



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر باتنة 1-



رقم التسجيل: .....

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الرقم التسلسلي: .....

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

**أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل  
القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري  
-دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي-**

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

اسم ولقب المشرف  
أ.د بدر الدين زواقة

اسم ولقب الطالبة  
ريحانة بلوطي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
د. رمزي جاب الله	أستاذ محاضر	رئيسا	جامعة الحاج لخضر باتنة 1
أ.د. بدر الدين زواقة	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقرا	جامعة الحاج لخضر باتنة 1
د. أمينة حمراني	أستاذ محاضر	عضوا مناقشا	جامعة الحاج لخضر باتنة 1
د. عادل جربوعة	أستاذ محاضر	عضوا مناقشا	جامعة صالح بوبليدريس سطيف 3
د. رندة هنوز	أستاذ محاضر	عضوا مناقشا	جامعة محمد المين دباغين سطيف 2
أ.د. نور الدين مبني	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا	جامعة محمد المين دباغين سطيف 2

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



أحمدك يا رب  
في كل حين

إلى روح تترقد عند بارئها حلمت يوماً بهذا الإنجاز:

أبي رحمك الله

إلى شجاعة ولدي برهان وبراءة ابنتي يسازن

إلى كل من كان منها لفتوتي وصبري

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

ريحانة بلوطي

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري \*دراسة ميدانية لعينة

من الشباب الجامعي \*

يهدف البحث الجاري إلى الكشف عن القيم الاجتماعية المتشكلة لدى الشباب الجامعي من جراء استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل الوقوف على نسبة التغير الحاصلة فيها وربطها بما يعرفه المجتمع الجزائري من تغيير في التركيبة الاجتماعية ومحاولة تفسيرها في ضوء الحديث عن وجود التأثير الإيجابي أو السلبي على القيم الاجتماعية المتشكلة عبر المنصات في ضوء ما قدمته نظرية الحتمية القيمة، انطلاقاً من معرفة درجة تداول القيم الاجتماعية عبر هذه المنصات.

وللغوص في هذا البحث فقد استعنا بطرح الفرضيات التالية:

1- يستخدم الشباب الجزائري الجامعي النشر الإلكتروني بمختلف الأساليب لنشر القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2- تساهم المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب الجامعي قيماً اجتماعية ذات بعد اجتماعي.

3- يتداول الشباب منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتثبيت القيم الاجتماعية المكتسبة لدى الشباب الجزائري.

4- تحدث مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً بالإيجاب أو بالسلب على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية المعتمدة على منهج المسح لعينة عرضية مكونة من 375 شاب جامعي جزائري موزعا عبر 22 ولاية جزائرية من أصل 58 ولاية، وعلى 25 بين جامعة ومركز جامعي، من خلال

استخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات في الأبحاث المتعلقة بالجمهور. وخلصت النتائج الرئيسية إلى ما يلي:

1- يعتبر موقع الفيس بوك أكثر المواقع رواجاً بين المواقع الاجتماعية، والأكثر طرحاً وتداولاً للقيم الاجتماعية عن غيره من خلال استخدام طرق تداول الفيديوهات والصور بكثرة.

2- ترتسم معالم القيم الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي بإرادة الشباب الجامعي الجزائري من أجل نشرها بطرق النشر الإلكتروني الموجودة من خلال التركيز عليها انطلاقاً من دورها في بناء النسيج الافتراضي واعتبارها من مؤسسات التنشئة الاجتماعية كونها تدرج ضمن وسائل الإعلام.

3- استخدام الشباب الجامعي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي في السياق القيمي يأتي من منطلق البحث عن تعزيز القيم الاجتماعية: القيم التي تربط علاقة الفرد بالفرد أو بالأسرة أو بمحيطة الاجتماعي لمناسبة البيئة الرقمية لذلك وعملاً منهم على نقل الحضور الفعلي إلى بيئة الحضور الاجتماعي الشبكي.

4- أكدت الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تداول القيم الاجتماعية الإيجابية من خلال التوجه نحو تعزيزها أكثر، فيما تم طرح القيم الاجتماعية السلبية من باب التنويه بوجودها والعمل على تغييرها والحد من توسع دائرة انتشارها.

**Résumé :**

*L'impact de l'utilisation des réseaux sociaux sur la construction des valeurs sociales chez la jeunesse algérienne.*

*Une étude de terrain sur un échantillon de jeunes universitaires.*

La présente recherche vise à révéler les valeurs sociales construites chez les jeunes universitaires suite à leur utilisation des réseaux sociaux. Ceci se fait dans l'intention de déterminer le taux de changement qui s'est opéré chez eux et de le relier aux changements qui se sont produits dans la société algérienne, en essayant de l'expliquer à la lumière des données qui prétendent l'existence d'un impact positif ou négatif sur les valeurs sociales construites à partir de ces plateformes voire ces réseaux sociaux, et aussi à l'appui de ce qui a été présenté dans la théorie du " déterminisme de valeur " qui repose sur la connaissance du degré de circulation de ces valeurs sociales sur ces plateformes.

De prime abord, nous avons émis les hypothèses suivantes :

- 1- Les jeunes universitaires utilisent des publications électroniques de manières différentes pour diffuser des valeurs à travers les réseaux sociaux.
- 2- Les contenus publiés sur les réseaux sociaux contribuent à apporter aux jeunes universitaires des valeurs sociales à dimension sociable.
- 3- Le jeune universitaire fait circuler des publications sur les réseaux sociaux pour promouvoir et établir les valeurs sociales déjà acquises par la jeunesse algérienne.
- 4- Les réseaux sociaux ont un impact positif / négatif sur les valeurs sociales des jeunes algériens.

Cette étude s'inscrit dans le cadre des études descriptives qui reposent sur la méthode d'enquête auprès d'un échantillon de 375 jeunes universitaires algériens

répartis dans 22 wilayas sur 58 wilayas, et 25 établissements entre université et centre universitaire, nous avons utilisé un questionnaire électronique comme outil de collecte des données auprès d'un public averti.

Les principaux résultats sont:

1- Facebook est le site le plus populaire parmi les réseaux sociaux, et le plus diffusant des valeurs sociales que les autres réseaux et cela renvoie à l'utilisation des méthodes de partage vidéo et photos.

2- Les caractéristiques des valeurs sociales se présentent sur les réseaux sociaux par la volonté des jeunes universitaires qui les publient électroniquement en se concentrant sur les valeurs et leur rôle dans la construction d'un tissu virtuel, aussi ils les considèrent comme des institutions de socialisation vu qu'ils sont déjà inclus dans les médias.

3- L'utilisation des réseaux sociaux dans le cadre des valeurs part du postulat de la recherche de consolidation des valeurs sociales : les valeurs qui relient l'individu à l'individu, l'individu à la famille et l'individu de son environnement social, et ceci dans la finalité de rendre l'environnement numérique compatible à l'environnement social, parfois même dans le but de transmettre la présence réelle à une présence virtuelle sur les réseaux.

4- L'étude a mis l'accent sur le rôle des réseaux sociaux dans la circulation des valeurs sociales positives en allant vers leur valorisation, tandis que les valeurs sociales négatives ont été présentées comme une constatation dont il faut limiter l'expansion.

فنا در سینه  
ما سر سزایا

دلم خستنی و افشار  
ما سر سزایا

ملخص الدراسة

I ..... فهرس المحتويات

I ..... فهرس الأشكال

أ ..... مقدمة

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي

12 ..... تمهيد

13 ..... أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

13 ..... -1 الإشكالية

15 ..... -2 تساؤلات الدراسة

17 ..... -3 أسباب اختيار الموضوع

19 ..... -4 أهمية الدراسة

21 ..... -5 أهداف الدراسة

22 ..... -6 الدراسات السابقة

35 ..... -7 مفاهيم الدراسة

41 ..... -8 فرضيات الدراسة

42 ..... -9 الإطار النظري للدراسة

49	.....ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة.
49	.....1- نوع الدراسة
50	.....2- المنهج المستخدم
52	.....3- مجالات الدراسة
53	.....4- عينة الدراسة
55	.....5- أدوات جمع البيانات
60	.....6- الأساليب الإحصائية المستخدمة
71	.....مراجع الفصل الأول.

## الفصل الثاني: مداخل الفهم وسياقات التداول

78	.....تمهيد
79	.....1-الإشكالات اللغوية لضبط مفهوم القيم
80	.....2-المنطلقات الاصطلاحية لضبط مفهوم القيم
88	.....3-العرض التاريخي لنشأة القيم
89	.....4-خصائص القيم وتصنيفاتها
96	.....5-مكونات القيم ومراحل تشكلها
99	.....6-محددات اكتساب نسق القيم
102	.....6-جدوى القيمة للفرد والمجتمع
105	.....خاتمة الفصل

106 .....مراجع الفصل الثاني

## الفصل الثالث: مقارنة نظرية لمواقع التواصل الاجتماعي

114 .....تمهيد

115 .....1-مواقع التواصل الاجتماعي وإشكاليات المفهوم

115 .....أ/مواقع التواصل الاجتماعي وسائل وخدمات

116 .....ب / مواقع التواصل الاجتماعي منظومات الكترونية

116 .....ج/مواقع التواصل الاجتماعي منصات للتفاعل

118 .....2-مواقع التواصل الاجتماعي عوامل الظهور والتطور

118 .....النمط الأول: تقسيم نشأة المواقع إلى مرحلتين

118 .....النمط الثاني: تطور مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على الكرونولوجيا

119 .....3-أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وتقسيماتها

123 .....4-خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

125 .....5-ولوح مواقع التواصل الاجتماعي ومضمونها

126 .....6-أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

132 .....7-تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

137 .....خاتمة الفصل

138 .....مراجع الفصل الثالث

## الفصل الرابع: القيم الاجتماعية لدى الشباب: ثنائية التعزيز والصراع.

146 .....تمهيد

147 .....1-الأدوات البحثية المستخدمة في قياس القيم

147 .....-1 المشاهدة أو الملاحظة

147 .....-2 تحليل المضمون

148 .....-3 الاستخبارات أو الاستبيان

148 .....2-مقاييس الاستبيانات المستخدمة البحث القيمي

149 .....-1 الاستبيانات التي تبني على أسئلة الاختيار من بدائل

150 .....2-الاستبيانات التي تبني على أساس الترتيب

153 .....3-القيم الاجتماعية: تشكلها وتغيرها

156 .....4-دور التكنولوجيا في تغير القيم الاجتماعية

159 .....5-أزمة القيم في الحضارة المعاصرة

161 .....6-الصراع القيمي والشباب

163 .....7-التأثير القيمي على الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي

167 .....خاتمة الفصل

168 .....مراجع الفصل الرابع

## الفصل الخامس: نتائج الدراسة الميدانية

### التحليل والاستنتاجات

174	.....	المحور الأول: محور البيانات السوسيوديموغرافية
174	.....	1- الجنس
175	.....	2- السن
176	.....	3- المستوى الجامعي
183	.....	المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي
204	.....	المحور الثالث: دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة
216	.....	المحور الرابع: حضور القيم في مواقع التواصل الاجتماعي
229	.....	المحور الخامس: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية
256	.....	مراجع الفصل الخامس

### الفصل السادس: النتائج العامة للدراسة في ضوء المرتكزات المنهجية

263	.....	1-/النتائج العامة للدراسة
277	.....	2 / نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
281	.....	3/ نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
284	.....	4/ عرض نتائج الدراسة في ضوء النظرية المستخدمة

287 .....خاتمة وتوصيات

## ثبت الدراسة

289 .....قائمة المصادر والمراجع

308 .....الملاحق

فما من شيء (جبر) إلا ما  
ما أسر سريا ما أسر سريا

والله سئنا ما  
ما أسر سريا ما أسر سريا



216	يوضح ترتيب المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الجامعي في طرح القيم.	28
218	يوضح مجالات القيم الأكثر تداولاً بين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي.	29
219	درجة حضور القيم في مواقع التواصل الاجتماعي.	30
221	يوضح الخيارات التي يستخدمها الشاب الجامعي للتعبير عن القيم في مواقع التواصل الاجتماعي.	31
223	درجة تداول المنشورات التي تحمل القيم الاجتماعية الايجابية بين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي.	32
229	يوضح توجه الباحثين لنشر منشورات تحمل قيماً اجتماعية عبر المواقع حسب متغير الجنس.	33
230	يوضح توجه الباحثين لنشر منشورات تحمل قيماً اجتماعية عبر المواقع حسب متغير السن .	34
232	يوضح طريقة تفاعل الباحثين مع المنشورات التي تتضمن قيماً اجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي.	35
234	يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لديك ككتاب.	36
236	السلوكات الاجتماعية التي تحمل قيماً اجتماعية عززها استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.	37
240	يوضح درجة تداول الشباب للمنشورات التي تحمل قيماً سلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	38
242	يوضح القيم الاجتماعية السلبية التي تطرح كسلوكيات اجتماعية متداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	39
246	يوضح طريقة تفاعل الباحثين حيال القيم الاجتماعية السلبية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي.	40
247	يوضح طريقة تفاعل الباحثين حيال القيم الاجتماعية السلبية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي.	41
249	يوضح كيف تأثرت قيمك الاجتماعية نتيجة تكرار التعرض للمضامين القيمة الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي.	42
251	يوضح طبيعة تأثير في القيم الاجتماعية بالمضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي.	43
253	يوضح طبيعة التأثير في القيم الاجتماعية بالمضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي.	44

# فهارس الرسائل العلمية

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح مكونات القيم.	98
02	تصور للخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.	122
03	يوضح توزيع الباحثين وفقا للجامعات الجزائرية.	179
04	يوضح توزيع مفردات العينة حسب مكان الإقامة.	182
05	يوضح كيفية استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.	183
06	يوضح ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة.	188
07	يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في استخدام المواقع.	195
08	يوضح الوقت المفضل لتصفح المواقع لدى أفراد العينة.	197
09	يوضح اللغات التي يستخدمها أفراد العينة في التواصل عبر المواقع.	202
10	يوضح الأطراف التي يتفاعل مع أفراد العينة في المواقع.	203
11	يوضح الخدمات التي يتابعها أفراد العينة ويتابعونها عبر المواقع.	206
12	يوضح المجالات التي يتابعها الباحثون عبر المواقع.	208
13	يوضح دوافع الباحثين لتصفح المواقع.	211
14	يوضح دوافع الباحثين لفتح حسابات في المواقع.	212
15	يوضح ترتيب المواقع المستخدمة في مجال القيم من طرف الباحثين.	217
16	يوضح مجالات القيم الأكثر تداولاً من قبل الباحثين.	219
17	يوضح درجة حضور القيم في المواقع حسب الباحثين.	221
18	يوضح الخيارات التي يستخدمها الباحثون للتعبير عن القيم.	222
19	يوضح توجه الباحثين لنشر منشورات ذات قيم اجتماعية عبر المواقع.	229
20	يوضح توجه الباحثين لنشر القيم الاجتماعية عبر المواقع حسب متغير السن.	232
21	يوضح طريقة تفاعل الباحثين مع المنشورات القيمة.	234
22	يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية .	235
23	يوضح درجة تداول الشباب للمنشورات التي تحمل قيماً سلبية لدى الباحثين.	241
24	يوضح طريقة تفاعل الباحثين حيال القيم السلبية الاجتماعية المطروحة في المواقع.	247
25	يوضح تغير مفهوم بعض القيم الاجتماعية لدى الباحثين.	249
26	يوضح كيف تأثرت القيم الاجتماعية نتيجة تكرار التعرض للمضامين القيمة.	251
27	يوضح طبيعة تأثير القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	255

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
مَقَدِّمَةٌ  
أَوْ شَرَاهَا

تبرز مسألة تداول ودراسة القيم المختلفة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية كواحدة من القضايا ذات البعد المتعدد والمعقد في الوقت نفسه، باعتبارها من مقومات بناء الشخصية لكل فرد، ومحددات معالم السلوك الإنساني. ونظرا لما تكتسبه من ضرورة اجتماعية في تحقيق الترابط والحفاظ على بناء النسيج الاجتماعي وعاملا في رسم المعالم الأساسية للتوجه الذي يضبط العلاقات بين مختلف الشرائح وكذا الوظائف الاجتماعية المخصصة لكل عنصر في التركيبة العامة ضمن النظام الكلي الاجتماعي. فدرست بذلك القيم من إسقاطات نظرية متعددة بنيت في بدايتها على المنظور الفلسفي المجرد ثم جاءت المحاولات بالنزول بها إلى ميدان البحث في علوم الاجتماع وعلم النفس والإعلام... الخ؛ إذ توجهت الأبحاث الإمبريقية والتحليلية إلى محاولة الكشف عن الدور والتأثير الذي تحدثه القيمة كعلامة فارقة في السلوك الإنساني لدى أفراد المجتمع من زوايا متعددة وإسقاطات منهجية متباينة بحسب كل حقل معرفي وبما يتماشى مع خصوصية الخطوات المنهجية المستخدمة والأدوات المساعدة في الوصول إلى المطلوب .

بالموازاة مع تنامي الحس البحثي لدى الدارسين لمستجدات المسائل البحثية الجوهرية حول ما تحثه التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال من خلال المضامين المتداولة عبر الوسائل المختلفة فُتِح المجال لدراسة كل الظواهر الإعلامية ذات الصبغة الاجتماعية القديمة والجديدة على حد سواء، فتوسعت الأبحاث وتنوعت الأدوات والوسائل التي كانت تشير في نهايتها إلى حدوث التأثير والتأثر بالمضامين المنشورة على الرغم من اختلاف الأطر النظرية التي كانت تنطلق منها هذه الدراسات في تفسير حدود وآلية حدوث ذلك في الوسائل التقليدية. ولم تخرج تفسير النتائج عن مجال التأثير المباشر أو التراكمي أو المحدود وغدت القضايا البحثية معروفة التوجه والمأل في النهاية إلى حين قدوم الوافد الجديد من التطبيقات التي أوجدها الجيل الثاني من الويب 2.0 من خلال وسمها بالجديدة والرقمية والتفاعلية اللامتناهية مفسحة المجال أمام المهتمين للخوض في التأثيرات الناجمة عن هذا التطور في بيئة مختلفة المعالم تماما عن البيئة التي كانت تدرس من قبل.

لذا انكبت الدراسات في المجال القيمي الإعلامي على محاولة معرفة الجدلية الأزلية بين الثنائيات: (التثبيت /التعزيز) وبين (الصراع /التوافق) وبين (الإكساب /الفقد)، وانقسمت الفرق بين من يشيد بالدور الكبير لوسائل الإعلام الجديدة في ضبط القيم المكتسبة من المؤسسات الاجتماعية الأولى للفرد: الأسرة، المدرسة، المحيط الاجتماعي كوجهة نظر أولى،

وبين من يوجه أصابع الاتهام إليها كسبب جوهري في حدوث الخلل الوظيفي للتركيبة الاجتماعية في ظل ما جاءت به نتائج الدراسات والأبحاث الإمبريقية التي أكدت وجود صراع بين القيم المكتسبة لدى الفرد بفعل التغير التكنولوجي والذي بدوره أدى إلى سقوط أو انسحاب القيم وتراجعها لأسباب عديدة ومتعددة.

من هنا جاءت الدراسات الإعلامية القيمة من قبل المنكبين على الدور الثنائي للقيم وللوسائل الإعلامية منقسمة في البحث إما عن تأكيد الطرح الأول وتفنيد الطرح الثاني أو العكس من ذلك، لتقديم تفسيرات عقلية منطقية لحدوث التغير الاجتماعي الحاصل بفعل التطبيقات التي أوجدتها الانترنت وتحديد مواقع التواصل الاجتماعي، التي شكلت مجالاً خصبا لدراسة القيم من مداخل عديدة وبتنظيرات متفاوتة في تحليل وتفسير الثبات أو التغير الحاصل في سلم القيم المطروحة للدراسة الميدانية بالرغم من صعوبة ضبطها في البيئة الرقمية التي لا تعرف حدوداً للمجتمع المدروس أو وسيلة واحدة تفضي إلى نتائج توصف بالدقة المتناهية. فدرست بذلك القيم بالاستناد على مقاييس صممت من قبل علماء علم الاجتماع وعلم النفس بالدرجة الأولى، وتم تبرير التغير أو الثبات القيمي في حدود العودة إلى خصوصية المقياس القيمي ونوعية الأداة البحثية المستخدمة. وهو ما جعل الباحثين في حقل الإعلام يخوضون في محاولة البحث عن مناهج مستقلة لدراسة القيم تستند إلى علم الإعلام والاتصال باعتباره علماً له أدواته ووسائله الخاصة، فجاءت الدراسات الإعلامية القيمة لمواقع التواصل الاجتماعي من منطلق نظرية الحتمية القيمة كمحاولة لطرح بديل منهجي منفرد بدراسة تواجد القيم في المضامين الإعلامية المختلفة بشكل عام، ولأجل الكشف عن الأثر المترتب عن زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالرغم من الصعوبات التي تكتنف هذه النظرية في تأكيد شرعيتها وقبول طرحها لجملة من المفاهيم والأدوات والوسائل المستخدمة في دراسة الظاهرة القيمة الاتصالية. إلا أن تزايد الإقبال على طرح افتراضاتها في دراسة حقل التأثير الإعلامي لوسائل الإعلام الجديدة -على وجه الخصوص- لدى مختلف الشرائح الاجتماعية، جعل من الخوض فيها بالتجريب والاستكشاف مكسباً علمياً للمهتمين بالقيم من وجهة النظر التي قدمتها النظرية.

وهو ما تحاول هذه الدراسة العمل به من خلال التوجه إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية في ظل الملامح التي تطرحها المجتمعات الافتراضية. ومحاولة التأسيس لها في البيئة الرقمية المتاحة للمستخدمين لها التي أحدثت نقلة نوعية في نوعية العلاقات والتفاعلات الاجتماعية نتيجة الانفتاح اللامحدود على

الآخر وفي ظل تنوع المضامين المتداولة في مثل هذه المواقع وصعوبة الرقابة عليها فإن مسألة التصديق تبدو مطروحة بقوة لكل ما يتداول أو ينشر من قيم مختلفة أو التعامل معها بحساسية كمنوع ثقافي يمكن أن يحدث الأثر.

إنّ طرح مسألة التشكل أو التغير للقيمة على مواقع التواصل الاجتماعي يبرز كمسألة ملحة بالعودة لخصوصية الشريحة العمرية المدروسة على غرار شريحة هامة في المجتمع الجزائري وهي شريحة الشباب الجامعي باعتبارها مرحلة حساسة تتبلور فيها الملامح العامة للفرد، ومحطة يكتمل فيها النضج الفكري والسلوكي والقيمي أيضا إما بتعزيز القيمة الاجتماعية وتأكيدا أو العمل على تمحيصها وإعادة تشكيلها في المجموعات الافتراضية كعلم جديد. وبالتالي تثبيتها كقيمة جديدة في المجتمع الافتراضي. وهو ما تسعى هذه الدراسة للخصوص فيه بمحاولة الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية في البيئة الافتراضية لدى الشباب الجامعي الجزائري.

وعلى ضوء هذا الطرح قسمت الباحثة الدراسة إلى الفصول التالية:

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة:

ويضم هذا الفصل الإشكالية المطروحة للبحث والأسئلة المتفرعة عنها، وكذا الأسباب التي دفعت الباحثة إلى اختيار هذا الموضوع، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها في نهايته، وأهميتها العلمية والعملية، إضافة إلى الدراسات السابقة المحلية والعربية، والإطار النظري المفسر لها وفرضياتها البحثية، كما تم التطرق على المفاهيم الخاصة بهذه الدراسة وإجراءاتها المنهجية المختلفة.

## الفصل الثاني: القيم مداخل الفهم وسياقات التداول

يتطرق هذا الفصل إلى محاولة ضبط الإشكالات اللغوية والمنطقات الاصطلاحية في التأسيس لفهم ماهية القيم، مع عرض تاريخي لنشأتها، وكذا خصائصها وتقسيماتها المختلفة، وكذا مراحل تشكلها ومكوناتها، ثم التعرّيج إلى محددات اكتساب النسق القيمي ونختم بالجدوى الاجتماعية لها.

## الفصل الثالث: مقارنة نظرية لمواقع التواصل الاجتماعي

وفيه يتم عرض مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد المسميات وإشكالات المفهوم، مروراً إلى نشأتها وتطورها وتأثيراتها مع ذكر بعض أنواعها الأكثر تداولاً بين الشرائح الاجتماعية.

## الفصل الرابع: القيم الاجتماعية ثنائية التعزيز والصراع

تندرج ضمنه مجموعة من العناصر بدءاً من القيم الاجتماعية ومقاييس ضبطها والأدوات البحثية المستخدمة في قياسها ثم دور التكنولوجيا في تغير القيم، وأزمة القيم في الحضارة المعاصرة والصراع القيم الناتج عن ذلك.

## الفصل الخامس: الدراسة الميدانية: التحليل والاستنتاجات

تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية التي أجريت على 375 مفردة بحثية من الشباب الجامعي الجزائري، مع عرض المحاور التي انبثت عليها الدراسة ومحاولة تقديم تفسيرات للنتائج المتوصل إليها.

## الفصل السادس: النتائج العامة للدراسة في ضوء المراكز المنهجية

وفيه يتم عرض نتائج الدراسة النهائية في ضوء الفرضيات البحثية والدراسات السابقة وأيضاً في ضوء النظرية البحثية المستخدمة بالإضافة إلى خاتمة البحث وتوصياته.



## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

### أولاً: الإطار المفاهيمي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- الدراسات السابقة.
- 6- تحديد المفاهيم
- 7- فرضيات الدراسة.
- 8- الإطار النظري للدراسة

### ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- 1- نوع الدراسة.
- 2- المنهج المستخدم
- 3- مجالات الدراسة
- 4- عينة الدراسة
- 5- أدوات جمع البيانات
- 6- الأساليب الإحصائية المستخدمة.

### مراجع الفصل الأول

## تمهيد

إنّ نقطة الانطلاق لكل باحث بعد نضج موضوعه فكرياً تبدأ بمرحلة تحديد مشكلة البحث وما ارتبط بها من الخطوات المنهجية الأخرى، فلا يكاد يخلو أي بحث أكاديمي من هذا الفصل الأساسي الذي يعتبر بمثابة القاعدة والركيزة لما سيتم بعده من فصول ومباحث ومطالب وما يأتي بعدها من خطوات بحثية حتى يتوصل الباحث إلى إرساء نتائج البحث وتوصياته كآخر الخطوات للعمل العلمي. إن توجه الباحثة إلى إعطاء الأهمية البالغة لهذا الفصل لهو إيمان بأن سلامة وسلاسة هذا الفصل من كل جوانبه المعرفية سواء فيما تعلق بطرح الإشكالية أو في تبرير اختياراتها العلمية أو تبنيها لأدوات منجية معينة هو رسم لطريق انجاز هذه الأطروحة وبقدر ما يكون الملمح العام واضحاً فإن الدرب العلمي الذي ستسلكه الباحثة سيكون سهلاً وواضحاً.

لذا فإن تقسيم هذا المنطلق العلمي إلى فصلين يعد اجتهاداً من الباحثة لضمان تنظيم الطرح المنهجي للموضوع في صورة منسجمة ومرتبّة، تسهل على القارئ فهم المحتويات بكل أريحية وتضع له الركيزة لمواصلة التفاعل مع المادة العلمية التي ستسجل في هذا الموضوع بخط يحقق الفائدة منه.

يحمل الفصل الأول عنوان: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية، ويضم مبحثين الأول خصصناه للحديث عن مشكلة هذا البحث ونعرج من خلاله إلى تحديد أهدافه وأهميته وصولاً عند تحديد مفاهيمه الأساسية، فيما جاء المبحث الثاني مفصلاً لكل الإجراءات المنهجية التي سيتم اعتمادها في هذه الدراسة، ممكنة ترجمة أفكار الباحثة من مفردات وجمل وعبارات إلى مجموع من الأرقام والدلالات الإحصائية التي تعطي للدراسة بعداً دقيقاً.

وعليه نستعرض هذه العناصر كما يلي:

## أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

## 1- الإشكالية:

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي social media مظهراً اتصالياً بارزاً في القرن الحادي والعشرين، من منطلق التطبيقات التي أتاحها مرحلة الانتقال من الويب 1.0 إلى الويب 2.0 - ذات المرونة في التعامل والآنية في التفاعل والفورية في الانتقال عبر نوافذ الانترنت، من خلال تقريب المسافات بين المناطق الجغرافية المتباعدة وجمع الاختلافات العرقية والفكرية حول قضايا مشتركة جعلتها منصات اجتماعية تشبيكية بامتياز، محاكية في طرحها لما يتم تداوله في الواقع الاجتماعي المعاش ومشكلة نمطاً افتراضياً تواصلياً، يناقش العديد من المسائل في حياة الأفراد بل ومظهراً مؤرقاً للكثير من حكومات الدول من منطلق بروزها كقوى سياسية بالغة في قيادة وتوجيه الرأي العام نحو قضايا هامة، معلنة بذلك انسحابها من الدور التواصلي التعارفي الذي أوجدت له لأول مرة لتصبح محط أنظار الباحثين ومجالاً خصباً جديداً للدراسة والتحليل في مجال التطور التكنولوجي.

إنّ موجة من الانتشار والذيعوع لهذه المواقع الاجتماعية بالمقارنة مع الانطلاقة المحتشمة التي عرفتها في الدول العربية أبانت عن نمط جديد في التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمعات العربية بما في ذلك شريحة الشباب، هذا الأخير الذي توجه ليبنّي في بيئة افتراضية معالم هويته بمقومات أساسها الحاسوب أو حتى الهاتف الذكي المتصل بشبكة الانترنت، وحساب ينشئه المستخدم بمقاييسه المرغوبة وبمقوماته الشخصية المغايرة في كثير من الأحيان لهويته الحقيقية، فيجد نفسه أمام ما ينشر من منشورات على جدارياتها من صور وفيديوهات وروابط تشعبية hypertext تجعله يقضي وقتاً طويلاً أمامها دون أن يشعر بذلك.

وفي ضوء زيادة الإقبال عليها تضاعف عدد المستخدمين وتوسعت القاعدة الجماهيرية للمنخرطين فيها، شكلت خارطة جديدة لبناء العلاقات الاجتماعية. فتحول بذلك الاهتمام البحثي في حقل الإعلام الجديد من الانترنت إلى تطبيقاتها، ومن رصد عدد مالكي أجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبكة إلى عدد الحسابات الشخصية لكل مستخدم على موقع الفيس بوك وتويتر وانستغرام وقوقل بلاس وإلى ارتفاع زيادة المشاهدات لمقاطع الفيديو على اليوتيوب وغيرها إلى محاولة معرفة التأثيرات الناتجة عن زيادة الاستخدام وكثافة التعرض.

إنّ التحول الذي خلقته مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب العربي والجزائري بوجه الخصوص طرحت زوايا بحثه من جوانب التأثير والتأثر في محاولة معرفة التغير الذي أحدثته-ولا زالت- هذه التطبيقات على البناء الاجتماعي ككل وعلى تركيبة ومقومات شخصيته من تغيير في نمط تفكيره وسلوكه ودراسة القيم والسلوكيات والمظهر الخارجي والتوافق الأسري والاجتماعي الناجم عن ذلك ، دون التغافل عن دور تطبيقات الإعلام الجديد في ترسيخ النظام الاجتماعي فضلا عن قيامها باستحداث قيم وسلوكيات جديدة توحى في أولها إلى تعاضل دورها في مجال البحث القيمي.

إنّ الطرح الإعلامي القائل باعتماد الفرد اليوم على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تكوين القيم واكتسابها بل وحتى في تغيير قيمه بأخرى يراها ملائمة لتوجهه، يدخل في سياق الأهمية التي تكتسبها القيمة في المجال السوسيو إعلامي ودورها في البناء والتغيير الاجتماعي بالدرجة الأولى، وكذا ارتباط مفهومها بوسائل الإعلام الجماهيري كأحد العوامل الأساسية في عملية خلق وتثبيت وتغيير القيم داخل المجتمعات (شيركو و هذار..2019.ص182) بالدرجة الثانية، واعتبارها من روافد بعث القيم عبر الأجيال بعد تراجع دور الأسرة الممتدة وانحسارها في الأسرة النووية المكونة من الأم والأب والإخوة ووسائل الإعلام، هذه الأخيرة شكلت مرجعا قيميا يمكن الاعتماد عليه في عملية الاكتساب والترسيخ والتغيير .

ومنه فقد كان للإعلام التفاعلي بوسائله وتطبيقاته المختلفة الدور الواضح في التنشئة القمية للشباب، حيث ارتأى العديد منهم اللجوء إلى مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها في نظرهم مصدرا لث قيم متعددة ومختلفة، وهو ما أدى إلى التغيير في مظاهر عديدة للحياة كتنقلص دائرة العلاقات الاجتماعية بالموازاة مع زيادة العلاقات الافتراضية وتداخل الحدود بين الهوية الفردية والهوية الافتراضية وبروز المجتمعات الافتراضية ، في سياق افتراضي يؤكد على دورها في تعزيز القيم المكتسبة وتقويتها أو العمل على تشكيل وبناء ملامحها على البيئة الرقمية الافتراضية .

إنّ تعدد المجتمعات الشبكية في الآونة الأخيرة وطرحها لقيم الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمسألة جوهرية تستحق الفصل في سياق ارتباطها بوسائل الإعلام الجماهيرية كعامل بارز في عملية خلق وتثبيت القيم داخل النسيج ومن منطلق دورها في عملية البناء والتغيير الاجتماعي ، باعتبارها مرآة عاكسة لشخصية الشباب في المجتمعات

نظرا لمرونتها ونسبيتها واختلافها من مجتمع إلى آخر. جعل من الخوص في هذا المجال البحثي أكثر تعقيدا وصعوبة في ظل توظيف المقاييس البحثية الغربية في دراسة القيم الاجتماعية العربية في هذه المواقع ، وفي ظل التأخر النسبي لهذه الدراسات العربية واللجوء إلى تطبيق مقاييس توصف بالتنوع وعدم التخصص في الاتصال الجماهيري (المكي.2016.ص281).

وبالرغم من ذلك جاءت المحاولات البحثية الجادة في سبيل كشف الأثر الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على سلم القيم المختلفة بما فيها القيم الاجتماعية لدى شرائح المجتمع: الأطفال والشباب بشكل مكثف لما تعرفه هاتان المرحلتان من خصوصية في تشكيل القيم وتثبيتها، وجاء الاستناد النظري مبني على المقاييس اختبار القيم المقدمة من قبل الباحثين في هذا المجال، فتنوعت بذلك التقسيمات وتعددت التفسيرات على ضوءها، على غرار ما قدمه الدكتور عبد الرحمن عزي في إطار نظريته الحتمية القيمة الإعلامية التي تستند إلى افتراضات ومفاهيم مستقلة عن المناهج البحثية مشتملة على المعاني والدلالات المعرفية المرتبطة بالمرجعية الدينية في تحليل القيمة على السياقات الثقافية والحضارية، وتفسر في ضوءها بالاعتماد على تحديد الأدوات البحثية المطبقة على الشباب العربي بشكل عام والجزائري على وجه الخصوص .

وعلى ضوء ما تقدم فقد جاءت إشكالية هذا البحث في سياق دراسة قيم الشباب الجامعي باعتباره شريحة فاعلة، وكقاعدة أساسية في التركيبة المجتمعية، يتابع ويتفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وينشر ويعلق على ما يوجد فيها من محتويات تدخل في دائرة القيم الاجتماعية المكونة لشخصيته، في محاولة لإبراز جوانب التأثير والتأثر في تشكيل هذه القيم أو في تحييدها، سواء ما ارتبط منها بالقيم الاجتماعية الايجابية أو القيم الاجتماعية السلبية وفي ضوء ما سلف ذكره نطرح التساؤل المحوري:

ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

## 2- تساؤلات الدراسة:

بعد طرح التساؤل الرئيسي والذي يعد محور الدراسة التي سيجريها الباحث سواء كان هذا السؤال استفهاميا أو جاء في شكل جملة تقريرية، تنساق لذهن الباحث تساؤلات أخرى تكون متفرعة عن الطرح الرئيسي

الذي تبناه وتمس جوانب مختلفة من موضوعه، تفكك جوانبه وتجزؤه إلى وحدات تساهم في فهم المشكلة أكثر وتوجه الباحث نحو سياقات معرفية محددة، وبين طرح التساؤلات والفرضيات فإن الباحثة ترى طرح التساؤلات الفرعية أنسب لهذا الموضوع مبررة طرحها بما يلي:

- في ظل معالجة متغيرات الدراسة فإن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من القضايا التي طرحت الكثير من الإشكالات الخصب للبحث وفتحت أبوابا كثيرة للغوص في أرقام وإحصائيات كثيرة، وتمظهرت عديدة وقف المنظرون في جدل حولها، خصوصا وان الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي غير مستقر بين كونها مظهرا من مظاهر الإعلام الجديد وبين نفي حقيقة الإعلام الجديد والاكتفاء بترجيح القول إلى أنها وسائل وتطبيقات جديدة لا غير.
- الطرح المعقد الذي يمتاز به القيم والتنوع في التقسيمات التي تعرفها هذه الأخيرة بتنوع تخصصات العلوم من الفلسفة إلى علم الاجتماع إلى التاريخ إلى الإعلام وغيرها من الحقول المعرفية الأخرى، وفي ظل الحديث أيضا عن تغيرات في خصوصية المجتمع وتركيبته بل وحتى في مكوناته ولبناته الأساسية، بحيث أصبح الحديث عن المجتمع الافتراضي والتفاعلات الافتراضية ووجود تأثيرات افتراضية... الخ فكل هذا جعل الباحثة تفضل العمل بطرح تساؤلات بعيدا عن تبني فروض قد تتغير متغيراتها وتشبك أكثر سبر غور الموضوع.

إنّ تساؤلات البحث لا تخرج عن كونها: إما تساؤلات استكشافية يحاول الباحث من خلالها فهم أو إيضاح المشكلة المراد بحثها، أو تكون وصفية من خلال قياس الأبعاد الكمية للظاهرة أو المجال المدروس، أو تفسيرية تبحث في الأسباب أو النتائج والآثار أو تقييمية تتعلق بالتوصيات وكيفية تحسين الواقع المدروس. وقد حاولت الباحثة تنويع التساؤلات بين مجالات الطرح الموجودة إثراء منها للموضوع. وفيما يلي عرض لتساؤلات الدراسة:

#### ○ تساؤلات خاصة بالاستخدامات والإشباع:

✓ ما هي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي؟

- ✓ ما هي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي؟
- ✓ ما هي الإشباعات المحققة من وراء استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي؟

### ○ تساؤلات خاصة بالقيم الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ ما هي طرق وأساليب عرض الشباب الجزائري الجامعي للقيم الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ هل يمكن أن تؤدي المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير القيم الاجتماعية المكتسبة لدى الشاب الجزائري؟
- ✓ فيم يكمن التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشاب الجزائري؟
- ✓ ماهي التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشاب الجزائري؟
- ✓ ماهي التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية لدى الشاب الجزائري؟

### 3- أسباب اختيار الموضوع:

لكل فعل مجموعة من المبررات التي تجعله منطقيًا ومقبولًا لدى فاعله، بل وتمنحه القوة للدفاع عنه والتمسك به، أما إذا ما تعلق الأمر بالحديث أسباب اختيار الموضوع كخطوة بحثية من الخطوات المهمة في مسار أي باحث يقوم من خلالها برصد مجموعة من الحجج التي يبرر بها توجهه نحو الموضوع المدروس، فهي بمثابة إعطاء شرعية علمية لتناوله إشكالية هذا البحث. والأسباب بدورها ترتبط بجانب نفسي تحركه الرغبة الشخصية والميولات والاتجاهات بالدرجة الأولى، وأسباب ترتبط أشد الارتباط بالموضوع. وأيا كانت هذه أو تلك فإنها تضيء قوة في طرح الباحث لمشكلته العلمية وتجعله في موطن التبرير لها والدفاع عنها إذا اقتضى الأمر ذلك.

وترجع ميول الباحثة إلى معالجتها لإشكالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي إلى العديد من الاعتبارات المحفزة لخوض غمار البحث في هذا الأخير والمتمثلة في:

## 3-1 الأسباب الذاتية:

✓ توجه الباحثة إلى معالجة موضوع شبكات التواصل الاجتماعي هو بالأساس من منطلق الرغبة والميل الناتج عن كونها رقما يدخل ضمن إحصائيات مستخدمي هذه المواقع بكثرة، هذا الاستخدام الذي جعل الرغبة جاذبة لدى الباحثة في معرفة ما يمكن أن تحدته الأنماط التواصلية الجديدة على الفرد باعتبارها كائنا اجتماعيا وكوحدة في النسق الاجتماعي كونه نواة هذا الأخير.

✓ التجربة المسبقة للباحثة في حقل الدراسات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا في طور الماجستير الذي طرقت فيه موضوع الهوية الافتراضية ودوافع استخدامها وتأثيرها على الفرد، وتلمس متعة البحث العلمي في هذا الموضوع دفعت بها إلى محاولة بناء معرفة تراكمية إلى دراسة التأثير من وجهة العمل على معرفة التغير القيمي الاجتماعي الحاصل من استخدام المواقع.

✓ توجه الميول والرغبة من قبل الباحثة إلى دراسة أثر التفاعل الناتج عن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعية من منظور التفاعلات الاجتماعية ومدى تأثيرها على تشكيل القيم الاجتماعية لديهم، خصوصا ما نشاهده بناء على الملاحظة بالمشاركة أين نجد تحولا جذريا في أساليب التفاعل اللفظي إلى التفاعل المكتوب أكثر ومن التفاعل الواقعي الحقيقي إلى التفاعل الافتراضي

## 3-2 الأسباب الموضوعية:

◆ القيمة العلمية التي يكتسبها الموضوع الذي يبحث في تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الأفراد والمجتمعات بشكل واضح وجلي خصوصا في ظل الإقبال المتزايد لكافة الشرائح حسب ما تشير إليه الأرقام والإحصائيات المقدمة سنويا وشهريا عن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

◆ قلة الأبحاث الوطنية التي تعالج إشكالية القيم ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة الاجتماعية منها بحكم عامل التعقيد في درجة القيم وتضارب الآراء حول سلم تقييمها من جهة، ومن جهة أخرى وجود بعض الدراسات العربية التي تطرقت لهذا الموضوع في الآونة الأخيرة كسبب بارز في التغير الذي تعرفه المجتمعات اليوم.

◆ ظهور المجتمع الافتراضي في موازاة المجتمع الحقيقي بتواجد عامل مشترك بينهما وهو الفرد الذي يحقق الانتماء لكل منها لكل بخصائص فريدة في كل مجتمع يجعلنا نطرح وبقوة زيادة التأثير الافتراضي كعطي واضح يزول بمجرد خروج الفرد من مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يوحي بوجود تأثير زمني مرهون بفضاء تواصل محدد من جهة ومن جهة قوة التأثير الذي تحدته مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لما خلصت إليه الدراسات والأبحاث المنجزة من قبل الباحثين في شتى التخصصات والمجالات.

#### 4- أهمية الدراسة:

إنّ دوافع إنجاز البحث ومبرراته لا يمكن لوحدها أن تبرر قوة وحجية الموضوع، فيحتاج الباحث إلى إبراز أهميته في السياق الذي سينجزه فيه وعلى ضوء المتغيرات التي سيدرسها، وعلى نحو العلاقة التي سيثبتها أو ينفيها، وعلى الأثر الذي ستحدثه هذه الدراسة في حقل البحث العلمي. لذلك فإنّ أهمية الدراسة خطوة بحثية مهمة في مسار الباحث والبحث معا.

وقد ارتأت الباحثة أن تعمل على تقسيمها إلى شطرين: الأول وهو مخصص للحديث عن الجدوى العلمية للدراسة والثاني مخصص للجدوى العملية لها وفيما يأتي سرد وتفصيل لكل واحدة منها على حدة:

#### 4-1 الأهمية العلمية:

إنّ ما يصعب أي بحث علمي أكاديمي هو مدى جدوى البحث فيه أو ما سيخلص إليه من نتائج وتوصيات تتخذ فيما بعد كقاعدة لمشاريع وأبحاث جديدة. وبالتالي تكمن الأهمية من دراسة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جانبها العلمي أنها:

■ تمكنا من التعرف على أحد مفرزات الشبكة العنكبوتية وأبرز تطبيقات الإعلام الجديد من حيث إبراز توجهات الشباب الجامعي الجزائري نحو هذه الأخيرة بالوقوف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الكثافة والحجم الساعي والمحتوى والتطبيقات التي تستقطبهم، والإشباع التي

تتحقق لهم من ذلك خصوصا ما تتصف به هذه الشريحة المستهدفة من الدراسة التي تصنف على أنها جمهور نشط واع بالمضامين الإعلامية التي تقدم له عبر هذه الشبكات واختياره لمحتوياتها يتم عن ذلك.

■ تحاول الباحثة رصد التأثير الناتج عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور الشباب الجزائري خاصة فيما تعلق بجانب التغيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية حول مفهومه للقيم الاجتماعية وما ينبج عن عضويته في المجتمعات ومجموعات التفاعل الافتراضيين، وبالتالي فإن التأثير الذي سنحاول رصده لا يخرج عن قبيل التأثير القوي أو المعتدل أو الضعيف لوسائل الإعلام، أو سيأخذ منحى آخر يتصف بالجدة ويبقى التأثير مجرد تأثير افتراضي يزول بزوال البيئة التي ينشط فيها.

■ محاولة معرفة مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل وتغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب خصوصا في ظل التحولات الراهنة التي تعرفها المجتمعات العربية ومنها الجزائر في النظام الاجتماعي وكذا الأسري وكذا السلوك الاجتماعي للأفراد، وما نشده من تغير في طرائق العيش التقليدية التي كانت موجودة من قبل، وأبدى بعض الباحثين توجههم إلى تحميل التكنولوجيا وروافد الإعلام الجديد مسؤوليتها في ذلك ما يستدعي الوقوف على المضامين والوسائل معا بتحليل ما تبثه وما تنتج في آن واحد.

■ من شأن هذه الدراسة فيما تمثله من تراكم علمي ومعرفي تزويد وإثراء المكتبة الجزائرية بالمعلومات حول متغيري شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية من خلال البحث عن سبل تعزيز وترسيخ هذه الأخيرة لدى شريحة الشباب الجزائري وإثبات مدى ضرورتها الملحة من أجل الحفاظ على هوية المجتمع ككل.

#### 4-2- الأهمية العملية:

ويرتبط هذا الشق من الأهمية بمجال الدراسة التطبيقي أكثر حيث تتلخص الأهمية العملية لأي بحث علمي في مجموعة من النقاط نوردتها على النحو التالي:

■ التدريب على أبعاديات البحث العلمي الأكاديمي في المراحل المتقدمة لدراسات ما بعد التدرج.

- النزول بالبحث من دراسة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث هي واقع يعيشه الفرد الجزائري وخصوصا شريحة الشباب الجامعي إلى أرقام وإحصائيات وبيانات تستخدم كأرشيف لهذه الظاهرة ولظواهر أخرى مشابهة ومقاربة لها.
- التدريب على الأدوات المنهجية للبحث العلمي من بداية إشكالية البحث ومحاولة إسقاطها على العينة المدروسة وكذا استخدام المنهج الذي يخدمها.
- كما تتجلى مظاهر الاستفادة من هذا العمل الأكاديمي من خلال النتائج التي تأمل الباحثة التوصل إليها، والتي من شأنها أن تسهم في الحفاظ على القيم الاجتماعية الايجابية المكتسبة من مواقع التواصل وفي المقابل الحد من السلبيات أو الأضرار الناجمة عن الاستخدام والتعرض الغير واع الذي يؤثر على السلوك الاجتماعي وكذا على النسق القيمي.
- محاولة اقتراح وتقديم بعض الحلول العملية لتفادي التغير في القيم الاجتماعية الايجابية الموجودة وفي المقابل تصحيح مفاهيم بعض القيم الاجتماعية الخاطئة في ذهنية الشباب الجزائري وكذا وضع حصانة على السلوك الاجتماعي الذي يتأثر بفعل استخدامهم السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي.

### 5- أهداف الدراسة:

بالنظر إلى التساؤل الإشكالي المتمحور بالأساس حول الكشف عن الأثر المترتب عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على تشكيل القيم الاجتماعية لدى شريحة الشباب الجامعي بالخصوص يكون لدينا هدف رئيسي كبير تنضوي ضمنه مجموعة من الأهداف الفرعية التي تعتبر بمثابة نقاط يرميها الباحث من مشكلة بحثه وتتلخص لدى الباحثة جملة من الأهداف التي تعالجها على النحو التالي:

أولا: الكشف عن عادات وأنماط استخدام شريحة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل التزايد والإقبال الكبير عليها وفقا لما كشفت عنه العديد من الدراسات والأبحاث المنجزة حديثا في حقل الاتصال، إذ خلصت نتائجها إلى إبراز الدور الفاعل لشبكات التواصل الاجتماعي في كافة مجالات الحياة اليومية لأفراد المجتمعات ومنها المجتمع الجزائري.

ثانيا: دراسة القيم الاجتماعية المتشكلة لدى الشباب الجامعي من جراء استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل الوقوف على نسبة التغير الحاصلة فيها وربطها بما يعرفه المجتمع الجزائري من تغيير في التركيبة الاجتماعية ومحاولة تفسير ما إذا كان هذا التغير مرده وسائل الاتصال أم له تفسيرات أخرى.

ثالثا: التطرق للقيم الاجتماعية بالدراسة والتحليل لدى الشباب الجزائري الجامعي يفسر في شقين: الأول مدى أهمية القيم الاجتماعية في الحفاظ على استقرار البناء الاجتماعي وكذا إسهامها في التغير الاجتماعي الحاصل في المجتمعات والثاني أن الاستقرار أو التغير في القيم الاجتماعية ينبنى بالأساس على الشريحة الأكثر حيوية في المجتمع وهي الشباب على اعتبارها النواة المكونة بعد ذلك للقاعدة الاجتماعية لكل مجتمع.

رابعا: التطرق للتأثير الافتراضي كأحد الظواهر التي تستحق منا الدراسة والتحليل بفعل الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل الوقوف على مدى قوة هذا التأثير على الأفراد في المجتمع، أم انه ضعيف وأن مظاهر التغير في القيم الاجتماعية مرده وجود عوامل أخرى خارجية وليست بفعل مواقع التواصل الاجتماعي.

#### 6- الدراسات السابقة:

تعدُّ مرحلة القراءة الأولية حول موضوع البحث من الخطوات التي تمكن الباحث من ضبط متغيرات بحثه، كما وتساعده على فهم ملامح الدراسة التي سيجريها وتكون هذه الأخيرة من خلال الاطلاع حول ما كتب عن الموضوع أو ما يتقاطع معه، فالحصر الذي يجريه كل باحث للبحوث السابقة خلال قيامه بإنجاز عمله البحثي هو بمثابة عملية تجميعية لما كتب في الموضوع نفسه ما يطلق عليه بالدراسات السابقة وفيما يأتي عرض للدراسات المشابهة لموضوعنا معتمدين في ترتيبها على النطاق الجغرافي بدءا بالدراسات الوطنية فالعربية ثم الأجنبية مرتبة زمنيا من الأقدم إلى الأحدث . بالإضافة إلى ذلك فإن اختيارنا للدراسات السابقة الوطنية والعربية بدرجة أكبر من الدراسات الأجنبية يعزى إلى محاولة الباحثة التركيز على السياق الاجتماعي المشابه أو المقارب وهو ما يمكن رصده في أديبات الدراسة ذات النطاق الوطني أو العربي مع وجود فوارق في الدراسات الأجنبية، هذا لا يعني إغفال التطرق أو التفاوض عنها.

أولاً: الدراسات الوطنية:

الدراسة الأولى: جاب الله، رمزي. (2018). القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري -دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة.

انطلق الباحث في عرضه لإشكالية دراسته من المكانة التي أصبح الفيسبوك يحتلها في حياة الكثير من الأفراد بناء على الخدمات والتطبيقات المقدمة لهم، وعلى اعتباره ممارسة يومية لدى الكثير من الشباب اليوم فإنه أضفى جزءاً لا يتجزأ من ممارساتهم وعاداتهم، بما من شأنه أن يؤثر على سلوكياتهم وحتى اتجاهاتهم لذا فقد سعت الدراسة إلى تبيان القيم التي يتضمنها الفيسبوك وتأثيرها على سلوكياتهم العائلية وكذا الاجتماعية من خلال طرح التساؤل التالي: ما أثر القيم التي تتضمنها صفحات الفيس بوك على السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة ؟1 .

تفرعت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات المرتبطة بعادات وأنماط الاستخدام إضافة إلى أهم القيم التي تتضمنها صفحات الفيس بوك لدى الشباب، وكذا ربطها بمتغير الجنس لإثبات وجود فروق ذات دلالة إحصائية من عدمها.

وقد استعان الباحث بمنهجين: المنهج المسحي الوصفي والمسحي التحليلي مستعيناً بالاستمارة كأداة لجمع البيانات قسمها إلى ثلاث محاور على عينة البحث العنقودية المتمثلة في 400 مفردة من شباب جامعة باتنة 1. توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- كثافة استخدام صفحات الفيس بوك من قبل شباب جامعة باتنة 1، تصدرها القيم الاجتماعية والدينية كأكثر القيم بروزاً في صفحاتهم، كما أظهرت النتائج ارتفاع أنماط السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1.
- وسجلت لنتائج التحليلية وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القيم المتضمنة على صفحات الفيس بوك والسلوك الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، كما وبينت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع هذه القيم وأنماط السلوك الاجتماعي حيث كانت القيم الدينية أكثر القيم تأثيراً على سلوكياتهم.

## وجه الاستفادة من الدراسة:

انطلقت هذه الدراسة في تناولها محاولة الكشف عن القيم التي تبرز على شبكة الفيس بوك، ومدى تأثيرها على سلوكيات الشباب في ولاية باتنة. إن هذه الدراسة في نظر الباحثة واحدة من الدراسات الأساسية التي عملت على توضيح تقسيمات القيم بناء على المقياس الذي تبناه الباحث وهو أحد المقاييس المشهورة في علم الاجتماع، لأنها تتقاطع مع موضوع البحث في الكشف عن الأثر الناجم من خلال استخدام الفيس بوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي

ومنه يتضح للباحثة ضرورة التقييد بمقياس يضبط القيم الاجتماعية التي ستحاول طرحها في بحثه وفق ما يتماشى مع منطلقاتها البحثية والنظرية.

الدراسة الثانية: بوقلوف، سهام. (2018). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية - دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك.

استهلت الباحثة طرحها لموضوع البحث من خلال الإشارة إلى التطور الذي عرفته مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ملفت في أوساط الفئات الاجتماعية بما أتاحتها من محاكاة للواقع الافتراضي وعرضها في شكل مبهز استحوذ على انتباههم خاصة فئة المراهقين التي أدركت أهمية هذه الوسائل بما تحمله من ثقافة وقيم وسلوكيات اجتماعية تختلف عن ثقافتهم وسلوكياتهم وقيمهم ، ومرد هذا التبعية التكنولوجية وفي هذا السياق اتجهت الدراسة إلى محاولة معرفة التأثيرات التي تمارسها هذه الأخيرة على النسيج الاجتماعي بالتركيز على الجوانب الاجتماعية والأخلاقية . وفي ضوءها طرحت التساؤل التالي: ما هو أثر استخدام الفيسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتدربين؟

وقد تبنت الباحثة أربع فرضيات على النحو التالي:

— لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيس بوك ودوافع الاستخدام

— لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين لموقع الفيس بوك وارتباطهم بقيمهم الأخلاقية والاجتماعية

— لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيس بوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات

— لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام المراهقين لموقع الفيس بوك ترتبط بالخصائص الديمغرافية

ولجمع بيانات الدراسة فقد لجأت الباحثة إلى إدراج بحثها ضمن الدراسات الوصفية مختارة بذلك المنهج المسحي على فئة المراهقين في أربعة مناطق من الوطن: سكيكدة، الجزائر، تيارت، المدية، واد سوف والمنيعه من خلال عينة عمدية تم سحبها قصداً بلغ حجم مفرداتها: 600 ممتدرس بتوزيع استمارة استبيان توصلت بها إلى مجموعة من النتائج المرتبطة بعادات وأنماط ودوافع الاستخدام لا يتم إدراجها وسنقتصر على إبراز النتائج المرتبطة بالقيم الاجتماعية والأخلاقية لدى المبحوثين وقد تمثلت في:

\*يساهم موقع الفيسبوك في تعزيز قيمة الصدق فكل ما يتم تبادله يتسم بالمصداقية مع وجود غموض في المصادر أحيانا ما يفتح المجال لجعلها فضاء لترويج الأكاذيب والإشاعات في بعض الأحيان ، إضافة إلى ذلك تعزيز القيم الدينية والمساهمة في ضبط النفس واحترام الذات من باب التفتح على الآخر ما يؤدي إلى التواصل وتكوين صداقات جديدة دون أن يكون له أثر على الاضمحلال بل التشدد في الأخلاق وتعزيز قيمة التعاون وتحقيق العدالة والتواضع. وفي ضوءها تمت الإجابة على الفرضيات التي تم وضعها من قبل الباحثة بتأكيد عدم وجود فروق ذات دلالات إحصائية فيما يتعلق بمتغيري الدراسة.

#### وجه الاستفادة من الدراسة:

لقد عالجت هذه الدراسة جانب مهم من الرؤية المطروحة للبحث في القيم الاجتماعية والأخلاقية من خلال إبراز بعضها، والأثر الناجم عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك، بالإضافة إلى أنها تقاطعت مع

موضوع الباحثة في متغيرين. إلا أن الاختلاف بينها وبين الموضوع الحالي يكمن في ربط القيم الاجتماعية بالأخلاقية وجعلها في سياق متواز وهو ما يختلف وتوجه الدراسة الحالية.

إنّ هذه الدراسة تعد محورية في إسقاط التصور على العمل البحثي الذي سنقوم به من خلال العمل على ضبط القيم الاجتماعية فقط، وهي المراد العمل عليها ومعرفة التغير الحاصل عليها.

**الدراسة الثالثة: بشريف، وهيبة. (2019). "تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمة -دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري**

انطلقت الباحثة في طرحها لموضوع بحثها من التطورات المتسارعة التي عرفها حقل الاتصال باختراع الوسائل التكنولوجية الحديثة ومنها الانترنت التي مكنت من إزالة روابط المكان والزمان وما أحدثته من تأثيرات برزت من خلالها الحاجة إلى معرفة هذه الأخيرة على قيم وسلوكيات الأفراد ومنهم الشباب وفي ضوء ذلك تم طرح التساؤل التالي: ما هو تأثير شبكة الانترنت على قيم الشباب الجزائري وسلوكياته؟ وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام الجمهور للإنترنت والتأثيرات الإيجابية والسلبية لها على سلوك الشباب الجزائري لذا تبنت بعدها الباحثة أربعة فروض هي:

\*يتأثر الشباب بمحتويات الانترنت حسب خصائصهم الديمغرافية السوسيوثقافية والاقتصادية

\*يساعد الانترنت الشباب على اكتساب بعض السلوكيات وتجاوز بعضها الآخر

\*يغير الانترنت من خلال محتوياته قيم الشباب كاحترام والصدق بقيم أخرى ويعززها

\*المضامين المنشورة على الانترنت من خلال وجهة نظر النظرية القيمة في الإعلام تساهم في تحييد قيم الشباب عند ابتعادها عن القيمة في مضامينها.

وقد استخدمت الباحثة على المنهج المسحي الوصفي في دراستها للموضوع من خلال اختيار العينة الحصصية والعينة القصدية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 16 و 29 سنة في كل من ولايات: الجزائر، وهران، باتنة، بسكرة. باستخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات لسنة 2018. وقد توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- يتأثر الشباب بمحتويات الانترنت حسب خصائصهم الديمغرافية السوسيوثقافية والاقتصادية، بحيث اختلف الجنسين في طبيعة المواضيع التي يتصفحونها فتصدرت مواضيع التسلية والثقافية والطبخ عند الإناث، أما الذكور فيصفحون مواضيع الرياضة بدرجة أولى ثم الترفيه ثم الثقافة.
- توصلت نتائج السلوك إلى أن الانترنت ساعدت الشباب الجزائري على اكتساب بعض السلوكيات وتجاوز بعضها الآخر، من خلال السلوكيات التالية: إهمال الفرائض، عدم الاهتمام بالعمل، القلق والتوتر، عدم الالتزام بالوقت، اللامبالاة، البحث عن الحبيب، الكذب، الإعجاب بالنجوم واللاعبين الرياضيين وتقليدهم، عدم المثابرة، في حين تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات السلبية مثل: الابتعاد عن النخبة، الابتعاد عن التبذير.

-مضامين الانترنت تساهم في تغيير قيم الشباب كاحترام والصدق بقم أخرى وتعززها، كتحغير قيمة الاحترام بقيمة عدم الاحترام، وقيمة التوتر والقلق، وتدعيم أواصر المحبة عبر الانترنت والتضامن مع الآخرين... الخ  
-تساهم وسائل الإعلام في تحييد قيم الشباب عند ابتعادها عن القيمة في مضامينها.

### وجه الاستفادة من الدراسة:

تعدُّ هذه الدراسة منطلقاً بحثياً من حيث محاولة دراسة تأثير الانترنت على القيم من خلال تبني مقياس نظرية الحتمية القيمة كمرجعية في الطرح. إن هذه الدراسة من المرجعيات التطبيقية التي فسرت إحدى ظواهر الإعلام وفق ما جاءت به نظرية الحتمية القيمة في محاولة للمزاوجة بين تبنيها ومحاولة تطبيقها في الواقع على الدراسات الإعلامية. وبالرغم من الاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية في متغيرات الدراسة بشكل واضح إلا أن توظيفها يكمن مغزاه في الاستعانة بها لفهم كيفية توظيفها في دراستها لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.

## ثانيا: الدراسات العربية:

الدراسة الرابعة: أسعد، عمرو محمد. (2011). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية – دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك.

طرح الباحث في مقدمتها مجموعة من الإحصائيات والأرقام المتعلقة بتنامي استخدام الشبكة العنكبوتية موضحا مناطق تركز السكان في مصر، في ظل ارتفاع إقبال طلاب الجامعة على تطبيقات الشبكات الاجتماعية واستقطابها لهم وتأثيرها عليهم ومن هنا تحددت مشكلة البحث في تبيان العلاقة بين استخدامات الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بقيمهم المجتمعية إيجابا وسلبا. وقد ركز الباحث على موقعي الفيس بوك واليوتيوب تحديدا باعتبارهما من ضمن أهم المواقع الاجتماعية التي جذبت الشباب المصري إليها، بما وفرتها من خصائص ومزايا لا تتوفر في الكثير من المواقع الأخرى. وقد لجأ الباحث إلى تقسيم بحثه إلى مجموعة تساؤلات فرعية في محاور متعلقة بكل موقع على حده تضمنت في مجملها طبيعة المضامين التي يحويها كل تطبيق ونوعية الاستجابات الناتجة عن استخدامه، ثم حاول ربط الدراسة الميدانية بإبراز العلاقة بين موقعي الفيس بوك واليوتيوب واتجاهات الشباب المصري نحوهما بناء على متغيرات: نوعية الجامعة وسن الطلاب ودوافع الاستخدام.

قام الباحث بتقسيم دراسته إلى شقين دراسة ميدانية اختار فيها عينة عمدية من طلاب الجامعات المصرية في المستويات الدراسية المختلفة قوامها 400 طالب معتمدا على عينة كرة الثلج في اختيار الباحثين مستخدما أداة الاستبيان في جمع البيانات، أما الدراسة التحليلية فقد قام بتحليل بيانات موقعي الفيس بوك واليوتيوب في الفترة الممتدة من 1 جانفي إلى غاية 31 مارس 2010.

وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج التحليلية أهمها:

\*تعد المقاطع الترفيهية الأكثر مشاهدة لدى الشباب المصري خاصة التي تقل مدتها الزمنية عن 4 دقائق فيما جاءت تعليقاتهم عليها بإبداء الرأي حول مضمونها، مستخدمين اللغة الإنجليزية في ذلك.

\* اتجه غالبية الباحثين إلى إظهار جوانبهم الشخصية بصورهم الحقيقية على موقع الفيس بوك، واحتلت المجموعات الترفيهية مقدمة المجموعات التي ينخرطون فيها.

أما نتائج الدراسة الميدانية فقد أظهرت أن طلاب الجامعات المصرية يستخدمون موقع اليوتيوب بتفضيل مشاهدة المقاطع أقل من ساعة في المرة الواحدة خاصة في الفترة المسائية وبعد منتصف الليل مع وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، ويرون انه يحوي سلبيات كثيرة منها المحتويات الإباحية وتضييع الوقت.

أما فيما يتعلق بموقع الفيس بوك فقد أتى اتفاق الباحثين من طلاب الجامعات المصرية على أنهم يقضون فترات طويلة لساعات متأخرة من اليوم في تصفحه، ربطوا من خلالها علاقات اجتماعية متنوعة بين طلاب الجامعة والأهل والأصدقاء والمعارف، وتوجه رأيهم بالإجماع على أن للفيس بوك سلبيات أهمها تضييع الوقت والاتصال بأشخاص غير مرغوب فيهم إضافة إلى المضامين الإباحية.

وخلص الباحث في نهاية دراسته إلى إثبات صحة الفرضيات التي طرحها إما إثباتا كليا أو جزئيا إضافة إلى تبيان العلاقات الارتباطية بين استخدام الشباب المصري لموقعي الفيس بوك والمتغيرات المطروحة في رسالته.

### وجه الاستفادة من الدراسة:

حاولت هذه الدراسة تبيان العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم المجتمعية لدى الشباب المصري إلا أن النتائج تطرقت إلى توضيح عادات وأنماط استخدام هذه الأخيرة والإشباع المحققة منها في ضوء قيم المجتمع وهو ما أبان للباحثة ضرورة الفصل الجيد للقيم المراد دراستها بالتدقيق حتى يتسنى لها معرفة أوجه التغير التي طرأت من جراء هذا الاستخدام.

الدراسة الخامسة: البدر، خالد محمد. (2012). نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة مسحية على جيلي الآباء والأبناء في مدينة الرياض.

استهل الباحث دراسته من خلال طرح الإشكالية حول التطور التكنولوجي الكبير الذي ألقى بظلاله على المجتمع السعودي على غرار باقي المجتمعات العربية الأخرى مشيرا إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد

السعوديين واستخدامهم لها في شتى نواحي الحياة ، وفي ظل تنامي معدل الاستخدام طرح الباحث مدى توافر نسق قيمي يعمل كرقب على الاتجاهات والسلوكيات التي تخلو من المخاطر ، ونظرا للأهمية التي توليها الدولة لشريحة الأبناء والسعي إلى تحصيلهم من الغزو الثقافي الوافد طرح الباحث التساؤل الإشكالي : حول علاقة نسق القيم الاجتماعية باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الآباء والأبناء في مدينة الرياض.

وقد طرح الباحث مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في:

\* ما نسق القيم الاجتماعية لدى جيلي الآباء والأبناء المؤثر في اتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي؟

\* ما اتجاهات الآباء والأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي؟

\* هل توجد علاقة بين نسق القيم الاجتماعية والاتجاهات نحو شبكات التواصل الاجتماعي؟

\* هل توجد فروق في اتجاهات الآباء والأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي تعزى إلى القيم؟

وللنزول بالبحث إلى الميدان فقد اختار الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المسح بالعينة وباستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات حول الظاهرة المدروسة، حيث تشكل مجتمع الدراسة من جميع الآباء والأبناء في مدينة الرياض وتم سحب عينة قصدية مقدره ب 200 مفردة بمعدل 100 مفردة من الآباء و100 مفردة من الأبناء.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- لنسق القيم الفكرية تأثير قوي جدا على اتجاهات الآباء نحو شبكات التواصل الاجتماعي، بينما كان هذا التأثير قويا فقط على اتجاهات الأبناء نحو تلك الشبكات.
- لنسق القيم الاقتصادية والجمالية والسياسية والاجتماعية الأخرى تأثير قوي على اتجاهات الآباء والأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي.
- لنسق القيم الدينية تأثير قوي جدا على اتجاهات الآباء والأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي.

- أن الاتجاهات المؤيدة بشدة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي تيسير التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء بتكلفة منخفضة ودعم ثقافة الحوار البناء القائم على قبول الآخر واحتوائه والتواصل مع أبناء الحضارات والثقافات الأخرى.
- أن الاتجاهات الراضية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي: إمكانية ارتكاب جرائم النصب والتزوير الإلكتروني، وضعف التواصل الإلكتروني المباشر ، وفتح المجال أمام ابتزاز النساء .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الآباء والأبناء نحو شبكات التواصل الاجتماعي تعزى إلى نسق القيم وكانت الفروق الدالة إحصائياً لصالح الآباء.

#### وجه الاستفادة من الدراسة:

عقدت هذه الدراسة نوعاً من المقارنة بين نسق القيم الاجتماعية الموجودة لدى الأبناء والآباء في وقت واحد، وهو ما حاولت من خلاله إبراز التغيير الذي طرأ على القيم الاجتماعية من خلال إبراز الفروقات في الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي، ومنه تكمن حدود الاستفادة منها في طرح متغير شبكات التواصل الاجتماعي كضاغط مهم لتغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب اليوم من منطلق التأثير الذي تمارسه المضامين الموجودة فيها على سلوكهم وقيهم.

**الدراسة السادسة: رأفت. رباب. (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي دراسة ميدانية.**

ابتدأت الباحثة موضوعها من خلال الإشارة إلى العصر الذي نعيشه اليوم والمسمى بعصر المعلومات بفعل ثورة الاتصالات، وعلى اعتبار الفضاء الافتراضي أحد أهم التطورات التي عرفها حقل الاتصال وما نتج عنه من استخدامها بروز تطبيقاتها المختلفة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي. وبما أن الشباب يعد فئة مميزة في أي مجتمع من جهة ومن جهة أخرى الأهمية التي تحظى بها القيم في المجتمعات باعتبارها أحد معايير الحكم على الأفراد وعلى سلوكياتهم وكذا اعتبارها من مقومات الشخصية التي يتميز بها كل مجتمع فقد طرحت الباحثة التساؤل المتمحور حول: معرفة حدود وطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لتطبيقه على مجتمع الدراسة المتمثل في الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من 18-35 سنة باعتماد أسلوب العينة العشوائية المكونة من 600 مفردة من مدينة جدة وباستخدام أداة الاستبيان ومجموعات النقاش المركزة لرصد واقع تأثير وسائل الإعلام الجديد على منظومة القيم والأخلاق.

وعليه كانت نتائج الدراسة على النحو التالي:

\*ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها أنهم يستخدمون الانترنت، أما فيما يخص شبكات التواصل الاجتماعي فأكد معظم العينة استخدامهم لها بانتظام، وأنها استطاعت التأثير على النسق القيمي الأخلاقي لهم. كما خلصت إلى أن معدل الثقة فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية وان مقياس النسق القيمي الأخلاقي يتسم بالثبات إلى حد ما.

#### وجه الاستفادة من الدراسة:

تنفرد هذه الدراسة بالتطرق إلى فكرة الفضاء الافتراضي وتشكيل القيم الاجتماعية من خلال الاستخدام المتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يلامس حدود التصور الذي تطرحه دراستنا، من حيث العمل على طرح الاختلاف الذي يكون نتيجة استخدام معالم الشخصية الحقيقية وقيمتها في التعامل في بيئة افتراضية لها خصوصيتها، من خلال التعامل مع الآخرين بهوية افتراضية وهو ما سيحدث نوعاً من الصراع بين ما هو حقيقي وهو ما هو افتراضي.

الدراسة السابعة: الطيار، فهد بن علي. (2014). "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتز نموذجاً" -دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود.

طرح الباحث من خلال دراسته إشكالية النقلة النوعية التي أحدثتها شبكة الانترنت في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية وتأثيراتها التي برزت جلياً وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي. وبما أن القيم احد أهم القضايا التي تطرح في وسائل الإعلام كقضايا تحتاج للنقاش والجدل لا سيما في الوقت الحالي وما نتج عن الانتشار الواسع لهذه المواقع وما تعرضه من قيم مختلفة ومتنوعة من شأنها أن تؤثر على هذه المنظومة. وتمحورت إشكالية الدراسة في محاولة

استطلاع آراء طلاب الجامعة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التويتر نموذجاً على القيم ، سواء من ناحية سلبية أم إيجابية مع بيان تأثيرها على القيم الاجتماعية. وتفرع عن السؤال الرئيسي تساؤلات:

\* ما الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

\* ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، باعتماد العينة العشوائية من مجتمع البحث المتمثل في طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية بعدد مفردات مقدر ب 3000 طالب وبعد تطبيق أداة جمع البيانات التي تمثلت في الاستمارة. استرد منها الباحث 2274 مفردة واستخلصت منها أهم النتائج التالية:

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

#### وجه الاستفادة من الدراسة:

انفردت هذه الدراسة عن غيرها من الدراسة بمحاولة التعرف على الأثر المترتب عن استخدام موقع تويتر على القيم الاجتماعية، لذا فهي تلامس جزءاً من دراستنا من خلال التعرض إلى القيم الإيجابية والسلبية المتشكلة في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعطي للباحثة جزءاً من التصور حول دراستها لموضوع القيم الاجتماعية على نطاق أوسع من المواقع.

الدراسة الثامنة: القطان، منى سعود عبد العزيز أحمد. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي و تنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت ".

استهلت الباحثة إشكالياتها بالحديث عن القيم التي ولدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، من خلال تفاعل كافة الشرائح الاجتماعية معها خاصة فئة الشباب التي تعد في طليعة الشرائح الأكثر استخداماً للتكنولوجيا بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي.

إنّ هذه الأخيرة لا يمكن أن نغفل أو تجاهل آثارها خاصة فيما يتعلق بفئة طلاب الثانوي في مرحلة تكوين الشخصية وبناءها بالاعتماد على مؤسسات التنشئة المختلفة بما فيها هذه المواقع، التي أصبحت واقعا لا يمكن تجاهل آثاره لأنها تقوم بدور حيوي في تربية النشء وأكسابهم عادات وسلوكيات محممة، لذا جاءت هذه الدراسة لتبحث في واقع استخدام طلبة المرحلة الثانوية في مدارس التعليم العام بدولة الكويت لتلك الشبكات الالكترونية ومدى تأثيرها على قيمهم الاجتماعية وتحريك سلوكهم وفق ما يتم استلامه من رسائل الكترونية عبر تلك الشبكات وإيجاد آلية لتفعل هذه الأخيرة في غرس وتعزيز القيم الاجتماعية من خلال طرح التساؤل التالي: ماهو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت؟

وقد تفرعت عن هذا السؤال تساؤلات فرعية تمثلت في: ما هو واقع أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام؟ وما القيم التي يمكن تمييزها من خلال المواقع؟ ومنه هدف البحث ف جوهره إلى الكشف عن القيم الاجتماعية التي يمكن أن تساعد شبكات التواصل الاجتماعي على تمييزها لدى طلاب المرحلة الثانوية من وجهة نظر الطلاب والمعلمين والمديرين من أجل الخروج بتقديم مقترح عملي لغرسها لديهم.

لذا كان المنهج الوصفي التحليلي الأنسب للنزول بالدراسة إلى الميدان من خلال استبانة موجهة للطلاب، وعمل استطلاع رأي لبعض الأكاديميين. وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها ما يلي:

\*أكدت نتائج الدراسة أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية القيم الاجتماعية يعد مرتفعا، كما قد تعزى إلى أن طلاب المرحلة الثانوية يعدون في مرحلة تكوين شخصياتهم المستقبلية، وبالتالي يحاولون استغلال هذه الشبكات لتنمية مهاراتهم وتكوين صداقات جديدة تساعد على تفعيل دورهم الحيوي في المجتمع والمشاركة في قضاياها والذي يعمل بدوره على صقل منظومة القيم الاجتماعية لديهم.

كما أظهرت النتائج أن مجموعة القيم الأكثر تأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي هي قيمة الاهتمام في متابعة الأحداث والأخبار، قيمة الوعي الثقافي، قيمة مواكبة المستجدات ومتغيرات العصر، قيمة توحيد الهدف، ثم قيمة الإيجابية.

كما أوضحت الدراسة أن القيم التي تحتاج إلى تعزيز لدى طلبة المرحلة الثانوية هي قيمة الاحترام وقيمة بر الوالدين والتي جاءت في المرتبة الأولى، كما جاءت في المرتبة الثانية قيمة نبذ العنف ثم تلتها قيمة الوسطية ونبذ التطرف.

### وجه الاستفادة من الدراسة:

حاولت هذه الدراسة ضبط القيم الاجتماعية وتحديدتها بكل تدقيق في المعالجة الإحصائية لها، وذلك من خلال تركيزها على الدور الذي تضطلع عليه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية القيمة الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في دولة الكويت، وهو ما يتقاطع مع تصور الباحث في الجزء الأول من بحثها في سعيها إلى معرفة دور المواقع الاجتماعية في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري من جهة ويكون هذا الطرح مرهونا بتمثله للهوية الحقيقية له عبر المواقع، أما إذا كان التواصل مبنيا على هوية افتراضية فإن هذا يشكل الشق الثاني من التصور وهو العمل على تشكيل قيم اجتماعية ذات بعد افتراضي ما يجعل هذا الجزء جديدا نسبيا في الموضوع.

### 7- مفاهيم الدراسة:

يعدُّ تحديد مفاهيم الدراسة من المراحل المهمة في إجراء أي بحث على اعتبار أن المصطلح أو المفهوم الإجرائي هو الذي يتبلور في ذهن الباحث فينبى عليه تصوره الكلي لموضوع الدراسة، مع ضرورة مراعاته للمدلول اللفظي لتفادي التفسير الخاطئ له من قبل القارئ وهو أيضا المدلول الذي يضعه في سياق البحث الميداني العملي. ولذلك على الباحث مراعاة الأمر بدقة.

إنّ المفاهيم معقدة ومتنوعة يشتمل بعضها على بعد واحد فقط، بينما هناك مفاهيم أخرى متعددة الأبعاد. بعضها يمكن ملاحظته مباشرة لأن مدلولاتها الفعلية واضحة يسهل التحقق منها، في حين أن مفاهيم أخرى لا نستطيع ملاحظتها عمليا ذلك أن مدلولاتها غير واضحة وليس من السهل تحديدها مثل الذكاء والطبقة الاجتماعية والاعتزاز والقيم (سوثيريوس ساراشاكوس 2017.ص 270).

لذا فإن هذه الدراسة تعالج مجموعة من المفاهيم حاولت الباحثة أن توضحها معتمدة على:

\*انطلاقاً من عنوان الدراسة عملت الباحثة على استخراج متغيرات الدراسة الأساسية والتي تتضمن بدورها مفهوميين كبيرين رئيسيين وهما: شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها المتغير المستقل و القيم الاجتماعية باعتبارها المتغير التابع، بالإضافة إلى هذا فإن المتغير الأول حمل معه العديد من المتغيرات التي يمكن أن تدرج كمفاهيم مكتملة أو مساندة ويقضي من الباحثة توضيحها وإبرازها لأنها لا تقل أهمية عن المتغيرين الأساسيين وهي : مفهوم كل من الإعلام الجديد باعتباره المجال الكبير الذي تدرج ضمنه مواقع التواصل الاجتماعي كتطبيق بارز ، والفيس بوك كأحد المواقع التي ستقوم الباحثة بتخصيص الدراسة حولها .

\*هناك أيضاً بعض المفاهيم التي ترتبط بالإطار المنهجي تحديداً بعينة الدراسة وهو مفهوم الشباب الجامعي والشباب كمرحلة عمرية ينبغي أن تحددها الباحثة جيداً في هذه الدراسة.

\*بالإضافة إلى وجود مفاهيم يمكن أن تصنف على اعتبارها أيضاً متغيرات وسيطة وتعرف هذه الأخيرة بأنها المتغيرات التي من الممكن أن يكون لها تأثير على المتغير التابع وبالتالي تدخل في تحديد العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وهي أمور يجب على الباحث مراعاتها والعمل على ضبطها بما يساعده على فهم كل العوامل المؤثرة الظاهرة التي يقوم بدراستها (التائب. 2018.ص150) ومن الدراسة الحالية فإن متغيري كل من الأثر والاستخدام تدخل في هذا السياق.

وقد درج الباحثون في العادة على توضيح مفاهيم الدراسة لغة واصطلاحاً وإجراءياً، إلا أن الباحثة ستقتصر في هذه الدراسة على ذكر المفاهيم الإجرائية مبررة ذلك بما يلي:

\*بما أن التحديد الإجرائي هو عملية تحويل المفاهيم إلى مراجعتها العملية المحسوسة، أو عملية تكميم المفاهيم لقياس قيمها، مثل الحدوث والتكرار والقوة. لذلك فإن التحديد الإجرائي يتضمن عملية ترجمة المفاهيم المجردة إلى مراجعتها العملية المحسوسة وهكذا تصبح عملية القياس سهلة ودقيقة (سوتيربوس ساراتاكوس. 2017.ص270) وتفسيرا لما جاء قوله

آتفا فأن المفاهيم الإجرائية تبسط لنا التعقيدات التي يمكن أن نلمسها في فهمنا لمتغيرات الدراسة الحالية، وتساعدنا على إعطاء المفهوم بعدا كيميا.

وفيما يلي عرض للمفاهيم الإجرائية للدراسة على أن يتم إدراج التعاريف اللغوية والاصطلاحية في الفصول النظرية تفاديا للتكرار وتنظيما للعمل أكثر:

### – التعريف الإجرائي للشبكات الاجتماعية:

تعرف الباحثة الشبكات الاجتماعية على أنها أحد تطبيقات الإعلام الجديد وهي نوع من مواقع الجيل الثاني للويب ويب.2.0 تمتاز بكونها تفاعلية حيث تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت في القرن العشرين وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الشبكات الاجتماعية كونها تربط بين الأفراد وتعمل على بناء العلاقات الاجتماعية بينهم، وقد اضطلعت اليوم على العديد من الأدوار والوظائف والمهام متجاوزة الهدف الأول الذي أوجدت له.

### – التعريف الإجرائي للقيم الاجتماعية:

القيم الاجتماعية هي عبارة عم مجموعة من المعايير والأسس التي ينظر إليها الفرد على أنها محددات للسلوك المرغوب فيه أو المنهي عنه في المجتمع، وتتكون هذه القيم على مرور الزمن ويكتسبها الفرد من محيطه الذي يعيش فيه كالأسرة أو مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل المدرسة ومن خلال جماعات الرفاق أو من وسائل الإعلام اليوم باعتبارها مؤسسة للتنشئة. ومن أمثلتها قيم الصدق والتعاون والتسامح والمحبة ومن أمثلتها في الشق السلبي الكذب والغش والخداع وإخفاء المعلومات الخاصة بالفرد...الخ. وبالعموم يمكن القول إن القيم الاجتماعية في هذه الدراسة ليست مرتبطة بالتقسيم الذي قدمه العلماء على أنها خاصة بالشق الاجتماعي فقط بل هي القيم المرتبطة بالدرجة الأولى بمجموع القيم التي تتواجد في المجتمع على اختلاف المجالات الثقافية والدينية وتكون موجودة وبارزة فيه من جهة، ومن جهة أخرى فهي توجد أيضا بالمجتمع الافتراضي الذي يتواصل معه الشاب الجامعي بناء على الهوية الافتراضية التي يستخدمها. لذا قد تكون قيمة حاضرة أو مفقودة أو مسها التغيير في المفهوم في المجتمع الافتراضي.

وبالتالي فإن تقسم القيم الاجتماعية الذي سيتم الاعتماد عليه في هذه الدراسة هو الذي قدمه الدكتور عبد الرحمن عزي في تقسيمه للقيم، حيث أورد بان القيم ذات البعد الاجتماعي تشمل ما يلي:

حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، التراحم، الصداقة، رعاية الأبناء.

بناء على هذا التصنيف فقد اجتمعت الباحثة بالعودة إلى الأسلوب المستخدم من قبل الدكتور عبد الرحمن عزي في تقسيم القيم إلى مجالات، فقد جاء تقسيمها إلى:

القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالفرد

القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالأسرة

القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالمحيط

الجدول رقم: (01): تقسيم القيم الاجتماعية بناء على نظرية الحميمة القيمة

الإحسان للجيران ومساعدتهم (حسن الجوار)	القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالفرد
ربط علاقات الصداقات (الصداقة)	
مساعدة المحتاج	
الايثار وتقديم مصلحة الغير (الايثار)	
احترام المرأة وإبراز قيمتها الاجتماعية	
توقير الكبير	القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالأسرة
الرفق بالصغير	
بر الوالدين والإحسان إليهما	
صلة الرحم وزيارة الأقارب	
التربية الحسنة ورعاية الأبناء	
التعاون بين الافراد(التعاون)	القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالمحيط
الانخراط في المجموعات الخاصة بالعمل التطوعي (العمل التطوعي)	
محبة الناس وودهم (محبة الناس)	
التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع	
احترام الآخرين	
تقديم النصيحة للآخرين	
حسن الظن بالآخرين	
التراحم بين الأفراد	

المرجع: من إعداد الباحثة بناء على المعطيات الموجودة.

- التعريف الإجرائي للإعلام الجديد:

ترى الباحثة أنّ الإعلام الجديد هو عبارة عن نمط جديد من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي أدت إلى تغير في أشكال وأنماط الاتصال من حيث عاملي الزمان والمكان، بحيث يتمكن الفرد من إنتاج وتخزين ومعالجة استرجاع المعلومات في أي وقت وفي أي مكان أراد. ويختلف الباحثون حول اعتبارها إعلاماً جديداً بما يعني أن هناك إعلام تقليدي وبين اعتبار الوسائل التكنولوجية هي الجديد الذي حدث على منظومة التواصل بين الأفراد. وتعتمد تطبيقات هذا الإعلام على تقنية الويب 2.0.

## ○ مفهوم الشباب عند علماء النفس

من المرادفات التي تقابل مفهوم الشباب في علم النفس والأكثر استعمالاً نجد كلمة «المراهقة Adolescence» والمشتقة من الفعل اللاتيني *Adolescerre* ومعناه التدرج نحو النضج البدني والجنسي والعقلي والانفعالي (فهيم، ص162) وهي كلمة لا يقصد بها مرحلة عمرية محددة بقدر ما تشير إلى مجموعة من الخصائص النفسية والجسمية التي تكون في حالة نشاط وقوة وفي حالة من التهور والاندفاع أيضاً سواءً بالنسبة للفتى أو الفتاة، وهذه المرحلة بالذات تعرف تغيرات أساسية في جميع الجوانب على المستوى الجسدي والعقلي والاجتماعي، وحتى الانفعالي ثم إنها تختلف عن كلمة البلوغ *Puberty* التي تقتصر فقط على الناحية الجنسية، حيث يعرف "مصطفى فهيم" البلوغ بأنه «نضوج الغدد التناسلية واكتساب معالم جنسية جديدة تنتقل بالطفل من فترة الطفولة إلى فترة الإنسان الراشد. (فهيم، ص163)

## ○ مفهوم الشاب عند علماء الاجتماع:

يعرف علم الاجتماع الشباب على أنه عادة السن بتعاقب الأدوار الاجتماعية ويستند لها بعد الوضعية الاجتماعية وبعدها معيارياً يتجلى في جملة من السلوكيات المحددة التي ينتظرها المجتمع والتي تتناسب مع كل وضعية. (الزبيدي، 2006، ص203)

**– التعريف الإجرائي للشباب الجامعي:**

إذا أردنا تقديم تعريف إجرائي للشباب الجامعي نقول بأنها مرحلة عمرية تجسدها الشريحة التي يتراوح سن أفرادها بين 18-39 سنة والذين يزاولون دراستهم بالجامعة في أطوارها الثلاث: الليسانس- الماستر – الدكتوراه وهو النظام التعليمي الذي تتبناه الجامعة الجزائرية في تكوين طلبة التعليم العالي، كما تمس الشريحة أيضا إذا ما اعتبرنا الفاصل بين الفئات العمرية ينتهي بمرحلة الكهولة المقدرة نسبيا بأربعين سنة فقد شملت العينة الشباب الجزائري الذي أنهى دراسته الجامعية أيضا.

إنّ هذه الفئة تتميز في بداية مرحلتها بحيويتها ونشاطها بالإضافة إلى ميولها نحو الاطلاع والاستكشاف لكل ما هو جديد وغامض وغريب. كما تعتبر هذه الشريحة هي القلب النابض لكل مجتمع ثم تأتي في شقها الثاني كقاعدة للتأسيس للمجتمع.

**التعريف الإجرائي للأثر:**

الأثر هو ردة الفعل التي تنتج عن تعرض واستخدام الفرد للمضامين الإعلامية بشكل مستمر مما يؤدي به إلى التغيير في مستوى التفكير أو السلوك أو الاتجاه إزاء مواضيع مختلفة من نواحي اليومية.

**– التعريف الإجرائي للاستخدام:**

هو الممارسة التي يعتمدها الفرد فتصبح من النشاطات المألوفة في حياته اليومية وينبع عنه تحول هذا النشاطات ضمن العادات والحاجات التي تحقق له الاشباعات المختلفة.

**8- فرضيات الدراسة:**

- 1- يستخدم الشباب الجزائري الجامعي النشر الالكتروني بمختلف الأساليب لنشر القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- تساهم المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الشاب الجامعي قيما اجتماعية ذات بعد اجتماعي.

3- يتداول الشباب منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتثبيت القيم الاجتماعية المكتسبة لدى الشباب الجزائري.

4- تحدث مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا بالإيجاب أو بالسلب على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري.

### 9- الإطار النظري للدراسة

تكتسب كل دراسة أهميتها لما يتم إسقاطها من النظري إلى الميدان وهذه الخطة تتطلب في البداية تبني إطار نظري يمكن الباحث من السير وفق محاوره من أجل الخروج بمجموعة من النتائج والتوصيات.

وقد اعتمدنا في دراستنا لموضوع أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري اعتمدنا على مدخل الاستخدامات والإشباعات بالإضافة إلى نظرية الحتمية القيمة ومحاولة الربط بين هاتين النظريتين وتوظيفها في الجانب الميداني للوصول إلى النتائج المرجوة من البحث.

وفيما يلي تعريف بكلا النظريتين:

#### 9-1/نظرية الاستخدامات والإشباعات:

إنّ نظرية الاستخدامات والإشباعات هي محاولة لتفسير الأساليب التي يوظفها الفرد في الاتصال لخدمة حاجاته وتحقيق أهدافه. (أحمد، 2004، ص33-34).

يعدُّ مدخل الاستخدامات والإشباعات أحد النماذج النظرية التي ظهرت في مرحلة ما يسمى بالتأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام The Moderat eEffect والتي سادت خلال سبعينات من القرن الماضي بالإضافة إلى عدة نماذج أخرى منها نموذج البحث عن المعلومات The information seeking paradigm ونظرية وضع الأجندة Agenda setting ونظرية الغرس الثقافي (Severin & James, 1992, p12).

## تعريفها:

وتعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها «دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة من أجل إشباع حاجات فردية معينة» فهذا التعريف يركز على الجمهور والتعرض المقصود من أجل تحقيق الإشباع المرغوب فيه. (العادلي، 2004، ص109)

يعرفها محمد منير حجاب في المعجم الإعلامي بقوله: "نظرية الاستخدامات والإشباع هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل وسائل الإعلام خلافاً للنظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد. فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية. (حجاب، 2004، ص574)

وتختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والإشباع، فهناك من يطلقون عليه نموذج model، وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية Theory وهناك من يطلق عليه مدخل Approach، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة. (السيد: الطرايشي، 2006، ص255)

## أهمية النظرية:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز النظريات المفسرة للاتصال الجماهيري، وهي تعكس تحولا مهما في مساراته البحثية... فإذا كانت بحوث الاتصال السابقة تبحث في مختلف تأثيرات وسائل الاتصال في جمهورها، فهذا يعني أنها تتساءل عما يفعله القائم بالاتصال في الجمهور، لكن مع مجيء نظرية الاستخدامات والإشباع، سيتم عكس السؤال ليتساءل الباحثون حول ماذا سيفعله الجمهور هذه المرة بوسائل الاتصال؟

إنّ هذه النظرية تبحث في الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام والاتصال: كيف يختارون من بين وسائل الاتصال الجماهيري؟ وكيف يختارون ما يتعرضون له من مضامين؟ وما هي معايير اختياراتهم؟ وما هو الأساس الذي تنبع منه تفضيلاتهم؟ (lorimer: scannell. 1994.p162)

غير أن هذا التحول لا يلغي انتماء نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى نظريات التأثير، فهي وإن كانت تركز على وظائف الاتصال بالنسبة للأفراد، أي: ما يفعله الجمهور بوسائل الاتصال، إلا أنها تركز في الواقع على معرفة تأثير وسائل الاتصال على حياة الناس، وهذه هي النتيجة النهائية التي تصل إليها بحوث النظرية، فاختيارات الجمهور تعكس الإشباعات التي ينتظرها من وسائل الإعلام، وهي في النهاية تأثيرات لهذه الوسائل. ويؤكد معظم الباحثين على هذا التوافق بين نظرية الاستخدامات والإشباعات وبحوث التأثيرات. (barran: davivs. 1995.p226)

### فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

\*أعضاء الجمهور المشاركون في عملية الاتصال الجماهيري فعالون، وتكون الغاية من استخدامهم وسائل الاتصال تلبية أهداف توقعاتهم.

\*يأتي استخدام وسائل الاتصال ليعبر عن حاجات يدركها أعضاء الجمهور فيما بينهم، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

\*أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

\*يمكن الاستدلال على معايير الثقافة السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وليس محتواها فقط. (الهالات. 2017.ص72)

### أهم الانتقادات الموجهة لها:

تعرضت نظرية الاستخدامات والإشباعات لعدد من الانتقادات منها: اعتبارها نموذجاً أو مدخلاً أو منظوراً لم يرق إلى مستوى النظرية بعد لكون أسلوب المنافع والإشباعات أقل من مستوى نظرية مستقلة بذاتها، حيث اعتبرها الباحثون جوانب معينة من نظرية التأثير الانتقائي. وقد لخصوها في النقاط التالية:

- أنها تتبنى مفاهيم تنسم بشيء من المرونة، مثل الدافع والهدف والوظيفة، وهي ليست تعريفات محددة، فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.

- الحاجة الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجي ونفسي واجتماعي تختلف أهميتها من فرد إلى آخر.
- تقوم النظرية على افتراض استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخداما متعمدا ومقصودا وهادفا، والواقع يختلف فهناك استخدامات غير هادفة وغير مخطط لها.
- تنظر البحوث التي استندت إلى هذه النظرية إلى وظائف وسائل الإعلام من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية في حين أن الرسائل قد تحقق وظائف للبعض ولا تحققه للبعض الآخر. (إبراهيم.

(2014، ص67.68)

### 9-2/ نظرية الحتمية القمية:

تعتبر نظرية الحتمية القمية واحدة من بين النظريات الجديدة نسبيا في الإعلام، بين غياب التنظير في الإعلام لفترات طويلة من الزمن. وقد اعتمد الدكتور عبد الرحمن عزي مؤسسها التركيز على القيمة في تفسيره للظاهرة الاتصالية، فهي تهتم بكل الظواهر الإعلامية والاتصالية ولكن من منظور قيمي، مع إعطاء الثقافة مكانة محورية وأساسية وأصيلية، فالأصل هو الثقافة التي مثلها بهرم قمته هي القيم، وأوسطه النشاط العقلي والمنطقي، أما قاعدته فتمثل في السلوك وحركة الإنسان. ويرى عبد الرحمن عزي أن نظريته تسعى إلى تأطير الوضع انطلاقا من الخيال، فهو يدرس ما هو كائن بناء على ما ينبغي أن يكون. (عزي، 2011، ص24-25)

وتعدُّ إشارة عبد الرحمن عزي إلى ثنائية الثقافة والقيم مهمة جدا في دراسة الفعل الاتصالي من منطلق ربطها ببعضها البعض باعتبار الثقافة المعطى الأول الذي يكتسبه الفرد من بيئته، في حين تكون القيم كحصولها لها على اعتبار أنها لا تكتسب من الأفراد بل الفرد هو أداة تجسيد للقيمة بمعنى تطبيقها على أرض الواقع. على أساس هذا تم تحديد مجال دراسة الظاهرة الإعلامية بطرح منهجي بديل اعتمادا على محدد واحد أو متغير واحد، وهو القيمة.

وتمثل القيمة المستوى الأعلى للثقافة وهي ما يرفع الفرد إلى المرتلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالقيم بارتباطها بالدين هي عالم المجرد وانعكاس القيم في السلوك هو عالم المجدس. وكلما ارتبطت به كانت ذات منحى إيجابي، أما إذا تنافت أو حادت القيمة فيكون التأثير سلبيا. (بوعلي، 2013، ص52)

وقد طرح عبد الرحمن عزي نظرية الحتمية القمية من منطلق أن القيم السائدة في المجتمع هي التي تحدد نوع الوسيلة أي القناة وتعبّر عن أصل المجتمع المستخدمة فيها. (يعقوب. 2007.ص03)، كما يرى أن التأثير يكون إيجابيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر. (عزي. 2003.ص112)

وفقا لهذا التصور الذي طرحه الدكتور عبد الرحمن عزي، وبمحاولة ربطه بالدراسات الإعلامية الأكاديمية: فإن القيم تسلك نمطين:

\*الانطلاق في دراسة القيم باعتبارها عنصرا فاعلا أساسيا في وسائل الإعلام بحيث تعتبر محركا للسلوك، وبالتالي رصد القيم التي يتم تشكيلها عبر هذه الأخيرة.

\* الوصول إلى القيم التي تتشكل بفعل التأثير التكنولوجي والمضامين الإعلامية التي يتلقاها الفرد من التفاعلات الناتجة عن تواصله مع الآخرين، ويكون هذا إما بتعزيز قيم موجودة أو اكتساب قيم جديدة.

### الافتراضات العلمية لنظرية الحتمية القمية:

تقوم نظرية الحتمية القمية على مجموعة من الافتراضات أهمها:

-تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة السائدة في المجتمع.

-المبالغة في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة يؤدي إلى الإدمان.

-الاستخدام يخل بقيم المجتمع، كالتأثر بالإعلانات المروجة للمدخنين والمخدرات وكذا الدخول في علاقات غير مشروعة مع الجنس الآخر.

-كثرة استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى إضعاف مهارات الاتصال الشخصي ومن ثم إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي.

-كثرة استخدام التكنولوجيا يضعف الاتصال داخل الأسرة، ويؤثر على الصحة النفسية والبدنية.

-كثرة استخدام مضامين التكنولوجيا يؤدي إلى تغييب القيم الأصيلة واكتساب السلوكيات المنحرفة.

-حسن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى تعزيز القيم السائدة.

-حسن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى تنمية المهارات الاجتماعية ويسهم في التنشئة الاجتماعي ويحقق الترابط الاجتماعي.

-حسن استخدام التكنولوجيا يحقق الإشباع والترفيه. (سهيلي.2016. ص125-126)

وبالنظر إلى الأهمية التي تكتسبها نظرية الحتمية القيمة في مجال علوم الإعلام والاتصال، باعتبارها منحى نظري جديد تم إسقاطه على العديد من البحوث والدراسات ذات الطابع الأكاديمي إلا أنها قد لاقت العديد من الانتقادات الموجه لها بحسب ما أشار إليه صاحب النظرية ، فهي انتقادات مصنفة إلى: انتقادات من خارج النظرية من منطلق عدم الفهم العمق لمفاهيمها وأسسها انطلاقاً من مقارنتها بالنظريات الغربية، في حين أن الانتقادات الموجودة داخل النظرية وهو كما تمت الإشارة إليه من قبل الباحثين المشاركين في الملتقى الدولي للحتمية القيمة ، من خلال إشارتهم إلى بعض الملاحظات حول النظرية . ومن أهمها:

-الانتقاد الأول يتمثل في مدى علمية موضوعها(القيم)، انطلاقاً من التيارات العلمية السائدة، والتي تعتبر العلم هو دراسة الواقع، لا دراسة ما يجب أن يكون عليه هذا الواقع.

-المشكلة الثانية تنطلق من مصطلح "الحتمية"، فكيف يعود الحديث إلى الحتمية في العلوم الإنسانية والاجتماعية في الوقت الذي يكون العالم قد كتب نهاية الحتميات، حتى في العلوم الطبيعية والفيزيائية، كما انه من الصعب عزل العوامل الأخرى ووصفها بالثانوية دون دراسات امبريقية جادة وصارمة، تراعي الاختلاف المكاني والزمني، وتتبع الأثر على المدى الطويل وليس القصير.

-كما أن القيم التي يمكن اعتبارها في مجتمع ما مرغوبا فيها مرفوضة ومدمومة في مجتمعات أخرى، وبالتالي لا يمكن الاعتماد فقط على القيم في تفسير الظاهرة الإعلامية. (سهيلي.2016.ص126)

## كيفية توظيف النظريتين في الدراسة:

عرفت نظرية الاستخدامات والإشباع استخداما واسعا من قبل الباحثين علة مستوى الدراسات والبحوث العلمية الأكاديمية في محاولة منهم لمعرفة عادات وأنماط التعرض والاستخدام، والدوافع الكامنة وراء ذلك وما يترتب عنها من اشباع فتوسع حقل استخدامها وإسقاطها على مختلف وسائل الإعلام المختلفة بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن خلال دراسة القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإن الباحثة ترمي إلى الربط بين التأثير الحاصل على مستوى تشكل القيم أو تغييرها بطرح متغير الهوية المستخدمة كأحد العادات الهامة في التواصل بين مرتادي هذه المواقع، وهو ما من شأنه تعزيز القيمة المكتسبة سابقا أو تعديلها بناء على تواجد الفرد ضمن هذا الفضاء. ولعل هذا أحد يشكل مثلا حول ما سيتم تناوله ومعرفته من دوافع للاستخدام اشباعا محققة من وراء ذلك.

أما الشق الثاني فهو الاعتماد على نظرية الحتمية القمية في الإعلام، بالرغم مما لاقته هذه الأخيرة من انتقادات كبيرة، إلا أنها عرفت انتشارا واسع الاستخدام في بحوث الإعلام الجديد في سبيل معرفة القيم التي تتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، ومن المنطلق الذي جاءت به النظرية هو بروز القيمة كعامل مهم في الرسائل والمضامين الإعلامية، لذا تحاول الباحثة معرفة مدى اقتران محتويات مواقع التواصل الاجتماعي بالقيم الاجتماعية التي قدمها الدكتور عبد الرحمن عزي بناء على تصنيفه للقيم من منطل الأبعاد التي تحملها كل قيمة ومدى ابتعادها عنها، ومنه التأثيرات الناتجة عن ذلك بالاعتماد على بعض المقاييس المقدمة في منهجية الحتمية القمية .

## ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة

تكسبي الإجراءات المنهجية في كل دراسة أهمية كبيرة في البحث العلمي لأنها تمكن الباحث من النزول بالظاهرة محل الدراسة إلى ميدان التجريب من أجل الحصول على معطيات رقمية وإحصائيات تترجم له الجانب النظري الذي وضعه في البداية. هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن اختيار هذه الخطوات بعناية والوقوف عندها يأخذ حيزا زمنيا من وقت الباحث كون صحة النتائج وإثبات الفرضيات أو نفيها والإجابة على التساؤلات وتبريرها مرهون بمدى صحة هذه الإجراءات من عدمها. لذا يجترس معظم الباحثين كثيرا في اختيارها بعناية شديدة، كما أن طبيعة هذه الخطوة تنسم نوعا ما بالتعقيد والتشابك تضعهم في حيرة من أمرهم أي منهج يصلح وأي أداة تستخدم وما هي الأداة التي ستمكنهم من جمع البيانات. وقبل كل هذا ضمن أي نوع سنصنف هذه الدراسة؟

كل هذه الإشكالات ستحاول الباحثة التطرق إليها في هذا الشق الثاني من الفصل الأول للدراسة انطلاقا مما يلي:

## 1- نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة واحدة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيق عنها دون الدخول في سببها أو التحكم فيها. (حسين، 1976، ص123)

وقد وجدت الباحثة تضاربا في الرأي بين من يرحب الدراسات الوصفية على أنها منهج وبين من يصنفها باعتبارها نوعا من أنواع الدراسات تحوي مجموعة من المناهج كالمنهج المسحي ودراسة الحالة والدراسات التطورية... وغيرها

وفي هذه الحالة اعتمدت الباحثة على البحوث الوصفية باعتبارها من أنسب الطرق لمعالجة الظاهرة المطروحة ضمن نطاق البحث والتي تتمحور بالأساس حول معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى شريحة الشباب الجامعي.

وسبب إدراجها ضمن هذا النوع من الدراسات يعود إلى ما يلي:

- تشخيص الظاهرة بمعرفة العلاقة القائمة بينها وبين المتغيرات التي ترتبط بها أو ما يعرف برصد الواقع من خلال محاولة رصد الظاهرة كما هي عليه في الواقع الاجتماعي من خلال ما يتوفر لدى الباحث من بيانات وأرقام وحقائق وبتسخير أدوات البحث العلمي التي تمكنه من جمع بياناتها لذا فإن الباحثة بدراستها العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية تحاول توصيف الدراسة ورصد ما يرتبط بها من مظاهر لإزالة اللبس وسوء الفهم وتقديم أعلى مستويات الفهم.
- ومن جهة أخرى معرفة العوامل المتحكمة في هذه الظاهرة الاتصالية عن طريق جمع أكبر كم ممكن من المعلومات التي تحيط بالظاهرة من جميع جوانبها بغية الوقوف على حقيقة علمية واضحة عن الظاهرة قيد البحث. وبالتالي السعي إلى معرفة ما إذا كانت القيم الاجتماعية لدى الشباب قد تكونت بفعل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي أم تعزى إلى عوامل أخرى
- معرفة الآثار المترتبة عن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى مساهمته في تشكيل القيم الاجتماعية لديهم وهو ما يعرف في إطار الدراسات الوصفية ب القدرة على تفسير الواقع من خلال تقديم تحليل معين وتبريرات حول ما تم الوصول إليه من نتائج وهو ما يمكن من تشخيص الظاهرة ومعرفة طبيعة العلاقة بين متغيراتها.

## 2- المنهج المستخدم:

يعتبر تحديد المنهج من الخطوات المهمة في أي بحث علمي كونه الخطوة الأولى للنزول بالموضوع محل الدراسة من البحث فيه إلى العمل الميداني. وعلى هذا الأساس فإن المناهج تختلف وتتنوع ويتوقف اختيار المنهج على طبيعة الموضوع أو الإشكالية التي يطرحها الباحث. وقبل أن نعرض إلى تحديد المنهج الملائم للدراسة نأتي إلى:

أما إذا أردنا تقديم تعريف للمنهج فلغة الطريق الواضح والسليم وتقابلها باللغة الفرنسية كلمة (Méthode)، أم من حيث المدلول الاصطلاحي فهو مجموعة القواعد والقوانين التي تبين لنا أوجه الخطأ والصواب في خطوات البحث، وطرق البحث عن الحقيقة، والعلم الذي يبحث في المناهج و ينتقدها ويضع قواعدها يسمى علم المناهج وقد أخذ صفة

العلم لأنه يحتوي على مبادئ مشتركة بين كافة العلوم أي أن النتائج المتوصل إليها تقبل التعميم كما أنها تتصف بالتجريد.

وعرف بدو بالمنهج 1977 بقوله : انه الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد تهيم على سير العقل و تحدد عملياته حتى يصل الى النتيجة المعلومة.  
ويعرف العلماء " المنهج " بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون

ومنهج هذه الدراسة هو المنهج المسحي الذي يندرج ضمن أنواع البحوث الوصفية، يتضمن جمع بيانات لاختبار فروض معينة أو الإجابة على أسئلة تتعلق بالحالة الراهنة لموضوع الدراسة، إذ تحدد الدراسة المسحية الوضع الحالي للأمر. وقد يبدو البحث المسحي بسيطاً جداً، إلا أنه في واقع الأمر أكثر من مجرد توجيه بعض الأسئلة أو تحديد الإجابات عليها. إذ نظراً لأن الباحث كثيراً ما يستخدم أدوات لم يسبق استخدامها فعليه أن يبني الأدوات التي تصلح لبحثه، وهذه تتطلب وقتاً ومهارة. وهناك مشكلة أساسية تؤدي إلى تعقيد البحث المسحي، وربما إضعافه، وهو نقص ردود أفراد العينة، أي عدم قيام الأفراد بإرجاع الاستبيانات أو الذهاب إلى المقابلات المحددة. وإذا كان معدل الردود منخفضاً، فإنه لا يمكن الخروج بنتائج صادقة من البحث. (أبو علام. 2001. ص88)

كثيراً ما يقوم أناس من ميادين كثيرة بدراسات مسحية، عندما يحاولون حل المشكلات التي تواجههم، فيجمعون أوصافاً مفصلة عن الظواهر الموجودة بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع أو الممارسات الراهنة، أو لوضع خطط أكثر ذكاءً لتحسين الأوضاع والعمليات الاجتماعية أو الاقتصادية أو التربوية. (دالين. 1994. ص297)  
وبالتحديد فإننا سنقوم في هذه الدراسة بإجراء مسح اجتماعي من اجل دراسة الظاهرة أو الحدث الاجتماعي المتمثل في معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي والذي يمكن جمع بيانات رقمية (كمية) عنها، ويمثل هذا النوع من الدراسات وسيلة ناجحة في قياس أو إحصاء الواقع الحالي من أجل وضع الخطط التطورية في المستقبل.

## 3- مجالات الدراسة:

أ/ المجال المكاني:

يعبر المجال المكاني عن مكان إجراء الدراسة الميدانية أي كل المناطق والجهات التي تصل إليها أداة جمع البيانات، وبما أن الدراسة ستجرى في دولة الجزائر فإن الباحثة ستحاول قدر الإمكان العمل على وصول أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان الإلكترونية إلى أكبر عدد ممكن من جمهور الشباب الجامعي في مختلف ولايات الوطن، وبالتالي تجعلها متاحة لكل الشباب الراغب في التفاعل مع موضوع البحث.

ب/ المجال البشري:

يقصد بالمجال البشري هم الأفراد المتعامل معهم في الدراسة الميدانية أو المبحوثون وهم يمثلون ما يمكن تسميته أيضا بمجتمع البحث. ونعني به: "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر «المجتمع المستهدف» الذي يتجه إليه الباحث بدراسته وتعمم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته فيتم بذلك التركيز على المجتمع المتاح والممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث (عبد الحميد 2014، ص130) واستنادا إلى ما تم تقديمه فان مجتمع الدراسة هنا يتمثل في:

الجمهور المستهدف: الشباب الجزائري.

الجمهور المتاح: الشباب الجامعي الذي تتراوح أعمارهم بين 19-39.

ج/ المجال الزمني:

وهو المدة الزمنية التي يستغرقها الباحث من اجل القيام بإنجاز دراسته، وبما أن هذا البحث ينتمي من حيث تقسيمه وفقا لمستوى الباحث ومؤهلته فهو من البحوث الطويلة نسبيا تستغرق زمينا مدة تحددها الجامعة التي ينتمي إليها الدارس. فإن الباحثة عمدت إلى تقسيم العمل زمينيا إلى ثلاث مراحل هي:

- **المرحلة الأولى:** وامتدت لمدة سنتين ونصف استغلتها الباحثة في جمع المادة العلمية المتعلقة بالبحث من مختلف الجامعات من كتب ومقالات وركزت بالأساس على الدراسات السابقة للوقوف على كيفية معالجة الموضوع والاستفادة من خبرات الباحثين الذين تطرقوا لمتغيرات الدراسة التي تمثلت في القيم الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي.
- **المرحلة الثانية:** وامتدت من شهر جانفي 2019 إلى غاية شهر أوت 2020 من نفس السنة وفيها خصصت الباحثة الفترة لبناء فصول الدراسة المختلفة وضبطها وتحرير مادتها المعرفية
- **المرحلة الثالثة:** والتي خصصت للدراسة الميدانية من شهر سبتمبر 2020 إلى غاية شهر أوت 2021 وهي المرحلة التي عمدت فيها الباحثة إلى تصميم الاستمارة وعرضها للتحكيم من ثم توزيعها إلكترونيا خصوصا في ظل الظروف التي عرفها العالم ككل والجزائر أيضا والمتمثلة في انتشار فيروس كورونا كوفيد-19 في العديد من البلدان الغربية والعربية، ما دفع إلى فرض الحجر على الأفراد بشكل كلي أو جزئي ، ومراعاة لهذا الظرف فقد اعتمد بالأساس على تكنولوجيا الإعلام الجديد كالبريد الإلكتروني و منصات التواصل الاجتماعي لتوزيع الاستمارة وتحليل وتفسير البيانات المحصل عليها تفاديا لانتقال العدوى أو الإصابة بالمرض وكذا تحقيقا لمبدأ التباعد الاجتماعي الذي أقرته الكثير من الحكومات والمنظمات بما في ذلك منظمة الصحة العالمية.

#### 4- عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها: مجموعة فرعية من مجموعة المجتمع الأصلي، ولا بد من سحب عينة من الأفراد، أي ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات. في ميدان العلم نتطلع أن تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات أو الآلاف من العناصر، وذلك حسب الحالة والمأخوذة من مجتمع بحث معين بالوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي... (انجرس. 2004.ص301)

وبالتالي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج المتحصل عليها وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي (عبيدات: أبو نصار 2003.. ص84)

ونوع العينة التي تتلاءم مع مجتمع البحث ومع الموضوع الذي تنطرق إليه تدرج تحت إطار المعايير غير الاحتمالية مستخدمين العينة العرضية أو عينة الصدفة، ويلجأ الباحث إلى هذا النوع من العينات في حالة اللاتجانس لمجتمع البحث، أي أنه هناك اختلافا بين الخصائص السوسيوديموغرافية لأفراد المجتمع، ويتميز الشباب الجامعي بوجود فوارق بينهم من حيث مستواهم الاقتصادي وحالتهم الاجتماعية وكذا في جنسهم وسنهم وحتى في طريقة تفكيرهم ونظرتهم إلى الأمور والقضايا وغير ذلك. وبالتالي لما كان مجتمع البحث يتميز بتجانسه من حيث أنه شباب يعايش نفس المرحلة العمرية وكذا أنه ينتمي إلى مؤسسة تعليمية فإنه بذلك متجانس ولكنه غير معروف كليا للباحثة بحكم أنه يتواجد في كل ولايات الوطن بمختلف أقطابها الجامعية. وقد لجأت إلى اختيار العينة العرضية نظرا للأسباب التالية:

— ضخامة المجتمع المستهدف من البحث من حيث: تشتته الجغرافي من جهة، ومن جهة تعامله مع موقع فيس بوك إذ تشير الدراسات والأبحاث التي قامت بها العديد من جهات ومراكز البحث بالإضافة إلى الدراسات الجامعية أن توجه الشباب الجزائري وإقباله على استخدام موقع فيس بوك كبير. وهذا بناء على الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة كخطوة أولية للدراسة الميدانية.

— إشكال الوضع على الباحثة في تصور العينة المناسبة خصوصا في الفصل بين اختيار عينة احتمالية أو عينة غير احتمالية. ففي النوع الأول تكون العينة العشوائية الطبقيّة الأنسب لكن الخلل يكمن في كيفية توزيعها خصوصا وأن الباحثة لجأت إلى استمارة الكترونية، أما في الحالة الثانية وهو اختيار العينة العرضية أو عينة الصدفة والتي تتيح المجال لتوزيع الاستمارة في كل أقطار الوطن وذلك بناء على أسلوب كرة الثلج في جمع مفردات العينة، من خلال إرسال رابط الاستبيان إلى مجموعة من الشباب الجامعيين والتوصية بإرسالها لغيرهم وهكذا دواليك.

أما فيما يتعلق بحجم العينة فإن الباحثة لم تعتمد على الاعتماد على حساب حجم العينة نظرا لصعوبة الحصول على إحصائيات دقيقة حول عدد الشباب الجامعي المتواجد فعلا بالجامعات وبالتالي ترك الاختيار في حجم العينة مربوطا بالمدة الزمنية المتاحة للاستمارة الالكترونية والتي ستحدد في ضوءها عدد مفردات البحث.

## 5- أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الاستبيان من خلال طرح الاستمارة كأداة لجمع البيانات، والاستمارة تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية.

يعرف الاستبيان: "على انه قائمة من الأسئلة التي يحررها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية وتقدم للمبحوثين للإجابة عليها بهدف الحصول على البيانات المطلوبة حول الظاهرة المدروسة وتعرفها من جوانبها المختلفة، ويعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء، الاستفسار الاستبار وكلها مصطلحات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة sondage أو questionnaire في اللغة الفرنسية. (بن مرسللي. 2005. ص220)

وقد اعتمدنا هذه الأداة في هذا البحث بالتحديد دون باقي الأدوات الأخرى المستخدمة في جمع البيانات للأسباب التالية:

- ضخامة الجمهور المستهدف وهو الشباب الجزائري وبالتحديد الشباب الجامعي وتشتته الذي يجد من استخدامنا للمقابلة أو الملاحظة لهذا العدد الكبير من أفراد العينة.
- البيانات المتطلب جمعها تمتاز بكونها تعالج حقائق وصفية يمكن الحصول عليها من خلال الاستمارة بنسبة عالية من الدقة والموضوعية لأنها تستهدف توصيفا لأهم آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب في البيئة الافتراضية.
- يوفر لنا أسلوب الاستبيان أو الاستمارة درجة عالية من الدقة -حتى ولو كان من أكثر الأدوات استعمالا في البحوث الأكاديمية- ويسهل علينا تصنيف وتبويب المعلومات المحصل عليها ويضم الاستبيان المعلومات الشخصية بالإضافة إلى عادات وأنماط والإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أثر استخدامها على تشكيل القيم الاجتماعية.

من هذا المنطلق فقد تم تبني الاستبيان الإلكتروني كأحد الأساليب الجديدة الرائجة في بحوث دراسة جمهور وسائل الإعلام اليوم، ونظرا وتزامن فترة توزيع الاستبيان مع الظرف الذي عرفه العالم من انتشار جائحة كورونا كوفيد 19، وبسبب صعوبة الوصول إلى مفردات الجمهور المدروس في أماكن تواجدهم في ظل الإجراءات التي اتخذتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لمواجهة تفشي الوباء في الجامعة، وهو ما جعل الباحثة تتمسك بالاستبيان الإلكتروني حفاظا على السلامة العامة لمفردات البحث وكذا سلامتها.

وقد عكفت الباحثة على محاور جمع المعلومات من الإطار النظري للدراسة والاعتماد على الدراسات السابقة بعد القراءة المعمقة والمتأنية للموضوع لتخلص إلى تصميم الاستبيان في صورته النهائية معتمدة على مجموعة من المراحل المرتبطة بفترات زمنية مختلفة وهي كالتالي:

**أولا: إبراز وحصر متغيرات البحث وجوانبه الأساسية:** بعد تحديد مشكلة الدراسة وضبط تساؤلات البحث وأهدافه وفرضياته.

**ثانيا: بناء الاستبيان:** أين قامت الباحثة بتقسيم هذه المرحلة إلى مرحلتين:

**المرحلة الأولى:** القراءة الأولية المعمقة للدراسات السابقة في جانبها التطبيقي والاطلاع على الاستبيانات التي تم تصميمها من قبل الباحثين والمرتبطة بالموضوع ذاته ومحاولة تدوين بعض الأفكار المرتبطة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى ربطها بمنظور الدراسة المستخدم ومحاولة إضافة الأفكار المتعلقة بنظرتها للموضوع. وقد كان هذا في الفترة الممتدة من نهاية شهر أوت 2020 إلى غاية نهاية شهر سبتمبر من السنة نفسها.

**المرحلة الثانية:** الشروع في بناء الاستبيان ومحاولة ربطها بتساؤلات البحث المطروحة وكذا فروضه معتمدة بالأساس على المزاوجة بين الأسئلة المفتوحة والمغلقة مع التركيز بشكل أكبر على هذه الأخيرة مع ما يتلاءم مع طبيعة الاستبيان الإلكتروني الذي يكون عن بعد ودون حضور للباحث والمبحوث، وبالتالي تغيب فرصة الوقوف على مجريات ملاءه من طرف المبحوثين.

إنّ العائق الكبير الذي اعترى الباحثة أثناء تصميمها للاستبيان هو صعوبة التعامل مع موضوع القيم الاجتماعية بالرغم من تبني التقسيم الذي قدمه الدكتور عبد الرحمن عزي، أين وجدت بعض القيم التي يصعب التعبير عنها لغويا أو لا يمكن ضمان قياسها بالصيغة التي وردت في التقسيم. لذا وإزالة هذا اللبس والغموض المشكل على الباحثة فقد

حاولت اجتهدا منها استخدام ما درج التعبير عنه للدلالة عليها. وقد اكتمل تصميم الاستبيان في صورته النهائية قبل عرضه للتحكيم بعد مدة إنجاز بدأت في نهاية شهر سبتمبر من العام 2020 وانتهت بنهاية شهر أكتوبر 2020. وبالتالي تضمن الاستبيان في صورته الأولية: 33 سؤالاً، إضافة إلى ستة (06) أسئلة ارتبطت بمحور البيانات السوسيوديموغرافية. وقد حاولنا مراعاة خصوصية الاستمارة الالكترونية والتي تقتضي عدم الإطالة في الأسئلة بشكل يدفع المبحوث لعدم التجاوب معها أو التخلي عن ذلك.

### ثالثاً: اختبار صدق الاستبيان:

بعد تصميم الاستبيان في صورته النهائية تم توجيهه إلى الأستاذ المشرف للاطلاع عليه، بالإضافة إلى عرضها على مجموعة من المحكمين، وقد حاولت الباحثة ضمان التنوع في تخصصات الباحثين من أجل إثراء الطرح المعروض للدراسة من جهة ومن جهة أخرى الاستفادة من خبرات المحكمين لأن موضوع القيم تم تداوله في العديد من التخصصات العلمية.

وقد جاء اختيارها للمحكمين من التخصصات التالية:

**الإعلام والاتصال:** وهو التخصص الذي ينتمي إليه هذا البحث وفيه تم عرض الاستمارة على أربعة محكمين من جامعات مختلفة في الجزائر وهم:

د. بوزيان نور الدين: جامعة صالح بويدير. قسنطينة 3

د. مبني نور الدين: جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2

د. قرناني ياسين: جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2

د. حجام الجمعي: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

**علم الاجتماع:** من التخصصات التي درس باحثوها موضوع القيم بشكل كبير، وهذا القيم الاجتماعية وعلاقتها بوسائل الإعلام، وفيه تم عرض الاستبيان على محكم واحد وهو:

د. غزالي محمد: قسم علم الاجتماع جامعة سطيف 2

**الفلسفة:** يعد فرع فلسفة القيم من الأقطاب البارزة في الفلسفة، لذا حاولنا عرض الاستمارة على أحد المحكمين المهتمين بهذا المجال وخاصة فلسفة القيم وهو المحكم:

أ.د بوحناش نورة: جامعة قسنطينة.

وقد تم عرضها على المحكمين من أجل تبيان أوجه القصور أو مواطن الضعف في الطرح للأفكار العلمية وكذا المنهجية منها، كما وللوقوف على مدى وضوح الأسئلة واتساقها في المحاور المطروحة وكذا توافقها مع ما تنو له الأهداف المنشودة.

وفيما يلي التقييم الذي قدمه كل محكم بناء على التسلسل الذي تم به عرض أسماء المحكمين وجامعاتهم وبالاعتماد على استمارة التقييم تم بناء هذا الجدول التالي:

الجدول رقم: (02) يوضح ملاحظات المحكمين حول أسئلة الاستبيان المطروحة

عدد الأسئلة المقبولة	عدد الأسئلة المرفوضة	عدد الأسئلة المعدلة
16	01	16
29	00	04
30	00	03
17	02	16
26	01	07
24	08	10
33	33	33

المحكم 1: د. بوزيان نور الدين

المحكم 2: د. مبني نور الدين

المحكم 3: د. قرناي ياسين

المحكم 4: د. حجاج الجمعي

المحكم 5: أ.د. نورة بوحناش

المحكم 6: د. غزالي محمد

اجمالي الأسئلة:

وبناء على الملاحظات التي تم تقديمها حول الاستمارة الأولية فقد حاولت الباحثة تصويب الأسئلة المعدلة من خلال توظيف الإشارات التي أشار إليها كل محكم على حدة، وحذف الأسئلة المرفوضة فقد توصلنا إلى الشكل النهائي للاستمارة والذي ضم ثلاثون سؤالاً موزعة عبر المحاور المذكورة آنفاً.

رابعاً: بعد إجراء التعديلات المطلوبة من قبل المحكمين على الاستمارة تم تصميم الاستمارة إلكترونياً من خلال الرابط:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfXMqKMnWD8wW5C8d9A0hNnpQ7>

[mfrr1KW0xX9ie7-boAfgEuw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfXMqKMnWD8wW5C8d9A0hNnpQ7)

وقد خصصت المدة الزمنية لتشارك الرابط مع الباحثين في الفترة الممتدة من 04 أوت 2021 إلى غاية 30 أكتوبر من نفس العام من أجل جمع عدد كاف من مفردات العينة، مع الأخذ بعين الاعتبار الصعوبات البحثية المرتبطة بتوزيع الاستبيان الإلكتروني لعل أبرزها عزوف الباحثين عن تقديم الإجابات لأسباب مجهولة تتطلب التدقيق والبحث.

ولقد حاولت الباحثة مراجعة الاستبيان جيدا قبل التوزيع النهائي له بالاستناد إلى الملاحظات الموجهة من المحكمين. وقد تضمن هذا الاستبيان 30 سؤالاً، تنوع بين الأسئلة الموجهة للرأي، والأسئلة الموجهة لإبداء الحقيقة، موزعة على أربع محاور دون احتساب محور البيانات السوسيوديموغرافية وهي كالآتي:

**المحور الأول:** ويضم ثمانية (08) أسئلة يتمحور حول عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

**المحور الثاني:** ويضم أربعة (04) أسئلة يتمحور حول دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

**المحور الثالث:** ويضم خمسة (05) أسئلة ويتمحور حول حضور القيم في مواقع التواصل الاجتماعي

**المحور الرابع:** ويضم عشرة (10) أسئلة ويتمحور حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكل القيم الاجتماعية.

إنّ محاولة كشف الأثر المترتب على القيم الاجتماعية الشباب الجامعي بفعل استخدامهم المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي تم الاستعانة فيه بسلم ليكرت الرباعي مع العلم أنه تم الاتفاق على حذف تدريج المحايد لضمان معرفة الأثر بالموافق أو المعارض فجاءت تدرجات السلم على النحو التالي:

موافقة بشدة=1/موافق=2/معارض=3/ معارض بشدة =4=

مع العمل على إدراج تبويب القيم الاجتماعية بناء على مجموع القيم التي ضبطت في نظرية الحتمية القيمة، واجتهدت بعد ذلك الباحثة في تقسيمها وفق ما جاء في الجدول رقم (01).

**6- الأساليب الإحصائية المستخدمة:**

اتجهت الباحثة في بحثها إلى تبني أسلوب الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الشهير في معالجة البيانات المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية، باستعمال الجهاز الإعلام الآلي عن طريق حزمة تحليل البيانات الإحصائية في العلوم الاجتماعية SPSS v.23، الذي بفضلها تم استخراج كل أنواع الجداول والمقاييس الإحصائية المناسبة للدراسة، والمتمثلة فيما يلي:

**1- استخدام أساليب الإحصاء الوصفي:**

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية، نذكرها كما يلي:

أ. **التكرارات والنسب المئوية:** لوصف بيانات أفراد العينة محل الدراسة، وتوزيع إجابات المبحوثين حسب درجات الموافقة على فقرات الدراسة المختلفة.

ب. **حساب المتوسط الحسابي:** (أحد مقاييس النزعة المركزية)، وهو متوسط مجموعة من القيم، أو مجموع القيم المدروسة مقسوم على عددها، وذلك بغية التعرف على متوسط إجابات المبحوثين حول الاستبيان ومقارنتها بالمتوسط الفرضي المقدر ب 2.5 لأن التنقيط يتراوح من (1) إلى (4) وفي بعض الأسئلة اعتمدت على السلم الثلاثي بحيث يقدر المتوسط الحسابي الفرضي ب 2 لأن سلم التنقيط يتراوح من (1) إلى (3)، وهو ما يساعد في ترتيب الفقرات حسب أعلى متوسط.

ت. **الانحراف المعياري:** وذلك من أجل التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد العينة المبحوثين، ويوضح التشتت في استجابات أفراد الدراسة فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، وبالتالي تكون النتائج أكثر مصداقية موجودة، كما أنه يفيد في ترتيب العبارات أو الفقرات لصالح الأقل تشتتاً عند تساوي المتوسط الحسابي المرجح بينها.

## 2- استخدام أساليب الإحصاء الاستدلالي:

أ. استخدام اختبار (T) للعينة الواحدة **One Sample T-test**: لمقارنة المتوسط العام للإجابات مع المتوسط الفرضي، وذلك بالنسبة للسؤال 21 و 24 و 26. ويرجع سبب اختيار أسلوب T لعينة واحدة لأننا نتعامل مع بيانات كمية لعينة واحدة. وتتم المقارنة على أساس الدلالة المعنوية كالتالي:

- لتحديد درجة القرار، نأخذ بدرجة الدلالة المعنوية **sig** حيث تقسم هذه الدلالة إلى ثلاث مجالات كالتالي:

- Sig أكبر من 5% فيمثل مجال التقييم المتوسط.

- Sig أصغر من 5% هنا يمكن الاعتماد على المتوسط الحسابي من أجل تحديد مجال التقييم إذا كان كما يلي:

- إذا كان متوسط العبارة أكبر من المتوسط الحسابي فمجال التقييم مرتفع.

- إذا كان متوسط العبارة أصغر من المتوسط الحسابي فمجال التقييم منخفض.

ب. اختبار الصدق والثبات: بالاستعانة بمعامل ألفا كرونباخ، حيث يتم استعمال هذه المعادلة لحساب معامل ثبات الاستمارة، وحساب قدرتها على قياس المتغيرات المدروسة، أخذنا في الاعتبار النسبة المعتمدة في العلوم الاجتماعية، وهي 60%. حيث كلما تجاوز معامل ألفا كرونباخ هذه القيمة تدل على مصداقية الأداة وإمكانية اعتمادها في الدراسة. والاستعانة كذلك بمعامل الارتباط (Spearman) لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

## الصدق الظاهري للأداة:

إنّ الصدق الظاهري للاستبانة المطروحة في الدراسة جاء بناء على ما تم تقديمه من ملاحظات شكلية ومعرفية من قبل المشرف وهو ما يعرف بالصدق الإداري الظاهري الذي يتحقق من مدى فعالية أداة الدراسة في تحقيق هدف الدراسة التي تقوم بها الباحثة، ولدقة الاستبيان. وهي المرحلة الأولى التي تم وضعها من خلال التشاور والنقاش بين المشرف والباحثة في جزئيات تصميم الاستمارة.

المرحلة الثانية: وهي التي تم فيها عرض الأداة على مجموعة من المحكمين الذين تم إدراج تفصيلاتهم في الجدول رقم (02)، لمعرفة مدى صدقها وصلاحيتها للحصول على نتائج علمية دقيقة والتأكد من صدق المقاييس الموظفة فيها، وملائمتها للأغراض التي سطرنا لأجلها الدراسة .

كما الاستعانة أيضا بمعادلة CVR أو ما يعرف ب cvr formula من أجل تحديد ما يعرف بصدق المحتوى أو معادلة LAWSH أو content validity ratio (الفيل.2020.ص209) وقد جاءت النتائج على النحو التالي :

$$CVR = N2 - \frac{n2 - \left(\frac{n}{2}\right)}{\frac{n}{2}}$$

$$\frac{6 - \frac{6}{2}}{\frac{6}{2}} = 6 - \frac{3}{3} = \frac{3}{3} = 1 \times 100$$

$$CVR = 100\%$$

وبالعودة إلى تطبيق هذه المعادلة نجد ما يلي: نسبة القبول = 100%

باعتبار ان عدد الأساتذة المحكمين وهو N=6/ وعدد الأساتذة الذين قبلوا الاستمارة هو 6 أيضا.

الاتساق الداخلي لفقرات الاستمارة في المحور الثاني:

1- حساب معامل ثبات (ألف أكرونباخ) لفقرات السؤال رقم 20:

ماهي درجة تداول المنشورات التي تحمل القيم الاجتماعية الايجابية بين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي

السؤال 21	البيان
0.966	معامل الثبات ألفا كرونباخ

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج تفريغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

من خلال الجدول نلاحظ أنّ معاملات الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المقبولة إحصائياً 0.60، حيث بلغ معامل الثبات (المجموع) لكافة فقرات السؤال رقم 21 ب 0.966 وهي نسبة ثبات كبيرة يمكن الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

2-جدول رقم (03): يوضح الاتساق الداخلي لفقرات السؤال 20:

يوضح الجدول رقم (03) معامل الارتباط لسبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني والدرجة الكلية لهذا السؤال (t1)، والذي يبين أن معاملات الارتباط الميينة دالة عند مستوى دلالة 0.05 وبذلك تعتبر فقرات السؤال 20 صادقة لما وضعت لقياسه. وفيما يأتي الجدول الموضح لذلك

رقم العبرة	العبرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة المعنوية
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالفرد</b>			
1	الإحسان للجيران ومساعدتهم	**0.935	0.000
2	ربط علاقات الصداقة	**0.916	0.000
3	مساعدة المحتاجين	**0.901	0.000
4	احترام المرأة وإبراز قيمتها الاجتماعية	**0.958	0.000
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالأسرة</b>			
5	توفير الكبير والرفق بالصغير	**0.928	0.000
6	بر الوالدين والإحسان إليهما	**0.832	0.000
7	صلة الرحم الأقارب	**0.162	0.002
8	التربية الحسنة ورعاية الأبناء	**0.919	0.000
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالمحيط</b>			
9	التعاون بين الأفراد	**0.323	0.000
10	الانخراط في المجموعات الخاصة بالعمل التطوعي	**0.912	0.000
11	محبة الناس وودهم	**0.920	0.000
12	التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع	**0.903	0.000
13	احترام الآخرين	**0.895	0.920
14	حسن الظن بالآخرين	**0.889	0.000
15	التراحم بين الأفراد	**0.924	0.000

\*\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 \* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

## 3- حساب معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لفقرات السؤال رقم 24

ماهي السلوكيات الاجتماعية التي تحمل قيما عززها استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

السؤال 24	البيان
0.742	معامل الثبات ألفا كرونباخ

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج تفريغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

من خلال الجدول نلاحظ أنّ معاملات الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المقبولة إحصائيا 0.60، حيث بلغ معامل الثبات (المجموع) لكافة فقرات السؤال رقم 24 ب 0.742 وهي نسبة ثبات كبيرة يمكن الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

## 4-جدول رقم: (04) يوضح الاتساق الداخلي لفقرات السؤال 24:

يوضح الجدول رقم (04) معامل الارتباط لسبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني والدرجة الكلية لهذا السؤال (t2)، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0.05 وبذلك تعتبر فقرات السؤال 24 صادقة لما وضعت لقياسه. وفيما يأتي بيان لذلك

رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة المعنوية
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالفرد</b>			
1	احترام جيراني وأقدم لهم العون	0.680**	0.000
2	أقدم المساعدات للآخرين	0.471**	0.000
3	أربط الصداقات مع العديد من الأفراد	0.626**	0.000
4	أقدم الصالح العام على الصالح الخاص	0.071	0.171
5	أعطي قيمة للمرأة واحترمتها	0.508**	0.000
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة ب علاقة الفرد بالأسرة</b>			
6	أقدر والدي وابرهما وأرعاهما	0.740**	0.000
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالمحيط</b>			
7	أحب الخير للآخرين	0.282**	0.00
8	أنتطوع في الأعمال الخيرية	0.797**	0.000
9	أسدي النصائح والإرشادات للآخرين	0.899**	0.000
10	أتعامل مع كل شخص حسب درجته الاجتماعية وعمره	0.848**	0.000
11	أعترف بوجود غيري واحترم اختلافهم معي	0.895**	0.000
12	أتحاور مع الناس بطريقة حضارية	0.893**	0.000
13	أكون حرا ومسؤولا عن حريتي	0.898**	0.000

\*\*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01 \* الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج تفرغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

السؤال 26	البيان
0.9870	معامل الثبات ألفا كرونباخ

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج تفريغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

من خلال الجدول نلاحظ أنّ معاملات الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المقبولة إحصائياً 0.60، حيث بلغ معامل الثبات (المجموع) لكافة فقرات السؤال رقم 26 ب 0.987 وهي نسبة ثبات كبيرة يمكن الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

#### 5-جدول رقم: (05) يوضح الاتساق الداخلي لفقرات السؤال 26

يوضح الجدول رقم (05) معامل الارتباط لسيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني والدرجة الكلية لهذا السؤال (t3)، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0.05 وبذلك تعتبر فقرات السؤال 26 صادقة لما وضعت لقياسه. وفيما يأتي الجدول الموضح لذلك:

رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة المعنوية
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالفرد</b>			
1	إيذاء الجيران والإساءة لهم	**0.960	0.000
2	إنكار الصداقات وذمها	**0.933	0.000
3	اللامبالاة وعدم احترام شعور الآخر	**0.937	0.000
4	حب النفس وتقديم المصلحة الشخصية أولاً	**0.924	0.000
<b>القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالأسرة</b>			
5	الإساءة للوالدين ومحو خيرهما	**1.000	0.000

## القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالمحيط

6	بذ التعاون بين الأفراد وتكريس العزلة	**0.949	0.000
7	إظهار العدائية والكره تجاه الأفراد	**0.947	0.000
8	عدم احترام الآخرين	**0.928	0.000
9	عدم إعطاء حق الطريق	**0.948	0.000
10	السكوت عن نصيحة	**0.929	0.000
11	هدر قيمة الوقت	**0.911	0.000
12	هدر قيمة العمل	**0.916	0.000
13	الاستخدام اللاعقلاني واللاوعي	**0.923	0.000

\*\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 \* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج تفرغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

## الجدول رقم: (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغيرات	التكرارات	النسبة %
الجنس		
ذكر	170	45.3
أنثى	205	54.7
المجموع	375	100%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج تفرغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

توضح نتائج الجدول رقم 06 توزيع أفراد المبحوثين بناء على معيار الجنس، ويعكس خيارين: الذكر والأنثى، حيث يلاحظ أنه: أغلبية المبحوثين، أي حوالي 54.7% هم من جنس الإناث من العينة محل الدراسة بالمقارنة مع نسبة الذكور قدرت ب 45.3%.

الجدول رقم: (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغيرات	التكرارات	النسبة %
السن		
من 19 سنة إلى 24 سنة	89	23.7
من 24 إلى 29 سنة	190	50.7
من 29 إلى 34 سنة	40	10.7
من 34 إلى 39 سنة	56	14.9
المجموع	375	100%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج تفرغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

يوضح الجدول رقم 07 توزيع مفردات العينة البحثية بناءً على السن، وللإشارة فقد صممت الخانة الخاصة بهذا السؤال في استمارة البحث على شكل سؤال مبحوث تحت قائمة خيارات منسدة من 19 سنة إلى 39 سنة وهو المجال الذي حصرت به الباحثة في تعريفها الإجرائي السابق لمفهوم الشباب، لكن بعد تفرغ النتائج المحصل عليها تم تبويب السن إلى فئات عمرية طول المدى في كل فئة 5 سنوات على اعتبار المجال مفتوح عند نهاية الفئة وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

أ. 50.7% من المبحوثين تتراوح أعمارهم من 24 سنة إلى 29 سنة.

ب. 23.7% من المبحوثين أعمارهم تتراوح بين 19 سنة إلى 24 سنة.

ت. 10.7% من المبحوثين تتراوح أعمارهم من 29 سنة إلى 34 سنة.

ث. 14.9% من المبحوثين تتراوح أعمارهم من 34 سنة إلى 39 سنة

وما يمكن أن نسجله هو أن الفئة العمرية من 24 إلى 29 سنة هي الأكثر تجاوبا مع هذا الاستبيان بما يعادل 190 مفردة.

الجدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغيرات	التكرارات	النسبة %
المستوى التعليمي		
ليسانس	157	41.9
ماستر	177	47.2
دكتوراه	41	10.9
المجموع	375	100%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج تفرغ الاستبيان بواسطة برنامج SPSS v.23

تشير نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بالمستوى العلمي للشباب الجامعي محل الدراسة والبحث إلى ثلاثة مستويات (ليسانس، ماستر، دكتوراه). ويتضح من الجدول شمول الخيارات المستويات الجامعية الثلاث لأفراد العينة. وهذا يعتبر عاملاً مهماً في تحديد اتجاهاتهم نحو متغيرات الظاهرة المدروسة، حيث:

- عدد كبير من الطلبة يقدر بـ 177 مفردة بحيثية لديهم مستوى ماستر ويمثلون نسبة 47.2%.
- نسبة 41.7% لديهم مستوى ليسانس.
- نسبة 10.9% لديهم مستوى دكتوراه.

## مراجع الفصل الأول

## I. الكتب باللغة العربية

## (حرف الألف أ)

- 1- إبراهيم، يسرى خالد. (2014). وسائل الإعلام الالكترونية ودورها في الإنماء المعرفي. ط1. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع
- 2- أبو علام، رجاء محمود. (2001). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية. ط3. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- 3- أحمد، طارق سيد. (2004). الإعلام المحلي وقضايا المجتمع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 4- التائب، مسعود حسين. (2018). البحث العلمي قواعده، إجراءاته، مناهجه. ط1. مصر الجديدة: المكتب العربي للمعارف
- 5- السيد، عبد العزيز: الطرايشي، مرفت. (2006). نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية
- 6- العادلي، مرزوق عبد الحكم. (2004). الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع). ط1. القاهرة: دار الفجر
- 7- المكي، هشام (2016). الاتصال الجماهيري وسؤال القيم. بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات
- 8- الهلالات، هيا محمد إسماعيل. (2017). تأثير الفيس بوك على الطلبة الجامعيين من منظور جندي. ط1. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع
- 9- أنجرس، موريس. (2004). منهجية البحث في العلوم الإنسانية. ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون. ط2. الجزائر: دار القصة للنشر.

## (حرف الباء ب)

- 10- بن مرسل، أحمد. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

## (حرف الحاء ح)

- 11- حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.  
12- حسين، سمير محمد. (1976). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. القاهرة: دار الشعب.

## (حرف الدال د)

- 13- دالين، فان. (1994). مناهج البحث في التربية وعلم النفس. ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرون. ط5. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

## (حرف السين س)

- 14- ساراتناكوس، سوتيربوس. (2017). البحث الاجتماعي. ترجمة فارغ، شحدة. ط1. قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

## (حرف العين ع)

- 15- عبد الحميد، محمد. (2014). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.  
16- عبيدات، محمد: أبو نصار، محمد وآخرون (2003). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. عمان: دار وائل للنشر والطباعة.  
17- عزي، عبد الرحمن. (2003). دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز. بيروت: دراسات الوحدة العربية.  
18- عزي، عبد الرحمن. (2011). دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القمية في الإعلام. ط1. تونس: الدار المتوسطة للنشر.

## (حرف الفاء ف)

- 19- فهمي، مصطفى. (2005). سيكولوجية الطفولة والمراهقة- القاهرة: مكتبة مصر -

## (حرف الياء ي)

20- يعقوب، عبد الحليم. (2007). حتمية الإعلام الجديد التكنولوجية بين النوبان الثقافي والالتزام الوطني إزاء التطرف الديني والانحراف الأخلاقي. جامعة الملك فيصل. السعودية

## II. الرسائل والأطروحات

### (حرف الألف أ)

21- أسعد، عمرو محمد. (2011). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمتهم المجتمعية-دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك. (أطروحة دكتوراه في الإعلام). جامعة القاهرة. مصر.

22- البدر، خالد محمد. (2012). نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعي. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. السعودية

23- الجمال، رباب رأفت محمد. (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي لدى الشباب السعودي-دراسة ميدانية. جامعة الملك عبد العزيز. السعودية.

24- الطيار، فهد بن علي. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا". جامعة الملك سعود. السعودية.

25- القطان، منى سعود عبد العزيز أحمد. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت. جامعة القاهرة. مصر.

### (حرف الباء ب)

26- بشريف، وهيبه. (2019). "تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القمية - دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة باتنة 1. الجزائر

27- بوقلوف، سهام. (2018). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية - دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك. (أطروحة دكتوراه ل.م.د غير منشورة). جامعة الجزائر 3. الجزائر.

## (حرف الجيم ج)

28- جاب الله، رمزي. (2018). *القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1* (أطروحة دكتوراه علوم غير منشورة). جامعة باتنة 1. الجزائر.

## (حرف السين س)

29- سهيلي، نوال. (2016). *أثر الدراما المدبلجة المقدمة في القنوات الفضائية على قيم وسلوك النساء الماكثات بالبيت*. (أطروحة دكتوراه علوم غير منشورة). جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية. الجزائر.

.III المقالات العلمية

## (حرف الألف أ)

30- الزيدي، منجي. (2006). *ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام. مجلة عالم الفكر. مجلد 35. (العدد 1)*

31- الفيل، حلمي محمد حلمي. (2020). *برنامج تعليمي قائم على مبادئ بيئات التعلم المفعمة بالقوة لتحسين فعالية الذات الإبداعية وخفض قلق الاختبار لدى التلاميذ الموهوبين منخفضي التحصيل بالمرحلة الابتدائية. المجلة المصرية للدراسات النفسية. مجلد 30 (العدد 107).*

## (حرف الباء ب)

32- بوعلي، نصير (2013، مارس). *مفاهيم نظرية الحتمية التقييمية في الإعلام. ورقة مقدمة للملتقى الدولي الثالث حول مفاهيم علوم الإعلام والاتصال في ظل الإعلام الجديد. جامعة مستغانم، الجزائر*

## (حرف الشين ش)

33- شيركو، جبار محمد وهزار، محمد جلال. (2019). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على القيم الاجتماعية دراسة ميدانية. ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي حول الإعلام الجديد والقيم الاجتماعية. العراق: دار الفجر.*

.IV الكتب باللغة الأجنبية

- 34- Barran, Stanley: Davids, Dennis. (1995). *mass communication theory: foundation*, ferment and future .uk: wads-wirth publishing company
- 35- lorimer, Rowland: Scannell, paddy. (1994). *mass communication: a comparative introduction*. Manchester: Manchester university press.
- 36- Severin & James W. Tankard (1992). *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media*, 3rd Edition. London: Longman.

الفصل الثاني في بيان  
الصفات والصفات

## الفصل السادس: النتائج العامة للدراسة في ضوء المرتكزات المنهجية

- 1- عرض نتائج الدراسة العامة
- 2- عرض نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
- 3- عرض نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
- 4- عرض نتائج الدراسة في ضوء النظرية المستخدمة.

الخاتمة والتوصيات

قائمة المصادر والمراجع.

الملاحق.

## 1/-النتائج العامة للدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري تم التوصل إلى النتائج التالي:

1-1- عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- يقبل المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة وهو ما تعبر عنه النسبة المقدرة ب 89.3% والتي احتلت الصدارة، يليهم من يستخدمون مواقع التواصل في بعض الأحيان وهو ما تعبر عنه 36 مفردة بنسبة (9.6%) التي جاءت في الترتيب الثاني، أما الأقلية منهم والمقدر عددهم ب 4 مفردات بحثية هم الذين نادرا ما يستخدمون المواقع، وهو ما ترجمه نسبة 1.1% والتي جاءت بالمرتبة الثالثة.

2- بالنسبة للذكور: يقبل 170 مفردة من هذا الجنس على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم مستمر ومتواصل وهو ما تعبر عنه النسبة المقدرة ب 50.7%، فيما انعدمت النسبة في عبارتي أحيانا ونادرا بالنسبة لهم.

بالنسبة للإناث: تقارب نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لديهم من نسبة الجنس الآخر، بفارق يقدر ب 5 مفردات، أي قدر عددهم ب 165 مفردة ونسبة 49.3%، فيما تستخدمن المواقع أحيانا بنسبة 9.6%، ونادرا بنسبة 1.1%

3- تصدر الفئة العمرية 24-29 باقي الفئات الأخرى في استخدام أفرادها لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بتكرار يقدر ب 190 أي ما يقدر ب 56.7% أي أكثر من نصف المبحوثين بفارق 7 نسب تقريبا، تليها الفئة من 19-24 بنسبة 26.5%، فالفئة من 29-34 بنسبة 11.9%، وأخيرا فئة 34-39 بنسبة تقدر ب 4.7%

أما في الفئات العمرية الثلاث الأولى أي من 19-24/24-29/29-34 فتتعدم النسبة فيما يتعلق باستخدام أفراد العينة للمواقع أحيانا أو نادرا. فيم تقدر نسبتها 9.6% لدى فئة 34-39 الذين يلجون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا، و1.1% نادرا ما يفعلون ذلك لدى الفئة ذاتها.

4- أدلى 229 شاب بأن الفيس بوك هو متصدر المواقع هذا بنسبة 61.9% ، أما في الرتبة الثانية فيستخدم 67 منهم اليوتيوب وهو ما تعكسه نسبة (17.9%) ، و يأتي الانستغرام عند مفردات العينة المقدر ب 32 مفردة بنسبة 8.5% في الرتبة الثالثة، أما موقع سناب شات فيستخدمه 28 منهم وهذا بنسبة 7.5% ويتصدر بذلك المرتبة الرابعة، ثم تليها بالمرتبة الخامسة من ل 15 شاب وشابة من مستخدمي تيك توك وهذا بنسبة 4%، يأتي في الأخير من يستخدم تويتر منهم وهذا بنسبة 1.1%.

بإدراج متغير السن على خيارات أفراد العينة فيما يتعلق بالمواقع الأكثر استخداما من قبل الشباب الجامعي: فمن مفردات العينة البالغ عددهم 375 نجد أن 170 من عينة الذكور يتصدر الفيس بوك بالنسبة لهم مجموع مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار يقدر ب 112 مفردة أي بنسبة 48.9%، ويأتي في المرتبة الثانية اليوتيوب بتكرار يقدر ب 40 مفردة بنسبة 59.7%، ويليه موقع السناب شات بتكرار يقدر ب 10 أي 35.8%، وفي المرتبة الأخيرة موقع التيك توك بنسبة 53.3% فيما تنعدم النسبة في موقعي إنستغرام وتويتر.

وبالنسبة للإناث فيتصدر الفيس بوك المواقع الأكثر استخداما من قبلهن بتكرار يقدر ب 117 أي ما يعادله 51.1%، يأتي في المرتبة الثانية موقع الانستغرام بتكرار يقدر ب 32 مفردة، ويأتي في المرتبة الثالثة اليوتيوب ب نسبة 40.3%، ويأتي اليوتيوب في المرتبة الرابعة ب 27 مفردة، وفي المرتبة الخامسة التيك توك بنسبة 46.7%، وفي الأخير تويتر بنسبة 1.1%

5- جاءت النتائج المتعلقة بالحسابات التي يملكها أفراد العينة محل الدراسة البالغ عددهم 375 مفردة على النحو

التالي:

فيس بوك: يمتلك 188 مفردة من المجموع الإجمالي للمبحوثين حسابا واحدا على هذا الموقع أي ما يعادل 50.1%، أما الذين يمتلكون حسابين اثنين فتقدر نسبتهم ب 44.5%، و 14 مفردة للذين لديهم ثلاث حسابات وبنسبة 3.7%، أما الذين يملكون أكثر من ذلك فتقدر نسبتهم ب 1.3%.

تويتر: يمتلك كل المبحوثين المقدر عددهم ب 375 مفردة أي بنسبة 100% حسابا واحدا على تويتر، وتندعم النسبة في تعدد الحسابات لدى المبحوثين فيما يتعلق بهذا الموقع الاجتماعي.

انستغرام: يمتلك 309 مفردة بحثية حسابا واحدا على الانستغرام بنسبة 82.4%، فيما تقدر نسبة من يملكون حسابين ب 7.2%، و 1.1% لمن يملكون ثلاث حسابات، و 3.9% لمن يملكون أكثر من ذلك.

يوتيوب: يمتلك 366 مفردة من المبحوثين حسابا واحدا على اليوتيوب، فيما تقدر نسبة من يملكون حسابين ب 1.1%، ومن يمتلك ثلاث حسابات ب 1.5%، فيما تندعم النسبة لمن يملكون أكثر من ثلاث حسابات على موقع يوتيوب.

تيك توك: أجاب 368 مبحوثا أي 98.1% أنهم يمتلكون حسابا واحدا على موقع التيك توك، و 1.1% يمتلكون حسابين، أما 0.8% فيمتلكون أكثر من ثلاث حسابات

سناب شات: يمتلك 371 مفردة من المبحوثين حسابا واحدا على هذا الموقع، و 1.1% يمتلك حسابين، وتندعم النسب في الخيارين المتبقين

6- يقدر متوسط الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت إجاباتهم موزعة في الخيارات الأربع على النحو التالي:

أغلبية أفراد العينة صرحوا بأن متوسط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يكون غير محدد ومتواصل وهو ما تعبير عنه نسبة 69.6% والتي جاءت في الرتبة الأولى، يليهم 53 مفردة ممن يستخدمونها بمتوسط يتراوح بين ساعة إلى ساعتين بنسبة 14.1% وهي بالمرتبة الثانية، ومنهم من يستخدمها بمتوسط من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات بنسبة 13.3% والتي جاءت بالمرتبة الثالثة، وهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة بنسبة 2.9% وهي الرتبة الرابعة والأخيرة.

7- أما الوقت المختار لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، من أصل خمس خيارات مقترحة جاءت في المرتبة الأولى تسجل الأغلبية الساحقة من أفراد العينة من الشباب الجامعيين الذين لا يفضلون وقت محدد

لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار يقدر ب 295 وهذا بنسبة 78.7، تليها في المرتبة الثانية من يتصفحها ليلا بتكرار يقدر ب 57 مفردة أي ما يعادل نسبة 15.2، ثم تليها بالمرتبة الثالثة من يفضل التصفح في الفترة المسائية بنسبة 2.7%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة بنسبة 1.9% من أفراد العينة يفضلون التصفح صباحا، وفي المرتبة الأخيرة من المبحوثين الذين يتصفحونها في فترة الظهر بنسبة 1.6%.

8- متوسط ساعات الوقت المفضل لدى المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: 11 مفردة بـ 11.1 ساعة، أقل من ساعة في تصفح المواقع أي ما يعادل 2.9%، و 53 منهم بنسبة 14.1% من ساعة إلى ساعتين، أما 13.3% فيمضون من 3 ساعات إلى خمس ساعات في عملية التصفح، و 69.6% تصفحهم لها غير محدد ومتواصل.

أما بناء على متغير الوقت المفضل لدى الشباب الجامعي في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تبرز لنا النتائج التالية:

نجد أن 7 مفردات بحثية من الشباب الجامعي يقبلون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح بين ساعة إلى ساعتين صباحا بنسبة 100% و 6 أي بنسبة 100% منهم يقضون الوقت ذاته في الظهر، و 10 منهم بما يعادل 100% يقضون أيضا من ساعة إلى ساعتين لكن في الفترة المسائية، وتنعدم النسبة فيما يتعلق بمتوسط الساعات المتبقية في الخيارات المطروحة.

أما في الفترة الليلية فنجد أن 12.3% يقضون من 1-2 ساعة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و 87.7% من المبحوثين يقضون المدة المقدرة من 3 ساعات إلى خمس ساعات. أما الوقت غير المحدد لدى المبحوثين فانقسم على متوسط الساعات على النحو الآتي: 11 مفردة بـ 11.1 ساعة في تصفح أي بنسبة 2.9%، و 23 منهم أي بنسبة 7.8% يقضون مدة تتراوح بين ساعة إلى ساعتين في عملية التصفح، وما تبقى من مفردات العينة المقدرة بـ 261 أي 88.7% أجمعت على أنها تقضي ساعات غير محددة وفي أوقات غير محددة ومتواصلة في التصفح

- 9- الوسيلة الأكثر استخداما من قبل المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الهاتف الذكي وهذا بنسبة 96.5%، ثم تليها بالمرتبة الثانية الذين يفضلون التصفح باستخدام الحاسوب بنسبة 2.7%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة من يستخدم اللوح الإلكتروني بتكرار يقدر ب 3 مفردات أي ما يقدر بنسبة 0.8%.
- 10- اللغة التي يفضلها أفراد العينة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الذي فتحت فيه الخيارات لأكثر من إجابة، يتضح أن أغلبية الشباب الجامعي منهم يفضلون مزيج من اللهجات للتواصل بها وهي تتصدر الخيارات الأربعة بنسبة 48.1%، ثم تليها بالمرتبة الثانية من يفضل اللغة العربية الفصحى بتكرار يقدر ب 169 مفردة بحثية أي بنسبة 29.8%، تليها بالمرتبة الثالثة من يفضل تصفح المواقع مستخدما اللغة الفرنسية بنسبة 13.6%، ويأتي في المرتبة الأخيرة من يفضل اللغة الانجليزية بنسبة 8.5%.
- 11- الأطراف التي يتواصل مع الشباب الجامعي أثناء تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي فإن أغليتهم يتفاعلون مع الأصدقاء عبر المواقع هذا بنسبة 51.4%، ثم تليها بالمرتبة الثانية من يتفاعل مع أفراد الأسرة بنسبة 29.9%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة من يتفاعل مع زملاء الدراسة بنسبة 18.7%.

### 2-1: دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة

- 12- الخدمات المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتفاعل معها الشباب الجامعي الجزائري ، أغلبية يستخدمون ويتبعون ويتفاعلون مع مقاطع الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 36.1%، ثم تليها في المرتبة الثانية من يتفاعل مع الصور التي تنشر بتكرار يقدر ب 236 مفردة بحثية أي بنسبة 27.7%، تليها في المرتبة الثالثة من يتفاعل مع النصوص المكتوبة بالاكتهاء بفعل القراءة فقط أو التعليق عليها وإبداء الرأي بنسبة 21.5%، وتأتي التسجيلات الصوتية في المرتبة الرابعة كخيار للشباب المبحوثين الذين يفضلون استخدام حاسة السمع فيتفاعلون مع التسجيلات الصوتية بنسبة 7.4%، وتأتي التغريدات والهاشتاج في المرتبة الخامسة من إجاباتهم ويتفاعلون معها عبر بنسبة 6.5%، ويتنذيل الترتيب عبارة أخرى بنسبة 0.8%.

13- وعن المجالات التي يتابعها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي فأغلبية الشباب الجامعي من أفراد العينة يتابعون المجال الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 29.6%، ويأتي في المرتبة الثانية من يتابع المجال الثقافي بتكرار يقدر ب 269 مفردة بحثية ما يقابلها بنسبة 23.4%، أما في المرتبة الثالثة فتعود لمتبعي المجال الصحي بنسبة 13.9%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة من المبحوثين الذين يتابعون المجال الديني بنسبة 13.1%، ثم تليها بالمرتبة الخامسة من يتابع المجال السياسي بنسبة 10.2%، ثم تليها بالمرتبة السادسة أخرى بنسبة 1%.

14- الدوافع التي تجعل الشباب الجامعي يتصفحون مواقع التواصل الاطلاع على جديد المواضيع والأخبار وهذا بنسبة 31.5%، ثم تليها بالمرتبة الثانية خيارهم لها من أجل التواصل مع الأصدقاء (الردشة) بنسبة 19%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة لمشاركة المنشورات مع الآخرين بتكرار يقدر ب 148 مفردة بنسبة 14.7%، أما تصفحهم للمواقع لأجل نشر منشورات على حسابك الخاص (منشورات، صور، فيديوهات) فيقدر بنسبة 11.8%، ثم للتعليق على المنشورات الموجودة بنسبة 11.7%، وتأتي مجانية المواقع وإتاحتها للجميع في المرتبة السادسة بنسبة 9.7%، وفي المرتبة السابعة يتصفحونها لأجل أسباب أخرى بنسبة 1.3%.

15- إذا كانت دوافع المبحوثين من الشباب الجامعي من وراء تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي قد أبرزت رغبتهم في الاطلاع على الجديد من المواضيع والأخبار، فإن دوافعهم لإنشاء حسابات على هذه المنصات قد حصرت في ثلاث خيارات بناء على النظرية التي استخدمت في الجانب المنهجي والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباع. تنصدر الدوافع الاجتماعية فتحهم لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت 42.7%، ثم تليها بالمرتبة الثانية الدوافع العلمية بتكرار يقدر 231 أي بنسبة 35.3%، ويأتي في المرتبة الثالثة لديهم الدوافع النفسية والروتينية بنسبة 22%.

16- من بين الدوافع العلمية التي حددها أفراد العينة من فتحهم لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي اكتساب معارف وخبرات جديدة وهذا بنسبة 43.8%، تليها في المرتبة الثانية الانضمام للمجموعات الحوارية الهادفة بتكرار يقدر ب 69 مفردة بحثية أي بنسبة 29.9%، ويأتي خيار الاستفادة من النصائح

والتوجيهات في المرتبة الثالثة بنسبة 15.6%، أما بدافع تلقي الملفات والمعلومات وإرسالها بسهولة بين الباحثين فأجابوا بتكرار يقدر ب 24 مفردة بحثية أي بنسبة 10.3%، وفي المرتبة الخامسة خيار أخرى بنسبة 0.4%.

أما عن تحديد بعض الدوافع الاجتماعية من فتحهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي فالأبرز هو متابعة الأحداث والمستجدات عن كذب وبسرعة وهذا بنسبة 48.9%، وعن تبادل الأفكار والنقاشات حول القضايا أجاب الباحثون بتكرار يقدر ب 74 مفردة بحثية وهذا بنسبة 22.9%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة كسر الحاجز النفسي ومخاوف التواصل والحوار بنسبة 18.2% ويأتي الاندماج الاجتماعي بين كافة أفراد المجتمع كدافع رابع بنسبة 20.4%، ثم تليها بالمرتبة الخامسة خيار أخرى بنسبة 0.7%.

أما عن الدوافع النفسية من فتحهم لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي فيأتي الهروب من الضغوطات وكسر الروتين في المرتبة الأولى وهذا بنسبة 59%، ثم تليها بالمرتبة الثانية التسلية والترفيه بنسبة 20.9% ثم تليها بالمرتبة الثالثة تناسي الحالة النفسية التي أعيشها بنسبة 10.4%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة إنشاء علاقات عاطفية بنسبة 9%، وعن خيار أخرى أجاب الباحثون بخيار واحد بنسبة 0.7%.

### 3-1 حضور القيم في مواقع التواصل الاجتماعي:

17- يتصدر الفيس بوك مواقع التواصل الأكثر نشرا للقيم بتكرار يقدر ب 262 مفردة بحثية أي بنسبة 69.9%، أما المرتبة الثانية فنجد إجاباتهم توجهت إلى استخدام اليوتيوب في نشر القيم بنسبة تقدر ب 15.5%، وتأتي المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي لكل من موقع انستغرام وموقع سناب شات مع تقارب في التكرارات والنسب المتوية على التوالي: 6.1% و 5.9%، ويأتي في المرتبة الخامسة موقع تيك توك بنسبة 1.6% ويتذيل الترتيب موقع تويتر بنسبة 1.1%.

18- أغلبية الشباب الجامعي من أفراد العينة أن القيم ذات البعد الاجتماعي من بين مجالات القيم الأكثر تداولاً بينهم في مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار يقدر ب 339 مفردة وهذا بنسبة 36.6%، ثم تليها بالمرتبة الثانية القيم ذات البعد النفسي بنسبة 22%، وتتقاسم المرتبة الثالثة القيم بتساوي النسبة بين القيم ذات

البعد السياسي والقيم ذات البعد الجمالي بنسبة 13.4%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة القيم ذات البعد التربوي بنسبة 9.2%، وفي المرتبة الأخيرة القيم ذات البعد الاقتصادي بنسبة 5.5%.

19- إجابات الشباب الجامعي عن درجة حضور القيم في مواقع التواصل الاجتماعي أكدت أن حضور القيم قوي في المواقع وهو ما عبرت عنه نسبة 66.4%، ثم تليها بالمرتبة الثانية درجة حضورها لكن بشكل متوسط بـ 108 تكرر وهذا بنسبة 28.8%، وفي المرتبة الأخيرة درجة حضورها الضعيف هي نسبة ضئيلة جدا تقدر 4.8%.

20- الخيارات التي يستخدمها الشباب الجامعي للتعبير عن القيم في مواقع التواصل الاجتماعي أكد أن مقاطع الفيديو هي النمط الأول للتعبير عن القيم وهذا بنسبة 32.7%، ثم تليها طريقة التعبير بواسطة الصور بالمرتبة الثانية وهذا بنسبة 26.2%، وفي المرتبة الثالثة التعبير عن طريق النصوص المكتوبة بنسبة 17.9%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة طريقة التعليقات على المنشورات الموجودة حول موضوع القيم وهذا بنسبة 13.9%، وطريقة التعبير الملصقات والايوجي بالمرتبة الخامسة بنسبة 8.9%، ثم تليها بالمرتبة الأخيرة أخرى وهي بنسبة ضئيلة جدا تقدر بنسبة 0.4%.

21- درجة تداول المنشورات التي تحمل القيم الاجتماعية الايجابية بين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي وبالاستناد إلى تقسيم القيم الاجتماعية وفق المجالات الثلاثة سبجنا ما يلي:

### القيم الاجتماعية علاقة الفرد بالفرد:

بلغت المتوسط الحسابية للعبارات الأربع الأولى التي تتضمن القيم الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالفرد (1)، (2، 3، 4) على التوالي نسب (2.16، 2.43، 2.46، 2.17)، أي بدرجة قبول مرتفعة، وانحرافات معيارية قدرها (0.687، 0.646، 0.593، 0.786) وهي ضعيفة، مما يدل على عدم تشتت إجابات الشباب الجامعي وأنهم يوافقون على العبارات التي تنص تداول المنشورات التي تتناول قيما اجتماعية ايجابية مضمونها: (الإحسان للجيران ومساعدتهم، ربط علاقات الصداقة، مساعدة المحتاجين، احترام المرأة وإبراز قيمتها الاجتماعية).

## القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالأسرة:

يوافق أفراد العينة المدروسة من الشباب بدرجة قبول مرتفعة على العبارات رقم (5، 6، 8)، التي تحصلت على المراتب (11، 15، 5) حيث بلغ المتوسطات الحسابية بها حوالي (2.12، 2.61، 2.34)، وبانحرافات معيارية قدرها (0.797، 0.620، 0.735) وهو ضعيف، مما يفسر على أن الباحثين يوافقون على العبارات التي تنص (توفير الكبير والرفق بالصغير، بر الوالدين والإحسان إليهما، التربية الحسنة ورعاية الأبناء).

لا يوافق أفراد العينة المدروسة بدرجة قبول منخفضة على العبارة رقم (7) التي تنص على تداول قيمة صلة رحم الأقارب في منشوراتهم، وبالتالي تحصلت على المرتبة الخامس عشر حيث بلغ المتوسط الحسابي بها حوالي 1.24، وبانحراف معياري 0.528 وهو ضعيف، مما يفسر على أن الباحثين لا يوافقون على العبارة التي تنص على (صلة الرحم الأقارب).

## القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالمحيط: جاءت نتائج الإجابات كما يلي:

يوافق الشباب محل الدراسة بدرجة قبول مرتفعة على العبارات (10، 11، 12، 13، 14) على التوالي والتي تحصلت على المراتب (6، 8، 4، 12، 7)، بحيث بلغت متوسطاتها الحسابية حوالي (2.33، 2.22، 2.41، 2.44، 2.33)، وبانحرافات معيارية قدرها (0.676، 0.677، 0.622، 0.690، 0.725)، مما يفسر أن أفراد العينة يوافقون على العبارات التي تنص على تداول منشورات فحواها القيم التالية: (الانخراط في المجموعات الخاصة بالعمل التطوعي، محبة الناس وودهم، التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، احترام الآخرين، التراحم بين الأفراد).

4-1 أثر استخدام مواقع التواصل على القيم الاجتماعية

22- أغلبية الشباب الجامعي من أفراد العينة يقومون بنشر منشورات تحمل قيما اجتماعية عبر صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت إجابهم بنعم وهذا بنسبة 85.6%، ثم تليها بالمرتبة الثانية كانت إجابهم بلا أي لا يقومون بنشر منشورات تحمل قيما اجتماعية عبر صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 14.4%.

بالنسبة للذكور: أجاز كل مفردات العينة من الشباب الجامعي من جنس ذكر على أنهم يتوجهون لنشر منشورات تحمل قيا اجتماعية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 53%، فيما تنعدم النسبة في خيار النفي بعدم نشر المنشورات عليها.

بالنسبة للإناث: من أصل 205 مفردة بحثية من الشابات الجامعيات أكدت 151 مفردة أي ما يعادل نسبيا 47% أنهن تقمن بنشر منشورات تحمل قيا اجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفت 54 منهن أي 14.4 من إجمالي العينة المقدر ب 375 قياهن بفعل النشر على المنصات.

أما بالنظر لمتغير السن فيقبل الشباب الجامعي في الفئة العمرية 24-29 أكثر من غيرهم من الفئات العمرية الأخرى على نشر منشورات تتضمن قيا اجتماعية عبر منصات التواصل الاجتماعي وهذا ما تعبر عنه النسبة المتوية المقدرة ب 59.2%، تليها الفئة العمرية 19-24 بنسبة 27.7% في الرتبة الثانية، ثم الفئة العمرية 29-34 بتكرار يقدر ب 40 مفردة بحثية أي ما يعادل نسبيا 12.5%، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة الفئة العمرية من 34-39 بنسبة 0.6%.

\* وجاءت نتيجة الرفض في نشر المنشورات التي تحمل قيا اجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي في الفئات الثلاث الأولى على التوالي 19-24 و 24-29 و 29-34 فيما يقدر تكرار الفئة الأخيرة ب 54 مفردة بحثية من فئة 35-39 الذين لا يقومون بعملية نشر المنشورات ذات المحتوى القيمي الاجتماعي.

23-تفاعل الشباب الجامعي مع المنشورات التي تتضمن قيا اجتماعية يتبين أن أغلبية أفراد العينة كانت إجابتهم حول تفاعلهم مع المنشورات كانت لأجل الاستفادة منها وتبني أفكارها وهذا بنسبة 34.1%، ثم تليها بالمرتبة الثانية كانت إجابتهم بمشاركتها مع الآخرين وهذا بنسبة 24.9%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة كانت إجابتهم ب إبداء الرأي فيها وهذا بنسبة 22.8%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة كانت الإجابة ب قراءتها بتمتع دون التفاعل معها بنسبة 17.5% ، وبالمرتبة الأخيرة كانت إجابة المبحوثين محل الدراسة ب تجاهلها مباشرة بنسبة 0.7%.

24- ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية والتي كانت إجابتهم بنعم بتكرار يقدر بـ324 وهذا بنسبة 86.4%، ثم تليها بالمرتبة الثانية كانت إجابتهم بلا أي لا تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لديهم بتكرار يقدر بـ 51 مفردة بحثية أي بنسبة 13.6%.

25- السلوكيات الاجتماعية التي تحمل قيا عززها استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت على النحو التالي:

#### القيم الاجتماعية علاقة الفرد بالفرد: جاءت نتائج الإجابات كما يلي:

بلغت المتوسط الحسابية للعبارات (3، 5) بحوالي (3.11، 3.35)، أي بدرجة قبول مرتفعة، وبانحرافات معيارية قدرها (0.799، 0.623) وهي ضعيفة، مما يدل على عدم تشتت إجابات الباحثين، مما يدل على أن الباحثين يوافقون على العبارات التي تنص (أربط الصداقات مع العديد من الأفراد، أعطي قيمة للمرأة واحترمها).

أما المتوسطات الحسابية للعبارات (1، 2، 4) المتعلقة باحترام الجيران، ومساعدة الآخرين والإيثار فبلغت على التوالي (2.00، 1.57، 1.70) أي بدرجة قبول منخفضة، وبانحرافات معيارية قدرها (1.238، 0.942، 0.799) وهي ضعيفة مما يدل على عدم تشتت إجابات الباحثين، ومما يفسر أن الشباب محل الدراسة يرفضون العبارات التي تنص على (احترم جيراني وأقدم لهم العون، أقدم المساعدات للآخرين، أقدم الصالح العام عن الصالح الخاص).

#### القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالأسرة: جاءت نتائج الإجابات كما يلي:

يوافق أفراد العينة المدروسة من الشباب بدرجة قبول مرتفعة على العبارة رقم (6)، التي تحصلت على المراتب (9) حيث بلغ المتوسط الحسابي حوالي (1.96) وبانحراف معياري قدره 0.841، وهو ضعيف، مما يفسر على أن الباحثين لا يوافقون على العبارة التي تنص (أقدر والدي وأبرهما وأرعاهما).

من خلال مجمل ما سبق ينتج أن أفراد العينة محل الدراسة لا تتوفر لديهم قيم اجتماعية ذات علاقة الفرد بالأسرة وهذا ما يؤكد كذلك المتوسط الحسابي العام لهذا البعد والذي قدر بـ 1.9600، أي بدرجة قبول مرتفعة، وبانحراف معياري قدره 0.48000 وهو ضعيف، مما يدل على أنه لا يوجد قيم اجتماعية ذات العلاقة الفرد بالأسرة.

القيم الاجتماعية التي تربط علاقة الفرد بالمحيط: جاءت نتائج الإجابات كما يلي:

يوافق الشباب المحل الدراسة بدرجة قبول مرتفعة على العبارات (8، 9، 10، 11، 12، 13) التي تحصلنا على المراتب (1، 3، 5، 7، 4، 2) على التوالي ، حيث بلغ متوسطاتها الحسابية حوالي (3.52، 3.38، 3.04، 3.35، 3.37، 3.38)، وبانحرافات معيارية قدرها (0.570، 0.667، 0.808، 0.623، 0.606، 0.643) وهي ضعيفة، مما يفسر أن أفراد العينة يوافقون على العبارات التي تنص (أتطوع في الأعمال الخيرية، أسدي النصائح والإرشادات للآخرين، أتعامل مع كل شخص حسب درجته الاجتماعية وعمره، أعتز بوجود غيري واحترم اختلافهم معي، أتأاور مع الناس بطريقة حضارية، أكون حرا ومسؤولا عن حريتي).

26- تداول الشباب الجامعي لمنشورات تحمل قيما سلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت النتائج متقاربة بين خيارى: نشرها بقوة ونشرها بشكل متوسط بحيث أجاب 178 مفردة على عبارة بشكل متوسط وهذا بنسبة 47.5%، ثم تليها بالمرتبة الثانية 175 مفردة درجة تداولهم بشكل قوي بنسبة 46.5%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة درجة تداولهم بشكل ضعيف وهذا بنسبة 4.3%، أما درجة تداول شباب بشكل نادر كانت بالمرتبة الأخيرة بنسبة 1.6%.

27- القيم الاجتماعية السلبية التي تطرح كسلوكيات اجتماعية متداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي كان عدد العبارات التي يتضمنها هذا السؤال 13 عبارة كما جاء في أداة الدراسة (الملحق رقم 1)، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا السؤال 1.8329، وهي درجة قبول منخفضة، كما أن الانحراف المعياري العام قد بلغ 0.68534 وهو ضعيف مما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة متجانسة بالنسبة لهذا السؤال.

القيم الاجتماعية التي لها علاقة الفرد بالفرد: وكانت النتائج كالتالي:

بلغت المتوسطات الحسابية للعبارات رقم (2، 3، 4) التي احتلت المراتب على التوالي (4، 9، 1) بحوالي (1.89، 1.76، 1.64)، أي بدرجة قبول منخفضة، وبانحرافات معيارية قدرها (0.696، 0.705، 0.671) وهي ضعيفة، مما يدل على أن أفراد العينة يرفضون العبارات التي تنص (إنكار الصداقات وذمها، للامبالاة وعدم احترام شعور الآخر، حب النفس وتقديم المصلحة الشخصية أولا).

بلغ المتوسط الحسابي للعبارة رقم (1) التي احتلت المرتبة الأولى (1)، أي بدرجة قبول متوسطة، وبانحراف معياري قدره (0.804) وهو ضعيف، مما يدل على أن المبحوثين من الشباب يرفضون العبارة التي تنص على (إيذاء الجيران والإساءة لهم).

القيم الاجتماعية التي لها علاقة الفرد بالأسرة: وكانت النتائج كالتالي:

بلغ المتوسط الحسابي لهذا البند حوالي 2.0560 وهو بدرجة قبول متوسطة، وبانحراف معياري قدره 0.87114 وهو ضعيف مما يدل على تجانس إجابات المبحوثين.

لا يوافق الشباب على العبارة التي تنص على (الإساءة للوالدين وجود خيرهما) وهذا راجع إلى كون أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة قدر ب 2.06 وهو بدرجة قبول متوسطة، وبانحراف معياري قدره 0.871 وهو ضعيف.

-القيم الاجتماعية التي لها علاقة الفرد بالمحيط: وكانت النتائج كالتالي:

— بلغ المتوسط الحسابي للعبارة رقم (7، 8، 9، 10، 11، 12، 13) التي احتلت المراتب (7، 5، 6، 8، 13، 12، 10) حوالي (1.86، 1.87، 1.87، 1.78، 1.58، 1.61، 1.65) أي بدرجة قبول منخفضة، وبانحرافات معيارية قدرها (0.756، 0.695، 0.758، 0.691، 0.684، 0.704، 0.704) وهو ضعيف مما يدل على أن الشباب يرفضون العبارات التي تنص على (إظهار العدائية والكره تجاه الأفراد، عدم احترام الآخرين، عدم إعطاء حق الطريق، السكوت عن النصيحة، هدر قيمة الوقت، هدر قيمة العمل، الاستخدام اللاعقلاني واللاوعي).

— بلغ المتوسط الحسابي للعبارة رقم (6) التي قدر بحوالي 2.02، أي بدرجة قبول متوسطة، وبانحراف معياري قدره 0.754 وهو ضعيف مما يدل على عدم تشتت إجابات المبحوثين (إجابات متركزة)، مما يدل على أن الشباب يرفضون العبارة التي تنص على (بند التعاون بين الأفراد وتدريب العزلة).

28- تفاعلهم حيال القيم الاجتماعية السلبية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي كانت عن طريق التعليق عليها وتصحيح الأفكار والسلوكات بنسبة 49.1%، ثم تليها بالمرتبة الثانية تقديم البدائل والحلول بنسبة

30.7%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة القراءة والتجاهل وهذا بنسبة 18.1%، أما أخرى كانت بنسبة 0.3%،

وبالمرتبة الأخيرة طرحها كقضايا للنقاش مع الأصدقاء قدرت بنسبة 1.9%

29- يوافق الشباب الجامعي الجزائري على تغير مفهوم بعض القيم الاجتماعية من جراء استخدامهم لمواقع

التواصل الاجتماعي حيث كانت إجاباتهم بنعم وهذا بنسبة 81.6%، ثم تليها بالمرتبة الثانية كانت إجاباتهم

بلا أي لا يوافقون على تغير مفهوم بعض القيم الاجتماعية من جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

وهذا بنسبة 18.4%.

30- لمعرفة تأثير القيم الاجتماعية للشباب الجامعي من تكرار التعرض للمضامين أجاب 212 مفردة ببحثة أنهم

تأثروا ايجابيا وهذا بنسبة 56.5%، ثم تليها بالمرتبة الثانية لم تتأثر قيمهم وامتازت بالثبات وهذا بنسبة

27.2%، أما المرتبة الثالثة فعادت للشباب الذين تأثرت قيمهم بالسلب وهذا بنسبة 27.2%.

31- ولحولة تقييم طبيعة تأثير القيم الاجتماعية بالمضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي فإن أغلبية

الشباب الجامعي من أفراد العينة توجههم كان حول تعزيز ثبات القيمة الاجتماعية وهذا بنسبة 55.1%، ثم

تليها بالمرتبة الثانية تغير في شدة القيمة الاجتماعية وهذا بنسبة 24%، وبالمرتبة الثالثة استبدال قيمة

اجتماعية بأخرى جديدة وهذا بنسبة 13%، ثم تليها بالمرتبة الرابعة زوال القيمة الاجتماعية وهذا بنسبة

7.9%.

أغلب الشباب الجامعي من أفراد العينة تعززت قيمهم الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي للأسباب من بينها

التأكد على ضرورة التمسك بوجود هذه القيمة وهذا بنسبة 37.7%، ثم تليها بالمرتبة الثانية السبب اعتبار مواقع

التواصل منبرا جديدا لتداول هذه القيمة وهذا بنسبة 33.2%، في المرتبة الثالثة كثرة تداولها هذه القيمة في

المنشورات بين الأشخاص وهذا بنسبة 18.9%، ثم تليها في المرتبة الرابعة تكامل بين وسائل الإعلام في طرح هذه

القيمة وهذا بنسبة 8.2%، وفي المرتبة الخامسة مناسبة البيئة الافتراضية لإبراز هذه القيمة وهذا بنسبة 5.4%.

أفراد العينة الذين تغيرت شدة القيمة الاجتماعية لديهم فهذا راجع إلى الأسباب التي من بينها كثرة تداول المنشورات حول القيمة بنسبة 51.1%، ثم تليها بالمرتبة الثانية تمثل القيمة جديدة بفعل الهوية الافتراضية وهذا بنسبة 30%. وبالمرتبة الثالثة استغلال هامش الحرية الشخصية في الموقع وهذا بنسبة 18.9%.

أما عن الشباب الجامعي من أفراد العينة الذين تعرضت القيم الاجتماعية تعرضت للزوال واستبدلت بقيم جديدة فيعزى هذا إلى تناقض قيم الواقع الحقيقي مع القيم المنشورة في المواقع بنسبة 59.1%، ثم تليها في المرتبة الثانية السبب كثرة عرض القيمة وتقيضها في آن واحد وهذا بنسبة 34.6%، وفي المرتبة الثالثة وجود قيمة جديدة حلت محلها وهذا بنسبة 6.3%.

## 2/ نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

بالعودة إلى الفرضيات التي استندت إليها هذه الدراسة والتي شكلت المحاور الرئيسية لرصد أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى مفردات العينة البحثية، الممثلة بالأساس في الشباب الجامعي الجزائري، فإن الدراسة توصلت إلى سلسلة من التفسيرات حول الجوانب البحثية الغامضة التي شكلت محور البحث في الموضوع والتي يمكن رصدها على النحو التالي:

### 1- عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جاءت هذه الدراسة في منطلقها لمعرفة عادات وأنماط استخدام المواقع الاجتماعية، حيث توصلت إلى الالتفاف الوثيق لمفردات العينة حول هذه المنصات الاجتماعية بصفة دائمة منتظمة، بمتوسط ساعات غير محدود وغير مضبوط لدى الشباب الجزائري الجامعي وفي أوقات غير محددة، يعزى لتوفر خدمة الانترنت التشبيكية في الهواتف الذكية التي شكلت وسيلة التواصل الأولى المستخدمة في الولوج للمواقع، باستخدام أساليب مختلفة بمزيج من اللهجات في التعبير عن الأفكار التواصلية والأحداث والمستجدات سواء كان مع الأصدقاء بالدرجة الأولى أو مع غيرهم من أفراد الأسرة أو زملاء الدراسة.

## 2- الدوافع والإشباع المحققة:

لقد كانت الخدمات التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعية ممتثلة بالأساس في مقاطع الفيديو والصور خاصة في المجال الاجتماعي منها سببا وراء زيادة التعرض للمحتويات التي تستقطبهم بحكم حبهم الاطلاع على كل ما هو جديد في المواضيع المختلفة، إضافة إلى التواصل كخيار لا بديل عنه وهو ما جعل الدوافع الاجتماعية تنصدر دوافع فتح الحسابات على هذه المواقع لاكتشاف كل ما هو جديد من معارف وخبرات تمكنهم من التفاعل مع غيرهم وتجعلهم في مواكبة ومسايرة للوضع الاجتماعي العام.

## ○ الفرضية الأولى:

يستخدم الشباب الجزائري النشر الإلكتروني بمختلف أساليبه لنشر القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

إنّ درجة حضور القيمة في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الجزائري تبرز بشكل قوي على اختلاف تقسيماتها وأنواعها، لما عرفته مقومات البيئة الرقمية من حضور اجتماعي لهم، بحيث إنهم يتفاعلون من الوسيلة عن طريق فكرة حضورهم مع الآخرين رغم تشتتهم وعدم تواجدهم في رقعة واحدة، ومنه بدأت تشكل مجموعات ذات الاهتمام الواحد والمقاطع مكونة المجموعات الافتراضية التي عكفت على طرح القيم المختلفة في المواقع الاجتماعية.

وعلى هذا الأساس فإن موقع الفيس بوك يتصدر حسب ترتيب المواقع الرأجة في الاستخدام بينهم المواقع الأكثر نشرا للقيم لما يمتاز به من خدمات وخصائص ، حيث أن المشترك يجد ما يبحث عنه من مضامين متنوعة عبر هذه المنصة ، وتأتي القيم ذات البعد الاجتماعي على رأس القيم المتنوعة التي يتم طرحها في المنشورات نظرا لأهميتها في النسيج الاجتماعي وكثرة تداولها بين الشباب مستخدمين طرقا كثيرة في التعبير أهمها : مقاطع الفيديوهات لما لها من بلاغة في ترجمة المعاني بشكل دقيق وواضح و بطريقة سهلة لا تحتاج إلى جهد كبير، وما تتميز به الفيديوهات من الجانب الفني واستخدام المؤثرات الصوتية ومزج الموسيقى بالصوت والصورة في آن واحد يجعل من توصيلها للرسالة القيمة سهلا ومعبرا وبالتالي يحقق التأثير في المشاهد لها.

وبالتالي فإن الفرضية الأولى هي فرضية صحيحة.

○ الفرضية الثانية: تساهم المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب الجامعي قيا

### اجتماعية ذات بعد اجتماعي

إنّ من أهم الخدمات التي استقطبت اهتمام الشباب الجامعي نحو مواقع التواصل الاجتماعي في تطبيقاتها المختلفة هو خدمة تداول مقاطع الفيديو حول مواضيع وحقول متنوعة وتأتي الصور على المرتبة نفسها من حيث درجة الاهتمام بها، فيما تتراجع أفضلية النصوص المكتوبة لأنها تستغرق وقتا للقراءة وفهم ما يمكن طرحه من خلال الكتابة المدونة عبر جداريات المواقع، إن كثرة تداول المنشورات ركزت بالدرجة الأولى على المجال الاجتماعي لهذه الشريحة العمرية مواكبة لما يحدث داخل المجتمع من أحداث وقضايا تطرح للنقاش والإثراء في مواقع التواصل الاجتماعي، وباتت هذه الأخيرة العين الأولى لتسجيل وتوثيق كل ما يحدث بالصوت والصورة ولحظة وقوعه وإلا فكيف لحدث وقع في منطقة ما أن يصبح ذا بعد محلي ووطني بل وقد يتجاوز حدود العالمية في بضع دقائق أو حتى في تسجيل لبضع ثوان.

إنّ تركيز الشباب على القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤكد على أهميتها ودورها في بناء النسيج الاجتماعي لكل مجتمع، وكذا فاعليتها في تحقيق الاستقرار والارتكاز الحضاري المبني على أسس قوامها القيم كأحد الخلفيات الحضارية المستمدة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدءا من الأسرة ووصولاً إلى هذا الوافد التكنولوجي الجديد.

### وبالتالي فإن الفرضية الثانية هي فرضية صحيحة

○ الفرضية الثالثة: يتداول الشباب منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتثبيت القيم الاجتماعية المكتسبة

### لدى الشباب الجزائري

وبالعودة إلى مؤسسات التنشئة الاجتماعية كأساس اكتساب الفرد، فإن الحديث إلى عقود زمنية قريبة كان يشير إلى الدور الذي يعزى لوسائل الإعلام في حصول هذه العملية الاجتماعية المعقدة، على اعتبار تداخل الأدوار لدى عديد الأطراف: الأسرة والمدرسة والمسجد وصولاً وسائل الإعلام باعتبارها أحد عوامل تشكل القيم وتغييرها وتثبيتها

وتعزيزها لديهم، بالتماشى مع الدور الذي كانت تؤديه وسائل الإعلام باعتبارها من العوامل البارزة في تشكيلها. ثم تغير الطرح إلى الحديث عن دور المواقع الاجتماعية التي أكدت على حضور القيمة كمنشورات متداولة عبر صفحاتها، وتوجهت البحوث الأكاديمية نحو محاولة دراستها هذا الحقل القيمي الجديد، وحتى وإن كانت البيئة الرقمية ليست بمقومات البيئة الاجتماعية الحضورية إلا أن تفاعلات الأفراد فيها قد أخذت حيزها من التواجد بشكل كبير مكونة مظهرًا اجتماعيًا افتراضيًا.

إنّ البحث عن تعزيز القيمة المكتسبة لدى الشاب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤكد على قوة مصادر القيمة الأولية من جهة في العمل على إكسابها للفرد بأسس دقيقة وصحيحة، كما أنها من الجوانب التي يصعب تغييرها بسهولة في شخصية الفرد، أما وجود البيئة المناسبة لنشر مفاهيم هذه القيم وتداولها عبر هذه المنصات فقد دخل في حيز نقل هذه المكتسبات من بيئة الحضور الفعلي إلى بيئة الحضور الاجتماعي المبني بالأساس على شبكة الانترنت.

وبالتالي فالفرضية الثالثة هي فرضية صحيحة.

○ الفرضية الرابعة: تحدث مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرًا بالإيجاب وبالسلب على القيم الاجتماعية لدى الشاب الجزائري.

إنّ الأثر الناتج عن زيادة الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي انسحب على كثير من مقومات الشخصية الاجتماعية للفرد وعلى هويته الثقافية، لقد توصلت عديد الأبحاث إلى إبراز الدور الإيجابي للمنصات في العمل على تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشاب الجامعي وهو ما خلصت إليه هذه الدراسة أيضًا، حيث أن القيم الاجتماعية ذات المنحى الإيجابي حضرت بقوة في مواقع التواصل الاجتماعي من باب محاولة استقطاب محتمين بها من جهة، ومن جهة أخرى محاولة تعزيز القيمة المكتسبة وتنشيتها.

أما القيم السلبية الاجتماعية فقد خلصت الدراسة إلى أن الشباب الجزائري يرفض أن تتداول هذه القيم من باب التشجيع عليها أو البحث عن مبررات لها، وإنما يأتي ذلك في سياق التوعية بسلبيتها وبضرورة الالتزام بنقيضها والعمل على محاربتها إن وجدت.

لقد جاءت نتائج هذه الفرضية تؤكد بالتوازي بين تداول القيم الايجابية والقيم حيث يتوجه الشباب إلى نشر القيم الايجابية بنفس التوجه مع القيم السلبية، ولعل محاولة إبرازها يأتي من باب التنويه إلى وجود هذه القيمة السلبية في المجتمع والعمل على تفاديها والتقليل من انتشارها بين الأفراد.

إنّ تجليات التأثير الاجتماعي لهذه المواقع يظهر في هذه البيئة الرقمية بشكل كبير بناء على أسس ومقومات التفاعل الافتراضي الذي يحدث بين الأفراد على شاشات تظهر فيها الملامح الاجتماعية لشخصية الفرد مغايرة في كثير من الأحيان لما هي عليه شخصيته الاجتماعية لكونها حرة غير محدد، حتى وجدت التشريعات القانونية التي ضبطت الممارسات الافتراضية وأقرت ببعضها في حين جرمت جزءاً آخر منها.

### 3/ نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

#### في ضوء الدراسات الوطنية:

أبانت نتائج الدراسة الحالية على الكثير من الاتساق في نتائج البحث مع الدراسات الوطنية الموظفة وبرز ذلك في النقاط التالية:

○ الدراسات الوطنية: دراسة: الباحث رمزي جاب الله/ الباحثة سهام بوقلوف رحمها الله- / الباحثة بشريف

#### وهيئة:

✓ تطابقت النتائج المحصل عليها في محور عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل شريحة الشباب الجامعي، على الرغم من الاختلافات في المجال الزماني والمكاني لإجراء هذه الدراسات، إلا أنها أشارت في مجملها إلى تزايد الإقبال على هذه المنصات الاجتماعية بأرقام وإحصائيات تؤكد على تنامي دورها الاجتماعي في حياة هذه الفئة العمرية.

✓ كشفت الدراسات السابقة بمعينة هذه الدراسة عن وجود تعرض مستمر وغير محدد لهذه المواقع يلغي فرضية الاستخدامات المحددة بفترة زمنية مضبوطة كانت مدروسة في أبحاث الجمهور على وسائل الإعلام

الجمهيرية، هذا التحول في الاستخدام والتعرض مرتبط بالأساس بما أتاحتها تطبيقات الإعلام الجديد من خصائص التفاعلية واللازامية ... وغيرها، ما مكن الشباب اليوم من تحقيق الارتباط الدائم بها.

✓ احتل موقع الفيس بوك صدارته في ترتيب المواقع في هذه الدراسة وهو ما تتسق نتائجه مع الدراسات الوطنية الموظفة بالرغم من اختياره كعينة في البحث، وهو ما يفيد برغم اختلاف المنطلق في تحديد العينة التي وقعت عليها هذه الدراسة إلا أنها توصلت إلى تأكيد نتائج الدراسات السابقة في هذه الجزئية بالتحديد.

✓ أشارت الدراسة الحالية وكذا الدراسات الوطنية السابقة إلى اعتماد الشباب اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القيم المختلفة وبأساليب وأشكال عديدة، انطلاقاً من اعتبار هذه المنصات أحد روافد تشكيل القيم وبعثها من خلال أساليب جديدة لم تكن موجودة في مؤسسات التنشئة القمية السابقة، كما أبرزت أهمية القيم الاجتماعية عن غيرها من القيم الأخرى لدورها في الحفاظ على الترابط والتماسك الاجتماعي وتعزيز استخدام تطبيقات الإعلام الجديد لخدمة هذه المسألة الجوهرية.

✓ ضرورة طرح القيم الإيجابية والسلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من أهمية كبرى، من جانب العمل على تعزيزها وترسيخها لدى شريحة الشباب واعتمادهم كالية لنقل القيم عبر الأجيال بأسلوب التخاطب السائد في عصرهم، أو العمل على تصحيحها والتنويه إلى منعكساتها على السلوك الاجتماعي للفرد في حالة القيم السلبية.

إنّ ما انفردت به هذه الدراسة في نتائجها عن باقي الدراسات الوطنية السابقة تمثل في تشكيل القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منطلق إسناد دورها في تعزيز القيم أكثر من إكساب قيم جديدة وهو ما رصدته نتائج التأثير على القيم، كما أكدت أيضاً على وجود نوع من الصراع القيمي في بعض القيم: كقيمة بر الوالدين، ومساعدة المحتاجين التي يبدو فيها التناقض بين تمثلها كقيمة حقيقية في المجتمع الاجتماعي ونفي وجودها أو إبراز تغييرها في المجتمعات الافتراضية.

## ○ الدراسات العربية:

إنّ تغير مجال البحث في شقه البشري من الشباب الجزائري إلى الشباب العربي في كل من مصر والسعودية والكويت لم تختلف نتائجه كثيرا إلا على بعض الجزئيات وفيما يلي عرض لذلك:

✓ جاءت الدراسات العربية تؤكد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب السعودي، المصري والكويتي بصفة الإقبال المتزايد عليها، وهو ما ترصده التقارير السنوية التي تقوم بها أبحاث المعاهد ومراكز الإحصاء. إن سمة التناهي في الاستخدام انطلاقا من ربط نتائج هذه الدراسة مع الدراسات العربية تتخذ بعدا عربيا واحدا لا يختلف إلا في ترتيب الاستخدام بين الدول، مع التطابق في العادات والأتماط.

✓ أجمعت الدراسات إلى دور المواقع الاجتماعي اليوم في طرح موضوع القيم إلا أن دراسة الآثار المترتبة عن زيادة الاستخدام أبانت عن القيم السلبية التي تبرز من جراء هذا الأخير، بمعنى ان الدور السلبي لها ادى إلى تقويض البناء القيمي للمجتمعات العربية من خلال بروز المظاهر والسلوكات السلبية على صفحاتهم في المواقع. من جهة ومن جهة أخرى عدم إنكار دورها الإيجابي مع ترجيح الكفة للشق السلبي أكثر يدفع بهم لمحاولة طرح حلول كبداية للاستغلال الجيد لهذه المنصات.

إنّ ما انفردت به الدراسة الحالية عن الدراسات العربية المذكورة آنفا هو نسبة الوعي القيمي لدى الشباب الجزائري باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لبعث القيم الاجتماعية الايجابية من خلال تعزيزها والسلبية من خلال طرحها من باب التنويه بضرورة تفاديها او استبدالها بقيمة ايجابية مغايرة.

4/ عرض نتائج الدراسة في ضوء النظرية المستخدمة:**أولاً: في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع**

تطلق هذه النظرية من طرح التساؤل الذي عرفته أبحاث الجمهور مفاده: "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟"، وبالاستناد للقول فين جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية نشط يعمل على انتقاء ما يقع في دائرة اهتمامه فيما يترك أو يتغافل عما يخرج عنها. وهو الكلام الذي يمكننا سحبه على جمهور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فئة الشباب الجامعي إذ يعمل على مبدأ انتقاء المضامين المنشورة في أساليب مختلفة التي تعبر عن توجهاته ويتفاعل معها بالتعليق عليها وتبادلها ومشاركتها وإبداء الرأي فيها بما في ذلك المضامين القيمة.

إلا أنّ ما يمكن طرحه ك مجال بحثي يستحق الدراسة وإعادة النظر هو جزئية العادات والأنماط في تطبيقات الإعلام الجديد التي بقيت تعالج التعرض بنمط وسائل الإعلام الجماهيرية في حين أن التعرض لتطبيقات الوافد الجديد من تكنولوجيات الإعلام أكدت زوال التعرض لفترات قليلة وفي وقت واحد وطرحت الاستخدام اللامتناهي واللامحدود كبديل واضح للدارسين. من هذا المنطلق فإن التوصية التي يمكن اقتراحها هو البحث في آليات تعديل بحوث الاستخدامات والإشباع بما يتماشى مع مقتضيات الإعلام الجديد.

**ثانياً: في ضوء نظرية الحتمية القيمة**

إنّ نتائج هذا البحث في ضوء هذه النظرية التي أشكلت على الباحثين في الاعتراف بشرعيتها البحثية من عدمه، أكدت لنا ومن خلال الدراسة الحالية جملة من النقاط المتوصل إليها في ضوء الفرضيات التي قدمها البحث وتبنتها نظرية الحتمية القيمة والمتمثلة بالأساس فيما يأتي:

✓ فرضيات عادات الاتصال في نظرية الحتمية القيمة أو عادات وأنماط الاستخدام في نظرية الاستخدامات والإشباع كشفت عن حقيقة تنامي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير لدى فئة الشباب الجامعي الجزائري وهو ما يؤكد عمق الارتباط بهذا التطبيق أكثر من غيرهم على اعتبار أنهم عناصر اجتماعية فاعلة تتبنى هذه التكنولوجيا وتتأثر بمحتوياتها ومضامينها. وبالتالي فقد ارتبطت زيادة الاستخدام لهذه

المنصات بما أشار إليه الدكتور عبد الرحمن عزي بجزئية البحث عن الذات في هذه الأخيرة ومحاولة منهم للتأسيس لذوات افتراضية بمعايير انتقائية ومُرضية لهم. إنّ سبب الانجذاب نحو هذه المواقع هو درجة التفاعلية المباشرة التي أتاحها لهم إذا ما قورنت نسبيا بوسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية.

✓ عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز القيم المكتسبة بحكم أنها استخدمت في سياق ضمها إلى وسائل التنشئة الاجتماعية الأخرى وأحدثت لديهم جانبا من الانبهار بها في مختلف نواحي الحياة إلا أن هذا الأخير سرعان ما بدأت معالمه تتلاشى تدريجيا لتصبح ميزة طبيعية موجودة في زمن الشباب اليوم.

✓ بالاستناد إلى مقياس (ع.ن.س) للإعلام والقيم فقد اعتمدت الدراسة على هذا المقياس واستقت منه فكرة تقسيم القيم الاجتماعية إلى وحدات جزئية قيمة تمثلت في: القيم التي تربط علاقة الفرد بالفرد، القيم التي تربط علاقة الفرد بالأسرة، القيم التي تربط علاقة الفرد بالمحيط وهي ثلاث وحدات برزت في تحليل تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي الجزائري من خلال تقسيمها إلى:

– **التأثيرات الإيجابية:** أين تأكد لنا أن حصول الفائدة من زيادة الاستخدام نتج عنه محاولة تشكيل قيم اجتماعية موازية على العالم الافتراضي وهي قيم تم تعزيزها وتأكيدا وتحويلها من قيم معطلة في الواقع الحقيقي إلى قيم فاعلة في الواقع الافتراضي، مسهما في توسيع دائرتها، وموقظا للحس الفردي في حال سوء استخدامها وهذا من شأنه أن يسهم في إقام هذه المنصات كأحد مؤسسات التنشئة القيمية وتحقيق الترابط الاجتماعي.

– **التأثيرات السلبية:** إنّ نتيجة البحث عن تأثيرات المواقع الاجتماعية على الشباب الجامعي الجزائري أبانت عن درجة الوعي الاجتماعي بأهمية القيم لدى هذه الشريحة في تقويم السلوك المنحرف وتصحيحه ومحاولة استخدامها في طرح هذا الجانب من باب التوعية والنصح والإرشاد حتى وإن كان هناك تفاعل حيال ما يطرح من قيم سلبية إلا أن دوره لا يخرج عن السياق الاجتماعي الموجب وهو تأكيد على درجة الحس الفردي بأهمية القيم الاجتماعية. هذا لا ينفي وجود بعض التناقض المسجل في بعض القيم الاجتماعية كقيمة احترام الوالدين وقمة مساعدة الآخرين التي برزت فيها نوعا من التضارب في الآراء

وهو من الجزئيات التي تدخل فيما يعرف بالصراع القيمي ويعزى بالأساس إلى تلاشي الحدود الفاصلة بين ما هو واقعي وما هو افتراضي.

## خاتمة وتوصيات:

تبين من خلال هذا البحث المقدم حول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت تشكل محورا تواصليا بامتياز فأضحت رافدا من روافد التأسيس للقيم المختلفة عبر هذه المنصات التواصلية وفي المجموعات الافتراضية ومطروحة للنقاش في حلقات الحوار بأشكال عديدة مكتوبة منها أو مصورة ، وهو ما يفتح الحديث عن جانب الامتداد من وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والفضائيات ودورها القيمي في بناء المضامين الإعلامية بالرجوع إلى منظومة القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع الجزائري، و التي تفضي في نهاية المطاف إلى تأكيد الطرح الجديد حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التنشئة القيمية عبر جدارياتها على الرغم من اختلافاتها في الخصائص والمميزات.

إنّ توجه المواقع الاجتماعية نحو التأسيس لتشكيل القيم على صفحاتها هو من القضايا المهمة في البناء الاجتماعي الحديث، وتحقيق الترابط وتقوية العلاقات الاجتماعية الممتدة من الواقع الحقيقي لتصبح حقيقة على الواقع الافتراضي الذي يعيشه شبابنا اليوم بكل تفاصيله وجزئياته وتعقيداته وبساطته، إذ يشكل لجوئهم إلى توظيف خدماتها لتعزيز القيم الاجتماعية أحد الأهداف الرئيسة في تعزيز الحس الفردي والاجتماعي بضرورتها في تقويم البناء الاجتماعي السليم على خريطة العالم الافتراضي.

لقد تمكنت هذه الشريحة العمرية الاجتماعية -وفق ما جاءت به النتائج الميدانية للبحث محل العرض- من العمل على تأسيس قاعدة متينة لوجود القيم الاجتماعية في المواقع كخطوة أولية، ثم تعزيزها من خلال تداول المنشورات والمضامين المختلفة التي من شأنها أن تسهم في ترسيخ القيم المكتسبة لدى مختلف المتصفحين لها وبالتالي تحقيق الامتداد في الدور الذي قامت به المؤسسات الأولى للتنشئة الاجتماعية، كما عملت على طرح المضامين القيمية ذات المنحى السلمي في محاولة منها لتقويم السلوك الاجتماعي وتحديث التغيير فيه نحو الأحسن وهو ما يؤكد على درجة الوعي الاجتماعي المتنامي لدى شريحة الشباب الجامعي الجزائري اليوم.

وعلى ضوء ما تقدم ذكره فإن توصيات الدراسة تأتي على النحو التالي:

- توصي الباحثة من خلال دراستها إلى محاولة إعادة النظر في دراسة العادات والأنماط الخاصة بمدخل الاستخدامات والإشباع، والأخذ على تعديل جزئياته يقع على الأساتذة والباحثين في بحوث جمهور وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها المنتشرة اليوم.
- العمل على زيادة دراسة الأبحاث القيمة في مجال الإعلام الجديد بالاستناد إلى خلفية البحث وهي نظرية الحتمية القيمة بأدواتها ووسائلها وافترضاها التي تحتاج إلى دراسة تمحيصية وتحليلية بشك أعمق وأدق خصوصا وأن موضوع بحثها يعد واحدا من أعقد المفاهيم ضبطا وتحكما فيه.
- إن البحث في التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي يحيل إلى طرح حقيقة التأثير الافتراضي الذي يكون مرهونا بزمن التعرض لهذه المنصات، وبالتالي فإن نهايته تحوّل الفرد من شخص افتراضي إلى شخص اجتماعي من شأنه أن يحدث تصادما في مجالات كثيرة منها: القيم وتصارعها، إذ أن القيم المتمثلة في الافتراض يمكن أن تكون حقيقة هي قيم الواقع، لكن قيم الافتراض لها مؤسس وشخصية قد تكون معالمها مغايرة تماما للشخصية الحقيقية الاجتماعية.
- لنا توصي الباحثة بمحاولة الغوص في الحديث عن التأثير الافتراضي المرهون بالتواجد أمام شاشة الحاسوب والمرتبطة بتدفق الانترنت كمنطلق للأبحاث التأثير في وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها المختلفة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات

جامعة باتنة 1

## أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري

\*دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي \*

استمارة أطروحة دكتوراه علوم تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

تحية طيبة وبعد: نضع بين أيديكم هذه الاستمارة المقدمة لإنجاز بحث علمي، ولاستكمال متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، نرجو منكم قراءتها والإجابة على الأسئلة المطروحة فيها بدقة. ونحيطكم علما أن المعلومة المصرح بها سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. وشكرا

إشراف الأستاذ الدكتور

أ.د. بدر الدين زواقة

إعداد الطالبة

ريحانة بلوطي

السنة الجامعية: 2020/2019

## البيانات السوسيوديمغرافية

الجنس: ذكر  أنثى

السن:

المستوى الجامعي: ليسانس  ماستر  دكتوراه

الجامعة:

الولاية:

### المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

1- كيف تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

دائماً  أحيانا  نادرا

2- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبلك؟: رتبها حسب الأهمية من 1 إلى 6

تويتر  انستغرام  فيس بوك  يوتيوب

سناپشات  تيك توك

3- كم من حساب تملكه في كل موقع اجتماعي:

فيس بوك  حساب واحد  حسابان  ثلاثة حسابات  أكثر عددها

تويتر  حساب واحد  حسابان  ثلاثة حسابات  أكثر عددها

انستغرام  حساب واحد  حسابان  ثلاثة حسابات  أكثر عددها

يوتيوب  حساب واحد  حسابان  ثلاثة حسابات  أكثر عددها

تيك توك  حساب واحد  حسابان  ثلاثة حسابات  أكثر عددها

سناپشات  حساب واحد  حسابان  ثلاثة حسابات  أكثر عددها

4- ما هو متوسط ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا:

-أقل من ساعة

-من ساعة إلى أقل ثلاث ساعات

-من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات

-أكثر من خمس ساعات

-استخدام متواصل

5-ما هو الوقت المفضل لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

-صباحا

-ظهرا

-مساء

-ليلا

-ليس هناك وقت محدد

6-ماهي الوسيلة الأكثر استخداما أثناء تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي: (رتبها من 1 إلى 3)

هاتف ذكي

لوح الكتروني

جهاز الحاسوب

7-مع من تتفاعل أثناء تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي:

-مع أفراد أسرتك

-مع زملاء الدراسة

-مع الأصدقاء

8- ما هي اللغة التي تفضل التواصل بها عبر المواقع

-اللغة العربية الفصحى

-اللغة الفرنسية

-اللغة الانجليزية

-العامية واللهجات المحلية

المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة.

9- ما هي الخدمات التي تتابعها وتتفاعل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

-الصور

-مقاطع الفيديو

- النصوص المكتوبة
- التسجيلات الصوتية
- التغريدات والهاشتاج
- أخرى أذكر:

.....

10- ماهي المجالات التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- المجال الاجتماعي
- المجال الثقافي
- المجال السياسي
- المجال الرياضي
- المجال الديني
- المجال الصحي
- أخرى

.....

أذكرها:

11- لماذا تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ل: (اختيار أكثر من عبارة):

- لأنها مجانية ومتاحة للجميع
- نشر منشورات على حسابك الخاص (فيديو + صور +كتابات)
- التعليق على المنشورات الموجودة
- التواصل مع الأصدقاء (الدرشة)
- مشاركة المنشورات مع الآخرين
- مشاهدة الجديد من الأخبار والمواضيع
- أخرى

.....

أذكرها:

12- ماهي دوافع فتحك لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

نوع الدافع	العبارات	الإجابة
دوافع عملية	لاكتساب معارف وخبرات جديدة	
	متابعة الأحداث والمستجدات عن كُتب	
	تبادل الأفكار والنقاشات حول القضايا	
	الانضمام إلى المجموعات الحوارية الهادفة	
	الاستفادة من النصائح والتوجيهات	
	كسر الحاجز النفسي والمخاوف في التواصل والحوار	
	تلقي الملفات والمعلومات وإرسالها بسهولة	
دوافع نفسية روتينية	التسلية والترفيه	
	ملء وقت الفراغ	
	القضاء على الملل وكسر الروتين	
	الردشة وبناء علاقات جديدة مع الأصدقاء	
	إنشاء علاقات عاطفية	
	الهروب من الضغوطات اليومية	
	نسيان الحالة النفسية التي أكون فيها	

المحور الثالث: القيم في مواقع التواصل الاجتماعي:

16- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب في طرح للقيم: رتبها من 1 إلى 6 حسب رأيك:

- تويتر     انستغرام     فيس بوك     يوتيوب  
 سناشات     تيك توك

14- ماهي مجالات القيم الأكثر تداولاً بين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي:

- القيم ذات البعد النفسي  
 -القيم ذات البعد الاجتماعي  
 -القيم ذات البعد الاقتصادي  
 -القيم ذات البعد التربوي  
 -القيم ذات البعد السياسي

-القيم ذات البعد الجمالي

15- ماهي درجة حضور هذه القيم في مواقع التواصل الاجتماعي:

- قوي

- متوسط

-ضعيف

16- ماهي الطريقة التي يستخدمها الشباب لطرح القيم في مواقع التواصل الاجتماعي:

-الصور

- مقاطع الفيديوهات

-النص المكتوب

-التعليقات

-الملصقات والإيموجي

-أخرى

17- ما هي درجة تداول القيم الاجتماعية الايجابية بين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي:

القيم ذات البعد الاجتماعي	قوي	متوسط	نادر
الإحسان للجيران ومساعدتهم			
التعاون بين الأفراد			
ربط علاقات الصداقة			
الإنخراط في المجموعات الخاصة بالعمل التطوعي			
مساعدة المحتاج			
محبة الناس وودهم			
التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع			
احترام الآخرين			
الإيثار وتقديم مصلحة الغير			
تقديم النصيحة للآخرين			
توقير الكبير			
الرفق بالصغير			

			بر الوالدين والاحسان اليهما
			احترام المرأة وإبراز قيمتها الاجتماعية
			حسن الظن بالآخرين
			صلة رحم الأقارب
			التراحم بين الأفراد
			التربية الحسنة رعاية الأبناء

المحور الرابع: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكل القيم الاجتماعية  
18- هل تقوم بنشر منشورات تحمل قيما عبر صفحتك في مواقع التواصل الاجتماعي

نعم

لا

لماذا:

.....

.....

19- كيف تتفاعل مع المنشورات القيمة الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي:

-قراءتها بتمعن دون التفاعل مع

-إبداء الرأي فيها

-مشاركتها مع الآخرين

-تجاهلها مباشرة

-الاستفادة منها وتبني أفكارها

20- في نظرك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لديك

نعم

لا

21- ماهي القيم الاجتماعية التي عززها استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي، ضع علامة (\*) أمام الخيار المناسب

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
احترم جيرانني وأقدم العون لهم					
أقدم المساعدات للآخرين					
أربط الصداقات مع العديد من الأفراد					
أحب الخير للآخرين					
ألتطوع في الأعمال الخيرية					
أسدي النصائح والإرشادات للآخرين					
أتعامل مع كل شخص حسب درجته الاجتماعية وعمره					
أقدم الصالح العام على الصالح الخاص					
أقدر والدي وأبرهما وأرعاهما					
أعطي قيمة المرأة واحترامها.					
اعترف بوجود غيري واحترم اختلافهم معي					
أتحاور مع الناس بطريقة حضارية					
أكون حرا ومسؤولا عن حريتي					

22- ماهي درجة تداول الشباب للمنشورات القيمية ذات الطابع السلبي في مواقع التواصل الاجتماعي:

- بشكل قوي
- بشكل متوسط
- نادرا
- منعدمة

23- ماهي القيم الاجتماعية السلبية التي تراها موجودة في المنشورات المتداولة عبر في مواقع التواصل الاجتماعي:

القيم ذات البعد الاجتماعي	قوي	متوسط	نادر	منعدم
إيذاء الجار والاساءة لهم				
نبذ التعاون بين الأفراد وتكريس العزلة				
انكار الصداقات وذمها				
إظهار العدائية والكراهة تجاه الأفراد				
اللامبالاة وعدم احترام شعور الآخر				
حب النفس وتقديم المصلحة الشخصية				
عدم احترام الآخرين				
الإساءة للوالدين وجود خيرهما				
عدم اعطاء حق الطريق				
السكوت عن النصيحة				
هدر قيمة الوقت				
هدر قيمة العمل				
الاستخدام اللاعقلاني واللاوعي				

24- كيف يكون تعاملك حيال القيم الاجتماعية السلبية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعية:

- التعليق عليها وتصحيح الأفكار
  - القراءة والتجاهل
  - تقديم حلول وبدائل عنها
  - مناقشتها مع أصدقائك
- أخرى

.....

..

25- هل تأثرت قيمك الاجتماعية باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:

- نعم
- لا

26- كيف تأثرت قيمك الاجتماعية نتيجة تكرار التعرض للمضامين القيمية الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- إيجابا  
 سلبا  
 لم تتأثر

27- حدد طبيعة هذا التأثير بالمضامين المنشورة في حال تأثرك:

- تعزيز ثبات القيمة  
 -تغيير شدة القيمة  
 -زوال القيمة

28- إذا كنت إيجابتك تعزيز ثبات القيمة، فما هي أسباب ذلك:

- التأكيد على ضرورة وجودها  
 -كثرة تداولها في المنشورات بين الأشخاص  
 -البيئة الافتراضية المناسبة للتحسيس بأهميتها  
 -اعتبار مواقع التواصل منبرا جديدا بعثها  
 -تكامل بين وسائل الإعلام في طرحها  
 -الإحساس بضرورة التمسك بها

29- إذا كانت إيجابتك ب تغيير شدة القيمة، فما هي أسباب ذلك:

- كثرة تداول المنشورات حولها  
 -الحرية الشخصية في الواقع الافتراضي  
 -امتيازات الهوية الافتراضية

30- إذا كانت إيجابتك زوال القيمة، فما هي أسباب ذلك:

- التناقض بين القيم المعروضة  
 -كثرة عرض القيم المعارضة  
 -إحلالها بقيمة جديدة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
قسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات  
جامعة باتنة 1

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم  
الاجتماعية لدى الشباب الجزائري  
\*دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي \*

استمارة التقييم

إشراف الأستاذ الدكتور

أ.د. بدر الدين زواقة

إعداد الطالبة

ريحانة بلوطي

السنة الجامعية: 2020/2019

ملاحظة: يرجى وضع علامة (x) أمام ملاحظتكم حول السؤال المطروح:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

الملاحظات	يعدل	مرفوض	مقبول	رأي المحكم السؤال
				01
				02
				03
				04
				05
				06
				07
				08
				09
				10
				11

المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة

الملاحظات	يعدل	مرفوض	مقبول	رأي المحكم السؤال
				12
				13
				14
				15
				1-15
				2-15
				3-15
				4-15
				5-15
				6-15
				7-15
				8-15
				9-15

				10-15
				11-15
				12-15
				13-15
				14-15
				16
				17

المحور الثالث : التقييم في مواقع التواصل الاجتماعي :

الملاحظات	يعدل	مرفوض	مقبول	رأي المحكم	السؤال
					18
					19
					20
					21
					22
					1-22
					2-22
					3-22
					4-22
					5-22
					6-22
					7-22
					8-22
					9-22
					10-22
					11-22
					12-22
					13-22
					14-22
					15-22
					16-22

				17-22
				18-22

المحور الرابع : أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكل القيم الاجتماعية

الملاحظات	يعدل	مرفوض	مقبول	رأي المحكم السؤال
				23
				24
				25
				26
				1-26
				2-26
				3-26
				4-26
				5-26
				6-26
				7-26
				8-26
				9-26
				10-26
				11-26
				27
				28
				1-28
				2-28
				3-28
				4-28
				5-28
				6-28
				7-28
				8-28
				9-28
				10-28

				29
				30
				31
				32
				33

التقييم العام



### الباحثة : ریحانة بلوطی

من موالید : 30/11/1987 بعین ولان ولاية سطيف  
متحصلة على شهادة بكالوريا آداب وعلوم إسلامية  
بكالوريا آداب وعلوم إنسانية

ليسانس سمعي بصري من جامعة قسنطينة.

ماجستير وسائل الاعلام والمجتمع من جامعة باتنة.

أستاذ مساعد بقسم الاعلام بجامعة سطيف 2 منذ

2016

تدرجت في التدريس بين طور الليسانس في مقاييس  
عديدة

منها : فنيات التحرير، مجتمع المعلومات، مدخل إلى  
وسائل الاعلام

تقنيات الاتصال، اعداد مذكرة، تكنولوجيا الاتصال.

تقلدت عدة مناصب إدارية ومهنية منها: مكلفة  
بالإشهار بوكالة اشهارية

صحفية بمجلة الرائد

مسؤول تخصص فرع الليسانس بقسم الاعلام والاتصال  
عضو باللجنة العلمية لقسم علوم الاعلام جامعة

سطيف 2

مرافق على الخط بجامعة التكوين المتواصل ومرافق

مكون بخلية التعليم عن بعد بجامعة سطيف 2.

بالإضافة إلى العديد من المداخلات والمقالات العلمية .



### البروفيسور : زواقية بدر الدين

من موالید : 12/08/1969. بمسكانة ولاية أم  
البواقي

أستاذ دائم بجامعة باتنة منذ عام 2002 وأستاذ  
مشارك بمعهد المناهج و جامعة أم القرى. شغل  
منصب أستاذ زائر بعدد الجامعات منها جامعة  
مستغانم وجامعة فطايه بتايلند .

تحصل على درجة الترقية لأستاذ التعليم العالي عام  
2017 . له العديد من الدورات التدريبية والشهادات  
الجامعية منها: أساسيات نظام التعليم الالكتروني  
/الفصول الافتراضية/ صناعة القرار/ إدارة الأزمات  
بجامعة أم القرى، إضافة إلى شهادات في اللغة  
الانجليزية من جامعة سيدني باستراليا وعديد  
الدورات في الوقاية والأمن والنجاح والتطوير والقيادة .  
له العديد من المشاركات في الملتقيات والندوات  
الدولية والعربية والوطنية على مدار فترة . درس  
العديد من المقاييس المتنوعة بين الاعلام والدعوة  
والفكر .

له عديد المؤلفات الفكرية منها : التكامل المعرفي /  
إدارة المؤسسات الدعوية .

يعرف بكونه من المدونين حاليا في ميدان النهضة  
والفكر وباعثا للسنن الكونية في العصر الحديث  
وفلسفة التواصل التي سيناقش فيها أطروحة دكتوراه  
عن قريب . إضافة إلى كونه أعلاميا في قناة القرآن  
الكريم وقنوات أخرى



المدينة الجديدة على منجلى  
0773 22 08 57 /0554 60 64 72  
facebookmihoubimp

