



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون-تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة:

مسومة بـ:

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية

(دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ابن خلدون)

إشراف:

د.مداح خالدية

إعداد الطلبة:

➤ عديلة فاضل أيمن

➤ بن شرير ليلي

لجنة المناقشة:

الجامعة	الرتبة	الإسم واللقب
إبن خلدون-تيارت-	رئيسا	جناد إبراهيم
إبن خلدون-تيارت-	مشرفا ومقررا	مداح خالدية
إبن خلدون-تيارت-	عضوا ومناقشا	طيفور فاطمة

السنة الجامعية 2021-2022

شكر

الحمد لله رب العالمين والصلاة
والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد
صلى الله عليه وسلم أما بعد،
أشكر الله على توفيقه وتقديره في انجاز هذا
العمل المتواضع.

كما أتوجه بجزيل الشكر والامتنان الى كل من ساعد في انجاز هذه
الدراسة وأخص بالذكر الأستاذة المشرفة الدكتورة مداح خالدية، كما
أشكر الأساتذة الذي عملوا على تصحيح استمارتي وتحكيمها والى كل
من قدم ولو كلمة طيبة، أقول لكم رعاكم الله وحفظكم إن شاء الله
ولكم مني فائق الشكر والاحترام والتقدير

إهداء

نهدي ثمرة جهدنا هذا إلى أعلى
ما نملك في هذا الوجود الوالدين حفظهما الله
إلى من سهر على رعايتنا وتكفلا المشقة في تعليمنا
وأرادا أن نبلغ المعالي
والى كل أفراد عائلتنا وأصدقائنا الأعزاء سواء داخل أو خارج
مجالنا الدراسي، وكذلك أساتذتنا الكرام الذين أشرفوا على تكويننا
في كل مشوارنا الدراسي

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، (الفيسبوك نموذجاً)، و قد تم طرح التساؤل التالي: ما هو أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة ابن خلدون – الفيسبوك نموذجاً؟

وبغية الوصول الى نتائج الدراسة قد تم استخدام المنهج الوصفي وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون تيارت، ونظراً لصعوبة الوصول الى جميع المفردات، اخترنا عينة قصدية تمثلت في 50، مفردة من طلبة الماستر اتصال وعلاقات عامة بطوربه الأول والثاني، وزعت عليهم استمارة استبيان متكونة من 22 سؤال، وقد تم تفريغ بياناتها وتحليلها كميًا و كفيًا لتتحصل على نتائج أهمها:

الطلبة الجامعيين يرون أن الفايسبوك يشيع لديهم أولاً رغبات اجتماعية ثم علمية، ثم ترفيهية، ثم ثقافية على التوالي .

الطلبة الجامعيين يرون أن القيم الأكثر تداولاً على الفايسبوك هي التعاون والتضامن والتعارف .

الطالب الجامعي يستخدم الفايسبوك لساعات متعددة، ولشئى أنواع الاستخدامات أكثرها تتعلق بالحياة الاجتماعية،

ويقوم بنشرها على الفايسبوك لما لها من تأثير عليه.

الكلمات المفتاحية :

أثر، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، القيم الاجتماعية، الطلبة الجامعيين.

Summary study :

The study aims to reveal the impact of social networking sites on the social values of university students (Facebook as a model), and the following question was asked:

In order to reach the results of the study, the descriptive approach was used, and the study community represented the students of media and communication sciences at Ibn Khaldoun University of Tiaret, and due to the difficulty of accessing all vocabulary, we chose an intentional sample of 50 students from the master's communication and public relations. In its first and second phases, a questionnaire consisting of 22 questions was distributed to them, the data of which were unloaded and analyzed quantitatively and qualitatively to obtain the most important results:

University students believe that Facebook is popular with first social, then scientific, then recreational, and then cultural desires, respectively.

University students believe that the most shared values on Facebook are cooperation, solidarity and acquaintance.

The university student uses Facebook for several hours, and for various types of uses, most of them are related to social life, and he publishes them on Facebook because of its impact on him.

key words;

Impact, social networking sites, Facebook, social values, university students.

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
	شكر
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجدوال
	فهرس الأشكال
2	مقدمة:
الجانب المنهجي	
	الإشكالية :
6	التساؤلات :
6	الفرضيات :
6	أهمية الدراسة:
6	أهداف الدراسة:
6	أسباب اختيار الموضوع:
7	أسباب موضوعية:
7	نوع الدراسة:
8	المنهج المتبع :
8	أداة الدراسة :
9	مجتمع الدراسة:
	عينة الدراسة :
11	حدود الدراسة:
11	الحدود المكانية:
11	الحدود البشرية:
11	الحدود الزمنية:
11	تحديد المصطلحات:

14	الدراسات السابقة:
18	الخلفية النظرية :
الجانب النظري	
24	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
24	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
25	المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
26	المبحث الثاني: موقع الفيسبوك
26	المطلب الأول: مفهوم الفيسبوك وخدماته
28	المطلب الثاني: نشأة وتطور الفيسبوك
30	المبحث الأول: القيم الاجتماعية.
30	المطلب الأول: مفهوم القيم الاجتماعية ومصادرها .
32	المطلب الثاني: أنواع القيم الاجتماعية
34	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية
34	المطلب الأول: علاقة الفيسبوك بالقيم الاجتماعية
35	المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية
الجانب التطبيقي	
39	البيانات الشخصية:
41	عرض وتحليل بيانات الاستمارة:
67	الخاتمة
69	قائمة المراجع

1- فهرس الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول
39	الجدول رقم (01): توزيع العينة حسب الجنس
40	الجدول رقم (02): توزيع العينة حسب الفئة العمرية
40	الجدول رقم (03): توزيع العينة حسب المستوى المعيشي
42	الجدول رقم (04): استجابة الأفراد للبند الأول
42	الجدول رقم (05): استجابة الأفراد للبند الثاني
43	الجدول رقم (06): استجابة الأفراد للبند الثالث
44	الجدول رقم (07): استجابة الأفراد للبند الرابع
44	الجدول رقم (08): استجابة الأفراد للبند الخامس
45	الجدول رقم (09): استجابة الأفراد للبند السادس
46	الجدول رقم (10): استجابة الأفراد للبند السابع
46	الجدول رقم (11): استجابة الأفراد للبند الثامن
47	الجدول رقم (12): استجابة الأفراد للبند التاسع
48	الجدول رقم (12): استجابة الأفراد للبند العاشر
48	الجدول رقم (13): استجابة الأفراد للبند الحادي عشر
49	الجدول رقم (14): استجابة الأفراد للبند الثاني عشر
50	الجدول رقم (15): استجابة الأفراد للبند الثالث عشر
50	الجدول رقم (16): استجابة الأفراد للبند الرابع عشر
51	الجدول رقم (17): استجابة الأفراد للبند الخامس عشر
51	الجدول رقم (18): استجابة الأفراد للبند السادس عشر
52	الجدول رقم (19): استجابة الأفراد للبند السابع عشر
52	الجدول رقم (20): استجابة الأفراد للبند الثامن عشر
53	الجدول رقم (21): استجابة الأفراد للبند التاسع عشر
54	الجدول رقم (22): استجابة الأفراد للبند العشرين

54	الجدول رقم (23): استجابة الأفراد للبند الواحد والعشرين
55	الجدول رقم (24): استجابة استجابات افراد العينة حول امتلاكهم لفايسبوك حسب الجنس، العمر والسن
56	الجدول رقم (25): استجابة استجابات أفراد العينة دوافع استخدام لفايسبوك حسب الجنس، العمر والسن
57	الجدول رقم (26): استجابة استجابات أفراد العينة حول مسأهمة الفيسبوك في نقل المعارف والقيم حسب الجنس، العمر والسن
58	الجدول رقم (27): استجابة استجابات أفراد العينة حول القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك حسب الجنس، العمر والسن
60	الجدول رقم (28): استجابة استجابات أفراد العينة حول مشاركة المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك حسب الجنس، العمر والسن
61	الجدول رقم (29): استجابة استجابات أفراد العينة حول علاقة المنشورات المشاركة مع القيم الاجتماعية الجديدة حسب الجنس، العمر والسن

2- فهرس الأشكال:

رقم الصفحة	عنوان الشكل
39	الشكل رقم (01): توزيع العينة حسب الفئة الجنس
40	الشكل رقم (02): توزيع العينة حسب الفئة العمرية
41	الشكل رقم (03): توزيع العينة حسب الفئة المستوى

مقدمة عامة

بعد انتشار شبكة الإنترنت في العالم، وتحولها لأداة للتأثير فقد أصبح له الشأن كبير على كل الأصعدة سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية على معظم فئات المجتمع، وغزوها المجتمعات بأسرها، إلى أن جاءت فترة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وأخذت جانبا هاما في حياة كل ملم بالإنترنت، إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قطبا لمعظم فئات المجتمع خاصة الشباب كونهم الفئة الأكثر تأثرا وهذا راجع لقابلية التغيير لديهم، حيث ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي على تواصل وتقارب الناس والمجتمعات في كافة أنحاء العالم... وما لا شك فيه أنه وبعد حقبة زمنية ظهر تلك الوسيلة التي أوجدت لنفسها مكانا بين تكنولوجيا الإنترنت، إنها خاصية الفيسبوك. فقد شهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار وأصبح أداة إعلامية تؤثر في المتلقي وقراراته وقيمه، كما أصبح لها دورا هاما في الضغط والتفاعل والتأثير، وبعد ظهور خاصية الفيسبوك ودراسة طبيعة التأثير الذي يلعبه على قيم المستخدم وسلوكياته ومجاله الدراسي وحتى التوافق الاجتماعي ظهر أن التأقلم عليه كان ضرورة حتمية نظرا للإقبال الكبير عليه وهذا ما وسع دائرة القيم والمبادئ والسلوكيات التي تغيرت سواء بالسلب أو الإيجاب.

فقد وجد المستخدم نفسه أمام متعة من حيث التحدث والتواصل والاستمتاع بالفيديوهات والقصص وغيرها، هذا ما غرز فيه خاصية التقبل أو القبول لمعظم ما ينشر من معلومات ومعارف، ونظرا للتغير الحاصل في سلوكيات وعادات وتقاليده الأفراد مستخدمي الفيسبوك جاءت دراستنا هذه لتكشف التحديات التي تواجه الطلبة الجامعيين في قيمهم ولنعرف أثر هذه التقنية (الفيسبوك) عليهم وكذا معرفة أهم القيم المحصلة نتيجة استخدامه. ولقد استخدمنا خطة بحث تمثلت في ثلاث أقسام:

1/ الإطار المنهجي والمفاهيمي: للدراسة تناولنا فيه الإشكالية والتساؤلات والفرضيات

وبقية الخطوات وكذلك مفاهيم الدراسة.

2/ الإطار النظري: وقسم إلى فصلين، الفصل الأول كان تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي مدخل نظري ومفاهيمي وتمحور فيه مبحثين الأول بعنوان ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وبدوره قسم إلى مطلبين الأول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والثاني فكان بنشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، أما المبحث الثاني فقد عنون بموقع الفيسبوك، وانطوى تحته مطلبين أيضا الأول نشأة الفيسبوك وتطوره والثاني بمفهوم الفيسبوك وخدماته.

أما الفصل الثاني ف جاء تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية وقسم بدوره إلى مبحثين

الأول بعنوان القيم الاجتماعية ومطلبين هما:

1/ مفهوم القيم الاجتماعية ومحدداتها.

2/ أنواع القيم الاجتماعية، أما المبحث الثاني فعنوانه بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية

وانطوى تحته أيضا مطلبين:

1/ علاقة الفيسبوك بالقيم.

2/ إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.

3/ الإطار التطبيقي: وتناولنا فيه عرض وتحليل جداول الدراسة ثم تطرقنا إلى نتائج الدراسة ثم إلى مناقشة

الفرضيات على أساس النتائج، و ثم النتائج العامة. وأخيرا عرضنا خاتمة بحثنا هذا والمراجع المعتمدة.

وقد صادفنا في بحثنا هذا عدة صعوبات كانت أهمها عزوف الطلبة على مالأ الاستثمارات وهذا ما أرقنا

وأخذ من وقتنا كثيرا.

الجانب المنهجي

1- الاشكالية:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاعلام الجديد التي اصبح لها حضور واسع في حياة الافراد، فمواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تواصل واتصال قد اعطت للعملية الاتصالية معنا جديدا ، بل اصبح الجميع قادرا على انتاج المعلومة ونشرها والترويج لها، بل وصناعة الراي العام، عن طريق خاصية الانتشار والتفشي التي تضمنه هذه التكنولوجيا، التي احدثت ثورة عميقة في مجال الاعلام والاتصال، حيث لا حدود لشبكات التواصل الاجتماعي، ولا احد يمكنه التنبؤ بقدرتها على التأثير في القضايا والاحداث، ولذلك نلاحظ اقبالا كبيرا من طرف الافراد والجمعيات على التمتع داخل هذه الفضاءات، فمثلا حتى وسائل الاعلام الكلاسيكية، مثل الصحف والاذاعات والقنوات التلفزيونية، اصبح لديها مواقع الكترونية وصفحات على الفيسبوك والتويتتر، وهي تولي لها أهمية كبيرة، وتعتبرها من أهم وسائل خلق جمهور المتابعين، حيث أن مرونة وسهولة مواقع التواصل الاجتماعي ادى الى سرعة انتشارها وقبال الافراد عليها، وعلى المعلومات التي تقدمها في طابع بعيد عن الرسميات والبروتوكولات مما ساهم في انتشارها بشكل واسع.

إن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير واضح وجلي على حياة الأفراد، الذين تكتلوا داخل هذه المواقع على اختلافها، وأصبحت مصدرا ثقافيا للكثير من الفئات الاجتماعية، فوجدت فرصة للتعبير عن نفسها عن شخصيتها وهويتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق تلك الخدمات المجانية التي تقدمها وهي ايضا سهلة ويمكن ان تنتشر بسرعة، وبدون أي نوع من الرقابة، خاصة في ظل غياب قوانين تضبط وتحكم هذه المواقع وما تنشره وما تروج له، اذ اصبحنا اليوم امام مجتمع رقمي حقيقي، كذلك مع ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين الذين اصبح لهم دور كبير في صناعة الراي العام لدى الشباب والتأثير في قيمهم، والدفع بهم الى تبني قيم ومعايير معينة، وهذا ما يدفعنا الى التأكيد على ان لمواقع التواصل الاجتماعي قدرة كبيرة على التأثير في قيم الافراد وتوجيههم حسب تدفقات ثقافية عابرة للحدود، من خلال استعمال الصورة والصوت، هذه المتغيرات في العملية الاتصالية التي تمتلك قدرة كبيرة على التأثير في قيم الافراد ومعاييرهم.

مما سبق ذكره، اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من بين محددات القيم والمعايير لدى الافراد، حيث ان القيم تنشأ من خلال ما يمارسه المجتمع وما يعتز به ممارسات تحظى بالاحترام والتبجيل لدى افراد المجتمع، فالقيم تعبر عن كل ما هو اخلاقي ومعياري ويشكل مثلا عليا يتم الاقتداء بها، كما ان عملية الاقتداء تقتضي نشر وتعميم تلك القيم وتحويلها الى ممارسة اجتماعية، مثل التضامن والتعاون، القدوة والحفاظ على النظام الاجتماعي، والعدل، والكرم، وكلها خصال يكتسبها الانسان عن طريق التنشئة الاجتماعية وعملية التثاقف بين الاجيال، فالمجتمع هو

المسؤول من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية على تزويد المجتمع بأفراد صالحين عن طريق نقل قيم المجتمع ومثله العليا الى الافراد الجدد، حيث إن القيم هي مكتسبة ولا تولد مع الفرد بل تنتقل اليه عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية التي تلقاها ويتعرض لها طيلة حياته خاصة في مراحلها الأولى حيث تكون التربية والتقويم والتوجيه.

من بين أكثر المواقع الاجتماعية حضوراً في حياة الافراد في عصرنا هذا نجد موقع الفيسبوك، الذي يعتبر الأكثر انتشاراً واستعمالاً في الوطن العربي والجزائر، نظراً لسهولة الولوج إليه وإمكانية خلق مجموعات وصفحات لها القدرة على النشر والتبشير بأفكار وقيم محددة، وبذلك أصبح الفيسبوك اليوم يشكل عالماً موازياً للعالم الحقيقي، وهو عالم افتراضي يعتمد على التقنية والمعلومة وسرعة انتاجها ونشرها والتفاعل معها، إضافة إلى عديد الخدمات التي يقدمها لمستخدميه، كالتعليم ونشر الأفكار والقيم والتعريف بالثقافات والتقريب بين المجتمعات والحضارات، ولذلك أصبح موقع الفيسبوك أكثر جذباً للشباب واستمالة لهم بسبب طبيعة ما نشر فيه والمواضيع التي يروج لها، وهي تقترب من الرغبات الشبابية، التي تعتبر مجموعة أو مقصيه في الواقع وهنا وجد ما يعبر عنها من خلال موقع الفيسبوك الذي أصبح ملذا لفئات واسعة من الشباب ومن بينهم الطلبة، الذين أصبح الفيسبوك يشكل جزءاً مهماً من مساهمهم العلمي والتعليمي عن طريق تلك المجموعات التي يلتقون فيها بهدف الدراسة والنشر الدروس والمحاضرات والإعلانات المتلقاة بالجامعة إضافة إلى تكوين نوادي وصفحات علمية وثقافية ولها خاصة الوطنية والعالمية

مما حوله إلى موقع يستخدمه الطلبة في الجامعات الجزائرية، وهو في نفس الوقت يلعب دوراً في انتاج هويات ومرجعيات الطلبة، وتحدد ميولاتهم ورغباتهم، والأفكار والقناعات التي يؤمنون بها ويسعون إلى نشرها والتكريس لها من خلال الخدمات الفائقة التي يوفرها الفيسبوك وهنا يمكن طرح السؤال المحوري لهذه الدراسة: ما هو أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ابن خلدون - الفيسبوك نموذجاً؟

2-التساؤلات:

- 1 - ما هي أسباب استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟
- 2- ماهي القيم الاجتماعية الأكثر انتشاراً بين الطلبة من مستخدمي الفيسبوك؟
- 3- ما علاقة المجموعات الفيسبوكية التي ينشط فيها الطالب بالقيم الاجتماعية التي يعكسها؟

3-الفرضيات:

- 1 - يستخدم الطلبة الجامعين مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها رواجاً موقع الفيسبوك بغية إشباع الرغبات القيمة والحاجيات الثقافية والعلمية والاجتماعية.
- 2 - يعمل الفيسبوك على نشر قيم اجتماعية بين مستخدميه نذكر منها التعاون التضامن التسامح
- 3- يعتمد الطالب الجامعي على الفيسبوك في مختلف نواحي الحياة وهذا ما جعله يعكس القيم الاجتماعية التي ينشرها الفيسبوك.

4-أهمية الدراسة:

إن أهمية دراستنا تكمن في دراسة أحد أهم وأكثر وسائل الاعلام انتشاراً في الوقت الراهن وهي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً، وتزداد أهمية الدراسة كونها تعكس آراء شريحة هامة في المجتمع الجزائري ممثلة في الطلبة الجامعيين حول موضوع أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين باعتبارها ركيزة أساسية في المجتمع وتسأهم في تقدم وازدهار الأمم.

5-أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على مدى انتشار استخدام الفيسبوك بين الطلبة؛
- ✓ معرفة ما أن أوجد الفيسبوك قيماً جديدة لدى الطلبة الجامعيين؛
- ✓ تحديد أثر استخدام الفيسبوك على الحياة الاجتماعية لدى الطالب الجامعي؛

5-أسباب اختيار الموضوع:

لكل موضوع دراسة أسباب تدفعنا الى اختياره والتركيز عليه ويمكن أن نجمل أسباب اختيارنا لهذا الموضوع

كالآتي:

1/ أسباب ذاتية:

- ✓ الرغبة في إثراء الرصيد المعرفي والعلمي حول هذا الموضوع.
- ✓ اهتمامنا الكبير بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالطالب الجامعي
- ✓ الرغبة في معرفة كيفية توظيف الطلبة لموقع الفيسبوك وإنتاج قيم معينة.

2/ أسباب موضوعية:

✓ ارتباط وملائمة الموضوع لتخصصنا الدراسي؛

✓ الاستفادة من هذه الدراسات مستقبلاً؛

6- نوع الدراسة , منهجها , أدواتها , المجتمع , العينة , المكان والزمان :

أ/ نوع الدراسة :

تتبع هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية حيث عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات منهجية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين وطبيعة البحث هي التي تفرض على الباحث المنهج المناسب للدراسة.

ب/ المنهج المتبع

يقول الدكتور فضيل دليو " وبناء على هذا فإنه يفضل للباحث في محور المنهجية أن يحسن اختيار المنهج وأدوات بحثه وإلا كانت دراسته سطحية وتسيطر عليها الذاتية وتفاديا لذلك يجب على الباحث أن يقرأ عدة كتب في المنهجية ويقوم بالمقارنة بين المناهج ثم يحدد أفضل المنهج والأدوات الملائمة لبحثه"¹

وعرف المنهج أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة قواعد عامة تحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة².

ويقوم المنهج على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها بغية الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الذي يشتمل على عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة كأن يعتمد على دراسة الحالة أو الدراسة الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية³.

¹ مصطفى مكي، البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع ص. 14،15.

² خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، ط 2، 2012، ص 47.

¹ عمار بوحوش، محمد محمود التينيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، 2014، ص 138.

إذ يركز المنهج الوصفي على وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، ويعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا يعبر عنها تعبيرا كفيما أو تعبيرا كميًا.

كذلك هو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

ويعتبر المنهج الوصفي الأنسب للقيام بهذه الدراسة من خلال جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة (أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين الفيسبوك نموذجًا) من خلال تحليل البيانات وتفسيرها وهذا من أجل التعمق في الدراسة.

ج/أدوات الدراسة:

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات، فقد استخدمنا استمارة الاستبيان كأداة رئيسية، باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

1- استمارة (الاستبيان):

تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، ولقد استخدمنا في دراستنا على أداة الاستبيان التي توزع على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ويعتبر " الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعيين أو غير مجتمعيين في مكان واحد."¹

كما أنها "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد قصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين."²

¹ خضير كاسم حمود، موسى سلامة اللوزي، منهجية البحث العلمي، إثناء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن 2008، ص 10
² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون - الجزائر، 2003، ص 169.

"يتم استخدام استمارة الاستبيان كوسيلة من وسائل جمع البيانات من خلال قيام الباحث بتوجيه أسئلة معينة للمستجوبين تتعلق بموضوع البحث المراد إجراءه والحصول من خلال ذلك على بيانات يستخدمها الباحث في إنجاز مهمة البحث. واستمارة الاستقصاء(الاستبيان) عبارة عن استمارة تتضمن مجموعة معينة من الأسئلة المترابطة والمتعلقة بموضوع البحث يتم من خلالها الحصول على إجابات معينة يجري تحليلها لأغراض البحث." وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لعينة من طلبة ماستر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون.

للأسباب التالية:

الجمهور المستهدف باعتباره طلبة ماستر بطوره الأول والثاني وفي تخصص اتصال وعلاقات عامة واستخدامهم الواسع للتكنولوجيا الحديثة يتميز بكونه العدد واختلاف المستويات بالشكل الذي يجد من إمكانية استخدام أساليب أخرى كالمقابلة لهذا العدد الكبير في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة. وتضمنت الاستمارة بداية بالبيانات الشخصية فيما يتعلق بالسن، الجنس، والمستوى المعيشي.

- المحور الأول أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، ويشمل مجموعة من الأسئلة من (1-7).
- المحور الثاني حول الطالب والقيم الأكثر انتشارا بين الطلبة الجامعيين، ويشمل مجموعة من الأسئلة من (8-15).
- أما المحور الثالث فكان حول القيم الاجتماعية الجديدة لدى الطلبة الجامعيين ويتضمن مجموعة من الأسئلة من (16-22).

وقد وزعت هذه الاستمارة على عينة من طلبة ماستر اتصال وعلاقات عامة للإجابة عن الأسئلة الموجودة فيها.

د/مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث عموما مجموعة كبيرة من الأفراد التي تشكل محورا أساسيا للاستعلام العلمي، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفردات إلا أنه يصعب على الباحث الوصول إلى جميع مفردات لأنه مكلف للغاية

ويستغرق وقتاً أطول، وفي دراستنا هذه الممثلة في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية -دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون تيارت- الفيسبوك نموذجاً.

ه/عينة الدراسة:

نظراً لضخامة عدد مفردات مجتمع الدراسة وعددها أكثر من 300 طالب توجب علينا استخدام أسلوب العينة والذي يعرف بأنه المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها وتكون ممثلة في خصائص مجتمع الدراسة الكلي.

وبهذا فإننا اخترنا عينة القصدية التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة. بل يقوم هو شخصياً باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.

وباعتبار أن دراستنا تقوم على دراسة طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون تيارت الذين يستخدمون موقع الفيسبوك فقد قمنا باختيار نسبة 15٪ من المجموع الكلي لمفردات مجتمع البحث وبالتالي فان عدد أفراد العينة المتاحة التي تستهدفها دراستنا هي 50 طالب من ماستر اتصال وعلاقات عامة بطوريه الأول والثاني بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة ابن خلدون تيارت.

و/حدود الدراسة:

1/ الحدود المكانية: وهو الإطار الذي أجريت فيه الدراسة وقد تم إجراء دراستنا بجامعة ابن خلدون _ تيارت _ على مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

2/ الحدود البشرية: ويقصد بهم الطلبة الذين ستجرى الدراسة عليهم و هم طلبة الماستر بطوريه الأول والثاني تخصص اتصال و علاقات عامة بجامعة ابن خلدون -تيارت- .

3 /الحدود الزمنية: طبقت الدراسة من جانفي 2022 الى جوان 2022 (في العام الدراسي 2021/2022م)

7-تحديد المصطلحات:

الأثر:

أ-لغة:

1/ يقال أثر على الشيء تأثيراً أي ترك فيه أثراً.¹

2/ الأثر له ثلاث معاني: الأول: بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني: بمعنى العلاقة، والثالث بمعنى الجزء.²

ب-اصطلاحاً:

التأثير هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة وقد تجعله بطريقة جديدة، أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداءً من الاهتمام بحدوث تدعيم داخلي لاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علي.³

ج-إجرائياً:

هو مجموعة التغييرات التي تطرأ على سلوك الشباب وذلك من خلال المضامين المختلفة من معلومات ورسائل وفيديوهات التي يتلقاها من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

• مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف أزهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي أنها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات.

وتسمى أيضاً الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي، وإقامة العلاقات وللتعرف وتوطين الصداقات حول العالم، وبناء جماعات

¹ الشيخ عبد الله البستاني - الوافي: معجم وسيط للغة العربية - مكتبة لبنان . د ط . سنة 1990، ص3.

² السيد الشريف أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي . التعريفات . دار الكتابة العلمية للنشر لبنان . ط2 2003 . ص13.

³ محمد منير حجاب: الموسوعة العالمية . المجلد 2 دار الفجر . 2003، ص 533.

افتراضية وفقاً لاهتمامات أو انتماءات مشتركة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحاته وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الشخصية، ويكتب مقالات ونصوص، وأيضاً ينشر تسجيلات فيديو.

أ-التعريف الإجرائي:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة الشبكات الالكترونية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في مجال القيم الاجتماعية، وكذا تبادل الآراء والأفكار والنقاشات اتجاه القضايا الاجتماعية المطروحة ومختلف مشاكله الراهنة.

• القيم:

أ- لغة: مفرد قيمة، ثمن يعادل المتاع، درجة الأهمية النسبية له " قيمة الإنسان" قامته¹.

ب - اصطلاحاً: هو الدافع الإيديولوجي الذي يؤثر في أفكار الإنسان وسلوكه أو هي ضوابط سلوكية تتأثر بأفكار ومعتقدات الإنسان، وهذه الضوابط تضع سلوك الإنسان في قالب معين يتماشى مع ما يريده المجتمع ويفضله وقد عرف البروفيسور " مالينوفسكي " القيم على أنها ارتباط قوي وحتمي بين الكائن الحي وبعض الأهداف والمعايير والأشخاص المعنيين الذين يعتبرون وسيلة لإشباع حاجات الكائن الحي².

ج / التعريف الإجرائي: القيم هي مجموعة من الأفكار والمبادئ المستمدة من البيئة أو من الدين أو حتى الذات، حيث أن لكل شخص قيم يتمسك بها ويدافع عنها، وهي على أنواع عديدة فهناك القيم الاجتماعية والقيم الدينية والقيم السياسية وغيرها.

2/ الطلبة الجامعيين: هم الأشخاص الذين سمحت لهم كفاءتهم العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة لمتابعة دراستهم وفق تخصص ما³.

أ-التعريف الإجرائي:

يمثل الطلبة الجامعيون في هذه الدراسة المجتمع الذي سوف تجرى حوله الدراسة بناء على كفاءتهم العلمية ومستواهم المعرفي، وهم طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن خلدون تيارت.

¹ جبران مسعود، الرائد، معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، ط3، دار العلم للملايين، لبنان، 2005، ص 622

² احسان محمد الحسن، موسوعة علم الاجتماع، ط1، دار العربية للموسوعات، لبنان، 1999، ص 514 و515.

³ أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، المنصور، مصر، 2009، ص 15.

• الفيسبوك:

أ- لغة:

"كتاب الوجوه، وهو موقع الشبكات الاجتماعية يتيح للأشخاص إبراز مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع¹.

ب- اصطلاحا:

الفيس بوك هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة الأفراد إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية².

ج- التعريف الإجرائي:

الفيس بوك هو موقع الكتروني يسمح لمستخدميه وهم الطلبة الجامعيين حسب هذه الدراسة بالتواصل فيما بينهم ومع غيرهم في عالم افتراضي يتقاسمون فيه اهتماماتهم، ويتبادلون أفكارهم وآرائهم حول القيم الاجتماعية وكيفية تجسيدها.

10-الدراسات السابقة:لقد اعتمدنا في انجاز دراستنا على عدد من الدراسات التي لها علاقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على المستخدمين عامة والطلبة خاصة من ناحية القيم الاجتماعية وقد ارتأينا الى اختيار ثلاث دراسات ساعدتنا في إتمامنا لبحثنا هذا طبقا لمعايير علمية أكاديمية.

1/ -الدراسة الأولى:

بعنوان " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية, دراسة عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر " (رسالة ماجستير من إعداد مريم ناريمان نومار, قسم العلوم الإنسانية, جامعة الحاج لخضر, باتنة، الجزائر (2011 – 2012).

¹ خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، عمان، الأردن، 2013، ص34.

² فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، ط1، دار العربي، القاهرة، 2011، ص 203.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين ومحيطهم، وذلك انطلاقاً من طرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

وثلاث أسئلة فرعية هي:

1/- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " لدى الجزائريين ؟

2 /- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع " الفيس بوك؟ "

3 /- كيف يؤثر استخدام " الفيس بوك " على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وقد استند البحث على ثلاث فرضيات هي:

1 / تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " لدى الجزائريين من مستخدم لآخر تبعاً لمتغيري: السن والجنس .

2/ يلجأ مستخدم " الفيس بوك " في الجزائر إليه بسبب فراغ عاطفي .

3 / استخدام الفيس بوك يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم بعائلته وأفراده .

وقد استخدم منهج المسح الوصفي وذلك بغية الوصول لنتائج معمقة، وتمثل مجتمع بحثها في مستخدمي الفيس بوك بالجزائر، ونظراً لصعوبة إجراء الدراسة على جميع مفردات البحث فقد اختارت عينة قصديه متمثلة في 265 مفردة موزعة على أربع ولايات (باتنة، مستغانم , الجزائر , ورقلة) وزعت عليهم استمارة استبيان تتكون من 39 سؤال موزع على ثلاثة محاور أساسية وهي كالآتي:

م 1 /- عادات وأنماط استخدام " الفيس بوك " لدى الجزائريين .

م 2/- الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع " الفيس بوك "

م 3/- الفيس بوك والعلاقات الاجتماعية.

وقد توصلت الباحثة من خلال دراستها الى جملة من النتائج من بينها:

- 1/- تقضي النسبة الأكبر من الباحثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفيس بوك, ويفضل اغلبهم خدمة الدردشة والتعليقات بالدرجة الأولى.
- 2/- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف.
- 3/- استخدام موقع الفيس بوك يؤثر في الاتصال الشخصي وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم.
- 4/- استخدام الفيس بوك يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.
- 5/- معرفة الأثر الذي يخلفه الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية.

وتوصلت الباحثة أيضا إلى نتائج منطقية مفادها أن الفيس بوك يؤثر على التواصل الشخصي والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد، ويؤدي إلى انسحاب الفرد من التفاعل الاجتماعي والاحتكاك مع الآخرين مما يخلق لديه عزلة اجتماعية حادة وتبدو هذه النتائج منطقية إذا ما تم إسقاطها على المحيطين بنا، وقد اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي وكذا في أدوات جمع البيانات، في حين اختلفت معها في مجتمع البحث وكذا العينة، ومع ذلك استفدنا من هذه الدراسة خصوصا في الجانب المنهجي لدراستنا.¹

3/- الدراسة الثانية :

دراسة السعيدى حنان وضيف عائشة سنة 2015 بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي - فيس بوك نموذجاً،" (السعيدى حنان وضيف عائشة، مذكرة لنيل ماستر أكاديمي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة . سنة 2015)

انطلقت من إشكالية مفادها: الفيسبوك و تأثيراته السلبية والايجابية على الشباب و معرفة مدى تأثره بمكدا مواقع و كذا التعرف على مدى تأثر القيم الاجتماعية لمستخدمي هذه المواقع و قد انطوى تحت الاشكالية ثلاث أسئلة تمثلت في :

1/- ما هي عادات وأنماط استخدام Facebook بالنسبة للطلبة الجامعيين؟

2 /- هل يختلف ادراك القيم وفق متغير الجنس؟.

¹ مريم ناريمان نومار استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية , مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال الحاج لخضر , باتنة، الجزائر (2011 - 2012).

3/ - كيف يؤثر استخدام Facebook على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

وقد استخدم في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك باعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم. واعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات والمعلومات، أما بالنسبة للعينة فاعتمدت الباحثان على العينة الطبقية مكونة من 85 مفردة.

وتوصلتا من خلال دراستهما الى مجموعة من النتائج من بينها:

- أغلب الباحثين من الذكور يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات وبالنسبة للإناث فإن أكثر من نصفهن يستخدمن Facebook من سنة إلى ثلاث سنوات.

- الفئة العمرية (18-25) أكثر إدماناً على الموقع وتعلقاً به مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى حيث تفوق نسبتهم (50%) .

- أغلب الباحثين يملكون حساب واحد الأغلبية الساحقة للإناث مقارنة مع الذكور.

- تفضيل الطلبة لنشر الأفكار، ثم تليها الدردشة بنسبة ثم التعليقات بنسبة، وكانت آخر التفضيلات هي مشاركة التطبيقات.

- كانت النسب متقاربة في مشاركة أفراد العينة في المجموعات، حيث كانت في مقدمتها المجموعات الاجتماعية ثم المجموعات الإعلامية تليها المجموعات الثقافية وعزوف الطلبة عن المجموعات السياسية.

وتوافق دراستنا مع هذه الدراسة في أداة البحث المتمثلة في الاستمارة وكذا المنهج المتبع المتمثل في المنهج الوصفي وأيضاً النتائج التي توصلت إليها كونها تدخل ضمن مجال دراستنا والتي تناولت أثر الفيسبوك على سلوك الطلبة الجامعيين ومساهمته بشكل كبير في زيادة التفاعل والتواصل وبناء علاقات¹.

الدراسة الثالثة :

"سهام بوقلوف"، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الأخلاقية و الاجتماعية

¹السعيدى حنان و ضيف عائشة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي - فيس بوك نموذجاً ، " مذكرة لنيل
مستر أكاديمي كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة .سنة 2015

بدأت الباحثة بإشكالية : ما هو أثر استخدام موقع الفيسبوك على القيم الأخلاقية و الإجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين؟

و قد استخدمت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، وأيضاً العينة القصدية، وأداة الاستبيان. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها نذكر:

- أن استجابات المبحوثين نحو أثر موقع الفيسبوك على منظومة القيم الأخلاقية و الاجتماعية مرتفع ما يعني وجود أثرعلى القيم الأخلاقية و الاجتماعية.

- لم يعمل الفيسبوك على تغيير السلوكيات السلبية لدى المراهقين الجزائريين .

- وجود فروق بالنسبة لمتغير الجنس و السن في استخدام موقع الفيسبوك و أبعاد منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية¹.

الدراسة الرابعة:

"وسام طایل البشاشة"، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و

اشباعاتها(فيسبوك و تويتر)

بدأت الباحثة دراستها بالإشكالية التالية: ماهي دوافع استخدامات طلبة الجامعة الأردنية و جامعة البترا

لمواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك و تويتر" واشباعاتها لرغباتهم؟

و قد استخدمت ثلاث تساؤلات فرعية تمثلت في :

-ما الدوافع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل

الاجتماعي؟

-ما هي الاشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل

الاجتماعي؟

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

- ما علاقة المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والاشباع

المتحققة؟

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي، و تكونت عينة الدراسة من (412) مفردة

تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية، واستخدام أداة الاستبيان .

و من أهم النتائج التي توصلت إليها نذكر :

- يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الأقارب و الأهل هو % 89,174 ومن

بعد ذلك تلاه دافع الترفيه و التسلية بنسبة % 87,80 ثم الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى

79,80 %، و من ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة % 78.59 .

- أما أهم الاشباع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل

الاجتماعي فيرى من طلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا اجتماعيا بنسبة % 86,21 و يرى

81,06 % منهم أنها تحقق إشباعا معرفيا من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة بينما يرى

80,72 % أنها تشبعهم معرفيا أيضا من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد % 80,48 منهم

أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، بينما يرى 77,81 % أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من

خارج تخصصهم .

و قد أعطت الباحثة في الأخير جملة من التوصيات من بينها :

- إلزامية نشر ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الجامعات لتحقيق الاشباع النفسية

والاجتماعية و المعرفية لدى الطلبة من خلال إثرائهم بالمعارف وتوجيههم نحو الأنشطة الاجتماعية المفيدة

لهم و لمجتمعهم .

- إلزامية إجراء مراكز البحوث في الجامعات لدراسات علمية للمضامين المتاحة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي و طبيعة استخدامات الأفراد لها، بغية تحقق الاشباع المطلوبة للطلبة¹ .

¹وسام طایل البشاشة ، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها "الفييس بوك تويتز"، مذكرة ماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

إن للدراسات السابقة دور كبير في إثراء البحث العلمي من خلال الإسهامات العلمية و النتائج المهمة التي تقدمها لذا وجب اللجوء إليها لإعطاء البحث بعد نظري أكاديمي، و قد استفدنا من هذه الدراسات في :

-صياغة موضوع الدراسة الحالية، والتحديد الدقيق لإشكالية الدراسة.

-تحديد المنهج و أدوات جمع البيانات و الجوانب النظرية الأخرى، ذلك بالعودة الى نقاط التقاطع بين دراستنا و هاته الدراسات السابقة التي لجأنا إليها، خصوصا أن دراسات من هذا النوع نجد نوعا من التشابه من حيث الجانب المنهجي .

-التعرف على النظريات المناسبة و تطبيقها على الدراسة الحالية، فنجد أن هذا النوع من الدراسات أو الموضوعات لها نظريات متشابهة.

-استفدنا أيضا من الدراسات السابقة في جانبها التطبيقي و ذلك باللجوء إليها في تصميم استمارتنا و وضع الأسئلة المناسبة لها.

11-الخلفية النظرية:

إن هذه الدراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، لا يمكن الوصول إلى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد على مدخل نظري معين من نظريات الإعلام والاتصال من شأنها أن تقدم لنا نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها والاستفادة منها وأيضا من خلال ما توصلت إليه، وعليه ارتأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظريتين هم الاستخدامات والاشباعات والحتمية القيمية وذلك من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة لموضوع دراستنا.

1 -/ نظرية الاستخدامات والاشباعات :

1-/ مفهومها :

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

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

2/ -فروض نظرية الاستخدامات والاشباع :

تستند هذه النظرية على مجموعة من الافتراضات التالية:

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

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

ج/ _ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال باختيارهم ووفقا لأولوياتهم.³

د/ _ "يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط"⁴.

3/ -إسقاط نظرية الاستخدامات والاشباع على الدراسة الحالية:

يمكن القول أن تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع تساعد في دراستنا المتمحورة حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين و من أجل الحصول على المعلومات الكافية حول هؤلاء الطلبة و ذلك من خلال رصد الاشباع المتحققة لهم من هذا الاستخدام كما أنها تناقش الاحتياجات

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

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

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

⁴ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، د ب، 2012، ص 65.

النفسية و الاجتماعية والاشباع التي تتولد لدى الطالب الجامعي دافعا للمتابعة الوسائل الإعلامية المختلفة أو التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار هذه الأخيرة أصبحت في وقتنا الحاضر من أهم وسائل الاتصال والأكثر فاعلية على نظرياتها من الوسائل الأخرى، مما دعت الحاجة بالشباب الجامعي إلى الانتقائية في الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي على أساس المنفعة التي يقدمها كل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي كما توضح هذه النظرية العوامل التي لها علاقة مع مواقع التواصل الاجتماعي كالتسلية و الترفيه أو الهروب من روتين الحياة اليومية، كما هناك عوامل أخرى مهمة تتحكم في استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الإعلامية كالحلقيات الثقافية، المستوى التعليمي، الجنس، السن، المستوى المعيشي، الدخل ... الخ، حيث أن كل هذه العوامل من شأنها أن تساهم في التأثير على اختيارات الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر هذه المواقع التي يرغب في متابعتها.

● نظرية الحتمية القيمة:

1/ مفهومها:

"نقصد بنظرية الحتمية القيمة في الإعلام تلك النظرية التي ترتبط بجهود الباحث، -الأستاذ عزي عبد الرحمن- "أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في إحداث التأثير و هو التأثير الذي يكون إيجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، ويكون سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة¹."

2/ افتراضات وركائز منظور الحتمية القيمة في الإعلام:

تستند نظرية الحتمية القيمة على قاعدة فكرية وحضارية حيث يطرح عبد الرحمن عزي أربعة أركان أساسية

للاتصال على النحو التالي:

- اعتماد الاتصال على قاعدة الأبعاد الثقافية الحضارية والفكرية التي ينتمي إليها المجتمع.
- اعتماد الاتصال على التكاملية في الأنماط والوسائل: السمع بصري، المكتوب، والشفهي الشخصي مع التركيز على الارتقاء بالمكتوب في عصر سيادة البصري (الاتصال المرئي) باعتباره أساس بناء الحضارات.
- أن يكون الاتصال ارتداديا باسطة لقنوات التواصل الواعي مع قطاعات الجمهور كافة أو أن لا يكون استقصائيا صفويا.

¹ عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمة في الإعلام"، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 46.

- أن يبني الاتصال قواعد الممارسة الاتصالية على قاعدة القيم الثقافية والروحية المهمة لسمو الإنسان¹.

3/ - إسقاط نظرية الحتمية القيمية على الدراسة الحالية:

بعدها تطرقنا الى ركائز الحتمية القيمية إذن من الضروري استخدامها في دراستنا الحالية و المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية ومن أجل الحصول على المعلومات الكافية حول الطلبة الجامعيين، باعتبارها تهتم بدراسة الاتصال وضرورة اعتماده على قاعدة الأبعاد الثقافية والفكرية التي ينتمي إليها المجتمع أن تكون الرسالة تحمل في مضمونها القيم المرجعية للدين بحيث يكون التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي ايجابيا إذا كانت محتوياته وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبيا إذا كانت محتوياته لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، بحيث تعددت رسائل ومضمون تلك المواقع بما يتناقض مع القيم الإسلامية والنسق الاجتماعي للمجتمع عامة والطلبة خاصة .

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

الجانب النظري

الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي مدخل نظري ومفاهيمي

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : موقع الفيسبوك

المطلب الأول : مفهوم الفيسبوك وخدماته

المطلب الثاني : نشأة وتطور الفيسبوك

تمهيد:

أصبح استخدام منصات التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في العالم. فهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة وسائل التواصل الاجتماعي، فاستخدموها بشكلها الفعال، نذكر على وجه الخصوص موقع الفيسبوك الذي يعتبر إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم تتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضاً، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية

ومحور دراستنا في هذا الفصل هو التطرق إلى مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك التطرق إلى وسيلة من وسائل الفعالة التي هزت العالم في زمننا هذا ألا وهي الفيسبوك بنشأته ومفهومه وخدماته.

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (0.2) وسميت إجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء المجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم إهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه¹.

-تعريف 2005 أندرسن :

هي أدوات تدعم العلاقات الإجتماعية بين الأفراد من خلال شبكة الإنترنت مثل منتديات الحوار وتبادل الملفات، الشات، المدونات، وخلاصات المواقع والعالم الافتراضي، وهذه جميعا مواقع تعمل على إبقاء تحكم الأفراد في وقتهم ونشاطهم وعلاقاتهم ببعض .

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يريدون وفي أي مكان في العالم وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقات الإجتماعية بينهم².

-ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي:

بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات.³

-وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي :

على أنها مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة¹.

¹ : أ. د : جبريل بن حسن العريشي ، أ. د : سلمى بنت عبد الرحمن محمد الوسري ، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية ، دار المنهجية للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2015 م ، 1436 هـ ص 84 .

² : أ. د : جبريل بن حسن العريشي ، أ. د : سلمى بنت عبد الرحمن محمد الوسري ، نفس المرجع، ص 85.

³ : أ. د : جبريل بن حسن العريشي ، أ. د : سلمى بنت عبد الرحمن محمد الوسري ، نفس المرجع، ص 85 .

المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية في أواخر التسعينات من القرن الماضي مثل (كلاس ميتس) للربط بين زملاء الدراسة وجاء من بعده موقع (دجريس) الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص وهو يقوم على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للإنفصال وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين ومكنتهم من إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ثم تلى ذلك ظهور مواقع أخرى مثل موقع (كايورلد) الذي أنشأ في كوريا الجنوبية وركزت مواقع التواصل الاجتماعي في بداية نشأتها على خدمة الرسائل القصيرة و الرسائل القصيرة الخاصة بين الأصدقاء.²

بعد ذلك ظهرت مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت وتعتبر مرحلة إكمال الشبكات الاجتماعية ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بإنطلاقة موقع (ماي سبايس) وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيسبوك.³

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى، إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002 حيث ظهر موقع (فرنذر friendster) الذي حقق نجاحا دفع (غوغل Google) إلى شرائه سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الإستحواذ وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (سكاى روك) كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة إجتماعية

¹ د : خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1، 1434 هـ . 2013 م ، ص 24

² د.حسن الفاتح الحسين محمد المبارك ، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة (الفيسبوك أمودجا) ، دراسة تطبيقية على طلاب السنة الثالثة بكلية التربية جامعة الإمام المهدي (السودان) ، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المجلد الرابع _ العدد _ 16 ، جانفي 2020 ، ص 43 .

³ د. حسن الفاتح الحسين محمد المبارك، نفس المرجع، ص 43.

سنة 2007 وقد استطاع موقع (سكاى روك) تحقيق إنتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.¹

ومع بداية 2005 ظهر موقع (ماي سبايس) الأمريكي الشهير الذي تفوق على (غوغل) في عدد مشاهدات صفحاته ويعتبر موقع سبايس من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكثرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير (فيسبوك) والذي كان قد بدأ في الإنتشار المتوازي مع (ماي سبايس) حتى قام فيسبوك في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة عدد مستخدمي (فيسبوك) بشكل كبير وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود (ماي سبايس) عام 2008 .
ظهرت أيضا عدة مواقع أخرى مثل (YouTube) (Twitter) لتستمر مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور .²

¹ : د. حسن الفاتح الحسين محمد المبارك نفس المرجع ، ص 43

² : د . حسن الفاتح الحسين محمد المبارك ، المرجع السابق ، ص 44 .

المبحث الثاني: موقع الفيسبوك

المطلب الأول: مفهوم الفيسبوك وخدماته

- مفهوم الفيسبوك:

هو أشهر موقع إلكتروني على شبكة الأنترنت يساعد الأشخاص على الإتصال بالآخرين مجاناً إذ ينشأ المستخدمون ملفاً (profile) يتضمن صور وإهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعمامة ويقومون بتكوين جماعات من الأصدقاء لتبادل الأفكار والآراء.¹

- ويعرف الفيسبوك (Facebook) أو كتاب الوجوه باللغة العربية: على أنه موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والإعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع أخرى.²

- ويعرف (Sherry kinkoph Gunter) الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على أنه : واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الأنترنت وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والإتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم، بحيث يربط موقع الفيسبوك الأفراد داخل المدن أو المناطق أو العمل أو المنزل، المدرسة ... أو أي مكان آخر تبنى هذه العلاقات على سطح صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين. الفيسبوك يسعى لخلق بيئة يمكن للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزملاء وتبادل الأنشطة الخاصة بهم والتفاعل حول الأنشطة الخاصة بهم وحول المصالح المشتركة والهوايات وإرسال الرسائل والإنضمام إلى الجماعات والشبكات الأخرى.³

¹ أ.د. : سعد سليمان المشهداني ، ع.ك: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة ، دار مجد للنشر والتوزيع ، المملكة الأردنية ، ط1 ، 2020 ، ص 87 .

² د : خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق ، ص 34 .

³ : مؤيد نصيف جاسم السعدي ، : الوظيفة الإتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي ، دراسة في موقع الفيسبوك ، ط1 ، 2016 ، ص 162 .

- ويعرف الفيسبوك أيضا:

بأنه شبكة تواصل إجتماعي مجانية منتشرة على الأنترنت تسمح للمسجلين بإنشاء صفحات شخصية وتحميل الصور والفيديو وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل، وطبقا لبعض الإحصائيات فإن مستخدمي الأنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية ينفقون وقتا على الفيسبوك أكثر من أي موقع.¹

- وعليه فإن الفيسبوك : من أشهر مواقع التواصل الإجتماعي حيث يمكن للعضو فيه أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية لمن يريد التواصل والتعرف عليه.²

خدمات الفيسبوك :

إن خدمات الفيسبوك (Facebook) كثيرة نذكر منها :

1. إعادة الإتصال بالاصدقاء القدامى وإقامة صدقات جديدة .
2. تعقب مايقوله أصدقاؤك وما يفكرون به وما يفعلونه .
3. المشاركة بالمعلومات مع الأصدقاء بنشر ملاحظات وإرتباطات وصور وأفلام فيديو .
4. إستعمال التطبيقات للعب بالألعاب مع أصدقاء حول العالم تبادل الهدايا فضلا عن نشر الأخبار في المجالات المختلفة :الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والبحث على نشر الأفلام والصور حول هذه المواضيع للإطلاع عليها.
5. دعوة الأصدقاء إلى الحفلات أو العروض التمثيلية أو إجتماعات أو أي نوع آخر من اللقاءات التي يتفق عليها الأصدقاء في الموقع.
- 6 . إنشاء مجموعات و صفحات للإتصال بالآخرين الذين لديهم إهتمامات مشابهة ونشر الأخبار عن مشاريع إبداعية ومساعد مهمة.¹

¹ د: حسان أحمد قمحية ، ع.ك : الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر، مصر، ط1 ، 1438 هـ ، 2017م ، ص 24 .

² :أ.علي خليل شقرة، ع.ك : الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، ط1 ، 2014 ، ص 64

المطلب الثاني: نشأة وتطور الفيسبوك

إنطلق موقع فايسبوك في 28 أكتوبر 2003، عندما قام مارك زكوبيرج وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بإبتكار (الفيس ماش) مع زميله في غرفة السكن "موسكوفيتز" و "هيوز" حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى إختيار الشخص الأكثر جاذبية.²

وقد لجأ زكوبيرج إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، لكن ونتيجة لذلك الإختراق الذي قام به مارك قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من إنطلاقه، واتهمت زكوبيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف و النشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة، ولكن تم اسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي 4 نوفمبر 2004 قام زكوبيرج بتأسيس "موقع الفيسبوك" على نطاق جامعة هارفارد تحت مسمى theFacebook.com³.

وكانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) و داستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زكوبيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004 فتح (الفيسبوك) أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي جوان 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، وقامت الشركة بإسقاط كلمة the من إسمها بعد شراء اسم النطاق Facebook.com عام 2005 نظير

¹: مؤيد نصيف حاسم السعدي ، مرجع سابق ، ص 164 .

²: ليلي أحمد جرار، الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت ، ط1 ، 1433 هـ ، 2012 م . ص 51.

³: ليلي أحمد جرار، نفس المرجع ، ص 51 ، 52 .

مبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قام فيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين في العديد من الشركات ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.¹

ويلاحظ أنه حتى في تلك المرحلة كان الإشتراك بموقع فيسبوك لا يزال غير متاح أمام الجماهير التي تستخدم الأنترنت لكنه في 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح ليصبح هذا التاريخ لا حقا أحد أهم التواريخ التي شكلت منعطفات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية والأنترنت، وفي ديسمبر 2006 بلغ فيسبوك 12 مليون مشترك وسجل في عام 2007 وجود أكثر من 70 مليون شخص وفي أبريل 2008 كان عدد مستخدمي الفيسبوك يفوق 120 مليوناً وفي 2009 فاق عدد أعضائه 300 مليون مشترك (Facebook.com , 2009) وفي جويلية 2010 افتخر الموقع حين أعلن زكوبيرج مؤسسه والرئيس التنفيذي له عن وصول عدد مشتركيه لنصف مليار مشترك، ثم وصل عدد مشتركيه في سبتمبر 2011 إلى 650 مليون مشترك، هذا النجاح السريع واللافت الذي حققه الموقع جعل زكوبيرج يرفض عرضاً تلقاه لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار، وقد علل مارك رفضه للعرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض.²

وبعد تنافس محتدم بين شركتي جوجل و ميكروسوفت أعلنت شركة مايكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها قامت بشراء حصة في فيسبوك بلغت 6.1% بقيمة 240 مليار دولار حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار. وفي أكتوبر 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك إتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقراً دولياً له .³

¹: ليلي أحمد جرار، نفس المرجع ، ص 52 .

²: ليلي أحمد جرار ، نفس المرجع ، ص 51 .

³: ليلي أحمد جرار، نفس المرجع ، ص 52 .

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية

المبحث الأول: القيم الاجتماعية

المطلب الأول: مفهوم القيم الاجتماعية ومصادرها

المطلب الثاني: أنواع القيم الاجتماعية

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية

المطلب الأول: علاقة الفيسبوك بالقيم الاجتماعية

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول: القيم الإجتماعية :

المطلب الأول: مفهوم القيم الإجتماعية ومصادرها :

- مفهوم القيم لغة : مفرد قيمة، وهي تعني ثمن الشيء، أو هي حكم الشخص على ما هو مهم في الحياة واليمن الذي يعطيه للأشياء والسلع.¹

- معنى القيم إصطلاحا : إن مصطلح القيم يدخل في الكثير من المجالات فقد تنوعت المعاني الإصطلاحية له بحسب المجال الذي يدرسه وبحسب النظرة إليه.²

_ أو هي : المبادئ والصفات التي يؤمن بها الإنسان، مشتقة من التقويم الذي هو في الأصل التعديل والنقد المستمر حتى تظل القيم على الطريق السوي وإن القيمة أو القيم مشتقة من الدين ويعني ذلك أن القيم ثابتة وأزلية بأزلية الحق والخير وليست متقلبة تخضع لتغيير الظروف والعادات والتقاليد.³

- ويعرفها جحجوح : هي الأحكام العقلية والوجدانية والمعتقدات المتعلقة بفكرة أو موضوع أو موقف معين، وهي تعد موجبات عامة لسلوك الأفراد فهي معايير للسلوك الفردي والإجتماعي في الحياة.⁴

وعليه فإن القيم الإجتماعية هي : مجموعة من العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من من الناس أو جماعة أو فرد وتعتبر عناصر بنائية مشتقة من التفاعل الإجتماعي وتعبّر عن مكونات أساسية للمجتمع الإنساني.

- وتعرف القيم الإجتماعية أيضا : بأنها تعد موجها من موجهاات سلوك الأفراد نحو الأشياء المرغوبة والتي تتفق مع مبادئ وقيم المجتمع، وهناك من يرى أن القيم الإجتماعية هي إهتمام الفرد وميله إلى

¹ : عبدالله فتحي الظاهر، أ.د. : علي أحمد خضر المعاري، أثر القنوات الفضائية في القيم الإجتماعية والسياسية ، ط 1 ، 1435 هـ ، 2014 م . ص 32

² : حسن العريشي ، أ.د. : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 77

³ : أ.د. : عبد الرزاق الدليمي ، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ، ط 1 ، 2012م _ 1433 هـ . ص 207 .

⁴ : حسن العريشي ، أ.د. : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 77

غيره من الناس، فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك إشباع له وهو ينظر إلى غيره على أنهم غايات وليسو وسائل لغايات أخرى .¹

مصادر القيم الاجتماعية :

من أهم مصادر القيم الاجتماعية نذكر مايلي :

1-الدين الإسلامي :

متمثلا في كتاب الله وسنة الرسول صلى الله والإجماع والاجتهاد إذ أن الدين الإسلامي هو مصدر القيم الفاضلة والحميدة وأساس الأخلاق والقوانين والشرائع التي تؤثر بطريقة أو بأخرى في القيم الاجتماعية وجميع القيم المستمدة من هذا المصدر هي الخير كله ومصدر سعادة البشرية في دنياها وأخرها إن تمسكت بها حق التمسك.²

2 - العصر الجاهلي :

حيث أن هناك قيما لازال الكثير من الناس يتمسك بها وكانت سائدة في العصر الجاهلي، وبعض هذه القيم قيم إيجابية كالنخوة والشجاعة وإغاثة الملهوف، وبعضها قيم سلبية تضر المجتمع والأفراد، كالعصبية القبلية والأخذ بالثأر³

3- التراث الإنساني العالمي :

فنظرا لسهولة الإتصال بين أجزاء العالم أصبح من السهل إنتقال القيم من جزء لآخر وقد وفدت إلينا الكثير من قيم العالم كالمنحنى النظامي والتخطيط ، وهناك قيم سلبية ضارة كالتفكك العائلي وقلة الروابط الاجتماعية.

4 - العادات والتقاليد الاجتماعية :

¹ : حسن العريشي ، أ.د : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 78

² : حسن العريشي ، أ.د : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 80

³ : حسن العريشي ، أ.د : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 80

تعتبر العادات والتقاليد الإجتماعية مصدر آخر من مصادر القيم الإجتماعية علما بأنها تحتكم بماضي المجتمع وماتفق عليه أبناء المجتمع من السلوك والتقييم المستحب الذي يعد أساسا للعدل والمساواة علما بأن العادات والتقاليد الإجتماعية تستند إلى ماضي المجتمع وإلى الأوضاع التي مر بها الأفراد و الجماعات.¹

5 - وهناك أيضا مصدرا مهم من مصادر القيم الإجتماعية وهو :

الظروف الإقتصادية والإجتماعية والثقافية المحيطة بالمجتمع وهذه الظروف هي التي تزود المجتمع بمنظومة من القيم المحددة لسلوك وعلاقات أفراد.²

وأخيرا مواد الدراسة المنهجية :
فقد ظهرت على المستوى التربوي كثير من القيم ذات العلاقة بالدراسة المنهجية وأغلبها نافع ومفيد إذا ما طبق تطبيقا سليما مراعيًا وقعنا وظروفنا ومن هذه القيم : الاستدلال ، الدقة، التساؤل، ...إلخ.³

المطلب الثاني : أنواع القيم الإجتماعية

أ - القيم النظرية :

تعني إهتمام الفرد وميله إلى إكتشاف الحقيقة فإنه يسعى إلى معرفة ما وراء القوانين التي تحكم الأشياء دون النظر إلى قيمتها العلمية أو صورتها الجمالية، ولذلك نجد أن الأشخاص الذين يضعون تلك القيم في مستوى أعلى من غيرها من القيم يتميزون بنظرة نقدية، معرفية، تنظيمية، وعادة ما يكونون من الفلاسفة والعلماء.⁴

ب - القيم الإقتصادية :

¹ حسن العريشي ، أ.د. : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 81
² حسن العريشي ، أ.د. : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 81
³ حسن العريشي ، أ.د. : سلمى بنت عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 81
⁴ مجموعة من الباحثين ، تقدم :د. طه أحمد الزبيدي ، الإعلام الجديد والقيم ، دارالفجر للنشر والتوزيع، دون.ط ، 1440هـ ، 2019 م ، ص 194

ويقصد بها إهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع ، فيسعى للحصول على الثروة وزيادتها بأي وسيلة لتحقيق هذا الهدف، فيقوم بالإنتاج والتسويق واستهلاك البضائع واستثمار الأموال وغيرها مثل (الشراء، القوة، الشجاعة...) ولذلك نجد أن الأشخاص الذين لديهم تلك القيم يتميزون بالنظرة العلمية للأشياء والأفراد، بحيث يحكمون على الأشياء والأشخاص وفقا لما سيعود عليهم بالنفع، وهم عادة يكونون من رجال المال والأعمال.¹

ح - القيم السياسية :

وتعني إهتمام الفرد وميله للحصول على القوة بهدف السيطرة والتحكم في الأشياء والأشخاص مثل (الحرية، العدالة،الديمقراطية) ولا يعني ذلك أن الذين يمتازون بهذه القيم يكونون من رجال الحرب أو السياسة ، فبعضهم قادة في نواحي الحياة المختلفة ويتصفون بقدرتهم على توجيه غيرهم والتحكم في مصائرهم.²

ج - القيم الدينية :

وهي إهتمام الفرد بمعرفة ما وراء العالم الظاهري، فنجده يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره ويؤمن أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه ويحاول أن يربط نفسه بهذه القوة بصورة ما مثل (التقوى، العدل، الجهاد، السلام، الصبر) ولا يعني ذلك أن من يمتاز بهذه القيم يكون من الزاهدين، فبعض الناس يمتازون بأنهم يجدون في طلب الرزق والسعي وراء حياة الدنيا باعتبارها عمل ديني.³

د- القيم الجمالية

إهتمام الفرد إلى كل ما هو جميل من ناحية الشكل، ولا يعني هذا أن الذين يمتازون بهذه القيم يكونون فنانيين مبتكرين بل بعضهم لا يستطيعون الإبداع الفني وإن كانوا يتذوقون نتائجه ، ومن هذه القيم (الجمال، التناسق).⁴

¹: مجموعة من الباحثين ، تقدم : د. طه أحمد الزيدي ، نفس المرجع ، ص 194

²: مجموعة من الباحثين ، تقدم : د.طه أحمد الزيدي ، نفس المرجع ، ص 195

³: مجموعة من الباحثين ، تقدم: د.طه أحمد الزيدي ، نفس المرجع ، ص 195

⁴: مجموعة من الباحثين ، تقدم: د.طه أحمد الزيدي ، نفس المرجع ، ص 195

المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الإجتماعية

المطلب الأول : علاقة الفيسبوك بالقيم الإجتماعية

يعد الشباب مصدرا للتغير الثقافي والاجتماعي في المجتمع ككل مما لهم من تأثير في مكوناته في مختلف المجالات الإجتماعية ، والثقافية ، والإقتصادية والسياسية . كما يعد الشباب مصدر للتجديد والتغيير فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في السلوك والعمل من خلال القيم الجديدة، ونظرا لكون قيم الشباب في مضمونها وجوهرها متعلمة ومكتسبة من خلال البيئة والثقافة السائدة في المجتمع فإن دراستها في غاية الأهمية كما أن عالمنا اليوم يشهد تغيرات وتطورات متلاحقة بفعل ظاهرة التفجر المعرفي والتسارع التقني، فالشباب يمثل مرحلة مهمة من مراحل النمو الإنساني لها ثقافتها الخاصة التي تعبر عن مجموعة من القيم والاتجاهات والآراء، وقد حظيت دراسة المواقع الإجتماعية باهتمام كبير في تشكيل بعض القيم وتعزيزها نظرا للاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيا بصفة عامة وموقع الفيسبوك بصفة خاصة.¹

لقد تشكلت بعض القيم الافتراضية من خلال المنشورات المختلفة والخاصة بالتكافل والتعاون عبر صفحات الفيسبوك من خلال جمع التبرعات والإعانات، والمساعدات ومساعدة أشخاص محتاجين عبر مختلف أنحاء العالم من خلال التعليقات والمشاركات والتفاعلات، حيث من خلالها تشكلت قيم افتراضية كاللعاون الافتراضي، التلاحم الافتراضي، الإحسان الافتراضي، والإحساس بالمسؤولية، الإلتناء، التعبير الحر، وتشكيل بما يسمى بالمسؤولية الافتراضية.²

وعليه فإن القيم الإجتماعية المكتسبة كانت نتيجة التفاعل بين مستخدمي موقع الفيسبوك بين شرائح الشباب حيث تتم المشاركات والتعليقات والتفاعلات مع مختلف المنشورات مهما كان نوعها خاصة المنشورات الإجتماعية التي تدعو لفعل الخير والتعاون والإحسان..... إلخ وغيرها من المنشورات التي يقدمها موقع الفيسبوك.³

المطلب الثاني : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

¹:إسداوي فاطمة الزهراء ، تحت إشراف : د. الحاج سالم عطية ، جامعة الجزائر 3 ، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل القيم الافتراضية

لدى الشباب الجزائري - الفيسبوك نموذجا ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 12-02-2020 ص 733

²: سعداوي فاطمة الزهراء، نفس المرجع، ص 733

³: سعداوي فاطمة الزهراء، نفس المرجع، ص 733

أ- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي :

إن لمواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات كثيرة على المستخدم ان أحسن استخدامها نذكر منها مايلي :

1 - الاستخدامات الاتصالية الشخصية : وهو الإستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفكرة الأولى لشبكات الإجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة أو مجتمع معين، ويمكن من خلال الشبكات الإجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية .¹

2 - الاستخدامات التعليمية :

تلعب الشبكات الإجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب .

كما أن استخدام الشبكات الإجتماعية يزيد من فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة كما أنها تعطي فرصة للطلاب الخجول فرصة التواصل والمناقشة وإبداء الرأي .²

3 - الاستخدامات الإخبارية :

أتاحت الشبكات الإجتماعية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتسهيل الخبر بغرض التأثير على الرأي العام .

4 - الاستخدامات الدعوية :

أعطت التواصل الاجتماعي فرصة التواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وأنشأ الكثير من الدعاة صفحات خاصة ومواقع ثرية وهو إنتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل

¹ : أ.د: عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، عموامع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ، ط1 ، 1436 هـ ، 2015 م ، ص 68 .

² : إ.م : أ.د: عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، نفس المرجع، ص 68

المباشر، وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف.¹

5 - إلغاء حاجز الزمان والمكان ومن ثم سرعة التأثير والإنتشار.

6 - تفعيل آلية الضبط الاجتماعي: فأى إنحراف في الرأي أو خلل في الرؤية أو تقصير في الفعل ينشر على الصفحات الإلكترونية سوف يجد من يقومه ويرشده.

7 - تحقق قدر لا بأس به من الترفيه والتسلية.

8 - تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.

9 - تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة.²

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

بالرغم من إيجابيات هذه المواقع إلا أنها سلاح ذو حدين والإفراط في إستخدام شبكات التواصل

الاجتماعي يتسبب في الكثير من الأضرار ومن أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي نذكر مايلي :

1 - نشر الإشاعات والمبالغة في نشر الأحداث.

2- النقاشات التي تتعد عن الإحترام المتبادل وعدم تقبل رأي الآخر.

3 - عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري.

4 - ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.

5 - إنعدام الخصوصية مما يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.³

¹: أ.د: عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، نفس المرجع، ص 68

²: أ.د : جبريل بن حسن العريشي ، أ . د : سلمى بنت عبد الرحمن محمد الوسري ، مرجع سابق ، ص 64

³: أ.د: عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 69

6 - إضاعة الوقت : بمجرد دخول المستخدم إلى الموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد له أي منفعة أو تغيير له .

7 - نشر الأفكار الضالة مثل الترويج للعنف والمشاركة فيه والجنس والتورط في مبادله.

8 - التعرض للإلتهام فبعض الأشخاص مروجين للمنتجات.¹

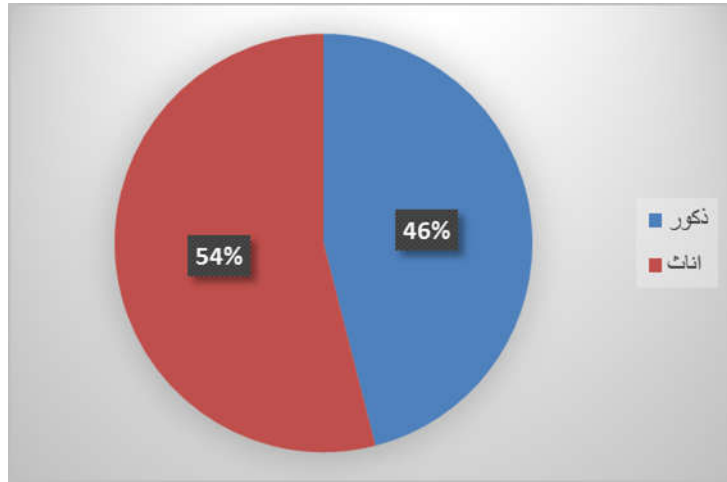
¹: أ. د : جبريل بن حسن العريشي ، أ. د : سلمى بنت عبد الرحمن محمد الوسري ، مرجع سابق ، ص 67 ، 68

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (01): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	23	46%
أنثى	27	54%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (01): توزيع العينة حسب الفئة الجنس

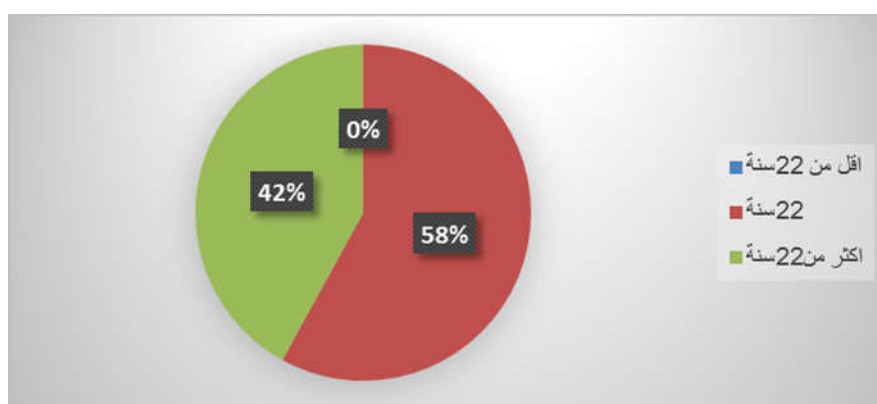


يتبين لنا من الجدول رقم (01) والشكل البياني أن نسبة الإناث تمثل أكبر نسبة في عينة البحث وتقدر بـ 54% مقارنة بنسبة الذكور التي بلغت نسبتهم بـ 46%. ويفسر ذلك بسبب استخدام الإناث للفايسبوك أكثر من الذكور هو ارتيادهم أكثرية على المواقع الخاصة بالألبسة، أو المجوهرات أو الأدوات الخاصة بالتجميل، وأيضاً أن الإناث عادة تبقى في المنزل أكثر من الذكور مما يجعل الفايسبوك وسيلة لها لمعرفة الأخبار من الخارج، بينما الذكور لا نراهم عادة إلا في الشارع ويتحصلون على كل الأخبار الجديدة من هناك.

الجدول رقم (02): توزيع العينة حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
0%	0	اقل من 22 سنة
58%	29	22 سنة
42%	21	أكثر من 22 سنة
100%	50	المجموع

الشكل رقم (02): توزيع العينة حسب الفئة العمرية

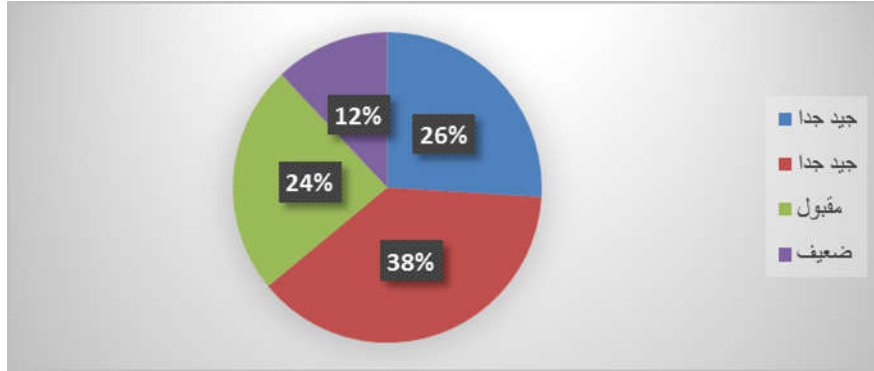


من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه وما يشير له الشكل البياني يتضح أن الفئة العمرية (22 سنة) لعينة الدراسة أخذت أعلى نسبة مقدرة بـ 58٪ وتليها الفئة الثانية من أكثر من 22 سنة بنسبة 42٪، وما يفسر هنا على أن أكثرية الفئة العمرية للطلاب الذين يتردون على الفيسبوك من فئة الشباب ذوي الأعمار 22 سنة فما أكثر هو أن فئة الشباب هم أكثر المتداولين على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (03): توزيع العينة حسب المستوى المعيشي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
26%	13	جيد جدا
38%	19	جيد
24%	12	مقبول
12%	6	ضعيف
100%	50	المجموع

الشكل رقم (03): توزيع العينة حسب الفئة المستوى



يتبين من خلال نسب الجدول أعلاه وكما هو موضح في الشكل أعلاه أن أعلى نسبة والمقدرة بـ 38% تؤول إلى مستوى معيشي جيد، ثم تليها مستوى معيشي جيد جدا بنسبة 26%. أما بالنسبة لمستوى مقبول تقدر نسبته بـ 24%. في حين المستوى الضعيف في المعيشة قدر بـ 12% وهي نسبة قليلة، وما نفسره على أن أغلبية الطلبة مستوى معيشتهم يؤول إلى الجيد مما يمكنهم من تعبئة الانترنت ولذلك للولوج إلى موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في كل حين.

2. عرض وتحليل بيانات الاستمارة:

المحور الأول: أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

استجابات أفراد العينة على البند الأول:

الجدول رقم (04): استجابة الأفراد للبند الأول

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
01	هل لديك حساب فيسبوك:	نعم	لا	
	التكرار	50	0	50
	النسبة المئوية	100%	0%	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أن إجابات الطلبة الجامعيين تشير الى كلهم لديهم حساب على الفاييسبوك وذلك بنسبة 100% ما يقابل 50 طالب جامعي، وما نفسره هنا على أن كل الطلبة يمتلكون حسابا على

الفايسبوك، وهذا يعني أن المجتمع الحالي لا يستطيعون الاستغناء عن هذا الموقع وأصبح يلاحق الشباب ويؤثر عليهم إما إيجابا أو سلبا.

استجابات أفراد العينة على البند الثاني:

الجدول رقم (05): استجابة الأفراد للبند الثاني

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات			المجموع
		متى بدأت استخدام الفيسبوك:	اقل من سنة	منذ سنة	
التكرار		0	2	19	29
النسبة المئوية		0%	4%	38%	58%
					50
					100%

من خلال الجدول يتضح لنا أكبر نسبة من إجابات تشير بان بنسبة 58% يمتلكون حساب فايسبوك منذ أكثر من سنتين، بينما الذين أشاروا بان يمتلكوا حساب منذ سنتين ب38% والذين يمتلكون الحساب منذ سنة نسبة قليلة قدرت ب4%، وما نفسره هنا على أن أغلبية الطلبة يمتلكون حسابا على الفاييسبوك منذ أكثر من سنتين يجعل لديهم تجربة في استخدامه بشكل صحيح، أي أن لديهم الخبرة الكافية في معرفة المواقع التي تنشر الأخبار الجديدة بسرعة وأيضا المواقع التي تنشر أخبارا صحيحة وأخرى كاذبة.

استجابات أفراد العينة على البند الثالث:

الجدول رقم (06): استجابة الأفراد للبند الثالث

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات				المجموع
3	كم تقضي من الوقت في الفيسبوك:	اقل من ساعة	ساعة	3 ساعات	اكثر من 3 ساعات	
	التكرار	1	3	19	27	50
	النسبة المئوية	2%	6%	38%	54%	100%

بخصوص النتائج المبينة في الجدول يتبين لنا نسبة 54% من الطلبة الجامعين يقضون أكثر من 3 ساعات في الفاييسبوك بينما سجلنا ما نسبته ب 38% يقضوا 3 ساعات في تصفح فيسبوك. اما ما نسبته 6% يقضون ساعة في تصفح الفاييسبوك. ونسبة ضئيلة جدا التي تقدر ب 2% تمثل نسبة قليلة من طلبة أي ما يعادل طالب واحد يقضي اقل من ساعة في الفاييسبوك، ما نفسره هنا أن لدى الطلبة استخدامات متفاوتة في الساعات التي يقضونها في الفاييسبوك فمعظمهم يقضونها في الدردشة مع الأصدقاء لتبادل الأخبار، وفتة أخرى تستخدمه لمدة قليلة فقط في أوقات الفراغ أو عند الإنتهاء من الدراسة، أو عند الانتهاء من العمل فمعظم الطلبة يدرسون ويعملون في نفس الوقت مما يجعلهم يستخدمون الفاييسبوك لمدة محدودة.

استجابات أفراد العينة على البند الرابع:

الجدول رقم (07): استجابة الأفراد للبند الرابع

الرقم	العبارة (البند)		الاختيارات			المجموع
	4	ماهي استخدامك للفيسبوك؟	دوافع	تسلية	تعليم	
	التكرار	10	11	26	3	50
	النسبة المئوية	20%	22%	52%	6%	100%

تدل نتائج الجدول أعلاه على أن أغلبية الطلبة الجامعيين أشاروا بأنهم يستخدموا الفيسبوك لتواصل مع الزملاء بنسبة 52٪، فيما صرحت فئة أخرى بأنهم يستخدموا من أجل التعليم قدرت نسبتهم بـ 22٪، أما الذين يستخدمونه من أجل التسلية بنسبة 20٪، أما الذين يتصفحوا الفيسبوك من أجل التثقيف بنسبة قليلة جدا 6٪ أي ما يعادل 3 طلاب، وما نفسره هنا أن الطلبة بدل الالتقاء مع الأصدقاء أصبحوا يتواصلون معهم عن طريق حساب الفيسبوك، أما النسبة الأخرى منهم تستخدمه من أجل التعليم ممكن أن تكون تعلم لغة جديدة أو أخذ المحاضرات والدروس التي فاتتهم، ونسبة ضئيلة جدا تستعمله من أجل الثقافة، وهذا راجع لميولاتهم الشخصية .

استجابات أفراد العينة على البند الخامس:

الجدول رقم (08): استجابة الأفراد للبند الخامس

الرقم	العبارة (البند)		الاختيارات		المجموع
	5	تستخدم حسابك بـ:	اسم مستخدم حقيقي	اسم مستعار	
	التكرار	21	29	50	
	النسبة المئوية	42%	58%	100%	

من خلال الجدول يتضح لنا أكبر نسبة من إجابات طلبة جامعيين تشير بان بنسبة 58% يمتلكون حساب فايسبوك باسم مستخدم مستعار، بينما الذين أشاروا بان يمتلكوا حساب فايسبوك اسم مستخدم حقيقي ب 42%، وما نفره هما على أن أغليبتهم يستخدمون اسما مستعارا لتفادي المشاكل عند التعليق على أي منشور، او من اجل بعض الخصوصيات التي يريد الافصاح عنها لذا يلجأ الى الاسم المستعار، بينما نجد فئة أخرى تفضل أن تضع إسمها الحقيقي لكي يسهل على الأصدقاء والأقارب الوصول إليهم عند البحث عنهم في شريط البحث.

استجابات أفراد العينة على البند السادس:

الجدول رقم (09): استجابة الأفراد للبند السادس

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات	المجموع
06	سبب استخدام الحساب بالاسم الحقيقي	كسب ثقة المتفاعلين معك	سهولة ايجادك والتعرف عليك
التكرار		12	9
النسبة المئوية		57.14%	42.85%
			21
			100%

من خلال الجدول يتضح لنا أكبر نسبة من إجابات تشير بان بنسبة 57.14% اجابوا بانهم يستخدموا الحساب باسم حقيقي من اجل كسب ثقة المتفاعلين معهم، بينما الذين أشاروا انهم يستخدموا من اجل سهولة ايجادهم والتعرف عليهم قدرت النسبة ب 42.85%، وما نفسره هنا أن الطلبة يستخدمون إسمهم الحقيقي وذلك لكسب ثقة المتفاعلين خصوصا إذا كان الطالب يبيع منتجا على الفاييس فذلك سوف يجلب له الكثير من الزبائن وذلك بسبب أن اسمه حقيقي، أما إذا كان حسابه مزيف فلا أحد سوف يرى منشوره ولا يهتم به، أما الفئة الأخرى تفضل أن تضع إسمها الحقيقي على الفاييسبوك لكي يسهل إيجادها وذلك لأن معظم الطلبة يغيرون حساباتهم من وقت لآخر.

استجابات أفراد العينة على البند السابع:

الجدول رقم (10): استجابة الأفراد للبند السابع

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
07	هل هنالك عراقيل في استخدامك للفيسبوك:	نعم	لا	
	التكرار	0	50	50
	النسبة المئوية	0%	100%	100%

من خلال الجدول يتضح لنا كل طلبة الجامعيين اجابوا ب (لا) بنسبة 100% وهذا يدل على انهم لم يجدوا عراقيل في استخدام الفايسبوك، ويفسر ذلك على الفايسبوك سهل الإستخدام خصوصا بالنسبة لفئة الطلاب الذين يمتلكون معرفة بالتكنولوجيا الحديثة.

المحور الثاني: القيم الأكثر انتشارا بين الطلبة الجامعيين.

استجابات أفراد العينة على البند الثامن:

الجدول رقم (11): استجابة الأفراد للبند الثامن

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات							المجموع
08	ما طبيعة المجموعات التفاعلية التي تنشط فيها؟	دينية	تعليمية	ترفيهية	سياسية	اجتماعية	فنية	عاطفية	
	التكرار	6	9	8	4	11	6	6	50
	النسبة المئوية	12%	18%	16%	8%	22%	12%	12%	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن طلبة الجامعيين ينشطون في مجموعات كثيرة ومختلفة وينسب متباينة حيث نجد اعلى نسبة في انهم ينشطون في مجموعات اجتماعية بنسبة 22%، تليها المجموعات

التعليمية بنسبة 18% ثم تأتي المجموعات ترفيهية بنسبة 16%، أما باقي المجموعات (الدينية، الفنية، العاطفية) قدرت نسبتهم ب12%، وهذا ما يفسر على أن الفايستوك يضم مجموعات بالأكثرية تتحدث عن القضايا الاجتماعية كالأسرة، وغيرها مما تجعل الطالب يبدئ رأيه فيها وتأثر فيه إما بالإيجاب أو السلب، أما المجموعات النفاعلية الأخرى فنجدها إما تعليمية أو ترفيهية، أي تساعد الطالب في دروسه، أو ترفه عنه مثل فيديوهات مضحكة أو نكت مسلية....

استجابات أفراد العينة على البند التاسع:

الجدول رقم (12): استجابة الأفراد للبند التاسع

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات						المجموع	
		دينية	تعليمية	ترفيهية	سياسية	اجتماعية	فنية		عاطفية
09	ما هي المنشورات التي تميل اليها وتتفاعل معها؟	5	10	8	4	12	6	5	50
	التكرار	10%	20%	16%	8%	24%	12%	10%	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن طلبة الجامعين يميلون للمنشورات كثيرة ومختلفة وينسب متباينة حيث نجد أعلى نسبة في أنهم يميلون ويتفاعلون مع منشورات اجتماعية بنسبة 24%، تليها المنشورات التعليمية بنسبة 20% ثم تأتي المنشورات الترفيهية بنسبة 16%، ثم المنشورات الفنية بنسبة 12% أما باقي المنشورات (الدينية والعاطفية) قدرت نسبتهم ب 10%، ونفسر هنا أن الطالب يتبع القضايا الاجتماعية أكثر من القضايا الأخرى نظرا لما يعيشه المجتمع من قضايا كثيرة في الآونة الأخيرة مثل الطلاق، خطف الأطفال،.....الجرائم الأسرية.

استجابات أفراد العينة على البند العاشر:

الجدول رقم (12): استجابة الأفراد للبند العاشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
10	هل كل ما ينشر على الفيسبوك مقبول؟	لا	نعم	
	التكرار	0	50	50
	النسبة المئوية	0%	100%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 100% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أكدوا على أن كل ماينشر في الفاييسوك مقبول، وهذا ما يفسر أن الطالب يقبل جميع منشورات الفاييس سواءا كانت مقبولة أو غير مقبولة،

استجابات أفراد العينة على البند الحادي عشر:

الجدول رقم (13): استجابة الأفراد للبند الحادي عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
11	هل سألهم الفيسبوك في نقل المعارف والقيم اليك؟	لا	نعم	
	التكرار	0	50	50
	النسبة المئوية	0%	100%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 100% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أكدوا على أن الفاييسبوك يسألهم في نقل المعارف والقيم إليهم، وهذا ما نفسره على أن الفاييسبوك أصبح وسيلة نقل للمعارف والأخبار والقيم أكثر من التلفزيون أو الجرائد، فكل خبر جديد أصبح يتداول على مواقع التواصل الاجتماعي في أقل من ساعة.

استجابات أفراد العينة على البند الثاني عشر:

الجدول رقم (14): استجابة الأفراد للبند الثاني عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
12	ما هي أهم القيم التي تم نقلها إليك من خلال استخدامك للفايسبوك؟	التعاون والتضامن	التعارف والتقارب	الحد من الكراهية
التكرار		14	24	50
النسبة المئوية		28%	48%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 48% من الطلبة الجامعيين أكدوا على أن الفاييسبوك يسأهم في قيم التعارف والتقارب وكذا ما نسبته 28% يمثل قيم التعاون والتضامن والحد من الكراهية وهذا يدل حسبهم أن الفاييسبوك يسأهم في نقل قيم مختلفة من خلال استخدام الفاييسبوك، ومما نفسره أن الفاييسبوك يسأهم في التعارف بين الأشخاص والتقارب بينهم وتبادل الأفكار، أما الفئة الأخرى فيساعدوها على التضامن والتعاون خصوصا مع الفئة التي ليس لها منزل يؤويها أو أكل يقيتها أو شخص يحتاج على عملية طارئة ولم يستطع أن يجمع المبلغ المطلوب.

استجابات أفراد العينة على البند الثالث عشر:

الجدول رقم (15): استجابة الأفراد للبند الثالث عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
13	هل عزز الفاييسبوك من هذه القيم لديك؟	نعم	لا	
التكرار		50	0	50
النسبة المئوية		100%	0%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 100% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أكدوا على أن الفايسبوك عزز فيهم القيم المذكورة سابقا، وما نفسره على أن الفيسبوك يسأهم في غرس القيم الإيجابية في المجتمع وبعث روح التعاون والتضامن فيه.

استجابات أفراد العينة على البند الرابع عشر:

الجدول رقم (16): استجابة الأفراد للبند الرابع عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات	المجموع
14	هل سأهمت هذه القيم الى تغيير طبعك وميولاتك الشخصية؟	نعم لا	
التكرار		2	50
النسبة المئوية		4%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 96% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب لا أي أكدوا على أن ان القيم لم تسأهم في تغير طبعهم ولا ميولاتهم الشخصية، في حين ما يعادل طالبان (2) بنسبة 4% اجابوا ب نعم أي ان القيم سأهمت في تغيير طبعهم وميولاتهم الشخصية، ما نفسره هنا على أن هذه القيم ربما كانت من قبل لدى الطلبة. ولم يعمل الفيسبوك على تغييرها لهم، هذا ما يؤكد ان الطلبة الجامعيين متمسكين بقيمهم.

استجابات أفراد العينة على البند الخامس عشر:

الجدول رقم (17): استجابة الأفراد للبند الخامس عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات	المجموع
15	هل ساعدتك هذه القيم على التغير بشكل:	ايجابي سلي	
التكرار		50	50
النسبة المئوية		100%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 100% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب إيجابي أي أكدوا على أن ان القيم ساعدتهم في التغير بشكل إيجابي، وهذا ما نفسره على أن الفايسبوك ينشر قيما تساعد في تغير المجتمع بشكل إيجابي.

المحور الثالث: القيم الاجتماعية الجديدة لدى الطلبة الجامعيين.

استجابات أفراد العينة على البند السادس عشر:

الجدول رقم (18): استجابة الأفراد للبند السادس عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
16	هل تشارك المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك؟	نعم	لا	
	التكرار	39	11	50
	النسبة المئوية	78%	22%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 78% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أكدوا على أنهم يشاركون المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على الفايسبوك، في حين نسبة قليلة باقية اجابت ب لا أي لا يشاركون المنشورات تحمل في طياتها القيم الاجتماعية على الفايسبوك، ومنا نفسره هنا على أن الطلبة مهتمون بالقضايا الاجتماعية كثيرا، لأن قضايا المجتمع أصبحت حديث الفايسبوك مما يجعل الطلبة يشاركونها ليتفاعل معها بقية المجتمع.

استجابات أفراد العينة على البند السابع عشر:

الجدول رقم (19): استجابة الأفراد للبند السابع عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
17	ما هي خلفية اختيارك للمنشورات التي تشاركها؟	نفسية	علمية	
	التكرار	23	27	50
	النسبة المئوية	46%	54%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 54% من الطلبة الجامعيين اجابوا بعلمية أي أكدوا على أن الخلفية اختيارهم لمنشورات التي يشاركونها هي علمية وهذا نظرا لأنهم طلاب جامعة وهذا ينعكس على ذلك، في حين نسبة 46% أشاروا بأن خلفية اختيارهم للمنشورات التي يشاركونها هي نفسية، وما نفسره هنا أن الخلفيات التي يشاركونها الطلبة هي منشورات علمية لكونهم طلابا في قسم العلوم والإتصال، فمن الواضح أن تكون منشوراتهم علمية أكثر من نفسية مقارنة بطلاب قسم علم النفس.

استجابات أفراد العينة على البند الثامن عشر:

الجدول رقم (20): استجابة الأفراد للبند الثامن عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
18	هل تشعر انه من الواجب عليك نشرها؟	نعم	لا	
التكرار		28	22	50
النسبة المئوية		56%	44%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 56% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أكدوا على أنهم يشعروا بان واجب عليهم نشر مثل تلك المنشورات، في حين نسبة 44% اجابت ب لا أي لا يشعروا بان واجب عليهم نشر مثل تلك المنشورات، ما نفسره هنا على أنه إذا كان المنشور الذي تم الإطلاع عليه كان مهما وذو قيمة فمن الواجب على الطالب أن ينشره، أما إذا كان المنشور عاديا فلا يشعر الطالب بضرورة نشره.

استجابات أفراد العينة على البند التاسع عشر:

الجدول رقم (21): استجابة الأفراد للبند التاسع عشر

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
19	هل هذه المنشورات التي تشاركتها لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة؟	نعم	لا	
التكرار		38	12	50
النسبة المئوية		76%	24%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 76% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أي أكدوا على ان المنشورات التي تشاركونها لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة، في حين نسبة 24% اجابت ب لا أي لا المنشورات التي تشاركها لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة، ما نفسره هنا على أن أغلبية المنشورات لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة التي لم يسبق للفيسبوك أن قام بنشرها، مما يجعل الطالب يرغب في مشاركتها مع البقية لكي يستفيدوا من كل ما هو جديد.

استجابات أفراد العينة على البند العشرين:

الجدول رقم (22): استجابة الأفراد للبند العشرين

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات			المجموع
20	ما هي أهم القيم التي تم نقلها اليك من خلال استخدامك للفيسبوك؟	نبذ العنف	نبذ التطرف	مناهضة الحروب	
التكرار		11	9	11	50
النسبة المئوية		22%	18%	22%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 22% من الطلبة الجامعيين أكدوا على أن ان القيم التي تم نقلها إليك من خلال استخدامهم للفيسبوك هي نبذ العنف ومناهضة الحرب وكذا ما نسبته 18% يمثل قيمة نبذ التطرف وهي قيمة التي نقلها الفيسبوك إليهم، ما نفسره على أن معظم القيم التي ينقلها الفيسبوك هي نبذ العنف وخصوصا العنف ضد المرأة، أو العاملين، أما الفئة الأخرى فينقل إليها مناهضة الحروب مثل الحروب الأهلية ومنع حدوثها.

استجابات أفراد العينة على البند الواحد والعشرون:

الجدول رقم (23): استجابة الأفراد للبند الواحد والعشرين

الرقم	العبارة (البند)	الاختيارات		المجموع
21	هل يتشارك أصدقاؤك أيضا هذه القيم؟	نعم	لا	
	التكرار	46	4	50
	النسبة المئوية	92%	8%	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نجد نسبة 92% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أي أكدوا على ان يتم مشاركة هذه القيم مع اصدقائهم، في حين نسبة 8% أي ما يعادل 4 طلاب اجابوا ب لا أي لا يشاركون القيم مع أصدقائهم، ما نفسره على أن أغلبية الأصدقاء متفاعلون مع هذه القيم ويقومون بنشرها لوصولها إلى كافة فئات المجتمع.

المحور الأول: أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

البند الاول: استجابات افراد العينة حول امتلاكهم لفايسبوك حسب الجنس، العمر السن

الجدول رقم (24): استجابة استجابات افراد العينة حول امتلاكهم لفايسبوك حسب

الجنس، العمر والسن

الجنس	هل لديك حساب فيسبوك			
	نعم	النسبة	لا	النسبة
ذكر	23	46%	0	0%
أنثى	27	54%	0	0%
المجموع	50	100%	0	0%

السن	هل لديك حساب فيسبوك			
	نعم	النسبة	لا	النسبة
22 سنة	29	58%	0	0%

أكثر من 22 سنة	21	42%	0	0%
المجموع	50	100%	0	0%

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لبياناتهم الشخصية حول رأيهم في سؤالهل لديك حساب فيسبوك؟ نستنتج مايلي:

- بأن أغلب نسبة من أفراد العينة أي (100%) منهم يمتلكون فيسبوك، كما نلاحظ أن الفرق في النسبة لمتغير الجنس كانت لصالح الاناث بنسبة (54%) وهذا راجع لكون عينة غير متجانسة من حيث النوع، أما لمتغير العمر فكان الفرق في النسبة كانت لصالح الفئة العمرية 22 سنة بنسبة قدرت ب: (58%) وهي اعلى نسبة بالمقارنة مع الفئات الأخرى تليها فئة أكثر من 22 سنة بنسبة 42%، وما نفسره هنا على أنه هناك فروقات فردية في مستوى الجنس فأن الإناث يستخدمون الفايسبوك أكثر من الذكور، أما بالنسبة لمتغير الجنس، فالذين عمرهم 22 سنة فأقل يستخدمون الفايسبوك أكثر من الفئة العمرية التي لديها 22 سنة فما فوق.

البند الرابع: استجابات أفراد العينة حول دوافع استخدام لفايسبوك حسب الجنس، العمر والسن

الجدول رقم (25): استجابة استجابات أفراد العينة دوافع استخدام لفايسبوك حسب

الجنس، العمر والسن

الجنس	دوافع استخدام الفايسبوك							
	تسلية		تعليم		تواصل مع اصدقاء		التثقيف	
ذكر	4	8%	2	4%	15	30%	2	4%
انثى	6	12%	9	18%	11	22%	1	2%
المجموع	10	20%	11	22%	26	52%	3	6%
السن	دوافع استخدام الفيسبوك							
	تسلية		تعليم		تواصل مع اصدقاء		التثقيف	
22 سنة	4	8%	11	22%	14	28%	0	0%
أكثر من 22 سنة	0	0%	0	0%	18	36%	3	6%
المجموع	4	8%	11	22%	32	64%	3	6%

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لبياناتهم الشخصية حول رأيهم في سؤال دوافع استخدام الفيسبوك نستنتج مايلي:

- بأن أغلب نسبة من أفراد العينة أي (64%) منهم يستخدمون الفيسبوك من اجل التواصل مع الاصدقاء، كما نلاحظ أن الفرق في النسبة لمتغير الجنس كانت لصالح الذكور بنسبة (30%) وهذا راجع لكون عينة غير متجانسة من حيث النوع، أما لمتغير العمر فكان الفرق في النسبة كانت لصالح الفئة العمرية 22 سنة بنسبة قدرت ب: (36%) وهي اعلى نسبة بالمقارنة مع الفئات الأخرى تليها فئة اكثر من 22 سنة بنسبة 28%، ما نفسره هنا أن دوافع استخدام الفيسبوك تختلف حسب الجنس فالذكر في استخدامه ليس كالأنتى، فالذكر مثلا يحاول البحث عن المعلومات المتعلقة بالمباريات أما الأنتى تبحث عن الملابس وفن الطبخ، وتختلف أيضا من حيث السن فالذين هم أقل من 22 سنة يبحثون عن الترفيه عكس الذين سنهم أكثر من ذلك يبحثون عن المعلومات الثقافية.

البند :11 استجابات أفراد العينة حول مسأهمة الفيسبوك في نقل المعارف والقيم حسب الجنس والسن

دوافع استخدام لفيسبوك

الجدول رقم (26): استجابة استجابات أفراد العينة حول مسأهمة الفيسبوك في نقل

المعارف والقيم حسب الجنس، العمر والسن

مسأهمة الفيسبوك في نقل المعارف والقيم				
الجنس	نعم	النسبة	لا	النسبة
ذكر	23	46%	0	0%
أنتى	27	54%	0	0%
المجموع	50	100%	0	0%

مسأهمة الفيسبوك في نقل المعارف والقيم				
السن	نعم	النسبة	لا	النسبة
22 سنة	29	46%	0	0%
اكثر من 22 سنة	21	54%	0	0%
المجموع	50	100%	0	0%

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لبياناتهم الشخصية حول رأيهم في سؤال مسأهمة الفيسبوك في نقل المعارف والقيم نستنتج مايلي:

- بأن أغلب نسبة من أفراد العينة أي (100%) منهم أكدوا على أن الفاييسبوك يسأهم في نقل المعارف والقيم، كما نلاحظ أن الفرق في النسبة لمتغير الجنس كانت لصالح الإناث بنسبة (54%) وهذا راجع لكون عينة غير متجانسة من حيث النوع، أما لمتغير العمر فكان الفرق في النسبة كانت لصالح الفئة العمرية أكثر من 22 سنة بنسبة قدرت ب: (54%) وهي اعلى نسبة بالمقارنة مع الفئات الأخرى تليها فئة 22 سنة بنسبة 46%، وما نفسره هنا على أن نسبة مسأهمة القيم والمعارف تختلف حسب الجنس فالذكور يرون أنها لا تسأهم بشكل كبير بينما الإناث يرون عكس ذلك، أما بالنسبة لمتغير السن فأكثر من 22 سنة يرون أنه يسأهم في ذلك، بينما أقل منها لا يرون انه يسأهم في ذلك.

البند:12 استجابات افراد العينة حول القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك حسب الجنس، العمر

الجدول رقم (27): استجابة استجابات أفراد العينة حول القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك حسب الجنس، العمر والسن

أهم القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك						الجنس
الحد من الكراهية		التقارب والتعارف		التعاون والتضامن		
4	8%	12	24%	7	14%	ذكر
8	16%	12	24%	7	14%	انثى
12	24%	24	48%	14	28%	المجموع
أهم القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك						السن
الحد من الكراهية		التقارب والتعارف		التعاون والتضامن		
0	0	15	30%	14	28%	22 سنة
12	24%	9	18%	0	0%	أكثر من 22 سنة
12	24%	24	48%	14	28%	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لبياناتهم الشخصية حول رأيهم في سؤال الأهم القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك نستنتج مايلي:

• بأن أغلب نسبة من أفراد العينة أي (24%) منهم اكدوا على ان أهم القيم التي تم نقلها من خلال استخدام الفيسبوك هي التقارب والتعارف، كما نلاحظ لا يوجد الفرق في النسبة لمتغير الجنسبنسبة (24%) لكلا الجنسين، أما لمتغير العمر فكان الفرق في النسبة كانت لصالح الفئة العمرية 22 سنة بنسبة قدرت ب: (30%) وهي اعلى نسبة بالمقارنة مع الفئات الأخرى تليها فئة أكثر من 22 سنة بنسبة 18%، وما نفسره هنا أنه لا توجد فروق كثيرة بالنسبة لمتغير الجنس فيما يخص إجابات الأفراد فكليةما يرون أن أكثرية القيم المستخدمة على الفيسبوك هي التعارف والتقارب، بينما بالنسبة لمتغير السن هنالك فروق فبالنسبة للذين أعمارهم أقل من 22 سنة فأكثريةهم يرون أن التقارب والتعارف هي القيمة التي ينشرها الفيسبوك، بينما الذي تفوقهم هي أعمارهم 22 سنة يرون أن أكثر الحد من الكراهية.

البند 16: استجابات أفراد العينة حول مشاركة المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك حسب الجنس، العمر:

الجدول رقم (28): استجابة استجابات أفراد العينة حول مشاركة المنشورات المتعلقة

بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك حسب الجنس، العمر والسن

مشاركة المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك					الجنس
نعم	النسبة	لا	النسبة	النسبة	
15	30%	8	16%	ذكر	
24	48%	3	6%	أنثى	
39	78%	11	22%	المجموع	

مشاركة المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك					السن
نعم	النسبة	لا	النسبة	النسبة	
29	58%	0	0%	22 سنة	
10	20%	11	22%	أكثر من 22 سنة	
39	78%	11	22%	المجموع	

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لبياناتهم الشخصية حول رأيهم

في سؤال المشاركة المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك نستنتج مايلي:

- بأن أغلب نسبة من أفراد العينة أي (78%) منهم اجابوا (نعم) اي ان يشارك الطلبة الجامعيين المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على الفايسبوك، كما نلاحظ يوجد الفرق في النسبة لمتغير الجنس لصالح الاناثبنسبة (48%)، أما لمتغير العمر فكان الفرق في النسبة كانت لصالح الفئة العمرية 22 سنة بنسبة قدرت ب: (58%) وهي اعلى نسبة بالمقارنة مع الفئات الأخرى تليها فئة أكثر من 22 سنة بنسبة 20%، ما نفسره على أن هناك فروق بين متغير الجنس فيما يخص مشاركة هذه المنشورات فأكثرية الناشرين هم الإناث أم الذكور أكثريتهم لا يقومون بنشر هذه القيم، أيضا توجد فروق بالنسبة لمتغير العمر فالذين أعمارهم أقل من 22 سنة أكثريتهم يقومون بنشر هذه القيم، والذين يفوق أعمارهم 22 أكثريتهم لا يقومون بنشرها.

استجابات أفراد العينة حول علاقة المنشورات المشاركة مع القيم الاجتماعية الجديدة حسب الجنس والسن:

الجدول رقم (29): استجابة استجابات أفراد العينة حول علاقة المنشورات المشاركة

مع القيم الاجتماعية الجديدة حسب الجنس، العمر والسن

علاقات المنشورات المشاركة مع القيم الاجتماعية الجديدة				
الجنس	نعم	النسبة	لا	النسبة
ذكر	15	30%	8	16%
أنثى	23	46%	4	8%
المجموع	38	76%	12	24%
علاقات المنشورات المشاركة مع القيم الاجتماعية الجديدة				
السن	نعم	النسبة	لا	النسبة
22 سنة	29	58%	0	0%
أكثر من 22 سنة	9	18%	12	24%
المجموع	38	76%	12	24%

من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لبياناتهم الشخصية حول رأيهم

في سؤال علاقات المنشورات المشاركة مع القيم الاجتماعية الجديدة نستنتج مايلي:

- بأن أغلب نسبة من أفراد العينة أي (76%) منهم اجابوا (نعم) اي ان هناك علاقات المنشورات المشاركة مع القيم الاجتماعية الجديدة، كما نلاحظ يوجد الفرق في النسبة لمتغير الجنس لصالح

الإناث بنسبة (46%)، أما لمتغير العمر فكان الفرق في النسبة كانت لصالح الفئة العمرية 22 سنة بنسبة قدرت ب: (58%) وهي أعلى نسبة بالمقارنة مع الفئات الأخرى تليها فئة أكثر من 22 سنة بنسبة 18%، وما نفسره هنا على أن هناك فرق في اجابات الأفراد بالنسبة لمتغير الجنس حول سؤال علاقة المنشورات المشاركة بالقيم الإجتماعية، فالإناث يرون أنه توجد علاقة بينما الذكور لا يرون ذلك، بينما بالنسبة لمتغير السن فأقل من 22 سنة أكثرتهم يرون أنها لديها علاقة بينما أكثر من 22 سنة أكثرتهم يرون عكس ذلك.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة الميدانية التي اجريناها على الطلبة بالاعتماد على الاستبيان توصلنا الى مجموعة من

نتائج وهي:

- البيانات الشخصية:

تبين ان عدد افراد العينة من ذكور واناث متقارب وذلك بنسب 46% و54%، كما ان غالبية الطلبة الجامعين أعمارهم 22 سنة بنسبة 58% والذين لديهم أكثر من 22 سنة بنسبة 42%. كم ان اغلبهم من مستوى معيشي جيد بنسبة 38%.

المحور الأول: أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

- تبين أن إجابات الطلبة الجامعين تشير الى كلهم لديهم حساب على الفايسبوك وذلك بنسبة 100% ما يقابل 50 طالب جامعي.

- أن أغلبية الطلبة الجامعين أشاروا بأنهم يستخدموا الفايسبوك لتواصل مع الزملاء بنسبة 52%، فيما صرحت فئة أخرى بأنهم يستخدموا من اجل التعليم قدرت نسبتهم ب 22%، اما الذين يستخدمونه من اجل التسلية بنسبة 20%، أما اللذين يتصفحوا الفايسبوك من اجل التثقيف بنسبة قليلة جدا 6% أي ما يعادل 3 طلاب.

المحور الثاني: القيم الأكثر انتشارا بين الطلبة الجامعين.

- تبين ان نسبة 100% من الطلبة الجامعين اجابوا ب نعم أكدوا على أن ان الفايسبوك يسأهم في نقل المعارف والقيم إليهم.

- تبين ان نسبة 48% من الطلبة الجامعيين أكدوا على أن ان الفايسبوك يسأهم في قيم التعارف والتقارب وكذا ما نسبته 28% يمثل قيم التعاون والتضامن والحد من الكراهية وهذا يدل حسبهم ان الفايسبوك يسأهم في نقل قيم مختلفة من خلال استخدام الفايسبوك.

المحور الثالث: القيم الاجتماعية الجديدة لدى الطلبة الجامعيين.

- تبين ان نسبة 78% من الطلبة الجامعيين أجابوا ب نعم أكدوا على أنهم يشاركوا المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على الفايسبوك، في حين نسبة قليلة باقية اجابت ب لا أي لا يشاركوا المنشورات تحمل في طياتها القيم الاجتماعية على الفايسبوك..

- تبين ان نسبة 76% من الطلبة الجامعيين اجابوا ب نعم أي أكدوا على ان المنشورات التي تشاركونها لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة، في حين نسبة 24% اجابت ب لا أي لا المنشورات التي تشاركها لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة.

مناقشة الفرضيات على أساس النتائج:

الفرضية الأولى: يستخدم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الإجتماعي وأكثرها رواجاً موقع الفايسبوك بغية إشباع الرغبات القيمة والحاجيات الثقافية والعلمية والاجتماعية.

وقد أكدت صحة هذه الفرضية من خلال النتائج التي تحصلنا عليها حيث أن الطلبة الجامعيين يرون أن الفايسبوك يشبع لديهم أولاً رغبات اجتماعية ثم علمية، ثم ترفيهية، ثم ثقافية على التوالي.

الفرضية الثانية: يعمل الفايسبوك على نشر قيم اجتماعية بين مستخدميهم نذكر منها التعاون والتضامن والتعارف.

وقد أكدنا صحة هذه الفرضية من خلال النتائج السابقة حيث أن الطلبة الجامعيين يرون أن القيم الأكثر تداولاً على الفايسبوك هي التعاون والتضامن والتعارف.

الفرضية الثالثة: يعتمد الطالب الجامعي على الفايسبوك في مختلف نواحي الحياة وهذا ما يجعله يعكس القيم الاجتماعية التي ينشرها على الفايسبوك.

ولقد أكدت صحة هذه الفرضية أيضا حيث أن الطالب الجامعي يستخدم الفايسبوك لساعات متعددة، ولشئى أنواع الاستخدامات أكثرها تتعلق بالحياة الاجتماعية، ويقوم بنشرها على الفايسبوك لما لها من تأثير عليه.

• النتائج العامة:

ومن خلال إجابات أفراد العينة تخصص إتصال، استطعنا أن نعرف الأسباب التي تودي بالطالب الجامعي لاستخدام الفايسبوك ونوع القيم الاجتماعية الأكثر تداولاً على موقع الفايسبوك، أيضا علاقة المجموعات الفايسبوكية التي ينشط فيها الطالب بالقيم الاجتماعية التي يعكسها.

- 1- يستخدم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها رواجاً موقع الفايسبوك بغية اشباع الرغبات القيمة والحاجات الثقافية والعلمية.
- 2- أكثر المتداولين على الفيسبوك هم فئة 22 سنة وأكثر.
- 3- المستوى المعيشي الجيد يدفع الطلبة لاستخدام تطبيق الفيسبوك وذلك راجع لتوفر الوسيلة وكذا الجانب المادي الجيد لتعبئة الانترنت .
- 4- لا يمكن الاستغناء عن الفيسبوك وأصبح يؤثر سواء بالسلب أو الايجاب.
- 5- يمتلك اغلبية الطلبة حساب فيسبوك منذ أكثر من سنتين هذا ما يجعل لديهم خبرة في استخدامه، و معرفة إن كانت الأخبار صحيحة أم كاذبة.
- 6- يستخدم معظم الطلبة الفيسبوك في مدة من ثلاث ساعات و أكثر، كونه أصبح قطعة لا تفارقهم، وكذا أهميته بالنسبة اليهم.
- 7- إن الغاية الأولى لاستخدام الفيسبوك عند الطلبة هي التواصل مع الأصدقاء و معرفة أخبارهم و أماكنهم بالصوت و الصورة .
- 8- يستخدم أغلبية الطلبة إسماً مستعاراً لحسابهم على الفيسبوك و ذلك لتفادي المشاكل و غيرها خصوصا لدى الفئة البنات .
- 9- تمتلك فئة الطلاب معرفة بالتكنولوجيا الحديثة وهذا ما جعل استخدام الفيسبوك سهلاً لديهم .
- 10- معظم تفاعلات الطلبة كانت على المنشورات الاجتماعية وهذا يعني تتبعهم للقضايا الاجتماعية وتأثرهم بها .

- 11- أكد الطلبة أن كل ما ينشر على الفيسبوك مقبول، و ذلك راجع لسلطة ادارة الفيسبوك و تحكمها في تنظيم و حجب كل ما هو غير ملائم.
- 12- يسأهم الفيسبوك في تغيير ميولات الطلبة و اهتماماتهم، و ذلك راجع لتمسكهم بالعادات و التقاليد و كذا قوة الوازع الديني لديهم.
- 13- أصبح الفيسبوك وسيلة لنقل المعارف والقيم الى المستخدم أكثر من أي وسيلة أخرى.
- 14- يعتمد الطالب الجامعي على الفيسبوك في مختلف نواحي الحياة هذا ما يجعله يعكس القيم الاجتماعية التي نشرها الفيسبوك.
- 15- عزز الفيسبوك الكثير من القيم الايجابية لدى المستخدمين والطلبة خاصة .
- 16- الفيسبوك عمل على التأثير في المجتمع ايجابا، وأصبح وسيلة للتعارف وكذا التضامن والتعاون والتقارب وتبادل الأفكار .
- 17- يعمل الفيسبوك على نشر قيم اجتماعية بين مستخدميهم نذكر منها التعاون، التضامن والتسامح.
- 18- يعمل الطلبة على مشاركة المنشورات الاجتماعية، وهذا ما يجعلنا نقول أن الفيسبوك أصبح وسيلة لمعرفة قضايا المجتمع ومحاولة إيجاد الحلول لها .
- 19- تبقى القيم الاجتماعية الجديدة كنبذ العنف ومناهضة الحروب شغف الطلبة الجامعيين الذين يعملون على نشرها وجعل المجتمع يقتدي بها.

الخاتمة العامة

خاتمة العامة:

لقد أدى الفيسبوك دوره على أكمل وجه في ابتكار عالم وهمي لمستخدميه جعلتهم يعكفون عن واقعهم المعاش وأصبح شغلهم الشاغل ضغط زر فتح الفيسبوك واكتشاف عالمه الافتراضي وأي جديد يذكر فيه .

ولقد حاولنا من خلال دراستنا إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، وأخذنا الفيسبوك كنموذج على عينة الطلبة الجامعيين، إذ عملنا على تسليط الضوء على علاقة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية وكذا الفيسبوك الذي أصبح حديث الساعة في زمننا هذا و أثره على القيم من حيث الايجابيات و السلبيات وأيضا من حيث دوره في تعزيز قيم جديدة لدى الطلبة الجامعيين واستنتجنا أن الفيسبوك له دور كبير في التأثير على القيم الاجتماعية عموما وعلى الطلبة الجامعيين بالخصوص وذلك راجع لتصفحهم المكثف وهذا ما أدى الى تشكيل قيم جديدة في حياتهم، إذن نستطيع القول أن هناك علاقة بين استخدامات الطلبة الجامعيين للفيسبوك وقيمهم الاجتماعية، ذلك بسبب الاستخدام المفرط له فأصبح يستخدم عند عامة الطلبة وفي مجالات حياتهم اليومية وهذا ما أدى الى عدة أحياء قيمهم القديمة كالتعاون والتسامح والتضامن، وأيضا غرس قيم جديدة كنبذ العنف ومناهضة الحروب وغيرها .

وفي الأخير نستطيع القول أن الفيسبوك وبالرغم ومن سلبياته إلا أنه عمل على التأثير على القيم الاجتماعية بالإيجاب وذلك راجع الى طبيعة طلبتنا الجامعيين الذي استطاعوا معرفة أنهم شمعة المجتمع وبهم يتغير، استنادا على القيم الاجتماعية وذلك أن رجعنا الى مقولة المجتمعات تبنى وتتأسس بالقيم.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1-الكتب:

1. أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون - الجزائر، 2003.
2. أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، المنصور، مصر، 2009.
3. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2011.
4. جبران مسعود، الرائد، معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، ط3، دار العلم للملايين، لبنان، 2005.
5. جبريل بن حسن العريشي، أ. د. سلمى بنت عبد الرحمن محمد الوسري، ع. ك. الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015 م، 1436 هـ.
6. حسان أحمد قمحية، ع.ك. : الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر، مصر، ط1، 1438 هـ، 2017 م .
7. خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، ط 2، 2012،
8. خالد غسان يوسف المقدادي، ع. ك. : ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1434 هـ . 2013 م .
9. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، عمان، الأردن، 2013.
10. خضير كاظم حمود، موسى سلامة اللوزي، منهجية البحث العلمي، إثراء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن 2008.
11. سعد سليمان المشهداني، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار مجد للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية، ط1، 2020.
12. السيد الشريف أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي . التعريفات . دار الكتابة العلمية للنشر لبنان . ط2 2003 .
13. الشيخ عبد الله البستاني . الوافي: معجم وسيط للغة العربية . مكتبة لبنان . د ط . سنة 1990 .

14. الشيخ ميثم الفريجي، ع . ك :مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية، أخلاقية، تربوية، دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، ط1، 1435 هـ . 2014 م .
15. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، د ب، 2012 .
16. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، ع.ك: مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1436 هـ، 2015 م،
17. عبد الرحمن عزوي، نصير بوعلوي، حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
18. عبد الله فتحي الظاهر، أ.د : علي أحمد خضر المعماري، ع.ك : أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط1، 1435 هـ، 2014 م
19. علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
20. عمار بوحوش، محمد محمود التينيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، 2014.
21. فتحي حسين عامر، علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2012.
22. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، ط1، دار العربي، القاهرة، 2011.
23. ليلي أحمد جرار، ع.ك : الفيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، 1433 هـ، 2012 م .
24. مجموعة من الباحثين، تقديم: د. طه أحمد الزيدي، ع.ك : الإعلام الجديد والقيم، دار الفجر للنشر والتوزيع، دون.ط، 1440هـ، 2019م.
25. محمد منير حجاب: الموسوعة العالمية . المجلد 2 دار الفجر .2003.
26. مصطفى مكّي، البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع .
27. مؤيد نصيف جاسم السعدي، ع.ك : الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في موقع الفيسبوك، ط1، 2016 .
28. نصير بوعلوي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة أقرأ، قسنطينة- الجزائر، 1430هـ- 2009.

2- الرسائل الجامعية

1. وسام طایل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها "الفيسبوك تويتر"، مذكرة ماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013
2. سهام بوقلوف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
3. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي - فيسبوك نموذجاً، " (السعيد حنان و ضيف عائشة، مذكرة لنيل ماستر أكاديمي كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة . سنة 2015)
4. استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية , دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر " (رسالة ماجستير من إعداد مريم ناريمان تومار , قسم العلوم الإنسانية , جامعة الحاج لخضر , باتنة، الجزائر (2011 - 2012).

3-الموسوعات والمجلات العلمية:

- 1- سعداوي فاطمة الزهراء، تحت إشراف : د.الحاج سالم عطية، جامعة الجزائر 3، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري - الفيسبوك نموذجاً، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 12-02-2020 .
- 2- حسن الفاتح الحسين محمد المبارك، ع . م: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة (الفيسبوك أنموذجاً)، دراسة تطبيقية على طلاب السنة الثالثة بكلية التربية جامعة الإمام المهدي (السودان)، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المجلد الرابع _ العدد _ 16، جانفي 2020 .
- 3- إحسان محمد الحسن، موسوعة علم الاجتماع، ط1، الدار العربية للموسوعات، لبنان، 1999.

الملاحق



جامعة ابن خلدون تيارت

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان بعنوان :

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين الفيسبوك نموذجاً

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر اتصال و علاقات عامة قسم العلوم الانسانية جامعة ابن خلدون تيارت

تحت اشراف:

من إنجاز الطلبة:

د: مداح خالدية

عديلة فاضل أيمن.

بن شيرير ليلي.

أخي الطالب / أختي الطالبة :

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر نرجو منكم قراءة الاستبيان و الإجابة على أسئلته بوضع إشارة (X)

أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم.

ملاحظة: معلومات هذه الاستمارة سرية و تستخدم لغرض البحث العلمي.

ولكم منا فائق الشكر و التقدير على حسن تعاونكم معنا.

السنة الجامعية: 2022/2021

محور البيانات الشخصية :

السن: أقل من - 22 سنة. - 22 سنة. - أكثر من 22 سنة.

الجنس: ذكر - أنثى

المستوى المعيشي: جيد جدا - جيد - مقبول - ضعيف

المحور الأول: أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

1 / هل لديك حساب فيسبوك : نعم - لا .

2 / متى بدأت استخدام الفيسبوك : أقل من سنة - سنة .

- سنتين - أكثر من سنتين

3 / كم تقضي من الوقت في الفيسبوك : أقل من ساعة - ساعة واحدة

- ثلاثة ساعات - أكثر من ثلاثة ساعات

4 / ماهي دوافع استخدامك للفيسبوك؟ - تسلية. - تعليم.

- تواصل مع الأصدقاء. - تثقيف

5 / تستخدم حسابك ب:

- اسم مستخدم حقيقي - اسم مستخدم مستعار

6 / استخدامك لحسابك باسمك الحقيقي هل هو من أجل:

- كسب ثقة المتفاعلين معك. - سهولة ايجادك و التعرف عليك

7 / هل هنالك عراقيل في استخدامك للفيسبوك: نعم. لا -

إذا كانت الاجابة نعم فهل هو راجع الى:

- عدم امتلاك هاتف ذكي - صعوبة الاتصال بالانترنت

المحور الثاني: القيم الأكثر انتشارا بين الطلبة الجامعيين.

8 / ما طبيعة المجموعات التفاعلية التي تنشط فيها؟ - دينية - تعليمية.

- ترفيهية - سياسية - اجتماعية. - فنية. - عاطفية

9 / ما هي المنشورات التي تميل إليها وتتفاعل معها؟ - الدينية - الترفيهية - السياسية.

- التعليمية - الاجتماعية - العاطفية

- الفنية.

10 / هل كل ما ينشر على الفيسبوك مقبول؟

- نعم - لا

11 / هل ساهم الفيسبوك في نقل المعارف والقيم اليك؟ - نعم. - لا.

12 / ما هي أهم القيم التي تم نقلها اليك من خلال استخدامك للفيسبوك؟

- التعاون والتضامن - التقارب والتعارف - الحد من الكراهية

13 / هل عزز الفيسبوك من هذه القيم لديك؟ - نعم - لا

14 / هل ساهمت هذه القيم الى تغيير طبعك وميولاتك الشخصية؟

- نعم - لا

15 / هل ساعدتك هذه القيم على التغيير بشكل: - ايجابي - سلبي

المحور الثالث: القيم الاجتماعية الجديدة لدى الطلبة الجامعيين:

16 / هل تشارك المنشورات المتعلقة بالقيم الاجتماعية الجديدة على موقع الفيسبوك؟

- نعم. - لا

17 / ما هي خلفية اختيارك للمنشورات التي تشاركها؟ - نفسية - علمية

18/ هل تشعر انه من الواجب عليك نشرها؟ - نعم - لا

19/ هل هذه المنشورات التي تشاركها لها علاقة بالقيم الاجتماعية الجديدة؟

- نعم. - لا

20/ إذا كانت الإجابة بنعم فما هي أهم المنشورات التي تشاركها؟

- نبذ العنف - نبذ التطرف هضمة الحروب

21/ هل يتشارك أصدقاؤك أيضا هذه القيم؟ - نعم - لا

22/ هل ترى أن الفيسبوك يساعد على تغيير القيم الاجتماعية؟

.....
.....