

جامعة عمّار ثليجي-الأغواط



كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع: _____

دور وسائط التواصل الاجتماعية في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلاقات العامة

إشراف الدكتور:

- ميلودي محمد

إعداد الطالبين:

- ادريس ميلودي

- يحيى لهذب

السنة الجامعية

2022/2021



جامعة عمّار ثليجي-الأغواط

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة



قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع: _____

دور وسائط التواصل الاجتماعية في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلاقات العامة

إشراف الدكتور:

- ميلودي محمد

إعداد الطالبين:

- ادريس ميلودي

- يحيى لهذب

السنة الجامعية

2022/2021



تشكرات

نشكر الله العلي القدير ونحمده الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين بكل
صدق واعتزافا أتقدم بالشكر الخالص إلى الأستاذ المشرف لإشرافه على
هذا العمل

و أتقدم كذلك بالشكر إلى كل اساتذة الاعلام والاتصال و كل الذين
ساهم في هذا العمل

إهداء

إلى الذي رفع يده كل ثانية من اجل رؤية كل جميل لي إلى تاج رؤوسنا
ومفخرة الصغير قبل الكبير إلى سندي في الحياة و مصدر فخري و اعتزازي
و قوتي أي الغالي رحمه الله .

إلى من حملتني وهنا على وهن ووضعتني وهنا على وهن، إلى من جعل الله
الجنة تحت أقدامها، إلى التي يهواها القلب وانغمست فيها الجوارح إلى التي لا
يصبر القلب على فراقها أُمي الغالية - إلى قرة عيني ونورها إلى من غمرتني
بحنائها وساندتني بدعواتها إلى إخوتي الأعزاء من الكبير إلى الصغير محمد،
خليل، بلقاسم، أيوب وخاصة لؤلؤة البيت السماء والكتاكت الصغار فتيحة
والطاهر ومحمد والطاهر الصغير والامورة لجين ولا أنسى نساء اخوتي كل
واحدة باسمها إلى كل من نساهم قلبي ولم تنساهم ذاكرتي
وفي الأخير نسأل الله العزيز القدير أن يجعل عملنا هذا نفعا يستفاد منه

ادريس ميلودي

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من سهرت على راحتي وسعادتي في الحياة إلى أمي
الغالية التي كانت شعلة أنارت دربي ومدتني بالقوة وقت الحاجة الى
مملكة الحنان

إلى من شيد لي طرق النجاح سندي ونور عيني أبي حفظه الله
إلى اخي واخواتي

. إلى جميع من ساعدني لإتمام هذا العمل من لأصدقاء والاساتذة

يحي لهذب

ملخص

نهدف من خلال هذه الدراسة الى معرفة دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية وقد ركزنا على الكشف ان دور وسائط تواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية يساهم لدى طلبة الجامعيين من خلال دراسة عينة من طلبة جامعة عمار الثليجي قسم الاعلام والاتصال بالأغواط ، واعتمدنا على المنهج الوصفي ، و استعنا باداة الاستبيان الذي تم توزيعه بشكل قصدي وقد توصلت الدراسة الى عدت نتائج تصب في مجرى واحد

وهو: ان للفييس بوك تاثير على اكتساب المعارف التعليمية و يساهم في نشر قيم و أفكار بين الافراد عبر مجال الواسع الذي يفتحه على جل الحضارات

Through this study, we aim to know the role of social media in shaping social values, and we focused on revealing that the role of social media in shaping social values contributes to university students by studying a sample of students from Ammar Al-Thilaji University, Department of Media and Communication in Laghouat, and we relied on the descriptive approach

And we used the questionnaire tool that was distributed intentionally, and the study reached several results that fall into one stream, which is: Facebook has an impact on acquiring knowledge and contributes to the dissemination of values and ideas among individuals through the wide field that opens it to most civilizations

The background of the page is a light blue color with a subtle pattern of roses and leaves. A central white box with rounded corners and a blue border contains the title text. The title is written in a bold, black, Arabic script font.

قائمة الاشكال والجداول

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
73	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
74	توزيع عينة الدراسة حسب السن	02
75	توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	03
76	توزيع عينة الدراسة حسب المكان القامة	04
77	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	05
78	توزيع عينة الدراسة حسب استخدام وسائل تواصل الاجتماعي	06
79	توزيع عينة الدراسة حسب مدت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	07
80	توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	08
81	توزيع عينة الدراسة حسب اماكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	09
82	توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي	10
83	توزيع عينة الدراسة حسب فترات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	11
84	توزيع عينة الدراسة حسب مع من تتواصل عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	12
85	استخدم اسمك الحقيقي ام المستعار في وسائل التواصل الاجتماعي	13
86	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك للفيس بوك	14
87	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك تويتر	15
88	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك واتس اب	16
89	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك سكايب	17
90	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك يوتوب	18

19	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك ماي سبايس	91
20	: توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك انستا غرام	92
21	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك فاير	93
22	متابعة ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	94
23	الصفحات التي تتابعها وتنشر قيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	95
24	تفاعل مع ماينشر حول القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	96
25	توزيع عينة الدراسة حسب وسائط اكثر نشرا للقيم الاجتماعية	97
26	توزيع عينة الدراسة حسب ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	98
27	القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي هل تتعارض مع المجتمع	99
28	توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم التسامح	100
29	توزيع عينة الدراسة حسب دور وسائط التواصل الاجتماعي في نبذ العنف	101
30	مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد	102
31	مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي	103
32	دور وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة احترام حقوق الاخرين وعدم التعدي عليها	104
33	ابرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها الولاء للوطن والدفاع عنه	105
34	توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء	106

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
73	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
74	توزيع عينة الدراسة حسب السن	02
75	توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	03
76	توزيع عينة الدراسة حسب المكان القامة	04
77	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	05
78	توزيع عينة الدراسة حسب استخدام وسائط تواصل الاجتماعي	06
79	توزيع عينة الدراسة حسب مدت استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	07
80	توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	08
81	توزيع عينة الدراسة حسب اماكن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	09
82	توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة المستخدم في وسائط التواصل الاجتماعي	10
83	توزيع عينة الدراسة حسب فترات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	11
84	توزيع عينة الدراسة حسب مع من تتواصل عند استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	12
85	استخدم اسمك الحقيقي ام المستعار في وسائط التواصل الاجتماعي	13
86	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك للفيس بوك	14
87	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك تويتر	15
88	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك واتس اب	16
89	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك سكايب	17
90	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك يوتوب	18

19	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك ماي سبايس	91
20	: توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك انستا غرام	92
21	توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك فاير	93
22	متابعة ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	94
23	الصفحات التي تتابعها وتنشر قيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	95
24	تفاعل مع ماينشر حول القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	96
25	توزيع عينة الدراسة حسب وسائط اكثر نشرا للقيم الاجتماعية	97
26	توزيع عينة الدراسة حسب ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي	98
27	القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي هل تتعارض مع المجتمع	99
28	توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم التسامح	100
29	توزيع عينة الدراسة حسب دور وسائط التواصل الاجتماعي في نبذ العنف	101
30	مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد	102
31	مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي	103
32	دور وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة احترام حقوق الاخرين وعدم التعدي عليها	104
33	ابرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها الولاء للوطن والدفاع عنه	105
34	توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء	106

الفهرس

قائمة المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

ملخص الدراسة

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الاشكال

مقدمة (أ، ب، ج)

الفصل الاول: الاطار المنهجي

اهمية وأهدف الدراسة 16

اسباب اختيار الموضوع 17

الاشكالية والحدود 18

التساؤلات 18

الفرضيات 19

الدراسات سابقة 19-20

المنهج المتبع 21

النظرية 23-21

ادوات و وعينة وحدود الدراسة 24-23

26-24

تحديد المفاهيم

الفصل الثاني: وسائط التواصل الاجتماعي

28

تمهيد

31-29

المبحث الأول: المفهوم وسائط التواصل الاجتماعي

30-29

المطلب الأول: التعريف وسائط التواصل الاجتماعي

31-30

المطلب الثاني: نشأة وسائط التواصل الاجتماعي

33-31

المبحث الثاني: مكونات وخصائص وسائط تواصل الاجتماعي

-31

المطلب الأول: مكونات وسائط التواصل الاجتماعي

32

33-32

المطلب الثاني: خصائص وسائط التواصل الاجتماعي

-34

المبحث الثالث: أنواع وسائط التواصل الاجتماعي وجوانبها.

48

45-34

المطلب الأول: أنواع وسائط التواصل الاجتماعي

48-45

المطلب الثاني: سلبيات وإيجابيات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

49

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: القيم الاجتماعية

51	تمهيد
55-52	المبحث الأول: مفهوم القيم
53-52	المطلب الأول: تعريف القيم
55-54	المطلب الثاني: تصنيف ومصادر القيم
59-56	المبحث الثاني: أهمية القيم وخصائصها
58-56	المطلب الأول أهمية القيم
59-58	المطلب الثاني خصائص القيم
67-60	المبحث الثالث: القيم الاجتماعية
62-60	المطلب الأول : مفهوم القيم الاجتماعية و انواع القيم الاجتماعية
66-63	المطلب الثاني : أساليب تكوين القيم الاجتماعية
67-66	المطلب الثالث: أهمية القيم الاجتماعية ودور وسائط تواصل الاجتماعي في ترسيخها
68	خلاصة الفصل

الفصل الرابع: أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط

70	تمهيد
71	المبحث الأول : اجراءات الدراسة
72-71	المطلب الأول : حدود الدراسة:
107-72	المطلب الثاني : عرض وتحليل البيانات
108	المبحث الثاني : نتائج الدراسة
108	المطلب الأول : نتائج العامة

المطلب الثاني : المقترحات والتوصيات

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

مقدمة

إن الإعلام في وقتنا الحالي، أضحى أكثر أهمية من أي وقت مضى، وتحول لدى البعض إلى غاية أكثر منه وسيلة، نظرا لقدرته على تشكيل وتوجيه الرأي العام، فعصرنا الراهن بما يمتاز به من إيقاع سريع، يجعل الإنسان شغوبا للحصول على المعلومات التي تقدم له صورة واضحة عما يدور من حوله، من أحداث بتحليل منطقية مبنية على ربط الوقائع، حتى يستطيع بلورة أفكاره، وتكوين رأي عام معين عن مجمل ما يدور من أحداث سواء على الصعيد المحلي أو العالمي.

وتعد وسائط التواصل الاجتماعي الظاهرة الأبرز في عالمنا اليوم، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب باعتبارها الأكثر تأثيرا، نظرا لامتلاكهم قابلية للتغيير والتطوير وقد ظهرت هذه الوسائط أول مرة عام 1995 أين انشأ موقع (classmates.com) وظهور العديد من المواقع الاجتماعية كموقع التويتر، السكايب، اليوتيوب، الفيس بوك وغيرها، التي تعتبر من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الناس والمجتمعات في كافة أنحاء العالم، بحيث أتاحت الفرصة للجميع لنقل أفكارهم و مناقشة قضاياهم، متجاوزين في ذلك الحدود الجغرافية و الزمنية والقيود الرقابية.

ومع تزايد عدد روادها واتساع دائرة تأثيراتها تحولت مواقع هذه الوسائط (الشبكات) خلال فترة زمنية وجيزة إلى حديث للخبراء و المختصين و الباحثين في كافة المجالات، نظرا لإدراكهم أهميتها وقدرتها على إحداث التأثير داخل المجتمعات، فأُنجزت حولها الكثير من الدراسات، توصلت إلى العديد من النتائج التي بينت سلبيات وإيجابيات هذا المولود الإعلامي الجديد (وسائط التواصل الاجتماعي الذي استحوذ على عقول الملايين من الأشخاص عبر العالم، وفي هذا الصدد ونظرا لتواتر السلبيات والإيجابيات التي ترد يوما بعد آخر عن هذه الوسائط، جاءت هذه الدراسة لرصد دورها في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، باعتباره ركيزة أساسية داخل كل مجتمع وحصنها المنيع لثقافتها وحضارتها

وقد احتوت الدراساتنا على أربعة فصول، حيث اشتمل الفصل الأول على اطار المنهجي إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، إلى جانب مصطلحات الدراسة، أهميتها، أهدافها وأسبابها، وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، بالإضافة إلى نظرية الدراسة.

في حين اشتمل الفصل الثاني على مفهوم وسائط التواصل الاجتماعي ونشأتها وكذا مكوناتها وخصائصها، بالإضافة إلى سلبياتها وإيجابياتها وكذا أشهر مواقعها.

أما الفصل الثالث فكان تحت عنوان ، القيم والقيم الاجتماعية ، حيث تطرقنا فيه لمفهوم القيم بصفة عامة وكذا خصائصها وتصنيفاتها وأهميتها، بالإضافة إلى مفهوم القيم الاجتماعية وأنواعها

ليتضمن الفصل الرابع: جانب تطبيقي انطلاقاً وذلك من خلال اسقاط الجانب النظري على التطبيقي من أجل معرفة دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكل القيم الاجتماعية لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط ومحاولت تفسير ذلك من خلال عرض نتائج الاستبيان بالإضافة إلى تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة ثم الوصول إلى نتائج لهذه الدراسة

الفصل الأول

1) أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة في : هنا تقسم إلى أهمية علمية وعملية

أ)- الأهمية العلمية:

- تبرز أهمية الموضوع من الموضوع بحد ذاته لأنه يساعدنا في نشر الوعي بمفهوم وسائط التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في تشكل القيم الاجتماعية كما يقدم إضافات تساهم في ترسيخ الوعي العلمي بظاهرة القيم الاجتماعية في ضوء علاقته بموقع التواصل الاجتماعي من خلال لفت الانتباه مدعما بالنتائج العلمية.

- كما وتبرز أهمية هذا البحث من خلال تطبيقه في قطاع مهم والتعرف على واقعه لدى الطلبة الجامعيين

ب)- الأهمية العملية: تبرز الأهمية العملية لهذه الدراسة من خلال ما ستتوصل إليه من نتائج ذلك من خلال:

- إبراز أهمية وسائط التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير على قيم الافراد.

- كما تبرز أهمية الدراسة من خلال أن القيم الاجتماعية هي المحرك والموجه لسلوكيات الطالب الجامعي ومحاولة التعرف على التأثيرات المتوقعة من استخدامات وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم أو تغييرها وهذا ما يساعدنا في فهم وتقديم تصور لنمط المجتمع الجزائري وخاصة فئة الشباب (الطالب الجامعي) في المجتمع الرقمي.

- كما أن هذه الدراسة تستهدف فئة مهمة في المجتمع وهي فئة الشباب والطلبة الجامعيين الذين تأثروا بوسائط التواصل الاجتماعي وعاشوها تطوراتها أكثر من الفئات الأخرى.

- توسيع المعارف حول الموضوع وتقديم معلومات أكثر حوله.

- اثراء البحوث العلمية.

2)- اهداف الدراسة تكتسي الدراسة أهمية بالغة نابغة من الأهداف التي يمكن الوصول إليها:

- وقوف على مظاهر تشكيل وتعزيز قيم لدى طالب الجامعي

- الكشف عن وسائط التواصل الاجتماعي

- التعرف على أنماط استخدام وسائط التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي ومدى تأثيرها في تشكل القيم الاجتماعية.

3) أسباب اختيار الموضوع: وكأي موضوع له أسباب ذاتية وأخرى موضوعية يمكن ذكرها بما يلي:

أ)- الأسباب الذاتية :

من الأسباب الذاتية التي أدت بنا إلى اختيار موضوع دراستنا هي:

نبت من رغبتي الذاتية في اختيار الموضوع من صميم تطلعي العلمي، وكذلك من عمق تخصصي الأكاديمي، كما يشكل الموضوع قيد الدراسة اهتماما خاصا في نفسي، وكذلك إرادتي في معالجة مثل هذه المواضيع الحساسة والمعاصرة والتي تزال محل جدل كبير لدى العديد من الدارسين والباحثين في حقل علوم الاعلام والاتصال؛

- ميول الشخصي لمعرفة تأثيرات وساط تكنولوجيا على الافراد؛
- الاهتمام المتزايد بمجال التكنولوجيا وتأثيراتها على الافراد.

(ب) - الأسباب الموضوعية:

- يمكن جمع مختلف الأسباب الموضوعية التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع كآآتي:
- حداثة الموضوع وجديته ومعرفة مدى تأثير وسائط التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي؛
 - إعطاء صورة واضحة لعمليات تأثير وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم لدى الطالب الجامعي؛
 - كما يعتبر هذا الموضوع من الموضوعات الحساسة والخطيرة لما تروجه وسائط التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الشباب والطلبة؛
 - إثراء المكتبة بمواضيع توسع نطاق علم علوم الاعلام والاتصال.

الاشكالية

تعد وسائل التواصل الاجتماعي في الظروف الراهنة من أهم المؤثرات بعدما أصبح النشاط الذي يمارسه المواطن بعد الأكل والنوم، ولأنها باتت تساهم بقوة في تشكيل المواقف وأراء المجتمع اتجاه القضايا المختلفة التي تواجه الأمة، وفي ترسيخ وتشكيل قيم النظام الاجتماعي بالإضافة للدور الحيوي الذي تلعبه في حياة الناس، نظرا للتطور الواسع في الحقل التكنولوجي، ومع تنامي اعتماد الأفراد على الإنترنت وتطور المواقع تعددت الاستخدامات من المتصفح إلى البريد الإلكتروني ثم المنتديات وغرف الدردشة والرسائل النصية والفورية والمدونات حتى ظهرت الوسائط الاجتماعية كمصطلح أطلق على مجموعة المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، وأتاحت التواصل مع المجتمع افتراضي، ولعل أشهرها تويتر والفيس بوك حيث احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب، بعد نجاحها في جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية حيث أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد وساهمت في التأثير على منظومة القيم التي تكون سلوك الفرد وهذا ما نريد معالجته لدى الطلبة الجامعيين انطلاقا من الإشكالية التالية:

- كيف تساهم وسائط التواصل الاجتماعية في تشكيل وتكوين القيم الاجتماعية لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط؟

- ما هو دور وسائط التواصل الاجتماعية في تشكيل القيم الاجتماعية لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط؟

لنخرج بالأسئلة الفرعية التالية:

تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائط التواصل الاجتماعي؟
 - ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لوسائط التواصل الاجتماعي؟
 - هل مضامين لوسائط التواصل الاجتماعي زادت من تعزيز القيم الاجتماعية لدى طالب جامعي؟
- ما المقصود لوسائط التواصل الاجتماعي؟

5- فرضيات

- 1- توجد علاقة ترابطية بين مواقع التواصل الاجتماعي وتشكل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي
- 2- يوجد علاقة ترابطية بين الافراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وغرس القيم السلبية لدى الطالب الجامعي
- 3- يوجد علاقة ترابطية بين الاستخدام المعقول لمواقع التواصل الاجتماعي وغرس القيم الايجابية لدى الطالب الجامعي
- 4- يوجد علاقة ترابطية بين الطالب الجامعي وتمسكه بقيمه ومعتقداته وبين تأثره بمواقع التواصل الاجتماعي بالابتعاد عنها أو التمسك بها.

6- دراسات سابقة

- أ - دراسة الاولى للباحث : احمد عصام تأثير المواقع دراسة تحت عنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال سنة 2013 حيث جاءت الاشكالية ما هو تأثير المواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري وكانت نتائجها ان نسبة كبيرة من المبحوثين يثقون بسياسية الخصوصية التي تمتلكها مختلف مواقع التواصل الاجتماعي حيث يعتقدون ان المساس بخصوصيتهم لا يكون من المواقع بحد ذاتها وانما من طرف جهات اخرى كما ان اغلبية المبحوثين لا يقدمون معلوماتهم الشخصية الحقيقية
- جانب الاستفادة وهو الجانب النظري الاستعانة بتعاريف واستفادة من التوصيات و الاقتراحات حيث تخدم هذه الدراسة دراستنا في جانب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والتي لها علاقة كبيرة بموضوعنا
- ب- دراسة الثانية للباحث : عبد الحكيم بن عبد الله بن الراشد الصوافي دراسة تحت عنوان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من تعليم الاساسي محافظة منطقة شرقية عمان رسالة ماجستير تخصص ارشاد نفسي سنة 2015/2014 حيث جاءت الاشكالية ما علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى تحصيلي وخرجت نتائج الدراسة ب وجود علاقة بين مستوى تحصيلي ووسائل تواصل الاجتماعي وضرورة توعية الطلبة بشأن الاستفادة من وسائل تواصل الاجتماعي
- جانب الاستفادة وقد استفدنا من هذه الدراسة من الجانب النظري الذي يتحدث عن وسائل التواصل الاجتماعي على طلبة

- ج- الدراسة الثالثة للباحث حميش نورية حميدي خيرة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الاسري الفيس بوك نموذج مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وصحافة مكتوبة لسنة

2017/2016 حيث جاءت اشكالية الدراسة كما يلي مامدى تاثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الاسري لدى المراهق ؟ وبعد القيام بجمع المعلومات وتحليلها خرجت الدراسة بالنتائج التالية ان اغلب مبحوثين لديهم حسابات وانهم يمتلكونها لأكثر من ثلث سنوات وان الفترة الليلية هي أكثر فترة يفضلها المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويستخدمون الفيسبوك لغرض الدردشة مع الاصدقاء والترفيه وهذا مآثر سلبا على تواصلهم مع اسرهم لانهم يقضون معظم الاوقات على مواقع التواصل الاجتماعي

جوانب الاستفادة : استفدنا من الجانب النظري بالاطلاع على تعاريف مواقع التواصل الاجتماعي وكيف تآثر على الافراد.

الدراسة الرابعة للباحثة : مريم بن عطاء الله اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على استماع للإذاعة المحلية بورقلة دراسة وصفية تحليلية من مستخدمي الفيس بوك من طلبة علوم الاعلام والاتصال، وجاءت بالتساؤلات التالية:

- هل يستمع طلبة علوم الاعلام والاتصال للإذاعة المحلية بالأغواط؟
 - هل قلل استخدام فيسبوك من استماع طلبة العلوم اعلام والاتصال للإذاعة المحلية ؟
- تم استخدام منهج الوصفي لتلائمه مع هذا النوع من الدراسات واختيار العينة القصدية المتمثلة في طلبة الاعلام والاتصال بورقلة اما ادوات البحث فقد زواجا بين ملاحظة والمقابلة للخروج بنتائج التالية ان للفيس بوك اثر على انماط استماع الطلبة من خلال استخدامهم المكثف له من خلال الدردشة وتصفح الاخبار وهذا ما يؤكد التساؤل الرئيسي ما اثر استخدام طلبة الاعلام والاتصال على استخدام الفيس بوك على الاستماع للإذاعة بورقلة.

جوانب الاستفادة : استفدنا من الجانب النظري بالاطلاع على تعاريف اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

7- منهج الدراسة

أ- المنهج يقصد به الطريقة التأملية المقصودة، نتيجة تفكير منظم وسير طبيعي للعقل . وهو بذلك البرنامج الذي سيحدد لنا السبيل للوصول الى الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة العلمية، ويشمل مجموعة من الإجراءات والترتيبات التي يصفها الباحثون من اجل بحثهم.¹

¹ غربي، علي. ابجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. قسنطينة: د.ن، 2006، ص.33_67.

وقد اعتمدنا في دراستنا على **المنهج الوصفي** وهو من المناهج واسعة الاستعمال ولاسيما في البحوث الاجتماعية والنفسية، حيث يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على المعلومات كافية ودقة عن الظاهرة او الموضوع المحدد من خلال فترات زمنية، وذلك من اجل الحصول على النتائج عملية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة¹ وقد افدنا هذا المنهج في وصف الظاهرة وشرحها بطريقة تساهم في اثراء دراستنا

وأيضاً **المنهج المسحي** هو من المناهج المهمة والأكثر استخداماً في الدراسات الإعلامية خاصة في البحوث الاستكشافية والبحوث الوصفية، وذلك من خلال مسح مضمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً مسح الطلبة المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي وأنماط تعاطيهم لتلك الصفحات

حيث اخترنا المنهجين كونهما قادرين على جمع البيانات وتحليلها بطريقة موضوعية وعلمية بمساعدة ادوات جمع بيانات وهو فإنه يتلاءم مع دراستنا التي استهدفت تسليط الضوء على دور وسائط تواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية.

8) نظرية استخدامات الاشباكات:

الخلفية النظرية: في هذا الصدد اعتمدنا على نظرية الاستخدامات و الإشباكات ، حيث نجد أن لكل باحث مدخل يعتمد عليه في مسار بحثه ويستطيع من خلاله تفسير النتائج وتحليل معطياته وبما أن موضوع بحثنا يتمحور حول دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي "

أولاً: نشأة النظرية:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري لمؤلفيه ((آليا هو كاتر« و"جي بلومر " عام 1974 وكانت الفكرة الأساسية للكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر .

وتقوم تلك النظرية أن جزءاً مهماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية.²

¹ . غربي،علي. نفس المرجع السابق . ص.65.

² كامل فورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة، عمان، 2011، ص144.

أهداف نظرية الاستخدام والإشباع : تسعى نظرية الاستخدام والإشباع من خلال الفروض السابقة الى تحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام. . الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة
- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل اليها.
- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد الى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها¹

ثانيا فروض النظرية :

يرى كارتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض التحقيق ثلاثة أهداف رئيسية وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصورة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال المحتوى فقط²

¹ السامية أبو نصر: الصحافة الإلكترونية وثورة الفايص بوك، ط1 ، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص15

² حسن المكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية بيروت، 2008، ص 241.

9) ادوات و وعينة وحدود الدراسة

(أ) - **ادوات الدراسة** وهي الوسيلة مستخدمة في البحث سواء كانت متعلقة بجمع البيانات او بتصنيفها انطلاقاً من هذا ، ونظر لطبيعة وخصوصية موضوع المعالج وكذا تساؤلات وفرضيات .وجب علينا استخدام المقابلة واستبيان والملاحظة للحصول على المعلومات دقيقة التي تفيدها في هذا البحث الذي تناولنا من خلاله الدور المهم وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية .

1.الإستبيان: هو اداة تتضمن مجموعة من الأسئلة او الجمل الخبرية التي تتطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أعراض البحث¹

(ب) - **عينة الدراسة:** لقد تم اختيار العينة القصدية كونها تتماشى مع نوع دراستنا وتمثلة طلبة جامعة الاغواط عمار ثليجي كلية العلوم الانسانية وحضارة قسم الاعلام والاتصال حيث اخترنا 60 فرد من الطلبة حيث كان هذا الاختيار لعدة اعتبارات اهمها كون ان طلبة الاعلام والاتصال هم اكثر فئة تتداخل مع وسائط التواصل الاجتماعي كإحتياط لإحتمال عدم استرجاع جميع الاستبيانات وهذا بضبط ما حدث وصعوبة تواصل مع العينة بسبب الظرف الصحية

(ج) - **حدود الدراسة** لابد في أي دراسة كانت تحديد حدودها سواء على مستوى الزمني و الجغرافي والبشري وهذا ما قمنا به فكانت:

1. حدود مكانية : ولاية الاغواط جامعة الاغواط كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة قسم الاعلام والاتصال الاغواط .

2. المجال الزمنية : اجرية هذه الدراسة بين 2022/03/26 و 2021/05/26

3. مجال البشري طلبة قسم الاعلام والاتصال الذين يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي جامعة عمار ثليجي الأغواط.

10) - تحديد المفاهيم

*** الدور:**

- **لغة:** في معجم الرائد يقال دور الشيء أي جعله مدورا والجمع ادوار وفي المعجم العربي عامة الدور مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق.¹

¹ عليان راجحي مصطفى. المكتبات والمعلومات والبحث العلمي. عمان :عالم الكتب ،2006.ص.388.

- اصطلاحاً: ويعرف الدور بأنه: "الواجب أو المسؤولية التي يجب القيام بها فيقال هذا دورك أن تفعل كذا أي مسؤوليتك وواجبك أن تقوم بهذا العمل".²

- اجرائياً: هو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد ومن خلاله تتحدد حقوقه وواجباته الاجتماعية وقد يحتل فرداً عدداً من الأدوار في آن واحد (زوج، أب، أخ، مدير، طالب، عضو نادي، ابن.. الخ).

تعريف وسائط التواصل الاجتماعي:³

تسمى أيضاً بالشبكات ومواقع الاجتماعية وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمامهم أو شبكات انتهاء (بلا جماعة ، مدرسة).

كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل و الاطلاع على الرسائل الواردة والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلومات يتيحونها للعرض.

تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل وتكوين الصداقات حول العالم ، وبعضها يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس.

مفهوم القيم :

اللغة : تعرف على أنها قدر الأشياء ، فقيمة المتاع ثمنه ويقال مال لفلان أي ليس له ثبات و دوام على الأمر.

اصطلاحاً : يؤكد يارسونز على أن القيم عنصر النسق رمزي يعتبر معياراً أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي تظهر في المواقف المختلفة ، فالقيم عند يارسونز تمثل محور من محاور

واقعية السلوك⁴

¹ جبران مسعود: معجم الرائد، ط7، بيروت- لبنان: دار العلم للملايين، 1992، ص 343.

² عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص 258.

³ أسماء بن داود: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والقيمية الاجتماعية للأسرة الجزائرية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014-2015، ص 20-21.

⁴ أسماء بن داود، نفس المرجع، ص 21.

تعريف القيم الاجتماعية: ورد في معجم المصطلحات التربوية انه عبارة عن تنظيمات الأحكام

عقلية الفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء و المعاني وأوجه النشاط وتعتبر المعيار الذي في ضوئه يمكن الحكم بخيرية الخير وحسن الحسن و قبح القبيح وما يجوز وما لا يجوز وما هو مرغوب وما هو غير مرغوب ، وغير ذلك مما ابتدعته الجماعة لنفسها ليربط بين أفرادها وقيم بينهم رأيا عاما له أسس ثابتة ومستمرة نسبيا وليحكم تصرفاتهم و يظهر كبانهم الخاص ويعرفها العديد من علماء الاجتماع بأنها مستوى او معيار او انتقاء من بين البدائل او الممكنات الاجتماعية متاحة امام الشخص المواقف الاجتماعية¹

الطالب الجامعي:

اصطلاحاً: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسي والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية.

التعريف الإجرائي: هو ذلك الشخص المسجل في الجامعة، والتي التحق بها بعد الحصول على البكالوريا، والطالب الجامعي يمتاز بنوع من الحيوية والنشاط، والمكتسب لمجموعة من المعارف العلمية خلال مشواره الدراسي والتي تؤهله في الأخير إلى اكتساب شهادة علمية.

¹ أسماء بن داود: مرجع سابق، ص 31.

الفصل الثاني

تمهيد

تعتبر وسائط التواصل الاجتماعي في عصرنا الراهن إحدى أقوى وأشهر وسائل الإعلام، لما تتضمنه من خصائص وميزات تجعلها تحظى بمتابعة جماهيرية واهتمام كبير من كافة شرائح المجتمع، وقد بينت الدراسات التي أجريت عنها أهميتها وأثبتت أنها تقوم بأدوار جلية في المجتمع لا تقل أهمية عن الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام التقليدية فهي تساهم في تشكيل وتوجيه الرأي حيال القضايا المصيرية وتمنح للأشخاص حرية التعبير عن أفكارهم وآرائهم وتتيح لهم التفاعل مع مضامينها ، وبالمقابل أثبتت دراسات أخرى أنها تحوي الكثير من السلبيات.

لذا ارتأينا في هذا الفصل أن نتطرق إلى ثلث مباحث المبحث الأول المفهوم وسائط التواصل الاجتماعي اما المبحث الثاني مكونات وخصائص وسائط تواصل الاجتماعي اما المبحث الثالث فجاء به أنواع وسائط التواصل الاجتماعي وجوانبها وبكل مبحث مطلبين.

المبحث الأول: ماهية وسائط التواصل الاجتماعي

لقد جاء في المبحث مطلبين الاول يتحدث التعريف وسائط التواصل الاجتماعي حيث تم تعريف بوسائط تواصل الاجتماعي اما المطلب الثاني نشأة وسائط التواصل الاجتماعي حيث جاء به تاريخ وسائط التواصل الاجتماعي .

المطلب الأول: مفهوم وسائط التواصل الاجتماعي

مفهوم وسائط التواصل الاجتماعي: تتعدد تعريفات وسائط التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث إلى آخر ، فقد عرفها إبراهيم بعزيز على أنها " مواقع للتواصل الاجتماعي بين المتعلمين ، ولإقامة علاقات اجتماعية والإنتاج مضامين قد تكون نصوص مكتوبة أو تسجيلات مصورة أو مسموعة ومن أشهرها الفيس بوك ، ماي سبايس ، تويتر ¹...

في حين عرفها وائل مبارك خضر فضل الله على أنها ' منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية ² أما محمد عواد فقد عرفها على أنها " تركيبة اجتماعية يتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات ، ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة Node ، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات ، كتشجيع فريق معين ، أو انتماء إلى شركة ما ، وقد تصل هذه العلاقات الدرجات أكثر عمق ، كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص ³

ولعل من أكثر التعاريف شيوعا لدى الباحثين نجد التعريف الذي اقترحه بويد و أليسوف وهو " أن وسائط الاجتماعية ، هي صنف من المواقع تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيايات الويب ، تتيح للأفراد بناء شبكات من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الأصدقاء) ⁴

¹ إبراهيم بعزيز تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية ، د ط ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة 2012 ص157

² وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيس بوك على المجتمع ط1، مدونة شمس النهضة ، السودان ، 2010 ص 6

³ محمد منصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، رسالة ماجستير ، الأكاديمية العربية ، الدانمارك ، 2012 ص 27

⁴ نوال وسار استخدامات الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي ، مجلة جيل البحث العلمي ، العدد الرابع، الجزائر ، 2014

وعليه يمكن أن نعرف وسائط التواصل الاجتماعي على أنها : مواقع متواجدة على شبكة الإنترنت ، تتيح التواصل بين المستخدمين ، وتكوين علاقات مع بعضهم البعض ، ما يسمح بتشكيل آراء موحدة وبناء مجتمع افتراضي بعيدا عن الحواجز المكانية والزمنية .

المطلب الثاني: نشأة وسائط التواصل الاجتماعي

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي : إن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كان في منتصف التسعينات من القرن العشرين أين ظهر أول موقع لها عام 1995 تحت اسم (classnanates.com) وهو موقع اجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والأقارب يتم التسجيل فيه بطريقة مجانية ويتيح لمستخدميه إنشاء ملفاتهم الشخصية التي تمكنهم من ربط الاتصال بمعارفهم .

وفي سنة 1997 أنشأ موقع six degrees.com الذي تمكن في فترة وجيزة من احتلال صدارة المواقع الاجتماعية ، واجتذاب عدد كبير من المستخدمين ولكن شعبيته تراجعت بعد ذلك وهو ما دفع مؤسسه إلى إغلاقه سنة 2000 وتجدد الإشارة هنا إلى أن موقع (six degrees.com) هو موقع اجتماعي يساعد الأشخاص على التواصل و إرسال الرسائل للآخرين¹

ومن سنة 1997 إلى سنة 2001 ظهرت العديد من المواقع الاجتماعية التي لم تحض بالنجاح الكافي الذي يسمح لها بالاستمرار ، فتم توقيفها على غرار موقع Migente و Asian Avenue .

ليشهد عام 2002 الميлад الفعلي لهذه الشبكات الاجتماعية بشكلها المعروف اليوم وذلك بظهور موقع (friendster) في كاليفورنيا ، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء الافتراضية ، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور وملفات الأصدقاء والأفراد يستخدم على نطاق واسع في آسيا وهو متاح بعدة لغات (الانجليزية ، الصينية ، اليابانية ، الكورية ...) وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللغة²

أما سنة 2003 فقد شهدت ظهور موقع « Myspace » الأمريكي الذي عرف انتشارا واسعا منذ إنشائه إذا كان أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية وهذا قبل ظهور موقع الفيس بوك الذي أخذ منه الصدارة بعد ذلك .

¹ مريم نزيهان نومار مرجع سبق ذكره، ص 101

² عبد الله ممدوح مبارك الرعود خور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، كلية الأعلام ، جامعة الشرق الأوسط، (2011-2012) ص 34

ويعتبر موقع « Myspace » موقع اجتماعي خاص بالتفاعل مع الأصدقاء إضافة إلى أنه يقدم العديد من الخدمات كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وغيرها ، وقد نشأت في فيفري من العام 2004 شبكة الفيس بوك ، التي تعتبر الأكثر انتشارا وشعبية في الوقت الراهن ، ليتوالى بعد ذلك ظهور الشبكات الاجتماعية ، فظهر اليوتيوب ، التويتر ...

المبحث الثاني: مكونات وخصائص وسائط تواصل الاجتماعي

لقد جاء في المبحث مطلبين الاول يتحدث مكونات وسائط التواصل الاجتماعي حيث تم تعريف بوسائط تواصل الاجتماعي اما المطلب الثاني خصائص وسائط التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مكونات وسائط التواصل الاجتماعي

وسائط التواصل الاجتماعية تتكون من عدة تطبيقات أهمها :

1 - الويكي " wikis " : وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجانا) أشهرها موقع " ويكيبيديا " وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة ، أو تعريف معين على هذه الموسوعة الالكترونية ذات المصدر المفتوح.¹

2 - مواقع التواصل الاجتماعي : هي مواقع تسمح بتواصل الأشخاص مع بعضهم البعض أين تتيح لهم إمكانية إنشاء صفحات خاصة بهم ، ومن أشهر هذه المواقع (الفيس بوك ، ماي سبيس ، تويتر ...).

3 المايكروبلوجز " Micro bloggirz " : هي مواقع تجمع بين مميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين دور شبكات التواصل ميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين دور شبكات التواصل ميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك ، وهذه التحديثات " updates " تتم إما عبر الإنترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع تويتر هو خير مثال على ذلك.²

¹ خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها) ط 1 ، دار النفاس للنشر والتوزيع ،

الأردن ، 2013 ، ص 25

² المرجع نفسه، ص 26

4 - البودكاستس "Podcasts" : هي مواقع تتيح للمستخدمين تحميل وتنزيل الأغاني والأفلام مثل موقع "أبل أي تيونز"

5 - المنتديات الالكترونية "Foroms" : هي مواقع تتيح التعبير عن الرأي ونشر الأفكار ، تختص في مجال معين ، مثل منتدى الاقتصاد ، منتدى السياسة ... إلخ ، وهي سهلة الاستخدام توفر لروادها إمكانية نشر كتاباتهم .

6 - محتوى المجتمعات Content Communities ' : يتيح هذا التطبيق على شبكات التواصل الاجتماعي تبادل بعض المحتويات مثل : تبادل الفيديوهات من خلال موقع اليوتيوب ، تبادل الصور فليكر

المطلب الثاني: خصائص وسائط التواصل الاجتماعي

تتمتع وسائط التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص نذكر منها :

1 - سهولة الاستخدام : طورت وسائط التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام ، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت ، وهي أيضا توفر للمستخدمين استخدام هذه المواقع بالكثير من لغات العالم ومنها اللغة العربية ، وكل ما يتطلب الاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ، وفي المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين في استخدام التقنيات¹.

2 - الترابط : تتميز وسائط التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض ، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا ، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيس بوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات².

3 - تشكيل المجتمع بطرق جديدة : وسائط التواصل الاجتماعي ألغت الحدود الزمنية والمكانية ، وسمحت بتشكيل مجتمعات جديدة على اختلاف مذاهبها وانتماءاتها .

¹ ناصر محمد الأنصاري ، نور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر (2012)، رسالة ماجستير ، كلية

الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، (2012 - 2013) ص 21

² خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره، ص.26

4 - التفاعلية: وسائط التواصل الاجتماعي شجعت الآراء ، وفتحت مجالا للرأي والرأي الآخر ، حيث بإمكان مستخدميها التعليق على ما ينشر من مضامين على صفحاتها .

5- التعريف بالذات : الخطوة الأولى للدخول إلى وسائط الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص ، الصور ، الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى ، كما تسمح وسائط الاجتماعية للأشخاص بتنظيم صفحاتهم الشخصية بالطرق التي يحب أصدقائهم¹.

6 - نشاطات من القاعدة إلى القمة : توفر وسائط التواصل الاجتماعي منصات مثالية ، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بالقيم والاهتمامات نفسها أن يتعاونوا بشكل فعال وتكاليف أقل ، فمثلا يستطيع الأطباء أن يتشاركوا ويتأكدوا من الحالات الطبية النادرة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الصحية مثل "within" كما يمكن تنظيم احتجاجات من خلال استخدام مواقع مثل " Care " ، وهذه الميزة وغيرها أيضا من الميزات هي التي شجعت استخدام هذه الوسائط² في مختلف مجالات الحياة، الاقتصادية والاجتماعية وغيرها .

7 - المحادثة : تعتمد وسائط التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدي التي تعتمد على بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين .

8 - التجمع : تتيح وسائط الاجتماعية إمكانية التجمع بسرعة ، حيث يربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل : القضايا السياسية ، الاجتماعية ... الخ .

المبحث الثالث: اشهر وسائط التواصل الاجتماعي وجوانبها .

لقد جاء في المبحث مطلبين الاول يتحدث أنواع وسائط التواصل الاجتماعي حيث تم تعريف بوسائط تواصل الاجتماعي اما المطلب الثاني سلبيات وإيجابيات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

¹ ناصر محمد الأنصاري ، مرجع سبق ذكره ، ص 22 .

² مريم ناريمان نومار ، مرجع سبق ذكره ، ص 110 .

المطلب الأول: أشهر وسائط التواصل الاجتماعي

أولا : الفيس بوك (Face book)

تعريف الفيس بوك: موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة " فيس بوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم ، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد ، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم¹.

نشأة الفيس بوك وتطوره :

قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك عام 2004 بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز و كريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد ، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد ، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ وجامعة ستانفورد ، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ، ثم طلبة المدارس الثانوية ، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر ، يضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم² .

ال 350 مليون عضو في الفيس بوك فتح شهية الشركات التي تتقاسم النفوذ في الإنترنت ، كما أن هذا العدد يعني دخلا لا محدودا تدره الإعلانات التي ينشرها الموقع وهذا ما جعل مارك أصغر ملياردير في العالم، أول عرض تلقاه زيكربيرج كان في يونيو 2004 من شركة "Bay bal" التي عرضت عليه استثمار 500 ألف

¹ وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط 1 ، مدونة النهضة للنشر ، السودان ، سنة 2010 ص 13.

² فتحى حسين عامر ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ، ط 1 ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، سنة 2011 ص 204

دولار في الموقع ، وفي شهر سبتمبر 2006 تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة الفيس بوك وياهو بشأن شراء الموقع مقابل مليار دولار¹ .

ثم دخلت مايكروسوفت إلى الخط وعرضت شراء أسهما في الموقع ، كما أن جوجل أبدى اهتمامه بعقد صفقة مع الفيس بوك² . وفي 24 أكتوبر 2007 أعلنت شركة مايكروسوفت أنها قامت بشراء حصة في فيس بوك بلغت 61 % بقيمة 240 مليون دولار ، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار وعلى الرغم من ذلك فإن " مايكروسوفت " قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقا خاصة مثل " حقوق التصفية " وهو ما يعني أن " مايكروسوفت " ستتقاضى مستحقاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة ، كما أن السهم الذي قامت " مايكروسوفت " بشراؤه يخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على الفيس بوك ، وفي نوفمبر من عام 2007 قم لي شينج ملياردير هونج كونج باستثمار 60 مليون دولار في الفيس بوك³ .

إن ما يثير الاستغراب حقا في مسيرة الفيس بوك ، أن هناك شبكات اجتماعية ضخمة ، كانت موجودة قبله بسنوات كشبكة " مي سبيس " و " الهاي فايف " وغيرها ، إلا أن الفيس بوك تمكن من تخطيها خلال فترة قصيرة من حيث الشعبية وعدد المستخدمين والأرباح والضجة الإعلامية ، وليس ذلك فحسب بل تحول الفيس بوك إلى " نمط سلوكي " لمستخدمي الإنترنت فطالما أنك تدخل إلى الشبكة العالمية فالمفروض بديها أنك عضو في الفيس بوك كل ذلك يطرح تساؤلا واحدا ، وهو : هل الفيس بوك نجح في تسويق نفسه حقا ، فتخطى منافسيه ، أم أن هناك جهات خفية وراء نجاح الموقع روجت له وزجت به إلى العالمية لتوظفه في أجندتها الخفية ، هذا ما دفع بعض الباحثين إلى إطلاق التحذيرات التي تشكك في الفيس بوك ، وهو الأمر الذي دفع عدة دول في العالم لحجب الموقع عن فضاء مواطنيها مثل سوريا و إيران⁴ .

ثانيا : تويتر : Twitter

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2002 وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)

¹ محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن سنة 2012 ص360

² محمد صاحب سلطان، مرجع سبق ذكره ، ص 360

³ فتحي حسين عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص206

⁴ محمد صاحب سلطان ، مرجع سبق ذكره ص 261 و 262

واتخذ من العصفورة رمزا له ، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية ، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة ، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه ، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني ، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية¹ (SMS)

ويعد تويتر الرابع في الاستخدام من بين شبكات التواصل الاجتماعي ، و يوفر التعامل بعدة لغات منها الإنجليزية واليابانية ، لكثرة عدد المستخدمين والمطورين اليابانيين ، ويتميز بعدم وجود خدمة الإعلانات على الموقع باللغة الإنجليزية ، وقد تغلغل الموقع بشكل متزايد في الحياة اليومية للشعوب ، وأصبح هناك اهتمام كبير بآثاره الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في حياة الناس ، واستطاع بانتشاره الواسع وخدماته

السهلة والسريعة أن يضعف نظرية مقص الرقيب ، ويخرج من حالة التصنيف التي فرضتها بعض الحكومات على شبكة الإنترنت . وقد وصفت الاحتجاجات الواسعة في الشارع الإيراني في العام 2009 والتي قامت على خلفية الانتخابات التي فاز بها أحمد نجاد ب " ثورة تويتر " حيث استخدمت الإنترنت على نحو فعال من قبل المعارضة السياسية التي قامت بتحميل الأخبار وملفات الفيديو لنقل حالات القمع والوحشية التي مارستها الشرطة ضد المحتجين .

وكان ل تويتر فضل في نقل التقارير عن الهجمات الإرهابية في بومباي عام 2008 ونقل سقوط طائرة في مياه نهر هدسون في نيويورك عام 2009.²

استخدامات موقع تويتر : يستخدم تويتر للأغراض التالية :

- **الحديث عن الحياة الخاصة :** كونه انطلقت لتحقيق هذه الغاية ، ونسبة كبيرة مما ينشر عبره عبارة عن يوميات للمستخدمين .

- **التواصل مع الآخرين :** باستخدامه لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت أنظار الجميع ودون سرية .

¹ نسرین حسونة ، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف ، WWW.Alukah.net

² ناصر محمد الأنصاري ، مرجع سبق ذكره ص 28 و 29.

- إرسال رسائل قصيرة : SMS مجانية : وهذه الخدمة غير متاحة إلا لبعض الدول ، حيث يلجأ كثير من المستخدمين لإرسال الرسائل إلى أصدقائهم مجاناً بتشغيل خدمة الإخطار الآلي عبر الرسائل القصيرة ، وبمجرد وصول الرسالة إلى الموقع يحولها إلى الهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة مجاناً .
- المتابعة المباشرة للملتيقيات والأحداث المختلفة : يقوم بعضهم بتغطية الملتيقيات والمعارض عن طريق التدوين المصغر خاصة الأخبار والمعلومات التي لا تحتاج إلى الكثير من التفاصيل . .
- استخدامه كملحق للمدونات : يستخدم كإضافة على المدونات الشخصية في حالة استخدام تطبيقات مضافة (Widgets) لكتابة مواضيع سريعة وأخبار عاجلة وحصريّة¹ (Scoops)
- استخدامه لنشر الروابط : كأن يضع المستخدمون عنواناً لما يتحدث عنه الرابط ، ويتم تقليص طوله ليتسع لحجم التحديث (140 حرف) .
- استجواب شبكة الأصدقاء ومناقشتهم : يستخدم هنا كأداة لعرض الأسئلة والحصول على الإجابات والمناقشات بطريقة آنية .

ثالثاً : موقع You tube (يوتيوب) :

- مما لا شك فيه أن عالم الويب اليوم أصبح أكثر تطوراً وأسرع نمواً من أي وقت مضى ، كما أن الويب على المستوى العالمي أصبح لا يعترف إلا بالتميز والابتكار والتفرد ، فمن يريد النجاح عليه أن يعمل من أجله ولن يحققه إلا من يعطيه حقه .
- You tube ، اسم سطع في عالم الإنترنت ليصبح بين عشية وضحاها أكبر مستضيف الملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم ...
- وتدخل في مصاف الشركات التقنية ذات الوجود المؤثر في عالم الإنترنت على المستوى العالمي ، لقد بدأت You tube كمقدم لخدمة مشاركة ملفات الفيديو الشخصية وامتدت اليوم لتصبح من كبريات مقدمي خدمات الفيديو والترفيه في العالم² .

¹ ناصر محمد الأنصاري ، مرجع سبق ذكره، ص 29.

² عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الحديدي والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2011 ص 193

نشأة You tube

تأسس كموقع مستقل في الرابع عشر فبراير من العام 2005 بواسطة ثلاث موظفين هم : تشاد هيرلي (أمريكي)، تشين (تاواني)، جاود كريم (بنغالي) الذين يعملون في شركة Paybal المتخصصة في التجارة الالكترونية، بيد أن جاود كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح الفضل الحقيقي في You tube الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا بالمثابرة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، وجدير بالذكر أن مولد You tube قد شهدته مدينة Memlo Park في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه، وفي نوفمبر من العام 2006 وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم، اشتريته عملاق الويب Google ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسيه وملكية¹ Google

- خدمات ومميزات موقع اليوتيوب :

إضافة إلى وظيفته الرئيسية كمستضيف للملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتها عبر الويب، فإن You tube قد أضاف الكثير من المميزات والخواص في وسط جو حافل بالمنافسة بعد أن أصبح المجال مفتوحاً أمام الكثير من الشركات المماثلة، والتي اقتبست نفس الفكرة ولكن بتطبيقات مختلفة، ومن هذه الخواص والمميزات التي تميز You tube تقدم يوتيوب خدماتها بشكل مجاني وتعتمد على مصادر داخل أخرى، تتمثل في الإعلانات والرعاية والدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية، كما تقوم حالياً بدور رائد في تقديم إعلانات الفيديو كمجال جديد وعملي لإعلانات الويب.

ويتمتع موقع الفيديو فيه بشعبية كبيرة في الإنترنت وأصبح بإمكان أي شخص في العلم رفع ما يريد من ملفات الفيديو الخاصة به على الإنترنت وبالجمان، إضافة إلى حفظ كل ما يحتاجه المتصفح من ملفات الفيديو واللقاءات والندوات والأفلام والمسرحيات القديمة والجديدة والموقع يعرض تقنية الفيديو عن تقنية (adobe flash وبحسب موقع (alexa) لإحصاءات مواقع الإنترنت، فإن موقع You tube هو ثالث أكبر مواقع الإنترنت شعبية بعد جوجل وياهو، وصرح المسؤولون عن موقع يوتيوب أن عدد مشاهدي

¹ المرجع نفسه ص 194

الأفلام من زوار الموقع عبر العالم يصل إلى 100 مليون يوميا ، في شهر يناير 2008 فقط ، 79 مليون مستخدم شاهدوا أكثر من 3 مليارات فيلم في موقع¹

رابعا :سكايب : (Skype)

هو عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي " نيكولاس زين ستروم " والدانمركي " يانوس فريس " مع مجموعة من مطوري البرمجيات ، وتم إطلاقه بشكل تجاري عام 2003

حيث يمكن برنامج سكايب مستخدميه من الاتصال صوتيا (هاتفيا) عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة المستخدم هذا البرنامج ، وهو يعتمد على أسلوب الند للند Peer to Peer لتبادل المعلومات والملفات ، ويمكن الاتصال أيضا من خلاله على هاتف أرضي محمول ولكن مقابل رسوم تعتبر أقل من الطرق العادية للاتصال².

" وقد اشترت شركة مايكروسوفت هذا البرنامج بمبلغ 8.5 مليار دولار في مايو عام 2008، ثم قامت بتطويره واستحداث خدمة جديدة تدعى سكايب في مساحة العمل ' skypeis the workspace ' وهي خدمة خاصة برجال الأعمال والشركات الصغيرة الحجم ، حيث تتيح هذه الخدمة لهم الإعلان عن منتجاتهم والترويج لها ، كما تتيح لهؤلاء خدمة الاتصال والتفاعل مع عملاء شركاتهم وزبائنهم إضافة إلى الكثيرين ممن يتوقع تعاملهم مع الشركة ومنتجاتها وخدماتها ، ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس والمحاضرات ، كما يستخدم سكايب في نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء ومع المحللين السياسيين والعسكريين .

وقد أدى برنامج سكايب خدمات جليلة للثوار في سوريا خاصة بعد انقطاع خدمة الإنترنت عنهم ، حيث تمكن الناشطون من التواصل مع بعضهم داخل سوريا وخارجها³

- مزايا وسلبيات سكايب :⁴

- مزايا برنامج سكايب : لهذا البرنامج مزايا عدة تفيد مستخدميه :

- يمكن تحميله وتثبيته على الجهاز مجانا و بسهولة .

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص 193

² خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره، ص52

³ على خليل شقرة ، الاعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي اط 1، دار امامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014 ص 78

⁴ المرجع نفسه، ص79

عبر هذا البرنامج على الخطوط الأرضية أو المحمولة قياسا بتكاليف الاتصال

- انخفاض تكلفة الاتصال الهاتفي الأرضي .

- يمكن الاتصال عن طريق الصوت والصورة والكتابة ، حيث يوفر خدمة مشاهدة من تتحدث معهم في بث حي ومباشر مع درجة جودة ووضوح عاليتين .

ب - **سلبيات استخدام برنامج السكايب** : من خلال التطبيق العملي لهذا البرنامج تم اكتشاف بعض الثغرات فيه وهي :

- تمكن البعض من اختراق الملف الشخصي لمستخدمي برنامج سكايب وتغيير كلمة السر ، وتشفير كافة ملفات هذا الشخص ، بحيث لا يستطيع الدخول إليها مرة أخرى إلا بتلبية شروط معينة للمخترق كدفع مبلغ من المال . وينصح مستخدم سكايب باستخدام عناوين بريد الكتروني خاص ببرنامج سكايب غير بريد الشخص الذي يستخدمه ، حيث تبين أن اختراق هذا الموقع يتم عن طريق معرفة البريد الالكتروني لحساب الشخص الضحية

- قيام بعض الحكومات بحظر استخدام هذا البرنامج في بلادها بحجة مخالفته للقوانين أو احتوائه على ما يعارض الأمن القومي .

خامسا: لينكدإن LinkedIn: مع ظهور عدة مواقع للتواصل الاجتماعي العادية، كان لابد من ظهور مواقع متخصصة في أنواع مختلفة من ذلك التواصل، فمنها ما أنشئ لغرض التواصل الشخصي والعائلي، ومنها ما أنشئ بغرض التواصل المحترف، ومن أهم مواقع التواصل المحترفة وأكثرها شهرة موقع لينكد إن . فموقع لينكد إن هو من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التخصص بالأعمال، وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها¹ في يونيو 2012 بلغ عدد المسجلين في الموقع أكثر من 175 مليون عضو من أكثر من 200 دولة، وهو متوفر ب 24 لغة عالمية منها: العربية، الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإسبانية، البرتغالية، الروسية، التركية واليابانية²

¹ علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص47

² . إذا تم الاسترجاع بتاريخ 02-03-2022، الساعة 13:00 ، على الرابط التالي " <http://www.tech-wd.com> "

تاريخ الموقع: تم إنشاء هذا الموقع "لينكد إن" من قبل "ريد هوفمان" من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته عام 2003 للعامة في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال وقد تطور الموقع وأد خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعرف المحترف¹ يقع المقر الرئيسي لشركة لينكد إن في مدينة ماونتن فيو بكاليفورنيا، كما أن لها عدة مكاتب في أوماها وشيكاغو، نيويورك، لندن و ديلن²

مميزات الموقع: يتميز موقع لينكد إن بعدة مزايا نذكر منها³:

- يتيح للمشاركين الاحتفاظ بقائمة تواصل مع الأشخاص الذين لهم بهم علاقة ما يسمى "العلاقات أو الاتصالات (connections)".
- المستخدمين يستطيعون دعوة أي شخص (سواء كان عضوا في الموقع أم لا) ليصبح في قائمة الاتصالات، إذا رد المدعو على الدعوة ب " لا أريد " أو " بريد مزعج " فإن ذلك يحسب ضد الداعي، أيضا إذا حصل الداعي على الكثير من الاستجابات المبالغ فيها، فإن ذلك قد يفيد حسابه أو يغلقه.
- المشتركون يستطيعون تحميل سيرهم الذاتية وترتيب ملفهم الشخصي بعرض وإبراز أعمالهم وخبراتهم .
- يمكن استخدامها لإيجاد وظائف أو أشخاص أو فرص عمل ينصح بها شخص ما في قائمة التواصل .
- أصحاب العمل يستطيعون وضع قائمة بالوظائف المتوفرة لديهم والبحث عن مرشحين محتملين لها .
- المستخدمين يستطيعون إضافة صورهم الشخصية ومشاهدة صور المستخدمين الآخرين للمساعدة في تحديد الهوية.
- ومن ميزات الموقع خدمة إجابات لينكد إن وهي شبيهة بخدمة إجابات غوغل وخدمة إجابات ياهو، حيث تتيح للمستخدمين السؤال والحصول على إجابات من المشاركين في لينكد إن كما أنها خدمة مجانية.
- تتيح للمستخدمين السؤال والحصول على إجابات من المشاركين في لينكد إن كما أنها خدمة مجانية.
- لينكد إن تسمح بتكوين مجموعات في الموقع، وفي مارس 2012 أصبح الموقع يضم قرابة مليون و 250

¹ علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره ص 47.

² تم الاسترجاع بتاريخ 02-03-2022، الساعة 13:00 على الرابط التالي <http://www.tech-wd.com>

³ المرجع السابق نفسه

ألف مجموعة.

سادسا: فليكر Flickr :

هو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها، كما هو موقع لهواة التصوير على الإنترنت، ويتيح هذا الموقع المستخدميه التشارك في الصور، كما يتيح خدمة التعامل للزائرين عن طريق تخصيص مساحة للتعليق¹

- **تاريخ الموقع:** تم تطوير موقع فليكر في سنة 2002 من خلال شركة لودي كورب، قامت الشركة بإطلاق فليكر لأول مره في فبراير 2004، ظهرت الخدمة من كندا في فانكوفر في الأساس

عندما قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الإنترنت²

وقد تم إطلاق تحديث جديد من شأن تطبيقه أن يسهل إظهار الصور الفردية بدقة أفضل، ويسهل عملية الاشتراك للمستخدمين الجدد، كما يسرع عملية عرض الصور، وتتيح وظيفة Sexio photo لهذا الموقع للمستخدمين إمكانية عقد ندوات افتراضية يصل المشاركون فيها إلى عشرة أشخاص يستطيعون الاطلاع سويا على صور فوتوغرافية على الإنترنت، ويستطيعون تبادل الآراء حولها عن طريق الدردشة، وهذا يتطلب من المستخدمين اختيار الصور وإرسال رابط Link إلى بقية المستخدمين المشاركين في هذه الندوة وينبغي لمن يشارك في هذا الموقع أن يحتفظ بنسخ من كافة الصور التي يقوم برفعها عليه، حيث يمكن للقائمين على هذا الموقع حذف كافة ما يحويه حساب أي شخص من صور على الموقع سواء عن طريق الخطأ أو بشكل مقصود كمخالفة المشترك (صاحب الموقع) لتعاليم الموقع .

- خصائص موقع فليكر:

هناك العديد من الخصائص لهذا الموقع نذكر منها³:

- التنظيم: يسمح فليكر لمستخدمي الموقع بتنظيم الصور من خلال كلمات مفاتيح تعرف باسم (tags) وهي تسمح للباحثين بإيجاد الصور بسهولة بحسب موضوع معين، كموقع التقاط الصورة، أو اسم الصورة أو موضوع مرتبط بكلمة البحث، يسمح فليكر أيضا لمستخدميه بتنظيم صورههم كمجموعات شخصية أو

¹ الاسترجاع بتاريخ 02-03-2022، الساعة 12.30 ، على الرابط التالي : <http://www.ar.wikipedia.org>

² تم الاسترجاع بتاريخ 13-03-2022 الساعة 10:00 ، على الرابط التالي: <http://www.air.flickr.blogspot.com>

³ علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره ، ص82

مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معا، يستطيع الشخص إضافة الصورة إلى مجموعة شخصية واحدة أو أكثر، من مجموعة شخصية أو عدم إضافتها لمجموعة مطلقا.

- التحكم بالدخول: يوفر فليكر خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها أو يستطيع محمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح هو لهم بمشاهدتها، يستطيع المستخدم عند تحميل الصور أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور أولا، الصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، ولكنه يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة.

- تفاعل وانسجام: يحتوي موقع فليكر على خدمة " أر إس أس " التي تسمح للمبرمجين بتوسيع الخدمات، يستطيع مالك الحساب أن يضيف صوراً من خلال البريد الإلكتروني من خلال الموقع بشكل مباشر أو من خلال الهاتف النقال ذو الكاميرا الرقمية.

- الأرشفة: لا يستطيع مستخدم فليكر الدخول إلا على آخر 200 صورة قام بتحميلها للموقع، الصور القديمة لا تحذف من الموقع، حيث تستطيع الدخول عليها مباشرة من خلال عنوانها المباشر، غير أنه لا يسمح للمستخدم بتعديل كلمات المفاتيح من خلال حسابه. - حجم التخزين: بينما كان في السابق يتم منح مساحة 300 تيرا بايت، في يونيو 2013 تم منح مساحة 1 ميغا شهريا لكل مستخدم. سابعا: ماي

سبايس Myspace:

وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية وتتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى والأفلام¹

نشأة الموقع: "تأسست خدمة ماي سبايس في يوليو 2003 بواسطة توم أندرسن Tom Anderson وكرس ديولف Chris de Wolfe وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجربة سابقة تأسست في 1998 كانت يلهو أقرب ل ياهو، وهي حاليا جزء من إمبراطورية الشركة الإعلامية العملاقة نيوز كورب التي يملكها مردوخ على موقع ماي سبايس دوت كوم يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني، والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين السباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال

¹ على خليل شقرة، مرجع سبق ذكره ص 80.

شبكة ما سببها الاجتماعية التي تقدم العديد من السمات المختلفة التي تسمح للمستخدمين بتعديل ملفاتهم، وإضافة رسوم الجرافيك والموسيقى والألوان، كما يستطيع المستخدمون أيضا وضع الملف بصورة خاصة تسمح فقط لمن دخلوا كأصدقاء بمشاهدة الصفحة، ولا يتطلب ذلك سوى معرفة المعلومات الأساسية للغة HTML التي تستخدم في بناء صفحات الإنترنت كما يقدم أيضا آلة بحث داخلية ونظام بريد الكتروني داخلي¹ وقد كان موقع ماي سبايس من أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية إلا أن شعبيته تراجعت بعد ظهور موقع الفيس بوك الذي استولى على عقول الملايين من مستخدمي الشبكات الاجتماعية خلال فترة زمنية قصيرة.

المطلب الثاني : إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي :

أولا / إيجابيات وسائط التواصل الاجتماعي : تتسم شبكات التواصل الاجتماعي بالعديد من الإيجابيات منها:

1- التواصل مع الأصدقاء والأقارب :

تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الأفراد على التقارب والاتصال ببعضهم البعض ، مهما تباعدت المسافات وذلك بتكلفة قليلة ولفترة طويلة .

2 - الانفتاح على الآخر وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والبيانات :

يسهم الحوار البناء عبر منتديات الحوار ، بترسيخ مبادئ التفاهم والتجانس والتفاوض ، وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والبيانات باستخدام أساليب حوارية تركز على الإقناع بالحجج والبراهين وتنبذ التنافر ورفض الآخر ، فالحوار البناء يهدف لتقريب وجهات النظر وإيجاد الحلول الكفيلة بدعم مسيرة الإنسان وطموحاته من أجل مستقبل أفضل ، لذلك يجب حسن استغلال الحوار ودعم نتائجه ، من خلال الحرص على كفاءة أطراف الحوار ، وقدرتهم على الاستفادة منه ، وحسن إدارتهم لدفته ، وضبطهم لمسارهم بما يسهم

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 م ص.ص. 218
217.

في تحقيق أهدافه ، من خلال التلاحم بين أفراد المجتمع لتعزيز الوحدة الوطنية التي تعد بمثابة حجر الأساس لمشروع البناء والتقدم الشامل ، وإجهاض خطط التفكك والتجزئة ومواجهة التحديات في المجالات كافة¹.

3 - توعية الأفراد بحقوقهم وواجباتهم :

تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الفرد على معرفة ما له وما عليه من حقوق وواجبات ، بفضل ما ينشره المثقفون في مختلف المجالات من نصائح وإشادات .

4 - القضاء على ثقافة الخوف من الآخر :

شجعت شبكات التواصل الاجتماعي التواصل مع جميع الشعوب اختلاف دياناتهم ومستوياتهم .

5- التسلية والترفيه وذلك ترفيها عن النفس ، وهروبا من ضغوطات العمل والدراسة ومشاكل الحياة .

6 - تشكيل الرأي الموحد حول القضايا المصيرية :

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في توحيد الآراء حول بعض القضايا الهامة داخل المجتمع ، مثلما حدث خلال ثورات الربيع العربي ، أين تمكنت شعوب هذه البلدان من توحيد آرائها ومطالبها وتنظيم احتجاجاتها ، بفضل شبكات التواصل الاجتماعي .

ثانيا: سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي: لشبكات التواصل الاجتماعي العديد من السلبيات نذكر منها

1 - العزلة الاجتماعية :

شبكات التواصل الاجتماعي تقلل من التواصل المباشر للفرد مع أفراد أسرته ومجتمعه ، إذ يقضي وقت طويل في استخدام هذه الشبكات ، الأمر الذي يخلق نوع من التفكك الأسري .

2 - التأثير السلبي على الصحة :

أثبتت الدراسات أن الجلوس كثيرا أمام الحاسب الآلي يؤدي إضعاف البصر ، وعلى معانات الأشخاص من ضغوطات نفسية نتيجة تعرضهم المتكرر لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي .

¹ خالد حمد البدر ، نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي ، دراسة مسحية على جيلي الآباء

والأبناء في مدينة الرياض ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ص

3 - انتهاك الخصوصية :

حيث تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للآخرين الاطلاع على أسرارنا والتدخل في شؤون حياتنا .

4 - انتحال صفة الغير :

وذلك لتحقيق مكاسب مادية ، أو لغرض الانتقام من شخص ما ، حيث يتم تشويه صورته في المجتمع .

5- تشجيع الدعارة والانحلال الخلقي:

وذلك من خلال دعوة الشباب والفتيات إلى ربط علاقات غرامية والسهر إلى ساعات متأخرة من الليل، والتفنن في ارتداء الملابس الفاضحة بالنسبة للفتيات تحت مسمى العصرية ومواكبة الموضة بالإضافة إلى نشر الصور والأفلام الإباحية .

6 - إضاعة الوقت :

بمجرد أن يبدأ المستخدم بتصفح أي موقع من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ، حتى تجده يقضي ساعات طويلة جدا أمام جهاز الكمبيوتر فيهمل عمله أو واجباته المدرسية أو العائلية أو غيرها .

7 - السرقة العلمية :

يقوم بعض الأشخاص بسرقة أفكار الغير التي قام بنشرها على إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية ثم يدخل بعض التعديلات عليها وينسبها لشخصه .

8 - الإخلال بالنظام العام :

يمكن استخدام هذه الشبكات في زعزعة الاستقرار والأمن عن طريق ترويع وأفزع الأفراد وإشاعة الفوضى وتقويض حالة الأمن والاستقرار ، وزعزعة الطمأنينة وبث روح الكراهية بين مختلف طبقات المجتمع ، أو منع السلطات العامة من ممارسة صلاحياتها ، أو تعطيل تطبيق الدستور والقوانين ، وتقويض النظام العام ، ما يترتب عليه تشتيت الجهود وانخفاض الروح المعنوية للمواطنين بالإضافة إلى الانتقام من المجتمع وتهديد أمن وسلامة أفراد بسبب مشكلات نفسية واجتماعية تجلب الحقد في صدور بعض المستخدمين على

المجتمع وتجعلهم يخرج عن قواعد الضبط الاجتماعي¹.

¹ خالد محمد البدر ، مرجع سبق ذكره ص 32

9- تهديد أمن الأشخاص :

ويتجسد ذلك من خلال الحصول على بعض الصور الشخصية وتهديد أصحابها بنشرها .

10 - التطرف الفكري والإرهابي : يتيح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الفرصة للجماعات

الإرهابية والمنحرفة فكريا من استخدام أساليب ملتوية لاستقطاب الشاب بصفة عامة والشباب المسلم بصفة خاصة وتزويدهم بأفكار هدامة وقناعات مضللة تتنافى مع المعايير والقيم الأخلاقية والاجتماعية ، وتمهد الطريق للوقوع في أخطار الانحراف وارتكاب السلوك غير السوي ، مما يترتب عليه تشويه صورة الإسلام وتنفير الناس منه ، واستهداف الدين الإسلامي من أعدائه ومنحهم الفرصة لمحاربته والنيل من أبنائه ، بجانب إلصاق تهمة الإرهاب بالإسلام والمسلمين ، وإطلاق الأحكام التي تصف المسلمين بأنهم إرهابيون¹ .

11- الغزو الثقافي : استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مفرط يجعل الفرد يكتسب ثقافات وقيم

المجتمعات الأخرى ، وهنا نتكلم عن القيم والأفكار السلبية التي تؤدي إلى انهيار النظام الاجتماعي داخل المجتمعات المحافظة

¹المرجع نفسه ، ص.31.

تناولت في هذا الفصل تعريف وسائط التواصل الاجتماعي بكل أنواعها وأشكالها مثل فيس بوك وتويتر و اليوتيوب وتأثيرها في حياة الأفراد والجماعات سواء سلبية أو ايجابية وسائط التواصل الاجتماعية أعطت طبيعة جديدة للاتصال التفاعلي ، وأثرت في جميع نواحي الحياة ، وتعتبر سلاحا ذو حدين يمكن أن يكون مفيدا لشباب اذا ادرك كيفية استثماره بشكل أمثل وفي الوقت هو أداة تأديب لتخريب الأخلاق عن طريق بعض المواقع غير خلاقية التي لا تجيد نفعا لذلك من الضروري توجيه الشباب من أجل الاستثمار الأمثل الصحيح لهذا الوسائط نخص بالذكر الطلبة الجامعيين .

الفصل الثالث

تمهيد:

تلعب القيم بصفة عامة والقيم الاجتماعية بصفة خاصة دورا أساسيا في تقدم المجتمعات ورفقيها، فهي تساهم بشكل كبير في تحديد السلوكات المقبولة والمرفوضة اجتماعيا وتعمل على ضبط تصرفات الأفراد والجماعات داخل المجتمع الواحد، حيث أن لكل مجتمع قيم تحكمه وتساعد على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه فتضمن له استقراره وتحفظ كيانه وتتأثر القيم بالعديد من العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بالإضافة إلى الدين والعادات والتقاليد ووسائل الإعلام إحدى هذه المؤثرات الرئيسية التي تساهم في ترسيخ قيم النظام الاجتماعي أو تغييرها.

وعليه فقد تناول هذا الفصل مفهوم القيم بصفة عامة وتصنيفاتها وكذا أهميتها وخصائصها، بالإضافة إلى مفهوم القيم الاجتماعية وأنواعها وكذلك أهميتها ودور وسائط التواصل الاجتماعي في ترسيخها.

المبحث الأول: القيم وتصنيفها

لقد جاء في المبحث مطلبين الأول يتحدث تعريف القيم حيث تم تعريف بقيم اما المطلب الثاني تصنيف ومصادر القيم

المطلب الأول : مفهوم القيم

تباينت آراء الباحثين حول مفهوم القيم تبعا لاختلافاتهم المذهبية والفكرية والفلسفية ، فكل منهم عرفها بما يناسب تخصصه ومجال اهتمامه ونشير بإيجاز إلى بعض التعريفات من المنظور الذي يخدم موضوعنا¹.

- القيمة في المنظور الاجتماعي : هناك تعريفات كثيرة للقيمة في كتب الاجتماع فهناك من عرفها على أنها " المقاييس التي تستخدمها جماعة حضارية لتحديد وتوجيه الأفكار ، والأعمال ، في سلوك الفرد أو الجماعة " ومنهم من عرفها على أنها " مفهوم ظاهر أو ضمني يميز الفرد أو الجماعة التي ينتمي إليها ، ويحدد ما هو مرغوب فيه وجوبا ، ويؤثر في انتقاء أساليب العمل ، ووسائله وغاياته " وهي أيضا الحكم الذي يصدره الإنسان على شئ ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه ، والذي يحدد المرغوب فيه ، والمرغوب عنه ، من السلوك .

بينما يعرف كيلمان القيم في تنظيم المجتمع بأنها " مجموعة من الفلسفات والمعتقدات والافتراضات والتوقعات والاتجاهات وقواعد السلوك التي تربط أي مجتمع في شكل وحدة متماسكة "²

أما " روبرت هاجرون " فقد عرف القيم على أنها " المعايير المقبولة والمرغوب في من المجتمع أو الجماعة وغالبا ما تكون مرادفا للغايات "³

وقد عرفت القيم كذلك على أنها " مجموعة من التنظيمات المعقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعني سواء كانت صريحة أو ضمنية فهي بمثابة حكم تفصيلي يعتبر إطارا مرجعيا يحكم تصرفات الإنسان في حياته الخاصة والعامة والقيم عند الأفراد تتميز في أغلب الأحيان بالثبات والاستقرار¹.

¹ عبد الجبار دولة بأبعاد غانية ، التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر (مفاهيمها ، مجالاتها ، نتائجها) د ط ، مركز الناقد الثقافي ، دمشق ، 2009 ص 33 .

² محمد مزيان ، القيم والاتجاهات في علم الإعلام والاتصال ، ط 1 ، منشورات دار لالة سكيك ، الجزائر سنة 2003 ص 26.

³ محمد ياسر الخواجة ، علم اجتماع التنمية ، المفاهيم والقضايا ، ط 1 ، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع ، مصر ، 2009 ص 375.

- القيمة في المنظور التربوي الإعلامي : القيمة التربوية الإعلامية هي " التي نريد تربية الجمهور عليها ، بحيث تدخل ثقافتهم ، وسلوكهم ، ومعتقداتهم وتسعى إلى إدراج هذه القيمة في معارفهم وكل ما يرون ويسمعون في وسائل الاتصال ² :

- القيمة في الإعلام : " هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور ، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث ، وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم ³ ونخلص إلى القول بعد استعراض بعض تعريفات القيمة وفق وجهات النظر المختلفة إلى أن القيم هي : المبادئ والصفات والمعايير التي تضبط سلوك الفرد وطريقة تعامله مع الآخرين ، وتوجهه نحو الخير أو الشر ، وهي موجود في كل مكان وزمان ..

المطلب الثاني : تصنيف القيم

يتفق دارسوا القيم على صعوبة تصنيفها ، وعلى أنه لا يوجد تصنيف شامل لها ، والواقع أنه مهما يكن في تصنيف القيم من قصور عن الإحاطة بأنواعها جميعا ، إلا أن التصنيف أمر ضروري لدراسة القيم ، وسوف نعتمد في هذا المقام على تصنيف القيم على أساس أبعادها المختلفة على النحو التالي :

1- أنماط القيم حسب بعد المحتوى : وقد قسمها "سبيرينجر" إلى ستة أنماط هي ⁴ :

أ- قيم دينية : ترتبط بالاهتمام بالمعتقدات والقيم الدينية .

ب - قيم اجتماعية : وترتبط باهتمام الفرد بحب الناس ، والتضحية من أجلهم وبذل الجهود من أجل سعادتهم وتحسين أحوالهم .

ج - قيم اقتصادية : وترتبط بالاهتمامات العملية ذات النفع المادي والصناعة والإنتاج والثروة واستثمار الأموال في الأعمال التجارية .

الحقائق والمعارف والسعي إلى اكتساب المزيد من

د - قيم معرفية : وترتبط باهتمام الفرد وميله لاكتشاف المعرفة العملية .

¹ سمير سعيد حجازي معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس الاجتماعي ونظرية المعرفة، ط1، دار الكتب ، لبنان ، 2005 ص 239

² عبد الجبار دولة ، مرجع سبق ذكره ، ص34.

³ محمد مزيان ، مرجع سبق ذكره ، ص 15.

⁴ صالح محمد ابو جادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن 1998 ، ص 209 .

هـ - قيم سياسية : وترتبط بالسلطة والقوة والسيطرة والعمل السياسي .

و - قيم جمالية : وترتبط باهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من حيث الشكل وكمال التنسيق والانسجام

2 - أنماط القيم حسب مقاصدها : تنقسم القيم من ناحية قصدها إلى نوعين :

أ - قيم وسائلية : وهي تلك القيم التي ينظر إليها على أنها وسائل لتحقيق غايات أبعد .

ب - قيم نهائية : وهي الأهداف والفضائل النهائية التي تضعها الجماعات الأفراد

3 - أنماط القيم حسب شدتها وإلزامها : ويمكن أن نميز هنا بين ثلاث (3) مستويات لشدة القيم وإلزامها وهي¹:

أ - ما ينبغي أن يكون : وهي القيم الملزمة أو الأمرة الناهية .

ب - ما يفضل أن يكون : وهي القيم التفضيلية التي يشجع الأفراد على الالتزام بها .

ج - ما يرجى أن يكون : أي القيم المثالية التي يحس الناس بصعوبة تحقيقها بصورة كاملة ومن أمثلتها مقابلة الإساءة بالإحسان .

4 - أنماط القيم حسب شيوعها : وتنقسم من حيث درجة شيوعها وانتشارها إلى قسمين :

أ - القيم العامة : وهي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله .

ب - القيم الخاصة : وهي القيم المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محدودة أو بطبقة أو جماعة خاصة

5 - أنماط القيم حسب وضوحها : وتنقسم القيم من ناحية وضوحها إلى قسمين :

أ - القيم الصريحة : وهي القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالكلام وبالسلوك نفسه . ويستدل عليها من ملاحظة الاختيارات التي تتكرر في

ب - القيم الضمنية : وهي القيم التي تستخلص سلوك الأفراد .

6 - أنماط القيم حسب ديمومتها : وتصنف القيم حسب هذا البعد إلى صنفين هما:

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

¹ سلوليسيد عبد القادر محمد عباس ابراهيم الأنثروبولوجيا و القيم، ط، دار المعرفة الجامعية طبع نشر، توزيع مصر 2010 ص198.

ب - القيم الدائمة : وهي التي تدوم زمنا طويلا ، وقد تمتد جذورها إلى أعماق التاريخ .

المبحث الثاني: أهمية القيم وخصائصها

لقد جاء في المبحث مطلبين الاول يتحدث أهمية القيم اما المطلب الثاني خصائص القيم

المطلب الاول أهمية القيم

أولا : أهمية القيم : للقيم منزلة رفيعة في الكثير من نواحي وجوانب سلوكياتنا اليومية ، فالأديان تركز جل اهتمامها عليها ، وكذلك المجالات المختلفة للموضوعات البحثية ، من فلسفة وفن وعلوم اجتماعية وتلعب القيم دورا في تقدم المجتمع ورفقه وفي تربية أبنائه وتنميته وإن القيم مهمة لكل نشاط إنساني ، وكل تنظيم اجتماعي أو اقتصادي أو سياسي ، لأن موضوعها هو علاقة الإنسان بالكون الذي يعيش فيه ، معتبرا أن تماسك المجتمع مبني على وحدة قيمة وانتشارها وتوافقها وبدونها يعم الصراع والتناقض .¹ فالقيم تعمل على تحديد الجزاءات الخاصة بانتهاك قيم المجتمع أو الخروج عليها ، لأنه لو تركت على جماعة أو أي فرد دون هذه الجزاءات لأدى ذلك لانتشار الفوضى في النظام الاجتماعي واضطربت الشخصية الإنسانية وبذلك يساعد انتشار القيم ورسوخها في المجتمع على حفظ هذا النظام والامتثال له ، ونمو الشخصية الإنسانية بطريقة متزنة خالية من الصراعات الضمنية والاضطرابات النفسية ، وذلك لأن القيم تستخدم كوسيلة هامة في الضبط الاجتماعي ، فهي من ناحية تجعل الأفراد أعضاء المجتمع يتمثلون للمعايير الأخلاقية وتحفز شعورهم بقدسية الاحترام لها ، ومن ناحية أخرى تفرض جزاءات اجتماعية ضد السلوك المنحرف وتقابله بالنفور والاستياء والاستنكار .²

ومن الحقائق الواضحة أن القيم لها جذورها الضاربة في أعماق النفس البشرية لدى الإنسان منذ آدم عليه السلام مروراً بالشعوب التي انحدرت منه ، فقد عاش الإنسان عبر تاريخه الطويل وهو يتمسك بمجموعة كبيرة من القيم التي عاشت معه ، ولازمته في مختلف أطوار حياته وسواء أكان ذلك الإنسان يدرك ماهية تلك القيم أم لا ، فعبير التاريخ الطويل للحياة ظهرت حضارات عديدة جعلت من القيم نسقا لحياتها ، بل ودخلت القيم كأساس قوي في تشكيل فلسفتها .

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، ص 207.

² محمد ياسر الخواجة ، مرجع سبق ذكره ص 386.

وتلعب القيم دوراً أساسياً في حياة الأفراد والمجتمعات ، وهي ماثلة في كل لحظة من لحظات السلوك الإنساني ، ويعد موضوع القيم في المجتمعات مسألة وعي وثقافة ، وتبدو أهمية القيم كلما برزت الحاجة إلى نظام قيم يسير الحياة ويعمل

على تربية الإنسان¹ ،

" فالقيم لها أهمية بالغة في ربط أجزاء الثقافة بعضها بالآخر ، فتربط العناصر المتعددة والنظم حتى تبدوا أنها متناسقة ، كما أنها تعمل على إعطاء هذه النظم أساساً عقلياً يستقر في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة ، أو تلك ، وتبدوا أهمية هذه الوظيفة خصوصاً إذا عرفنا أن هناك شبه إجماع على تعريف المجتمع أو المجتمع المحلي " على أنه مجموعة من الأشخاص يتبعون نفس القيم ويحاولون الوصول إلى أهداف مشتركة²

وكذلك تبرز أهمية القيم على المستويين الفردي والجماعي في أنها تهيم للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوكيات الصادرة عنهم ، وبمعنى آخر تحدد شكل الاستجابات وبالتالي تلعب دوراً في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح وتعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ، وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق الإيجابي ، وتحقيق الرضا على نفسه لتجاوبه مع الجماعات في مبادئها وعقائدها الصحيحة وتحقيق للفرد الإحساس بالأمان ، وتعطي له الفرصة في التعبير عن نفسه ، بل وتساعده على فهم العالم المحيط به وتوسيع إطاره المرجعي ، وتوجهه نحو الخير والإحسان ، كما أنها تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا يتغلب على عقله ووجدانه لأنها تربط سلوكه وتصرفاته بمعايير وأحكام يتصرف في ضوءها³ .

واستناداً لما ذكرناه، يمكن تحديد أهمية القيم في النقاط التالية:

- القيم موجودة داخل كل مجتمع المتقدم منه والمتخلف، إذ لا يخلو أي مجتمع مهما بلغ عدد أفراد من وجود مجموعة من القيم توجه سلوكياتهم وتنظم العلاقة بينهم .
- القيم تساعد المجتمعات على مواجهة التغيرات التي تحدث فيها ، من خلال تحديدها للطريق الصحيح الذي يسهل للناس حياتهم ويحفظ للمجتمع استقراره ، وحدته ، ومبادئه الثابتة .
- القيم متواجدة في كافة مجالات الحياة الاجتماعية ، الاقتصادية والسياسية حيث أن لكل مجال قيم خاصة

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي ، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره ، ص. 208.

² محمد ياسر الخواجة ، مرجع سبق ذكره ص . 386 .

³ المرجع نفسه ، ص، 387.

- القيم ركيزة أساسية داخل كل مجتمع ، حيث تعبر عن هويته وثقافته وتساهم في رقيه ، فكلما كانت القيم ايجابية تحقق الازدهار والتقدم لذاك المجتمع ، وسلبية قيم مجتمع ما تعني تخلفه وضياعه ..
- القيم تحافظ على تماسك أفراد المجتمع .
- القيم لها تأثير كبير على سلوكيات الأفراد وتصرفاتهم ، فهي التي تساعد على مواجهة الصعوبات ، كما تعمل على بناء الشخصية .
- القيم تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات ، وتزود أفرادها بالطريقة المثلى في التعامل مع العالم

المطلب الثاني خصائص القيم¹

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

- 1 القيم ذاتية :** والمقصود بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد وتشمل الرغبات والميول والعواطف ... وهذه الخبرات النفسية غير ثابتة وتتغير من لحظة إلى أخرى ، ومن شخص إلى آخر والقيم في تناسب مع الرغبات وكلما ازدادت هذه الرغبات ازدادت القيم .
- 2 - القيم نسبية :** إن وجود القيم نسبي ، فإذا زالت الأشياء وانعدم الأشخاص زالت القيم وانعدمت ، حتى عملية تفضيل بعض القيم على الأخرى لا معنى لها إلا بالنسبة للأفراد ، ومن هنا كانت القيم وقتية وغير دائمة
- 3 - القيم ثابتة نسبيا :** ثبات القيم واستقرارها وصلابتها سوف يظل أمرا نسبيا ، فالقيم بكل أنواعها ليست ثابتة وبنفس القدر ، لأن القيم تخضع لسنة التغيير والحركة والتطور .
- 4- علو القيم :** لدينا جميعا إحساس بعلو القيم وارتفاع قدرها وسموها .
- 5 - كثرة القيم ووحدها :** يرجع تعدد القيم وكثرتها وتنوعها إلى كثرة الحاجات الإنسانية بمعنى أن وجود القيم بكافة أنواعها ، إنما هو استجابة لحاجات الطبيعة الإنسانية وميولها العاطفية والاقتصادية والاجتماعية

¹ نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، و19، ص 100.

6 - تتسم القيم بالهرمية : إذ أنها ترتب عند كل شخص ترتيباً متدرجاً في الأهمية وبحسب الأهمية والتفصيل لكل فرد وعلى هذا يمكننا القول أن لدى كل فرد نظاماً للقيم يمثل جزءاً من تكوينه النفسي الموجه السلوكه¹ .

القيم تبدو حاضرة في سلوك الإنسان ، وهي تؤثر في هذا السلوك وتتغلغل في حياة الناس وترتبط عندهم بمعنى الحياة ذاتها فهي ترتبط بدافع السلوك وبالأمال والأهداف ، والقيم نتاج للواقع الاقتصادي والاجتماعي فهي تعكس طبيعة علاقات الإنتاج السائدة في المجتمع ، وهي تعكس الوجود الاجتماعي للأفراد والطبقات في مرحلة تاريخية محددة وداخل تكوين اقتصادي اجتماعي معين ولذلك فإننا نستطيع أن نفهم طبيعة العلاقات الإنتاجية السائدة في مجتمع ما في فترة محددة من تاريخه من خلال تحليلنا لأنساق القيم السائدة، كما أننا نستطيع أن نستدل على طبيعة الأنساق القيمية من خلال تحليلنا لواقع العلاقات الإنتاجية في المجتمع² بالإضافة إلى أن القيم تمتلك صفة الضدية حيث أن لكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا إيجابيا ، وقطبا سلبيا ، والقطب الايجابي هو وحده الذي يشكل القيمة ، في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه ضد القيمة ، أو عكس القيمة³

المبحث الثالث: القيم الاجتماعية

لقد جاء في المبحث ثلث مطالب الاول يتحدث مفهوم القيم الاجتماعية و انواع اما المطلب الثاني أساليب تكوين القيم الاجتماعية اما المطلب الثالث أهمية القيم الاجتماعية ودور وسائط تواصل الاجتماعي في ترسيخها

المطلب الاول : مفهوم القيم الاجتماعية و انواع القيم الاجتماعية

أولا : مفهوم القيم الاجتماعية : تتعدد تعاريف القيم الاجتماعية نذكر منها :

" القيم الاجتماعية هي الفاعل والمكون الأساسي لشخصية الإنسان، وهي المصدر الحقيقي لكل ما يصدر عنه من مشاعر وأحاسيس وأفكار وآمال وطموحات واهتمامات، ومن ثم أقوال وأفعال وإنجازات ، فهي المكون الحقيقي لشخصيته التي تميزه على غيره :⁴

¹ سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا و القيم ، د ط ، دار المعرفة الجامعية ، طبع نشر ، توزيع ، مصر ، 2010 ، ص220.

² أحمد أنور ، الآثار الاجتماعية العولمة الاقتصادية ، د ط ، مهرجان القراءة للجميع ، مكتبة الأسرة ، مصر ، 2004 ص 27.

³ ماجد الزبيد ، الشاب والفم في عالم متغير ، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2006 ، ص 24.

⁴ إبراهيم رمضان الديب ، أسس ومهارات بناء القيم التربوية تطبيقاتها في العملية التربوية د ط ، مؤسسة أم القرى الترجمة والتوزيع ، مصر ، 2008 ص 09.

والقيم الاجتماعية هي المسؤولة عن السلوك الاجتماعي الذي ينتهجه الفرد فهي " أنواع المعتقدات التي يحملها شخص أو مجموعة من الأشخاص أو مجتمع بأسره ويعتبرها مهمة ويتقيد بها ، حيث انها هي العامل المحدد للسلوك سواء كان صواب أو خطأ ، صالح أو طالح ، جيد أو سيئ ، مقبول او مرفوض¹

ويمكن تعريف القيم الاجتماعية بأنها " تلك المعتقدات التي نتمسك بها بالنسبة لنوعية السلوك المفضل ومعنى الوجود وغاياتها ، ومن هنا نذكر أن الثقافة تشكل مصدرا للمقاييس والمعايير والوسائل والغايات والأهداف وأشكال التصرف المفضلة وتتنوع بسبب تعدد مصادرها وتوجهاتها ومراميها² كذلك تعرف القيم الاجتماعية على أنها " الخصائص أو الصفات المرغوب فيها من الجماعة والتي تحددها الثقافة القائمة مثل التسامح والحق والقوة وهي أداة اجتماعية للحفاظ على النظام الاجتماعي والاستقرار بالمجتمع³

وعليه يمكن تعريف القيم الاجتماعية على أنها : مجموعة من المعايير تضعها الجماعة ، تحكم تصرفات الأفراد وتحدد السلوك المسموح والممنوع ، حيث يعاقب من يخالف قيم أي مجتمع بالاحتقار والتقزيم والإهانة ، بينما يجازي الذي يحافظ عليها بالاحترام والتبجيل .

ثانيا انواع القيم الاجتماعية تتنوع القيم الاجتماعية لتشمل :

أ- القيم الفكرية : هي القيم التي تنتج عن الاتجاهات العقلية أو الفلسفية لأفراد المجتمع ، وينصب محور اهتمامها على البحث عن الحقائق وأسباب حدوثها بشكل تطبيقي منظم ، وهي تشير إلى البحث عن الحقيقة من خلال التفكير والفهم والاستنتاج ، لذلك لا يبذل الشخص الفكري أي مجهود لاقتناء أشياء يمكنه الحياة بدونها ، لأن التركيز على الفوائد المادية من وجهة نظره يؤثر على صفاء الفكر ، كذلك لا يهتم بالنواحي الجمالية لأن ذلك يتعارض مع قيم الرجل الفكري ، وهي الموضوعية واستبعاد الإضافات والتحيز⁴ وأهم القيم الفكرية هي : حرية التعبير عن الرأي ، احترام إبداعات الآخرين ، غرس الأخلاق الفاضلة ، الانفتاح الثقافي ، طرح آراء معتدلة ، تقبيل العدوان .

¹ خالد محمد البدر ، مرجع سبق ذكره ص 17.

² تاريخ الاسترجاع بتاريخ 01/02/2022 ، الساعة 10:00 ، على الرابط التالي: <http://www.ejtemay.com>

³ تاريخ الاسترجاع بتاريخ 02 / 02 / 2022 ، الساعة 12:22 ، على الرابط التالي: <http://www.centervales/posty>

⁴ خالد محمد البدر ، مرجع سبق ذكره ص 18.

ب - القيم الجمالية : إن القيم الجمالية في مفهومها العام تعني اهتمام الفرد وميوله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق ، وهو بذلك ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي ولا يعني هذا أن الذين يمتازون بهذه القيم يكونون فنانين مبتكرين بل أن بعضهم لا يستطيع الإبداع الفني ، وإن كان يتذوق نتائجه¹

ومن بين القيم الجمالية نذكر : متابعة أخبار المعارض الفنية ، الاهتمام بسير الفنانين والرسامين ، شراء الأشياء الفنية المميزة ، مشاهدة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى .

ج - القيم الاقتصادية : هي القيم التي تؤدي إلى اتجاهات اجتماعية عملية مع التركيز على تحقيق الجوانب والأهداف الاقتصادية ، والعائد المادي لذلك لا يعبأ الرجل الاقتصادي بالناحية الجمالية ، إلا إذا كان الشيء الجميل مفيدا ، وذو جدوى اقتصادية ، فقد يشتري الرجل الاقتصادي لوحة فنية بملايين الدولارات ليس حبا في الفن أو تقديرا للجمال ، ولكن رغبة في إعادة بيعها بسعر أكبر في وقت لاحق²

ومن أهم القيم الاقتصادية : احترام حقوق الملكية للآخرين وعدم التعدي عليها ، ترشيد الاستهلاك ، الاستغلال الأمثل للثروات .

د - القيم الدينية : من الطبيعي أن تنصدر هذه القيم قائمة القيم الإيجابية ، ففي هذه القيم مبادئ وأحكام أخلاقية بالغة الأثر في تفادي كثير من القيم السلبية فالخلق والسلوك الذي تدعوا اليه الأديان قائم على المودة والتراحم (التعاون والتكافل) ورعاية الفقير والمسكين وأن يكون أساس التعامل قائما على الصدق والأمانة والوفاء بالعهد³

ومن بين القيم الدينية : العدل ، التسامح ، التضامن ، الوفاء بالعهد ، احترام الآخرين ، كف الأذى ، الصدق ، الكرم ، فعل الخير ، الدفاع عن المقدسات الدينية .

¹ سمير لعرج ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري ، دراسة ميدانية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، ص 6.

² خالد محمد البدر ، مرجع سبق ذكره ص 18.

³ علياء شكري وآخرون ، علم الاجتماع العالمي، ط 2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الأردن ، 2011 ، ص 289.

هـ - القيم السياسية : هي التي تهتم بمظاهر القوة والنفوذ في المجتمع سواء على مستوى الفرد أو الجماعة ، والرجل السياسي يبحث على تحقيق ذاته واستقلاليتها دائما ، كما أن تعطشه للقوة يجعله لا يقدم على تقديم توضيحات من أجل الآخرين¹

ومن أهم القيم السياسية: الانتماء لمذهب سياسي معين ، احترام الزعماء السياسيين ، حب الوطن والدفاع عنه ، الإلمام بالأحداث والتطورات السياسية في العالم ، قبول أصحاب المذاهب السياسية المعارضة . يلاحظ من خلال أنواع القيم الاجتماعية التي ذكرناها ، أن القيم الاجتماعية ذات الصبغة الدينية هي أكثر القيم انتشارا داخل المجتمع الجزائري، وبالتالي سوف نركز عليها عند تصميمنا لاستمارة الاستبيان .

المطلب الثاني: أساليب تكوين القيم الاجتماعية

مصادر القيم : تختلف الفلاسفة والعلماء حول أصل ومصدر القيم و هو ما جعلهم يذهبون إلى آراء أربعة هي:

الرأي الأول: يرد أصحاب هذا الرأي القيم إلى محتوى الوعي أو الوجدان النفسي بما يضطرب به من رغبات ومشاعر، وبهذا لا تكون القيمة صفة بالموضوعات بل تلحق بأنواع الذوات فليس ثمة قيمة إلا بما كان يرضي رغبة أو يثير انفعالا أو يجسد دافعا، وهنا القيمة تعتمد على الاختيار الحر، الرغبة الذاتية للفرد² ومن أنصار هذا الرأي البراغماتيين والوجوديين وأصحاب مدرسة التحليل النفسي.

الرأي الثاني: أصحاب هذا الرأي يرون أن مصدر القيم هو المجتمع و يردوه إلى العقل الجمعي لأن المجتمع عندهم هو المشرع الوحيد للقيم لأنه موجدتها وحافظها و هو معيار القيم الخلقى لما له من قوة القهر³ وعليه فان التقويم عند أصحاب هذا الرأي عملية اجتماعية خارجة عن ذوات الأفراد و صادرة عن المجتمع و الإرادة الجمعية التي تعلو على الأفراد و ذواتهم، و من أنصار هذا الرأي (دور كايم و ماركس) رغم الاختلاف المعروف بينهما.

الرأي الثالث: و من أنصار هذا الاتجاه أرسطو، المعتزلة و يرون أن أصل القيم يعود إلى طبيعة الأشياء والأفعال ذاتها و الإنسان يكشف هذه القيم و يهتدي إليها بعقله نظرا لقدرتها على التأثير في رغباته و عليه

¹ خالد محمد البدر ، مرجع سبق ذكره . ص . 19.

² صلاح قصوة : نظرية القيمة في الفكر المعاصر ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، 1980.ص.72.

³ قباري محمد اسماعيل: علم الاجتماع والإيديولوجيا، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر ، (د.س). 1988، ص. ص . 196.197 .

فان لها وجود مستقل عن أي شيء خارج عنها فهي تتمتع بالاستقلال الذي يتصف به الشيء أو الفعل المتصف بها.

الرأي الرابع: إن مصدر القيم لدى أصحاب هذا الرأي يرجع إلى قوة خارجية عن الإنسان و المجتمع و هي تعلو فوق الإنسان و قدراته و الأشياء لا تخلق نفسها بل الله خالقها و مقومها و هو الذي يعطي

قيمة الأشياء و الأفعال و لهذا فالقيم تنطبق على جميع الناس دون استثناء و لا تخضع لإرادتهم و أهوائهم الفردية و الجماعية على السواء و لهذا فهي تتصف بكونها عامة و ثابتة و مطلقة و كلية.¹

مصدر الفقيم سواء كان مصدرها الإنسان أم المجتمع أم العقل أو متطلعا لها على اعتبار أنها تنبع من قوة خارجية عن الإنسان والمجتمع "أي الله عز وجل فإن الإنسان والمجتمع لا يستطيعا التخلي عنها والعيش بدونها، كما أن هذا الاختلاف لا ينفي أيضا حقيقة وجودها، وبالتالي إمكانية إدماجها في شخصية المراهق، وتكوين ضوابط مانعة لممارسة السلوك اللامقبول إجتماعيا، من خلال عملية التنشئة الإجتماعية، عبر مؤسساتها.

كيفية تكوين القيم: التكوين القيمة عمليا هناك عدة مراحل هامة:

جذب انتباه المتعلم نحو القيمة: أي إيقاظ الإحساس بالقيمة التي تختار كهدف تربوي، و هنا تستخدم كافة الإمكانيات في سبيل عرض القيمة واضحة التفاصيل، محددة المعالم، فالمهم هو جذب الاهتمام و الانتباه كدرجة أولى لتكوين الوعي بها، و إثارة الرغبة في التلقي لتتم عملية تركيز الانتباه و المراقبة، و لتأتي الاستجابة بعد ذلك، و يظهر المتعلم اهتماما قليلا بالظاهرة، أي يظهر نوعا من الاهتمام، ثم تأتي بعد ذلك الاستجابة النشطة كطاعة أو مسابقة ليأتي بعد ذلك الأمر طوعا.

تقبل القيمة : في هذه المرحلة تستمر الاستجابة، بدرجة تكفي لجعل الآخرين يميزون القيمة في الشخص، ويكون سلوكه ثابتا و ملتزما بدرجة تكفي لجعله راغبا في أن يتم التعرف عليه بهذا الشكل، و معنى هذا أن القيمة أصبحت ممثلة بدرجة كافية من العمق، بحيث تصبح قوة مسيطرة باستمرار على السلوك. فقيمة الصلاة مثلا حين نريد غرسها في نفس الناشئ فلا بد من جذب انتباهه والاستحواذ عليه و تستخدم في ذلك كافة الوسائل الممكنة، بحيث تبين له أهمية الصلاة مرة بعد مرة بحيث يتوفر لديه وعي بها، و يتطلب ذلك إطلاع المتعلم على تلك الأهمية و كيفية أداء الصلاة، و بعد ذلك تتكون لديه رغبة مستمرة في تطوير قدرته على أدائها بعد تقبله لها.

¹ عادل غزالي، أثر القيم الاجتماعية على التنظيم الصناعي الجزائري، إشراف: مسعودة خنونة، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2006 2007. ص ، 39.

تفضيل القيمة: و تعني هذه المرحلة أن الفرد أصبح ملتزماً بالقيمة لدرجة تجعله يتابع القيمة

ويسعى وراءها و يريد لها، و هنا تظهر عدة استجابات معينة، تعبر عن هذا التفضيل ففي حالة القيمة التي مثلنا بها ، يسعى الفرد لتكوين أرضية واسعة عنها، أو يهتم بدعوة غيره إلى الصلاة، و بالذهاب إلى المسجد طوعية¹

الالتزام: في هذه المرحلة يصل الفرد إلى درجة عالية من اليقين، فيصل إلى الاقتناع و التأكد الذي لا مجال فيه للشك، و من ثم إلى القبول (الايجابي) الوجداني الكامل، و من ثم يعمل التقدير القيمة و تتعمق مشاركته في هذا التقدير، و في الأشياء الممثلة له كما و يبحث عن أشباهه المؤمنين بالقيمة و هنا لابد من إدراك عدة أمور:

- أن الالتزام ليس مجرد حماس أو عاطفة وقتية عابرة، توجد و تتلاشي لتحل محلها عاطفة مؤقتة أخرى، بل يعني الاستمرار العاطفي لتأكيد الالتزام.
- أن اعتناق قيمة ما فترة طويلة من الزمن لا يدل على الالتزام بها، فلا بد من استغلال قدر من طاقة الفرد العاطفية حتى يتم الالتزام الحقيقي.
- أن الأعمال المؤيدة للقيمة أمر مهم لأنها تعني و تدل على الالتزام بحكم طبيعتها.

التنظيم: و يعني ترتيب القيم في نظام معين ذلك أنه حين يؤخذ في تمثيل القيم بصورة متتابعة، فإنه يواجه مواقف ذات علاقة بأكثر من قيمة واحدة، و هنا تنشأ الضرورة لأمر ثلاث: تثبيت القيم في نظام واحد وتحديد العلاقات المتبادلة بينها، و إقامة قيم مهيمنة متغلغلة، و في هذه المرحلة يكون التجريد و يكون التعبير عن القيمة رمزا أو عملا، و تشتمل عملية التجريد على تحديد الأشياء العامة التي تعتمد على التحليل و المفاضلة، و تدور في ذهن المتعلم ليصل إلى تنظيم معين لقيمة، مكونا أحكامه على الأبناء و العلاقات من حوله.

التمييز: في هذه المرحلة يصبح الفرد متميزا، حيث يصل إلى التصرف السلوكي الذاتي الثابت

طبقا للقيم التي تمثلها و التي أصبحت تسيطر على تصرفاته وتراقبها، فهي تقوم بدور الرقابة لسلوكه وتصرفاته، بحيث يمكن وصفه و تقديره عن طريق هذه القيم المتغلغلة، و المتعلم في هذه المرحلة يكون قد دمج قيمه وأفكاره و مواقفه و اتجاهاته، في وجهة نظر متكاملة تشكل نظرتة للعالم المحيط

¹ علي خليل مصطفى أبو العينين : القيم الإسلامية والتربية ، ط 1 ، مكتبة ابراهيم علي ، المدينة المنورة ، 1988 ، ص 84.

يكون قد دمج قيمه و أفكاره و مواقفه و اتجاهاته، في وجهة نظر متكاملة تشكل نظرتة للعالم المحيط به وتشكل استجاباته الدائمة و الثابتة اتجاه المواقف و الأشياء بصورة مترابطة، بمعنى تشكل توجهها سلوكيا أساسيا يمكن الفرد من التحكم في العالم المعقد من حوله و العمل بثبات و فعالية في هذا العالم و يربط هذا التوجه الأساسي بين سلسلة من المواقف و الاتجاهات و القيم، و هكذا يصل الفرد إلى تمثيل القيم و دمجها في ذاته بحيث تصبح من الملامح المميزة له و يحدث له تقبل للمواقف والاتجاهات و القوانين و المبادئ التي تشكل جزء منه و ذلك في تكوين أحكام القيم، أي في تحديد سلوكه.

و لذلك فعملية تنمية القيم و تكوينها ليست سهلة و لا بسيطة كما قد يتصور البعض، لذا فإن تركها لعوامل الصدفة أو العشوائية ليس من صالح تنميتها، إذ يجب أن تخضع لعملية تخطيط دقيقة وإتاحة الفرصة لتزويد المتعلمين ببعض القيم الصريحة و في نفس الوقت تتاح لهم الفرصة لاكتشاف القيم الأخرى غير المعلنة.¹

المطلب الثالث : أهمية القيم الاجتماعية ودور وسائط تواصل الاجتماعي في ترسيخها:

(1) - أهمية القيم الاجتماعية:²

توفر القيم الاجتماعية الوسائل المطلوبة لتحديد جدارة الأفراد والجماعات، حيث تساعد الفرد على معرفة موقعه في المجتمع على أساس تقييم الناس له، وتساعد الناس على تركيز اهتمامهم على العناصر المادية المرغوبة والضرورية، بالإضافة إلى مساهمتها في توجيه الناس نحو الأدوار الاجتماعية وكيفية النهوض بها كما تشجعهم على القيام بالأعباء المسندة إليهم بشكل ينسجم وتوقعات المجتمع، بجانب إسهامها بدور كبير في تحقيق الضبط الاجتماعي من خلال مطابقة السلوك للقواعد الأخلاقية وكبح جماح العواطف السلبية التي تدفع إلى الجنوح والانحراف والتمرد والسلوك العنيف، فالقيم الاجتماعية أداة مهمة من أدوات التضامن والتكافل الاجتماعي، حيث تستند وحدة الجماعات على وجود القيم المشتركة التي تجمع بين الناس

وترجع أهمية القيم الاجتماعية كذلك إلى كونها مصدر أساس لكل تصرفات الإنسان، حيث تعد بمثابة المكون الحقيقي لشخصية الفرد أين توجهه لانتهاج الطريق السليم وتبعد عن الوقوع في الأخطاء حيث أنه كلما كانت القيم الاجتماعية للفرد ايجابية تحقق للمجتمع الرقي والازدهار، فهي وسيلة هامة لحفظ تماسك

المجتمع وقوته وضمانة لعيش أفراده في كنف الأمن والاستقرار فبقدر تماسك الفرد بالقيم الاجتماعية الايجابية السائدة داخل مجتمعه، تكون تصرفاته سليمة تنعكس ايجابيا على محيطه والعكس صحيح.

¹ علي خليل مصطفى أبو العينين. مرجع سابق نفسه ص. 86. 85.

² خالد محمد البدر، مرجع سبق ذكره، ص 31.

وفي الوقت نفسه تعد القيمة إفراز طبيعي للمنهج الفكري الذي يتبناه الفرد، فكل منهج فكري مرتكز عقدي حسب التسلسل التالي :

عقيدة ← فكرة ← قيمة ← هو سلوك¹

(2)- دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية:²

تعد وسائط التواصل الاجتماعي في الظروف الراهنة من أهم المؤثرات و هو النشاط الثالث الذي يمارسه المواطن بعد الأكل والنوم ولأنها باتت تساهم بقوة في تشكيل المواقف وآراء المجتمع تجاه القضايا المختلفة التي تواجه الأمة، وفي ترسيخ قيم النظام الاجتماعي فالمسؤولية الملقاة على عاتق هذه الوسائط، إذ تساعد على تناسق السلوك الاجتماعي وتحدد العادات للأفراد والجماعات، فالقيم الاجتماعية تتأثر بالعديد من المؤثرات، وتعد وسائط التواصل الاجتماعي في الظروف المتسارعة للتطور التكنولوجي من أهم هذه المؤثرات لأنها تساهم في تشكيل مواقف واتجاهات وآراء الجماهير نحو موضوعات مختلفة أو عندما نقول انها تساهم، فهذا يعني أنها ليست المؤثر الوحيد، وإنما هناك مؤثرات متعددة وما هي إلا واحد ضمن هذه المؤثرات، ونظرا لما

¹ المرجع نفسه ، ص. 32.

² المرجع نفسه ، ص34.

نستخلص أن وسائط التواصل الاجتماعي أعطت طبيعة جديدة للاتصال التفاعلي، وشكلت نقلة في العالم الاتصالات والتكنولوجيا عموماً نظراً للتقنيات والخدمات العالية التي أتاحتها لمستخدمي الشبكة العالمية، وهذا ما جعلها أكثر استخداماً بالمقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى وهو ما ساعد على استقطاب العديد من الأفراد والجماعات لفتح حسابات فيها لنشر، وتبادل المعلومات والصور والفيديوهات، والمشاركة والتفاعل مع مختلف القضايا المطروحة وطرح الآراء والأفكار كل حسب اهتمامه وميوله. ومن بينهم طلبة الجامعيين ما أدى لانعكاس ذلك على منظومة القيم الاجتماعية التي تحكم سلوكهم وتطلعاتهم و تناول هذا الفصل الخصائص القيم الاجتماعية وأهميتها لدى الطلبة خاصة والمجتمع عامة فهي تحفظ للمجتمع نفاؤه وبقاؤه واستقراره على مر العصور وهي تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة من خلال المحافظة عليها و صولها.

الفصل الرابع

تمهيد:

سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى الإطار الميداني للدراسة الذي يعرض دور استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، حيث سنعرض عينة الدراسة المعتمد عليها، كما سنقوم بتدوين بيانات الاستمارة التي جمعناها ميدانيا ونعرض النتائج من خلال تحليلها وتفسيرها في ضوء الفرضيات وعرضها في جداول إحصائية، ثم نقوم بمناقشة هذه النتائج وفي الأخير نصل إلى النتيجة العامة للدراسة .

المبحث الأول : اجراءات الدراسة

المطلب الأول : حدود الدراسة

حدود الدراسة : لا بد في أي دراسة كانت تحديد حدودها سواء على مستوى الزمني و الجغرافي والبشري وهذا ما قمنا به فكانت:

1. **حدود مكانية :** ولاية الاغواط جامعة عمار التليجي قسم الاعلام والاتصال ولاية. الاغواط.
 2. **المجال الزمنية :** اجرية هذه الدراسة بين 2022/03/26 و 2021/05/26 وتم القيام بدراسة الميدانية قمنا مبدئيا بجولة استطلاعية يوم من 2022/04/15 ودخلنا في حور مع مستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي وسجلنا ملاحظتنا على اثره وقمنا بزيارات ميدانية اخيرة للقيام بتوزيع الاستبيان.
 3. **مجال البشري** طلاب جامعة عمار التليجي قسم الاعلام والاتصال ولاية. الاغواط
- عينة الدراسة** وتعرف عينة الدراسة على أنها "هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.⁸⁶
- وتم اختيار العينة القصدية لهذه الدراسة لأنها تتناسب مع موضوع البحث واحتياجاته وأهدافه والمتمثلة في:
- طلاب جامعة عمار التليجي قسم الاعلام والاتصال ولاية. الاغواط
- أدوات جمع البيانات:** يعتمد البحث العلمي على وسائل معينة تسير وفق المناهج المستخدمة في الدراسة، ولكل منهج وسيلة أو وسائل خاصة به، وفي دراستنا هذه سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي القائم على التحليل، ولهذا استخدمنا أدوات البحث التالية : **الاستبيان:** وقد اخترنا استبيان مكون من 21 سؤال ، تم تقسيمه على 4 محاور وفيه اسئلة متنوعة بين المفتوحة والمغلقة والمختلطة .

المحور الأول : البيانات الشخصية من 1 الى 5

المحور الثاني: بعنوان عادات وأنماط استخدام وسائط التواصل الاجتماعي " ويشمل الأسئلة من 06 الى 13

المحور الثالث : التفاعل مع ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي وقد شمل الاسئلة من 15 الى 20

⁸⁶ العزاوي، رحيم يونس كروي، مقدمة في منهج البحث العلمي. عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع، 2007. ص. 161

المحور الرابع : بعنوان وسائط التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية وقد شمل على جدول به اسئلة من من
1 الى 7

المطلب الثاني : عرض وتحليل البيانات

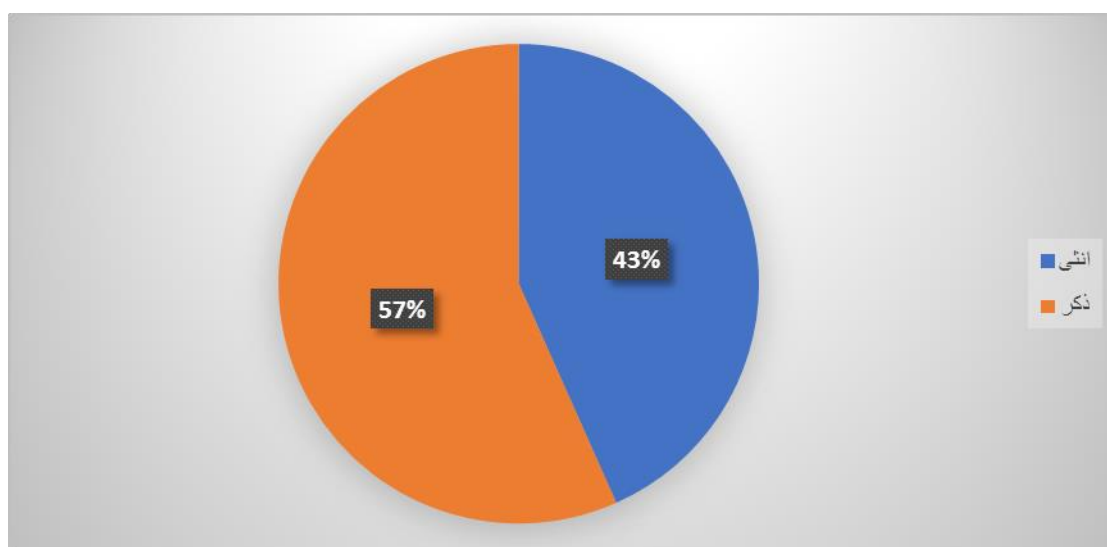
الاستبيان : وهي تقنية الاستجواب الأفراد بكيفية توجيهية مباشرة , وهي وسيلة اتصالية مع المبحوثين لأخذ
آرائهم و إجاباتهم بغرض الحصول على أجوبة تحدد مواقف و سلوكيات شريحة واسعة من المبحوثين⁸⁷
الوسائل الإحصائية : لقد تم على جداول إحصائية باستعمال النظام الإحصائي (Spss25) ” لحساب
عدد التكرارات والنسب المئوية لتحديد ترتيب الفئات الرئيسية والفرعية و تقدير الفوارق .

عرض وتحليل الاستبيان لقد اخترنا 65 مفردة لعينة دراستنا الا أن تعداد العينة الذين استجابوا قليل جدا
مقارنة بمجتمع الدراسة ولعل ذلك راجع لعزوف الناس عن الاجابة على اسئلة الاستبيان(انظر الملحق رقم
01) في ظل احترام مطلوب للبروتوكول الصحي وهو ما قد ينعكس سلبيا على نتائج الدراسة حيث لم تسترجع
سوى 60 استمارة

⁸⁷ Maurice Angers. Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine. Edit /Casbah .1996. p64.

الجدول رقم (1) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس :

النسبة %	التكرار	الجنس
43%	26	أنثى
57%	34	ذكر
100%	60	المجموع

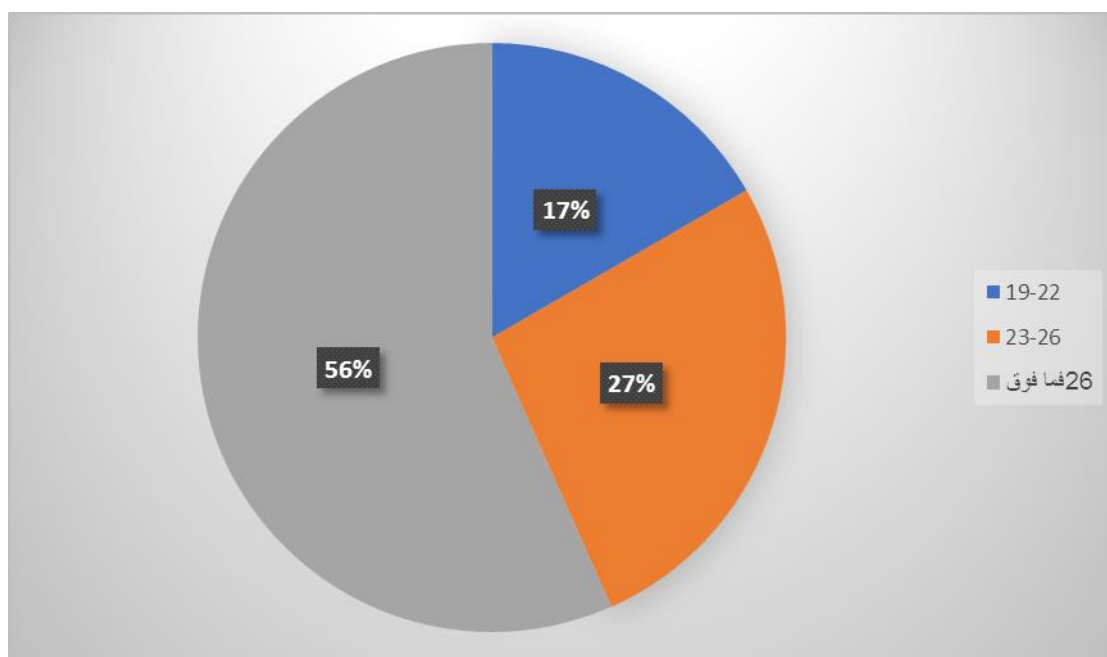


شكل رقم (1) نسبة الذكور والإناث والفارق بينهما

يتضح من خلال الجدول 1 وشكل رقم 1 ان نسبة الذكور 57% اكبر من الاناث حيث عدد الاناث 43% ونلاحظ ان الفارق ليس كبير وانما متقارب

الجدول رقم (2) : توزيع عينة الدراسة حسب السن:

النسبة %	التكرار	السن
17%	10	22-19
27%	16	26-23
56%	34	26 فما فوق
100%	60	المجموع

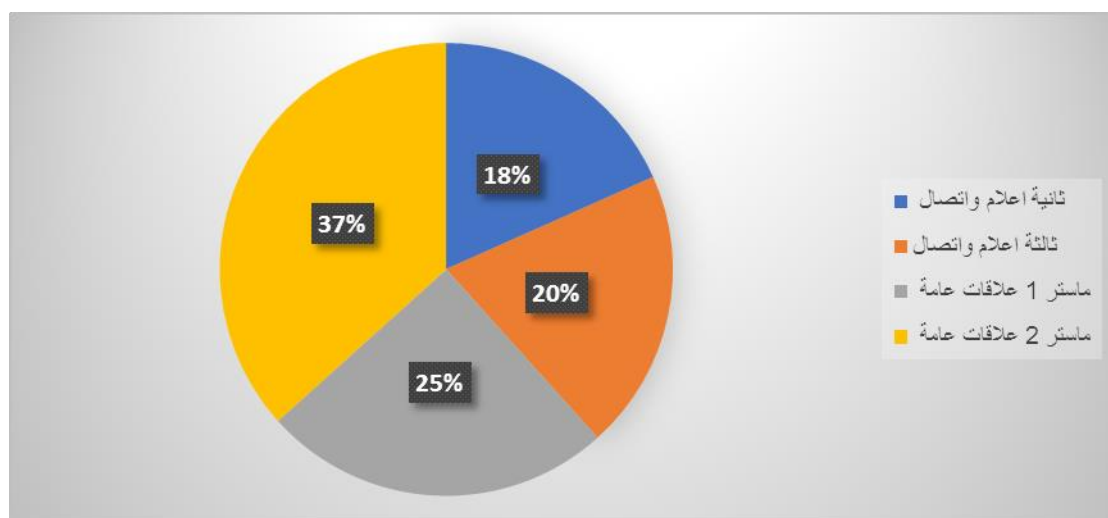


شكل رقم (2) نسبة عينة الطلاب حسب العمر

يتضح من خلال الجدول (2) وشكل رقم (2) حسب اجابات عينة الدراسة أن نسبة طلاب يبلغون 26 فما فوق تقدر ب 56 أي بنسبة اكبر من طلاب الذين يبلغ سنهم بين 22-19 والذي قدر ب 17% كذلك طلاب الذين يبلغون 23-26 والذي قدرت ب 27 %

الجدول رقم (3) : توزيع عينة الدراسة حسب تخصص :

النسبة %	التكرار	التخصص
25%	15	ثانية اعلام واتصال
37%	22	ثالثة اعلام واتصال
20%	12	ماسر 1 علاقات عامة
18%	11	ماسر 2 علاقات عامة
100%	60	المجموع

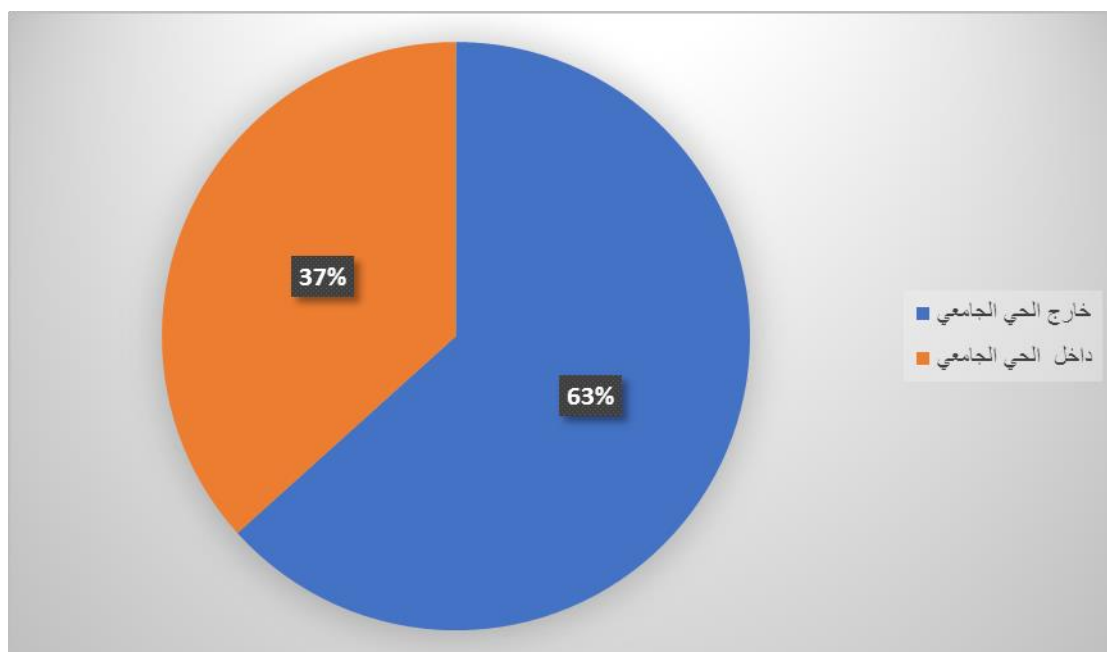


شكل رقم (3) نسبة العينة حسب التخصص

يتضح من خلال الجدول (3) وشكل رقم (3) حسب اجابات عينة الدراسة أن نسبة طلاب لسانس تقدر ب 62 % أي بنسبة اكبر من طلاب طور الماسر والذي قدر ب 38% ويمكن ان يعود هذا لان الجامعة عمار التليجي لا تفتح اختيارات الكثيرة لطلاب الاعلام والاتصال من ما يدفعهم لتوجه لجمات اخرى كما ان نسبة كبيرة من طلاب يكتفون بحصول على شهادة اللسانس فقط

الجدول رقم (4) : توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة :

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
63%	38	خارج الحي الجامعي
37%	22	داخل الحي الجامعي
100%	60	المجموع



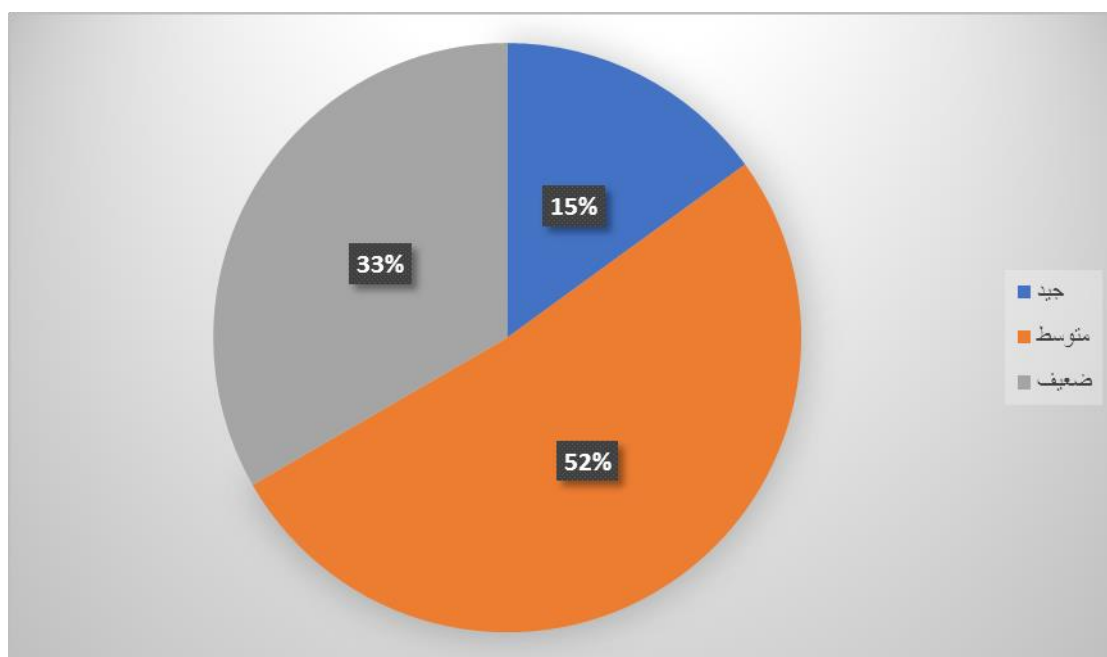
شكل رقم (4) نسبة عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

يوضح من خلال بيانات الجدول (4) وشكل رقم (4): أن نسبة الطلبة المقيمين خارج حي الجامعي تقدر ب 63% والذي كان أكبر مقارنة بالطلبة مقيمين في الحي الجامعي ب نسبة 37%

ومن خلال هذا نلاحظ أن نسبة الطلبة المقيمين في خارج حي الجامعي أكبر من نسبة الطلبة مقيمين وهذا راجع إلى الظروف التي توفرها الجامعة حيث ان غير مقيمين في الحي الجامعي أكبر من المقيم وهذا يعود لسهولة تنقلهم والتحاقهم بالجامعة ، على عكس الطلبة مقيمين وذلك للظروف صعبة التي يعانونها من مشقة تنقل واقامة في ظروف غير مريحة مما يدفعهم الى التحاق بجامعة اقرب او العزوف عن الدراسة .

الجدول رقم (5) : توزيع عينة الدراسة حسب مستوى المعيشي :

النسبة %	التكرار	المستوى معيشي
15%	9	جيد
52%	31	متوسط
33%	20	ضعيف
100%	60	المجموع



شكل رقم (5) نسبة عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

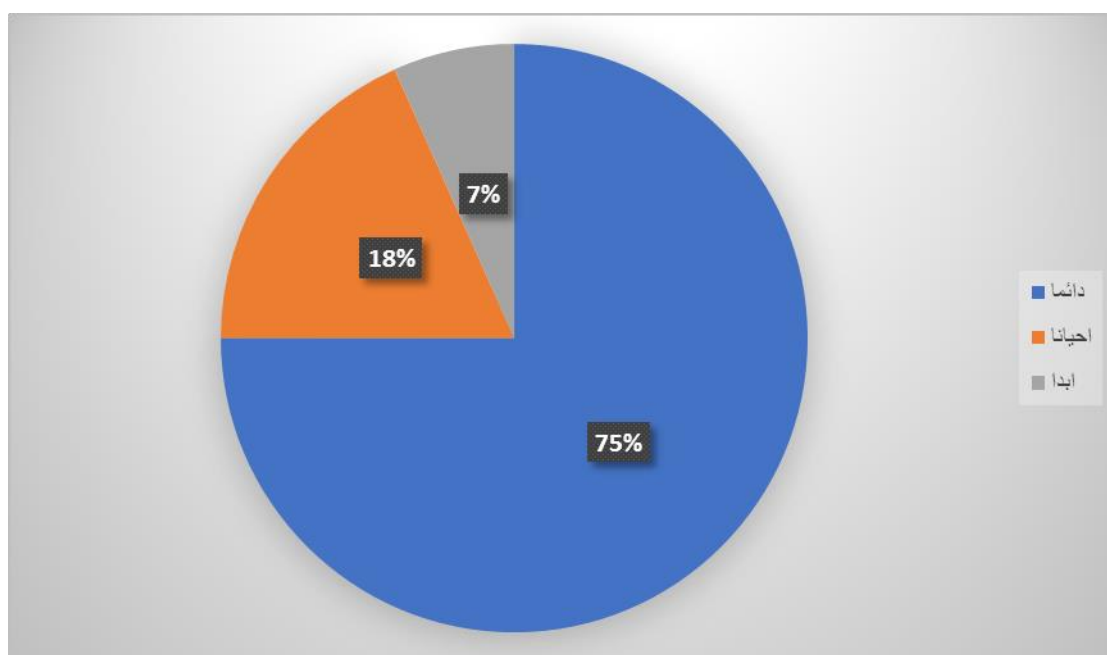
يتضح من خلال الجدول (5) وشكل رقم (5) : أن نسبة الطلبة الذين مستواهم المعيشي متوسط هم اكبر فئة مقدرة ب 52 ثم في مرتبة الثانية المستوى ضعيف بنسبة تقدر ب 33% والذي كان اكبر مقارنة بالطلبة ذوي المستوى المعيشي الجيد ب بنسبة 15% وهذا راجع إلى ان اغلب شريحة التي تتراد الجامعات

الفصل الرابع أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم لدى الطالب الجامعي

الحكومية من الطبقة التي تعيش بالمستوى المعيشي المتوسط لان الشريحة الطلبة الذين يعيشون بالمستوى جيد غالبا يرتدون الجامعات خارج البلاد والخاصة .

الجدول رقم (6) : توزيع عينة الدراسة حسب استخدام وسائط تواصل الاجتماعي:

هل تستخدم وسائط تواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة %
دائما	45	75%
احيانا	11	18%
ابدا	4	7%
المجموع	60	100%



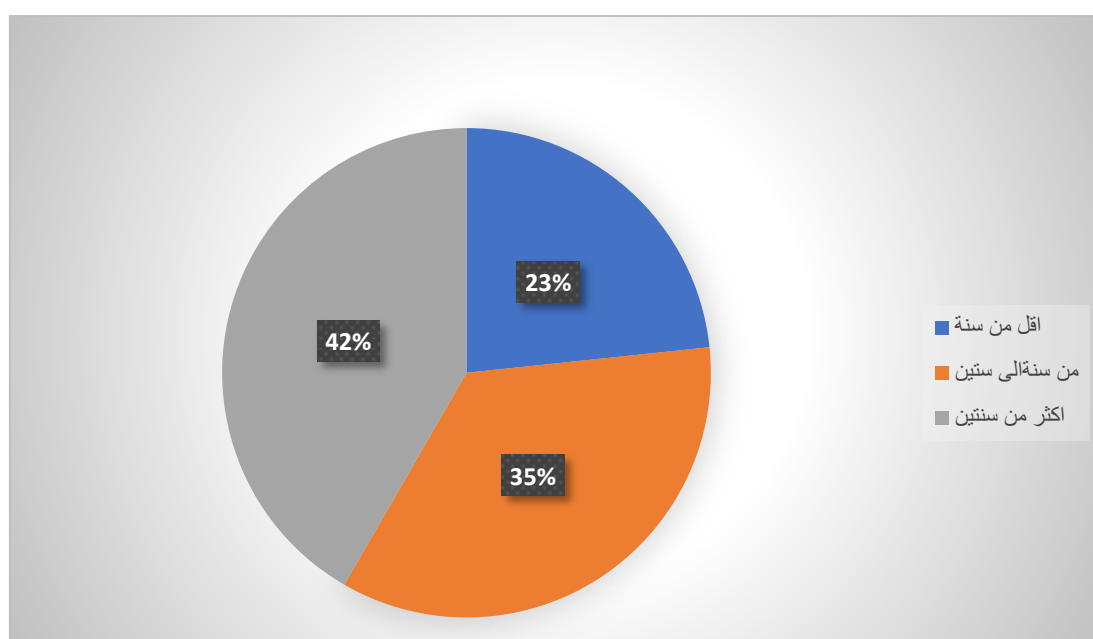
شكل رقم (6) نسبة عينة الدراسة حسب استخدام وسائط تواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم (6) والشكل (6) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على اقتراح "دائما" بنسبة تقدر بـ 75 %، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا بـ أحيانا قدرت بـ 18 %، أما عدد الأفراد الذين

أجابوا ب "ابدا" قدرت ب 7%. ونلاحظ ان اغلبية الاجابات على الاقتراح دائما ومنه ان الطلاب يستخدمون وسائط تواصل الاجتماعي بشكل كثيف

الجدول رقم (7) : توزيع عينة الدراسة حسب مدت استخدام وسائط التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	منذ متى تستخدم وسائط التواصل الاجتماعي
23%	14	اقل من سنة
35%	21	من سنة الى سنتين
42%	25	اكثر من سنتين
%100	60	المجموع



شكل رقم (7) نسبة عينة الدراسة حسب مدت استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

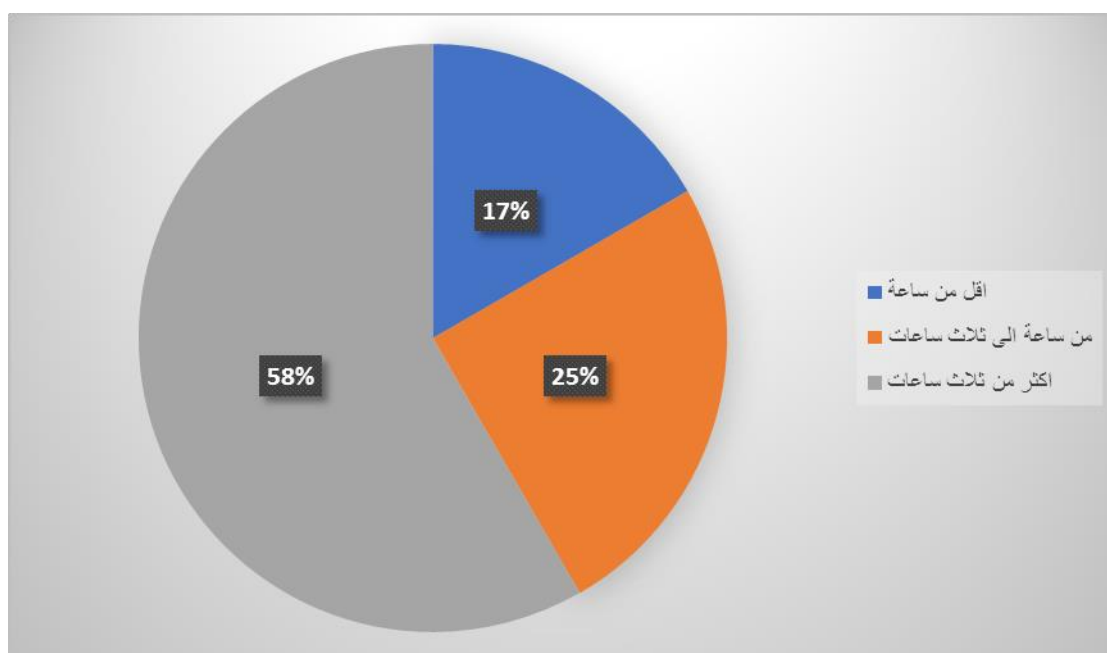
من خلال الجدول رقم (7) والشكل (7) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على أقل من سنة "قدر ب 23%", في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا من سنة إلى سنتين قدر بنسبة 35%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بأكثر من سنتين "قدر 42%

الفصل الرابع أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم لدى الطالب الجامعي

نلاحظ ان اغلب الطلاب اجابوب اكبر نسبة و المقدرة ب42 على احتمال اكثر من سنتين أي ان استخدام وسائط تواصل الاجتماعي ليس بالامر الجديد وانما منذ اكثر من سنتين

الجدول رقم (8) : توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	كم تستغرق من الوقت في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي
17%	10	اقل من ساعة
25%	15	من ساعة لثلاث ساعات
58%	35	اكتر من ثلاث ساعات
%100	60	المجموع

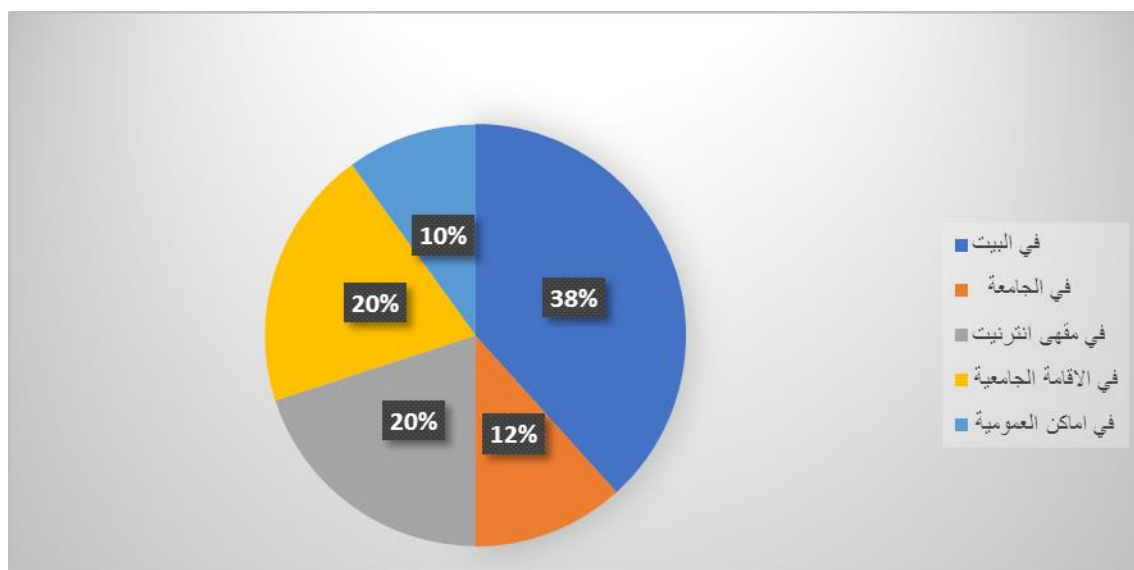


شكل رقم (8) نسبة عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول (8) وشكل رقم (8) على ما مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة (عدد ساعات الاستخدام) حسب النسبة المئوية لعدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد تشير النتائج في جدول إلى أن أعلى نسبة لعدد ساعات الاستخدام هو أكثر من ثالث ساعات قدرت ب 58% وبلغت أقل نسبة لعدد الساعات الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ب 18% وهذه النتائج تتوافق تؤكد هو أن الطالب ينفق وقت كبير من وقته في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي برغم من التزاماته أخرى كاسترجاع دروسه، والتحضير لها وبذلك تكون عدد ساعات استخدامه من ساعة إلى ساعتين. كما أن في عصر العولمة الذي باتت فيه هذه الوسائل تستخدم بكثرة يجعلهم ينفقون وقتاً أكثر لاستخدامه

الجدول رقم (9) : توزيع عينة الدراسة حسب اماكن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	اماكن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي
38%	23	في البيت
28%	7	في الجامعة
20%	12	في مقهى الانترنت
20%	12	في الاقامة الجامعية
10%	6	في الاماكن العمومية
100%	60	المجموع

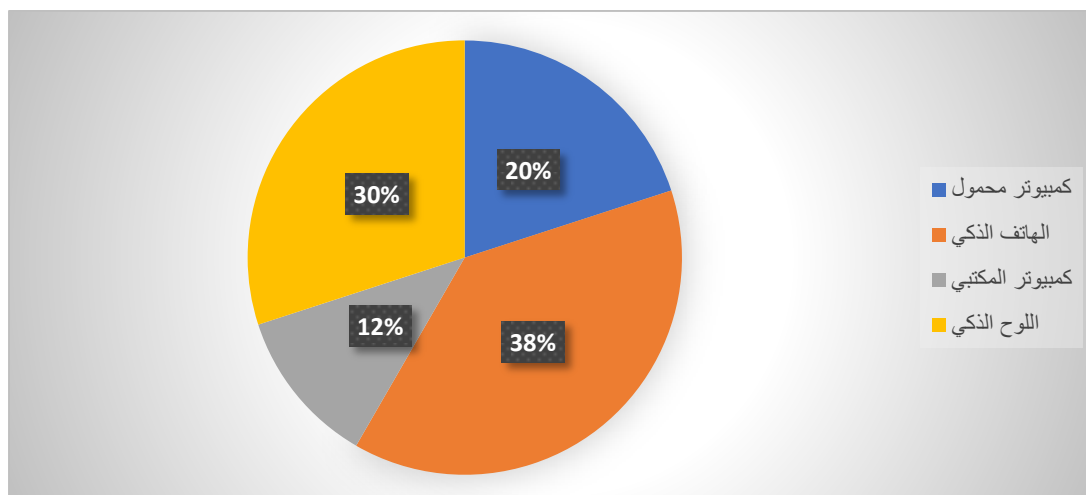


شكل رقم (9) نسبة عينة الدراسة حسب أماكن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم (9) والشكل (9) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "المنزل" قدر بنسبة 38%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا في مقهى الانترنت قدر بنسبة 20%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا في الجامعة قدر 12%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا في الإقامة الجامعية قدر بنسبة 20%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا في أي مكان عام قدر 10%، كما هو مبين من الجدول والشكل ان أكبر نسبة كانت لاحتمال المنزل كونه المكان الذي يستطيع الطالب التصرف فيه بأكثر ايجابية ثم يليه اقامة الجامعة و مقهى الانترنت فهو المكان الذي يوفر تدفع انترنت جيد وجو مناسب الاستخدام الفيس بوك ثم يأتي بعد ذلك الجامعة واي مكان عام ويعود تدني نسبة الاحتمالين التاليين ان طلاب أثناء الدراسة يكونون منشغلين بتلقي محاضراتهم عبر دكاترة وكذلك عدم تناسب مكان

الجدول رقم (10) : توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة المستخدم في وسائط التواصل الاجتماعي :

الوسيلة المستخدمة في وسائط التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
الحاسوب المحمول	12	20%
الهاتف الذكي	23	38%
الحاسوب المكتبي	7	12%
اللوحة الذكية	18	30%
المجموع	60	100%

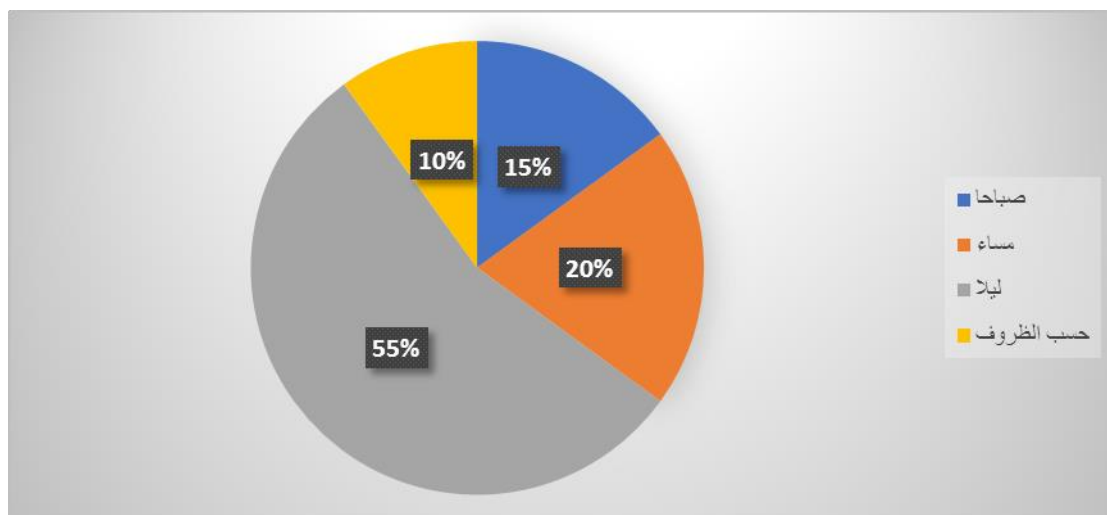


شكل رقم (10) نسبة عينة الدراسة حسب وسيلة المستخدم في وسائط التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم (10) والشكل (10) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على الكمبيوتر المحمول " قدر بنسبة 20%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا الكمبيوتر الثابت قدر 12%، أما من أجابوا الهاتف الذكي " فيقدر بنسبة 38%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا اللوحة الذكية (أجهزة التابلت) " قدر بنسبة 30% من خلال اجابات المبحوثين يستخدم الطلبة هاتف الذكي ولوحة الذكي بأعلى نسبة وذلك يعود لسهولة نقلهما واستخدامهما

الجدول رقم (11) : توزيع عينة الدراسة حسب فترات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	فترات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي
15%	9	صباحا
20%	12	مساء
55%	33	ليلا
10%	6	حسب الظروف
100%	60	المجموع

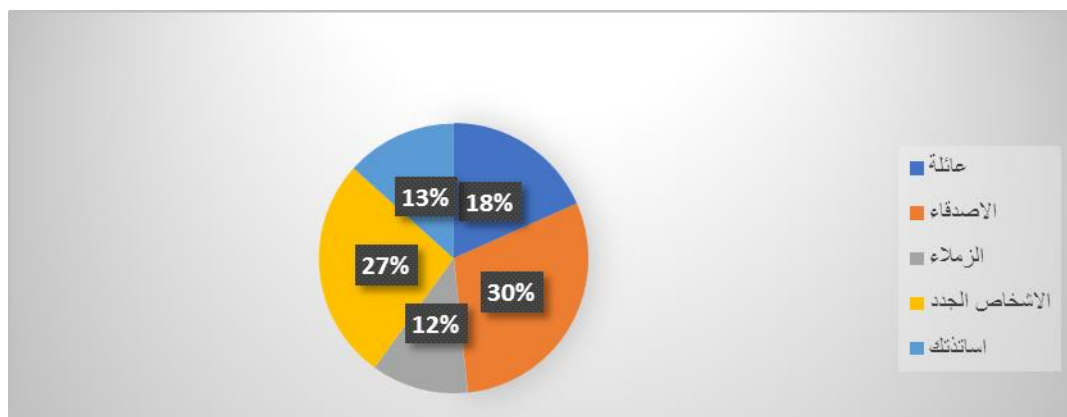


شكل رقم (11) نسبة عينة الدراسة حسب فترات استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول (11) وشكل رقم (11) أوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي النسبة المثوية لأوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة لأوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليلا بنسبة 55% ثم تليها فترة المساء بنسبة تقدر بـ 20%، في حين أن أقل نسبة الأوقات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بلغت حوالي 10% لاحتلال حسب الظروف ثم خلال فترة الصباح بنسبة 15% ويعود سبب استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي خلال فترة ليل و المساء أكثر عن غيره من الأوقات هو: أن الطالب مرتبط بالدراسة في فترة الصباح بخلاف فترة الليل المساء فهو أكثر تفرغ في فترة الصباح. ونظرا لأهمية الإنترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص لدى الطالب كوسيلة اتصال حديثة في حياته تعددت دوافع استخدامها لديه، والتي من أبرزها استخدامه في أغراض الدراسة، حيث توجد بها عددا من الخدمات كخدمة التحميل وهذا من شأنه إتاحة الفرصة للطلاب لتحميل كل ما هو متعلق بالدراسة وغيرها، كما أن سهولة استخدام هذه المواقع المتعارف عليها بين الطلبة تتيح لهم فرصة التواصل مع بعضهم البعض أيضا.

الجدول رقم (12) : توزيع عينة الدراسة حسب مع من تتواصل عند استخدام وسائط التواصل الاجتماعي :

مع من تتواصل عند استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
عائلة	11	18%
الاصدقاء	18	30%
الزملاء	7	12%
اشخاص جدد	16	27%
اساتذتك	8	13%
المجموع	60	100%



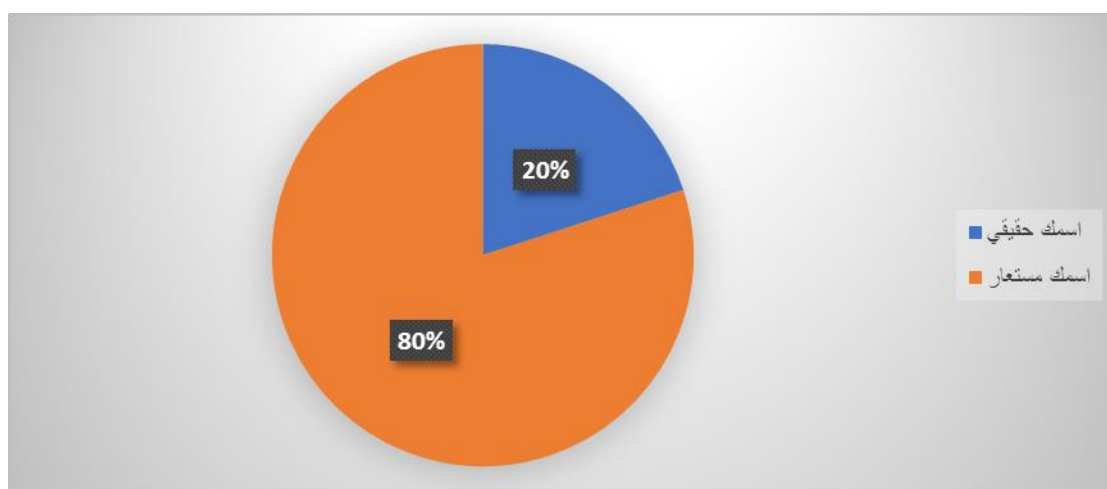
شكل رقم (12) نسبة عينة الدراسة حسب مع من تتواصل عند استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول (12) وشكل رقم (12) مع من يتواصل عند استخدامهم لوسائط التواصل الاجتماعي ومع من يفضلون استخدامها ، حيث أن أكبر نسبة اختارت احتمال الاصدقاء ب نسبة قدرت 30% من المجموع الكلي ، ثم تليها بالترتيب الاحتمالات التالية اشخاص جدد بنسبة قدرة ب 27 ثم العائلة بنسبة تقدر ب 18 ثم الاساتذة بنسبة تقدر ب 13 ب ثم الزملاء بنسبة تقدر ب 12 ومن

خلال النتائج الجزئية المبينة في الجدول أعلاه يتضح أن طلاب يتوصلون مع زملائهم بشكل كبير كما يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي في التعرف على اشخاص جدد ودراسة مع عائلاتهم واساتذتهم

الجدول رقم (13) : توزيع عينة الدراسة حسب استخدام اسمك الحقيقي ام المستعار في وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	هل تستخدم اسمك الحقيقي ام المستعار عند استخدام وسائط التواصل الاجتماعي
20%	12	اسمك الحقيقي
80%	48	اسم مستعار
%100	60	المجموع

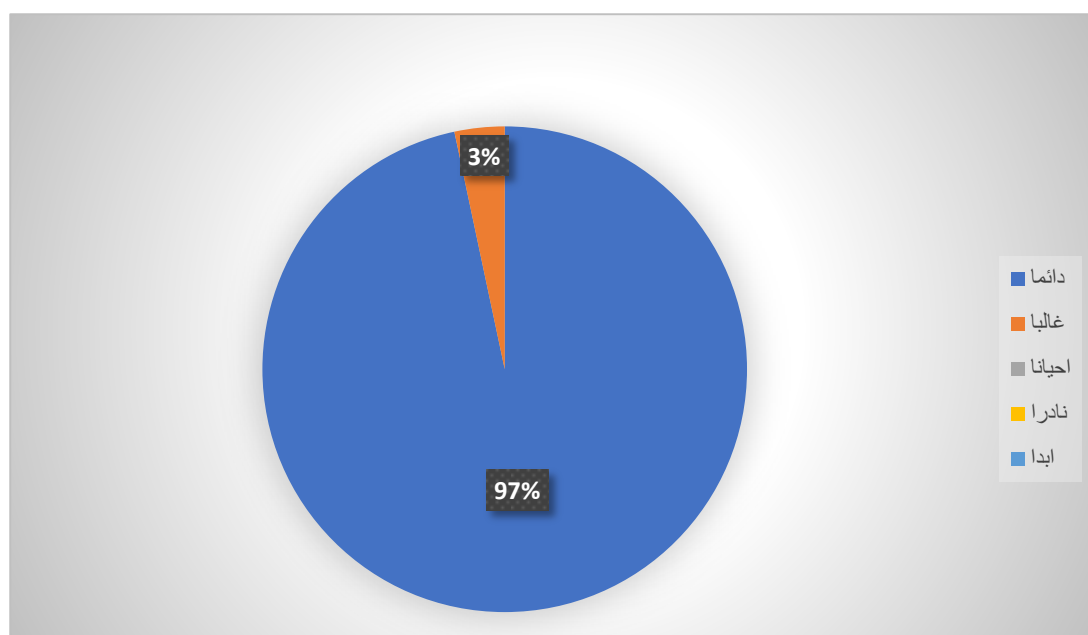


شكل رقم (13) نسبة عينة الدراسة حسب استخدام اسمك الحقيقي ام المستعار في وسائط التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول (13) وشكل رقم (13) ان نسبة اغلبية الطلاب قدرت ب 80 من الطلاب الذين لا يستخدمون اسمهم الحقيقي بل اسم مستعار بينما قدرة نسبة الطلاب الذين يستخدمون اسم الحقيقي ب 20 وهي نسبة قليلة

الجدول رقم (14) : توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك للفيس بوك:

النسبة	التكرار	مامدى استخدامك للفيس بوك
97%	58	دائما
3%	2	غالبا
0%	0	احيانا
0%	0	نادرا
0%	0	ابدا
%100	60	المجموع

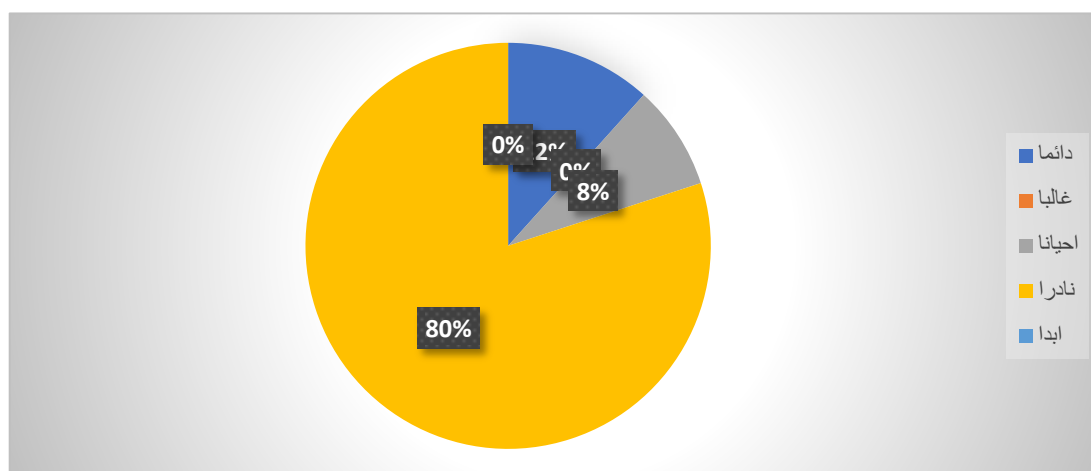


شكل رقم (14) نسبة عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك للفيس بوك

من خلال الجدول رقم (14) والشكل (14) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "دائما" قدر بنسبة 97%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا غالبا قدر بنسبة 3%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب احيانا ونادرا وابدأ قدر بنسبة 0%. خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية يستخدمون الفيس بوك بشكل بير

الجدول رقم (15) : توزيع عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك تويتر:

النسبة	التكرار	ما مدى استخدامك تويتر
12%	7	دائما
0%	0	غالبا
8%	5	احيانا
80%	48	نادرا
0%	0	ابدا
%100	60	المجموع

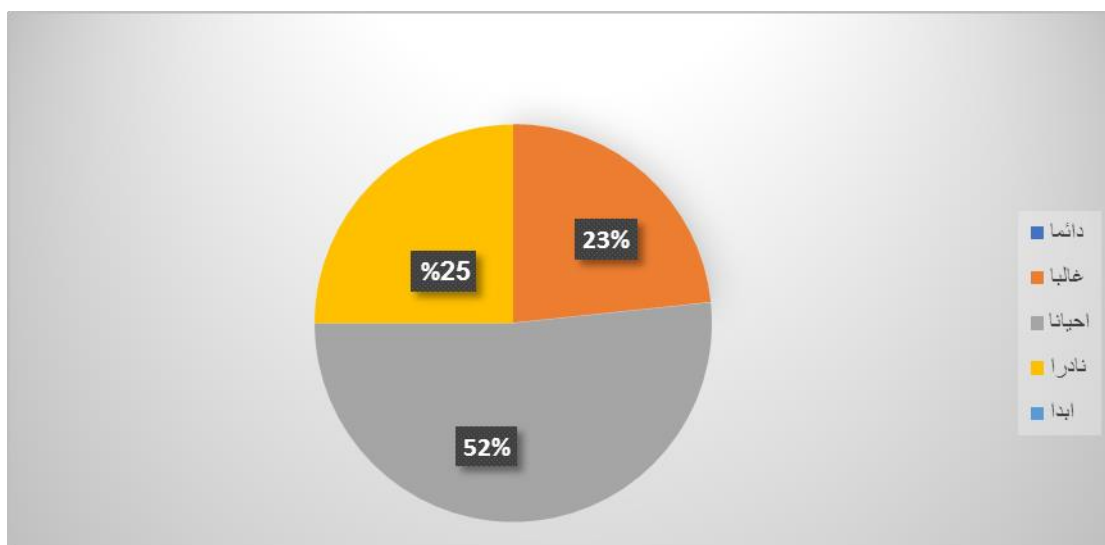


شكل رقم (15) نسبة عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك تويتر

من خلال الجدول رقم (15) والشكل (15) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "نادرا" قدر بنسبة 48%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا دائما قدر بنسبة 12%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بـ "احيانا" قدر بنسبة 8%، و الذين اجاب ب نادرا وابدأ قدر بنسبة 0%. خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية نادرا ما يستخدمون تويتر

الجدول رقم (16) : توزيع عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك واتس اب:

النسبة	التكرار	ما مدى استخدامك واتس اب
0%	0	دائما
23%	14	غالبا
52%	31	احيانا
25%	15	نادرا
0%	0	ابدا
%100	60	المجموع



شكل رقم (16) نسبة عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك واتس اب

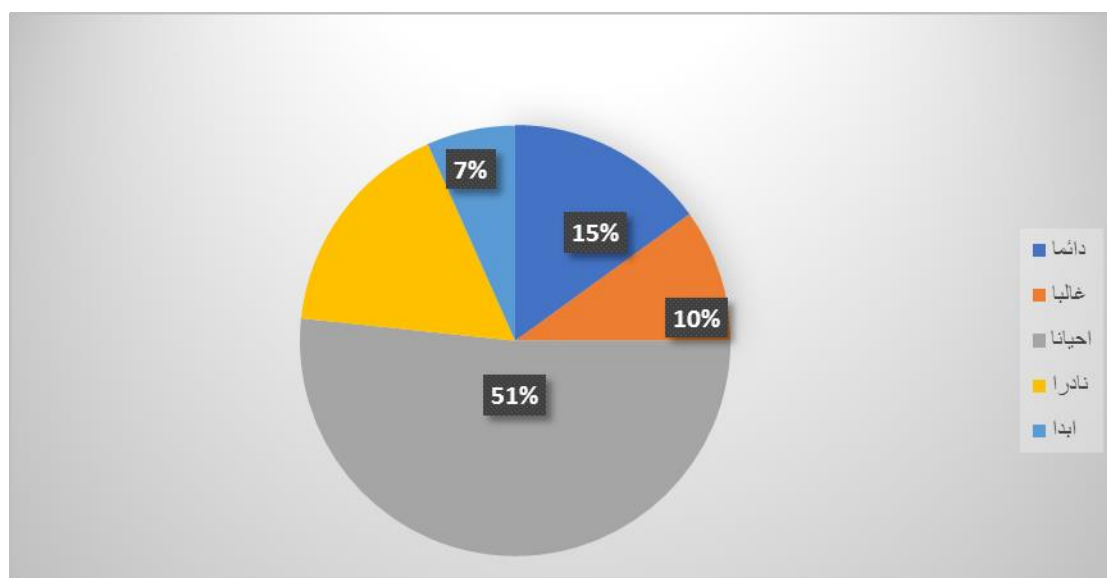
من خلال الجدول رقم (16) والشكل (16) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "احيانا" قدر بنسبة 52%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا نادرا قدر بنسبة 25%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب

الفصل الرابع أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم لدى الطالب الجامعي

غالا قدر بنسبة 23%، و والذين اجاب ب دائما وابدأ قدر بنسبة 0%. خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية احيانا ما يستخدمون واتس اب

الجدول رقم (17) : توزيع عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك سكايب:

النسبة	التكرار	ما مدى استخدامك سكايب
15%	9	دائما
10%	6	غالبا
52%	31	احيانا
17%	10	نادرا
7%	4	ابدا
%100	60	المجموع



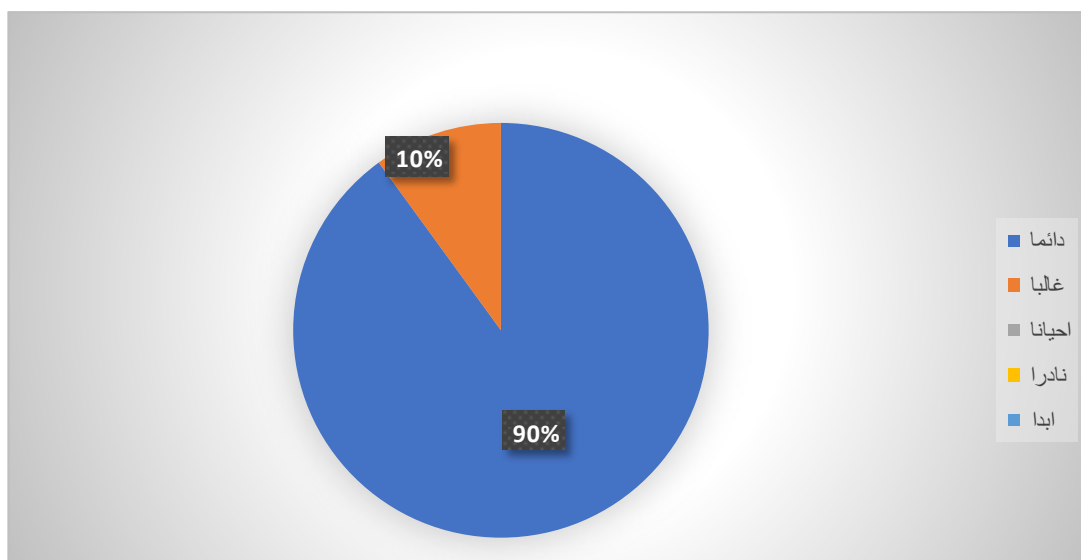
شكل رقم (17) نسبة عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك سكايب

من خلال الجدول رقم (17) والشكل (17) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "احيانا" قدر بنسبة 51%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا نادرا قدر بنسبة 17%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب

دائما قدر بنسبة 15%، و والذين اجاب ب غالبا قدر بنسبة 10% و الذين اجاب ابدا قدر بنسبة 7%. خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية احيانا ما يستخدمون سكايب

الجدول رقم (18) : توزيع عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك يوتوب:

النسبة	التكرار	ما مدى استخدامك يوتوب
90%	54	دائما
10%	6	غالبا
0%	0	احيانا
0%	0	نادرا
0%	0	ابدا
100%	60	المجموع



شكل رقم (18) نسبة عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك يوتوب

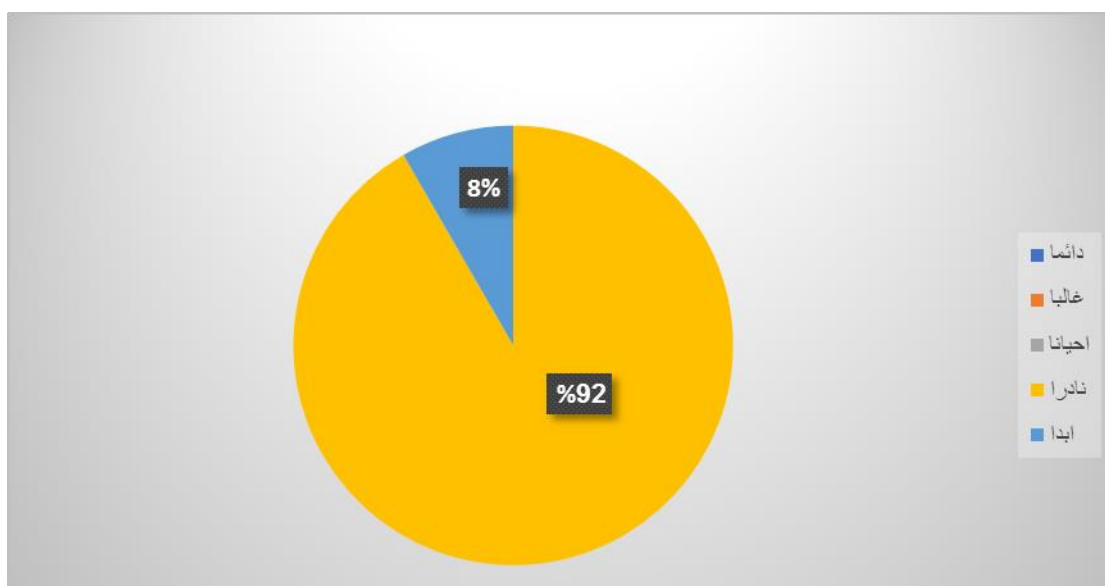
من خلال الجدول رقم (18) والشكل (18) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "دائما" قدر بنسبة 90%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا غالبا قدر بنسبة 10%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب

الفصل الرابع أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم لدى الطالب الجامعي

أحيانا و نادرا وأبدا قدر بنسبة 0%، خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية دائما ما يستخدمون يوتوب

الجدول رقم (19) : توزيع عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك ماي سبيس:

النسبة	التكرار	ما مدى استخدامك ماي سبيس
0%	0	دائما
0%	0	غالبا
0%	0	أحيانا
92%	55	نادرا
8%	5	أبدا
100%	60	المجموع



شكل رقم (19) نسبة عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك ماي سبيس

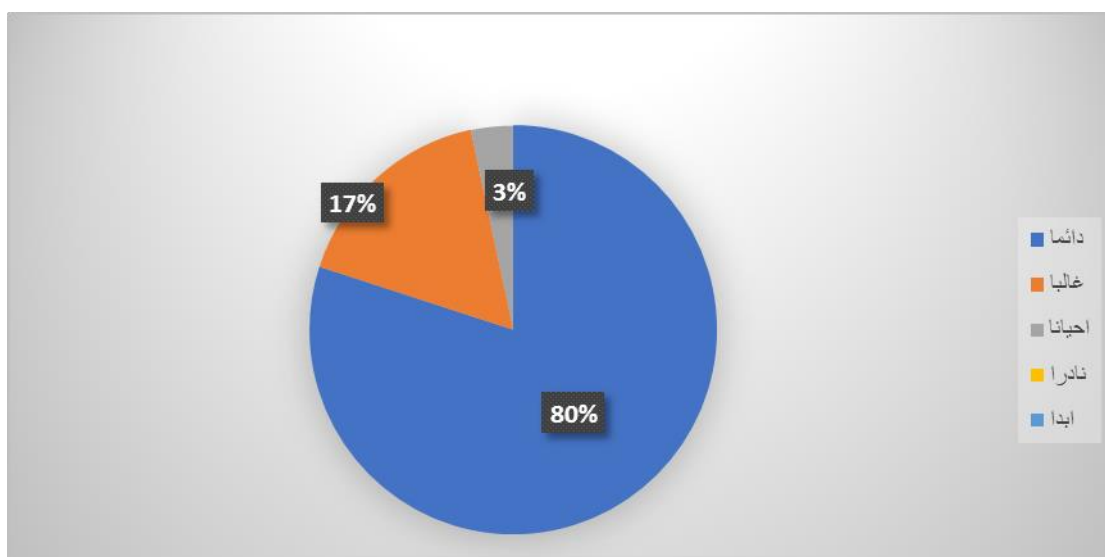
من خلال الجدول رقم (19) والشكل (19) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "نادرا" قدر بنسبة 92%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا أبدا قدر بنسبة 8%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب أحيانا

الفصل الرابع أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم لدى الطالب الجامعي

دائما وغالبا قدر بنسبة 0%، خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية نادرا ما يستخدمون ماي سبيس

الجدول رقم (20) : توزيع عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك انستا غرام:

النسبة	التكرار	مامدى استخدامك انستا غرام
80%	48	دائما
17%	10	غالبا
3%	2	احيانا
0%	0	نادرا
0%	0	ابدا
%100	60	المجموع



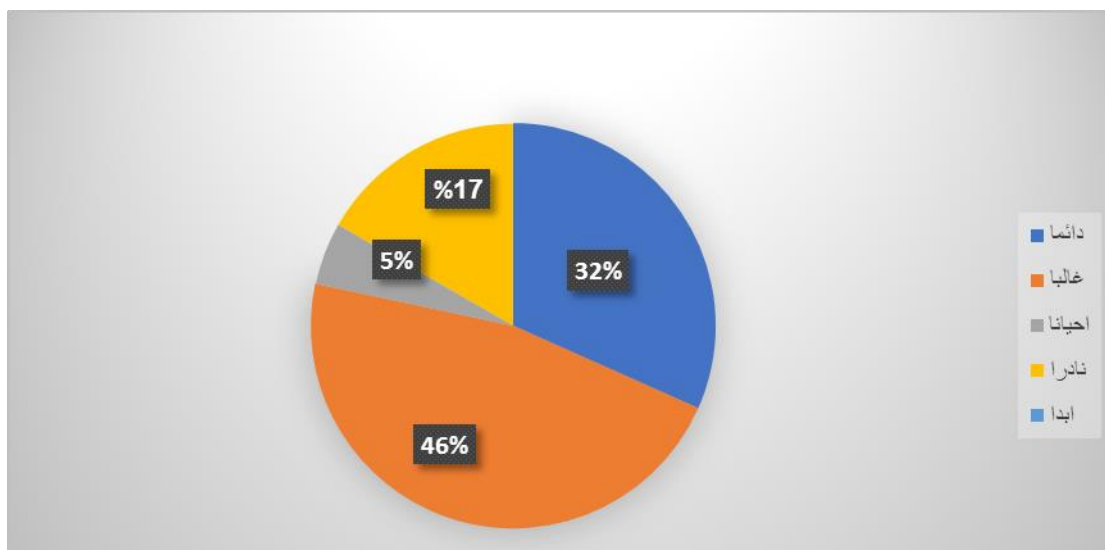
شكل رقم (20) نسبة عينة الدراسة حسب ما مدى استخدامك انستا غرام

من خلال الجدول رقم (20) والشكل (20) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "دائما" قدر بنسبة 80%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا غالبا قدر بنسبة 17%، أما عدد الأفراد الذين

أجابوا ب احيانا قدر بنسبة 3%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب نادرا وابدأ قدر بنسبة 0%، خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية دائما ما يستخدمون انستغرام

الجدول رقم (21) : توزيع عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك فاير :

النسبة	التكرار	مامدى استخدامك فاير
32%	19	دائما
46%	28	غالبا
5%	3	احيانا
17%	10	نادرا
0%	0	ابدا
100%	60	المجموع



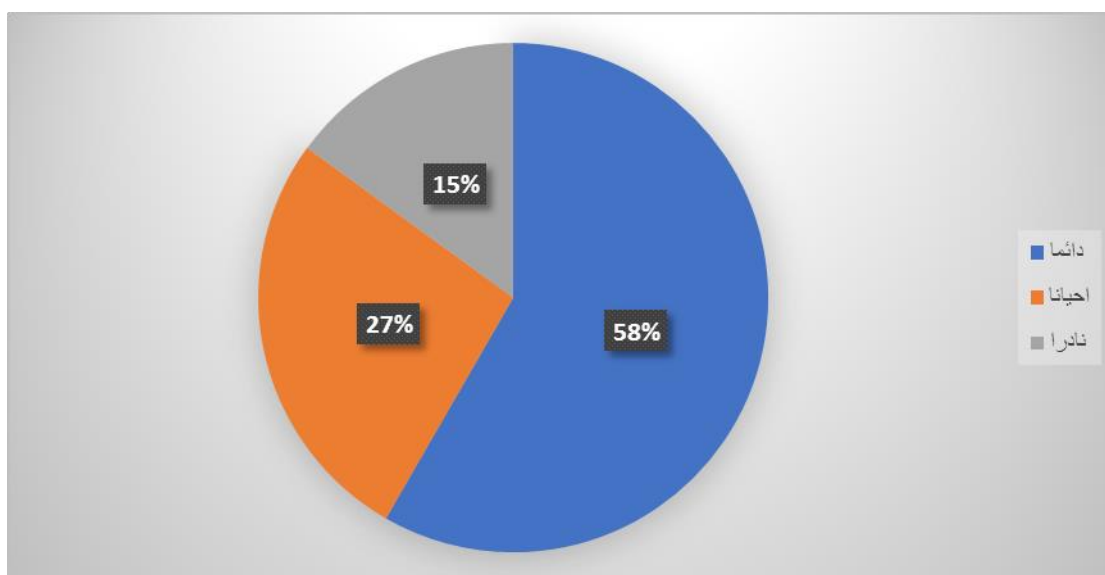
شكل رقم (21) نسبة عينة الدراسة حسب مامدى استخدامك فاير

من خلال الجدول رقم (21) والشكل (21) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "غالبا" قدر بنسبة 46%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا دائما قدر بنسبة 32%، أما عدد الأفراد الذين

أجابوا ب نادرا قدر بنسبة 17%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب غالبا قدر بنسبة 5%، والذين اجاب ب ابدا قدر بنسبة 0%، خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية غالبا ما يستخدمون الفاير

الجدول رقم (22) : توزيع عينة الدراسة حسب متابعة ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	هل تتابع ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي
58%	35	دائما
27%	16	احيانا
15%	9	نادرا
%100	60	المجموع

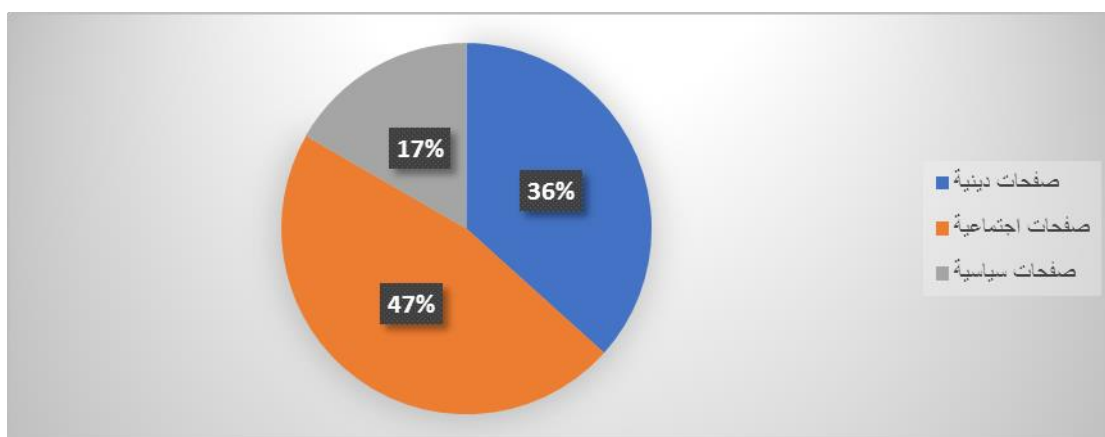


شكل رقم (22) نسبة عينة الدراسة حسب متابعة ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (22) والشكل (22) متابعة ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي : نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على "دائما" قدر بنسبة 58%، في حين أن عدد الأفراد الذين أجابوا أحيانا قدر بنسبة 27%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب نادرا قدر بنسبة 15%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب غالبا قدر بنسبة 5%، والذين اجاب ب ابدا قدر بنسبة 0%، خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان اغلبية الطلاب دائمي متابعة ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (23) : توزيع عينة الدراسة حسب الصفحات التي تتابعها وتنشر قيم اجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	ماهي الصفحات التي تتابعها وتنشر قيم اجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي
36%	22	صفحات دينية
47%	28	صفحات اجتماعية
17%	10	صفحات سياسية
100%	60	المجموع

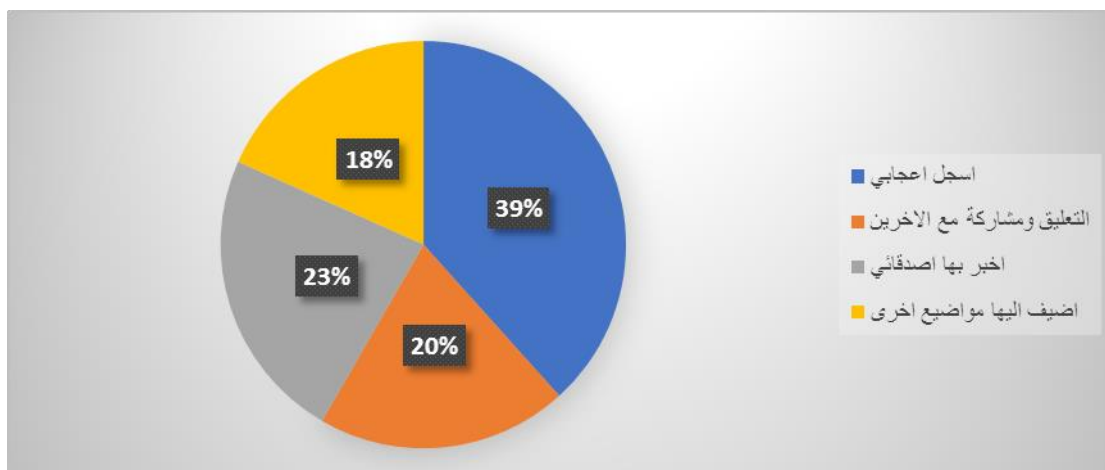


شكل رقم (23) : توزيع عينة الدراسة حسب الصفحات التي تتابعها وتنشر قيم اجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (23) والشكل (23) الصفحات التي يتابعها الطلاب وتنشر قيم اجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي : نلاحظ أن عدد الأفراد الذين يتابعون الصفحات الاجتماعية " قدر بنسبة 47%، في حين أن عدد الأفراد الذين يتابعون الصفحات الدينية قدر بنسبة 36%، أما عدد الأفراد الذين يتابعون الصفحات السياسية قدر بنسبة 17%، خلال اجابات الطلاب نلاحظ ان الطلاب يتابعون بشكل متقارب الصفحات الدينية والاجتماعية والاساسية لكنهم اكثر متابعة لصفحات الاجتماعية لما تنقله من اخبار مهم حول مستجدات في المجتمع وقضايا التي تلفت انتباه

الجدول رقم (24) : توزيع عينة الدراسة حسب تفاعل مع ماينشر حول القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	كيف تتفاعل مع ماينشر حول القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي
39%	23	اسجل الاعجاب
20%	12	التعليق و مشاركة مع الاخرين
23%	14	اخبر بها اصدقائي ومعارفي
18%	11	اضيف اليها مواضيع اخرى
100%	60	المجموع

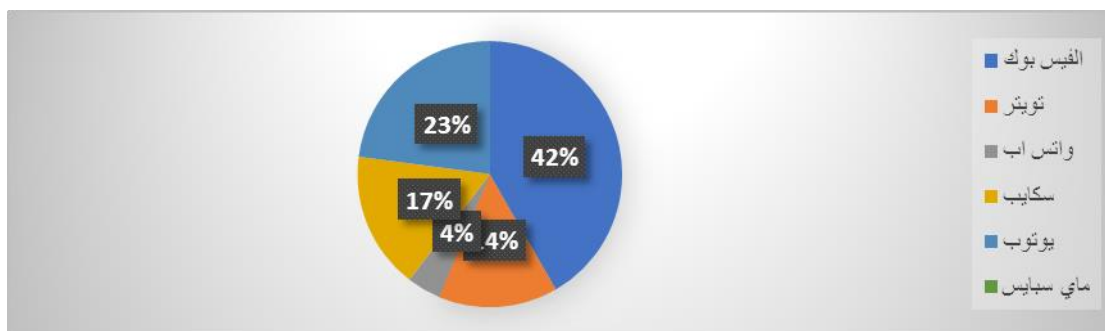


شكل رقم (24) توزيع عينة الدراسة حسب تفاعل مع ماينشر حول القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم (24) والشكل (24) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على اسجل اعجابي قدر بنسبة 39% وهي اكبر نسبة لتليها بترتيب اخبر بها معارف بنسبة قدرت ب 23% ثم تعليق ومشاركة بنسبة قدرت ب 20% واضيف مواضيع اخرى 18% بنسب متقاربة "، من خلال اجابة المبحوثين يتفاعل الطلاب مع وسائط تواصل الاجتماعي بنسبة بتسجيل الاعجاب .

الجدول رقم (25) : توزيع عينة الدراسة حسب وسائط اكثر نشرا للقيم الاجتماعية:

النسبة	التكرار	من بين وسائط تالية من هي اكثر نشرا للقيم الاجتماعية
33%	20	الفيس بوك
12%	7	تويتر
3%	2	واتس اب
13%	8	سكايب
18%	11	يوتيوب
0%	0	ماي سبايس
20%	12	انستا غرام
0%	0	فاير
100%	60	المجموع

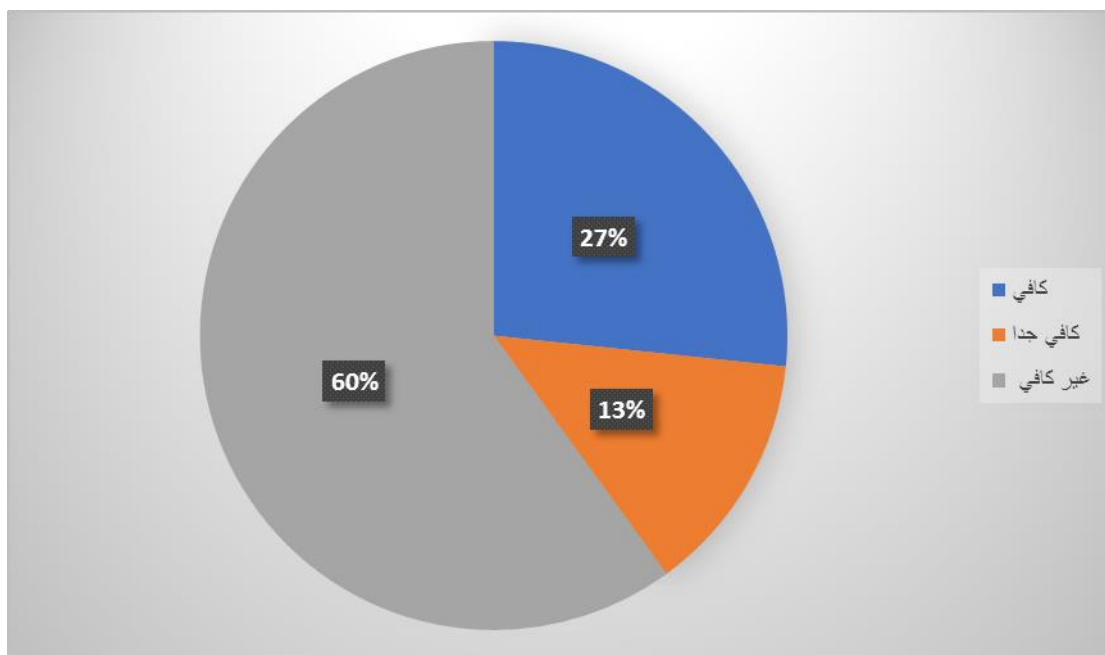


شكل رقم (25) نسبة عينة الدراسة حسب وسائط أكثر نشرًا للقيم الاجتماعية

من خلال الجدول رقم (25) والشكل (25) نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على الفيس بوك قدر بنسبة 42% وهي أكبر نسبة لتليها في المرتبة الثانية اليوتوب بنسبة قدرت ب 23% ثم التويتر وسكايب بنسب متقاربة 14% و 17% لتاتي في الاخير واتس اب بنسبة متدنية جدا 4% ثم ماي سبيس بنسبة منعدمة قدرت ب 0% من خلال اجابة المبحوثين الوسائط أكثر نشرًا للقيم الاجتماعية هي الفيس بوك وتويتر بشكل وتويتر وسكايب بشكل قليل واتس اب بشكل ضعيف

الجدول رقم (26) : توزيع عينة الدراسة حسب ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	حسب رأيك هل ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي
27%	16	كافي
13%	8	كافي جدا
60%	36	غير كافي
100%	60	المجموع

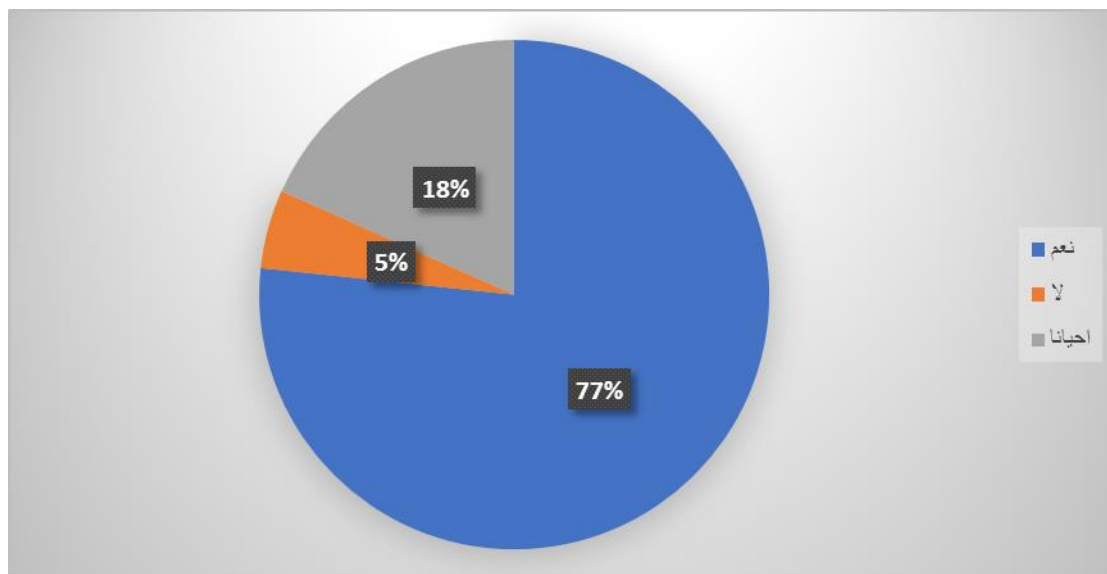


شكل رقم (26) نسبة عينة الدراسة حسب ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (26) والشكل (26) حسب ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "غير كافي" قدر بنسبة 60%، وهي أكبر نسبة ثم يليها الذين أجابوا بـ "كافي" بنسبة قدرت بـ 27%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بـ "كافي جدا" بنسبة 13%، وهي أقل نسبة نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يجدون أن ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي غير كافي .

الجدول رقم (27) : توزيع عينة الدراسة حسب القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي هل تتعارض مع المجتمع:

هل القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي تتعارض مع المجتمع	التكرار	النسبة
نعم	46	77%
لا	3	5%
أحيانا	11	18%
المجموع	60	100%

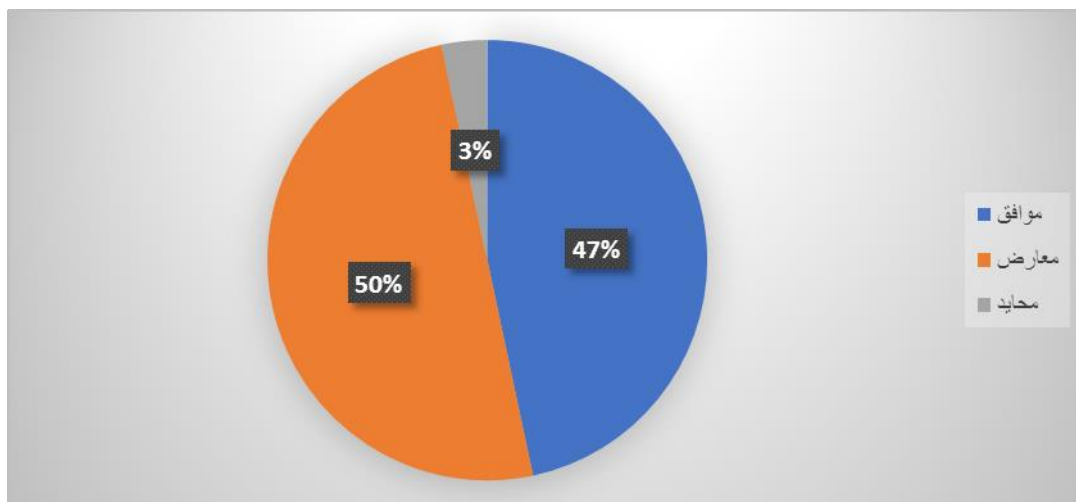


شكل رقم (27) نسبة عينة الدراسة حسب القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي هل تتعارض مع المجتمع

يوضح الجدول رقم (27) والشكل (27) جواب على سؤال القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي هل تتعارض مع المجتمع: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "نعم" قدر بنسبة 77%، وهي أكبر نسبة ثم يليها الذين أجابوا ب أحيانا بنسبة قدرت ب 18%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب لا بنسبة 5%، وهي أقل نسبة نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يجدون ان ماينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي يتعارض وقيم المجتمع وهذا يعود الى ان مستخدمي وسائط تواصل الاجتماعي من مجتمعات مختلفت الثقافات .

الجدول رقم (28) : توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم التسامح:

النسبة	التكرار	تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم التسامح
47%	28	موافق
50%	30	معارض
3%	2	محايد
100%	60	المجموع

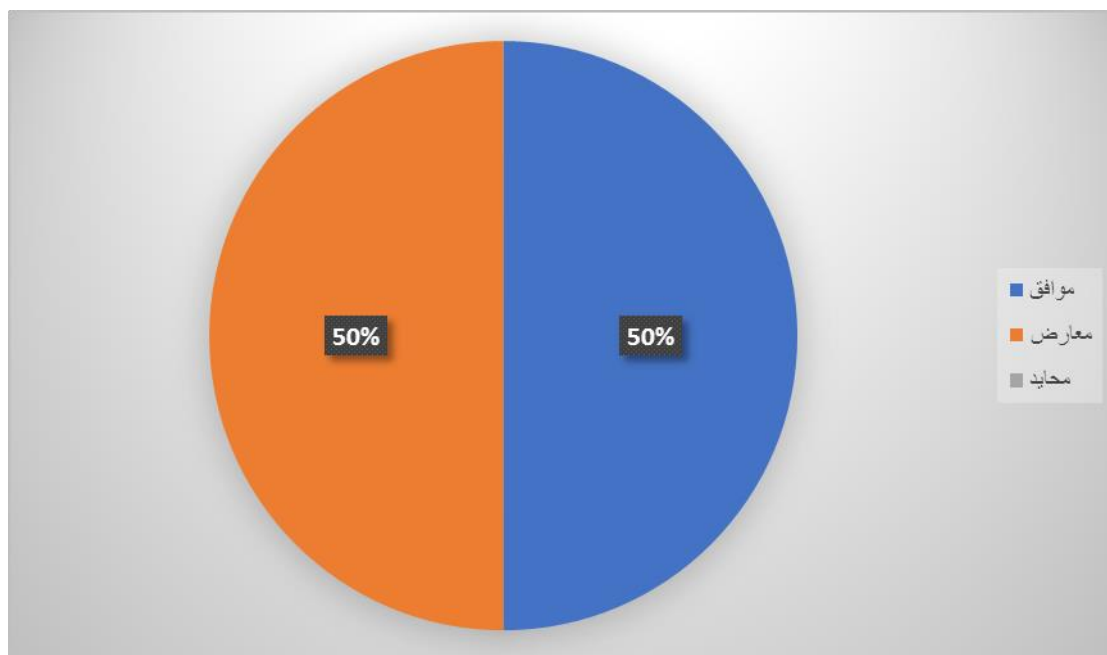


شكل رقم (28) نسبة عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم التسامح

يوضح الجدول رقم (28) والشكل (28) جواب على سؤال مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم التسامح: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "معارض" قدر بنسبة 50%، وهي متقاربة مع الذين أجابوا بـ موافق بنسبة قدرت بـ 47%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بـ لا بنسبة محايد 3%، وهي أقل نسبة نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يجدون أن ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي يتعارض وقيم المجتمع وهذا يعود إلى أن مستخدمي وسائط تواصل الاجتماعي من مجتمعات مختلفة الثقافات .

الجدول رقم (29) : توزيع عينة الدراسة حسب دور وسائط التواصل الاجتماعي في نبذ العنف:

النسبة	التكرار	تؤدي وسائط التواصل الاجتماعي دور في نبذ العنف
50%	30	موافق
50%	30	معارض
0%	0	محايد
100%	60	المجموع

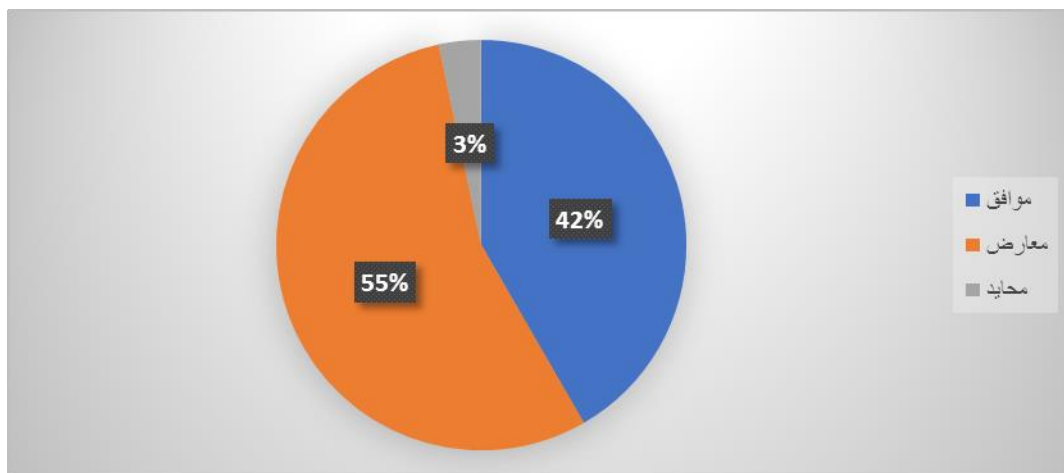


شكل رقم (29) نسبة عينة الدراسة حسب دور وسائط التواصل الاجتماعي في نبذ العنف

يوضح الجدول رقم (29) والشكل (29) جواب على سؤال دور وسائط التواصل الاجتماعي في نبذ العنف: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "موافق" قدر بنسبة 50%، وهي متساوية مع الذين أجابوا بـ معارض بنسبة قدرت بـ 50%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بـ لا بنسبة محايد 0%، نلاحظ أن المبحوثين ينقسمون بشكل متساوي حوث موجهة نظرهم في دور وسائط التواصل الاجتماعي في نبذ العنف .

الجدول رقم (30) : توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد:

النسبة	التكرار	وسائط التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد
42%	25	موافق
55%	33	معارض
3%	2	محايد
100%	60	المجموع

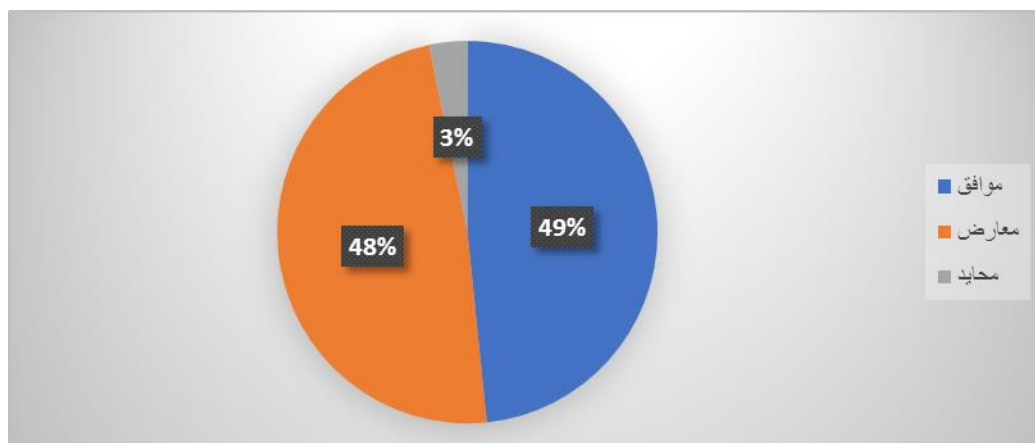


شكل رقم (30) نسبة عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد

يوضح الجدول رقم (30) والشكل (30) جواب على سؤال مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال معارض قدر بنسبة 55%، و عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "موافق" قدر بنسبة 42%، وهي متقاربة مع الذين أجابوا ب معارض أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب محايد بنسبة 3%، نلاحظ ان المبحوثين ينقسمون بشكل متقارب في اجاباتهم على سؤال مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد فجزء اكبر منه يرى ان وسائط تواصل اجتماعي لاتساهم في زيادة تمسك بلعادات وتقاليد كونها تروج احيانا لعادات وتقاليد جديدة

الجدول رقم (31) : توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي:

النسبة	التكرار	تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي
50%	30	موافق
50%	30	معارض
0%	0	محايد
100%	60	المجموع

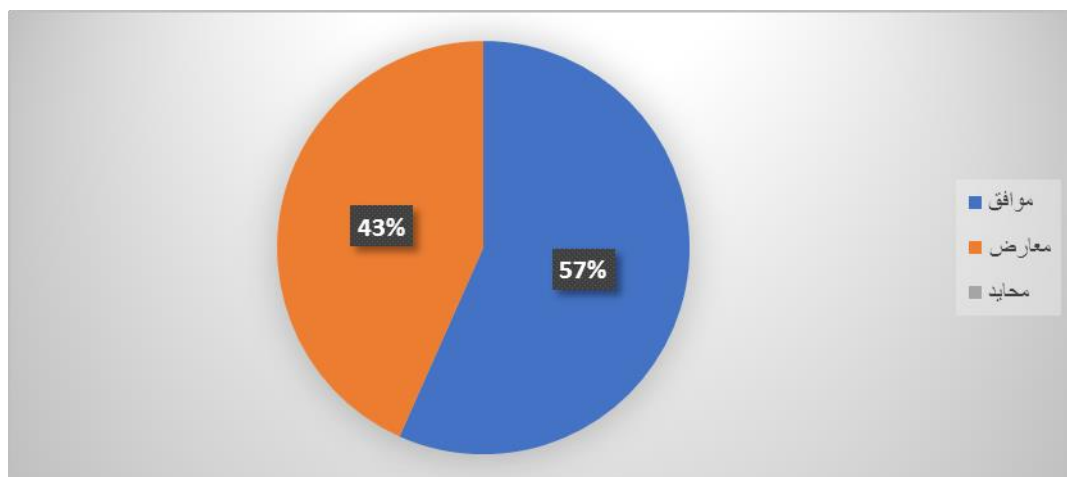


شكل رقم (31) نسبة عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي

يوضح الجدول رقم (31) والشكل (31) جواب على سؤال مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "موافق" قدر بنسبة 50%، وهي متساوية مع الذين أجابوا بـ معارض بنسبة قدرت بـ 50%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بـ لا بنسبة محايد 0%، نلاحظ ان المبحوثين ينقسمون بشكل متساوي من حيث رأيهم موجهة فريق ياكّد على مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الاسلامي. وفريق الاخر يرى ان الاسلام يتعرض لهجمات موازية لتشويهه ومحاربته.

الجدول رقم (32): توزيع عينة الدراسة حسب دور وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة احترام حقوق الآخرين وعدم التعدي عليها:

النسبة	التكرار	تؤدي وسائط التواصل الاجتماعي دور في نشر قيمة احترام حقوق الآخرين وعدم التعدي عليها
57%	34	موافق
43%	26	معارض
0%	0	محايد
100%	60	المجموع

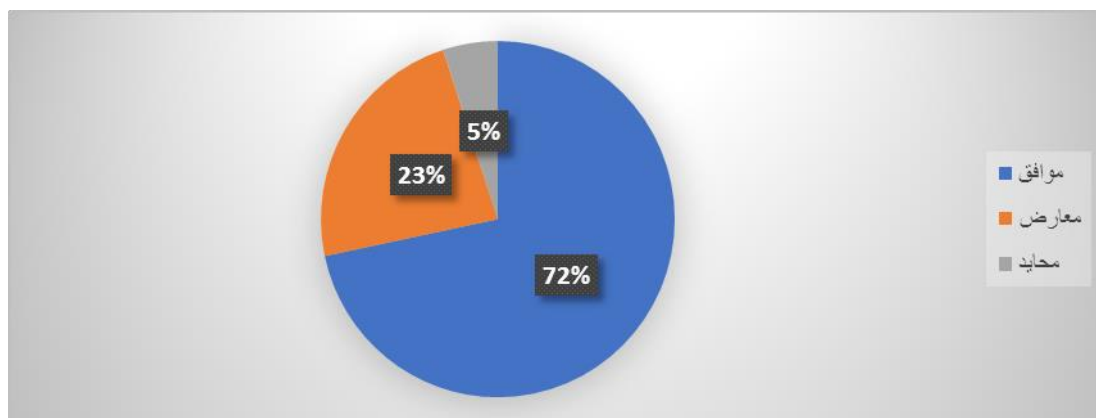


شكل رقم (32) نسبة عينة الدراسة حسب دور وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة احترام حقوق الآخرين وعدم التعدي عليها

يوضح الجدول رقم (32) والشكل (32) جواب على سؤال دور وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة احترام حقوق الآخرين وعدم التعدي عليها: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "موافق" قدر بنسبة 57%، وهي أكبر بفارق صغير مع الذين أجابوا بـ معارض بنسبة قدرت بـ 43%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا بـ لا بنسبة محايد 0%، نلاحظ أن المبحوثين ينقسمون بشكل متقارب من حيث رأيهم فريق يؤكد على دور وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة احترام حقوق الآخرين وعدم التعدي عليها وفريق الآخر يرى أن الكثير يتغل هذه الوسائط وتحت ظل الحريات التعبير يقوم بتعدي على خصوصية وحريات الغير

الجدول رقم (33): توزيع عينة الدراسة حسب من أبرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها الولاء للوطن والدفاع عنه:

النسبة	التكرار	الولاء للوطن والدفاع عنه من أبرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها
72%	43	موافق
23%	14	معارض
5%	3	محايد
100%	60	المجموع

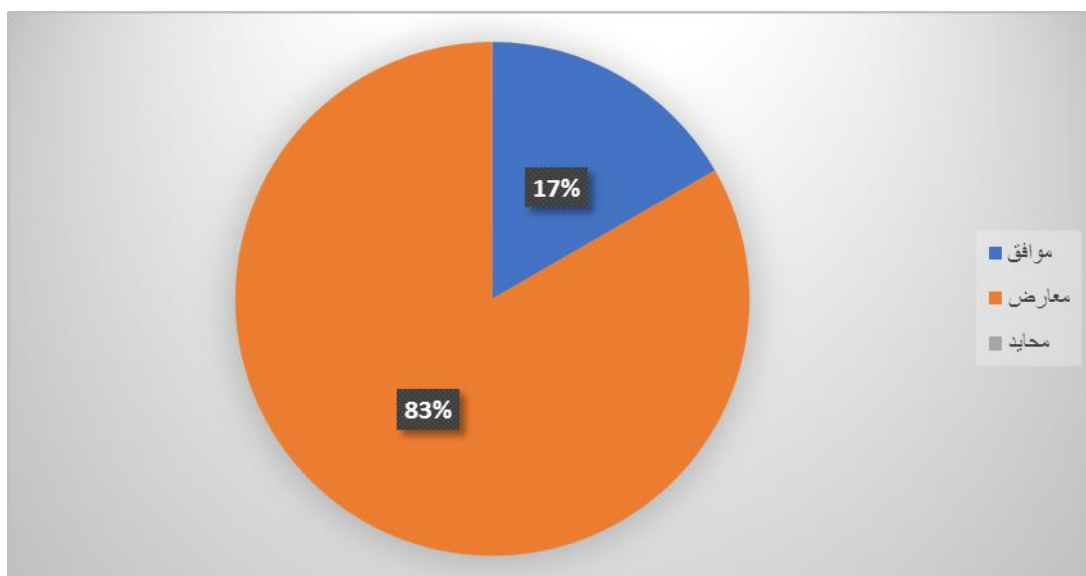


شكل رقم (33) نسبة عينة الدراسة حسب من ابرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها الولاء للوطن والدفاع عنه

يوضح الجدول رقم (33) والشكل (33) جواب على سؤال ابرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها الولاء للوطن والدفاع عنه: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "موافق" قدر بنسبة 72%، وهي اكبر نسبة اما الذين أجابوا ب معارض بنسبة قدرت ب 23%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب محايد بنسبة 0%، نلاحظ ان ياكدون انه من ابرز القيم التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها هو الولاء للوطن والدفاع عنه

الجدول رقم (34) : توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء:

النسبة	التكرار	تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء
17%	10	موافق
83%	50	معارض
0%	0	محايد
100%	60	المجموع



شكل رقم (34) نسبة عينة الدراسة حسب مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء

يوضح الجدول رقم (34) والشكل (34) جواب على سؤال مساهمة وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء: نلاحظ أن عدد الأفراد الذين أجابوا على احتمال "معارض" قدر بنسبة 83%، وهي أكبر نسبة أما الذين أجابوا ب موافق بنسبة قدرت ب 17%، أما عدد الأفراد الذين أجابوا ب محايد بنسبة 0%، نلاحظ ان المبحوثين يؤكدون ان وسائط التواصل الاجتماعي تساهم في نشر قيمة الحياء

المبحث الثاني : نتائج الدراسة

المطلب الاول نتائج العامة للدراسة:

من أهم النتائج المتوصل إليها حول جميع الأسئلة المطروحة في الاستبيان والتي يمكن إجمالها كالآتي:

-أغلب أفراد العينة يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي دائما وتقضي وقتها في تصفح وسائط التواصل الاجتماعي يوميا وبشكل مفرط دون وقت محدد، وهذا ما يتماشى نوعا ما مع الفرضية الأولى والثانية.

-أغلب أفراد العينة يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي ليلا، وأكثر من ساعتين من الاستخدام، كما أن أغلب أفراد العينة تستخدم في البيت معظم أفراد العينة تستعمل يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين، وهذا ما يتماشى مع الفرضية الثانية.

-أغلب أفراد العينة تستعمل الهاتف الذكي اثناء تصفح وسائط التواصل الاجتماعي ومعظم أفراد العينة تستهويها المواضيع السياسية واجتماعية أثناء تصفح وسائط التواصل الاجتماعي وهذا ما يتماشى نوعا ما مع الفرضية الثالثة.

-معظم أفراد العينة يتبعون صفحات اجتماعية سياسية واغلب افراد العينة يفضلون استخدام الفيس بوك عن بقية الوسائط الاخرى.

-أسفرت النتائج على أن تحمل المسؤولية لدى أفراد العينة منخفض عند إستخدامهم لموقع الفيسبوك، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية التي تعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها تأثير سلبي على الطالب الجامعي.

- تعزيز إرتباط المبحوثين بالقيم الدينية خلال إستخدامهم لموقع الفيسبوك، قد يرجع إلى كثرة الصفحات الدينية المنتشرة عبر موقع الفيسبوك، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة.

- إنخفاض مستوى قيمة الأمانة لدى المبحوثين عند إستخدامهم لموقع الفيسبوك، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

- لاستخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك أثر إيجابي على قيمة التسامح والعطاء، وقد أثبتت نتائج الدراسة فيما يخص مستوى ارتباط المبحوثين بالقيم الاجتماعية ما يلي:

- لاستخدام الفيسبوك من طرف المبحوثين أثر ايجابي في ارتباطهم بقيمة الانتماء إلى الوطن، والعمل الخيري والتعاون والتكافل الاجتماعي، والتوعية، وهو ما تؤكد صحة الفرضية الرابعة.

- لاستخدام موقع الفيسبوك لدى المبحوثين أثر ايجابي لقيمة الإخلاص في الصداقات، والتواصل مع الأقارب والأصدقاء وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة والرابعة وهو التمسك بالقيم والمعتقدات وبين التأثير بوسائط التواصل الاجتماعي ومدى تناقضها مع هذه القيم والمعتقدات.

المطلب الثاني : المقترحات والتوصيات

يقترح الباحث وفقا لنتائج هذه الدراسة ب:

- 1- إعداد دراسة حول أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات الطلبة.
- 2- إعداد دراسة حول علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بميول الطلبة مهنيا.
- 3- إعداد دراسة حول علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المهارات الحياتية للطلبة.
- 4- إعداد دراسة حول علاقة الكفاءة الذاتية المدركة لدى الطلبة باستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.
- 5- إعداد برامج إرشادية للتخفيف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج يوصي الباحث بالآتي:

1- إجراء دورات توعوية للطلبة بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتوضيح جوانبها الايجابية والسلبية، وتوعيتهم بشأن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات بينهم، والاستفادة منها بشكل عام.

2- إقامة خطة معينة لتقليل من ساعات الاستخدام اليومي لهذه الوسائل من قبل الطلبة.

3- عمل منشورات وبرامج تلفزيونية وإذاعية لتوعية الطلبة بهذا الشأن.

4- إعداد برامج توعوية لتقليل استخدام هذه الوسائل.

خاتمة

لقد أدى التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إلى ظهور نوع جديد من التواصل ، هو التواصل عبر التقنية، وهذا ما وفرته وسائط التواصل الاجتماعي منذ ظهورها، لذا سعيينا من خلال هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تؤديه في تشكيل القيم الاجتماعية ، وذلك انطلاقا من دراسات سابقة أثبتت أن هذه الوسائط تقوم بادوار داخل المجتمعات شائها شأن وسائل الإعلام الأخرى. ومما لا شك فيه أن العالم المعاصر يعيش مرحلة تحول كبرى، اختزل من خلالها عامل الزمن، وأصبحت الوسائط الاجتماعية هي البديل المماثل لأنشطة الماضي التقليدية، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمحيط هي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر، وهو ما أدى إلى تغييرات جذرية مست جميع مجالات الحياة ، ومن هنا يمكن القول أن وسائط التواصل الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات ، بل في انتاج وتأثير هذا الاتصال .

إذ كشفت دراستنا أن لهذا التواصل تأثير على القيم الاجتماعية للطلبة الجزائريين وان استخدام وسائط التواصل الاجتماعي يمكن من اكتساب أفكار وقيم جديدة، ففضاء وقت طويل في تصفح وسائط تواصل الاجتماعية ووضع المشاركات والرد على مشاركات الآخرين و الاطلاع على المضامين المنشورة يجعل المستخدم يتأثر بما يراه، إلا أن الأثر لا يعني بالضرورة تغيير السلوكيات والأفكار والاتجاهات التي كانت سائدة من قبل، بل يعني أيضا تعزيزها والمحافظة عليها، فلقد كشفت الدراسة أن وسائط التواصل الاجتماعي تلعب دور في نشر القيم الاجتماعية الايجابية لدى الطلبة الجزائريين ، وتزيد من تمسكهم بها كقيم التسامح، التضامن، نبذ العنف و الدفاع وغيرها ... وبالمقابل التعرض لمضامين الوسائط التواصل الاجتماعية قد يؤثر سلبا على بعض القيم السائدة في مجتمعنا الجزائري، كقيمتي الحياء والتمسك بالعادات والتقاليد، وهو ما تم التوصل إليه من خلال هذه الدراسة.

وبالتالي وسائط التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين، فهي بقدر ما تقدم خدمات جليلة للأفراد والجماعات وتمكنهم من التواصل و توسيع ثقافتهم والمحافظة على قيمهم وتشكل قيم جديدة لديهم ، بقدر ما تساهم في نشر وتشكيل بعض الأفكار والقيم السلبية.

لا تقدم وفي الختام، تعد نتائج الدراسة محدودة في نطاق ما تم تطبيق الإستبيان عليهم وبالتالي فهي

صورة متكاملة عن الظاهرة،وقد تكون النتائج المتوصل إليها جزءا ضئيلا مقارنة بتعدد الظاهرة محالدراسة

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

اولا : كتب

الكتب باللغة العربية

1. إبراهيم بعزير، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، القاهرة 2012 .
2. إبراهيم رمضان الديب ، أسس ومهارات بناء القيم التربوية تطبيقاتها في العملية التربوية، مؤسسة أم القرى الترجمة والتوزيع ، مصر ، 2008 .
3. أحمد أنور ، الآثار الاجتماعية العولمة الاقتصادية، مهرجان القراءة للجميع ، مكتبة الأسرة، مصر ، 2004 .
4. جبران مسعود: معجم الرائد، ط7، دار العلم للملايين، بيروت- لبنان، 1992.
5. حسن المكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية بيروت، 2008.
6. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها ط 1، دار النفاس للنشر والتوزيع ، الأردن , 2013 .
7. السامية أبو نصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفايبر بوك، ط1، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
8. سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم ، دار المعرفة الجامعية ، طبع نشر ، توزيع ، مصر ، 2010
9. سمير سعيد حجازي، معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس الاجتماعي ونظرية المعرفة، ط1، دار الكتب، لبنان، 2005 .
10. صالح محمد ابو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن 1998 .
11. صلاح قنصوة، نظرية القيمة في الفكر المعاصر، دار الثقافة للطباعة والنشر ، 1980.
12. عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2007
13. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 .

14. عبد الجبار غانية، التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر (مفهومها، مجالاتها، نتائجها)، مركز الناقد الثقافي ، دمشق ، 2009
15. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011
16. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011
17. العزاوي، رحيم يونس كروي، مقدمة في منهج البحث العلمي. عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع
18. على خليل شقرة ، الاعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار امامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014
19. علي خليل مصطفى أبو العينين، القيم الاسلامية والتربية ، ط1 ، مكتبة ابراهيم علي ، المدينة المنورة ، 1988،
20. علياء شكري وآخرون، علم الاجتماع العائلي، ط 2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011 .
21. عليان راجحي مصطفى. المكتبات والمعلومات والبحث العلمي. عمان :عالم الكتب ،2006.
22. غربي،علي. ابعاد المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. قسنطينة، د.د.ن ،2006.
23. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ، ط 1، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، سنة 2011
24. محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دراسية في النشأة والتطور، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن سنة 2012
25. قباري محمد اسماعيل: علم الاجتماع والإيديولوجيا، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، (د.د.ن). 1988،
26. كامل فورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
27. ماجد الزبود ، الشاب والفم في عالم متغير ، ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2006.
28. محمد مزيان ، القيم والاتجاهات في علم الإعلام والاتصال ، ط 1، منشورات دار لالة سكيينة ، الجزائر سنة 2003.

29. محمد ياسر الخواجة، علم اجتماع التنمية، المفاهيم والقضايا، ط1، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، مصر ، 2009

30. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية ،

31. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010

كتب باللغة الأجنبية

1- Maurice Angers. *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine. Edit /Casbah .1996.*

ثانيا : رسائل الجامعية

1. اسماء بن داود: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والقيمية الاجتماعية للأسرة الجزائرية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014-2015.

2. خالد حمد البدر، نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي ، دراسة مسحية على جيلي الآباء والأبناء في مدينة الرياض ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض 2011-2010

3. سمير لعرج ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري ، دراسة ميدانية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2007

4. شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، (غير منشورة)، جامعة قسنطينة، 2004/2005

5. عادل غزالي، أثر القيم الاجتماعية على التنظيم الصناعي الجزائري، مذكرة ماجستير، الجزائر، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2006 2007.

6. عبد الله ممدوح مبارك الرعود خور، شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، (2011-2012) .

7. محمد منصور ، تأثر شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير، الأكاديمية العربية ، الدانمارك ، 2012

8. ناصر محمد الأنصاري، مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر (2012)، مذكرة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، (2012 - 2013)

ثالثا : مجالات

نوال وسار استخدامات الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة جيل البحث العلمي، العدد الرابع، الجزائر ، 2014.

رابعا المواقع :

نسرین حسونة ، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف

[WWW. Alukah .net](http://WWW.Alukah.net)
<http://www.tech-wd.com>
<http://www.ar.wikipedia.org>
<http://www.air.flickr.blogspot.com>
<http://www.ejtemay.com>
<http://www.centervalves/posty>

الملاحق

الملحق رقم (01)

جامعة عمّار ثليجي - الأغواط



كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع: _____

دور وسائط التواصل الاجتماعية في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلاقات العامة

إشراف الدكتور:

- ميلودي محمد

إعداد الطالبين:

- ادريس ميلودي

- يحيى لهذب

رجاء ضع علامة (X) امام الاجابة المختارة كما ناكذ ان مبعومات هذه الاستمارة سرية ولا

تستخدم الا في غرض العلمي شكرا

السنة الجامعية

2022/2021

المحور الأول : البيانات الشخصية

1- الجنس :

☐

أنثى

☐

ذكر

2- السن :

☐

26 فما فوق]

☐

[26 - 23]

☐

[22 - 19]

3- التخصص :

☐

سنة الثالثة اعلام واتصال

☐

سنة ثانية إعلام واتصال

☐

ماستر 2 علاقات عامة

☐

ماستر 1 علاقات عامة

☐

داخل الحي الجامعي

☐

خارج الحي الجامعي

4- مكان الإقامة :

5 - المستوى المعيشي:

☐

ضعيف

☐

متوسط

☐

جيد

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

06- هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ؟

☐

نادرا

☐

أحيانا

☐

دائما

07- منذ متى تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ؟

☐

أكثر من ثلاث سنوات

☐

من سنة الى ثلاث سنوات

☐

منذ أقل من سنة

08- كم تستغرق من الوقت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ؟

☐

أكثر من ثلاث ساعات

☐

من ساعة الى ساعتين

☐

أقل من ساعة

09- ماهو المكان الذي تستخدم فيه وسائل التواصل الاجتماعي ؟ (يسمح باختيار أكثر من بديل)

☐

مقهى الإنترنت

☐

الجامعة

☐

البيت

☐

الأماكن العمومية

☐

لإقامة الجامعية

أخرى تذكر

10- ماهي الوسيلة التي تستخدمها في تصفح وسائط التواصل الاجتماعي ؟ (يسمح باختيار أكثر من بديل)

☐ الحاسوب المحمول ☐ الحاسوب المكتبي

☐ الجهاز اللوحي (tablette) ☐ الهاتف الذكي (Smartphone)

11- ماهي الفترة الأكثر استخداما لديك وسائط التواصل الاجتماعي ؟

صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐ حسب الظروف ☐

12- مع من تتواصل عند استخدامك وسائط التواصل الاجتماعي ؟ (يسمح باختيار أكثر من بديل).

عائلتك ☐ أصدقاءك ☐ زملاؤك ☐ أشخاص جدد ☐ أساتذتك ☐

أخرى تذكر ☐

13- عند استخدامك وسائط التواصل الاجتماعي ، هل تستخدم ؟

☐ اسمك الحقيقي ☐ اسم مستعار

14 - ما مدى استخدامك وسائط التواصل الاجتماعي التالية ؟

أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	العبارة
					1- فيس بوك
					2- تويتر
					3- واتس اب
					4- سكايب
					5- يوتيوب
					6- ماي سبايس
					7- انستغرام
					8- فاير

المحور الثالث: التفاعل مع ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي

15- هل تتابع ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

16- ما هي الصفحات التي تتابعها وتنشر قيم اجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي ؟ (يسمح باختيار أكثر من بديل).

☐ الصفحات الدينية ☐ الصفحات الاجتماعية ☐ الصفحات السياسية

أخرى تذكر

17- كيف تتفاعل مع ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي ؟ (يسمح باختيار أكثر من بديل).

☐ أسجل إعجابي بها ☐ أعلق عليها و أشاركها مع الآخرين
☐ أخبر بها أصدقائي ومعارفي ☐ أضيف إليها مواضيع أخرى

أخرى تذكر

18 - من بين الوسائط التالية ، ما هو الأكثر نشرا للقيم الاجتماعية حسب رأيك ؟

☐ فيس بوك ☐ تويتر ☐ واتس آب ☐ سكايب
☐ يوتيوب ☐ ماي سبايس ☐ أنستا غرام ☐ فايبر

19- حسب رأيك، هل ما ينشر عن القيم الاجتماعية عبر وسائط التواصل الاجتماعي ؟

☐ كافي ☐ كافي جدا ☐ غير كافي

20- هل القيم الاجتماعية التي تنشر عبر وسائط التواصل الاجتماعي تتعارض مع قيم المجتمع

لجزائري ؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا

المحور الرابع: وسائط التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية

21 ضع إشارة (x) في المربع الذي يناسب وجهة نظرك .

العبرة	موافق	معارض	محايد
1- تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل قيمة التسامح .			
2- تؤدي وسائط التواصل الاجتماعي دور في نبذ العنف .			
3- وسائط التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة التمسك بالعادات و التقاليد.			
4- تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة في الدفاع عن الدين الإسلامي .			
5- تؤدي وسائط التواصل الاجتماعي دور في نشر قيمة احترام حقوق الآخرين وعدم التعدي عليها.			
6- الولاء للوطن والدفاع عنه من أبرز القيم الاجتماعية التي تساهم وسائط التواصل الاجتماعي نشرها			
7- تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في نشر قيمة الحياء.			