مصر، أبريل 2021.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة قد أفادتني في بناء الاستمارة، إضافة لإرشادي إلى العديد من المراجع المتعلقة بقيم المواطنة.

وفي هذا السياق نفسه نجد دراسة "نوال قلاب ذبيح" بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طالب الجامعة"¹، التي تم تنفيذها على عينة من طلبة جامعة أم البواقي، استندت الباحثة إلى فرضية رئيسية مفادها:

يمكن أن تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب في جامعة أم البواقي. وللبرهنة على هذه الفرضية، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمدت على العينة الطبقية التي بلغ حجمها 146 طالبا وطالبة، والأداة التي طبقت عليهم هي الاستمارة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائط التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها ووسائلها أدت دورا أساسيا في دعم طالب جامعة أم البواقي للوصول إلى معلومات وآراء ساعدته في تشكيل أفكار دقيقة حول الوقائع والمستجدات، كما لعبه دورا في تعزيز إحساسه بالمواطنة من خلال انتمائه وولائه لوطنه. وعليه يمكن القول إن هذه الدراسة قد أفادتني في صياغة الفرضيات، كما أرشدتني إلى بعض المراجع.

2. استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي زاد من مدخلات العمل التطوعي:

نجد ضمن وسائط التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي دراسة "بلال بوترعة" و "بوقروز أمينة" التي جاءت بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني"²، التي أجريها على "جمعية ناس الخير" بعنابة، حيث حاولا الباحثان في هذا البحث معرفة الوظيفة التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط المبادرات التطوعية الشبانية.

¹ قلاب ذبيح نوال: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طالب الجامعة، مجلة إضاءات، العدد 1، جامعة تامنغست، الجزائر، 2018.

² بوترعة بلال، أمينة بوقروز: مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني، مجلة الاعلام والمجتمع، العدد 2، الوادي، الجزائر، أكتوبر 2017.

واستخدم الباحثان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، واعتمدا على العينة القصدية، لاختيارهما فوج ناس الخير لولاية عنابة، والمتكون من 22 فرد، حيث تتوزع هاته المجموعة على خمس ولايات، كما اعتمد الباحثان على أداة الاستمارة لجمع البيانات الميدانية، وقد توصلا في الأخير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في صناعة ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب، وذلك لوصولها لأكبر وأهم فئة في المجتمع، وقد تركت هذه المواقع فيهم أثرا ، وقد ساعدت في تطوير قدرات الشباب ومهاراتهم الفردية والمعرفية، وذلك بواسطة المبادرات التطوعية.

وفي نفس السياق جاءت دراسة "منتهى الكيلاني" بعنوان "دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي"¹ وهي عبارة عن دراسة مسحية أجريت على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، سعت الدراسة إلى معرف على مدى مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي بالإضافة إلى دراسة تأثير المنشورات المتعلقة بالعمل التطوعي على الفيس بوك ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وكان حجم العينة 414، تم اختيارهم عشوائيا.

عمدت الباحثة استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وبعد ما تم جمع البيانات تم تحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية spss، وتوصلت إلى النتائج التالية:

- يعتبر الفيس بوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي، حيث يلعب دور مهما في تعريف الطلبة بمزيد من طرق المبادرات التطوعية، كما أنه يمنح مساحات كبيرة للتعريف بالمبادرات التطوعية، وهذا يشجع على الدعوة في المساهمة والمشاركة بمشاريه وحملاته.

¹الكيلاني منتهى: دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2019.

- لمنشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية، حيث أنها تسلط الضوء على القيم الانسانية.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة قد أفادتني في ضبط مفاهيم الدراسة، فضلا عن بعض المؤشرات المعتمدة في بناء الاستمارة البحثية.

وهذا ما هدفت إليه دراسة "هالة دغمان" بعنوان "مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي"¹ وهي دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، بجامعة باجي مختار عنابة، حيث حاولت معرفة أثر وسائط التواصل الاجتماعي في نشر القيم أو تعزيزها لدى الطلبة الجزائريين، كما هدفت إلى معرفة مدى ارتباط الشباب الجامعي الجزائري بقيمهم في ظل استخدامهم لموقع الفيسبوك.

وقد اعتمدت الباحثة في تحقيق ذلك على طريقة المسح بالعينة كأحد طرائق المنهج الوصفي، وبلغ حجم عينة الدراسة 385 مفردة، أما بالنسبة للأدوات البحثية اعتمدت الباحثة على الملاحظة، المقابلة، واستمارة الاستبيان، وقد تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية في تحليل البيانات وتوصلت إلى أن:

- أثر الفيسبوك على القيم يختلف من قيمة لأخرى باختلاف القيمة ودرجة ارتباط المستخدمين بها.
- ساهم الفيسبوك في تعزيز قيمة العناية بالبيئة، من خلال الحملات التحسيسية والتوعوية التي ينظمها مستخدميه للبحث على العناية بالبيئة وحمايتها.
- لموقع الفيسبوك أثر جيد على قيمة مساعدة الغير.
- عزز موقع فيسبوك قيمة الانتماء للوطن.

¹ دغمان هالة: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، العلاقة بين الواقعي والافتراضي العالقة، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016.

على العموم يمكن القول إن هذه الدراسة قد أفادتني في بناء إشكالية البحث، فضلا عن ارشادي إلى بعض المراجع المتعلقة بموضوع البحث، إضافة إلى توجيهه في بناء الاستمارة.

3-ارتباط الشباب بمسؤوليتهم في ظل تطورات وسائط التواصل الاجتماعي

من بين الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية ووسائط التواصل الاجتماعي نجد دراسة "ديانة فوزي باعمر" بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية"¹ وهي دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي، هدفت هذه الدراسة إلى ترتيب أبعاد المسؤولية الاجتماعية ودور وسائل الاتصال الحديثة في تعزيزها لدى المستخدمين السعوديين مما يساهم في تحديد الطرق المثلى لاستخدام هذه الوسائط بشكل فعال، واعتمدت على المنهج المسحي وشملت عينة عشوائية بسيطة مكونة من 424 مفردة ممن تتراوح أعمارهم ما بين 21 سنة و40 سنة.

استخدمت الباحثة استبانة إلكترونية لجمع المعلومات، معتمدة على برنامج الحزم الإحصائية (spss) لتحليل البيانات، وتوصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- أبدى أفراد العينة حرصا على ممارسة دورهم في المجتمع، وكانت الأولوية لقضايا حقوق الانسان، تلتها الموضوعات المتعلقة بالأعمال الخيرية، ثم الحفاظ على التراث الإسلامي والعربي، فالمواضيع البيئية ، ثم تأتي القضايا المتعلقة بالمقاطعة الدينية، وأخيرا موضوعات حملات المقاطعة للدول غير إسلامية.
- وأشارت النتائج أيضا إلى أن أفراد العينة يهتمون بالمشاركة الاجتماعية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ باعمر ديانة فوزي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الثامن، جامعة القاهرة، مصر، جانفي 2022.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة أفادتني في تحديد أهم مؤشرات المسؤولية الاجتماعية ومحدداتها.

كما نجد في هذا السياق دراسة "عبد الكريم تفرقنت" بعنوان "الحرية والمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي"¹، انطلق الباحث في هذه الدراسة من تساؤل مركزي مفاده: ما مدى حرية التعبير المتاحة في وسائط لتواصل الاجتماعي؟ وكيف يتم تحديد المسؤولية الاجتماعية في هذه الوسائط؟

وانبثق عن هذا التساؤل المركزي أربعة تساؤلات فرعية وهي:

- ما هي طبيعة حرية التعبير في وسائط التواصل؟
- هل يمكن تقليص هامش حرية التعبير في هذه الوسائط؟
- من يحدد المسؤولية الاجتماعية في وسائط التواصل الاجتماعي؟
- بأي عوامل تتحدد المسؤولية الاجتماعية في وسائط التواصل الاجتماعي، سواء كانت فردية، جماعية، أو مؤسساتية؟

وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي، لاستكشاف مدى حرية التعبير المتاحة في وسائط التواصل الاجتماعي، ورصد عمليات تحديد المسؤولية الاجتماعية في هذه المواقع، من سن التشريعات والقوانين التي تسنها الدول والحكومات، وتوصل الباحث إلى:

مع ازدياد المعلومات هوة وسائط التواصل في الوسائل الاعلامية التقليدية قد تضخم الأخطاء والأخبار الملفقة، ويصبح هناك صعوبة في تحديد المسؤوليات، كما توصلت النتائج إلى أن هناك محاولات لتحديد المسؤولية الاجتماعية من قبل الدول، وذلك من خلال تشريعات وقوانين للحد من الأخبار الملفقة المنشورة، والتجاوزات التي تحدث.

¹ تفرقنت عبد الكريم: الحرية والمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد2، 1، مجلد8، الجزائر، 2020.

وعليه فقد كانت استفادتي من هذه الدراسة في مجملها في صياغة فرضيات الدراسة، وارشادي إلى بعض
المراجع المتعلقة بموضوع البحث.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: وسائط التواصل الاجتماعي.

تمهيد.

أولاً: النظريات المفسرة لوسائط التواصل الاجتماعي.

ثانياً: نشأة وسائط التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: خصائص وسائط التواصل الاجتماعي.

رابعاً: أهمية وسائط التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامها.

خامساً: مجالات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي.

سادساً: أنواع وسائط التواصل الاجتماعي.

سابعاً: الآثار الإيجابية والسلبية لوسائط التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

حظيت وسائط التواصل الاجتماعي في عشر سنوات الأخيرة باهتمام كبير، لما تحمله من خصائص وأهمية كبيرة في حياة الأفراد وما تقدمه من خدمات، وساعدت على التفاعل المباشر بينهم، ومكنتهم من إقامة علاقات واسعة مبنية على الاهتمامات والأنشطة المشتركة، حيث قدمت بذلك نوعاً من التواصل بينهم سمي بالتواصل الاجتماعي عبر الوسائط، فهي مهدت الطريق لكافة المجتمعات لتقارب والتعارف وتبادل الأفكار. وعليه، نسعى من خلال هذا الفصل التعرض إلى أهم النظريات المتعلقة بوسائط التواصل الاجتماعي، والتعرف على أهم خصائصها على الرغم من تعددها وتباينها من باحث لآخر، مع محاولة إبراز أهميتها والدوافع التي تكمن وراء استخدامها، وكذلك البحث عن مجالات استخدامها، رغم أنها صنعت في الأساس للتواصل بين الأفراد، إلا أنها تعددت مجالات استخدامها بتعدد مجالات الحياة البشرية وتحديد أنواعها هذا بالإضافة إلى توضيح الآثار الإيجابية والسلبية لوسائط التواصل.

أولاً: التناول النظري لوسائط التواصل الاجتماعي.

تعددت وتباينت المداخل النظرية التي تناولت موضوع وسائط التواصل الاجتماعي، سنعتمد في دراستنا على نظرية الاستخدامات والإشباع كإطار مرجعي باعتبار أن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي أدى إلى تغير القيم الاجتماعية، لأن جوهر الموضوع يتأسس في البحث عن طبيعة استخدام وسائط التواصل الاجتماعي وكيف أدى هذا الاستخدام إلى تغير القيم داخل المجتمع، كما اعتمدنا على نظرية الحضور الاجتماعي.

1. نظرية الاستخدامات والإشباع:

تسمى أيضاً بنظرية الاستعمالات والرضا، تطورت على يد كل من "إلياهو كاتز" Elihu Katz و "جاي بلومر" Jay G. Blumer، حيث أنها اهتمت بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتقوم هذه النظرية على جملة من الفرضيات:¹

أ. المتلقون يشاركون بفاعلية في عملية التفاعل الاعلامي، حيث يستغل أدوات الاتصال للوصول إلى غايات محددة تحقق تطلعاته.

ب. يظهر استعمال وسائل الاتصال في المتطلبات التي يتعرف عليها الجمهور، حيث تلعب الاختلافات الشخصية على مكونات التواصل الاجتماعي، واختلاف المتطلبات بين الأشخاص يساهم بشكل فعال في هذه الحالة.

ج. الأشخاص هم من يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس، ما يعني أن الجمهور المتلقي هو الذي يختار التعرض للمحتوى الاعلامي بما يتوافق مع حاجاته ورغباته.

¹ فلاح الظلاعن نضال وآخرين: نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الطبعة الأولى، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص: 245.

نجد أن هذه النظرية تركز على دوافع المشاهدين وحاجاتهم وذلك من خلال مشاهدتهم لوسائل الإعلام الحديثة واستخدامهم لها، وأنماط هذا الاستخدام تفترض أن الأفراد يتفاعلون بنشاط مع هذه الوسائل لاختيار برامج أو ممارسة ألعاب معينة من بين البرامج أو الألعاب الأخرى العديدة من أجل إشباع حاجاتهم.¹

والجدير بالذكر أنه خلال الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام في التحول من رؤية الجماهير كعنصر سلبي غير فعال إلى اعتبارها فعالة في اختيار الرسائل والمحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام.²

رغم تنوع المواد التي يحصل عليها الفرد إلا أن درجة استيعابه لأي من هذه المواد يعتمد على أسباب تقييمها، فإذا كان هناك توافق حميم بين هدف الفرد في القراءة أو الاستماع أو المشاهدة للرسالة الصادرة من الوسيلة المفضلة، فإن الرسالة تكون لديها الفرصة الأكبر للتأثير ولكن إن لم يكن هناك توافق كبير بين الدافع والرسالة فسوف تكون فرصة التأثير أقل.³

وأشار "ويرنر" "Werner" و "تانكرد" "Tancrede" إلى أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام، حيث أجريت دراسات من هذا المنظور على: قراءة الكتب والمسلسلات والراديو والصحف اليومية والموسيقى الشعبية وأفلام السينما، للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للوجهة العامة، وخلال أعوام النزاع العالمي الثاني صار مقدار كبير من المعرفة بخصوص استعمالات وسائل الإعلام والإشباع التي تحققها⁴، وفي ظل التطورات المتلاحقة في مجال الاتصال عموماً وفي مجال الاتصال الرقمي والإعلام الجديد خصوصاً، باتت النظريات الإعلامية غير متأخرة عن مواكبة هذه

¹ جوديث كان إقرأ، ترجمة عطية جميل عز الدين: التلفزيون ونمو الطفل، ط03، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر، 2005، ص: 55.

² مكايي حسن عماد، حسين السيد ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص: 239.

³ بالنافز مارك وآخرون، ترجمة حطية عاطف: نظريات ومناهج الاعلام، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2017، ص: 102.

⁴ مكايي حسن عماد، حسين السيد ليلي، المرجع السابق، ص: 239.

التغيرات، الأمر الذي أعطى نظرية الاستخدامات والإشباع المكانة المتقدمة في اختيار الباحثين في مجال الإعلام الجديد بأدواته، والتي باتت تمثل أحد أبرز أشكال الاتصال الحديث استخداما وظهر أن لها دورا بارزا في اختيارات المتلقي وإشباع حاجاته المتنوعة.¹

يعرف "لورانس وينر" "Lawrence Weine" نوعين:

- أ. تحقيق إحتياجات المحتوى: وهي نتيجة التفاعل مع مضمون وسائل التواصل وتتعلق بالمحتوى لا الأداة، وهي نوعين: إشباعات توجيهية تساهم في اكساب الفرد معلومات جديدة أو مهارات عامة تعزز الذات، وإشباعات اجتماعية تتعلق بربط ما يحصل عليه الفرد من معلومات بروابط اجتماعية متصلة، مثل التفاعل مع الآخرين، الإحساس بالاختلاف، والقدرة على الوصول إلى حل.²
- ب. إشباعات عملية: تحصل عقب تحديد الشخص لأداة تواصل محددة، وترتبط بخصائص الأداة، حيث تصف إلى إحتياجات موجهة جزئيا، التي تدعم الإحتياجات التوجيهية، وتحتوي على الإحساس بالهدوء والسكينة، والسرور واستعادة الحيوية، بالإضافة إلى إشباعات أخرى شبه اجتماعية، وتكمل الإشباعات الاجتماعية مثل استعمال أدوات التواصل للتخلي عن الإحساس بالوحدة وفقدان الاهتمام والازعاج والتحرر من المشاعر والتكامل.³

فالسائط باعتبارها من أهم أشكال التكنولوجيا الاتصالية الحديثة التي خرجت من رحم الأنترنت والتي أصبحت تلقى رواجاً وإقبالا كبيرا من قبل كل الفئات والشرائح الاجتماعية، ذلك لما لها من مميزات فهي

¹ فلاح سلامة، الصفدي حسن: استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، دراسة ميدانية في محافظات غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2015، ص: 39.

² علاونة حاتم سليم، محمد سهى: استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشباع المتحققة، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الأردنيين، مجلة المنارة، العدد (03)، المجلد (22)، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، 2016، ص: 307.

³ علاونة حاتم سليم، مرجع سابق، ص: 307.

حولت العالم إلى قرية صغيرة، ومكنت الأفراد من التواصل والتفاعل فيما بينهم كما أنها ساعدت على تكوين علاقات اجتماعية بين الأفراد، وكذلك من بين مميزاتها التسلية والترفيه وتبادل الخبرات والمعارف والمعلومات، كما يمكن من خلالها الاطلاع على مستجدات العالم الخارجي في وقتها إضافة إلى كونها وسيلة لتطوير الذات، كما أنها منصة لبلورة الوعي الفكري والسياسي والثقافي والتطوعي.

وإلى جانب كل هذه المميزات نجد أن وسائط التواصل الاجتماعي تتمتع بميزة هامة هي إتاحة الحرية لمستخدميها، فبالرغم من مجانياتها، إلا أن لكل مستخدم حرية استخدامها والدخول إليها من عدم الدخول إليها، كما أنه له مطلق الحرية في التصرف في حسابه من حيث عرض بياناته الشخصية والتحكم في قائمة أصدقائه من خلال إضافة صديق أو حذفه أو حضره، بالإضافة لقدرته في التحكم في نوعية المعلومات والخدمات التي يتلقاها ويطلع عليها عبر الصفحات والمجموعات التي يختار المشاركة فيها والانضمام إليها، فمستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي هم عبارة عن عنصر إيجابي وفعال وحر في استخدام الوسيط المناسب، واختيار المحتوى الذي يرغب في تلقيه، وذلك بما يتماشى مع متطلباته ويشبع حاجاته ورغباته، ويحقق لديه الشعور بالرضا الاجتماعي والنفسي، نجد أن مستخدمي وسائط التواصل في تعرض دائم لمحتويات عديدة ومتنوعة، لكن يبقى تأثيرهم بكل مضمون متأثرا نسبيا حسب درجة ميولهم واهتمامهم به، حيث أن تأثيرهم به وتفاعلهم معه يكون في الأساس لغرض إشباع حاجات كامنة لديهم استجابة لدوافع فردية.

2. نظرية الحضور الاجتماعي:¹

¹ الحيلان رهام سعد ، الحديلان محمد إبراهيم: واقع الحضور الاجتماعي في حالة الفصل في التعليم وجهة نظر وخبرات طالبات الدراسات العليا بجامعة الملك سعود باستخدام نظام إدارة التعلم بلاك ورد، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد (20)، كلية البنات للاداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، 2019، ص: 16.

تعود أصولها إلى أبحاث علم النفس الاجتماعي، وعملية الاتصال والتواصل حسبها تعمل على مفهومين أساسيين هما: الألفة والفورية، تشكل المودة الأفعال التي تجرى أثناء التواصل وتعزز القرب والتفاعل مع الآخرين بأسلوب غير لفظي، وتتأثر الألفة بعدة عوامل مثل المسافة المادية، التواصل بالطرق المختلفة والخوض في الأحاديث والمواضيع الشخصية، وقد بينت الأبحاث أن الفكاهة تزيد من الاحساس بالألفة وتقلل من زيادة الفراغ المادي، وكان كل من "ويليام" William " و"كريست" Crest " أول من وضع أصل هذه النظرية وذلك لشرح تأثير وسائل الاتصال السلوكية واللاسلكية على الوجود الاجتماعي، واعتبرا أن أدوات التواصل تتباين في مستوى المشاركة الاجتماعية وأن هذه الاعتبارات لها مهمة في كيفية تواصل الأفراد، وحددا مفهوم الحضور الاجتماعي باعتباره يحدد طريقة تفاعل الناس وتواصلهم من منظورهم.

من هذا المنظور اعتبر الحضور اجتماعيا أنه اجتماعي ودافئ وشخصي، منذ عام 2002 بدأ الباحثون في استخدام هذه النظرية لتفسير دور الإشارات الغير لفظية في العلاقات التي تتم عبر وسائل التواصل على الحاسوب.¹

وتتشكل نظرية الحضور الاجتماعي من جملة من العناصر:²

أ. المدخلات: وتتمثل في الدوافع، المعرفة، المهارات الشخصية، السمات الشخصية، السمات المجتمعية،

عوامل السياق، متغيرات الوسيلة والرسالة.

¹ طلعت نورا ، رمضان إسماعيل: العلاقات الاجتماعية لمستخدمي الألعاب الالكترونية عبر الأنترنت لعبة ببجي PUBG نموذجاً، المجلة العربية للنشر العربي، العدد (14) 2019، ص: 471.

² علاونة حاتم سليم: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على النقابيين في إربد، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان، ص: 06.

ب. **الأنشطة التفاعلية:** تشمل أساليب التواصل الاجتماعي التفاعلية التي تتم بين الأفراد أو بين

المجموعات أو من فرد إلى مجموعة، وتتضمن هذه الأساليب الرسائل النصية، الرسائل الفورية، البريد

الإلكتروني، والمنتديات، الدردشات عبر المنصات مثل الفيسبوك، ماي سبايس، تويتر.

ج. **المخرجات:** تتعلق بعملية التواصل التي تؤدي إلى الحوار، التفاعل، المشاركة والمبادرة.

في ظل انتشار وسائط التواصل الاجتماعي أشار "سالناس" "Salinas" وزملاؤه إلى أن هذه النظرية

تصنف مختلف الوسائط وفقاً لمعيار الحضور الاجتماعي، ويقاس هذا الحضور بناءً على وعي الشخص الآخر

بالتفاعل الافتراضي غير الثابت وغير الواقعي من وراء الشاشة، وتتمثل أهمية هذه النظرية في تركيز دراساتها على

العلاقات والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد، خاصة في ظل قلة الحضور الاجتماعي والتواصل المباشر وجهاً

لوجه¹، وبناءً على الخبرات والدراسات والأبحاث تم الاستفادة أن المشاركين في المناقشات عبر الأنترنت من خلال

عرض المعلومات الخاصة بالأشخاص، فهم يستطيعون خلق الحضور الاجتماعي للدرجة التي يمكنهم تقديم

أنفسهم على أنهم أشخاص حقيقيون، يستخدمون الرموز والروايات والقصص المختلفة لتشكيل الإطار

الاجتماعي للتفاعل خصوصاً في ظل إضافة الوسائط المرئية، التي عززت التفاعل الاجتماعي بحيث أصبح

الاتصال أكثر حميمية ما يخلق تحابواً أكثر مما كان عليه الاتصال المعتمد على الصوت فقط.²

كما تناولت دراسة "سالناس" "Salinas" وزملاؤه المقارنة بين نوعي الاتصال من حيث الحضور

الاجتماعي المباشر الذي تزيد فيه قوة التأثير عنها في الاتصال عبر الحاسوب، ويشمل الاتصال استخدام اللغة

اللفظية والغير لفظية مثل الإشارات، الإيماءات، الانفعالات، والصوت وهي عناصر تفتقر إليها التفاعلات عبر

¹ كلير الحلو وآخرون: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي، دراسة مقارنة متعددة الدول، المجلة الدولية للدراسات النفسية والتربوية، العدد (03)، الجامعة اللبنانية، 2018، ص: 239.

² طلعت نورا، رمضان إسماعيل، مرجع سابق، ص: 471.

الحاسوب بنفس المستوى¹، وتوصلت المقارنة إلى أن الحضور الاجتماعي بواسطة الوسائط المتعددة وبالرغم من اشتماله على العديد من الأبعاد المتعلقة بدرجات الاتصال الإنساني إلا أنه أقل فاعلية من التأثير الاجتماعي الذي ينتج عن الحضور الاجتماعي المباشر.²

وتبرز أهمية هذه النظرية في تناولها لوسائط التواصل الاجتماعي من خلال أن الأفراد باختلاف مستوياتهم الاجتماعية والفكرية والثقافية يدخلون في عمليات التواصل والتفاعل الافتراضي من خلال الاعتماد على وسائط التواصل الاجتماعي باعتبارها تشكل التجمع الأكبر في العالم، رغبة منهم في إشباع دوافع ورغبات مختلفة كتكوين صداقات جديدة أو الاتصال بصداقات قديمة أو للحصول على معلومات وأخبار كوسيلة من وسائل إثبات الحضور الاجتماعي، ورغبة في تعزيز إحساسهم بحضورهم الحقيقي بين الأفراد من خلال تقديم أنفسهم اجتماعيا وعاطفيا عبر مشاركة حياتهم وخبراتهم كأشخاص حقيقيين وصادقين في تعاملاتهم من خلال الاعتماد على التقنيات والخدمات التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي، والتي لا تستوجب الحضور الفعلي في مكان واحد وجها لوجه، فيكفي أن يقوم المستخدم بالتحاور والمشاركة باستخدام الرسائل النصية أو الصوتية أو المرئية أو من خلال مشاركة المنشورات في مختلف الميادين والتخصصات، ليقوم الأفراد الذين يشاركونه نفس ميولهم واهتماماته بالتفاعل معه، وبالرغم من المزايا والخدمات التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي، إلا أن تأثير التفاعل الذي يقوم عليه التواصل الافتراضي يكون أقل بالمقارنة مع التأثير الذي يحدث جراء تفاعل الأفراد فيما بينهم بطريقة مباشرة، دون الاعتماد على وسائط أين يتم استخدام لغة كلامية.

¹ حشمت توفيق، عياد عزيز: الإعلام وقضايا التنمية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص: 49.

² سامي فوزي شروق: التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص: 73.

ثانيا: نشأة وتطور وسائط التواصل الاجتماعي.

تعتبر وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لجذب عدد كبير من المستخدمين، حيث تنشئ من خلالها مجموعات محددة، وهي تعد نمط من أنماط التفاعل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت، مما يؤدي إلى بناء علاقات اجتماعية وعلاقات عمل مشترك تستند إلى تبادل المعلومات، وتوفر هذه الوسائط خدمة تتيح للأفراد الاتصال والتواصل مع بعضهم خاصة الذين يشتركون في نفس الاهتمامات أو من يسعون لاكتشاف مجالات جديدة.¹ وقد مرت نشأة وسائط التواصل الاجتماعي على ثلاثة مراحل:

أ. المرحلة الأولى:

ظهر في هذه المرحلة جيلين:

- الجيل الاول: في عصر الويب 1.0، (web 1.0) برزت بعض الوسائط مثل موقع "كلاسمن. كوم" " Classmat.com " الغرض الأساسي منه هو الربط بين زملاء الدراسة وقد أنشأ سنة 1995، و"سيسديجري. كوم" "sixdégrées.Com" وقد أعطى هذا الموقع فرصة للمستخدميه عرض حياتهم وإضافة أصدقائهم، إلا أنه سرعان ما أخفق²، وفي هذه المرحلة كان هناك مواقع متعددة أشهرها "لايف جورنال" "Live journal" وهو تطبيق ومجتمع تدوين يمكن لمستخدميه إنشاء مدونات مجانية، وموقع "كيورلد" "cyworld" أنشئ في كوريا عام 1999، كما أسس موقع "ريزي" "Ryze" لتيسير تكوين الشبكات الاجتماعية بين رجال الأعمال وتعزيز التعاملات التجارية بينهم.³

¹ وديع العزيمي: الإعلام الجديد المفاهيم والنظريات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015، ص: 62.

² طاله لميه: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر، دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص: 170.

³ نفس المرجع، نفس الصفحة.

ركزت وسائط التواصل الاجتماعي في هذا الجيل، على خدمة المراسلات الموجزة، والتي تتعلق بالأصدقاء، على الرغم من أنها قدمت خدمات وسائط التواصل الاجتماعي الحالية، لكنها لم تعد بالريح لمؤسسيها سرعان ما تم غلق الكثير منها.

● **الجيل الثاني:** وهو الموجة الثانية "للويب 2.0" "Web 2.0"، وقد بدأ هذا الجيل بانطلاقة وقع "ماي سبيس" "my Space" عام 2003، وهو عبارة موقع أمريكي من أوائل الوسائط المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم¹، يقدم هذا الموقع خدمات منها التفاعل بين الأصدقاء المسجلين فيه، وكذلك المدونات ونشر الصور ومواقع الفيديو، ثم أنشئ موقع "الفاسبوك" "Facebook" عام 2004 ليجمع بين زملاء جامعة "هارفارد" "Harvard" الأمريكية حيث يمكنهم من خلاله تبادل أخبارهم وصورهم وأراءهم²، ثم لقي رواجاً في جامعات أخرى، وفي هذه المرحلة كان هناك تطوراً ملحوظاً في وسائط التواصل الاجتماعي، حيث زاد إقبال المستخدمين على مواقع الشبكات العالمية بشكل متزايد، وهو ما يتماشى مع ارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت حول العالم³، ثم توسعت هذه الوسائط لتشمل طلاب جامعات ومدارس ثانوية أخرى، قبل أن تفتح الأبواب أمام جميع الراغبين في الانضمام.

الجيل الثاني لوسائط التواصل الاجتماعي تمكن من جذب العديد من المستخدمين على المستوى العالمي، وأصبحت وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة رئيسية للاتصال والتواصل بين الأفراد.

¹ بوذينة نعيمة: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي - جامعة الجلفة نموذجاً - أطروحة دكتوراه، كلية علوم

الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص: 94.

² طالة لامية: مرجع سابق ص: 171

³ المرجع نفسه، ص: 171.

جدول رقم 01: الفروق الأساسية بين "الويب 1.0" "Web 1.0" و"الويب 2.0" "Web 2.0"

"ويب 1.0" "Web 1.0"	"ويب 2.0" "Web 2.0"
- منصات خاصة تقدم من خلال صاحبها ما يرغب فيه، حيث يمكن للزوار الاطلاع على المحتويات المعروضة.	- منصات بسيطة ذات إبتكار احترافي تتيح لمستخدميها إضافة المقالات بطريقة منظمة يمكن للزوار الاطلاع على هذه المقالات والتعليق عليها.
- منصات مشترك ، لا تتباين كثيرا عن المنصات الخاصة إلا أنها تتحدث عن مجموعة من الناس هم غالبا أعضاء في جماعة معينة.	- أنظمة تواصل اجتماعية، يستطيع مستعملها من عمل الملفات الشخصية وتبادل التعليقات والتعرف على الأصدقاء وتكوين الجماعات الافتراضية.
- مواقع محتويات تقدم لزوارها عن طريق صاحبها ملفات مختارة، حيث يستطيع الجميع تنزيلها والاطلاع عليها.	- مواقع استضافة ومشاركة ملفات، تقدم لمستخدميها خدمة استضافة الملفات ومشاركتها في الانترنت مع جميع الناس او مجموعة معينة منهم.
- صفحات الاسئلة المتكررة، غالبا ما تكون جامدة ولا تتغير، وتكون مقدمة عبر إدارة الموقع.	- الويكي، مواقع تقدم المعلومات بطريقة تشاركية حيث يستطيع الاعضاء كتابة المقالات وتعديلها.
- برمجيات بسيطة توفر مجموعة من الإمكانيات الأساسية لمستخدمي الويب.	- تطبيقات الويب، هي عبارة عن برمجيات احترافية تقدم من خلال تقنيات ولغات برمجة مرتبطة بالويب 2.0
- خدمات اضافية لم تكن متاحة من قبل.	- خدمة RSS، خدمة لتبادل الاخبار المجلوبة من منتدى او مدونة او اي موقع اخر دون الحاجة للوصول اليه.

المصدر: en.Wikipedia.org/wiki/web.2.0

ب. المرحلة الثانية:

وفي هذه المرحلة اكتملت الوسائط، وأشير لها بالجيل الثالث، ظهر هذا الجيل نظرا لتطور المكونات المادية والبرمجية للبنية التحتية للإنترنت، مما أدى إلى ظهور الجيل الثالث من الويب (web3.0)، حيث تميز هذا الجيل بالذكاء الاصطناعي وإمكانياته على تنظيم المعلومات، زيادة على ذلك تحسين المكونات المادية من خلال توفير خدمات web3.0 بشكل واسع وزيادة سرعة الإنترنت، ومع انتشار استخدام الإنترنت على الهواتف المحمولة استفادة وسائط التواصل الاجتماعي من هذه المميزات وظهرت أدوات التواصل جديدة بين مستخدميها خلال هذه المرحلة، وقد ظهرت في هذه المرحلة مواقع تواصل جديدة مثل (قوقل +) (+Google) و (انستغرام) (Instagram)¹، وظهور الجيل الثالث من الويب زادت سرعة الإنترنت وانتشر استخدامها، فلم تبقى متصلة فقط بالحاسوب بل أصبحت تستخدم أيضا على الهواتف المحمولة لما شهده هو الآخر من تطور.

ج. المرحلة الثالثة:

لم تبقى وسائط التواصل الاجتماعي حبيسة نظام "الويب" "web" بل اتجهت الى سوق مبتكرة تتمثل في تطبيقات الجهاز النقال، ومع تقدم المكونات التقنية، وظهور الجيل الرابع (G4) من الإنترنت بين المستخدمين، صار الوصول إلى الإنترنت عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والتلفزيونات الذكية وغيرها من الأجهزة الحديثة، وقد تميزت هذه المرحلة بالاعتماد على التطبيقات، مما نتج عنه اتصال الأفراد بالإنترنت دائما، ومنه تعززت علاقتهم بالشبكات الاجتماعية التي حظيت بهذا التطور التكنولوجي السريع، كما أن هذه التغيرات أدت إلى تأثيرات ملحوظة على المجالات السياسية والاقتصاد والتجارة.²

¹ بوذينة نعيمة: مرجع سابق، ص- ص: 94-95.

² بوذينة نعيمة، مرجع سابق، ص: 95.

ثالثا: خصائص وسائط التواصل الاجتماعي:

تتسم وسائط التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص أسهمت في انتشارها الواسع ، وقد أشار "مايفيلد" Mayfield " إلى أن معظم هذه الوسائط تشترك في مجموعة من الخصائص مثل: المشاركة والانفتاح والمحادثة و التجمع، من جهة أخرى يروها البعض تتضمن خصائص أساسية تشمل:

1. تقنية الاتصال: تتيح إمكانية توجيه الرسائل إلى أفراد محددين أو مجموعات معينة، مما يزيد من التحكم

في نظام الاتصال، ويضمن وصول الرسائل مباشرة إلى المستهلكين.¹

2. إمكانية التحويل والتوصيل: يعرف الاتصال الرقمي بإمكانيته في تبديل الإشارات الصوتية إلى نصوص

مدونة كما يتيح دمج الأجهزة المختلفة.²

3. التفاعلية والتشاركية: تعزز وسائط التواصل الاجتماعي التفاعل، حيث يساهم الأعضاء في إثراء

صفحاتهم بمعلومات تتعلق بشخصياتهم، ويستطعون مشاركة التعليقات والاعجاب، مما يزيد من

تفاعلهم مع الآخرين.³

4. الحضور الدائم غير المادي: تتيح التواصل بين المستخدمين دون الحاجة للاجتماع في نفس الوقت، من

خلال الرسائل النصية أو الصور، مع إمكانية التواصل المباشر عبر الدردشة.⁴

5. الحركة والمرونة: تتيح للأفراد إنشاء بيئة اتصالية التي تناسب احتياجاتهم واهتماماتهم، مما يسهل عليهم

الوصول إلى ما يرغبون فيه من نشاطات متنوعة.⁵

¹ شيخاني سميرة: الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني، المجلة 26، 2010، ص-ص: 445-446.

² مكاوي حسن عماد ، حسين السيد ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص: 107.

³ هتيمي حسين محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 85.

⁴ قتلوني مصعب حسام الدين: ثورات الفيس بوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت 2014 ص: 98.

⁵ مكاوي حسن عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص: 265.

6. اللائقانية: يمكن إرسال واستقبال الرسائل في الوقت الذي يناسب المرسل والمستقبل، دون ضرورة

تواجههم في نفس الوقت.¹

7. الكونية والعالمية: جعلت وسائط التواصل الاجتماعي العالم يبدو كقرية صغيرة، حيث تتيح تبادل

المعلومات بسرعة وبشكل متجاوز للحدود الجغرافية.²

8. الشيوع والانتشار: تساهم هذه الوسائط في سرعة نقل الأخبار والمعلومات، مما يسهل توزيعها بطرق

متعددة ويعبر الحدود الزمانية والمكانية.³

9. التواصل المستمر والشفافية: تبقى المعلومات مسجلة حتى بعد الحذف، مما يسهل البحث والرد،

وتضيف الشفافية وضوحا للمحتوى.⁴

تستهدف الرسالة أفرادا أو مجموعات معينة بدلا من جماهير واسعة، مما يتيح تحكما أكبر في عملية

الاتصال.⁵

وتتميزت وسائط التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن المواقع والتطبيقات الأخرى،

وهذا ما جعلها تستحوذ على عدد كبير من المستخدمين وذلك راجع لسهولة الولوج إليها واستخدامها، كما

أنه من خلالها توجه الرسالة الاتصالية إلى المستقبل المستهدف مباشرة وليس إلى الجماهير الكبيرة، ومن بين

خصائصها أيضا التفاعلية والتشاركية وذلك لضمان استمراريته وتطورها، كما وفرت وسائط التواصل

¹ إبراهيم خالد يسرى: وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الانماء المعرفي، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص: 133.

² حمدي محمد الفاتح وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الاستخدام والتأثير، ط 1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص: 9-10.

³ شطاح محمد: الإعلام التلفزيوني نشرات الاخبار المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص: 29.

⁴ لموشي زينب: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، دراسة ميدانية لعينة من البرلمانيات الجزائري (جانفي 2014-جانفي 2017) (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017، ص: 93.

⁵ لموشي زينب، مرجع سابق، ص: 92.

الاجتماعي التواصل بين مستخدميها دون الحاجة للالتقاء في وقت واحد، من خلال خاصية الرسائل النصية أو الصوتية أو الصور، ومن أهم خصائصها جعلت من العالم قرية صغيرة واختصرت المسافة والوقت.

رابعاً: أهمية وسائط التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامها.

1. أهمية وسائط التواصل الاجتماعي

- أصبحت الوسائط لغة العصر تعكس التطور العقلي والتقني والنفسي الذي نعيشه اليوم فهي توفر فرصة لإدارة الوقت بشكل أكثر فعالية، إذ تخترق حدود المكان والزمان وتصل إلى أعداد هائلة من الجماهير المتنوعة.¹
- كما أنها مسوق فعال للعديد من المؤسسات، في نشر وترويج وتعزيز المبيعات.²
- بإمكان مستعملي وسائط التواصل الاجتماعي نشر مقالات خاصة بهم، أو من مواقع إلكترونية مختلفة ومتنوعة، مما يمكنهم الإطلاع عليها واستخدامها كمركز للإعلان التجاري وبشكل قانوني عبر الصفحات المجانية التي توفر فرصاً كبيرة للانتشار.³
- تقوم وسائط التواصل بتغطية المستجدات، حيث أظهرت تفوقاً على وسائل الاتصال التقليدية في مزامنة المستجدات ونقلها إلى الجماهير بشكل سمعي ومرئي، ولها طرق سهلة للتنقل، مما منحها قوة وحرية يصعب مجابته، بفضل حركتها وديناميكيته وتفاعليته مع المتلقين.⁴
- تؤدي وسائط التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في التأثير على اتجاهات مختلف الشرائح في المجتمع.⁵

¹ بوزينة نعيمة، مرجع سابق، ص: 104.

² غسان خالد، المقدادي يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعي ماهية شبكات التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط 1، دار الفانس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 39.

³ محمود خالد وليد: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغير في العالم العربي، ط 1، مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب، بيروت، 2011، ص: 91-92.

⁴ الغامدي قيتان عبد الله: التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الاعلام والأمن الالكتروني، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ماي 2012، ص: 15-16.

⁵ بركات نوال: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص: 208.

تعتبر وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية ذات أهمية كبيرة، ويتوقع لها مستقبل واعد نظرا لامتلاكها ميزات متعددة، فهي توفر للمستخدم تجربة متعددة الحواس في آن واحد، حيث تمكنه القراءة والمشاهدة والاستماع، بالإضافة إلى سرعة تلقي الأخبار العاجلة، مما يجعلها واقعا لا يمكن تجاهله.¹

تكمن أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في أنها أصبحت لغة العصر، وأصبح يعتمد عليها في الاقتصاد خاصة مجال التسويق، فالمؤسسات والشركات والتجار يقومون بنشر وترويج وتسويق المنتجات، كما أنها أيضا تغطي الأخبار والأحداث بشكل فوري وحتى مباشر، كما أصبح لها دور في التأثير على مختلف الشرائح في المجتمع.

2. دوافع استخدام وسائط التواصل الاجتماعي:

إن استخدام الفرد لوسائط التواصل الاجتماعي، يعني دخوله للعالم الافتراضي لدوافع تدفعه لذلك، وتختلف هذه الدوافع من مستخدم لأخر، سواء للتواصل، تمضية الوقت أو للعمل، ومن أهمها:

أ. دوافع شخصية: تشمل الدوافع الشخصية لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي الرغبة في ملء الفراغ الناتج عن عدم تخطيط الفرد لإدارة وقته، مما يجعله يشعر بالفراغ، ويجد العديد من الأفراد في هذه الوسائط وسيلة للتغلب على هذا الشعور²، إضافة إلى ذلك الضغوط الأسرية والمشاكلات التي تواجه الفرد في بيئته الأسرية والتي قد تتبدل من الثبات إلى عدم الثبات، تحث بالشخص إلى إيجاد خيار آخر، فيعثر على ما يناسبه في وسائط التواصل الاجتماعي.³

¹ المرجع نفسه، ص: 209.

² لموشي زينب، مرجع سابق، ص: 88.

³ مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد (395)، لبنان، 2012، ص: 157.

ب. دوافع اقتصادية: ساهمت وسائط التواصل الاجتماعي في توسيع الأفق أمام جميع الشرائح العمرية والجنسية والشخصية، وهذا راجع للتطور الذي شهده العالم الافتراضي، فهي تقوي العلاقات التجارية المتعددة، مما يسهل على مختلف الشركات بيع سلعها، والتسويق لها، وتغيير السلوكيات الفردية والجماعية نحو عملية الشراء.¹

ج. دوافع سياسية: تستخدم وسائط التواصل الاجتماعي من قبل رجال السياسة للتعريف بالأحزاب والمرشحين وتسهيل الحملات الانتخابية، مما يعزز قدرة الدولة على التواصل الفعال بال جماهير، كما تتيح للدولة مراقبة ردود أفعال المشاركين والمستخدمين، مما يستدعي مراجعة القرارات المتخذة بناء على هذه التفاعلات.²

د. دوافع اجتماعية: تتجلى الدوافع الاجتماعية في السعي لإقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل والمشاركة مع أفراد الأسرة والأصدقاء، كما تتيح وسائط التواصل الاجتماعي حرية التعبير عن الآراء حول مواضيع وقضايا متنوعة³، ومن الدوافع الاجتماعية، يأتي التعارف وتكوين الصداقات حيث تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في ربط علاقات جديدة والمحافظة عليها، بالإضافة إلى تعزيز التبادلات التي تدعم الابداع الجماعي.⁴

¹ أسا بيرغر آرثر ، ترجمة أبو أصبع صالح خليل: وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نقدية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2012، ص:130.

² لموشي زينب ، مرجع سابق، ص89.

³ عبد القوي محمود حمدي: دور الاعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الاعلام والإصلاح، الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، جويلية 2009، ص:155.

⁴ لموشي زينب ، مرجع سابق، ص:88.

خامسا: مجالات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي.

على الرغم من أن وسائط التواصل الاجتماعي تم تصميمها في البداية للتواصل بين الأفراد إلا أن مجالات استخدامها قد توسعت بشكل كبير، نذكر منها:

1. المجال التعليمي:

تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تحسين استراتيجيات التعليم و تعزيز مهارات التفكير، مما يجعل العملية التعليمية أكثر فعالية، كما توفر فرصا تعليمية للجميع، يمكن إعادة صياغتها كالتالي: "ما يعزز المشاركة بشكل كبير، وبشكل خاص للأشخاص الذين يطمحون للالتحاق بالجامعات ولكن ظروفهم تمنعهم من ذلك¹، ساهمت وسائط التواصل في العديد من الخدمات في مجال دعم التعليم، حيث ساهمت في إيصال المعلومات إلى مختلف أنحاء العالم، بأساليب متعددة وبأقل تكلفة²، وزاد إقبال العديد من المؤسسات التعليمية على إنشاء صفحات خاصة بها على هذه الوسائط، حيث تنشر معلومات ومواد تعليمية عن طريق الوسائط المتعددة، كذلك يقوم بعض الأساتذة بوضع مقالاتهم ومحاضراتهم، وكذا روابط بحوث دراسات علمية مهمة، تسهل من عملية نقل المعلومات والتدريس³، خاصة في السنة الأخيرة إثر جائحة كورونا ساهمت وسائط التواصل الاجتماعي في المجال التعليمي بشكل كبير، أصبح لكل جامعة أو مركز جامعي في الجزائر صفحة على وسائط التواصل الاجتماعي، كذلك أصبح لكل كلية وقسم صفحة ينشر فيها المحاضرات ومواعيد الدراسة و غيرها حيث أصبح تواصل بين الطالب والأستاذ بكل سهولة.

2. المجال الإعلامي:

¹ الخطيب لطفي محمد: استخدام الانترنت في الأنشطة الأكاديمية من وجهة نظر طلبة كلية الطب في جامعة العلوم والتكنولوجيا الاردنية والصعوبات المتعلقة بهذا الاستخدام،

مجلة العلوم التربوية والنفسية، العدد 2، المجلد 12، جويلية 2011، ص: 291.

² غسان خالد، المقدادي يوسف: مرجع سابق، ص: 131.

³ هتيمي حسين محمد، مرجع سابق، ص: 96.

كان للجريدة والإذاعة والتلفزيون أهمية كبيرة في حياتنا كمصدر أساسي للأخبار وكذا وسيلة للترفيه، إلا أنه بدخول وسائط التواصل الاجتماعي لحياتنا أصبح هناك تنافس حاد بينها وبين وسائل الإعلام الكلاسيكية حيث سعت هذه الوسائل إلى الاستعانة بهذه الوسائط واستخدامها لصالحها، فأغلب القنوات التلفزيونية والإذاعية والجرائد أصبحت تمتلك حسابات على وسائط التواصل الاجتماعي، وكذلك كل ما ييثر عبر وسائل الإعلام الكلاسيكية أصبح ينشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي سواء بالبرث المباشر أو عن بعد (عن طريق التسجيل)، والهدف من كل هذا هو جذب انتباه أكبر عدد ممكن من الجماهير من خلال رفع نسبة المشاهدة أو الاستمتاع.¹

3. المجال الاقتصادي:

تولد وسائط التواصل الاجتماعي تجمعات من المهتمين والزبائن الذين يسعون إلى تحقيق أهداف اقتصادية وتجارية، مما يساعد على توجيه هذه التجمعات نحو سلوكيات اقتصادية مناسبة، كما تمكن الفرد من أن يصبح مروجاً دعائياً لتقديم السلع أو العروض ومتابعة أحدث المستجدات في عالم الاقتصاد فضلاً عن ذلك تتيح للزبائن فرصة التفاعل مع الشركات المنتجة أو مقدمي الخدمات بما يفيد الطرفين²، وتسمح هذه الوسائط القائمة على التفاعل بين المستخدمين للشركات بالمشاركة في إعلانات مفتوحة مع العديد من أفراد المجتمع، مما يعزز من صورتها العامة، ويتم ذلك من خلال تعاون أخصائي العلاقات العامة في تسويق صورة حية للمؤسسة وترويج منتجاتها، وفهم كيفية رؤية المستخدمين للمؤسسة، والعمل على تعزيز الجوانب الايجابية، وتوضيح النقاط الغامضة، وتصحيح التصورات السلبية لدى الجمهور³، نرى اليوم أن أغلب المحلات التجارية أصبح لها

¹ بلعيد نعي: تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، 2016، ص: 16.

² لموشي زينب، مرجع سابق، ص: 102-103.

³ هتيمي حسين محمد، مرجع سابق، ص: 106.

صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تعرض فيها السلع والمنتجات وتروج لها، لكي تسهل عملية الشراء ونجد معظم الشركات تسوق لمنتجاتها عبر إشهار يظهر على هذه الوسائط.

4 . المجال الثقيفي:

تساهم وسائل التواصل الاجتماعي نتيجة برامجها وتربطها مع بقية الوسائط، بوظيفة معرفية في مجالات عدة، من أهم خصائصها صناعة فضاء تفاعلي مرن يلائم جميع الأفراد، كما أنها أداة متاحة على شتى المواقع والبرامج، مما يسهل التفاعل معها وإعطائنا معلومات متنوعة بما في ذلك الاكتشافات الحديثة التي يتم تحديثها بشكل مستمر.¹

5. المجال السياسي:

صار بإمكان السياسيين متابعة ردود الأفعال الفورية على قراراتهم ومشاهدة استطلاعات الرأي المتعلقة بتصريحاتهم، وبناء على ذلك شهدت أنماط صناعة القرار السياسي تغيرا جوهريا، مما أدى إلى ظهور معطيات جديدة في تكوين جماعات الضغط السياسي، وتشكيل الأحزاب وتحديد شعبيتها وتأثيرها، ورجع ذلك إلى سهولة تبادل الأفكار والآراء عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي.² كما أصبح لمرشحي الانتخابات صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لدعاية لحملاتهم الانتخابية وكسب أكبر عدد ممكن من الأصوات.

سادسا: أنواع وسائط التواصل الاجتماعي.

تعددت وتنوعت وسائط التواصل الاجتماعي بين وسائط شخصية وعامة تسعى لتحقيق أهداف محددة، ومع التطور الهائل لوسائط التواصل الاجتماعي أصبحت تصنف حسب عدد مستخدميها حيث تتصدر العديد من الوسائط المراتب الأولى مثل "Facebook" "فايسبوك" "Twiter" "تويتر" "Youtube"

¹الموشي زينب، مرجع سابق، ص: 102.

²بودينة نعيمة: مرجع سابق، ص-ص: 112-113.

"يوتيوب" "Instagram" "إنستغرام" "Tik tok" "تيك توك" وغيرها من الوسائط، سوف نتحدث عنها باعتبارها من أهم وسائط في الوقت الراهن، وبناء على عدد مستخدميها وتنوع التطبيقات المتاحة لكل منصة.

1. الفيس بوك Facebook

أ. تعريف "الفيس بوك" "Facebook":

يعد موقع "فيس بوك" من أبرز وسائل التواصل الاجتماعي، حيث لا يعتبر مجرد منتدى اجتماعي فقط بل أصبح بإمكان أي مستخدم أن يفعل بواسطتها ما يشاء¹، إنه موقع "ويب" للتواصل الاجتماعي يمكن الوصول إليه مجانياً، وتديره شركة "فيس بوك"².

المستخدم للفيس بوك يمكنه من خلاله الاتصال والتفاعل مع الآخرين ويتواصل معهم بمنشورات أو بنشر صور، وعن طريق رسائل مكتوبة أو صوتية.

ب. نشأة "فيس بوك" "Facebook"

تعود فكرة نشأة موقع الفيس بوك الى صاحبه "مارك زوكربيرغ" "Mark Zuckerberg" ليجمع زملاؤه في جامعة "هارفارد" "Harvard" حيث أنه يمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأراءهم، وعند تصميمه لم يعتمد إلى أن يكون موقع تجاري ومكان للإعلانات أو لنشر الأخبار، لكن الهدف الأساسي منه يجمع شمل الأصدقاء وتواصل الطلبة فيما بينهم، أطلق "مارك" موقع فايسبوك عام "2004" وسرعان ما أصبح رائجا بين طلاب جامعة هارفارد، مما عزز شعبيته بينهم، هذا النجاح دفعه لتوسيع قاعدة المستخدمين ، لتشمل طلبة جامعات أخرى، بالإضافة إلى طلاب مدارس ثانوية الذين كانوا يرغبون في التعرف على الحياة الجامعية.³

¹ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص:218.

² برقوق عبد الرحمان وآخرون: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجيا الحديثة، دار الخلدونية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص:179.

³ طالة لامية ، مرجع سابق، ص: 181.

استخدم موقع "فيسبوك" من قبل الطلبة في الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قام "مارك زوكربيرغ" "Mark Zuckerberg" باتخاذ قرار يفتح الموقع أمام جميع الراغبين في استخدامه، مما أدى إلى زيادة كبيرة في عدد مستخدمي "فايس بوك" "Facebook"¹، ووفقاً لـ "مارك" "Mark" "الفايس بوك" "Facebook" ليس مجرد وسيلة للتواصل، بل هو حركة اجتماعية سيتبدل البريد الإلكتروني وسيسيطر على كل نواحي النشاطات البشرية على الإنترنت.²

ووفقاً لما ذكره "مارك" في مقابلة مع صحيفة "ناشيونال تايمز" "NATIONAL TIEM" البريطانية، قد لا يدرك الكثيرون القيمة الحقيقية للشبكة التي أنشأناها، وأكد على ضرورة تطوير عملية الاتصال بين الناس، مشيراً إلى أن تحسين هذه العملية للكثير من الأفراد سيكون له أثر اقتصادي كبير على العالم كله، كما أوضح أن الموقع يمول من خلال نشر الإعلانات بشكل يومي، وقد بلغت قيمة الفاييسبوك السوقية كشركة نحو 100 مليار دولار.³

بعد أن كان الفاييسبوك أساسه جمع زملاء الدراسة في جامعة "هارفارد الأمريكية" ثم توسع وشمل طلبة من جامعات أخرى وطلاب مدارس ثانوية من أجل التعرف على الحياة الجامعية، وبعدها بفتح أبوابه أمام كل من يرغب في استخدامه من خلال الاشتراك فيه، وصار يمول عن طريق نشر الإعلانات.

ج. سمات وخصائص الفيسبوك Facebook :

من أهم السمات الأساسية التي يتميز بها:

¹ عوكي أوليغ: فيس بوك للجميع، ط1، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2010، ص:14.

² كنعان علي عبد الفتاح: الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص:173.

³ كافي مصطفى يوسف: الاعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص:119.

- النافذة الأساسية: تضم كل ما هو جديد من تعليقات وصور وروابط الأصدقاء المضافين، وقد تظهر أيضا تعليقات وصور الأصدقاء إستنادا إلى إعدادات الخصوصية التي يحددها المستخدم.¹
- الصفحة الشخصية: هذه الصفحة خاصة بالمستخدم وتضم كافة المعلومات المرتبطة به.²
- اضافة صديق: يمكن للمستخدم إضافة أي شخص على الفاييس بوك أو البحث عن أي فرد موجود على الموقع.³
- الإشارة: تتيح خاصية الإشارة للمستخدمين الإشارة إلى أصدقائهم في الصور ومقاطع الفيديو، مما يسهل تنبيههم لأي تحديثات جديدة تتعلق بهذه المحتويات.⁴
- الاعجاب: خاصية نجدها بنفس الية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، كذلك، وقد طورها الفيس بوك في 2010، وتم الإعتماد عليها في جميع المواقع، كما تهدف أيضا تعزيز التسويق له.⁵
- الجماعات الرقمية: يستطيع مشترك فيس بوك إنشاء مجموعة وهي متنوعة ولها أهداف محددة، قد تكون تعليمية، أو للترفيه والتسلية، والطبخ، تجارية، مخصصة لنساء فقط أو مخصصة للرجال فقط، أو ثقافية إلخ، ويتم الاشتراك فيها ويحق لأعضاء المجموعة الكتابة أو نشر صور أو فيديوهات، حتى ملفات وكل ذلك يتم بموافقة مدير المجموعة التي يشرف عليها.
- الصفحات: هي أكثر تفاعلا من المجموعات عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية.

¹ مبارك وائل، خضر فضل الله: أثر الفاييس بوك على المجتمع آلية التشبيك مواقع اجتماعية عربية التي لا يعرفها الكثيرون الفيس ساحة ذهبية للإعلان، ط1، المجلس الاتحادي للمصنفات الأدبية والفنية، الخرطوم، 2011، ص: 16.

² مختار جمال: حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق؟، ط1، ميديا ياهشوس، القاهرة، 2008، ص: 38.

³ غسان خالد، المقدادي يوسف، مرجع سابق، ص: 35-36.

⁴ مبارك وائل، خضر فضل الله، مرجع سابق، ص: 16.

⁵ مبارك وائل، خضر فضل الله، مرجع سابق، ص: 16.

■ الأصدقاء: تعتبر هذه الفئة من الأشخاص الذين يتعرف عليهم المستخدم، ويطلق على المشترك الذي تم إضافته إلى قائمة الأصدقاء صديق، وفي بعض المواقع يستخدم مصطلح اتصال أو علاقة للإشارة إلى

الشخص المضاف في القائمة.¹

■ الدردشة: من خلال هذه الخاصية يمكن التحديث على الفيس بوك، كما أنها تسمح للمستخدمين

إرسال رسائل لفرد أو عدة أفراد من أصدقائه في الوقت نفسه.²

■ الفيديو: يستطيع المستخدمون من خلال هذه الخاصية للمشاركين تحميل الفيديوهات.³

■ الصور: ترفع الكثير من الصور وتنشأ الألبومات توضع فيها الصور.⁴

د. خدمات Facebook :

- خدمات التبرعات لأغراض شخصية:

سمح الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحصيل التبرعات الشخصية لقضايا معينة، مما تعاون في من يريد في مد يد العون لمن يعتقد أنه يستحق ذلك، وأعلنت شركة أمريكية خدمة تحصيل المساعدات، وكانت مفتوحة للمؤسسات غير هادفة للربح، ثم توسعت لتشمل المستخدمين في الولايات المتحدة وبعدها في جميع أنحاء

¹ نبيح أمينة: اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي، دراسة ميدانية لمستخدمي الفيس بوك في الجزائر، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة) في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012-2013، ص: 110.

² عبيدش صونية: الشباب الجزائري والفيس بوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، دار طاكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016، ص: 26.

³ دغمان هالة: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، العلاقة بين الواقعي والافتراضي العالقة، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017، ص: 154.

⁴ عبيدش صونية، مرجع سابق، ص: 26.

العالم، وتتيح هذه الخدمة تحصيل الأموال للأفراد وأصدقائهم، وتتميز بإمكانية رؤية الملفات الشخصية الحقيقية.¹

- خدمة حرب الفيس بوك على الاخبار الكاذبة:

تم الإعلان عن هذه الخدمة من قبل إدارة موقع فيس بوك، وهي عبارة عن خدمة لمكافحة الأخبار الكاذبة والمضللة في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط. حيث جاء في إعلان على الفيس بوك لجميع المتابعين المشاركة في هذه الحملة تحت شعار #تأكد قبل - ما- تشارك، التي تقدمها بالشراكة مع منصة "فتبينوا" لمكافحة الأخبار الكاذبة" لتدقيق الحقائق، وفيها دعوة للتأكد مما يقرأ ويشارك و ذلك لتجنب المساهمة في نشر الأخبار المضللة، و خصوصا تلك التي تتعلق بكوفيد-19 و أحالت الشبكة مشركيها على منصة "فتبينوا" لمكافحة الأخبار الكاذبة" شريكها في الحملة، حيث تتضمن كافة التفاصيل والتقنيات، ورد فيها أنه عادة ما تلعب الأخبار الكاذبة على وتر العاطفة، وتحوم مواضيعها حول الأمور التي تشغل انتباه الأفراد.²

- خدمة التبليغ عن حالات المعرضين لخطر الانتحار.

- خدمة التغذية الإخبارية.

يتميز الفيس بوك عدد من معطيات الأفراد مثل التحولات في الصفحة الشخصية والأحداث المرتقبة، وكان هناك استياء حول هذه الخدمة، حيث تخوف البعض من إختراق خصوصياتهم، لذا عمل القائمون على الموقع سد هذه الثغرة وأتاحوا ميزة التحكم في الخصوصية.³

¹ بوقلوف سهام: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، دراسة مسح لينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص ص: 206-207.

² عبد الرزاق: فيس بوك تطلق حملة لمواجهة الاخبار الكاذبة تشمل الجزائر. موقع الشروق اون لاين. نشر بتاريخ 2020/11/9، متاح على الرابط Echoroukonline.com : بتاريخ 2021/01/16 على الساعة 11:25.

³ بوقلوف سهام ، مرجع سابق ص211.

2. اليوتيوب YouTube :

أ. تعريف اليوتيوب:

يعتبر هذا الموقع واحد من المواقع الشهيرة والتي استطاعت في فترة رمزية قصيرة تحقيق مكانة متقدمة، حيث يزوره الملايين يوميا، كما تستفيد وسائل الإعلام منه من خلال مقاطع الفيديو.¹

3. تويتر twitter:

أ. تعريف ونشأة موقع تويتر:

ظهر في السنوات الأخيرة، اتخذ من العصفورة رمزا له، يسمح للمستخدمين بإرسال رسائل نصية قصيرة 140 حرفا كحد أقصى، ويمكن لمن لديه حساب في "تويتر" تبادل التغريدات مع أصدقائه، فهي تبرز على حساباتهم الشخصية أو عند ولوجهم إلى حساب المستخدم صاحب الرسالة، كما يتيح التدوين²، والمبرمجي و رجل الأعمال الأمريكي "جاك دورسي" J.Doursi هو مؤسس التويتر³، فكلية "تويتر" "Twitter" تعني بالإنكليزية تغريدة وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود في الموقع.⁴

ب. كيفية عمل موقع تويتر:

يستطيع للمستخدمين التسجيل مباشرة في موقع تويتر عبر الصفحة الرئيسية، مما يمنحهم ملفا شخصيا يظهر آخر التحديثات بترتيب زمني.⁵

¹السوداني حسن ، المنصور محمد: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2006، ص:118.

²السوداني حسن ، المنصور محمد: مرجع سابق، ص:113.

³بوذية نعيمة، مرجع سابق، ص: 135.

⁴سيد ريان محمد: الاعلام الجديد، ط1، مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012، ص: 50.

⁵طالة لامية ، مرجع سابق، ص:190.

ج. أهم المميزات التقنية لتويتر:¹

شعار مميز: تحمل من خلاله صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، مما يعطي لكل تدوينة نغمة فردي يمكنك تتبع مدونات معينة لكي تصل إليك تدويناته أولاً بأول، كما يمكن للآخرين متابعتك بمجرد الضغط على زر التتبع، مما يساعدك في بناء شبكة من المتابعين ذوي الاهتمامات المشتركة، كما أنه توجد أدوات تسهل عملية التدوين على تويتر مثل موقع Loud Twitter والذي يجمع تدويناتك ويعرضها بنص واحد على مدونتك.

وللتدوين عبر موقع تويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:²

- السهولة والسرعة: يمكن الإشتراك في تويتر بسهولة، يكون من خلال اسمك واسم المستخدم وكلمة المرور، بعدها تصبح عضواً بالموقع، وتستطيع البدء في تدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع.
- أداة فعالة لتعريف الناس بك وميولك: يسمح بالتدوين القصير.

4. إنستغرام Instagram

أ. تعريف الانستغرام:

تبادل الصور من خلاله، وهو مملوك من الفيس بوك، يقوي الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات، أو تسجيل الإعجاب، واكتسب شعبية كبيرة على المستوى الفردي والمؤسسي³، وهو أحد أهم وسائط التواصل التي ظهرت حديثاً.

ب. مميزات الانستغرام:

¹ يحي تقي الدين، مرجع سابق، ص: 192.

² بوذينة نعيمة، مرجع سابق، ص-ص: 137-138.

³ بوذينة نعيمة، مرجع سابق، ص-ص: 132-133.

يمتاز موقع انستغرام بعدة مميزات نذكر منها:¹

- تحميل الصور ومقاطع الفيديو: نستطيع من خلال انستغرام نشر وتحميل الصور ومقاطع الفيديو مشاركة الأحداث المهمة في حياة المستخدم، من خلال تصويرها وإضافة مؤثرات بصرية.
- ميزة التتبع: يوفر الانستغرام ميزة التتبع للأشخاص الذين يرغب المستخدم في متابعة حالتهم ومنشوراتهم وصورهم.
- الإعجاب: يمكن للمستخدمين التعليق على الصور ومقاطع الفيديو المنشورة، بالإضافة إلى إمكانية الرد على التعليقات بشكل المباشر.
- البحث عن الأصدقاء: يساعد انستغرام الأشخاص في العثور على أصدقائهم بسهولة.
- ميزة الإشعارات: تقدم إشارات حول التفاعلات التي تحصل عليها الصور التي قمت بنشرها.

5. التيك توك TikTok:

أ. تعريف تطبيق التيك توك:

وهو صنع للفيديوهات القصيرة، يسمح للأفراد بمزج الصورة إضافة لإضافة الصوت إلى النص، من خلال أساليب بسيطة وسهلة الاستخدام، وهو ما يسهم في زيادة انتشاره.²

ب. خصائص فيديوهات التيك توك:

يحمل تطبيق التيك توك مجموعة من الخصائص نذكر منها:³

¹ فاضل راضي وسام ، التميمي مهند حميد: الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات بيروت، 2017، ص-ص: 227-229.

² خير الله خديجة ، العظامات عبد الرحمن: تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة، مجلة كلية التربية جامعة عين شمس، العدد 46، الجزء 4، 2022، ص: 192

³ نفس المرجع، ص: 389.

❖ تنوع محتوى الفيديوهات: يوفر التيك توك مجموعة متنوعة من أنواع المحتوى، التي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

■ المحتوى التعليمي: يتعلق بتعليم المستخدمين مهارات جديدة مثل الرقص والطهي وغيرها من المهارات الحياتية.

■ المحتوى الترفيهي: يشمل الفيديوهات القصيرة المصحوبة بالموسيقى، التي تهدف إلى الترفيه والترويح عن النفس.

■ المحتوى الترويجي: يتعلق بالتسويق والترويج لبعض المنتجات مثل أدوات التجميل.

■ تفرد تطبيق التيك توك: يشير تفرد التيك توك إلى السمات المميزة التي لا يمكن أن تضاهيها أي تطبيقات أخرى مخصصة لمقاطع الفيديو الصغيرة.

سابعا: الآثار الإيجابية والسلبية لوسائط التواصل الاجتماعي.

1. الآثار الإيجابية لوسائط التواصل الاجتماعي:

تعد وسائط التواصل الاجتماعي ملاذا للأشخاص، حيث تتيح لهم ممارسة العديد من الأنشطة وفتح أبواب للإبداع والمشاريع التي تحقق أهدافهم وتساهم في نمو المجتمع، من خلال ما يعرف بالمجموعات ومن المميزات الرئيسة لهذه الوسائط:¹

أ. إلغاء حاجز المكان مما يسهل الانتشار.

ب. إلغاء حاجز الزمان مما يؤدي إلى سرعة التأثير.

¹ العريشي جبريل بن حسن ، سلمى بنت الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص:64.

ج. تحقيق المصداقية والشفافية من خلال إلغاء إمكانية التعميم على الوقائع، وتفعيل الحق في الاطلاع.

د. التشجيع على إبداء الرأي مما يحفز على الإبداع والاجتهاد والتجديد دون الخوف من عقاب أو التسلط.

هـ. تفعيل آلية الضبط الاجتماعي حيث يتم توجيه وتصحيح أي إنحراف في الرأي أو تقصير عبر صفحات الكترونية.

و. ترسيخ قيم الحوار والتسامح، حيث يتمكن الأفراد من الحوار بين مختلف الآراء والعقائد دون مشاكل أو توترات.¹

ز. إتاحة الفرص لاستخدام شبكات التواصل في التبليغ الديني: هناك تجارب لعلماء ناشطين أسهمت بتوسيع الهداية والإرشاد والتبليغ الثقافي.²

2. الآثار السلبية لوسائط التواصل الاجتماعي:

من جهة أخرى يظهر الوجه السلبي لهذه الوسائط، حيث عززت بعض السلوكيات غير مقبولة اجتماعيا مما دفع البعض مؤخرا للإنسحاب منها ، فمثلا نلاحظ أن هناك صفات مثل الإعجاب المفرط بالنفس، متابعة أخبار الآخرين بشكل مبالغ فيه، الرغبة في تحقيق الشهرة بأي ثمن قد بدأت في الانتشار، وتتجلى الآثار السلبية لوسائط التواصل الاجتماعي فيما يلي:³

¹ مركز الحرب الناعمة الدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الامريكية، مركز الحرب الناعمة للدراسات، بيروت، 2016 ص:61.

² مركز الحرب الناعمة الدراسات، مرجع سابق، ص:61.

³ العريشي جبريل بن حسن ، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، مرجع سابق، ص-ص: 66-67.

أ. إضاعة الوقت: يدخل المستخدم إلى الموقع وينتقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر دون أن يدرك الساعات التي أضاعها دون فائدة.

ب. الإدمان وإضعاف التواصل: قضاء الوقت الطويل أمام شاشة قد يعزل المستخدمين عن واقعهم، ويحد من مشاركتهم في الفعليات الاجتماعية.

ج. ظهور لغة جديدة بين الشباب: حيث ظهرت لغة مختلطة بين العربية والإنجليزية، مع الأرقام والرموز، مما قد يهدد اللغة العربية.

إضاعة الوقت، الإدمان وإضعاف التواصل، ظهور لغة جديدة بين الشباب هذه الآثار السلبية ما توصل له مجموعة من الباحثين، حيث توصلت الباحثة مريم نريمان نومار¹ إلى أنه يقضي مجموعة من الباحثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحسب النتائج أغلب المبحوثين يدخلون الفايسبوك من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم، وما توصلت إليه سهام بوقلوف² أن هناك نسبة من المبحوثين يتصفحون وسائط التواصل الاجتماعي بشكل متواصل طوال اليوم وأن الاستخدام المتواصل قد ينيئ بالإدمان على هذه الوسائط شيئاً فشيئاً، أما طيفور مصطفى³، قد توصل إلى أن أغلبية المبحوثين يقومون بتغيير لغتهم حسب الطرف الثاني في الدردشة عبر هذه الوسائط، وهم يلجؤون لاستخدام الاختصارات أثناء الدردشة وأغلبهم يميلون إلى تعويض حروف اللغة العربية بالأرقام، وكذلك يعوضونها بالحروف اللاتينية وهذا ما يجعل اللغة تندثر.

¹ نومار مريم نريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص: 215.

² بوقلوف سهام: مرجع سابق، ص: 398.

³ بن طيفور مصطفى: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك بجامعة مستغانم ووهران، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2017، ص-ص: 415-416.

خلاصة الفصل:

مرت وسائل التواصل الاجتماعي بتطورات سريعة في السنوات الأخيرة، مما جعل المستخدمين لا يمكنهم الاستغناء عنها ، لما تقدمه لهم من خدمات متنوعة ومتجددة هدفها تسهيل استخدامها وسرعة انتشارها، على مختلف المستخدمين، يمكن القول أن وسائط التواصل الاجتماعي قربت العالم من بعض أكثر، كما ساهمت في تحويل العالم إلى غرفة واحدة، وقد بدلت شكل التواصل وتحوّلت من مجرد وسائط للتواصل والترويج عن النفس إلى مركز إعلانات وتغير الآراء وغيرها، كما أنه كل سنة يتضاعف عدد مستخدميها وهذا راجع إلى مميزاتها وخصائصها التي تتمتع بها، وكذلك نجد أن لها آثار إيجابية، وفي المقابل آثار سلبية، وقد كان لها دور كبير في تغير القيم الاجتماعية.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: مصادر وخصائص القيم الاجتماعية.

تمهيد.

أولاً: النظريات المفسرة للقيم الاجتماعية.

ثانياً: مصادر القيم الاجتماعية.

ثالثاً: خصائص ووظائف القيم الاجتماعية.

رابعاً: أهمية القيم الاجتماعية.

خامساً: تصنيف القيم الاجتماعية.

سادساً: وسائط نقل القيم.

سابعاً: اكتساب وتغير القيم الاجتماعية.

ثامناً: الانترنت والقيم الاجتماعية.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

للقيم الاجتماعية دور أساسي في تقدم المجتمعات ورفقيها، فهي تساهم بشكل كبير في تحديد السلوكيات المقبولة والمرفوضة اجتماعيا بشكل كبير، وتعمل على ضبط تصرفات الأفراد والجماعات داخل المجتمع الواحد، حيث أن لكل مجتمع قيم تحكمه وتساعد على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه، وتتأثر القيم بالعديد من العوامل الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية بالإضافة إلى الدين، وهذه الوسائط كان لها أثر بارز في هذه التغيرات، فهي باتت تساهم بشكل كبير في ترسيخ القيم الاجتماعية أو حتى تغييرها.

من خلال هذا الفصل سنحاول التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى النظريات المفسرة للقيم الاجتماعية، مصادرها، خصائصها، ووظائفها، كذلك أهميتها وتصنيفها ووسائط نقلها، اكتسابها وتغييرها بالإضافة إلى الانترنت والقيم الاجتماعية.

أولاً: النظريات المفسرة للقيم الاجتماعية.

1. الاتجاه العضوي-البنائية الوظيفية-

ارتبط الاتجاه العضوي بـ " سبنسر " " SPENCER " وهذا الاتجاه يقوم على مسلمة المماثلة العضوية، حيث يشبه المجتمع بكائن حي، فالمجتمع من وجهة الاتجاه العضوي له أجزاء وأعضاء وهذه الأعضاء لها وظائف معينة، تتكامل وتتناسق مع بعضها البعض، وذلك لتحقيق الاستقرار داخل المجتمع. ونجد أنصار هذا الاتجاه هدفهم الحفاظ على النظام الاجتماعي السائد، ويعتبر اتجاه البنائية الوظيفية رؤية حديثة للمدخل العضوي، حيث يستند إلى الأصول المستمدة من الاتجاه الوظيفي في علم النفس والوظيفية الأنثروبولوجية، إضافة إلى التيارات الوظيفية القديمة والحديثة في علم الاجتماع، وقد تجلت هذه التيارات بوضوح في دراسة الأنساق الاجتماعية لدى " تالكوت بارسونز " ¹.

تستند البنائية الوظيفية على فرضية المماثلة العضوية، التي تتناول مفهوم النسق، حيث يعتبر المجتمع عبارة عن نسق يتألف من عدة أجزاء مترابطة، كما هو الحال في جسم الإنسان حيث يتألف من أعضاء وأجهزة متعددة، مثل الجهاز الدوري والجهاز الهضمي، بينما يتكون المجتمع من أنساق مختلفة، كالنظام السياسي والاقتصادي والديني، حيث يتسم كل نظام باحتياجاته الضرورية التي يجب تلبيتها، وإذا لم يتم إشباع هذه الاحتياجات يضل النسق في حالة توازن عبر تلبية احتياجاته. وكل جزء من أجزاء النسق يمكن أن يكون له دور وظيفي، يساهم في تحقيق التوازن والاستقرار داخل النسق، أو يمكن أن يكون عائقاً وظيفياً يعيق هذا التوازن. ²

¹ محمود إبراهيم محمد أحمد: القيم الاجتماعية كما تعكسها ثورة كربلاء، دراسة تحليلية لقيم الإمام حسين وقيم السلطة الأموية، ط 1، مركز الأبحاث العقائدية، العراق 1434، ص: 33.

² نفس المرجع، ص: 34.

واستناداً إلى مبدأ المماثلة العضوية التي تركز على فكرة النسق ، تعتبر القيم الاجتماعية هي أحد جوانب نسق القيم التي تتفاعل وتدعم العناصر الأخرى، مما يسهم في توازن المجتمع واستقراره، وأي اختلال أو تغير في نسق القيم يؤدي إلى تغيرات في العناصر الأخرى للنسق، لذا يتوقع من الفرد الحفاظ على نسق القيم السائد في المجتمع، وقد أشار "اميل دوركايم" "Emile Durkheim" إلى أن القيم ترتبط بكل الظواهر الإنسانية، وتشبه القوانين التي تستمد ميثاق المجتمع¹، القيم الاجتماعية هي أحد الأنساق الفرعية للقيم، وإن حدث أي تغير في نسق القيم، يتبعه تغير في عناصر القيم الاجتماعية، هنا على الفرد المحافظة على نسق القيم السائد داخل مجتمعه.

ويشدد هذا الاتجاه على أن المجتمع هو العنصر الأساسي الذي يوجه سلوك الأفراد وتفاعلاتهم وقيمهم، حيث يعتبر المجتمع متغيراً مستقلاً، بينما الفرد هو المتغير التابع الذي يجب عليه اتباع نسق القيم و المعايير الاجتماعية المتفق عليها، في هذا السياق يظهر الفرد كعنصر معوق غير قادر على التأثير في الواقع أو تعزيز قيما اجتماعية جديدة تساهم في تطويره وتغييره إن كان سلبياً، لذا يبرز هذا الاتجاه قيمة التوافق القيمي الذي يشمل النظام الاجتماعي والثقافي، حيث تتيح مجموعة من الغايات والأسس العامة التي يتقبلها غالبية أفراد المجتمع²، فالمجتمع هو الموجه الأساسي لقيم الفرد، وعلى الفرد اتباع نسق القيم السائد في مجتمعه، فهو غير قادر على تغير الواقع أو تبني قيم اجتماعية جديدة، الاتجاه العضوي يؤكد على ضرورة الإجماع القيمي الذي يوافق عليه معظم أفراد المجتمع.

¹ رزفير جان بول ، ترجمة العوا عادل: فلسفة القيم، ط1، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001، ص 26.

² محمود إبراهيم محمد أحمد: مرجع سابق، ص: 36.

2. الاتجاه الماركسي:

والماركسية نسبة لمؤسسها "ماركس" "MARX"، كانت نظريته مادية بحثه، حيث يرى أن المجتمعات غير الاشتراكية تتكون من طبقتين: الطبقة المالكة لوسائل الإنتاج، والطبقة غير المالكة¹، ويعتبر أن الطبقة المالكة هي المسيطرة في المجتمع، كما يبرز الاتجاه الماركسي أن القيم والأخلاق السائدة تعكس قيم وأخلاقيات الطبقات الاجتماعية المسيطرة، يوضح "ماركس" أن المجتمع يتكون من بنية فوقية وبنية تحتية، حيث تعد القيم نتيجة للبنية التحتية، وكل شريحة اجتماعية بالخصوص المهيمنة تحدد القيم والمعايير التي تنشأ وتتطور وفقا لنمط حياتها ووضعها الاقتصادي.²

بين الاتجاه الماركسي أن القيم والتشريعات المهيمنة في المجتمع الطبقي تعتبر زائفة وغير حقيقة، إذ تعكس مصالح طبقة معينة، هذه القيم تظهر لاستغلال الطبقات الاجتماعية الأخرى، من خلال تشريعها في شكل تشريعات ومؤسسات، وقد وجه "كارل ماركس" النقد لقيم وأخلاقيات الطبقة السائدة مشيرا إلى أنها مفروضة قسرا على أغلبية المجتمع.³

وحسب "ماركس" القيم السائدة داخل المجتمعات الطبقيّة هي قيم زائفة، لأنها لا تمثل كل الطبقات بل هي تعبر على مصالح الطبقة المهيمنة.

¹ جونز فليب، ترجمة الخواجة محمد ياسر: النظريات الاجتماعية والممارسة البحثية، ط1، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص: 97.

² محمود إبراهيم محمد أحمد: مرجع سابق، ص: 37.

³ المرجع نفسه، ص-ص: 37-38.

ثانيا: مصادر القيم.

1. المصادر الاجتماعية:

الجماعة التي ينتمي إليها الفرد: تعتبر عضوية الفرد في الجماعات مصدرا آخر للقيم، إذ قد تؤثر ضغوط الجماعة على تغيير قيم الفرد، على سبيل المثال يمكن أن تتغير قيم الأشخاص الذين نشأوا في أوساط دينية، إذا انضموا إلى تنظيمات غير دينية، بحيث تتوافق قيمهم مع قيم تلك الفئة الجديدة، ويلاحظ هذا بشكل خاص لدى الأشخاص الذين يسافرون للخارج بغرض الدراسة أو العمل، حيث تتغير قيمهم بشكل ملحوظ.¹

الخبرة السابقة: تعتبر تجارب الفرد السابقة ذات أهمية كبيرة، إذ تؤثر على القيم والأوزان التي يمنحها للأشياء، فعلى سبيل المثال السجين الذي عاش تجربة فقدان الحرية يحتمل أن يقدر قيمة الحرية بشكل أكبر، نظرا لما عاناه من قمع، كما أن الشخص الذي لم يكمل تعليمه ولم يعط التعليم قيمة عالية يسعى لتعويض ذلك من خلال تعليم أبنائه، أما الشخص الغني الذي مر بفترات صعبة فإن المال يصبح له قيمة أكبر حتى بعد تحسن أوضاعه المادية.²

الثقافة السائدة في المجتمع: إن مصدر القيم والعادات الاجتماعية هو ثقافة المجتمع الذي ينبتان منه، ولما كانت كل ثقافة تمتاز بالتفرد وتختلف في معاييرها عن غيرها من الثقافات، فإن القيم والعادات الاجتماعية تختلف من ثقافة إلى أخرى، فما تراه ثقافة ذا قيمة تحكم عليه ثقافة أخرى بأنه ليس له قيمة، وما يراه مجتمع عادة ملزمة

¹ مريم زغدودي: تأثير القيم الاجتماعية على السلوك التنظيمي للعمال، دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية، جامعة الجزائر 2 (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014-2015، ص: 43.

² القريوتي محمد قاسم: نظرية المنظمة والتنظيم، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان ، 2000، ص: 181.

واجبة الاتباع يراه آخر عادة محرمة لا يجوز القيام بها، ومعنى ذلك أنه ليس هناك نوع واحد أو نموذج واحد أو شكل واحد من السلوك يعد الأفضل والأحسن عموماً وعلى الإطلاق.¹

2. المصادر الوسيطة: وتتمثل في المؤسسات التالية:

أ. الأديان: يعتبر الدين مصدراً أساسياً للقيم والمبادئ في المجتمع، حيث يمثل دافعاً للسلوك، فالقيم الدينية غالباً ما تكون الأساس الذي يعتمد عليه الأفراد، ويعتقد "دوركهايم" أن المعتقد يمثل المصدر الأساسي لكل ما نعرفه من ثقافة رفيعة، وهو منبع الصيغ الثقافية النموذجية، بصفة عامة تتضمن الأديان مجموعة من القيم التي توجه تصرف الفرد عن طريق حزمة من التعليمات والإرشادات، مما يساعد في تنظيم تصرفاته، بالعقوبات المرتبطة بذلك، كما أن المسجد يعتبر من المؤسسات الاجتماعية التي تعنى بإيصال هذه السلوكيات الاجتماعية²، في المجتمع الجزائري تتجلى معالم الدين الإسلامي بوضوح في سلوكيات الأفراد، رغم تراجع دور الدين والمؤسسات الدينية في التنشئة الاجتماعية مؤخراً، لا يزال المجتمع يعكس قيم التسامح ومساعدة المحتاجين، كما يتضح خلال شهر رمضان من خلال إفطار الصائمين، وأيام الأعياد حيث يتم شراء ملابس للأطفال وتقديم الأضاحي للفقراء، هذه القيم تعد من الأسس التي غرسها الدين الإسلامي في النفوس³، والدين الإسلامي هو مصدر ثابت لا يتغير، وما يتغير هو مدى التزام الفرد بالقيم التي حث عليها الدين الإسلامي.

¹ زغدودي مريم: مرجع سابق، ص: 44.

² بكوش الجموعي مومن: القيم الاجتماعية، مقارنة نفسية، اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الثامن، جامعة الوادي، 2014، ص: 80.

³ بلمادي أحلام: سوسيولوجية القيم والتغير القيمي في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، العدد 7، المجلد 4، مؤسسة كنوز للنشر والتوزيع، الجزائر، جوان 2016، ص: 111.

ب. المجتمع: وهو مصدر القيم الاجتماعية، لأن المجتمع يعتبر هو المشروع الوحيد للقيم لأنه موجودها وهو من يحفظها¹، الشخص يعد عنصر من البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها، ولذلك تتباين قيمه عن قيم شخص آخر في بيئة اجتماعية أخرى، على سبيل المثال يتميز المجتمع الغربي بقيمه المادية، بينما لا يزال المجتمع الشرقي يحتفظ بقيم التقارب الأسري والانتماءات العشائرية²، المجتمع هو مصدر القيم ويعطيها الإلزام، فهي تلزم الأفراد بها.

ج. الأسرة: تعتبر الأسرة المحيط الأساسي الذي يربى الفرد، وخصائصها تعتبرها من أكثر الهياكل الاجتماعية التي تؤثر بشكل كبير في عملية التكوين الاجتماعي³.

وللأسرة أهمية كبيرة، وقد حددها "جولدفار" "Goldfarb" فيما يلي⁴:

- يهتم الوالدان بالطفل فيمنحانه الحب والرعاية فهما أكثر الناس فهما لاحتياجاته، وهما اللذان يعملان على تنشئته اجتماعيا.
- يقضي الطفل وقتا طويلا مع والديه، وعملية الاتصال لها تأثيرا قويا في جوانبه الجسدية والعاطفية والتفاعلية لطفل.
- العلاقة القائمة بين الطفل وأسرته هي أساس التنشئة الاجتماعية للطفل، وتساعد على التكيف في المستقبل.

تعتبر الأسرة من المصادر الأساسية لترسيخ القيم السائدة، لأنها تشيد كيان لإنتاج القيم الاجتماعية التي ترتبط مباشرة

¹ قباري محمد اسماعيل: قضايا عدم الاخلاق، ط2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2006، ص:196.

² مغربي كامل محمد: السلوك التنظيمي، مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع عمان، 1995، ص: 160.

³ معوض خليل مخايل: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 1999، ص:242.

⁴ العناني حنان عبد الحميد: الطفل والأسرة، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص-ص: 53-54.

بالحياة الأسرية، فالأسرة هي مصدر القيم والتصرفات التي يتبناها الفرد منذ صغره لأنها المحيط الأول الذي ينشأ ويحتك به الطفل وبالتالي تغرس فيه المبادئ التي يعتمد عليها وإن لم يستجب إليها.¹

ثالثاً: خصائص ووظائف القيم الاجتماعية.

1. الخصائص:

- أ. شخصية: تختلف أولوية القيم من شخص لآخر، ما يجعل وزنها مختلفاً.²
- ب. نسبية: لا يمكن فهم القيم في معزل عن السياق الذي تنشأ فيه. فهي مرتبطة بالمعايير التي يحددها مجتمع معين³، وتختلف بحسب الظروف المحيطة والثقافات المختلفة، حيث يتم فهمها من خلال السلوك والإطار الثقافي الذي يعيش فيه الفرد.⁴
- ج. مكتسبة: تحصل القيم من المحيط الاجتماعي وليست موروثية، بل وتحصل على معرفة من خلال منظمات التنشئة الاجتماعية المتعددة.⁵
- د. العمومية والالتزام: تختلف القيم الاجتماعية عن القيم الفردية، حيث تعتبر شاملة وملزمة للجميع.
- هـ. معيارية: تعمل القيم الاجتماعية كمعايير لإصدار الأحكام، مما يساعد على تقييم السلوك الإنساني، تشكل هذه القيم جزءاً من الثقافة وتساهم في صيانة التركيب الاجتماعي.⁶
- و. الالتزام الجمعي: كل مجتمع يلزم أفرادَه بمجموعة من القيم الاجتماعية على حساب أهميتها في ذلك المجتمع، تعتبر القيم والعادات تمثيلاً للفكر الجماعي، حيث تقومون بدمج الشخص في بيئته الاجتماعية

¹ زغدودي مريم: مرجع سابق، ص: 43.

² الزبيد ماجد: الشباب والقيم في عالم متغير، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 23.

³ ذياب فوزية: القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية في الجمهورية العربية المتحدة، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1966، ص: 64.

⁴ الجلال ماجد زكي: تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص: 37.

⁵ الزبيد ماجد، مرجع سابق، ص: 24.

⁶ ذياب فوزية: القيم والعادات الاجتماعية، ط2، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 1980، ص: 243.

للوصول إلى الانسجام والترابط والترتيب الاجتماعي، وتعتمد هذه القيم على فرض جزاءات على من يخالفها، مما يجعلها ملزمة وليست مجرد رغبة¹، فالقيم الاجتماعية هي مظهر من مظاهر سيطرة العقل الجمعي.

ز. إنسانية: القيم الاجتماعية تميز البشر عن غيرهم، فهي تخصهم فقط.

ح. ترتيبية: هناك سلم للقيم حيث تهيمن بعض القيم على أخرى، يختلف الأفراد في ترتيب الأولويات، وليس في عدد القيم.²

ط. الديناميكية: القيم قابلة للتغيير الاجتماعي، حيث يمكن أن تتطور بسرعة في المجتمعات المتقدمة أو ببطء في المجتمعات البدائية.³

ي. الرمزية: الفرد لا يستغني عن القيم الاجتماعية وهو يعبر عنها رمزيا وهناك طرق عدة يمكن للفرد أن يعلم بها تمسكه بهذه القيم أمام المجتمع.⁴

2. وظائف القيم الاجتماعية.

يكاد يتفق معظم الباحثين على أن للقيم وظائف إيجابية سواء على الصعيد الفردي أو الاجتماعي في تحقيق الانضباط والتماسك الاجتماعي، ويمكن أن نلخص مهمة القيم على الشكل التالي⁵:

أ. تعمل على تحقيق نوع من التماسك الاجتماعي.

ب. تحمي الفرد والمجتمع من المظاهر والأوضاع المرضية.

¹ ميمون الربيع: نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية المطلقة، الشركة الوطنية لنشر والتوزيع، الجزائر، 1980، ص 127.

² بكوش الجموعي مومن، مرجع سابق، ص 83.

³ المرجع نفسه، ص 84.

⁴ عوض عبد الرزاق عبد الله: الهجرة الوافدة وعلاقتها بتغير بعض القيم الاجتماعية، ط 1، دار الطباعة الحرة، الإسكندرية، 2009، ص: 95.

⁵ دغمان هالة: مرجع سابق، 2016-2017 ص: 263.

ج. تمنح الشخص الشعور بقيمة كل ما يفعله وتسهل في إرشاد جهوده نحو تحقيق ذلك الغرض.

د. تتخذ كأساس للحكم على الآخرين.

هـ. تدفع الفرد إلى تبني أيديولوجية معينة، ويظهر دور القيم على الدرجة الشخصية.

و. تعمل على التكافل الاجتماعي من خلال اشتراك قيم جماعة معينة.

ويمكن تصنيف وظائف القيم إلى درجتين:

■ وظائف القيم على الصعيد الفردي:

- تزيد من كفاءة الشخص على التمييز بين الصواب والخطأ.¹
- تساعد في التكيف مع الظروف الجديدة من خلال توجيه الاستجابة المناسبة.²
- توفر اختيارات تحدد السلوك، مما يساهم في تشكيل الشخصية وتحديد الأهداف بشكل معياري.³
- تحقق شعور الأمان، مما يساعد الفرد في مواجهة التحديات.⁴
- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته، مما يسهل فهم العالم وتوسيع إطاره المرجعي.⁵

■ وظائف القيم على المستوى الجماعي:

تساهم القيم في تحقيق التوازن والثبات الاجتماعي من خلال توفير معايير مشتركة بين أعضاء المجتمع، مما يحدد

ما هو مقبول وما هو غير مقبول، ومن الممكن إختصار هذه الوظائف كما يلي:

¹ أبو العنين علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها، مكتبة ابراهيم حلي، المدينة المنورة، 1998، ص:30.

² الزيدود ماجد: الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص-ص: 26-27.

³ الطيار فهد بن علي: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً، مجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 61، المجلد 31، الرياض، 2014، ص: 206.

⁴ المرجع نفسه، ص: 206.

⁵ بوقلوف سهام، مرجع سابق، ص: 163.

- تساعد القيم المجتمع على مقاومة التغيرات السلبية والانحلال، خصوصا تلك الناتجة عن وسائل الإعلام، حيث يعتبر التمسك بالقيم العليا وسيلة للحماية من التجاوزات.¹
- تشكل القيم إطارا عاما للجماعة، وتعمل كنمط من الرقابة الداخلية في تصرفاتها.²
- تعزز تماسك المجتمع من خلال تحديد أهدافه ومثله العليا ومبادئه الثابتة، مما يساهم في تحقيق حياة اجتماعية سلمية.³
- تزود القيم المجتمع بأسس التعامل مع العالم الخارجي، مما يحدد أهدافه ويبرر وجوده، وبالتالي تعكس على تصرفات الأشخاص.⁴

رابعا: أهمية القيم الاجتماعية.

تعين المبادئ الاجتماعية في الوسط الاجتماعي الأهداف والوجبات، مما يساهم في المحافظة على الانسجام والاستقرار الاجتماعي، وتبرز قيمتها في ترتيب المجتمع من عبر تنظيم تصرفات الأفراد اليومية، وذلك استنادا لحاجيات المجتمع الذي يتواجدون فيه، وهي تقوم بخدمة النظام الاجتماعي واستقراره في الحياة الاجتماعية.⁵

أكد "بارسونز" على أهمية القيم وتأثيرها على النسق الاجتماعي، باعتبارها نقطة مرجعية أساسية لتحليل بناء وعملية الأنساق الاجتماعية، كما اتخذ "فيري" من القيم الثقافية أساسا في تفسير البيئة الحضرية

¹ الأمر أحمد رجب، مرجع سابق، ص: 393.

² ذياب هندي صالح وآخرون: أسس التربية، ط3، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1995، ص: 128.

³ الجمل علي أحمد: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي، ط1، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص: 24.

⁴ بوقلوف سهام: مرجع سابق، ص: 163.

⁵ عمر معن خليل: البناء الاجتماعي "أنساقه ونظمه"، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 1997، ص: 19.

والتنظيم الاجتماعي، فالقيم تعد من العوامل الرئيسية التي توضح من خلالها كل جوانب الحياة في المناطق الحضرية وأنظمتها البيئية والمجتمعية¹، وتعد الأسس من التصورات الجوهرية في جميع المجالات الإنسانية، إذ تستند قيمتها نظرا لما تتمتع به من سمات عقلية ومجتمعية، بالإضافة إلى أنها تتميز بالشمولية على أنها قيود التصرفات البشرية فهي التي تنقل الأشخاص والمجموعات باتجاه غياهم ، كما أنها تعد مصدرا لتقييم تصرفاتهم المختلفة.²

تعتبر القيم وحدة المجتمع وتماسكه حيث إن وجود قيم موحدة وثابتة يعزز من تماسك المجتمع ووحدته، كلما كانت القيم متباينة زادت فرص تفكك المجتمع، وبالتالي فإن الأنساق المشتركة من القيم توفر إطارا مرجعيا سائدا يساعد أفراد المجتمع على التفاعل بشكل متماسك.³

تزود القيم أفراد المجتمع بهدف مشترك يسهم في بقائهم معا، حيث يجعل نسق القيم الأفراد يرون أعمالهم كجهود نحو تحقيق أهداف معينة، مما يمنح حياتهم معنى وغاية.⁴

فالقيم الاجتماعية الحميدة هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الحضارات، والمجتمع الذي قيمه الاجتماعية فاضلة، يتنبأ له بالازدهار والرقى.⁵

أهمية القيم للفرد والمجتمع:⁶

أ. أهميتها بالنسبة للفرد:

■ تحدد مسار الفرد وسلوكياته، حيث ينبع السلوك من القيم المستندة إلى التصور والمعتقد.

¹ الجولاني فادية عمر: علم الاجتماع الحضري، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1993، ص-ص: 87-88.

² خروف حميد وآخرون: الإشكالات النظرية والواقع مجتمع المدينة نموذجا، دار البحث، قسنطينة، 1999، ص: 132.

³ لويس كامل مليكة: سيكولوجية الجماعات والقيادة، ط1، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1991، ص-ص: 71-72.

⁴ الشريف عبد القادر: التربية الاجتماعية والدينية في رياض الأطفال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص: 141.

⁵ الجميل علي أحمد: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي دراسة تربوية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1996، ص-ص: 23-24.

⁶ الجلال ماجد زكي: تعلم القيم وتعليمها "تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم"، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص-ص: 39-49.

■ تحمي الفرد من الانحراف.

■ تزود الفرد بالطاقة الإيجابية، مما يساعده على تحديد أهدافه والشعور بالنجاح.

ب. أهميتها بالنسبة للمجتمع:

■ ضمن بقاء المجتمع واستمراريته، حيث تتأثر قوة المجتمعات بالمعايير القيمية والخلقية أكثر من المادية.

■ تساعد في الحفاظ على هوية المجتمع وتميزه، فهي تعكس أنماط السلوك وتظهر الفروق الثقافية.

■ تحمي المجتمع من السلوكيات الفاسدة، مما يعزز طاقته وقيمه الأخلاقية.

القيم الاجتماعية هي قاعدة أساسية للفرد والمجتمع، وهي بمثابة مرشد وموجه للحفاظ على توازن المجتمع تبدأ من خلال التنشئة الاجتماعية، كذلك تحدد وتضبط العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وبين المحيط وبين التغيرات الحاصلة.

خامسا: تصنيف القيم الاجتماعية.

يعتبر تصنيف القيم من المبادئ التي تساعد الباحث في عملية بحثه، فهي تسهل له بحثه وتبعد عنه الكثير من الصعوبات التي قد تعترضه في دراسته.

قدم "نيكولاس ريشر" "N.Recher" محاولة تتضمن تقديم مبادئ تصنيف القيم كما يلي:¹

1. التصنيف وفقا للقيمة: يركز على الأفراد الذين يتقبلون قيما محددة، دون الاهتمام بالقيم في ذواته، من

حيث المحتوى أو الموضوع وإنما يسلم بوجود مجموعة القيم كمعلومات.

2. التصنيف بناء على موضوعات القيم: يتم هذا التصنيف وفقا لطبيعة القضايا والوقائع التي تحظى بالتقويم.

¹ خروف حميد: فعالية القيم العلمية التربوية رؤية سوسبولوجية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 10، جامعة منتوري قسنطينة، 1998، ص: 149-150.

3. التصنيف بناء على المنفعة: تتعلق القيم غالباً بمنفعة يجنيها من يتبناها، لذا ينبغي الانطلاق بتصنيف المكاسب المعينة بداية.

4. التصنيف بناء على المقاصد والغايات: تصنف القيم إستناداً للمقاصد الإنسانية النوعية الخاصة التي تنجز بوجود قيمة محددة.

5. التصنيف بناء على الارتباط بين حامل القيمة وبين المنفعة: تقليداً ما يلاحظ أن الشخص يتبنى قيمة معينة لإيمانه بوجود منفعة معينة، لأنه يعتقد في وجودها فائدة خاصة له أو للآخرين.¹

ما يبرز نطاق علاقة القيم مع بعضها، وهذا التقسيم يضيف مسألة تظهر القيم حسب نطاق شموليتها، ويقدم "روين ويليامز" R.Williams "وصفاً للقيم الأساسية في الممارسة على أساس أنها:

- مكونات نظرية أكثر من مجرد مادية تدل على استجابات سلوكيات وجدانية، عبر سلوك الشخص في الأوضاع الراهنة.

- تترك أثراً بالعثور على المحفز أو التحفيز نحو العمل أو الانجاز.

إن دور القيم ليس مجرد تعيين غايات التصرف، إلا أنها علاوة على ذلك تعكس الهيكل الذي عن طريقه يختار الشخص غايات.

- المواطنة:

❖ قيم المواطنة

¹ خروف حميد: مرجع سابق، ص: 150.

هي الميزة التي تحدد المسؤوليات والحقوق للمواطنين، يستطيع الشخص من معرفة حقوقه وأداء واجباته من خلال التربية الوطنية، كما تتسم المواطنة بالانتماء الوطني وخدمته للوطن في السلم والحرب، فضلا عن التشارك مع الأفراد لتحقيق الأهداف القومية.¹

❖ دور المواطنة في حياة الشباب والمجتمع:

تعد المواطنة مفهوما اجتماعيا وقانونيا وسياسيا جوهريا في تقدم المجتمع الإنساني، حيث تعزز المساواة والعدل والإنصاف، وتساهم في بناء الديمقراطية والشفافية كما تضمن حقوق الأفراد وواجباتهم، مما يساهم في تحقيق شراكة فعالة داخل المجتمع، وتعمل المواطنة على تعزيز تماسك المجتمع واستقراره، من خلال معالجة الخلافات والاختلافات بين مكوناته والدولة في سياق التفاعل الحضاري، تشجع المواطنة على الحوار، مما يقوي المجتمع ويعزز ارتباط المواطن بوطنه، ويدفعه لتطوير مجتمعه ودفاعه عنه في مواجهة التحديات المختلفة.²

❖ قيم المواطنة:

تتمثل قيم المواطنة في عدة جوانب مهمة، منها:

➤ قيم الانتماء:

الانتماء: تشير إلى شعور الحب والقبول الذي يربط الفرد بجماعته، حيث يسعى لتحقيق التواصل

والارتباط مع الآخرين، ويتجلى الانتماء في الارتباط بالوطن والتبني لأفكار ومعايير المجتمع.³

¹ بدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982، ص: 60.

² عكروف إيمان: مرجع سابق، ص: 91-92.

³ حامد زهران سناء: إرشاد الصحة النفسية لتصحيح مشاعر ومعتقدات الاغتراب، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص: 137.

✚ الانتماء الوطني: يعبر عن حب الفرد لوطنه، وينمو عندما يشعر بالدعم والرعاية، مما يدفعه للتضحية

والعمل التطوعي والمحافظة على الهوية الثقافية.¹

➤ قيم الولاء:

✚ الولاء: تعكس الإخلاص العميق الذي يشعر به الفرد تجاه موضوعات معينة مثل الوطن أو الأسرة.

هذا الولاء قد يدفع الفرد لتقديم مصالحه الشخصية أو حتى التضحية بحياته من أجل ما يؤمن به، وهو

تعبير عن قناعة ذاتية لا تفرض عليه.²

➤ قيمة حرية التعبير واحترام الرأي:

هي الحرية في التعبير عن الأفكار والآراء بدون رقابة أو قيود حكومية، بشرط ألا يمثل طريقة عرض

الأفكار والآراء أو محتواها ما يمكن اعتباره انتهاكا أو مخالفة لقوانين وأعراف الدولة أو الفرقة التي تسمح حرية

الرأي، ويرافق حرية التواصل عادة بعض فئات الامتيازات والقيود.³

- العمل التطوعي:

❖ مفهوم العمل التطوعي:

يمثل التطوع قيم العطاء في سبيل الغير، ويرتبط بالشعور بالانتماء إلى الجماعة أو إلى البيئة الاجتماعية أو

إلى الوطن، حيث يأخذ العمل التطوعي بالإضافة إلى البعد الخيري أو الإنساني بعدا تنمويا، أو يرتبط بحالة

¹ بالطاهر النوي، غرغوط عائكة: دور المدرسة في تعزيز الانتماء الوطني لدى التلاميذ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد3، المجلد 12، جامعة قاصدي
مرياح ورقلة، سبتمبر 2020، ص: 702.

² عزيزو سعاد، بوروي رجاح فريدة: الشعور بالولاء للوطن لدى الشباب الجزائري، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، سبتمبر 2018، جامعة قاصدي
مرياح ورقلة، ص: 345.

³ طالة لامية: حرية التعبير عن الرأي: قراءة في المفهوم وأهم التجليات الإعلامية والسياسية، مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر،
العدد 01، المجلد 05، ص: 1195.

طوارئ يرمي من خلالها إلى تخفيف معاناة الجماعة أو تطوير حالتها.¹

❖ أنواع العمل التطوعي:

للعمل التطوعي نمطين النمط الأول للمنفعة العامة، والنمط الثاني للمنفعة الخاصة:²

➤ العمل التطوعي ذو المنفعة العامة: يقوم به أفراد المجتمع عندما يتعلق الأمر بعمل يعود بمنفعة للجميع

كبناء المسجد، تنظيف الحي... إلخ، وتتم مجريات هذا العمل بعد الاتفاق على جميع الجوانب التي

تخصه (الموضوع، الوقت، المكان، المهام) وبعدها يتم إعلام الأفراد بذلك إما عن طريق المسجد بعد

تأدية الصلاة من قبل الإمام أو طريق وسائط التواصل الاجتماعي، وذلك لجلب أكبر عدد من

المتطوعين.

➤ العمل التطوعي ذو المنفعة الخاصة:

- المسؤولية الاجتماعية:

❖ تعريف المسؤولية الاجتماعية:

تصريح الشخص بما يخرج منه من سلوكيات وجاهزيته لتحمل آثارها، وهي سمة من سمات الخلق والميل

إلى المحاسبة وتقدير الفرد لقيمه وأهميته، والاتصاف بالخلق حتى يكون مسؤولاً عن نفسه وأن يتصرف بمسؤولته

نحو الآخرين.³

❖ أهمية المسؤولية الاجتماعية:

¹ بوترعة بلال، بوقروز أمينة: مرجع سابق، ص: 69.

² مولودي محمد: العمل التطوعي ومساهمته في استمرار الحراك الشعبي الجزائري، مجلة آفاق علمية، العدد 4، المجلد 13، جامعة تمنغاست، 2021، ص: 257.

³ نفس المرجع، نفس الصفة.

هي من السمات البشرية التي من الضروري ترسيخها في الأشخاص، لأن الشخص المتميز بالالتزام الاجتماعي ينجز منفعة للبيئة الاجتماعية، وتحلي الأفراد بالمسؤولية الاجتماعية تسود الطمأنينة في المجتمع ويكون العدل والشعور بالأمن والاستقرار النفسي، والمسؤولية الاجتماعية تبدأ بمسؤولية فردية ثم تتطور إلى مسؤولية اجتماعية لدى الفرد في جماعته التي يعيش فيها، وتخضع هذه المسؤولية للتعليم والاكتساب.¹

❖ دور المسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية إدراك الفرد لنتائج سلوكه وتحمل عواقب ذلك السلوك وما يترتب عليه من تبعات على نفسه وأسرته وأصدقائه ومجتمعه ووطنيته وإنسانيته، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية هو شعور ذاتي، فالفرد يتحمل مسؤولية سلوكه الخاص ويقتنع بما يفعل ويتحمس لدوره في الحياة الاجتماعية دون تردد، والوظيفة الفعالة للالتزام الاجتماعي هو تطوير الأشخاص والبيئات الاجتماعية، فالالتزام له وظيفة مهمة في ثبات الحياة للأفراد والمجتمعات.²

وقد قام العالمان "مايوس مكدوجال" Myrus Mcdougall و "هارلود لاسون" Harold Lawson بتقسيم القيم إلى ثمانية مستويات: القوة، العلم الثروة، الاحترام، السلامة والصحة، المهارة والخبرة، المحبة، التقوى.³

¹ طريف عطاء الله: المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون الجزائري ودورها في توجيه أولويات الجمهور نحو الممارسة الرياضية، دراسة تحليلية وميدانية لوظائف التلفزيون العمومي الجزائري خلال 2015-2016 (أطروحة دكتوراه غير منشورة) معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2015-2016، ص: 66-67.

² طريف عطاء الله: مرجع سابق، ص: 66.

³ السيد أحمد إبراهيم: البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الرقازيق، معهد البحوث والدراسات الأسبوية، قسم العلوم الاجتماعية، 2005، ص: 20.

سادسا: وسائط نقل القيم.

ترتبط وسائط التواصل الاجتماعي بشكل وثيق بتغير المجتمع على المستويات الاجتماعية والثقافية، حيث تؤدي إلى ما يعرف بالثقاف، كما يشير "مارشال ماكلوهان" إلى أن الوسيلة هي المسؤولة عن تطور المجتمعات وانتقالها من مراحل الإقطاع والزراعة والصناعة إلى عصر المعلومات، هذه التحولات تؤثر بشكل عميق على أنماط الحياة والتفاعل بين الأفراد¹، ووسائط نقل القيم نجد أولها الأسرة ثم المدرسة فالمسجد وصولا إلى وسائل الاعلام، وأهم مكان يستقى منه الفرد قيمه هو ما يسمى بمؤسسات التنشئة الاجتماعية وهي كالتالي:

1. الأسرة:

الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تؤثر في تنشئة أفرادها، حيث يحاول الوالدان تشكيل شخصية الأبناء وفقا لنموذج الثقافة السائدة، وتشجع الأسرة في توجيه سلوكيات الشباب لما يتفق مع قيمها ومعاييرها²، فالقيم التي يكتسبها الفرد داخل الأسرة هي ما تتبعه الأسرة في تربيته فهي وسيط ينقل القيم الاجتماعية، إذن فعليها غرس مجموعة من القيم منها: الأمانة، التعاون، التضامن المسؤولية، وكذلك لا بد من وجود الوعي الديني داخل الأسرة.³

2. المدرسة:

تعتبر المدرسة المؤسسة الثانية بعد الأسرة، وتلعب دورا هاما في نقل وغرس القيم وفق قواعد منظمة تعتمد على المنهج، يتعلم الفرد في المدرسة العديد من القيم مثل العمل الجماعي والانتماء والمسؤولية، ومع ذلك

¹ بوقلوف سهام ، مرجع سابق، ص: 178.

² مصطفى رمضان نوال: التنشئة الاجتماعية والقيم السياسية لدى الطفل المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992، ص: 34.

³ القزاز محمد سعد ، استهري صالح أبو عراد: المبادئ العامة للتربية، مكتبة أبحاث الحديثة، المدينة المنورة، 1992، ص: 76.

يظهر واقع التعليم في العالم الإسلامي اليوم، وأن دور المدرسة انحصر بشكل كبير في التركيز على الأدوات والدرجات، مما أدى إلى الاهتمام بحفظ المعلومات دون تطوير الفهم العميق أو تطبيق القيم الحياتية، بهدف الحصول على المؤهل العلمي فقط.¹

وسائل الاعلام:

تعد العلاقة بين وسائل الإعلام ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية متداخلة وفعالة، إذ تسهم وسائل الإعلام كوسيلة لنقل أنماط التفكير والمعرفة والقيم في المجتمع، تساهم تلك الأساليب في تشكيل جزء كبير من الثقافة الاجتماعية، وفي الوقت نفسه، تترك أثرا على النظام الاجتماعي وتتلقى تأثيرا في أدائها الوظيفي.²

سابعا: تغير القيم الاجتماعية.

تغير القيم الاجتماعية:

تكون القيمة إيجابية أو سلبية بناءا قدرتها أو عدمها على تلبية المتطلبات الأساسية البيولوجية أو الاجتماعية للأفراد في ثقافة معينة، فمنظومة القيم تتسم بالدينامية الاجتماعية حسب الزمان والمكان، أي أنها قد تتغير وتبديل وتتحوّل فهي نسبية وقابلة للتغير، " وقد تتغير بفعل تأثير المحيط والانعكاسات الداخلية، بناء على ذلك يمكن القول أن لكل مدة وقتية نظامها الأخلاقي على الرغم أن التحول في جزء من القيم الأساسية القيم الدينية مثلا تبقى محافظة على ثباتها النسبي، وهذا لما تتمتع به من تجذر ورسوخ لدى الافراد، ومالها من ميكانيزمات دفاعية وقوية، خاصة إذا كانت القوة الاجتماعية المحافظة هي المهيمنة، أولها تواجد داخل المؤسسات الهامة بالمجتمع دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية".³

¹ التحلاوي عبد الرحمان: أصول التربية الإسلامية، ط2، دار الفكر، دمشق، 1982، ص: 162.

² بوقلوف سهام، مرجع سابق، ص: 180.

³ بن روان بلقاسم: وسائل الاعلام والمجتمع، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007 ص-ص: 26-27.

يرى "بيرى" "Perry" أن صفتي الدينامية والتغير ملازمتان لاهتمام الفرد بالأشياء ومن ثم للقيم نفسها، حيث أن أي تحول في الاهتمام أو في موضوع الاهتمام قد يؤثر في قيم الأشخاص أو خلق قيم جديدة لم تكن موجودة من قبل، إذا غيرنا موضوعات اهتمامهم أو أدخلنا في حياتهم موضوعات جديدة يمكنها أن تؤثر على أفكارهم و اتجاهاتهم، فالقيم التي أصبح التمسك بها غير مجدي وغير ملائم لروح العصر وأبرزت ما لها من نقائص يؤدي تراجع الاهتمام بها تدريجيا، ثم تمحى ويبعد الناس عنها وفي الوقت نفسه يجذب الاهتمام إلى قيم وممارسات جديدة تحل محل القديمة وتكون أكثر ملائمة لأوضاع المجتمع.¹

وعليه الحياة الاجتماعية تتغير باستمرار وهذا التغير لا يقتصر على الإنسان وحده إنما يمتد إلى كل شيء حوله، فالتغير سمة أساسية، ولا نجد اختلاف في المجتمعات البشرية في طبيعتها عن ذلك، فلا نجد ذلك المجتمع الثابت، فأى مجتمع يتغير من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما قد يتغير في ثقافته وعاداته وتقاليد وقيمه وأنماط سلوك الافراد.²

فالأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تبث أفكارا وأساليب حياة وأنماط معيشية وأعراف وتقاليد بصورة جذابة، وبرسائل ومضامين منتقاة ومدروسة، تنعكس أثارها على المجتمعات النامية خاصة، مما يستدعي تنافسها وتصارعها وتفاعلها مع الأفكار والطرق التقليدية القديمة لتكوين مزيج جديد يحل محل ما كان سائدا في الماضي وصولا إلى التغير الاجتماعي.³

¹ خروف حميد وآخرون، مرجع سابق، ص: 98.

² الياس طه الحاج: المناهج بين الثوابت والمتغيرات، ط1، مكتبة الأقصى، عمان، 1990، ص: 133.

³ زكي فاروق ويونس: الخدمة الاجتماعية والتغير الاجتماعي، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1978، ص: 68.

ثامنا: الأنترنت والقيم الاجتماعية.

إن الوقت الذي نعيش فيه هو عصر الثورة التكنولوجية وعصر التغير وكذلك عصر الانفتاح الإعلامي، والثورة التكنولوجية التي هي مهمة اليوم، منذ بداية التسعينيات من القرن العشرين بدأت هذه الثورة تحدث تغيرات في حياتهم، ومن أبرز هذه التطورات هو تطور عالم الحاسوب، فهو ازداد اليوم انتشارا واستخداما.¹

الاستخدام المفرط وغير المنظم لها قد يؤدي إلى تغيرات في القيم الاجتماعية، فهي تؤثر اليوم بطرق مباشرة وغير مباشرة، ويسبب "تطور الكيانات الاجتماعية متنوعة الأنماط الثقافية، تحول المبادئ المرتبطة بالأسرة مساهمة الفئة الشبابية والبالغين ومهمة المرأة والروابط الاجتماعية، سيكون بيئة اجتماعية للبنية والنظام الاجتماعي في سائر دول المعمورة".²

وعلى هذا الأساس نجد أن القيم الاجتماعية لا تسلم من الدينامية الاجتماعية، وبالتالي من التغير والتحول فالأنترنت اليوم ووسائل التواصل الاجتماعي تؤثر عليها بطرق مباشرة أو غير مباشرة.

¹ اللقاني أحمد حسين ، فارعة حسن محمد: مناهج التعليم بين الواقع والمستقبل، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2001، ص: 55.

² اللقاني أحمد حسين ، فارعة حسن محمد: مرجع سابق، ص: 59.

خلاصة الفصل:

تعتبر القيم الاجتماعية خصائص وصفات مرغوب فيها في الجماعة، تحددها الثقافة القائمة مثل المواطنة، العمل التطوعي، والمسؤولية الاجتماعية، وتعمل هذه القيم كأداة للحفاظ على النظام الاجتماعي والاستقرار في المجتمع، حيث توجه السلوك الفردي وتساعد على تعزيز التماسك الاجتماعي، وتمتلك القيم الاجتماعية مصادر وخصائص ووظائف محددة وهي مهمة للغاية إذ يمكن أن تتغير بفعل عدة عوامل، من بينها تأثير وسائط التواصل الاجتماعي.

الفصل الرابع

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة.

تمهيد.

أولاً: مجالات الدراسة.

ثانياً: المنهج المستخدم.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات.

رابعاً: العينة وكيفية اختيارها.

خامساً: خصائص العينة.

تمهيد:

بعدما تطرقنا إلى التراث النظري والامبريقي حول موضوع علاقة وسائط التواصل الاجتماعي وتغير القيم الاجتماعية في الفصول السابقة، وبعد تحديد المشكلة البحثية من خلال ضبط سؤالها المركزي وأسئلتها الفرعية، ومحاولة صياغة فرضيات الدراسة كإجابة مؤقتة عن هذه التساؤلات، نحاول من خلال هذا الفصل توضيح الاستراتيجية المنهجية الملائمة للإجابة على هذه التساؤلات والتحقق من مدى الصدق الامبريقي لفرضيات الدراسة، حيث حاولنا من خلاله تحديد مجالات الدراسة، والمنهج المعتمد، فضلاً عن أهم أدوات جمع البيانات والعينة وكيفية اختيارها وأهم خصائصها.

أولاً: مجالات الدراسة.

1. التعريف بالجامعة:

أجريت دراستنا في جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف- وقبل التعريف بها والتعرف على سنة تأسيسها، سوف نعرف بالجامعة الجزائرية وسنة تأسيسها وكذلك التعرف على المراحل التي مرت بها.

تأسست الجامعة الجزائرية سنة 1909، وتخرج منها أول طالب سنة 1920 من معهد الحقوق كمحامي، وكانت تهدف إلى تعليم وتثقيف أبناء الفرنسيين المتواجدين بالجزائر باعتبار الجزائر كانت في ذلك الوقت مستعمرة فرنسية، وكذلك تكوين نخبة من المثقفين الجزائريين، وبعد استقلال الجزائر من الاستعمار الفرنسي مرت الجامعة الجزائرية بعدة مراحل¹:

المرحلة الأولى امتدت من 1962 إلى 1970، وتميزت هذه المرحلة بفتح جامعات في المدن الرئيسية الكبرى، وهي جامعة وهران، جامعة العلوم التكنولوجيا بوهران، جامعة قسنطينة، جامعة عنابة، وغيرها من الجامعات الأخرى²، وفي سنة 1970 أنشئت وزارة التعليم العالي في برامجها وأهدافها وطرقها وأسلوب تكوين الإطارات الجامعية ومناهج البحث العلمي³، وفي هذه المرحلة بقيت الجامعة الجزائرية في نظامها وتسييرها تابعة للجامعة الفرنسية، أما المرحلة الثانية تم فيها تطبيق إصلاح منظومة التعليم والتكوين العالين سنة 1971، تلاه وضع معالم الخريطة الجامعية سنة 1982 وتحديثها، بعدها جاءت المرحلة الثالثة لتدعيم نظام التعليم والتكوين العالين بقانون توجيهي رقم 05-99 المؤرخ في 4 أفريل 1999، فالمرحلة الرابعة طبق فيها نظام الليسانس والماستر

¹ سليمة حفيظي: التكوين الجامعي واحتياجات الوظيفة (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2004-2005، ص: 59.

² عبد القادر قلائي: التعليم العالي في الجزائر أفق بناء منظومة تعليمية، 05\02\2024، 10.35. [/https://elbassair.dz/24754](https://elbassair.dz/24754)

³ مراد سبرطعي: واقع الإصلاح التربوي في الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2007-2008، ص: 74.

والدكتوراه سنة 2004، وصولاً للمرحلة الخامسة تم تحسين الإطار القانوني وضبط القواعد العامة المتعلقة بالتعليم العالي.¹

أما جامعة الشاذلي بن جديد، فهي تقع في ولاية الطارف وتتمتع بخصوصية مناخها الغني بالتنوع البيولوجي الحيواني والنباتي والأراضي الرطبة، استضافة المعهد الزراعي والبيطري كان كيان تابع لجامعة باجي مختار عنابة، وبهذا تأسست هذه الجامعة سنة 1992، وفي سنة 2001 حضي المعهد الزراعي والبيطري باستقلالته وأصبح مركزاً جامعياً سمي بالمركز الجامعي الطارف، وفي سنة 2006 زاد عدد معاهد المركز الجامعي وأصبح 3 معاهد، على النحو التالي: معهد الطبيعة والحياة، معهد العلوم البيطرية، معهد الآداب واللغات، وفي عام 2012 وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-242 أصبحت تسمى بجامعة الطارف، وفي أكتوبر 2014 سميت جامعة الشاذلي بن جديد، وهي تضم اليوم ستة كليات، كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الطبيعية والحيوية، كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الاقتصاد والعلوم التجارية والتسيير و كلية الحقوق والعلوم السياسية

2. مجالات الدراسة.

تشكل مجالات الدراسة الثلاثة (المكاني، البشري، والزمني) الإطار المحدد لمكونات الظاهرة البحثية في بعديها الستاتيكي والدينامي من ناحية، ولتمثلها وتطورها وتغيرها وخصوصيتها من ناحية ثانية، وإذا كانت هذه المجالات ترسم في عمومها سيرورة الظاهرة وخصوصيتها فإنها في الواقع الملموس تكشف عن الجانب العلائقي الدينامي لهذه الظاهرة وتشكلاتها.²

¹ المؤتمر الثامن عشر للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي، نظام التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر الوضع الراهن والأفق المستقبلية، الجزائر 26، 27، 28 ديسمبر 2021، ص 06.

² بوشارب بولوداني: مرجع سابق، ص: 141.

أ. المجال الجغرافي:

المجال الجغرافي وهو الذي يتعلق بالمكان الجغرافي الذي ستجرى به الدراسة الميدانية، وقد أجريت الدراسة الميدانية بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-، بكل كليتها الستة وبكل أقسامها، كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الطبيعية والحيوية، كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الاقتصاد والعلوم التجارية والتسيير وكلية الحقوق والعلوم السياسية.

كلية العلوم والتكنولوجيا: قسم الرياضيات، قسم الفيزياء، قسم الكيمياء، قسم علوم الحاسب.

كلية العلوم الطبيعية والحيوية: قسم العلوم البيطرية، قسم الأحياء، قسم العلوم الزراعية، قسم علوم البحار.

كلية الآداب واللغات: قسم اللغة العربية وآدابها، قسم الآداب واللغة الفرنسية، قسم الآداب واللغة الإنجليزية.

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية: قسم العلوم الاجتماعية.

كلية الاقتصاد والعلوم التجارية والتسيير: قسم الاقتصاد، قسم علوم التسيير.

كلية الحقوق والعلوم السياسية: قسم القانون.

ب. المجال البشري:

بلغ حجم طلبة جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف- ما قبل تسجيلات بكالوريا 2023

5172 طالب، يتوزعون على الكليات الستة وفق التعداد التالي:

- كلية العلوم الاقتصادية والسياسية: 1179 طالبا.

- كلية الآداب واللغات: 950 طالبا.

- كلية الحقوق والعلوم السياسية: 948 طالبا.

- كلية علوم الطبيعة والحياة: 880 طالبا.

- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: 645 طالبا.

- كلية العلوم والتكنولوجيا: 570 طالبا.

وتم خلال السنة الجامعية 2023-2024 تم تسجيل بصفة نهائية 1380 طالبا وطالبة، حيث بلغ عدد الطلبة المسجلين بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف في الموسم الجامعي 2023-2024 6552 طالبا ما بين الليسانس والماستر في كل المستويات، أما بالنسبة لطلبة الدكتوراه فقد بلغ عددهم 284 طالبا.

ج. المجال الزمني:

ويتعلق الأمر بالفترة الزمنية للدراسة، بداية من اختيار الموضوع وصولا إلى نتائج الدراسة، لكن قد جرت العادة عند تحديد المجال الزمني للاقتصار على الدراسة الميدانية¹، وعموما مرت هذه الدراسة عبر أربع فترات، يمكن عرضها على النحو التالي:

■ الفترة الأولى:

انطلقت دراستنا الميدانية بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف يوم 13 نوفمبر 2023 بزيارة أولية للجامعة من خلال مقابلة نائب المدير المكلف بالبيداغوجيا، حيث طلب منا إحضار تصريح من جامعتنا لإجراء دراستنا الميدانية والتنقل في الجامعة بحرية، كما زدونا بمختلف المعلومات عن الكليات وعدد الطلبة في كل كلية.

■ الفترة الثانية:

¹ علي غربي: مرجع سابق، ص: 66.

بعد الموافقة على طلبنا المتمثل في الاستفادة من تصريح لإجراء الدراسة الميدانية، قمنا بخرجات ميدانية للكليات الستة، وقمنا بالعديد من المقابلات الأولية مع بعض الطلبة.

■ الفترة الثالثة:

قمنا في هذه الفترة بتوزيع الاستمارات التجريبية على عدد من الطلبة (30 طالبا وطالبة) من أجل معرفة مدى ملاءمتها للواقع سواء من حيث مؤشرات وسائط التواصل الاجتماعي أو من حيث صراحة مؤشرات قياس القيم الاجتماعية، وهذا ما ساعدنا على إجراء بعض التعديلات على استمارة البحث.

■ الفترة الرابعة:

بعد تعديل الاستمارة قمنا بتوزيع الاستمارة النهائية عينة من طلبة للكليات الستة، ودام ذلك حوالي ثلاثة أسابيع.

وتجدر الإشارة هنا أنه أثناء توزيع الاستمارة قمنا ببعض التوضيحات خاصة لطبة السنة أولى ليسانس لكونهم لم يجيبوا من قبل على استمارة بحث علمي، مما جعل دراستنا الميدانية يطول زمنها لتمتد لنحو ثلاثة أشهر.

ثانيا: المنهج المستخدم.

لعل التصنيفات المختلفة التي شملتها البحوث الاجتماعية ترجع إلى طبيعة المنهج المستعمل، هذا الأخير الذي يعتبر تناول العام الذي يشمل عدة طرق¹.

وعليه على الباحث أن يحسن اختيار المنهج وأدوات بحثه الذي يتماشى مع طبيعة الموضوع محل الدراسة، فمنهج البحث يعتبر من الركائز الأساسية في البحوث الاجتماعية، لأنه هو الذي يرسم للباحث

¹ بوشارب بولوداني: ص:168.

الطريق الواجب اتباعه في بحثه، والمنهج المستخدم في أي دراسة لا يأتي صدفة أو لمجرد رغبة الباحث في اختيار منهج معين ولكن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الملائم.

من هذا المنطلق وفي ضوء ما عرضناه حول موضوع وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية في الفصول السابقة، فإن الدراسة الراهنة في محاولتها لتحقيق أهدافها اتبعت طريقة تتماشى مع المشكلة البحثية المطروحة وما أثر فيها من تساؤلات، فضلا عما تم صياغته من فرضيات، أين مزجت بين ثلاثة نماذج من تصميمات البحث الوصفية، الكشفية، السببية، وذلك لملاءمتها لطبيعة الدراسة النظرية والميدانية، حيث تم وصف وتصنيف وتحليل المعلومات والبيانات وتفسيرها لمحاولة الإجابة على تساؤلات الإشكالية والتأكد من مدى الصدق المبرقي للفرضيات ولتحديد الاتجاه المنهجي لهذه الدراسة علينا قراءة أهدافها وفروضها التي نجدها تتخذ اتجاهها منهجيا ذو جوانب ثلاثة فهي دراسة اختبارية، استكشافية وصفية.

وضمن هذا الإطار احتوت دراستنا على جانبين نظري وميداني، حيث تم تحديد وضبط أبعاد الظاهرة البحثية مع توظيف آراء وتصورات عينة الدراسة من أجل تلمس الظاهرة واستكشاف أبعادها.

وإذا كانت الطريقة الوصفية قد ارتبطت بتوظيف مجموعة من تقنيات البحث الميداني، فإنه قد اعتمدنا على مصدرين لجمع المادة العلمية وهما المعلومات النظرية والبيانات الميدانية.

ولقد جسدت هذه الطريقة بتطبيق المسح بالعينة كإحدى طرائق المنهج الوصفي وتطبيقا للمسح بالعينة قمنا بتحديد المشكلة البحثية، الأهداف، المفاهيم، الفرضيات، تقنيات جمع البيانات العينة جمع المعطيات، تحليلها واستخلاص النتائج¹.

¹ بوشارب بولوداني: ص: 169.

فحسب "علي غربي" المسح بالعينة هو محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة بيئية معينة، وهو ينصب على الوقت الحاضر وليس اللحظة الحاضرة، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة بها في المستقبل، خاصة في الأغراض العلمية.¹

وتبعا لطريقة المسح ومقتضياتها، تم جمع البيانات حول خصائص العينة وتوضيح اتجاهات الأفراد حيال مواقف معينة، كما جمعنا بيانات عن المعلومات والتوقعات لمعرفة مدى مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تغير القيم الاجتماعية، أي أن استخدامنا لطريقة المسح بالعينة تمحور حول تصور مشكلة علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية، وذلك لكشف أبعاد هذه المشكلة عن طريق جمع البيانات بأدوات منظمة ومقننة من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة.

ثالثا: أدوات جمع البيانات.

لحصول الباحث على البيانات أو المعلومات اللازمة من أرض الواقع، لا بد أن يستخدم في ذلك أدوات دقيقة تتلاءم مع طبيعة البيانات المراد جمعها، وقد تم استخدام أداة الملاحظة وهي لا تستعمل لوحدها بل هي مساعدة ومكملة لأدوات أخرى.

كما تم الاعتماد على أداة أساسية لجمع البيانات والمتمثل في مقياس ليكارت الخماسي، حيث يستعمل لجمع المعلومات من أفراد عينة البحث بعبارات مكتوبة يقدمها الباحث لأفراد العينة أو عن طريق البريد أو عن

¹ علي غربي: مرجع سابق، ص: 81.

طريق الأنترنت، أو حتى يطبقها المبحوثين إذا استدعى الأمر ذلك، والذي يهدف إلى معرفة اتجاهات ونوايا ودوافع مفردات مجتمع الدراسة حول موضوع الدراسة.¹

بعدما تم تحديد المشكلة البحثية وطرح تساؤلاتها الفرعية، وبعد صياغة الفرضية العامة وتقسيمها إلى ثلاثة فرضيات جزئية، وباستحضار المعلومات التي جمعناها حول موضوع علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية التي وردت في الفصول النظرية، ومن خلال معاينتنا للشباب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف- قمنا بتقسيم استمارة البحث إلى قسمين: القسم الأول خاص بالبيانات الشخصية والقسم الثاني خاص بالعبارات المتعلقة بفرضيات الدراسة حيث تضمنت ثلاثة محاور أساسية، شمل كل محور 7 عبارات، وكانت إجابات العبارات في القسم الثاني مغلقة وفق مقياس "ليكارت" الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) ويعتبر مقياس ليكارت لقياس الاتجاهات أفضل أساليب قياس الاتجاهات، وقد تم إعطاء كل عبارة الوزن المناسب أنظر الجدول رقم (02).

¹ علي غربي: مرجع سابق، ص: 120-121.

الجدول رقم (02) : يوضح أوزان عبارات المقياس

الوزن	العبارة
05	موافق بشدة
04	موافق
03	محايد
02	غير موافق
01	غير موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحث

بعدها قمنا بإخضاعها لمقياس الصدق والثبات كما هو موضح فيما يلي:

1. صدق المقياس

أ. الصدق الظاهري والبنائي

■ الصدق الظاهري:

الجدول رقم (03): يوضح الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

اسم ولقب المحكم	الدرجة العلمية	الاختصاص	الجامعة
ساسى سفيان	الأستاذية	علم الاجتماع	جامعة الشاذلي بن جديد الطارف
عبائنية أمال	أستاذ محاضر أ	علوم الإعلام والاتصال	جامعة 8 ماي قلمة
حجام العربي	أستاذ محاضر ب	علم اجتماع	جامعة لمين دباغين سطيف 2
بوعالية شهرة زاد	أستاذ محاضر أ	علم اجتماع	جامعة الشاذلي بن جديد

المصدر: من إعداد الباحث

كما هو موضح في الجدول رقم (03) تم عرض المقياس على 5 محكمين من قسم علم الاجتماع وعلوم الاعلام والاتصال، من جامعة الطارف، سطيف، قلمة، وفق آرائهم واقتراحاتهم تم تعديل المقياس بإضافة وحذف وتعديل بعض البنود حيث قام المحكمين بتحكيم العبارات من حيث الصياغة اللغوية، ومنه جاءت التعديلات كالتالي:

• العبارات التي تم حذفها:

في المحور الأول حيث تم حذف العبارة رقم (08) والتي مفادها: تتيح وسائط التواصل الاجتماعي لمستخدميها المشاركة في تخليد ذكرى الشهداء وإبراز دورهم في مسيرة النضال الوطني، كما تم حذف أيضا العبارة (13) مفادها: تتيح منصات التواصل الاجتماعي الفرصة لمستخدميها الدفاع عن الوطن ضد أي تجاوزات تمس أمنه ووحدته.

• العبارات التي تم تعديل صياغتها:

- بالنسبة لمحور البيانات الشخصية:

❖ السؤال رقم (06): ما نوع الوسيط الأكثر استخداما:

Facebook instargam youtube twiter

أضيف للخيارات: Tik tok

● العبارات التي تم إضافتها:

- بالنسبة لمحور البيانات الشخصية:

❖ العبارة رقم (04): الكلية التي تنتمي إليها: كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الطبيعية والحيوية،

كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الاقتصاد والعلوم التجارية والتسيير

وكلية الحقوق والعلوم السياسية.

- المحور الأول:

❖ العبارة رقم (07): هل تستخدم وسائط التواصل الاجتماعي: دائما، غالبا، أحيانا، نادرا.

- أما بالنسبة للمحور الثالث:

❖ العبارة رقم (27): أساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية كالتعبير عن الرأي

والاتجاهات بحرية.

❖ العبارة رقم (28): أساهم في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

ليتكون المقياس بعد إخضاعه للصدق الظاهري من (28) عبارة موزعة على 4 محاور، خصص المحور

الأول منها للبيانات الشخصية ويضم (7) أسئلة والتي تتعلق بالجنس، السن، المستوى الجامعي، الكلية التي

ينتمي إليها، الوسيط الأكثر استخداما، الوسيلة التي يتم الولوج من خلالها لوسائط التواصل، تقدير استخدام

الوسيط، وثلاثة محاور أخرى، يضم كل محور 7 أسئلة.

■ الصدق البنائي:

قمنا باختبار المقياس النهائي ميدانيا المتكون من (28) سؤالا وعبارة ميدانيا على مجموعة من الطلبة (30 طالب) حيث تمت الإجابة على كل أسئلة وعبارات الاستمارة، لذلك لم يتم حذف أو تعديل أية عبارة. وبعدها قمنا باختبار الاستمارة احصائيا من خلال معامل الاتساق والثبات

● صدق الاتساق الداخلي:

بعد أن قمنا بإخضاع الاستمارة للاختبار الإحصائي واستخراج معامل التجانس والاتساق الداخلي وفقا لما تم تقديمه من إجابات باستخدام معامل برسن، من خلال حساب معامل الارتباط بين العبارات والمحور الذي تنتمي إليه، تبين من خلال النتائج أن جميع العبارات دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، وعليه يمكن القول إن هذه العبارات قابلة للقياس.

2. الثبات:

أ. معامل ثبات ألفا كرونباخ لمحور وسائط التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة المواطنة.

الجدول رقم (04): يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحور الأول

عبارات المحور الأول	معامل الثبات
تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وتجعله يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي	0.78
تنمي وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية	0.76
تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على التعبير عن رأيي واتجاهاتي بحرية	0.75
تساهم المنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع	0.80
تدعم المنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية	0.74
تعزز منشورات وسائل التواصل الاجتماعي الدعم المادي والمعنوي	0.77
تحارب وسائل التواصل الاجتماعي الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل	0.84

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

كما هو مبين من الجدول رقم (04) تم التأكد من ثبات مقياس وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة باستعمال معامل ألفا كرونباخ، حيث نلاحظ أن كل معاملات الثبات بالنسبة لجميع الأبعاد مرتفعة، كما كان معامل الثبات الكلي للمقياس مرتفع إذ قدر ب (0.80)

ب. معامل ثبات ألفا كرونباخ لمحور استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وزيادة مدخلات العمل التطوعي.

الجدول رقم (05): يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحور الثاني

عبارات المحور الثاني	معامل الثبات
أشترك في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.82
أشارك عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية	0.80
أدعم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.80
أقوم بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية	0.89
أشارك منشورات البرامج التطوعية عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث	0.80
أشارك حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة تأثيرها	0.81
أشارك المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.	0.92

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

كما هو مبين من الجدول رقم (05) تم التأكد من ثبات مقياس استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي وزيادة مدخلات العمل التطوعي باستعمال معامل ألفا كرونباخ، حيث نلاحظ أن كل معاملات الثبات بالنسبة لجميع الأبعاد مرتفعة، كما كان معامل الثبات الكلي للمقياس مرتفع وقدر ب (0.86)

ج. معامل ثبات ألفا كرونباخ لمحور ارتباط الشباب بمسؤولياتهم الاجتماعية في ظل التطورات الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (06): يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ للمحور الثالث

عبارات المحور الثالث	معامل الثبات
أتحرى الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.70
أتحرى المصادقية في المنشورات التي أتداولها عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.75
أحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.69
أحرص على النزاهة والحياد في منشوراتي عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.78
أوجه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي في وسائط التواصل الاجتماعي	0.73
أساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحرية	0.72
أساهم في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي	0.81

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

كما هو مبين من الجدول رقم (06) أعلاه، تم التأكد من ثبات مقياس ارتباط الشباب بمسؤولياتهم الاجتماعية في ظل التطورات الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي باستعمال معامل ألفا كرونباخ، حيث نلاحظ أن كل معاملات الثبات بالنسبة لجميع الأبعاد مرتفعة، كما كان معامل الثبات الكلي للمقياس مرتفع وقدر ب (0.76).

وعليه يمكن القول بأن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات وبالتالي يمكن الاعتماد عليه في الدراسة الراهنة.

وفي الأخير تم صياغة الاستمارة النهائية ب 28 سؤال وعبارة توزعت كما يلي:

المحور الأول: والمتعلق بالبيانات الشخصية وتضمن 7 أسئلة.

المحور الثاني: ارتبط بوسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة المواطنة، وتضمن 7 عبارات.

المحور الثالث: ارتبط باستخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وزيادة مدخلات العمل التطوعي وتضمن 7 عبارات.

المحور الرابع: دار حول العلاقة الدالة بين ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية والتطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي وتضمن 7 عبارات.

رابعا: العينية وكيفية اختيارها.

العينة هي فئة تمثل مجتمع البحث الذي يدرسه الباحث¹، وقد اعتمدنا في بحثنا على العينة العشوائية البسيطة، فحسب "موريس أنجرس" مصطلح العشوائية هو استعانة الباحث بالخط والصدفة في اختيار العناصر، وهذه الصدفة هي صدفة مراقبة والمقصودة².

لتحديد حجم العينة المطلوبة، تم إتباع الخطوات التالية:

1. الاعتماد على موقع qualtrics.com من خلال الرابط:

: <https://www.qualtrics.com/blog/calculating-sample-size>

2. حيث تم تحديد مستوى الثقة 95%.

¹ رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، دمشق سوريا، ط1، 2000، ص: 305.

² موريس أنجرس: مرجع سابق، ص: 304.

3. كتابة حجم مجتمع الدراسة.

4. بعد معرفة هذه المتغيرات، تبين حجم العينة المطلوب 363.

وحسب موقع qualtrics.com تم اختيار العينة بنسبة 5% من إجمالي مجتمع البحث البالغ 6552 طالبا، وبذلك يكون حجم العينة قد بلغ 363 مبحوثا، موزعين على الكليات الستة لجامعة الشاذلي بن جديد الطارف.

خامسا: خصائص العينة.

تتضمن البيانات الشخصية مجموعة من المتغيرات الديمغرافية التي تشكل خصائص وسمات أفراد مجتمع البحث، والتي شملت كل من الجنس، السن، المستوى الجامعي، نوع الوسيط الأكثر استخداما والجهاز الذي يتصفح من خلاله وسائط التواصل الاجتماعي، الكلية التي يدرس فيها الطالب، كيفية تصفح وسائط التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (07): يمثل متغير الجنس

النسبة المئوية	العدد	الجنس
36.6	133	ذكر
63.4	230	أنثى
100	363	المجموع

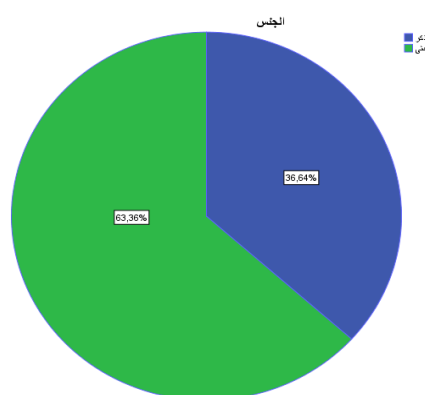
المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

أوضحت الشواهد الكمية المتعلقة بمتغير الجنس الواردة في الجدول رقم (07) أن نسبة الذكور قدرت ب 36.6% في حين نجد نسبة الإناث 63.4%، وهذا التفاوت الكبير بين فئة الذكور والإناث يعد أمراً واضحاً، فالعدد مرتفع بالنسبة للطلبة المسجلين إناثاً أكثر منهم ذكور، وهذا راجع إلى أن الذكور يتوجهون للحياة العملية أو التجنيد في مؤسسات التكوين للجيش الوطني الشعبي، في حين نجد الإناث اللواتي يتحصلن على شهادة البكالوريا يتوجهن إلى الجامعة مباشرة.

كما تجدر الإشارة إلى أنه حين زيارتنا المتواصلة للجامعة محل الدراسة وتوزيع الاستمارات وجدنا تعاون من طرف الإناث أكثر من الذكور.

ويمكن توضيح نسبة الذكور مقارنة بنسبة الإناث من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01): متغير الجنس



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

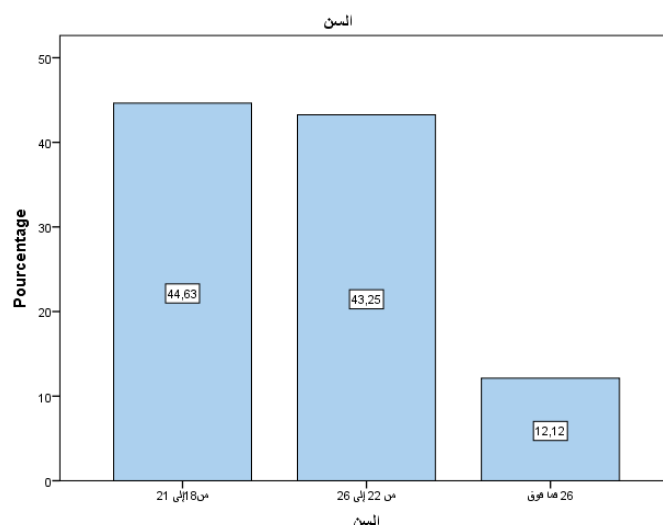
الجدول رقم (08): يمثل متغير السن

السن	العدد	النسب المئوية
من 18 إلى 21	162	44.6
من 22 إلى 26	157	43.3
من 26 فما فوق	44	12.1
المجموع	363	100

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

توضح معطيات الجدول رقم (08) والمتعلق بمتغير السن أنه هناك تقارب فئتي المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 21 سنة يدرسون في مستوى ليسانس والذين بلغت نسبتهم 44.6%، ونسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 22 إلى 26 سنة يدرسون في مستوى الماستر والذين بلغت نسبتهم 43.3%، أما الذين تساوي أو تزيد أعمارهم عن 26 سنة كانت نسبتهم 12.1%، وهذا ما يدل على أن معظم المبحوثين لم يتأخروا في حصولهم على شهادة البكالوريا وكذلك شهادة الليسانس. ويمكن توضيح الفئات العمرية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02): يوضح متغير السن



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

الجدول رقم (09): يمثل متغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية	العدد	المستوى الجامعي
52.3	190	ليسانس
38.6	140	ماستر
9.1	33	دكتوراه
100	363	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

من خلال البيانات الكمية الموضحة في الجدول رقم (09) تبين أن أغلب أفراد العينة بنسبة 52.3%

مستوى ليسانس، تليها 38.6% يدرسون مستوى ماستر، أما الطلبة المسجلين في الدكتوراه فبلغت نسبتهم

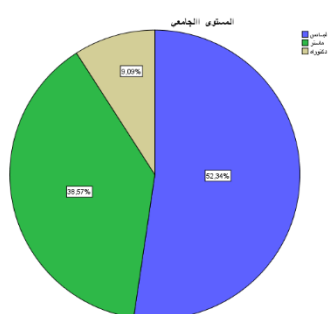
9.1%، ويرجع ارتفاع نسبة المسجلين في مستوى ليسانس لأن هذا المستوى شمل 3 سنوات من الدراسة أما

مستوى الماجستير فشمّل سنتين فقط، في حين نجد نسبة الطلبة المسجلين في الدكتوراه منخفض، وهذا راجع إلى أن التسجيل في الدكتوراه يكون عن طريق مسابقة وطنية، وعدد المقاعد البيداغوجية في هذا المستوى جد محدودة.

ويمكن توضيح المستوى الجامعي توضيح المستوى الجامعي بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من خلال الشكل

التالي:

الشكل رقم (03): يوضح متغير المستوى الجامعي



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

الجدول رقم (10): يمثل الكليات التي يزاول فيها الطلبة الدراسة.

الكلية	العدد	النسبة المئوية
العلوم والتكنولوجيا	130	35.8
الآداب واللغات	69	19
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	25	6.9
الحقوق والعلوم السياسية	34	9.4
علوم الطبيعة والحياة	41	11.3
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	64	17.6
المجموع	363	100

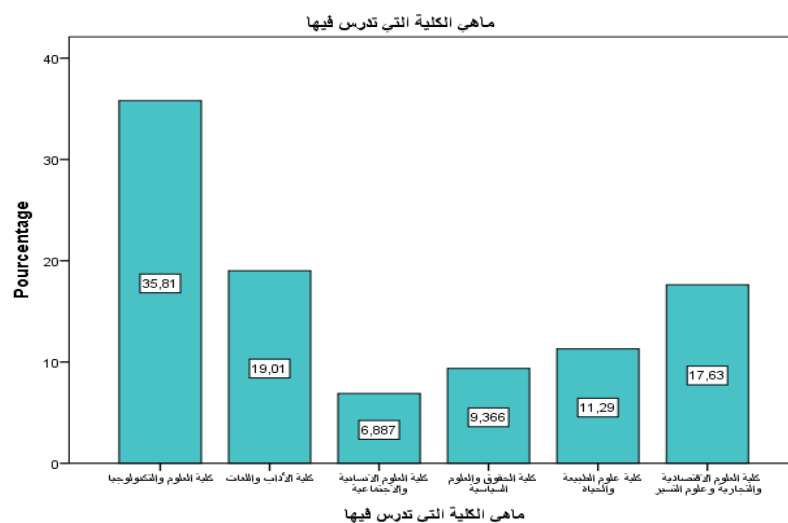
المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

توضح المعلومات الكمية الواردة في الجدول رقم (10) أن نسبة الطلبة الذين يزاولون دراستهم على مستوى كلية العلوم والتكنولوجيا بلغت 35.8%، وأما نسبة طلبة كلية الآداب العربي واللغات بلغت 19%، في حين بلغت نسبة طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 17.6%، أما بالنسبة لطلبة كلية علوم الطبيعة والحياة 11.3%، وبلغت نسبة طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية 9.4%، ونسبة طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية 6.9%.

ويمكن توضيح الكليات التي يزاول فيها الطلبة الدراسة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من خلال الشكل

التالي:

الشكل رقم (04): يوضح الكلية



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

الجدول رقم (11): يمثل الوسيط الأكثر استخداما

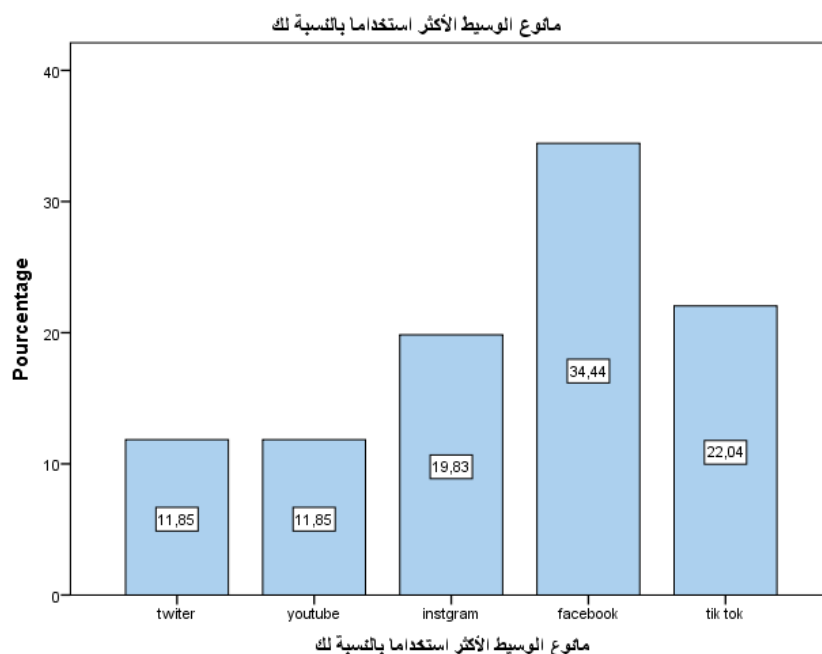
الوسيط	العدد	النسبة المئوية
Twiter	43	11.8
You tube	43	11.8
Instagram	72	19.8
Facebook	125	34.4
Tik tok	80	22
المجموع	363	100

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

حسب معطيات الجدول رقم (11) بلغت نسبة مستخدمي facebook 34.4%، أما نسبة مستخدمي Tik tok فقد بلغت نسبتهم 22%، أما بالنسبة لمستخدمي Instagram فقد بلغت 19.8%، في حين بلغت نسبة مستخدمي You tube و Twiter 11.8%، إن الوسيط الأكثر استخداما من قبل مفردات عينة الدراسة هو الفاييس بوك وهذا راجع لعدة أسباب منها ارتفاع نسبة استخدامه وهو أكثر الوسائط استخداما في العالم على العموم، ونظرا لسهولة فتح حساب فيه والولوج إليه، تليها نسبة استخدام "التيكتوك" والذي بالرغم من ظهوره حديثا في 2019 إلا أنه بجملة الخصائص التي يتمتع بها وتنوع محتوى مقاطع الفيديو التي تنشر فيه أصبح من أكثر الوسائط استخداما، ويمكن فتح حساب فيه بسهولة وحتى مشاهدة مقاطع الفيديو التي تنزل فيه عبر "الفايسبوك" أو حتى عبر حساب "الانستغرام"، تليها نسبة مستخدمي "الانستغرام" ويرجع ذلك لسهولة استخدامه وكذلك سهولة فتح حساب فيه من خلال الاستعانة بحساب الفاييس بوك، أما بالنسبة "اليوتيوب" نجد أن نسبة استخدامه من طرف الطلبة ضعيفة مقارنة بالفايسبوك والتيكتوك والانستغرام وهذا راجع إلى أن المستخدم أصبح بإمكانه مشاهدة مقاطع الفيديو في هذه الوسائط، كما أنه عند الولوج إلى اليوتيوب تستهلك جيقات الأنترنت أكثر مقارنة بالوسائط الأخرى، أما التويتر فإنخفاض نسبته راجع لانخفاض استخدامه في الجزائر مقارنة بالوسائط الأخرى لأنه لا يلي احتياجاتهم.

ويمكن توضيح الوسيط الأكثر استخداما بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (05): يوضح الوسيط الأكثر استخداما



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

الجدول رقم (12): يمثل الوسيلة التي يتم اللوج من خلالها لوسائط التواصل الاجتماعي.

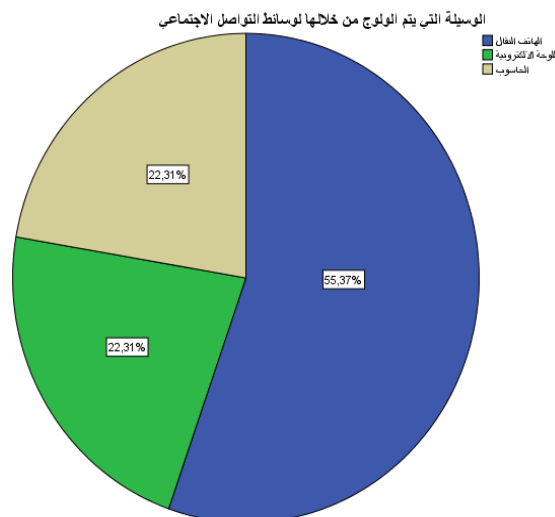
الوسيلة	العدد	النسبة المئوية
الهاتف النقال	201	55.4
اللوحة الالكترونية	81	22.3
الحاسوب	81	22.3
المجموع	363	100

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

توضح المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (12) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 55.4% يتصفحون وسائط التواصل الاجتماعي بالهاتف النقال، ثم تأتي اللوحة الالكترونية والحاسوب بنسبة 22.3%، ويرجع ارتفاع نسبة مفردات البحث الذين يستخدمون الهاتف النقال للولوج من خلاله في وسائط التواصل الاجتماعي للخدمات التي تقدمها خطوط الاتصال في الهاتف النقال، فمثلا خط موبيليس، عند الاشتراك لمدة شهر في الانترنت يكون الولوج وتصفح "الفيس بوك" و "الانستغرام" مجانا، كما أن الهاتف النقال يلزم المبحوثين دائما، مقارنة بالحاسوب واللوحة الالكترونية.

ويمكن توضيح الوسيلة التي يتم الولوج من خلالها لوسائط التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(06): يوضح الوسيلة التي يتم الولوج من خلالها لوسائط التواصل الاجتماعي



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

الجدول رقم (13): يمثل استخدام أفراد العينة

استخدام وسائط التواصل	العدد	المجموع
دائماً	265	73
أحياناً	79	21.8
نادراً	19	5.2
المجموع	363	100

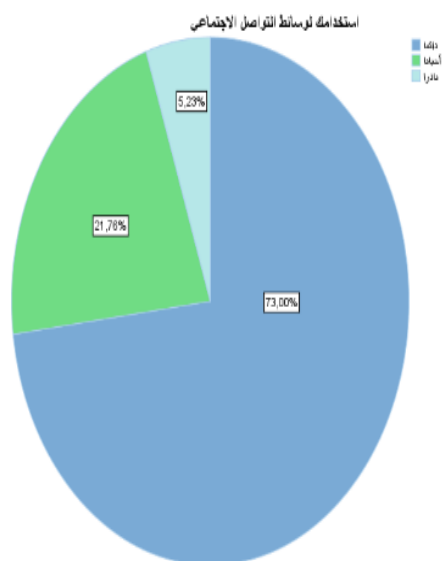
المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

تبين المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (13) أن أغلب أفراد العينة يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 73%، في حين نجد أن ما نسبته 21.8% يستخدمونها بشكل متدبدب، وأن ما نسبته 5.2% نادراً ما يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي، إن استخدام أغلبية أفراد العينة لوسائط التواصل الاجتماعي بشكل دائم راجع للخصائص التي تتميز بها هذه الوسائط، وأيضاً الخدمات التي تقدمها من التواصل بشكل فوري وسريع ومتابعة الأحداث في وقتها ومشاركة مختلف الأحداث عبرها كما أنها توفر منصات لمتابعة الأخبار والأحداث من مصادر مختلفة وغيرها من الخدمات الأخرى، وقدرتها على جذب الطلبة من خلال تقديم محتوى مثير يلفت الانتباه، كما أنها تعطيهم حرية النشر والمشاركة وكتابة التعليقات وغيرها، هذا ما جعلهم يقبلون إليها بشكل دائم.

ويمكن توضيح كيفية استخدام وسائط التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد عينة الدراسة من خلال

الشكل التالي:

الشكل رقم (07) يوضح كيفية استخدام وسائط التواصل الاجتماعي



المصدر: مخرجات IBM SPSS Statistics 20

الفصل الخامس

الفصل الخامس: تحليل البيانات الإحصائية

أولاً: عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى

ثانياً: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية.

ثالثاً: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة.

تمهيد:

بعد التطرق في الفصول النظرية إلى تحديد المشكلة البحثية والإجابة عليها في شكل فرضية عامة وفرضيات فرعية، وبعد جمع التراث النظري حول موضوع وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية، خاصة فيما يخص مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة وكذلك المداخل النظرية المفسرة لهذا الموضوع، وتحديد أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في الدراسة الراهنة، نحاول في هذا الفصل عرض وتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بالفرضيات الجزئية الثلاثة التي تتناول علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية، وعرض البيانات الميدانية لكل فرضية في شكل نسب مئوية ومتوسطات حسابية وانحرافات معيارية لكل عبارة، وتحليلها وفق برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS"، والشواهد الواقعية التي تم جمعها من الميدان وتفسيرها في ظل التراث النظري.

أولاً: عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى.

الفرضية الفرعية الأولى للدراسة: لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع.

الجدول رقم (14): اتجاهات أفراد العينة نحو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع.

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المجموع
	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)			
تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وتجعله يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي	12	53.4	54	14.9	15	4.1	64	17.6	36	9.9	3.84	1.46	363
تتمي وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية	239	65.8	34	9.4	7	1.9	55	15.2	28	7.7	4.10	1.40	363
تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على التعبير عن رأيي واتجاهاتي بحرية	242	66.7	30	8.3	14	3.9	56	15.4	21	5.8	4.14	1.35	363

363	1.45	3.99	7.7	28	18.7	68	3.3	12	6.9	25	63.4	230	تساهم المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع
363	1.40	4.04	7.4	27	14.9	54	7.2	26	6.9	25	63.6	231	تدعم المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي الحمالات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية
363	1.33	4.11	4.4	16	16.8	61	7.4	27	5.2	19	66.1	240	تعزز منشورات وسائط التواصل الاجتماعي الدعم المادي والمعنوي
363	1.21	4.07	3.9	14	11	40	14	51	15.7	57	55.4	201	تحارب وسائط التواصل الاجتماعي الفساد والخسوية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

أ. مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وجعله يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي:

أكدت البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم () أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على أن وسائط التواصل الاجتماعي تساهم في تنمية ثقافة المجتمع، وتجعله يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي، وذلك بنسبة 68.3 %، في حين نجد ما نسبته 27.5 % لديهم اتجاهات سلبية نحو هذه العبارة، وأن ما نسبته 4.1 % محايدون.

وما يفسر هذا التباين في اتجاهات أفراد العينة أن أغلبهم يرون أن المساهمة التي تقدمها وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وجعلهم يرفضون مظاهر التعصب القبلي والجهوي تكمن في تلك المنشورات التي تعمل على توجيه المستخدمين نحو السلوكيات الايجابية البعيدة على أشكال التعصب، ونقلها وانكارها لأحداث العنف جراء التعصب بطرق تدعو إلى عدم تقليدها وتقمصها، فالتعصب من المعتقدات الخاطئة والمتطرفة في المجتمع، ينتج عنه رفض الآخر والموالاة للقبيلة أو الجهة ومناصرتها سواء كانت ظالمة أو مظلومة، حيث يولد الحقد، الكراهية، التباغض، وكل هذا يؤدي إلى إضعاف النسيج الاجتماعي بين مكونات المجتمع ويوسع الخلاف بينهم ويخلق عدم الاستقرار في المجتمع.

كما يؤكد المبحوثين على أن وسائط التواصل تعمل من خلال منشوراتها على توجيه مشاعر مستخدميها نحو حب الانتماء والاعتزاز الوطني بدلا من التعصبات القبلية والجهوية، كما تسعى إلى تثقيف مستخدميها وزيادة وعيهم بتفعيل التواصل بين أفراد المجتمع ككل دون التمييز بينهم، وهذا ما يبرر الاتجاهات الايجابية نحو هذه العبارة، وحسب الشواهد الواقعية فإن العديد من أفراد العينة يتلقون عبر وسائطهم مختلف الرسائل سواء منشورات، صور، مقاطع الفيديو، كل ما يدعو لرفض التعصب سواء قبلي أو جهوي.

إلا أنه في المقابل هناك منشورات تعمل على نشر خطابات الكراهية التي تشجع على التعصبات القبلية أو الجهوية وتكون مصنوعة من طرف أشخاص أو مؤسسات أو منظمات، حيث يستغلون هذه الوسائط لترويج لهذه الخطابات، فسرعة انتشار المعلومات وسهولة مشاركتها كلها عوامل تؤدي إلى انتشار خطابات الكراهية، وهذا ما يفسر الاتجاهات السلبية لأفراد العينة نحو هذه العبارة.

ب. تنمي وسائط التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية:

بينت الشواهد الكمية الواردة في الجدول رقم (14) أن معظم أفراد العينة بنسبة 75.2 % يؤكدون على مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية لمستخدميها من خلال منشوراتها، في حين نجد ما نسبته 22.9 % اتجاهاتهم سلبية نحو هذه العبارة وما نسبته 1.9 % من مجموع أفراد عينة الدراسة محايدون.

وترتبط إيجابية اتجاه أفراد العينة نحو مدى مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية مشاعر الوفاء لمستخدميها اتجاه الثوابت الوطنية على الرغم من الواقع الذي فرضته العولمة من خلال نشر هوية جديدة في المجتمع الجزائري، إلا أنه هناك صفحات ومستخدمين لهذه الوسائط ساهموا كثيرا في حفظ ثوابت الوطن ومرجعها الأساسي من دين، لغة، حب الوطن وقيم وثقافة جزائرية، ويتم ذلك من خلال مختلف المنشورات التي تنشر وتشارك فيها سواء دينية كالتى تتحدث على إتباع معالم الدين الإسلامي باعتبار أن الإسلام هو دين الدولة ويعتمد عليه في العديد من التشريعات، أو التأكيد على المحافظة على اللغة العربية باعتبارها أهم الثوابت الوطنية حيث نجد هناك الكثير من الحملات عبر وسائط التواصل التي تتحدث وتشجع على استعمال اللغة العربية في الدردشة وكتابة المنشورات والتعليقات للمحافظة عليها، هذا فضلا عن المحافظة على الهوية في ظل تحديات العولمة وذلك للحفاظ على ثقافة المجتمع، وهو ما يرتبط بحب الوطن وخدمة المجتمع والافتخار برموزه

وقياداته والاعتزاز بتاريخ الوطن وحضارته وكل هذا من خلال المنشورات التي تنشر وتشارك عبر هذه الوسائط، والتي تؤكد على التضحية في سبيل الحفاظ على الوطن.

لكن هذا لا ينفي أن وسائط التواصل الاجتماعي بفعل خصائصها يمكن أن تؤثر على هذه الثوابت الوطنية سلبا، حيث أنها قد تؤدي إلى إكساب سلوكيات منافية لديننا ولغتنا وثقافتنا، وفي حال ضعفت هذه الثوابت سيتفكك المجتمع وتظهر الانقسامات والاختلافات بين أفرادها، وهذا ما يبرر الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة، وحسب الشواهد الواقعية فإن العديد من الطلبة أصبحوا يدرشون ويكتبون منشوراتهم ويعلقون بلغة خاصة بهم، وهذه اللغة عبارة عن اختصارات للكلمات وتعويض الحروف بأرقام وذلك لأن اللغات الأجنبية تخلو من بعض الأصوات العربية فمثلا حرف الحاء يكتب على شكل رقم 7 و حرف العين يكتب برقم 3، وهي لغة عامية تكتب بالفرنسة أو الانجليزية لكن تقرأ بالعربية، وكل هذا يؤدي إلى ضمور اللغة العربية الفصحى وسيادة العامية والمفردات الأجنبية والاستمرار في تداول هذه اللغة ينتج عنه تهديد للغتنا العربية وضياعاها مع مرور الوقت.

ومما سبق ذكره فإنه من خلال وسائط التواصل الاجتماعي نحافظ على أفكار معينة ونصحح أفكار خاطئة من أجل الحفاظ على توازن واستقرار المجتمع، وهذا ما أكدته "الاتجاه الوظيفي" بقيادة "هربرت سبنسر" Herbert Spencer حيث أقر بأن المجتمع عبارة عن نسق يتكون من عدة أجزاء مترابطة وهذا النسق في حالة توازن وكل جزء من أجزاء النسق قد يكون وظيفيا بحيث يساهم في تحقيق التوازن والاستقرار داخل النسق، وأن تنمية مشاعر الوفاء للثوابت الوطنية بمثابة الحفاظ على مسار مشترك في نسيج المجتمع حيث ينتج عنه ترابط بين الأفراد من مختلف الثقافات والمعتقدات، كما أنهم يتجاوزون مختلف الفروقات الفردية الموجودة بينهم

ويعززون الفخر الجماعي بالوطن ومنه يتحقق الاستقرار داخل المجتمع، وعليه فالثوابت الوطنية أساسية تربط أفراد المجتمع وتجمعهم تحت راية الهوية الوطنية.

ج. تساعد وسائط التواصل الاجتماعي الأفراد على التعبير عن رأيهم واتجاهاتهم بحرية:

أوضحت البيانات الإحصائية حسب الجدول رقم (14) أن معظم أفراد عينة الدراسة بنسبة 75% تساعدهم وسائط التواصل الاجتماعي على التعبير عن رأيهم واتجاهاتهم بحرية، في حين بلغت نسبة مفردات العينة ذوو الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 21.2 %، وبلغت نسبة المحايدون 3.9% من مجموع مفردات العينة.

وما يفسر هذا التباين في الاتجاهات هو أن التعبير عن الرأي والاتجاهات والمواقف والأفكار وما يعتقد الأفراد أنه صحيح في أي مجال بحرية تامة بمساعدة وسائط التواصل الاجتماعي يرتبط بالسمات التي تتمتع بها هذه الوسائط، فمستخدمو هذه الوسائط ويستطيعون كتابة المنشورات ونشر الصور ومقاطع الفيديو ومشاركتها مع الآخرين بكل حرية، كون هذه الوسائط عبارة عن فضاء الكتروني يسمح لمستخدميها من خلال خصائصها وسماتها التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية ما يؤدي إلى إيصال مختلف أفكارهم وحصولهم على الدعم ومشاركة هذه الأفكار، وهذا ما أكدته نظرية "الاستخدامات والاشباع" حين أقرت بمبدأ "أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته" فالأفراد حسب هذه النظرية حين يعبرون عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية عبر وسائط التواصل يحققون من خلالها أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم، وهذا ما أكدته بعض التظاهرات التي عرفها العالم العربي في السنوات الأخيرة، حيث ساعدت هذه الوسائط مستخدميها على التعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية مما ساهم في تغير

العديد من الأنظمة العربية، حيث وجد مستخدميها من خلال هذه المساعدة فرصة لكسر القيود التي فرضتها السلطات عليهم.

كما أن القوانين والتشريعات فرضت ضوابط تنظم التعبير عن الرأي والاتجاهات، سواء في القانون الدولي لحقوق الإنسان والقرارات الدولية وحتى في التشريعات المحلية، وقد نصت "المادة 19" من "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" على أنه " لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون التقييد بالحدود الجغرافية"، كما أكد "العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية" على ضرورة تمتع الأفراد بحرية الرأي والتعبير واتخاذ الآراء دون تدخل وحرية البحث عن المعلومات والأفكار وتداولها¹، وجاءت توصية "لجنة حقوق الإنسان في الأمم المتحدة" رقم (34 \ 2011) حول حرية الرأي والتعبير على شبكة الأنترنت، لتصنع الحد الأدنى من المعايير الواجب ضمانها لحرية التعبير وحق الحصول على المعلومات عبر شبكة الأنترنت، كما أنها تحمي كل أشكال وأساليب التعبير الإلكتروني².

أما بالنسبة لتشريعات المحلية الجزائرية فقد نصت على حرية الرأي والتعبير في الدستور في مادتين منه، حيث نصت المادة 36 على أنه "لا مساس بحرية المعتقد وحرمة حرية الرأي" كما نصت المادة 41 على "حريات التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن"³، فحسب الدستور الجزائري فإن حرية التعبير عن الرأي لا يمكن المساس بها، كما جاءت المادة 50 من التعديل الدستور 2016 على ضمان الحق في نشر المعلومات والأفكار والصور بكل حرية مع احترام ثوابت الأمة وقيمها الأخلاقية.

¹ عبد الرحمن بن جيلالي: حرية الرأي والتعبير في الدستور الجزائري، مجلة صوت القانون، العدد الأول، جامعة خميس مليانة، أفريل 2014، ص: 31.

² وحدة الأبحاث والمساعدة الفنية: تقرير حول حرية الرأي والتعبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي : بين الضوابط والقيود والانتهاكات والآثار " مركز الميزان لحقوق الإنسان، جانفي 2020، ص: 6.

³ عبد الرحمن بن جيلالي: مرجع سابق، ص: 31.

ومما سبق يتضح جليا بأن التشريعات الدولية والمحلية سنت قوانين تضمن حرية التعبير عن الرأي والاتجاهات، لكن هذا لا يعني المساس بالآخرين وحياتهم الشخصية، بحيث وجب حسن تطبيقها دون إلحاق الضرر بالآخرين.

د. مساهمة المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة:

أوضحت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (14) أن معظم اتجاهات أفراد العينة يؤكدون على أن المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي تساهم في الحد من الشائعات المنتشرة بنسبة 70.3%، بينما نجد الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 26.4%، والمحايدين لم تتجاوز نسبتهم 3.3%.

وما يفسر هذا هو أن المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي تساهم وبشكل سريع في تكذيب منشورات الأخبار التي لا أساس لها من الصحة ويكون فيها نوع من المبالغة أو التهويل أو حتى التشويه في سردها مع جانب ضئيل من الحقيقة، وذلك من خلال تكذيبها معلوماتيا وأيضاً بنشر ومشاركة الحقائق والبيانات والمعلومات الصحيحة بالصور ومقاطع الفيديو الحقيقية والبت المباشر في عين المكان، كما تعمل هذه المنشورات عبر وسائط التواصل على كشف مصدر الإشاعات والهدف الأساسي من بثها ومن يقف وراءها ومن المستفيد منها، لذلك كان لابد على مختلف المؤسسات ووسائل الإعلام من خلال صفحاتها عبر وسائط التواصل الاجتماعي أن تقوم بدورها التوعوي بتعريف المستخدمين بخطر الشائعات وكيفية مواجهتها والقضاء عليها، وكذلك كشف الغموض حول الأحداث التي يسار حولها الرأي العام، وكل هذا للحد من الشائعات وتقديم تحليل علمي دقيق لمختلف القضايا التي تثار حولها الشائعات، كما يجب التوعية بأن هناك عقوبات قانونية لكل من يساهم في نشر الشائعات.

كما أنه توجد قوانين تتماشى مع الجرائم الالكترونية طبقت على مروجي الشائعات والأخبار الكاذبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي في الجزائر، حيث تطبق عليهم عقوبات بالسجن وغرامات مالية لكل من ينشر أو يروج عمدا بأي وسيلة كانت أخبار أو أنباء مغلوطة التي تمس الأمن والتي قد تؤدي إلى عدم الاستقرار داخل المجتمع، حيث نصت المادة 196 مكرر من قانون العقوبات معدل 06\20 بالحبس من سنة إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج كل من ينشر أو يروج عمدا بأي وسيلة كانت أخبارا أو أنباء كاذبة بين الجمهور يكون من شأنها المساس بالأمن العمومي أو النظام العام على أن تضاعف العقوبة في حالة العودة¹.

وتجدر الإشارة هنا وحسب ما أكدته العديد من الشواهد الواقعية أن المعلومات والأخبار الكاذبة والمغلوبة المنشورة خاصة عبر وسائط التواصل الاجتماعي باعتبار هذه الوسائط فضاء هام يضم الملايين من المستخدمين يمكن أن يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في قيم المواطنة التي يقوم عليها المجتمع الجزائري، إلا أن انتشار الشائعات يؤدي إلى انتشار الفوضى بينهم وإثارة البلبلة، كما قد تلحق بهم الضرر النفسي، وما حدث في "جائحة كورونا" خير مثال على ذلك، فانتشار المعلومات المغلوطة والشائعات الكاذبة عن وباء "كوفيد" أثار القلق والخوف والضرر النفسي، كما أنه أثار الفوضى حيث تسارع أفراد المجتمع لاقتناء السلع والمواد الغذائية بكميات كبيرة خوفا من نفادها، وإعطاء علاجات وهمية، إلا أنه في المقابل كانت تنشر معلومات صحيحة عبر الوسائط من طرف "منظمة الصحة العالمية" و"وزارة الصحة" والهيئات الصحية الرسمية لنشر المعلومات الصحية الصحيحة حول هذا الوباء للحد من انتشاره وانتشار المعلومات الخاطئة والمغلوبة

¹ قانون 06-20 المؤرخ في 28 أبريل 2020 يعدل ويتمم الأمر 156 /66 المؤرخ في 8 سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات.

عنه، كما أنه تم معاقبة كل من ساهم في نشر الأخبار المغلوطة عنه والشائعات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي في هذه الفترة من طرف مصالح الجريمة الالكترونية التابعة لقيادة الدرك الوطني والشرطة. وهذا ما أكدته "الاتجاه العضوي" حين أقر بضرورة الاجماع القيمي، فالفرد حسب هذا الاتجاه عنصر سلبى غير قادر على تغيير الواقع أو تبني قيم اجتماعية سلبية، كما يؤكد على ضرورة الاجماع القيمي الذي يوافق عليه معظم أفراد المجتمع، والشائعات من القيم السلبية التي قد تزرع الخوف والرعب بين أفراد المجتمع، وسهولة النشر ومشاركة المعلومات عبر وسائط التواصل وسرعة تداولها ما قد يؤدي إلى سرعة انتشار الأخبار المغلوطة والشائعات، وهذا ما يبرر الاتجاهات السلبية التي ترى بأن وسائط التواصل لا تساهم في مواجهة الشائعات بل تساعد على انتشارها.

هـ. تدعم المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية:

دلت البيانات الإحصائية الموضحة في الجدول رقم (14) أن معظم اتجاهات مفردات العينة إيجابية نحو عبارة دعم وسائط التواصل الاجتماعي للحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية بنسبة 70.5 %، في حين لم تتجاوز نسبة الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 22.3 % ونسبة المحايدون لم تتعدى 7.2 % نحو هذه العبارة.

وما يفسر ذلك هو أن وسائط التواصل الاجتماعي تقوم بمشاركة منشورات تدعم من خلالها الحملات التوعوية والتثقيفية لحماية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية، وذلك لإمكانية وصولها لأكبر قدر ممكن من الشباب وبسرعة، عن طريق حسابات خاصة أو مجموعات أو صفحات وبأساليب وطرق التفاعل المختلفة التي توفرها هذه الوسائط، وذلك من خلال الحملات التوعوية والتثقيفية لإبراز المضامين التي تخص المخاطر

الاجتماعية وكل ما يتعلق بها وما ينجم عنها وما يضر المجتمع، لذلك فإن دراسة فعالية وسائط التواصل الاجتماعي بشكل عام وفعالية رسائل الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية التي تنشر من خلال هذه الوسائط على وجه الخصوص يتطلب عناية كبيرة بمجموعة من المحددات، كالاهتمام بكيفية إعداد هذه الحملات وتخطيطها والاهتمام بطبيعة الرسائل، فهذه الحملات خلقت أجواء محفزة للشباب للابتعاد على مختلف المخاطر الاجتماعية كما أنها عززت قيم المواطنة، والشباب اليوم بحاجة لحملات توعية وتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر.

وحسب الشواهد الواقعية فالطلبة يتفاعلون بشكل كبير مع هذه المنشورات من خلال التعليقات ويشاركون مثل هذه الحملات التي تكون إما مكتوبة أو صور أو عن طريق الفيديو عبر حساباتهم الخاصة أو في الصفحات والمجموعات، كما أن الوسائط تدعم مختلف الحملات المقرر انعقادها وذلك عبر الانترنت أو حضوريا بنشر تاريخها وتحفيز الشباب للحضور لها، ومن بين هذه الحملات نجد الحملة الوطنية لمكافحة الآفات الاجتماعية في أوساط الشباب في إطار تطبيق محاور المخطط الوطني للشباب 2020-2024، حيث أطلقت وزارة الشباب والرياضة حملة وطنية لمكافحة الآفات الاجتماعية في أوساط الشباب تحت شعار "مكافحة الآفات الاجتماعية في أوساط الشباب مسؤولية الجميع"، والحملة الوطنية للوقاية من المخاطر المتعلقة باستعمال الوسائط الاجتماعية التي أطلقتها وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بالتعاون مع الوكالة الوطنية لأمن الأنظمة المعلوماتية وتهدف هذه الحملة إلى تزويد مستخدمي الوسائط بالتوصيات الوقائية لتقليل من حدة المخاطر التي قد يتعرضون لها كالنصب والاحتيال وتجنب تأثيرها على القيم المجتمعية والعلاقات الأسرية.

مما سبق يتضح أن وسائط التواصل الاجتماعي وما تنتجه من تواصل وتفاعل لمختلف الأفكار بين الشباب هي عامل وقاية للمجتمع من مختلف الأفكار الخاطئة، كما أنها تهتم بوعي الشباب وتعمل على تزويدهم بالمعلومات الأساسية في مجال الوقاية من المخاطر الاجتماعية باعتبار هذه الفئة الأكثر تعرضاً لها، فهذه المخاطر قد تؤثر على تطور المجتمع وتلحق به الضرر، إلا أن الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية تعتبر من أهم التقنيات لحد من هذه المخاطر والتقليل منها.

و. تعزز منشورات وسائط التواصل الاجتماعي الدعم الاجتماعي المادي والمعنوي للمحتاجين:

بينت الشواهد الكمية حسب الجدول رقم (14) أن معظم أفراد العينة لهم اتجاهات إيجابية نحو تعزيز منشورات وسائط التواصل الاجتماعي للدعم المادي والدعم المعنوي للمحتاجين بنسبة 71.3 %، في حين بلغت نسبة الاتجاهات السلبية 21.2 %، أما نسبة المحايدون كانت 7.4 % نحو هذه العبارة.

حيث يرى أفراد العينة أن منشورات وسائط التواصل الاجتماعي تعزز الدعم الاجتماعي المادي والمعنوي للمحتاجين، باعتبارها من أكثر الوسائل التي يتفاعل من خلالها أفراد المجتمع خاصة الشباب، وقد ساهم هذا المجال الافتراضي بشكل كبير في هذا الدعم من خلال تقديم مساعدات مادية من تقديم النقود أو أي شيء ملموس، أو معنوي وذلك عن طريق مشاركة منشورات عبر الوسائط، وهذه المساعدات تؤدي إلى مشاركة الداعمين في إنجاح المشاريع الخيرية وكذلك الاجتماعية لحل المشكلات التي تواجه أفراد المجتمع وتقديم المساعدات لهم، فحسب نظرية "البنائية الوظيفية" فالمجتمع يتكون من عدة أنساق ولكل نسق احتياجاته الضرورية التي يجب إشباعها والنسق دائماً في حالة توازن من خلال إشباع النسق لاحتياجاته، وكل جزء من أجزاء النسق قد يكون وظيفياً بحيث يساهم في تحقيق التوازن والاستقرار داخل النسق، وتعزيز الدعم الاجتماعي المادي والمعنوي للمحتاجين عبر وسائط التواصل الاجتماعي ما يساهم في سد احتياجات هذه الفئة في الوقت

المطلوب، ومنه يتحقق التوازن والاستقرار داخل المجتمع، وأن النشر ومشاركة المنشورات عبر هذه الوسائط لصور دعم المحتاجين سواء كان مادي أو معوي يكون من خلال مشاركة صور ومقاطع الفيديو أو بث مباشر وحتى كتابة التعليقات الإيجابية، مما يعزز من المشاركات ومد المساعدات ويعطي الثقة للمستخدمين ويزيد المشاركة في تقديم الدعم، كما يمكن أن تسهل وسائط التواصل الاجتماعي تقديم الدعم المادي من خلالها، عن طريق "الفايس بوك" وأضيفت خاصية له وهي بضغط زر يكون تحت المنشور على شكل رمز نجمة يرسل لتقديم الدعم وهو بدوره يكون قد اشتراها من إدارة الفايس بوك، كما نجد هذا أيضا في "التيك توك" حيث يمكن إرسال الدعم عن طريق هدايا ترسل في البث المباشر على شكل أسد أو زهرة أو غيرها من الرموز وهنا الداعم يكون قد اشترى عملات من رصيده الإلكتروني، وهذا شكل من أشكال الدعم المادي الإلكتروني.

كما تؤكد الشواهد الواقعية أن الطلبة غالبا ما يشاركون عبر وسائطهم المنشورات لتقديم الدعم المعنوي للمحتاجين، أما بالنسبة لإرسالهم الدعم المادي تبين أنهم يتخوفون من تعرضهم للاحتيال من طرف مجموعات استغلالية احتيالية حيث تقدم معلومات مغلوطة لكسب هذا الدعم المادي لمصلحتهم الخاصة وهذا ما يبرر الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة.

ز. تحارب وسائط التواصل الاجتماعي الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة

ونشر الدلائل:

حسب المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (14) تبين أن غالبية أفراد العينة يبدون اتجاهات إيجابية نحو محاربة وسائط التواصل الاجتماعي للفساد والمحسوبية والرشوة، وذلك من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل بنسبة 71.1%، في حين نجد ما نسبته 14.9% يبدون اتجاهات سلبية نحو هذه العبارة، في حين جاءت نسبة المحايدون في حدود 14%.

يرجع الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة حول محاربة وسائط التواصل الاجتماعي للفساد والرشوة و المحسوبية لتمييزها بالسرعة في نقل الأخبار والمعلومات، وكذلك إعطاء مستخدميها الحرية ومساحة لنشر ومشاركة المعلومات والأخبار ونشر الأدلة إما في شكل وثائق مكتوبة أو صور ومقاطع فيديو وبث مباشر أو إرسال الحقائق والأدلة إلى مدونين ومؤثرين، يعملون على كشفها من دون ذكر مصدرها، فالفساد والمحسوبية والرشوة حسب "نظرية الصراع" ينتج عنهم جماعات عديدة ذات اتجاهات وقيم ومعايير مختلفة، هذا من شأنه أن يؤدي إلى تصادم بين الجماعات داخل المجتمع الواحد ويكون هذا التصادم نتيجة حتمية صراع القيم، وكل هذا يولد حسب "لويس كوز" استحواذ جماعة معينة على المكانة والقوة والنفوذ وتحاول هذه الجماعة تحقيق القيم المرغوبة بالنسبة لها.

وهذا ما أكدته بعض الشواهد الواقعية حيث أقرت بأن وسائط التواصل الاجتماعي تتسم بالتعدد والفورية وكذلك التفاعلية والتحديث، وباتت تساهم بشكل كبير في تسليط الضوء عن القضايا المسكوت عنها وتزويد مستخدميها بالمعلومات التي تخص قضايا الفساد والمحسوبية والرشوة، فقد وثقت وسائط التواصل الاجتماعي العديد من قضايا الفساد حتى لا تغيب عن الأذهان، كما يمكن من خلال هذا العالم الافتراضي ممارسة الضغط على الجهات المسؤولة لفتح تحقيقات ومحاسبة الفاسدين جراء جرائمهم، وهذا النوع من القضايا يستقطب نسبة كبيرة من المستخدمين، وهذا راجع لتأثيرها على حياتهم الاجتماعية.

وبما أن أغلب المؤسسات العمومية والخاصة أصبح لها اليوم صفحات وحسابات على هذه الوسائط فقد أصبحت عملية الكشف المبكر عن الفساد والمحسوبية، الرشوة أمرا سهلا، من خلال السماح لمستخدمي الوسائط المشاركة و كتابة التعليقات في هذه الصفحات، كما أنه هناك مؤسسات أطلقت منصات رقمية للإبلاغ عن الفساد والرشوة مثل مؤسسة سوناطراك التي أطلقت منصة رقمية باسم "سوناطراك الامتثال ضد

الفساد والرشوة تكلم "SPEAKUP" ، كما أن محاربة وسائط التواصل الاجتماعي لهذه القضايا والسماح بمشاركة ونشر الدلائل يعتبر من بين أهم الأساليب الحديثة للكشف عن الفساد ومحاربه، مما يساهم في بناء مجتمع واعي رافضا للفساد، وإذا لم يتم محاربة هذا النوع من القضايا فإنه سيتوسع وينتشر أكثر ويزيد من الأضرار فيصبح الفساد جزءا من ثقافته، كما أنها تهدد المجتمع وتشكل عثرة أمام تقدمه.

إلا أنه في المقابل نجد مؤثرين ومدونين عبر وسائط التواصل يستغلون هذا النوع من القضايا الحساسة في إشعال نار الفتنة في المجتمع والتحريض على الفوضى وعدم الاستقرار والإخلال بالأمن، كما نجدهم يستغلون المعلومات في الابتزاز من أجل جني الأموال خاصة من عند رجال الأعمال والمسؤولين لتحقيق مصالحهم الشخصية، ومعظم هؤلاء المؤثرين والمدونين يقيمون خارج الجزائر، وبعد التحقيقات المتواصلة تبين أن هناك قوى خارجية تدعمهم وصنفتهم الحكومة الجزائرية على أنهم إرهاب ينشطون في منظمات إرهابية، وهذا ما يبرر الاتجاهات السلبية والمحايمة نحو هذه العبارة.

ثانيا: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية.

الفرضية الفرعية الثانية للدراسة: هناك علاقة دالة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع مدخلات العمل التطوعي.

الجدول رقم (15): اتجاهات أفراد العينة نحو العلاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع مدخلات

العمل التطوعي.

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المجموع
---------	------------	-------	-------	-----------	----------------	-----------------	-------------------	---------

ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)
205	56.5	21	5.8	42	11.6	61	16.8	34	9.4	3.83	1.47	363	
أشترك في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي													
262	72.2	24	6.6	22	6.1	32	8.8	23	6.3	4.29	1.27	363	
أشارك عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية													
262	72.2	23	6.3	21	5.8	44	12.1	13	3.6	4.31	1.22	363	
أدعم المبادرات التي تقيم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي													
286	78.8	14	3.9	16	4.4	33	9.1	14	3.9	4.44	1.16	363	
أقوم بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامي والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية													
261	71.9	21	5.8	18	5	48	13.2	15	4.1	4.28	1.26	363	
أشارك منشورات													

													البرامج التطوعية عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث
363	1.30	4.16	5	18	14	51	6.1	22	9.4	34	65.6	238	أشارك حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة تأثيرها
363	1.20	4.11	4.1	15	9.1	33	14.9	54	15.4	56	56.5	205	أشارك المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

أ. المشاركة في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

دلت المعطيات الإحصائية حسب الجدول رقم (15) أن غالبية أفراد العينة يبدون اتجاهات إيجابية نحو

مشاركتهم في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي بنسبة

62.3 %، وما نسبته 26.2 % يبدون اتجاهات سلبية نحو هذه العبارة، في حين لم تتعدى نسبة المحايدون

11.6 %.

وترجع إيجابية اتجاهات أفراد العينة نحو مشاركتهم في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر الوسائط كونها تعتبر حسبهم وسيلة فعالة للمشاركة والنشر لمثل هكذا أعمال، فوسائط التواصل الاجتماعي حسب "نظرية الحضور الاجتماعي" هي وسيلة للعمليات التفاعلية تشمل الدخول في عمليات تواصل اجتماعي تفاعلية ينتج عنها فضاء لمشاركة مختلف الأعمال التطوعية، والتي من بينها رعاية الطفولة، باعتبار الطفل في السنوات الأولى من حياته بحاجة لرعاية خاصة، فالأطفال الذين يحصلون على الدعم في سنواتهم الأولى يحققون نجاحا أكبر في مراحل حياتهم اللاحقة، فحسب "وكالة الأنباء الجزائرية" تملك الجزائر شبكة مؤسسية تضم نحو 400 مؤسسة تنشط عبر الوطن لحماية ورعاية الطفولة في الجزائر، ومن بين هذه المؤسسات هناك من تنشط عبر وسائط التواصل الاجتماعي وتملك صفحات فيها، حيث يشارك المسؤولون عن هذه الصفحات مختلف الأعمال والإنجازات وكذا صور ومعلومات عن الزيارات التفقدية، كما نجد أيضا الجمعيات الخيرية التي لها دور في رعاية الطفولة وهي تنشط أيضا عبر الوسائط من خلال إنشائها لصفحات وحسابات وكذلك مجموعات خاصة بها تشارك فيها مختلف الأعمال، وكذلك الأنشطة، كما أنه هناك صفحات وحسابات مختصة تقوم بجلوسات وندوات حول الموضوعات التي تتعلق بتربية الطفل ورعايته عبر هذا الفضاء الإلكتروني تضم أطباء نفسيين ومختصين اجتماعيين والأولياء والمهتمين بمثل هذه المواضيع، كما يتم في هذه الجلسات والندوات طرح الأسئلة وحتى مختلف مشاركة الآراء.

ب. مشاركة عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية.

بينت المعطيات الكمية أن غالبية مفردات العينة لهم اتجاهات إيجابية نحو مشاركة منشورات لجمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية عبر حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي بنسبة

78.8% في حين كانت نسبة الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 15.1 %، أما المحايدون فبلغت نسبتهم 6.1%.

ويرجع الاتجاه الإيجابي للمبحوثين حول مشاركتهم لمنشورات الأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي إلى أن هذه المشاركة تساهم بشكل كبير في جمع المساعدات، حيث عادة ما تكون من خلال نشر الصور ومقاطع الفيديو والبت المباشر للمتضررين وحجم الأضرار والخسائر، وكذلك مشاركة نقاط استلام التبرعات ونشر قوائم بالمنتجات الضرورية لأن هذه المنتجات تختلف حسب احتياجات الكارثة الطبيعية، وهنا يظهر جليا الدور الفعال لهذه الوسائط من خلال إرسال المتبرعين للأموال، الملابس، الأغذية، الأكل وغيرها من المساعدات، ويوثق تقديم هذه المساعدات بصور ومقاطع فيديو وحتى بالبت المباشر، ونجد أن معظم المنشورات لجمع المساعدات للمتضررين من الكوارث الطبيعية إما لجمعيات خيرية أو مؤسسات مسؤولة لتقديم المساعدات أو حتى صفحات على وسائط التواصل الاجتماعي.

وهذا ما أكدته بعض الشواهد الواقعية حول دور المنشورات المشاركة عبر وسائط التواصل الاجتماعي في جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية، حيث أنه في سنة 2021 و 2022 اندلعت حرائق كبيرة في عدة ولايات في الجزائر مثل: تيزي وزو، بجاية، الطارف وحسب أفراد العينة فقد أطلقت دعوات عبر وسائط التواصل الاجتماعي لجمع مساعدات للأشخاص المتضررين، حيث نشرت عبر صفحات الوسائط قوائم بالمنتجات الضرورية ونقاط استلام التبرعات لإمداد المستشفيات ومراكز الرعاية الصحية ومراكز الإيواء بالضمدات والمراهم لمعالجة الحروق، ومياه الشرب وملابس وأفرشة، وغيرها، ووصلت المساعدات بسرعة كبيرة إلى المناطق المتضررة ووثقت بالصور ومقاطع الفيديو والبت المباشر، وهنا برزت أهمية مشاركة منشورات جمع

المساعدات للمتضررين من الكوارث الطبيعية عبر وسائط التواصل والدور الذي لعبته، كما تبين أنه يوجد من بين أفراد العينة طلبة تضرروا من هذه الحرائق، وكانوا متدخلين ومشاركين عبر وسائط التواصل.

إلا أنه هناك من يستغل مثل هذه الكوارث للاحتيال وتحويل التبرعات إلى حساباتهم الخاصة من خلال نشر الصور ومقاطع الفيديو المؤثرة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، وهناك حتى من يستغل المتضررين ويشارك عبر البث المباشر حالاتهم لكسب الاستعطاف، وكل هذا ما يبرر الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة.

ج. دعم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

بينت المعطيات الكمية أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يدعمون المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي بنسبة 78.5 % في حين بلغت نسبة الذين لا يدعمون هذه العبارة 15.7 %، أما نسبة المحايدون قدرت ب 5.8 %.

ترجع إيجابية اتجاه أفراد العينة نحو تقديم الدعم للمبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة تأثير هذه الوسائط على مستخدميها وكذلك إعطاء هذه الوسائط الفرصة للمرضى، ونشر حالاتهم من خلال مشاركتهم الملف الطبي كامل والصور ومقاطع الفيديو والبث المباشر لهم عبر حساباتهم الخاصة وفي مختلف المجموعات والصفحات، أو ينشر حالتهم المؤثرين الذين ينشطون في هذه الوسائط أو جمعيات أو المسؤولين عن صفحات في وسائط التواصل، وهذه الحالات تكون عادة لا تملك ثمن العلاج أو ليس لها مكان للإقامة بالنسبة للحالات التي تعالج بعيدا عن مكان إقامتها، ومشاركة المرضى لحالاتهم راجع لكسب الاستعطاف ومدتهم بالمساعدات، وهذا ما أكدته نظرية "الاستخدامات والإشباع" حين أقرت بمبدأ "أن استخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد"، فأصحاب الحالات المرضية

المستعجلة يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي لكي يشاركون من خلالها حالاتهم لتلبية حاجتهم، وهذه الحاجات تختلف من حالة لأخرى.

وتؤكد الشواهد الواقعية أن الدعم الذي يقدمه أفراد العينة يكون إما ماديا بإرسال مساعدات مالية لأشخاص يثقون فيهم، أو توفير مكان للإقامة خاصة لمرضى السرطان وأهاليهم ومعنويا بمشاركة الحالة عبر الحسابات الخاصة وكذلك في الصفحات والمجموعات لتصل لأكثر عدد ممكن، أو كلاهما معا.

د. الاشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي لتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية.

أوضحت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (15) أن اتجاهات المبحوثين إيجابية نحو الاشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي لتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية بنسبة 82.7%، في حين نجد ما نسبته 13% لهم اتجاهات سلبية نحو هذه العبارة، أما المحايدون فنسبتهم لا تتعدى 4.4%.

وترتبط إيجابية اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو قيامهم بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي لتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية بالمساحة التي أعطتها هذه الوسائط لمستخدميها للإشهار الالكتروني المجاني، فالإشهار الالكتروني عبر وسائط التواصل الاجتماعي شمل عدة مجالات وهو من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا، وتم استغلال مجانية هذا الإشهار من قبل الشباب في زيادة مدخلات الأعمال التطوعية، ومنه التكفل باليتامى والمحتاجين خاصة في المناسبات الدينية والاجتماعية، والتكفل بهم حسب "الاتجاه العضوي" يعتبر من المعايير الاجتماعية المتفق عليها من طرف المجتمع، والتي يستلزم أن تتبع لكي يتحقق التوازن في المجتمع، وتعد فئة اليتامى من الفئات الهشة في المجتمع خاصة أنها فقدت السند العائلي سواء الأب أو الأم أو حتى كلاهما، فهم إذن بحاجة للمساعدة خاصة في المناسبات مثل الأعياد، فيظهر هنا دور

الإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل بهم من خلال مشاركة وإرسال سور قرآنيه وأحاديث دينية تحت على مساعدتهم.

وتؤكد الشواهد الواقعية بأن هناك طلبة أعضاء في الجمعيات الخيرية التي تقوم بهذه المبادرات الإنسانية، كما تمتلك هذه الجمعيات صفحات على هذه الوسائط، والجمعيات الخيرية التي تنشط في هذا المجال تعتمد حسب الطلبة الأعضاء فيها على أسلوب التتبع والتحري للحالات الإنسانية التي تستحق المساعدة من خلال الزيارات والمعاينة من أجل سد الباب لكل من يريد الحاجة وهو لا حاجة له، كما تشارك هذه الجمعيات مقاطع الفيديو عند وصول المساعدات وفرحة اليتامى والمحتاجين بها، وتقديمهم المساعدة لليتامى والمحتاجين حسبهم يدخل الطمأنينة لقلوبهم.

هـ. مشاركة منشورات البرامج التطوعية عبر حسابات وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث.

بينت المعطيات الكمية في الجدول رقم (15) أن 77.7 % من مفردات العينة كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو مشاركتهم منشورات البرامج التطوعية عبر حسابات وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث، في حين كانت نسبة الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 17.3% أما نسبة المحايدون قدرت ب 5%.

إن مشاركة أفراد العينة لمنشورات البرامج التطوعية عبر حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي التي يأخذونها من الصفحات والمجموعات والحسابات المهتمة بحماية البيئة من التلوث بكل حرية مهمة جداً، لأن البيئة عبارة عن مجال يمارس فيه الإنسان حياته ونشاطه بكل ما فيها من مكونات ومن واجبه حمايتها خاصة من التلوث وكان لوسائط التواصل الاجتماعي دور كبير في حمايتها، والشواهد الواقعية تؤكد أن أفراد العينة يشاركون البرامج التطوعية لحماية البيئة عبر حساباتهم، وتكون إما مكتوبة أو عبارة عن صور أو مقاطع فيديو تحسيسية.

وحسب عنصر المخرجات الذي هو من جملة العناصر التي تتشكل منها نظرية "الحضور الاجتماعي" حيث أن " المخرجات تشمل عملية التواصل التي ينتج عنها الحوار والتفاعل والمشاركة والمبادرة" أي أن مشاركة منشورات البرامج التطوعية لحماية البيئة عبر وسائط التواصل الاجتماعي ينتج عنه الحوار والتفاعل والمشاركة والمبادرة، ومن بين هذه المنشورات نجد منها تلك التي تدعو للمحافظة على الفضاءات الغابية والمساحات الخضراء وعمليات غرس الأشجار والحملات التطوعية لنظافة المحيط، كما أنه هناك صفحات أنشئت خصيصا لحماية البيئة حيث أنها تتناول القضايا المطروحة عالميا حول التلوث وتعمل على تحسيس الشباب على ضرورة الانخراط فيها وتنظيف البيئة والمحيط وحمايته من التلوث، ومشاركة البرامج التطوعية لحماية البيئة عبر الوسائط تعتبر عملا تطوعيا وتحقق من خلالها توعية بيئية يمكن تجسيدها، كما تساهم في حمايتها والمحافظة عليها من مختلف المشكلات التي قد تتعرض لها.

و. مشاركة حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي

أكدت البيانات الإحصائية أن اتجاهات أفراد العينة إيجابية نحو مشاركة حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة تأثيرها بنسبة 75 %، وأن ما نسبته 19 % اتجاهاتهم سلبية، في حين لم تتجاوز نسبة المحايدون بنسبة 6.1 %.

إن مشاركة أفراد العينة لحملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي، راجع إلى كونها من أهم الوسائل تأثيرا في المجتمع، فمن خلالها يتم مشاركة حملات التنظيف بصور ومقاطع فيديو وبث مباشر للمناطق المراد تنظيفها، كما أن استخدام خطابات ملائمة للتأثير في مثل هذه الحملات يصل لأكثر عدد ممكن من المستخدمين، والتفاعل معها والاستجابة لها ينتج عنه طرح للأفكار الإبداعية لتحقيق هذه الحملات ويزيد من إقبال الشباب عليها، ويتم تحفيزهم للانضمام إليها من خلال هذا العالم الافتراضي، وتؤكد الشواهد الواقعية أنه

بمشاركة هذه الحملات عبر وسائط التواصل الاجتماعي تنتشر ويتشجع الطلبة للمشاركة في هذه الحملات، والهدف الأساسي منها هو تحسين المجتمع وتشجيعه للحفاظ على بيئته والحرص على نظافتها بشكل دائم وتكون إما من مبادرات فردية أو جماعية وبدون مقابل.

كما تعتبر وسائط التواصل الاجتماعي أداة للترويج لمثل هذه الحملات والتي هي كثيرة ومتنوعة، مثلاً قبل هطول الأمطار في نهاية فصل الصيف تكون هناك حملات لتنظيف البالوعات وقنوات الصرف الصحي والمجاري المائية لتجنب حدوث الفيضانات، كما تشارك هذه الحملات عبر الوسائط من خلال تنزيل صور ومقاطع فيديو تحسيسية ويحدد الوقت والمكان للمتطوعين للمساعدة في هذه الحملة وتوثق هذه الحملات وتنشر عبر الوسائط، بعدها ترم هذه الحملات وتُحِب أنحاء الوطن، نفس الأمر بالنسبة لحملات تنظيف الأحياء وحملات تنظيف المدارس تحسباً لدخول المدرسي وغيرها من الحملات الأخرى.

ز. مشاركة المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع التبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى

دلت البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (15) أن 71.9 % من مفردات العينة كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو مشاركتهم للمنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع التبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى، في حين بلغت نسبة الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 13.2 %، أما نسبة المحايدون فكانت 14.9 %.

إن مشاركة أفراد العينة للمنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع التبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى ترتبط في غالبها بالجانب الإنساني، كون هؤلاء الأشخاص فقراء ومشردين ويتامى ومتضررين من الكوارث الطبيعية كالفياضات والحرائق وغيرها من الكوارث، حيث نجد أن وسائط التواصل الاجتماعي ساعدت في التعرف على هؤلاء الأشخاص من خلال ما ينشر عنهم وعن حالاتهم، كما يوجد صفحات ومجموعات خاصة

وجمعيات تعمل على جمع التبرعات والمساعدات لتوفير مأوى مناسب لهم، أو أخذهم لمؤسسات خاصة تتكفل بمثل هذه الحالات، ودفع التبرعات والمساعدات يكون من خلال إرسال النقود أو تقديم مختلف المساعدات، وتوثق المساعدات بصور ومقاطع فيديو، والتبرع ليس بالنقود فقط حتى بالمفروشات والأثاث عند توفر المأوى، وهناك تجار يتبرعون بمنجاتهم ويستغلون هذا التبرع كنوع من الدعاية لسلعهم وجلب الزبائن لمحلاتهم.

وحسب الشواهد الواقعية هناك من الطلبة المقيمين بالجامعة يقومون بمساعدتهم من خلال إدخالهم للمبيت في الإقامة الجماعية رغم أنه مخالف للقانون، وهذا ما قد يؤدي إلى جريمة يعاقب عليها القانون، وهذا ما يبرر الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة من جهة، كما يرتبط أيضا الاتجاه السلبي من خوف بعض المبحوثين من إدخال هؤلاء الأشخاص إلى منازلهم.

ثالثا: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة.

الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة: ساهمت التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية.

الجدول رقم (16): اتجاهات أفراد العينة نحو مساهمة التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي في

ارتباطهم بمسؤوليتهم الاجتماعية.

العبارة	موفق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المجموع
	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)	ع	ن م (%)			
أتحرى الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات	220	60.6	25	6.9	45	12.4	47	12.9	26	7.2	4.00	1.37	363

													المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي
363	1.50	3.71	10.7	39	17.6	64	13.8	50	5	18	52.9	192	أُتحرى المصادقية في المنشورات التي أداؤها عبر وسائل التواصل الاجتماعي
363	1.30	4.18	4.4	16	14.9	54	6.3	23	6.9	25	67.5	245	أحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائل التواصل الاجتماعي
363	1.33	4.09	4.7	17	15.2	55	10.2	37	5.5	20	64.5	234	أحرص على النزاهة والحياد في منشوراتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي
363	1.10	4.40	00	00	15.2	55	3.3	12	7.7	28	73.8	268	أوجه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي في وسائل التواصل الاجتماعي
363	1.27	4.20	4.4	16	13.5	49	6.6	24	8.5	31	66.9	243	أساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحرية
363	1.34	3.84	6.6	24	14	51	17.1	62	12.9	47	49.3	179	أساهم في نشر قيم التسامح عبر وسائل التواصل الاجتماعي

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات IBM SPSS Statistics 20

أ. تحري الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

أكدت المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (16) أن أغلب المبحوثين بنسبة 67.5% يتحرون الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي في حين بلغت نسبة الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 20.1% أما نسبة المحايدون فقدت نسبتهم ب 12.4%.

يرجع الاتجاه الإيجابي لأفراد العينة حول تحري الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي إلى تلك المسؤولية المشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي والقائمة حسبهم على الأمانة، وأن عدم تحري الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات قد ينتج عنه العديد من المشكلات كظهور الإشاعات وانتشار الأخبار الزائفة ما يزيد في إثارة الخوف في المجتمع، وقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، ومنه ينتج عدم التوازن والاستقرار فيه، وقد جرم القانون الجزائري فعل نشر الأخبار الكاذبة في قانون العقوبات، وهذا ما نصت عليه المادة 196 مكرر من قانون العقوبات معدل 20\06 المذكور نصها أنظر الصفحة ()

والشواهد الواقعية تؤكد تحري أفراد العينة بشكل مستمر الأخبار والمعلومات التي تنشر في وسائط التواصل الاجتماعي من خلال تحققهم من تاريخ نشر الخبر ومصدر المعلومة، والصورة أو مقطع الفيديو، وللتحقق من صحة الصور، الفيديوهات والأخبار يتم الاستعانة ببرامج متاحة على شبكة الانترنت تكشف مدى صحتها، وللتحقق من الصور هناك العديد من البرامج يعتمد عليه الطلبة من بينها: GOOGLE IMAGES, IZITRU، أما للتحقق من صحة مقاطع الفيديو فمن بين البرامج التي يعتمد عليها هي: VIEUVER, YOUTUBE DATA, NVADE، وللتحقق من صحة الأخبار فمن بين البرامج المعتمد عليها هي: FACT CHECK, SNOPEs، وقد ظهرت العديد من المبادرات في الجزائر عبر وسائط التواصل

الاجتماعي خاصة على "الفايس بوك" للكشف عن الحقيقة والأخبار المغلوطة المنتشرة والمتداولة بالأدلة والبراهين، كما أنه هناك حتى حسابات خاصة وصفحات ومجموعات يكشفون فيها مثل هذه الأخبار. إلا أنه في المقابل هناك من لا يعتبر هذه الوسائط مصدر أساسي للأخبار والمعلومات، ولا يكلفون أنفسهم للتحري عنها والتحقق منها، وهذا ما يفسر الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة.

ب. تحري المصدقية في المنشورات المتداولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

دلت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أن 57.9 % من أفراد العينة كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو تحريهم المصدقية في المنشورات المتداولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، في المقابل بلغت الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة 28.3 %، بينما بلغت نسبة المحايدون 13.8 %.

يتحرى أفراد عينة الدراسة المصدقية في المنشورات التي يتداولونها عبر وسائط التواصل الاجتماعي باعتبارها خطوة مهمة في الوقت الذي أصبحت المعلومات والأخبار تنتشر فيه بكثافة وبسرعة ومن عدة مصادر التي وجب التأكد منها.

إلا أن عدم الكشف عن مصدر المنشورات المتداولة عبر هذه الوسائط وكثرة المعلومات واهتمام المستخدمين بالمعلومة دون معرفة مصدرها يؤدي إلى الاستنقاص من مصداقيتها، وقد تؤدي الأخبار المغلوطة في شتى المجالات إلى اتخاذ قرارات غير صائبة مما يؤثر على استقرار المجتمع، وهذا ما يفسر الاتجاهات السلبية نحو هذه العبارة.

وعليه مما سبق ذكره يمكن القول إن وسائط التواصل الاجتماعي أصبحت تؤدي دور مهم في نشر الأخبار والمعلومات والأحداث والحقائق للناس إلا أنه وجب التحري على مصداقية ومصادر المنشورات

المتداولة، وذلك من خلال تتبع نفس خطوات تحري الأمانة في نقل تبادل الأخبار والمعلومات المنتشرة على وسائط التواصل الاجتماعي المذكورة سابقا صفحة (161).

ج. الحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

دلت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أن 74.4 % كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو الحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي، في حين بلغت الاتجاهات السلبية لهذه العبارة 19.3 % أما نسبة المحايدون فكانت 6.3 %.

إن حرص أفراد العينة على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي دليل على ارتباطهم بمسؤولياتهم الاجتماعية، فالصحة والتعليم من المواضيع المهمة والأساسية في المجتمع، وحسب الشواهد الواقعية فالمواضيع التنموية في مجال الصحة زاد الحديث عنها وتداولها بكثرة في الآونة الأخيرة، خاصة مع ظهور فيروسات وأمراض جديدة مثل "فيروس كورونا"، ونجد هنا أن وسائط التواصل الاجتماعي فرضت نفسها في مشاركة ونقل موضوعات التنمية في الصحة، لكن ما يتوجب على المستخدمين عند مشاركة الموضوعات التنموية في مجال الصحة الحرص على أن تكون مدعمة بآراء مختصين وخبراء لإضفاء المصداقية لها.

أما بالنسبة لمشاركة الموضوعات التنموية في مجال التعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أيضا من المواضيع الأساسية في المجتمع، وجب الحرص على مشاركتها باعتبار التنمية في التعليم تشجع على تحسين جودته ونوعيته ومتطلباته، كما تعمل مشاركة مثل هذه الموضوعات على تحقيق الكفاءة التعليمية بأنواعها وإبراز الدور المهم للتعليم والتعلم في تحقيق الأهداف والطموحات، وهذا ما يفسر النسب الإحصائية المتعلقة بالاتجاهات الإيجابية.

د. الحرص على النزاهة والحياد في مشاركة المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

أكدت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 70 % لديهم اتجاهات إيجابية نحو حرصهم على النزاهة والحياد في مشاركة المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي، في المقابل نجد أن ما نسبته 19.9% كانت اتجاهاتهم سلبية نحو هذه العبارة، أما نسبة المحايدين فكانت 10.2 %.

إن حرص الطلبة على النزاهة والحياد عند مشاركتهم لمنشوراتهم راجع لتمسكهم بقيمهم الاجتماعية واحساسهم بالمسؤولية اتجاه هذه المنشورات، كما أنه سنت قوانين تدين كل من ينشر الأخبار الزائفة وكل من لا يلتزم الحياد خاصة في المواضيع التي تحرض على الفوضى وزع الفتنة في المجتمع.

وحسب الشواهد الواقعية إن أغلب من لا يلتزم بالحياد في مشاركة وتنزيل منشوراته عبر الوسائط لا يظهر هويته الحقيقية ويظهر باسم مستعار، لأن وسائط التواصل الاجتماعي عند فتح حساب في أي منها لا تلزم على المشترك فيها إثبات هويته الحقيقية، ولكن لو ألزمهم على إثبات هويتهم الحقيقية سوف تكون هناك نسبة كبيرة من النزاهة والحياد في تنزيل ومشاركة المنشورات.

هـ. توجيه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر المنشورات في وسائط التواصل الاجتماعي.

بينت الشواهد الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أفراد العينة بنسبة 81.5 % اتجاهاتهم إيجابية في توجيههم النصيحة عبر منشوراتهم في وسائط التواصل الاجتماعي للحفاظ على الملك العام، بينما نجد ما نسبته 15.2 % اتجاهاتهم سلبية نحو هذه العبارة، وأن 3.3% محايدون.

إن إيجابية أفراد العينة نحو توجيههم النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتهم راجع للمساحة والحرية في النشر بمشاركة وتنزيل منشورات مكتوبة أو صور أو

مقاطع فيديو أو بث مباشر التي أتاحها الوسائط لمستخدميها، فمن خلال هذه المساحة المتاحة يحققون اشباعاً تكون من خلال تقديم النصيحة في شتى المجالات من بينها الحفاظ على الملك العام، فحسب "لورانس وينر" "Lawrence Weiner" في نظرية "الاستخدامات والاشباع" فمستخدمو وسائط التواصل الاجتماعي حين يقدمون النصيحة للحفاظ على الملك العام هم بذلك يحققون اشباعاً اجتماعياً.

ونجد جميع المرافق والمؤسسات المملوكة من طرف الدولة خصصت لخدمة المجتمع، والملك العام متاح للجميع ومسؤوليتنا الحفاظ عليه وتوجيه النصيحة للحفاظ عليه، ويكون توجيه النصيحة بالتذكير بأهميته وبكيفية المحافظة عليه، واستخدامه بالشكل الصحيح الذي وجدت من أجله.

وما تؤكده الشواهد الواقعية أنه هناك من الطلبة من يملك صفحات وينشط في مجموعات ومحتوهم الأساسي في حساباتهم الخاصة عبر الوسائط هو تقديم النصيحة للحفاظ على الملك العام، كما أنهم ينشطون حتى في الواقع من خلال مشاركتهم في حملات التنظيف للأماكن العامة وحملات لإعادة تهيئتها، ويوثقون نشاطهم من خلال تنزيل الصور والفيديو والبث المباشر أثناء مشاركتهم.

وعليه توجب على أفراد المجتمع الاهتمام بالملك العام والحفاظ عليه وعدم إلحاق الضرر به والحرص على أن يكون خالياً من كل ما يشوه مظهره أو ما يعرقله، وكذلك وجب التبليغ من أجل تطبيق القانون على المخربين والمشوهين للملك العام، وعلى الحكومة اتخاذ القوانين والإجراءات لكل من تسول له نفسه العبث أو تخريب الملك العام.

و. المساهمة في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية.

دلت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أن 75.4 % من أفراد العينة البحثية اتجاهاً إيجابية نحو مساهمتهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية، في

حين أكد ما نسبته 17.9 % من أفراد العينة اتجاههم السلبي نحو هذه العبارة، أما المحايدون كانت نسبتهم في حدود 6.6 %.

إن مساهمة أفراد العينة في نشر الموضوعات المتعلقة بالتعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية عبر وسائط التواصل الاجتماعي راجع للمساحة التي أعطتها هذه الوسائط لمستخدميها لتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية، والتعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية عبر هذه الوسائط يوجه الرأي العام مثل ما حدث في الجزائر سنة 2019 فقد أعطى شرعية لحراك 22 فيفري 2019 وتم الاستجابة لمطالب الشعب، وهذه الوسائط كانت أداة فعالة ووفرت بيئة لتعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية من خلال نقل الأحداث ومتابعة الأخبار وتوثيقها بالصور والفيديو، وكانت سببا في التغيرات السياسية في الجزائر.

غير أن الشواهد الواقعية تؤكد على عدم الاستغلال الجيد لنشر الموضوعات المتعلقة بالتعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية، حيث نتج عنها أيضا حسابات خاصة ومجموعات وصفحات تروج للأفكار العنيفة والمتطرفة، فحسب "اتجاه الصراع" أن أصحاب الأفكار العنيفة والمتطرفة يحاولون تحقيق القيم المرغوبة بالنسبة لهم وفرضها على المجتمع وإقصاء كل منافس لها.

ز. المساهمة في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

أوضحت المعطيات الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أن 62.2 % من مفردات العينة كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو المساهمة في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي، وأن ما نسبته 17.1 % كانت اتجاهاتهم سلبية نحو هذه العبارة، أما المحايدون فلم تتعدى نسبتهم 20.6 % من مجموع مفردات العينة.

يرتبط الاتجاه الإيجابي لأفراد العينة نحو المساهمة في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة مناسبة لنشر قيم التسامح، والمساهمة في نشر هذه القيم يعود بالآثار الإيجابية على المجتمع، ويكون من خلال نشر ومشاركة مواضيع هادفة ومقترحات بناءة ووضع حلول ومقترحات إيجابية، وكذلك مشاركة ونشر منشورات لنبد الكراهية وبث روح الاخاء والابتعاد التعصبات، والمنشورات التي تسجد قيم التسامح تؤدي إلى الازدهار والتطور، ومنه يتحقق الاستقرار داخل المجتمع.

الفصل السادس

الفصل السادس: مناقشة نتائج الدراسة.

تمهيد.

أولاً: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات.

ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء الأهداف.

ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء النظريات.

رابعاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

تمهيد:

بعد عرض التراث النظري حول وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية، وبعد تحديد الإجراءات المنهجية للدراسة وعرض البيانات الميدانية وتحليلها كمياً وكيفياً، نحاول في هذا الإطار مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-، في ضوء فرضيات وأهداف الدراسة، وكذلك في ضوء نظريات الدراسة والدراسات السابقة.

أولاً: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات.

نحاول في هذا الفصل مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها في ضوء الفرضيات الجزئية الثلاثة، علاوة على الفرضية العامة.

1. الفرضية الجزئية الأولى: لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع.

أكدت المعطيات الكمية المستسقة من جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف- بأن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع كما هو موضح في الجدول رقم (14) أنظر صفحة (136) والذي تجسد من خلال العبارات السبعة والقابلة للتقصي والاختبار.

ففيما يتعلق بالعبارة الأولى "تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وتجعله يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي" فقد بينت الشواهد الإحصائية أن:

- 68.3 % من مفردات العينة يقرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تنمية ثقافة المجتمع وجعلته يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي.

- 27.5 % يؤكدون على عدم مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وجعلته يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي.

- 4.1 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 3.84

- الانحراف المعياري: 1.46

أما العبارة الثانية "تنمي وسائط التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية"، فقد بينت المعطيات الكمية أن:

- 75.2 % من المبحوثين يؤكدون على أن وسائط التواصل تنمي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية.

- 22.9 % يقرون بعدم تنمية وسائط التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها لمشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية.

- 1.9 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.10.

- الانحراف المعياري: 1.40.

في حين بينت الشواهد الإحصائية المتعلقة بالعبارة الثالثة "تساعدني وسائط التواصل الاجتماعي على التعبير عن رأيي واتجاهاتي بحرية" أن:

- 75 % من أفراد العينة يقرون بمساعدة وسائط التواصل الاجتماعي على التعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية.

- 21.2 % يؤكدون على عدم مساعدة وسائط التواصل الاجتماعي على التعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية.

- 3.9 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.14.

- الانحراف المعياري: 1.35.

أما البيانات الكمية المتعلقة بالعبارة الرابعة "تساهم المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع" أن:

- 70.3 % من المبحوثين يقرون بمساهمة منشورات وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع.

- 26.4 % يقرون بعدم مساهمة منشورات وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع.

- 3.3 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 3.99.

- الانحراف المعياري: 1.45.

كما بينت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالعبارة الخامسة "تدعم المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية" أن:

- 70.5 % من المبحوثين أقرّوا بدعم منشورات وسائط التواصل الاجتماعي للحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية.

- 22.3 % أكدوا على عدم دعم منشورات وسائط التواصل الاجتماعي للحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية.

- 7.2 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.04.

- الانحراف المعياري: 1.40.

أما العبارة السادسة " تعزز منشورات وسائط التواصل الاجتماعي الدعم المادي والمعنوي " فقد بينت المعطيات الكمية أن:

- 71.3 % يقرون بأن منشورات وسائط التواصل الاجتماعي تعزز الدعم المادي والمعنوي.
- 21.2 % يؤكدون على عدم تعزيز منشورات وسائط التواصل الاجتماعي لدعم المادي والمعنوي.
- 7.4 % محايدون.
- المتوسط الحسابي: 4.11.
- الانحراف المعياري: 1.39.

أما الشواهد الكمية المتعلقة بالعبارة السابعة "تحارب وسائط التواصل الاجتماعي الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل" فقد بينت أن:

- 71.1 % يؤكدون على محاربة وسائط التواصل الاجتماعي الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل.
- 14.9 % يرون بأن وسائط التواصل الاجتماعي لا تحارب الفساد والمحسوبية والرشوة.
- 14 % محايدون.
- المتوسط الحسابي: 4.07.
- الانحراف المعياري: 1.21.

وعليه يمكن القول حسب المعطيات الكمية على أن وسائط التواصل الاجتماعي لها دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع، وهذا ما دلت عليه أيضا المشاهدات الواقعية.

إلى جانب هذا تؤكد التحليلات الإحصائية الواردة في الجدول رقم: (17) أدناه، أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين وسائط التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة، حيث كانت نتيجة معامل الارتباط برسن = 0.36 وهي دالة عند مستوى 0.05

جدول رقم(17): معامل الارتباط بين وسائط التواصل الاجتماعي و قيم المواطنة داخل المجتمع.

معامل الارتباط المتغيرات	العينة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
وسائط التواصل الاجتماعي	363	0.36	0.05
قيم المواطنة			

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات: IBM SPSS Statistics 20

وبناء على هذه الشواهد الكمية، والواقعية والإحصائية، يتضح أن لوسائط التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع، وبالتالي صدق الفرضية الجزئية الأولى.

2. الفرضية الجزئية الثانية: هناك علاقة دالة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي.

بينت الشواهد الكمية الواردة في الجدول رقم (15) أنظر الصفحة (151) بأنه هناك علاقة دالة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي من خلال العبارات السبعة والقابلة للتقصي والاختبار.

فيما يتعلق بالعبارة الأولى " أشرت في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي " فقد بينت المعطيات الكمية أن:

- 62.4 % من المبحوثين يؤكدون مشاركتهم في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 26.2 % يقرون بعدم مشاركتهم في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 11.6 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 3.83.

- الانحراف المعياري: 1.47.

أما بالنسبة للعبارة الثانية " أشارك عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية" فقد بين البيانات الإحصائية أن:

- 78.8 % من مفردات العينة يؤكدون على أنهم يشاركون عبر حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية.

- 15.1 % يقرون بعدم مشاركتهم عبر حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية.

- 6.2 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.29.

- الانحراف المعياري: 1.27.

كما أوضحت المعطيات الميدانية المتعلقة بالعبارة الثالثة " أدم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي " أن:

- 78.5 % من المبحوثين يقرون بأنهم يدعمون المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 15.7 % يؤكدون عدم دعمهم للمبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 5.8 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.31.

- الانحراف المعياري: 1.22.

هذا وبينت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالعبارة الرابعة " أقوم بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية " أن:

- 82.7 % من المبحوثين يقرون بأنهم يقومون بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية.

- 13 % يؤكدون بأنهم لا يقومون بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية.

- 4.4 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.44.

- الانحراف المعياري: 1.16.

كما أوضحت المعطيات الميدانية المتعلقة بالعبارة الخامسة " أشارك منشورات البرامج التطوعية عبر حساباتي في وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث " أن:

- 77.7 % من مفردات العينة يؤكدون على مشاركتهم لمنشورات البرامج التطوعية عبر حساباتهم

في وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث.

- 17.3 % يقرون بعدم مشاركتهم لمنشورات البرامج التطوعية عبر حساباتهم في وسائط التواصل

الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث.

- 5 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.28.

- الانحراف المعياري: 1.26.

كما دلت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالعبارة السادسة " أشارك حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة تأثيرها " أن:

- 75 % من أفراد العينة يؤكدون مشاركتهم حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة

تأثيرها.

- 19 % أكدوا على عدم مشاركتهم حملات التنظيف عبر وسائط التواصل.

- 6.1 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.16.

- الانحراف المعياري: 1.30.

فيما يتعلق بالعبارة السابعة " أشارك المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى"، توضح الإحصائيات الميدانية أن:

- 71.9 % من المبحوثين يؤكدون على مشاركتهم المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.

- 13.2 % لا يشاركون المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.

- 14.9 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.11.

- الانحراف المعياري: 1.20.

وعليه يمكن القول حسب المعطيات الكمية أنه هناك علاقة دالة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي، وهذا ما دلت عليه أيضا المشاهدات الواقعية.

إلى جانب هذا تؤكد التحليلات الإحصائية الواردة في الجدول رقم: (18) أدناه، أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي، حيث كانت نتيجة معامل الارتباط برسن = 0.30 وهي دالة عند مستوى 0.05.

جدول رقم(18): معامل الارتباط بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي.

معامل الارتباط المتغيرات	العينة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
وسائط التواصل الاجتماعي	363	0.40	0.05
العمل التطوعي			

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات: IBM SPSS Statistics 20

وبناء على هذه الشواهد الكمية، والواقعية والإحصائية، يتضح أنه هناك علاقة دالة بين وسائط التواصل

الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي، وبالتالي صدق الفرضية الجزئية الثانية.

3. الفرضية الجزئية الثالثة: ساهمت التطورات الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم

الاجتماعية.

لقد أكدت البيانات الكمية الواردة في الجدول رقم (16) أنظر صفحة (181) أنه ساهمت التطورات

الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية من خلال العبارات السبعة

القابلة للتقصي والاختبار.

فيما يتعلق بالعبارة الأولى " أتحرى الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط

التواصل الاجتماعي" فقد بينت الشواهد الكمية أن:

- 67.5 % من المبحوثين يؤكدون على تحريمهم الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر

وسائط التواصل الاجتماعي.

- 20.1 % يقرون بأنهم لا يتحرون الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 12.4 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 4.00.

- الانحراف المعياري: 1.37.

كما بينت الشواهد الكمية المتعلقة بالعبارة الثانية " أتحري المصادقية في المنشورات التي أتناولها عبر وسائط التواصل الاجتماعي " أن:

- 57.9 % من المبحوثين يؤكدون تحريهم المصادقية في المنشورات التي يتناولونها عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 28.3 % يقرون بأنهم لا يتحرون المصادقية في المنشورات التي يتناولونها عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 13.8 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 3.71.

- الانحراف المعياري: 1.50.

وقد أوضحت كذلك المعطيات الميدانية المتعلقة بالعبارة الثالثة " أحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي " أن:

- 74.4 % من مفردات العينة حرصهم على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي.
- 19.3 % يقرون بأنهم لا يحرصون على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي.
- 6.3 % محايدون.
- المتوسط الحسابي: 4.18.
- الانحراف المعياري: 1.30.
- كما جاءت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالعبارة الرابعة " أحرص على النزاهة والحياد في منشوراتي عبر وسائط التواصل الاجتماعي " أن:
- 70 % من المبحوثين يؤكدون حرصهم على النزاهة والحياد في منشوراتهم عبر وسائط التواصل الاجتماعي.
- 19.9 % يقرون بعدم حرصهم على النزاهة والحياد في منشوراتهم عبر وسائط التواصل الاجتماعي.
- 10.2 % محايدون.
- المتوسط الحسابي: 4.09.
- الانحراف المعياري: 1.33.
- كما بينت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالعبارة الخامسة " أوجه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي في وسائط التواصل الاجتماعي " أن:

- 81.5 % من مجموع مفردات العينة يؤكدون على أنهم يوجهون النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتهم في وسائط التواصل الاجتماعي.
- 15.2 % يقرون بأنهم لا يوجهون النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتهم في وسائط التواصل الاجتماعي.
- 3.3 % محايدون.
- المتوسط الحسابي: 4.40.
- الانحراف المعياري: 1.10.
- وفيما يتعلق بالعبارة السادسة " أساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحرية" فقد بينت المعطيات الإحصائية أن:
- 75.4 % من المبحوثين يؤكدون على مساهمتهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية.
- 17.9 % يقرون بعدم مساهمتهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية.
- 6.6 % محايدون.
- المتوسط الحسابي: 4.20.
- الانحراف المعياري: 1.27.
- كما أوضحت البيانات الكمية المتعلقة بالعبارة السابعة " أساهم في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي " أن:

- 62.2 % من مفردات العينة يؤكدون على مساهمتهم في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 20.6 % يقرون بعدم مساهمتهم في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

- 17.1 % محايدون.

- المتوسط الحسابي: 3.84.

- الانحراف المعياري: 1.34.

وهذا قد بينت المعطيات الكمية على أنه قد ساهمت التطورات الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية، وهذا ما دلت عليه أيضا المشاهدات الواقعية.

إلى جانب هذا تؤكد التحليلات الإحصائية الواردة في الجدول رقم: (19) أدناه أنه ساهمت التطورات

الحاصلة لوسائط التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية، حيث كانت نتيجة معامل

الارتباط برسن = 0.47 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.05.

جدول رقم(19): معامل الارتباط بين وسائط التواصل الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية.

معامل الارتباط المتغيرات	العينة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
وسائط التواصل الاجتماعي	363	0.47	0.05
المسؤولية الاجتماعية			

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات: IBM SPSS Statistics 20

وبناء على هذه الشواهد الكمية، والواقعية والإحصائية، يتضح أنه ساهمت التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية.

ثانيا: مناقشة النتائج في ضوء الأهداف.

استطاعت هذه الدراسة من خلال استراتيجيتها المنهجية المتمحورة حول: الكشف، الوصف، والتفسير أن تحقق أهدافها، وإيجاد الارتباطات الممكنة بين مؤشرات متغيري الدراسة.

ففي المقام الأول تم التأكد بأن لوسائل التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، حيث ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وجعلته يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي، كما أنها نمت من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية، وساعدت على التعبير عن الرأي والاتجاهات بكل حرية، كما ساهمت من خلال بمنشوراتها في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع، ودعمت الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية، وعززت عبر منشوراتها أيضا الدعم المادي والمعنوي، وحاربت الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل.

ثالثا: مناقشة النتائج في ضوء النظريات.

أشرنا في أماكن مختلفة من هذه الدراسة إلى تباين المداخل النظرية التي عاجلت علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية، الأمر الذي قادنا إلى وضع لكل متغير نظرية تفسره، مكنتنا في النهاية من رصد مختلف الارتباطات السببية، والعلاقات التبادلية بين مكونات المتغيرين وسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية.

والجدير بالإشارة إلى أن هذه النظريات في تناولها لوسائط التواصل الاجتماعي ترى بأن الأفراد باختلاف مستوياتهم الاجتماعية والفكرية والثقافية يتواصلون ويتفاعلون افتراضيا لإشباع رغباتهم وحاجاتهم من خلال اعتمادهم على هذه الوسائط وسائط التواصل الاجتماعي، والتي من وسائل إثبات الحضور الاجتماعي، كما أنها تعزز إحساسهم بحضورهم الحقيقي بين الأفراد، ولا تستوجب الحضور الفعلي في مكان واحد أو وجهها لوجه، أما بالنسبة لنظريات التي تناولت القيم الاجتماعية فهي تراها بأنها أحد جوانب النسق القيمي التي تتفاعل وتتساند مع باقي عناصر الأنساق وهي تساعد على توازن المجتمع واستقراره وأي اختلال أو تغير في نسق القيم يتبعه تغير عناصر النسق الأخرى وعلى الفرد المحافظة على نسق القيم السائد في المجتمع، فالمجتمع هو الموجه الأساسي لقيم الفرد وعلى الفرد اتباع نسق القيم السائد في مجتمعه، إلا أن احتواء المجتمع لجماعات عديدة ذات اتجاهات وقيم ومعايير مختلفة قد يؤدي إلى صراع القيم فالجماعات المختلفة تحاول تحقيق القيم المرغوبة بالنسبة لها، وفرضها.

ولقد دلت الملاحظات والشواهد الواقعية أن الأفراد باختلاف مستوياتهم الاجتماعية والفكرية والثقافية يتواصلون افتراضيا عبر وسائط التواصل الاجتماعي لإشباع دوافعهم ورغباتهم وأن وسائط التواصل الاجتماعي لا تستوجب الحضور الفعلي لمستخدميها وأن القيم الاجتماعية تساعد على توازن المجتمع واستقراره وقد تظهر قيم مختلفة من طرف جماعات مختلفة ليس بالضرورة تؤدي إلى الصراع بل تساهم في تحقيق القيم الاجتماعية المرغوبة.

رابعاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

توصلت الدراسة الراهنة في تناولها لموضوع وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية إلى جملة من النتائج اتفقت في بعضها مع العديد من الدراسات السابقة التي وردت في الفصل الأول، واختلفت مع بعضها الآخر، ويمكن توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة على النحو التالي:

1. لوسائط التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع.

تتفق هذه النتيجة التي توصلت إليها الدراسة الراهنة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة الباحثة " نوال قلاب ذبيح" حيث تناولت الباحثة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي والتي أجرتها على عينة من طلبة جامعة أم البواقي، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها قامت بدور مهم في حصول الطالب الجامعي على معلومات وآراء، وساعدته في تكوين مفاهيم واضحة للظواهر والأحداث المعاشة، وكونت لديه حساً للمواطنة بانتمائه وولائه لوطنه، كما اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا الراهنة في طبيعة مجتمع الدراسة وهو الشباب الجامعي.

كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة "رالا أحمد محمد عبد الوهاب المنصور" من خلال الدراسة التي أجرتها على الأفراد المقيمين بالقاهرة مصر والمتعرضين لوسائل التواصل الاجتماعي والموسومة بـ " تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة لدى الرأي العام"، حيث توصلت الباحثة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من ممارسة المواطنة التي تضمن المشاركة السياسية والاحساس بالهوية والشعور بالانتماء، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي.

وتتفق هذه النتيجة كذلك مع نتيجة الدراسة التي قام بها الباحث " خالد منصر " والتي كانت بعنوان " دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري "، وتوصل من خلالها إلى أن أهم السبل الكفيلة لتعزيز قيم المواطنة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية هو إيجاد سبل لتطوير حرية التعبير وسن قوانين تنظم عمل هذه المواقع، كما اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا الراهنة من حيث استخدامها لمقياس السلم التدريجي ل "ليكرت".

2. هناك علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ورفع معدلات العمل التطوعي:

تتفق هذه النتيجة التي توصلنا إليها الباحثان " بلال بوترة وبوقروز أمينة " من خلال دراستهما الموسومة ب: " مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني " حيث توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في غرس ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب وذلك لوصولها لأكبر وأهم شريحة في المجتمع. كما تتفق هذه النتيجة كذلك مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة "منتهى كيلاني" بعنوان " دور الفاييس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي " حيث توصلت إلى أن الفاييس بوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي كما أنها يتيح مساحة معرفية للتعريف بالعمل التطوعي والدعوة إلى المساهمة والمشاركة بمشاريعه وحملاته، كما أن منشورات الفاييس بوك تبين القيمة الإنسانية للعمل التطوعي.

وتتفق هذه النتيجة أيضا مع نتيجة الدراسة التي قامت بها "هالة دغمان" الموسومة ب: " مواقع التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي " التي أجرتها على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييس بوك بجامعة باجي مختار عنابة، وتوصلت من خلالها إلى أن الفاييس بوك ساهم في رفع مدخلات العمل التطوعي من خلال الحملات التحسيسية والتوعوية التي ينظمها رواد الموقع، كما أنه لموقع الفاييس بوك أثر إيجابي على قيمة مساعدة الغير.

3. ساهمت التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية.

تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة " ديانة فوزي باعمر " بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية " وتوصلت من خلالها إلى أن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يحرصون على ممارسة دورهم في المجتمع في مختلف الموضوعات، كما أنهم يهتمون بالمشاركة الاجتماعية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تتفق هذه النتيجة أيضا مع النتيجة التي توصل إليها الباحث " عبد الكريم تفرقنت " المسومة ب: " الحرية والمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي "، وقد توصل الباحث إلى أنه هناك محاولات لتحديد المسؤولية الاجتماعية من قبل الدول وذلك من خلال سن تشريعات وقوانين لردع الأخبار الملفة المنشورة والتجاوزات التي تحدث.

خاتمة

خاتمة:

ارتكزت دراستنا الراهنة على خطة متكاملة منهجيا وباستمولوجيا راجعنا من خلالها الاجتهادات البحثية التي لها صلة بموضوع وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية، إلى جانب تقييم الرصيد المعرفي المرتبط بموضوع البحث.

والجدير بالذكر إلى أن المراجعة الانتقائية والتحليلية للأدبيات قد غطت عموما الأعمال النظرية والدراسات الامبريقية حول الموضوع محل الدراسة.

وقد تم التوصل إلى عدد من النتائج العامة والجزئية، وهي أن لوسائط التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع من خلال المساهمة في تنمية ثقافة المجتمع ورفض كل مظاهر التعصب القبلي والجهوي، فضلا عن تنمية مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية، كما أنها تساعد على التعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية، كما تساهم منشوراتها في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع، و تدعم المنشورات عبرها الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية، وتعزز الدعم المادي والمعنوي، تحارب وسائط التواصل الاجتماعي الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل.

إلى جانب هذا أكدت الدراسة على وجود علاقة دالة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع مدخلات العمل التطوعي وذلك من خلال المشاركة في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة ، وكذلك المشاركة عبر الحسابات منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية، ودعم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة ، وكذلك الإشهار عبرها للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية، ومشاركة منشورات البرامج التطوعية لحماية البيئة من التلوث،

وكذلك مشاركة حملات التنظيف عبرها، ومشاركة المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.

كما أكدت الدراسة على أن التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في ارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية من خلال تحري الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة فيها، وتحري المصادقية في المنشورات التي تتداول عبرها، والحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر هذه الوسائل، والحرص على النزاهة والحياد في مشاركة المنشورات، وتوجيه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر المنشورات، والمساهمة في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، والمساهمة في نشر قيم التسامح. بالإضافة إلى الإشارة إلى أفاق البحث وأن الموضوع محل الدراسة لا زال يحتاج إلى المزيد من البحث والتقصي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب.

1. أحمد بن مرسي: الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
2. أحمد حسين اللقاني، فارعة حسن محمد: مناهج التعليم بين الواقع والمستقبل، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2001.
3. آرثر أسا بيرغر، ترجمة صالح خليل أبو أصبع: وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نقدية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت، 2012.
4. الربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية المطلقة، الشركة الوطنية لنشر والتوزيع، الجزائر، 1980.
5. بلقاسم بن روان: وسائل الاعلام والمجتمع "دراسة في الابعاد الاجتماعية والمؤسسية"، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
6. جان بول رزفير، ترجمة عادل العوا: فلسفة القيم، ط1، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001. فليب جونز، ترجمة محمد ياسر الخواجة: النظريات الاجتماعية والممارسة البحثية، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.

7. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم
رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
8. جمال مختار: حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق؟، ط1، ميديا ياهشوس، القاهرة، 2008.
9. جوديث قان إقرا، ترجمة عز الدين جميل عطية: التلفزيون ونمو الطفل، ط03، المجلس الأعلى
للثقافة، القاهرة، مصر، 2005.
10. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفاييس بوك على المجتمع آلية التشبيك مواقع اجتماعية عربية
التي لا يعرفها الكثيرون الفيس ساحة ذهبية للإعلان، ط1، المجلس الإتحادي للمصنفات
الأدبية والفنية، الخرطوم، 2011.
11. وديع العريزي: الإعلام الجديد المفاهيم والنظريات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط1،
القاهرة، مصر، 2015.
12. وحدة الأبحاث والمساعدة الفنية: تقرير حول حرية الرأي والتعبير عبر شبكات التواصل
الاجتماعي: بين الضوابط والقيود والانتهاكات والآثار" مركز الميزان لحقوق الإنسان، جانفي
2020.
13. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة،
ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات بيروت، 2017.

14. حميد خروف وآخرون: الإشكالات النظرية والواقع مجتمع المدينة نموذجاً، دار البعث، قسنطينة، 1999.
15. حنان عبد الحميد العناني: الطفل والأسرة، ط1، دار الصفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2000.
16. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
17. حسن السوداني، محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2006.
18. حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
19. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.
20. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
21. حشمت توفيق عزيز عياد: الإعلام وقضايا التنمية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
22. طه الحاج الياس: المناهج بين الثوابت والمتغيرات، ط1، مكتبة الأقصى، عمان، 1990.

23. يونس وفاروق زكي: الخدمة الاجتماعية والتغير الاجتماعي، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1978.
24. يسرى خالد إبراهيم: وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الانماء المعرفي، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
25. كامل محمد مغربي: السلوك التنظيمي، مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع عمان، 1995.
26. لويس كامل مليكة: سيكولوجية الجماعات والقيادة، ط1، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1991.
27. ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح، عمان، 2012.
28. ماجد الزبود: الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
29. ماجد زكي الجلال: تعلم القيم وتعليمها "تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم"، ط1، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، 2005.
30. ماجد زكي الجلال: تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
31. مارك بالنافز وآخرون، ترجمة عاطف حطية: نظريات ومناهج الاعلام، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2017.

32. محمد أحمد محمود إبراهيم: القيم الاجتماعية كما تعكسها ثورة كربلاء دراسة تحليلية لقيم الإمام حسين وقيم السلطة الأموية، ط 1، مركز الأبحاث العقائدية، العراق 1434.
33. محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الاستخدام والتأثير، ط 1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
34. محمد سيد ريان: الاعلام الجديد، ط1، مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012.
35. محمد سعد القزاز، صالح أبو عراد استهري: المبادئ العامة للتربية، مكتبة أهباء الحديثة، المدينة المنورة، 1992.
36. محمد عاطف غيث: علم الاجتماع الجزء الأول النظرية والمنهج والموضوع، دار العارف، الإسكندرية، 1966.
37. محمد قاسم القريوتي: نظرية المنظمة والتنظيم، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2000.
38. محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني نشرات الاخبار المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
39. مصطفى يوسف كافي: الاعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
40. مصعب حسام الدين قتلوني: ثورات الفيس بوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت 2014.

41. موريس أنجلوس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر.
42. منير المرسي سرحان: في اجتماعيات التربية، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1981.
43. معن خليل عمر: البناء الاجتماعي "أنساقه ونظمه"، ط1، دار الشروق، عمان، 1997.
44. مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني (الأسس وأفاق المستقبل)، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
45. مركز المحتسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً، ط1، سلسلة المحتسب خيرية ونجاة 1431هـ.
46. مركز الحرب الناعمة الدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية، مركز الحرب الناعمة للدراسات، بيروت، 2016.
47. نوال مصطفى رمضان: التنشئة الاجتماعية والقيم السياسية لدى الطفل المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992.
48. نضال فلاح الظلاعين وآخرين: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
49. سناء حامد زهران: إرشاد الصحة النفسية لتصحيح مشاعر ومعتقدات الاغتراب، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.

50. عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
51. عبد القادر الشريف: التربية الاجتماعية والدينية في رياض الأطفال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
52. عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.
53. عبد الرزاق عبد الله عوض: الهجرة الوافدة وعلاقتها بتغير بعض القيم الاجتماعية، ط1، دار الطباعة الحرة، الإسكندرية، 2009.
54. عبد الرحمان التحلاوي: أصول التربية الإسلامية، ط2، دار الفكر، دمشق، 1982.
55. عبد الرحمان برقوق وآخرون: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجيا الحديثة، دار الخلدونية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
56. عوكي أوليغ: فيس بوك للجميع، ط1، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2010.
57. علي أحمد الجمل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
58. علي أحمد الجميل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي دراسة تربوية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1996.

59. علي عبد الفتاح كنعان: الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
60. علي خليل مصطفى أبو العينين: القيم الإسلامية والتربية دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها، مكتبة ابراهيم حلي، المدينة المنورة، 1998.
61. علي غربي: أبعاد المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة Cirta copy، قسنطينة، 2006.
62. فادية عمر الجولاني: علم الاجتماع الحضري، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1993.
63. فوزية ذياب: القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية في الجمهورية العربية المتحدة ، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1966.
64. فوزية ذياب: القيم والعادات الاجتماعية، ط2، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 1980.
65. صالح ذياب هندي وآخرون: أسس التربية، ط3، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1995.
66. صونية عبيدش: الشباب الجزائري والفييس بوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، دار طاكسيجكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016.

67. قباري محمد اسماعيل: قضايا عدم الاخلاق، ط2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2006.

68. رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، دمشق سوريا، ط1، 2000.

69. شروق سامي فوزي: التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.

70. خالد وليد محمود: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغير في العالم العربي، ط1، مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب، بيروت، 2011.

71. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعي ماهية شبكات التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

72. خليل مخائيل معوض: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 1999.

ثانيا: الأطروحات والرسائل الجامعية:

73. إبراهيم السيد أحمد: البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الزقازيق، معهد البحوث والدراسات الأسبوية، قسم العلوم الاجتماعية، 2005.

74. أوريدة قلمين: القيم الاجتماعية المكتسبة من مقررات محو الأمية وعلاقتها بالدور التربوي للأُمّهات الريفيات دراسة ميدانية للأُمّهات الريفيات في بعض قرى ولاية المسيلة (مذكرة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011-2012.
75. أمينة نبيح: اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي، دراسة ميدانية لمستخدمي الفيس بوك في الجزائر، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة) في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012-2013.
76. جمال عائدي: القيم الاجتماعي والتغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري اختيار النظرية التحديث الوظيفية دراسة ميدانية في الوسط الجامعي (أطروحة دكتوراه غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014-2015.
77. هالة دغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، العلاقة بين الواقعي والافتراضي العالقة-دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017.
78. زينب لموشي: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، دراسة ميدانية لعينة من البرلمانيات الجزائري (جانفي 2014-جانفي 2017) (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017.

79. حاتم سليم علاونة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري دراسة ميدانية على النقيبين في إربد، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان.
80. يحيى تقي الدين: القيم ال ثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة اثنوجرافية، (أطروحة دكتوراه علوم غير منشورة)، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، 2017-2018.
81. لامية طالة: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال الإنساني (أطروحة دكتوراه غير منشورة) كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2014-2015.
82. منتهى الكيلاني: دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2019.
83. مصطفى بن طيفور: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي —دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك بجامعة مستغانم ووهران، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2017.

84. مراد سيرطعي: واقع الإصلاح التربوي في الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2007-2008.
85. مريم زغدودي: تأثير القيم الاجتماعية على السلوك التنظيمي للعمال-دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية-جامعة الجزائر 2 (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2014-2015.
86. مريم نعيمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
87. مخلوف بومدين: أثر الأنترنت على القيم الاجتماعية في الوسط الحضري دراسة ميدانية ببعض نوادي الأنترنت بمدينة المسيلة (مذكرة ماجستير غير منشورة) كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2009-2010.
88. نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016.
89. نعيمة بوذينة: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي - جامعة الجلفة نموذجا - أطروحة دكتوراه، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.

90. سهام بوقلوف: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييس بوك، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
91. سليمة حفيظي: التكوين الجامعي واحتياجات الوظيفة (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2004-2005.
92. عطاء الله طريف: المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون الجزائري ودرها في توجيه أولويات الجمهور نحو الممارسة الرياضية دراسة تحليلية وميدانية لوظائف التلفزيون العمومي الجزائري خلال 2015-2016 (أطروحة دكتوراه غير منشورة) معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2015-2016.
93. فلاح سلامة حسن الصفدي: استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة: دراسة ميدانية في محافظات غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2015.
94. شفيقة مهري: الاتصال وتشكيل الوعي البيئي عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع الفاييس بوك في الجزائر (أطروحة دكتوراه غير منشورة) كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017-2018.

95. خالد منصر: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري (أطروحة دكتوراه غير منشورة) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2017-2018.

ثالثا: المعاجم.

96. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982.

رابعا: المجلات.

97. إبراهيم سليمان مصري، علاء الدين محمد عياش: اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد، المجلة الإنسانية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 2، المجلد 7، الجزائر، 2019.

98. إبراهيم قلواز، عربي محمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 6، المجلد الثالث، تيسيمسليت، الجزائر، ديسمبر 2018.

99. أحلام بلمادي: سوسيولوجية القيم والتغير القيمي في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، العدد 7، المجلد 4، مؤسسة كنوز للنشر والتوزيع، الجزائر، جوان 2016.

100. أحمد بن قسمة، توفيق برغوتي: القيم الاجتماعية في الإعلام قراءة نظرية، مجلة المعيار، العدد 51، مجلد 24، الجزائر، 2020.
101. الجموعي مومن بكوش: القيم الاجتماعية، مقارنة نفسية، اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 8، جامعة الوادي، سبتمبر 2014.
102. النوي بالطاهر، عائكة غرغوط: دور المدرسة في تعزيز الانتماء الوطني لدى التلاميذ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 3، المجلد 12، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سبتمبر 2020.
103. بلال بوترعة، بوقروز أمينة: مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني، مجلة الاعلام والمجتمع، العدد 2، الوادي، الجزائر، أكتوبر 2017.
104. ديانة فوزي باعامر: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الثامن، جامعة القاهرة، مصر، جانفي 2022.
105. نوال قلاب ذبيح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طالب الجامعة، مجلة إضاءات، العدد 1، جامعة تامنغست، الجزائر، 2018.

106. حاتم سليم علاونة، سهى محمد: "استخدامات الصحفيين الأردنيين للفايسبوك والإشباعات المحققة-دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الأردنيين-، مجلة المنارة، العدد(03)، المجلد (22)، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، 2016.
107. حميد خروف: فعالية القيم العلمية التربوية رؤية سوسيولوجية، مجلة العلو الإنسانية، العدد 10، جامعة منتوري قسنطينة، 1998.
108. كلير الحلو وآخرون: "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي دراسة مقارنة متعددة الدول، المجلة الدولية للدراسات النفسية والتربوية، العدد (03)، الجامعة اللبنانية، 2018.
109. لامية طالة: حرية التعبير عن الرأي: قراءة في المفهوم وأهم التجليات الإعلامية والسياسية، مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر، العدد 01، المجلد 05.
110. لطفي محمد الخطيب: استخدام الانترنت في الانشطة الأكاديمية من وجهة نظر طلبة كلية الطب في جامعة العلوم والتكنولوجيا الاردنية والصعوبات المتعلقة بهذا الاستخدام، مجلة العلوم التربوية والنفسية، العدد 2، المجلد 12، جويلية 2011.
111. محمود حمدي عبد القوي: دور الاعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الاعلام والإصلاح، الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، جويلية 2009.

112. محمد مولودي: العمل التطوعي ومساهمته في استمرار الحراك الشعبي الجزائري، مجلة آفاق علمية، العدد 4، المجلد 13، جامعة تمنغاست، 2021.
113. محمد عبد الرؤف بن سبع، محمد الصالح عوين: واقع القيم الاجتماعية في ضوء تكنولوجيا المعلومات الحديثة، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد 3، مجلد 3 الوادي، 2020.
114. مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد (395)، لبنان، 2012.
115. نادية عطوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية، دراسة سوسيوثقافية، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، العدد 1، المجلد 6، الجزائر، جوان 2020.
116. نجاة ساسي هادف، وردة برويس، الهاني عاشور: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز العمل التطوعي، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، العدد 4، المجلد 3، الجزائر، ديسمبر 2021.
117. نهي بلعيد: تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد (1)، 2016.
118. نورا طلعت إسماعيل رمضان: العلاقات الاجتماعية لمستخدمي الألعاب الإلكترونية عبر الأنترنت لعبة ببجي PUBG نموذجا، المجلة العربية للنشر العرب العدد (14) 2019.

119. سميرة شيخاني: الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني،
المجلة 26، 2010.

120. سعاد عزيزو، بوروي رجاح فريدة: الشعور بالولاء للوطن لدى الشباب الجزائري، مجلة الباحث
في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، سبتمبر 2018، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

121. عبد الكريم تفرقنيت: الحرية والمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية
للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 2، المجلد 8، الجزائر، 2020.

122. عبد الرحمن بن جيلالي: حرية الرأي والتعبير في الدستور الجزائري، مجلة صوت القانون، العدد
الأول، جامعة خميس مليانة، أفريل 2014.

123. فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر
نموذجاً، مجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 61، المجلد 31، الرياض، 2014.

124. قيتان عبد الله الغامدي: التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني، ورقة بحثية
مقدمة إلى ندوة الاعلام والأمن الالكتروني، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ماي
2012.

125. رهام سعد الحيلان، محمد إبراهيم الحديلان: "واقع الحضور الاجتماعي في حالة الفصل في
التعليم من وجهة نظر وخبرات طالبات الدراسات العليا بجامعة الملك سعود باستخدام نظام

إدارة التعلم بلاك ورد، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد (20)، كلية البنات للآداب

والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، 2019.

126. رالا أحمد محمد عبد الوهاب منصور: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة

والانتماء لدى العام، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 57، جامعة الأزهر، كلية الاعلام، مصر،

أفريل 2021.

127. خديجة خير الله عبد الرحمن العظامات: تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في

المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة، مجلة كلية التربية جامعة عين شمس، العدد 46،

الجزء 4، 2022.

خامسا: المؤتمرات.

128. المؤتمر الثامن عشر للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي، نظام

التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر الوضع الراهن والأفق المستقبلية، الجزائر 26، 27،

28 ديسمبر 2021.

129. أميرة بسام الأغا، نور يحي اسليم: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية

لدى طلبة الجامعات الفلسطينية وسبل تطويره، مؤتمر كلية التربية القيم في المجتمع الفلسطيني

"واقع وتحديات"، جامعة فلسطين، 2017.

سادسا: القوانين.

130. قانون 20-06 المؤرخ في 28 أبريل 2020 يعدل ويتمم الأمر 66/156 المؤرخ في 8 سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات.

سابعاً: المواقع الإلكترونية.

131. محمد لعلامة: أحدث الاحصائيات لاستخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي،

<https://www.awras.com>، الساعة 6.08، 2023\11\10

132. عبد القادر فلاقي: التعليم العالي في الجزائر أفق بناء منظومة تعليمية، 05\02\2024،

<https://elbassair.dz/24754> .10.35

133. عبد الرزاق. ب: عدد مستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر عام 2023،

<https://www.echoroukonline.com>، الساعة 6.25، 2023\11\10 .

/

134. عبد الرزاق: فيس بوك تطلق حملة لمواجهة الاخبار الكاذبة تشمل الجزائر. موقع الشروق اون

لاين. نشر بتاريخ 2020/11/9، متاح على الرابط [Echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com):

بتاريخ 2021/01/16 على الساعة 11:25.

135. عثمان كباشي: أرقام في حياتنا، 2023\11\10، الساعة 5.35،

<https://www.aljazeera.net/blogs> ..

الملاحق

أولاً: الجداول:

نتائج spss

جدول رقم (01) يوضح معامل الثبات الكلي للمحور الأول من مخرجات برنامج spss.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,809	7

جدول رقم (02) يوضح معامل يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ لعبارات المحور الأول من مخرجات برنامج spss.

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
تساعد وسائط التواصل في تنمية ثقافة المجتمع	26,6000	20,938	,547	,786
دّيزيد من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء	26,6667	20,368	,652	,764

تساعدني على التعبير عن رأيي بحرية	26,3333	21,126	,732	,753
تتساهم المنشورات في مواجهة الشائعات المنتشرة	26,2333	24,392	,433	,802
تدعم المنشورات الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر	26,2333	21,495	,798	,748
تعزز منشورات الدعم تحارب الفساد والمحسوبية والرشوة	26,4333	21,564	,604	,774
	26,7000	25,183	,193	,849

جدول رقم (03) يوضح معامل الثبات الكلي للمحور الثاني من مخرجات برنامج spss.

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,865	7

جدول رقم (04) يوضح معامل يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ لعبارات المحور الثاني من مخرجات برنامج spss.

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression n d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression n d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression n de l'élément
انظم في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة	27,4333	17,289	,766	,828
أشارك عبر حساباتي ف منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين	27,1000	19,334	,914	,809
أدعم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة	27,1667	18,902	,924	,806
أقوم بالإشهار للتكفل باليتمى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية	27,1667	24,075	,276	,890
أشارك منشورات البرامج التطوعية عبر حساباتي	27,1000	19,334	,914	,809
أشارك حملات التنظيف	27,1333	19,499	,885	,813

أشارك المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.	27,3000	26,976	-,021	,921
---	---------	--------	-------	------

جدول رقم (05) يوضح معامل الثبات الكلي للمحور الثالث من مخرجات برنامج spss.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,766	7

جدول رقم (06) يوضح معامل يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ لعبارات المحور الثالث من مخرجات برنامج spss.

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression n d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression n d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression n de l'élément
--	--	---	--	---

تتحرى الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة	26,2667	18,064	,719	,685
تتحرى المصادقية في المنشورات التي أتناولها	26,3667	18,102	,518	,733
تحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم	26,0333	18,654	,817	,676
تحرص على النزاهة والحياد في منشوراتي	26,1667	24,075	,127	,801
توجه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي	26,0667	18,133	,816	,671
تساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحري	26,3333	18,299	,611	,708
تساهم في نشر قيم التسامح	26,3667	26,033	-,058	,828

جدول رقم (07) يمثل متغير الجنس من مخرجات برنامج SPSS

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	133	36,6	36,6	36,6

أنثى	230	63,4	63,4	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (08) يمثل متغير السن من مخرجات برنامج SPSS.

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid من 18 إلى 21	162	44,6	44,6	44,6
من 22 إلى 26	157	43,3	43,3	87,9
26 فما فوق	44	12,1	12,1	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (09) يمثل المستوى الجامعي من مخرجات برنامج SPSS.

المستوى الجامعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

ليسانس	190	52,3	52,3	52,3
Valid ماستر	140	38,6	38,6	90,9
e دكتوراه	33	9,1	9,1	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (10) يمثل الكلية التي يدرس فيها من مخرجات برنامج SPSS.

ماهي الكلية التي تدرس فيها؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
كلية العلوم والتكنولوجيا	130	35,8	35,8	35,8
كلية الأداب واللغات	69	19,0	19,0	54,8
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية	25	6,9	6,9	61,7
Valid كلية الحقوق والعلوم السياسية	34	9,4	9,4	71,1
e كلية علوم الطبيعة والحياة	41	11,3	11,3	82,4
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	64	17,6	17,6	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (11) يمثل نوع الوسيط الأكثر استخداما من مخرجات برنامج SPSS.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
twitter	43	11,8	11,8	11,8
youtube	43	11,8	11,8	23,7
instagram	72	19,8	19,8	43,5
facebook	125	34,4	34,4	78,0
tik tok	80	22,0	22,0	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (12) يمثل الوسيلة التي يتم الولوج إليها من خلال وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج SPSS.

الوسيلة التي يتم الولوج من خلالها لوسائط التواصل الاجتماعي؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الهاتف النقال	201	55,4	55,4	55,4

e	اللوحة الالكترونية	81	22,3	22,3	77,7
	الحاسوب	81	22,3	22,3	100,0
	Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (13) يمثل كيفية استخدام وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج SPSS.

كيفية استخدامك لوسائط التواصل الاجتماعي؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	265	73,0	73,0	73,0
Valid أحيانا	79	21,8	21,8	94,8
e نادرا	19	5,2	5,2	100,0
Total	363	100,0	100,0	

		تساعد	ذتزيد		تتساهم	تدعم	تعزز	والمحسوبة والرشرة
		وسائط	من	تساعد	المنشورات	المنشورات	منشورا	
		التواصل	خلال	ني	في	الحملات	ت	
		في تنمية	منشورا	على	مواجهة	التوعوية	الدعم	
		ثقافة	تھا	التعبير	الشائعات	والتثقيفية		
		المجتمع	مشاعر	عن	المنتشرة	لوقاية	المجتمع من	
			الوفاء	رأيي		مختلف	المخاطر	
				بحرية				
N	Valide	363	363	363	363	363	363	
	Manquante	0	0	0	0	0	0	
	Moyenne	3,843	4,10	4,1	3,994	4,044	4,11	
		0	47	460	5	1	85	
	Ecart-type	1,467	1,40	1,3	1,454	1,405	1,33	
		93	443	515	64	9	990	
				5				

جدول رقم (14) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثاني للاستمارة لوسائط التواصل الاجتماعي دور في تعزيز قيم المواطنة داخل المجتمع من مخرجات برنامج spss.

جدول رقم (15) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة المجتمع وتجعله يرفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي من مخرجات برنامج spss.

تساعد وسائط التواصل في تنمية ثقافة المجتمع

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	36	9,9	9,9	9,9
أرفض	64	17,6	17,6	27,5
Valid محايد	15	4,1	4,1	31,7
e موافق	54	14,9	14,9	46,6
موافق بشدة	194	53,4	53,4	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (16) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو تنمية وسائط التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء اتجاه الثوابت الوطنية من مخرجات برنامج spss.

تزيد وسائط التواصل الاجتماعي من خلال منشوراتها مشاعر الوفاء

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	28	7,7	7,7	7,7
Valid أرفض	55	15,2	15,2	22,9
e محايد	7	1,9	1,9	24,8

موافق	34	9,4	9,4	34,2
موافق بشدة	239	65,8	65,8	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (17) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو مساعدة وسائط التواصل الاجتماعي على التعبير عن الرأي والاتجاهات بحرية من مخرجات برنامج spss.

تساعدني وسائط التواصل الاجتماعي على التعبير عن رأيي بحرية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	21	5,8	5,8	5,8
أرفض	56	15,4	15,4	21,2
Valid محايد	14	3,9	3,9	25,1
موافق	30	8,3	8,3	33,3
موافق بشدة	242	66,7	66,7	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (18) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو مساهمة المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات المنتشرة في المجتمع من مخرجات برنامج SPSS.

تساهم المنشورات في مواجهة الشائعات المنتشرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	28	7,7	7,7	7,7
أرفض	68	18,7	18,7	26,4
Valid محايد	12	3,3	3,3	29,8
e غير موافق	25	6,9	6,9	36,6
موافق بشدة	230	63,4	63,4	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (19) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو دعم المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر الاجتماعية في المجتمع من مخرجات برنامج SPSS.

تدعم المنشورات الحملات التوعوية والتثقيفية لوقاية المجتمع من مختلف المخاطر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valid e	أرفض بشدة	27	7,4	7,4	7,4
	أرفض	54	14,9	14,9	22,3
	محايد	26	7,2	7,2	29,5
	موافق	25	6,9	6,9	36,4
	موافق بشدة	231	63,6	63,6	100,0
	Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (20) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو تعزيز منشورات وسائط التواصل الاجتماعي الدعم المادي
والمعنوي من مخرجات برنامج spss.

تعزز منشورات الدعم

	Effectif	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	أرفض بشدة	16	4,4	4,4
	أرفض	61	16,8	21,2
	محايد	27	7,4	28,7
	موافق	19	5,2	33,9
	موافق بشدة	240	66,1	100,0

Total	363	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

جدول رقم (21) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو محاربة وسائط التواصل الاجتماعي الفساد والمحسوبية والرشوة من خلال إعطاء الحرية لمستخدميها في مشاركة ونشر الدلائل من مخرجات برنامج spss.

تحارب الفساد والمحسوبية والرشوة

	Effectif	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	14	3,9	3,9	3,9
أرفض	40	11,0	11,0	14,9
Valid محايد	51	14,0	14,0	28,9
موافق	57	15,7	15,7	44,6
موافق بشدة	201	55,4	55,4	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (22) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثاني للاستمارة العلاقة بين وسائط التواصل الاجتماعي ورفع مدخلات العمل التطوعي من مخرجات برنامج spss.

ت	أشارك حملات	أشارك منشورات	أقوم بالإشهار	أدعم المبادرات التي	أشارك عبر	انظم في
ع	التنظيف	البرامج التطوعية	للتكفل باليتامى	تهتم بمعالجة	حساباتي ف	المجموعات التي
ن		عبر حساباتي	والمحتاجين في	الحالات المرضية	منشورات حول	تقوم بنشر مختلف
		المناسبات الدينية	والمناسبات الدينية	المستعجلة	جمع المساعدات	الأعمال لرعاية
		والاجتماعية			للأشخاص	الطفولة
					المتضررين	
Valide	363	363	363	363	363	363
N Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne	4,1653	4,2810	4,4463	4,3140	4,2948	3,8320
Ecart-type	1,30456	1,26288	1,16071	1,22158	1,27390	1,47423

جدول رقم (23) يوضح المشاركة في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة عبر وسائط

التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

انظم في المجموعات التي تقوم بنشر مختلف الأعمال لرعاية الطفولة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	34	9,4	9,4	9,4
أرفض	61	16,8	16,8	26,2
محايد	42	11,6	11,6	37,7
موافق	21	5,8	5,8	43,5

موافق بشدة	205	56,5	56,5	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (24) يوضح المشاركة عبر الحسابات في وسائط التواصل الاجتماعي منشورات حول جمع المساعدات

للأشخاص المتضررين من الكوارث الطبيعية من مخرجات برنامج spss.

أشارك عبر حساباتي ف منشورات حول جمع المساعدات للأشخاص المتضررين

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	23	6,3	6,3	6,3
أرفض	32	8,8	8,8	15,2
Valid محايد	22	6,1	6,1	21,2
موافق	24	6,6	6,6	27,8
موافق بشدة	262	72,2	72,2	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (25) يوضح دعم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

أدعم المبادرات التي تهتم بمعالجة الحالات المرضية المستعجلة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	13	3,6	3,6	3,6
أرفض	44	12,1	12,1	15,7
Valid محايد	21	5,8	5,8	21,5
موافق	23	6,3	6,3	27,8
موافق بشدة	262	72,2	72,2	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (26) يوضح القيام بالإشهار عبر وسائط التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية من مخرجات برنامج spss.

أقوم بالإشهار للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valid e	أرفض بشدة	14	3,9	3,9	3,9
	أرفض	33	9,1	9,1	12,9
	محايد	16	4,4	4,4	17,4
	موافق	14	3,9	3,9	21,2
	موافق بشدة	286	78,8	78,8	100,0
	Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (27) يوضح مشاركة منشورات البرامج التطوعية عبر الحسابات في وسائط التواصل الاجتماعي لحماية البيئة من التلوث من مخرجات برنامج spss.

أشارك منشورات البرامج التطوعية عبر حساباتي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	أرفض بشدة	15	4,1	4,1
	أرفض	48	13,2	17,4
	محايد	18	5,0	22,3
	موافق	21	5,8	28,1

موافق بشدة	261	71,9	71,9	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (28) يوضح مشاركة حملات التنظيف عبر وسائط التواصل الاجتماعي لقوة تأثيرها من مخرجات برنامج spss.

أشارك حملات التنظيف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	18	5,0	5,0	5,0
أرفض	51	14,0	14,0	19,0
Valid محايد	22	6,1	6,1	25,1
موافق	34	9,4	9,4	34,4
موافق بشدة	238	65,6	65,6	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (29) مشارك المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى من مخرجات برنامج spss.

أشارك المنشورات التي تدعو للمساهمة في جمع تبرعات لفائدة الأشخاص بدون مأوى.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	15	4,1	4,1	4,1
أرفض	33	9,1	9,1	13,2
Valid محايد	54	14,9	14,9	28,1
e موافق	56	15,4	15,4	43,5
موافق بشدة	205	56,5	56,5	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (30) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الثالث للاستمارة مساهمة التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي في ارتباطهم بمسؤوليتهم الاجتماعية من مخرجات برنامج spss.

قيم	تساهم في نشر	توجه النصيحة	تحرص على النزاهة	تحرص على مشاركة	تتحري المصادقية	تتحري الأمانة في	
	الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحري	للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي	والحياد في منشوراتي	الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم	في المنشورات التي أداؤها	نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة	
363	363	363	363	363	363	363	Valide
0	0	0	0	0	0	0	N Manquant
4,2011	4,4022	4,0992	4,1818	3,7163	4,0083		Moyenne
1,27916	1,10408	1,33009	1,30448	1,50485	1,37758		Ecart-type

جدول رقم (31) تحري الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

تتحري الأمانة في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات المنشورة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	26	7,2	7,2	7,2
أرفض	47	12,9	12,9	20,1
محايد	45	12,4	12,4	32,5
موافق	25	6,9	6,9	39,4

موافق بشدة	220	60,6	60,6	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (32) تحري المصدقية في المنشورات التي يتم تداولها عبر وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

تتحري المصدقية في المنشورات التي أتداولها

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	39	10,7	10,7	10,7
أرفض	64	17,6	17,6	28,4
Valid محايد	50	13,8	13,8	42,1
موافق	18	5,0	5,0	47,1
موافق بشدة	192	52,9	52,9	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (33) يمثل الحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم عبر وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

تحرص على مشاركة الموضوعات التنموية في الصحة والتعليم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	16	4,4	4,4	4,4
أرفض	54	14,9	14,9	19,3
Valid محايد	23	6,3	6,3	25,6
e موافق	25	6,9	6,9	32,5
موافق بشدة	245	67,5	67,5	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (34) يمثل الحرص على النزاهة والحياد في المنشورات عبر وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

تحرص على النزاهة والحياد في منشوراتي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid أرفض بشدة	17	4,7	4,7	4,7
e				

أرفض	55	15,2	15,2	19,8
محايد	37	10,2	10,2	30,0
موافق	20	5,5	5,5	35,5
موافق بشدة	234	64,5	64,5	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (35) يمثل توجيه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي في وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

توجه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض	55	15,2	15,2	15,2
محايد	12	3,3	3,3	18,5
موافق	28	7,7	7,7	26,2
موافق بشدة	268	73,8	73,8	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (36) يمثل المساهمة في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحرية من مخرجات برنامج spss.

تساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بالحرية الديمقراطية، كالتعبير الرأي والاتجاهات بحري

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أرفض بشدة	16	4,4	4,4	4,4
أرفض	49	13,5	13,5	17,9
Valid محايد	24	6,6	6,6	24,5
موافق	31	8,5	8,5	33,1
موافق بشدة	243	66,9	66,9	100,0
Total	363	100,0	100,0	

جدول رقم (37) يمثل المساهمة في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي من مخرجات برنامج spss.

تساهم في نشر قيم التسامح

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid أرفض بشدة	24	6,6	6,6	6,6

أرفض	51	14,0	14,0	20,7
محايد	62	17,1	17,1	37,7
موافق	47	12,9	12,9	50,7
موافق بشدة	179	49,3	49,3	100,0
Total	363	100,0	100,0	

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع الاتصال

علاقة وسائط التواصل الاجتماعي بتغير القيم الاجتماعية

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي

استمارة مقدمة في إطار بحث علمي ميداني لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه

إشراف الأستاذ الدكتور

إعداد

خالد بوشارب بولوذاني

هالة ياحي

ملاحظة: نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة على أسئلة الاستمارة بوضع علامة (X)، ونحيطكم علما أن المعلومات الواردة تبقى سرية تستغل فقط لأغراض علمية بحت

السنة الجامعية: 2024-2025.

محور البيانات الشخصية:

الجنس:

أنثى

ذكر

☐
☐

السن:

☐

38 فما فوق

☐

من 28 إلى 37

☐

من 18 إلى 27

المستوى التعليمي:

دكتوراه

ماستر

ليسانس

☐
☐
☐

ما نوع الوسيط الذي تملكه:

twiter

youtube

instargam

Facebook

☐
☐
☐
☐

المحور الأول: وسائط التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة التضامن.

رقم العبارة	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	أساهم في خلق منشورات تساهم في تقديم المساعدة					
02	أستجيب لحمالات التبرع بالدم المنشورة عبر وسائط التواصل الاجتماعي					
03	تحدث المنشورات التي تحث على تقديم المساعدات في الكوارث الطبيعية صدى عبر وسائط التواصل الاجتماعي					
04	تحدث منشورات تقديم المساعدات للمتضررين في الحروب تغيرا في سلوك المستخدمين					
05	لقت حملات التشجير التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا					
06	يساهم التفاعل الاجتماعي عبر وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز الروابط الاجتماعية					
07	تعزز وسائط التواصل الاجتماعي المشاركة المجتمعية					
08	أشعر بحس الانتماء من خلال الجماعات الافتراضية التي أنظم إليها					

المحور الثاني: استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وزيادة مدخلات العمل التطوعي

رقم العبارة	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
09	أُسعى إلى فعل الخير وأُشترك في المجموعات التي تقوم بنشر الأعمال التعاونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي					
10	أُشارك عبر حساباتي في وسائل التواصل الاجتماعي مشورات حول المساعدات التي تقدمها الجمعيات الخيرية					
11	أُدعم المبادرات التي تهتم بجمع المساعدات من أجل معالجة الحالات المرضية المستعجلة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي					
12	أُستمع بالمشاركة في الأعمال التي تخص مساعدة المتشردين عبر وسائل التواصل الاجتماعي					
13	أقوم بالإشهار عبر وسائل التواصل الاجتماعي للتكفل باليتامى والمحتاجين في المناسبات الدينية والاجتماعية					
14	تشجعي المنشورات التي تدعو لحملات التنظيف المختلفة المشاركة فيها					
15	يتميز العمل التطوعي المعلن عنه عبر وسائل التواصل الاجتماعي بكثرة المشاركين فيه نظرا لقوة تأثيرها					

المحور الثاني

المحور الثالث: هنالك علاقة دالة لارتباط الشباب بمسؤوليتهم الاجتماعية في ظل التطورات الحاصلة لوسائل التواصل الاجتماعي

رقم العبارة	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
16	أتحمل المسؤولية في المضامين التي أقوم بنشرها عبر وسائط التواصل الاجتماعي					
17	أتحرى الأمانة في نقل تبادل الأخبار والمعلومات					
18	أساهم في نشر قيم التسامح عبر وسائط التواصل الاجتماعي					
19	أحرص على ممارسة دوري في المجتمع حول الموضوعات المتعلقة بالبيئة وأشاركها عبر وسائط التواصل الاجتماعي					
20	أتمتع بالنزاهة والحياد في منشوراتي عبر وسائط التواصل الاجتماعي					
21	أوجه النصيحة للحفاظ على الملك العام عبر منشوراتي في وسائط التواصل الاجتماعي					
22	أساهم في نشر الموضوعات المتعلقة بقضايا حقوق الانسان					

المحور الثالث

					أتحرى المصادقية في المنشورات التي أداولها عبر وسائط التواصل الاجتماعي	23	
--	--	--	--	--	---	----	--