جامعـــــة عمـــــار ثليجـــــي بالأغـــــواط

كليـة العلـوم الإنسانيــة و الإسلامية والحضارة

قسـم علـوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال و علاقات العامة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين في الجزائر

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة في جامعة عمار ثليجي بالأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

❖ إعداد الطالبين:
- زين الدين سيلت
- علال جرادي

اشراف الاستاذ :
- خير الدين حجار خرفان

السنة الجامعية :2016-2017

كلمة شكر

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة

وأعاننا على أداء هذا الواجب

ووفقنا إلى انجاز هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان

إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد

على انجاز هذا العمل

ونخص بالذكر الأستاذ المشرف

خير الدين حجار خرفان

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة

التي كانت عونا لنا في إتمام هذا العمل

والى جميع أساتذتنا الكرام

زين الدين و علال

htpp://www.myhouseonweb.eu/
MY HOUSE ON WEB

اهداء

الى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب الى

من كلت انامله ليقدم

لي لحظة سعادة الى من حصد الاشواك عن دربي

ليمهد لي طريق العلم

الى القلب الكبير "والدي العزيز "

الى من ارضعتني الحب والحنان الى رمز الحب

الى القلب الناصع

بالبياض "والدتي الحبيبة"

الى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة الى رياحين حياتي اختاي واخوتي

" حبيبة –عبدوا- محمد الامين – وانور"

الى من كانوا معي على طريق الخير الى من عرفت كيف اجدهم

وعلموني ان لا أضيعهم اصدقائي .

-زين الدين-

htpp://www.myhouseonweb.eu/
MY HOUSE ON WEB

اهداء

اللهم اجعل قلبي واحة تسقي القريب والغريب ماءها الإيمان

أما غرسها فالرجاء والحب والصبر الطويل،

إلى من تقاطعت تقاسيم محياها لتروى لي خطا به وألف حكاية،

إلى من حملت غيوما في عينها تحت أقواس الظلام تداعب لمسات الصراخ...

إلى من قد تساقط أوراق الخريف أتباعا قبل أن يتسنى لي الصيف أن أبوح لها سر عشقي.

إلى من أو قدت شعلة عواطفي...أمي رحمة الله عليها "

وتغمدها برحمته، أهديها هذا العمل عسى أن يكون فيه خير وصلاح.

إلي القلب الذي غمر بحبه ورعايته: أمي، أمي، أمي.

وإلى من أطلق سراحي إلى الحياة "ابي"

والى جميع اخوتي واصدقائي

وإلى كل من يشغل مكانا في

قلبي وحياتي أهدي

هذا العمل المتواضع.

http://www.myhouseonweb.eu/
MY HOUSE ON WEB

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
شكر وتقدير	-
اهداء	-
فهرس المحتويات	-
فهرس الجداول	-
ملخص الدراسة	-
مقدمة	أ – ب- ت
الاطار المنهجي	
الفصل الاول : الجانب المنهجي للدراسة	**27-14**
اولا : اشكالية الدراسة	**14**
ثانيا : تساؤلات الدراسة	**16**
ثالثا : فرضيات الدراسة	**17**
رابعا : اهمية الدراسة	**17**
خامسا: اهداف الدراسة	**17**
سادسا: اسباب اختيار الدراسة	**18**
سابعا : مصطلحات و مفاهيم الدراسة	**19**
ثامنا : الدراسات السابقة والمشابهة	**22**
تاسعا : ملخص الدراسات السابقة	**27**
الاطار النظري	
الفصل الثاني : الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي	**54-31**
المبحث الاول : الاعلام الجديد	**31**
المطلب الاول : مفهوم الاعلام الجديد	**31**
المطلب الثاني : عوامل ظهور الاعلام الجديد	**34**
المطلب الثالث : سمات الاعلام الجديد	**35**
المطلب الرابع : وظائف الاعلام الجديد	**37**
المطلب الخامس : سلبيات و ايجابيات الاعلام الجديد	**40**
المبحث الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي	**42**
المطلب الاول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي	**42**
المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها	**43**
المطلب الثالث : انواع مواقع التواصل الاجتماعي	**45**

المطلب الرابع : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	**52**
المطلب الخامس : التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي	**54**
الفصل الرابع : ثقافة التضامن	**76-59**
المبحث الاول : ماهية التضامن	**59**
المطلب الاول : مفهوم التضامن	**59**
المطلب الثاني: مجالات التضامن	**61**
المطلب الثالث : اهمية التضامن	**64**
المبحث الثاني: الخلفية النظرية لثقافة التضامن الاجتماعي	**67**
المطلب الاول : مضمون و عوامل نظرية التضامن الاجتماعي	**67**
المطلب الثاني : أسس مذهب التضامن الاجتماعي	**69**
المطلب الثالث : مزايا و عيوب نظرية التضامن الاجتماعي	**70**
المبحث الثالث : علاقة التضامن مع مواقع التواصل الاجتماعي	**71**
المطلب الاول : دور شبكات التواصل الاجتماعي في السلم والأمن	**71**
المطلب الثاني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعاون بشان الكوارث	**74**
المطلب الثالث : نماذج من دور شبكات تواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن	**76**
الاطار الميداني	
الجانب التطبيقي للدراسة	**114-81**
المبحث الاول : الإجراءات المنهجية للدراسة	**82**
المطلب الأول: منهج الدراسة	**82**
المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته	**83**
المطلب الثالث : حدود الدراسة	**84**
المطلب الرابع : أدوات جمع البيانات	**85**
المبحث الثاني : عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية	**86**
المطلب الاول : تحليل و مناقشة نتائج الاستبيان	**86**
المطلب الثاني : نتائج فرضيات الدراسة	**110**
المطلب الثالث : النتائج العامة للدراسة	**111**
خاتمة	**114**
قائمة المصادر و المراجع	**116**
الملاحق	**-**

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	جدول يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	86
02	جدول يوضح توزيع المبحوثين حسب السن	87
03	جدول يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الجامعي	88
04	جدول يبين توزيع المبحوثين على هل لهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي	89
05	جدول يوضح طريقة التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي	89
06	جدول يوضح توزيع المبحوثين حسب الفكرة السابقة عن مواقع التواصل الاجتماعي	90
07	جدول يوضح تصنيف اكثر المواقع المستخدمة	91
08	جدول يوضح توزيع المبحوثين حسب المواقع المشترك فيها	91
09	جدول يوضح توزيع المبحوثين حسب السهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	92
10	الجدول يوضح متوسط ساعات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين	92
11	جدول يوضح فترات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي	93
12	جدول يوضح اسباب الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي	94
13	جدول يوضح اهم المواضيع المطلع عليها في مواقع التواصل الاجتماعي	94
14	جدول يوضح مع من يتواصل المبحوث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	95
15	جدول يوضح تفاعل المبحوثين مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي	96
16	جدول يوضح كيف يتم التفاعل مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي	97
17	جدول يوضح اهم المضامين التضامنية التي تاخد اكثر اهتمام عبر مواقع التواصل الاجتماعي	98
18	جدول يوضح مسايرة مواقع التواصل الاجتماعي للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع	99
19	جدول يوضح التفاعل مع القضايا المجتمعية في الولاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	100
20	جدول يوضح طبيعة التفاعل مع القضايا المجتمعية في الولاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	100
21	جدول يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المستخدمين للتضامن فيما بينهم	101
22	جدول يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مساعدة في نشر ثقافة التضامن بين المستخدمين	102
23	جدول يوضح المشاركة في القضايا التضامنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من صفات المواطن الصالح	102
24	جدول يوضح عمل مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه المستخدمين نحو الاعمال	103

	الخيرية	
25	جدول يوضح تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيم التضامن	**103**
26	جدول يوضح ان مواقع التواصل تعتبر وسيلة تأثير لاستثمار المستخدمين لأوقات الفراغ	**104**
27	جدول يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الانخراط في الجمعيات الخيرية	**105**
28	جدول يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على جعل افراد المجتمع اكثر تماسك	**105**
29	جدول يوضح درجة توافق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على توجه المستخدمين الى التضامن اثناء الكوارث الطبيعية	**106**
30	جدول يوضح تحفيز مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة في الأعمال الخيرية	**106**
31	جدول يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على نشر ثقافة المشاركة بين المستخدمين في قضاياهم المجتمعية	**107**
32	جدول يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة المستخدمين بالمجتمع وقضاياه	**107**
33	جدول يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية اثناء الازمات	**108**
34	جدول يوضح توزيع المبحوثين في ان مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين و تجعل الافراد اكثر تعاون	**109**

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين على عينة من طلاب كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة في جامعة عمار ثليجي بالأغواط ، و التعرف على أهم وابرز الخدمات التي يوفرها المستخدمون لتنمية ثقافة التضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكدلك على درجة التفاعل بين المستخدمين في القضايا الاجتماعية من خلال هذه المواقع وعلاقتها بنشر ثقافة التضامن بين افراد المجتمع ، و لتحقيق هده الاهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، بحيث يحاول تحليل واقع الحال للأفراد ، و ذلك من خلال جانب نظري و جانب تطبيقي وزعت فيه استمارة استبيانات على عينة من طلبة كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة مكونة من 100 طالب و طالبة ، تم اختيارها وفق طريقة العينة العشوائية البسيطة ، لاستخدامها في الدراسة .

و توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها انه كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلما دفع ذلك المستخدمين للمشاركة في القضايا المجتمعية و ان مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين إيجابا و تجعل الافراد اكثر تماسك و تعاون ، و خلصت الدراسة في الاخير الى اثبات جميع الفرضيات .

مقدمة :

ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في ظهور أشكال جديدة من الاتصالات، مثل شبكات مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من النظم التي تعمل على بناء الجسور بين الافراد والجماعات وقد اكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، وتوسعت شهرتها في فترة زمنية قليلة داخل ساحات الإنترنت، كما أنها تغلغلت داخل حياة الافراد وغيرت طابع الحياة الاجتماعية ، على جميع المستويات سواء على مستوى الأسرة أو على مستوى المجتمع وأصبح الافراد يتواصلون بينهم عبر مواقع الشبكات الاجتماعية من أجل تكوين شبكة علاقات اجتماعية ، والتواصل مع الأصدقاء ، تبادل الخبرات المجتمعية والمعلومات والمعرفة ، و تتناول هذه الدراسة موضوع (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين) من خلال اجراء هذه الدراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الانسانية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي الاغواط ، اذ يعتبر التضامن قيمة أخلاقية و شعور وواجب إنساني نبيل لا يمكن أن يؤمن به ويتحلّى بخصاله إلا من كانت له شخصية مفعمة بالإنسانية وبالحسّ الاجتماعي المرهف ، وهو ايضا علاقة اجتماعية ورباط بين الأفراد والمجموعات ، و سلوك إنساني نبيل ،يتمثل في تقديم المساعدة للغير بهدف تحقيق الأهداف المشتركة بين افراد المجتمع .

و ان تعزيز مفهوم التضامن في المجتمع ونشره كقيمة سلوكية قائمة مسؤولية المجتمع بمُختلف الشرائح المجتمعية عبر وسائل مواقع التواصل الاجتماعي ، وبمقدار ما يتم تعزيز هذه القيمة بقدر ما يُحقّق المجتمع التقدم والازدهار، وبقدر ما يكون الإخفاق في ذلك بقدر ما تعمّ الكراهية والسلبية أوساط المجتمع ، حيث تتمحور دراستنا حول نشر و تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف القضايا الاجتماعية وذلك بتقسيم الدراسة الى اربعة فصول كاملة :

الفصل الاول : تم فيه عرض الجانب المنهجي مشكلة الدراسة و فروضها و اسباب اختيار الموضوع و اهم الاهداف ، اضافة الى شرح مصطلحات الدراسة ، و ايضا تم ذكر الدراسات السابقة .

الفصل الثاني : تناولنا فيه الجانب النظري للدراسة في مبحثين ، الاعلام الجديد و تطرقنا في هذا المبحث الى خمسة مطالب ، مفهوم الاعلام الجديد و عوامل ظهوره في عوامل اقتصادية و تقنية و سياسية ، ثم سماته وظائفة ، و ايجابيات و سلبيات ، و مبحث ثاني مواقع التواصل الاجتماعي بخمسة مطالب ايضا ، مفهومها و تطورها ، وتطرقنا الى ثلاثة انواع لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك ، التويتر ، اليوتوب) ، اضافة الى اهم الدوافع التي تدفع الافراد الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ثم التأثيرات الايجابية و السلبية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي .

الفصل الثالث : و قمنا فيه بالبحث عن ثقافة التضامن حيث قسمناه الى مبحث ماهية التضامن وتطرقنا الى ذلك في ثلاثة مطالب مبرزين مفهوم ومجالات التضامن داخل الاسرة و خارجها الى محيط الاقارب و الجيران و البيئة ، ثم اهمية التضامن على مستوى الفرد والمجتمع ، و مبحث ثاني خصصناه للخلفية النظرية لثقافة التضامن الاجتماعي بمضمون واسس الى ايجابيات و سلبيات نظرية التضامن الاجتماعي ، و مبحث اخر كان حول علاقة التضامن بمواقع التواصل الاجتماعي ، في دور شبكات التواصل الاجتماعي في السلم و الامن في جميع الاستخدامات اتصالية (شخصية – تعليمية – حكومية – اخبارية – دعوية) ، و ايضا اظهار دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعاون بشان الكوارث داخل و خارج المناطق المنكوبة و كيفية التعامل معها عبر شبكات التواصل الاجتماعي اضافة الى بعض النماذج من دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين .

الفصل الرابع : الجانب التطبيقي تم تخصيصه لقراءة ومعالجة البيانات الميدانية بعد التحليل، بعد تفريغ استمارة الاستبيان والتي كانت أسئلتها تتمحور حول مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة تضامنية بين المستخدمين في قضاياهم المجتمعية ، وفي الأخير عرضنا أهم النتائج المتحصل عليها، وحكمّناها على فرضيات الدراسة .

الفصل الاول

الإطار المنهجي

الفصل الاول : الجانب المنهجي للدراسة

اولا : اشكالية الدراسة

ثانيا : تساؤلات الدراسة

ثالثا : فرضيات الدراسة

رابعا : اهمية الدراسة

خامسا: تحديد المفاهيم والمصطلحات

سادسا: اسباب اختيار الدراسة

سابعا : اهداف الدراسة

ثامنا : الدراسات السابقة والمشابهة

تاسعا : ملخص الدراسات السابقة

اولا : إشكالية الدراسة

تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال بين مجموعة من الافراد لهم نفس الميول والاهتمام ، لذلك تعرف بانها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه بنظام الكتروني اجتماعي مع اعضاء اخرين ، بحيث الهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء والافكار والتقدم بمقترحات وحلول للمستخدمين، فهي عبارة عن " شبكات الكترونية تجمع مجموعة من الافراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة للتواصل وتبادل الافكار ، في عصر يموج بالتغيرات العالمية المعاصرة الذي اثر تأثيرا كبيرا في ثقافة المجتمعات الانسانية في ربط العديد من العلاقات الانسانية والاجتماعية بعد الغاءها عبر عامل المسافة ، الا انه يظهر الدور الكبير الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي بين الافراد وكسب العامل المسافة والمجتمعية والثقافية ، و أصبحت عملية التواصل الاجتماعي بفعل التكنولوجيا الحديثة عموما وتكنولوجينا المعلومات بصفة خاصة من وسائل الاتصال الرئيسية التي غيرت من مسار الاتصالات فأصبح من السهل الحصول على المعلومات بشكل منظم وسريع من خلال الحواسب والهواتف الشخصية على مدار الساعة ، وبرزت مواقع التواصل الاجتماعي لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة المعلومات دون منافس حيث ربطت شبكة المعلومات الأشخاص بعضهم ببعض في جميع أنحاء العالم لتجعل من العالم قرية صغيرة ، إذا تتضمن تلك التقنية كما هائلا من المعلومات في كافة مناحي الحياة الصحية – اجتماعية – اقتصادية- سياسية -

وعلى صعيد اخر يعتبر التضامن بين الافراد ، ممارسة انسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل الافراد والمجموعات ،لأنه مطلب اجتماعي تتضامن فيه جهود الافراد والجماعات والدول وتسعى من خلاله لتحقيق الامن الاجتماعي والوطني بحيث يتفاعل معه جميع الافراد لمواجهة الازمات والكوارث الطبيعية في قضايا مجتمعية معينة مثل المحافظة على الامن

والبيئة، وتوسعت حاجات الافراد وتنوعت واصبح من الضروري التضامن والتعاون لمواجهة الكوارث وتكاثف الجهود من اجل تحقيق المطالب الانسانية في القضايا المجتمعية ، بحيث لم تكن أفراد المجتمع وَحدات يستقل بعضها عن بعض وإنما هي بطبيعة ما خلقت عليه، وما تحتاجه في الحياة ، وحدات تتبادل المنافع وتتعاون على المصالح، وبهذا التعاون الضروري للحياة يتحقَق المجتمع الإنساني والإسلامي ، هدا الاخير الذي كثيرا ما تَطغى عليه العوامل النفسية والشخصية فتُخرجه عن حد الاعتدال اللازم للهدوء والسعادة، والأمن والاستقرار، فربَط الدين الاسلامي بين أفراد المجتمع برباط قلبي يوحِد بينهم في الاتجاه والهدف، ويجعل منهم وَحدة قوية متماسكة، يأخذ بعضها برقاب بعض سُداها المحبة، وهدفها السعادة في الدنيا والآخرة، وهذا الرباط هو رباط الإيمان والعقيدة المتَّصلة بمبدأ الخير والرحمة و التضامن.وقد اتَّخذ الإسلام عنوانًا لهذا الرباط [الأُخوة الدينية] بين المسلمين، وهي أصدق تعبير عن الحقوق والواجبات الاجتماعية، وهي أقوى ما يَبعث في النفوس معاني التراحم والتعاطف والتعاون وتبادُل الشعور والإحساس، مما يحقِق للمجتمع المثالية التي تخلصه للخير، وقد كان من مقتضيات هذه الأخوَة، التضامن الاجتماعي بين المسلمين، والتضامن هو إيمان الأفراد بمسؤولية بعضهم عن بعض، و إيمانهم بأن كل واحد منهم حامل لتَبِعات أخيه، ومحمول بتَبعاته على أخيه، فإذا ما أحسَن، كان إحسانه لنفسه ولأخيه، وإذا ما أساء، كانت إساءته على نفسه وعلى أخيه .

ونشر ثقافة التضامن بين افراد المجتمع تعتبر عنصر اساسي من عناصر الحياة الطيِّبة للمجتمعات، تتوقَّف عليها حياتهم، وبها تكون عزيزة كريمة، متمتعة بهيبتها، قائمة بواجبها ولهذا التضامن شُعبتان: تضامن أدبي، وتضامن مادي، والتضامن الأدبي يحققه قوتان: قوة تعرف الخير والفضيلة، وتدعو إليهما بصدق وإخلاص، وقوة تستمع وتمتثل وتتقبل بقلوب مطمئنة، وصدور مُنشرحة، وألسنة شاكرة، وجوارح عاملة، وبتفاعل القوتين، تقوى روح

التعاون، ويقف الجميع حول مركز واحد يوحد الاتجاه، ويهيمن على المصالح المشتركة بين افراد المجتمع .

ومع تميز هذا العصر بدخول التقنية في جزئياتها واصبح التقنية دور فعال في التواصل والترابط على نطاق واسع بكلفة اقل مع ضمان الدقة والجودة ودخلت مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة المجال الانساني ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الالكترونية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل بين المستخدمين لخدمة افراد المجتمع ونشر ثقافة التضامن بين المستخدمين من خلال تنشيط ونشر حملات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حملات نظافة وحملات تبرع بالدم واخرى توعوية بالأمراض المزمنة والخطيرة وغير ذلك من النشاطات المختلفة وتحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وبناء ثقافة التضامن بين المستخدمين من خلال طرح الاشكالية التالية ؟

- **هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين ؟**

ثانيا : تساؤلات الدراسة

ومن هذا التساؤل العام نطرح التساؤلات الفرعية التالية :

1- ماهي عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

2- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعية في دفع المستخدمين للمشاركة في القضايا المجتمعية ؟

3- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة التضامنية لدى المستخدمين ؟

ثالثا : فرضيات الدراسة

1/ توجد علاقة بين المستخدمين ومواقع التواصل الاجتماعي.

2/ كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلما دفع ذلك المستخدمين في المشاركة في القضايا المجتمعية.

3/ تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن إيجابا.

رابعا : اهمية الدراسة

تظهر أهمية هذه الدراسة في أنها ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة حيث استطاعت التكنولوجيا أن تغير العديد من المفاهيم في المجتمع فيما يخص دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء ثقافة مرتبطة بالتضامن بين المستخدمين لمحاولة تلبية حاجاتهم الاجتماعية وتقديم خدمات من خلال هذه المواقع لتعزيز التضامن بين فئات المجتمع بما يخدم العلاقات الإنسانية والاجتماعية ومساهمة المستخدمين في ذلك وهذا ما سيحاول الباحثان إظهاره في هذه الدراسة .

خامسا :أهداف الدراسة

1/ التعرف على أهم وابرز الخدمات التي يوفرها المستخدمون لتنمية ثقافية التضامن في مواقع التواصل الاجتماعي.

2/ التعرف على درجة التفاعل بين المستخدمين في قضايا الاجتماعية من خلال هذه المواقع وعلاقتها بنشر ثقافة التضامن.

3/ الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال وتنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين.

4/ أهمية نشر ثقافة التضامن في القضايا المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعية.

سادسا: أسباب اختيار الموضوع

- **الأسباب الذاتية :**

1/ محاولة التعرف على أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد والجمعات

2/ الرغبة في معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي مع القضايا المجتمعية من خلال ثقافة التضامن بين المستخدمين.

3/ إعطاء بعد أخر لمواقع التواصل الاجتماعي لا تخص الاتصال والعلاقات العامة فقط وإنما تتجاوز الأبعاد إنسانية أخرى.

- **الأسباب الموضوعية :**

1/ وجود علاقة بين موضوع الدراسة وتخصص الباحث.

2/ توفر المراجع الكافية في محور مواقع التواصل الاجتماعي التي تساعد الباحث في هذه الدراسة.

3/ الانتشار الكبير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات والأفراد

سابعا : مفاهيم ومصطلحات

1- **الدور :**

• **لغة** : الجمع، ادوار الدور – ترتيب الشخص بالنسبة للآخرين ، خذ دورك في الصف : الدور الأول : الامتحان الأول في المدارس . الدور النهائي : مباراة تقام لتحديد الفائز[1].

• **اصطلاحا** : تعريف ليفي : يرى بان الدور بمثابة مركز متميز في نطاق بيان اجتماعي معين – تعريف بارنونز : يرى بان الدور ما يقوم بفعله الفاعل الاجتماعي في علاقته مع الآخرين[2] .

• **إجرائي :** الدور هو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو لفريق ويمكن لشخص أو فريق أن يكون له عدة ادوار صاحب المواقع يتمثل في نشر حملة توعوية ضد مرض مزمن وتفاعل المشتركين في المواقع معه بالمشاركة ونشرها على نطاق أوسع.

2- **التواصل**

• **لغة** : وصل فلان رحمه ، ويصله صلة ، و وصل الشيء بالشيء يصله وصلا و هو الاقتران والاتصال والصلة و الالتئام و الجمع [3].

• **اصطلاحا** : مفهوم يعني استمرار العلاقة المتينة بين الطرفين المشاركين فيها و انفتاح الذات على الاخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد[4] .

---

1 معجم المعاني الجامع : **معجم عربي عربي** ، http://www.almaany.com/ar/dict/ar- ، 2017/04/15، 22:00 .

2 محمد عربي : **معجم المعاني الجامع** ، www.almaany.com ، 2017/04/15 ، 22:00 .

3 ماجد رجب : **التواصل الاجتماعي ، دراسة قرانية موضوعية** ، بحث لاستكمال متطلبات الحصول على الماجستير ، الجامعة الاسلامية ، غزة ، فلسطين ، 2011 ، ص 7 .

4 عصام سليمان الموسى : **مدخل في الاتصال الجماهيري** ، مكتبة الكتاني اربد ، الاردن ، ط1 ، 1998 ، ص 20 .

3- مواقع التواصل الاجتماعي

اصطلاحا : أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية .[1]

اجرائيا : هو موقع الكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم حيث يمكن لأي شخص قادر على إنشاء موقع له في حساب ما بسهولة تامة ويهدف الموقع عادة إلى الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث عن أصدقاء حول العالم .

4- التنمية :

لغة : النمو وارتفاع الشيء من مكان الى مكان اخر[2].

اصطلاحا : يعرفها "بوجين ستيلي" حين اقترح خطة التنمية سنة 1889م يقول هي عملية الانتقال بالمجتمعات من حالة ومستوى أدنى إلى حالة ومستوى أفضل ومن نمط تقليدي إلى نمط أخر متقدم[3] .

ويقول أيضا "هيجنز" هي عملية استثمار أنساني تتم في المجالات والقطاعات التي تمثل حياة البشر[4] .

إجرائي : هي ارتقاء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والانتقال بهم من الوضع الثابت إلى وضع أعلى وثابت من خلال تواصلهم وربطهم بما يزيد من تضامنهم ومشاركتهم في قضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما يخدم ثقافتهم التضامنية.

---

1 بهاء الدين محمد مزيد: **المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً** ، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012، ص 47 .

2 مرجع سابق : http://www.almaany.com/ar/dict/ar ، 2017/04/15 ، 22:00 .

3 موضوع : موقع الكتروني ، **http://mawdoo3.com** ، 2017/03/03 ، 11:00 .

4 المكتبة الاعلامية : موقع الكتروني ، **http://islamweb.com**، 2017/03/03 ، 11:00 .

5- **ثقافة التضامن** : (تعريف إجرائي)

هي تلك المنهجية المتبعة التي تستوعب كل متطلبات وحاجات المجتمع لتحوله في نهاية إلى كتلة متضامنة ومرتبطة وهي أيضا تلك الأنشطة الفكرية والاجتماعية التي يتم ممارستها في المجتمع ويتفاعل معها الأفراد بأساليب متفاوتة تكون في نهاية عنصر أساسي في تحديد إدراكهم وتضامنهم مع بعضهم البعض باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين في قضية اجتماعية لتحقيق منفعة عامة .

6- **التضامن** :

لغة : تضامنَ يتضامن، تضامُنًا، فهو مُتضامِن أي تأييد ومشاركة. [1]

اصطلاحا : يعرفه الدكتور فهد بن حمود العصيمي يعني التكافل والتعاون وإذابة الفوارق بين المسلمين وربطهم بالرابطة الإسلامية تحت مظلة الكتاب والسنة المطهرة وضد التضامن التنافر والتقاطع. [2]

اجرائيا : هو سلوك اجتماعي يتحلى به المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي في اطار تفاعلهم مع قضاياهم المجتمعية .

7- **المستخدمون** :

اصطلاحي : هم مجموعة من الافراد يربط بينهم نظام حاسوبي ما او شبكة حاسوب او موقع ما على الويب لتحقيق مصالح معينة بينهم [3] .

اجرائي : هم مجموع مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي الذين تشملهم الدراسة .

1 مرجع سابق : http://www.almaany.com/ar/dict/ar ، 2017/04/15 ، 22:00 .
2 فهد بن حمود العصيمي : **التضامن الاسلامي** ، قسم الدراسات الإسلامية، جامعة الملك سعود ، السعودية ، ص 3 .
3 ويكيبيديا : موقع الكتروني ، **http://ar.wikipedia.org/wiki** ، 2017/03/03 ، 11:00 .

ثامنا : الدراسات السابقة

الدراسات المحلية :

الدراسة الاولى :

اجرت الباحثتان بشرى زبدة واسيا بعيط دراسة حول "دور الفيس بوك في نشر ثقافة التطوع لدى الشباب الجامعي " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية بجامعة عمار ثليجي الاغواط 2016/2015 ،حيث هدفت الدراسة الى معرفة مدى تأثير الشباب الجامعي بمواضيع التطوع المنشورة عبر الفيس بوك ،والدافع والحاجات للمشاركة التطوعية و العمل التطوعي لديهم ولتحقيق هذه الاهداف اعتمدت الدراسة على تطبيق المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة من خلال فصلين ، الاول نظري والثاني مسحي من خلال توزيع استمارة استبيان على عينة من الطلبة مكونة من (70) طالب وطالبة ،وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من اهمها ان الشباب الجامعي يستخدم الفيس بوك بدرجة كبيرة للاشباعات المتعددة بالإضافة الى ان الفيس بوك ساهم في انخراط مجموعة من الشباب مع الجمعيات الخيرية من خلال تلك المنشورات التي تمس احاسيسهم وعواطفهم التضامنين مع المجتمع . [1]

الدراسة الثانية :

اجرت الباحثتان حمادية خولة وقاسم مريم دراسة حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي" دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيس بوك لجمعية ناس الخير ورقلة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر 2015/2014 علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة حيث هدفت هذه الدراسة الى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل خدمة الجمعيات الخيرية .

1 بشرى زبدة واسيا بعيط : **دور الفيس بوك في نشر ثقافة التطوع لدى الشباب الجامعي** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية بجامعة عمار ثليجي الاغواط ،2016 .

مبرزين من خلال ذلك اهم العناصر المشتركة بين مواقع التواصل و العمل التطوعي والتي تصاغ بشكل او باخر بتفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية ولتوضيح ذلك استعانت الباحثتان في الدراسة المنهج التحليلي من خلال جمع اهم المفاهيم النظرية المتوفرة ومحاولة اسقاطها من خلال استمارة تحليل مضمون وبذلك وصلوا للنتائج التالية :

- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدميها خاصة مسابقة نشاطات الجمعية قبل واثناء وبعد الانتهاء الانشطة مما يدعم ثقة المتتبعين في اعضاء الجمعية .

- التوجه نحوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلان واعلام ووسيلة توعية وتواصل كوسيلة لتحقيق الاهداف التطوعية الخيرية للجمعية .[1]

الدراسات العربية :

الدراسة الاولى :

اجرت هذه الدراسة الباحثة حنان بن شعشوع لشهري دراسة حول «أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك والتويتر نموذجا " مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع سنة 2012 2013 ، حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الاسباب التي تدفع الى الاشتراك في موقعي فيس بوك والتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع ، والكشف عن الاثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع ،ومن اجل تحقيق هذه الدراسة اعتمدت الدراسة على المنهج المسح الاجتماعي ، واستخدمت اداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث

1 حمادية خولة وقاسم مريم : **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي** ، مذكرة تخرج لنيل تخرج الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2015/2014 .

في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من 150 طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية .

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من اهمها ،ان من اكثر الاسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك والتويتر هي سهولة التعبير عن ارائهن واتجاهاتهن الفكرية وفي تعزيز الصداقات القديمة والبحث عن اخرى جديدة .

وخلصت الدراسة في الاخير الى وضع مجموعة من التوصيات اهمها : تنظيم دورات توعوية للفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ،وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الاكاديمي[1] .

الدراسة الثانية :

اجرى الباحث حسين عوض دراسة حول "اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة محليين شبابي علار نموذجا " وهدفت الدراسة الى فحص اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي علار ،ومن اجل تحقيق اغراض الدراسة قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على افراد المجموعة التدريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من مجلس شبابي علار بلغ عددهم (18) شابا وفتاة ، وفي ظل ما توصلت اليه الدراسة من نتائج فقد اوصى الباحث بعدة من توصيات والمقترحات في مايلي اهمها :

اقترح الباحث اجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة و ضرورة عقد دورات تدريبية لفئة الشباب تستهدف تطوير مهاراتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة قضاياهم وقضايا امتهم وبخصوص تنمية المسؤولية ، ومنها مجتمع طلبة

1 حنان بن شعشوع لشهري : **اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك والتويتر نموذجا** ، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع ، 2013 .

الجامعات وفحص مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعي [1] .

الدراسة الثالثة :

اجرى الباحث فهد بن علي الطيار دراسة حول "شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى الطلاب الجامعة . تويتر نموذجا " دراسة تطبيقية على الطلاب جامعة ملك سعود سنة 2014 ،حيث هدفت الدراسة الى التعرف على الاهداف التالية الاثار السلبية والايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي في تغير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ،واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي ،وتكونت عينة الدراسة من طلاب الجامعة الملك سعود بالرياض وقد تم اختيارهم عشوائيا وبلغت العينة النهائية (2274) طالبا وتوصلت الدراسة في الاخير ان اهم الاثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في اجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الاخر واهم الاثار الايجابية الاطلاع على اخبار البلد وتعلم امور جديدة وتخطي حاجز الخجل[2] .

ومن اهم التوصيات :

تكثيف الندوات العلمية والبرامج العلمية الهادفة التي تبني التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والاهتمام بصورة مستمرة خاصة في الوقت الراهن بدراسة تاثير شبكات التواصل الاجتماعي على الافراد خاصة الشباب .

1 حسين عوض : **اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة محليين شبابي علار نموذجا** ، برنامج التنمية الاسرية و الاجتماعية جامة القدس المفتوحة ، فلسطين ، 2012 .

2 فهد بن علي الطيار : **شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى الطلاب الجامعة** . تويتر نموذجا ، دراسة تطبيقية على الطلاب جامعة ملك سعود ، السعودية ، سنة 2014 .

تاسعا : ملخص الدراسات السابقة

ما من شك ان في الدراسات السابقة اسهامات علمية ونتائج مهمة وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعدة النظري وكذلك الانطلاق من تراكم معرفي يساعدنا في صياغة تساؤلات الدراسات والفرضيات .

ولقد تميزت الدراسة الجزائرية بأهمية بالغة ،حيث اهتمت الدراسة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التطوع لدى الشباب الجامعي اما الدراسة الثانية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي وسلطة الضوء على دراسة وصفية تحليلية بصفحة الفيس بوك لجمعية ناس الخير ورقلة بهدف دور الفيس بوك في تفعيل خدمة الجمعيات الخيرية حيث كشفت ان استخدام الفيس بوك ساعد بشكل كبير في ربط المستخدمين مع اعضاء الجمعية الناشطين في الصفحة ، وقد ساعدتنا هذه الدراسات بشكل كبير في صياغة التساؤلات وخاصة الدراسة الاولى الاقرب الى دراستنا موضوعا ومنهجا .

واما الدراسات العربية ، فقد اهتمت بدراسة اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية وتنمية المسؤولية الاجتماعية والقيم لدى طلاب الجامعة وساعدتنا هذه الدراسات في صياغة التساؤلات ايضا نظر الى انها من البحوث الوصفية والتي اعتمدت المسح بالعينة وهي تقترب من موضوع دراستنا في شقه المتعلق بالمواقع التواصل الاجتماعي كما ساعدتنا هذه الدراسات كثيرا في جانبها المنهجي والنظري.

الفصل الثاني

الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني : الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول : الاعلام الجديد

المطلب الاول : مفهوم الاعلام الجديد

المطلب الثاني : عوامل ظهور الاعلام الجديد

المطلب الثالث : سمات الاعلام الجديد

المطلب الرابع : وظائف الاعلام الجديد

المطلب الخامس : سلبيات و ايجابيات الاعلام الجديد

المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها

المطلب الثالث : انواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس : التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول : الاعلام الجديد

المطلب الاول : مفهوم الاعلام الجديد

1- تضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت, فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض, اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي اهم سماته". [1]

2- الإعلام الجديد هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية والوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين بالأنترنيت في اي وقت و اي زمان[2].

3- الاعلام الجديد هو العملية الناتجة عن " اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. "

4- موسوعة ويب أوبيديا من ناحية أخرى تعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي، وبالنظر إلى علاقة هدا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها [3].

---

[1] عباس مصطفى صادق : **الاعلام الجديد ، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة**، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص9 .

[2] سعود صالح : الاعلام الجديد وقضايا المجتمع ،**المؤتمر العالمي الثاني للاعلام الاسلامي** ،جاكرتا ، اندونيسيا ، ط 1 ،2011 ، ص 13.

[3] طه الفضل طه : **الاعلام الالكتروني في السودان ، الواقع والتحديات** ، مركز الخرطوم للإعلام الالكتروني ، الخرطوم، السودان ، 2013 ، ص 17 .

5- الإعلام الجديد بوصفه بديلاً الإعلام القديم: يمثل استقلالاً عن المسيطر ليس الغربي فحسب، وإنما المحلي كذلك. وبعبارة ثانية، تعتبر هذه الرؤية أن الإعلام الجديد هو إعلام يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلامية التقليدية، المحكومة بدرجة عالية من االهيمنة السياسية أو الاقتصادية، لتستثمر التطور التقني الراهن لصالح إعلام متحرر، يعبّر عن الأفراد، والجماعات الصغيرة المهمشة .

6- و الإعلام الجديد مصطلح حديث، يتضاد مع الإعلام التقليدي، لكون لم يَعُد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميون، بل أصبح متاحًا لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه، واستخدامه، والاستفادة منه طالما تمكَّنوا وأجادوا أدواته [1].

من خلال ما رأيناه سابقا لا يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن، يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة، إلا أن للإعلام الجديد مرادفات عدة ومنها:

1/ **الإعلام الرقمي** : لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي، وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.

2/ **الإعلام التفاعلي**: طالما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.

3/ **الإعلام الشبكي**: على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.

4/ **الوسائط السيبرونية**: من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب. روايات الخيال العلمي ويليام جبسون في روايته التي أصدرها عام 1984 .

[1] فهد عبد الرحمان الشميمري: **التربية الاعلامية ، كيف نتعامل مع الاعلام** ، http:// www.saudimediaeducation.org، 2017-04-09، 10:45 .

5/ **إعلام المعلومات** : للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها .

6/ **إعلام الوسائط المتعددة** : حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو .

7/ الإعلام البديل

8/ الإعلام الاجتماعي.

9/ صحافة المواطن

10/ مواقع التواصل الاجتماعي. [1]

والإعلام الجديد له أدوات ضرورية من خلالها يتم الوصول الى المستخدمين منها :

11/ تتوفر الإنترنت.

12/ الاشتراك أو الانضمام لإحدى مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك والتويتر، واليوتوب، المدونات، وغيرها من المواقع الاجتماعية الإلكترونية النشطة والتي تشكل ثقلا في العالم الافتراضي، كما يعتبر اليوتيوب من أهم المواقع الذي أدت إلى اكتشاف النشاطين الاجتماعين والممثلين الكوميديون من الإعلام الجديد .

[1] نسرين حسونة : **الاعلام الجديد** ،http://blog.amin.org/nisreenhassouna ، 10:00 ، 2017/04/25 .

المطلب الثاني : عوامل ظهور الاعلام الجديد.

إن وراء ظهور الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي :

1-العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في التكنولوجيا

الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية ، فقد اندمجت هده العناصر التكنولوجية في عناصر اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة (الإنترنت) لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

2- العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشترك يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم، بقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر[1].

[1] فهد عبد الرحمان الشميمري : مرجع سابق، **http:// www.saudimediaeducation.org** ، 2017/04/09، 10:45 .

3- العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية و الإقليمية و المحلية .
[1]

المطلب الثالث : سمات الاعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، التي يمكن إيجازها بما يأتي:

1/ **التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.**

2/ **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.

3/ **تفتيت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي.

4/ وتعني أيضاً درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من المنتج لرسالة الى مستهلكها .

[1] شيخاني وسميرة : **الاعلام الجديد في عصر المعلومات** ، مجلة دمشق سوريا ، مجلد 26 ، العدد الاول ، 2010 ، ص 434.

5/ اللاتزامنية : وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كّلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

6/ الحركية : تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة

7/ قابلية التحويل : و هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس .

8/ قابلية التوصيل : تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو DVD.

9/ الشيوع و الانتشار : ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

10 الكونية : البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة [1].

[1] شيخاني وسميرة : المرجع السابق ، ص 448 .

المطلب الرابع : وظائف الاعلام الجديد

ومن بين اهم وظائف الاعلام الجديد:

حدد (شرام) و(لاسويل) عدداً من الوظائف الرئيسة والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجد ولبر شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسة أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التذوق الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم، وقد وّلد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها:

تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في اطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الالكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

سهولة الاتصال بالمواقع الاخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الاخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها. [1]

[1] نسرين حسونة : **الاعلام الجديد ، المفهوم و الوسائل و الخصائص** ، http://blog.amin.org/nisreenhassouna ، 2017/04/29 / 12:00 .

القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام اقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.

غياب المصادر وتحري المصداقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الاتاحة ونجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الانترنت في تقسيم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية.. وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسب والشبكات في التعليم.

أصبحت وظيفة التسويق والاعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة [1].

[1] نسرين حسونة : المرجع السابق ، http://blog.amin.org/nisreenhassouna ، 2017/04/29 / 12:00 .

مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من اذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.

– سرعة نقل المعلومة وعدم التأخر فيها مع وضوح ذكر مصدرها

– وضوح المعلومة أو الخبر المنوي نقله دون أي لَبس، ولكن بنفس الوقت دون إطالة مملة فنحن الآن نحيا في عصر السرعة.

– احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح الآخر موجودًا فيه في كل مكان، وهذا يشمل التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز بشكل أعمى ممجدًا الأشخاص والهيئات بطريقة منفرة جدا.

– إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي فيما يعرف بالبث المتبادل[1].

المطلب الخامس : سلبيات وإيجابيات الاعلام الجديد

اولا : السلبيات:

من سلبيات الإعلام الجديد نجد:

– انتحال الشخصيات.

– الذم والتحقير والاهانة عبر الشبكة.

– النصب والاحتيال في المعلوماتية.

[1] خليفة وشرين : الاعلام الجديد ، **ورقة بحثية في مساق الصحافة الالكترونية** ،الجامعة الاسلامية ،2012 ، ص 143.

- انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية.

- التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء علي الخصوصية وهي تتعلق بجرائم الاختراق.

- تشكل أحد وسائل غسيل الأموال.

- تتيح تشكيل منصات مواقع إلكترونية إباحية.

- سهولة إخفاء معالم الجريمة الإلكترونية وصعوبة تتبع مرتكبيها.

غيرت من أنماط الحياة في المجتمع الشرقي [1].

ثانيا : إيجابيات الإعلام الجديد

حققت وسائل الإعلام الاجتماعية إيجابيات ربما لم تستطع أن تقدمها وسائل الإعلام التقليدية بسبب محدودية الوسيلة والتفاعلية، ومنها:

- لا يتطلب تكاليف مادية كبير (جهاز الكمبيوتر، وخط الإنترنت.)

- أعطى للناس فرص للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لا يمكن تصوره حتى وقت قريب جدا.

- انتشار وجهات النظر المختلفة وحقائق منعت من قبل.

- جعلت الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا.

- مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة، ليشرع بمقابلة الأصدقاء والاتصالات عن بعد.

[1] خليفة وشرين : المرجع السابق ، ص 144 .

- عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة.

- ساعد على التغلب على "طغيان المسافة" في مجال الاتصالات، على سبيل المثال: المغتربين وأهلهم.

- يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام.

- ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدمه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوية.

- تمكن أي فرد من إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين بسهولة.

تقوم بوظائف الإعلام (الإخبار، الترفيه، التسويق) .[1]

[1] خليل شقرة : **الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)** ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الاردن ، 2014 ، ص 78 .

المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هناك عدة تعريفات خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها :

1/ أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية [1].

كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".

2/ كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت[2] .

وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة، يجمعهم شعور إنساني طيب، وذلك في إطار محدد.

3/ وعرفت أيضا بأنها مجتمعات افتراضية عبر شبكات الإنترنت تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الاهتمامات يتبادلون الخبرات والمعلومات فيما بينهم من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في استعماله [3].

---

1 بهاء الدين محمد مزيد: **المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً** ، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012، ص 47 .

2 علي محمد رحومة : **الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية** ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م، ص75 .

3 جيهان حداد: **المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد** ، دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002م، ص 18 .

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها:

المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها –الدرجات الست للانفصال– ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء.

المرحلة الثانية :

و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنيت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع – ماي سبايس – و هو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيسبوك [1].

1 عباس صادق : **الاعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، الشروق ، عمان ، الاردن ، 2008 ، ص 157 .

و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنيت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندر " الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا ي روك " تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

و مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك " facebook " و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" ، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللذوذ"ماي سبايس " عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى " twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.[1]

1 زاهر رامي : **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية،ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

المطلب الثالث : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

نتيجة لانتشار العديد من المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط- التواصل الاجتماعي- إلا أنه بالرغم من تعدد تلك المواقع يظل هناك بعض المواقع تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

1- الفيس بوك[1] :

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمشتركين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط وصداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف المجتمع بهويتهم.

/ مميزات الفيسبوك:

الملف الشخصي : « profile » فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعها بالتحديد.

إضافة صديق : « addfriend » و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.

إنشاء مجموعة :« groups » تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنيت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة،

1 إيهاب خليفة: **مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت** ، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2016م، ص114.

سياسية كانت أم اجتماعية ...، و تستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط : « wall » وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلي هذا المستخدم.

النكزة :« pokes » منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض و هي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور :« photos » و هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

الحالة : « status » التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية :« newsfeed » التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخد[1].

الهدايا :« gifts » ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

1 مهاب نصر : **الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية**، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القبس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010، ص 10.

السوق :« market place » و هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

إنشاء صفحة خاصة على موقع : « facebook » و يتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة و تصميم الصفحة، و لكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات و كذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع « facebookadds»، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.

التعليقات « facebook notes »: و هي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، و تمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين

2- تويتر [1] :

1/ هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية، فهو موقع مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة. يصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفًا للرسالة الواحدة . للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة و عديدة أهمها :

سهل و سريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الالكتروني تصبح مشتركا من الموقع و تستطيع أن تبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.

1 إيهاب خليفة : المرجع سابق ، ص118.

محمول ومتحرك: فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم و تتيح أدوات للتدوين ، و لإرسال الرسائل و الصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة و من أي مكان في العالم.

مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول، و هي خاصية مكنت الملايين من تدوين و إرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم و هذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.

أداة فعّالة للتواصل مع العالم:فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة و يسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء و المعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.

مناسب للتواصل الشخصي :فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

أداة فعّالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير و الفوري عبر التويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة و الفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع المتابعين لك

الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث و تبدي رأيك فيه فورا وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، و لا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات و الأخبار العاجلة و الفورية، و هو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة و الرسمية اليوم في الغرب و في الوطن العربي على حد سواء[1].

1 حلمي خضر ساري: **تأثير الاتصال عبر الانترنيت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)** ، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني،2008، ص 302.

أداة تسويق فعّالة : فاليوم صار "تويتر" يستخدم من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم و عروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة و مجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجانا، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

شعار مميز :« unique badge » يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، و يسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل html:أوjava ، مما يعطي طابعا شخصيا و موثقا مع كل تدوينة.

ميزة التتبع « following »:فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولا بأول، و كذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، و مع الفترة يصبح لك شبكة معارف و متتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها و يجمع بينكم هموم مشتركة. [1]

3- اليوتيوب:

على الرغم من اختلاف بعض الآراء حول كون اليوتيوب موقع للتواصل الاجتماعي أم موقع لرفع ملفات الفيديو، إلا أن هناك رأي يقول بأنه موقع يجمع بين النشاطين وهو ما يميزه عن غيره وذلك نتيجة للضغط الهائل على مشاهدة الفيديوهات التي تنشر من خلاله وهو ما يدفع بعض المشتركين للمشاركة بإدلاء آراءهم ووضع تعليقات على الفيديو المنشور وهو ما يفتح مجال للتواصل الاجتماعي مع غيرهم من متابعي نفس الفيديو.[2]

1 حلمي خضر ساري: المرجع السابق ، ص 303 .

2 إيهاب خليفة : مرجع سابق، ص120 .

/ **مميزات اليوتيوب :** [1]

يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب مزاياه المتعددة و أهمها:

عام و مجاني : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، و كل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، و على أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.

داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (avi, mp4, wmv) أو الأغاني (mp3) و تحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

سهل الاستعمال من قبل العامة : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.

سهل المشاهدة : فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا و مباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل.Real Player

سهل البحث : فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

1 حلمي خضر ساري : مرجع السابق ، ص 311.

الرقابة : فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم،فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين ، أو للعامة، و كل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل.

أداة رائعة للترويج : فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة و شرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، و بالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، و هو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات [1]

ميزة البث المباشر « live streaming »: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته و من أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، و هي ميزة مكنت العديد من محطات البث و القنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام و تقنيات البث المباشر.

المطلب الرابع : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي[2] :

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتتباين تلك الدوافع من حيث الأهداف والأسباب سنوضحها كما يلي:

1- بعد المسافات بين الأهل والأقارب:

أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سببا هاما للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

1 حلمي خضر ساري: مرجع السابق ، ص 313 .

2 خالد غسان المقدادي: **ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة رقم 1، 2014م، ص35.

2- المشكلات الأسرية: يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.

3- عدم وجود فرص للعمل:

يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز، فيتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير[1].

4- الفضول:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار و التقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها و استعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب و إذا ما توفرت ثنائية الجذب و الفضول تحقق الأمر.

5- التعارف و تكوين الصداقات:

سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية و الصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد

6- أوقات الفراغ: يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التحاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر.

1 باسم الجعبري: **الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي**، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م، ص121.

7- التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية و فعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها و الاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم و التطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر و الجنس و الاهتمامات و الهوايات و سهولة ربط الأعمال بالعملاء و أيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل و انتشار المعلومة و استثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين و مع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف و فرص التطوير الوظيفي و تبادل الخبرات و الكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

المطلب الخامس : تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار سواء كانت سلبية أم إيجابية. وفيما يلي توضيح لبعض التأثيرات الإيجابية والسلبية لها:

أولًا: التأثيرات الإيجابية: [1]

تقريب المسافات بين القارات: فتعد مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل.

اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات: استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم.

---

1 موسى جواد الموسوي و آخرون: **الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة**، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011، ص 47.

مد أواصر الصداقة بين الأصدقاء القدامى: في حين ظن الأشخاص أن صلتهم قد انقطعت عن أصدقائهم القدامى قدمت مواقع التواصل الاجتماعي يدها للتدخل بشكل قوي وتعيد تلك الصداقات القديمة إلى الحياة مرة أخرى فهي تساعدك على استرجاع الصداقات القديمة التي كنت تظنها قد انتهت .

فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي.

منبر للرأي و الرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، و كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول و الاتجاهات و التوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.

ثانيًا: التأثيرات السلبية:[1]

ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة:

أصبحت الأسرة العربية تشهد ضعفا وتخلخلا في تركيبتها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة وزادة العلاقة سوءاً بين الزوجين وبين الأبناء وبين الآباء وذلك بسبب الجلوس أما التلفاز وألعاب الكمبيوتر لفترات طويلة ناهيك عما تبثه تلك الوسائل من أفكار هدامة تنعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته سواء كان زوج أو أب أو أم أو ابن وهذا ما وصل إليه بالفعل حال الأسر العربية التي انغمست بشدة في استخدام تلك الوسائل.

انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى مستخدميها في الابتزاز و انتحال الشخصية و

1 موسى جواد الموسوي و آخرون : المرجع السابق ، ص 49 .

نشر المعلومات المضللة و تشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.

التباعد بين الزوجين في مناقشة الأمور الأسرية:[1]

أصبحت السمة السائدة بين الأزواج داخل الأسرة العربية هو انشغال كل منهم بجهازه الخاص سواء كان جهاز تليفون محمول أو كمبيوتر أو متابعة الأفلام الخاصة به مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الزوجين فكل منهما مشغول بعالمه الخاص والذي لا يجد فيه وقت لمناقشة المشكلات الخاصة بالأسرة والأبناء وهو ما أدى إلى حدوث تفكك أسري وعدم دراية كل منهما بما يهدد الأسرة من أخطار لعدم وجود الوقت الكافي لمناقشتها وحلها.

شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الأسر وخاصة بين الشباب:

من الآثار السلبية المترتبة على انتشار استخدام وسائل الاتصال الحديثة شيوع ثقافة الاستهلاك والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية، فكل فرد يريد أن يحدث جهاز التليفون المحمول الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائما على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو ما تتهافت للوصول إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث وهو ما يرهق ميزانية الأسرة العربية ، وبالتالي تقع المشكلات الاقتصادية والتي قد تودي في النهاية بالأسرة بكاملها.

تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية: أضحى استخدام مزيج من الحروف و الأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى ، خاصة على شبكات التعارف و المحادثة فتحولت حروف اللغة العربية إلى رموز و أرقام باتت الحاء "7" و العين "3" و هذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي"

1 ثريا جبريل وآخرون: **الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة**، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة، 2002م، ص ص43- 44.

الإدمان على مواقع التواصل : إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله–بسبب الفراغ– أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة و أنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل .

التقليل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد و الجماعات المستخدمة لهذه المواقع .[1]

1 ثريا جبريل وآخرون : المرجع السابق ، ص 46 .

الفصل الثالث

ثقافة التضامن

الفصل الثالث : ثقافة التضامن

المبحث الاول : ماهية التضامن

المطلب الاول : مفهوم التضامن

المطلب الثاني: مجالات التضامن

المطلب الثالث : اهمية التضامن

المبحث الثاني: الخلفية النظرية لثقافة التضامن الاجتماعي

المطلب الاول : مضمون و عوامل نظرية التضامن الاجتماعي

المطلب الثاني : أسس مذهب التضامن الاجتماعي

المطلب الثالث : مزايا و عيوب نظرية التضامن الاجتماعي

المبحث الثالث : علاقة التضامن مع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول : دور شبكات التواصل الاجتماعي في السلم والأمن

المطلب الثاني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعاون بشان الكوارث

المطلب الثالث : نماذج من دور شبكات تواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن

المبحث الاول : ماهية التضامن

المطلب الاول : مفهوم التضامن

1- يُقصد بالتضامن الاتحاد ومعاونة الغني أو القويّ للإنسان الفقير أو الضعيف، وهو سلوك إنساني يتمثل في تخفيف آلام ومعاناة الناس، وتقديم المساعدة للآخرين عند الحاجة، ويستمد التضامن قواعده من التعاليم الدينية والمواثيق والقوانين الدولية، ومن الشعور الداخلي في كل إنسان سويّ سليم يؤمن بأن الإنسان مخلوق ضعيف يحتاج في مرحلة ما إلى مساعدة الآخر، وهي قيمة إنسانية تضمن استقرار المجتمعات وتقدّمها. التضامن هو مسؤوليّة تقع على عاتق الأفراد والجماعات كلٌّ حسب قدرته وحسب موقعه ودوره، والتخلّي عن التضامن إنما هو تخلٍّ عن الروح الإنسانية.[1]

2- التضامن هو الاندماج في مجتمع ما أو بين مجموعة من الأشخاص وجيرانهم ونوع ذلك الاندماج ودرجته، وهو يشير إلى الروابط في المجتمع التي تصل بين شخص وآخر، حيث يُرَى كأنه القوة المحركة التي تصنف القوى العاملة بشكل مثالي، و يستخدم المصطلح في علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية، والأساسيات التي يتشكل عليها التضامن الاجتماعي يختلف من مجتمع لآخر، ففي المجتمعات البسيطة يقوم التضامن على أسس القرابة والقيم المشتركة، بينما في المجتمعات الأكبر والأكثر تعقيدا يوجد العديد من النظريات حول ما يقوم بتفعيل التضامن الاجتماعي. قد لا نبالي في حياتنا اليومية بما يعانيه بعض الناس من حالات الفقر او المرض او الحاجة الا انه بالتضامن مع هؤلاء يمكن التخفيف عنهم و مساعدتهم. [2]

1 موضوع : اكبر موقع عربي بالعالم ، htpp://mawdoo3.com / ، 2017/04/10 ، 11:00 .
2 ويكيبيديا : htpp:// or.wikipedia.org/wiki ، 2017/04/10 ، 11:00 .

3- يشير ابن خلدون في كتابه إلى التضامن تحت مسمى العصبية، وعرفها في مقدمته على أنها اللبنة الأساسية في المجتمع الإنساني والقوة الدافعة لعجلة التاريخ فالعصبية لا تحمل بالضرورة شكلا بدائيا أو تقوم على صلات الدم، وهو تعريف ومعنى مهم ويبين لنا أن للعصبية جانب إيجابي يحث الإنسان على ضرورة تقديم العون لغيره. فعلم الاجتماع عند ابن خلدون هو الذي يدرس التجمع البشري أو الإنساني، ويتحقق هذا التجمع بالتعاون والتضامن والتآزر [1].

4- و أشار دوركايم في كتابه "تقسيم العمل الاجتماعي" إلى أن التضامن كان يتخذ طابعاً آلياً أو ميكانيكياً إذ أن الأفراد الذين يشكلون الجماعة ما يزالون يفتقدون الروح الفردية، بالتالي يخضعون أنفسهم للقواعد الاخلاقية العامة، أما في المجتمعات الحديثة التي تتميز بدرجة عالية من التباين فإن هذا التضامن يتخذ طابعاً عضوياً إلى حد كبير –فكل شخص مضطر إلى الاعتماد على الآخرين، وبالتالي فهو مضطر إلى توظيف قدراته من أجل مصلحة الجميع، فالافراد رغم تمتعهم بالحرية الفردية الا أنهم مرتبطين بعقد اجتماعي، وتسهم القوانين في حماية الفرد وصيانة هذا العقد في آن واحد- ومع ذلك فإن هناك شيئاً خارجياً يمارس سيطرة على الأفراد يمكن أن يطلق عليه التصور الجمعي. [2]

5- مفهوم التضامن في الاسلام هو إيمان الأفراد بمسؤولية بعضهم عن بعض وهو إيمانهم بأن كلَّ واحدٍ منهم حامل لتَبِعات أخيه، ومحمول بتَبعاته على أخيه، فإذا ما أحسَن، كان إحسانه لنفسه ولأخيه، وإذا ما أساء، كانت إساءته على نفسه وعلى أخيه؛ ﴿ وَلَيَحْمِلُنَّ أَثْقَالَهُمْ وَأَثْقَالا مَعَ أَثْقَالِهِمْ وَلَيُسْأَلُنَّ يَوْمَ الْقِيَامَةِ عَمَّا كَانُوا يَفْتَرُونَ ﴾ [العنكبوت: 13].[3]

1 جميل حمداوي : **ابن خلدون المؤسس الاول لعلم الاجتماع** ، دار ابن الهيثم، جمهورية مصر العربية ،2017 ، ص 13 .

2 حافظ الجمالي : **اميل دوركايم في تقسيم العمل الاجتماعي** ، المكتبة الشرقية ، بيروت ، لبنان ، 1986، ص 141 .

3 سورة العنكبوت : الآية 13 .

المطلب الثاني: مجالات التضامن

1- التضامن في مجال الاسرة :

لقد امر الاسلام الازواج بحسن معاشرة نسائهم ،فقال الله تعالى :" وعاشروهن بالمعروف " النساء وقال صل الله تعالى وبركاته " اكمل المؤمنين ايمانا احسنهم خلقا ،وخياركم لنسائهم " وقال صل الله عليه وسلم " الا ان لكم على نسائكم حقا ولنساكم حقا ، فحقكم عليهن الا يوطئن فرشكم من تكرهون ، ولا ياذن في بيوتكم لمن تكرهون ،الا وحقهن عليكم ان تحسنوا اليهن في كسوتهن وطعامهن"

ومن مجال التضامن داخل الاسرة : ما شرعه الاسلام من حقوق للأبناء على ابائهم منذ الطفولة ،حيث تسميتهم بالأسماء الحسنة ، والعقيقة للمولود ، وهي الذبيحة في يوم سابعه ، والنفقة على الاباء للأبناء ، وتربيتهم وتعليمهم ، وفي الحديث "مروا ابناءكم بالصلاة وهم ابناء سبع سنين ،واضربوهم عليها وهم ابناء عشر، وفرقوا بينهم في المضاجع " كما دعا الاسلام الى الرحمة بالأبناء والتسوية بينهم في العطية ،قال صل الله عليه وسلم "اعدلوا بين اولادكم في النحل كما تحبون ان يعدلوا بينكم في البر" .

2- التضامن في مجال القرابة والأرحام:

ان التضامن الاسلامي بمفهومه الواسع لا يتأنى للبعيد والغريب الا اذا كان الانسان متضامنا مع اقرب الناس اليه ، لان فاقد الشيء لا يعطيه ، ومن لا خير له في القريب فلا خير في الغريب .

ومن هنا يتضح التضامن في مجال القرابة والارحام ،وقد امرنا الله سبحانه وتعالى بإعطاء ذوي القربى حقوقهم ،فقال جل شانه :" وات ذا القربى حقه والمسكين وابن السبيل " الاسراء 26 .[1]

1 احمد عمر الهاشم : **التضامن في مواجهة التحديات** ، دار الشروق ، القاهرة ، مصر ، ط1، 2001 ، ص 11 .

ووضح الرسول صل الله عليه وسلم ثمرة صلة الرحم في الدنيا قبل الاخرة ، عن انس رضي الله عنه ان رسول الله صل الله عليه وسلم قال : "من احب ان يبسط له في رزقه وينسأ له في اثره فليصل رحمه " ويسموا جانب التضامن في مجال القرابة والارحام الى درجة تصبح معها الصدقة على ذي الرحم مضاعفة الثواب والاجر عن سلمان بن عامر – رضي الله عنه– ان النبي صل الله عليه وسلم قال :" الصدقة على المسكين صدقة ، وعلى ذي الرحم اثنتان : صدقة وصلة"

ولا تكون صلة الرحم مشتملة على معنى التضامن الا حيث يقوم بها الانسان دون مقابل ، فيصل من قطعه ، ويعطي من حرمه ، عن عبد الله بن عمر بن العاص – رضي الله عنهما عن النبي صل الله عليه وسلم ، قال " ليس الواصل بالمكافئ ، ولكن الواصل الذي اذا قطعت رحمه وصلها" .

-3- التضامن في مجال الجيران والبيئة:

لقد دعا الاسلام الى رعاية حقوق الجيران ،يستوي في ذلك القريب منهم والغريب ،قال تعالى "واعبدوا الله ولا تشركوا به شيئا وبالوالدين احسانا وبذي القربى واليتامى والمساكين والجار ذي القربى والجار الجنب والصاحب بالجنب وابن السبيل وما ملكت ايمانكم ان الله لا يحب من كان مختلا فخورا" النساء 36

واكد الاسلام الوصية بالجار ،لدرجة ان جبريل عليه السلام لم ينزل بالتوصية بشأنه مرة ولا مرتين ، بل ظل يكرر الوصية بشأنه حتى ظن الرسول صل الله عليه وسلم ان الجار سيصل الى درجة يرث فيها جاره ، قال الرسول صل الله صل الله عليه وسلم "ما امن بي من بات شبعان وجاره جائع الى جنبه وهو يعلم " ولا يقتصر حتى الجوار على الجار المسلم [1].

1 احمد عمر الهاشم : المرجع السابق ، ص 14 .

4- التضامن بين افراد المجتمع وجماعاته :

وأولى الناس بالتضامن معهم من افراد المجتمع وجماعاته ،الفئات المحتاجة والمحرومة والمعاقة، فكفالة اليتيم ورعايته امر واجب على الافراد والجماعات وعلى اولى الامر ،فقد ارشد القرأن الكريم الى اصلاح اليتامى ، وحذر من اكل اموالهم بغير وجه حق ، فقال سبحانه "ان الذين يأكلون اموال اليتامى ظلما انما يأكلون في بطونهم نارا وسيصلون سعيرا" النساء الآية 10 .

كما حذر من استبدال الرديء من مال الاوصياء بالطيب من مال اليتامى ،فقال جل شانه :"واتوا اليتامى اموالهم ولا تتبدلوا الخبيث بالطيب ولا تأكلوا اموالهم الى اموالكم انه كان حوبا كبيرا" النساء الآية 2.

ولما نزل التحذير من اموال اليتامى عزل المسلمين اموال اليتامى عن اموالهم ، واصبحوا يطعمون اليتامى منفردين وحدهم بعيدا عن ابنائهم ، فشق هذا السلوك على نفوس اليتامى وعلى الاوصياء الذين يقومون بكفالتهم ، فأباح الله تعالى لهم ان يخلطوا اموال اليتامى بأموالهم ، فقال جل شانه "ويسالونك عن اليتامى قل اصلاح لهم خير وان تخالطوهم فإخوانكم والله يعلم المفسد من المصلح ولو شاء الله لاعنتكم ان الله عزيز حكيم" البقرة الآية 22. [1]

المطلب الثالث : اهمية التضامن

إنّ أهميّة التّضامن تكمن في فوائده وآثاره الطّيبة على مستوى الفرد والمجتمع، ومن هذه الفوائد نذكر:

1-إن التضامن هو قوّة للمجتمع؛ فالمجتمع الذي يكون أفراده متضامنين متكاتفين تراه مجتمعاً قويّاً متماسكاً، بينما ترى المجتمع الذي لا تكون فيه معاني التّضامن والتّكافل مجتمعاً هشّاً يسهل تفكيكه والسّيطرة عليه، وفي الحديث الشّريف إنّ يد الله

1 احمد عمر الهاشم: المرجع السابق ، ص 16 .

مع الجماعة وهذا يعني أنّ القوّة تكون للمجتمع عندما يكون أفراده متضامنين متكاتفين؛ إنّ التّضامن هو وسيلة لتحقيق غايات النّاس وأهدافهم؛ فالفرد لا يستطيع ومهما أوتي من قوّة أن يحقّق غاياته لوحده، ذلك بأنّ الحياة في كثيرٍ من الأحيان تتطلّب اجتماع النّاس مع بعضهم البعض بحيث يقدّم كلّ منهم جهده ومهارته ومعرفته في مجاله، فتكتمل أدوار النّاس لتحقيق الغايات والمآرب المختلفة.

2- إن التّضامن هو وسيلة لتفريج الكروب والهموم؛ فالنّاس يتعرّضون لكثيرٍ من الهموم والمشاكل في حياتهم، ويكون التّضامن فيما بينهم طريقةً لأن يشعر كلّ إنسان بأخيه الإنسان، فيطّلع على همومه ومشاكله ويعمل على حلّها.

3- إن التضامن هو وسيلة لزيادة الإنتاج وتحقيق أرباح للمؤسّسات والشّركات؛ فالمؤسّسة أو الشّركة التي يكون عاملوها متضامنين متعاونين هي المؤسّسة القادرة على تحقيق معدّلات ربحيّة أكبر من الشّركات التي تفتقد إلى التّضامن بين أفرادها، إلى جانب قدرتها على زيادة إنتاجها بما يعود بالفائدة عليها. وقد أدركت كثيرٌ من الدّول أهمية مفهوم التّضامن كقوة للمجتمع، لذلك تأسس عدد من التكتلات التي حاولت تحقيق مفهوم التضامن وإن ظل قاصرا عن الوصول إلى حالة التّضامن المطلوبة مثل منظمة التعاون الإسلامي التي تجمع الدّول الإسلامية، وكذلك مجلس التّعاون الخليجي الذي يجمع بين الدّول التي تقع على الخليج العربي .[1]

الفوائد والآثار الإيجابية والمنافع التي تعود على المجتمع ككل من خلال التضامن:

1- التضامن هو من أهم الوسائل لتحقيق الغايات والأهداف حيث أن الفرد الواحد لا يستطيع مهما بلغ من قدرات وإمكانيات أن يحقق كل الغايات وحده فالتضامن هو تكامل أدوار الجميع وتجميع لمهاراتهم الفردية والمعرفية مما يعنى سهولة وصول المجتمع أو الجماعة أو الأفراد لأهدافهم.

1 موضوع : مرجع سابق، htpp://mawdoo3.com ، 2017/04/10 ، 11:00 .

2- مواجهة الفقر والبطالة والمرض وذلك من خلال التضامن بين الجميع والذي سيكون من نتائجه الإيجابية مساعدة الأغنياء أو القادرين لغير القادرين وبالتالي تتوافر سبل العمل وسبل العلاج من المرض ويعم الرخاء والتقدم .

3- لتضامن هو العمل على زيادة نسب المعرفة والعلم في المجتمع لما يملكه التضامن من القدرة على التأثير بشكل إيجابي للغاية وكبير في مناقشة وتبادل الأفكار والمعارف الثقافية بين أفراد المجتمع مما يعمل على زيادتها والعمل على تصحيحها من الأخطاء أو النواقص أولاً بأول وبالتالي يكون مستوى المعرفة والعلم عند أفراد المجتمع عالي وبنسب جيدة مما يعود على المجتمع بالنفع والفائدة

4- التفعيل لعامل السرعة في إنجاز الأعمال والمهام والغايات وذلك وقتاً كبيراً من الممكن الاستفادة منه في أعمال أخرى .

5- العمل على توفير الجهد والتعب المبذول من جانب الأفراد نظراً لتعاونهم وتضامنهم من أجل تحقيق هدف واحد مما يكون من ضمن نتائجه تقليل الجهد المبذول لأنه في تلك الحالة تم توزيعه على الجميع .[1]

6- انتعاش الاقتصاد المجتمعي وزيادة الدخل الخاص بالأفراد في المجتمع

7- زيادة دور العمل التطوعي، حيث كلما تم تشجيع الأفراد عليه زادت نسب المشاركة وعمت الفائدة على الجميع

8- التضامن كلما زاد مقداره زاد حب العمل والتعاون المثمرين للناس

9- التضامن من أحد الوسائل الهامة لتفريج الكروب والهموم عن أصحابها فعندما يتضامن الجميع مع بعضهم البعض تقل نسب الآثار السلبية للهموم والمحن عن أصحابها وذلك لتكاتف الجميع من حولهم لمواجهتها

1 المرسال : موقع الكتروني ، **htpp://www.almrsal.com**، 2017/04/10 ، 11:00 .

10- التضامن هو أحد الوسائل للعمل على زيادة معدلات الإنتاجية وتحقيق الأرباح في المؤسسات الاقتصادية أو الشركات ، حيث أن قد ثبت أن العاملين بمؤسسة اقتصادية ما حينما يتوافر لديهم عامل التضامن تزيد معدلات النجاح والربحية بتلك المؤسسة على العكس من تلك المؤسسة أو الشركة التي لا يتوافر لدى العاملين بها عامل التضامن وبالتالي يستغرق الوصول لتحقيق الأهداف الخاصة بالإنتاجية والربحية وقتاً أطول بكثير عن الأخرى المتضامنة

11- العمل على مواجهة ظاهرة الأنانية وحب الفرد لنفسه والتي يكون لها العديد من الآثار السلبية على أي مجتمع أو دولة أو كيان[1].

1 المرسال : المرجع السابق ، **htpp://www.almrsal.com** ، 10 /2017/04 ، 11:00 .

المبحث الثاني: الخلفية النظرية لثقافة التضامن الاجتماعي

المطلب الاول : مضمون و عوامل نظرية التضامن الاجتماعي

لقد اهتم الفقيه "ديجي" عالم الفقه الفرنسي بمسائل علم الإجتماع القانوني ، و كتب مجموعة من الكتب في هذا الصدد منها كتاب الدولة سنة 1901 ،القانون الإجتماعي 1911 ،السيادة و الحرية سنة 1922 و سعي "ديجي" إلى ربط القانون بالتضامن الإجتماعي، إنطلاقا من تعاليم المحلل الإجتماعي "دور كايم" و مكاسب الثورة الفرنسية ليضع المصلحة الإجتماعية و مبدأ التعاضدية فوق كل إعتبار. أما مضمون نظرية "ديجي" في التضامن الإجتماعي فمحتواها {أن الإنسان قد عاش في الماضي كما يعيش الآن مع غيره في حياة اجتماعية و المجتمع بالنسبة إليه يعتبر حقيقة واقعية يقول العميد "ديجي" أن التضامن الإجتماعي هو الذي يجب أن يصمد فوق شدة الأقوياء و ضعف الضعفاء ، و فوق الفوارق الاجتماعية ، إنه العامل الذي يجمع بين الطبقتين في ضل دولة واحدة ، فالإنسان هو من جهة عضو في الجماعة و هو من جهة أخرى له كيان شخصي مستقل عن المجتمع له حاجته الشخصية و ميولا ته الخاصة التي لا يمكن إشباعها إلا في ظل مجتمع ، و من هذا المنطلق يرتبط الإنسان بأفراد المجتمع إرتباط تضامن ، فالتضامن عند "ديجي" حقيقة علمية واقعية و ليست مثلا أعلى ميتا فيزيقي ، و هو الذي يعطي مضمونا ملموسا لفكرة القانون ، فالدولة مجرد جهاز لإدارة المرافق العامة يتولى تحقيق التضامن الإجتماعي .و يستشهد ديجي بظاهرة التضامن عبر التاريخ كحقيقة و واقع ملموس، فعند القبائل الرحل كان الناس يجتمعون للدافع عن كيانهم و ظروف حياتهم.و في نطاق الأسرة نجد التضامن الإجتماعي بصورته الواضحة حيث أن الدوافع المؤدية إلى ذلك أكثر من مما سبق والمتمثلة في عوامل القرابة والدين ... وغيرها[1] .

1 خروع أحمد : **المناهج العلمية و فلسفة القانون** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة الثانية، الجزائر،2004، ص 75 .

أما في المدن أين التضامن الإجتماعي قائم بين الأسر ذات التقاليد و الأصول والأعراف المتحدة .... وفي الأمة التي تمثل الشكل الحديث للجماعة المتحضرة والتي ترجع إلى عوامل منها وحدة القانون والسلطة واللغة والدين أما بشأن عوامل التضامن الإجتماعي فهي كثيرة ومتعددة أهمها : الحاجات والمصالح المشتركة بين الناس والتي لايمكن أن تتحقق إلا من خلال التضامن والتعاضد ،والحياة المشتركة أو ما يسمى بالتضامن بالتشابه عندما يجتمع الأفراد لتحقيق رغبات مشتركة بينهم . أن الناس متميزون ومتفاوتون في حاجاتهم وقدراتهم لتحقيق هذه الحاجات والمصالح ومن ثم فإن تحقيقها لا يتم إلا عن طريق تبادل الخدمات حيث أن لكل فرد مواهبه الخاصة التي تسمح له بتبادل المنافع المختلفة مع غيره من أفراد المجتمع أو ما يسمى بالتضامن عن طريق تقسيم العمل.

وبالنسبة لتفسير القانون فيرى "ديجي" أنه مادام وجود التضامن الإجتماعي مسلم به فإنه يصبح من اليسير التحقق من أنه الأساس السليم للقانون إذ أن المجتمع لا يقوم له أساس إلا على التضامن و التماسك الذي يربط أفراده بعضهم ببعض وينتج عن ذلك ضرورة وجود قاعدة قانونية يسير وفقا لها ومحتواها أنه لا يجب عمل أي شيء من شأنه الإضرار بالتضامن الإجتماعي سواء كان تضامنا بالتشابه أو عن طريق تقسيم العمل يقول " ديجي " : أنه يجب عمل كل ما من شأنه تحقيق تقدم هذا التضامن الآلي والعضوي ،و أن القانون الوضعي لا يكون شرعيا إلا إذا كان هدفه الذي يسعى إليه هو تحقيق هذا المبدأ وتقدمه فالقاعدة القانونية من منظور مذهب التضامن الإجتماعي هي التي تنشأ من التضامن الإجتماعي وتتشكل وفقا لما يقتضيه هذا التضامن،و القاعدة القانونية عند أنصار هذا المذهب تتميز بأنها ثابتة ومتغيرة في تطبيقاتها المختلفة وفقا لتنوع الإنسان و البيئة التي يعيش فيها ، وعلى هذا الأساس فهي ليست قاعدة مثالية ومطلقة " كما هي عند أنصار مذهب القانون الطبيعي[1] "

1 خروع أحمد : المرجع السابق ، ص 76 .

المطلب الثاني : أسس مذهب التضامن الإجتماعي

ينطلق "ديجي" في نظريته من المنهج العلمي الواقعي الذي يعتمد على المشاهدة والتجربة ،فهو لا يعترف إلا بالحقائق الواقعية التي يمكن ملاحظتها والتحقق منها أما ما عدا ذلك فيعتبر نوعا من الخيال يقوم على مجرد الإفتراض وهذا ما أدى بالفقيه "ديجي" إلى القول بقيام القاعدة القانونية على أساس من الواقع التجريبي ،وقد اعتمد على حقائق واقعية إتخذها كأساس لمذهبه تتمثل في **أولا** : أن الإنسان كائن إجتماعي لا يمكن أن يعيش إلا في مجتمع ، **ثانيا** : أن الأفراد في المجتمع تربطهم رابطة تعاضد وتضامن ... إذ أن لهم حاجات مشتركة لايمكن تحقيقها إلا بالحياة المشتركة ،فالأفراد إذن مرتبطون بنوع من التضامن بالإشتراك أو التشابه في نفس الحاجات أو بنوع من تضامن تقسيم العمل... ولتحقيق هذا التضامن لابد من تنظيم سلوك الأفراد ،ومن خلال هذه الحقائق الواقعية المتسلسلة تولد فكرة الأصل أو الحد الإجتماعي وهو يعني الحد الفاصل بين الأعمال التي يجب القيام بها والأعمال التي يجب الإمتناع عنها ،فالقانون عند "ديجي" ليس من وضع الدولة بل من وضع المجتمع فالأصل أو القاعدة الإجتماعية تصبح قاعدة قانونية عندما تدرك الجماعة أن إحترامها ضروري لحفظ التضامن الإجتماعي فالشعور بالتضامن عند "ديجي" هو أساس القاعدة القانونية ، و أضاف إليه أساسا آخر يتمثل في الشعور القائم عند الأفراد بما هو عدل أو الشعور بالعدالة وليس المثل العليا للعدل أو فكرة العدل في حد ذاتها ،إذن فالقاعدة القانونية عند "ديجي" ليست هي القاعدة التي توضع وفقا لمثل أعلى كما تذهب إليه فلسفة القانون الطبيعي ولا تلك القاعدة التي تكفل الدولة قيامها و إحترامها كما تذهب إليه فلسفة القانون الوضعي {المدارس الشكلية} بل هي القاعدة التي يشعر الأفراد المكونين للمجتمع أنها ضرورية لحماية التضامن الإجتماعي ومن العدل تسخير قوة الإجبار في الجماعة لكفالة إحترامها [1] .

1 فضلي إدريس : **مدخل إلى المنهجية و فلسفة القانون** ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 2004، ص 12 .

المطلب الثالث : مزايا و عيوب نظرية التضامن الاجتماعي

يمتاز مذهب التضامن الإجتماعي بأنه أظهر الحقائق الواقعية المستندة من الحياة الإجتماعية و أثارها في تكوين القاعدة القانونية . أعطى للقانون بعد علمي مبني على أساس الملاحظة و التجربة

. إن المنهج الواقعي التجريبي الذي اعتمده "ديجي" و إن كان صالحا لدراسة الظواهر الطبيعية التي تخضع لقانون السببية ،فهو غير صالح لدراسة الظواهر الإجتماعية التي تتميز بأنها ظواهر إرادية و التي تخضع لقانون الغاية فهي تتجه نحو تحقيق غاية معينة و أنه لا بد من تدخل الإرادة لتحقيق هذه الغاية حيث لا يتصور تخلف الإرادة عن تحقيق الغاية المرسومة ، ففي الظواهر الطبيعية يمكن إدراك النتيجة بالمشاهدة و التجربة كلما توفرت الأسباب اللازمة لذلك في حين أنه في الظواهر الإرادية لا يمكن ذلك إذ أن إدراك النتيجة يتم وفق إدراك غاية مرسومة و الغاية إنما يتصورها و يستخدمها العقل خارج دائرة المشاهد و التجربة . القاعدة القانونية عند ((ديجي)) تقوم على أساس الشعور بالتضامن بين الأفراد و باعتبار ذلك واقعا ثابتا ..... و هذا ليس بالواقع الوحيد بل ثمة واقع تجريبي آخر هو التنافس و التنازع بين الأفراد في المجتمع و لا شك أن ((ديجي)) قد قصد بالتضامن ،التضامن في الخير و العدل كأساس للقانون دون التضامن في الشر ، إن مثل هذا الإختيار لا يقوم إلا على مبدأ أو مثل أعلى يستخلصه العقل ،فهو لم يكتفي بتقرير الواقع وفقا لما يقتضيه منهجه الواقعي التجريبي ، بل يعطي للتضامن قيمة مثالية ، فيأخذ به في الخير دون الشر و هذا تعارض واضح مع منهجه . إنكاره فكرة الشخصية القانونية للدولة إذ أن الدولة عند أصحاب هذا المذهب ظاهرة إجتماعية تظهر للوجود بانقسام الأفراد إلى حكام و محكومين و أن منح الدولة وصف الشخصية المعنوية مجرد افتراض لا أساس له [1].

1 فضلي إدريس : المرجع السابق ، ص 91 .

المبحث الثالث : علاقة التضامن مع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول : دور شبكات التواصل الاجتماعي في السلم والأمن

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

و هو الاستخدام الأكثر شيوعاً, و لعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين, و هذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات و على مستوى التقنيات و البرمجيات، و برغم خروجها من حدود الدولة الى فسيح جو العالم.

و يمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات و الملفات الخاصة و الصور و مقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف و الصداقة، و خلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات غالباً ، و إن اختلفت اعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية.

2- الاستخدامات التعليمة:

إن الدور الذى تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على اضافة الجانب الاجتماعي له, والمشاركة من كل الاطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم واولياء الامور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب، فاستخدام الشبكات الاجتماعية مما يزيد فرص التواصل و الاتصال في خارج نطاق المدارس، و يكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة, و يقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس ، و يمكن التواصل الفرد أو الجمعي مع المعلم ، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية [1].

1 سلطان مسفر : **دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الانساني** ، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني ، المركز الدولي للابحاث و الدراسات ، السعودية ، 1435 ، ص 13 .

كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل و الاتصال و المناقشة و إبداء الرأي ، و هي مساحة ضيقة جداً داخل أسوار المدارس،في ظل تكدس الطلاب في الفصول و كثرة المواد، مع وجود الأنظمة و المساحات الضيقة للمناقشات و التداولات.

3- الاستخدامات الحكومية :

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس و تطوير الخدمات الحكومية لديها،و مسايرة للتقنية الحديثة, بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية و خدماتها المقدمة.

و تتميز الخدمات القائمة على شبكات التواصل بقلة التكلفة و الوصول المباشر للمستفيد الأول, و التغذية الراجعة المباشرة ، مما يساعد في تفادي الأخطاء و الوصول بالخدمة المقدمة للإتقان و التميز.

و يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد و تأكيدها, و نشر التعليمات و الاجراءات، و التواصل مع الرئيس مباشرة، و إبداء الملاحظات و المقترحات.

4- الاستخدامات الاخبارية :

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها و هي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول و بصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية[1].

1 سلطان مسفر: المرجع السابق ، ص 14 .

و قد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار،و مواقع الأخبار المتخصصة ، و قنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، و كان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

5- الاستخدامات الدعوية :

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل و الدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم و اختلاف أجناسهم و بلدانهم، و أصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة و مواقعهم الثرية.

و هذا الانتقال انتقال ايجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق للإعلامي الرسمي في كثير من الدول،و في ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر و تقولب الداعية و العالم على قوالب جامدة.

و تتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية و الفورية و التحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت و الزمان،و السهولة في الاستخدام و التواصل، و التوفير في الجهد و التكاليف[1].

1 سلطان مسفر : المرجع السابق ، ص 18 .

المطلب الثاني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعاون بشان الكوارث

تختلف الاستخدامات في حال الاضطرابات و النكبات عنها في حال السلم و تتوزع الأدوار بين أدوار في الداخل و أخرى في الخارج على النحو التالي:

أولاً : دورها في داخل المناطق المنكوبة و المضطربة: [1]

- بيان الحقيقة و ابرازها للعالم, فالعالم اليوم أصبح كالقرية الصغرية و الإعلام هو السلاح التقني الجديد الذي يستطيع من خلاله الأفراد أو المؤسسات إيصال الصوت للجميع و ابراز الحقائق للمتلقي و المشاهد من خلال نقل الصوت و الصورة، و لم تعد مهمة نقل الأخبار مهمة الحكومات فقط بل توسع الأمر و أصبح الفرد البسيط بإمكانه إنشاء قناة و صفحة انترنت و نقل ما يراه و يشاهد موثقاً بالصوت و الصورة، و أصبحت كبرى شركات الإعلام ترجع في موادها الإعلام لمواقع و حسابات الأفراد كوسيلة للحصول على المعلومة من مصدرها مباشرة.

- تسليط الضوء على الأضرار و الخسائر المادية و البشرية, كان في السابق الإعلام التقليدي القديم يتكتم على الأضرار المادية و البشرية, و يتلاعب في حجمها و نوعها, و لكن اليوم و مع التقديم الحديث للتقنية و وسائل التواصل لم تعد هذه المهمة حكراً على مؤسسات تحركها مصالح و أهدافه محددة لا تقصد من وراءها إلا كسب القضية و لو كان في مقابل التكتك على الأضرار و عدم بيانها, و المأمول من شبكات التواصل اليوم أن تسهم في نشر حجم الأضرار المادية و البشرية بالصورة.

- تحديد مناطق النكبات و الاضطرابات و النزاعات و ذلك من شأنه أن يسهم في تنظيم وسرعة الاغاثة المباشرة للمنكوبين و المتضررين .

1 عبد الرحمان عبد العزيز المطوع : **العمل الانساني في عالم مضطرب** ، بحث مقدم لملتقى العمل الانساني الدولي ، جدة ، السعودية ،2014 ، ص 32 .

–توضيح طرق الدعم و المساعدة, الأفراد في الداخل هم أقدر الناس على تحديد نوعية الدعم و طرق توصيل الدعم مما يسهل على الجهات الداعمة أو الأفراد إيصال الدعم بيسر و سهولة مع ضمان الطريق و كمية الاحتياجات, فقد يكون اتجاه الجمعيات للدعم الغذائي بينما الحاجة الكبرى للدعم الديني و التوعي بجانب الحاجة للدعم الغذائي.

ثانياً: دورها في خارج المناطق المنكوبة [1]:

إن النظرة الخارجية هي خارطة عامة لحجم المشكلة و طرق علاجها و أساليب دعهما، و من خلال التنسيق الداخلي و الخارجي تتضح الصورة أكثر و تقترب النظرة الخارجة من التفاصيل أكثر و تتوسع حجم معرفة المشكلة و الوقوف على أسبابها و طرق حلها، و صاحب الحاجة من جهة و بين الطرف الداعم و المساند من جهة أخرى،و تتضح معالم مجالات الدعم في النقاط التالية:

- تتحمل الجمعيات و المؤسسات و الأفراد مسؤولية كبيرة في التواصل بين طرف المشكلة.

- التوعية الدينية و بيان سبل التعامل الديني مع هذه النكبات و تلك الاضطرابات مما يخفف من حدتها و يضعها في مجالها الديني الصحيح و يقط على المتربصين طريقهم و يحفظ الدين و يقيم سنة الله على أرضه في جميع الحالات.

- نشر التوعية الأمنية, و هي من أهم الحاجات التوعية للمناطق المنكوبة و المتضررة إذ بها تحفظ الأرواح و الأعراض, و تزيد الأهمية في حال الحروب و النزاعات الأمنية المسلحة.

1 عبد الرحمان عبد العزيز المطوع : المرجع السابق ، ص 23 .

المطلب الثالث : نماذج من دور شبكات تواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن

في هذا المطلب بعض النماذج و الاستخدامات لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التضامن و التعاون .

صفحة ناس الخير قصر الحيران : [1]

ناس الخير قصر الحيران بالأغواط عبارة عن حركة يشكلها كافة هيئات المجتمع، اذ ليست بالمنظمة و لا بالجمعية حيث تشمل مجموعة من المتطوعين ، سواء بأفكارهم أو أعمالهم و مساهماتهم من أجل عمل خيري ، فهي تضم شتى شرائح المجتمع صغير أو كبير، شيخ أو شاب، ذكورا أو اناثا، ويتفق الكل على عمل ما . بحيث لا يوجد في هذه المجموعة رئيس ، و لا مدير، و لا عضو فعال، بل الكل يملك نفس الصفة بمجرد انضمامه الى مجموعة ناس الخير . و ليس لها مقر اذ يعتبر الفايس بوك هو مقرها ،و مكان تعارف اعضائها ،و مكان انطلاق اعمالها.
و تقوم مجموعة ناس الخير بالأعال التطوعية و الخيرية أي كانت و من بينها:

- زيارة المستشفيات، دور العجزة ، الجمعيات الخيرية...
- حملات النظافة (المحيط، المساجد، المناطق الأثرية، الغابات)
- التبرع بالدم.
- مساعدة الفقراء و المحتاجين بنشر معلومات عنهم على صفحاتنا الخاصة في الفايس بوك.

1 فايسبوك : www.faccebook .nass el kher kasser lhiran .com / 2017/04/20 ، 15:00 .

- زيارة ذوي الاحتياجات الخاصة و التخفيف عنهم.

- نشر و اعلان كافة الأعمال الخيرية على صفحاتنا.

و تنشر كافة الأعمال التي قامت بها مجموعة ناس الخير على صفحة الفايس بوك من صور و فيديوهات...

و لا تنظم مجموعة ناس الخير الى أي حزب سياسي أو اتجاه معين بل لا تقود فكرة معينة و انما هدفها هو فعل الخير و نشره بين أفراد المجتمع.

حيث يسود الاحترام المتبادل بين كافة اطراف المجموعة و اي شخص يخل بالالتزامات يحذف ،بالاضافة الى ان كل عضو ينضم الى المجموعة يستطيع ان يبدي رأيه و أفكاره في مكان المناقشات الحية في المجموعة ،و لا يحق له أن يناقش مواضيعه الشخصية في المجموعة مع أطراف أخرى اذ هذا يخل بما جاءت به أهداف المجموعة و يفتح أبواب أخرى قد تكون جدلية و قد تتعدى ذلك...

لكل عضو من مجموعة ناس الخير الحق في طرح مناقشات و تجسيد أفكار و أعمال خيرية وتضامنية و تطوعية مهما كانت عضويته قديمة أو جديدة ... و يجب عليه طرح الفكرة و نشرها بين اوساط المجتمع، اذ كل ما ضمت عدد اكبر كل ما كانت فعالة في المجتمع [1].

1 فايسبوك : المرجع السابق، **www.faccebook .nass el kher kasser lhiran .com** ، 2017/04/20 ، 15:00 .

حملة نصرة أركان بورما:

التعريف: صفحة على موقع التواصل الفيس بوك للتعريف بحملة الإبادة على مسلمي أركان بورما.

أهدافها: يتضح من التعريف بالصفحة أن هدفها نصرة مسلمي أركان من خلال التعريف بهم و بما يتعرضون له من إبادة و قتل و تشريد.

رابط الصفحة: https:// ar.facebook.com/SbahAlkhyrYahrt- ar

وسائلها: تستخدم الصفحة الوسائل المتاحة على صفحات الفيس بوك من خلال نقل الصوت و الصورة و الدعاية للصفحة و الحصول على إعجابات المشاهدين حتى تصل الصفحة لأكبر عدد ممكن الناس[1].

- **ناس الخير – افلو –**

مجموعة ناس الخير افلو لاحياء العمل الخيري في صفوف ابناء المدينة بجميع احيائها وترسيخ ثقافة العمل الخيري لدى شباب المدينة ، و هذه المجموعة تسعى الى جمع اكبر عدد ممكن من الخيرين للمساهمة في الاعمال الخيرية .

و تتمثل اهداف المجموعة فيمايلي :

ناس الخير – افلو – هي ليست جمعية سياسية و لا كتلة حزبية و لا مركز لجمع الأموال.

ناس الخير – افلو – ليست جمعية إسلامية متشددة و ليست ملتقى لأصحاب اللهو و اللغو[2].

1 فايسبوك : **ar.facebook.com/SbahAlkhyrYahrt-https://ar** ، 2017/04/20 ، 22:00 .
2 فايسبوك : **www.facebbok .ness lkher aflo .com** ، 2017/04/20 ، 15:00 .

ناس الخير – افلو – لا ترحب بأصحاب النوايا الخبيثة و لا تتشرف بأصحاب الطمع و المنافقين.

ناس الخير – افلو – لا تحرم أحد من كسب الأجر و لا تتخاذل عن بذل الخير.

ناس الخير – افلو – هي نقطة أمل و طريق للوصول الى الأحسن.

ناس الخير – افلو – تدعوا جميع اهل الخير والطيبين الى الانضمام الى المجموعة.

هيئة اغاثة سوريا:

– التعريف: هيئة إغاثة سوريا هيئة مستقلة تعمل لإغاثة السوريين النازحين والمتضررين، تهدف لخلق عمل خيري مستمر ومستدام و قد حوت الصفحة على أكثر من 541 ألف تغريدة، و على عدد 51 ألف متابع.

– الأهداف : تهدف الصفحة لإغاثة إخواننا في سوريا من خلال الدعم الإغاثي القائم على تبرعات المحسنين و أهل الخير، و تهدف بالإضافة لما سبق لتنظيم العمل التطوعي و الذي يساعد على استمراريته.

بالاضافة لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي تويتر فان لها صفحة ايضا على الفايسبوك للتواصل اكثر مع المستخدمين .[1]

1 تويتر : https://twitter.com/yathalema ، 2017/04/20 ، 15:00 .

الفصل الرابع
الاطار الميداني

الفصل الرابع : الجانب التطبيقي للدراسة

المبحث الاول : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته

المطلب الثالث : حدود الدراسة

المطلب الرابع : أدوات جمع البيانات

المبحث الثاني : عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الاول : تحليل و مناقشة نتائج الاستبيان

المطلب الثاني : نتائج فرضيات الدراسة

المطلب الثالث : النتائج العامة للدراسة

خاتمة

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص مشكلة أو موقف معين والتي تتعلق ببحث بما هو كائن حالياً، ولكنه لا يحكم على الواقع حكما قيميا كونه جيدا أو رديئاً، وهو وإن كان أكثر أنواع البحوث استخداما إلاّ أنه يصعب اثبات العلاقة السببية هنا ايضا كما في البحث التاريخي[1].

ويعتبر موضوع دراستنا دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين في الجزائر من البحوث الوصفية التي يعتمد في تفسير نتائجها بشكل كبير على زمن الدراسة وحجم العينة، واعتمد الباحثان يجب على مناقشة البيانات والوصول الى تفسيرات ملائمة .

واستخدم الباحثان المنهج المسحي الذي هو من أشهر البحوث، بحيث يحاول تحليل واقع الحال للأفراد في منطقة معينة من أجل توجيه العمل في الوقت الحاضر وفي المستقبل القريب[2].

اختار الباحثان عينة ممثلة لكلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة ، لمجتمع البحث لصعوبة الحصول على معلومات خاصة بجميع أفراد البحث لموضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين .

1 عبد الرحيم عدس : **البحث العلمي مفهومه ،أدواته ، أساليب** ،دار مجد لاوي للنشر ،عمان، 1992 ، ص109 .

2 أحمد سليمان عودة : **أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية** ، مكتبة الكتاربي، بكلية التربية بجامعة اليرموك بالأردن،(1992م) ، ص 95.

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته

1- مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة في عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة في جامعة عمار ثليجي بالأغواط و البالغ عددهم (1580) طالب وطالبة [1] .

2- عينة الدراسة :

اختار الباحثان ان تكون نوع العينة عشوائية بسيطة حيث يتطلب استخدام هذه الطريقة ضرورة حصر كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة الاصلي و معرفتها ليتم لاحقا الاختيار من بين تلك العناصر[2] .

و بموجب هده الطريقة يعطى لكل عنصر من عناصر مجتمع الدراسة الاصلي فرصة الظهور نفسها في العينة المختارة ، و اعتمد الباحثان على هدا النوع من العينات في دراسته حيث اختارا من عدد المجتمع الكلي البالغ (1580) مفردة واخترنا 100 مفردة لصعوبة الوصول الى جميع مفردات المجتمع الكلي ، لموضوع الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين على طلبة كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة .

1 عط الله طريف و جعيرن : **رئيسا قسمي علوم الاعلام و الاتصال و التاريخ** ، كلية العلوم الانسانية والاسلامية و الحضارة ، جامعة عمار ثليجي ، الاغواط ، الجزائر ، 2017 .
2 عبيدات محمد : **منهجية البحث العلمي ،القواعد والمراحل** ،وائل للنشر ، عمان ،1997 ، ص88 .

المطلب الثالث : حدود الدراسة

- **حدود الدراسة :**

أ- **الإطار المكاني** : حدد الباحث الإطار المكاني بدراسة على كلية العلوم الإنسانية والاسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي الاغواط .

ب- **الإطار الزماني** : من 1 مارس 2017 إلى 20 ماي 2017

المطلب الرابع : أدوات جمع البيانات

- **صحيفة الاستبيان :**

يعرفه أبو النيل بأنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف اليها البحث، وقد اعتمد الباحث في دراسته باستخدام استمارات استبيان بمجموعة من مجتمع الدراسة قصد تسجيل إي ملاحظات تثري بحثه [1] .

اعتمدت الدراسة على اداة الاستبيان بعد ما تم تحكيمه من طرف الاستاذ المشرف خير الدين حجار خرفان و الاستاذ بن سليم حسين ، وتم توزيع (100) استمارة على المبحوثين ، و استرجاع 93 استمارة اجريت عليها الدراسة ، واحتوى الاستبيان على (34) سؤال ، وتوزعت اسئلة الاستبيان على 3 محاور وهي :

- **المحور الاول** : البيانات الشخصية للمبحوثين وتضمنت معلومات على الخلفية كالمستوى الجامعي والعمر.

- **المحور الثاني** : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

1 زياد بن علي بن محمود الجرجاوي : **القواعد المنهجية التربيوية لبناء الاستبيان** ، مطبعة ابناء الجراح ، غزة ، فلسطين ، الطبعة الثانية ، 2010 ، ص 16 .

- **المحور الثالث** : تضمن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دفع المستخدمين للمشاركة والتضامن في القضايا المجتمعية.

- **المحور الرابع** : تضمن هذا المحور اسئلة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة التضامنية لدى المستخدمين .

المبحث الثاني : عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الاول : تحليل و مناقشة نتائج الاستبيان

اولا : المحور الاول البيانات الشخصية

الجدول رقم (01) يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	32	% 34.40
انثى	61	% 65,59
المجمــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول توزيع افراد العينة حسب الجنس ، و بلغت نسبة عدد الذكور ب 34.40% ممثلة في 32 تكرار من اصل 93 عينة و في المقابل نجد ان نسبة عدد الاناث تقدر ب 65.59 % ممثلة في 61 تكرار من اصل 93 عينة .

و من خلال الجدول و نسبة الاناث مقارنة مع نسبة الذكور من خلال العدد الكلي للعينة نرى ان عدد الاناث في العينة اكثر من عدد الذكور و يرجع هذا الى ان الاناث حريصات على الدراسة و متطلعات لمستقبل واعد و طموحات كبيرة .

الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثين حسب السن :

السن	التكرار	النسبة
17 – 19 سنة	18	%19,35
20 – 25 سنة	72	%77,41
25 سنة فما فوق	03	%3,22
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب السن و يتراوح سن عدد المبحوثين ما بين 17 سنة الى اكثر من 25 سنة ، بنسب 19.35 % لسن من 17 سنة الى 19 سنة ب 18 تكرار من اصل 93 مفردة ، و نسبة 77.41 % لسن من 20 سنة الى 25 سنة بتكرار 72 من اصل 93 مفردة ، و نسبة 3.22 % لسن 25 فما فوق بتكرار 03 من اصل 93 مفردة .

ومن خلال الجدول نلاحظ ان النسبة الكبيرة لفئة العمر هي 77.41 % ب 72 مفردة من اصل 93 مفردة للسن من 20 الى 25 سنة ، و يرجع ذلك الى المستوى الجامعي للطلبة .

جدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الجامعي:

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة
اولى جامعي	20	%21.50
ثانية جامعي	37	%39.78
ثالثة جامعي	14	%15.05
اولى ماستر	05	%5.37
ثانية ماستر	17	%18.27
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب المستوى الجامعي من السنة الاولى الى السنة ثانية ماستر بنسب متفاوتة حسب التكرارات ، الاولى جامعي ب 20 تكرار بنسبة 21.50 % والثانية جامعي بنسبة 39.78 % بتكرار 37 من اصل 93 مفردة ، و السنة الثالثة جامعي بنسبة 15.05 % بتكرار 14 من اصل 93 مفردة ، و السنة الاولى و الثانية ماستر ب نسب 5.37 % و 18.27 بتكرار 05 و 17 من اصل 93 مفردة .

و من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة طلبة الثانية جامعي 39.78 % كبيرة مقارنة مع نسب طلبة السنوات الاخرى ، و يرجع ذلك الى انه تم توزيع الاستبيان في مرحلة الاختبارات و في الوقت الدي وزع فيه الاستبيان كان طلبة السنة الثانية في امتحان .

ثانيا : محور دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (04) يوضح توزيع المبحوثين على امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي:

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	93	% 100
لا	0	%00
المجمــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول التالي توزيع المبحوثين حسب امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي

و نلاحظ ان جميع افراد العينة المدروسة 93 مفردة بنسبة 100 % لهم حساب خاص على مواقع التواصل الاجتماعي و يرجع دلك الى تكنولوجيا الاتصال و الانترنيت و السهولة في اقتناء الاجهزة و وفرتها بشكل كبير .

الجدول رقم (05) يوضح طريقة التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي:

العبارات	التكرار	النسبة
عن طريق الانترنيت	30	%32.25
عن طريق الاصدقاء	49	%52.68
غير ذلك	14	%15.05
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول التالي توزيع المبحوثين حسب طريقة التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي

بنسب 32.25 % بتكرار 30 من اصل 93 مفردة و دلك عن طريق الانترنيت ، و نسبة 52.68 % بتكرار 49 من اصل 93 مفردة و دلك عن طريق الاصدقاء ، و 15.05 % بتكرار 14 من اصل 93 مفردة غير دلك .

من الجدول نلاحظ ان اكثر من نصف عدد افراد العينة تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الاصدقاء و ذلك بسبب الفضول وحب التواصل الدائم مع الاصدقاء سواء عن قرب او عن بعد عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم (06) يوضح توزيع المبحوثين حسب الفكرة السابقة عن مواقع التواصل الاجتماعي:

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	43	%46.23
لا	11	%11.82
قليلا	39	%41.93
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب هل لهم فكرة سابقة حول مواقع التواصل الاجتماعي بنسبتين 46.23 % و 41.93 % بتكرار 43 و 39 من اصل 93 مفردة ،ب نعم و قليلا ونسبة 11.82 % بتكرار 11 من اصل 93 مفردة .

و نلاحظ من الجدول ان اغلبية افراد العينة اما يملكون فكرة عن مواقع التواصل و اما قليلا و يرجع ذلك الى مواكبة العصرنة و مسايرة التطورات التكنولوجية في عالم التقنية .

الجدول رقم (07) يوضح تصنيف اكثر المواقع المستخدمة:

العبارات	التكرار	النسبة
فيسبوك	76	%81.72
تويتر	2	%2.15
انستغرام	15	%16.12
المجموع	93	%100

يتمثل الجدول في توزيع المبحوثين حسب تصنيف اكثر المواقع المستخدمة من طرف افراد العينة بنسب 81.72 % بتكرار 76 من اصل 93 مفردة لمستخدمي الفيسبوك ، و 16.12

% بتكرار 15 من اصل 93 مفردة لمستخدمي الانستغرام ، و 2.15 بتكرار 2 من اصل 93 مفردة لمستخدمي التويتر .

و من الجدول نلاحظ ان مستخدمي الفيسبوك اكثر نسبة لهم ب 81.72 % بتكرار 76 من اصل 93 مفردة و يرجع ذلك الى ان الفيسبوك يسهل عليهم عملية التواصل مع الاصدقاء و الاقارب و كذلك لان موقع الفيسبوك متاح للجميع و بسهولة يمكن انشاء حساب خاص او عام فيه .

الجدول رقم (08) يوضح توزيع المبحوثين حسب المواقع المشترك فيها:

عدد المواقع	التكرار	النسبة
01 – 02	71	%76.34
03 – 05	17	%18.27
اكثر من 05	05	%5.37
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب المواقع المشترك فيها بنسب 76.34 % ونسبة 18.27 % و 5.37 % بتكرارات 71 و 17 و 05 من اصل 93 مفردة ب عدد مواقع من 01 الى موقعين و 3 مواقع الى 5 و اكثر من 5 مواقع، حيث نلاحظ ان اكثر الطلبة يشتركون في موقع او موقعين لعدم توفر الوقت الكافي للمشاركة في جميع المواقع في نفس الوقت .

الجدول رقم (09) يوضح توزيع المبحوثين حسب السهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	57	%61.29
لا	01	%01.07
أحيانا	35	%37.63
المجموع	93	%100

يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب السهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، بنسب 61.29 % بتكرار 57 من اصل 93 مفردة ل نعم ، و 37.63 % بتكرار 35 من اصل 93 مفردة ل احيانا ، و 1.07 % بتكرار 1 من اصل 93 مفردة ايضا ل لا .

و نلاحظ من الجدول انه اكثر من نصف عدد المفردات لا يجدون صعوبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، و يرجع ذلك الى الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة الى 35 مفردة كانت الاجابة ب احيانا و يرجع ذلك عدم الاستخدام المتواصل لهده المواقع .

الجدول رقم (10) : يوضح متوسط ساعات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين :

عدد الساعات اليومية	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	08	%8.60
من 1 سا الى 3 ساعات	26	%27.95
من 4 سا الى 6 ساعات	36	%38.70
غير ذلك	23	%24.73
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع متوسط ساعات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا بنسب متفاوتة حيث نلاحظ ان اكثر المفردات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 1 ساعة الى 3 ساعات بنسبة 27.95%بتكرار 26 من اصل 93 مفردة . ومن 4 الى 6 ساعات يوميا بنسبة38.70 % ، بتكرار36 من اصل 93 مفردة ، و يرجع ذلك الى الحاجات المختلفة لكل فرد من تواصل مع الاصدقاء و الحاجة العلمية من بحوث و دروس بالاضافة الى اوقات الفراغ .

الجدول رقم (11) : يوضح فترات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي

الفترات	التكرار	النسبة
صباحا	03	%3.22
مساءا	28	%30.10
ليلا	44	%47.31
كل الاوقات	18	%19.35
المجموع	93	% 100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع فترات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي صباحا و مساءا و ليلا و في كل الاوقات ، بنسب 47.31 % بتكرار 44 من اصل 93 مفردة و هذا ليلا و بنسبة 30.10 % بتكرار 28 من اصل 93 مفردة مساءا ، نلاحظ من الجدول ان الوقت المناسب لتصفح مواقع التواصل هو من المساء الى اليل لانه وقت الراحة من مشقات اليوم .

الجدول رقم (12) : يوضح اسباب الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي

الاسباب	التكرار	النسب
البحث عن المعلومات	17	%18.27
الترفيه عن النفس	26	%27.95
التواصل مع الاصدقاء	45	%48.38
غير ذلك	05	%5.37
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول اسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي و في البحث عن المعلومات نجد نسب 18.27 % و الترفيه عن النفس 27.95%و

التواصل مع الاصدقاء نجد نسبة 48.38%و غير ذلك نجد نسبة 5.37 % ، حيث نلاحظ ان هناك نسبة كبيرة من الطلبة يستخدمون مواقع التواصل للتواصل مع الاصدقاء لتبادل الاراء و الضحك و للترفيه عن النفس قصد ملء وقت الفراغ لتغير جو الدراسة و من الضغوطات اليومية .

الجدول رقم (13) : يوضح اهم المواضيع المطلع عليها في مواقع التواصل الاجتماعي

المواضيع	التكرار	النسبة
الثقافية و الفنية	21	%22.58
العلمية	28	%30.10
الاجتماعية	27	%29.03
اخرى تذكر	17	%18.27
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المواضيع المطلع عليها في مواقع التواصل الاجتماعي ، و نلاحظ ان النسب متقاربة بين المواضيع الثقافية و الفنية و العلمية ب22.58% للمواضيع الثقافية و 30.10% للمواضيع العلمية و29.03% للمواضيع الاجتماعية ، و يرجع ذلك الحاجات اليومية للطلبة المبحوثين من اهتمامات و ميولاتهم الشخصية .

الجدول رقم (14) : يوضح مع من يتواصل المبحوث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	التكرار	النسبة
مع الاصدقاء	53	%56.98
مع الجمهور العام	25	%26.88
قنوات و برامج	06	%6.45
غير ذلك	09	%9.67
المجموع	93	% 100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول كيفية التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، بنسب 56.98 % بتكرار 53 من اصل 93 مفردة للتواصل مع الاصدقاء ، و نسبة 26.88 % بتكرار 25 من اصل 93 مفردة ايضا للتواصل مع الجمهور العام ، و 6.45 % بتكرار 06 من اصل 93 مفردة للتواصل مع قنوات و برامج ، و ايضا نسبة 9.67 % بتكرار 09 من اصل 93 مفردة لغير ذلك .

و نلاحظ من الجدول ان نسبة 56.98 % من عدد مفردات العينة يتواصلون مع الاصدقاء و يرجع دلك للترفيه عن النفس و خلق جو من المرح بين الاصدقاء و التسلية ، و نجد ان نسبة 26.88 % يتواصلون مع الجمهور العام و يرجع ذلك لاكتساب مهارات جديدة و فتح حوارات اجتماعية و ايضا التعرف على اشخاص جدد و معرفة عاداتهم و تقاليدهم .

ثالثا : المحور الثاني مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في دفع المستخدمين في المشاركة و التضامن في القضايا المجتمعية

الجدول رقم(15) : يوضح تفاعل المبحوثين مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي

التفاعل	التكرار	النسبة
نعم	93	%100
لا	0	%0
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع التفاعل مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الملاحظ من الجدول ان نسبة 100 % يوجد تفاعل بتكرار 93 من اصل 93 مفردة .

و يرجع ذلك الى ان موضوع التضامن موضوع اجتماعي يمس احساس الجميع للتعاون والتآزر بين جميع فئات الطلبة و لان مجتمعنا مجتمع اسلامي ففطريا يحدث تفاعل مع هذه المواضيع .

الجدول رقم (16) : يوضح كيف يتم التفاعل مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي

كيفية التفاعل	التكرار	النسبة
المشاركة في الاعمال الخيرية	14	%15.05
نشرها على نطاق اوسع	68	%73.11
غير دلك	11	%11.82
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع كيفية التفاعل مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسب ، 15.05 % بتكرار 14 من اصل 93 مفردة للمشاركة في الاعمال الخيرية ، و 73.11 % بتكرار 68 من اصل 93 مفردة لنشرها على نطاق اوسع ، و نسبة 11.82 % بتكرار 11 من اصل 93 مفردة ل غير ذلك .

نلاحظ من الجدول ان نسبة المشاركة في الاعمال الخيرية قليلة ب 15.05 % ، مقارنة بالنسبة الى نشرها على نطاق اوسع ب 73.11 % بتكرار 68 من اصل 93 مفردة و يرجع السبب ان نسبة الاناث في عدد المبحوثين اكبر بضعف من عدد الذكور و يعني ان الاناث لا يستطعن المشاركة في جميع الاعمال الخيرية و خاصة البعيدة عن مقر الاقامة لاسباب عديدة منها صعوبة التنقل ربما ، فيقمن بنشرها على نطاق اوسع بين الاصدقاء و الزملاء لتصل الى اكبر عدد ممكن من المجتمع .

جدول رقم (17) : يوضح اهم المضامين التضامنية التي تاخد اكثر اهتمام عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	التكرار	النسبة
الاغاثات الانسانية في الكوارث الطبيعية	10	%10.75
المحافظة على البيئة	15	%16.12
تنظيف المساجد و القبور	13	%13.97
مساعدة الفقراء و المحتاجين	55	%59.13
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع اهم المضامين التضامنية التي يهتم بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي و نلاحظ من الجدول ان نسبة التفاعل مع مضمون مساعدة الفقراء و المحتاجين 59.13% بتكرار 55 من اصل 93 مفردة ، و بعدها المحافظة على البيئة ب 16.12 % بتكرار 15 من اصل 93 مفردة ، ثم نسبة تنظيف المساجد و القبور ب 13.97 % بتكرار 13 من اصل 93 مفردة ، و اخيرا الاغاثات الانسانية في الكوارث الطبيعية ب 10.75 % بتكرار 10 من اصل 93 مفردة .

و نلاحظ من الجدول أن اكثر المبحوثين يتعاطفون مع مساعدة الفقراء والمحتاجين بدرجة أكبر من أي مضمون آخر، وذلك راجع إلى انتشار الظاهرة ، ولأن الفقر ناتج عن العديد من العوامل منها عدم توفر مناصب شغل مما يؤدي الى البطالة ، كذلك عدم التكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع .

جدول رقم (18) : يوضح مسايرة مواقع التواصل الاجتماعي للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	63	%67.74
لا	09	%9.67
احيانا	21	% 22.58
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول مسايرة مواقع التواصل للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع و نلاحظ من الجدول ان الاجابة بنعم نسبتها 67.74 % بتكرار 63 من اصل 93 مفردة و يرجع ذلك الى ان مواقع التواصل مسايرة للاخبار اليومية على مدار الساعة من خلال ما تنشره من احداث اجتماعية و اقتصادية و سياسية محلية و دولية ، و نسبة 22.58 % بتكرار 21 من اصل 93 مفردة كانت الاجابة ب احيانا . و يرجع ذلك الى عدم الاهتمام الكبير للتطورات الحاصلة لانشغلات اخرى او عدم توفر الوقت لمتابعة اهم الاحداث .

جدول رقم (19) : يوضح التفاعل مع القضايا المجتمعية في الولاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	93	%100
لا	0	% 0
المجموع	93	% 100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول تفاعل المبحوثين مع القضايا المجتمعية في الولاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و نلاحظ ان جميع المبحوثين بنسبة 100 % يتفاعلون بتكرار 93 من اصل 93 مفردة و يرجع دلك الى تفاعل المبحوثين مع الأفراد ومع الجماعات الضعيفة، الفقيرة، والمحتاجة، و ذوي الاحتياجات الخاصّة .

جدول رقم (20) : يوضح طبيعة التفاعل مع القضايا المجتمعية في الولاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	التكرار	النسبة
التعليق على المنشور	13	%13.97
اعادة النشر	32	%34.40
التحفيز و المشاركة	08	%8.60
دعوة الاصدقاء	40	%43.01
المجموع	93	% 100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول طبيعة التفاعل مع القضايا المجتمعية في الولاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بنسبة 43.01 % بتكرار 40 من اصل 93 مفردة لدعوة الاصدقاء و هي اكبر نسبة مقارنة مع طبيعة التفاعلات الاخرى ب34.40% لإعادة نشرها

و13.97% للتعليق على المنشور ، و يرجع ذلك الى ان نشر المضمون على نطاق اوسع بين الاصدقاء يساهم في المساعدة و وصول المضمون الى اكبر عدد ممكن من المجتمع .

الجدول رقم (21) : يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المستخدمين للتضامن فيما بينهم

العبارات	التكرار	النسبة
تعزيز روح المواطنة	33	%35.48
الشعور بالمسؤولية	31	%33.33
اكتساب مهارات جديدة	22	%23.65
اخرى تذكر	07	%7.52
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول مساهمة مواقع التواصل بنسب 35.48 % بتكرار 33 من اصل 93 مفردة ، في تعزيز روح المواطنة و و33.33% الشعور بالمسؤولية و 23.65% بتكرار 22 من اصل 93 مفردة لاكتساب مهارات جديدة ويرجع دلك الى انها قيم تضامنية تساهم في تعزيز المبادئ الانسانية و الاخلاقية بين افراد المجتمع وجعله متماسك و متعاون في القضايا المجتمعية .

الجدول رقم (22) : يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مساعدة في نشر ثقافة التضامن بين المستخدمين

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	77	%82.79
لا	03	%3.22
احيانا	13	%13.97
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول ان مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مساعدة في نشر ثقافة التضامن بين المستخدمين و نلاحظ من الجدول ان نسبة 82.79 % يعتقدون ذلك ، اما نسبة 13.97% باحيانا ، وهذا راجع الى ان التواصل بين الافراد والجماعات في المواضيع التضامنية يساهم في تعزيز حب العمل الصالح و مساعدة المحتاجين و الفقراء

الجدول رقم (23) : يوضح المشاركة في القضايا التضامنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من صفات المواطن الصالح

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	89	%95.69
لا	04	%4.30
المجموع	93	% 100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول المشاركة و المتابعة في القضايا التضامنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من صفات المواطن الصالح و نلاحظ ان نسبة 95.69 % جاوبت بنعم و يرجع ذلك الى ان مجتمعنا مجتمع اسلامي تربى على مبادئ الدين والاخلاق الحسنة .

رابعا : المحور الثالث تاثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة التضامنية لدى المستخدمين فيما يخص القضايا المجتمعية

الجدول رقم (24) يوضح عمل مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه المستخدمين نحو الاعمال الخيرية:

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	28	%30.10
لا	05	%05.37
أحيانا	60	%64.51
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على توجيه المستخدمين نحو الاعمال الخيرية و التطوعية المختلفة في المجتمع و نلاحظ ان نسبة 64.51 % بتكرار 60 من اصل 93 مفردة ، وهي اعلى نسبة اضافة الى 30.10 % بنعم بتكرار 28 من اصل 93 مفردة ، لأنها تنمي شخصية الفرد و تجعله مساهم في المساعدة والتطوع للاعمال الخيرية مثل حملات التبرع بالدم و تنظيف المساجد .

الجدول رقم (25) يوضح تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيم التضامن:

العبارات	**التكرار**	**النسبة**
نعم	86	% 92.47
لا	07	% 7,52
المجمــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول التالي توزيع المبحوثين لتعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيم التضامن وفهم مبادئ حقوق الانسان من اجل التعاون في الحاجات

المجتمعية ، و نلاحظ من الجدول ان جل المبحوثين بنسبة 92.47 % ، ان مواقع التواصل الاجتماعي تعزز قيم التضامن .

جدول رقم (26) يوضح ان مواقع التواصل تعتبر وسيلة تاثير لاستثمار المستخدمين لاوقات الفراغ :

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	32	%34.40
لا	16	%17.20
أحيانا	45	%48.38
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول :

يمثل الجدول توزيع المبحوثين ان مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تاثير لاستثمار المستخدمين لاوقات فراغهم لما فيه مصلحة للمجتمع ، و نلاحظ من الجدول ان 48.38 % بتكرار 45 من اصل 93 مفردة باحيانا و نسبة 34.40 % بتكرار 32 من اصل 93 مفردة و تتراوح اعلى نسبة بين نعم و احيانا ، يرجع ذلك ان المبحوثين مع فكرة استثمار اوقات الفراغ لما فيه منفعة عامة و خاصة .

جدول رقم (27) يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انخراط المستخدمين في الجمعيات الخيرية:

العبارات	التكرار	النسبة
لا	67	% 72.04
نعم	26	% 27,95
المجمـــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول مساهمة مواقع التواصل التواصل الاجتماعي في الانخراط في الجمعيات الخيرية من خلال ما تنشره عبر صفحاتها ، بنسب 72.04 % بتكرار 67 من اصل 93 مفردة ، لم تساهم و27,95% ساهمت مواقع التواصل في الانخراط في الجمعيات الخيرية ، و نلاحظ من الجدول ان نسبة 72.04 % من المبحوثين لم تساهم مواقع التواصل في انخراطهم و يرجع ذلك كما ذكرنا سابقا الى ان جل المبحوثين من فئة الاناث .

الجدول رقم (28) يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في جعل افراد المجتمع اكثر تماسك:

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	29	% 31.18
لا	13	% 13,97
الى حد ما	51	%54.83
المجمـــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تجعل افراد المجتمع اكثر تماسك و ترابط في قضاياهم المجتمعية ،بنسبة 54.83% الى حد ما ، و31.18% نعم ، حيث نلاحظ من الجدول ان جل المبحوثين ما بين ان مواقع التواصل تجعل الافراد اكثر تماسك و ما بين الى حد ما .

جدول رقم (29) : يوضح درجة توافق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه المستخدمين الى التضامن اثناء الكوارث الطبيعية

العبارات	التكرار	النسبة
موافق	51	%54.83
موافق بشدة	19	%20.43
معارض	05	%5.37
معارض بشدة	00	%0
محايد	18	%19.35
المجموع	93	%100

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب قياس درجة توافق مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه المستخدمين الى التضامن اثناء الكوارث الطبيعية ، ونلاحظ ان نسبة 54.83 % موافقة على ذلك و 20.43 % موافقة بشدة ، و يرجع ذلك الى ان مواقع التواصل تساهم في تعزيز قيم التضامن والتعاون بين المستخدمين .

جدول رقم (30) يوضح تحفيز مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة في الأعمال الخيرية :

العبارات	**التكرار**	**النسبة**
نعم	56	% 60.21
لا	4	% 4,30
احيانا	33	%35.48
المجمــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تحفز على المشاركة في الاعمال الخيرية ، ونلاحظ من الجدول ان نسبة 60.21 % بتكرار

56 من اصل 93 مفردة توافق على ان مواقع التواصل تحفز على المشاركة في الاعمال الخيرية ، و يرجع ذلك الى ان الاعمال الخيرية تساهم في التعاون و ربط افراد المجتمع بالمحتاجين و مساعدتهم .

الجدول رقم (31) يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على نشر ثقافة المشاركة بين المستخدمين في قضاياهم المجتمعية :

العبارات	التكرار	النسبة
دائما	28	% 30.10
أحيانا	53	%56.98
نادرا	12	%12.90
المجمـــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على نشر ثقافة المشاركة بين المستخدمين في قضاياهم المجتمعية ، بنسب 56.98 % و 30.10 % ويرجع ذلك الى ان المواقع مسايرة للتطورات المجتمعية من احداث و اخبار .

الجدول رقم (32) يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة المستخدمين بالمجتمع وقضاياه :

العبارات	التكرار	النسبة
تأثير ايجابي	56	% 60.21
تأثير سلبي	24	% 25,80
لا تؤثر ابدا	13	%13.97
المجمـــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب درجة تاثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة المستخدمين ، و نلاحظ من الجدول ان نسبة 60.21 % بتكرار 56 من اصل 93 مفردة لها تاثير ايجابي بين مواقع التواصل الاجتماعي و العلاقة مع المجتمع و قضاياه و يرجع ذلك الى ان جل المبحوثين يتاثرون بما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص مواضيع و مضامين التضامن و التعاون الاجتماعي عن طريق العاطفة بافراد المجتمع المتضررين سواء من الكوارث او من الفقر .

جدول رقم (33) يوضح تاثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية اثناء الازمات :

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	39	% 41.93
لا	6	% 6,45
إلى حدا ما	48	%51.61
المجمـــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الشعور بالمسؤولية بين المستخدمين اثناء الازمات في المجتمع ، بنسب 41.93 % بتكرار 39 من اصل 93 مفردة لتعزيز الشعور بالمسؤولية ، و لا بنسبة 6.45 %، و يرجع ذلك الى ان المبحوثين يتضامنون و يهتمون بالقضايا المجتمعية لان المشاركة وتقديم المساعدة اثناء الازمات تنمي من قدرات الفرد و تساعده على تحمل الصعاب و مواجهة المشكلات .

جدول رقم (34) يوضح توزيع المبحوثين في ان مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين و تجعل الافراد اكثر تعاون:

العبارات	التكرار	النسبة
نعم	55	% 59.13
لا	4	% 4,30
إلى حدا ما	34	%36.55
المجمـــوع	**93**	**% 100**

تحليل و تفسير الجدول : يمثل الجدول توزيع المبحوثين ان مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين ، بنسب 59.13 % بتكرار 55 من اصل 93 مفردة يعتبرون ان مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين ، و نسبة 4.30 % لا يعتبرونها تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين بتكرار 4 من اصل 93 مفردة ، اما نسبة 36.55 % من المبحوثين بتكرار 34 من اصل 93 مفردة ايضا ، فيعتبرون ان مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين الى حد ما .

و نلاحظ من الجدول ان جل المبحوثين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل التي تنمي ثقافة التضامن و التعاون بين المستخدمين ، و يرجع ذلك الى ان مواقع التواصل الاجتماعي اثناء نشرها لمضامين تضامنية مع افراد او جمعيات خيرية تؤدي إلى تكوين صورة ذهنية لديهم حول هذا المضمون يدفعهم ذلك للتعاطف مع أصحابها بشدة أكثر من أي مضامين أخرى .

المطلب الثاني : نتائج فرضيات الدراسة

اجريت هذه الدراسة على اساس اختبار ثلاث فرضيات :

الفرضية الاولى :

انه توجد علاقة بين المستخدمين للأنترنيت و مواقع التواصل الاجتماعي ، وهذا ما تؤكده نتائج الاستبيان ، من خلال ان نسبة 76.34% يشتركون من موقع الى اثنين في مواقع التواصل الاجتماعي من نتائج الجدول رقم (08) الذي يوضح توزيع المبحوثين حسب المواقع المشترك فيها .

الفرضية الثانية :

انه كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلما دفع ذلك المستخدمين في مشاركة في القضايا المجتمعية ، وهدا ما تؤكده نتائج الاستبيان بان نسبة 67.74% من المبحوثين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مسايرة للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع من نتائج الجدول رقم (18) الذي يوضح مسايرة مواقع التواصل الاجتماعي للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع .

الفرضية الثالثة :

ان مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تنمية ثقافة التضامن إيجابا ، و هدا ما تؤكده نتائج الاستبيان بان نسبة 59.13% من المبحوثين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين و تجعل الافراد اكثر تماسك و تعاون من نتائج الجدول رقم (34) الذي يوضح توزيع المبحوثين حسب مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين و تجعل الافراد اكثر تعاون .

المطلب الثالث : النتائج العامة للدراسة

1-اغلب المبحوثين تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الاصدقاء بنسبة 52.68 % .

2-اغلب المبحوثين لديهم فكرة سابقة عن مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 46.23 %

3-يعتبر موقع الفيسبوك اكثر موقع يستخدمه المبحوثين بنسبة 81.72% .

4-يتميز جل المبحوثين في الاشترك من موقع الى موقعين بنسبة 76.34% .

5-61.29 % من المبحوثين لديهم سهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

6-38.70% من المبحوثين متوسط ساعات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من 04 الى 06 ساعات يوميا .

7-47.31% من المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا .

8-48.38% من المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي مع الاصدقاء .

9-اهم المواضيع المطلع عليها من طرف المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع العلمية بنسبة 30.10% .

10- اغلبية المبحوثين يتواصلون مع الاصدقاء بنسبة 56.98% .

11- جميع المبحوثين يتفاعلون مع المضامين التضامنية في مواقع التواصل الاجتماعي

12- 73.11% من المبحوثين يتفاعل مع المضامين التضامنية بنشرها على نطاق اوسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

13- اهم المضامين التضامنية التي تأخذ اكثر اهتمام للمبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مساعدة الفقراء و المحتاجين بنسبة 59.13% .

14- 67.74% من المبحوثين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مسايرة للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع .

15- جميع المبحوثين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية في الولاية .

16- 43.01% من المبحوثين يدعون الاصدقاء حين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية في الولاية .

17- مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المبحوثين للتضامن فيما بينهم بنسبة 35.48 % في تعزيز روح المواطنة .

18- 82.79% من المبحوثين يعتبرون مواقع التواصل وسيلة مساعدة في نشر المضامية التضامنية .

19- 95.69% من المبحوثين ان المشاركة في القضايا التضامنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من صفات المواطن الصالح .

20- جل المبحوثين يعتبرون بان مواقع التواصل الاجتماعي احيانا ما تعمل على توجيه المستخدمين نحو الاعمال الخيرية .

21- 92.47 % من المبحوثين يعتبرون ان مواقع التواصل الاجتماعي تعزز من قيم التضامن .

22- 48.38 % من المبحوثين يعتبرون ان مواقع التواصل الاجتماعي احيانا ما تستثمر للتاثير على المستخدمين في اوقات الفراغ .

23- جل المبحوثين لم تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي الى انخراطهم في الجمعيات الخيرية .

24- 54.83% من المبحوثين ان مواقع التواصل الى حد ما تجعل افراد المجتمع اكثر تماسك .

25- 54.83 % من المبحوثين يوافقون ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوجه المستخدمين الى التضامن اثناء الكوارث الطبيعية .

26- 60.21 % من المبحوثين يرى ان مواقع التواصل الاجتماعي تحفز على المشاركة في الأعمال الخيرية .

27- 56.98% من المبحوثين يعتبرون ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على نشر ثقافة المشاركة بين المستخدمين في قضاياهم المجتمعية .

28- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي ايجابا على علاقة المستخدمين بالمجتمع وقضاياه

29- تؤثر الى حد ما مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية اثناء الازمات .

30- مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين و تجعل الافراد اكثر تعاون .

خاتمة

حاولت هذه الدراسة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين واعتمادا على المنهج الوصفي المعتمد في الدراسة و الجانب النظري و وفق ما تقتضيه المنهجية للوصول إلى نتائج ذات مصداقية تعكس الواقع ، توصلنا الى ان مواقع التواصل الاجتماعي اصبح لها دور فعال في مختلف المجتمعات باختلاف حاجاتها وخصائصها لسهولة التواصل بين افراد المجتمع من اي مكان ، هذا ما يستلزم على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بتوجيهها لخدمة حاجيات افراد المجتمع وتعزيز مبادئ التضامن و التعاون ، و ربط قيم الاخوة و التكافل ، لفتح ابواب فعل الخير و اعمال التطوع لبناء ثقافة تضامنية عبر هذه المواقع بين المستخدمين امام القضايا المجتمعية .

و كشفت الدراسة ايضا ان مواقع التواصل الاجتماعي مسايرة للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في المجتمع مما يزيد في تفاعلهم مع بعض من اجل المشاركة و التعاون اضافة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تنمية ثقافة التضامن ايجابا بما تثيره في عواطفهم و احاسيسهم اتجاه القضايا المجتمعية و تجعل الافراد اكثر تماسك و ترابط .

و في الأخير نرجو أن يكون هذا البحث قد ساهم و لو بقدر قليل في معالجة هذا الموضوع الذي نسعى من خلاله تسليط الضوء على وظائف جديدة لمواقع التواصل الاجتماعي في خدمة المجتمع لتعزيز قيم الاخلاق و الدين والتضامن ، اضافة الى المساهمة في بناء مجتمع مترابط من خلال هذا النوع من الدراسات يمكن إدراج دراسات ذات بعد اخلاقي وتثقيفي و ذلك لخدمة الطلبة و المجتمع .

قائمة المصادر والمراجع

القرآن والسنة :

1- **القرءان الكريم** : سورة العنكبوت ، الآية 13 .

الكتــب:

2-أحمد سليمان عودة : **أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية**، مكتبة الكتاربي، بكلية التربية بجامعة اليرموك ، الاردن،(1992م).

3-احمد عمر الهاشم : **التضامن في مواجهة التحديات** ، دار الشروق ، القاهرة ، مصر ، ط1، 2001 ،.

4-إيهاب خليفة: **مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبرالإنترنت** ،المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2016م .

5-باسم الجعبري: **الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي**، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م .

6-بهاء الدين محمد مزيد: **المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً**، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012 .

7-ثريا جبريل وآخرون: **الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة**، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة، 2002م.

8-جميل حمداوي : **ابن خلدون المؤسس الاول لعلم الاجتماع** ، دار ابن الهيثم، جمهورية مصر العربية ،2017 .

9-جيهان حداد: **المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد** ، دراسة أنثروبولوجيا. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002م.

10- حافظ الجمالي : **اميل دوركايم في تقسيم العمل الاجتماعي** ، المكتبة الشرقية ، بيروت ، لبنان ، 1986 .

11- خالد غسان المقدادي: **ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة رقم 1، 2014م.

12- خليفة وشيرين : **الاعلام الجديد** ، ورقة بحثية في مساق الصحافة الالكترونية ، الجامعة الاسلامية ، 2012 .

13- خليل شقرة : **الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)** ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الاردن ، 2014.

14- زاهر رامي : **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية،ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.

15- زياد بن علي بن محمود الجرجاوي : **القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان**، مطبعة ابناء الجراح، غزة ، فلسطين ، الطبعة الثانية، 2010 .

16- سعود صالح : **الاعلام الجديد وقضايا المجتمع**، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الاسلامي ،جاكرتا ،اندونيسيا ، ط 1 ،2011 .

17- طه الفضل طه : **الاعلام الالكتروني في السودان** ،الواقع والتحديات ،مركز الخرطوم للإعلام الالكتروني، الخرطوم، السودان، 2013 .

18- عباس صادق : **الاعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات** ، الشروق ، عمان ، الاردن ، 2008.

19- عباس مصطف صادق : **الاعلام الجديد ، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة** ،البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011.

20- عبد الرحيم عدس : **البحث العلمي مفهومه ،أدواته ، أساليب** ،دار مجد لاوي للنشر ،عمان، 1992.

21- عبيدات محمد : **منهجية البحث العلمي،القواعد والمراحل**،وائل للنشر،عمان،1997.

22- عصام سليمان الموسى : **مدخل في الاتصال الجماهيري** ،مكتبة الكتان يارد ، الاردن ،ط1 ، 1998.

23- علي محمد رحومة : **الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية**، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م .

24- فضلي إدريس : **مدخل إلى المنهجية وفلسفة القانون** ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 2004. خروع أحمد : المناهج العلمية وفلسفة القانون ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الطبعة الثانية، الجزائر،2004 .

25- فهد بن حمود العصيمي : **التضامن الاسلامي** ، قسم الدراسات الإسلامية ، جامعة الملك سعود ، السعودية .

26- موسى جواد الموسوي و آخرون: **الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة**، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011.

المجلات والمحاضرات:

27- حلمي خضر ساري: **تأثير الاتصال عبر الانترنيت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)** ، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني،2008.

28- سلطان مسفر : **دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الانساني** ، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني، المركز الدولي للأبحاث و الدراسات ، السعودية ، لملتقى العمل الانساني الدولي،جدة،السعودية،2014

29- مهاب نصر : **الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية** ،وجوه المثقف على الفاسبوك لتعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا ؟جريدة القيس الكويتية اليومية ،العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010 .

30- شيخاني وسميرة : **الاعلام الجديد في عصر المعلومات** ،مجلة دمشق، سوريا، مجلد 26 ،العدد الاول، 2010 ،

31- عبدالرحمان عبدا لعزيز المطوع : **العمل الانساني في عالم مضطرب** ،بحث مقدم لملتقى العمل الانساني الدولي ، جدة ، السعودية ،2014 .

الرسائل الجامعيـة:

32- ماجد رجب : التواصل الاجتماعي ،**دراسة قرانيـة موضوعية ،بحث لاستكمال متطلبات الحصول على الماجستير** ،الجامعة الاسلامية، غزة ،فلسطين، 2011.

33- بشرى زبدة واسيا بعيط : **دور الفيس بوك في نشر ثقافة التطوع لدى الشباب الجامعي** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية بجامعة عمار ثليجي الاغواط ،2016 .

34- حمادية خولة وقاسم مريم : **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي** ، مذكرة تخرج لنيل تخرج الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2015/2014 .

35- حنان بن شعشوع لشهري : **اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك والتويتر نموذجا** ، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع ، 2013 .

36- حسين عوض : **اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة محليين شبابي علار نموذجا** ، برنامج التنمية الاسرية و الاجتماعية جامة القدس المفتوحة ، فلسطين ، 2012 .

37- فهد بن علي الطيار : **شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى الطلاب الجامعة . تويتر نموذجا** ، دراسة تطبيقية على الطلاب جامعة ملك سعود ، السعودية ، سنة 2014 .

المواقع الالكترونية:

38- محمد عربي : **معجم المعاني الجامع**، www.almaany.com ،15/04/2017، 22:00

39- المكتبةالاعلامية: **موقع الكتروني**،http://islamweb.com، 03/03/2017، 11:00 .

40- ويكيبيـــديا : **موقـــــع الكترونـــــي** ، http://ar.wikipedia.org/wiki ، 2017/03/03 ، 11:00 .

41- نســـــــــــــرين حســـــــــــــونة : **الاعـــــــــــــــــــــلام الجديد**، http://blog.amin.org/nisreenhassouna، 10:00، 25/04/2017

42- فهـد عبـدالرحمان الشـميمري: **التربيـــة الاعلاميـــة** ،كيـف نتعامـل مـع الاعلام، http:// www.saudimediaeducation.org، 09-04-2017، 10:45 .

43- نسـرين حسـونة : **الاعـلام الجديـد ، المفهـوم و الوسـائل و الخصـائص** ، http://blog.amin.org/nisreenhassouna ، 2017/04/29 / 12:00 .

44- موضـوع : **اكبـر موقـع عربـي بالعـالم** ، htpp://mawdoo3.com / ، 2017/04/10 ، 11:00 .

45- ويكيبيـديا : **or.wikipedia.org/wiki** htpp:// ، 2017/04/10 ، 11:00 .

46- المرســال : موقــع الكترونــي، **htpp://www.almrsal.com** ، 10/04/2017، 11:00 .

47- فايسبوك : / www.faccebook .nass el kherkasserlhiran .com ، 20/04/2017، 15:00 .

48- تـــويتر : **https://twitter.com/yathalema** ، 2017/04/20 ، 15:00 .

49- فايســـــــــبوك: ar.facebook.com/SbahAlkhyrYahrt-https://ar، 2017/04/20 ، 22:00 .

50- فايسبوك: www.facebbok .nesslkheraflo .com ، 2017/04/20 ، 15:00 .

الملاحق

الاستبيان

جامعة عمار ثليجى الاغواط

قسم علوم الاعلام واتصال

تخصص اتصال وعلاقات العامة

عنوان الاستبيان :

" دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة التضامن بين المستخدمين "

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالاغواط

- **الملاحظة الاولى : بين ايديكم استمارة تستخدم كأداة لجمع البيانات والمعلومات ،نرجوا ملأهذا الاستبيان من اجل مساعدتنا .**
- **الملاحظة الثانية :ضع علامة (×) في المكان المناسب للاجابة .**

- **اعداد الطالبين :**

*** زين الدين سيلت .**

*** علال جرادي .**

السنة الجامعية :2017/2016

البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر ☐ انثى ☐

2- السن : 17-19 ☐ 20-25 ☐ 25- فما فوق ☐

3- المستوى الجامعي : 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐

1 ماستر ☐ 2 ماستر ☐

المحور الاول : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

4- هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ؟ نعم ◯ لا ◯

5- كيف تعرفت على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- عن طريق تصفحك للانترنيت ◯
- عن طريق الاصدقاء ◯
- غير ذلك ◯

6- هل لديك فكرة سابقة عن مواقع التواصل الاجتماعي ؟

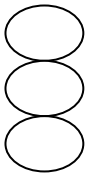
- نعم ◯
- لا ◯
- قليلا ◯

7- ماهي اكثر المواقع التي تستخدمها ؟

- الفيسبوك ◯
- التويتر ◯
- الانستغرام ◯

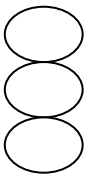
8- ما هي عدد المواقع المشترك فيها ؟

- 02-01
- 05-03
- اكثر من 05



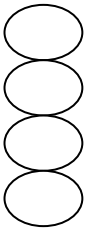
9- هل تجد السهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- نعم
- لا
- احيانا



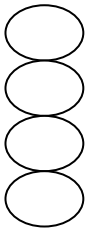
10- ما هو متوسط ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- اقل من ساعة يوميا
- من 01 – الى 3 ساعات
- من 04 – الى 06 ساعات
- غير ذلك



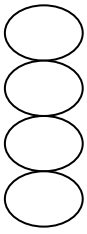
11- ما هي فترات تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- صباحا
- مساءا
- ليلا
- كل الاوقات



12- ما هي اسباب استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي ؟

- البحث عن المعلومات
- الترفيه عن النفس
- التواصل مع الاصدقاء
- الاستفادة من اراء الاخرين



13- ما هي اهم المواضيع التي تتطلع عليها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- الثقافية و الفنية
- العلمية
- الاجتماعية
- اخرى تذكر

14- مع من تتواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- الاصدقاء
- الجمهور العام
- قنوات و برامج
- غير ذلك

المحور الثانى : مساهمة مواقع التواصل الاجتماعى فى دفع المستخدمين فى المشاركة والتضامن فى القضايا المجتمعية

15- هل تتفاعل مع المواضيع المتعلقة بالتضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم لا

16- اذا كانت الاجابة بنعم كيف يتم ذلك ؟

- المشاركة في الاعمال الخيرية
- نشرها على نطاق اوسع
- غير ذلك

17- ما هي اهم المضامين التضامنية التي تتعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تأخذ اهتمامك اكثر ؟

- الاغاثات الانسانية في الكوارث الطبيعية
- المحافظة على البيئة
- تنظيف المساجد و القبور
- مساعدة الفقراء و المحتاجين

18- هل مواقع التواصل الاجتماعي مسايرة للتطورات الحاصلة من اخبار و احداث خيرية في مجتمعك ؟

- نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

19- هل تتفاعل مع القضايا المجتمعية في ولايتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- نعم ☐ لا ☐

20- اذا كانت الاجابة بنعم ما هي طبيعة هدا التفاعل ؟

- التعليق على المنشور ☐
- اعادة النشر ☐
- التحفيز و المشاركة ☐
- دعوة الاصدقاء ☐

21- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المستخدمين للتضامن فيما بينهم ؟

- تعزيز روح المواطنة ☐
- الشعور بالمسؤولية ☐
- اكتساب مهارات جديدة ☐
- اخرى تذكر ☐

22- هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مساعدة في نشر ثقافة التضامن بين المستخدمين ؟

- نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

23- هل تعتبر متابعتك و مشاركتك في قضايا التضامن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من صفات المواطن الصالح ؟

- نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : تاثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة التضامنية لدى المستخدمين فيما يخص القضايا المجتمعية :

24- هل مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على توجيه المستخدمين نحو الاعمال الخيرية و التطوعية المختلفة في المجتمع ؟

- نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐

25- هل مواقع التواصل الاجتماعي تعزز قيم التضامن و فهم مبادئ حقوق الانسان من اجل التعاون في الحاجات المجتمعية ؟

- نعم ☐ لا ☐

26- هل مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة تاثير لاستثمار المستخدمين لاوقات فراغهم لما فيه مصلحة للمجتمع ؟

- نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

27- هل تمكنك مواقع التواصل الاجتماعي في الانخراط في الجمعيات الخيرية من خلال ما تنشره عبر صفحاتها ؟

- نعم ☐ لا ☐

28- هل تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على جعل افراد المجتمع اكثر تماسك و ترابط في قضاياهم المجتمعية ؟

- نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐

29- هل توافق ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوجه المستخدمين الى التضامن اثناء الكوارث الطبيعية ؟

موافق ☐ موافق بشدة ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐ محايد ☐

30- هل تحفزك مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة في الاعمال الخيرية ؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

31- هل مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في نشر ثقافة المشاركة بين المستخدمين في قضاياهم المجتمعية

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐

32- كيف ترى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على علاقتك بالمجتمع ؟

تأثير ايجابي ☐ تأثير سلبي ☐ لا تؤثر ابد ☐

33- هل مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تعزيز الشعور بالمسؤولية بين المستخدمين اثناء الازمات في المجتمع ؟

نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐

34- هل مواقع التواصل الاجتماعي تنمي ثقافة التضامن بين المستخدمين وتجعل الافراد اكثر تماسك وتعاون في قضلياهم المجتمعية ؟

نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐