

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإجتماعية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر
أكاديمي في علم الاجتماع

تخصص : علم الاجتماع الإتصال

البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات
في ظل التغيير الثقافي
- مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجاً -
دراسة ميدانية على عينة من طالبات سنة أولى ماستر علم
الإجتماع

الأزهر ضيف

إكرام بوطي

سمية ضو

نوقشت المذكرة علنا يوم :

2024 / 06 / 10

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

الصفة	الجامعة	الرتبة	الجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	د. إبراهيم الذهبي
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ تعليم عالي	أ.د. الأزهر ضيف
ممتحنا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	د. سليم دحة

السنة الجامعية : 2023 / 2024

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الاجتماعية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر
أكاديمي في علم الاجتماع

تخصص : علم الاجتماع والاتصال

البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات
في ظل التغيير الثقافي
- مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجاً -
دراسة ميدانية على عينة من طالبات سنة أولى ماستر علم
الاجتماع

الأزهر ضيف

إكرام بوطي

سمية ضو

نوقشت المذكرة علنا يوم :

2024 / 06 / 10

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	د. إبراهيم الذهبي
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ تعليم عالي	أ.د. الأزهر ضيف
ممتحنا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	د. سليم دحة

السنة الجامعية : 2023 / 2024

الإهداء

بقول الله تعالى في محكم التنزيل بعد بسم الله الرحمن الرحيم

(ولا تَسُوا الْفَضْلَ بَيْنَكُمْ أَنْ اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ) (البقرة 237)

أهــــدي هــــذا العمل المتواضع إلى جدتي أطل الله في عمرها

وإلى الوالدين الكريمين حفظهما الله، اللذان أنار حب العلم في قلبي.

إلى من علمني الصبر والنجاح عند مواجهة الصعاب لأصل ما أنا عليه الآن " أبي العزيز "، إلى رمز العطاء والتضحية إلى سندي الدائم التي لازلت أرتوي من حنانها " أمي الغالية " التي وهبتني الأمل في الحياة بشغف وإستمرارية على الإطلاع والمعرفة، إلى من ساعدتني في تحقيق أمنياتي لأصل وأتفوق في مراحل دراستي.

إلى فلذتا كبدي وفخري وإمتدادي في الحياة توأمي بنــــاتي " مريم ومارية " .

إلى ثمرة فؤادي ونظرة عيني وروح قلبي وإلى إخوتي وأخواتي كل بإسمه وبأقاي أفراد عائلتي.

إلى كل أصدقائي وزملائي الطلبة وكل من مدّ يد العون لي لو بكلمة، إلى أساتذة قسم العلوم الإجتماعية...

إلى من يحمل علما وهدفا ساميا وإلى كل من يُعلم حرفا ويرشد إلى الفضيلة ويهدي إلى القيم

إليهم جميعا ثمرة عملي وجهدي ولكم مني فائق الإحترام والتقدير.

سمية ضو

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي ...

إلى الذي لم يتركني بمفردي ... الذي بدلني العناء وخفف عني الشقاء وساعدني على الصمود والبقاء

" أبي الغالي " حفظه الله وزاده من العمر والصحة والسعادة ...

إلى من علمتني حروف هذه الحياة وكانت مدرستي الأولى، إلى من غرست داخلي الأمل
والعطاء وعلمتني السعي بالطموح خلف ما أريد، إلى من كانت لي خير سند في هذه الدنيا " **أمي الحبيبة** " التي لولا تضحياتها لما كنت وصلت إلى ما أنا عليه الآن.

إلى قرة عيني وسندي الذي لا يميل إلى من أرى الدنيا في عينيهم حبيبات قلبي أخواتي:

آمنة، حفصة، رقية، تقوى، إسراء.

إلى عائلتي بوطي وبن سعود حفظهم الله

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الإطلاع والمعرفة.

إلى من معهن سُدت وبرفقتهن في دروب الحياة سرت.

إلى كل صديقاتي وأخص بالذكر سمية، ريم، سندس.

إلى جميع أساتذة وطلبة قسم العلوم الاجتماعية.

وكل من يعرفني من قريب ومن بعيد.

إكرام بوطي

شكـر و تقديـر

الشكر لله عز ثناءه وتقدست أسماءه على عظيم منه و عطائه ولكرمه وعونه وتوفيقه
لنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

ونثني ثناء حسنا على أولئك المخلصين الذين لم يبخلوا علينا بالمساعدة في مجال
البحث العلمي، وتقديرا واعترافا منا بالجميل نخص بالذكر الأستاذ المشرف
الفاضل " **ضيف الأزهر** " الذي تكرم علينا بالإشراف على هذا البحث ورافقنا

فيه خطوة بخطوة ولم يبخل علينا بالنصح والإرشاد فكان لنا خير موجه وناصح طيلة مدة انجاز هذا العمل، فجزاه الله خير الجزاء وبارك له في عمله.

والشكر والعرفان للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذه الدراسة وإثراء مضمونها، وكذا نشكر كل أساتذتنا كل بإسمه على مد يد العون لنا طيلة مشوارنا الدراسي بقسم العلوم الإجتماعية.

ملخص الدراسة:

أجريت الدراسة الموسومة بـ " البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغيير الثقافي " - مواقع التواصل الإجتماعي نموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طالبات أولى - علم اجتماع - بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي ، في الفترة الممتدة من شهر جانفي إلى شهر ماي 2024 على عينة قوامها 96 مفردة من طلبة قسم العلوم الإجتماعية ، وتمحورت إشكالية الدراسة حول : ما علاقة مواقع التواصل الإجتماعي بتغير منظومة قيم طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع في ظل التغيير الثقافي ؟

وللإجابة على هذا التساؤل تم تقسيمه للأسئلة التالية:

1. ما علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الثقافية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع؟
2. ما علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الإجتماعية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع؟
3. ما علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الدينية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع؟

وهـدفـت الـدراسة لـوصف وكشف العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغيير الثقافي، وتم الإعتماد على المنهج الوصفي من أجل الإلمام بجوانب الموضوع، كما استخدمنا الإستبيان كأداة لجمع البيانات في الدراسة الميدانية، واستخدمت الجداول التكرارية والنسب المئوية لتفسير وتحليل البيانات والمعطيات.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- لا توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك - اليوتيوب - الإنستغرام- التيك توك، وتغير القيم الثقافية لدى الطالبات الجامعيات حسب إستجابات مفردات العينة، وحسب وجهة نظرهم، إذ قدرت نسبة ذلك بـ (45.97 %).
- 2- وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك - اليوتيوب - الإنستغرام- التيك توك، وتغير القيم الإجتماعية لدى الطالبات الجامعيات، ولكن بدرجة متوسطة حسب إستجابات مفردات العينة، وحسب وجهة نظرهم، إذ قدرت نسبة ذلك بـ (59.06 %).
- 3- وجود علاقة جيدة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك - اليوتيوب - الإنستغرام- التيك توك، وتغير القيم الدينية لدى الطالبات الجامعيات حسب إستجابات مفردات العينة، وحسب وجهة نظرهم، إذ قدرت نسبة ذلك بـ (71.02 %).
- 4- وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك - اليوتيوب - الإنستغرام- التيك توك، وتغير منظومة القيم لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع في

ظل التغيير الثقافي، ولكن تبقى بدرجة متوسطة، ونسبة إجمالية قدرت بـ (58.68 %) حسب إستجابات أفراد العينة البحث محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: البيئة الرقيمة، مواقع التواصل الإجتماعي، التغيير الثقافي، القيم.

Abstract:

The study titled "The Digital Environment and its Relationship to Changing the Value System of Female University Students in Light of Cultural Change - Social Networking Sites as a Model - a Case Study on a Sample of Female Undergraduate Students – Sociology" was conducted at the Faculty of Social and Human Sciences at Hamma Lakhdar University of El-oued during the period extending from January to May 2024. It was conducted on a sample of 96 female students from the Social Sciences Department. The problem of the study revolved around the question: what is the relationship between social networking sites and the change of the value system of master-one female students of sociology in light of cultural change?

To answer this main question, it was divided into the following sub-questions:

1. What is the relationship between the use of social networking sites and the change of cultural values among master-one female students of sociology?
2. What is the relationship between the use of social networking sites and the change of social values among master-one female students of sociology?
3. What is the relationship between the use of social networking sites and the change in religious values among master-one female students of sociology?

The study aims at describing and revealing the relationship between the use of social networking sites and the change in the value system of female university students in light of cultural change. The descriptive approach is relied upon in order to become familiar with aspects of the topic. We also use the questionnaire as a tool for collecting data in the case study. Frequency tables and percentages are used to interpret and analyze the data.

The study reaches a set of results, the most important of which are:

1. There is no relationship between the use of social networking sites Facebook - YouTube - Instagram - Tik Tok, and the change in cultural values among female university students according to the responses of the sample members, and this is according to their point of view, as the percentage of this view is estimated at (%45.97)
2. There is indeed a relationship between the use of social networking sites Facebook - YouTube - Instagram - Tik Tok, and the change in social values among female university students, but to a moderate degree according to the responses of the sample members, and this is according to their point of view, as the percentage of this view is estimated at (%59.06)

Abstract

3. There is a relationship between the use of social networking sites Facebook - YouTube - Instagram - Tik Tok, and the change in religious values among female university students according to the responses of the sample members, and this is according to their point of view, as the percentage of this view was estimated at (71.02%)
4. There is a relationship between the use of social networking sites Facebook - YouTube - Instagram - Tik Tok, and the change in the value system among master-one female students of sociology in light of cultural change, but it remains to a moderate degree, with a total percentage estimated at (58.68%) according to the responses of the sample members of the research.

Keywords: numerical environment, social media sites, cultural change, values.

فهرس المحتويات

II.....	الإهداء
III.....	شكر وتقدير
V.....	ملخص الدراسة:
VII.....	:Abstract
IX.....	فهرس المحتويات
X.....	فهرس الجداول
أ.....	توطئة:

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

6.....	تمهيد:
6.....	المبحث الأول: تحديد مفاهيم الدراسة
6.....	أولاً: مفهوم البيئة الرقمية.
8.....	ثانياً: القيم
10.....	ثالثاً: التغير الثقافي
11.....	رابعاً: مفهوم التغير الإجتماعي:
11.....	خامساً: مفهوم الثقافة
12.....	سادساً: مواقع التواصل الإجتماعي
12.....	سابعاً: علاقة البيئة الرقمية بالقيم
13.....	المبحث الثاني: مدخل نظري للدراسة
13.....	أولاً: نظرية الإستخدامات والإشباعات:
14.....	ثانياً: نظرية الحتمية القيمة في الإعلام:
20.....	خلاصة الفصل الأول:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

22.....	تمهيد:
22.....	المبحث الأول: الطريقة والأدوات
22.....	أولاً: الطريقة:
24.....	ثانياً: أدوات جمع البيانات:
24.....	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة:

24	أولاً: عرض النتائج.....
44	ثانياً: عرض النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة.....
47	خلاصة الفصل الثاني:
49	الخاتمة:
51	قائمة المصادر والمراجع.....

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
27	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	01
27	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية	02
28	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وسط التنشئة الإجتماعية	04
28	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة	05
29	يوضح إجابات أفراد العينة على الموقع الإلكتروني الأكثر استخداماً لديهم	06
29	يوضح استخدام أفراد العينة لهذا الموقع في اليوم	07
30	يوضح أوقات تصفح أفراد العينة لهذه المواقع	08
30	يوضح مكان تصفح أفراد العينة لهذا الموقع	09
31	يوضح اللغة المستخدمة لدى أفراد العينة عند تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي	10
32	يوضح لهجة أفراد العينة أثناء تواصلهم مع الآخرين عبر مواقع التواصل الإجتماعي	11
32	يوضح مدى تشجيع مواقع التواصل الإجتماعي لأفراد العينة على نشر طريقة الإحتفال بالمناسبات	12
33	يوضح مدى إمكانية إقتناء أفراد العينة للألبسة العصرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي	13
34	يوضح مدى مساعدة مواقع التواصل الإجتماعي لأفراد العينة على التمسك بالألبسة	14

	التقليدية	
35	يوضح مدى إقتران أفراد العينة لأجود الماركات العالمية لمستحضرات التجميل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
36	يوضح تعليق أفراد العينة على المنشورات التي تعرض عادات وتقاليد منطقتهم	16
36	يبين متابعة أفراد العينة للمنشورات التي تساهم في نشر ثقافة الأكل السريع	17
37	يبين مدى اكتساب أفراد العينة لأطباق أكل جديدة نتيجة تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي	18
38	يوضح مدى إنضمام أفراد العينة إلى المجموعات التي تدعم قيمة التعاون	19
39	يبين مدى تغير الأطباق السلوكية لأفراد العينة نتيجة متابعتهم لصناع المحتوى	20
39	يوضح مدى تشجيع المنشورات التي تتلقاها أفراد العينة أثناء مشاركتهم في إحدى النشاطات التطوعية	21
40	يبين مدى نشر أفراد العينة لمحتويات تنمي قيمة التواصل عبر صفحاتهم	22
41	يوضح رفض أفراد العينة التعليق على المنشورات غير اللانقة	23
41	يبين مدى تأثير أفراد العينة بتصورات أفكار الآخرين نتيجة استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي	24
42	يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة العنف الاجتماعي	25
42	يبين مدى نشر أفراد العينة للآيات القرآنية	26
43	يوضح مدى انضمام أفراد العينة لمجموعات تتحدثنا لإحساننا للآخر	27
44	يبين مدى إعجاب أفراد العينة بالمنشورات التي تتضمن مواضيع عن الصدق	28
44	يوضح مدى حساسية أفراد العينة من المنشورات التي تستهزئ بالدين الإسلامي	29
45	يبين تأثير أفراد العينة على أداء الصلاة نتيجة استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي	30
46	يوضح مدى تواصل أفراد العينة مع أقاربهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	31
46	يبين مدى إعجاب أفراد العينة بالمنشورات التي تتحدث عن حفظ اللسان	32
47	يوضح مدى متابعة أفراد العينة للصفحات التي تتحدث عن فعل الخير	33
48	يبين تعليق أفراد العينة على المنشورات التي تشجعهم على التسامح	34
49	يوضح مدى نشر أفراد العينة للمنشورات التي تتحدث عن الوالدين	35

مقدمة

توطئة:

يُعد التغيير سمة كونية وظاهرة إجتماعية صاحبت البشرية منذ إستخلافها على وجه الأرض ، فمنذ أن عرف الإنسان التجمعات البشرية واتصل مع بعضه البعض تزايدت حاجاته ورغباته ، وخضع لعمليات تغيير على المستويين المادي والمعنوي ، ولكن بنسب متفاوتة محكومة بعوامل مختلفة ، فما كان عاملا أساسيا للتغيير في مجتمع ما قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر ، ولعل من أهم أنواع التغيير الحاصلة في عصرنا الحالي ما يُعرف بالتغيير الثقافي الذي يعتبر موضوع متشعب تختلف مظاهره تارة وعوامله تارة أخرى ، حيث يستطيع كل مظهر أو عامل أن يكون محل دراسة وتقصي خاصة في زمن تقاربت فيه المجتمعات واختزلت فيه الحدود المكانية والزمانية ، ودخلت فيه وسائل التكنولوجيا الرقمية التي سمحت بظهور مواقع التواصل الإجتماعي والتي مكنت هذه الأخيرة من تكوين علاقات إفتراضية بين أفراد المجتمع من خلال الدردشة والتفاعل الإفتراضي مع مضامينها المختلفة ، وكل هذا أدى لإحداث تحولات وتغيرات بارزة مست مقومات ومنظومة قيم المجتمعات وحولت البيئة من بيئة واقعية جغرافية إلى بيئة رقمية إفتراضية امتزجت فيها الثقافات والقيم ، حيث أنها أصبحت حلقة وصل توكل لها مهمة إحداث التغيير الثقافي والإجتماعي داخل جميع الشرائح والفئات الإجتماعية، وفي هذا الصدد خصصنا هذه الدراسة على مجتمع الطالبات الجامعيات بحكم أنهم الفئة الأكثر استخداما لهذه المواقع – الفيسبوك واليوتيوب و الإنستغرام والتيك توك – وما ينجر عنها من تغييرات ملحوظة على مستوى منظومة قيمهم الثقافية والإجتماعية والدينية.

ومن هذا المنطلق إرتأينا في هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة مضامين مواقع البيئة الرقمية بتغيير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغيير الثقافي.

- سؤال الانطلاق: ما علاقة مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير منظومة قيم طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع في ظل التغيير الثقافي؟
- الأسئلة الفرعية:
- 1. ما علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الثقافية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع؟
- 2. ما علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الإجتماعية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع؟
- 3. ما علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الدينية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع؟

أسباب اختيار الموضوع:

لكل بحث علمي أسباب تتمثل في المبررات العلمية لإجراء الدراسة موضوع البحث والدوافع التي أدت بنا المعالجة هذه الموضوع كانت ضرورات حتمتها الجوانب الذاتية إضافة إلى الجوانب الموضوعية:

✓ الأسباب الذاتية:

- ارتباط الباحث بالموضوع وإحساسه الدائم والمستمر بالمشكلة.
- الموضوع مرتبط ارتباطا وثيقا بمجال تخصصنا فدراسته ستسمح لنا بإثراء معرفتنا.
- الفضول العلمي والميل الشخصي في دراسة هذا الموضوع بإعتباره مشكلة تستحق الدراسة.

- رغبنا الملحة على معرفة علاقة البيئة الرقمية في إحداث التغيير على مستوى منظومة القيم لدى الطالبات الجامعيات.
- ✓ الأسباب الموضوعية:
- الموضوع يلامس الواقع الجامعي، وذلك من خلال تعرض الطالبات الجامعيات بدرجة كبيرة لمضامين مواقع التواصل الإجتماعي سواءً عن وعي أو عن غير وعي.
- كثرة انتشار المظاهر والسلوكيات غير اللائقة لدى عدد كبير من الطالبات الجامعيات داخل الحرم الجامعي.
- ميدان البحث في مجال القيم هو ميدان خصب غني قابل للطرح وتوليد الأفكار.
- يُعتبر موضوع حديث إلى جانب قلة الدراسات خاصة المتعلقة بالبيئة الرقمية في الدراسات الإجتماعية.

أهداف الدراسة

- الكشف عن العلاقة بين مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغيير الثقافي.
- تعتبر البيئة الرقمية مرجعا علمي مهم جدا للطلبة الجامعيين، لذلك حاولنا الوقوف على أهم القيم التي أثرت فيها مضامين مواقع هذه البيئة في ظل التغيرات الإجتماعية والثقافية البارزة.
- التعرف عن علاقة مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الثقافية لدى الطالبات الجامعيات في ظل التغيير الثقافي.
- وصف التغيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية لدى الطالبات الجامعيات في ظل التغيير الثقافي.
- معرفة التغيرات التي طرأت على القيم الدينية لدى الطالبات الجامعيات بسبب مواقع التواصل الإجتماعي في ظل التغيرات الثقافية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في نوع المشكلة التي بين أيدينا والتي أصبحت ظاهرة قائمة بذاتها لها وزنها على مستوى البحوث والدراسات العلمية والإجتماعية، فالبيئة الرقمية ظاهرة كبرى ، حيث أنها غزت حياتنا اليومية وأحدثت تغييرات كبيرة على مستوى منظومة القيم الثقافية والإجتماعية والدينية لدى الطالبات الجامعيات في ظل التغيرات الثقافية والإجتماعية البارزة ، فهذا يقودنا إلى معرفة نوع العلاقة بينهما ، فكما هو معروف أن كل متغير تابع وراء متغير مستقل ، وهذا ما يدفعنا إلى البحث عن درجة التغيير الذي أحدثته هذه البيئة الرقمية على الواقع الإجتماعي بشكل عام وقيم الطالبات الجامعيات بشكل خاص .

هذا بالإضافة إلى قسوة الدراسة وحدثتها، مما يقتضي تسليط الضوء عليها وتوثيقها وفهمها ثم استخلاص النتائج منها.

حدود الدراسة:

1. المجال الجغرافي (المكاني): أجريت هذه الدراسة الميدانية بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.

2. **المجال الزمني:** انقسم المجال الزمني لدراسة الحالة التي هي بعنوان البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي إلى مراحل كانت كالتالي:

- **المرحلة الأولى:** من تاريخ 2024/01/25 إلى 2024/03/18: وهي المرحلة الإستطلاعية التي تم فيها ضبط الموضوع بصفة نهائية وتم فيها الإطلاع على التراث النظري وجمع المعلومات النظرية والإحاطة بالموضوع.

- **المرحلة الثانية:** من تاريخ 2024/03/29 إلى 2024/04/16: وفي هذه المرحلة تم التطرق إلى تحديد مجالات الدراسة والقيام بتحديد مجتمع الدراسة وكذلك العينة المناسبة للموضوع، وقد تم فيها أيضا ضبط الإستبيان بصورته النهائية بعد عرضه على التحكيم.

- **المرحلة الثالثة:** من تاريخ 2024/04/20 إلى 2024/05/22: حيث تم في هذه المرحلة توزيع معطيات الإستبيان وتحليلها وتفسيرها وصولا إلى نتائج الدراسة.

3. **المجال البشري:** يتمثل في طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع الذين ينتمون إلى قسم العلوم الإجتماعية بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي وبلغ عددهم 96 طالبة.

منهج الدراسة:

إن أي بحث بصفة عامة يفرض على الباحث الإستعانة بمنهج معين خاصة في العلوم الإجتماعية من أجل الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية ، إذ تعتبر عملية تحديد المنهج في الدراسة أمرا ضروريا ، فإن اختيار منهج الدراسة لا يخضع لإرادة الباحث بقدر ما يتعلق بطبيعة الموضوع وهدفه ، ومنه فإن خصوصية بحثنا تدفع بنا إلى الإستعانة بالمنهج الوصفي وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم يجب أولا أن نتطرق إلى مفهوم المنهج بأنه " **الطريقة المتبعة في البحث**"¹، ويعرف أيضا على أنه " **الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب من خلال المصاعب والعقبات**"²، ولهذا يعتبر المنهج العلمي هو الفن الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة أما من الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة عليها للأخرين حين نكون بها عارفين.³

وفي دراستنا الحالية نبحت عن معرفة علاقة البيئة الرقمية بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي وذلك بجمع المعلومات حول تعرضهم للبيئة الرقمية وتفسير الأسباب التي أدت بهم لتغير قيمهم الثقافية والإجتماعية والدينية ، لذلك كان المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي واستنادا إلى كتب المنهجية فإنه الأكثر كفاءة في الكشف عن حقيقة الظاهرة وإبراز خصائصها ، فحين يريد الباحث أن يدرس ظاهرة ما فإن أول خطوة يقوم بها هي وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع معطيات ومعلومات دقيقة عنها ، فالمنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع وصفا دقيقا ، والتعبير عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً⁴.

وقد تم توظيف المنهج الوصفي في دراستنا الحالية وفق الخطوات التالية:

-تحديد مشكلة الدراسة.

-صياغة الفرضيات وتسؤالات الدراسة.

¹رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط 1، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2000، ص 147.
²عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 102.
³عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، المرجع السابق، ص 103.
⁴ نفس المرجع، ص 129

- تحديد مجال الدراسة بما فيها العينة.
- جمع البيانات.
- تبويب وتحليل النتائج.
- الإجابة على التساؤلات والفرضيات.
- كتابة تقرير البحث.

صعوبات الدراسة:

ندرة المراجع والكتب المتوفرة في المكتبة وخاصة المتعلقة بمتغير البيئة الرقمية.

هيكلية البحث:

تأتي هذه الدراسة للكشف عن البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل لتغير الثقافي وقد قسمت إلى فصلين:

الفصل الأول: ضم الإطار العام وهو عبارة عن الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة، حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى مفهوم البيئة الرقمية والقيم والعلاقة بينهما، وفي المبحث الثاني تم التطرق إلى المقاربة النظرية والدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني: إحتوى على الجانب التطبيقي للدراسة، حيث تم تناول الطريقة والأدوات في المبحث الأول والمبحث الثاني تم التطرق فيه إلى النتائج ومناقشتها.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

تمهيد:

سننظر خلال هذا الفصل إلى الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة الموسومة بالبيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي بما فيها تحديد المفاهيم الأساسية والتعريفات الإجرائية، كما توضح العلاقة بين متغيرات الدراسة والنظريات المفسرة لها وأخيرا الدراسات السابقة.

المبحث الأول: تحديد مفاهيم الدراسة

أولاً: مفهوم البيئة الرقمية.

لغة:

البيئة لغة عرفها معجم المعاني الجامع بأنها مجموعة العناصر الطبيعية والإصطناعية التي تحيط بالإنسان والحيوان والنبات وتشكل محيطه الطبيعي.

وتعرف الرقمية لغة بأنها اسم المؤنث المنسوب إلى الرقم والشبكة الرقمية أي شبكة الاتصالات المتطورة والتي تعتمد على لغة الأرقام.

والبيئة الرقمية هي ذلك المحيط الرقمي الذي يعتمد على شبكة الإتصالات المتطورة المرتبطة بأجهزة حاسوب وهواتف وغيرها.¹

إصطلاحا:

هي البيئة التي يجري تناول المعلومات خلالها في شكل رقمي من خلال وسائل إتصال جديدة تتيح الوصول المباشر والكامل إلى المعلومات كما يمكن اعتبارها بيئة المعلومات في شكلها الرقمي المتاح على شبكة الإنترنت.²

وتعرف البيئة الرقمية أيضا بأنها ذلك الفضاء الافتراضي المعتمد على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الإجتماعي والبرمجيات التي تستخدم في إدارة نشاطات مستخدمي وسائل الإتصال والإنترنت والأجهزة الإلكترونية سواء كان شخص أو مؤسسة بمختلف أنواعها وفي جميع المجالات من أجل تنظيمها وتلبية رغباتهم وتوجيهها من خلال ملفات الارتباط وسجلات النشاط.³

ويقصد بالبيئة الرقمية التكنولوجيا الرقمية حيث أخذت التكنولوجيا الرقمية ثورة كبيرة في مجالات مختلفة وقد وصلت نصف سكان العالم وأصبح لها دور فعال في تسيير مختلف الموارد بل ولها تأثير على الفرد والمجتمع.

فهي مجمل المنجزات العلمية المجسدة في تطبيقات عملية للتغيير من النظام التقليدي إلى الرقم analog digital وتشمل:

أجهزة الحاسبات وشبكة الإنترنت الهاتف المحمول والهواتف الأرضية، والفضائيات والتلفاز التفاعلي والأجهزة المنزلية الرقمية وغيرها من التقنيات الأخرى⁴

وتعرف أيضا: هي عبارة عن كل متكامل من مجموعة من المفاهيم الحديثة مثل: نظم البحث بالإتصال المباشر، النشر الإلكتروني، قواعد البيانات على الأقراص المدمجة، الفهارس الآلية، شبكات المعلومات الفائقة متمثلة في شبكة الإنترنت، وتحويل المكتبات بكافة أنواعها إلى المكتبات رقمية إلكترونية افتراضية، كلها متغيرات تعبر مجتمعة عن بيئة تختلف تماما عن البيئة التقليدية ولكن المفهوم الشائع لهذه البيئة هو أنها تتخلص من شبكة الإنترنت وجميع تكنولوجيات المعلومات والإتصال التي تلحق بها.⁵

إجرائيا:

هي المحيط الافتراضي الذي تتفاعل معه طالبة سنة أولى ماستر علم الإجتماع وتكتسب من مضامين مواقعه الإتصالية والإلكترونية القيم الثقافية والإجتماعية والدينية.

¹ نور الدين بن سولة، التحولات الإجتماعية في البيئة الرقمية، ط1، دار المثقف للنشر والتوزيع، الجزائر، 2022، ص9.
² محمد هتمان، سلوكيات الأساتذة الباحثين للوصول إلى المعلومات في البيئة الرقمية الأستاذة الباحثون بجامعة الجلفة والأغواط في البيئة الرقمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة وهران، 2014، ص20.

³ نور الدين بن سولة، التحولات الإجتماعية في البيئة الرقمية، مرجع سابق، ص9.
⁴ ليلي ميدون، تأثير البيئة الرقمية على سلوك الأحداث والأسرة، مجلة الشامل للعلوم التربوية والإجتماعية، المجلد 3، العدد 13، جوان 2023، ص328.

⁵ لحواطي عتيقة، إسترجاع المعلومات العلمية والتقنية في ظل البيئة الرقمية ودوره في دعم الإتصال العلمي بين الباحثين، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه، علم المكتبات، جامعة قسنطينة، 2010، ص35.

ثانياً: القيم

مفهوم القيم:

إصطلاحاً:

كما تعرف القيم بأنها مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والإجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته، يراها جديرة بتوظيف إمكانياته، وتتجسد خلال الإهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العلمي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة.¹

- عرفها ضياء الدين زاهر بأنها مجموعة الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية يكتسبها الفرد من خلال أفعاله وتفاعلاته مع المواقف والخبرات والجوانب المختلفة ويشترط أن تتال هذه الأحكام قبولا من جماعة إجتماعية معينة حتى تتجسد في سياقات الفرد السلوكية أو اللفظية أو اتجاهاته أو إهتماماته.²

- يعرفها على عبد الرزاق جبلي بأنها : مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الإستمرار النسبي والتي تمثل موجات للأشخاص نحو غايات ووسائل لتحقيقها وأنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلا لغيرها وتنشأ هذه الموجات بين الشخصية والواقع الإجتماعي والإقتصادي والثقافي وتفصح القيم عن نفسها في المواقف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات معينة، وعليه فإن القيم هي عبارة عن مستوى أو معيار للإنتقاء من بين البدائل الإجتماعية أمام الشخص الإجتماعي في الموقف الإجتماعي كما تتسم بالديناميكية والتفاعل بين الفرد وواقعه الإجتماعي.³

- ويعرفها وايت أيضا بأنها: عبارة عن أهداف أو معايير حكم توجه السلوك الإنساني وهي بالنسبة لثقافة معينة في زمن معين تحدد المرغوب فيه وغير المرغوب فيه وهي إما أن تكون إيجابية كالصدق أو سلبية كالعدوان وهي إنسانية عامة أو خاصة بجماعة معينة صريحة أو ضمنية بحيث يمكن ملاحظتها أو إستنتاجها من أقوال وسلوك الأفراد في المواقف الإجتماعية المتنوعة.⁴

إجرائياً:

يقصد بالقيم تلك المعايير والقواعد والمبادئ سواء كان مصدرها ثقافي أو إجتماعياً وحتى من الدين الإسلامي تكون هاته القيم مماثلة في الضوابط التي تحكم سلوك الأفراد وتصرفاتهم داخل الجماعات، حيث تم تعلمها وإكتسابها عن طريق مؤسسات التنشئة الإجتماعية المختلفة كما أنها تعتبر مجموعة من الأفكار والتصورات والآراء التي تتكون لدى الفرد أو الجماعة نتيجة الواقع الافتراضي الرقمي المحدد المرغوب فيه أو غير المرغوب فيه وهذا على مستوى أنواع القيم الإجتماعية والثقافية والدينية.

¹امجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها تصور نظري وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم، ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013، ص22.

²إيهاب عيسى المصري، القيم التربوية والأخلاقية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص11.

³سامية بن رمضان، التغير القيمي وأثره على اتجاهات الشباب في المجتمع الجزائري بين الواقع والتحديات المستقبلية، قراءة سوسولوجية، جامعة خنشلة، الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد7، سبتمبر 2013، ص 152.

⁴أحمد حسن القواسمة، عايد بن علي البلوي، منظومة القيم الجامعية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص32.

وبعد التطرق إلى عدة تعريفات عامة للقيم أردنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على بعض الأنواع المختلفة للقيم والتي هي:

القيم الثقافية:

هي القيم الملهمة للأحكام بالنسبة إلى التصرفات والسلوك وهي الأساس الضمني لأي نموذج ثقافي، وهي تحتوي معايير السلوك ذات صفة مميزة مثل مرحلة قواعد اللياقة وأصول الآداب والقواعد التي تنظم الطقوس والشعائر، وكثيرا من المعايير التي تقود أفعالنا وتوجيهها في حياتنا اليومية وسلطة هذه المعايير والنماذج الثقافية لا تعتمد على القوة بقدر ما تعتمد على الإنتماء إلى القيم، فالإرتباط وثيق بين القيم والنماذج الثقافية وهي دائما قيم مجتمع مخصوصة تتخذها جماعة من الجماعات وتنسب إليها.¹

فالقيم خاصة بمجتمع بعينه وبفترة زمنية تاريخية، لأن القيم تتغير في الزمان من مجتمع لآخر، وهي تتضمن شحنة إنفعالية تستدعي إنتماء عاطفيا وأحاسيس قوية وهي التي تفسر المقارنة التي يلاقيها عموما تغير القيمة ويبدلها داخل أي مجتمع من المجتمعات.²

القيم الإجتماعية:

هي أفكار ومعتقدات ورموز يكتسبها الناس من حياتهم اليومية ومن خلال تفاعلهم الإجتماعي مع بعضهم البعض في محاولة إلى تطويع واقعهم المعيشي، كما تعمل على تحديد تصرفاتهم واختياراتهم وتطلعاتهم على مر الزمن وبذلك تكون القيم الإجتماعية متضمنة المعاني والمضامين المختلفة مثل: الإهتمام والإستهجان والتقبل والنفور، والإشباع والحرمان، والقبول والرفض، ومن هنا يمكن اعتبار أن القيم الإجتماعية، هي الشيء المعنوي الإنساني الذي تضعه الجماعات موضع الإعتبار ويلاقي موافقه العامة وتكون هذه القيمة إيجابية وقد تكون سلبية.³

القيم الدينية:

وتعبر عن اهتمام الفرد بحب الناس والتضحية من أجلهم، وبذل الجهود في سبيل إسعادهم ويتميز أصحابها بالعطف والحنان وخدمة الغير، ويتكونون عادة من رجال الخدمة الإجتماعية، وتعتبر القيم الدينية من أهم تصنيفات القيم، لأن مصدرها الدين بحيث يهتم صاحبها بكل ما يتعلق بتعاليم الدين ومن جميع النواحي.

وتعني حرص الفرد على أداء العبادات والحفاظ على الأمانة والرغبة في الإلمام بالمعلومات الدينية والإلتزام بالمبادئ الدينية.⁴

¹ المرجع نفسه ، ص 36 .

² عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة (المفاهيم والاشكاليات من الحداثة الى المعلومة)، ط1، مركز دراسات الغربية، لبنان، 2006، ص 140.

³ عبد الرزاق عبد الله عوض الزوي، دور التحديث الإجتماعي في تغير القيم الاجتماعية دراسة سوسيولوجية في التغير الإجتماعي، ط1، دار الأيتام للنشر والتوزيع، عمان، 2022، ص 69.

⁴ ملكية غواظني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وتأثيرها على قيم الشباب " الإنترنت أنموذجا"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال الطور الثالث، تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021، ص 78.

ثالثاً: التغيير الثقافي

إصطلاحاً: هو كل تغيير يحدث في الجوانب المادية وغير المادية للثقافة بما في ذلك العلوم والفنون والفلسفة والتكنولوجيا والأذواق الخاصة بالمأكل والمشرب واللغة، هذا بالإضافة إلى التغييرات التي تحدث في بنية المجتمع ووظائفه، وعلى هذا فمفهوم التغيير الثقافي أوسع حدوداً ومدلولاً وأكثر شمولاً وامتداداً من مفهوم التغيير الاجتماعي لأن كل تغيير ثقافي يتضمن بالضرورة تغييراً اجتماعياً.¹

كما يعرف أيضاً بأنه تحول يحوي كل التغييرات التي تمس أي فرع من فروع الثقافة دون إستثناء للعلوم والفنون والفلسفة.

- **ويعرفه هولنكرانس التغيير الثقافي بأنه:** كل تغيير يحدث في أجزاء الثقافة سواء في بنائها وعناصره أو في مضمونها، وبتوضيح أكثر كل التغييرات الحاصلة على أجزاء الثقافة وعناصرها المادية والمعنوية ويشمل ذلك الفن والتكنولوجيا والفلسفة والأدب واللغة والذوق والمأكل والمشرب ووسائل المواصلات.²

كما يعرف بأنه عبارة عن التحول الذي يتناول كل التغييرات التي تحدث في أي فرع من فروع الثقافة بما في ذلك الفنون والعلوم والفلسفة والتكنيك، كما يشمل صور وقوانين التغيير الاجتماعي نفسه، وكما يشمل فوق كل ذلك كل التغييرات التي تحدث في أشكال وقواعد النظام الاجتماعي، ويتميز التغيير الثقافي بأنه عملية تحويل شامل قد تتناول طبيعة الثقافة نفسها فهو تغيير نوعي أساساً، وإذا كان النمو الثقافي عملية إدخار مستمر ومحدد فإن التغيير الثقافي ثروة مفاجئة، ثروة تحملها ثروة.³

- **ويعرف درسليير التغيير الثقافي بأنه:** " تحول أو انقطاع عن الإجراءات المجربة والمختبرة عن ثقافة الماضي مع إدخال إجراءات جديدة ويمس الإعتقاد والأذواق الخاصة بالمأكل والمشرب والملبس والتقاليد والفن والأخلاق والتكنولوجيا هذا بالإضافة إلى التغييرات التي تحدث في بنية المجتمع ووظائفه.⁴

-إجرائياً:

التغيير الثقافي هو التحول والتغيير الذي يظهر على عناصر الثقافة، وهو التبدل الحاصل على منظومة قيم الطالبات الجامعيات من خلال ما إكتسبته من مواقع التواصل الاجتماعي في ظل التغييرات الاجتماعية التي مست الجانب الفكري، مما أدى لتغيير سلوكياتهم وقيمهم الثقافية والاجتماعية والدينية.

¹ محمد محمود عبد العال حسن، إعادة التفكير في التنمية الثقافية، ط1، العبيكان للنشر، القاهرة، 2013، ص 200.

² فيصل بورس، وسائل الإتصال الجماهيري ودورها في إحداث التغيير الثقافي في المجتمع في عصر العولمة من وجهة نظر الأستاذ الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم تخصص علم الاجتماع الإتصال والعلاقات العامة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، ص 12.

³ دلال ملحس استنبئية، التغيير الاجتماعي والثقافي، ط3، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 73.

⁴ فرفار جمال، تمثلات الشباب الجامعي للقيم السوسيو ثقافية، طلبة كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، "جامعة معسكر أنموذجاً"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2014، ص 20.

رابعاً: مفهوم التغيير الاجتماعي:

تدل كلمة تغير في اللغة العربية على معني التبدل والتحول، فتغير الشيء هو تحوله وتبدله ويشير مصطلح change في اللغة الإنجليزية أيضا إلى معني الإختلاف في أي شيء، يمكن ملاحظته في فترة زمنية معينة.

والتغير يمثل في حد ذاته ظاهرة طبيعية تخضع لها مظاهر الكون والحياة الاجتماعية، التي تشمل مظاهر التراث الاجتماعي وما يتضمنه من معارف وتقنيات وفنون وغيرها من المظاهر الثقافية والحضارية.¹

كما يشير التغير الاجتماعي إلى مجموع التحولات التي تطرأ على التنظيم الاجتماعي أي تلك التي تظهر على مستوى الأبنية والوحدات الاجتماعية الشيء الذي يجعل من التغير الاجتماعي جزئية في عملية أوسع هي التغير الثقافي بما يشمل من فنون علوم تكنولوجيا يضاف إلى ذلك التغيرات الطارئة على قواعد التنظيم الاجتماعي بما فيها القيم والمعايير.²

وعلى ذلك نقول إن التغير الاجتماعي يمس كل التركيبات الساكنة داخل المجتمع وكذلك يمس كل التغيرات الحاصلة في الأفكار والقيم والثقافة وغيرها.³

كما يعرف التغير الاجتماعي هو التحول من وضع اجتماعي إلى آخر سوء بطريقة تدريجية أو عفوية أو مقصودة سريعة أو بطيئة نحو الأحسن أو نحو الأسوء، بحيث يمس التحول البنيات الاجتماعية المادية والمعنوية بما في ذلك مختلف المؤسسات الاجتماعية.⁴

خامساً: مفهوم الثقافة

-إصطلاحاً:

يعرفها إدوارد تايلور بأنها: ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعارف والعقائد والفنون والأخلاق والقوانين والعادات وأية خصال يكتسبها الإنسان نتيجة لوجوده كعضو في المجتمع.⁵

ويعرفها كلباتريك بأنها: كل ما صنعه يد الإنسان وعقله من أشياء ومظاهر في البيئة الاجتماعية أي كل ما اخترعه الإنسان، أو ما اكتشفه وكان له دور في البيئة الاجتماعية.⁶

- وتعرف أيضا بأنها: هي كل أساليب الحياة التي قام بها أو يقوم بها الإنسان ويتعلمها ويعلمها وينقلها إلى الأجيال المختلفة ويشارك فيها مع غيره من أعضاء الثقافة، وهي تشمل أيضا كل أنماط السلوك والعادات والتقاليد والأفكار والمعتقدات والقيم والمثل العليا والمحرمات وجميع أساليب الإتصال والفنون والآداب والأشياء المادية الناتجة عنها.⁷

¹ خالد حامد، مدخل الى علم الاجتماع، ط3، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018، ص145.

² توفيق عصام وآخرون، مدخل الى دراسة العربي، ط1، دار الفكر، عمان، 2008، ص73.

³ محمد عبد المولى الدقس، التغير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، ط3، مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص15.

⁴ ناصر قاسمي، مصطلحات أساسية في علم الاجتماع، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، القاهرة، 2017، ص14.

⁵ بوفلحة غيات، تحولات القيم الثقافية في المجتمعات العربية، ط1، دار الموج الأخضر للنشر، الجزائر، 2023، ص14.

⁶ خالد محمد أوشعير، نائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص17.

⁷ فوزي عبد الرحمان، علي مكاي، دراسات في الأثرولوجيا، ط1، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص61.

سادسا: مواقع التواصل الإجتماعي

هي مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم إهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالإجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الإنترنت ومن أشهر هذه الشبكات الإجتماعية في عالم Facebook و Twitter و My Space غيرها¹.

وتعرف أيضا بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم بإنشاء حساب خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.²

-إجرائيا:

هي مواقع الشبكة العنكبوتية تنتمي إلى وسائل الإعلام الجديد، وتندرج ضمن الوسائل السمعية البصرية، وهي متعددة الإستخدامات والأهداف من خلال الجمهور الذي يقبل عليها، ومنه فئة طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع الذي اخترناهم عينة في دراستنا الحالية، إذ أنها تحدث تغير على مستوى قيمهم الثقافية والإجتماعية والدينية.

سابعا: علاقة البيئة الرقمية بالقيم

في ظل البيئة المعاشة أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي جزءا من نسيج الحياة اليومية للفرد، وهذا عائد إلماتحدثه المواقع من آثار تتصل بإدراكه وإتجاهاته وقيمه حيث ساهمت التطورات والتحويلات الهائلة التي حدثت في السنوات الأخيرة بأن تجعل هاته المواقع مصدر أساسي لإكتساب الفرد للقيم، وعامل مؤثر في أفكاره وسلوكه، وكل هذا عجل بحدوث تحولات وتغيرات بارزة داخل المجتمعات مهما كانت طبيعتها ومنظوماتها الثقافية والإجتماعية والدينية.

ومنه تبين للطالبتين أن مواقع التواصل الإجتماعي " الفيس بوك واليوتيوب والانستقرام والتيك توك " تعتمد مصدر أساسي من مصادر إكتساب وترسيخ القيم لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي إذأنها تساهم من خلال محتوياتها وموادها الإعلامية المنشورة إلى الحفاظ وصناعة وتغيير مجموعة القيم الثقافية والإجتماعية والدينية الخاصة بهاته الفئة، حيث يمكنهم التصفح والدخول إلى هاته المواقع واستخدامها وقت ما يشاؤون والوصول في ثوان معدودة إلى أية محتوى يريدونه داخل هذا العالم الافتراضي، وكل هذه الإسهامات الواضحة والجلية التي أضفتها مواقع التواصل الإجتماعي في حياة الطالبة الجامعية أدى إلى إحداث تغييرات عديدة طرأت في شتى المجالات التي تمس القيم والسلوكيات كالحث على القيم الإيجابية مثل التسامح والتعاون والإحسان إلى الآخر، والإبتعاد عن القيم السلبية كالعنف الإجتماعي والعزلة الإجتماعية.

¹ حسين شفيق، الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص181.

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية، السودان، 2010، ص6.

المبحث الثاني: مدخل نظري للدراسة

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.¹ حيث يرى بعض الباحثين أن نظرية الاستخدامات والإشباع جاءت كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، وتهدف لدراسة الإتصال دراسة وظيفية منظمة فبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبيين يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الإتصال فهم يشعرون بحاجات معنية، وبالتالي يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم النفسية والإجتماعية.²

فروض النظرية:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشيط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
 2. يمتلك أعضاء الجمهور القدرة على تحديد احتياجاتهم وتحديد الوسائل المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات. ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الإجتماعي وتنوع الحاجات.
 3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الإتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام متأثر بعوامل بيئية عديدة.
 4. يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.³
- الأهداف الرئيسية المحققة من النظرية:
1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإتصال، وذلك بنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإتصال، وتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
 3. تأكيد على نتائج استخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجاهيري.⁴

- إستفادة الدراسة من النظرية:

¹حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 239.

²كمال الحاج، نظريات الإعلام والإتصال، ط1، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص93.

³المرجع نفسه، ص94.

⁴حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص241.

يتم الاستفادة من نظرية الإستخدامات والاشباعات من أجل معرفة آراء واتجاهات الطالبات الجامعيات حول البيئة الرقمية بصفة عامة ومواقع التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص من خلال نوعية المحتوى الذي يختارونه من أجل التعرض له على مستوى موقع الفيس بوك واليوتيوب والإنستغرام والتيك توك دون المواقع الأخرى، وهذا ما تشير له النظرية إنطلاقاً من فكرتها القائلة "أن الجمهور هو من يقوم بإختيار الوسيلة التي يتعرض لها". وتطبيقاً لذلك فإن فئة طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع المستخدمة لمواقع التواصل الإجتماعي أكثر نشاطاً ومشاركاتاً في العملية الإتصالية بتأثير التفاعلية التي يمتاز بها الإتصال الرقمي، ووفقاً لهذا المبدأ الأساسي هو أن هذه الفئة تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي - الفيس بوك واليوتيوب والإنستغرام والتيك توك - لحل مشاكلها ولإشباع رغباتها وحاجياتها بطريقة إنتقائية وإختيارية، حيث تتعرض هاته الطالبات بمحض إرادتها وإنتقائها إلى المضامين التي تتقارب مع وجهات نظرها وإهتماماتها.

ثانياً: نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

حاولت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام أن تعطي صيغة ورؤية جديدة إضافة إلى الجوانب التي درستها النظريات الغربية التي تدرس الجانب المحسوس فقط، وهو ما لا يعبر عن المواقع كما هو بل عن جزء منه وبالتالي تكون النتائج جزئية، لذا فقد حاولت نظرية عزي عبد الرحمان تحديد الأسس النظرية لدراسة أكثر وسائل الإعلام عبر محدد واحد وهو الرسالة الإعلامية وارتباطها بالقيم، أي أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إنطلقت من إفتراض أساسي¹، حيث يعتبر الإعلام رسالة وإن أهم معيار في تقديم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساساً من المعتقد لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابياً إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم وكلما كانت الوثائق أشد كلما كان التأثير إيجابياً، وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي كلمة أو تناقض مع القيمة وكلما كان الإبتعاد عنها أكبر كان التأثير سلبياً أكثر².

ظهرت هذه النظرية سنة 1985م ومن أهم مرتكزاتها:

1. أن يكون الإتصال نابعا ومنبتقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.
2. أن يكون الإتصال تكاملياً فيتضمن الإتصال السمعي البصري، المكتوب، الشفوي، الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
3. أن يكون الإتصال قائماً على المشاركة الواعية من طرف الجمهور المستقبل لان يكون أحادياً متسلطاً.
4. أن يكون الإتصال دائماً حاملاً للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الإرتقاء والسمو³.

إستفادة الدراسة من النظرية:

يقول عبد الرحمان عزي الرسالة هي القيم، حيث تم الإعتماد في دراستنا الحالية على نظرية الحتمية القيمية في الإعلام للكشف عن التغيرات التي طرأت على منظومة قيم طالبات سنة

¹ عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، وسائل الإعلام والمجتمع، رؤية تطبيقات على المنطقة العربية، ط01، دد، الجزائر، 2010، ص19.

² نفس المرجع، ص19.

³ عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز، ط03، مركز دراسات الوحدة العربية، دعب، 2013، ص13.

أولى ماستر علم الاجتماع بجامعة الوادي في ظل التغير الثقافي والاجتماعي الملحوظ الذي تقدمه البيئة الرقمية بشكل عام ومواد ومضامين مواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص ، ومدى درجة إكتساب هاته الفئة للقيم وكمية تفاعلها مع هذه المواقع الفيسبوك اليوتيوب، الإنستغرام، والتيك توك فهي عبارة عن محتويات تدعم وتنشر القيم الثقافية والاجتماعية والدينية كونها وسيلة إتصالية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة وبالتالي فهي تؤدي دور إيجابي أو سلبي في الحفاظ أو إندثار القيم السائدة في المجتمع.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة المشابهة ضوء يبين طريق الباحث، فهي الركيزة الأساسية لبداية كل دراسة فمنها يمكننا أخذ فكرة عن كيفية بناء دراستنا الحالية الموسومة ب: البيئة الرقمية وعلاقتها بتغيير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي، وكأي دراسة اعتمدت الدراسة الحالية على جملة من الدراسات السابقة نذكر منها:

❖ الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب- دراسة إستطلاعية بمنطقة البلدية.

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر سنة 2006م

إسم ولقب الباحث: السعيد بومعيزة .

المنهج المتبع: المنهج المسحي الوصفي التحليلي.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة 450 مفردة مقسمة بين البلدية وبعض المناطق المجاورة التابعة لها مراعيًا عامل الجنس 50% ذكور و50% إناث، وقد استخدم أسلوب العينة المختارة بطريقة الإحصائية.

أداة البحث: الإستمارة .

نتائج الدراسة:

- 1- أن أغلبية المبحوثين، الشباب يعتقدون ان إستعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الإرتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة، التي تقول بأن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم ولا بتعزيزها لدى الشباب.
- 2- إن المبحوثين متشعبون بالقيم ذات البعد الإجتماعياتي تعلموها وإستدمجوها بفعل عوامل التنشئة الإجتماعية والتي تضبط تفاعلاتهم اليومية وتجعلهم في ساق مجتمع إنتقالي مثل المجتمع الجزائري، موجهين إلى الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل بمعنى أنهم يعطون أهمية للأخر في تفاعلاتهم اليومية وما سيصدره من أحكام بشأن أفعالهم وسلوكياتهم

وأفكارهم، وعليه فإن قيمتهم هذه تمارس عليهم نوعا من الضبط الاجتماعي وتؤثر على تفضيلاتهم وقراراتهم اليومية وسلوكياتهم.

3- إن قيم البعد الديني أكثر تمظها في شخصية المبحوثين من قيم الأبعاد الأخرى وبالتالي فهي قد تقيدها يتعلمونه من وسائل الإعلام من جهة، ومن جهة ثانية ربما لا يحتاج المبحوثون إلى وسائل الإعلام لكي تجعلهم يرتبطون أكثر بقيم هذا البعد.

❖ **الدراسة الثانية:**

عنوان الدراسة: استخدامات تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة وإنعكاساتها على قيم الشباب الجامعي.

نوع الدراسة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تخصص دعوة وإعلام من جامعة باتنة سنة 2009م.

إسم ولقب الباحث: محمد الفاتح حمدي.

المنهج المتبع: منهج المسح الوصفي بالعينة.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة 345 مفردة مقسمة بين الشباب الجامعي في جامعات الشرق الجزائري (قسنطينة و عنابة و باتنة) وتم استخدام العينة المتعددة المراحل (العنقودية) التي تم اختيار مفرداتها على أكثر من مرحلة

أداة البحث: الإستمارة.

نتائج البحث:

1- كشفت الدراسة ان أغلبية المبحوثين يرون أن مايعرض عبر مواقع القنوات الفضائية من برامج وحصص يتنافى مع قيمنا وأخلاقنا الإجتماعية والدينية والثقافية السائدة داخل المجتمع وذلك بنسبة 97.32%.

2- توصلت الدراسة أن مايعرض عبر مواقع الإنترنت من معلومات وصور مختلفة يتنافى مع قيمنا السائدة داخل الأسرة الجزائرية في نظر الشباب الجامعي وذلك ب 99.11%.

3- من بين الأسباب التي أدت للتأثير وسائل الإعلام والإتصال في حياة الشباب الجامعي ولتغيير نظرتهم إلى الحياة إنطلاقا من هذه الوسائل هو تلبية رغباتهم وحاجاتهم، كذلك كثرة المضامين والتقنيات العالية والرفيعة التي توفرها هذه الوسائل، بالإضافة إلى الفراغ الذي يعانيه الشباب الجامعي هو السبب في زيادة تأثير وسائل الإعلام والإتصال عليهم.

❖ **الدراسة الثالثة:**

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الإعلام والإتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري _ الشباب الجامعي لتلمسان أنموذجا.

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم الاجتماع الإتصال من جامعة تلمسان سنة 2017م.

إسم ولقب الباحث: عايد كمال.

المنهج المتبع: المنهج الوظيفي.

عينة الدراسة: الشباب الجامعي لمدينة تلمسان وقد استخدم العينة العشوائية البسيطة.

أداة البحث: استخدم الباحث ثلاثة أدوات وهي: الإستمارة -المقابلة - الملاحظة.

نتائج الدراسة:

1- تكنولوجيا الإعلام والاتصال صارت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للفرد الجزائري، حيث أن معظم الأسر الجزائرية صارت تملك التقنية وتستخدمها بغض النظر عن المستوى التعليمي للأولياء أو المنطقة التي يقطنون بها.

تختلف فترة مشاهدة البرامج الفضائية لدى الشباب الجامعي، حيث ترتفع لدى الإناث مقارنة بذكور وهذا اعتمادا على نمط الحياة اليومية في المجتمع الجزائري، حيث تعتبر المرأة أكثر مكوثا بالبيت من الرجل.

2- تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا هاما في تشكيل القيم الجمالية والإستهلاكية للشباب الجامعي من خلال محتوياتها الإعلامية، ويتجلى ذلك في عدة مظاهر كطريقة اختيار الملابس وتسريحة الشعر والذوق الموسيقي.

❖ الدراسة الرابعة:

عنوان الدراسة: استخدام موقع التواصل الإجتماعي وأثارها على القيم الأخلاقية والإجتماعية، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك.

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال في تخصص دراسات الجمهور من جامعة الجزائر 3 سنة 2018.

إسم ولقب الباحث: سهام بوقلوف.

المنهج المتبع: المنهج المسحي

عينة الدراسة: بلغ حجم العينة 600 مفردة مقسمة بين المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك المتمدرسين في المناطق الأربعة التي تم اختيارها من الجزائر وهي:

" الشرق: ثانوية متعددة الإختصاصات -سكيكدة."

"الوسط: ثانوية محمد بوسعيدى -الحراش- الجزائر العاصمة."

"الغرب: -ثانوية عقبة بن نافع -تيارت.

-ثانوية مفتي عبد القادر المدية."

" الجنوب: متوسطة الشهيد علان إبراهيم -المنيعة.

-ثانوية قادري المنور عين الشوشة - ولاية الوادي."

وقد استخدمت الباحثة العينة القصدية.

أداة البحث: الإستمارة

النتائج الدراسية:

- 1- أشارت النتائج إلأن إستجابة المبحوثين نحو أثر موقع الفيس بوك على منظومة القيمة الأخلاقية والإجتماعية بنسبة لإجمالي البعد العام للمتوسطات الحسابية مرتفع مايعني وجود أثر على القيم الأخلاقية والإجتماعية.
 - 2- لاتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيس بوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية.
 - 3- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس والسن في استخدام موقع الفيس بوك وابعاد منظومة القيم الأخلاقية والإجتماعية.
- ❖ **الدراسة الخامسة:**

عنوان الدراسة: وسائل الإتصال الجماهيري ودورها في إحداث التغيير الثقافي في المجتمع في عصر العولمة- من وجهة نظر الأستاذ الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة بالجامعة الجزائرية (جامعة سكيكدة- جامعة تبسة- جامعة بسكرة).

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراهالعلوم تخصص علم الاجتماع الإتصال والعلاقات العامة من جامعة محمد خيضر بسكرة سنة 2019.

إسم ولقب الباحث: فيصل بوراس.

المنهج المتبع: المنهج الوصفي.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة 187 مفردة من الأساتذة الجامعيين الجزائريين وكانت مقسمة على ثلاث جامعات هي:

-جامعة محمد خيضر بسكرة- الجامعة التي ينتسب إليها الباحث في مرحلة الدكتوراه.

-جامعة 20 أوت 1955م-سكيكدة- وهي الجامعة التي ينتسب إليها الباحث وظيفيا.

-جامعة الشيخ العربي التبسي- تبسة- وهي الجامعة التي تقع في الإطار الجغرافي محل إقامة الباحث.

وقد استخدم الباحث العينة القصدية.

نتائج الدراسة:

1-الإذاعة والتلفزيون وسيلتان اتصاليتان تعتمدان أسلوب النقل وتحتلان دور الوسيط في نقل القيم والسلوكيات السياسية والاقتصادية والإجتماعية بما يحدث ذلك التغيير الثقافي في المجتمع الجزائري خاصة في الآونة الاخيرة.

2-يحتل التلفزيون المرتبة الأولى بدوره القوي في إحداث التغيير الثقافي في المجتمع على مستوى القيم والسلوكيات السياسية والاقتصادية والإجتماعية مقارنة بالإذاعة والجراند.

3- تحتل الجرائد المكتوبة المرتبة الثانية قبل الإذاعة.

❖ **الدراسة السادسة:**

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة وتأثيرها على قيم الشباب الإنترنتأ نموذجاً (دراسة وصفية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري).

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال الطور الثالث في تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع من جامعة مستغانم سنة 2021م.

إسم ولقب الباحثة: ملكية غواضني.

المنهج المتبع: المنهج الوصفي التحليلي.

عينة الدراسة: بلغ حجم عينة الدراسة 304 مفردة من الشباب الجزائري وقد تم اختيارهم من جميع أنحاء الوطن باستخدام العينة الغير الاحتمالية العشوائية.

نتائج الدراسة:

1- بينت الدراسة إلأن شباب الغرب الجزائري ذكورا وإناثا يستخدمون الإنترنت دوما بنسبة 79.9% وهي النسبة الغالبة على عينة الدراسة كما سجلت الدراسة نسبة معتبرة بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت غالبا وذلك بنسبة 15.1% من المبحوثين والملاحظة بصفة عامة أن درجة استخدام أفراد العينة الإنترنت كبيرة وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة.

2- كشفت الدراسة إلأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الإسم الحقيقي للمشاركة في المواقع الإنترنت بما في ذلك مواقع التواصل الإجتماعي وهذا ما يعزز قيمة الصدق والثقة بالنفس حيث أجاب أغلبية المبحوثين عن السبب وراء استخدامهم للإسم الحقيقي للولوج لشبكة الإنترنت بأنهم لديهم ما يخفونه عن المتابعين والأصدقاء وهذا يدل على الشفافية وهو جزء من الإستخدام الإيجابي للفييس بوك.

3- كما توصلت الدراسات إلأن هناك فئة تفضل الدخول لمواقع الإنترنت بإسم مستعار بحيث قدرت بنسبة 30.3% ويرجع هؤلاء السبب في استخدامهم لإسم مستعار إلى التحفظ والإحتياط والبعض الآخر يرجع ذلك لحساسية الأهل وكذا حرية التواصل.

➤ مواطن الإستفادة من الدراسات السابقة:

لقد استفدنا من مراجعة الدراسات السابقة رصد الجوانب التي نرى أنها في حاجة الي الإستكمال، وعلى الرغم من الإختلافات الموجودة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية إلأننا يمكن رصد أوجه الإستفادة العلمية منها والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- ساعدتنا الدراسات السابقة في وضع الإطار العام لما يجب أن تكون عليه الدراسة.
- ساعدت الدراسات السابقة في بلورة مجموعة من الأفكار والتساؤلات.
- الإستفادة من نتائج الدراسات السابقة في اختيار المنهج المناسبة لتناول موضوع البحث.
- ساعدت الدراسات السابقة على معرفة أهم المراجع التي من شأنها إثراء محتوى دراستنا.
- الإستفادة من الأطر المنهجية المطبقة في الدراسات السابقة من حيث كيفية اختيار العينة، وصياغة وبناء الإستمارة، وكذا التحليل السوسيولوجي والإحصائي في الدراسة.

خلاصة الفصل الأول:

خلال هذا الفصل تم التطرق لمجمل العناصر المتعارف عليها في بحث السوسيولوجي والتي بدأت بمفاهيم الأساسية وذات الصلة بالدراسة وذلك من أجل كشف اللبس إمطة اللثام عن الموضوع المدروس التي تمثلت في البيئة الرقمية والقيم بأنواعها الثلاثة الثقافية والدينية والإجتماعية بالإضافة إلى مفهوم التغيير الثقافي والتغير الإجتماعي وكذا مفهوم موقع التواصل الإجتماعي، كما تم صياغة مفاهيم إجرائية لكل مفهوم من متغيرات الدراسة، كما تم توضيح العلاقة بين المتغيرات حيث تبين أن البيئة الرقمية بشكل عام وموقع التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص تؤثر بشكل أساسي ومباشر على قيم الطالبات الجامعيات. إضافة إلى توضيح أهم النظريات المعتمدة في الدراسة الحالية وتمثلت في كل من نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

كما تم استعراض بعض الدراسات السابقة المختلفة والمتنوعة ذات الصلة بموضوع دراستنا من خلال التحليل والنقاش حتى نضع الدراسة في قلبها العلمي والمنهجي، حيث كان هذا الفصل نقطة إنطلاق توضح للطالبتين المعالم المنهجية الأساسية التي تسهل عليهما إتمام دراستهما الحالية وفق قواعد المنهج العلمي وذلك بغية الوصول إلى نتائج صادقة ودقيقة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد:

يعد الجانب الميداني خطوة هامة من خطوات البحث العلمي، فبعد تناول الجانب النظري الذي تم فيه تحديد مشكلة الدراسة والتساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية وأهدافها والأهمية منها، وكذا مفاهيمها ومتغيراتها، إلا أنه لا يمكن الوصول إلى الدراسة إلا إذا تم النزول للميدان للحصول على معطيات حقيقية يمكن من خلالها تحليل ومناقشة النتائج والتحقق منها ومنه سنتناول في هذا الفصل:

المبحث الأول: يتضمن الطريقة والتي تمثل مجتمع وعينة الدراسة وثانيا أدوات جمع البيانات، حيث تم استخدام الإستبيان لجمع ومعالجة معطيات هذه الدراسة، أما الطريقة المستخدمة لحساب عينة الدراسة بال تكرارات والنسب المئوية

المبحث الثاني: يتضمن النتائج والمناقشة، يتم فيها عرض النتائج واستخدام الوسائل التوضيحية التكرارية والنسب المئوية (الجدول)، أما في المناقشة تم عرض وتحليل المعطيات وربط النتائج بموضوع الدراسة ومقارنتها بالإستنتاجات المتوصل إليها.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات**أولاً: الطريقة:**

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر – الوادي – الذي يبلغ عددهم 96 طالبة.

عينة الدراسة: في سياق إتمام البناء المنهجي للعمل كان إلزاما علينا تحديد مجتمع البحث الذي سوف تجري عليه الدراسة التطبيقية والذي يتناسب بطبيعة الحال مع موضوع هذه الدراسة

الموسومة بـ: البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظومة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي "مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجاً".

إذ تعتبر العينة من أهم المحاور التي يستخدمها الباحث خلال بحثه بإختيار العينة بشكل جيد يساعد على التوصل إلى النتائج ذات مصداقية عالية، حيث تعرف العينة بشكل عام على أنها " وحدة صغيرة من مجتمع البحث الأصلي يمكن لها أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، والعينة هي أداة من الأدوات التي يستخدمها الباحث عند قيامه بإجراء دراسة ميدانية على مجتمع واسع، وذلك لتوفير الوقت والجهد والمال على أساس أن العينة ممثلة وسوف توصله إلى النتائج نفسها في حال قام بدراسة المجتمع بأكمله"¹.

ومن خلال الموضوع المطروح للبحث تبين لنا من الوهلة الأولى أن مجتمع بحثنا هم طالبات أولى ماستر علم الاجتماع بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي - وتم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية المنتظمة وفيها يكون اختيار العينة على أساس تقسيم العدد الكلي للمجتمع على حجم العينة المطلوب ومن ثم توزيع أفراد المجتمع الأصلي، وبشكل متساوي ومنتظم على الرقم الناتج من ذلك التقسيم، مثلاً إذا كان عدد المجتمع الأصلي 500 طالب وكان عدد العينة المطلوبة 50، إذا $500 / 50 = 10$ ، ثم نختار رقماً يكون أقل من 10 كأول رقم لأفراد العينة وليكن 2 ثم يبدأ الباحث بتعيين أرقام العينة كما يلي: 2، 62، 52، 42، 32، 22، 12.

وهكذا حتى تصل إلى الرقم 592 فنكون في هذه الحالة قد تحصلنا على 50 رقماً، ثم نأخذ أسماء الأفراد بناء على الأرقام المتصل عليها، والذين سيمثلون أفراد العينة².

اخترنا عينة من طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع وذلك لإعتبرات علمية ومنهجية تتمثل في:

- احتكاك الطالبتين المباشر بالواقع الجامعي فلاحظنا أن هناك تغيرات تطراً على الطالبات الجامعيات عند إنتقالهم من طور الثالثة ليسانس إلى طور سنة أولى ماستر على مستوى أفكارهم واتجاهاتهم وقيمهم وطريقة كلامهم ولباسهم.
- بإعتبار أن طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع هم الفئة الأكثر وعياً بالأداة البحثية الإستبيان مقارنة بمستويات طور ليسانس.
- تحديد العينة: يتكون مجتمع البحث والممثل في طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع بتخصصاته الثلاث من 96 طالبة.

العينة: تم أخذ عينة 66% في إجمالي الطالبات، حيث تم تحديد منها كالتالي:

$$\begin{aligned} 96 &\leftarrow 100\% \\ X &\leftarrow 66\% \\ X &= \frac{66 * 96}{100} = 63.36 \end{aligned}$$

¹ عبد المالك الدناني، سامية أحمد هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 102.
² جلول أحد وآخرون. محاضرات في المدارس والمناهج، محاضرات لطلبة الجذع المشترك في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار سامي للنشر والتوزيع، جامعة الوادي. 2019، ص 68.

المعاينة: تم توزيع 64 إستبيان على عدد أفراد العينة، حيث لم يتم استرجاع 6 إستبيانات من العدد الموزع على الطالبات، تم اعتماد المعاينة كالتالي:

1. تم تصنيف 96 طالبة وفق القوائم.
2. تم أخذ المفردتين الأوليتين وترك الثالثة.
3. وأخذ المفردة الرابعة والخامسة وترك السادسة وهكذا حتى يتحصل على 64 مفردة بالطريقة العشوائية المنتظمة.

ثانيا: أدوات جمع البيانات:

1. الإستبيان: للقيام بأي بحث علمي يجب على الطالب استعمال وسائل معينة تمكنه من الوصول إلى المعلومات اللازمة التي تساعد على معرفة واقع وميدان الدراسة، وقد تم استخدام الإستبيان كأداة لجمع المعلومات ويمكن تعريفه بأنه " أداة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين أو ظاهرة محددة وذلك في ضوء مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين الذين توجه لهم إستمارة الإستبيان للأجابة عليها"¹.

وقد تضمن الإستبيان لهاته الدراسة على 35 بندا موزعا على خمسة محاور رئيسية

أولا: محور البيانات الشخصية يضم: السن، الحالة الإجتماعية، وسط التنشئة الإجتماعية، مكن الإقامة

ثانيا: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطالبات الجامعيات.

ثالثا: علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغير القيم الثقافية لدى الطالبات الجامعيات.

رابعا: علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغير القيم الإجتماعية لدى الطالبات الجامعيات.

خامسا: علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغير القيم الدينية لدى الطالبات الجامعيات.

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة:

أولا: عرض النتائج

- تحليل وتفسير المعطيات:

جدول (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	السن
81.03%	47	من 19 إلى 23 سنة
6.89%	4	من 24 إلى 28 سنة
1.72%	1	من 29 إلى 30 سنة
10.34%	6	فوق 30 سنة
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 01.

- من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (01) تبين لنا أن عينة المبحوثين ضمت مختلف الأعمار من 19 سنة إلى فوق 30 سنة ، إذ تم تقسيمها إلى أربعة فئات رئيسية ، في حين اتضح لنا أن أعلى نسبة للفئات العمرية 81.03% تتراوح أعمارهم من 19 إلى 23 سنة ،

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 170.

لتليها نسبة **10.34%** تتراوح اعمارهم فوق **30** سنة ، ثم تليها نسبة **6.89%** تتراوح أعمارهم من **24** إلى **28** سنة ، و أخيرا نسبة **1.72%** تتراوح أعمارهم من **29** إلى **30** سنة ، وهذا يعتبر أمر طبيعي لأن هذه المرحلة تتلائم مع هذه الفئة العمرية في الجامعة ، وهذا التنوع في المتوسط لأفراد العينة يعطي أكثر آراء وإجابات متنوعة للأسئلة .

ج ————— دول رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية:

الحالة الإجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية (%)
عزباء	51	87.33%
متزوجة	6	10.34%
مطلقة	1	1.72%
أرملة	0	0%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 02.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم (02) يتضح لنا أن مفردات العينة من مختلف الحالات الإجتماعية، حيث بلغ عدد الطالبات العازبات **51** طالبة بنسبة **87.33%** لتليها **6** طالبات متزوجات بنسبة **10.34%** ثم لتليها طالبة واحدة مطلقة بنسبة **1.72%**، إذ لا توجد حالة أرملة من مفردات العينة **0%**. وهو ما يوضح بأن الطالبات العازبات يمثلن أعلى نسبة مقارنة بمفردات العينة الأخرى.

ج ————— دول (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وسط التنشئة الإجتماعية:

وسط التنشئة الإجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية (%)
ريفي	14	24.13%
حضري	44	75.86%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 03.

- يبين الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب متغير وسط التنشئة الإجتماعية ، حيث بلغت نسبة الطالبات الذين تنشؤوا في الحضر بـ **75.86%**، إذ تعتبر النسبة أعلى مقارنة بالطالبات الذين تنشؤوا في الريف ، حيث بلغت نسبتهم **24.13%**، وقد أدرجت الطالبات في هذا المتغير ضمن متغيرات البيانات الشخصية للمبحوث باعتبار أنه يخدم البحث من وجهة نظرهم ، لأن وسط التنشئة الإجتماعية في تغير مستمر ومجتمع الريف ليس نفس مجتمع الحضر ، كما نعتقد أن مجتمع الريف يكون أقل عرضة للتغير وأكثر محافظة على قيمه وسلوكه من المجتمع الحضري.

- **ج ————— دول (04):** يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة:

مكان الإقامة	التكرارات	النسبة المئوية (%)
الإقامة الجامعية	9	15.51%
المنزل	49	84.48%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 04.

- من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (04) تبين لنا أن معظم مفردات العينة تقطن في المنزل بنسبة **84.48%** (49) طالبة، أما باقي الطالبات الذين تبلغ نسبتهم **15.51%** (9 طالبات) مقيمات داخل الإقامة الجامعية.

جـ جدول (05): يوضح إجابات أفراد العينة على الموقع الإلكتروني الأكثر استخداماً لديهم:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الموقع الإلكتروني
55.17%	32	الفييس بوك
8.62%	5	اليوتيوب
25.86%	15	الإنستغرام
10.34%	6	التيك توك
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 05.

- تشير بيانات الجدول رقم 05 إلى أهم المواقع الإلكترونية التي تستخدمها مفردات العينة، وقد احتل الفييس بوك الصدارة من حيث الاستخدام بنسبة 55.17% وذلك راجع إلى الشعبية الكبيرة التي يمتلكها هذا الحساب أوساط المبحوثين، إضافة إلى سهولة استخدامه، يليه الإنستغرام بنسبة 25.86%، ثم يليه التيك توك بنسبة 10.34% وأخيراً اليوتيوب بنسبة 8.62%.

جـ جدول (06): يوضح استخدام أفراد العينة لهذا الموقع في اليوم:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	يوضح استخدام الموقع الإلكتروني
18.96%	11	أقل من ساعة
20.68%	12	ساعة
25.86%	15	ساعتان
34.48%	20	ثلاث ساعات فأكثر
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 06.

- يبين لنا الجدول أعلاه نتائج البحث المتعلقة بالسؤال رقم (06) والتي تتمحور حول المدة الزمنية التي تقضيها مفردات العينة في تصفح هذه المواقع الإلكترونية، حيث أن نسبة 34.48% (20 طالبة) يتصفحون هذه المواقع ثلاث ساعات فأكثر، لتليها نسبة 25.86% (15 طالبة) يتصفحون هذه المواقع ساعتان يومياً، ثم تليها نسبة 20.68% (12 طالبة) يتصفحون هذه المواقع ساعة واحدة يومياً، وأخيراً بنسبة 18.96% (11 طالبة) يتصفحون هذه المواقع أقل من ساعة في اليوم.

- ومن خلال استنتاج هذه النتائج يتضح لنا أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمدة معينة تتراوح من ثلاث ساعات فأكثر، وهذا يدل على إحتلال هذه المواقع الفييس بوك، اليوتيوب، الإنستغرام، التيك توك مكانة أساسية في حياتهم اليومية ما يجعلهم عرضة لمضامينها ومحتوياتها الإعلامية المتنوعة مما أدى إلى تغير أطباعهم السلوكية وقيمهم.

جـ جدول (07): يوضح أوقات أفراد العينة لتصفح هذه المواقع:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الأوقات
3.44%	2	صباحاً
6.89%	4	ظهراً
24.51%	14	مساءً
65.51%	38	ليلاً
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 06.

- تشير معطيات الجدول رقم (07) إلى أن أفضل فترة عند أغلبية مفردات عينة الدراسة لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي هي ليلا بنسبة 65.51% وذلك تعود للراحة التي تجدها الطالبات أثناء استخدامهم للمواقع في هذه الفترة ، حيث أن الفترة الليلية هي أكثر وقت يتفرغ فيه أغلبية المبحوثين للولوج إلى هذه المواقع لتليها الفترة المسائية بنسبة 24.13% ثم تليها فترة الظهيرة بنسبة 6.89%، وأخيرا الفترة الصباحية بنسبة 3.44% بإعتبار أنها غير مفضلة لدى مفردات العينة وقد يكون السبب راجع لإنشغالهم بالدراسة والبحث العلمي .

جدول (08): يوضح مكان تصفح أفراد العينة لهذا الموقع:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	المكان
86.20%	50	في المنزل
0%	0	العمل
5.17%	3	الأماكن العمومية
0%	0	الجامعة
8.62%	5	الإقامة الجامعية
0%	0	أخرى تُذكر
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 08.

- من خلال معلومات الجدول (8) يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 86.20% يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي في المنزل ، ويرجع إرتفاع هذه النسبة لعدة أسباب منها توفر شبكة الإنترنت بالمنزل أو ربما يكون المنزل المكان الأكثر راحة للمبحوثين لتصفحهم هذه المواقع ،لتليها نسبة 8.62% من المتصفحين لمواقع التواصل الإجتماعي في الإقامة الجامعية ، ثم تليها نسبة 5.17% في الأماكن العمومية ، أما الخيارات الأخرى العمل والجامعة كانت نسبة 0% ويمكن تفسيرها بأن أفراد العينة لم يصرحوا بحقيقة استخدامهم لهذه المواقع داخل الحرم الجامعي وأماكن عملهم .

جدول (09): يوضح اللغة المستخدمة لدى أفراد العينة عند تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	اللغة
93.10%	54	اللغة العربية
1.72%	1	اللغة الفرنسية
5.17%	3	اللغة الانجليزية
	التركية 2	أخرى تُذكر
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 09.

- من خلال معطيات الجدول رقم (09) تبين لنا أن عينة المبحوثين يستخدمون عدة لغات أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي، إذ بلغت نسبة الطالبات الذين استخدموا اللغة العربية 93.10%، لتليها اللغة الانجليزية بنسبة 5.17%، ثم تليها اللغة الفرنسية بنسبة 1.72%، ونجد مفردتين من عينة الدراسة صرحتا باستخدام اللغة التركية أثناء تصفحها لهذه المواقع.

- ونستنتج من خلال هذه القراءة لمعطيات الجدول أن أغلبية مفردات الدراسة لم يتخلوا عن لغتهم الرسمية أثناء تصفحهم وتواصلهم مع الآخرين عبر هذه المواقع الافتراضية، وهذا راجع إلى أنها اللغة الأم للمجتمع الأصلي ومقوم من مقومات الهوية الوطنية، ولا يمكنهم الإستغناء عنها حتى أثناء تعاملهم مع الواقع الافتراضي، إذ تعتبر هذا الأمر إيجابياً ودليل على تمسك الطالبات بهويتهم ومنظومة قيمهم الثقافية وإعترازهم بوطنيتهم ودينهم.
- أما بالنسبة لإستخدام الطالبتين للغة التركية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي قد يعود في حد ذاته إلى تأثر الطالبتين بمضامين الدراما التركية المنشورة عبر العالم الافتراضي المروجة لثقافة الشعب التركي فبمجرد أن تتأثر الطالبة بأساليب الحوار والتعبير التي يستخدمها الممثلون في الدراما ينتقل هذا التأثير إلى لغتها الشخصية وطريقة تواصلها مع الآخرين.

جدول (10): يوضح لهجة أفراد العينة أثناء تواصلهم مع الآخرين عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

اللغة	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	5	8.62%
لا	38	65.51%
أحيانا	15	25.86%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 10.

- من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم 10 يتضح لنا أن لهجة مفردات العينة أثناء تواصلهم مع الآخرين عبر مواقع التواصل الإجتماعي لم تطرأ عليها تغييرات كبيرة فأغلبية مفردات العينة كانت إجاباتهم بـ لا بنسبة 65.51% (38 طالبة)، بينما نجد بعض الطالبات يغيرون من لهجتهم بين الحين والآخر حيث قدرت نسبتهم 25.86% (15 طالبة)، وبينما بلغت نسبة الطالبات اللواتي كانت إجاباتهم بنعم 8.62% (5 طالبات). ويمكن تفسير هذا أولاً على أنه أمر طبيعي لأنهم يستطيعون من خلالها إيصال أفكارهم وآرائهم بكل سهولة، كذلك تساهم هذه اللهجة في زيادة التواصل والتفاعل بينهم، كما يمكن تفسير هذا أيضاً على أنه أمراً إيجابياً باعتبار أن مضامين مواقع التواصل الإجتماعي لم تحدث تغييرات بارزة في لهجة المبحوثين.

جدول (11): يوضح مدى تشجيع مواقع التواصل الإجتماعي لأفراد العينة على نشر طريقة الإحتفال بالمناسبات:

طريقة الإحتفال بالمناسبات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	18	31.03%
لا	20	34.48%
أحيانا	20	34.48%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 11.

- يمثل الجدول 11 تشجيع مواقع التواصل الإجتماعي لأفراد العينة على نشر طرق إحتفالهم بالمناسبات، ولقد أظهرت النتائج أن هناك تساوي في إجابات الطالبات اللواتي أجابوا بـ لا وأحيانا، حيث قدرت نسبة اللواتي أجبن بـ لا 34.48% (20 طالبة)، ونسبة اللواتي أجبن بـ أحيانا 34.48% (20 طالبة) لتليها نسبة 31.03% (18 طالبة) أجبن بنعم.
- ويمكن تفسير هذا على أن المواقع الافتراضية لم تشجع هذه الفئة بشكل كبير على نشر طرق إحتفالهم بالمناسبات، ويمكن القول إن هذا يعود إلى محافظة هذه الفئة على خصوصياتها وإعتبارهم أن نشر الصور والفيديوهات المتعلقة بمراسيم الحفلات (كالخطوبة والزواج وأعياد الميلاد) هي مجرد إستعراض يسوده الإسراف وتكاليف مالية باهظة ، ويرجع هذا أيضا إلى صغر سن أغلبية مفردات العينة إذ يعتبر هذا مؤشر لعدم إهتمامهم بطرق الإحتفالات بالمناسبات المعروضة عبر مضامين مواقع التواصل الإجتماعي، وقد لاحظنا أنه يوجد على مواقع التواصل الإجتماعي منشورات تشجعهن وتساعدهن على إيجاد أفكار جديدة في تنسيق حفلاتهن تأثر بالصور والفيديوهات المعروضة وما تحمله من مضامين واضحة من أجل التباهي والتفاخر والتأكيد على الطبقة الإجتماعية وتميزهم الإجتماعي، فيحاول الآخريين مجاراتهم بتقليد ما هو رائج عبر ما تستعرضه المواقع الافتراضية ، إذ يعتبر نشر الصور ومراسيم إقامة الحفلات في المناسبات أمرا أصبح يساهم في التخلي تدريجيا على الثقافة الشعبية المحلية للمجتمع ، هذا ما أحدث تغيرات على عادات وقيم المجتمع المحلي مع مصاحبة ومواكبة العصر الحديث وملازمة مع الوقت الحالي إذ أصبح في كثير من الأحيان أمرا مكلف جدا وهذا يرجع بدرجة كبيرة إلى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي والتأثر بالمحتويات التي تنشرها .

جـ جدول (12): يوضح مدى إمكانية إقتناء أفراد العينة للألبسة العصرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

المجموع	أحيانا	لا	نعم	اقتناء الألبسة العصرية
				وسط التنشئة الإجتماعية
14	8	3	3	ريفي
44	17	9	18	حضري
58	25	12	21	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 12.

- يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير وسط التنشئة الإجتماعية وإقتنائهم للألبسة العصرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث أن هذا المتغير ضمن متغيرات البيانات الشخصية للمبحوثين في حين نرى أنه يخدم البحث من وجهة نظرنا لأن وسط التنشئة الإجتماعية في تغير مستمر وكما أن مجتمع الريف ليس نفسه مجتمع الحضر.
- ويمكن القول أن عدد مفردات العينة الذين تنشئتهم في الحضر أكثر من اللذين يقطنون في الريف، إذ نجد 44 طالبة من المجتمع الحضري كانت إجاباتهم بنعم 21 طالبة، لتليها 12 طالبة أجابوا بـ لا، ثم تليها 25 طالبة أجابوا بـ أحيانا، في حين بلغ عدد الطالبات اللواتي تنشئوا في الريف 14 طالبة وقد صرحن منهن 3 طالبات بنعم وتليها 3 طالبات كانت أجابتهن بـ لا أما بقية الطالبات كانت إجابتهن بأحيانا 8 طالبات.

وما هو ملاحظ من خلال النتائج الواردة في الجدول أن أغلبية مفردات العينة يقتنون بين الحين والآخر الألبسة العصرية والموضة الحديثة للباس، وربما يرجع هذا السبب أنه من نشأ في مجتمع ريفي سوف يلاحظ جليا مدى التغيير الحاصل في المجتمع على كافة الأصعدة وربما أكثر عند الفرد الذي نشأ وترعرع في وسط حضري.

كما نعتقد أن المجتمعات الريفية أقل عرضة للتغيير وأكثر محافظة على قيمهم وسلوكاتهم في المجتمع مقارنة بالمجتمع الحضري الذين يفتحون على عدة تطلعات جديدة وفورية، ويمكن القول أن طريقة إقتناء الألبسة العصرية ما هي إلا وجه آخر للثقافة الفرعية الخاصة بالشباب وبالخصوص فئة الطالبات الجامعيات، حيث أن الهوية الوطنية والثقافية راسخين ولا غبار عليها، غير أن الموضة العصرية للباس لا تموت بإنهاء تاريخ الصلاحية بل تندثر وتموت شكليا بإنهاء شعبيتها ومدة إندثارها بين المجتمع وبالخصوص فئة الطالبات الجامعيات وما تعرضه مضامين هذه المواقع الافتراضية (الفيس بوك، الإنستغرام، اليوتيوب، التيك توك) التي تؤدي بهم إلى تغيير في طريقة لباسهم مع ذلك تأثرهم بالموضة العالمية الغربية وتماشي مع مواكبة العصر الحديث، إذ باتت نسبة المجتمعات في حالة مستمرة ومتغيرة ومتسارعة بسبب ما أصبحنا نصبوا إليه من خلال تطلعاتنا ورغباتنا المستمرة والملحة التي حفزتها محتويات مواقع التواصل الإجتماعي متغلغلة في حياتنا اليومية وبما فيها الإستهلاك للمنتجات والألبسة العصرية خاصة ميزة لا تفارق الأفراد فإن العديد من خياراتنا الإستهلاكية تخضع لما نراه على هذه المواقع الافتراضية.

جدول (13): يوضح مدى مساعدة مواقع التواصل الإجتماعي لأفراد العينة على التمسك بالألبسة التقليدية:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الألبسة التقليدية
43.10%	25	نعم
13.79%	8	لا
43.10%	25	أحيانا
100%	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 13.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم 13 يتضح لنا أن مواقع التواصل الإجتماعي (الفيسبوك، اليوتيوب، الإنستغرام، التيك توك) ساهمت وساعدت مفردات العينة في التمسك بالألبسة التقليدية وهذا ما هو يظهر من خلال تساوي نسبة إجاباتهم بنعم وأحيانا، حيث قدرت نسبة الذين أجابوا نعم 43.10% (25 طالبة) ونسبة الذين أجابوا أحيانا 43.10% (25 طالبة)، لتليها نسبة الذين أجابوا لا 13.79% (8 طالبة).
- ويمكن تفسير هذا على أنه أمر إيجابي إذ تظهر الإيجابية في شقين هما الأول على الرغم من التحولات التي مست طبيعة الثقافة التي اتجهت نحو الثقافة الرقمية إلا أن الثقافة الشعبية كانت دائما حاضرة في محتويات مواقع التواصل الإجتماعي، والشق الثاني الإيجابي يظهر في بروز التأثير الذي تحدثه هذه المواقع للحفاظ على اللباس التقليدي كجزء من التراث الثقافي المادي من خلال معرفة طرق عرضه عبر مضامين الفضاء السيبراني، فهذا سوف يؤدي إلى توعية الشباب بشكل عام وهذه الفئة (الطالبات الجامعيات) على وجه الخصوص وزيادة تعريفهم بتراثهم وثقافتهم مع ضرورة التأكيد على أنه لا بأس أن نواكب العصرنة لكن

دون التخلي عن أصولنا وعن رموز ثقافتنا وهويتنا ، وهذا من خلال نشر محتويات مشجعة وحملات مكثفة للتعريف بأن تغيير طريقة اللباس هي في الواقع تغيير في القيم .

جدول (14): يوضح مدى إقتناء أفراد العينة لأجود الماركات العالمية لمستحضرات التجميل عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

أجود الماركات العالمية لمستحضرات التجميل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	23	93.65%
لا	25	43.10%
أحيانا	10	17.24%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 14.

- يمثل الجدول رقم 14 مدى إقتناء مفردات العينة لأجود الماركات العالمية لمستحضرات التجميل عن طريق تصفحهم لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ولقد أظهرت النتائج أن أغلبية إجابات الطالبات كانت بـ لا شكلت نسبة 43.10%، لتليها نسبة الطالبات اللواتي أجبن بنعم بـ 39.56%، وأخيرا نسبة المفردات الذين أجابوا بـ أحيانا 17.24%.
- ويمكن تفسير هذا على أن هناك تفاوت طفيف بين نسبة الطالبات اللواتي لا يقتنين مستحضرات التجميل واللواتي يقتنين هذه المساحيق من مواقع البيئة الافتراضية ، إذ يعود سبب عدم إقتناء هذه الفئة لمساحيق التجميل من مواقع التواصل الاجتماعي لتمسكهم بالشراء اليدوي والتسوق التقليدي ، ويعود إقتناء الطالبات لهذه المستحضرات من العالم الافتراضي نتيجة تعرضهم أثناء تصفح هذه المواقع إلى نماذج ثقافية غربية تعرض محتويات تحقق إشباع لأذواقهن ، بل أن هذا الأمر جعلهم في الأونة الأخيرة لا يقتنون هذه المواد التجميلية لوحدها بل يستهلكون معها مظهرهم الخارجي وهذا ما يظهر من خلال التغيرات الكبيرة التي حدثت على مستوى ملامح وجههم ، فمجرد تعرضهم للإعلان المتكرر لمنتجات التجميل الجديدة عبر هذه المواقع يشعرون بالنقص والحاجة ومنه يتحفزن لاقتنائها .

جدول (15): يوضح تعليق أفراد العينة على المنشورات التي تعرض عادات وتقاليد منطقتهم:

العادات والتقاليد	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	32	55.17%
لا	10	17.24%
أحيانا	16	27.58%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 15.

- من خلال معطيات الجدول رقم 15 يتضح لنا أن معظم أفراد العينة يعلقون على المنشورات التي تعرض عادات وتقاليد منطقتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ بلغت نسبتهم 55.17% لتليها نسبة 27.58% أجابوا بـ أحيانا، لتليها نسبة 17.24% أجابوا بـ لا
- نستنتج من خلال نتائج الجدول أن مفردات العينة المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي يساهمون في دعم المنشورات التي تعرض عادات وتقاليد منطقتهم ، إذ تعد العادات والتقاليد جزء لا يتجزأ من الثقافة وأهم مكوناتها وتراث لا يمكن الإستغناء عنه ، كما أنها تعتبر ميزة تتميز بها الهوية الوطنية الجزائرية وهي تدخل ضمن المواطنة ومستوى الحفاظ على

الإنتماء للمجتمع ورمز الإعتزاز بالجانب الثقافي والإجتماعي بل وتشكل رابط قوي بين أفراد المجتمع الواحد ، لذا طرحنا التساؤل ضمن محور القيم الثقافية وتغيرها أثناء استخدام مجتمع الدراسة وبالخصوص الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الإجتماعي وما طرأ عليهم من تغيرات وتأثيرات ، غدى أن عاداتنا وتقاليدنا تتميز بروح الجماعة وروح المواطنة وحب الإنتماء للوطن ، حيث لاحظنا أن كثير منهم يساهمون ويعلقون عبر مواقع التواصل الإجتماعي في دعم وعرض عادات وتقاليد مجتمعهم المحلي وهذا راجع لشعورهم بالإنتماء والفخر إلى هذا المجتمع وتأثر بالمضامين والمحتويات التي تنشر وتكرس بإستمرار في عادات وتقاليد التي تستعرض وتعرف بها هذه المنطقة المحلية وادي سوف ، إذ أن هذا الأمر يرجع إلى تأثر الطالبات الجامعيات بإستخدامهم لهذه المواقع (الفيس بوك، اليوتيوب، الإنستغرام، التيك توك) وما يتلاقونه من مواد إعلامية تحت على الحفاظ بالموروث الثقافي للعادات وتقاليد منطقتهم .

جـ جدول (16): يبين متابعة أفراد العينة للمنشورات التي تساهم في نشر ثقافة الأكل السريع:

الأكل السريع	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	32	55.17 %
لا	8	13.79 %
أحيانا	18	31.03 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 16.

- من خلال معطيات الجدول رقم 16 يتضح لنا ان متابعة أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي بلغت أعلنسبة بـ 55.17 %الذين يسهمون في نشر ثقافة الأكل السريع عبر هذه المواقع (الفيسبوك،اليوتيوب،الإنستغرام، التيك توك)، إذ بلغ عددهم 32 طالبة،تليها نسبة 31.03 %الذين أجابوا بأحيانا لـ 18 طالبة،ثم تليها نسبة 13.79 %الذين كانت إجاباتهم بلا 8 طالبات فقط.

جـ جدول (17): يبين مدى اكتساب أفراد العينة لأطباق أكل جديدة نتيجة تعرضهم لمواقع التواصل الإجتماعي:

اطباق أكل جديدة	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	52	89.65 %
لا	2	3.44 %
أحيانا	4	6.89 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 17.

- من خلال معطيات الجدول رقم 17 تبين لنا أن أغلبية مفردات العينة قد اكتسبن من مواقع التواصل لإجتماعي أطباق أكل جديدة إذ بلغت أعلى نسبة 89.65 %لعدد كبير من الطالبات 52 طالبة،تليها 4 طالبات اللواتي كانت إجاباتهم بأحيانا بنسبة 6.89 %،ثم تليها نسبة ضئيلة جدا 3.44 %لطالبتين كانت إجاباتهم بلا.

- وهذا السبب راجع إلى تأثيرهم بالثقافات الأخرى وما تنشره من أصناف أكل وأطباق جديدة لأنواع الطعام في ظل ما شهدته من تغيرات إجتماعية وثقافية بارزة ، إذ يعتبر هذا الأمر طبيعياً ، فمن خلال تصريحات أفراد العينة نستنتج أنه حدثت تغييرات في ثقافة أكلهم وبصبغة جديدة ومتنوعة ، فقد تحول النمط التقليدي إلى نمط معاصر عالمي ، إذ يُعد هذا الأمر إيجابياً وسلبياً ، تظهر الإيجابية في محافظة هذه الفئة على موروثهم الثقافي للطعام والمأكولات التقليدية المتوارثة من قبل إضافة إلى اكتسابهم أطباق أكل جديدة ومعاصرة ، أما من الناحية السلبية إذ تخلت عن الإرث الثقافي للمجتمع التي تقطن فيه كالأكل ولم تساهم في نشر الأطعمة التقليدية وطرق تحضيرها وإتجهت للأطباق السريعة والعصرية فقط .
- من خلال قراءة الجدولين 16 و 17 يمكن القول أن معظم عينة الدراسة يساهمون في ترويج ونشر ثقافة الأكل السريع عبر محتويات والمواد المعروضة في منشورات وصفحات مواقع التواصل الإجتماعي، حيث تعرف ثقافة الأكل السريع بالإرث الثقافي للمجتمعات وبالهوية الثقافية لكل مجتمع إنساني ، كما يعتبر الأكل فعل سوسولوجي إجتماعي وعنصر من عناصر الثقافة التي تعكس الهوية الثقافية للمجتمع ، كما أن المواقع (الفيس بوك ، اليوتيوب ، الإنستغرام، التيك توك) قد تكتسب من مضامينها أطباق أكل جديدة إذ أن اختيار طريقة الأكل والطعام تعكس اتجاهات و آراء الأفراد، حيث ترتبط بالثقافة والإستيعاب والتكيف الإجتماعي والتكامل والتطور في ثقافة الأكل عند الفرد ، إذ أنها أحدثت تغييرات ملحوظة ، حيث أصبحت أن ذلك هذه الوجبات السريعة والخفيفة هي المأكولات المفضلة داخل و خارج المنزل وبالخصوص ما جاءت به دراستنا الحالية فئة الطالبات الجامعيات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الإجتماعي والتأثر بالمضامين التي تُعرض إليهم عبر منشورات ومجموعات هذه المواقع الافتراضية .

جدول (18): يوضح مدى انضمام أفراد العينة إلى المجموعات التي تدعم قيمة التعاون

المجموعات التي تدعم قيمة التعاون	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	34	58.62 %
لا	8	13.79 %
أحيانا	16	27.58 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 18.

- من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم 18 تبين لنا أن أغلبية مفردات العينة ينضمون عبر مواقع التواصل الإجتماعي إلى مجموعات تدعم قيمة التعاون بين الفاعلين الإجتماعيين، إذ بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم 58.62% (34 طالبة)، لتليها نسبة 27.58% (16 طالبة) أجابوا بـ أحيانا، لتليها نسبة 13.79% (8 طالبات) أجابوا بـ لا.
- وهذه النسبة تبرر على أن هذه الفئة تسعى لمد يد العون من خلال انضمامها وتفاعلها مع المجموعات والصفحات التي تحت على دعم قيمة التعاون وقد يكون السبب راجع إلى حرص الباحثين على مشاركة المعرفة والخبرات والموارد مع الآخرين ، حيث يتم تبادل المقالات والمقاطع المرئية والصور والروابط التي تحتوي على معلومات قيمة ومفيدة بينهم وبين الفاعلين الإجتماعيين، وهذا ما يعزز التعاون من خلال تمكين الناس من الاستفادة من خبرات بعضهم البعض ومن هنا يحصلون على مكانة أفضل في المجتمع ويحققون إشباع نفسي وإجتماعي من خلال إحساسهم بالنجاح في قيامهم بعمل يقدره الآخرون.

- وكما هو ملاحظ أن المواقع الافتراضية أصبحت ساحة مناسبة ومجالا واسعا لتقديم ونشر الأعمال الخيرية وخير دليل على ذلك وجود مجموعات تعنى بفعل الخير والمساعدة مهما كان نوعها وبغض النظر عن الطرف الذي يريد المساعدة، مادام الهدف الأسمى هو التعاون.
- وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة سهام بوقلوف الموسومة بـ: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك.

جدول (19): يبين مدى تغير الأطباع السلوكية لأفراد العينة نتيجة متابعتهم لصناع المحتوى:

المجموع	أحيانا	لا	نعم	تغير الأطباع السلوكية
				مكان الإقامة
9	3	1	5	الإقامة الجامعية
49	11	22	16	المنزل
58	14	23	21	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 19.

- يبين الجدول رقم 19 توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة الجامعية وتغير الأطباع السلوكية لمفردات العينة أثناء متابعتهم لصناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر هذا المتغير ضمن متغيرات البيانات الشخصية للمبحوثين إذ نرى أنه يخدم الدراسة من وجهة نظرنا وما هو ملاحظ أن أغلبية الطالبات الجامعيات مكان إقامتهم هو المنزل إذ بلغ عددهم 49 طالبة منهم 22 طالبة أجابت بـ لا، لتليها 11 طالبة أجابت بـ أحيانا، ثم تليها 16 طالبة أجابت بـ نعم، أما بالنسبة لطالبات المقيمات في الإقامة الجامعية بلغ عددهم 9 طالبات منهم 5 طالبات أجبن بنعم، لتليها 3 طالبات أجبن بأحيانا، ثم تليها طالبة واحدة أجابت بـ لا، ويمكن القول أن هذا التفاوت بين الطالبات اللواتي يقطن في المنزل وطالبات الإقامة الجامعية في تغير أطباعهن السلوكية أثناء تتبعهم لصناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، قد يكون راجع هذا الأمر إلى غياب الرقابة الأسرية للطالبة لتي تقيم في الإقامة الجامعية عكس الطالبات اللواتي مكان إقامتهم المنزل، حيث أن غياب الرقابة الأسرية للطالبة يؤدي إلى إدمان الطالبة بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثرا بمضامين والمحتويات التي يعرضها صناع المحتوى في عدة مواضيع ومجالات إجتماعية متنوعة، مما يحدث لها انفتاح فكري وتغيرات ملحوظة على مستوى أطباعهم السلوكية، حيث يمكن تفسير هذا إلى شقين، الشق الأول أن مضامين التي يعرضها صناع المحتوى عبر المواقع الافتراضية ساهم في تشجيع وتحفيز الطالبات وما هو ملاحظ أن اغلب صانعي المحتوى يكون دورهم الأساسي هو التحفيز على العمل والنجاح والمثابرة والإستسلام إلى مصاعب الحياة التي تواجههن وكذلك بالمواصلة للوصول إلى المبتغى والنصح نحو تحقيق أحلامهن، في حين نرى الشق الثاني وهو التقليد لما هو معروض على مضامين صفحات صناع المحتوى عبر هذه المواقع (الفيس بوك، اليوتيوب، الإنستغرام، التيك توك) إذ أنها تساهم بشكل كبير في تغير سلوك الطالبات وذلك بتقليدهم، فعند وضع المؤثر الاجتماعي لصورة على صفحته للباس معين قد يؤدي بمتابعته إلى إقتناء نسخة طبق الأصل عنه أو إرتدائه أو شراء منتج معين من مستحضرات التجميل وهو نفس السلوك الذي تقعله الطالبات مع الأشياء الأخرى التي يقوم بعرضها صناع المحتوى عبر صفحاتهم،

فالمضامين التي ينشرها المؤثرين الإجماعيين تجعل الطالبات تقوم بالإلتزام بما جاء في مضامينها وتقليدهم في ممارستهم المختلفة وأساليبهم في الحياة وكذا عاداتهم وكل سلوكياتهم ، ومن هنا نستنتج أن مضامين صناع المحتوى قد ساهمت في تغيير الأطباع السلوكية للطالبات الجامعيات .

جـ ————— دول (20): يوضح مدى تشجيع المنشورات التي تتلقاها أفراد العينة أثناء مشاركتهم في إحدى النشاطات التطوعية:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	النشاطات التطوعية
37.93 %	22	نعم
13.79 %	8	لا
48.27 %	28	أحيانا
100 %	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 20.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم 20 تبين لنا أن المنشورات المعروضة عبر مواقع التواصل الإجتماعي كان لها صدى كبير في تشجيع أغلبية مفردات العينة على المشاركة في النشاطات التطوعية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا أحيانا 48.27 %، لتليها نسبة 37.93 % أجابوا بـ نعم، ثم تليها نسبة 13.79 % أجابوا بـ لا.
- ويمكن تفسير هذا على أنه امر إيجابي تتجلى إيجابية في أن المواد الاعلامية المنشورة عبر المواقع الافتراضية ساهمت أولا في تعريف المبحوثين بأهمية العمل التطوعي الذي يعد مكون من المكونات الثقافية للمجتمعات المدنية وخدمة من الخدمات الهامة للمجتمع التي كان يغفل عنها الشباب بصفة عامة والطالبات الجامعيات بصفة خاصة لكن بمجرد تعرضهم للصور والفيديوهات التوعوية عبر هذه المواقع أثرت في نفسيتهم وأكسبتهم إلتزام ووعي أخلاقي ومنه دفعتهم للمشاركة في الحملات والنشاطات التطوعية.

جـ ————— دول (21): يبين مدى نشر أفراد العينة لمحتويات تنمي قيمة التواضع عبر صفحتهم:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	قيمة التواضع
55.17 %	32	نعم
15.51 %	9	لا
29.31 %	17	أحيانا
100 %	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 21.

- من خلال معطيات الجدول رقم 21 الذي يمثل مدى نشر مفردات العينة لمحتويات تنمي قيمة التواضع عبر صفحات مواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بهم، إذ تبين أن أغلبية الطالبات الجامعيات كانت إجاباتهم بـ نعم 32 طالبة بنسبة 55.17 %، لتليها 17 طالبة أجابت بأحيانا بنسبة 29.31 %، أما اللواتي كانت إجاباتهم بـ لا 9 طالبات بنسبة 15.51 %.
- يمكن القول أن استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي قد ساعدهم في نشر قيمة التواضع من خلال المضامين والمحتويات التي يقومون بنشرها عبر صفحاتهم الشخصية لهذ المواقع الإلكترونية (الفيس بوك ، اليوتيوب ، التيك يوك ، الإنستغرام) ، إذ تعتبر قيمة التواضع من القيم الإجتماعية السامية والنبيلة التي ترفع شأن الفرد أثناء تعامله مع الآخرين ، وماهو ملاحظ أن أغليبيتهم صرحن بأنهم بين والحين والآخر يقومون بنشر محتويات تنمي

قيمة التواضع عبر صفحاتهن الخاصة، إذ يعتبر هذا الأمر إيجابياً بما فيه من قيم إجتماعية حسنة التي تساهم في تنمية روح التسامح والتعاون والتضامن الإجتماعي بين أفراد المجتمع الواحد و وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة سهام بوقلوف الموسومة بـ : استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك .

جدول (22): يوضح رفض أفراد العينة التعليق على المنشورات غير اللائقة:

المنشورات غير اللائقة	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	52	89.65 %
لا	2	3.44 %
أحيانا	4	6.89 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 22.

- من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه رقم 22 تبين لنا أن أغلبية مفردات العينة يرفضون التعليق على المنشورات غير اللائقة عبر صفحات مواقع التواصل الإجتماعي، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا نعم 89.65% (52 طالبة)، لتليها نسبة 6.89% (4 طالبات) أجبن أحيانا (4 طالبات) أجبن أحيانا، أخيراً نسبة 3.44% (طالبتان) أجابتنا لا.
- ويمكن تفسير هذا التفاوت الكبير في النسب أن فئة المبحوثين (الطالبات الجامعيات) يتصفن بالالتزام والأخلاق العالية وحسن التصرف والمراجعة الدقيقة لمحتويات المنشورات قبل التعليق عليها، وربما يعود السبب للرقابة الأسرية وكذلك لرقابة الضمير الأخلاقي ونضج تفكيرهن الخلاق الذي يعد أساس التركيبة الصحيحة للمجتمع.

جدول (23): يبين مدى تأثر أفراد العينة بتصورات وأفكار الآخرين نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي:

التأثر بتصورات وأفكار الآخرين	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	14	24.13 %
لا	24	41.37 %
أحيانا	20	34.48 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 23.

- من خلال معطيات الجدول رقم 23 تبين لنا أن استخدام مفردات العينة لمواقع التواصل الإجتماعي لم يجعلها متأثرة بتصورات وأفكار الآخرين بدرجة كبيرة، حيث قدرت نسبة الذين أجابوا لا 41.37%، لتليها نسبة 34.48% أجابوا أحيانا، ثم تليها نسبة 24.13% أجابوا نعم.

- وكما هو ملاحظ أن المبحوثين (الطالبات الجامعيات) لا يستخدمن المواقع الافتراضية من أجل تبني أفكار وتصورات الآخرين وتقليدهم، وربما يعود السبب إلى تنافي أفكار المؤثرين مع الواقع المعيش للمبحوثين، فالناس مختلفون في طبيعتهم وإهتماماتهم وتجاربهم الشخصية هذا ما دفع مفردات العينة يجدون صعوبة في التأثر بأفكار وتصورات المؤثرين التي لم تتناسب مع قيمهم الشخصية والقضايا التي يهتمون بها.
- حيث تعتبر نظرية الإستخدامات والإشباع من أهم النظريات التي تطرقت لهذا الموضوع، فمن خلال أهداف هذه النظرية ومنطلقاتها التي مفادها الإستخدام والإشباع واعتبار الجمهور النشاط هو الذي يقوم بالتوجه لمحتويات الوسيلة الإعلامية والإتصالية على غرار مواقع التواصل الإجتماعي ومن هذا المنطلق نقول أن هناك جمهور نشط له دوافع وحاجات شخصية نفسية إجتماعية تدفعه لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأن الجمهور المستخدم لهذه التقنية (الطالبات الجامعيات) هن أكثر فعالية واستخداما لهذه المواقع، وذلك لما تتميز به من سهولة تطبيق وسرعة فعالية جعل الطالبات الجامعيات تتخذ قرارها الخاص بها من استخدام لهذه المواقع الافتراضية بكل وعي كامل لحاجاتها وإشباعها كإتصالها مع الغير عبر المجموعات والصفحات الاجتماعية مما يزيد التفاعل حيث يؤدي تجولها عبر هذه المواقع إلى اكتشافها للعالم الخارجي و المعرفة الجديدة.

جدول (24): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة العنف الاجتماعي:

العنف الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	8	13.79%
لا	12	20.68%
أحيانا	38	65.51%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 24.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول 24 تبين لنا أن أغلبية مفردات العينة يعتقدون بأن المواد المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة العنف الاجتماعي، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا أحيانا 65.51% لتليها نسبة 20.68% الذين أجابوا بلا، ثم تليها نسبة 13.79% الذين أجابوا بنعم.
- ويمكن تفسير هذا على أنه أمر سلبي حيث تتجلى خطورته في أن المواد الإعلامية المنشورة عبر المواقع الافتراضية قد ساهمت بشكل في زيادة العنف الاجتماعي، وهذا من وجهة نظر المبحوثين وعلى الرغم من الأفاق الواسعة لتبادل الأفكار والآراء التي أتاحتها المواقع الإلكترونية على إختلافها منذ إطلاقها إلا أن ذلك لا يفي أن ثمة تداعيات سلبية بدأت تفرسها داخل بعض المجتمعات ومن أبرزها تحولها في بعض الأحيان إلى آلية لنشر الأفكار المتطرفة والتي لا تخلو من التحريض على العنف الاجتماعي بين أفراد المجتمع سواء كان نوع هذا العنف لفظي أو جسدي من خلال الروابط والصور والفيديوهات المنشورة، إذ يعد هذا الأمر سهل أدى إلى الانتقال العنفي من الفضاء الإلكتروني إلى الواقع، كما نلاحظ أن هذا الأمر قد تسبب في أمراض نفسية لدى الفرد، وربما أن الفراغ الذي يعانيه الشباب الجامعي داخل المجتمع يؤدي إلى زيادة العنف الاجتماعي من خلال تأثرهم بالمحتويات التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي، في حين تغير نظرهم إلى الحياة إنطلاقا بين هذه المواقع وما هو مجسد في مضامينها تلبية لرغباتهم وحاجاتهم، وكذلك كثرة

المحتويات والتقنيات العالية والرفيعة التي توفرها هذه المواقع الافتراضية ، وهذا ما توافق مع نتيجة ودراسة محمد الفاتح حمدي الموسومة بـ : استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي.

- تحليل السؤال رقم 25:

- من خلال إستجابات مفردات العينة للسؤال رقم 25 والتي فاقت نسبة 95% أجابوا نعم إن مواقع التواصل الإجتماعي ساهمت بدرجة كبيرة في تفشي العزلة الإجتماعية بين أفراد المجتمع وخاصة على مستوى الأسرة.

- ويمكن تفسير هذا على أنه راجع إلى رغبة المبحوثين في الهروب من واقعهم المعاش ومشاكلهم الشخصية وضغوط الحياة اليومية أو قد يكون السبب في إيمانهم على هذه المواقع الافتراضية (الفيس بوك ، اليوتيوب ، الإنستغرام، التيك توك) أو قد يكون السبب عائد إلى ضعف تفاعل المبحوثين مع أفراد بيئتهم الإجتماعية وهذا ما يجعلهم يتجهون إلى هذه المواقع التي وفرت لهم ملاذا للإسترخاء والترفيه ، وحققت لهم الشعور بالإنتماء والتواصل مع الآخرين ، فتواصل الفرد مع هذه المواقع ومضامينها يجعله منغمسا في ممارسات إفتراضية تصل إلى درجة الإنطوائية وتشعره أن الحياة خارج هذه البيئة الرقمية ومحتويات مواقعها الافتراضية لا معنى لها ، فزيادة فرص الحوار ما بين مشارق الأرض ومغاربها عن طريق هذه المواقع زادت معها مشاعر العزلة بين المستخدمين ، وهذا يعني الدور المتناقض الذي تلعبه هذه المواقع الافتراضية ومن جهة أتاحت التفاعلات الافتراضية على أوسع نطاق وفي الوقت نفسه حلّ محلها التفاعلات الحيوية اليومية للفرد المستخدم ، بحيث أصبحت تفاعلاته باردة وتواصله ميت حتى مع أفراد أسرته التي ينتمي إليها، فعالم مواقع التواصل الإجتماعي أصبح يشكل خطورة على متانة التماسك الأسري وقوة التضامن العائلي نتيجة إرتباطه بمجموعة من السلبيات مثل هدر الوقت ، وإهمال الإلتزامات والأنشطة الإجتماعية ، وكل هذا يؤدي إلى العزلة الإجتماعية وبالتالي فقدان عملية الاتصال داخل الأسرة وخارجها

- وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة عايد كمال الموسومة بـ: تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري – الشباب الجامعي لتلمسان أنموذجا.

جدول (26): يبين مدى نشر أفراد العينة للآيات القرآنية:

الآيات القرآنية	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	41	70.68 %
لا	5	8.62 %
أحيانا	12	20.68 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على السؤال رقم 26.

- يوضح الجدول رقم 26 مدى نشر المبحوثين للآيات القرآنية عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الإجتماعي، إذ أظهرت النتائج المتوصل إليها ان أغلبية المفردات أجابوا بـ **نعم** بنسبة **70.68 %** (41 طالبة)، لتليها نسبة **20.68 %** (12 طالبة) أجابوا بـ **أحيانا**، لتليها نسبة **8.62 %** (5 طالبات) أجبن بـ **لا**.

- وما نلاحظه أن هذه النسب متفاوتة ولا يوجد تقارب كبير بينها والذي يفسر النتائج الإرتفاع الكبير لنسبة الطالبات اللواتي يقمن بنشر الآيات القرآنية عبر صفحاتهم والإنخفاض البارز لنسبة اللواتي لا يقمن بنشر هذه الآيات عبر صفحاتهم.
- إذ يُعد هذا الأمر إيجابي ودليل على أن هذه المواقع الافتراضية جعلت هذه الفئة المستخدمة لها تتعرض بطريقة إرادية أو لا إرادية للمضامين التي تدعم ارتباطها بمنظمة قيمها الدينية وخاصة عن طريق مقاطع الريلز الحديثة التي أدت بهم للتمسك بثقافتهم وهويتهم الإسلامية، فبدل ما كانت تحدثه هذه المواقع في الماضي من إبتعاد الشباب عن دينهم ومواظبتهم لتلاوة القرآن أصبحت الآن أحد العوامل التي أدت بمستخدميها للحفاظ على قيمهم والتدبر في آياته.

جدول (27): يوضح مدى انضمام أفراد العينة لمجموعات تحت على الإحسان إلى الآخر

الإحسان	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	30	51.72%
لا	8	13.79%
أحيانا	20	34.48%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 27.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه (رقم 27) تبين لنا أن أغلبية مفردات العينة ينضمون إلى مجموعات تحت على الاحسان إلى الآخر عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا نعم 51.72% (30 طالبة)، لتليها نسبة 34.48% (20 طالبة) أجابن بـ أحيانا، ثم لتليها نسبة 13.79% (8 طالبات) أجابن بـ لا.
- ويمكن تفسير هذا على أنه أمر إيجابي إذ تظهر إيجابية في أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت في عصرنا الحالي عامل مهم في بث ثقافة الإحسان إلى الآخرين فئة المبحوثين من خلال إنضمامهم في مجموعات تُحرص على نشر الأنماط الدينية والتوعوية بين أفراد المجتمع مع تبني مظاهر قيمة الإحسان إلى الآخر ونبذ مظاهر العنف والإساءة.

جدول (28): يبين مدى إعجاب أفراد العينة بالمنشورات التي تتضمن مواضيع الصدق

الصدق	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	55	94.82%
لا	0	0%
أحيانا	3	5.17%
المجموع	58	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 28.

- يبين الجدول أعلاه رقم 28 مدى إعجاب أفراد العينة بالمنشورات التي تتضمن مواضيع عن الصدق عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث بلغت أعلى نسبة 94.82% الذين أجابوا بنعم إذ قدر عدد الطالبات (55 طالبة) وتأتي بعدها نسبة 5.17% أجابوا بأحيانا (3 طالبات) وما هو ملاحظ في نتائج هذا الجدول انه لم يكن هناك إجابة بلا بنسبة منعدمة جدا.
- ويمكن القول إن مفردات العينة قد ينال إعجابهم كثيرا بالمنشورات التي تتضمن مواضيع عن الصدق عبر مضامين ومحتويات المعروضة في صفحات هذه المواقع (الفيسبوك، اليوتيوب، الإنستغرام، التيك توك)، وهذا يدل على الإهتمام الكبير للطالبات

- الجامعيات لهاته الوسائل الإعلامية وإعجابهم بها نظرا لإدراكهم لأهمية هذا العالم الرقمي الافتراضي الجديد وما يحدثه من تغييرات ثقافية وإجتماعية متطورة.
- ويمكن تفسير قيمة الصدق كون هذه القيمة تعد من أمهات الصفات الأخلاقية ومن دعائم ومقومات الشخصية الإسلامية وضرورة من ضرورات المجتمعات الإسلامية، إذ يعد الصدق أساسيا ومهم لكل ركن من أركان الإسلام والإيمان، وما يثبت بأن مواضع الصدق جد مهمة لمبجوثين الدراسة فمتابعة وتداول هذه المواضيع من الأمور المهمة بالنسبة للنسق الإجتماعي.

جدول (29): يوضح تحسس أفراد العينة من المنشورات التي تستهزئ بالدين الإسلامي:

التحسس من المنشورات التي تستهزئ بالدين الإسلامي	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	54	93.10 %
لا	4	6.89 %
أحيانا	0	0 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 29.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه رقم 29، تبين لنا أن معظم مفردات العينة تتحسس من المنشورات التي تستهزئ بالدين الإسلامي، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا **بنعم 93.10 %، لتليها 6.89 % أجابوا لا، ثم تليها نسبة 00% أجابوا أحيانا.**
- ويمكن تفسير هذا على أنه أمر طبيعي لأن المجتمع الجزائري الذي ينتمي إليه المبحوثين مجتمع مسلم يتميز أفراده بتمسك بدينهم قولا وفعلا، وهذا من شأنه أن يهدف مفردات العينة على المحافظة بنظامهم الإجتماعيوالديني.
- وهذا ما أقرته نظرية القيمة في الإعلام لعبد الرحمان عزي أن الرسالة المنبثقة من تلك المواقع هي القيم وهي معيار كيان المجتمعات وتطورها، حيث تسعى هذه النظرية للكشف عن أسلوب تعامل الأفراد وبكل شرائحها مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه مضامين مواقع التواصل الإجتماعي من بينها الفيس بوك، اليوتيوب، الإنستغرام، التيك التوك، وأثرها على القيم الدينية في الوقت الراهن.

جدول (30): يبين تأخر أفراد العينة على أداء الصلاة نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي:

التأخر عن أداء الصلاة	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	7	12.06 %
لا	35	60.34 %
أحيانا	16	27.58 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 30.

- من خلال الجدول رقم 30 يتضح لنا أن أغلبية مفردات العينة لا تأخرهم مواقع التواصل الإجتماعي على صلاتهم وهذا ما صرحت به 35 طالبة بنسبة 60.34 %، أما اللواتي أجبن بأحيانا نسبتهم 27.58 % إذ بلغ عدد الطالبات 16 طالبة و تأتي بعدها نسبة 12.06 % أجبن بـ لا 7 طالبات.
- ويمكن القول أن الطالبات اللواتي صرحن بعدم تأخرهن عن أداء الصلاة أثناء تصفح مواقع التواصل الإجتماعي يرجع إلى أهمية ضبط سلوكهن وإدراكهن الأساسي للصلاة والمكانة التي تحوز عليها كفريضة بالنسبة لهم ، إذ يعتبر سلوك روحاني لا يمكن التخلي عنه مهما كانت درجة الاستخدام ، وإلى إهتمامهم بأداء الصلاة في وقتها وعدم إنشغالهم باستخدام هذه المواقع الافتراضية في مواقيت الصلاة سواء كانوا على تصفح أو إطلاع أو حتى دردشة مع الآخرين ، أما الطالبات الجامعيات اللواتي يلتزم من نسبيا بين الحين والآخر بأداء الصلاة قد يكون عائد هذا إلى توترهم بمتابعة مواقع التواصل الإجتماعي ولما لها دور كبير وأساسي في توعية وتحسيس بضرورة العودة والإلتزام بكل ما جاء يدعو إليه الدين الإسلامي لا سيما فيما يتعلق بأداء الصلوات في أوقاتها ويرجع السبب إلى عدم انضباطهن الرسمي بمواقيت الصلاة إلى قضاء أوقات طويلة من الزمن أثناء تصفح هذه المواقع (الفيسبوك ، اليوتيوب ، الإنستغرام، التيك توك)
- ويمكن تفسير أن هناك البعض من مفردات العينة يؤكدن بأنهم متعودون على تأخير أداء الصلاة في أوقاتها وهذا يعود بشكل خاص كونهم ينشغلون بتصفح محتويات ومضامين التي تنال إعجابهم وتلبي رغباتهن وحاجاتهن، حيث أصبح الأمر مسيطر عليهم بشكل كلي على جارح وحواس الأفراد وبالخصوص الطالبات الجامعيات مما لا يسمح لهن بالانتباه.

جدول (31): يوضح مدى تواصل أفراد العينة مع أقاربهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

النسبة المئوية (%)	التكرارات	التواصل مع الأقارب عبر مواقع التواصل الإجتماعي
70.68 %	41	نعم
3.44 %	2	لا
25.86 %	15	أحيانا
100 %	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 31.

- من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم 31، تبين لنا أن أغلبية مفردات العينة يتواصلون مع أقاربهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث قدرت نسبة الذين أجابوا نعم 70.68 %، لتليها نسبة 25.86 % أجابوا أحيانا، ثم تليها نسبة 3.44 % أجابوا لا.
- ويمكن تفسير تفاوت نسبة نعم عن النسب الأخرى (أحيانا، لا) أنه أمر سلبي تظهر سلبيته في أن المبحوثين لا يستخدمون هذه المواقع الافتراضية في حدود التسلية والترفيه فقط، بل يستخدمونها للتواصل مع أقاربهم وبالتالي يؤثر هذا الاستخدام على علاقاتهم الشخصية مع أصدقائهم وأقاربهم، أي أن هذه المواقع الافتراضية لها صدى كبير على تغير القيم الدينية للمبحوثين، إذ يظهر من خلال تأثيرها وزعزعتها لتماسك العلاقات الواقعية التي كانت سائدة في الماضي بين الفرد وأقاربه.

جدول (32): يبين مدى إعجاب أفراد العينة للمنشورات التي تحت على حفظ اللسان

النسبة المئوية (%)	التكرارات	حفظ اللسان
82.75 %	48	نعم
3.44 %	2	لا
13.79 %	8	أحيانا
100 %	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 32.

- يبين الجدول أعلاه رقم 32 مدى إعجاب مفردات العينة بالمنشورات التي تحت على حفظ اللسان عبر مواقع التواصل الإجتماعي، إذ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن معظم المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 82.75 % حيث بلغ عدد الطالبات 48 طالبة، لتليها 8 طالبات أجبن بأحيانا بنسبة 13.79 % وتأتي بعدها الطالبتين اللتان أجابتا بلا بنسبة قليلة إذ قدرت بـ 3.44 %.
- ويمكن تفسير هذا على أن أفراد العينة تنال إعجابهم مضامين ومحتويات المنشورات التي تحت على حفظ اللسان وهذا راجع إلى أن هذه الفئة المدروسة كونها من مجتمع محافظ على ما يحث وينص عليه ديننا الإسلامي، حيث ساهمت هذه الصفحات في توعية الأفراد وبالخصوص الطالبات الجامعيات بالتحفظ على القيم الدينية ومن أهمها حفظ اللسان إذ يعد من القيم الإسلامية الحسنة، حيث تعتبر على أنها علامات المؤمنين والأفعال المفروضة على المسلم، ولأنها ضرورية في تشكيل سلوك وبناء شخصية الإنسان وتجديد وتكوين مسارات المجتمعات في الحياة وتحفظ إستقرار المجتمع بعيدا عن النميمة والغيبة والتدخل في شؤون الآخرين والأشياء التي تؤدي بينهم إلى الرذائل والسلوكيات غير اللائقة بصفات المجتمعات الإسلامية، كما تبين كيف يتعامل الأفراد مع بعضهم البعض وفق ضوابط ومعايير إجتماعية ودينية متعارف عليها.

جدول (33): يوضح مدى متابعة أفراد العينة للصفحات التي تحت على فعل الخير

النسبة المئوية (%)	التكرارات	فعل الخير
93.10 %	54	نعم
0 %	0	لا
6.89 %	4	أحيانا
100 %	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 33.

- من خلال معطيات الجدول رقم 33 الذي يمثل مدى متابعة أفراد العينة عبر مواقع التواصل الإجتماعي الصفحات التي تحت على فعل الخير، حيث بلغت نسبة 39.10 % الذين أجابوا بنعم إذ قدر عدد الطالبات 54 طالبة، وتأتي بعدها 4 طالبات أجبن بأحيانا بنسبة 6.89 %، لتليها نسبة معدومة 0 % اللواتي أجبن بلا.
- ويمكن تفسير هذا أن أغلبية مفردات العينة قد تؤثر فيهم مضامين ومحتويات تعرض عبر صفحات مواقع التواصل الإجتماعي وخاصة التي تحت على فعل الخير، إذ أنها أصبحت مساحة مناسبة ومجالا واسعا لتقديم المساعدات ونشر الأعمال الخيرية وإعانة الغير كونها قيمة إنسانية ودينية سامية تعمل على تنمية روح التعاون والتضامن والتكافل الإجتماعي مع

أفراد المجتمع وبالأخص المحتاجين ، وبما أن وجود الصفحات عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي تساهم في نشر الأعمال والنشاطات التطوعية لفعل الخير مثل الجمعيات الخيرية والنادي الثقافية وغيرها من المؤسسات الفاعلة في المجتمع ، إذ تعتبر وسيلة فعالة للطلبة وبالأخص الطالبات الجامعيات لتعزيز معارفهم الدينية وتطويرها والبحث على التشجيع والتحفيز والإلهام في المبادرات الخيرية من خلالها ودعمهم بالقيام بالأعمال الصالحة والخيرية والتمسك بالعقيدة السليمة والأخلاق النبيلة ، وهذا ما يساعدهم على الإقتراب والإحسان أكثر وإحساسهم الدائم بالمحتاجين أثناء تأثرهم بالصور والفيديوهات المؤثرة المنشورة عبر الصفحات التي تحت على فعل الخير ، إذ تعتبر قيمة فعل الخير من القيم الأساسية التي يقوم عليها ديننا الحنيف والتي ألح عليها بشدة في كثير من النصوص القرآنية والأحاديث النبوية ، كما تبقى من الأشياء التي فطر عليها الإنسان عموماً والإنسان المسلم خصوصاً ، ومن هنا نستنتج أن هذا الأمر إيجابي نتيجة تتابع أفراد العينة إلى الصفحات التي تحت على فعل الخير عبر هذه المواقع الافتراضية (الفيسبوك ، اليوتيوب ، الإنستغرام، التيك توك) .

جـ جدول (34): يبين تعليقات أفراد العينة على المنشورات التي تشجعهم على التسامح

التسامح	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	47	81.03 %
لا	4	6.89 %
أحياناً	7	12.06 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 34.

- من خلال النتائج الواردة في الجدول 34، تبين لنا أن أغلبية الباحثين يعلقون على المنشورات التي تشجع قيمة التسامح، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا نعم 81.03 %، لتليها نسبة 12.06 % أجابوا أحياناً، ثم تليها نسبة 6.89 % أجابوا بـ لا.
- وكما هو موضح أن معظم مفردات العينة يعلقون على المنشورات التي تشجع قيمة التسامح، وربما يعود السبب في التأثير الذي تحدثه المضامين التوعوية الدينية في نفوس الباحثين من خلال بثها لصور أو فيديوهات أو قصص أو خبرات أو تجارب شخصية تعرف وتعزز قيمة التسامح بين الأفراد ومنه يكتسبون فهماً أعمق لأهمية هذه القيمة، فمضمون هذه المواقع أصبح هو الغذاء الديني والفكري والتوعوي لفئة الشباب عامة والطالبات الجامعيات على وجه الخصوص، فأى مضمون إعلامي ينشر يصحبه في القيم والذهنيات.

جـ جدول (35): يوضح مدى نشر أفراد العينة للمنشورات التي تحت على بر الوالدين:

التسامح	التكرارات	النسبة المئوية (%)
نعم	42	72.41 %
لا	2	3.44 %
أحياناً	14	24.13 %
المجموع	58	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على السؤال رقم 35.

- من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم 35، يتضح لنا أن أغلبية مفردات العينة يقومون بنشر منشورات تحت على بر الوالدين، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا نعم 72.41 % (42 طالبة) كأعلى نسبة، لتليها نسبة 24.13 % (14 طالبة) أجابوا أحيانا، ثم تليها نسبة 3.44 % (طالبتان) أجابوا لا.

ثانيا: عرض النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

- النتائج في ضوء التساؤل الأول:** المتعلق بعلاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الثقافية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع.
- تستخدم الطالبات الجامعيات اللغة العربية أثناء تصفحهن لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 93.10%.
- كشفت لنا الدراسة أن الطالبات الجامعيات لا يغيرن لهجتهم أثناء تواصلهم مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 65.51%.
- تشجع مواقع التواصل الاجتماعي الطالبات الجامعيات علن نشر طرق إحتفالهم بالمناسبات بنسبة 32.75%.
- بينت لنا الدراسة أن أغلبية مفردات العينة الذين تنشؤوا في الريف "أحيانا" ما تمكنهم مواقع التواصل الاجتماعي من إقتناء الألبسة العصرية بنسبة 13.79%، في حين أن أغلبية مفردات العينة الذين تنشؤوا في الحضر "نعم" تمكنهم هذه المواقع من إقتناء الألبسة العصرية بنسبة 31.03%.
- ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الطالبات الجامعيات على التمسك بالألبسة التقليدية بنسبة 43.10%.
- توصلت الدراسة أن الطالبات الجامعيات لا يفتنون من مواقع التواصل الاجتماعي أجود الماركات العالمية لمستحضرات التجميل بنسبة 43.10%.
- تعلق الطالبات الجامعيات على المنشورات التي تعرض عادات وتقاليد منطقتهم بنسبة 55.17%.
- تتابع الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المنشورات التي تساهم في نشر ثقافته الأكل السريع بنسبة 55.17%.
- تكتسب الطالبات الجامعيات أثناء تعرضها لمواقع التواصل الاجتماعي أطباقا جديدة بنسبة 89.65%.
- النتائج في ضوء التساؤل الثاني:** المتعلق بعلاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتغيير القيم الاجتماعية لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع.
- تنظم الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى مجموعات تدعم نشر قيمه التعاون بين الفاعلين الاجتماعيين بنسبة 58.62%.

- أوضحت لنا النتائج الدراسة أن أغلبية الطالبات الجامعيات الذين يقطنون في الإقامة الجامعية "نعم" أدت متابعتهم لصناع المحتوى عبر مواقع التواصل الإجتماعي إلى تغيير أطباعهم السلوكية بنسبة 8.62%، في حين أن الطالبات الجامعيات الذين يقطنون في المنازل "لا" لم تؤدي متابعتهم لصناع المحتوى إلى تغيير أطباعهم السلوكية بنسبة 37.93%.
- تشجع المنشورات التي تتلقاها الطالبات الجامعيات عبر مواقع التواصل الإجتماعي إلى مشاركتهم في إحدى النشاطات التطوعية بنسبة 43.1%.
- تقوم الطالبات الجامعيات بنشر محتويات عبر صفحاتهم تنمي قيمة التواصل بنسبة 55.17%.
- تكشف الدراسة أن الطالبات الجامعيات يرفضن التعليق على المنشورات غير اللائقة عبر صفحات مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 89.65%.
- بينت الدراسة أن الطالبات الجامعيات يتأثرن بتصورات وأفكار الأخرى بنتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 41.37%.
- توضح نتائج الدراسة أن الطالبات الجامعيات يعتقدون بأن المواد المعروضة عبر مواقع التواصل الإجتماعي تساهم في زيادة العنف الإجتماعي بنسبة 65.51%.
- أكدت الدراسة بأن مواقع التواصل الإجتماعي ساهمت في تفشي العزلة الإجتماعية بين أفراد المجتمع لدى الطالبات الجامعيات بالنسبة 95%.
- عرض النتائج في ضوء التساؤل الثالث: المتعلق بعلاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغيير القيم الدينية لدى طالبات سنة أولى ماستر على الإجتماع.**
- أثبتت الدراسة بأن الطالبات الجامعيات يقومون بنشر الآيات القرآنية عبر صفحاتهم بنسبة 70.68%.
- كشفت الدراسة بأن الطالبات الجامعيات ينضمون عبر موقع التواصل الإجتماعي في مجموعات تحت على الإحسان إلنا الآخر بنسبة 51.72%.
- توضح لنا الدراسة أن الطالبات الجامعيات تنال إعجابهم المنشورات التي تتضمن مواضيع الصدق بنسبة 94.82%.
- أوضحت لنا الدراسة أن الطالبات الجامعيات يتحسسون من المنشورات التي تحمل نوع من الإستهزاء بالدين الإسلامي بنسبة 93.10%.
- بينت الدراسة أن الطالبات الجامعيات تأخرهم مواقع التواصل الإجتماعي على أداء صلاتهم بنسبة 60.34%.
- أوضحت لنا الدراسة أن الطالبات الجامعيات يتواصلون مع أقاربهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 70.68%.
- كشفت لنا الدراسة أن الطالبات الجامعيات تنال إعجابهم المنشورات التي تحث على حفظ اللسان بنسبة 82.75%.

- أن الطالبات الجامعيات يتابعون عبر مواقع التواصل الإجتماعي الصفحات التي تحت على فعل الخير بنسبة 93.10%.
- أوضحت نتائج الدراسة أن الطالبات الجامعيات يعلقون على المنشورات التي تشجعهم على التسامح بنسبة 81.03%.
- بينت الدراسة أن الطالبات الجامعيات ينشرن المنشورات التي تحت على بر الوالدين عبر مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 72.41%.
- النتائج العامة للدراسة:

1. لا توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك – اليوتيوب – الإنستغرام – التيك توك، وتغير القيم الثقافية لدى الطالبات الجامعيات حسب إستجابات مفردات العينة، وحسب وجهة نظرهم، إذ قدرت نسبة ذلك بـ (45.97 %).
2. وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك – اليوتيوب – الإنستغرام – التيك توك، وتغير القيم الإجتماعية لدى الطالبات الجامعيات، ولكن بدرجة متوسطة حسب إستجابات مفردات العينة، وحسب وجهة نظرهم، إذ قدرت نسبة ذلك بـ (59.06 %).
3. وجود علاقة جيدة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك – اليوتيوب – الإنستغرام – التيك توك، وتغير القيم الدينية لدى الطالبات الجامعيات حسب إستجابات مفردات العينة، وحسب وجهة نظرهم، إذ قدرت نسبة ذلك بـ (71.02 %).
4. وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك – اليوتيوب – الإنستغرام – التيك توك، وتغير منظومة القيم لدى طالبات سنة أولى ماستر علم الإجتماع في ظل التغير الثقافي، ولكن تبقى بدرجة متوسطة، وبنسبة إجمالية قدرت بـ (58.68 %) حسب إستجابات أفراد العينة البحث محل الدراسة.

خلاصة الفصل الثاني:

في هذا الفصل تم توضيح مجتمع وعينة الدراسة، وكذا تحديد الأداة المستخدمة في جمع البيانات التي تمثلت في الإستبيان، حيث تم الإعتماد في حساب وتحليل وتفسير النتائج على الجداول التكرارية والنسب المئوية.

بعد ما تم فرز البيانات وتحليل الجداول وتفسير النتائج التي توصلنا إليها في موضوع دراستنا تبين لنا أنه تم تحقيق النتائج المطلوبة بعدما أجبننا ن التساؤلات التي تم طرحها.

الخاتمة

قائمة المصادر

١٠٠

قائمة المصادر والمراجع

❖ الكتب

2. أوشعيره خالد محمد، ثائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، ط1، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
3. بن سولة نور الدين، التحولات الاجتماعية في البيئة الرقمية، ط1، دار المثقف للنشر والتوزيع، الجزائر، 2022.
4. بوحوش عمار، الذنبيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
5. الجلاد ماجد زكي، تعلم القيم وتعليمها تصور نظري وتطبيقي لطرائق وإستراتيجيات تدريس القيم، ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013.
6. الحاج كمال، نظريات الإعلام والاتصال، الطبعة 01، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
7. حامد خالد، مدخل الى علم الاجتماع، ط3، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.
8. خضر فضل الله وائل مبارك، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية، السودان، 2010.
9. الدقس محمد عبد المولى، التغير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، ط3، مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
10. الدناني عبد المالك، أحمد هاشم سامية، مناهج بحث الاتصال الحديثة، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
11. دويدري رجاء وحيد، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط 1، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2000.
12. شفيق حسين، الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
13. عبد الرحمان فوزي، مكاري علي، دراسات في الأثرولوجيا، ط1، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
14. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة (المفاهيم والاشكاليات من الحداثة الى المعلومة)، ط1، مركز دراسات الغربية، لبنان، 2006.
15. عزي عبد الرحمان، بومعيزة السعيد، وسائل الإعلام والمجتمع، رؤية تطبيقات على المنطقة العربية، الطبعة 01، د-د، الجزائر، 2010.
16. عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز، الطبعة 03، مركز دراسات الوحدة العربية، د-ب، 2013.
17. عصام توفيق وآخرون، مدخل الى دراسة العربي، ط1، دار الفكر، عمان، 2008.
18. عبد العال حسن محمد محمود، إعادة التفكير في التنمية الثقافية، ط1، العبيكان للنشر، القاهرة، 2013.
19. عوض الزوي عبد الرزاق عبد الله، دور التحديث الاجتماعي في تغير القيم الاجتماعية دراسة سوسيولوجية في التغير الاجتماعي، ط1، دار الأيتام للنشر والتوزيع، عمان، 2022.
20. غيات بوفلجة، تحولات القيم الثقافية في المجتمعات العربية، ط1، دار الموج الأخضر للنشر، الجزائر، 2023.
21. قاسمي ناصر، مصطلحات أساسية في علم الاجتماع، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، القاهرة، 2017.
22. القواسمة أحمد حسن، البلوي عايد بن علي، منظومة القيم الجامعية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
23. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
24. المصري إيهاب عيسى، القيم التربوية والأخلاقية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
25. مكاي حسن عماد، السيد ليلي حسين، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة 01، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
26. ملحس استيتية دلال، التغير الاجتماعي والثقافي، ط3، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

❖ المجلات والمقالات العلمية:

27. بن رمضان سامية، التغير القيمي وأثره على إتجاهات الشباب في المجتمع الجزائري بين الواقع والتحديات المستقبلية، قراءة سوسيولوجية، جامعة خنشلة، الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد7، سبتمبر 2013.
28. ميدون ليلي، تأثير البيئة الرقمية على سلوك الأحداث والأسرة، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 13، جوان 2023.

❖ المذكرات والأطروحات:

29. بوراس فيصل، وسائل الإتصال الجماهيري ودورها في إحداث التغير الثقافي في المجتمع في عصر العولمة من وجهة نظر الأستاذ الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم تخصص علم الاجتماع والاتصال والعلاقات العامة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019.

30. غواظني ملكية، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وتأثيرها على قيم الشباب " الإنترنت أنموذجاً"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال الطور الثالث، تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021.
31. فرفار جمال، تمثلات الشباب الجامعي للقيم السوسيو ثقافية، طلبة كلية الآداب واللغات والعلوم الإجتماعية والإنسانية، "جامعة معسكر أنموذجاً"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإجتماعية، جامعة وهران، 2014.
32. لحواطي عتيقة، إسترجاع المعلومات العلمية والتقنية في ظل البيئة الرقمية ودوره في دعم الإتصال العلمي بين الباحثين، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه، علم المكتبات، جامعة قسنطينة، 2010.
33. هتمان محمد، سلوكيات الأساتذة الباحثين للوصول الى المعلومات في البيئة الرقمية الأستاذة الباحثون بجامعتي الجلفة والأغواط في البيئة الرقمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة وهران، 2014.

❖ المحاضرات

34. أحمد جلولوآخرون. محاضرات في المدارس والمناهج، محاضرات لطلبة الجذع المشترك في العلوم الإنسانية والإجتماعية، دار سامي للنشر والتوزيع، جامعة الوادي. 2019.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي -

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإجتماعية

تخصص: علم الاجتماع الإتصال

الإستبيان

البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظمة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي
"مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجا"
دراسة ميدانية على عينة من طالبات سنة أولى ماستر علم الاجتماع.

- الأزهر - ضيف

- بوطي إكرام

- ضوسمية

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار إستكمال الحصر على شهادة الماستر الأكاديمي في تخصص علم اجتماع الإتصال وإنجاز البحث الموسوم بـ : البيئة الرقمية وعلاقتها بتغير منظمة قيم الطالبات الجامعيات في ظل التغير الثقافي "مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجا" لذلك نضع بين أيديكم هذا الإستبيان ونتقدم إليكم بمجموعة من الأسئلة نرجو منكم الإجابة عنها بصدق وموضوعية , وذلك من خلال وضع علامة (×) في الخانة المناسبة , ونعدكم بأن تكون هذه البيانات سرية لغرض البحث العلمي فقط تقبلوا منا جزيل الشكر والإمتنان نظير جهودكم المبذولة ملاحظة: البيئة الرقمية=العالم الافتراضي= مواقع التواصل الاجتماعي.

الموسم الجامعي: 2023-2024

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1. السن:

- من 24 إلى 28

- فوق 73

- من 19 إلى 23

- من 29 إلى 30

2. الحالة الإجتماعية:

- متزوجة مطلقة

- عزباء أرملة

3. وسط التنشئة الإجتماعية:

ري - في مكان الإقامة

الإقامة الجامع - المنز زل

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الإجتماعي
لدى الطالبات الجامعيات:

5. ما هو الموقع الإلكتروني الأكثر استخداما لديك؟

الفيس ب - اليوتيوب
الإنستغرام - التيك توك

6. ما هو معدل استخدامك لهذا الموقع في اليوم؟

أقل من ساعة - ساعة
ساعتين - ثلاث ساعات

7. ما هي الأوقات التي فضلتها لتصفحك لهذا الموقع؟

صباحا - ظهرا
مساء - ليلا

8. ما هي أماكن تصفحك لهذا الموقع؟

في المنزل - العم - الامم ومية
الجامع - الإقامة الج - اخرى ر

المحور الثالث: علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغير القيم الثقافية لدى الطالبات الجامعيات.

9. ماهي اللغة المستخدمة لديك عند تصفحك لمواقع التواصل الإجتماعي؟

اللغة العربية - اللغة الفرنسية - اللغة ال ية
اخرى

10. هل تغيرين لهجتك أثناء تواصلك مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم - أحيانا

11. هل تشجعك مواقع التواصل الاجتماعي على نشر طريقة إحتفالك بالمناسبات؟

نعم - أحيانا

12. يمكنك مواقع التواصل الاجتماعي على إقتنائك للألبسة العصرية؟

نعم - أحيانا

13. تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي على التمسك بالألبسة التقليدية؟

نعم - أحيانا

14. تقنين من مواقع التواصل الاجتماعي أجود الماركات العالمية لمستحضرات التجميل؟

نعم - أحيانا

15. هل تعلقين على المنشورات التي تعرض عادات وتقاليد منطقتك؟

16. هل تتابعين ن عبر مواقع التواصل الإجتماعي المنشورات التي تساهم في نشر ثقافة الأكل السريع؟
- نعم - أحيانا
17. هل إكتسبتي تعرضك لمواقع التواصل الإجتماعي أطباق أكل جديدة؟
- نعم - أحيانا
- نعم - أحيانا

المحور الرابع : علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغير القيم الإجتماعية لدى الطالبات الجامعيات .

18. هل تتضمن عبر مواقع التواصل الإجتماعي إلى المجموعات التي تدعم نشر قيمة التعاون بين الفاعلين الإجتماعيين ؟

19. متابعتك لصاح المحتوى عبر مواقع التواصل الإجتماعي أدى إلى تغيير اصباح السلوكية ؟
- نعم - أحيانا

20. هل تشجعت المنشورات التي تتلقينها عبر مواقع التواصل الإجتماعي إلى مساركك في إحدى النشاطات التطوعية ؟

21. هل تقومين بسر محتويات تنمي قيمه المواضيع عبر صفحتي ؟
- نعم - أحيانا

22. هل ترفضين التعليق على المنشورات عبر اللانقة عبر صفحات مواقع التواصل الإجتماعي ؟

23. استخدامك مواقع التواصل الإجتماعي يجعلك متأثرة بتصورات وأفكار الآخرين ؟
- نعم - أحيانا

24. هل تعتقدين بان المواد المعروضة عبر مواقع التواصل الإجتماعي تساهم في زيادة العنف الإجتماعي ؟

25. حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي في تفشي العزلة الإجتماعية بين أفراد المجتمع ؟
- نعم - أحيانا

.....

المحور الخامس: علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتغير القيم الدينية لدى الطالبات الجامعيات.

26. هل تقومين بنشر الآيات القرآنية عبر صفحتي؟

- نعم م - أحياناً

27. هل تنضمين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مجموعات تحت على الإحسان إلى الآخر؟

- نعم م - أحياناً

28. هل تنال إعجاب المنشورات التي تتضمن مواضيع عن الصدق؟

- نعم م - أحياناً

29. هل تتحسسين من المنشورات التي تحمى نوع من الإستهزاء بالدين الإسلامي؟

- نعم م - أحياناً

30. تأخرت مواقع التواصل الإجتماعي على أداء صلاتك؟

- نعم م - أحياناً

31. تتواصلين مع أقاربك عبر مواقع التواصل الإجتماعي؟

- نعم م - أحياناً

32. هل تعجبك المنشورات التي تحت على الإحسان إلى الآخر؟

- نعم م - أحياناً

33. هل تتابعين عبر مواقع التواصل الإجتماعي الصفحات التي تحت على فعل الخير؟

- نعم م - أحياناً

34. هل تعبين على المنشورات التي تشجع على التسامح؟

- نعم م - أحياناً

35. تنشرين المنشورات التي تحت على بر الوالدين؟

- نعم م - أحياناً