



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الوادي



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع

أطروحة دكتوراه

مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث (LMD)

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي
في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري
دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة: الوادي، بسكرة، ورقلة

من إعداد الطالب: عبد الحق ونوغي
إشراف: أ.د حمزة قدة

نوقشت أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
محمد بشير محمودي	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	رئيساً
حمزة قدة	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مشرقاً
فاطمة الزهراء قيطة	أستاذ محاضر أ	جامعة الوادي	مناقشاً
عبد الرحيم بن بوزيان	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مناقشاً
زكرياء بن صغير	أستاذ تعليم عالي	جامعة بسكرة	مناقشاً
عطاء الله طريف	أستاذ تعليم عالي	جامعة الأغواط	مناقشاً

السنة الجامعية: 1447-1448 هـ / 2025-2026 م



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الوادي



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع

أطروحة دكتوراه

مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث (LMD)

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

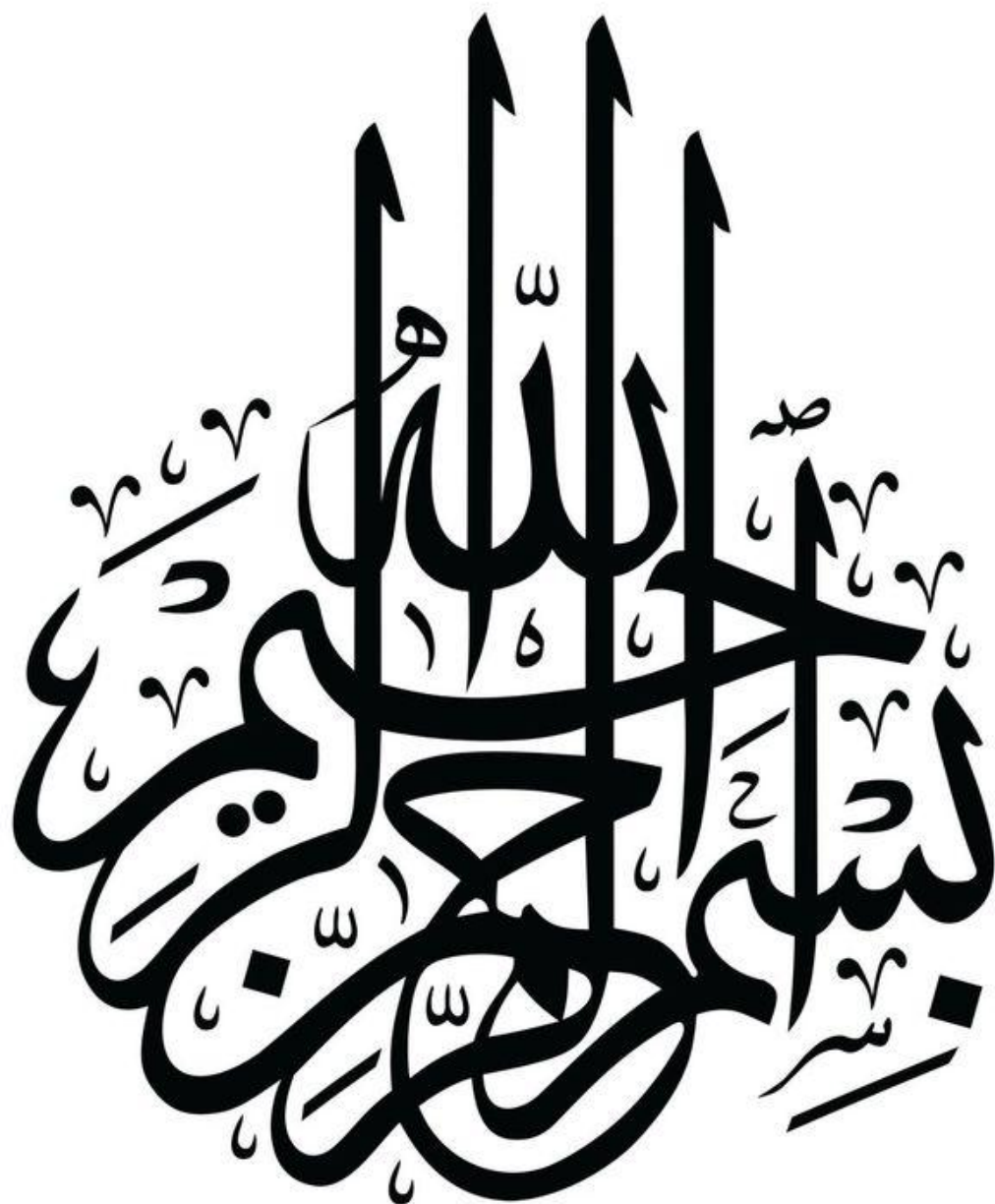
تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي
في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري
دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة: الوادي، بسكرة، ورقلة

من إعداد الطالب: عبد الحق ونوغي
إشراف: أ.د حمزة قدة

نوقشت أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
محمد بشير محمودي	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	رئيساً
حمزة قدة	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مشرقاً
فاطمة الزهراء قبيطة	أستاذ محاضر أ	جامعة الوادي	مناقشاً
عبدالرحيم بن بوزيان	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مناقشاً
زكرياء بن صغير	أستاذ تعليم عالي	جامعة بسكرة	مناقشاً
عطاء الله طريف	أستاذ تعليم عالي	جامعة الأغواط	مناقشاً

السنة الجامعية: 1447-1448 هـ / 2025-2026 م



شكر و تقدير

لي عظيم الشرف، أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان وخالص الامتنان، لأولئك الذين علمونا، وأخلصوا بذمتهم وضميرهم وحتى بوقتهم، وجهدهم وصبرهم، لم يبخلوا عنا، في وقت الحاجة والضرورة، متمسكين ومتشبثين بعزائمهم برسالة العلم المجيدة، مرتقين بها لمصاف العلى، فارتقت بهم هي و بأخلاقهم السمحة..

إلى أولئك الأساتذة الكرام..

وأخص بالذكر، أستاذي ومشرفي، الأستاذ الدكتور : حمزة قدة..

ومن خلاله أتقدم بخالص تشكراتي لكافة أساتذتي الكرام، في مختلف مراحل ومسارات التكوين في طور الدكتوراه، وحتى أولئك الذين قدموا لنا يد العون والمساعدة..

شكرا لكم جميعاً..

جزاكم الله كل خير..

ونوغى عبد الحق

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع، إلى روح والدي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه..

وإلى: والدتي حفظها الله سبحانه وتعالى..

كما أهدي هذا العمل..

إلى إخواني أخواتي..

أهدي هذا العمل المتواضع..

إلى: أصدقائي، أحبائي وأعرائي كل باسمه...دون نسيان كل من ساندنا في سبيل هذا الإنجاز..

ونوغى عبد الحق

الملخص

تعد مواقع التواصل الاجتماعي فضاءً يعج بمختلف المضامين والرسائل المكتوبة، والسمعية والبصرية، التي تؤثر على المستخدمين خصوصاً فئة الشباب باعتبارهم أكثر الفئات الاجتماعية التي تلج لهذه المواقع، حيث يتعدى هذا التأثير مسألة الحديث عن فئة الشباب عامة، إلى الحديث عن التأثير على فئة الشباب الجامعي باعتبارهم فئة مهمة في المجتمع وصفوة بالنسبة لأقرانهم من الشباب.

وفي خضم هذه المعطيات جاءت هذه الدراسة الوصفية، التي تعتمد على منهج المسح لاستجلاء واقع "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري"، بهدف تسليط الضوء على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة للدوافع القيمية التي تقف وراء ولوجهم لهذه المواقع، فضلاً عن رصد مختلف التأثيرات التي يحدثها الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية والسلبية للشباب الجامعي.

ولقد تم الاعتماد في هذه الدراسة، على أداة استمارة الاستبيان التي تسلم ميدانيا للمبحوثين، أما عن عينة الدراسة، فقد تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من الشباب الجامعي في ولايات: الوادي، بسكرة، ورقلة، وتم الاعتماد في هذا الصدد على العينة غير الاحتمالية الحصصية، بشكل متساوٍ ما بين الذكور والإناث في التوزيع بواقع 20 مفردة مقسمة على كل كلية وقسم في الجامعة.

وفي هذا الصدد تم التوصل لمجموع 520 مفردة في الجامعات الثلاث: جامعة الوادي 160 مفردة "80 ذكور و80 إناث"، وجامعة بسكرة 160 مفردة "80 ذكور و80 إناث"، جامعة ورقلة 200 مفردة "100 ذكور و100 إناث".

ولقد توصلت الدراسة لجملة من النتائج التي تجيب عن تساؤلات البحث:

-تنوعت عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، تبعاً لحجم الاستخدام الكثيف نوعاً ما، والاستخدام المكثف لبعض المواقع دون الأخرى: مثل فايسبوك ويوتيوب وتيك توك، فضلاً عن التفاعل مع مقاطع الفيديو في التعرض للمحتويات وبشكل أقل مع الصور والمنشورات.

-تعدد الدوافع القيمية التي تتفق مع تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، مثل: الهروب من الضغوطات اليومية، مطالعة المستجدات والأخبار، التفاعل مع قيم التكافل والمحافظة على البيئة.

-تحت مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الشباب الجامعي على ممارسة قيم اجتماعية عديدة مثل: الإحسان للجار، مساعدة المحتاج، القيام بالأعمال التطوعية، وغيرها.

-كثرة تداول رسائل القيم الاجتماعية السلبية، وعدم تفاعل الشباب معها، بحيث لا يتم إعارتها أي أهمية نظرا لرفضهم لها جملة وتفصيلاً، مثل: قيم الرياء، والتتمر، الخيانة، والكذب وغيره.

الكلمات المفتاحية: تأثير، مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الاجتماعية، الشباب الجامعي.

Abstract:

Social media platforms are a space teeming with various written, audio, and visual content and messages that influence users, especially young people, as they are the most frequent visitors to these platforms. This influence extends beyond discussing youth in general to addressing the impact on university youth, considering them an important segment of society and an elite group among their peers.

Amidst these considerations, this descriptive study employs a survey methodology to explore the reality of "the impact of social media on the social values of university youth in the southeastern Algerian provinces." The study aims to shed light on the habits and patterns of university youth in using social media, the value-based motivations driving them to access these platforms, and the various positive and negative effects that social media usage has on their social values.

This study relies on a questionnaire distributed in the field to respondents. Regarding the study sample, the field study was conducted on a sample of university youth in the provinces of El Oued, Biskra, and Ouargla. A non-probability quota sampling method was used, ensuring an equal distribution between males and females, with 20 individuals selected from each faculty and department in the university.

As a result, a total of 520 individuals were surveyed across the three universities: 160 individuals from the University of El Oued (80 males and 80 females), 160 from the University of Biskra (80 males and 80 females), and 200 from the University of Ouargla (100 males and 100 females).

The study yielded several findings that answer the research questions:

- The habits and patterns of university youth using social media varied according to the intensity of usage. Some platforms were used more extensively than others, such as Facebook, YouTube, and TikTok. Interaction with video content was more common compared to images and text posts.
- The value-based motivations for university youth's engagement with social media included escaping daily pressures, staying updated with news and developments, and interacting with values related to solidarity and environmental conservation.
- Social media content encourages university youth to practice various social values, such as kindness to neighbors, helping those in need, and engaging in volunteer work.

Negative social values are frequently circulated on social media, but university youth generally do not engage with them, disregarding them entirely due to their outright rejection of values such as hypocrisy, bullying, betrayal, and lying.

Key words: Effect, Social media, Social values, University youth.

الصفحة	فهرس المحتويات
-	شكر و تقدير
-	الإهداء
-	الملخص
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
-	قائمة الأشكال
-	قائمة الملاحق
20	مقدمة
	الجانب المنهجي للدراسة
23	1-بناء الإشكالية
26	2-أهداف الدراسة
26	3-أهمية الدراسة
27	4-أسباب إختيار الموضوع
28	5-تحديد المفاهيم
36	6-الدراسات السابقة
36	6-1-الدراسات العربية
36	أ-الدراسات المطابقة
39	ب-الدراسات المشابهة
50	6-2-الدراسات الأجنبية
54	7-المقاربة النظرية: الحتمية القيمية في الإعلام
62	8-صعوبات الدراسة
	خلاصة
	الجانب النظري للدراسة
	تمهيد
	المبحث الأول: مدخل الى مواقع التواصل الاجتماعي
74	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها
77	المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

78	المطلب الثالث: إستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
80	المطلب الرابع: تطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي
83	المطلب الخامس: مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي
المبحث الثاني: القيم الاجتماعية وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي	
84	المطلب الأول: مفهوم القيم الاجتماعية
86	المطلب الثاني: المصادر الأساسية للقيم الاجتماعية
88	المطلب الثالث: خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها
90	المطلب الرابع: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتنمية وترسيخ منظومة
92	المطلب الخامس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تجسيد قيم التكافل الاجتماعي
93	المطلب السادس: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية
المبحث الثالث: مدخل مفاهيمي للشباب الجامعي الجزائري ومجالات اهتمامه في ظل منظومة القيم الاجتماعية	
95	المطلب الأول: مفهوم الشباب الجامعي
96	المطلب الثاني: خصائص الشباب الجامعي وأهميته في المجتمع
99	المطلب الثالث: انشغالات ومجالات اهتمام الشباب الجامعي
101	المطلب الرابع: رؤى وآفاق الشباب الجامعي في زمن التكنولوجيات الحديثة للاتصال
103	المطلب الخامس: العلاقة مابين اهتمامات الشباب و أهمية منظومة القيم
خلاصة	
الجانب التطبيقي للدراسة	
تمهيد	
109	أولاً: المجال الإجرائي
109	حدود الدراسة: المكانية، الزمانية
110	مجتمع الدراسة والعينة
112	منهج وأدوات الدراسة
114	اختبار صدق وثبات أدوات الدراسة
118	ثانياً: نتائج الدراسة التطبيقية

205	ثالثا: نتائج عامة
205	1-حسب محاور الدراسة
220	2-نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
221	3-نتائج الدراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام
222	4-نتائج عامة في ضوء تساؤلات الدراسة
	خلاصة
228	خاتمة
232	قائمة المصادر و المراجع
-	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	قيم معاملات ارتباط كل محور من محاور الاستبيان بالدرجة الكلية له	115
2	قيم T test لدلالة الفروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبيان	116
3	معاملات الثبات للاستبيان بمحاوره باستخدام طريقة التجزئة النصفية	117
4	قيم معاملات الثبات للاستبيان ومحاوره الفرعية باستخدام طريقة "ألفا كرونباخ"	117
5	خصائص عينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة، و ورقلة تبعاً لبعض المتغيرات.	118
6	عدد التكرارات والنسب المئوية لمتوسط ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	123
7	ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لاستخدام أفراد عينة الدراسة بناءً على المتوسط الترتيبي والمتوسط الحسابي	125
8	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من قبل أفراد عينة الدراسة	125
9	عدد تكرارات استخدام الأجهزة الإلكترونية للوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد عينة الدراسة	129
10	عدد الحسابات المملوكة من قبل أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.	131
11	أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	134
12	مدى مشاركة الشباب الجامعي محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري	136
13	عدد التكرارات والنسب المئوية لنوع البيانات التي يُفصح عنها الشباب الجامعي عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي	138
14	عدد التكرارات والنسب المئوية لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي خلال تصفح واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	141
15	عدد التكرارات والنسب المئوية لمتابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	144

146	نسب وتكرارات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري	16
158	جدول يوضح نسب وتكرارات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري	17
172	جدول يوضح نسب وتكرارات أكثر القيم الاجتماعية السلبية الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	18
187	تكرارات ونسب ردود الفعل التعبيرية على مضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	19
189	تكرارات ونسب أنماط التفاعل مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي"	20
190	تكرارات ونسب أنماط تفاعل أفراد عينة الدراسة مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية	21
193	تكرارات ونسب التعليق على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية	22
195	تكرارات ونسب الاعتقاد بأن جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في صناعة محتويات اجتماعية موجبة	23
197	تكرارات ونسب الاعتقاد بأن القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الفرد من الأسرة والبيئة الاجتماعية	24
198	تكرارات ونسب الاعتقاد بأن المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة	25
200	تكرارات ونسب الحلول الممكنة لمعالجة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	26

قائمة الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
1	التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة و ورقلة حسب الجنس	119
2	التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة و ورقلة حسب السن	120
3	التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة و ورقلة حسب المستوى الدراسي	121
4	التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة و ورقلة حسب المستوى المعيشي	122
5	تكرارات ونسب متوسط استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	123
6	تكرارات استخدام الأجهزة الإلكترونية للوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد عينة الدراسة	129
7	عدد الحسابات المملوكة من قبل أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي	132
8	أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	134
9	مدى مشاركة الشباب الجامعي محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري	137
10	التكرارات والنسب المئوية لنوع البيانات التي يُفصح عنها الشباب الجامعي عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي	139
11	عدد التكرارات والنسب المئوية لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي خلال تصفح واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	142
12	عدد التكرارات والنسب المئوية لمتابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	144
13	تكرارات ردود الفعل التعبيرية على مضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	188
14	تكرارات ونسب أنماط التفاعل مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي"	189

15	تكرارات أنماط تفاعل أفراد عينة الدّراسة مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية.	191
16	تكرارات ونسب التعليق على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية	193
17	تكرارات ونسب الاعتقاد بأنّ جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في صناعة محتويات اجتماعية موجبة	195
18	تكرارات ونسب الاعتقاد بأنّ القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الفرد من الأسرة والبيئة الاجتماعية	197
19	تكرارات ونسب الاعتقاد بأنّ المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة	199

قائمة الملاحق		
الصفحة	العنوان	رقم الملحق
—	استمارة الإستبيان	01
—	قائمة الأساتذة المحكمين لاستمارة الإستبيان	02
—	إحصائيات مجتمع الدراسة الخاصة بجامعات: "الوادي، بسكرة، ورقلة"	03

مقدمة

مقدمة

تشكل القيم ركيزة أساسية لنهضة المجتمعات المعاصرة، ولبنة اجتماعية قوية الأواصر و تقليدية الروابط، فعلى مر العصور كانت دعوة الدين الإسلامي للتمسك بالقيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية أيضاً، والتحذير من تلك القيم التي كانت تبرز في سلوكيات المجتمعات الغربية المنتجة للتكنولوجيات والأفكار أيضاً. ولقد تأكد هذا الجهد في المحاولات الحديثة للمفكرين العرب والمسلمين، من قبيل تلك الآراء والأفكار التي قدمها الباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن" في ما يخص نظريته التي أطلق عليها "بالنظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، وكانت القيم موضوع بحثه في سياق أهمية وأسبقية الرسالة والمضمون بغض النظر عن الوسيلة.

وفي خضم هذا النموذج الذي ساق أفكاره الباحث "عزي عبد الرحمن"، تعتبر أفكاره محاولة مهمة للفكر العربي في ميدان نظريات الاتصال، بحيث تجاوزت تلك المسلمات الفكرية التي ترتبط بتأثير هذه الوسائل تارة مابين قوة الوسيلة، بشكل يشبه تأثير الحقنة تحت الجلد، أو تلك النظريات التي ترجح كفة التأثير المعتدل لوسائل الإعلام على الجماهير، بحيث كان الإسهام الفكري للحتمية القيمية في عنصر الرسالة أو المضمون، وذلك في ضوء محورية فكرة "الرسالة هي الوسيلة".

ولازالت افتراضات المنظور الحتمي القيمي في الإعلام تناقش ليومنا هذا، بل إنَّ عديد الدراسات في المجال الإعلامي تختبر فرضياتها، ومن بينها دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، من كون هذه الأخيرة تعد أيضاً وسائل وتقنيات تحمل مضامين ورسائل مختلفة، بل بات الحديث عنها موازياً للحديث عن مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وذلك لانتقال الكيان الاجتماعي وحتى الأسري لاستخدامها وفق عادات وأنماط مختلفة.

وفي هذا السياق تنصب دراستنا، منهجياً ونظرياً وتطبيقياً للبحث والتنقيب حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

وسيمت في هذه الدراسة تناول الموضوع بالبحث والدراسة وفق ثلاثة أطر متبوعة مباحث، نجدها كما يلي: -الإطار المنهجي للدراسة: تنصده مقدمة عامة للموضوع، ثم خلفية لإشكالية الدراسة التي يتمخض عنها تساؤل محوري رئيس، ثم تساؤلات فرعية، ثم أهداف الموضوع، يليها خطوة أهمية الدراسة، ثم أسباب اختيار الموضوع التي تتراوح مابين الأسباب الذاتية منها والموضوعية أيضاً، ثم يليها خطوة تحديد المفاهيم الأساسية في الدراسة في جانبها اللغوي والاصطلاحي والإجرائي أيضاً، ثم يليها خطوة الدراسات المطابقة و المشابهة والدراسات الأجنبية، ثم تتبعها المقاربة النظرية "الحتمية القيمية في الإعلام" شاملة جانبيين أساسيين هما

أطرها النظرية والمعرفية، كما نتطرق أيضاً في هذا الجانب للتعرض لأهم الصعوبات والتحديات المتعلقة بموضوع الدراسة في أبعادها الإجرائية والبحثية المختلفة.

- الإطار النظري: يتكون من ثلاثة مباحث أساسية، تحكم متغيرات البحث:

المبحث الأول: خاص بمواقع التواصل الاجتماعي، وفي هذا المبحث يتم البحث في مفاهيم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها واستخداماتها، ثم التطرق لأهم تطبيقاتها، ثم مخاطر استخدامها.

المبحث الثاني: خاص بالقيم الاجتماعية، ويتم فيه التأسيس النظري المفاهيمي للقيم الاجتماعية، وخصائصها وأهميتها أيضاً، ثم التطرق للربط مابينها وبين وسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء البحث في إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية.

المبحث الثالث: خاص بالشباب الجامعي، بحيث نجد أنّ هذا المبحث خاص بتعريفات وخصائص وأهمية الشباب الجامعي، كما يتم في هذا المبحث الربط مابين عنصري الشباب الجامعي وعنصر القيم، وأيضاً التطرق لأهم انشغالات الشباب الجامعي.

الإطار التطبيقي: أو الميداني للدراسة، بحيث يتم تقسيمه وفق مبحثين أيضاً، مبحث خاص بالمجال الإجرائي للدراسة وضمنه نجد تحديد الإجرائي لمجتمع البحث والعينة واختبار صدق وثبات أدوات الدراسة "الاستبيان"، على أن يكون هناك مبحث ثانٍ خاص بالمجال الإحصائي للدراسة، وضمنه نجد استخدام البرنامج الإحصائي "Spss"، فضلاً عن التحليل الكمي والكيفي للبحث ونتائج الدراسة.

الجانِب المنهجي للدراسة

1- بناء الإشكالية

أحدثت تكنولوجيات الاتصال عبر شبكة الإنترنت نقلةً نوعيةً في طبيعة التواصل الإنساني، حيث أفرز ظهور مواقع التواصل الاجتماعي قفزةً نوعيةً غير مسبوقة، تجاوزت في تأثيرها ما أحدثته وسائل الاتصال التقليدية، فقد أفرزت هذه المواقع فضاءً تفاعلياً جديداً يقوم على المشاركة والتبادل الآني للمعلومات، بما أدى إلى إعادة تشكيل أنماط العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الأفراد، خاصة في الأوساط الشبابية والجامعية التي كانت من أوائل الفئات استخداماً لهذه الفضاءات.

ولم تكد تمضي فترة طويلة حتى انتقلت مواقع التواصل الاجتماعي من نطاق الاستخدام المحدود نسبياً إلى الانتشار العالمي الواسع، بحيث تمخض عن هذا الانتشار تحول هذه المواقع من أدوات تواصل محصورة في فئات معينة إلى فضاءات مفتوحة تضم مختلف فئات المجتمع في شتى أنحاء العالم، وقد ساهم هذا الانتشار في دمج العديد من المجتمعات التقليدية ضمن هذا الفضاء الرقمي، مما أدى إلى توسيع شبكات العلاقات الاجتماعية وتوطيد أساليب التفاعل الإنساني.

ويُعزى هذا الانتشار الواسع إلى تنوع مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد وظائفها، إذ لم تعد تقتصر على نمط واحد من التواصل، بل أصبحت تشمل فضاءات ومواقع متخصصة في مشاركة الفيديوها، وأخرى في التدوين المصغر، إلى جانب فضاءات ومواقع متعددة الاستخدامات تجمع بين مختلف أشكال التفاعل. وقد جعل هذا التنوع مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل الرقمية استخداماً وتداولاً عبر الإنترنت في العالم، نظراً لقدرتها على تلبية احتياجات المستخدمين المختلفة في التواصل والتعبير والمشاركة.

وفي خضم الاعتقاد السائد عند الباحثين أن هذه المواقع في بدايتها كانت تسعى للتفاعل والتبادل الثقافي والمعرفي، هذاما شكل نقطة التحول ما بين افتراض الوسيلة التي تسعى للتواصل والتفاعل وتبادل الثقافة والمعرفة، وما بين ذلك المضمون والرسالة التي تحملها هذه المواقع .

بحيث إنّ مواقع التواصل الاجتماعي في حقيقة الأمر مواقع تحمل قيماً مختلفة، مثل: القيم الاقتصادية والقيم الدينية والقيم السياسية والقيم الاجتماعية وغيرها.

ولكل قيمة مرجعية هدف تسعى لتحقيقه، وهذا ما جعل تيار المحافظين في المجتمعات المستهلكة لهذه التكنولوجيات والمواقع، وخصوصاً في البلاد العربية و الإسلامية، يطالبون بالحد من استخدام هذه المواقع بالنظر لانعكاساتها على القيم الاجتماعية للمستخدمين خصوصاً، لكون هذه الأخيرة صمام الأمان بالنسبة للأفراد ومنها المجتمع عموماً، وتجلّى هذا الموقف من قبل الباحثين الذين ضَمَّنوا أفكارهم في النظرية

الاحتمية القيمة في الإعلام، سواء عبر الأفكار و الرأي والبحوث التي تعود لصاحب هذه النظرية "الباحث الجزائري عزي عبد الرحمن"، أو من باحثين آخرين مثل: الباحث "نصير بوعلي و والسعيد بومعيزة" وغيره. وكانت مساعي هؤلاء الباحثين للتصرف في محاولات بحثية حثيثة سعيا منهم لتفحص الآثار المترتبة عن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وانعكاساتها على قيم المجتمع، وخصوصا على فئة الشباب باعتباره جوهر للمجتمع، وأكثر الشرائح المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي، خصوصا بعد إشارة الباحثين بالعدة والعتاد البحثي، على امتثال واضح لهذا الجيل، الذي يستخدم مثلا عبر ميزات الهاتف النقال مواقع التواصل الاجتماعي، ويجول بين مختلف جدرانها الرقمية، من خلال استخدام حواس مختلفة، وذلك على غرار جيل التلفزيون والذي كان ماثلا أيضاً من خلال دراسات تأثيرات وسائل الاعلام. (عزي، بومعيزة، 2010، ص 288)

ولقد أشار المنظور الحتمي القيمي في الإعلام بشكل مطرد، من خلال الإشارة للعديد من المفاهيم، إلى أن هناك حالة من المشاعر النفسية والاجتماعية التي تنتج عن التعرض لمضامين وسائل الإعلام وبين ما يحمله هؤلاء الأفراد في الأصل من خلال المختزنات التراثية الموجودة عندهم. ولقد أشار المنظور أيضاً لأهمية الشباب في المجتمع من كونهم أكثر الفئات التي تحب استخدام هذه الوسائل و المواقع الاجتماعية، وهذه الفئة المهمة في المجتمع في حقيقة الأمر، ترعرعت متشعبة بالقيم الاجتماعية التي غرستها في أنفسهم وذواتهم المؤسسات الاجتماعية والدينية والتربوية، مثل: المدرسة التي لعبت دوراً هاماً في تكوين شخصية الأفراد تربوياً وتعليمياً، أو دور المسجد في تحفيظ القرآن والتربية أيضاً، فضلا عن الدور الذي تقوم به الأسرة الجزائرية، من خلال النصح والإرشاد وحتى بعض التوجيهات الحياتية للشباب خصوصا.

وبالموازاة مع الدور المنوط بالمؤسسات الاجتماعية في تشكيل القيم الاجتماعية، شكلت مواقع التواصل الاجتماعي مؤسسات اجتماعية موازية أيضاً تحمل قيماً اجتماعية عبر شبكة الإنترنت، وتقوم بالمقابل ببث رسائل ومضامين قيمية في المجتمع، وهذا أيضاً ما أشار إليه المنظور، بحيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على بث قيم مستوردة مع هذه التكنولوجيات، وخصوصا من القيم القادمة من البلدان الغربية، وذلك في مقابل القيم الأصيلة التي يحملها المستخدمون الشباب في البلدان المستهلكة لهذه المواقع. وهذا ما يتجلى فعليا ضمن مساعي الرأسمال القيمي المجتمعي، والذي تنبني على أساسه كينونة وانتماء المجتمع بشكل عام للبيئة الحضرية، والتي تتصارع فيها خصوصا قيم الخير والشر، وعلى مستويين أساسيين يتمثلان في القول الرمزي، والفعل السلوكي الفردي وحتى المجتمعي أيضاً.

ومنه فإن هذه القيم الاجتماعية ستكون كمرشد لسلوكيات باطنية أو ظاهرة، بما فيها القيم الاجتماعية الموجبة و المحبة، أو القيم الاجتماعية السلبية والمنبوذة في المجتمع، بحيث إنّ الاجماع البحثي تركز على نقطة محورية، تتمثل في أنّ تأثير وسائل الإعلام التقليدية والجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" يكون تأثيرها إيجابيا كلما اقتربت من قيم وعادات المجتمع، وعلى خلاف ذلك يكون تأثيرها سلبيا كلما ابتعدت عن قيم وعادات المجتمع.

وبالتالي فالقيم الاجتماعية التي تحملها هذه المواقع، ليست بمعزل تماماً عن النقد والتمحيص في محتوياتها، خصوصا وفرضية من كونها موجهة لتحقيق أهداف قيمية تتعزز أكثر، بحيث إنّها تستهدف فئة الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، فالمجتمع بمثابة البنيان القوي بقيمه الاجتماعية، وعماده الشباب المعزز بقيمه أيضاً.

وبالعودة مجدداً للحديث عن فئة الشباب، لابد من الإشارة أيضاً إلى أنّ صفوة هذه الفئة هم الشباب الجامعي، الذي يحمل على عاتقه رسالة على هيئة الشباب النخبوي والمتقف، وعلى سبيل الحال الشباب الجامعي الجزائري باعتباره نخبة من ضمن عامة الشباب الجزائري الذي يستخدم مواقع التواصل مثله مثل أقرانه من الشباب عموماً، لكن هذا لا يعني أنّ تأثيرات مواقع التواصل على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي هي نفسها التي تؤثر على الشباب الجزائري عامة.

بحيث إنّ الشباب الجامعي باعتباره نخبة، فعليه تحمل المسؤوليات للحفاظ على موروثه القيمي والمجتمعي، والتصدي للقيم الاجتماعية الدخيلة المضرة بعامة الشباب الجزائري .

من هذا المنطلق يمكن صياغة التساؤل التالي:

ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟

التساؤلات الفرعية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟

- ما الدوافع القيمية لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ماهو التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الايجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟

- ماهو التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟

2- أهداف الدراسة

-تسعى الدراسة لتسليط الضوء على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي هذا السياق نسعى لمعرفة العادات و نَبَحَث عن الأنماط، بحيث تشير العادات لطرق الاستخدام، والأنماط لتوقيت هذا الاستخدام، كما نهدف في ضوء هذه المعطيات لمعرفة أهم التطبيقات التي تؤثر في فئة الشباب الجامعي.

- تهدف الدراسة في سبلها البحثية الى الكشف عن العوامل والدوافع القيمية المحركة لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء المضامين القيمية المتداولة.

- السعي إلى معرفة مختلف القيم الاجتماعية الإيجابية المكتسبة جراء استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

- السعي إلى معرفة مختلف القيم الاجتماعية السلبية المتداولة والرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بناءً على استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

3- أهمية الدراسة:

أ-الأهمية العلمية

-يعتبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم المواضيع المستجدة، في ظل ما أصبح يعرف بـ"الميديا الجديدة"، هذه الميديا التي حولت وظائف وسائل الاعلام، من التلقي لمضامينها، للإنتاج والتفاعل الجماهيري، وهذا ماجعل كبرى الدول تُشَغِل مخابرها البحثية في سبيل اكتشاف جوانب قوة وضعف مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا، و دراسة تأثيراتها على مختلف الأصعدة، ومن بينها القيمية.

-ثراء مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف الوظائف الاجتماعية من التسلية و المعرفة والأخبار والدرشة وغيرها، شكل نوعاً من الغزو المعرفي القيمي عبر كل وظيفة من الوظائف، مقابل القيم الفطرية والمكتسبة للمتلقين عموما و الشباب خصوصا، وهذا مايشكل أهمية بالغة خصوصا في ظل المقاربة النظرية التي تتحدث عن مضامين قيمية تحملها مختلف وسائل الاتصال التقليدية والحديثة، دون مجال لترك وإهمال عنصر الاتصال المهم والمتمثل في الرسالة أساسا، بحيث إنّ جوهر الوظائف الاجتماعية التي تؤديها مواقع

التواصل الاجتماعي هي رسائل ومضامين تحمل قيما وتوجهات ثقافية، إمّا أن تملو وتسمو هذه الأخيرة بالقيم الاجتماعية الفطرية، وإمّا أن تؤدي لتراجعها، وفقدانها السيطرة لصالح القيم المكتسبة التي جاءت بها من الجهات والبلدان المصنعة لهذه التكنولوجيات.

-رصد وفهم التحولات القيمية، من مصادر التنشئة الاجتماعية التقليدية "الأسرة، المسجد، المدرسة" إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمؤسسات موازية للتنشئة ورصد المفاهيم والقيم الاجتماعية لدى فئة الشباب الجامعي.

ب-الأهمية العملية

توفر دراسة "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري" خطط وموجهات عامة لعدة جهات مرتبطة بفئة الشباب الجامعي:

-التوعية المجتمعية، عند رصد وإبراز مختلف القيم الاجتماعية في الدراسة، سواء السلبية أو الإيجابية، بما توفره هذه المعطيات من إطار عام، ورؤية واضحة لغرض تصميم وتطوير الجهد التوعوي والنشاط الاجتماعي لمختلف الفاعلين.

-توفير معطيات عملية، توجه الفاعلين في مؤسسات التنشئة الاجتماعية "أولياء، مربين، مصلحين" حول التحديات الممكنة نظير استخدام فئة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في علاقتها مع تداول وروج القيم السلبية للحد من مخاطرها وحماية النسيج القيمي المجتمعي.

- عملياً تؤدي مخرجات الدراسة، لمنح مؤشرات في دائرة الممكن والمتوقع لدائرة صناع القرار، والمؤسسات المختلفة، والشبانية خصوصاً للعمل على استثمار نقاط القوة والحد من تأثيرات نقاط الضعف إذا ما احدثنا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية والسلبية للشباب الجامعي.

4- أسباب اختيار الدراسة

أ- الأسباب الذاتية

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي عموماً، وما يرتبط بها من مواضيع ضمن دائرة الاهتمام الشخصي، وخصوصاً الميل للدراسات البحثية والإجرائية الخاصة بهذه المواقع، لاسيما وأننا ندخل في دائرة المستخدمين لهذه المواقع، ومن المتعرضين أيضاً للقيم والمضامين الرائجة عبرها.

-الإعجاب ببعض المظاهر الاجتماعية والقيمية الخاصة، والمنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عموماً، وفي المقابل رصد وجود بعض المضامين القيمية المضادة والسلبية، التي قد تؤثر على بنية القيم الاجتماعية الأصلية من وجهة نظرنا.

ب- الأسباب الموضوعية

- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي يومنا هذا، من مجالات الدراسة الخصبة للباحثين، خصوصاً على إثر رصد إحداثها بالأدلة والبراهين لتغيرات على الأوضاع الاجتماعية المختلفة، بيد أن أهميتها باتت بالغة لما تعلق الأمر بتوجهات الشعوب "تأثر الناس بالناس"، بما يؤدي إلى إحداث تغيرات اجتماعية وقيمية بنائية على المستخدمين في ما يخص كينونة منظومة القيم الاجتماعية، وهذا ما عكس ضرورة دراسة هذا التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية للشباب الجامعي.

- يرجح أن يكون الأنموذج الحتمي القيمي، بمثابة أنموذج متكامل لدراسة تأثير محتويات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على المجتمعات، بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، كون هذه المواقع في حقيقة الأمر هي في حد ذاتها تقنيات تحمل في جعبتها مضامين عديدة، شبيهة التأثير بتلك التي تحدثها وسائل الإعلام عامة، مثلما أكدت نظرية الحتمية القيمية على هذه الأخيرة، وبالتالي فالمقاربة القريبة من موضوع مواقع التواصل الاجتماعي ومضامينها القيمية المختلفة هي المقاربة النظرية للحتمية القيمية في الإعلام.

- بروز إفرازات قيم اجتماعية في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على المستويين الفردي والجماعي، ومنه تلازم هذا البروز مع مجمل السلوكيات النفسية والاجتماعية للأفراد، لكون محصلة هذه القيم الاجتماعية خلاصةً للتكوين والتنشئة في المؤسسات الاجتماعية المختلفة، والتي تبين في وقت سابق للأفراد منذ نعومة أظافرهم إن صح القول، الفرق ما بين القيم الاجتماعية الإيجابية "الحميدة"، والقيم الاجتماعية السلبية "المنبوذة"، وهذا ما يشكل حجر الزاوية لدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي، خصوصاً لكونه نُخبَةً وصفوةً بين أقرانه من عموم الشباب، ومن كون المجتمع عموماً يتطلع بعيون مستنيرة للسمو بهذه الفئة من المجتمع.

5- تحديد المفاهيم:

- التأثير

لغة:

يتأتى بِمَعَانٍ عديدة من بينها نجد، إبقاء الأثر في الشيء، وأثر في الشيء، أي ترك فيه أثراً. ويقترب من مفهوم الإقناع في الوصف، إذا تأثر من قصد بالتأثير، اذ قال في المصباح المنير: أثرت فيه تأثيراً: أي جعلت فيه أثر أو علامة، فتأثر، أي قبل و إنفعل" (بن صلاح الحميدان، 2010، ص5) كما جاء في الموسوعة الإلكترونية لمفردات المحتوى الإسلامي -جمهرة- (موقع الالكتروني جمهرة على الانترنت) ،أن التأثير بمعنى: "هو إبداع الشيء، وخلقه، وجعله موجوداً . وهو بهذا المعنى يخبر به

عن الله -تعالى - ولكن لا يشتق منه اسم، ولا صفة، حيث لم يرد في الكتاب، أو السنة. ورد في قوله تعالى: "فَانظُرْ إِلَى آثَارِ رَحْمَتِ اللَّهِ كَيْفَ يُحْيِي الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا إِنَّ ذَلِكَ لَمَحْيٍ الْمَوْتَى وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ" -الروم 50- "القرآن الكريم: رواية حفص عن عاصم"

كما يشير معنى التأثير إلى إبقاء الأثر في الشيء، والأثر: العلامة في الشيء، وأثر الشيء: حصول ما يدل على وجوده، وأثر السيف: ضربته. (الموقع الإلكتروني جمهرة على الإنترنت)

أما ضمن المصطلحات الخاصة بعلم النفس فنجد أن المصطلح لغويا يشير إلى ذلك الإحساس القوي الملحق بالعواقب الفعالة. (موقع المعاني <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1/ar/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1>)

كما يختلف المصطلح حسب تواجده في الجمل، فنجده كفعل يشير مثلا إلى "أَثَرْتُ أُوثِرُ، مصدر إِيْثَارٌ، أو آثر الشيء: فضله واختاره، أوأثره : اي جعله يتبع أثره ويشق التأثير من: "أثر أثرا أثارة وأثرة الحديث أي نقله، فالحديث مأثور أي منقول قرن عن قرن، ومنه السيف المأثور أي القديم المتوارث". (عايد، 2017، ص34)

إصطلاحا:

ورد في معجم المصطلحات الإعلامية لمحمد جمال الفار، أن التأثير Effect: "هو إحداث تأثير وتغير في السلوك والتفكير، ويتمثل التغير الحاصل نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ماحدث من تأثير في التفكير والسلوك. (الفار، 2014، ص 52)

بمعنى أن التأثير عموما مرتبط بإحداث تغيرات على الأفراد من حيث طرق تفكيرهم، وحتى من حيث سلوكياتهم التي يقومون بها، نتيجة تعرضهم لمختلف الوسائل التكنولوجية بشكل عام، وهذا ما يمكن اسقاطه على مواقع التواصل الاجتماعي كعوامل تأثير وتغيير على سلوكيات وأفكار الأفراد المتعرضين لمختلف مضامينها.

بينما نجد ثمة دراسات إعلامية عدة تتحدث أيضا عن المفهوم، بحيث يشير أحد رواد المقاربة الحتمية القيمة في الإعلام، "بوعلي نصير" مثلا لاستخدام مفهوم الأثر بمعنى التأثير، وفي هذا الصدد أشار إلى تأثير القيم المادية التي تدعمها الروح التجارية للأفراد. (بوقلوف، 2018، ص35)

كما يذهب الباحث "يحيى تقي الدين" إلى تعريف التأثير في المجال الإعلامي، على أنه: مايمكن أن تحدثه الرسالة الإعلامية، أيًا كانت من تبديل أو تحويل أو تعديل، وحتى إمكانية تثبيت تلك الآراء المنوطة

بالجماهير ومواقفها أو سلوكياتها على المدى القصير والمتوسط والبعيد أيضاً. (بوعمامة، 2020، نظرية حتمية القيمة في الإعلام، ص99)

التعريف الإجرائي:

إجرائياً يعد التأثير علمية يقوم فيها القائم بالاتصال ببناء رسالة إقناعية "القيم"، والدعوة لتبنيها من خلال توظيف مختلف الاستمالات المنطقية والعاطفية عبر وسيلة من وسائل الاتصال التقليدية أو الحديثة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، لغرض تثبيت أو تعديل أو تغيير في السلوك أو الاتجاه للمتلقي.

-مواقع التواصل الاجتماعي

أ- المواقع

تعد المواقع الإلكترونية أحد المكونات الأساسية لشبكة الإنترنت، بحيث تحتوي المواقع الإلكترونية على كم هائل من المعلومات الرئيسية على كافة الأصعدة والمجالات، وفي هذا الصدد فإن الموقع الإلكتروني يتألف عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات، ويحتوي على مجموعة من المواضيع وملفات الفيديو والصور وغيرها، وبذلك توفر شبكة الإنترنت إمكانية خاصة لأي مستخدم من خلال إمكانية الدخول إلى هذه المواقع المتاحة في أي وقت، والوصول بثوانٍ معدودة إلى أي معلومات يريدها ومن مصادرها الرئيسية، وفي أي مكان من العالم، وتوجد هذه المواقع في حقيقة الأمر في شكلين أساسيين، وهما مواقع مؤسساتية مملوكة من المؤسسات والشركات، ومواقع شخصية تعود لأشخاص يقومون بإنشاء هذه المواقع الخاصة بهم لأغراض مختلفة. (عبد الهادي زيد، 2017، ص13-14)

ب- التواصل

يعد مفهوم التواصل أحد المفاهيم الأساسية والجوهرية التي أسالت الكثير من الحبر في مختلف الدراسات والأبحاث، وعلى اختلاف التخصصات والباحثين والرؤى الفكرية، وذلك على الرغم من أن الاتفاق اللغوي يضل أساس البنية المفاهيمية للباحثين، بحيث تجمع الدراسات على أن هذا المفهوم عموماً مشتق من الفعل اللاتيني communis أو common والذي يعني "مشترك"، وهذا يشير للاشتراك عموماً بعملية التواصل التي نشترك فيها، وفي فحوى هذا التواصل من حيث تبادل المعلومات والآراء والأفكار.

ومنه فالتواصل كمفهوم شامل يعرف على أنه بمثابة عملية لنقل الأفكار والمشاعر والاتجاهات بين الأفراد أو الأطراف المشاركين في العملية الاتصالية.

ويذهب سمير حسين إلى تعريفه، على أنه النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار لفكرة أو موضوع، وذلك عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء من شخص أو جماعة إلى أشخاص

أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين. (مكاوي، السيد، 2012، ص24)

ج- مواقع التواصل الاجتماعي

تعد مواقع التواصل الاجتماعي، عبارة عن مواقع موجودة على شبكة الإنترنت، وتعود ملكيتها بصفة عامة لشركات، تستثمر في مجال التواصل عبر شبكة الإنترنت لأغراض مختلفة، ومنه تُعرّف مواقع التواصل الاجتماعي حسب الباحث " ميمي محمد عبد المنعم توفيق": "على أنها ذلك المجتمع الافتراضي الموجود على شبكة الإنترنت، والذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية يجمعهم فيها الاهتمام، أو الانتماء المشترك لفكرة أو رأي أو مكان أو هواية أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات إلكترونياً بسرعة ودقة متناهية." (ميمي محمد، 2018، ص11)

التعريف الإجرائي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي مواقع إلكترونية موجودة على شبكة الإنترنت، تسعى لإقامة علاقات تواصلية لتبادل الأفكار والآراء والمشاعر بين الأفراد والجماعات، وحتى التنظيمات المختلفة سواء الرسمية أو غير الرسمية، لأغراض وغايات مختلفة، وكثيراً ما يغلب عليها الطابع التواصلية والتفاعلية بين أطراف هذه العملية الشبكية عبر هذه المواقع .

-القيم الاجتماعية

القيم: لغة

في لسان ابن العرب : " القيمة : واحدة القيم ، وأصله الواو ، لأنه يقوم مقام الشيء ."
والقيمة : ثمن الشيء بالتقويم ، وتقول تقاوموه فيما بينهم ، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته ، فقد استقام لوجه " (ابن منظور ، د-ت-ج'5، ص3783).

لقد وردت كلمة القيمة "Value" المشتقة من الفعل اللاتيني "Vales" بمعنى "أنا أقوى"، وهذا يعني أن القيمة تحتوي على معنى المقاومة والصلابة. (الجمال، 2018، ص154)

وإذا تفحصنا الإرث النظري للبحث عن مدلول كلمة القيم، فإننا نجد في بعضها جاءت كلمة "قيمة" وجمعها قيم، ونجد أن قيم مشتقة من جذع الفعل "قوم"، والذي تعددت موارده ومختلف معانيه، ولقد استخدم العرب قديماً هذا الفعل لدلالات ومعان كثيرة من بينها: الإشارة للديمومة والثبات، وأيضاً للدلالة على معاني السياسة بحيث تم استخدامها للإشارة للشخص الذي يرعى القوم، كما استخدمت في أحيان أخرى للإشارة للاستقامة والاعتدال والصلاح ونحو ذلك. (معبود، 2022، ص410)

وفي اللغة العربية يحمل هذا المصطلح عدة معانٍ، إذ نجد من بينها كما أسلفنا: الاستقامة، وأيضا للدلالة على الأهمية، والقوة، وقد ورد في المعجم الوسيط أن القيم تعني الاستقامة، وفي هذا الصدد يقال: أمة قيمة ومعناها مستقيمة ومعتدلة.

و القيمة: معنى أي دين الأمة القيمة كما نجد في قوله تعالى : "وذلك دين القيمة" -البينة_ الآية 5- .
وكتب قيمة: أي مستقيمة تبين الحق من الباطل. كما يقال مالفان قيمة، بمعنى : ماله ثبات ودوام على الأمر ، وعدم القيمة لمن لا خير فيه.

ومما سبق، يتضح لنا أن معاني القيم تدور حول الدوام والثبات والاستقامة والكمال، وذلك من منطلق اتصاف الشيء أو العمل أو حتى الدين من كونه قيما ومستقيما. (إقراء، 2021، ص14)

هذا وترجع أصل كلمة قيمة كمدرک فلسفي إلى معنى فني حديث الوجود في الفكر الغربي، وهذا لايعني إطلاقا أن مايشير إليه المصطلح لم يكن موجودًا، بل كان موجود في حقيقة الأمر، ولكن لم يكن يسمى قيمة، ولفظة قيمة مستعارة من علم الاقتصاد، قبل ان تنتشر منها للعلوم الاجتماعية، وقد استخدمت لتشير إلى بعض المقاييس التي تستمر خلال الزمن ويستخدمها الناس لتنظيم وترتيب رغباتهم المتنوعة.
وهذا يعني أن لفظ قيمة كمدرک معنوي وحتى مادي، من المرجح أن يكون قد اشتق من علم الاقتصاد، حيث كان يشير للقياس، ثم انتشر هذا اللفظ، وعمم توظيفه واستخدامه في العلوم الاجتماعية والإنسانية.
وعليه يمكن تعريف القيمة على أنها المرغوب فيه، أي ذلك الشيء الذي يرغب فيه الفرد، أو الجماعة، وهذه الرغبة قد تكون مادية أو في شكل علاقة اجتماعية أو أفكار أو أي شيء يطلبه المجتمع. (جابر، الهاشمي، 2006، ص 161).

وفي هذا الصدد يعد المجتمع حلقة الوصل للقبول والرفض، فعلى فرضية أن القيم هي مجمل المبادئ والأهداف والمعايير المقبولة من الفرد في حد ذاته، مما يجعل المجتمع يتمسك بها، ويضعها في خانة المقبول، وبذلك فهي تقدير معنوي لشيء محسوس أو حتى مفهوم مجرد، يولد لدى المرء في ذلك الشيء أو المفهوم أو الرغبة فيه، ويعتمد على عوامل داخلية وخارجية أيضاً. (سعداوي، عطية، 2020، ص732)

اصطلاحاً:

يذهب العديد من المنظرين والباحثين في علم الاجتماع، لوضع مفهوم للقيم الاجتماعية، ولكل باحث منظوره الخاص، ومن بين هذه التعريفات، ذلك التعريف الذي قدمه "أيميل دوركايم"، في تعبيره عن القيم، من كون " أن لكل مجتمع نظام أخلاقي خاص به، ويعد المجتمع هو لسان حال القيم الأخلاقية، في حين أن النظام الاخلاقي يعتمد على البناء الاجتماعي الذي يوجد فيه"

في حين يذهب ماكس فيبر، إلى أن: "القيم هي الموجهات التي تفرض نمط أو شكل السلوك، وتتضمن هذه القيم بعض الأوامر التي تحكم سلوك الإنسان بطريقة ضاغطة"، بمعنى أن سلوك الفرد يتحدد جزئياً من خلال تلك القيم التي هي مدمجة داخل كينونة كل فرد في المجتمع، مما ينعكس عن سلوكه الاجتماعي. في حين يربط الاجتماعي، "تالكوت بارسونز" القيم الاجتماعية بـ"البناء الثقافي حينما أكد أنه مصدر للقيم الاجتماعية حيث يتكون هذا البناء من نسق الأفكار وأنساق الرموز. (الجموعي، 2014، ص 76)

ويختلف تعريف القيم من تخصص إلى آخر و من باحث إلى آخر ونجد مترجم الأنموذج الحتمي القيمي في الإعلام الباحث "عزي عبد الرحمن" مثلاً ينظر للقيم على أن المقصود منها هو الارتقاء، وبمعنى ما يسمو في المعنى، والقيمة المعنوية، وقد سعى الإنسان إلى تجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى، والقيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين. (هماش، 2014، ص 207)

التعريف الإجرائي

قبل التطرق لوضع تعريف إجرائي لمفهوم القيم الاجتماعية لابد من وضع تعريف إجرائي مختار أيضاً "لمفهوم القيم" حتى يمكن الحكم على نوعية وأبعاد القيم، وفي هذا الصدد وبناءً على ما جاء في مختلف المفاهيم التي صاغها مختلف الباحثون وعلى اختلاف مشاربهم البحثية، يمكن اعتبار القيم بمثابة واجهة نظرية أو قائمة تعريفية للحكم على سلوك الأفراد، وبالنظر لسلوكيات الأفراد ذاتهم نستشف أنواعاً من القيم من بينها القيم الدينية التي تحتكم إلى الشرع، أو القيم الاجتماعية التي تحتكم للعقل، وغيرها من القيم الأخرى.

وبالتالي يمكن تعريف القيم الاجتماعية على أساس، أنها ذلك المخزون الفكري، الذي تغرسه المؤسسات الاجتماعية، خصوصاً الأسرة والمدرسة والمسجد، في كل فرد في المجتمع، ومع مرور الوقت تصبح هذه القيم المغروسة والفطرية، موجهات بالنسبة لسلوك الأفراد.

وتعد بذلك هذه المخزونات الفكرية، أنموذجاً أصيلاً نابعاً من الكيان المجتمعي والأسري والمؤسساتي التربوي، وممثلاً لأعلى هرم في مجمل تصرفات وسلوكيات الفرد كعضو في الكيان المجتمعي، إلا أن هذه القيم الفطرية، هنا كما يقابلها من القيم المكتسبة. مع مرور الأيام والوقت من خلال مؤسسات مضادة تعمل على المدى الزمني المتوسط و البعيد، مثل: القيم المستوردة المحملة مع وسائل الإعلام إجمالاً، بما فيها وسائل الإعلام الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي، وتكون هذه القيم موجهة في عنصر الرسالة والمضمون إلى المتلقين من أفراد المجتمع.

-الشباب الجامعي

الشباب لغة:

تعد لفظة شباب لفظة مشتقة من : الشباب شبيب، شيب، يشيب، شببية: أي الغلام، أدرك طور الشباب، شب عن طوق، أي تعدى مرحلة الطفولة. (سعداوي، عطية ، 2020 ، 732)

كما يعرف معجم العلوم الاجتماعية، الشباب على أنهم الأفراد مابين فترتي البلوغ والنضج، ويستعمل المفهوم من قبل بعض الباحثين، ليمتد أيضا للمرحلة السنية من العاشرة حتى سن الحادية والعشرون، إلا أنّ الفترة التي تنتهي منها مرحلة الشباب غير محددة، وقد قيدها البعض إلى سن الثلاثين. (بوبصلة، زنانرة، 2023، ص364)

تعد مرحلة الشباب عموماً، أحد مراحل عمر الإنسان الأكثر ذروة من حيث العطاء، والقوة، ومنه فالشباب الجامعي، هو جزء لا يتجزأ من مرحلة وفئة الشباب إجمالاً والتي تحمل صفات القوة والعطاء، في المجال العلمي والأكاديمي إلى حد ما.

وفئة الشباب الجامعي هي نخبة وصفوة تعتلي، مجالات اهتمامات الشباب، لكونها حاملة لرسالة ومضمون القيم، التي غرستها فيهم المؤسسات الاجتماعية عموماً، بالدرجة الأولى.

الشباب اصطلاحاً:

يعرفه "ميلسون": "بأنه، مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة، وعموماً تمتاز من الناحية البيولوجية، بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، وتمتاز أيضاً هذه الفئة العمرية من الناحية الاجتماعية، بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواءً من حيث مستقبله المهني أو العائلي". (لولي، 2016، ص54)

وهذا التعريف وضح أكثر؛ إنّ هذه المرحلة مهمة جداً في دورة حياة الإنسان بحيث إنّ مستقبل هذا الأخير مرتبط بها بدرجة كبيرة.

كما يعرف مرحلة الشباب أيضاً من جهته "محمد سيد فهمي" بقوله: "فترة العمر التي تقع بين الخامسة عشر وسن الثلاثين، حيث إنّ هذه المرحلة حساسة تتسم بكثير من الخصائص كالتأقلمية للنمو والقدرة على الإنتاج والابتكار في إحداث التغيير والتطوير في المجتمع". (لولي، 2016، ص54)

الشباب الجامعي

يمكن اعتبار الشباب الجامعي كمقابل لمفهوم طلاب الجامعة، والذين أنهموا دراستهم الثانوية والتحقوا بالجامعة، أنهم يدرسون في بيئة تعليمية أكاديمية ومدرسية كما أنهم يتابعون دراستهم العليا. (7: P HANAN A. ALJEHANI 2019،

ما يعرف الشباب الجامعي حسب بعض الباحثين بأنه: تلك الفئة المجتمعية التي تزاوّل الدراسة والتحصيل العلمي في شتى المراحل والأطوار الجامعية، وبشكل عام يتراوح سنهم ما بين 19 و 27 سنة. (هميسي، حامدي، 2020، ص377)

وعملنا نستطيع القول بأن الشباب الجامعي، بشكل عام ينطبق عليه ما ينطبق على مرحلة الشباب عموماً من خصائص، غير أن هناك من الخصائص التي قد يتفرد بها الشباب الجامعي باعتبارهم ينتمون لنسق تعليمي معين، و يتهيؤون لشغل مكانة اجتماعية معينة تفرض عليهم إدراكاً أكبر لمختلف ما يحدث في المجتمع المحيط بهم، وبخاصة المشكلات الاجتماعية، ومن ثم تميزهم بمجموعة من الخصائص التي يتحدد في ضوءها درجة مشاركتهم في التعامل مع هذه المشكلات، ونجد من بين هذه الخصائص، التي نخصها بالذكر لا الحصر: خاصية الفاعلية والدينامية، لكونها تنبع من إدراك واكتمال نمو الجوانب البيولوجية والفيسيولوجية، وأيضاً ما يؤدي إليه نمو الجوانب النفسية والاجتماعية. (محمد وداعة الله، 2020، ص95) ويعد تحديد مفهوم موحد لمرحلة الشباب الجامعي صعباً نسبياً، وذلك للاختلاف الجلي في تحديد مرحلته من الأساس، بحيث تقسم عموماً فئة الشباب إلى ثلاث فئات رئيسية:

أ-فترة ما قبل الحلم أو المراهقة: بحيث تمتد من 12 سنة إلى 15 سنة.

ب-فترة الفتوة أو فترة الشباب الأولى: بحيث تمتد من 15 سنة إلى 21 سنة.

ج-مرحلة فترة الرشد أو فترة الشباب الثانية، وتمتد من سن 21 إلى 30 سنة. (ميهوبي، بوطبال، 2014، ص73)

التعريف الإجرائي:

يعد الشباب الجامعي في دراستنا، طلاب الجامعة من الشباب، الذين يزاولون ويتابعون دراستهم الجامعية بصفة منتظمة، وليست دورية، وبالتالي فإن الدراسة ستجرى على فئة الشباب الجامعي الذين يتابعون دراستهم وفق نظام التعليم العالي " ليسانس، ماستر، دكتوراه."

6- الدراسات السابقة:

6-1-الدراسات العربية:

أ-الدراسات المطابقة:

- ريحانة بلوطي، 2022، المعنونة ب: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، اطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1.

تتمحور إشكالية الدراسة، حول نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على الحياة الاجتماعية للشعوب عموماً، وبخاصة الشعوب العربية، حيث أبانت عن أنماط تواصل جديدة خصوصاً بين شرائح الشباب، وتضاعف أعداد المستخدمين والمنضوين تحت هذه التكنولوجيات ما أدى لتحول البحوث في حقول الاعلام من الإنترنت إلى تطبيقاتها، خصوصاً آثارها على كينونة المجتمعات، ودورها في التغيرات الاجتماعية، ومنه تكوين القيم واكتسابها، وحتى تغييرها بقيم أخرى .

أمّا عن التساؤل الجوهرى لهذه الدراسة بشكل عام فهو يبحث عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية للشباب الجامعي الجزائري.

ولقد وظفت الباحثة عدة أسئلة بحثية فرعية مرتبطة أساساً بنظريتي الاستخدامات والإشباع والحمية القيمية في الإعلام، بحيث تركز وتبحث وفق منظور الاستخدام والإشباع، عن عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، زيادةً عن الإشباع المحققة من الاستخدام، أما التساؤلات التي تبحث حولها بالاستناد على منظور الحمية القيمية في الإعلام فيتركز أساساً، في كشف طرق وأساليب عرض الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي، علاوةً عن البحث عن قدرات مواقع التواصل في إحداث تغييرات في القيم الاجتماعية المكتسبة لدى الشباب الجامعي، و درجة تأثير هذه المواقع على منظومة القيم الاجتماعية الايجابية والسلبية لديهم.

و تهدف هذه الدراسة لتحقيق عدد من الغايات والأهداف، إذ نجد من بينها، مايلي:

- الكشف عن عادات وأنماط استخدام شريحة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل التزايد والاقبال الكبير عليها وفقاً لما كشفت عليه العديد من الدراسات والأبحاث المنجزة حديثاً في حقل الاتصال.
- دراسة القيم الاجتماعية المتشكلة لدى الشباب الجامعي من جراء استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل الوقوف على نسبة التغير الحاصلة فيها وربطها بما يعرفه المجتمع الجزائري من تغيير في التركيبة الاجتماعية ومحاولة تفسير ما اذا كان هذا التغير مرده وسائل الاتصال أم له تفسيرات أخرى.

- التطرق للقيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري الجامعي بالدراسة والتحليل، و يفسر هذا التحليل في شقين: أولهما مدى أهمية القيم الاجتماعية في الحفاظ على استقرار البناء الاجتماعي وكذا إسهامها في التغيير الاجتماعي الحاصل في المجتمعات والثاني أن الاستقرار والتغير في القيم الاجتماعية ينبني بالأساس على الشريحة الأكثر حيوية في المجتمع، وهي الشباب وعلى اعتبارها النواة المكونة بعد ذلك للقاعدة الاجتماعية لكل المجتمع.

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

ولقد تمثلت عموماً عينة دراسة الباحثة بلوطي في العينة غير العشوائية العرضية، أو عينة الصدفة كما يسميها باحثون آخرون، نظراً للانتشار الواسع لمجتمع البحث الخاص بالدراسة و على النطاق الوطني شاملاً مختلف ولايات الوطن، أما في ما يخص حجم العينة، فترى الباحثة أنه لا جدوى من قياس حجم العينة، مبررة ذلك لصعوبة الحصول على بيانات دقيقة حول عدد الشباب الجامعي في جامعات الوطن، وتركزت الخيار مرتبطاً بالمدى الزمني المتاح لاستمارة الاستبيان الإلكتروني، ووصلت الباحثة لعينة إجمالية مكونة من 375 طالباً من مختلف المستويات.

أما في ما يخص طبيعة المنهج المتبع في الدراسة، فقد كان المنهج المسحي، لكونه أحد المناهج الأساسية التي تأتي ضمن أنواع البحوث الوصفية، أما عن الأدوات التي استخدمتها الباحثة في دراستها فقد تمثلت في استمارة الاستبيان الإلكتروني.

وتصل الباحثة من خلال دراستها لعدد من النتائج العامة، وأيضاً بعض النتائج التي جاءت بناءً على الفروق بين نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة، فضلاً عن بعض النتائج التي جاءت لتقييم صحة فرضيات الدراسة التي تم رصدها في بدايات البحث، كما كانت نتائج هذه الدراسة بالمناصفة ما بين نتائج وفرضيات نظريتي الاستخدامات و الإشباعات والحتمية القيمية في الإعلام، وعلى هذا الأساس نجد من بين أهم النتائج الجوهرية للدراسة وفقاً لنظريات الاتصال المؤطرة كمايلي:

أ- نتائج في ضوء نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

تنطبق فرضيات النظرية على هذه الدراسة، في فرضية الجمهور النشط الذي يستخدم الوسائل و المضامين التي تلبي وتشبع رغباته ويتخلّى عن غيرها، بحيث إن جمهور الشباب الجامعي يعتمد على مبدأ انتقاء

المضامين المنشورة وفق أساليب مختلفة، والتي تعبر عن توجهاته، ويتفاعل معها بالتعليق عليها وتبادلها ومشاركتها وإبداء الرأي فيها بما فيها من المضامين القيمة.

ب- النتائج في ضوء النظرية الحتمية القيمة في الإعلام:

نستشف من الفرضية الخاصة بأنماط وعادات الاستخدام في نظرية الاستخدامات و الاشباكات، أنَّها كشفت عن حقيقة تنامي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة الشباب الجامعي، ولقد ارتبطت هذه الزيادة بما أشار اليه الباحث عزي عبد الرحمن في جزئية البحث عن الذات ومحاولتهم تأسيس ذوات افتراضية بمعايير انتقائية بالنسبة لهم.

كما عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز القيم المكتسبة بحكم أنَّها استخدمت في سياق ضمها إلى وسائل التنشئة الاجتماعية وأحدثت لهم جانباً من الانبهار بها في مختلف نواحي الحياة.

اعتمدت الدراسة على مقياس الإعلام والقيم "ع.ن.س"، واستنقت منه الدراسة فكرة تقسيم المجتمع قيمياً إلى وحدات جزئية تمثلت خصوصاً في: القيم التي تربط علاقة الفرد بالفرد، والقيم التي تربط الفرد بالأسرة، والقيم التي تربط الفرد بالمحيط، وهذه الأخيرة أيضاً بدورها تنقسم وفقاً لحالات برزت في إطار تحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية:

-التأثيرات الموجبة: بحيث إنَّ زاد الاستخدام نتج عنه محاولة تشكيل قيم اجتماعية موازية في العالم الافتراضي وهي قيم تم تعزيزها وتأكيدا وتحويلها من قيم معطلة في الواقع إلى قيم فاعلة في العالم الافتراضي.

- التأثيرات السالبة: برزت أهمية القيم بالنسبة للشباب في ضوء تقويمهم للسلوك المنحرف وتصحيحه ومحاولة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لطرح هذا الجانب من باب التوعية والنصح والإرشاد، حتى وإنَّ كان هناك تفاعل مع ما طرح من قيم سلبية، إلا أنَّ دوره لا يخرج عن السياق الاجتماعي الموجب، وهو تأكيد على درجة الحس الفردي بأهمية القيم الاجتماعية.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

*تعد الدراسة التي بين أيدينا بمثابة دراسة مشابهة تتفق مع دراستنا في الجزئية الأساسية التالية:

■ مطابقة هذه الدراسة لدراستنا من خلال المتغيرات البارزة في عنوان الدراسة مع اختلافات جزئية.

لكن الدراستين لا تتفقان في بعض الجوانب المهمة في الإجراءات البحثية والمنهجية خصوصاً،

ونجد من بين النقاط التي تختلف فيها الدراستان عن بعضهما البعض، ما يلي:

✓ تشتغل دراسة الباحثة بلوطي ريحانة على نظرية الاستخدامات و الإشباعات كمقاربة ونظرية مؤطرة لدراستها بشكل أولي، ثم تليها النظرية الحتمية القيمية في الإعلام في المقام الثاني، لكن دراستنا تعتمد بشكل أساسي على النظرية الحتمية القيمية في الإعلام كمقاربة نظرية مؤطرة لدراستنا.

✓ في إطار الدراسة التطبيقية أجرت الباحثة دراستها التطبيقية بصفة عامة على الشباب الجامعي الجزائري اعتماداً على العينة غير العشوائية العرضية، وفي حقيقة الأمر الشباب الجامعي الجزائري عموماً يعد مجتمع بحثها الجوهري، بينما مجتمع بحثنا يستهدف بشكل أكثر دقة الشباب الجامعي الجزائري في جامعات ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، ممثلاً في طلبة جامعات: الوادي، بسكرة، و ورقلة.

✓ يلاحظ في دراسة الباحثة "بلوطي" عدم الالتزام بقواعد مقياس "ع س ن" الخاص بمنهجية الحتمية القيمية في دراسات الجمهور، وذلك على الرغم من استنادها عليه منهجياً، لكن من خلال بناء الاستمارة ومحاورها المستقاة من جواهر أسئلة الدراسة يلاحظ نوع من الفوارق، بينما دراستنا ستخضع لمقياس "ع س ن" بما فيه من بناء محوري للدراسة المنهجية والإجرائية، والمكون من خمسة محاور أساسية.

ب- الدراسات المشابهة:

* لواتي ربيعة، 2021، والموسومة بـ: الاتصال الإجتماعي في الوسائط الجديدة "الفيسبوك" وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الاتصال السياسي والاجتماعي، جامعة الجزائر 3.

انطلقت الدراسة من إشكالية تمحورت حول أهمية الاتصال في البناء الاجتماعي والسياسي، وصولاً للاتصال الاجتماعي الذي يحمل رسائل التنوير المجتمعي، ويعمل على معالجة العديد من التحديات التي تواجه الافراد والمجتمعات، بحيث تصل الباحثة ربيعة إلى أن الاتصال الاجتماعي يستهدف المصلحة العامة انطلاقاً من مسؤولية كل فرد في المجتمع، وفي هذا الصدد يعد هذا النوع من الاتصال أداة في يد السلطة تمكّنها من تطوير المعارف ودفع الوعي الاجتماعي عن طريق الجمعيات والمنظمات التي تخدم المجتمع. وتبحث هذه الدراسة عن الإجابة عن عدة تساؤلات تحليلية وميدانية، يتصدرها البحث عن إجابة عن تساؤل رئيسي، تحاول من خلاله الباحثة أن تكشف عن الكيفية التي يعزز بها الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة "فيسبوك" القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، في حين تبحث تساؤلاتها الفرعية التحليلية عموماً، عن معرفة كيف تتجلى أشكال ومظاهر الاتصال الاجتماعي الممارس في "فيسبوك"،

وأساليب الإقناع الموظفة في منشورات عينة التحليل، فضلاً عن أبعاد الاتصال الاجتماعي في "فايسبوك"، أمّا عن التساؤلات الميدانية، فتسعى من خلالها الباحثة "لواتي"، في الكشف عن المستويات التأثيرية للقيم الاجتماعية المروج لها عبر موقع "فايسبوك" على القيم الاجتماعية الايجابية للشباب الجزائري كمستخدمين للموقع، بحيث تسعى الدراسة أساساً لمعرفة درجة تمكن هذا المواقع من تعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية للشباب.

وبناءً على التساؤلات سالفة الذكر، فإن هذه الدراسة تسعى لتحقيق عدد من الأهداف الإجرائية والميدانية، من بينها البحث عن الإحاطة بالجانب النظري للاتصال الاجتماعي وسبل ومجالات الاستعانة به، وأثره في مواجهة السلوكيات السلبية وتنمية ودعم السلوكيات الإيجابية، فضلاً عن السعي نحو معرفة طبيعة العلاقة بين كل من الاتصال الاجتماعي و وسائل الاتصال الجديدة وتنمية القيم الاجتماعية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على دور الاتصال الاجتماعي عبر الوسائط الجديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في دعم القيم الاجتماعية من خلال الأنشطة والتظاهرات المجتمعية المروج لها عبر الفاييسبوك، والتي تساهم في دفع الشباب إلى المشاركة في قضايا المجتمع.

وفي ما يخص مجتمع البحث والعينة، فنجد أن الباحثة قامت بتقسيم مجتمع البحث في الدراسة لمجتمعين أساسيين، يتمثل الأول في كافة الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" التي تعنى بالعمل الخيري والتطوعي، أمّا مجتمع الدراسة الثاني فيتمثل في الشباب الجزائري المتابع للصفحات الافتراضية التي تعنى بالعمل الخيري والتطوعي.

ولقد اعتمدت الباحثة على العينة القصدية في مجتمع البحث الأول، من خلال اختيار صفحات خاصة عبر "فايسبوك" من خلال رؤية مفادها أن هذه الصفحات تدعم نشر القيم الاجتماعية والإنسانية، أما حجم العينة القصدية فتمثل أساساً في صفحة "جمعية شباب الخير الشلف" بعد استقائها للعدد المحدد من الإجراءات والمعايير المعمول بها في مجال تحليل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لما حددته الباحثة، كرصانة المواضيع، وعدد المنشورات ونحوه.

وتقريباً على نفس النحو اختارت الباحثة العينة القصدية لمجتمع البحث الثاني، حيث اعتمدت على عينة من الشباب الجزائري من الشرق والغرب والشمال والجنوب، وبلغ قوامها 183 مفردة، ولصعوبة توزيع الاستثمارات بشكل شخصي، فضلت الباحثة الاستعانة "بكرة الثلج"، والتي تتمثل في توزيع الاستثمار على نواة صغيرة من المبحوثين على أن هؤلاء المبحوثين بعد استلام الإجابة منهم، يتم توزيع الاستثمار على

كامل من يعرفونهم ممّن يلج الصفحات المعينة للدراسة، والاتصال بأشخاص آخرين للقيام بنفس العملية حتى وصول النصاب المطلوب.

ولقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج، اذ نجد من بينها ما يلي:

ان الاتصال الاجتماعي الافتراضي عبر موقع التواصل الاجتماعي، اتخذ مظاهر وأشكال تمثلت في التوعية والتحسيس في كل المواضيع الصحية، البيئية والاجتماعية، بالإضافة الى التطوع، وخدمة المجتمع والوطن بما يحقق المصلحة العامة، كما توصلت الدراسة إلى أن الترويج للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" ساهم في معالجة بعض السلوكيات السلبية لدى عينة البحث، وهو الأمر الذي يدل على أن الفيسبوك ومن خلال المضامين ذات الطابع الإيجابي أحدثت تغييرات على مستوى بعض السلوكيات والعادات السلبية، وتحويلها إلى إيجابية على غرار المحافظة على نظافة المحيط، وتحمل المسؤولية تُجَاه المجتمع..الخ

العلاقة بين موضوع الدراسة ودراستنا:

تتفق هذه الدراسة بصفة أساسية مع دراستنا في بعض النقاط:

✓ أنّ دراسة الباحثة لواتي في أحد شقيها الميدانيين، تركز على استطلاع وبحث آراء عينة من الشباب الجزائري، تُجَاه موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره السلوكية والوجدانية والمعرفية على قيم الشباب، وهذا ما قد يشكل نقطة تقاطع ما بين هذه الدراسة و دراستنا رغم الاختلافات الإجرائية المتعددة.

ونجد أنّ الدراستين لا تتفقان في بعض النقاط أيضا، اذ نجد من بينها:

- تختلف دراستنا عن دراسة الباحثة لواتي، في مسائل عديدة، بحيث أن دراسة الباحثة لواتي دراسة تحليلية في المقام الاول، وفي شقها الثاني مسحية تعنى بمسح الرأي العام "الشباب الجزائري"، كما أنها تهتم في حقيقة الأمر بعامل اختبار مدى تأثير موقع الفاسبوك، على المناحي المعرفية والوجدانية والسلوكية، أي معرفة أي القيم الاجتماعية المتبناة سلوكيا سواء الإيجابية أو السلبية، وفي المقابل نجد أنّ دراستنا مسحية تعنى "بالشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، بالاعتماد على مقاييس المقاربة النظرية لأنموذج "النظرية الحتمية القيمية في الإعلام" في البناء النظري والإجرائي والميداني للدراسة.

* بو العام بلال، 2021، التي كان عنوانها: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها أن الشباب عنصر مهم في الكيان المجتمعي بصفته أكثر ديناميكية،

ونظرا للتطور المتسارع والمتلاحق لما تشهده تقنيات الاتصال والتفاعل برز ما يطلق عليه بالجيل الشبكي، و أضحت هناك مواقع للتفاعل والتواصل الاجتماعي، لذلك كانت الإشكالية الجوهرية للدراسة تركز على تأثير هذه المواقع عموما على الشباب، وعلاقة هذه المواقع بالتأثيرات المختلفة على قيمهم الدينية والأخلاقية. وتبحث دراسة الباحث "بو العام" عن إجابة عن تساؤل رئيسي، يبحث في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية الأخلاقية لدى الشباب من خلال وجهة نظرهم، وفي هذا السياق تنصب التساؤلات الفرعية للدراسة أيضاً، بحيث تسعى لقياس تجانس إجابات المبحوثين الشباب على مضامين الاستبيان حول التساؤل الرئيسي، كما تسعى الدراسة للكشف عن عادات وأنماط ودوافع استخدام فئة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، زيادة عن استجلاء منظومة القيم الدينية والأخلاقية الخاصة بهم وتقضياتهم المتعلقة بهذه المواقع، فضلاً عن درجة ارتباط المبحوثين بالقيم الدينية والأخلاقية من خلال البحث عن جدوى أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية.

وهدف هذه الدراسة إلى: محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر للجمهور النشط الذي يختار الوسائل التي تلبي رغباته، فضلاً عن شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام و الإشباعات المترتبة عن هذا التعرض، كما تهدف أيضاً هذه الدراسة إلى التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام، والتي يكون هدفها فهم عملية الاتصال الجماهيري.

أمّا عن العينة التي استهدفتها الإجراءات الميدانية للدراسة، انطلاقاً من مجتمع البحث الأصلي، والذي هو بدوره يتمثل في الشباب الجامعي الجزائري، الذي يزاول دراسته وتكوينه على اختلاف مستوياتهم وتخصصاتهم الجامعية، ومنه فمجتمع البحث كثير نسبياً، ولهذا قام الباحث باقتطاع عينة ممثلة للمجتمع المذكور قصد إخضاعها للدراسة الميدانية، وذلك عن طريق العينة القصدية الزمنية، أي تم تطبيق الدراسة الميدانية في مدة 21 يوماً، وكان العدد الإجمالي لمفردات الدراسة 162 مفردة، تم استبعاد 23 مفردة، ليصبح العدد 139 مفردة شملت الدراسة.

أمّا عن المنهج المتبع في الدراسة، فتم الاعتماد فيه على المنهج المسحي كونه الأنسب في الدراسات الوصفية الاستطلاعية لدراسة الوضع الراهن للظواهر المبحوثة، وتمثلت الأدوات الرئيسية في الدراسة في أداتين أساسيتين وهما: الملاحظة، واستمارة الاستبيان الإلكترونية.

وتصل الدراسة لعدد من النتائج العامة، وذلك بناءً على الإجراءات الإحصائية اللازمة التي أدركها الباحث، ويمكن أن نوجز هذه النتائج في النقاط التالية:

- تم إثبات وجود أثر فعلي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.
- تبيّن من خلال الدراسة، في ما يخص عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي الجزائري للمواقع أن هناك إجابة بالموافقة على هذا البعد، مع وجود اهتمام بعادات و أنماط ودوافع استخدامهم لها.
- تبيّن من خلال الإجراءات الإحصائية وجود اهتمام وبالموافقة على وجود أثر فيما يخص منظومة القيم الدينية والأخلاقية الخاصة بالشباب الجامعي الجزائري وتفضيلاته المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- وجود ارتباط وبالموافقة على تمسك الشباب الجامعي الجزائري بالقيم الدينية والأخلاقية ومساعدة مواقع التواصل الاجتماعي على المحافظة عليها.
- وجود تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي قوي وإيجابي على قيم الشباب الجامعي الجزائري نتيجة استخدامهم.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

تتفق هذه الدراسة بصفة أساسية مع دراستنا في بعض النقاط:

- ✓ إنّ دراسة الباحث بو العام ترتبط بشكل عام بـ" استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجزائري ممثلا في الطلبة الجامعيين"، من كون هذا الجيل الشبكي مثملا أطلق عليه هذا الباحث مولعا بهذه المواقع وخصائصها، وهذا ما نبحت عنه في دراستنا، وهو موضح أساسا في عنوان الدراسة، خصوصا في جزئية أنماط وعادات ودوافع الاستخدام.
- ✓ منهجيا تتفق كلا الدراستين على منهجية المسح كمنهجية رئيسية في توجيه الباحثين في المجال التطبيقي عموما.

ونجد أن الدراستين لا تتفقان في بعض النقاط أيضا، نجد من بينها:

- إنّ دراسة الباحث بو العام تركز على دراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي من خلال منظومة القيم الأخلاقية و الدينية، أمّا دراستنا فتشمل دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري من خلال منظومة القيم الاجتماعية.
- منهجيا اعتمد الباحث على العينة القصدية في دراسته، على أن الأداة الأساسية هي أداة الاستمارة الإلكترونية، بينما دراستنا تعتمد على العينة غير العشوائية الحصصية، والتسليم اليدوي الميداني لاستمارة الاستبيان التي سيتم توزيعها وفق ظروف معينة على عينة الدراسة.

*دراسة الباحثة وهيبة بشريف، 2019، تأثير الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، تتلخص إشكالية هذه الدراسة، في قيام الباحثة بالتأصيل المرجعي لنشأة وسائل الإعلام والاتصال المختلفة بدءاً من الوسائل البدائية للاتصال، ومروراً بوسائل الإعلام بشكلها الراهن، ووصولاً لظهور شبكة الإنترنت، وأثرها على بروز مفاهيم حديثة في المجال: مثل "مستخدمي الإنترنت".

وهذا ما مهد لبروز ثغرات بحثية استغلها الباحثون في الدراسات والبحوث الإعلامية والاتصالية على شاکلة البحوث الخاصة بالتأثيرات النفسية والسلوكية، خصوصاً على اعتبار المجتمعات، وبخاصة العربية مجتمعات فتية تعلو شرائحها فئة الشباب، ولكون هذه الفئة الأخيرة كان لابد من دراسة التأثيرات التقنية لشبكة الإنترنت عليها، وهو ما أكدته النظريات السابقة في ميدان علوم الإعلام والاتصال من خلال "دراسة تأثير مضامين وسائل الإعلام والاتصال على الأفراد"، وبخاصة فئة الشباب والأطفال.

وفي هذا الصدد برزت عديد النظريات، ومنها الحتمية القيمية في الإعلام، التي ركزت على ضرورة تبني القيم كمتغير أساسي في وسائل الإعلام والاتصال، وخصوصاً في البحوث الخاصة بتأثيراتها على قيم الشباب.

تسعى هذه الدراسة للبحث عن إجابة للتساؤل رئيسي، والذي يتمثل في تحديد تأثير الإنترنت على قيم الشباب الجزائري وسلوكياتهم، وذلك في ضوء الكشف عن طبيعة هذا التأثير والبحث في أبعاده المختلفة، وفي هذا السياق، تفترض الدراسة أن تأثير هؤلاء الشباب بمحتويات الإنترنت يختلف باختلاف خصائصهم السوسيو ثقافية و الاقتصادية، كما تفترض أن شبكة الإنترنت تسهم في تمكين الشباب من تحصيل واكتساب بعض السلوكيات الحديثة بالموازاة مع التخلي عن أخرى، كذلك تنطلق الدراسة من فرضية فحواها أن شبكة الإنترنت تؤثر في منظومة القيم لدى الشباب الجزائري، سواء من خلال تغيير بعض القيم، كقيم: الاحترام والصدق، أو تعزيزها أو استبدالها بقيم أخرى، وأخيراً تفترض الدراسة أيضاً، استناداً إلى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، أن المحتويات المنشورة عبر الإنترنت قد تسهم في تحييد قيم الشباب، خاصة عندما تبتعد هذه المحتويات والمضامين عن البعد القيمي في محتواها.

وتمثلت العينة التي قامت الباحثة باختيارها، في العينة القصدية والحصلية، وبلغ حجم عينة الدراسة 518 مفردة شاملة شباب أربع ولايات هي: الجزائر العاصمة، بسكرة، وهران، وباتنة.

أما في ما يخص الأدوات التي قامت الباحثة بتوظيفها في هذه الدراسة، فقد تمثلت أساسا في أداة استمارة الاستبيان، وذلك من كونها الأنسب خصوصا في الدراسات المسحية، بحيث أن المنهج الذي تقوم عليه الدراسة هو المنهج المسحي.

ولقد توصلت هذه الدراسة للعديد من النتائج، نجد من أهمها، مايلي :

- تصل الباحثة إلى أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مضامين الإنترنت في أي وقت، كما أن مضامين الإنترنت تساعد الشباب على قيامهم بالسلوكيات التالية: القلق والتوتر، عدم التزامهم بالوقت، اللامبالاة، البحث عن حبيب، الكذب، إهمال الفرائض الدينية، عدم الاهتمام بالعمل، إهدار الوقت وعدم المثابرة، فضلا على أن مضامين الإنترنت تساعد الشباب في الابتعاد عن النميمة والتبذير، كما توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يعتقدون أن مضامين الإنترنت تساهم في التنشئة الاجتماعية.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

تعد الدراسة التي بين أيدينا دراسة سابقة، تتفق مع دراستنا في ما يلي:

✓ إن دراسة الباحثة بشريف تبحث في تأثيرات شبكة الإنترنت على قيم الشباب في ضوء توظيف فرضيات الحتمية القيمية في الإعلام كمقاربة في هذه الدراسة، وفي هذه الناحية دراستنا تشغل أيضا على الحتمية القيمية في الإعلام، وخصوصا في توظيف مقياسها ومسلماتها في الدراسة، بحثا عن إجابات تتعلق بـ "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية للشباب الجامعي".

✓ تتفق الدراستان منهجيا على الاعتماد على منهج المسح، واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات من عينة الدراسة، المتمثلة في فئة الشباب عموما في ما يخص دراسة الباحثة بشريف، والشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري في دراستنا.

نصل أيضا، إلى أن هناك عددًا من الفوارق الجوهرية في كل من الدراستين، من بينها:

- اختلاف نوع و حجم العينة في كل منهما، وكيفية اختيار العينة، حيث اعتمدت الباحثة بشريف على العينة القصدية، بخلاف دراستنا التي تعتمد على العينة غير العشوائية الحصصية في جمع البيانات.

- تركز دراسة الباحثة بشريف على دراسة تأثيرات شبكة الإنترنت على فئة الشباب الجزائري، بينما دراستنا تركز على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على فئة الشباب الجامعي الجزائري.

*دراسة الباحثة سهام بوقلوف، سنة 2018، والتي كانت بعنوان: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية: دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات جمهور، جامعة الجزائر 3، تدور حيثيات إشكالية الدراسة حول: انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ملفت للانتباه في الأوساط الاجتماعية وخاصة على فئة المراهقين، خصوصا في ظل استحوادها بصفة عالية على ذهن هؤلاء المراهقين، بكل ما تحمله من خصائص مثيرة تستقطبهم لخوض تجارب تواصلية حرة، وهذا ما جعل الباحثة تشير لنقطة محورية قوامها أنّ هذه المواقع والتكنولوجيات عالية الدقة والعبقورية في الصناعة و التوظيف، خصوصا لكونها تحمل قيم الدول المنتجة لها، ولقد أشارت الباحثة في إشكالياتها لوجود "صراع للأجيال" نتيجة لهذا التطور الرقمي الذي جعل هذه التقنيات تستحوذ على فئة المراهقين.

وبحكم أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أضحت نقطة تلاقي الأفكار والحضارات، فهي تحمل أفكاراً وثقافات مختلفة ودخيلة أيضاً، قد تعصف بالقيم الأخلاقية والاجتماعية وتحدث هزات عنيفة على سلوكيات المراهقين، خصوصا من ناحية ميل المراهقين للمستحدثات والقيم المتجددة، وتمردهم على ما يحيط بهم من قيم ومعايير، خاصة مع بروز الاختلافات ما بين المراهقين وأوليائهم، وفي هذا السياق تتدرج الإشكالية لتشخيص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أنماط التأثيرات التي قد تمارسها هذه التكنولوجيات على النسيج الاجتماعي عامة وعلى فئة المراهقين خاصة بدءاً بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية.

وتبحث الإشكالية الجوهرية لهذه الدراسة عن أثر استخدام موقع الفيسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى فئة المراهقين الجزائريين المتمدرسين دون سواهم.

ولقد هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي: التعرف على طبيعة استخدام المراهقين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، إضافة إلى الكشف عن مدى ارتباط المراهقين الجزائريين بمنظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية التي تشكل البنية التحتية التي يستند عليها المراهق في تنشئته تنشئة سوية، ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية عند استخدامهم للفيسبوك، فضلا عن تشخيص الفروقات في أثار استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" على المراهقين الجزائريين بناء على العديد من المتغيرات.

وتمثلت عينة هذه الدراسة في مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" من فئة المراهقين المتمدرسين في الجزائر دون غيرهم، و اعتمادا على العينة القصدية، التي يتم من خلالها انتقاء المفردات بشكل مقصود من قبل الباحثة، ولقد استخدمت الباحثة في هذا الصدد أداة الملاحظة، وأداة استمارة الاستبيان، وهاتين الأدوات تم توظيفهما واستخدامهما تبعا لعدد من الشروط التي توفرت في مفردات العينة، قصد جمع

البيانات وفق المنهج المسيحي كونه أكثر ملائمة لدراسة السلوك الاجتماعي للأفراد أمام الظواهر التي يتعرضون لها.

ولقد كانت نتائج هذه الدراسة كما يلي:

بالنسبة لخصائص عينة الدراسة على سبيل المثال: أعلى نسبة من المبحوثين تميل لفائدة الإناث.

أما بالنسبة للنتائج العامة في ما يخص العلاقة ما بين متغيرات الدراسة فكانت على سبيل المثال: في ما يتعلق بطبيعة استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك، من حيث عادات التصفح، تبين أن المراهقين يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل يومي ودائم.

أما في ما يخص النتائج المتعلقة بتقييم مستوى ارتباط المبحوثين بقيمهم الأخلاقية والاجتماعية، بعد استخدام موقع الفايسبوك: أن موقع الفايسبوك ساهم إلى حد كبير في تعزيز قيم الصدق، إضافة لتعزيز ارتباط المبحوثين بقيمهم الدينية، وتبيان الأثر الإيجابي الواضح حول التشدد الأخلاقي.

نتائج متعلقة بمدى مساهمة استخدام الفايسبوك على تجاوز المبحوثين لبعض السلوكيات، خلصت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين لا يعتقدون أن استخدام الفايسبوك يُمكنهم من تجاوز بعض السلوكيات محل الدراسة، باستثناء سلوك واحد اتفق حوله المبحوثين في ما يخص اختراق خصوصية الأفراد.

بالنسبة لعلاقة المتغيرات السوسيو ديمغرافية باستخدام المراهقين للفايسبوك وأبعاد المنظومة القيمية: توجد علاقة دالة إحصائية في استخدام المراهقين لموقع الفايسبوك ومنظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية، حسب متغير الجنس لصالح الإناث في قيمة المصادقية والالتزام بالتعاليم الدينية، ضبط النفس، التشدد في الأخلاق، التسامح والعطاء، الأمانة، واحترام الذات، أما قيم المسؤولية، النزاهة والحياد، والانفتاح على الآخر، فكانت غير دالة إحصائية.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

تتفق الدراسة التي بين أيدينا مع دراستنا في ما يلي:

✓ دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والاجتماعية لفئة المراهقين المتدربين في الجزائر، إذ تتفق الدراستان في نقطة الدراسة التي شملت مواقع التواصل الاجتماعي عموما رغم أن الباحثة خصصت بإسهاب دراستها على موقع الفايسبوك.

✓ تنتمي الدراسة لدراسات وبحوث الجمهور، بحيث يعد المراهقون، هم الفئة المستهدفة في الدراسة اعتمادا على إجراءات المنهج المسيحي، واستنادا لاستمارة الاستبيان، وهذا ما ينطبق على دراستنا رغم اختلاف عينة الدراسة شكلا ومضمونا ما بين الدراستان.

تختلف الدراسات في بعض النقاط، نجد من بينها:

- تهتم الباحثة بوقلوف بدراسة استخدام موقع الفايسبوك خصوصا من قبل المراهقين المتدربين في الجزائر، وأثره على القيم الأخلاقية والاجتماعية على هذه الفئة، بينما درستنا معنى بدراسة جميع مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها الفايسبوك في أثرها على فئة أخرى من فئات المجتمع، وهي فئة الشباب الجامعي الجزائري في جامعات الجنوب الشرقي.
- تجري الباحثة بوقلوف دراستها على فئة المراهقين المتدربين في نواحي مختلفة من الجزائر، من خلال اقتطاع عينة ممثلة لمجتمع البحث، بينما درستنا تركز على فئة الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، وتتمثل العينة في ثلاث جامعات في هذه الناحية: وهي الوادي، بسكرة، و ورقلة.

*دراسة الباحثة دغمان هالة ، سنة 2017، والمعنونة بـ: **شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، تتمحور إشكالية الدراسة، والتي كانت مطولة نوعا ما، حول تطور شبكة الإنترنت وسرعة انتشارها في بداية المطاف، وأبرز المستجدات التي طرأت عليها، خصوصا المرتبطة بتقنيات الويب وخاصة الويب 0.2، والتي أحدثت آثارا جلية على الوسائط الرقمية والمتمثلة أساسا في مواقع التواصل الاجتماعي، ولعل هذا ما جعل الثورة الحقيقية في مجال التواصل والتفاعل تنطلق فعليا، من كونها تَصُمُّ ملايين المنخرطين من العالم وخصوصا من فئة الشباب، وهذا ما ارتكزت عليه الباحثة من خلال مختلف الإحصائيات التي قدمتها حول مستخدمي شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وعلى اثر هذه الإحصائيات أيضا أبدت الباحثة اهتمامها بفئة الشباب الجزائري، قصد إعداد دراسة شاملة حول استخدامات هذه الفئة لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي ظل هذا الاستخدام عرجت الباحثة أيضا لأحدث المفاهيم التي برزت بالموازاة مع تطور هذه المواقع من قبيل أفكار العالم الواقعي، والعالم الافتراضي، وذلك في ظل العديد من الدراسات مثل دراسة "شيري تركل"، حيث أبرزت أن قضاء فترات روتينية في الفضاء الافتراضي يؤثر على العقل والجسم والنفس.

لذلك فقد أشارت الباحثة دغمان أن استخدام هذه المواقع في حد ذاته مثَّل حساسية خاصة، من كون هذه المواقع أضحت مُنَاطِرَةً لمؤسسات التنشئة الاجتماعية، بل وحتى عضواً منها، ولعل منظومة القيم ليست منفصلة عن الواقع أيضاً، من كونها مجسدة في الأذهان، وهذا مايشكل أحد المرتكزات الأساسية لإشكالية هذه الدراسة، في ضوء البحث عن مدى ارتباط الطلبة الجزائريين بقيمهم في ظل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة مع التغيرات المتلاحقة والمتسارعة التي تضرب المجتمعات العربية خصوصا.

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة فايسبوك، على قيم الشباب الجامعي، في ضوء تحليل طبيعة هذا التأثير ومدى انعكاسه على منظومة القيم للشباب الجامعي، كما تسعى إلى التعرف على الدوافع الضمنية الكامنة وراء استخدام الشباب الجامعي الجزائري للفايسبوك، والكشف عن ما إذا كان هذا الاستخدام قد ساهم في تعزيز قيمهم أو التأثير عليها سلباً، بالإضافة إلى ذلك، تحاول الدراسة في سبلها البحثية إلى الوقوف على مدى ارتباط الشباب الجامعي بقيمهم في ظل الاستخدام المتزايد لهذا الموقع، ومعرفة ما إذا كان هذا الاستخدام قد أدى إلى إضعاف عن بعض القيم أو إبعادها.

وتمثلت عينة هذه الدراسة في الطلبة المستخدمين لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لأن هذا المجتمع كبير جداً، ولا يوجد تباين بين مفرداته كونها متجانسة، وهذا ما دفع بالباحثة لاعتماد أسلوب العينات العشوائية، ومتعددة المراحل على وجه الخصوص، بحيث يتم انتقاء العينة من خلال مراحل متعددة، وذلك نظراً لأن مجتمع البحث المعني بالدراسة يتكون من آلاف من المفردات المسجلة لدى الهيئات الجامعية المتخصصة، وتم تقسيمه في المرحلة الأولى إلى: مستويات كليات وأقسام وأطوار دراسية، من جامعة عنابة التي قامت الباحثة باختيارها.

و اعتماداً على العينة متعددة المراحل، التي يتم من خلالها انتقاء المفردات بشكل عشوائي من قبل الباحثة، ولقد استخدمت أداة الملاحظة، والمقابلة، وأداة استمارة الاستبيان.

وفي هذا الصدد فالمنهج الذي تنبني عليه هذه الدراسة كان المنهج المسحي، كونه أكثر ملائمة لجمع المعلومات حول مستخدمي شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على أثر استخدامهم لهذه المواقع، وانعكاساتها على قيمهم، بحيث تساعد البحوث المسحية على شرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الوقائع والأحداث.

ولقد توصلت هذه الدراسة لجملة من النتائج، يمكن اختصارها، كما يلي:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدامات الشباب الجامعي لموقع فايسبوك على ابتعادهم عن قيمهم، كما توصلت الدراسة لنتائج توضح أن موقع "الفايسبوك" يعد بمثابة فضاء افتراضي يفتح للأفراد مجالاً للتواصل وتكوين علاقات اجتماعية مع العديد من المستخدمين، وذلك من منطلق أنّ استخدامات الموقع تتمحور بالدرجة الأولى حول التواصل بين مشتركيه.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

تعد هذه الدراسة من بين الدراسات السابقة المهمة فعليا، لكونها تقترب من دراستنا، في نقاط مهمة، وإشكالية دراسة الباحثة دغمان توضح ذلك، ونجد من بين نقاط الاتفاق ما بين الدراستين في ما يلي:

✓ اعتمدت الباحثة بشكل واضح على مقارنة أفكار الباحث عزى عبد الرحمن، من خلال مسلماته الفكرية المتضمنة في الحتمية القيمية في الإعلام، ويبدو أن التأثير واضح في صياغة الإشكالية، التي تبحث عن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة ومركزة موقع الفايسبوك على قيم الشباب الجامعي مابين الواقعي والافتراضي، وفي هذا المجال تبحث دراستنا أيضا وفق فرضيات المقاربة الحتمية القيمية في الإعلام عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

✓ منهجيا اعتمدت الباحثة على منهج المسح، وأداة الاستبيان كأداة أساسية في دراستها، وهذا ماينطبق على منهجية دراستنا، وأيضا الاداة الأساسية والرئيسية التي سيتم توظيفها.

وبفحص خطوات ومحتويات دراسة الباحثة دغمان، نجد بعض الاختلافات بينها وبين دراستنا، ومن بينها:

- اعتماد الباحثة في دراستها الإجرائية على موقع الفايسبوك فقط، بينما دراستنا تركز على جميع مواقع التواصل الاجتماعي، بحثا عن تأثير هذه المواقع على عادات وأنماط وقيم الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

- اعتماد الباحثة في دراستها الميدانية على أكثر من أداة، حيث اعتمدت أولا على الاستبيان، والمقابلة، والملاحظة، كما ركزت على استخدام العينة العشوائية البسيطة وأيضا العينة العشوائية متعددة المراحل في سبيل جمع البيانات، عكس دراستنا التي تعتمد على العينة غير العشوائية الحصصية، ذات الحصص المتساوية من حيث متغير الجنس خصوصا.

6-2- الدراسات الأجنبية:

-دراسة الباحثة "غانية عزيز Ghania Azieze"، سنة 2024، الموسومة بـ "The Values and Digital Technologies within a Psychological Approach"، في مجلة Journal for Education Teachers and Trainers, Vol15(1)، ويتجلى من خلال شكل ومضمون الدراسة طريقة العمل المنهجي المعتمدة، بحيث تميل للجانب النظري والمعرفي في سبيل تحليل الموضوع، أما عن مضمون الدراسة التي تتمحور حول القيم والتقنيات الرقمية في ضوء المقاربة النفسية، بحيث أن القيم تشكل أحد المبادئ الأساسية التي تتحكم في حياتنا، وتشكل خياراتنا وأفعالنا، سواء من حيث القرار الفردي وحتى

المجتمعي أيضاً، وفي خضم هذه المعطيات ففهم هذه القيم وعلاقتها يساهم في تنمية القيم في حد ذاتها وتتميتها أو حتى تعديلها، بما يتوافق مع الأهداف التي تم وضعها لتعزيز حياتنا و وجودنا ضمن الفئات الاجتماعية، وحتى داخل التنظيمات المختلفة.

ويواجه المجتمعات الحديثة تحدي ثقافي وسياسي غير مسبوق في هذا الصدد، يتمثل أساساً في التكنولوجيات الرقمية التي أضحت ثورة مؤثرة في مختلف جوانب النظام المجتمعي والقيمي، من خلال دورها المركزي في إعادة تشكيل بنية المنظومة القيمية الرقمية، في ضوء التحولات التي تبرز وتشكل تحديات مستقبلية تواجه المجتمع الجزائري خصوصاً.

وعلى هذا الأساس توجهت دراسة الباحثة "غانية عزيز Ghania Azieze"، نحو استطلاع الدور المركزي للقيم ونظامها في ما يتعلق بالتقنيات الرقمية ضمن المنهج النفسي، وفي هذا الخصوص تطرقت الباحثة لتوضيح الجانب المفاهيمي للقيم والمفاهيم المرتبطة بها في ميدان العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل عام، وتطرقت أيضاً لعدة مسائل تخص التقنيات الرقمية وأثرها على المجتمع، كما تطرقت لتحديات التعليم في عصر الرقمنة، وقد طرحت الباحثة عدة تساؤلات في إطار العلاقة ما بين التقنيات الرقمية والبنية القيمية للمجتمع الجزائري، من بينها: ماهو تأثير هذه التقنيات الرقمية الجديدة على إنتاج القيم؟ هل يمكن تعديل التقنيات للمساهمة في تشكيل القيم بدون المساس بالحريات؟.

لا تنكر الباحثة حقيقة وجود التقنيات الرقمية على شبكة الإنترنت ودورها في التأثير على وظائف المخ، خصوصاً في ظل التأثير المتزامن للصور على الأدمغة ووعي الأطفال والشباب، بحيث إن تعدد المهام الذي تسمح به شبكة الإنترنت يؤثر على تكيف الدماغ، وهذا ما يصبح تحدياً في ظل اختلاط وامتزاج الجانب الواقعي والافتراضي، من خلال مستويات التحليلات النفسية (من كون الخيالي بنية حاضرة دوماً، واللغة والرمز و دورهما في التحليل، فضلاً عن الجانب الحقيقي الذي يشتمل على كل (شيء واقعي)، ولعل التوازن ما بين هذه المستويات الثلاث يشكل أساس ما يعرف بالسلوك العادي.

توصلت دراسة الباحثة "غانية عزيز Ghania Azieze"، لعدة اقتراحات لتوفير المحتوى الرقمي من خلال التدابير التالية: تعزيز وإضفاء الطابع الديمقراطي للوصول إلى التكنولوجيات، ضرورة صناعة محتوى إيجابي وهادف، بالاعتراف بالكفاءات وتشجيع المبادرات، وبالتالي فإن العلاقة بين التقنيات الرقمية والقيم هي مسألة معقدة تستحق الاهتمام المستنير بالنظر والتفكير العميق لفهم أشكال التفاعلات والمؤثرات التي تتطور بينهما، ما يتطلب أيضاً محو الأمية الرقمية في مواجهة التحولات المستمرة في تفكير الناس، كما

تشير الدراسة إلى دور الأسرة والنظام التعليمي في التكيف مع التطورات ومواكبة التغير الحاصل من خلال إعداد أفراد قادرين على إدارة هذا التحول على أساس المبدأ الذي تسمح به التكنولوجيات.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

تعد هذه الدراسة من الدراسات السابقة المهمة فعليا، لكونها تقترب من دراستنا، في نقاط مهمة، وإشكالية الباحثة "غانية عزيز" تشير لذلك، ونجد من بين نقاط الاتفاق ما بين الدراستين في ما يلي:

✓ لو نتفحص جزئيات موضوع الباحثة "غانية عزيز" نجدها تتوافق بالإشارة الضمنية فكريا مع فرضيات الباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن"، خصوصا في ما يتعلق بدور وأثر التكنولوجيات الحديثة للاتصال في اختلاط وامتزاج الجانب الواقعي والرمزي للتقنية، وأيضاً تأثيراتها السلبية على القيم الاجتماعية، وهذا ما يجعل دراسة الباحثة "غانية عزيز" تتقاطع مع دراستنا، خصوصا في ضوء توجهاتها ضمن المقترحات كالمطالبة بضرورة محو الأمية الرقمية، واضطلاع الأسرة والكيان المجتمعي قاطبة بدوره في مواجهة ومواكبة التطورات الحاصلة على مستوى المحتويات الرقمية.

بينما نجد دراسة الباحثة "عزيز غنية"، تختلف عن دراستنا، من حيث:

- الطرح النظري والمنهجي والميداني، رغم أنها تصب في زاوية معالجة تأثيرات التقنية على الجانب القيمي، غير أنها دراسة نظرية في حقيقة الأمر تعالج الموضوع من زوايا نفسية واجتماعية، بينما دراستنا تركز على الجانب النظري لموضوع تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي كجزء من التقنية الرقمية في أثرها على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، في ضوء معطيات الدراسة التطبيقية والميدانية، بالاستناد على المقاربة الحتمية القيمية في الإعلام.

-دراسة كل من الباحثين "باخت زمان وسيبكا ادرس Sibgha Idrees end Bakht Zaman"، سنة 2022، والمعنونة بـ: Impact of Social Media on Social Values : A Comparative Analysis of Users and No-Users، في مجلة Journal of Media Science, vol :3, Issue 3، تدور حيثيات إشكالية الموضوع حول استخدام التكنولوجيات الحديثة للاتصال، وخصوصا الهواتف الذكية للوصول إلى مختلف تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، من قبل مستخدميها في جميع أنحاء العالم، مما يسبب تحديات، مخافة وقوع بعض الأضرار على المجتمع، خصوصا في ظل مخاطر وقوع فجوة بين المستخدمين.

ولقد طرح كل من الباحثين "باخت زمان وسيبكا ادرس Sibgha Idrees end Bakht Zaman"، تساؤلاً جوهرياً لدراستهما تمثل أساساً في ما يلي: ما نوع الضرر الذي يحدثه الاستخدام غير المتناسب لتطبيقات الهواتف الذكية ومنها مواقع التواصل الاجتماعي؟

وفي ضوء هذا التساؤل تناقش الدراسة التهديد المحتمل الذي تشكله مواقع التواصل الاجتماعي على القيم في ضوء التهديدات على المستويين الثقافي والاجتماعي.

ولقد اعتمدت الدراسة على جانبين مهمين "أحدهما كمي و الجانب الآخر كيفي"، فأحدهما نظري في سياق تفسير تأثيرات هذه الوسائل على أفراد المجتمع في ضوء افتراضات نظريات الاتصال الجماهيري في إطار تأثير مواقع التواصل الاجتماعي "القوية" التي بإمكانها جذب المشاهدين بسهولة، وأيضاً رؤى حول مآلات استخدام التكنولوجيات الحديثة يومياً لأكثر من أربع ساعات، بحيث تشكل إطاراً يؤمن من خلاله المستخدم بما هو كائن، ويحدث في عالم مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يشير بحسب الباحثين "باخت زمان وسيبكا ادرس Sibgha Idrees end Bakht Zaman"، إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المفرط يصرف الشخص عن بيئته الاجتماعية.

وكما أسلفنا الذكر فإن الدراسة تنتمي للبحوث "النوعية والكمية"، وتسعى الدراسة إلى قياس تأثير "مواقع التواصل الاجتماعي" على القيم الاجتماعية أمبريقياً.

ولقد قام كل من الباحثين "باخت زمان وسيبكا ادرس Sibgha Idrees end Bakht Zaman"، بإجراء دراسة ميدانية باعتماد استمارة الاستبيان في مدينة "بيشاور الباكستانية" شاملة "50" مفردة، من بينها 25 مفردة تقع في دائرة الفئة المستخدمة وحتى غير المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي، ولقد توصلت الدراسة لعدة نتائج، التي نجد من بينها:

-أدى الاستخدام المفرط لشبكة الإنترنت إلى تغيرات كبيرة على الصعيد المجتمعي ومنظومة القيم الاجتماعية.

-تؤكد الدراسة على أن الفئة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، ويقضون مزيداً من الوقت عبر هذه المواقع، فإن قيمهم الاجتماعية تتضرر مقارنة بغيرهم من المستخدمين.

العلاقة بين موضوع هذه الدراسة ودراستنا:

نستجلي بناءً على مطالعة اشكالية الباحث "باخت زمان" و "سيبكا ادرس"، بعض نقاط الاتفاق مع دراستنا:

✓ تقريبا تتمحور إشكالية دراسة "باخت زمان وسيكا ادرس"، على الاشتغال بالدراسة والبحث عن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية، انطلاقا من الاستخدام الفدري لتطبيقات التواصل من خلال تكنولوجيات الهواتف الذكية، وأثرها "القوي" على المستخدمين شكلاً ومضموناً، وفي ضوء هذه المعطيات فدراستنا أيضا تشتغل على البحث عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للمستخدمين "الشباب الجامعي" رغم اختلاف النوعي في زوايا كل دراسة.

وتختلف دراسة الباحث "باخت زمان وسيكا ادرس" مع دراستنا في الواقع في الجوانب التالية:

- إن دراستنا أدق و أوسع، كما أن المقاربة التي تركز عليها دراسة الباحث "باخت زمان وسيكا ادرس" تتعلق بنظريات الاتصال الجماهيري ذات التأثير القوي التي تركز على قوة تأثير الوسيلة بغض الطرف عن المضمون، بينما دراستنا تركز على المقاربة الحتمية القيمية في الإعلام التي تركز على أهمية المضمون والمحتوى في التأثير على الجمهور.

7- المقاربة النظرية:

- النظرية الحتمية القيمية في الإعلام

أولاً- مفهوم النظرية الحتمية القيمية:

يتكون مفهوم النظرية الحتمية القيمية من كلمتين ، بحيث تشير :

الحتمية: اعتباراً من أن متغيراً واحداً فقط يكون محركاً أساسياً في تفسير وفهم الظواهر، ويكون المتغير الأساس في هذه الظواهر هو القيم، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال. (فريجات، سليمان، 2019، ص138)

أما القيمية: وهي معنوية في الأصل، وتشير إلى الثقافة والاتصال، ولقد عرفها الباحث "عزي عبد الرحمان" على أنها: "الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم، والقيمة ما ارتفع بالفرد الى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة تتجسد فيها القيم. (فريجات، سليمان، 2019، ص138)

ثانياً- التعريف بصاحب النظرية

ترجع الأسس النظرية والمسلمات الفكرية لأنموذج الحتمية القيمية في الإعلام، التي تحدث عنها بإسهاب ثلة من المفكرين العرب والجزائريين خصوصاً، للباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن"، الذي ولد وترعرع بمنطقة "بني ورتلان بولاية سطيف" شرق الجزائر، ويعود تاريخ ميلاده لسنة 1954م، وفي هذه المنطقة التي تقع ضمن دائرة مناطق الثورة والكفاح، التي لا تتقبل النماذج والأنماط الجاهزة، بحيث تترسخ

فيها جليا كروموزمات الحرية في أبنائها، بحيث أنه في هذه المنطقة الثورية بالتحديد كانت بدايات النبع الفكري والروحي، التي تغذت بها الجواهر الفكرية والشعورية للباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن". (فريجات، سليمان، 2019، ص136)

ولقد تحصل أيضا الباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن"، على شهادة الليسانس عام 1977م، وعلى الماجستير عام 1980م، وعلى شهادة الدكتوراه أيضا عام 1985م من جامعة تكساس الأمريكية، عقب هجرته للولايات المتحدة الأمريكية، وإكماله دراساته وأبحاثه في ميدان الإعلام والاتصال، وقبل هذه الهجرة عمل الباحث عزي عبد الرحمن كمحرر لتغطية الأخبار المحلية في جريدة الشعب اليومية الجزائرية لمدة تصل سنتين. (فريجات، سليمان، 2019، ص136)

نشأة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

رغم أن جل الدراسات الأكاديمية التي كتبها الباحث والمفكر الجزائري "عزي عبد الرحمن"، تكون قد تكونت ودونت حين عودته للجزائر سنة 1985م، والتي امتازت بالبعد الحضاري، إلا أن الباحث "عزي عبد الرحمن" صرح أنه بدأ فعليا بتحديد مسارات نظريته في كتابه "الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية والاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية"، بينما تعود تسمية "النظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، لزميله في جامعة الشارقة الإماراتية الباحث "نصير بوعلي"، خلال تراجديات المعارضة الفكرية والجدلية مع النظرية الحتمية التكنولوجية للباحث الكندي "مارشال ماكلوهان"، في دراسة مهمة قام خلالها بإحداث مقارنة نوعية وفكرية قيمة بين النظريتين. (بوعمامة، 2020، ص61)

هذا ولقد اهتم الباحث "عزي عبد الرحمن"، بالمنظور الفكري الاجتماعي الفلسفي في دراسته للاتصال، وساعده هذا الفكر في استعاب ظاهرة الاتصال بمختلف تجلياتها، وبسفره كما أسلفنا الذكر لأمريكا احتك بالفكر النظري للاتصال، حيث أزلت عليه هذه التجارب الغموض، فكتب عن العملية الاتصالية انطلاقا من الأبعاد الحضارية، وبالاستناد إلى الفكر الاجتماعي المعاصر.

ونجد من بين مؤلفات الباحث على سبيل المثال لا الحصر، مايلي ذكره:

- "تعثر الرسالة في عصر الوسيلة"، ملتقى الفكر الإسلامي الثالث والعشرون المنعقد بولاية تبسة الجزائرية يوم 28 أوت الى 5 سبتمبر 1989م، تحت شعار "نحو مجتمع إسلامي معاصر"، وأعاد الباحث "عزي عبد الرحمن" نشرها بمعية الباحث "السعيد بومعيزة" في كتابهما المشترك لاحقا. (عيساوي، 2014، ص184)

- "الرأي العام والعصبية والشورى"، المسجلة للمجلة الجزائرية للاتصال عام 1991م، في عددها الخامس. (عيساوي، 2014، ص185)

- "وسائل الاتصال والمجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق وتمدد الرسالة"، العدد 6 و7 ربيع وخريف 1992م.

- "التواصل القيمي في الرحلة الورتيلانية"، دار كنوز الحكمة، الجزائر، الطبعة الأولى لعام 2011م.

- "القيمة والإعلام والبنية البيولوجية للعقل والتفكير"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد 16، جوان 2008م، ص7-54.

- "الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية"، للأستاذين الباحثين: "عزي عبد الرحمن و السعيد بومعيزة"، لدار الورسم للنشر والتوزيع بالجزائر، عام 2010م. (عيساوي، 2014، ص185)

ثالثا- الركائز الفكرية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

تقوم النظرية الحتمية القيمية في الإعلام على عدد من الركائز الأساسية، يمكن أن نوجزها في النقاط التالية: (بوعامة، 2020، ص185)

- أن الاتصال أساسا يعد منبثق من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع في الأصل.
- أن يكون الاتصال تكامليا في أنماطه و وسائله سواءً السمعية البصرية، أو المكتوب الشخصي، مع التركيز على المطبوع لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال مبنيا على عملية المشاركة الفعالة من قبل الجمهور بمستوياته المختلفة.
- أن يكون الاتصال في حد ذاته حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع المجتمع إلى الارتقاء.
- رابعا-المكونات البنائية للنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

يرى الباحث "نصير بن بوعلي"، لكونه أحد الباحثين المتميزين والمؤسسين للمدخل الحتمي القيمي في الإعلام وعلى غرار عدد من الباحثين الآخرين، أنَّ النظرية الحتمية القيمية كبنية تتضمن عناصر البناء التالية:

أ- أن علوم الإعلام والاتصال كمادة خام:

أي النظر لوسائل الاعلام والاتصال ككل معا، ومن كونه في الأصل علما وليس ممارسة ولكونه يعكس ارتباط هذه الوسائل بحقبة تاريخية تنتمي للحضارة الغربية، وهذا ما يبين الجدل القائم "القديم-الجديد" حول إذا ما كان موضوع هذا العلم "رسالة أم وسيلة". (حمدي، بوغرة، 2020، ص68)

ب- الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين كمادة مستوردة:

بحيث يشير الباحث "عزي عبد الرحمن"، إلى أهمية البنية النظرية الاجتماعية، لكونها أفضل ما قدمته المعرفة النظرية الغربية في دراسة علوم الاتصال بشتى أبعادها ومجالاتها، مع الإشارة إلى أن هذه البنية في حقيقة الحال لا تعني الكمال من الناحية المنهجية، بحيث أنها تشكل إطارا نظريا ومنهجيا ناقصا ومحدودا رغم إسهاماته وسيادته النسبية إلى حد ما في المعرفة النظرية الغربية المعاصرة، بحيث يرجح أن يكون هذا راجعا للتطور الملحوظ الذي شهدته البلدان الغربية عامة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية، بالعكس من البلدان العربية والإسلامية. (حمدي، بوغرة، 2020، ص69)

ج- التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية:

بحيث يؤكد الباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن"، على فكرة جوهرية مفادها، أن الحتمية القيمية في الإعلام، ينبغي النظر إليها ككتلة ثقافية متميزة، وفي هذا الصدد يشير إلى أن كلمة التراث قد بلغت مكانة مهمة في الخطابات الثقافية العربية والإسلامية، بحيث أن في ظلها تكون ذات الفرد قد تشكلت تراثيا، ولو بصفة جزئية في عالم من عوالمه كعالم التقاليد المعاشة.

وفي الواقع يسعى الباحث "عزي" لتوضيح وبيان أن هناك ضرورة ملزمة لتجاوز نقد النظريات الغربية، لاسيما وأن هذه الخطوة الأخيرة لن تجلب المعرفة المستجدة، وإن حدث فالمرجعية ستبقى للآخر دائما، والنقد يولد الكسل الفكري أو البحث عن التميز فقط، كما يوضح الباحث "عزي عبد الرحمن"، أن النظرية الحتمية القيمية في الإعلام، توظف وتبرز منهجيا عدة أدوات منهجية ولدتها الحاضنة النظرية الاجتماعية والاتصالية الحديثة في الغرب، فهي تسعى للتجديد في قراءة النصوص، وربط ذلك بواقع الظاهرة الاتصالية القائمة في البلاد العربية والإسلامية. (حمدي، بوغرة، 2020، ص70)

د- القرآن الكريم بمثابة الإسمنت الذي يمسك كيان النظرية بإحكام:

يرى الباحث "عزي عبد الرحمن"، أن القيم التي فطر عليها الإنسان من أهم معايير " الحتمية القيمية في الإعلام"، بحيث أن هذه الفطرة في حقيقة الحال هي فطرة جبل عليها الفرد، وتتمثل أساسا: في أنها عبارة عن مجموعة من القيم التي تساعد الفرد على الاستجابة لأوامر الله واجتتاب نواهيه، بما يمكنه كفرد

من إعمار الأرض وتنظيم علاقاته ومعاملته مع غيره من الأفراد، و بما أنَّ وسائل الاتصال والإعلام عبارة عن نسق اجتماعي وجب عليه التقيد بتلك القيم حتى يكون نسقا متناسقا وفاعلا مع مختلف العناصر الأخرى التي تكون بنية المجتمع وتعمل في تُّجاه واحد. (حمدي، بوغرة، 2020، ص70)

خامسا- علاقة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ما بين الكل والأجزاء والسياق العام

أ- أسبقية النظرية ككل على الأجزاء

وذلك على اعتبار أنَّ نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، في حقيقة الأمر هي ذلك الكل المركب من الدراسات والأبحاث التي نسقها ودونها وقدمها الباحث الجزائري "عزي عبد الرحمن"، والتي من المستحيل فهمها دون ضرورة مراعاة الإلمام بعدد معتبر من دراساته، والتي تزيد عن خمسين دراسة وبحث تنطلق من إشكالية واحدة تقريبا، وتدور حيثياتها حول كيفية فهم الظاهرة الإعلامية والاتصالية فهماً قيمياً وحضارياً. (لونيس، 2014، ص314)

ب- أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها

بحكم إمكانية إمعاننا بصفة دقيقة في العلاقة التي تحكم جزئيات دراسات وأبحاث الأستاذ "عزي عبد الرحمن"، من كون هذه الطريقة ستقودنا إلى التغلغل في الدواخل وتوليد المعاني البعيدة والإيحائية والعميقة للنظرية، ومن خلال هذا تعد القيمة هي الحلقة أو العلاقة البنوية التي تمسك دراسات وأبحاث المفكر و تجعلها مساقط لا تتحرك إلَّا في دائرة النظرية. (لونيس، 2014، ص314)

ج- إنَّ عناصر نظرية الحتمية القيمية لا تحمل أي معنى إلَّا في إطار السياق العام

بمعنى وجب استحضار جملة، العوامل الاجتماعية و الحضارية و الثقافية وحتى التاريخية، والتي ساعدت على تبلور هذه النظرية. (لونيس، 2014، ص314)

سادسا- فرضيات النظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

تقدم نظرية الحتمية القيمية عددًا معتبرًا من الفرضيات التي يمكن توظيفها وتكيفها حسب نوع الدراسة، بحيث نجد أنَّ الباحث "عزي عبد الرحمن" قدم جملة من الفرضيات التي تربط العلاقة بين الإعلام والمجتمع قيميا، بحيث قسمها إلى صنفين لا انفصام لهما، نجدهما على النحو التالي :

***فرضيات عادات الاتصال و ثقافة التعامل مع وسائل الإعلام:** بحيث توفر هذه الفرضية خلفية معرفية معلوماتية مهمة تعطي لمحة مختصرة متضمنة الإحاطة بزوايا البحث وتقدم مؤشرات دالة إحصائيا عن مدى ترابط المبحوث بوسائل الإعلام، وقد قام الباحث "عزي عبد الرحمن" بإدخال فئة الشباب كعنصر مهم

في هذه الفرضيات على اعتبار أن هؤلاء الشباب أكثر الفئات المستهدفة ويسمح موقعها الاجتماعي بالتأثير والتأثير في مجال نظام القيم السائدة و المرغوبة. (عزي، 2013، ص29)

ومن بين الفرضيات المهمة في هذا الصدد:

- أن الشباب أكثر ارتباطا من غيرهم مهما كان نوع الوسيلة الاتصالية الجديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة.
- أن الشباب ينجذبون إلى تقنيات الإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام التقليدية لعنصر التفاعل المباشر الغائب نسبيا في الوسائل الأخرى.

-أن وسائل الإعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة السائدة.

-إن فئة الشباب، وإن كانت تشترك في بعض سمات الفريق المرجعي، إلا أن هناك فروق فردية كالتنشئة العائلية والمجتمعية وطبيعة الشخصية والتجربة الذاتية ودوافع استخدام الشبكة وغيرها تجعل عملية التعميم صعبة.

-إن الشاب يتأثر بثقافة مجتمعية والتي تحمل نظرة ازدواجية في التعامل مع الإعلام والتكنولوجيا عامة: الرغبة، الخوف، التبنّي والرفض، الحب والكراهية، الإثارة والتخوف، وذلك ما يجعل الشاب يندفع في اتجاه استخدام هذه الوسائل من جهة والإحساس بالذنب أحيانا من جهة أخرى.

-إذا كان استخدام وسائل الإعلام ذا صلة أو قريب أو غير متناقض مع القيم كان التأثير إيجابياً و العكس. (عزي، 2013، ص31)

***فرضيات خاصة بالأثر السالب والموجب انطلاقا من افتراض أساس:** حيث تعتبر النظرية الإعلام رسالة و أهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد.

وعليه فتأثير وسائل الإعلام يكون موجبا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، بحيث كلما ارتبطت واقتربت مضامين ومحتويات وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجبا، وكلما ابتعدت عن القيمة كان أثرها سالباً.

وتتدرج تحت مجال فرضيات التأثيرات الموجبة والسالبة عدد من الافتراضات التي تعود في الأصل للرسالة أو المضمون القيمي لوسائل الاتصال الحديثة، ونجد هذه الافتراضات كما يلي:

-التأثيرات السالبة:

أ-التأثيرات البنيوية: نجد من بينها،

-أن كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تؤثر على مهارات الاتصال الشخصي ومن ثم تضعف النسيج الاجتماعي.

-أن كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تجعل الفرد يخصص وقتًا محدودًا للتفاعل والتواصل بين أفراد العائلة كما تؤثر على تكوين الأصدقاء، وهذا ما يؤثر سلبًا على العلاقات والوظائف والمسؤوليات الاجتماعية، أي أنها تعمل على تضيق المحيط "الغني".

ب-تأثيرات المضمون: من بينها،

-أن سوء استخدام وسائل الإعلام يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها.

-أن سوء استخدام وسائل الإعلام "المضمون خصوصا" يؤدي إلى إضعاف الحساسية القيمية وضمحل الاستحياء تُجاء الممنوعات الثقافية.

-أن سوء استخدام وسائل الإعلام "المضمون" قد يكون وسيلة للتهرب من الواقع الاجتماعي، وتعويضاً "رمزياً" لعلاقات اجتماعية مفقودة وذلك يلاحظ في كثرة استخدام وسائل الإعلام الجديد "فيس بوك وتويتر" -إن سوء استخدام وسائل الإعلام في حد ذاته يمنع الفرد من تغيير ذاته ومحيطه.

-إن سوء استخدام وسائل الاعلام "المضمون" يؤدي إلى المزج بين الحقيقي والرمزي.

-التأثيرات الموجبة:

ويقصد بها أن حسن استخدام التقنية أو الشبكة يؤدي مثلاً لتعزيز وتنمية القيم ونقلها من حالة معطلة إلى حالة فاعلة، ومن بين الافتراضات،

-إن حسن استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، قد يعمل على تعزيز القيم وقد يولد أيضاً الإحساس بالذنب إذا أساء الفرد استخدام تلك الوسائل.

-إن حسن استخدام الشبكة قد يجعل منا ننظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية نقدية و معاشة لعوالم متعددة تحمل الإنسان إلى آفاق واسعة في الزمان والمكان.(عزي، 2013، ص34)

-حسن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى تعزيز القيم السائدة.

-حسن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى تنمية المهارات الاجتماعية، ويسهم في التنشئة الاجتماعية و يحقق الترابط الاجتماعي.

-حسن استخدام التكنولوجيا يحقق الإشباع والترفيه. (بلوطي، 2022، ص47)

سابعاً- الانتقادات الموجهة للنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

نجد أهم هذه الانتقادات الجوهرية التي وجهها ثلة من الباحثين والنقاد، لمرتكزات ومسلمات الحتمية القيمية في الإعلام مَحْصُورَة في خمسة مشاكل، تشكل في حد ذاتها جملة من التحديات التي تواجه هذا المدخل والمنظور، وهي كما يلي:

1- مشكلة القيم:

ولعل جوهر هذا الانتقاد يكمن في مدى علمية موضوعها في الأصل والذي هو "القيم"، وذلك انطلاقاً من التيارات الفكرية السائدة، والتي تجعل من العلم عبارة عن دراسة للواقع، لا أن يكون دراسة لما يجب ان يكون عليه هذا الواقع.

2- مشكلة الحتمية:

يكمن هذا الانتقاد عامة في مصطلح "الحتمية"، بحيث يرى الباحث "عزي عبد الرحمن"، أن "القيمة" كمتغير أساسي في تفسير وفهم الظاهرة الاتصالية، وذلك يعني أن أي عنصر أو ظاهرة اتصالية أو إعلامية يفسر أو يفهم بقربه من القيمة، في حين أن باقي المتغيرات كالفعل الاجتماعي أو التاريخي أو الاقتصادي هي مكملة فقط.

وفي هذا الصدد فمن الصعوبة عزل باقي المتغيرات ووصفها بالمكملة أو الثانوية دون دراسة امبريقية جادة وصارمة، تراعي الاختلاف الزمني والمكاني وتتبع الأثر على المدى الطويل وليس القصير فقط. وكان من الضرورة على أنموذج الحتمية القيمية أن يحدد بوضوح متناهٍ ودقيق لمفهوم القيم، خصوصاً وأن رأى و أفكار ما بعد الحداثة جعلت من نسقية القيم "قيمة مطلقة"، وهذا ما قد يجعلها تقع في دوامة صراع الحضارات، لا حوار الحضارات التي يدعو إليها الباحث "عزي عبد الرحمن".

3- مشكل المنهج:

بحيث يعد المنهج من الركائز الأساسية للنظريات التي تطمح للارتقاء لمصاف البراديغمات شاملة، وفي هذا الصدد جاء كتاب المفكر والباحث "عزي عبد الرحمن"، في محاولة منه لخلق توازن فكري بسد الثغرات وملء الفراغات أيضاً، وليرد على أهم أسئلة الباحثين المنتقدين حول خصوصية منهجية نظريته، خاصة وأن هناك من المستجدات البيئية، والتي تشير إلى أن مقياسه الذي سمي "ع ن س" جاء كنتيجة لمقاييس وضعت من قبل، كمقياس البورت و فيرنو نولندزي، الذين يقسمون القيم إلى: قيم اجتماعية، ونظرية، اقتصادية، وجمالية، ودينية، وسياسية.

4- مشكل الاختبار الإمبريقي:

وذلك من منطلق أن أي نظرية في الأساس هي بحاجة إلى دراسات كثيرة، ومنها إخضاع فرضياته للبحث والدراسة والتجريب الأمبريقي، ومن ثم فهي بحاجة للصبر المضني، والإجتهاد المثمر جراء إخضاعها للاختبار الميداني.

5- مشكل تأثره بأراء وأفكار سابقه:

وذلك في ضوء أنَّ مرتكزات المقاربة أيضا تمتاز بالجدة والحدثة، وبالتالي تكون نظرية جديدة، وهذا ما قد يشكل تحديا لإثبات مناحي الابتكار والجدة، خصوصا وأنَّ الباحث "عزي عبد الرحمن" يصرح في عدة مواضع عن تأثره ببعض المفكرين. (لونيس، 2014، ص319)

8- صعوبات الدراسة:

تعد صعوبات الدراسة، أحد المسلمات المتوارثة في الدراسات والبحوث الإجرائية والميدانية عامة، بحيث وجدت في الأصل الدراسات لوجود التحديات الفكرية والتقنية العتائدية والميدانية التطبيقية، لاسيما وأننا نتحدث عن البحث العلمي في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وفي هذا الصدد، نلتزم ضرورة يقتضيها بحثنا، في الإشارة لبعض التحديات والصعوبات، التي صادفتنا عند الاشتغال على الدراسة، نجد من بينها ما يلي:

أ- الصعوبات الميدانية:

حيث شكلت هذه الصعوبات، تحديا بالنسبة للباحث، لكون الإطار الذي تقع في دائرته دراستنا يقتضي دراسة متغير المستوى التعليمي في الأطوار الثلاث، وبخاصة ملاحظات العمل الميداني مع طلبة طور الليسانس من مختلف ميادين وتخصصات البحث العلمي، فمنهم من لا يعرف أصلا معنى دراسة ميدانية أو إجرائية أو منهجية "المسوح الاجتماعية"، أو حتى أدوات البحث العلمي "الاستبيان"، مما شكل تحديا، لتوصيف وتوصيل المعنى والسياق المرتبط بالدراسة الميدانية بشكل مكتوب "مطبوعة الاستمارة"، وشفوي بالشرح والتوضيح ونحوه.

ب- الصعوبات الجغرافية: "الزمكانية"

تتدرج الصعوبات الجغرافية، في دراستنا في إطار توزيع عينة الدراسة لبحثنا، على جامعات مناطق ومحافظات الجنوب الشرقي الجزائري "الوادي، بسكرة، ورقلة"، ورغم وقوع هذه الجامعات في ناحية جغرافية واحدة "الجنوب الشرقي"، إلا أن المسافة الزمنية والمكانية، شكلت تحديا، نسبة لتوزيع عينة الدراسة مبدئيا على هذه الجامعات الثلاث المتباعدة، من حيث مراكزها "الجامعات الأم"، وحتى بالنسبة لفروعها "الأقطاب الجامعية".

ج- الصعوبات البحثية:

ترتبط الصعوبات البحثية، بنوع العينة التي يقتضيها موضوع الدراسة، وفي دراستنا تم الاعتماد على "العينة غير العشوائية الحصصية"، ذات الحصص المتساوية وفق متغير الجنس، ولقد شكل هذا تحديا صعبا، ومن أكثر صعوبات البحث الجلية، نظرا لأن هذا النوع من العينات ينصب في خانة أخذ واقتطاع

جزء من مقدرات مجتمع الدراسة وفق حصص متساوية من مجتمع البحث "كل جامعة، من كل الكليات، والأقسام بالتساوي وفق متغير الجنس".

كما تم اعتماد أسلوب "الاستبيان الورقي المطبوع" في هذا السياق، وتوزيع استمارة الاستبيان وفق ظروف مختلفة على عينة مكونة من: 520 مفردة، و 20 مفردة من كل كلية مقسمة بالتساوي على الأقسام وفق متغير الجنس، وموزعة على ثلاث جامعات وفق عدد الكليات الموجودة في كل جامعة (10 كليات جامعة ورقلة، 8 كليات بجامعة الوادي، 8 كليات جامعة بسكرة).

كما شكلت عملية تفريغ البيانات، بعد استرجاع مجموع الاستمارات تحدياً من حيث الوقت والجهد، بالرغم من تطبيق الإجراءات الإحصائية بتوظيف برنامج Spss، نظراً لعدد الاستبانة وكثرة توظيف المعاملات تبعا لتعدد التساؤلات وتنوعها، مع تسجيل تحدٍّ آخر بعدي من خلال عملية التحليل الكيفي "التعليق والتحليل والتفسير".

د- صعوبات مادية:

تعد الصعوبات المادية، في حقيقة الأمر رهان نجاح أو فشل كل بحث، وتشكل تحدياً بالغ الأهمية نظراً لأنها قد تشكل حواجز لاكتمال بعض البحوث، ولقد أثرت هذه الصعوبات نسبياً على البحث من عدة زوايا مثل: زمان إجراء الدراسة، وبالتالي انعكست نوعاً ما على مقدرات الباحث من حيث الوقت ونحوه فضلاً عن التأثير المادي.

الخلاصة

من خلال الخطوات المنهجية السابقة، يتضح لنا موضوع الدراسة بشكل محدد تبعاً لجميع الخطوات المتسلسلة، والتي تساهم حتماً في حلحلة وفك أبعاد موضوع الدراسة، بما يساهم في بقية الخطوات وبخاصة في الجانبين "النظري والتطبيقي"، بحيث إنّ الجانب المنهجي هو الركيزة الأساسية لهما، بحيث يتم العودة إليه متى اقتضت الضرورة، خصوصاً في ظل التحديات التي تواجه الباحثين في الجانب التطبيقي في ميادين البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها علوم نسبية، ودائمة التغير والتطور.

الجانب النظري للدراسة

تمهيد

تعد مواقع التواصل الاجتماعي، أحد أهم المكونات الأساسية لبنية شبكة الإنترنت، بحيث وفقاً لأهداف هذه الأخيرة، فمواقع التواصل الاجتماعي، تعمل وفق رؤية جعل العالم بمثابة قرية عالمية من حيث التواصل والتفاعل ما بين أفراد المجتمع، متجاوزة الظروف المكانية والزمانية.

وتتنوع مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من حيث الوظيفة، ونوعية الخدمة، وحتى نوعية الجمهور، فمنها ما يتبع سياسة الدردشة والنصوص والنشر والتدوين، ومنها ما يدعم نشر مقاطع الفيديو والصور وغيره.

وبذلك تعد هذه المواقع حاضنة تفاعلية أساسية لنشر القيم عبر هذه الميزات والخصائص التقنية، و وسيلة لربط القيم الاجتماعية إن صح القول ما بين أفراد المجتمع، خصوصاً وأنّ فئة الشباب الجامعي من بين الفئات المتبنية لهذه التقنيات التواصلية والتفاعلية وأكثرها استخداماً، مما يجعلها محوراً أساسياً لدراسة طبيعة هذه التقنيات ومستوى التمسك بالقيم الاجتماعية.

من هنا، يهدف هذا الجانب النظري في حقيقة الأمر إلى عرض الإطار النظري للدراسة، والمكون من ثلاثة متغيرات أساسية: مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الاجتماعية، الشباب الجامعي، من خلال التطرق لمرجعيتها النظرية وأبعادها المختلفة، وطبيعة العلاقة القائمة بينها من خلال مرجعيات الإرث المعرفي والنظري.

المبحث الأول: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

تختلف رؤى الباحثين حول صياغة مفهوم موحد لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على الرغم من اتفاقهم حول أهم أبعاد ومكونات هذا المفهوم.

وفي هذا السياق نجد الباحثة "جيني دافيس"، تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "مجموعة من تطبيقات شبكة الإنترنت التفاعلية التي تسهل عملية إنشاء المحتوى الذي ينشئه المستخدم وينظمه ويشاركه، سواء عن طريق عملية تفاعل تعاونية تشاركية أو فردية. (Davis, 2016, p :1).

ويذهب عدد من الباحثين في جامعة ماشيغان الأمريكية في مؤلفهم الموسوم بـ "What we are talking about when we talk about social media : A framework for study"، على أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى الاتصالات الناشئة على شبكة الإنترنت، ويشير هؤلاء الباحثون لعدة واضحة لوضع أي مفهوم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك انطلاقاً من تصور معقول يضم ثلاثة عناصر أساسية:

أ- الإدراك، ب- التواصل، ج- التعاون.

وفي ضوء هذه العناصر الثلاثة، يتضح أنّ كلّ عنصر أو بعد يمثل مكوناً أساسياً لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث يهتم الإدراك بالمعرفة المشتركة، والتي يدركونها بشكل مماثل لما وجدوه في مواقع التواصل الاجتماعي، بالمقارنة مع وسائل الاتصال أو الإعلام الأخرى، أو حتى المواقع الإلكترونية الأخرى، بينما يشير التواصل إلى العلاقات الاجتماعية والتفاعلات الناشئة، وقد نجد هذه الخاصية مماثلة أيضاً لمواقع الدردشة أو منتديات الدردشة أو البريد الإلكتروني أيضاً، فضلاً عن عنصر التعاون، والذي يشير إلى الأفعال والسلوكيات التي تنتج في شكل جماعي. (Jeffrey, dailey and..., 2016, p :3)

وفي هذا الصدد يذهب كل من الباحثين "علي روحاني Ali rohanivala" و"سيو هوك Siew hock" لتعريف مواقع التواصل الاجتماعي، على أنها مواقع ويب، تسمح للأشخاص بالبقاء على اتصال مع أشخاص آخرين في المجتمع عبر هذه المواقع. (Vala, Siew, 2009, p :43)

وفي المقابل يعتقد الباحث يوسف المقدادي، أن مواقع التواصل الاجتماعي "Social Media Weps"، مواقع يتم اللجوء إليها عبر شبكة الإنترنت، بحيث تُمكن المستخدمين من المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة. (المقدادي، 2013، ص24)

بمعنى أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي، بمثابة مواقع تمكن الأفراد المستخدمين، من مساهمتهم النسبية عبر هذا الفضاء في إنتاج محتويات، بدءاً من قدراتهم على إنشاء صفحات "بروفيلات" خاصة، ومجموعات أو صفحات خاصة أو عامة مثل: الصفحات الخدمية أو التجارية أو الإخبارية وغيرها، مع الإشارة لقوانين المجتمع ومعاييرهِ وفق رؤية مصممي هذه المواقع.

ويذهب "شريف اللبان" لوضع مفهوم لمواقع التواصل الاجتماعي على أساس أنَّها: من الخدمات التي نجدها على شبكة الإنترنت، والتي تتيح للأفراد إمكانية بناء بيانات شخصية "Profile" عام أو شبه عام من خلال نظام محدد، ويمكنهم من خلال هذا الـProfile، وضع الأفراد المستخدمين لقائمة لمن يرغبون في مشاركتهم في الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم، وأيضاً تلك القوائم التي يصنعها الآخرون من خلال هذا النظام. (هتيمي، 2015، ص82)

كما يذهب الباحث "الفرار العياشي"، للتصريح بأنَّه يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مماثلة لمجتمع افتراضي يتيح مساحة واسعة للحوار والتلاقي والاكتشاف، بعيداً عن إكراهات المجتمع وقيمه وخصوصياته، بحيث يمكن القول بأنها فضاء خارج عن السيطرة، يسمح من خلال مساحته الشاسعة من التحرر عن قيود وإكراهات المجتمع. (الفرار، 2020، ص316)

وهذا التعريف الأخير يشير في حقيقة الأمر لكون مواقع التواصل الاجتماعي، عبارة عن مجتمعات أو مؤسسات افتراضية تعمل جنباً إلى جنب مع المؤسسات الاجتماعية الموجودة في الواقع، لكنها تتميز بحرية أكبر وتحرر من ضوابط المؤسسات الاجتماعية والتزاماتها ورسائلها القيمية.

وإذا ما تحدثنا عن هذه المواقع من منطلقات تاريخية وزمنية، فيعد التأريخ لبروز مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة محاولة بحثية جادة من قبل عديد الباحثين، بحيث إن نشأة هذه المواقع لم تكن من العدم، ودليل ذلك وجود دراسات ترجع بروز هذه المواقع لمسبق بروز شبكة الإنترنت في الأصل.

بحيث يرجح أن يكون ظهور مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي نسبة لعالم الاجتماع "جون بارنر John Barnes" في عام 1954م، حيث كانت تتمثل مواقع التواصل الاجتماعي في تلك الفترة، في نوادي المراسلة التي كانت تستخدم في الغالب لربط العلاقات ما بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة، وساهم بروز شبكة الإنترنت بدوره في ظهور تطبيقات للتواصل الاجتماعي عبرها، والتي تركز على بناء شبكات وعلاقات اجتماعية ما بين البشر. (فلاق، 2017، ص18)

وبتأريخ أدق تعد سنة 1994م، أول عام برزت فيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكلها وحلتها التقنية المحضة، عندما تم الإعلان عن موقع "Geocities" كأول شبكة اجتماعية ناشطة عبر شبكة الإنترنت

في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1995م، ظهر موقع للتواصل الاجتماعي تحت تسمية "Theglobe.com"، وفي نفس العام ظهر أيضا موقع "Classmates.com" للربط بين زملاء الدراسة، وبعد عامين، أي في سنة 1997م بالضبط ظهر موقع "SixDehrees.com"، الذي يركز على الروابط المباشرة مابين الأشخاص، وظهرت في هذا الموقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. (ميمي محمد، 2018، ص22)

وفي سنة 2002م، ظهر موقع "Friendster"، الذي حقق نجاحًا دفع "Google" إلى محاولة شرائه سنة 2003م، ولسوء الحظ لم يتم إبرام الصفقة لعدم الاتفاق حول شروط الاستحواذ. (بوعمر، جابر، العادل، 2021، ص183)

وفي النصف الثاني من سنة 2002م، ظهرت في فرنسا شبكة "Skrock"، كموقع للتدوين، قبل أن تتحول بشكل كامل لموقع وشبكة اجتماعية لاحقا، وتمكنت بعد سنوات من تحقيق المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشاركين. (هتيمي، 2015، ص80)

وفي نفس الفترة من سنة 2002م، كان محرك البحث "Google" الأول في العالم، الذي يصل لـ3 بليون موقع في فهرسه.

وفي سنة 2003م، بات يوجد مئات الملايين من الأجهزة المربوطة عبر شبكة الإنترنت، وتم إطلاق أول موقع للتواصل الاجتماعي، المخصص لتبادل الصور وإضافة الأصدقاء وهو موقع "My space.com" كما تم إطلاق موقع "LinkedIn".

أما سنة 2004م، فلقد شهدت بروز مدونة "Web blogs"، ورغم بروزها خلال فترة التسعينيات إلا أنها لم تشهد الرواج والانتشار في العالم إلا لاحقا. (المقادي، 2013، ص21)

وفي نفس السنة تم الإعلان عن أحد أكبر مواقع التواصل الاجتماعي عبر التاريخ، بحيث أُعلن عن موقع "الفيسبوك Face book" على يد "مارك زوكربيرغ" في جامعة هارفارد الأمريكية، لغاية التواصل مابين طلبة الجامعة، من خلال إنشاء كل طالب لبريد إلكتروني خاص بالجامعة، وأن يبلغ سن الطالب 18 سنة، وكان حينها عمر "مارك زوكربيرغ" 19 سنة، وهو يدير هذا الموقع من غرفته في الجامعة، لينضم إليه أربعة من زملائه الطلبة وهم من المؤسسين أيضًا. (Brugger, 2015, 3: p)

أما في سنة 2005م، فلقد تم الاعلان عن موقع "اليوتيوب Youtube" لتحميل وتنزيل الأفلام المصورة. أمّا في مايخص سنة 2006م، فقد ازداد التركيز على إنشاء المواقع ذات التواصل مع المستخدم "Interaction Application Websites"، التي تعتمد على تقديم الطلبات والصور والأغاني، وتبادل

الملفات أيضاً، وشهدت ذات السنة رواجاً كبيراً لموقع "الفيسبوك" خارج أسوار جامعة هارفارد، وبات الموقع على شبكة الويب عالمي النشاط، وتجاري الاستخدام، وفي هذه السنة أيضاً ظهر موقع التدوينات أو ما يسمى بموقع "تويتر Twitter". (المقادي، 2013، ص22)

وكل المواقع التي سبق ذكرها سابقاً هي من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وأقدمها من الناحية التاريخية فقط، إذ أنَّ عناوين هذه المواقع لم تتوقف لحد الآن، ونجد أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي أضحت كتطبيقات يتم إضافتها من خلال متاجر "بلاي ستور"، ضمن الخدمات التي تقدمها الهواتف الذكية، ومن بين هاته التطبيقات المخصصة للتواصل الاجتماعي على سبيل المثال لا الحصر:

تطبيق "التيك توك الصيني" الذي كان موجوداً منذ عام 2016م، والذي يستخدم بغرض التفاعل عن طريق الفيديوها القصيرة، وأيضاً تطبيق "التليغرام الروسي" الذي تم تأسيسه سنة 2013م، للتراسل الفوري بناءً على تواجد أكثر من منصة من خلاله، كما ظهر أيضاً تطبيق التواصل الاجتماعي "السنايشات" سنة 2011م، لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة أو الفيديوها.

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي، عديد المزايا للمستخدمين، على غرار توفير مساحات وفضاءات واسعة لصناعة المحتوى الرقمي، بحيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي تعج بخصائص فريدة من نوعها، ويمكن أن نوجز بعض هذه الخصائص في النقاط التالية:

-مواقع شاملة: حيث إنَّ من مميزات إلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية والزمانية، مما يوفر إمكانيات لتواصل ما بين الأفراد عبر مسافات بعيدة جداً وبكل سهولة.

-خاصية التفاعلية: بالإضافة إلى أنَّ الفرد المستخدم لهذه المواقع مستقبل وقارئ، فهو أيضاً مرسل ومستقبل وكاتب ومشارك، مما يلغي صفة السلبية للجمهور التي نجدها في الإعلام التقليدي، كالتلفاز والصحف وغيرها.

-تعدد الاستعمالات: بحيث إنَّها مواقع سهلة وممرنة، يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، فمن خلالها يتمكن العالم أو الباحث من بث علمه وتعليم الناس، والكاتب من التواصل مع القراء، وعامة الجمهور من أفراد المجتمع في التواصل الاجتماعي والإنساني وغيره.

-سهولة الاستخدام: بالإضافة لإمكانيات استخدام اللغة والحروف ببساطة، يمكن استخدام الصور والرموز التي تسهل للمستخدمين من فرضية نقل أفكارهم وتفاعلهم مع مستخدمين آخرين.

-اقتصادية في الجهد والوقت والمال: وذلك في ضوء مجانية الاشتراك والدخول، فلكل فرد إمكانية للحصول على حساب شخصي على مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث إنّ إنشاء مثل هذه الحسابات ليس حكراً على أصحاب الأموال، أو أي جماعة كانت. (بن براهيم الشاعر، 2015، ص67)

-تنوع التطبيقات: حيث إنّ تنوع التطبيقات من الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تبلغ سعتها سعة الحياة كلها، وهي متنوعة في شتى المجالات وتغطي كل اهتمامات المستخدمين لها.

-إظهار المشاعر الإنسانية: بحيث إنّ، قَبْلَ ظهور هذه المواقع، كان من الصعب إظهار المشاعر الإنسانية من خلال المحادثات التي تتم بطرق تقليدية، بحيث إنّ مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت فرصة مشاركة العواطف، من خلال الأشكال التي تعبر عن الحالة المزاجية التي يعيشها المستخدم، وذلك في ضوء الخصائص التعبيرية التي توفرها أشكال "Emoji"، والتي تعبر إمّا عن الإعجاب أو الفرح والمحبة والمشاركة، أو الحزن أو حتى الغضب. (ميمي محمد، 2018، ص30)

المطلب الثالث: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

خلال العقد الأخير وقبله بقليل، باتت مواقع التواصل الاجتماعي، وجهة انتقلت منها الحياة الاجتماعية والإنسانية بأسرها، من التواصل المباشر في الواقع الاجتماعي إلى التواصل عبر الفضاء الافتراضي الرقمي، فتغيرت تماماً التصورات التي بنت وربطت مواقع التواصل الاجتماعي بصفات الشخصية والفردانية في الاستخدام، إذ توجهت المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإعلامية، للعمل عبرها، وانتقل حتى الفكر وجواهره في شتى الميادين والمجالات، إلى حضرة هذه المواقع، ويتجلى هذا الانتقال في ظل الاستخدامات المتعددة لمواقع التواصل الاجتماعي، ونجد من بين هذه الاستخدامات، ما يلي:

1-الميدان التعليمي:

في دراسة تمحورت حول أثر استخدام موقع الفيسبوك على النتائج الدراسية لدى طلبة الجامعات، أكدت "أرين كاربنسكي Karpnski,a"، أنّ الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الإنترنت وتصفح الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذه المواقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح موقع الفيسبوك، كلما تدنت درجاته في الامتحانات، لذلك سعى بعض المدرسين، بالمؤسسات التربوية، على غرار المدارس والمعاهد والجامعات، إلى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التدريس من خلال تطوير بعض المهارات لدى المتعلمين، فعمدت المؤسسات التربوية إلى وضع برامج وأنشطة للطلاب، بهدف الاستفادة من هذه الوسائط لإشغال وقت الشباب بما يفيدهم. (بلعيد، 2016، ص12)

2-الميدان السياسي:

تعمل مواقع التواصل الاجتماعي، كوسيلة لممارسة الديمقراطية والمشاركة السياسية، وهذا ما يؤدي للتأثير بشكل مباشر على السلوك السياسي للناس، وهذا ما أثبتته الواقع خصوصاً: خلال الحملات الانتخابية، وذلك في ظل الرغبة في إدارة الانتخابات بنجاح، من خلال نشر المعطيات والبيانات المطلوبة للناخبين، بما يؤدي لإشراكهم في إدارة وتسيير الحملات الانتخابية، وهذا ما يسهل من حدوث نوع من الاتصال التشاركي، أي من خلال تواصل الناس كمتحدثين نشطين، يصبح تدفق المعلومات متعدد الاتجاهات، وهذا ما يمنحهم إمكانيات لصناعة المحتويات السياسية بطريقة أسهل بشكل واضح عما كانت عليه من خلال اعتماد الوسائل التقليدية للاتصال. (Calderaro, 2018, p :785)

3-ميدان التسويق الاقتصادي:

معظم رجال العلاقات العامة والتسويق، يعرفون جيداً أهمية هذه المواقع، بحيث إنّ العديد منهم يراقب ويسجل ما يقال عن منتجاته وشركته ورؤسائه، من خلال هذه الوسيلة التي يتزايد استخدامها للأغراض التسويقية لأنها حققت نجاحاً مذهلاً، بحيث إنّ وجود المؤسسات عبر هذه المواقع يكسبها قدرة هائلة على الاستفادة من ملايين الأصوات التي تصلها من المواقع، وفي هذا الصدد يمكن الاستثمار في مقولة "روبرت السنيتير توبي فلت": "لَوْ كُنْتُ تعيش في كهف مغمض العينين ومغلق الأذنين ففي تموز 1995 فتحت "Amazon.com" أبوابها فعلياً للعالم حيث لم ينفق مؤسسها "جيف بيزوس" في عملية التسويق لها أي تكاليف مادية، واقتصر التسويق للموقع عن طريق 300 صديق وأفراد من عائلته ممن جربوا الموقع أن ينشروا خبره بين الناس فخلال شهر واحد فقط باعت "Amazon" الكتب في 50 ولاية و45 بلداً وجمعت مليون دولار. (حاسي، 2016، ص275)

4-الميدان السمعي البصري:

باتت وسائل الإعلام التقليدية، تميل نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة أو بأخرى، ومثال ذلك: إقدامها على طرح تساؤل بالعالم الافتراضي، في حين نجد الإجابة عن هذا التساؤل عبر الوسيلة الإعلامية التقليدية، أو العكس تماماً، وهذا ما يسمى بـ: "الوسائط المتعددة Transmedia"، والهدف من هذه العملية، هو لفت انتباه أكبر عدد من الناس، بما يساهم في ارتفاع نسب المشاهدة أو الاستماع. (بلعيد، 2016، ص16).

وهذا ما يبين جلياً الاعتماد الواضح للمؤسسات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي، في ظل الاعتماد الفردي والجماعي من قبل المجتمعات و الشعوب على هذه المواقع، بحيث أضحت كبرى المؤسسات

الإعلامية تمتلك أيضاً حسابات عبر هذه المواقع ينطلق أحياناً منها بثها الافتراضي، المزامن لبثها الفضائي، كما يتم حفظ وتسجيل الحلقات عبر هذه المواقع مثل الاعتماد الإعلامي على موقع "يوتيوب" في تسجيل مختلف البرامج.

المطلب الرابع: تطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي

أولاً: مدخل عام الى الفايسبوك

انطلق استخدام موقع فايسبوك على شبكة الإنترنت "www.facebook.com" كموقع للتعارف الاجتماعي، "social networking"، بحيث يعتمد أساساً على المضمون المزود من قبل المستخدم "user generated content" كما يعرف باللغة الإنجليزية، مثلاً في الآراء والمدونات الشخصية والصور الفوتوغرافية الرقمية وغيرها.

ويعد الهدف الأساسي من الولوج لهذا الموقع "هدف تواصل" بامتياز، أي لغرض التواصل بين أعضائه المسجلين به، ويمكن هذا الموقع مستخدميه من خصائص جمة مثل: تكوين "نوادي" للاهتمامات المشتركة، وصفحات للمناسبات والفعاليات التي يريدون الإفصاح عنها.

ولقد بات موقع "فايسبوك"، عرضة لانتقادات لاذعة بسبب إقدامه بالإعلان عن رغبته في استخدام البيانات الشخصية للمستخدمين لأغراض تسويقية، مما أثار حفيظة المستخدمين المدافعين عن مبادئ وأسس الخصوصية والأمن المعلوماتي، ومن ناحية ثانية نجده أحد أكبر المواقع استقطاباً للإشهارات والإعلانات الإلكترونية بشكل لا نظير له، وموجه أساساً لكل مستخدم حسب مجالات اهتماماته المعلنة. (بلخيري، 2014، ص49)

ولقد بينت الدراسات الحديثة أنّ موقع "فايسبوك" يعد رائد مواقع التواصل الاجتماعي، لجماهيرته العالمية الواسعة، وهذا ما أكدته الدراسات النوعية الحديثة، ففي دراسة أجراها "بيت كوم" سنة 2012م، على عينة من الشركات في منطقة الشرق الأوسط، أكدت أنّ 72% منها تفضل استعمال "فايسبوك Facebook"، وأنّ ما نسبته 65% تجد أنّ الموقع الأكثر شعبية. (هتيمي، 2015، ص90).

وبالتالي تحول هذا الموقع، من أهدافه المعلنة لغرض التواصل والتفاعل الاجتماعي، لأهداف التسويق والإشهار والتجارة الإلكترونية، وزاد الاهتمام المؤسساتي بهذا الموقع، نظير استخدامه من قبل شعوب العالم، لكونه مجتمعاً افتراضياً موازياً جماهيرياً لتعداد سكان دول كبرى مثل: الصين والهند وغيرها.

ثانياً: مدخل عام لليوتيوب

تأسس موقع "Youtube"، على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة "Pay Pal"، وهم "تشاد هيرلي" Chad Harley، "ستيف تشين" Steve Chen، و "جاود كريم" Jawed Karim، في مدينة "سان برونو" في ولاية كاليفورنيا الأمريكية، حيث كان كل من "هيرلي وستيف" يقومان بالتقاط صور فيديو في أحد الاحتفالات في "سان فرانسيسكو"، ولصعوبة نشر هذه الصور فكر كل من "هيرلي وستيف" في إنشاء موقع "اليوتيوب".

وفي هذا الصدد تم إطلاق نسخة تجريبية لهذا الموقع سنة 2005م، وبعد مدة قليلة تم الإعلان عنه رسمياً كموقع للتواصل الاجتماعي.

بصفة عامة يعتمد موقع "اليوتيوب" على تقنية "الأدوبي فلاش"، لعرض مقاطع الفيديو المطلوبة، والتي تضم أفلاماً مختلفة سواءً من منتجين هواة أو محترفين.

ولقد عرف موقع "Youtube" انتشاراً عالمياً مذهلاً في شتى بقاع العالم لمُمَيَّزَاتِهِ التي تجعل من الفيديو قصير المدة على هذا الموقع مميّزاً مقابل المادة التي يقدمها التلفزيون والطويلة نسبياً، والتي لا تتناسب مع العصر الحديث، والذي سمي أساساً بعصر السرعة. (شقرة، 2014، ص90)

وفي سياق الانتشار أكدت "شركة قوقل Google"، المالكة لموقع "يوتيوب" أنّ مستخدمي الموقع لهم القدرة على تحميل ما نسبته خمسة وثلاثون ساعة فيديو كُلّ دقيقة، وهذا يعني أساساً "ألفين ومائة وثلاثين ساعة" فيديو في كل ساعة، و"خمسين ألفاً وأربعمئة ساعة" في اليوم، وهذا في حد ذاته يفوق ما تبثه أكبر ثلاث محطات تلفزيونية أمريكية مجتمعة في ستين عاماً لو واصلت العمل ليلاً ونهاراً دون انقطاع.

ولقد بلغ عدد زوار الموقع سنة 2011م، ما نسبته 800 مليون زائر شاهدوا تسعين مليار مشاهدة، وتم تحميل 60 ساعة فيديو كل دقيقة، أي ما يعادل 8 سنوات من العرض المستمر حمل يومياً، وفي سنة 2012م، بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة 72 ساعة. (شقرة، 2014، ص91)

ومن هذا نستنتج أنّ موقع "يوتيوب"، تطور من حيث الاستخدام بشكل لافت في حوالي 12 شهر فقط، فما بالك بعد مرور عدة سنوات من الاستخدام الجماهيري، وفي هذا الصدد لابد من الإشارة إلى خصائصه كموقع للتواصل، الذي يجعل من المستخدمين يسترجعون حصصاً وبرامج تلفزيونية، أو حتى محتويات هواة ضاعت منهم بعد مرور مدّة زمنية، و في أي وقت ولحظة يشاءون، ودون حتى تعرضهم لقيود وضوابط على المحتوى عبر الموقع مثل: الإشهار ونحوه.

ثالثاً: مدخل عام لمنصة "إكس x"

تعد منصة "إكس" التسمية البديلة والمحدثة لمنصة "تويتر"، وفي هذا الصدد ينبغي تحديد السياق التاريخي لظهور هذه المنصة، بحيث نجد أنّ الموقع الإلكتروني "x.com" والسابق "Twitter.com"، تحت تصنيف شبكة اجتماعية تستخدم التدوين المصغر "Micro blogging"، يوظف الموقع لإرسال الرسائل النصية القصيرة والمحدودة بعدد 140 حرفاً للإجابة على سؤال بسيط وهو "ماذا يحدث؟"، وهذا السؤال بدوره تغير من سؤال أبسط كان "ماذا تفعل الآن؟"، وذلك في شهر نوفمبر من سنة 2009م، وكانت أول تغريدة من الموقع "Jack dorsey"، والتي كانت بعبارة بسيطة "للتو قمت بتنصيب تويتر"، وكانت هذه التغريدة في 21 مارس 2006م.

ولقد ظهر هذا الموقع في البداية كمشروع طورته "شركة Obvious الأمريكية"، على يد مهندس البرمجيات الأمريكي "Jack dorsey"، بحيث يعد الأخير صاحب فكرة مشروع "تويتر Twitter"، والذي رأى النور كموقع للتواصل الاجتماعي رسمياً على شبكة الإنترنت سنة 2006م، رغم أنّ ملكيته تعود لـ "شركة Obvious الأمريكية"، وفي شهر أبريل بالضبط من سنة 2008م، قامت هيئة إدارة الموقع بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم موقع التواصل الاجتماعي "تويتر Twitter". (عبد الهادي زيد، 2017، ص ص 37-38)

أمّا تسمية منصة "إكس x" فهي تسمية حديثة، بحيث تعود للسنوات القليلة الماضية بعد موافقة مجلس إدارة "تويتر" سابقاً على تغيير التسمية.

رابعاً: مدخل عام للواتس آب Whats App

هو تطبيق من تطبيقات التواصل الاجتماعي "الفوري ومحتكر"، وأيضاً متعدد المناصب للهواتف الذكية، ويمكن إضافة خاصية الرسائل الأساسية للمستخدمين، وإتاحة فرصة إرسال الصور، والرسائل الصوتية، و الفيديوهات، وغيرها من الوسائط.

تأسس Whats App سنة 2009م، من قبل الأمريكي "بريان أكتون" والأوكراني "جان كوم"، بحيث أنّ كليهما كانا من الموظفين السابقين في موقع "ياهو"، ويقع مقر "واتس آب Whats App"، في "سانتا كلارا" في كاليفورنيا الأمريكية، وحالياً يتنافس "الواتس آب Whats App"، مع عدد خدمات الرسائل الآسيوية مثل: Line, KakaoTalk، وغيرها.

ولقد تم إرسال عشرة مليارات رسائل يومية على "الواتس أب" في سنة 2012م، كما يلاحظ أنه ارتفع إلى المليارين في غضون أسابيع من نفس السنة، وأعلن أيضا "الواتس أب" سنة 2013م، على موقع تويتر أنه قد وصل سجله اليومي الجديد لـ 27 مليار رسالة.

وبعد فترة وجيزة، وبالضبط بتاريخ 19 فيفري 2014م، قامت شركة الفيسبوك بشراء "الواتس أب" App، بمبلغ مالي وصل إلى الـ 19 مليار دولار أمريكي. (معزة، 2021، ص ص 95-96)

خامساً: مدخل عام لماي سبيس

مع بدايات سنة 2005م، ظهر موقع "My Space" الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومع منافسه الشهير "فايسبوك"، الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس". (معزة، 2021، ص 89)

ويعد موقع "ماي سبيس My Space"، موقعا على شبكة الويب يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية، والتي تتيح التفاعل بين الاصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى: كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وافلام الفيديو.

هذا ولقد حاز موقع "ماي سبيس My Space"، على اهتمام الكثيرين وكان أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية سنة 2006م، وهذا المجد لم يطل كثيرا حيث تراجعت شهرة وشعبية "ماي سبيس"، بعد أن قامت شركة "نيوز كويب"، والتي يملكها إمبراطور الإعلام "روبرت مردوخ" بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار، ولكن بعد ظهور موقع الفاييسبوك، كأقوى منافس تراجع بشكل كبير، واضطر مالكوا شركة "نيوز كويب" لبيع الموقع بمبلغ زهيد حيث بيع بمبلغ 35 مليون دولار. (شقرة، 2014، ص 80)

المطلب الخامس: مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي

تعد المخاطر التي تواجه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، بمثابة تحديات بالنسبة للعديد من الشعوب والمجتمعات، وذلك لما يرتبط بها من تعددية موصوفة لهذه المخاطر، اذ نجد من بينها ما يلي ذكره:

- من الناحية الاجتماعية، رغم فوائد مواقع التواصل الاجتماعي التواصلية التي تزيد من الترابط وقوة العلاقات الاجتماعية، كما أن لها دورا في تبادل الآراء ما بين المستخدمين، وتسهيل التعارف ما بين الثقافات، لكونها وسيلة تتجاوز الحدود، إلا أن سلبياتها كثيرة ويمكن أن تطغى خصوصا من الناحية التربوية والمسؤولية الاجتماعية، ومن بين هذه السلبيات كثرة تداول الإشاعات والأخبار المغلوطة، نظرا لخصائص عدم اشتراط التأكد من المعلومة قبل نشرها، أو نشر مصدر المعلومة، فضلا عن غياب الرقابة على ما يكتب و ما ينشر، فضلا عن تحديات انتشار لغات خاصة وغريبة، هي في حقيقة الحال مزيج ما بين العربية واللاتينية،

والتي من شأنها أن تضعف مستوى اللغة العربية لدى الأجيال القادمة، فضلاً عن مخاطرها في ظل عدم تقبل الرأي الآخر، والنقاشات الحادة والمشاحنات الناشئة ما بين الشباب عبر هذه المواقع، ومن سلبياتها الخطيرة أيضاً إهدار وإضاعة الشباب للوقت في التنقل ما بين الصفحات والمواقع، وهذا ما من شأنه أن ينعكس في الأساس على مستقبل التواصل الأسري، حيث من المرجح أن يؤدي الولوج لهذه المواقع الى العزلة الاجتماعية، وعدم اندماج الفرد مع أسرته، وغيابه عن مشكلات وهموم أسرته، وغيابه عن المشاركة في المناسبات والفعاليات الاجتماعية المختلفة.

فضلاً عن استخدامها السلبي في نشر الفساد الأخلاقي والانحرافات، ولذلك تعمل الدول الغربية لتجديد أبناء الدول العربية للإضرار بأوطانهم لصالح تلك الدول. (عبد الكافي، 2016، ص ص 89-91)

- أيضاً توظيف الحركات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي، فلقد لفت انتباه مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية، استخدام مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل التنظيمات الإرهابية مثلك: التنظيم الإرهابي المسمى بـ "داعش"، والذي يعد من أكثر التنظيمات الإرهابية توظيفاً لمواقع التواصل الاجتماعي للترويج لأعمال العنف التي يقوم بها تحت ذرائع مختلفة، وكمثال عن استخداماتها الموجهة لهذه المواقع، اعتمادها على موقع الدردشة المسمى بـ "المنبار" لجمع التبرعات، فضلاً عن اعتمادها على "الفايسبوك واليوتيوب وتويتر" لبث مذابحها وضحاياها، وباستخدامها لتقنيات سينمائية عالية الجودة، مثل عملية الإعدام المصورة التي أقدم عليها التنظيم بحرق الطيار الأردني "معاذ الكساسبة". (بلعيد، 2016، ص ص 18-19)

المبحث الثاني: القيم الاجتماعية وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم القيم الاجتماعية

لابد من الإشارة إلى السياقات الاجتماعية لمفهوم القيم، قبل أي محاولة لتسليط الضوء على مفهوم القيم الاجتماعية في حد ذاته، بحيث نجد أنَّ أحد أكبر انشغالات الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية تركزت أساساً على موضوع القيم، لذلك تعددت كتاباتهم في هذا السياق إيماناً منهم بوجود علاقة وظيفية بين القيم باعتبارها ظاهرة اجتماعية أو عنصر مشترك في تركيب البناء الاجتماعي وسائر الظواهر الاجتماعية الأخرى السائدة داخل هذا البناء.

وبالرغم من وحدة منظور هؤلاء الباحثين الاجتماعيين، إلا أنَّ معالجتهم لمسألة القيم تختلف تبعاً لطبيعتها وأسباب تغيرها، وهذا ما جعل أطروحات الفكر الاجتماعي تتعدد فيها الاتجاهات الفرعية التي تنضوي تحت لواء المنظور الاجتماعي، محاولة تفسير القيم من حيث نشأتها ومصادر اكتسابها، وعلاقتها

بالظواهر الأخرى، ونجد من بين هذه الإسهامات على سبيل المثال لا الحصر، إسهامات دراسات "اوغست كونت" التي بحثت مبدأ الموضوعية للقيم، ورائد علم الاجتماع "إميل دوركايم" صاحب النزعة الوضعية في البحث الأخلاقي وتفسير القيم والظواهر الاجتماعية، فضلاً عن دور "تالكوت بارسونز" الذي أعطى للقيم صبغة الظاهرة الاجتماعية الثقافية التي مصدرها البناء الثقافي. (بلمادي، 2016، ص 105-106) وبناءً على ما سبق، وبتصفح الإرث النظري والمعرفي لظاهرة القيم، نجد أن القيم الاجتماعية، كانت أحد أبرز انشغالات الباحثين، خصوصاً في العصر الحديث، بحيث ينظر إليها كل باحث بحسب مجاله واختصاصه، ونجد من بين هذه المفاهيم للقيم الاجتماعية، ذلك المفهوم الإجرائي الذي قدمه الباحث "حسن الفاتح الحسين محمد المبارك"، حيث وصف القيم بأنها معتقدات الفرد وأفكاره التي يتمخض عنها اختياره لشكل معين من السلوك، ويكتسب تلك المعتقدات من خلال نمط التربية السائدة في المجتمع الذي يعيش فيه. (محمد المبارك، 2020، ص 42)

ويفسر هذا المفهوم وفق رؤية أن المؤسسات الاجتماعية المسؤولة على تربية الأفراد في المجتمع، يقع على عاتقها إنتاج سلوكيات وتصرفات الأفراد، والتي تتبني عليها القيم في الأصل. كما يعرف "إلينسون" القيم الاجتماعية بـ: "بأنها الأفكار التي تشير عما هو جدير بالرغبة والانضمام، ومن ثم فإنها تتمثل بالنسبة للفرد في الحياة اليومية، عمل، وحياة اجتماعية، وخطط للمستقبل، وأيضاً أن القيم هي حكم تفضيلي يمثل إطاراً مرجعياً يحكم تصرفات الإنسان في حياته الخاصة، ويشترك معهم "روكيش" في أنها معتقد، أو اعتقاد يحظى بالدوام". (عطوي، 2020، ص 188)

ويمكن تعريف القيم الاجتماعية أيضاً، على أنها تصورات و مفاهيم تحدد ما هو مرغوب في المجتمع، وتؤثر في اختيار أنماط وأساليب السلوك الإنساني من حيث وسائله وأهدافه، وتتجه مظاهرها في اتجاهات الأفراد وأنماطهم السلوكية ومعتقداتهم ومعاييرهم ورموزهم، فالسياق العام لنسق القيم في المجتمع، هو الذي يشكل طبيعة العلاقات بين الأفراد في ما بينهم بالصورة التي تتفق ومعايير المجتمع. (سلاوي، لعل، 2017، ص 472)

كما تعرف القيم الاجتماعية أيضاً، على أنها نوع من التوازن ما بين مجموع الصفات و خاصيات المخلوقات، و لا يحصل هذا التوازن المشار إليه إلا من خلال الاستغراق والتدبر الفعلي في الآيات الكونية التنزيلية، هذا من وجهة نظر دينية، كونه يدع للفطرة السليمة، و يتشارك بشكل عام البشر على وحدة ومركزية بعض هذه القيم، كتوقير الكبير، والاشفاق على الصغير، وتمجيد الشجاع والكريم، وتقبيح الغش والكذب وغيره. (بوداود، 2017، ص 28)

بمعنى أنَّ القيم الاجتماعية من الناحية الدينية، تركز على تعاليم الدين من خلال الدعوة الصريحة للإنسان للتدبر في أهم القيم المستوحاة من تعاليم "القرآن الكريم"، فضلا عن أهم المآثر والرسائل من "السنة النبوية الشريفة"، بما يتيح للفرد المؤمن أن يشكل قاعدة جوهريّة ومخزوناً مهماً من القيم الاجتماعية التي تتمظهر في صفات وسلوكيات الأفراد السوية خصوصاً.

وإذا ما نظرنا للقيم الاجتماعية من واقع أنها عبارة عن معايير يضعها المجتمع بعناية، فهذا يشير إلى ضرورة التزام الفرد، بحيث إنّها كلما سادت هذه القيم في المجتمع كلما ساد بين أفرادها الود والتفاهم والتعاون فيما بينهم. (الجمال، الكرم، 2020، ص44)

المطلب الثاني: المصادر الأساسية للقيم الاجتماعية

يتم تزويد الأفراد في المجتمع منذ بدايات تكوينهم الأولي بشكل متسلسلٍ ومتدرجٍ، تشارك فيه العديد من الجهات في المجتمع، وتعرف هذه الجهات بكونها مؤسسات للتنشئة الاجتماعية، بحيث إنّهُ في هذه الحالة يمكن أن نصف الأفراد في ظل هذه المؤسسات على أنّهُم بمثابة مدخلات أو مادة خام تسعى مؤسسات التنشئة الاجتماعية لتكوينهم كمخرجات وفق أطر وغايات سامية في المجتمع، وذلك على الرغم من بروز مؤسسات موازية وخارجية تسعى لمنح الأفراد قيماً أخرى مغايرة عن قيم مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأساسية، وسنأتي بالتدرج لدراسة هذه المؤسسات:

أ- الأسرة: حيث تعد الأسرة أول مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي ينشؤها الإنسان لتنظيم حياته في الجماعة، وهي مؤسسة رائدة تقدم الفرد لمختلف المؤسسات الأخرى، فضلا عن مسؤوليتها الأخلاقية في تكوين الأفراد من خلال تعاليمها وطبيعتها بنيتها وعلاقة أفرادها ببعضهم البعض، وتخضع الأسرة لتطورات ثقافية حاصلة عبر مراحل التاريخ، وأخذ المجتمع بالتدرج في الطغيان على وظائفها من قبل هيئات الإشراف كوزارة التربية والتعليم.

وهذا يمكن تفسيره في حقيقة الأمر، إذا ما تحدثنا عن تأثيرات القوانين الوضعية، التي تؤثر على تكوين الأسرة، وحتى المؤسسات الثقافية وغيرها.

ب- جماعة الرفاق: تعد جماعة الرفاق من الوسائط الاجتماعية، التي تساهم في تشكيل لبنة القيم بالنسبة للفرد، لكونها تعطيه مساحة كبيرة وواسعة من الحرية في بنائها وحمايتها وتنظيمها، وتشعره بثقة في النفس وبالمركز والمكانة أيضاً، وتتمثل جماعة الرفاق هذه بشكل عام، من كونها عبارة عن مجموعة من الأصدقاء الذين يتقاربون في السن، وعموماً يميل الفرد كعضو في هذه الجماعة إلى أن يرى الأشياء في ضوء توقعات الجماعة لتصوراته.

ج- **المؤسسة المدرسية:** تعد المدرسة مؤسسة ذات أهداف محددة مسبقاً من تبعات فلسفة المجتمع، وثقافته وإمكانياته وخطته المستقبلية، وخصائص المتعلمين في المرحلة التعليمية المرتبطة بالمدرسة، وإذا ما تحدثنا عن تطوير كفاءات الأفراد فهي أول المؤسسات الاجتماعية الرائدة في مجالها، ومن وظائفها التي تحملها عبء غرس القيم: المحافظة على القيم الأساسية في عالم متغير، تنقية القيم من الشوائب من خلال تعزيز القيم المرغوبة في المجتمع، ونقل القيم وتوريثها للأجيال المتلاحقة وغيرها.

د- **المسجد:** يلعب دوراً هاماً لما له من أهمية من الناحية الروحية التي تؤثر في الأفراد، فالدين يفسر للفرد سبب وجوده في الحياة، وهذا ما يؤثر على وجدانه ويعطيه نوعاً من الراحة النفسية والطمأنينة، كما يحدد له السلوكيات التي يأمر بها الدين أو ينهى عن ارتكابها، ويرى المهتمون بمجال القيم أن أفضل مصدر يستمد منه الفرد قيمه هو الدين، وذلك لتمييز هذا الأخير بالوضوح التام والشمولية بما يغطي جميع الجوانب الشخصية. (الرفاعي، 2023، ص ص 229-233)

بالإضافة لمؤسسات التنشئة الاجتماعية المذكورة سابقاً، هناك مؤسسات بات لها دور فاعل يصنفها ثلة من الباحثين من كونها مؤسسات العصر، وهي ترتبط بالوسائط التكنولوجية الحديثة، نجدها في ما يلي:

*** وسائل الإعلام:** تعد وسائل الإعلام من أهم المؤسسات التربوية الناقلة للقيم في هذا العصر، ولا سيما الفضائيات من خلال إمكانية إغراء النشء باستمالتهم لسلوكيات وثقافات غير مألوفة. (الرفاعي، 2023، ص 234)

بحيث تقوم بمهام إيصال الثقافة العامة إلى الجماهير، بمختلف وسائطها سواء كانت المكتوبة أو المسموعة أو المسموعة البصرية، وهذه الوسائل تلعب دوراً هاماً في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، ومما لا شك فيه أن هذا ما شكل ولا يزال يشكل دوافعاً بالنسبة للباحثين لدراسة تأثير كل وسيلة إعلامية على شخصية أو سلوك إنساني معين. (جابر، الهاشمي، 2006، ص 52)

وإذا ما نظرنا للدراسات المتعلقة بهذا الشأن فهي عديدة، منها الدراسات الكلاسيكية التي ركزت على دور وسائل الإعلام "الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون" خصوصاً ودورها في التنشئة الاجتماعية، كما أن هناك من الدراسات الحديثة التي تسير التطور التقني لوسائل الإعلام وصولاً لإفرازات بروز وسائل الإعلام الجديدة، والتي تمخض عنها دراسات حديثة تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، وأثرها في عملية التنشئة الاجتماعية، وهذا استناداً على أهم الدراسات المتعلقة بنظريات الإعلام والاتصال كنظريات "التأثير المباشر لوسائل الإعلام"، أو "الاستخدامات والإشباع"، "الحتمية التكنولوجية المتعلقة بالوسيلة"، الحتمية القيمية المتعلقة بالرسالة" وغيره.

فضلا عن الدراسات الحديثة، كمنظريّة ثراء الوسيلة الاتصالية ونحوه.

المطلب الثالث: خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها

إن طبيعة القيم لها بعد اجتماعي، بحيث إنّها تؤثر على مواقف وسلوكيات الأفراد، وفي ظلها يمنح المجتمع للأفراد صلاحيات نوعية للقيام بسلوكيات معينة، بينما لا يسمح ولا يوفر أي غطاء للقيام بسلوكيات أخرى، ولذلك فالقيم الاجتماعية قيم ذات مميزات وخصائص متنوعة، إذ نجد من بينها ما يلي: (بن بعطوش، 2014، ص152)

أ- القيم الاجتماعية شخصية واجتماعية: بمعنى أنّ القيم الاجتماعية، موجودة عند كل فرد ويحس بها بطبعه على نحو خاص، بحيث ترتبط القيم بذات الفرد وشخصيته ارتباطاً وثيقاً، وتبرز في صيغة مختلفة من التفضيلات والاهتمامات ونحوه، كما أنّها اجتماعية لأنها تتطلب موافقة الجماعة لإقرارها، بحيث تعبر عن فعل اجتماعي سائد.

ب- القيم الاجتماعية نسبية: أي أنّها تختلف باختلاف الزمان والمكان، وحتى الإنسان فبيان أهميتها وجدواها تختلف من فرد لآخر، وأيضاً من مجتمع لآخر، ومن مكان لآخر، وأيضاً من زمان لآخر، وبذلك هي نسبية تختلف بين الأشخاص والثقافات، كأن يرى جيل معين قيمة معينة على أنّها سلبية، ويراهها جيل آخر إيجابية وهكذا دواليك.

ج- القيم الاجتماعية متغيرة: بحيث إنّها قابلة للتغير تبعاً للظروف الاجتماعية، بالرغم من أنّ القيم الاجتماعية تشكل عنصر مقاومة في وجه التغير، ولكن القيم يصيبها التغير عادة ويصيب "نظامها وترتيبها" بخاصة، أي تغير سلم التفضيلات، والتغير في القيم الاجتماعية أحياناً يكون عميقاً محدثاً شروخاً، كما في حال التغيرات الاجتماعية السريعة التي تتطلب إصلاحات شاملة.

د- المعيارية: بمعنى أنّ القيم الاجتماعية تعد بمثابة معيار لإصدار الأحكام، إذ تقيس وتقيم وتفسر وتعلّل السلوك الإنساني، وتتضمن القيم الاجتماعية نوعاً من الرأي أو الحكم على موقف ما أو شخص ما أو معنى معين.

و- القيم الاجتماعية تراتبية وهرمية: بحيث إنّها ترتب عند كلّ فرد وفق ترتيب متسلسل الأهمية، وبحسب تفضيلات كل شخص، وبهذا يعدّ لكلّ شخص نظام خاص من القيم، يمثل جزءاً أساسياً من تكوينه النفسي الموجه للسلوك، وفي هذا السياق يقول محمد عابر الجابري: "ذلك أنّ القيم ليست كلها في مستوى واحد، بل هناك قيم أساسية ورئيسية تتفرع عنها قيم أخرى أدنى منها مرتبة، وأكثر من ذلك يمكن التمييز في كل ثقافة بين القيم المركزية التي تنظم حولها جميع القيم في عصر من العصور وبين القيم الأخرى المندرجة

تحتها"، بمعنى أنَّ القيم الاجتماعية تتصفُّ بأنها تراتبية وهرمية متسلسلة و متدرجة، تترتب فيها القيم عند الفرد بشكل متراتب.

هـ-خاصية الإلزام الجمعي: بحيث إنَّ المجتمع يلزم أفرادَه بعدد من القيم الاجتماعية، على حسب أهميتها وترتيبها و تسلسلها في السلم القيمي ونسق القيم الخاص بهذا المجتمع، بحيث تعد القيم والعادات من المظاهر البارزة في العقل الجمعي والسيطرة الاجتماعية، "فالقيم والعادات الاجتماعية تعملان على إدماج الفرد في المجتمع، بهدف تحقيق التوافق والتماسك والضبط والتنظيم الاجتماعي، بحيث إنَّ وسيلتها لهذا الغرض تتمثل في ما تفرضه هذه القيم والعادات من جزاء على من يخالفهما ويخرج على أوامرهما"، بمعنى أنَّ هناك ضوابط الزامية يضعها المجتمع، وجب على الأفراد المنتمين لهذا المجتمع المحافظة عليها حيث تهدفُ لتحقيق التماسك الاجتماعي.

ي-القيم الاجتماعية تنتمي إلى القطاع الفكري الرمزي للثقافة: ويشتمل هذا القطاع على كل العناصر والمركبات والنظم الثقافية، ويغلب عليها طابع الأفكار والرموز والعواطف، كما يتفق علماء وباحثون في علوم الاجتماع والانسان، على أنَّ هذا القطاع يضم أيضا نسق اللغة ونسق السحر ونسق الدين ونسق القيم والعلم إن وجد.

بمعنى أنَّ القيم الاجتماعية يجب أن تتمثل في الواقع والسلوك، بما يلزم الأفراد أن يؤمنوا بها بحيث تصبح موجهة لسلوكهم، حتَّى يمكن اعتبارها قيما لكل موجهات فكرية وثقافية واجتماعية. (بن بعطوش، 2014، ص155)

وفي هذا السياق تبرز القيم الاجتماعية كنقطة أساسية لها أهمية بالغة، لما تكتسبه من أدوار تنبني عليها حضارات الأمم والشعوب، والتي تجعل من علاقة الفرد بالفرد، وعلاقة الفرد بمجتمعه ضمن العلاقات الإنسانية بالدرجة الأولى، والتي تنعكس حتما على شتَّى المجالات والميادين في حياة الفرد سواء في شؤونه الاقتصادية، أو الاجتماعية، وكلما كان سلوك الفرد مقبولا في المجتمع، كلما زادت قيمة سلوك الفرد، ذاتياً ومجتمعياً، مما يجعل الفرد قادراً على التحكم في سلوكياته واتجاهاته ومواقفه، وعلى هذا الأساس يمكن الإشارة لأهمية القيم الاجتماعية في النقاط التالية:

-تحافظ القيم على تماسك بناء المجتمع ضمن أهداف حياته والقيم العليا ومبادئه الثابتة.

-تساهم القيم، في مواجهة التحديات والتغيرات التي تحدث في المجتمع، بتحديد الأوصاف من الاختيارات، بما يسهل حياة الأفراد ويحافظ على استقرار المجتمع وحياته، وفي هذا المسعى ترتبط أجزاء ثقافة المجتمع

بعضها ببعض حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسًا عقليًا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمي إلى هذه الثقافة.

-نقي القيم، المجتمع من الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائه للوصول إليه.

-تزود القيم، المجتمع بالصيغة والطريقة التي يتعامل بها العالم، وتحدد له أهدافه ومبررات وجوده، وهذا ما يؤدي به لیسلك الخطوط العريضة وفق هذه الأهداف ومبررات الوجود، كما تحدد للأفراد أنماط سلوكياتهم.

-تعد القيم الاجتماعية المصدر والموجه، وحتى القانون والمعياري الضابط والمنظم للأفكار والمشاعر، وجهود وطاقات وموارد الأفراد والمجتمعات والأمم.

-القيمة تحفظ للمجتمع هويته وثقافته وبقاءه المستمر .(سعد عمر، 2022، ص836)

-القيم الاجتماعية تعكس ملامح هوية الفرد، بحيث إنَّها تكتسب في المراحل العمرية المبكرة وتتشكل وتتأثر بمنظومة قيم الوالدين، ومع تقدم العمر تتأثر بقيم القبيلة، ثم الأصدقاء والمجتمع، وهكذا تتشكل منظومة قيم

المجتمع وتحدد سلوكيات وعادات وتقاليد المجتمع. (العريشي، الدوسري، 2015، ص 100)

-تمثل القيم إطارًا مرجعيًا للشباب بحيث تمكنه من مواجهة الأزمات، فضلا عن تحقيق الأمن القومي وحمايته من خطر الغزو الخارجي الذي يعمل على تنميط أفكار البشر وفقا للنمط الغربي.

-تساهم القيم في تشكيل خصوصية المجتمع لأنها تمثل جانبا رئيسيا من ثقافة أي مجتمع، فكما أنَّ لكل مجتمع ثقافته المتميزة فإنَّ له أيضا قيمه التي تميزه عن غيره من المجتمعات الأخرى.

-إذا كانت القيم مهمة وتحتل مكانة في حياة الفرد والمجتمع، فلها أيضا أهميتها بالنسبة للشباب بحيث إنَّها تعمل على وقايتها من مخاطر الانحراف، كما تساهم في بناء معالم شخصيته، وقدرته على التكيف مع الحياة ومشكلاتها.

- إنَّها تعمل كموجهات للشباب في مجالات الحياة المختلفة، فتجعلهم أكثر قدرة على اتخاذ قراراتهم وإنهاء صراعاتهم ومواجهة أزماتهم وتحدياتهم وتنمية مجتمعاتهم. (الجمال، 2018، ص156)

المطلب الرابع: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتنمية وترسيخ منظومة القيم الاجتماعية
إذا ما تحدثنا عن مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتضوي تحت مظلة وسائل الإعلام الجديدة على حد اعتبار ثلة لا بأس بها من الباحثين، فهي تدرج ضمن مؤسسات التنشئة الاجتماعية، والتي برزت فقط كمستجد فرضه واقع التطورات التكنولوجية.

بحيث إنّ هذه الوسائل تقوم بدور جوهري في غرس القيم، والتأثير على السلوك الإنساني من خلال استقبال ما تعرضه هذه المواقع من رسائل ومضامين، والتفاعل معها من خلال الرد والتعبير بكل حرية ومن دون ضغوط، وبذلك يكتسب الفرد سلوكيات جديدة.

واستناداً لهذه الفكرة فإنّ النقاش المحتدم يومنا هذا، يثار حول نقطة التأثير الجوهرية ما بين المرسل والمستقبل، بحيث تتولد الألفة والانسجام، وعلى حد قول عالم النفس "كوفمان" عند إشارته للأبناء وتأثير وسائل الإعلام عليهم، إنّ الأبناء عندما تجدهم يقفون أمام أجهزة الإعلام، فإنهم كقطع الإسفنج التي تمتص ما تتعرض له. ويضيف أيضاً في هذا السياق، إنّ المؤسسات الإعلامية تؤثر على الأفراد بشكل كبير وعلى الأطفال خصوصاً، ويعتلي هذا التأثير، تأثيرات أخرى قد لا تكون مقبولة من المجتمع، مثل ما يعرض في الفضائيات، والتي قد تخلق وتنشأ من خلالها القيم والمعتقدات المتعارضة مع قيم المجتمع. (الصادقي العماري، 2015، ص179)

وبالتالي فهي تساهم بشكل واضح في التأثير في أنماط غرس القيم الاجتماعية المتعددة، ومن أبرز أهدافها بشكل عام تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات العامة والمحافظة عليها، لأنها قادرة بشكل كبير على تثبيت تلك المبادئ والاتجاهات المرتبطة بقيم كقيم المواطنة والوحدة الوطنية من خلال استخدام أساليب متعددة ومتنوعة من الممكن الأخذ بها. (الصادقي العماري، 2015، ص179)

وهذا ما يوحي بأهمية هذه المواقع، كتكنولوجيات وتقنيات حديثة للاتصال، ذات اتجاهين من التأثير "الإيجابي والسلبي"، وبالتالي يمكن تشبيهها بالعملة ذات الوجهين المتناظرين، مدخلاتها الرسائل و المضامين "القيمية" ومخرجاتها السلوكيات "القيمية"، وتتجلى معالمها في الوظائف الاجتماعية و الثقافية والعلمية ونحوه.

وفي هذا السياق نجد من الأدوار الأساسية لمواقع التواصل الاجتماعي، مراقبة البيئة الاجتماعية وتزويدها بالمعلومات والتنبيه بالمخاطر، وخلق الأنموذج والمثل الاجتماعي، من خلال تقديم النماذج الإيجابية في مختلف الأمور، فضلاً عن تحقيق التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية، والتعبئة التي تتمثل في الإسهام في الحملات الاجتماعية، وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب. (الصادقي العماري، 2015، ص180)

ولعل النقاط الأخيرة المذكورة سالفًا، تقودنا بشكل تدريجي نحو اكتشاف أهمية معالم وظائف وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع، والتي تحدث عنها بإسهاب علماء الاتصال على غرار الباحث الأمريكي "لاسويل"، و "لازارسفيد" و "مرتون" وغيرهم.

وفي هذا السياق تعمل وسائل الإعلام على تثبيت قيم المجتمع من خلال وظيفة نقل القيم من الأجيال السابقة إلى الأجيال اللاحقة، وهذا ما أكده منظور الباحث الأمريكي "هارولد لاسويل"، عندما أشار إلى أنَّ المجتمعات البدائية كانت تعيش في نطاق العائلات أو القرى المعزولة وكان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون القيم والتراث الثقافي عبر الأجيال، لكن مع تطور المجتمعات والتقدم حدث نوع من الانعزال، مما استوجب قيام وسائل الإعلام بدور نقل القيم عبر الأجيال. (عطوي، 2020، ص195)

وهذا ما يحيلنا لدور وسائل الإعلام عامة من خلال خصائصها المختلفة سواءً الصورة أو الصوت أو الحركة وغيرها من المؤثرات على نقل القيم وترسيخها لدى الأفراد.

المطلب الخامس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تجسيد قيم التكافل الاجتماعي

على النقيض من بعض الدراسات التي تركز على الجوانب السلبية لاستخدام شبكة الإنترنت بما فيها من مواقع مختلفة، توصلت دراسة أجراها مشروع "بيو الإنترنت والحياة الأمريكية"، إلى أنَّ الأمريكيين الذين يستخدمون تكنولوجيات الاتصال الحديثة اجتماعيون أكثر من غيرهم، وأنَّ من يستخدم الهاتف والإنترنت في حقيقة الحال لا تشدهم هذه التقنيات بعيدا عن الحياة الاجتماعية التقليدية بل تعززها. (عطوي، 2020، ص197)

وفي ظل هذه المزايا تبرز غايات وخصائص تعود بالإيجاب، والفوائد خصوصا في إبراز صفات وقيم تضامنية عبر هذه التقنيات الحديثة، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة أدق، إذ نجد من بين هذه المزايا، ما يلي:

-إنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على التقليل من حدة المشكلات التي تواجه المجتمع، بحيث تتصف الأعمال الخيرية بالمرونة والسرعة واستثمار الجهود الشعبية وطاقاتها وإمكانياتها بما يساهم في إنجاز الأعمال الخيرية المختلفة بأقل تكلفة وأقل جهد ممكن.

وفي هذه النقطة، يمكن أن نشير إلى اختصار هذه المواقع للمسافات خصوصا في الهبات التضامنية والأعمال الخيرية العابرة للحدود الجغرافية، فقد يقوم شخص أو مؤسسة أو جمعية خيرية بمساعدة طرف آخر سواء أكان الدعم ماديًا أو ماليًا أو معنويًا، بالاستثمار في خصائص مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في إمكانيات صناعة المحتوى والتسويق للأعمال الخيرية ونحوه.

- تنمية روح المشاركة الإيجابية في الأعمال المجتمعية ومواجهة السلبية والأنانية التي قد تطبع سلوك الأفراد مما يزيد قيم التكافل المجتمعي، وفي هذا السياق يبرز الجهد الجماعي كبديل للعمل الفردي المعزول، بحيث إنَّ هذه المواقع تعمل على التسويق للحياة الاجتماعية بشكل يغلب عليه الطابع الاجتماعي

و التضامني ما بين البشر، ولعل حملات مواجهة آثار جائحة كورونا سنة 2020م، مثال حي على ذلك من خلال إسناد قيم التضامن الإنساني ما بين البشر والبلدان والشعوب المتأثرة بالجائحة، فضلا عن مختلف الشعارات التي تم رصدها مثل: "التزم بيتك، معا لمواجهة كورونا، الخ..."

-إشباع المتطوع لإحساسه بالنجاح في القيام بأعمال يقدرها الآخرون.

-حصول المتطوعين من الشباب على مكانة أفضل في المجتمع.

-خلق هوية ثقافية مبنية على الممارسات والقيم الأخلاقية.

-الشعور بالانتماء الاجتماعي والعمل على تكوين علاقات مع الآخرين بما يعزز أواصر المحبة والتكافل بين أفراد المجتمع الواحد.

-تحقيق أهداف التربية الاجتماعية لأفراد المجتمع ذاتيا، وتنمية الشعور بالمسؤولية الجماعية والتجاوب مع الصالح العام.

-العمل على تعويد أفراد المجتمع على ممارسة الحياة الديمقراطية والقيادة الجماعية والشورى في أمورهم وتحقيق التعاون بين أفراد المجتمع. (عطوي، 2020، ص198)

وفي هذه النقطة يمكن أن نشير إلى أنَّ المواطن أو المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي عامة، بات مواطناً ممثلاً لكيونته وانتمائه الاجتماعي وحتى الوطني والقومي، فلقد تجاوزنا حدود الحديث عن مواطن صحفي، إلى الحديث أيضا عن مواطن ديبلوماسي، وسياسي، يقوم بالتسويق للأفكار والآراء والاتجاهات كقائم بالاتصال عبر هذه التقنيات مع اختلاف متباين للقدرات والمهارات الإعلامية والسياسية ونحوه.

المطلب السادس: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية

تعد مواقع التواصل الاجتماعي جزءا من التكنولوجيات الحديثة، والتي دون أي شك قد أحدثت بطريقة أو بأخرى تطورات هائلة ومتتالية في المجتمعات، وهذا ما يهيء الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي، الذي تتخذه وتتشكل في إطاره مختلف أنماط العلاقات الاجتماعية، وهذا بدوره ما أثر في ارتفاع وتيرة الأبحاث من حيث الكم في ما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كظاهرة مجتمعية انتشرت بين الأفراد في المجتمعات المختلفة، وربما يرجع ذلك إلى ما لهذه الظاهرة من انعكاسات نفسية واجتماعية وصحية تؤثر على المستخدمين لهذه المواقع، خصوصا مع استمرار قضاء مزيد من الوقت على الخط المباشر بما ينعكس بشكل طبيعي على إهمال نشاطات أخرى أو ملاقة أشخاص آخرين ذوي أهمية في الحياة. (بوالشرش، 2019، ص 16)

وبالتمحيص والبحث في الدراسات الحديثة حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي، نجد ثمة نوع من النقاشات المحتدمة حول الدور الخطير الذي تلعبه هذه المواقع في عزلة الأفراد اجتماعيا، وتفكيك العلاقات ما بين الأفراد في المجتمع، خصوصا في ظل فرضية قضاء الأوقات المطولة عبر أجهزة الحاسوب، مما يتطلب العزلة عن الآخرين طيلة فترة الاستخدام، خصوصا في ظل ذبوع انتشار أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة.

ويرى كل من "تومبسون و زابوف وكروات وديماجيو و ستول"، أنَّ هذا النوع من الاتصال أوجد تغيرات جذرية في حياة الناس، ولعل أخطرها تلك التغيرات التي تعمل على تفتيت العلاقات الاجتماعية، وتحويل ما كانت عليه من دَفءٍ وحميمية، إلى فتور كما غيرت نمط تفاعلهم الاجتماعي، وفتحت أمامهم مسار سلوكية أضرت بقيمتهم وأخلاقهم، إضافة إلى تبدل حسمهم الاجتماعي والوجداني، واغترابهم النفسي، وعزلتهم الاجتماعية وانتشار قيم الاستهلاك، فضلا على أنَّ هذه المواقع أوجدت نوع من الإدمان. (بوالشرش، 2019، ص 17)

رغم سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تراجع العلاقات الاجتماعية والأسرية، إلا أنَّ الباحث "موني لعمور"، بعد قيامه بمراجعة لدراسات ميدانية سابقة حول موضوع "انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة قيم الشباب"، توصل لجملة من الانعكاسات الإيجابية ومنها السلبية أيضا:

-الانعكاسات الإيجابية: تمثلت في تعزيز قيمة العلم والعلماء وقيمة العلاقات الاجتماعية التي تصبح أكثر حميمية، وتوطد العلاقات بين الأفراد، كما تساهم في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، كما تعلم أمور جديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي...

-الانعكاسات السلبية: تمثلت في انتشار السلوكيات المنبوذة في المجتمع، كالجرأة ومخاطبة الجنس الآخر، المجون، والدعارة، الخمر والميسر، الأنانية وحب الذات، الكسل والخمول، تقليد الغرب في كل شيء، الغش والكذب وعدم احترام الكبار و التناول عليهم، الابتعاد عن الدين والترفع عن العروبة، وضعف العلاقات الإنسانية. (لعمور، 2018، ص82)

مما سبق يبدو أنَّ الملاحظ، هو اختلاف بين تصنيفات الباحثين خصوصا حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، بين من يصنفها ضمن الانعكاسات السلبية الهدامة، وبين من يصنفها على أساس انعكاسات إيجابية بناءة للعلاقات الاجتماعية، ولذلك تتعدد الرؤى والأفكار تبعا لتعدد الاختصاصات البحثية وأيضا الدراسات الميدانية وغيرها.

المبحث الثالث: مدخل مفاهيمي للشباب الجامعي الجزائري ومجالات اهتمامه في ظل منظومة القيم الاجتماعية

المطلب الأول: مفهوم الشباب الجامعي

يعتبر الشباب فترة حساسة لما لها من أهمية على الصعيد الاجتماعي، لذلك فوضع تعريف موحد لها يشكل صعوبة بالغة، فلقد اختلف الباحثون في وضع تعريف واضح لمفهوم الشباب عامة، نظرًا لأهمية هذه الفئة العمرية، واختلاف وتعدد التخصصات العلمية للباحثين، ونجد أنَّ مجمل التعريفات والمفاهيم تشير لأربعة اتجاهات نجدها على النحو التالي:

- الاتجاه الأول: الزمني والعمرى، بحيث يحدد بفترة عمرية تقع ما بين "15 و 30 سنة"، بحيث إنَّه في هذه المرحلة يكتمل فيها النمو العقلي والجسدي على مسار يجعل المرء قادرًا على أداء وظائفه المختلفة.
- الاتجاه الثاني: البيولوجي، ويميل أصحاب الاتجاه إلى تحديد هذه الفئة العمرية على أساس اكتمال النمو العضوي والوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان سواء أكانت عضوية داخلية أو خارجية.
- الاتجاه الثالث: النفسي، الشباب ليست مرحلة عمرية تحدد بسن معين، لكنها حالة نفسية لاعلاقة لها بالسن.

- الاتجاه الرابع: الاجتماعي، بحيث يرى الاتجاه أنَّ فترة الشباب تبدأ حينما يحاول المجتمع بناء الفرد وتأهيله لكي يحتل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورًا من الأدوار في بنائه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانة وأداء دوره في السياق الاجتماعي. (الداودي، 2020، ص586)
- وبناءً على هذه التعريفات التي جاءت وفق اتجاهات مختلفة تفسيرية تبعا للتخصصات، نستشف أهمية هذه الفترة العمرية الزمنية والبيولوجية والنفسية والاجتماعية.

ويندرج ضمن المرحلة العمرية للشباب في السياق الاجتماعي، مرحلة مهمة في تكوينه وتنشئته، وهي المرحلة الجامعية، لذلك يعرف بدوره الشباب الجامعي، بأنه: "تلك الفئة من المجتمع التي تتابع تحصيلها العلمي بعد حصولها على شهادة الثانوية أو الإعدادية، والذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 و 35 سنة". (أية، 2022، ص130)

كما يعرف الشباب الجامعي على أنَّه الفترة من الحياة التي ينظم فيها الشباب إلى الجامعة، يكون عمر هؤلاء الشباب ما بين "18 و 35 سنة"، وتتسم بالقوة والنشاط والقدرة على العمل والإنجاز، وتتميز أيضا بشدة الحساسية للأوضاع الجديدة وبروح المغامرة والتصدي للواقع ومشكلاته، وتعتبر مرحلة حاسمة لاختيار

وتخطيط للمستقبل، إلا أنها تفتقر للخبرة والتجربة، وتحتاج بشكل عام إلى الإعداد والتأهيل لمواجهة الحياة. (معتوق، 2021، ص157)

كما يذهب كل من الباحثين "رهام أبو الليل" و "عبد المؤمن دعبس" و "صابر الخبير" و "محمد خليل" و "فتحي عبد اللطيف"، لوضع تعريف إجرائي لمفهوم الشباب الجامعي، على أنه المرحلة التي تتسم بخصائص واحتياجات ومشكلات كثيرة، ويكون فيها الشباب قادرًا على العمل وراغب فيه، ويكون قادرًا على تحمل المسؤولية والمساعدة في خدمة أسرته، ويسعى إلى رفع مستوى معيشتها، وهي فئة الشباب في الفترة العمرية التي تتراوح ما بين 20-24 سنة، ويجمعه مستوى تعليمي واحد، وهي المرحلة الجامعية، ويختلفون في منطقة المعيشة، سواء كانت قرى أو حضر. (أبو الليل، ودعبس وآخرون، 2022، ص826)

بمعنى أن مرحلة الشباب الجامعي، تمتاز بتقارب وتجانس المستوى العلمي، بحيث يلتقي هؤلاء الشباب كوحدات ومدخلات في بيئة تنظيمية جامعة لهم "مؤسسات التعليم العالي"، مع أن الاختلاف يكمن في المستوى المعيشي كمؤشر خارجي.

وتعرف أيضا الباحثة "نورا بخيت عبد الرحيم معتوق" الشباب الجامعي إجرائيا أيضا، على النحو التالي:

أ- شريحة من الشباب الذكور والإناث.

ب- تقع أعمارهم ما بين سن 18 و 22 سنة.

ج- لديهم اهتمامات وميول واتجاهات مشتركة.

د- يشتركون في أسرة واحدة برعاية الشباب.

و- مقيدون بكلية الخدمة الاجتماعية. (معتوق، 2021، ص158)

المطلب الثاني: خصائص الشباب الجامعي وأهميته في المجتمع

فترة الشباب الجامعي فترة مؤثرة وحساسة في التوجهات الحياتية الفردية والاجتماعية لهؤلاء الشباب، بحيث إنها مرحلة تتميز بعدة صفات ومميزات يمكن أن نوردتها في النقاط التالية:

- الرغبة في تحقيق الذات.

- الرغبة في التشبه بالأصدقاء.

- البحث عن الميولات المهنية الهادفة.

- الرغبة في الاستقلال عن الوالدين والاعتماد على النفس.

- الرغبة في التعرف وجمع المعلومات.

- تقبل الفرد للتغيرات الجسمية واستخدامها بكفاءة من خلال ميزة الذكاء الجسدي.

- اختيار مهنة والاستعداد لها.
- نمو المهارات المتعلقة بالمواطنة والحقوق والواجبات.
- تكوين السلوك الاجتماعي المناسب.
- القدرة على الإسهام في حل مشكلات البيئة المحلية.
- احترام القيم السائدة في المجتمع.
- تكوين مجموعة من القيم والاتجاهات الخلقية التي يهتدي بها في سلوكه. (القواسمة، البلوي، 2015، ص 16-17)

وبتمحيص المميزات سألغة الذكر للشباب الجامعي، نلاحظ أنَّ هذه الفئة تتميز بقدراتها على تطبيق السلوكيات، الصادرة من تشبع الشباب بالقيم والعادات السائدة في المجتمع، كما أنَّها فترة مصيرية في الحياة المستقبلية للشباب ففيها يختار مهنته وبناء مستقبله بالوسائل الممكنة والمتاحة. كما تتميز ذات الفئة بالخصائص التالية أيضا:

- الشباب هم الفئة الأكثر طموحاً في المجتمع، وهم أيضا الفئة الأكثر تقبلا للتغيير.
- كما أنَّ الشباب أيضًا يتميزون بالحماس والحيوية فكرياً وحركيةً، بما يشكل طاقة جوهرية جبارة محفزة على التقدم.

- العطاء اللامحدود، حين يكون مقتنعاً و واعياً لما يقوم به.
- الشباب قوة اجتماعية هامة بصفاتها قطاعاً اجتماعياً رئيسياً في المجتمع.
- فئة لا تتقبل الضغوطات والقهر مهما كانت الجهة التي ترأس هذا الضغط.
- اضطراب اتزان الشخصية وارتفاع مستوى التوتر. (القواسمة، البلوي، 2015، ص18)
- وبناءً على الخصائص سألغة الذكر، تتجلى أهمية الشباب الجامعي كأحد المكونات الفاعلة في المجتمع، في البناء والتشييد والمحافظة على البناء الاجتماعي المتماسك، لكونه حجر الأساس الذي يتفق الجميع على أنَّه صمام الأمان للمجتمع، وتتحمل مؤسسات التنشئة الاجتماعية جزءا هاما وكبيرا من المسؤولية في تكوينه وإعداده، وتتجلى أهمية هذه الفئة الهامة من الشباب في ما يلي:
- أسعد البلدان وأكثرها حظاً هي التي تشارك الشباب بإصرارهم على التجديد والتغيير، وبتقديم كافة التسهيلات للشباب للقيام بدورهم في عملية البناء والنهضة.

-الاهتمام النابع من إدراك أنَّ الشباب قوة اجتماعية هامة بصفته قطاعا اجتماعيا رئيسا في المجتمع، وأيضا لكونه قوة اقتصادية لا يجب أن يستهان بها، ودور الشباب في التنمية الشاملة دور أساسي ومحوري

فهم العقول النيرة والمستنيرة التي توفر القاعدة العملية التي تضمن النجاح والتقدم، وكسب هذا القطاع من قبل الجهات الاجتماعية والسياسية من صانعي القرار يعني كسب معركة التغيير والتطوير والتنمية، وهذا بدوره لن يحدث دون دراسة احتياجات الشباب على أسس علمية، وخاصة في ظل الأجواء والمتغيرات المجتمعية التي يتسم بها عصر العولمة.

-إنَّ جيل الشباب باستطاعته وبمقدوره التعامل مع معطيات حياته والتغلب على العقبات التي تواجهه، إذا اكتسب عوامل مهمة يجب أن يوفرها المجتمع له، ومن أهم تلك العوامل توفير الأمن والاستقرار، والإنصاف لفكره الناضج والناقد والمعتدل، بحيث يتم تكوينه من خلال تربية متوازنة تراعي القيم والثوابت، وفي نفس الوقت منفتحة على العالم ومعطيات الحياة المعاصرة. (بركات، 2008، ص10)

-يُعَدُّ الشباب فئة تمتاز وتتمتع بالحيوية والنشاط، بحيث إنَّ لديهم القدرة على التأثير والتواصل مع جميع الفئات المجتمعية، كما أنَّها فئة يكاد يكون بناؤها النفسي والثقافي مكتملا على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته وإعمارهم.

-إنَّ عمليات التنمية والإعمار تتطلب طاقات بشرية قادرة على العمل والإنتاج، ومرحلة الشباب تمتاز بعدة خصائص جسمية وعقلية واجتماعية يمكن استغلالها في تحقيق أهداف التنمية والإعمار.

-إنَّ فئات الشباب أكثر الفئات تضررا بسبب الصراعات و الأزمات وحتى الحروب، وعليه فإن مشاركتهم في عمليات التنمية تعويض لهم من كونهم أصحاب المصلحة سواء على المستوى الفردي أو المجتمعي.

-تساهم مشاركة الشباب في العمليات التنموية في خفض من ميزانية الإنفاق على مشروعات التنمية والإعمار خصوصا، بفضل الإسهامات النابعة في الأساس من الشعور بالمسؤولية والانتماء.

-تعد شريحة الشباب مورداً بشرياً هاماً وقوة لا يستهان بها، بإمكانها أن تؤدي دوراً محورياً في برامج ومشاريع تنمية المجتمع، ومن ثم فالأمر يتطلب بذل الجهود في التعاطي مع مشاركة الشباب ودمجهم في مشاريع التنمية، وتهيئة الظروف المؤدية إلى خلق فرص عمل تتيح تشغيلهم.

-مشاركة الشباب في العمليات التنموية في المجتمع تعد قيمة اجتماعية في المقام الأول، ولا تكون هذه العمليات ناجحة دون أن تكون هناك مشاركة حقيقية للشباب بوصفهم أصحاب المصلحة في تنمية المجتمع وإعمارهم.

-مشاركة الشباب تعزز من مبدأ المواطنة بشقيها من حيث الحقوق والواجبات، وتعزز من مبدأ الانتماء و الإنحياز لمصلحة الوطن.

-مشاركة الشباب في التنمية المجتمعية أيضًا تساهم في الحد من ظاهرة البطالة، خصوصاً مع الأرقام التي توضح ارتفاع هذه الآفة في وسط الشباب، ولهذه الظاهرة بدورها انعكاسات خطيرة وسلبية على كينونة المجتمع مثل: الهجرة والانحرافات بكل أشكالها. (فرج شبيك، 2020، ص ص 38-40)

المطلب الثالث: انشغالات ومجالات اهتمام الشباب الجامعي

يعد الشباب الجامعي ركيزة أساسية في بنية المجتمع، ليس لخصائصه الفسيولوجية فقط، بل لقيمة هذه الفئة السنية في أوقات الضرورة والاحتياج المجتمعي، لكن لهؤلاء الشباب المميزين "نخبة" على غرار أقرانهم من الشباب في المجتمع رؤيتهم للحياة وأفقها في ضوء انشغالاتهم ومشاكلهم، وأيضا مجالات الاهتمام، وكل هذا يصب في خانة احتياجات الشباب و انعكاساتها على الحياة الاجتماعية:

أ-انشغالات الشباب الجامعي:

للشباب الجامعي العديد من المطالب التي تعكس حاجاته ودوافعه، وتبرز وتتمظهر بشكل تدريجي ومتراكم إذا لم يتم التعامل معها بجدية، لكونها قد تتراكم وتكون نقطة تحول وتغيير بالنسبة لهؤلاء الشباب، وترتكز أهم حاجيات الشباب الجزائري خصوصا حول مسألتين بالغتي الجدية، وهما:

-مسألة التواصل الأسري:

إذ يعتبر الحوار والتواصل والتفاعل الداخلي بين الآباء والأبناء من أهم الحاجيات الاجتماعية للشباب، فالحوار دليل وعنوان للتفاهم والتقدير الاجتماعي، وقد طفت للسطح في السنوات الأخيرة بسبب التحضر وضغوط الحياة ظاهرة الفتور وعدم التواصل الداخلي بين أفراد الأسر وبالأخص ما بين الآباء والأبناء، وهذا بدوره ليس دليلا على أنها قابلة للتعميم في المجتمع رغم أنها منتشرة.

-الحاجة للعدل والمساواة:

وتتعلق مسألة العدل والمساواة بالحقوق والواجبات تجاه مؤسسات الدولة، والتي يرتبط بها الشباب ارتباطاً عضوياً في دراسته ونشاطاته وقضاء حاجاته الإدارية، يضاف لها ما يشاهده في الواقع من انتشار لمظاهر الآفات الاجتماعية، ولا يمكن أن يحرك ساكناً، ففي إحدى الدراسات الميدانية التي توجهت نحو الشباب الجزائري بلغ عدد المبحوثين فيها 1475 شاباً وشابة، بيّنت أن أكثر المشكلات التي يراها الشباب تؤثر في حياته اليومية أكثر من غيرها: حسب الأهمية، تأتي مظاهر الظلم والتعسف المعبر عنها بـ "الحقرة" كاصطلاح جزائري خاص في المرتبة الأولى بما نسبته 77.2%، وعبر الشباب في المقابلات التي أجريت معهم عن تعرضهم للظلم في الشارع، الذي أصبح مجالاً لبروز الأقوى بسبب الفراغ الرهيب في مسألة الحماية، إضافة لانتشار مظاهر المنكرات المنافية للأخلاق العامة والأعراف في الحياة العمومية وعدم

القدرة على التدخل للنهي عن المنكر بما نسبته 69.3%، زيادة عن الانحرافات الأخلاقية بما نسبته 62.3%، والتي أخذت في الانتشار خاصة في المدن، وفي المرتبة الرابعة جاءت ظاهرة عدم المساواة في المجتمع بما نسبته 53.2%، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة عدم احترام القوانين بما نسبته 23.4%.

(جابر، غسيري، 2024)

وبشكل عام توجد حاجات الشباب ضمن خمسة نقاط:

- الحاجة للأمن: بحيث يحتاج الشباب إلى أن يعيش ويحيا في بيئة آمنة توفر له السلامة وتحميه من مختلف المخاطر، ويقسم الباحثون هذا النوع من الحاجات إلى:

* الحاجة إلى الأمن الفردي، وتتمثل في الحماية من الحوادث والجريمة، وكذلك إحساس وشعور الفرد بالطمأنينة في البيئة التي يتواجد بها.

* الحاجة إلى الأمن الجماعي ضد الغش والصراعات والحروب والكوارث.

- الحاجة إلى المعافاة: تعد هذه الحاجة بالغة الأهمية ومؤثرة في استمرارية حياة الفرد والمجتمع، بحيث تشير للحاجة للمعافاة والسلامة الوظيفية العضوية الداخلية التي ترتبط بنوعية الغذاء والهواء والماء والراحة التي يستفيد منها الشاب، وأيضاً الحاجة للمعافاة الوظيفية العضوية الخارجية، والتي تتعلق بتصريف الطاقة من خلال الجانب الحركي والنشاط الذي قوم به الفرد، فضلاً عن الحاجة للمعافاة البيئية والتي تشير للحماية من الكوارث الجوية، بالإضافة لتلك الحوادث الناجمة من تصدعات البناء الأسري، بالإضافة للمعافاة البدنية بتوفير الظروف الصحية والحماية من الأمراض، والمعافاة الاجتماعية والثقافية والتي تبرز في خضم التفتح على التعبير عن الشخصية والحوار والتربية والتعليم.

- الحاجة إلى الحرية: تبرز الحاجة للحرية بتمظهرات عديدة، كالحاجة لحرية الحركة والتنقل والتفاعل مع الآخرين والكتابة والنشر، والحرية السياسية، والحرية القضائية، والتي تشير لحق النقاضي أمام العدالة سواءً بالنسبة للقصر أو البالغين، فضلاً للحاجة لحق الشغل واختيار المهنة والزواج واختيار موقع السكن.

- الحاجة إلى الهوية: وتتمظهر أيضاً في عدة حاجات، كالحاجة إلى التعبير الشخصي والقيام بحركات هادفة وتحقيق الطموح وتجسيد الإمكانيات الذاتية، والإحساس بالفرح والسعادة، وإعطاء معنى للوجود الفردي، بالإضافة للحاجة إلى الهوية الاجتماعية المتمثلة في الحاجة إلى العطف والحب والحياة المشتركة والانتماء الاجتماعي.

- حاجات الشباب في المجتمع الحديث: حسب الدراسات البيولوجية والدراسات النفسية، هناك ارتباط بين حاجات الشباب في حالة إشباعها أو عدم إشباعها، وخاصة في المجتمع المعاصر الذي يحتكم أكثر إلى

القيم الملموسة أو المادية، ونجد من بين أهم حاجات المجتمع الحديث: الحاجة إلى تأمين المستقبل والزواج وغيره. (عباسي، 2016، ص ص 123-126)

ب-مجالات اهتمام الشباب الجامعي:

تعد مجالات اهتمام الشباب الجامعي شأنها شأن أي شريحة اجتماعية أخرى متنوعة ومتفاوتة الأهمية، ويمكن أن تتدرج في أربعة مجالات رئيسية:

-المجال الأول: الاهتمامات الشبانية الجادة ذات الطبيعة العملية التي لها علاقة بمستقبل الشباب.

-المجال الثاني: الاهتمامات الذاتية التي يمكن أن تتصل بالمجال الأول.

-المجال الثالث: الاهتمامات الاستمتاعية بالحياة، والمرحلة العمرية، واللامسؤولية والحرية والانطلاق.

-المجال الرابع: الاهتمامات العامة بقضايا المجتمع والوطن.

وفي ضوء هذه المعطيات، نرصد وجود إشكال يتعلق بكيفية الوصول إلى توازن عملي بين الحق والواجب في القرار والفعل لدى الشباب من جهة، وبين كونهم في مرحلة التكوين والاستعداد من جهة أخرى، وماهية الضوابط والمسؤوليات؟

وفي هذا السياق يكشف تقرير التنمية العربية لسنة 2002م، أن اهتمامات الشباب في العديد من الأوطان العربية، كما يلي:

المرتبة الأولى "فرص العمل" بما نسبته 45%، بينما ينخفض الاهتمام بالمشاركة السياسية إلى 5%، أما التعليم فبنسبة 23%، والبيئة 12%، وتوزيع الثروة 8%، والرعاية الصحية 4%، ثم الفقر بما نسبته 4% أيضاً. (بشريف، 2019، ص 154)

المطلب الرابع: رؤى وآفاق الشباب الجامعي في زمن التكنولوجيات الحديثة للاتصال

إذا ما تحدثنا عن زمن تكنولوجيات الاتصال الحديثة، فنحن نتحدث عن أبرز التقنيات التي جاءت بها هذه التكنولوجيات في العصر الحديث، وذلك بدوره يقودنا للحديث عن بروز "شبكة الإنترنت العالمية"، وفي هذا الصدد تؤثر المهارات التكنولوجية للشباب على طرق إدارة وتوظيف الإنترنت.

وفي خضم هذه المعطيات يمكن القول بأن مستوى مهارة التحكم في المعلومات يحدد كيفية استغلال هذه المعلومات بطريقة ناجحة، بحيث تؤثر شبكة الإنترنت بدرجة كبيرة على ثقافة الشباب، بحيث باتت هذه الشريحة تستخدمها تبعاً لوظائف اجتماعية عدة: تحصيل المعلومات، الترفيه، الاتصال بالأصدقاء، كما أنهم منتجون ومتلقون لمضامين غيرهم عبر هذه الشبكة.

ويمكن تصنيف شبكة الإنترنت أيضا ضمن مصاف الأدوات المساعدة في اكتساب الخبرات والمعارف المتنوعة وخاصة أن هناك عوامل مساعدة في هذا الصدد مثل: سهولة الاطلاع وعدم وجود قيود رقابية أو رخص خاصة بالتكاليف، فضلا عن إمكانيات التواصل مع الكتاب والقراء في آن واحد. (عبد الهادي زيد، 2017، ص75)

ومن خلال هذه الرؤية يمكن أن نستشف خاصية مميزة يمكن أن نستحضرها لمكانة ودور الشباب في خضم هذا الصخب التقني لشبكة الإنترنت، وهي أنه كما يقال العيب في المستخدم وليس في التكنولوجيا. وأن التحديات التي يتم الحديث عنها، من قبيل الغزو الثقافي والتلويث الثقافي وإفساد المجتمعات لميل التكنولوجيا لغلبة ثقافة المنتج على المستهلك، كلها أفكار قد يتم تجاوزها.

ويعد شباب اليوم وباختلاف مشاربهم الفكرية وأصنافهم، هم في حقيقة الأمر بصدد اكتشاف معالم. إن وسائل الاتصال والإعلام والثقافة والمعرفة القديمة وحتى الحديثة منها، تشكل نقطة مركزية تطال حياتهم اليومية، أي أن هذه الوسائل أضحت تقيم علاقة منتظمة أو شبه منتظمة مع كل أبعاد حياة الشباب الاجتماعية منها: العمل، البطالة، التربية، الترفيه وغيرها.

وبالتالي أضحت هذه الوسائل والتكنولوجيات تمثل ظاهرة اجتماعية شاملة كما سماها عالم الاجتماع والأنثروبولوجيا الفرنسي "مرسال موس" بكونها ظاهرة تحث مستخدميها على المجابهة الدائمة. (سماش، 2018، ص54)

وفي دراسة ميدانية للباحث "محمد الفاتح حمدي"، حول "استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على الشباب الجزائري"، توصل لنتائج مهمة في هذا الصدد: بينت الدراسة أن من بين التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على حياة الشباب الجامعي في نظرهم، بأنها ساهمت بشكل كبير في تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافاتها المتنوعة والمختلفة بنسبة 27.06% في نظر المبحوثين، كما ساهمت هذه التكنولوجيات في تغيير نظرة الشباب الجامعي للحياة واطلاعه على أنماط وعادات جديدة في حياته وذلك بنسبة 19.53%، كما يرى بعض هؤلاء الشباب أن التعرض لهذه التكنولوجيات هو في الأصل من أجل التخلي عن القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع، وتبني قيم جديدة وافدة عبر هذه التكنولوجيات بدواعي التحضر والتفتح على ثقافة الآخر بما نسبته 14.03%. (حمدي، 2012، ص43)

وفي دراسة أجريت في أوروبا، وشملت ثمانية بلدان أوروبية، وعينة ضمت 7000 شاب، إلى أن 24% منهم يخصصون وقتهم لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال. (سماش، 2018، ص54)

ويربط الباحث "بلمداني"، استخدام الشباب لتكنولوجيات الاتصال الحديثة بميلاد ثقافة جديدة، وفي هذا الصدد فالشباب أصبحوا اتصاليين بامتياز، فهم يستخدمون العديد من الوسائل الاتصالية في نفس الوقت، وهذا الاستخدام المتقاطع يقول فيه "مارك برانسكي Marc Prensky"، بأنه إحدى خصائص الجيل الرقمي، ففي الغالب نطلع على البريد الإلكتروني ونُجَرُّ في العديد من المواقع في نفس الوقت أيضاً ننقل من موقع لآخر حسب الحاجة ثم نشاهد ونطالع مضمون شاشة التلفزيون واستخدم أجهزة 'DVX&DVD'. (بلمداني، 2018، ص ص 85-86)

ويفسر هذا الارتباط التقني والرقمي إنَّ صَحَّ القول بين منتجات التكنولوجيا الحديثة والشباب، بانجذابهم اللامحدود لهذه التقنيات لخصائصها المتنوعة ما بين قدرتها على مشاركة الجماهير الواسعة، وخدمات التفاعلية الآنية وغيرها.

أما عمّا يسميه الباحث "بلمداني" بميلاد "الثقافة الجديدة"، والتي يسميها البعض حسبه بـ"الثقافة الرقمية"، والبعض الآخر بـ"الثقافة الالكترونية"، وآخرون بـ "ثقافة الشاشة"، على أنَّها نتاج لخصائص جديدة للبيئة الاتصالية، حيث بدأت ملامحها في البروز والتسرب في المجتمعات، والتي لايزال انخراطها في النظام الرقمي بطيئاً، وذلك في ضوء أنَّ تكنولوجيات المعلومات اليوم لم تكن فقط بمثابة أدوات يوظفها الإنسان في حياته الاقتصادية والاجتماعية، بل إنَّ التكنولوجيا اليوم أضحت مدمجة بالقيم التي تغير من التفكير والسلوك، لكونها تصنع الفرد أكثر من كونه يصنعها، ومن أبرز ملامح هذه "الثقافة الجديدة"، وهو "الرقمية"، والتي قد شرعت في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية على نحو قوامه التفاعل الاجتماعي، والذي لا يتحقق إلا بتوظيف هذه الوسائط التقنية بوصفها أدوات توليد للمضامين ونقلها. (بلمداني، 2018، ص 90)

المطلب الخامس: العلاقة ما بين اهتمامات الشباب و أهمية منظومة القيم

مرحلة الشباب هي مرحلة حساسة ومهمة بالنسبة لكيونة المجتمعات، وذلك لما لها من أثر على جميع المستويات الاجتماعية المختلفة، لذلك فدراسة وتفحص خصائصه الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية من بين المقومات الأساسية للارتقاء بهذه الفئة لمصاف وطموحات المجتمع بصفة عامة.

ومرحلة الشباب مرحلة أقرب لاكتساب صفات مرحلة الرجولة والرشد، بحيث يغلب على الشباب ميزات وحالات معينة مثل: التوتر وعدم الاستقرار نتيجة أسباب عدة ذاتية وموضوعية، تتعلق بخصائص وطبيعة هذه المرحلة، وبالتالي فهم بأمس الحاجة إلى غرس قيم أصيلة وتنميتها بحيث تكون ذراعاً واقياً لهم على تخطي تلك العقبات ليتمكنوا من مسايرة وتجاوز هذه التحديات والعقبات بسلام.

ويرى الباحث "الهندي"، أنَّ هناك ضرورة لتوجيه الشباب الجامعي وإرشادهم وتنمية القيم لديهم من منطلق مراعاة ميولهم وغرائزهم، وما يحفز قلوبهم ويسيطر على سلوكهم، حتى يتم تطبيعهم تطبيعاً تنفتح فيه قلوبهم وتشرح صدورهم، فلا يتكبرون لها، ولا يتذمرون منها، وفي هذا السياق لابد من الإشارة بالتأكيد على أنَّه في قلوب الشباب بذرة خيرة يمكن توجيهها إلى سبل الخير والرشاد، ودون أنَّ نفترض أنهم كتلة من الشر فننهال عليهم باللوم والتجريح. (القواسمة، البلوي، 2015، ص18)

ويفسر هذا بضرورة معرفة احتياجات واهتمامات الشباب، وبمعرفتها نستشف حاجة هؤلاء الشباب بدورهم للقيم كموجهات لسلوكهم الفردي والاجتماعي.

وخصوصاً ونحن نتحدث عن شباب جامعي يعيش وسط ثورات تقنية وتكنولوجيا متسارعة، بينما جامعاتنا تمر بأوقات دقيقة تحمل في طياتها العديد من التحديات، وخاصة أنَّها قد تزرع كيان منظومة القيم وهوية الشباب الجامعي، وتزرع فيه قيماً دخيلة على ثقافته وفكره، وهذا كله يضاف للمفارقات الإدراكية للشباب في إيمانهم بالقيم، بين إدراكهم للقيم كنصور والقيم كسلوك فعلي ظاهر، وهذا بدوره يشكل هوة بين ما يؤمن به هؤلاء الشباب وبين ما يفعلونه في إطار المواقف التي تواجههم.

ففي دراستين أجريتا سنة 2015م، كَانَتْ إحداهما للباحثة "حليمة تعوينات"، حيث شملت دراستها الميدانية 627 طالباً ينتمون إلى عشر جامعات جزائرية، كشفت من خلالها أنَّ الطلبة القادمين من الريف إلى المدينة يغيرون من قيمهم، ويعوضونها بقيم سلبية في الغالب، وهذا بدوره يمكن تفسيره بالاضطراب السائد في النسق الاجتماعي للقيم، وبلورة قيم اجتماعية جديدة، واندثار الكثير من القيم الاجتماعية الإيجابية في المجتمع الجزائري.

كما كشفت الدراسة الثانية التي أجريت أيضاً سنة 2015م، للباحث "تالي جمال"، والتي أجريت على عينة قوامها 150 طالباً من جامعة المسيلة، على الآثار التي تظهر على النسق القيمي في وسط الشباب الجامعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى معاناة الشباب الجامعي، بإحساسهم بالفشل في إدراك وفهم وتقبل القيم والمعايير السائدة في المجتمع، وعدم قدرته على الاندماج فيه نتيجة عدم ثقته في المؤسسات المختلفة، فضلاً عن العزلة الاجتماعية وابتعاد الشباب الجامعي عن العلاقات الاجتماعية. (سليمان، بلقوميدي، 2018، ص ص 110-111)

وبالتالي فالقيم، التي يحملها الشباب الجامعي، مثله مثل أقرانه من الشباب الجزائري، تواجه تحديات عدة في ضوء تحديات التقنية "مواقع التواصل الاجتماعي"، خصوصاً من نواحي الثقة التي باتت محل اختيار، بينه وبين مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة، هذا فضلاً عن تصوراتهم ودرجة إيمانهم بالقيم

بين أن تكون وفق التصور ووفق السلوك، وهذا هو التحدي الذي ينبغي أن يتم وضعه في مخيلة وإدراك المنظرين والباحثين في العلوم الاجتماعية خصوصاً.

خلاصة

في ختام هذا الجانب النظري للدراسة، يمكن الوصول لنتيجة محورية، بناءً على ما جاء في هذا الفصل من محطات، بأنّ لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة ومعاصرة، نظراً للمميزات التقنية، وتعدد المنصات، بما يتيح أيضاً تعدد حالات الاستخدام والتوظيف، كما أنّ وجود هذه الفضاءات في الأصل يرتبط بمعايير وقيم المجتمع، في علاقة انعكاسية، في صورة متكاملة بين ما تنتجه المؤسسات الاجتماعية من رسائل وقيم وبين ما تنتجه هذه المواقع من جهتها كرسائل وقيم.

أما ما نلمسه من أفكار راسخة في هذا الجانب النظري، هو أنّ الشباب الجامعي، من فئات المجتمع المهمة، التي تستخدم هذه المواقع وتتبادل في ما بينها مختلف القيم، وفي هذا الصدد يتضح جلياً أنّ هذا الفصل يركز على أهم العناصر المستهدفة في الدراسة، وهم فئة "الشباب الجامعي"، لاسيما وأنّ معرفة هؤلاء الشباب باعتبارهم صفوة في المجتمع مقارنة بأقرانهم من عامة الشباب ومعرفة حاجياتهم وانشغالاتهم في ضوء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، تساهم في ربط متغيرات موضوع الدراسة من جهة، وفي معرفة الوجهات البحثية القادمة من جهة أخرى، وخاصة في الجانب التطبيقي للدراسة.

الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

بناءً على الخطوات المنهجية والنظرية التي تم اتباعها في موضوع دراستنا المعنونة بـ: "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري"، وبعد الإحاطة بعدة خطوات متعلقة بالجوانب الإجرائية والمنهجية والنظرية، نصل لخطوة مهمة جداً في الدراسة، وهي المجال الميداني والتطبيقي للدراسة.

ويتركز بناء هذا المجال الحيوي إن صح القول، على خطوات ضابطة للدراسة سواءً من حيث الإجراءات البحثية لحدود الدراسة أو الإحصائية، بحيث يقودنا هذا المجال في نهاية المطاف لصياغة النتائج النهائية للبحث، والتي تعكس كل المجهودات السابقة وخاصة في الإطار المنهجي.

أولاً: المجال الإجرائي

حدود الدراسة: المكانية، الزمانية

تمخض عن الاشتغال على موضوع "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري"، جملة من الإجراءات المنهجية والإجرائية خصوصاً، وذلك وفق خطة زمانية ومكانية مناسبة، بحيث تم تقسيم هذا المجال وفق إطارين "الزماني والمكاني" من خلال ما يلي:

أ- الحدود المكانية:

في دراستنا هذه يعد مجتمع بحثنا أساساً الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري في كلٍّ من جامعات الوادي، بسكرة، و ورقلة.

وبالنظر للحدود المكانية للدراسة ففي كل جامعة من الجامعات سالفة الذكر، بما فيها من كليات وأقسام نعتقد أنّها حدود مكانية للبحث والدراسة.

ب- الحدود الزمانية:

تتمثل الحدود الزمانية للدراسة، في الوقت والزمن الكافي واللازم أيضاً للدراسة، وفي دراستنا هذه تم إجراء الدراسة وفق المراحل التالية:

-المرحلة الأولى: خصصت للجانب المنهجي، وجمع المادة العلمية، بحيث تتم وفق ضرورة الضبط المنهجي قبل الاشتغال على المجال النظري والتطبيقي، كما كان لجمع المادة العلمية أثره في المدة الزمانية، وعموماً استغرقت المرحلة الأولى زمنياً "ما بين سنتي 2021 إلى 2022م".

-المرحلة الثانية: بعد ضبط الإجراءات المنهجية وجمع المادة العلمية اللازمة، تم التطرق مباشرة لتحرير الجانب النظري، اعتماداً على الإرث النظري: "الكتب، المجلات، رسائل الدكتوراه، التقارير، والمواقع الإلكترونية"، ولقد تم الاهتمام بتحرير الجانب النظري "ما بين سنتي 2022 إلى 2023م".

-المرحلة الثالثة: شملت هذه المرحلة إعداد استمارة الاستبيان الموجه للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، بحيث تم تقسيم هذه المرحلة وفق سير العمل آواخر موسم 2023-2024م، على أن يتم تطبيق الدراسة الميدانية واستخلاص النتائج مع بداية موسم 2024-2025م.

مجتمع البحث والعينة:

يعد تحديد مجتمع البحث خطوة مهمة في البحث العلمي، بحيث يعتبر إجمالاً المجموع الكلي من المفردات، أو الأشياء المحدودة، أي المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي. (بن مرسل، 2010، ص166).

بمعنى أن مجتمع البحث، هو إجمالي عدد مفردات العينة من الأفراد أو الأشخاص أو حتى المواد والمؤسسات ونحوه، وهذا المجتمع بإمكان الباحث الوصول لتحديد حجمه الحقيقي مهما كان نوعه أو موضوعه. ويعد تحديد مجتمع البحث من أهم مراحل البحث العلمي، إذ إنَّ تحديده بدقة، يسهل على الباحث إجراء المعاينة، والتوصل لنتائج بحث مرضية تنطبق مع أهداف الدراسة.

وهذا ما يجعل من خطوة تحديد مجتمع البحث خطوة ضرورية في الإجراءات المنهجية لأي دراسة، وفي هذا الصدد نجد أنَّ مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في: "الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري". ومن خلال هذا المجتمع الأصلي في الحقيقة، سيتم الحصول على مجتمع متاح من خلاله يتم الوصول للعينة. وفي هذا الصدد لابد من الإشارة إلى أن العينات غير العشوائية هي من أنجع طرق البحث للوصول للعينات عندما يكون مجتمع البحث كبير الحجم نسبياً، وبالتالي يخضع اختيارها لقوانين غير الاحتمالية.

وتبعاً لهذه القاعدة يتم اختيار واقتطاع جزء من مجتمع البحث المحدد سابقاً، بالاعتماد على العينة غير العشوائية الحصصية، بحيث يستخدم هذا النوع بشكل قصدي وعمدي، وبحيث يتم تحديد ميزات وخصائص كل فئة من الفئات ذات العلاقة بالدراسة، مثل: الإناث والذكور، أو من ناحية سكان الحضر والريف ونحوه، وبعد التحديد الأخير يقوم الباحث برصد عدد المبحوثين في كل فئة من الفئات المحددة، وبذلك يختار العدد من هذه الفئات بطريقة حصصية. (حمدي، 2017، ص107)

وعلى هذا الأساس لا يهم في هذا النوع من العينات نسبة تمثيل العينة المقتطعة من المجتمع، بقدر ما يهم تحديد عدد مفردات العينة، حيث تسمح العينة الحصصية بتمثيل الفئات الأساسية للمجتمع المدروس وفق خصائص محددة سلفاً كما أشرنا سابقاً مثل: (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، أو المهنة)، وهو ما يصعب تحقيقه بدقة في بعض الحالات باستخدام العينات العشوائية، زيادةً على أنَّ القيود الإجرائية والميدانية والزمنية وصعوبة الوصول إلى جميع مفردات المجتمع الإحصائي فرضت هذا النوع من العينات، مع الحرص على القيام بتوزيع الحصص بشكل متوازن لضمان قدر معقول من التمثيل، مع الإلتزام بتوزيع مفردات الدراسة بشكل

متساوٍ وممثلٍ لمجتمع الدراسة، وفي حقيقة الأمر اختيار العينة الحصصية بالتوزيع المتساوي، لا يتم بهدف تحقيق التمثيل الإحصائي الدقيق للمجتمع، بل العمل لضمان تغطية متوازنة للفئات المدروسة، ويعود هذا كما سبق وأشرنا إلى الظروف الميدانية والإجرائية.

كما أن هذا الإجراء يسمح بالحصول على بيانات ومعطيات أكثر استقرارًا فيما يخص كلا الجنسين، ويعزز من إمكانية تحليل البيانات بشكل أوضح.

ورغم أن التوزيع النسبي في حقيقة الأمر يُعد دقيقاً من الناحية المنهجية، إلا أن هذا الاختيار لا يؤثر بشكل جوهري على أهداف الدراسة ذات الطابع الوصفي.

وبالتالي ستجرى الدراسة المسحية عبر التوزيع اليدوي لاستمارة الاستبيان على طلبة الأطوار الثلاثة في جامعات: الوادي، بسكرة، ورقلة، أي طلبة: الليسانس، الماستر، الدكتوراه.

ولو نتتبع خطوات العينة الحصصية بدقة فإننا نجد أن إجراءاتها تشبه نوعاً ما إجراءات العينة العشوائية الطبقيّة، مع اختلافات جوهريّة وخاصة في الأسلوب المتبع، بحيث إنّ دراستنا ستجرى على عينة من طلبة جامعات الجنوب الشرقي الجزائري: الوادي، بسكرة، ورقلة، و بعد تحديد حجم العينة الإجمالي بعد إلقاء نظرة على مجتمع البحث من الجامعات (انظر الملحق 3) نقوم بعدد من الإجراءات التفصيلية بحيث تتمثل أساساً في:

-اقتطاع عينة من 20 مفردة من كل كلية من جامعات: الوادي، بسكرة، ورقلة، وفق متغير الجنس "إناث و ذكور"، أي 10 إناث و 10 ذكور، وتبعا لعدد الكليات الموجودة في كل جامعة ومن خلال مختلف الأقسام الموجودة فيها، حتى نصل للعدد الإجمالي من المبحوثين في الدراسة في كل من الجامعات الثلاث.

-جامعة الوادي: 8 كليات، تم التوصل الى 160 مفردة مقسمة على عدد هذه الكليات والأقسام الموجودة فيها
-جامعة بسكرة: 8 كليات، تم التوصل الى 160 مفردة مقسمة على عدد هذه الكليات والأقسام الموجودة فيها
-جامعة ورقلة: 10 كليات، تم التوصل الى 200 مفردة مقسمة على عدد هذه الكليات والأقسام الموجودة فيها

منهج وأدوات الدراسة:

أ-منهج الدراسة

تعتبر خطوة تحديد منهج الدراسة، أحد أهم خطوات البحث العلمي، ويمكن أن نقول عنها خطوة ارتكازية أو العمود الذي يقوم عليه البناء المنهجي للدراسة، وهو المسلك والمنهاج العلمي، وإن صح المصطلح "الفانوس الذي يضيء درب الباحث" في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية قاطبة. ومن هذا المنطق، فهذا المنهج ينطبق على أي موضوع من مواضيع البحث العلمي ضمن التخصصات الإنسانية والاجتماعية، لاسيما في علوم الإعلام والاتصال، كونها من العلوم الحديثة نسبيا لارتباطها بعنصر التقنية أو الوسيلة الاتصالية.

وعلى هذا الأساس، تم الاعتماد في موضوع دراستنا على "المنهج المسحي"، بحيث يعد هذا المنهج من المناهج، التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات التي تستهدف ظاهرة علمية وبحثية معينة، بحيث يعرف على أنه المنهج الذي يقوم على دراسة الظاهرة موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للبحث والدراسة، قصد تكوين قاعدة أساسية من المعلومات والبيانات المطلوبة في مجال الدراسة المبحوثة مهما كان نوع التخصص. (المشاقبة، 2014، ص 60)

كما عُرفَ بأنه طريقة من طرق البحث الاجتماعي، التي يتم من خلالها تطبيق خطوات المنهج العلمي تطبيقا عمليا على دراسة ظاهرة أو مشكلة اجتماعية معينة سائدة في رقعة جغرافية معينة، قصد الحصول على كافة المعلومات التي تصور مختلف جوانب الظاهرة المدروسة، وبعد تصنيف هذه البيانات وتحليلها، تصبح جاهزة للاستفادة منها لأغراض البحث العلمي. (عبد العاطي نجم، 2015، ص 110)

ب-أدوات الدراسة

يعتمد منهج المسح على أحد الأدوات الإجرائية الخاصة في البحوث الميدانية، وتتمثل هذه الأداة أساساً في استمارة الاستبيان، هذه الأخيرة سيتم توزيعها يدوياً في ظروف معينة على عينة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

ويعد الاستبيان في البحث العلمي أحد أهم الأدوات التي يختلف ويتنوع استخدامها وتوظيفها في ميادين البحث العلمي المختلفة، وذلك تبعا لعدد من الظروف والمتغيرات المختلفة كالاستبيان البريدي والموجه، وبحكم أن دراستنا المسحية، ستعتمد خصيصا على هذه الأداة الرئيسية، فيمكن تقسيم الاستبيان الذي يتم توظيفه، وفقا للأنواع التالية:

أ-الاستبانة المغلقة أو المقيدة: في هذا النوع من الاستبانات لا يضع الباحث أسئلة مفتوحة للمبحوثين، وإنما على المستجوبين وضع واختيار ما يرونه مناسباً لهم، بحيث تكون عادة أسئلة هذا النوع معدة مسبقاً بشكل محدد مثلاً: بإجابتين فقط "نعم" أو "لا"، أو من خلال إجابات: "موافق" أو "غير موافق" ...الخ. (الجرجاوي، 2010، ص28)

ب-الاستبانة المفتوحة: يسمح هذا النوع من الاستبانات للمبحوث بحرية الإجابة على الأسئلة المطروحة بأسلوبه الخاص وبتعبيره، دون أن يقيد بإجابة محددة وبديلة، وكمثال على ذلك: "ماهي النصائح التي من الممكن تقديمها من أجل تحسين خدمة الإيواء في الجامعة؟". (عاشور، العمري، 2024، ص314) وبحكم أن دراستنا الميدانية ستجرى من خلال دراسة شريحة الشباب الجامعي فهي تنتمي بطبيعة الحال لدراسات الجمهور وفقاً للمنظور القيمي في الإعلام، بحيث يتم تطبيق مقياس "ع.س.ن" في دراسة الجمهور بتوظيف استبيان دراسة أثر وسائل الإعلام على قيم المتلقي على النحو التالي: (عزي، 2013، ص93) القسم الأول: أسئلة عن عادات الاتصال أو التواصل مع وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، مضاف إليها البعد القيمي.

القسم الثاني: أسئلة عن دوافع التعرض أو التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة مضاف إليها البعد القيمي.

القسم الثالث: أسئلة قياس القيم الموجبة بطبعها وتتضمن:

الجزء الأول: الأسئلة التصريحية، في ضوء ما يقوله المتلقي.

الجزء الثاني: الأسئلة السلوكية، في ضوء ما يفعله المتلقي.

الجزء الثالث: الأسئلة التأكيدية، للتأكد من توافق الإجابات في الجزء الأول والثاني.

القسم الرابع: أسئلة تقيس أثر وسائل الإعلام السلبية على عادات المتلقي ومواقفه وسلوكياته.

القسم الخامس: أسئلة شخصية اجتماعية، ديمغرافية.

ويعد الاستبيان في هذا الصدد أحد أهم الأدوات التي يعتمد عليها المنهج المسحي في سبيل جمع البيانات من واقع الظواهر الإنسانية والاجتماعية، وبالتالي فدراستنا تعتمد بشكل أساسي على صياغة "استمارة الاستبيان" الذي يجرى بشكل ميداني، وبحكم أن دراستنا المسحية، ستعتمد خصيصاً على هذه الأداة الرئيسية، فيمكن تقسيم الاستبيان الذي تم تصميمه إلى عدد من المحاور البحثية اعتماداً على مقياس "س ن ع" لدراسات الجمهور في منظور الحتمية القيمية في الإعلام وفق التقسيم المذكور أعلاه، ووفقاً لصياغة استمارة الاستبيان الخاصة بدراستنا والمكونة من المحاور التالية:

-المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية، وهي البيانات الخاصة بأفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، إذ ترتبط ارتباطاً عضوياً بمتغيرات نوعية خاصة "الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى المعيشي".

-المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، إذ أنّ عادات وأنماط ولوج الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي تتم وفق أنماط معينة، وفي هذا المحور خصيصاً نجد "تسعة أسئلة" موجهة لهؤلاء الشباب تتعلق بعادات وأنماط ولوجهم لهذه المواقع.

-المحور الثالث: الدوافع القيمة لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، وفي هذا المحور نجد عدة تساؤلات "12 سؤالاً" تتعلق بالدوافع القيمة لولوج الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً على أهم الدوافع التي يسلم بها منظرو الحتمية القيمة في الإعلام.

-المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، بحيث تم صياغة أهم تساؤلات هذا المحور والمكونة من 18 سؤالاً في شكل قيم ذات أبعاد اجتماعية وفق منظور الحتمية القيمة في الإعلام.

-المحور الخامس: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، ولقد تم التطرق أيضاً إلى 18 سؤالاً تتعلق بقيم سلبية ذات البعد الاجتماعي، بالإضافة إلى 8 تساؤلات تحاول استجلاء آراء الباحثين حول موضوع الدراسة.

وبعد القيام بالتصميم المبدئي لاستمارة الاستبيان، تم توزيعها على بعض الأساتذة الجامعيين لغرض تحكيمها (انظر الملحق 2)، بحيث يتم تثبيت بعضها، وتعديل البعض الآخر، في حين يتم حذف بعض التساؤلات التي لا تدعم تحقيق أهداف الدراسة.

1. اختبار صدق وثبات أدوات الدراسة:

عمدنا في دراستنا هذه إلى تصميم استبيان لجمع البيانات يهدف إلى خدمة و تحقيق أغراض الدراسة الحالية، ثم قمنا بتقدير الخصائص السيكو مترية له من أجل التحقق من مدى صدقه وثباته في قياس ما وُضع لقياسه، وذلك بعد تطبيقه على عينة استطلاعية ضمت 100 فرد، اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS. وجاءت النتائج كالاتي:

أولاً: الصدق validity:

تمّ التأكد من مدى صدق الاستبيان في قياس ما وضع لقياسه من خلال:

1. صدق الاتساق الداخلي Internal Consistency Validity:

كما يتبين من خلال الجدول (1) فإنّ جميع قيم الارتباطات بين المحاور الفرعية و الدرجة الكلية للاستبيان جاءت دالة عند مستوى دلالة 0,01، وقد تراوحت القيم ما بين (0.262 و0.690). ومن هنا نقر بتحقق صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

جدول (1): قيم معاملات ارتباط كل محور من محاور الاستبيان بالدرجة الكلية له.

قيمة الارتباط		محاور الاستبيان	
0,504**	ارتباط بيرسون	عادات و أنماط استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي	المحور الثاني
0.000	مستوى الدلالة		
100	حجم العينة		
0,262**	ارتباط بيرسون	الدوافع القيمية لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي	المحور الثالث
0.008	مستوى الدلالة		
100	حجم العينة		
0,534**	ارتباط بيرسون	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري	المحور الرابع
0.000	مستوى الدلالة		
100	حجم العينة		

0,690**	ارتباط بيرسون	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري	المحور الخامس
0.000	مستوى الدلالة		
100	حجم العينة		

الصدق التمييزي (أسلوب المقارنة الطرفية) Discriminant validity:

تم ترتيب درجات الاستبيان تنازلياً، وتم اختيار نسبة قدرت بـ 27% من المجموعة العليا، و 27% من المجموعة الدنيا، لنقوم بعدها بحساب الفروق بين المجموعتين المتميزتين عن طريق اختبار T.Test لدلالة الفروق.

الجدول (2): قيم T test لدلالة الفروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبيان.

مستوى الدلالة	درجة الحرية df	T	مستوى الدلالة	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	المجموعات
0,000	34,234	-	0,110	15,185	15,948	231,44	27	م. الدنيا
		18,445			6,429	292,48	27	م. العليا

يتضح من خلال الجدول (2) أن قيمة $T = -18,445$ جاءت دالة إحصائياً عند مستوى 0,000 (أقل من مستوى الدلالة 0,05) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي العينة، وهذا ما يؤكد الفرق بين قيمة المتوسط الحسابي للمجموعة العليا 292,48 الذي كان أكبر من قيمة المتوسط الحسابي للمجموعة الدنيا 231,44 بفارق قدره 61.04 ما يعكس الفعالية في التمييز بين خصائص المجموعتين، ومنه فإن الاستبيان المستخدم في القياس صادق في قياس ما وُضع لقياسه.

ثانياً: الثبات Reliability:

تم التأكد من ثبات الاستبيان المعد باعتماد طريقتين:

طريقة التجزئة النصفية Split-half Method:

نظراً لتعذر استعمال طريقة التطبيق وإعادة التطبيق، عمدنا إلى استخدام طريقة التجزئة النصفية، حيث تم تقسيم عبارات الاستبيان إلى قسمين (فردية و زوجية) ليتم بعدها إيجاد معامل الارتباط بين درجات

القسمين ثم تصحيحه باستخدام كل من معامل "سبيرمان و براون" ومعامل "غوتمان"، والجدول التالي يوضح النتائج المتحصل عليها لكل محور .

الجدول(3): معاملات الثبات للاستبيان بمحاوره باستخدام طريقة التجزئة النصفية

المحاور	معامل التجزئة النصفية	معامل التجزئة النصفية	
		معادلة سبيرمان براون	معادلة غوتمان
المحور الثاني	0,727	0,842	0,840
المحور الثالث	0,617	0,763	0,761
المحور الرابع	0,879	0,935	0,931
المحور الخامس	0,885	0,939	0,938
الدرجة الكلية للاستبيان	0,831	0,907	0,907

يتضح من خلال الجدول(3) أنَّ معاملات الثبات لمحاور الاستبيان باستخدام طريقة التجزئة النصفية، سواءً قبل التصحيح أو بعد التصحيح (حسب معادلتَي سبيرمان وبراون وغوتمان) جاءت كلها مرتفعة. الأمر ذاته بالنسبة للدرجة الكلية للاستبيان، حيث بلغ معامل الارتباط بين القسمين قبل التصحيح 0,831 أمّا بعد التصحيح باعتماد معادلة سبيرمان وبراون 0,907 وبمعادلة غوتمان بلغ 0,907 وهاته القيمة المرتفعة تؤكد على تمتع الاستبيان بثبات عالي يمكننا من اعتماده في دراستنا الأساسية.

ثبات ألفا كرونباخ Alpha Cronbachreliability:

تمّ التأكد من ثبات الاستبيان ومحاوره اعتمادا على معامل الثبات ألفا كرونباخ والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول(4): قيم معاملات الثبات للاستبيان ومحاوره الفرعية باستخدام طريقة ألفا كرونباخ

الأبعاد	ألفا كرونباخ
المحور الثاني	0,899
المحور الثالث	0,811
المحور الرابع	0,891
المحور الخامس	0,846
الدرجة الكلية للاستبيان	0,780

يتضح من خلال الجدول (4) أنّ قيم ألفا كرونباخ بالنسبة لمحاور الاستبيان قد تراوحت ما بين (0,811 و0,899)، وهي قيم عالية دالة على ثبات جيد للمقياس. كما يتضح ارتفاع قيمة معامل ثبات ألفا كرونباخ للاستبيان ككل وفقاً للمعايير القياسية حيث بلغت 0,780. ومنه يمكننا الإقرار بتمتع الاستبيان بثبات عالٍ.

القرار: من خلال النتائج المتحصل عليها لكل من قيم الصدق والثبات، يمكننا الإقرار بتمتع الاستبيان المعد من قبلنا بخصائص سيكومترية جيدة وبموثوقية عالية تسمح لنا باعتماده في تحقيق أهداف الدراسة الحالية.

ثانياً: نتائج الدراسة التطبيقية

المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية:

تندرج البيانات السوسيو ديمغرافية في إطار البيانات الخاصة بالمبحوثين في الدراسة الميدانية، وفي هذا السياق يمكن توضيح أهم الخصائص التي يتميز بها أفراد عينة الدراسة الأساسية تبعاً لبعض المتغيرات، في كل من جامعات، الوادي، بسكرة و ورقلة، تبعاً لمعطيات الجدول رقم (5) الذي يوضح الخصائص التالية:

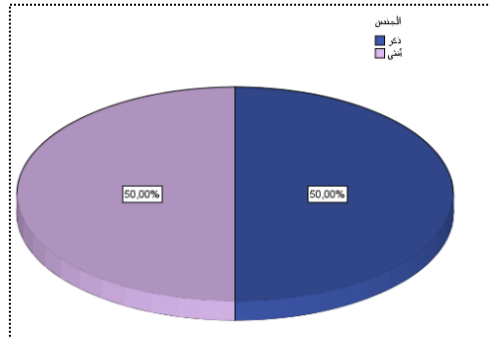
جدول (5): خصائص عينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة، و ورقلة تبعاً لبعض المتغيرات.

المتغير	الفئة	جامعة الوادي (160 مفردة)		جامعة بسكرة (160 مفردة)		جامعة ورقلة (200 مفردة)	
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
الجنس	ذكور	(50%)	80	(50%)	80	(50%)	100
	إناث	(50%)	80	(50%)	80	(50%)	100
السن	25-20	(83.1%)	133	(86.3%)	138	(90%)	180
	30-26	(8.8%)	14	(7.5%)	12	(6.5%)	13
	35-31	(8.1%)	13	(6.3%)	10	(3.5%)	7

ليسانس	113	(70.6%)	96	(60%)	137	(68.5%)
المستوى الدراسي	41	(25.6%)	53	(33.1%)	41	(20.5%)
دكتوراه	6	(3.8%)	11	(6.9%)	22	(11%)
أقل من المتوسط	14	(8.8%)	6	(3.8%)	4	(2%)
المستوى المعيشي	103	(64.4%)	125	(78.1%)	153	(76.5%)
متوسط	43	(26.9%)	29	(18.1%)	43	(21.5%)
جيد						

الشكل (1): التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة، و ورقلة حسب

الجنس.



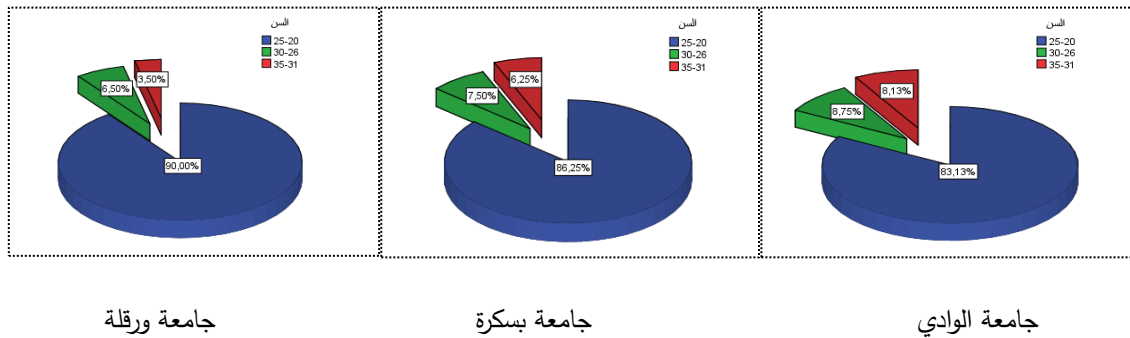
نلاحظ من خلال معطيات الجدول والموضحة وفقا للشكل رقم (1)، أنَّ نتائج التوزيع النسبي لعينة الدراسة في جامعة الوادي، وجامعة بسكرة، وجامعة ورقلة وفقا لمتغير الجنس "إناث وذكور"، جاءت بشكل متساوٍ ومتناصف، من خلال التوزيع التالي:

جامعة الوادي، "80 ذكر بنسبة 50%، و 80 أنثى بنسبة 50%"، وبمجموع 160 مفردة من الجنسين بما نسبته 100%.

جامعة بسكرة، "80 ذكر بنسبة 50%، و 80 أنثى بنسبة 50%"، وبمجموع 160 مفردة من الجنسين بما نسبته 100%.

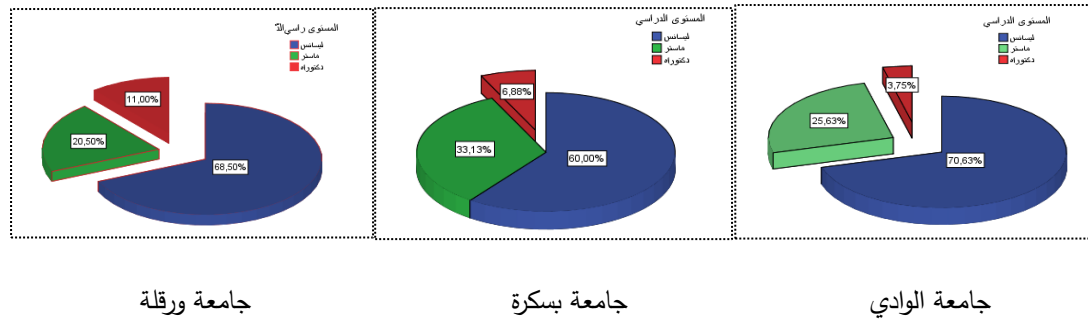
جامعة ورقلة، "100 ذكر بنسبة 50%، و 100 أنثى بنسبة 50%"، وبمجموع 200 مفردة من الجنسين بما نسبته 100%.

الشكل (2): التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة و ورقلة حسب السن.



يتضح من خلال البيانات المجمعة و الموضحة في الجدول السابق، وفي الشكل رقم "2"، أنّ التوزيع النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعات الوادي، بسكرة و ورقلة حسب متغير السن، توضح إجمالاً وجود تقارب نسبي في البنية السنية لعينة الدراسة، بحيث تهيمن الفئة السنية التي تقع ما بين (25-20 سنة) بشكل لافت في الجامعات الثلاثة، ففي جامعة الوادي بلغ عدد أفراد هذه الفئة 133 مفردة من أصل 160، أي بنسبة 83.1%، في حين ارتفعت هذه النسبة في جامعة بسكرة لتصل إلى 86.3% أي (138 مفردة من أصل 160)، وبلغت النسبة المئوية لهذه الفئة أقصى قيمة لها في جامعة ورقلة بما نسبته 90% (180 مفردة من أصل 200)، وهذا ما يعكس تركّز العينة في فئة الشباب الجامعي في بداية المسار الأكاديمي. في المقابل، تسجل الفئة السنية التي تقع ما بين (30-26 سنة) نسباً أقل بكثير، بحيث بلغت 8.8% في جامعة الوادي أي (14 مفردة)، وما نسبته 7.5% في جامعة بسكرة أي (12 مفردة)، وما نسبته 6.5% في جامعة ورقلة أي (13 مفردة)، ما يشير إلى تراجع نسبي لتمثيل هذه الفئة مقارنة بالفئة الأصغر سناً، أما الفئة السنية (35-31 سنة) فتُعد الأقل حضوراً في الجامعات الثلاثة المعنية بالدراسة، بالنظر لنسبتها المنخفضة، إذ قدرت نسبتها بـ 8.1% في جامعة الوادي أي (13 مفردة)، وبما نسبته 6.3% في جامعة بسكرة أي (10 مفردات)، لتتخفّض أكثر في جامعة ورقلة إلى ما نسبته 3.5% أي (7 مفردات). ومن خلال هذه المعطيات، يمكن الخروج بنتيجة فحواها أنّ عينة الدراسة في الجامعات الثلاث المعنية، تتسم بهيمنة واضحة نسبياً لفئة الشباب الذين ينحدرون ما بين الفئة السنية (25-20 سنة)، وهو ما يفسر بالطابع الشبابي الغالب على عينة الدراسة، سيما وأنّه يعكس طبيعة المجتمع الجامعي محل الدراسة.

الشكل (3): التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة، و ورقلة حسب المستوى الدراسي.

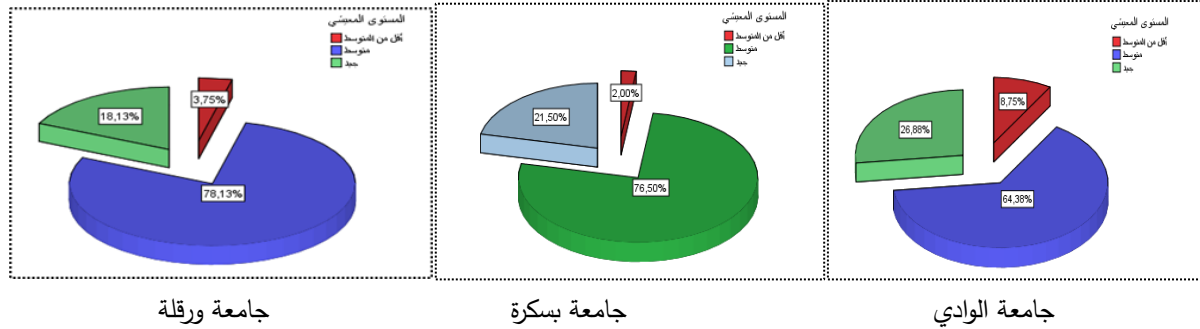


من خلال البيانات المجمعة في الجدول السابق، وبالنظر لمعطيات الشكل رقم "3"، يتضح أنّ التوزيع النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعات الوادي، بسكرة، و ورقلة حسب المستوى الدراسي، يوضح وجود مؤشر مشترك، يتمثل في هيمنة طلبة الليسانس الأكاديمي على باقي المستويات، مع تفاوت نسبي في تمثيل طلبة الماستر والدكتوراه بين الجامعات.

ففي جامعة الوادي، يسيطر إحصائياً طلبة الليسانس على النسبة الأكبر بـ 70.6% أي (113 مفردة من أصل 160)، ثم يليهم طلبة الماستر بما نسبته 25.6% أي (41 مفردة)، في حين يلاحظ أنّ أدنى نسبة مسجلة تعود لطلبة الدكتوراه بما نسبته 3.8% أي (6 مفردات)، أما في جامعة بسكرة، فرغم أنّ الملاحظة الدقيقة تتمثل في استمرار غلبة طلبة الليسانس في ما يخص عينة الدراسة، إلّا أنّ نسبتهم تنخفض إلى ما نسبته 60% أي (96 مفردة من أصل 160)، مقابل ارتفاع نسبي ملحوظ في نسبة طلبة الماستر التي بلغت ما نسبته 33.1% أي (53 مفردة)، بينما يسجل طلبة الدكتوراه ما نسبته 6.9% أي (11 مفردة)، وفي جامعة ورقلة، تعود نسبة طلبة الليسانس للارتفاع نسبياً مجدداً لتصل لما نسبته 68.5% أي (137 مفردة من أصل 200)، يليهم طلبة الماستر بما نسبته 20.5% أي (41 مفردة)، في حين تسجل فئة طلبة الدكتوراه أعلى نسبة مقارنة بالجامعتين السابقتين بما نسبته 11% أي (22 مفردة).

ومن خلال هذه المعطيات، يمكن الوصول لنتيجة أساسية مفادها، أنّ العينة تتسم عموماً بغلبة واضحة لطلبة الليسانس في الجامعات الثلاث المدروسة، في حين يتزايد نسبياً تمثيل طلبة الدراسات العليا (ماستر ودكتوراه) بشكل متفاوت، بحيث يتعزز حضورهم بشكل أكثر وضوحاً في جامعتي بسكرة، و ورقلة مقارنة بجامعة الوادي، خاصة بالنسبة لفئة طلبة الدكتوراه.

الشكل (4): التعداد النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعة الوادي، بسكرة، و ورقلة حسب المستوى المعيشي.



يتضح من خلال البيانات المجمعة في الجدول السابق، ومن خلال الشكل رقم "4"، أنّ التوزيع النسبي لعينة الدراسة الأساسية في جامعات الوادي، بسكرة، و ورقلة حسب المستوى المعيشي، يوضح وجود نمط متقارب نسبياً، لفئة المستوى المعيشي المتوسط، مع تباين نسبي و محدود في تمثيل المستويين الجيد والأقل من المتوسط.

ففي جامعة الوادي، تشكل فئة المستوى المعيشي المتوسط النسبة الأكبر بما نسبته 64.4% أي (103 مفردات من أصل 160)، يليهم المستوى المعيشي الجيد بما نسبته 26.9% أي (43 مفردة)، في حين يمثل المستوى الأقل من المتوسط بما نسبته 8.8% أي (14 مفردة)، أما في جامعة بسكرة، فتزداد نسبياً هيمنة فئة المستوى المتوسط بشكل أوضح لتصل لما نسبته 78.1% أي (125 مفردة من أصل 160)، مقابل تراجع نسبي لفئة المستوى الجيد إلى ما نسبته 18.1% أي (29 مفردة)، ويسجل انخفاض أكبر للمستوى الأقل من المتوسط إلى ما نسبته 3.8% أي (6 مفردات)، وفي جامعة ورقلة، يستمر تقريباً تسجيل نفس الملاحظة، حيث يسجل المستوى المعيشي المتوسط ما نسبته 76.5% أي (153 مفردة من أصل 200)، يليه المستوى الجيد بما نسبته 21.5% أي (43 مفردة)، بينما يسجل المستوى الأقل من المتوسط أدنى قيمة له بما نسبته 2% أي (4 مفردات).

وبناءً على هذه المعطيات، يمكن الاستنتاج أنّ العينة في الجامعات الثلاث، تتسم عموماً ببساطة واضحة للمستوى المعيشي المتوسط، ما يعكس طبيعة اجتماعية متقاربة لأفراد المجتمع الجامعي محل الدراسة.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

1. تحديد متوسط ساعات استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:

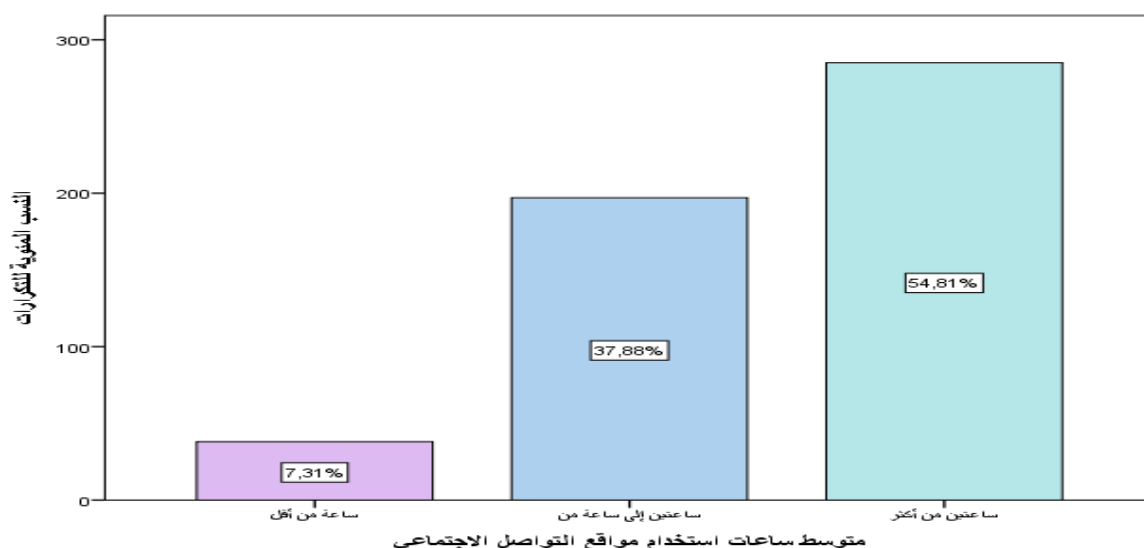
يُظهر الجدول التالي نتائج تحليل متوسط ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري. حيث تعكس البيانات التوزيع التكراري والنسبة المئوية لفترات الاستخدام المختلفة، وهي مؤشر يعكس مدى ارتباط الشباب بمنصات التواصل الاجتماعي واستخدامهم لها بشكل يومي.

جدول (6): عدد التكرارات والنسب المئوية لمتوسط ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

متوسط ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات Fréquences	النسبة المئوية Pourcentage
أقل من ساعة	38	7.3%
من ساعة إلى ساعتين	197	37.9%
أكثر من ساعتين	285	54.8%
المجموع	520	100%

فيما يُوضح الشكل الموالي توزيع تكرارات متوسط استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

شكل (5): تكرارات ونسب متوسط استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.



يتضح من الجدول أعلاه، أنَّ إجابات المبحوثين تميل إلى ترجيح كفة أنَّ استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي يدوم لأكثر من ساعتين من الزمن، بحيث تشير المعطيات بالأرقام إلى أنَّ 285 مبحوث من أصل 520 مبحوث في الدراسة وبنسبة 54.8% يعطون أولوية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعتين من الزمن.

وفي المقابل نجد 197 من المبحوثين، وبما نسبته 37.9% يؤيدون خيار أنَّهم كمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يقضون من ساعة إلى ساعتين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي. في حين نجد أنَّ 38 مبحوثاً من أصل 520 مبحوث، وبما نسبته 7.3% يدعمون خيار أنَّ استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لا يتجاوز ساعة من الزمن.

ولو نتفحص جيداً أنَّ خيار استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بمجموع 285 مبحوث و بما نسبته 54.8%، بحيث يشير هذا العدد فعلاً إلى تجاوز نصف عدد المبحوثين الاجمالي والمقدر 520 مبحوثاً، ويوحى هذا الاختيار بأنَّ الشباب الجامعي يفضل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف نسبياً، فقد يصل الأمر إلى الإفراط تبعاً لعدد الساعات الذي يكون في دائرة التوقع ما بين ثلاث أو أربع ساعات، ولو نتابع جيداً هذه الأرقام ونربطها بالدراسات الاجتماعية والنفسية خصوصاً، يمكن تفسير الأمر وربطه بظواهر اجتماعية عديدة، ما بين الظواهر ذات الانعكاسات السلبية والإيجابية أحياناً و ما بين الإدمان المرضي والإدمان المرضي أحياناً أخرى.

وبإخضاع هذه الأرقام والإجابات وتفسيرها في ضوء مسلمات الأنموذج الحتمي القيمي في الإعلام، فإنَّنا نجد أنَّ الأنموذج يفسر بأنَّ الشباب ينجذبون إلى تقنيات الإعلام الجديد "مواقع التواصل الاجتماعي" أكثر من وسائل الإعلام التقليدية لعنصر التفاعل المباشر المغيب نسبياً في الوسائل الأخرى، وهذا مايمكن ربطه بانجذاب الشباب نحو هذه المواقع بحثاً عن المغامرة و التجارب التفاعلية والتواصلية الجديدة.

وفي هذا الصدد نجد أنَّ منظور الحتمية القيمية في الإعلام يشير أيضاً لطرفي النقيض "الإفراط أو التفریط" بحيث لكثرة الاستخدام دلالاتها السلبية أيضاً مثلما أشار كل من الباحثين "عزي عبد الرحمن" و"السعيد بومعيزة"، بحيث أشارا بأنَّ كثافة الاستخدام قد تنعكس على قيمة وقدرة وقت التفاعل والتواصل الأسري.

وفي سياق الحديث عن متوسط ساعات اللوج لمواقع التواصل الاجتماعي، توصلت دراسة الباحثة "هالة دغمان" والموسومة بـ"شبكات التواصل الاجتماعي والقيم"، إلى أنَّ 97 مبحوثاً من أصل 385 مبحوثاً وبما

نسبته 25.20% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مفتوح وغير مقيد بزمان، ثم خيار أكثر من 4 ساعات من الاستخدام وبما نسبته 19% وهذا ما يتوافق نسبيا مع النتيجة التي توصلنا إليها في الدراسة.

2. ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب استخدامها من قبل أفراد عينة الدراسة:

يوضح الجدول الموالي ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمدى استخدامها من قبل أفراد العينة المكونة من 520 طالباً، بناءً على المتوسط الترتيبي والمتوسط الحسابي. حيث يعكس المتوسط الترتيبي ترتيب المواقع من الأكثر استخداماً إلى الأقل، حيث أن القيمة الأقل تشير إلى استخدام أكثر شيوعاً. بينما يعكس المتوسط الحسابي المعدل العام لاستخدام كل موقع.

جدول (7): ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لاستخدام أفراد عينة الدراسة بناءً على المتوسط

الترتيبي والمتوسط الحسابي

مواقع التواصل الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط الترتيبي
فيسبوك	520	2,57	1,696	1
يوتيوب	520	2,83	1,534	2
تيك توك	520	2,89	2,364	3
انستغرام	520	2,96	1,977	4
واتس اب	520	3,73	1,738	5
تلغرام	520	4,11	1,974	6
منصة إكس x	520	4,43	3,223	7
ثريدز	520	4,91	3,645	8
المجموع	520			

فيما يُبين الجدول الموالي عدد الطلبة الذين أقرّوا باستخدامهم لمواقع تواصل اجتماعي أخرى.

جدول (8): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من قبل أفراد عينة الدراسة.

أفراد عينة الدراسة	التكرارات	النسبة المئوية	المواقع الأخرى	عدد مستخدميها
عدم استخدام مواقع تواصل اجتماعي أخرى	508	97.7%		
استخدام مواقع اجتماعي أخرى	12	2.3%	سناب شات	5
			فايبر	4
			أزار	2
			تمبلر	1
المجموع	520	100%		12

بناءً على الأرقام والإحصائيات الواردة في الجدول أعلاه، والتي تشير لترتيب مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام من خلال عينة الدراسة، والمتمثلة في 520 مبحوثاً، فمن بين "8" مواقع للتواصل الاجتماعي وخيارات أخرى، من وجهة نظر العينة المبحوثة، بحيث يتجلى استخدام موقع "فيسبوك" أولاً عند نقطة المتوسط الحسابي 2.57، بينما نجد موقع "يوتيوب" في المرتبة الثانية عند نقطة 2.83، أما "تيك توك" فجاء ثالثاً من حيث معدل الاستخدام عند نقطة 2.89 التي تشير للمتوسط الحسابي، في حين جاء في المرتبة الرابعة من حيث الاستخدام أيضاً "الانستغرام" عند نقطة 2.96، في حين نجد أنّ "واتس اب" جاء خامساً عند نقطة 3.73، أما "التيلغرام" فجاء في المرتبة السادسة من حيث الاستخدام وعند النقطة 4.11، أما "منصة إكس X" فجاءت في المرتبة السابعة وعند نقطة 4.43، وفي المرتبة الأخيرة المقترحة على عينة الدراسة نجد أنّ خيارهم تمثل في موقع "ثرودز" وعند نقطة 4.91 التي تشير للمتوسط الحسابي.

ونجد أنّ غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أنهم لا يستخدمون مواقع أخرى، غير التي تم اقتراحها عليهم في الجدول الموضح أعلاه وبمجموع 508 مبحوث وبما نسبته 97.7%، في حين يميل 12 مبحوثاً من إجمالي 520 مفردة إلى خيار استخدام مواقع أخرى لغرض التواصل الاجتماعي وبنسبة مئوية تقدر بـ 2.3%، وتمثلت أساساً خياراتهم في "سناشات" أولاً وبمجموع 5 مفردات، وموقع "فايبر" ثانياً بمجموع 4 مفردات، ثم "أزار" ثالثاً بمجموع 2 مفردات، وأخيراً "تمبلر" في المرتبة الرابعة وبمجموع 1 مفردة.

ونستشف من المعطيات المفصلة بالأرقام المذكورة آنفاً، أنّ خيار موقع "فيسبوك" كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بالنسبة لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، وهو خيار يتلاءم ويتناغم مع خيار أقرانهم من الشباب الجزائري عامة، والإحصائيات الرسمية وغير الرسمية توضح ذلك.

وفي حقيقة الأمر، هذا الاستخدام لا يخرج عن المألوف والمعهود، لأنه في المرتبة الأولى أيضاً من حيث الاستخدام في العالم، كمجتمع افتراضي عبر هذا الموقع متجاوزاً حتى عدد سكان دول كبرى كالصين والهند وغيره.

وعملياً يمنح موقع "فيسبوك" كأبرز موقع للتواصل الاجتماعي، مزايا عدة قد تجمع من كل موقع آخر خاصة منه، لثرائه بامتيازات جمة وعدة فضلاً عن خيارات الترويج والتسويق وصناعة المحتويات والتكوين كفضاء لصحافة المواطن، التي "يؤثر فيه كل فرد بفرد آخر"، فهذا الموقع بات قبلة لمؤسسات التعليم العالي بما فيها من أفراد: عمال، ومستخدمين، من أساتذة و إداريين، وطلبة. يجمعهم جميعاً هذا الموقع الذي ينتمي

لشركة "ميتا"، ومن سبلهم في هذا التواصل إنشاء الصفحات العامة والخاصة، والمجموعات العلمية ذات التخصصات المختلفة: مثل مجموعات المراجعة في الامتحانات، أو صفحات التخصصات الطبية ونحوه، ويدعم هذا الخيار الشركاء في مؤسسة "ميتا"، الذين قاموا بدمج "ماسنجر للدردشة" و موقع فايسبوك معاً. ونرجح أن يكون التبادل والتفاعل العلمي عبره أنجح وأنجح من غيره من الوسائل التكنولوجية الأخرى، رغم الملهيّات التي قد تشوبه "دردشة جانبية أو التسلية والترفيه"، لأنّ مشاركة كتاب أو رابط لكتاب، أو نص علمي، أو مقطع فيديو، أسهل إجرائياً من غيره، وعملي للوصول لأكبر شريحة من المستخدمين.

ونجد أنّ موقع "اليوتيوب" جاء في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام، وهذا موقع من المواقع العتيقة بحكم تجربته في عالم التواصل الاجتماعي، وهو موقع يدعم صناع المحتوى بالدرجة الأولى من خلال عملية إدراج المحتويات المصورة والمركبة، كما أنّه موقع مؤثر في كل من يلجّه لوجود المؤثرات المدمجة "صورة وصوت"، ويلجأ الكثير من الأساتذة لإدراج موادهم ومحاضراتهم عبر قنوات منشئة عبره، ويتم إتاحتها لجميع المستخدمين طلبة أو غيرهم بسهولة لإمكانية الرجوع إليها في أي وقت، وإمكانية التحميل سواءً عبر الموقع نفسه أو خارجه.

كما أنّ "تيك توك" يأتي ثالثاً في خيار أفراد العينة من الشباب الجامعي، ويتيح هذا التطبيق مشاركة المحتويات المصورة القصيرة، التي تكون في شكل "دقائق أو ثواني"، وترجع الدراسات أنّ يكون المقطع المصور قصير المدة أكثر تأثيراً وبلاغة، نظراً لسرعة الرسالة واختصارها، وهو تطبيق للتواصل ذات محتوى ترفيهي في الغالب، ويفسر استخدامه من قبل الشباب عامة لهذه الخاصية، أي للترفيه والتسلية.

كما نجد أيضاً "انستغرام"، وهو من إنتاج شركة "ميتا" أيضاً، ويدعم التطبيق نشر الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، وإذا ما تفحصنا جيداً الخيارات الأربعة للشباب الجامعي سالف الذكر: فايسبوك، يوتيوب، تيك توك، انستغرام، فهي مواقع وتطبيقات للتواصل الاجتماعي تدعم خياراً نشر الصور والمقاطع القصيرة، وهذا ما يعزز تفسيرنا لمقدرة الصورة والصوت على تبليغ الرسالة من جهة، ونوعية المؤثرات المصاحبة لنشرها. ويلي الخيارات السابقة، أنّ الشباب الجامعي يستخدمون، مواقع: واتس أب، منصة إكس X، و ثرودز تبعاً، وهي مواقع بصريح العبارة متعلقة بالدردشة والنشر والتدوين مع اختلاف الشروط ما بين موقع وآخر، وفي هذا المقام يمكننا استجلاء فرضية تنطبق مع ما جاء في الإرث النظري في التحمية القيمية، بما أنّ الشباب ينجذبون بصريح العبارة إلى تقنيات الإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام التقليدية نظراً لطغيان خصائص التفاعل المباشر الغائب إلى حد ما في الوسائل الأخرى، وهذا ما ينطبق مع عدة مواقع للدردشة والتواصل.

بحيث على سبيل المثال نجد أنَّ "واتس أب"، موقع يمتاز بخاصية الدردشة والتبادل والتفاعل الجماعي في شكل مجموعات مثلاً، وهو تطبيق عملي جداً، ونفس الأمر ينطبق على تطبيق "تلغرام" الروسي أيضاً، في حين أن "منصة إكس X" يتم التفاعل عبرها والنشر في شكل تدوينات قصيرة، وبعدد محدد من الكلمات. لكن يستخدم التطبيق الأخير "إكس X"، من قبل بعض الشباب الجامعي فقط، ويفسر هذا بأنه أحد مواقع المشاهير من ناحية، ومن ناحية أخرى قلة الاستخدام العام في المجتمع بما فيه من مؤسسات مختلفة عكس مجتمعات ومؤسسات في بلدان أخرى ويتجلى هذا في: اختلاف الاستخدام ما بين شعوب الجزائر ودول المشرق العربي.

أما "ثرودز"، فهو تطبيق حديث ذو مزايا مشابهة لحد بعيد لتطبيق "انستغرام" شكلاً ومضموناً، لكن يمكن تفسير قلة استخدامه تبعاً لنقص التجربة، وحادثة التطبيق في مجال التواصل الاجتماعي، مع بعض الثغرات والنعرات التي تقلل من أهميته عكس انستغرام، ومن بينها نوعية التصميم وشكله.

أما الخيارات الأخرى التي يقترحها بعض الشباب الجامعي في مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لم نوردتها، تمثلت في بعض المواقع أساساً، أولها "السنابشات" الذي يدعم صناعة المحتوى، ويليه تطبيق فيبر للتواصل المرئي وهو حصراً للتواصل فقط ولا يدعم صناعة المحتوى، يليهما موقعان للتواصل لكنهما أقل شهرة وهما تباعاً: "أزار" الخاص بالدردشة والتواصل المرئي العشوائي نسبياً أيضاً، ومن جهة أخرى تطبيق "تمبلر" للتواصل "إنشاء المحتوى النصي الطويل نسبياً، والبت المباشر وحتى الصور والفيديوهات، كما أنَّه مربوط بأحدث مستجدات مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من أخبار ونحوه"، ويعد كل من "أزار وتمبلر" من أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي المستخدمة في الدول الأوروبية والغربية، عكس الدول العربية.

بشكل عام نتفق في استنتاجنا عن استخدام أفراد العينة لدراستنا لمواقع التواصل الاجتماعي مع نتائج دراسة الباحث "جهد السيد شمس الدين" في كتابه: "مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الاعلام الجديدة" حيث كانت الدراسة حول "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل الشباب الجامعي المصري"، و توصل إلى أنَّ أكثر المواقع المفضلة لدى الشباب الجامعي المصري تمثلت في فيسبوك أولاً ثم يوتيوب ثانياً.

كما خلصت دراسة الباحث "بلال بو العام" إلى أنَّ أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المبحوثين في دراسته: يأتي الفيسبوك أولاً بما نسبته 81%، ثم يوتيوب 74.8%، ثم انستغرام 66.9%، ثم تويتر "منصة إكس X الآن" 52.5%، ثم مواقع أخرى 13.9%.

3. الأجهزة الإلكترونية المستخدمة من قبل أفراد عينة الدراسة في الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي:

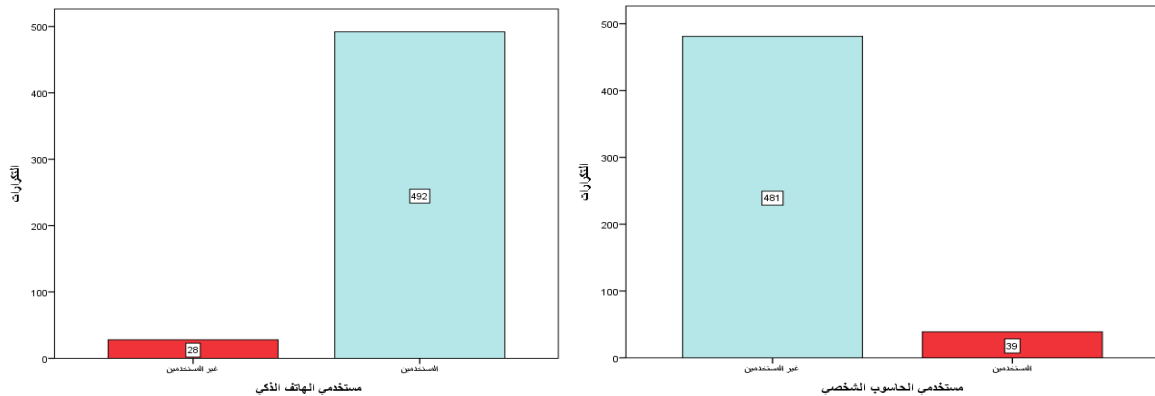
يكشف الجدول الموالي عن الأجهزة الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة (ن=520) عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والنسب المئوية لتكراراتها كما يلي:

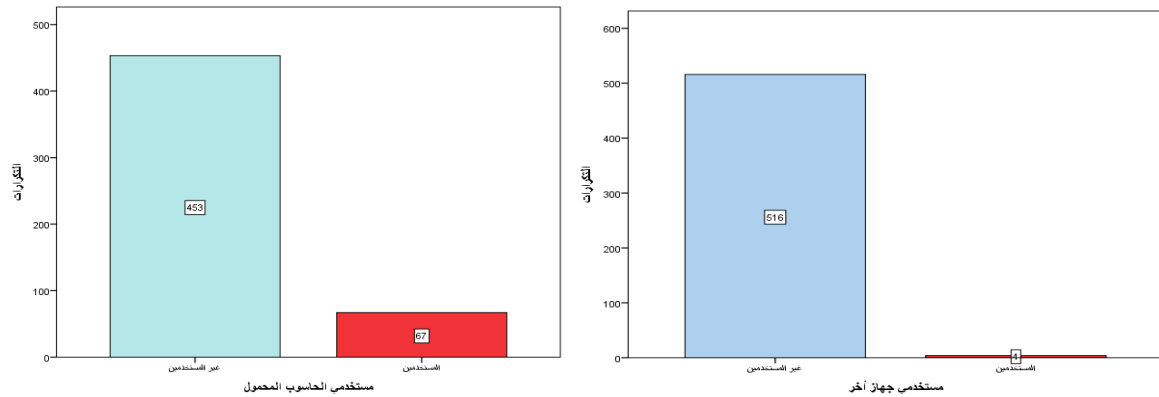
جدول (9): عدد تكرارات استخدام الأجهزة الإلكترونية للوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد عينة الدراسة.

الجهاز الإلكتروني	عدد المستخدمين	النسبة المئوية	عدد غير المستخدمين	النسب المئوية	المجموع
الهاتف الذكي	492	94.6%	28	5.4%	520
الحاسوب الشخصي الثابت	39	7.5%	481	92.7%	520
الحاسوب المحمول	67	12.9%	453	87.1%	520
جهاز آخر	4	0.8%	516	99.2%	520

ويبين الشكل أدناه توزيع تكرارات استخدام الأجهزة الإلكترونية للوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد عينة الدراسة.

شكل (6): تكرارات استخدام الأجهزة الإلكترونية للوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد عينة الدراسة.





يوضح الجدول والمدرج التكراري بالأرقام، أنَّ أفراد عينة الدراسة المكونة من 520 مفردة، يميلون إلى استخدام الهاتف الذكي في سبيل الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، وبتعداد 492 مفردة وبما نسبته 94.6% من إجمالي مستخدمي الأجهزة الإلكترونية، مقابل 28 فردًا غير مستخدمين للهاتف الذكي وبما نسبته 5.4%.

يليه اختيار المبحوثين للحاسوب المحمول بتعداد 67 فردًا وبما نسبته 12.9% من إجمالي المستخدمين للأجهزة الإلكترونية، مقابل 453 فردًا وبما نسبته 87.1% لا يستخدمون الحاسوب المحمول في سبيل الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرى 39 فردًا من إجمالي المبحوثين وبما نسبته 7.5% أنَّ جهاز الحاسوب الشخصي الثابت هو الوسيلة الأساسية في الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي، أمَّا الذين يعتقدون أنَّهم غير مستخدمين للحاسوب الشخصي الثابت في الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي فهم 481 مفردة وبما نسبته 92.7%.

في حين يعتقد 4 مبحوثين من أصل 520 مفردة، أنَّ هناك أجهزة أخرى غير الأجهزة سالفة الذكر يتم من خلالها الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي وبما نسبته 0.8%، بينما يصل تعداد الرافضين لهذا الخيار 516 مفردة وبما نسبته 99.2%.

وبطبيعة الحال، يرجح أنَّ يكون العصر الحالي عصر "تكنولوجيات الهاتف الذكي Smart phone" بامتياز، وهو عصر وصلنا فيه للحديث عن "التلفزيون الشخصي" كبديل للتلفزيون الكابلي وغيره، لذلك فليس بالغريب أنَّ نقارن نتائج تعداد المستجوبين الذين يرون أنَّ الهاتف الذكي كأكثر الوسائل التكنولوجية الموظفة في سبيل التواصل الاجتماعي، ولعلَّ هذا راجع لخصائصه ومميزاته سواءً الشكلية أو الضمنية، من حجم وسهولة الاستخدام، فضلا عن تعددية المحتويات من امتيازات تطبيقات صناعة المحتوى والتواصل الاجتماعي، فضلا عن درجة الامتيازات التي باتت على أفواه العديد من المستخدمين جراء توظيفه ومصاحبه لتكنولوجيات الذكاء الاصطناعي، التي تتقلنا طبعاً من الحديث حتى عن "صحافة الموبايل وصحافة المواطن

إلى صحافة الذكاء الاصطناعي المدمجة"، لأننا بتنا نتحدث عن هذا الذكاء كجزء من صناعة المحتوى والتدوين والنشر عبر مختلف المواقع.

وإذا ما رجحنا كفة هذا الاستخدام للهاتف الذكي على حساب بقية الأجهزة التكنولوجية، فإننا نتحدث عن أهمية المضمون من خلال المميزات الجذابة عكس الوسائل الأخرى، وهذا ما يعزز أهمية المضمون والرسالة التي يبرزها منظور الحتمية القيمة في الإعلام، فمتى كان المضمون مشجعا وجذابا يقترب من صفات الشباب الباحثين عن المغامرة والتجارب.

وفي هذا الصدد قد يكون التدوين والبلث وصناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي سهلاً تبعاً لسهولة التنقل من مكان لآخر عكس الوسائل الأخرى، كالحواسيب الثابتة أو المحمولة، وحتى وسائل الأخرى كأجهزة "الاي باد" وغيره.

وإذا ما تحدثنا عن الهاتف كتكنولوجيا فريدة من نوعها في التواصل الاجتماعي، فإن دراستنا تتفق مع نتائج دراسة كل من الباحثين الرائدتين في الحتمية القيمة في الإعلام "عزي عبد الرحمن و السعيد بومعيزة"، حيث أشارت نتائج دراستهما السوسيولوجية على المنطقة العربية والإسلامية، أن ما نسبته 92.7% من المبحوثين يعتقدون أن الهاتف النقال أبرز وسيلة للاتصال العائلي مقارنة بغيره من الوسائل.

كما تشير نتائج دراسة الباحثة "وهيبة بشريف" الموسومة بـ"تأثير الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء النظرية الحتمية القيمة"، إلى أن الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين في دراستها تتجلى في الهاتف الذكي أولاً بما نسبته 84.7%، ثم الكمبيوتر المحمول بما نسبته 29.3%، ثم الكمبيوتر العادي بما نسبته 14.8%، وأخيراً الألواح الرقمية بما نسبته 9.1%.

4. عدد الحسابات التي يمتلكها أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي:

يوضح الجدول أدناه توزيع عدد الحسابات التي يمتلكها أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس مستوى التفاعل الرقمي وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين العينة المدروسة.

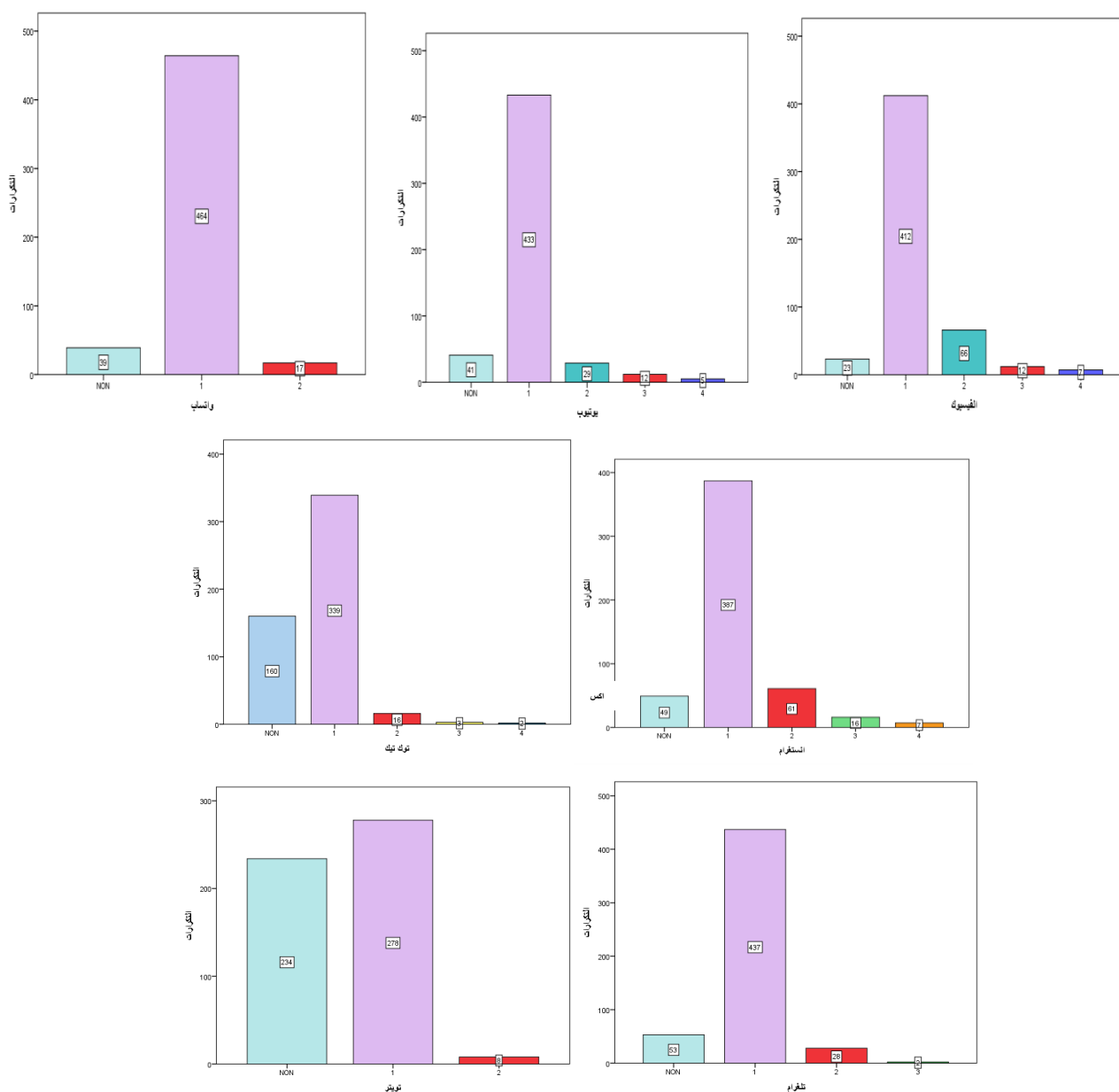
جدول (10): عدد الحسابات المملوكة من قبل أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي	عدد الحسابات المملوكة			
	حساب واحد	حسابان	ثلاث حسابات	من أربع فما فوق
الفيسبوك	412	66	12	7
يوتيوب	433	29	12	5
المجموع	520	520	520	520

520	00	00	17	464	واتس اب
520	02	03	16	339	تيك توك
520	00	00	08	278	منصة إكس
520	00	02	28	437	تلغرام
520	07	16	61	387	انستغرام

فيما يُوضح الشكل الموالي توزيع تكرارات عدد الحسابات المملوكة من قبل أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.

شكل (7): عدد الحسابات المملوكة من قبل أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.



من خلال النتائج المدونة أعلاه، يتضح لنا أنَّ عدد الحسابات التي يحوزها الشباب الجامعي المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، بالنسبة لموقع فايسبوك يأتي خيار حساب واحد بمجموع 412 مفردة، يليهما خيار حسابين بمجموع 66 مفردة، وبعدها خيار عدم امتلاك حسابات في الأصل بمجموع 23 مفردة، أما خيار ثلاث حسابات فنجد في المرتبة ما قبل الأخيرة بإجابة 12 مبحوثاً، وأخيراً خيار أكثر من أربعة حسابات بواقع إجابة 7 مبحوثين.

أما موقع اليوتيوب فقد وقع خيار الشباب الجامعي، على خيار امتلاك حساب واحد أيضاً في المقام الأول بمجموع 433 مفردة، بعدها خيار امتلاك حسابين بمجموع 29 إجابة، يليها خيار ثلاث حسابات بواقع 12 إجابة، وأخيراً خيار امتلاك أكثر من أربع حسابات بمجموع 5 إجابات.

أما "واتس أب"، نجد أنَّ خيار امتلاك حساب واحد أيضاً يأتي في المقام الأول بمجموع 464 مفردة، بعدها خيار امتلاك حسابين بمجموع 17 مفردة.

أما تيك توك، نجد أنَّ خيار امتلاك حساب واحد أيضاً يأتي في المقام الأول بمجموع 339 مفردة، بعدها خيار امتلاك حسابين بمجموع 16 مفردة، ثم خيار ثلاثة حسابات بإجابة 3 مفردات، يليها خيار امتلاك أكثر من أربعة حسابات بمجموع 2 مفردة.

أما منصة إكس X، نجد أنَّ خيار امتلاك حساب واحد أيضاً يأتي في المقام الأول بمجموع 278 مفردة، بعدها خيار امتلاك حسابين بمجموع 8 مفردة.

أما موقع تلغرام، نجد أنَّ خيار امتلاك حساب واحد أيضاً يأتي في المقام الأول بمجموع 437 مفردة، بعدها خيار امتلاك حسابين بمجموع 28 مفردة، أما خيار امتلاك ثلاثة حسابات يأتي في المرتبة الأخيرة بمجموع 2 مفردة.

أما "انستغرام"، فنجد أنَّ خيار امتلاك حساب واحد أيضاً يأتي في المقام الأول بمجموع 387 مفردة، بعده خيار امتلاك حسابين بمجموع 61 مفردة، بعدها خيار امتلاك ثلاثة حسابات بمجموع 16 مفردة، وأخيراً خيار امتلاك أكثر من أربعة حسابات 7 مفردة.

وفي ما يخص أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يمتلك من خلالها المبحوثون حسابات عبرها، نجد بشكل عام ثلاثة مواقع بارزة، والإحصائيات تثبت ذلك، وهي كل من: فايسبوك، يوتيوب، وانستغرام.

بحيث إنَّ هناك من المبحوثين، وعلى قلتهم من يمتلك أكثر من أربعة حسابات عبرها، ويفسر هذا من كونها مواقع عملية أكثر، فقد يتم من خلالها وبشكل حصري قيام بعض الشباب ببعض الأعمال الحرة، مثل: التجارة الإلكترونية "البيع والشراء"، أو التسويق عبر مختلف المجموعات التي نجدها عبر الفايسبوك بخاصة، وعبر جاذبية التسويق بصور ومقاطع الريلز عبر الانستغرام، أو حتى مقاطع الفيديو المسجلة عبر اليوتيوب وغيرها.

5. أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

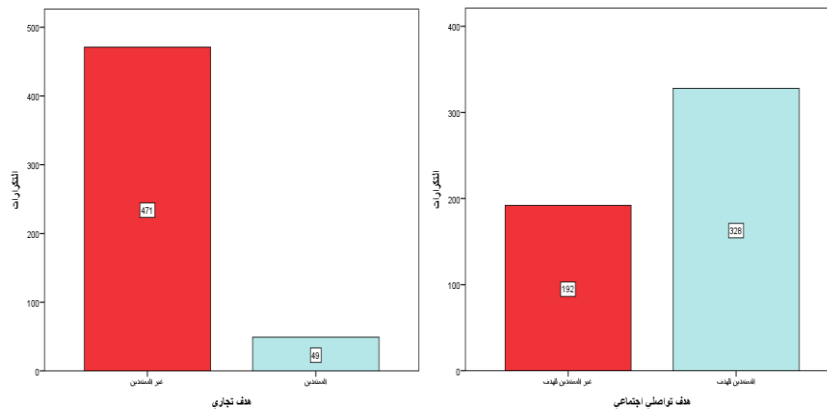
يوضح هذا الجدول الأهداف المختلفة التي يستخدم من أجلها أفراد عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي.

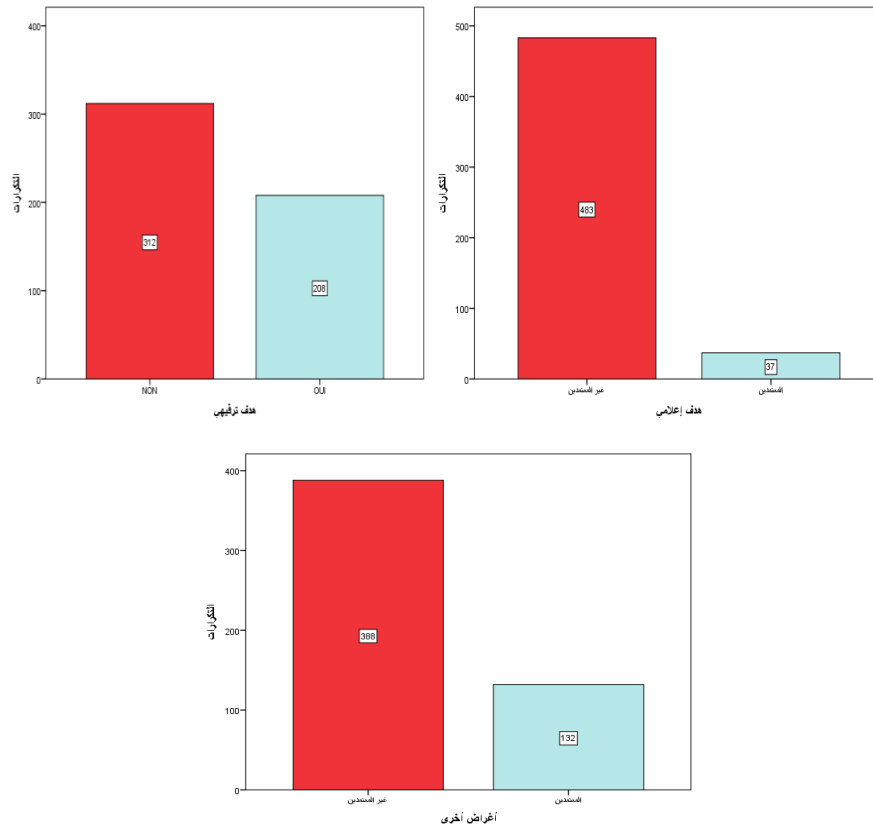
جدول (11): أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

أهداف الاستخدام	المعتمدين للهدف	النسبة المئوية	الغير مؤيدين للهدف	النسب المئوية	المجموع
هدف تواصل اجتماعي	328	63.1%	192	32.9%	520
هدف ترفيهي	208	40.0%	312	60.0%	520
هدف تجاري	49	9.4%	471	90.6%	520
هدف اعلامي	37	7.1%	483	92.9%	520
أغراض أخرى	132	25.4%	388	74.6%	520

كما توضح الأشكال التالية هذه الأهداف

شكل (8): أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي





يبدو أنَّ الأرقام المشار إليها في الجدول رقم (13) والمدرج التكراري السابق، توجي بأنَّ أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي تقع في دائرة الاستخدام تبعاً للأهداف التواصلية الاجتماعية بالدرجة الأولى، وذلك بمجموع 328 مفردة من أصل 520 مفردة ونسبة 63.1%، مقابل 192 مفردة لا تؤيد هذا الهدف وبما نسبته 32.9%.

يليهما خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه، وبإجماع 208 مبحوثاً وبما نسبته 40%، بينما لا يؤيد هذا الهدف 312 مفردة وبما نسبته 60%.

بينما يأتي خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأهداف وأغراض غير المذكورة في الجدول السابق، في المرتبة الثالثة بمجموع إجابات 132 مفردة وبما نسبته 25.4%، مقابل 388 مفردة لا تؤيد هذا الخيار بما نسبته 74.6%.

في حين يأتي خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لهدف التجارة في المرتبة الرابعة وفق إجابات المبحوثين، وبمجموع 49 مفردة وبما نسبته 9.4%، مقابل 471 مفردة لا تؤيد هذا الهدف وبما نسبته 90.6%.

ثم يأتي خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لأهداف إعلامية بمجموع 37 مفردة وبما نسبته 7.1%، مقابل 483 مفردة لا تؤيد هذا الهدف وبما نسبته 92.9%.

وإذا ما كان خيار عينة الدراسة يوحي بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لأهداف تواصلية اجتماعية، فهذا بدوره المتوقع لتوالي ورود أسماء تطبيقات ومواقع مستجدة للتواصل الاجتماعي تتناغم مع ميولات الشباب خصوصاً في سبيل بحثهم عن تكوين علاقات جديدة والتواصل مع غيرهم من الشباب من مختلف المجتمعات.

كما أنه من خلال التحليل السابق، والذي فسر في وقت سابق على أن أكثر الوسائل التكنولوجية المستخدمة في سبيل ولوج الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، والمتمثلة أساساً في الهاتف الذكي، يمكن ربطها بخيار الهدف الاجتماعي والتواصلي، والذي قد يكون من وجهة نظرنا وتفسيرنا كبديل للتواصل المباشر مع الأفراد الآخرين، كالعائلة والأصدقاء، وبالتالي لهذا الخيار انعكاساته على ممارسات وقيم الشباب، مهما كان نوع و درجة الهدف وفق تصورهم.

6. مدى مشاركة الشباب الجامعي محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

يُظهر الجدول أسفله توزيع التكرارات والنسب المئوية لمشاركة الشباب الجامعي محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مع جماعات الأصدقاء في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري. حيث يهدف هذا التحليل إلى تسليط الضوء على مدى انخراط الشباب في مشاركة اهتماماته وتفضيلاته مع منصات التواصل الاجتماعي ضمن دوائرهم الاجتماعية.

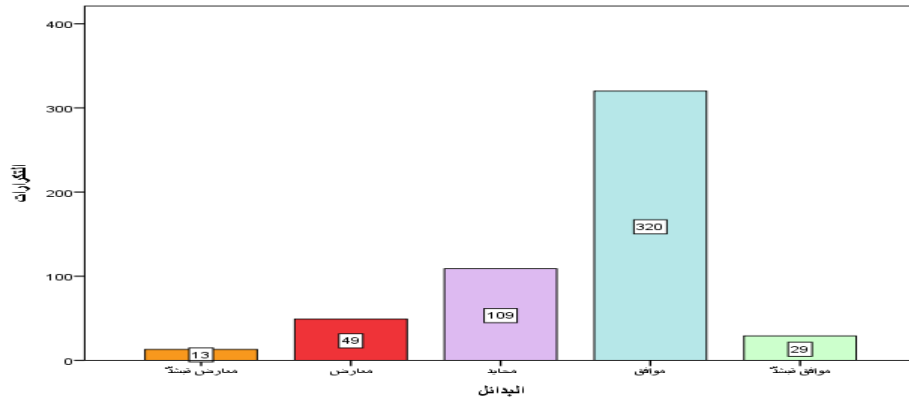
جدول (12): مدى مشاركة الشباب الجامعي محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء في

ولايات الجنوب الشرقي الجزائري

البدائل	التكرارات	النسبة المئوية
معارض بشدة	13	2.5%
معارض	49	9.4%
محايد	109	20.9%
موافق	321	61.6%
موافق بشدة	29	5.6%
المجموع	520	100%

كما يُظهر الشكل الموالي هذا التوزيع.

شكل (9): مدى مشاركة الشباب الجامعي محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري



من خلال النتائج المدونة أعلاه، يتضح لنا أنَّ المبحوثين من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري فضلوا بديل "الموافقة" النسبية على مشاركة مضامينهم ومحتوياتهم مع جماعة الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمجموع 321 مفردة من أصل 520 مفردة، وبما نسبته 61.6% من إجمالي المبحوثين.

ولقد اختار مجموعة من المبحوثين بديل "محايد"، في ما يخص رغبتهم في إدراج محتوياتهم ومشاركتها مع جماعات الأصدقاء بمجموع 109 مفردة وبما نسبته 20.9%.

يليها بديل "معارض" بمجموع 49 مفردة وبما نسبته 9.4%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 29 مفردة وبما نسبته 5.6%، وبعدها بديل "معارض بشدة" بمجموع 13 مفردة وبما نسبته 2.5%.

وتوضح الأرقام بشكل جلي أنَّ النسبة الكبيرة من المبحوثين يوافقون على مشاركة اهتماماتهم وتفضيلاتهم مع جماعات الأصدقاء، ويرجع هذا إلى رغبتهم في التفاعل والتواصل بصفة أساسية مع أقرانهم من الشباب، وهذا ما يعزز صفة الانفتاح الفكري والثقافي، والرغبة في التناقص "الأخذ والعطاء الفكري"، كما أنَّ هذا ما يدعم ويعزز إمكانية تطور الاستخدام من الفردي المحدود إلى صناعة المحتوى الاجتماعي والثقافي وغيره.

و لا يخفى علينا كمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي أنَّ نرى الحسابات المغلقة للأصدقاء عبر هذه المواقع، من منظور التوجس نظرا لعدم معرفة اتجاهاتهم أو أفكارهم، بما يؤدي لقلّة التفاعل معهم وقد يصل الأمر حتى لإلغاء الصداقات معهم لتخوفات من تحديات الأمن والخصوصية، وخاصة إذا ما كان هؤلاء المستخدمين من قائمة الأصدقاء المحدثة.

وإذا كان المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي يستخدم هذه المواقع لبغية التواصل، فمن المستغرب جداً أن يقوم بالإنطواء على ذاته، وعدم البوح ولو بصفة جزئية عن محتوياته.

ففي دراسة أجراها الباحث "جهاد السيد شمس الدين"، حول موضوع "مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة"، توصل إلى نتيجة مفادها بحث الشباب الجامعي المصري عن مستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية يشاركونهم نفس اهتماماتهم أولاً، وهذه النتيجة تؤكد فحوى النتيجة التي جاءت بها دراستنا وتعززها في هذا السياق أيضاً.

7. نوع البيانات التي يُفصح عنها الشباب الجامعي عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي:

يُظهر الجدول التالي توزيع التكرارات والنسب المئوية لنوع البيانات وطبيعة المعلومات التي يفصح عنها الشباب الجامعي عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري. سواء كانت بيانات شخصية، مهنية، أو دراسية.

جدول (13): عدد التكرارات والنسب المئوية لنوع البيانات التي يُفصح عنها الشباب الجامعي عبر

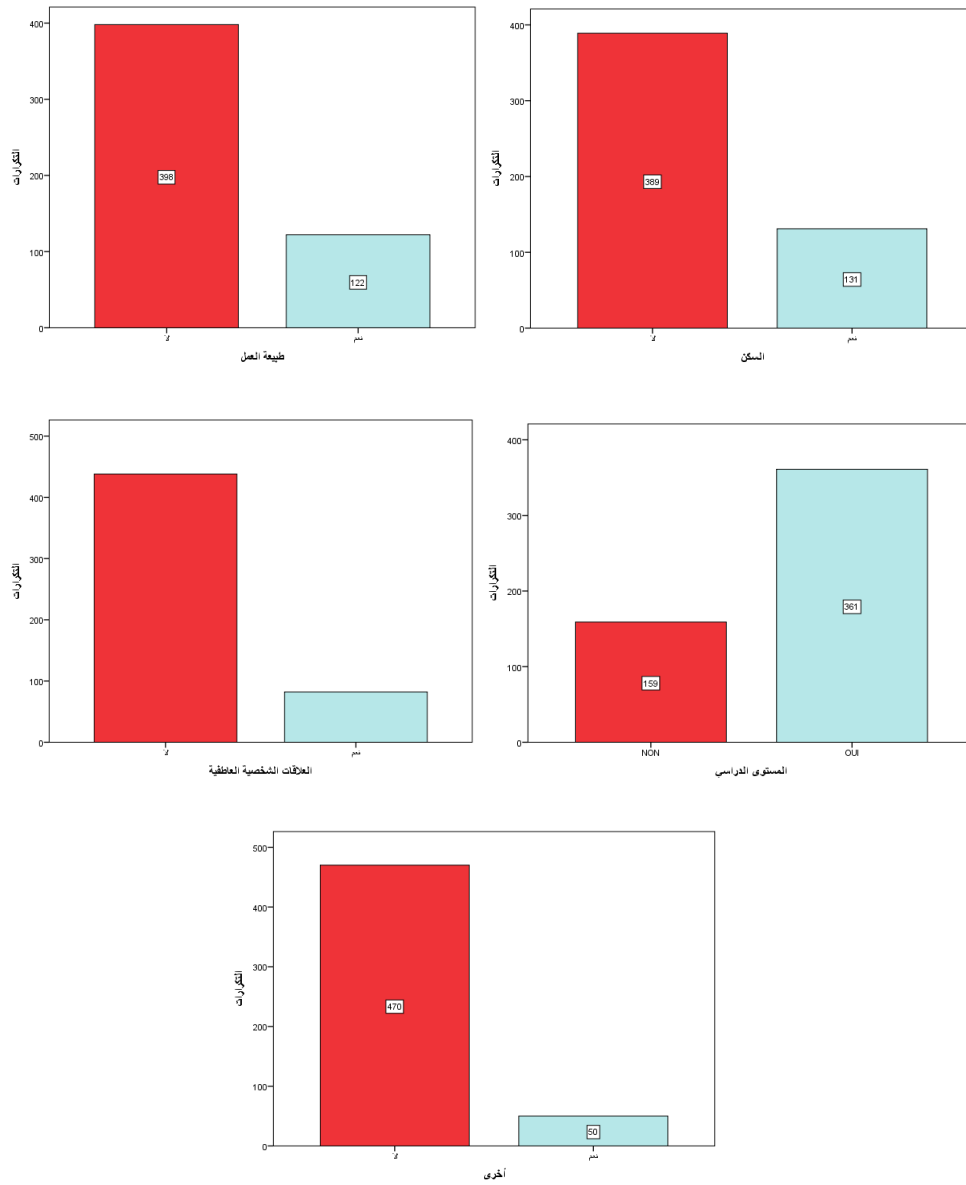
حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي

البيانات المُفصح عنها	المصرحين	النسبة المئوية	الغير مصرحين	النسب المئوية	المجموع
السكن	131	25.2%	389	74.8%	520
المستوى الدراسي	361	69.4%	159	30.6%	520
طبيعة العمل	122	23.5%	398	76.5%	520
العلاقات الشخصية والعاطفية	82	15.8%	438	84.2%	520
أخرى	50	9.6%	470	90.4%	520

وتبين الأشكال الموائية توزيع التكرارات والنسب المئوية لنوع البيانات وطبيعة المعلومات التي يُفصح

عنها الشباب الجامعي عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

شكل (10): التكرارات والنسب المئوية لنوع البيانات التي يُفصح عنها الشباب الجامعي عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي



من خلال الجدول السابق والأشكال البيانية، يمكن اعتبار البيانات التي يفصح عنها أفراد عينة الدراسة بالدرجة الأولى تتمثل في المستوى التعليمي بمجموع إجابات 361 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 69.4%، أما غير المصرحين بهذا الخيار 159 مفردة وبما نسبته 30.6%، يليها خيار الإفصاح عن السكن بمجموع إجابات 131 مفردة وبما نسبته 25.2%، وغير المصرحين بهذا الخيار 389 مفردة وبما نسبته 74.8%، وبعدها اختار أفراد العينة الإفصاح عن طبيعة العمل بمجموع 122 مفردة وبما نسبته 23.5%، وغير المصرحين بمجموع 398 مفردة وبما نسبته 76.5%، أما خيار الإفصاح عن العلاقات الشخصية والعاطفية فيأتي في المرتبة ما قبل الأخيرة بمجموع 82 مفردة وبما نسبته 15.8%، وغير

المصرحين بهذا الخيار 438 مفردة وبما نسبته 84.2%، ولقد اختار أفراد عينة الدراسة خيار الإفصاح عن أمور أخرى غير المذكورة في الجدول بمجموع 50 مفردة وبما نسبته 9.6%، وغير المصرحين بهذا الخيار 470 مفردة وبما نسبته 90.4%.

وبناء على ما سبق يتضح لنا أنَّ أفراد العينة أبانوا على أن الإفصاح عن طبيعة ومستوى الدراسة يأتي فوق كل اعتبار في المقام الأول، ويوحي هذا الخيار برغبة الشباب في إبراز سيرتهم الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا للرغبة في الانتماء كأعضاء ضمن النخب الجامعية في كل شعبة وتخصص، ولوجود الرغبة في الإفادة المجتمعية بتتوير الآخرين بتخصصاتهم وشعبهم العلمية، وطرح محتويات تخص كل فرد بناء على هذا الانتماء العلمي.

وهذا ما نجده فعليا في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إنَّ كل فرد أو طالب ينتمي لتخصص معين يحاول ربط كينونته العلمية بما يقع في المجتمع، مثل: طلبة الطب بطرح أفكار وبيانات تخصهم وتخص المجتمع، وطلبة الإعلام بمواضيع وأحداث ذات الصلة وغيرهم.

كما أنَّ هذا الخيار قد يتم إرجاعه، أيضا لرغبة أفراد العينة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي ذاتها في العملية التعليمية، وهذا ما أبانت عنه النتائج في حقيقة الأمر في أحد الدراسات المسحية للباحثة "بن صغير كريمة" والموسومة بـ "واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لدى الطلبة الجامعيين"، فقد توصلت الباحثة إلى أنَّ هناك مستوى مرتفع من حيث استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية.

ويمكن من جهة أخرى ربط هذا الإفصاح من قبل أفراد العينة من منظور الحتمية القيمية في الإعلام وإرجاعه، لفرضية أثرها على العملية التربوية، وينقل الثقافة والعلوم وزيادة الزاد المعرفي والتربوي في متابعة ما يبث و ما ينشر عبر هذه المواقع، فكلما اقترب موضوع العلم هذا من القيم يكون الأثر إيجابيا والعكس صحيح.

وإذا ما كان الإفصاح عن العمل أيضا يأتي في المرتبة الثانية بعد الإفصاح على المستوى التعليمي، فهذا يرتبط لحد ما باستخدام الشباب لهويتهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي، ولقد ربطت وبينت عدة دراسات هذه النتيجة ومن بينها دراسة "عمرو محمد أسعد" حيث أوضحت الدراسة أنَّ 44.50% من الطلبة يعرضون بياناتهم الشخصية كاملة للمستخدمين الذين تم التعرف عليهم في المواقع.

وبغض الطرف عن الاقتراحات التي تم إدراجها في دراستنا، فإننا نجد بعض المبحوثين أبانوا على أنَّ هناك خيارًا آخر غير الخيارات التي تم اقتراحها عليهم:

-يرى بعض المبحوثين أنَّهم لا يقومون بإدراج "لا المستوى التعليمي ولا العمل ولا نوعية العلاقات"، وإنَّما يشاركون بعض الصور أو الأفكار التي توحى بهواياتهم مثل: مشاركة الصور أو الموسيقى فقط.

-يرى البعض من خلال خيارهم لبديل "أخرى"، أنَّهم لا يعرضون في حساباتهم أي معلومة للآخرين ويفضلون إغلاقها.

8. توزيع التكرارات والنسب المئوية لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي خلال تصفح واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

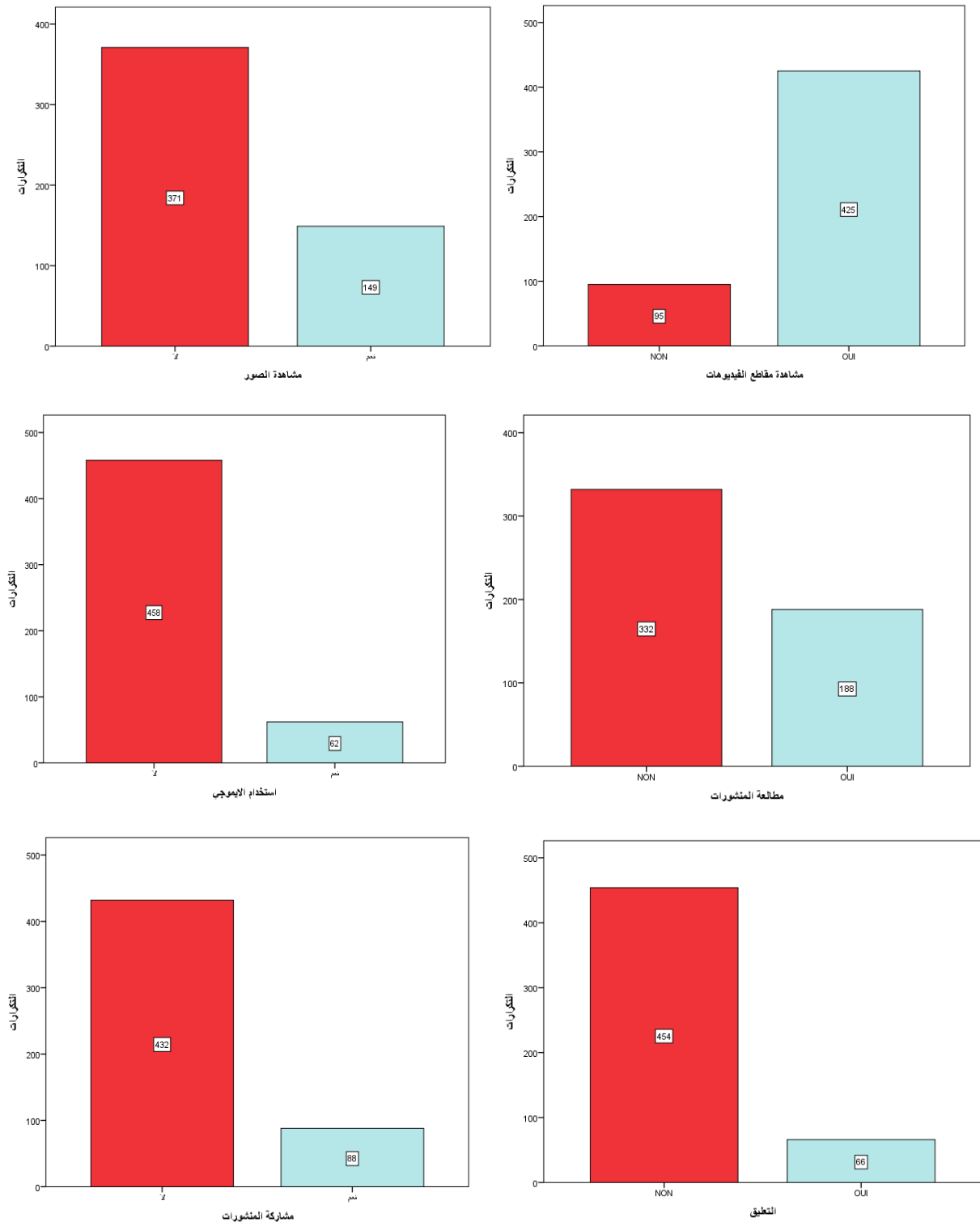
يُظهر الجدول التالي توزيع التكرارات والنسب المئوية لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي أثناء تصفحهم واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري. حيث يهدف هذا التحليل إلى معرفة نوع التفاعلات التي يفضلها الشباب، مثل: "مشاهدة الصور أو الفيديوهات، مطالعة المنشورات، أو مشاركة المنشورات أو التعليق عليها"، مما يساعد في فهم كيفية تفاعلهم مع المحتوى عبر هذه المنصات.

جدول (14): عدد التكرارات والنسب المئوية لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي خلال تصفح واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

أشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي	نعم	النسبة المئوية	لا	النسب المئوية	المجموع
مشاهدة الصور	149	28.7%	371	71.3%	520
مشاهدة مقاطع الفيديوهات	425	81.7%	95	18.3%	520
مطالعة المنشورات	188	36.2%	332	63.8%	520
مشاركة المنشورات	88	16.9%	432	83.1%	520
التعليق	66	12.7%	454	87.3%	520
استخدام الإيموجي	62	11.9%	458	88.1%	520

وتُظهر الأشكال الموائمة هذا التوزيع:

شكل (11): عدد التكرارات والنسب المئوية لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي خلال تصفح واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي



يتضح من خلال المعطيات المدونة في الجدول والمدرج التكراري أعلاه، أنَّ أفراد الدراسة المبحوثين افادوا بأنَّ أول أشكال تفاعلهم عند التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي تميل بالدرجة الأولى في "مشاهدة مقاطع

الفيديو" بمجموع إجابة 425 مفردة من بين 520 مفردة وبما نسبته 81.7%، بينما لا يوافق على هذا الخيار 95 مفردة فقط وبما نسبته 18.3%، يليها خيار "مطالعة المنشورات" بمجموع 188 مفردة وبما نسبته 36.2%، ولا يختار هذه الخاصة 332 مفردة وبما نسبته 63.8%، يأتي بعدها خيار "مشاهدة الصور" بمجموع 149 مفردة وبما نسبته 28.7%، ولا يختار هذا 371 مفردة وبنسبة 71.3%، ويليهما خيار "مشاركة المنشورات" من حسابات المستخدمين بمجموع 88 مفردة وبما نسبته 16.9%، ولا يختار هذا 432 مفردة وبما نسبته 83.1%، ثم نجد خيار "التعليق" من قبل أفراد العينة وبمجموع 66 مفردة وبما نسبته 12.7%، ولا يختار هذا 454 مفردة وبما نسبته 87.3%، وأخيرا خيار "استخدام رموز الإيموجي" بمجموع 62 مفردة وبما نسبته 11.9%، ولا يختار هذه الخاصة 458 مفردة وبما نسبته 88.1%.

وتشير البيانات سائلة الذكر، أنّ تركيز أفراد العينة من الشباب الجامعي ينصب على متابعة ومشاهدة مقاطع الفيديو المتاحة عبر حسابات مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يشير لعدة أمور، ومن بينها التلميح إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي المصممة لبث مقاطع الفيديو "سواء القصيرة أو الطويلة نسبيا"، والمعطيات تشير لهذا بعدد المستخدمين والمتابعين لهذه المواقع والتطبيقات مثل: فايسبوك، اليوتيوب أو حتى تيك توك.

ويمكن ربط هذا الأمر بمختلف التأثيرات التي نجدها في مقاطع الفيديو: فضلا عن النصوص والحركات، نجد دمج الأصوات والموسيقى ونحوه، وكل هذه الميزات تعمل كمثيرات للمشاهدين مما يجعلهم يطالبون بالمزيد من الفيديوهات.

وفي هذا الصدد عززت دراسات عدة من نتائج تأثير محتويات الفيديو على الشباب الجزائري، بحيث وصلت نتائج دراسة الباحثين: "ال سيد الشيخ فاطمة" و"نفوسي مرتاض لمياء" والموسومة بـ: "استخدامات الشباب الجزائري للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي وعلاقته بالأثار الاجتماعية والنفسية لديهم"، إلى أنّ الشباب يفضلون قضاء ساعة على الأقل في استخدام مقاطع الفيديو، عبر حساباتهم من موقع الفيسبوك أولا، ثم يليها توالي الانستغرام والتيك توك، ثم السناشات وبعده اليوتيوب، وهذا مايشير لأهمية مشاهد الفيديو وتأثيرها على فئة الشباب، وهذا ما يمكن ربطه أيضا بالنتيجة التي أكدت عليها دراستنا سالفًا. بينما تشير أقل فئة وخيار لأشكال التفاعل المفضلة لدى الشباب الجامعي إلى رؤيتهم في ما يخص ميزة "الإيموجي"، بأنها الأقل أهمية في الممارسة من قبل أفراد العينة، ويعود هذا إلى أنّها الأقل تعبيرًا عن ما يرغب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في توصيله من معنى، فقد يضغط على خاصية "أعجبنى"

على مضمون محزن أو مغضب فقط، وهذا لا يعكس الرسالة التي يحملها كل فرد مستخدم كرد فعل على ما يراه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فالتعبير من خلال التعليق مثلاً قد يكون أدق وأبلغ. وإذا ما كان "الفيديو" أكثر الأشكال التواصلية التي يتفاعل عبرها الشباب في دراستنا فهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة الباحثة "ريحانة بلوطي" الموسومة بـ "أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية للشباب الجزائري"، بحيث تصل إلى أنَّ المبحوثين في دراستها يعتقدون أنَّهم يستخدمون ويتفاعلون عبر "مشاهدة مقاطع الفيديو" عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما نسبته 36.1%.

9. أشكال متابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يُظهر الجدول التالي توزيع التكرارات والنسب المئوية لكيفية وأشكال متابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

جدول (15): عدد التكرارات والنسب المئوية لمتابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع

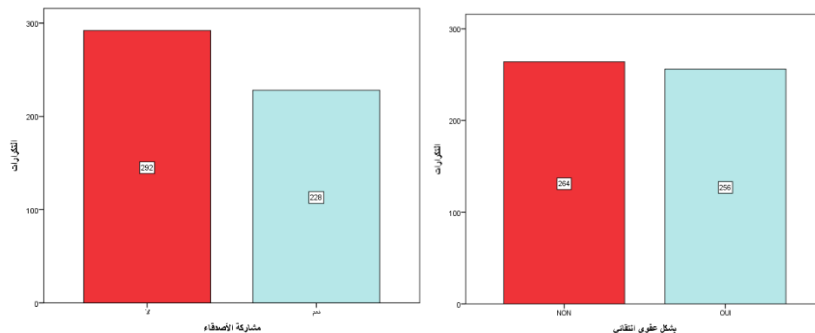
التواصل الاجتماعي

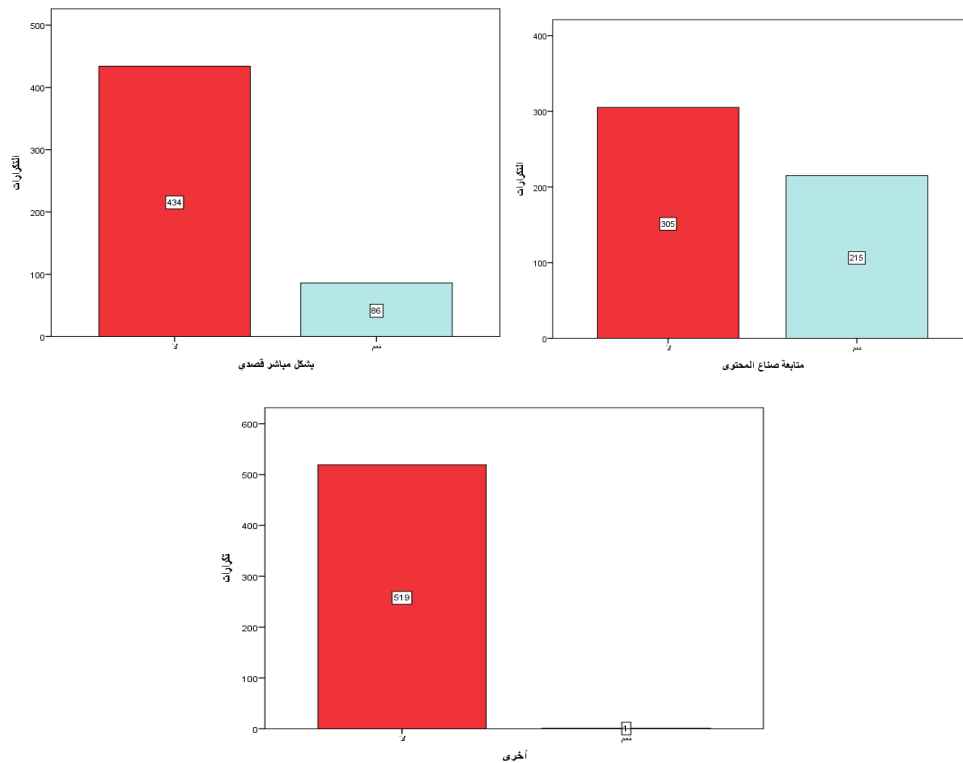
أشكال متابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	نعم	النسبة المئوية	لا	النسب المئوية	المجموع
مشاركة الأصدقاء	228	43.7%	371	71.3%	520
بشكل عفوي انتقائي	256	49.2%	264	50.8%	520
بشكل مباشر قصدي	86	16.5%	434	83.5%	520
متابعة صناع المحتوى	215	41.3%	305	58.7 %	520
أخرى	1	0.2%	519	99.8%	520

ويبين الشكل أدناه توزيع تكرارات متابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

شكل (12): عدد التكرارات والنسب المئوية لمتابعة الشباب الجامعي للقيم الاجتماعية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي





يتضح بناءً على المعطيات الإحصائية المدونة في الجدول والمدرج التكراري السابق، أنَّ المستجوبين أبانوا على أنَّ أشكال متابعتهم للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تتمثل أساساً بالدرجة الأولى في متابعتها "بشكل عفوي" بمجموع 256 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 49.2%، وبشكل متقارب نسبياً مع خيار "مشاركة الأصدقاء" بمجموع 228 مفردة وبما نسبته 43.7%، وأيضاً متقارب نسبياً مع خيار "متابعة صناع المحتوى" بمجموع 215 مفردة وبما نسبته 41.3%، ثم يأتي خيار بشكل مباشر مقصود بمجموع 86 مفردة وبما نسبته 16.5%، وأخيراً خيار آخر بمجموع 1 مفردة وبما نسبته 0.2%.

ولو نعود قليلاً لهذه البيانات فإننا سنلاحظ أنَّ المعطيات تشير إلى أنَّ الأفراد المبحوثين صرحوا بأنهم بمثابة المتلقين للرسائل والقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بشكل عفوي انتقائي أساساً، ويرجع هذا في المقام الأول للخوارزميات التي تعمل بمقتضاها مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث إنَّها تعرض مختلف الرسائل والقيم على كل من يلجها، ثم ترتب أولويات اهتمام هؤلاء الزوار والمستخدمين حسب تفضيلاتهم و ميولاتهم، وبالتالي فالعفوية هنا تعني عدم القصد في الغالب، وهذا ما أشار إليه الجدول الموضح سابقاً أيضاً حيث أشار المبحوثون أنَّ خيار متابعة القيم بشكل قصدي الأقل من حيث إجاباتهم، ولاشك أنَّ هذا هو الأقرب للمنطق في التفسير.

كما أنَّ المستجوبين إختاروا تواليا بعد العفوية، كل من التعرض للقيم الاجتماعية من خلال جماعات الأصدقاء وصناع المحتوى، وهذا ما يعزز أيضا فرضية سيطرة الخوارزميات التي قد تجعل من جهتها تقضيلات ومتابعات جماعة الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي تمتد موجات تأثيرها لحساباتنا، وبالتالي التعرض لما يشهدهونه أحيانا أو ما يتابعونه.

كما أنَّ صناع المحتوى هم من جهتهم، أضحوا بمثابة القائمين بالاتصال، و المؤثرين الاجتماعيين، وهذا ما أكدته دراسات عدة حديثة، فقد يؤثر كل صانع محتوى حسب مجالات اهتمامه بجمهور متابعيه من الشباب خصوصا، ولعل من أمثلة ذلك القريبة إقدام جماعات المجتمع المدني باعتماد صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في سبيل وقف ""اضرابات تلاميذ الثانويات" التي انطلقت في عدة مناطق من الوطن منتصف شهر جانفي سنة 2025م، حيث أبان صناع المحتوى على قدرتهم على بث رسائل تحث الشباب على ضبط النفس وتجنب أي ممارسات عنف قد تشوب هذه الاضرابات، بحيث إنَّ هذه الأخيرة لم تدم إلا لأيام قليلة فقط، وسرعان ما تم فضها بالنصح والإرشاد المجتمعي.

المحور الثالث: الدوافع القيمية لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

يُظهر الجدول أدناه نسب التكرار المئوية والعديدية لإجابات أفراد عينة الدراسة (ن=520) على كل عبارة من عبارات المحور الثالث، ما يُساعد في تحليل طبيعة استخدامهم لهذه الوسائل وتحديد الأولويات القيمية التي تحفزهم.

جدول (16): نسب وتكرارات دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري

العبارة	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		المجموع	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
1-أعتقد أنني أجد نفسي في هذه المواقع	8.3%	43	11.9%	62	37.3%	194	41.2%	214	1.3%	07	100%	520
2-أبحث عن هويتي	20.6%	107	27.1%	141	25.2%	131	21.2%	110	6%	31	100%	520
3-الهروب من الضغوطات اليومية	10.6%	55	10.2%	53	19.6%	102	44.4%	231	15.2%	79	100%	520
4-كسر الحواجز النفسية	8.5%	44	20.4%	106	28.5%	148	31.5%	164	11.2%	58	100%	520

												والمخاوف في التواصل والحوار
100%	520	2.5%	13	09%	47	14.4%	75	26.7%	139	47.3%	246	5-أبحث عن إنشاء علاقات عاطفية
100%	520	18.5%	96	69.2%	360	9.8%	51	1.9%	10	0.6%	03	6-أتفاعل وأتواصل مع أصدقائي
100%	520	13.7%	71	47.5%	247	33.1%	172	4.4%	23	1.3%	07	7-أنشغل بقيم التكافل الاجتماعي
100%	520	22.1%	115	48.7%	253	24.4%	127	2.3%	12	2.5%	13	8-أتفاعل مع قيم المحافظة على البيئة
100%	520	29.4%	153	58.5%	304	10.2%	53	1.3%	07	0.6%	03	9-تبادل المعارف المفيدة
100%	520	15.4%	80	53.5%	278	25%	130	4.8%	25	1.3%	07	10- النقاشات حول القضايا المشتركة
100%	520	17.3%	90	52.9%	275	20.6%	107	6.2%	32	3%	16	11-متابعة المستجدات والأخبار المجتمعية عن كتب
100%	520	19.8%	103	47.9%	249	28.1%	146	3.4%	18	0.8%	04	12-التعبير بحرية عن الآراء والأفكار

نستشف من البيانات العددية المدونة في الجدول اعلاه، عدداً من النتائج تبعا لنوعية وعدد العبارات

المشار اليها:

-العبارة الأولى:

تشير نتائج العبارة الأولى إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يعتقدون أنَّهم "يجدون أنفسهم في مواقع التواصل الاجتماعي"، والدليل على ذلك تأييدهم لبديل "الموافقة" بمجموع 214 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 41.2%، يليها بديل "محايد" بمجموع 194 مفردة وبما نسبته 37.3%، ثم بديل "معارض" بمجموع 62 مفردة وبما نسبته 11.9%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 43 مفردة ونسبة 8.3%، وأخيرا بديل "موافق بشدة" بمجموع 7 مفردات وبما نسبته 1.3%.

ويرجع تأييد أفراد عينة الدراسة لبديل "الموافقة" نسبيا من كونهم يجدون أنفسهم من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أساسا، من كون هذه المواقع باتت بمثابة مؤسسة اجتماعية موازية كما يعتقد ثلث من أنصار المدرسة الحتمية القيمية في الإعلام، بحيث لم نعد نعتقد في زمن التكنولوجيا بأن كل من الأسرة والمدرسة والمسجد مؤسسات تكوين للنشء فقط، بل نحن نتحدث عن شباب مولع بمستجدات التكنولوجيا ويتحدث عنها مثلما أشار الباحث "عزي عبد الرحمن" في مسلماته النظرية، فالشباب اليوم يبحث ويتشارك ميولاته مع أقرانه من الشباب في المجتمع، ولعلّ المجتمع الافتراضي يجعله يعيش هذا العالم المريح بالنسبة له في ضوء معاشة ميولاته وتفضيلاته مع مجتمعه الافتراضي.

ولعلّ لمساحة الحرية التي تمنحها هذه المواقع للمستخدمين جزء كبير من التحرر من القيود الاجتماعية خصوصا، بحيث أنّ الاستخدام الفردي للجهاز الإلكتروني الذي يتم من خلاله الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي يجعل من الفرد المستخدم يحس بتحرر شخصي نسبي، وهذا ما توصلت إليه دراسة الباحثة "دراحي ابتسام" في دراستها المعنونة بـ "تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري"، والتي أجريت على 100 طالب وطالبة من جامعة قسنطينة، بحيث أشارت إلى 93% يلجؤون لمواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم ومن جهاز موحد، ويليها الاستخدام العائلي أو مع جماعات الأصدقاء بدرجة أقل.

-العبارة الثانية:

تشير نتائج العبارة الثانية إلى أنّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، "لا يبحثون عن هويتهم في مواقع التواصل الاجتماعي" نسبيا، والدليل على ذلك خيارهم لبديل "معارض" بمجموع 141 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 27.1%، يليها بديل "محايد" بمجموع 131 مفردة وبما نسبته 25.2%، ثم بديل "موافق" بمجموع 110 مفردة وبما نسبته 21.2%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 107 مفردة وبنسبة 20.6%، وأخيرا بديل "موافق بشدة" بمجموع 31 مفردة وبما نسبته 6%.

ويفسر بديل "معارض"، بأنّ أفراد عينة الدراسة في الغالب لا يركزون في أنفسهم، وبالتالي فكل فرد لا يسعى للبحث عن ذاته من منطلق استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما ينصب الاهتمام في التواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين، وهذا ما أشارت إليه النتائج آنفا في المحور الثاني من الدراسة. وبالنظر إلى أنّ البحث عن الهوية يكون من منطلقات الواقع الاجتماعي والافتراضي الذي يعيشه الشباب عند الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، فهذا يقودنا لفكرة الحتمية القيمية في الإعلام، والمتعلقة بفرضية أن الشباب يعيش عالماً، هذا العالم الذي يجعل المستخدمين يعيشون ما بين حقيقة الواقع و ما

بينما يتلقونه افتراضيا، وبالتالي فالشباب لا يبحث عن تأسيس هوية افتراضية جديدة، وإنما دعم وتعزيز الهوية الواقعية.

-العبارة الثالثة:

تشير نتائج العبارة الثالثة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من الضغوطات، ودليل ذلك تأييدهم لبديل "الموافقة" النسبية بمجموع 231 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 44.4%، يليها بديل "محايد" بمجموع 102 مفردة وبما نسبته 19.6%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 79 مفردة وبما نسبته 15.2%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 55 مفردة وبنسبة 10.6%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 53 مفردة وبما نسبته 10.2%. ويفسر تأييد أفراد العينة في الدراسة لخيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من الضغوطات اليومية، من كونها مركز لنفريغ الشحنات التي تتخزن في كيان كل فرد، إما لعمل أو دراسة أو مشاكل ونحوه، بحيث إنَّ هذه الضغوط يتم تنفيسها وفق ما توحى إليه النتائج الكمية الظاهرة في الجدول من خلال الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، والقيام بالتفاعل "سواء تسجيل الإعجاب أو التعليق أو المشاهدة ومشاركة القصص والأخبار المختلفة ونحوه"، وكل هذا يقلص من حجم الملل الذي قد يصيب المستخدمين ويعمل على حصره إلى أبعد الحدود.

وهذا فعليا ما ينطبق على ما جاء في المسلمات الفكرية للحتمية القيمية في الإعلام، والتي تشير إلى أنَّ وسائل الاعلام الجديد أو مواقع التواصل الاجتماعي بالأحرى تفتح باب الخيال والتأمل ومعايشة عوالم متعددة غير مطروحة في المحيط الاجتماعي بالضرورة.

وفي هذا السياق تشير دراسة الباحث "بلال بو العام"، إلى أنَّ المبحوثين في دراسته يؤيدون خيار أنَّهم كمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بغية "الهروب من الواقع" باجماع و موافقة ما نسبته 28.05% من المبحوثين.

-العبارة الرابعة:

تشير نتائج العبارة الرابعة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع "تجاوز وكسر الحواجز النفسية والمخاوف في التواصل والحوار مع الآخرين"، ودليل ذلك تأييدهم لبديل "الموافقة" نسبيا بمجموع 164 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 31.5%، يليها بديل "محايد" بمجموع 148 مفردة وبما نسبته 28.5%، ثم بديل

"معارض" بمجموع 106 مفردة وبما نسبته 20.4%، ثم يليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 58 مفردة ونسبة 11.2%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 44 مفردة وبما نسبته 8.5%.

ويبرز تصور أفراد العينة لخيارهم لبديل "موافق" بصفة أساسية، أنَّ التواصل المرئي وغير المرئي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون أكثر مقدرة من التواصل المباشر الجريء على مجارة وإدارة الحوار مابين الأفراد، حيث إنَّ هذا قد يوضح أنَّ صياغة وبناء الرسالة عبر التقنية "مواقع التواصل الاجتماعي" قد يكون أكثر إقناعا في نظر المبحوثين.

ويمكن ربط سبل الشباب في البحث عن أطر لتجاوز مخاوف التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالموازاة مع البحث عن تنمية المهارات الاتصالية لمجارة الحوار مع الآخرين، وفي هذا السياق تشير دراسة الباحث "بو العام بلال" لاتجاه المبحوثين في دراسته لولوج مواقع التواصل الاجتماعي بغية تنمية وتعزيز وتطوير مهارات الاتصال في كيفية إيصال الأفكار والرسائل بشكل سليم، بحيث اختار المبحوثون التصويت على بديل "موافق بشدة وموافق تواليا" بما نسبته 32.3% و 28.7%.

-العبارة الخامسة:

تشير نتائج العبارة الخامسة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، "لايؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع "البحث عن إقامة وإنشاء علاقات عاطفية"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "معارض بشدة" في المقام الأول بمجموع 246 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 47.3%، يليها بديل "معارض" بمجموع 139 مفردة وبما نسبته 26.7%، ثم بديل "محايد" بمجموع 75 مفردة وبما نسبته 14.4%، ثم يليه بديل "موافق" بمجموع 47 مفردة ونسبة 9%، وأخيرا بديل "موافق بشدة" بمجموع 13 مفردة وبما نسبته 2.5%.

ويرجع خيار عدم تصريح أفراد العينة برغبتهم في إنشاء علاقات عاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، للمخزونات القيمية التي يحملها الأفراد من قيم اجتماعية بناءة ترعرعت عليها الأسرة الجزائرية العربية والمسلمة، والرافضة للقيم الوافدة من البلدان الغربية بالأخص، ولعل هذا ما يفسر أنَّ الأفراد لزالوا يحفظون عادات وقيم المجتمع، وحتى إنَّ كان الاستخدام الفردي قد يشير إلى أنَّ بعض الأفراد مهما كان عددهم يقيمون علاقات عاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فهم يلجؤون لعدم التصريح بهذا حفاظا على مقامهم في المجتمع، وحتى لا يتعرضون لتأديب المجتمع إن صح القول، وهنا تلعب القيم الدور الأساس في فترة وغربة أنواع القيم المقبولة في المجتمع "القيم الاجتماعية الإيجابية" أو حتى المنبوذة أصلا "القيم الاجتماعية السلبية".

وفي هذا السياق نجد دراسة الباحثة "بشريف وهيبة" الموسومة بـ "تأثير الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية"، تصل لنتيجة فحواها أنّ من بين أغراض استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، نجد أنّ خيار الشباب "لإقامة علاقات عاطفية" كخيار ضعيف نسبياً 10.50% وهي من أدنى الخيارات، وهذا ما يمكن النظر إليه من زاوية عدم تصريح أفراد العينة لعدة اعتبارات كما سبق وأشرنا.

وفي دراسة الباحث "كمال عايد" المعنونة بـ "تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري"، تؤكد الدراسة على رفض المبحوثين لاستخدام شبكة الإنترنت كوسيلة للبحث عن شريك حياة من وجهة نظرهم بما نسبته 81%، وهذا ما يمكن ربطه بالقيم الأصيلة والمحافظة على عادات الزواج والتعارف التقليدية الروابط التي تحت عليها عادات ومعايير وقوانين المجتمع.

-العبارة السادسة:

تشير نتائج العبارة السادسة إلى أنّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "بدافع التفاعل و التواصل مع جماعات الأصدقاء"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بنسبة كبيرة نوعاً ما و بمجموع 360 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 69.2%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 96 مفردة وبما نسبته 18.5%، ثم بديل "محايد" بمجموع 51 مفردة وبما نسبته 9.8%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 10 مفردة وبنسبة 1.9%، وأخيراً بديل "معارض بشدة" بمجموع 3 مفردات وبما نسبته 0.6%.

وفي خضم المعطيات الأخيرة، يمكن تفسير موافقة أفراد العينة على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لدافع التفاعل والتواصل مع جماعات الأصدقاء، بأنّه الغرض الأساسي الذي يلجون لأجله لهذه المواقع، ولقد سبق وأن تم إثبات هذا في نتائج المحور الثاني، من كون أنّ الغرض الأساسي لولوج أفراد العينة من الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في الأهداف الاجتماعية والتواصلية، وهذا ما يثبت بحثهم عن خوض تجارب جديدة عبر هذا النوع من التواصل الافتراضي من خلال توسيع شبكة المعارف والصدقات لتشمل ثقافات وشعوب أخرى.

وفي هذا الصدد يمكن تثمين هذه النتيجة بناءً على ما وصلت إليه دراسات عدة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومن بينها دراسة الباحثين: "يحياوي فاطمة" و"فور خديجة"، والموسومة بـ: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية "فايسبوك والتويتر أنموذجاً"، بحيث تصل هذه الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة مكونة من 100 طالبة من جامعة البليدة -2-، إلى أنّ مواقع

التواصل الاجتماعي تستخدم للتواصل مع الأهل والأقارب البعيدين وتجسير وتمتين أواصر الصداقة ما بين الأصدقاء.

-العبارة السابعة:

تشير نتائج العبارة السابعة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "بدافع الانشغال بقيم التكافل الاجتماعي"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" و بمجموع 247 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 47.5%، يليها بديل "محايد" بمجموع 172 مفردة وبما نسبته 33.1%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 71 مفردة وبما نسبته 13.7%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 23 مفردة وبنسبة 4.4%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 7 مفردات وبما نسبته 1.3%.

وتعود خلفيات انشغال الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري بقيم التكافل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لإحساسهم كأعضاء منتمين لهذا المجتمع بواجب المحافظة على قيم التضامن والتكافل فيما بينهم، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "نادية بلعطوي" حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية، حيث أشارت الباحثة إلى أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تجسيد قيم التضامن المجتمعي من خلال تنمية روح المشاركة الإيجابية في الأعمال المجتمعية، فضلا عن تنمية الشعور بالانتماء وتكوين العلاقات الاجتماعية بين الأفراد مما يعزز قيم التكافل وتقوية أواصر المحبة بين أفراد المجتمع الواحد، وفي حقيقة الأمر فما فعاليات المجتمع المدني والجمعيات الخيرية الناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلا كنموذج مصغر عن هذا التكافل والتضامن.

وحتى تعاليم الدين الإسلامي تشير لذلك، وبما فيها السنة النبوية، حيث نجد الحديث النبوي الشريف الذي رواه الإمام مسلم في "كتاب البر والصلة والآداب، باب التراحم المؤمنين وتعاطفهم 1999/4 رقم 2586" حيث أشار أنَّ نبينا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم يقول: "تري المؤمنين في تراحمهم وتوادهم وتعاطفهم كمثل الجسد، إذا اشتكى عضو تداعى له سائر جسده بالسهر والحمى"، وفي هذا دعوة صريحة لالتزام المؤمنين بالتكافل والتضامن فيما بينهم كأفراد.

وفي هذا السياق توصلت دراسة الباحثة "وهيبة بشريف" الموسومة بـ"تأثير الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية" لإثبات وجود علاقة وثيقة ما بين مضامين الإنترنت وتنشيط قيم التضامن مع الآخرين، بحيث يوافق على هذا الخيار ما نسبته 31.5% من إجمالي المبحوثين في دراستها.

-العبارة الثامنة:

تشير نتائج العبارة الثامنة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "بدافع التفاعل مع قيم المحافظة على البيئة"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" و بمجموع 253 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 48.7%، يليها بديل "محايد" بمجموع 127 مفردة وبما نسبته 24.4%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 115 مفردة وبما نسبته 22.1%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 13 مفردة وبنسبة 2.5%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 12 مفردة وبما نسبته 2.3%.

ويرجع خيار تصريح أفراد العينة بتأييدهم لبديل "موافق" نسبيا، في ما يخص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغرض التفاعل مع قيم المحافظة على البيئة، إلى ممارسات الإعلام البيئي الجديد، حيث إنَّ بث المعلومات والبيانات في ما يخص البيئة عبر التقنيات الحديثة أثبت فاعليته بالمقارنة بالوسائل الأخرى وخصوصا على عنصر الشباب، وتساهم بشكل جلي في توريث تربية قيمية بيئية للأجيال، وقد نجحت عدة حملات شبانية في استمالة المزيد من الشباب للعمل التطوعي البيئي في الجزائر، و خصوصا في ضوء حملات "خضراء بإذن الله" التي مازالت قائمة على قدم وساق من قبل أحد المواطنين من مدينة باتنة لتشمل الولايات المجاورة وصولا لمختلف ولايات الوطن، بهدف الترويج الاجتماعي عبر مواقع التواصل لمشروع القيام بحملات تشجير شبانية والقضاء على ظاهرة التصحر وغيره.

وتتفق بهذا نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة "دغمان هالة" حول "مواقع التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بن الواقعي والافتراضي" التي خرجت بنتيجة قوامها أنَّ ما نسبته 36.10 % من المبحوثين في الدراسة يوافقون على أنَّ موقع فايسبوك يشجع على العناية بالبيئة، بحيث إن مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة الفيسبوك تغلب دوراً إيجابياً في الحملات التحسيسية والتوعوية التي ينظمها المستخدمون للحث على حماية البيئة والاعتناء بها.

العبارة التاسعة:

تشير نتائج العبارة التاسعة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "بدافع تبادل المعارف المفيدة"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" في المقام الأول بمجموع 304 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 58.5%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 153 مفردة وبما نسبته 29.4%، ثم بديل "محايد" بمجموع 53 مفردة وبما نسبته 10.2%،

ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 7 مفردة ونسبة 1.3%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 3 مفردات وبما نسبته 0.6%.

ويفسر تأييد أفراد العينة في الدراسة لخيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغرض تبادل المعارف المفيدة، لكونهم من مستويات النخبة الجامعية سواء طلبة التدرج أو ما بعد التدرج، وبالتالي من المنطقي أن يتم اللجوء لمواقع التواصل الاجتماعي للأغراض الاجتماعية التواصلية كما سبق وأشرنا في محطات سابقة، فضلا عن التزاماتهم التعليمية والثقافية، و الواقع يشير لهذا لكون هناك من الشباب من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل والتفاعل باللغات الأجنبية لاكتساب مهارات لغوية، وهناك أيضا من يستخدم صفحات أو مجموعات لنشر روابط أو تحميل كتب من مختلف الميادين عبر عدة مواقع مثل: "تلغرام"، فضلا عن متابعة ما بات يعرف بـ "محاضرات اليوتيوب" التي ينشرها الأساتذة من مختلف التخصصات، أو مقاطع الريلز القصيرة لنشر معلومات في أقل عدد من الدقائق والثواني.

وفي هذا السياق توصلت دراسة الباحث "بو العام بلال"، إلى أنَّ المبحوثين في دراسته يؤكدون على اتجاههم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بغية تبادل المعارف والعلوم، بحيث كان خيارهم على التوالي لبديل "موافق، موفق بشدة" وبما نسبته 28.05% و 25.17%.

ولقد أكدت أيضا دراسة الباحثة "لمياء سامي المنيس" حول موضوع: "فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تبادل المعرفة لدى طلبة الجامعات"، واستنادا الى عدة معطيات ودراسات مشجعة في هذا الشأن كدراسة "عثمان 2015 Osman"، والتي وجدت أنَّ تبادل المعرفة المفيدة يفيد الطلاب ويساعدهم على عملية تلقي الملاحظات الإضافية وتحسين المبادرات البحثية، وبالتالي تمكين هؤلاء الطلبة من تعزيز مصداقيتهم بتغيير الثقافة التقليدية لمؤسسة انتمائهم، والتي سوف تساعدهم في نهاية المطاف في الحصول على وظيفة مناسبة بعد التخرج.

ومن خلال ما سبق يتضح جليا أنَّ تبادل المعارف عبر فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي لا يقتصر عن المنافع العلمية فقط، بل يتعداه للمنافع العملية والمستقبلية للشباب الجامعي.

العبارة العاشرة:

تشير نتائج العبارة العاشرة إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "بدافع النقاشات حول القضايا المشتركة"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بالدرجة الأولى بمجموع 278 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 53.5%، يليها بديل "محايد" بمجموع 130 مفردة وبما نسبته 25%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 80 مفردة وبما نسبته

15.4%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 25 مفردة ونسبة 4.8%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 7 مفردات وبما نسبته 1.3%.

وينبغي الإشارة إلى أنَّ دعوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري بدافع نقاشاتهم حول المواضيع والمسائل والقضايا المشتركة، توحى مباشرة لخاصية الدردشة بصفة أساسية وبمعنى بقية الخصائص والميزات كالتواصل المرئي، أو مشاركة مقاطع فيديو والصور ونحوه، وهذا ما يمكن إرجاعه لمجالات اهتمام الشباب، فمنهم من يهتم بأحوال السياسة ومنهم من يرتبط بأخبار الرياضة، ومنهم من يركز على مستجدات الموضة، فضلا عن المسائل المشتركة حول الأوضاع الاقتصادية أو الثقافية والعلمية والإعلامية والسياحية وغيره، ومن خلال الميادين السابقة نلاحظ أنَّ هناك صفحات و مجموعات عامة وخاصة، وحتى صناع محتوى متخصصين وفق المجالات والميادين سالفة الذكر تجمعهم و المتابعين مسائل عدة مشتركة كما سبق وأشرنا آنفا.

وفي هذا السياق توصلت دراسة الباحثة "هالة دغمان" في دراستها حول شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، إلى أنَّ ارتباط المستخدمين الشباب بقيمهم، والمتعلقة أصلا بمشاركتهم في النقاشات السياسية أفرزت موافقتهم النسبية بشكل متوسط وبما نسبته 31.70%، ويوحى هذا الخيار إلى أنَّ الشباب قد تجاوزوا مسألة تحفظهم عن الخوض في النقاشات حول المسائل السياسية، وهذا ما يمكن ربطه بعدد الدراسات التي برزت في أعقاب ما يسمى بالثورات العربية.

وينطبق هذا الأمر مع بقية المسائل والانشغالات التي يشترك حولها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الميادين المختلفة سواء الاقتصادية والعلمية والرياضية وغيرها.

العبارة الحادية عشر:

تشير نتائج العبارة الحادية عشر إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "لغرض متابعة الأخبار والمستجدات المجتمعية عن كثب"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" في المقام الأول بمجموع 275 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 52.9%، يليها بديل "محايد" بمجموع 107 مفردة وبما نسبته 20.6%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 90 مفردة وبما نسبته 17.3%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 32 مفردة ونسبة 6.2%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 16 مفردة وبما نسبته 3%.

ويوحى خيار المبحوثين في الدراسة حول الاهتمام بمتابعة الأخبار والمستجدات المجتمعية عن كثب، بمنطق الغريزة الإنسانية جمعاء في الفضول والبحث عن مستجدات المجتمع من آخر الأخبار التي تقع

داخله، لذلك أطلق على وسائط التواصل الاجتماعي بـ "الإعلام الاجتماعي"، ولقد أشار إلى ذلك رائد منهجية البحث في الحتمية القيمية "عزي عبد الرحمن"، بأن الشباب يميل إلى الحركة والاحتكاك مع المحيط الخارجي، من كون وسائل أخرى كالتلفزيون فرضت عليه "بعض الخمول"، وبالتالي أصبح متلقيا سلبيًا ساكنًا، عكس الإعلام الاجتماعي الذي أخرجه بعض الشيء من دائرة السكون إلى التفاعل ولو رمزيًا مع عدة آخرين معروفين أو افتراضيين.

وعلى هذا الأساس أشارت دراسات عدة إلى ميل جمهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى الفضول في البحث عن الأخبار والمستجدات، وهذا ما توصلت إليه دراسة الباحث "بو العام بلال" بحيث إن المبحوثين في دراسته يسعون لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي لغرض الإطلاع على الأحداث وتحليلها ومشاركتها مع الآخرين، بدليل خيار المبحوثين لبديل "موافق بشدة وموافق على التوالي" وبما نسبته 35.9% و 21.5%. وإذا ما تحدثنا عن الشباب الجزائري عمومًا فقد ربط الباحث "لعياضي نصر الدين" في مقاله الموسوم بـ "محاولة دراسة الاتصال في المجتمع الجزائري" بين استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي اليوم ودرجة تصديقهم النسبي للأخبار الرائجة عبرها مرجعًا ذلك لأسباب عدة من بينها الفراغ الذي خلقه الإعلام الرسمي التقليدي الذي ظل لفترة طويلة نسبياً يحتكر الأخبار.

العبارة الثانية عشر:

تشير نتائج العبارة الثانية عشر إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي "بدافع التعبير بحرية عن الآراء والأفكار"، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بالدرجة الأولى بمجموع 249 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 47.9%، يليها بديل "محايد" بمجموع 146 مفردة وبما نسبته 28.1%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 103 مفردة وبما نسبته 19.8%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 18 مفردة ونسبة 3.4%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 4 مفرد وبما نسبته 0.8%.

ومن خلال المعطيات الكمية المشار إليها سابقًا، نلاحظ جلياً أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين، ارتأوا أنَّ يكون ولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى بدافع التعبير بحرية عن آراءهم وأفكارهم، وفي الحقيقة يرجع هذا لكون مواقع التواصل الاجتماعي فضاءً حقيقياً لممارسة الصحافة الشعبية الجماهيرية بعيداً عن الالتزامات والضبط والتقنين، فيكفي الأمر أنَّ تعلق عن آراءك وفقاً لمعايير سياسة مواقع التواصل الاجتماعي ذاتها، ولو كان الأمر على حساب معايير وقيم يملئها المجتمع الأصلي للمستخدمين".

أي التعبير الحر عن الأفكار التي يملئها العقل وتتوافق مع سياسات مواقع التواصل، كالتعبير عن مختلف مناحي ومشاكل الحياة العامة كتوجيه الانتقادات البناءة وحتى الهدامة دون قيود غير التي تفرضها هذه المواقع.

ومن خلال ما سبق يبرز جليا علاقة هذا التعبير الحر في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية التي أشار إليها رواد الحتمية القيمية في الإعلام، كفرضية القيم الاجتماعية الإيجابية والسلبية كتأثيرات مصاحبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ففي دراسة حديثة للباحثة "هاجر حلمي دسوقي حبيش"، وبالضبط سنة 2022م والموسومة بـ: "استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لحرية الرأي والتعبير وتأثيرها على الأمن القومي المصري"، تصل الباحثة إلى نتائج مهمة في هذا السياق، إذ نجد من بينها: أنَّ المعطيات الميدانية للدراسة أثبتت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأداة للتعبير عن حرية الرأي و التعبير وبين درجة الثقة الممنوحة لتلك المنصات، وأيضا وجود اتجاه إيجابي نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للرأي والتعبير، ولقد أوضحت الباحثة في نتائجها أيضا أنَّ هناك تأثيرا مرتقعا على الأمن القومي المصري في ماي خص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للرأي والتعبير. ولعل هذا ما يفسر اتجاه الكثير من الدول لتبني استراتيجيات رقمية بنائية تساهم في خلق جو من الهدوء الاجتماعي النسبي المفعم بحرية التعبير وإبداء الرأي.

المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

يُظهر الجدول أدناه مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ممارسة القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري. حيث يستعرض الجدول نتائج نسب وتكرارات إجابات أفراد عينة الدراسة، مما يُتيح فهم أعمق لأثر هذه الوسائل على التفاعل الاجتماعي الإيجابي.

جدول (17): جدول يوضح نسب وتكرارات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري

البدائل العبارات	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		المجموع	
	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار
1- أحسن بنعمة الجار	6.7%	35	8.5%	44	32.3%	168	46.5%	242	06%	31	100%	520
2- أعمل على تمتين العلاقة بالأصدقاء	09%	47	13.3%	69	23.5%	122	43.3%	225	11%	57	100%	520
3- أقوم بالأعمال التطوعية	5.2%	27	5.2%	27	22.3%	116	52.3%	272	15%	78	100%	520
4- أساعد المحتاجين وعابر السبيل	3.8%	20	9.2%	48	23.1%	120	46.7%	243	17.1%	89	100%	520
5- محبوبا عند الناس	18.1%	94	12.9%	67	21%	109	37.3%	194	10.8%	56	100%	520
6- أحسن باحترام الآخرين لي	1.7%	09	4.6%	24	18.7%	97	56.9%	296	18.1%	94	100%	520
7- نصوحا لغيري من الناس	1.3%	07	2.5%	13	23.7%	123	55.8%	290	16.7%	87	100%	520
8- أحترم الأكبر سنا وأرفق بالصغار	1.7%	09	3.1%	16	18.5%	96	52.5%	273	24.2%	126	100%	520
9- أطيع وأبر بالوالدين	01%	05	2.5%	13	11%	57	55.8%	290	29.8%	155	100%	520
10- أتحمّل المسؤولية	1.9%	10	6.3%	33	19%	99	53.1%	276	19.6%	102	100%	520
11- أؤدي الأمانة لأهلها	1.7%	09	6.9%	36	15.8%	82	50.8%	264	24.8%	129	100%	520
12- أتواضع مع الجميع	0.8%	04	4.4%	23	20.8%	108	51.5%	268	22.5%	117	100%	520
13- أحترم المرأة بصفة أكبر	11.5%	60	9.6%	50	16.8%	88	45.4%	236	16.5%	86	100%	520
14- أسامح الجميع	3.3%	17	12.7%	66	22.9%	119	44.2%	230	16.9%	88	100%	520
15- أحسن الظن بالآخرين	8.8%	46	8.7%	45	23.3%	121	44.6%	232	14.6%	76	100%	520
16- أزور الأقارب وأصلهم	1.7%	09	6.3%	33	21.3%	111	53.1%	276	17.5%	91	100%	520
17- إزداد حسي بالمسؤولية نحو الأبناء والإخوة	3.3%	17	5.6%	29	20.2%	105	49.8%	259	21.2%	110	100%	520

100%	520	15.2%	79	46.2%	240	25.2%	131	7.9%	41	5.6%	29	18-أنتقد الآخرين بشكل موضوعي بناء
------	-----	-------	----	-------	-----	-------	-----	------	----	------	----	-----------------------------------

العبارة الأولى:

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه، أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تحدث تأثير سلوكي من خلال حت أفراد العينة المبحوثة على ممارسة قيمة الإحساس بـ"نعمة الجار"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 242 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 46.5%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 168 مفردة وبما نسبته 32.3%، ويأتي بعده بديل "معارض" بمجموع 44 مفردة وبما نسبته 8.5%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 35 مفردة وبما نسبته 6.7%، وأخيراً نجد بديل "موافق بشدة" بمجموع 31 مفردة وبما نسبته 6%.

من خلال هذه المعطيات العددية، يتضح لنا جلياً على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنَّ هناك تأثير تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على قيمة الإحساس بنعمة الجار، ويفسر هذا التأثير الإيجابي بالرسائل القيمية الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تدعم تقوية علاقة الجار بالجار وخصوصاً خلال المناسبات والأعياد، ومثال ذلك: موائد الإفطار في الأحياء الشعبية، والتي يتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دورية بمناسبة شهر رمضان الفضيل، حيث تعمل على تقوية أواصر المحبة وحسن الجوار من خلال تبادل أطباق الإفطار والاجتماع على موائد موحدة في صورة رمزية تذكر كل متصفح بالعادات والتقاليد الاجتماعية.

ولقد أكدت عدة دراسات في هذا السياق على ارتباط أفراد المجتمع بقيم حسن الجوار ومن بينها دراسة الباحثة "بلوطي"، والتي أشارت بالموافقة النسبية للمبحوثين في دراستها في ما يتعلق بارتباطهم بقيم "احترام الجار وتقديم يد المعونة له"، ويدل هذا على أنَّ نشاط أفراد المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بالمعايير والعادات الاجتماعية والفردية والمتعلقة بالترابط ما بين مكونات ووحدات النسيج الاجتماعي.

العبارة الثانية:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنَّ هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "تمتين العلاقات مع الأصدقاء"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 225 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 43.3%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 122 مفردة وبما نسبته 23.5%، ويأتي بعده بديل "معارض" بمجموع 69 مفردة وبما

نسبته 13.3%، ثم يليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 57 مفردة وبما نسبته 11%، وأخيرا نجد بديل "معارض بشدة" بمجموع 47 مفردة وبما نسبته 9%.

ويرجع خيار تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على التأثير الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة تمتين العلاقات مع الأصدقاء لديهم، إلى طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل ظاهريا على تقوية روابط التواصل والتفاعل ما بين الأفراد سواء أكانوا "أصدقاء في الواقع أو أصدقاء افتراضيين".

وبالتالي فهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة الباحثة "سهام بقلوف" حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية"، من كون استخدام موقع فيسبوك كأحد أكبر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما يساعد على تعزيز الصداقات القديمة والبحث عن صداقات جديدة وبما نسبته 62.2%.

العبارة الثالثة:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "القيام بالأعمال التطوعية"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 272 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 52.3%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 116 مفردة وبما نسبته 22.3%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 78 مفردة وبما نسبته 15%، ثم يليه بديل "معارض" و "معارض بشدة" بمجموع 27 مفردة لكل منهما وبما نسبته 5.2%. ومن خلال ما سبق، يمكن إرجاع تصريح الشباب الجامعي بالموافقة النسبية على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيمة القيام بالأعمال التطوعية، إلى تجاوز هذه التقنية أساسا لبعض العوائق التي كانت تحول دون قيام الشباب بالأعمال الخيرية، بحيث اختصرت الوقت والزمان والمكان، وكل هذا ساعد الشباب على التطوع في أعمال الخير من بيته، ومن أي مكان يتواجد فيه دون تكبد عناء السفر، فقد يقوم الشاب بمنجز يفيد المجتمع عن بعد مثل: الترويج لحملات التبرع بالدم، والمساهمة في هبات التضامن والتعاطف الوطنية خلال الأزمات والكوارث الطبيعية ونحوه.

وفي هذا السياق نتفق في دراستنا مع دراسة الباحثة "بوقلوف"، بحيث وصلت لنتيجة فحواها سعي الشباب لنشر الأعمال الخيرية والانضمام بشكل دائم إلى المجموعات التي تقوم بفعل الخير، وهذا ما من شأنه نشر فكر وقيم التطوع المجتمعي في شتى المجالات لدى الشباب الجامعي على نطاق واسع نسبيا.

كما توصلت أيضا دراسة الباحثة "لواتي ربيعة" والموسومة بـ "الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة- فايسبوك- وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشاب الجزائري"، إلى نتيجة فحواها أنّ لموقع فايسبوك كأحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نشر ثقافة العمل التطوعي، ويتجلى هذا في موافقة أفراد العينة في دراستها على هذا الخيار بما نسبته 78.7% من إجمالي خيارات المبحوثين.

العبارة الرابعة:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنّ هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "مساعدة المحتاج وعابر السبيل"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 243 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 46.7%، يليه بديل "محايد" بمجموع 120 مفردة وبما نسبته 23.1%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 89 مفردة وبما نسبته 17.1%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 48 مفردة وبما نسبته 9.2%، وأخيراً نجد بديل "معارض بشدة" بمجموع 20 مفردة وبما نسبته 3.8%.

ويفسر خيار موافقة أفراد العينة على التأثير السلوكي الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة مساعدة المحتاجين وعابري السبيل، إلى سهولة التواصل مع المحتاجين أنفسهم، وحتى عابري السبيل، فلقد أوضحت التجارب خلال السنوات القليلة الماضية، أنّ هناك مجموعات وصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، مخصصة حصراً للمسافرين وعابري السبيل عبر ولايات الوطن، فضلاً عن الصفحات المهمة بمساعدة الفقراء والمعوزين، والتي تقوم بعدة حملات مثل: جمع الصدقات، قفة رمضان، ملابس العيد وغيرها، وكمثال حي على ذلك: ما تقوم به جمعية اليد في اليد الناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تقوم بالمساهمة في مساعدة المحتاجين وخاصة في ترميم بيوتهم.

وفي هذا الصدد نجد أنّ هذه النتيجة تتفق مع نتيجة الدراسة التي توصلت إليها الباحثة "هالة دغمان" في دراستها حول موضوع: "مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة ما بين الواقعي والافتراضي"، بحيث تصل إلى أنّ استخدام موقع فايسبوك قد عزز من ارتباط الشباب بمساعدة الغير، بحيث نجد ما نسبته 64.70% من المبحوثين في دراستها يؤكدون هذه الفرضية، وبذلك تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عموماً والفيسبوك خصوصاً، بمثابة حلقة وصل تعزز من حثّ الشباب على ممارسة هذه القيم والتشبث بها رغم التطورات التكنولوجية الحاصلة.

العبارة الخامسة:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة أن يكون الفرد "محبوباً عند الناس"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 194 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 37.3%، يليه بديل "محايد" بمجموع 109 مفردة وبما نسبته 21%، ويأتي بعده بديل "معارض بشدة" بمجموع 94 مفردة وبما نسبته 18.1%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 67 مفردة وبما نسبته 12.9%، ثم يليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 56 مفردة وبما نسبته 10.8%.

ويشير بديل "موافق" على شعور الفرد بالإنجاز عبر هذه التقنيات، فمتى كان الفرد معطاءً لمجتمعه وجد التقدير والاحترام، بل والامتنان نظير ما يقدمه لمجتمعه، لذلك يرتبط التقدير "كمدخل" بالتقدير "كمخرج"، وفي حقيقة الأمر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مساحاتها التي تسمح للفرد بالنشر "نصوص، صور، فيديوهات.."، تسمح للآخرين بمتابعتها وتسجيل الإعجاب بمختلف الرموز التعبيرية كرمز المحبة والتعجب والحزن، وكل هذا يترك صدى نفسياً لدى المدون عبر هذه المواقع ويشعره بالارتياح من كون الآخرين يتابعون ما ينشره وخصوصاً في المناحي والمجالات الحياتية المختلفة و الإيجابية والمفيدة للآخرين.

ولقد أكدت وعززت الباحثة "بلوطي" هذه القيمة في دراستها، والتي تصل لذات النتيجة، ولكن بتوظيفها للانحراف المعياري بحيث نجده عند القيمة 0.677، وهو ما يشير إلى أن أفراد عينة دراسة الباحثة بلوطي يوافقون على تداول المنشورات التي فحوها محبة الناس وودهم.

العبارة السادسة:

نستجلي من النتائج المشار إليها في الجدول، تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة أن يحس الفرد بـ "احترام الآخرين له"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 296 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 56.9%، يليه بديل "محايد" بمجموع 97 مفردة وبما نسبته 18.7%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 94 مفردة وبما نسبته 18.1%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 24 مفردة وبما نسبته 4.6%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 9 مفردة وبما نسبته 1.7%.

ويفسر خيار الموافقة النسبية من منطلق أن الشباب الجامعي كخبرة وصفوة مجتمعية مقارنة بأقرانهم من الشباب، فولوج هؤلاء لمواقع التواصل الاجتماعي وفق غايات، ومن المرجح جداً أن يكون لمحتوى هؤلاء الشباب النخبوي كما سبق وأشرنا لأثره على قيم المجتمع نسبياً، بحيث إنه كما يقال "المحتوى مستوى"، فمن

هذا المنظور فالمحتوى والرسالة والمضمون والقيم التي يصنعها هؤلاء الشباب تجعل أقرانهم من الشباب وباقي فئات المجتمع تحترمهم كأفراد ذوي محتويات هادفة وبناءة ومفيدة للمجتمع.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحث "بو العام بلال" حول موضوع "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي الجزائري"، والتي تؤكد على موافقة 36% من المبحوثين في الدراسة على أنَّ معيارهم في قبول الصداقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفق معيار الأدب لا معيار الجسد أو الجمال، وتبرز هذه النتيجة مدى كون المحتوى والرسالة القيمية "الاحترام والأدب" ذات جدوى وأثر بالنسبة للشباب الجامعي الجزائري في قبول صداقة الطرف الآخر.

وفي ذات الدراسة أيضا يتوصل الباحث إلى أنَّ المبحوثين يعتقدون أنَّه بفضل مواقع التواصل الاجتماعي باتوا يحترمون الرأي الآخر عبرها، بحيث يوافق على هذا الخيار نسبيا ما نسبته 40.28% من المبحوثين في الدراسة.

العبارة السابعة:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنَّ هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تمكنه هذه المواقع من أن يكون نصوحا لغيره من الناس"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 290 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 55.8%، يليه بديل "محايد" بمجموع 123 مفردة وبما نسبته 23.7%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 87 مفردة وبما نسبته 16.7%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 13 مفردة وبما نسبته 2.5%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 7 مفردة وبما نسبته 1.3%.

ويفسر خيار أفراد العينة من الشباب الجامعي لبديل "موافق" خصوصا، بعمل هؤلاء الشباب على إفادة المجتمع كما سبق وأشرنا، ولكن بتحمل المسؤوليات الملقاة على عاتقهم، وهي التسليح برسالة العلم والأخلاق، ومن المفترض أن يقدم الشاب الجامعي صورة ونموذجاً يقتدى به من قبل النشء "نقل القيم عبر الأجيال" مثلما يشير منظور الحتمية القيمية في الإعلام"، وفي هذا السياق ينبغي أن يكون هذا الشاب نصوحا لغيره لتشبعه بسلاح العلم والقيم والأخلاق حتى ينصح وينير درب أقرانه متى دعت الضرورة، ومثال ذلك: علمهم المسبق بمسارات مسيرات طلبة الثانويات في الجزائر في شهر جانفي 2025م، ودعوة هؤلاء الشباب والمراهقين الأقل سنا للتعلل، وخصوصا بعد بروز عدة مظاهر سلبية خلال هذه المسيرات التي لا تمت بالصلة للعلم والأخلاق.

ومن خلال ما سبق، تتضح معالم أهمية قيمة "النصيحة المجتمعية" التي تمد جسور العلاقات الفردية والاجتماعية، وهذا ما توصلت إليه بالضبط دراسة الباحثة "بلوطي ريحانة"، بحيث أشارت إلى الموافقة النسبية للشباب محل دراستها على "إسداء النصح والإرشادات للآخرين"، ويمكن الاستدلال على هذه النتيجة من خلال قيمة الانحراف المعياري التي توصلت إليها الدراسة "0.667" وهي قيمة مقبولة إجمالاً تعبر على الموافقة النسبية على تداول والحث على القيمة الاجتماعية سالفة الذكر في هذه الدراسة "قيمة النصح والإرشاد المجتمعي"

العبارة الثامنة:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "احترام الأكبر سنّاً والرفق بالصغار"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 273 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 52.5%، يليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 126 مفردة وبما نسبته 24.2%، ويأتي بعده بديل "محايد" بمجموع 96 مفردة وبما نسبته 18.5%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 16 مفردة وبما نسبته 3.1%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 9 مفردة وبما نسبته 1.7%.

ويفسر بروز بديل "موافق وموافق بشدة" نسبياً، بأن دور مؤسسات الاجتماعية لازال قائماً، من خلال القيم التي تغرسها المؤسسات الرائدة في التنشئة الاجتماعية: كالأُسرة، والتي من المحتمل أن تدعمها وتعززها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وهذا ما نلتمسه في نشاط الشباب وخاصة صناع المحتوى أو حتى نشاط رواد مواقع التواصل الاجتماعي بصفة فردية مثل: المنشورات والصور ومقاطع الفيديو التي تدعو إلى احترام الأشخاص الأكبر سنّاً و الاعتناء والرفق بالأصغر سنّاً.

ويتجلى هذا أيضاً في الأعمال الخيرية التي يقوم بها رواد مواقع التواصل الاجتماعي، في زيارة دور المسنين، والنشاط الخاص بالطفولة المسعفة "الأيتام وذوي الهمم ونحوه".

هذا ولقد أشارت دراسة الباحث "بلال بو العام"، إلى قيمة تقترب من قيمة "احترام الأكبر سنّاً والرفق بالصغير"، وهي قيمة "الحلم"، بحيث إن من إفرازات قيمة "الحلم" احترام الأكبر سناً والرفق بالصغير، ولقد اثبتت دراسة الباحث إلى "الموافقة النسبية" للمبحوثين في هذه الدراسة، بناءً على مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي على التعلق بقيم الحلم.

العبارة التاسعة:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على أنّ هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه ولوج أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "الطاعة والبر بالوالدين"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 290 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 55.8%، ويليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 155 مفردة وبما نسبته 29.8%، ويأتي بعده بديل "محايد" بمجموع 57 مفردة وبما نسبته 11%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 13 مفردة وبما نسبته 2.5%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 5 مفردة وبما نسبته 1%.

ويفسر هذا بنشاط الدوري الذي يقوم به الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مختلف الحملات، سواء التي تدعو إلى البر بالوالدين والإحسان إليهما، أو من خلال الحملات الاجتماعية العمومية الشبانية لزيارة دار العجزة وكبار السن، أو المرضى منهم في مختلف المناسبات كالأعياد وغيره، والعمل على بث رسائل الدعوة الصريحة بالاعتناء بهم، بحيث يتناقلها مختلف الشباب عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موظفين مختلف المؤثرات الصوتية والنصية.

ومن خلال الاستناد لبعض الدراسات، تم التوصل إلى أنّ دراسة الباحث "بلال بو العام" تصل لنتيجة فحواها أنّ المبحوثين في دراسته يصرحون بأنهم لم يستفيدوا إلى حد ما من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي في سبيل مساعدتهم على البر بوالديهم بما نسبته 29.49% في حين يعتقد مانسبته 18.70% من المبحوثين أنّهم استفادوا من مضامين مواقع التواصل في مساعي البر بالوالدين، ويفسر هذا جزئياً بالاعتقاد بأنّ أفراد العينة في هذه الدراسة يعتقدون بأن القيم موجودة في الواقع قبل المواقع، بينما نعتقد من خلال دراستنا أنّ مواقع التواصل من خلال استجابة المبحوثين في دراستنا تعمل على تعزيز هذه القيم "البر بالوالدين".

العبارة العاشرة:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة "بالموافقة" النسبية على أنّ هناك تأثيراً يحدثه اللوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "تحمل المسؤولية"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 276 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 53.1%، ويليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 102 مفردة وبما نسبته 19.6%، ويأتي بعده بديل "محايد" بمجموع 99 مفردة وبما نسبته 19%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 33 مفردة وبما نسبته 6.3%، ثم أخيراً بديل "معارض بشدة" بمجموع 10 مفردة وبما نسبته 1.9%.

من خلال ما سبق من النتائج يتضح لنا، أنَّ تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية "قيمة تحمل المسؤولية" واضحة إلى حد ما، بحكم اتجاه أفراد العينة من الشباب الجامعي نحو معرفة ما ينتظرهم من المحيط الاجتماعي، من مسؤوليات ملقاة على عاتقهم، وهذا ما يجعل ولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفق واجبات وضروريات يلزم بها في إطار ما تخوله له القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية.

ولقد توصلت دراسة الباحثة "هالة دغمان"، في دراستها إلى أنَّ موقع فايسبوك كأحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وتأثيرا بالنسبة للشباب، بأنَّ هذا الموقع يشجع على قيمة "تحمل المسؤولية" بالنسبة للشباب، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" على القيمة المذكورة آنفا وبما نسبته 32.20%. وفي هذا السياق توصلت أيضا دراسة الباحثة "وهيبة بشريف" لإثبات موافقة المبحوثين في دراستها على وجود علاقة وثيقة ما بين محتويات الإنترنت وتثبيت "قيم تعزيز المسؤولية" بحيث يوافق على هذا الخيار ما نسبته 33.6% من إجمالي المبحوثين.

العبارة الحادية عشر:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنَّ هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أداء الأمانة لأهلها"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 264 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 50.8%، ويليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 129 مفردة وبما نسبته 24.8%، ويأتي بعده بديل "محايد" بمجموع 82 مفردة وبما نسبته 15.8%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 36 مفردة وبما نسبته 6.9%، وأخيرا نجد بديل "معارض بشدة" بمجموع 9 مفردة وبما نسبته 1.7%.

ويفسر خيار موافقة أفراد العينة على التأثير السلوكي الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أداء الأمانة إلى أهلها"، إلى التزام المبحوثين من الشباب الجامعي في أداء وتحمل وتوصيل الحقوق والأمانات لأهلها، وهذا ما يقوي أواصر الأخوة ويمد جسور الثقة ويقوي النسيج الاجتماعي، كما أنَّها تخص الفرد الذي يؤديها بالرضا والارتياح النفسي، ومن بين الأمانات مثلا: ان نجد أمانة الشاب الجامعي مثلا في تأدية رسالة العلم على أكمل وجه نظير تطلعات المجتمع لنتائج النخبة.

وفي هذا الصدد توصلت دراسة الباحث "بلال بو العام"، إلى اتجاه المبحوثين في دراسته نحو كون مواقع التواصل الاجتماعي علمتهم معنى الإخلاص من خلال موافقة المبحوثين بما نسبته 39.56%، وإذا ما

تفحصنا ودققنا جيدا في "قيمة الإخلاص" عمليا فإنها دون أي شك ترتبط بتطابق القول مع الفعل، وبالتالي يمكن ربطها بالأمانة كقيمة اجتماعية ترتبط بالقول "الحرص على الأمانة قولاً والفعل "أداؤها لأهلها".

ولقد توصلت دراسة الباحثة "بوقلوف سهام" لإثبات أن المبحوثين في دراستها يعتقدون بأن الولوج لموقع فايسبوك ساعدهم على قيمة الأمانة ودليل ذلك خيارهم لكل من بديل: "موافق وموافق بشدة" بما نسبته 27.8% و 19%.

العبارة الثانية عشر:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أتواضع مع الجميع"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 268 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 51.5%، يليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 117 مفردة وبما نسبته 22.5%، ويأتي بعده بديل "محايد" بمجموع 108 مفردة وبما نسبته 20.8%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 23 ونسبة 4.4%، ثم يليه "معارض بشدة" بمجموع 4 مفردة وبما نسبته 0.8%.

من خلال ما سبق، يمكن إرجاع تصريح الشباب الجامعي بالموافقة النسبية على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أتواضع مع الجميع" إلى إحساس الأفراد المبحوثين، بضرورة التقيد بأخلاق التواضع خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و"البعد عن التكبر والرفعة" لكونها من القيم السلبية في التفاعل والتواصل مع أفراد المجتمع عبر هذه المواقع، وحتى عند محاولات التدوين والنشر بضرورة الأخذ بعين الاعتبار التواضع الذي يجعل من جمهور المتابعين يستوعبون ما ينشره الفرد.

وفي هذا السياق نتفق في هذه النتيجة مع نتيجة الباحثة "بوقلوف سهام" التي أثبتت أن المبحوثين في دراستها يميلون لتأييد فكرة مساعدة موقع فايسبوك لهم على "التواضع في التعامل" حيث يوافق المبحوثون في دراستها بشدة على العبارة بما نسبته 45.5% ويليه بديل "موافق" بما نسبته 28.4%.

العبارة الثالثة عشر:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "احترام المرأة بصفة أكبر"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 236 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 45.4%، يليه بديل "محايد" بمجموع 88 مفردة وبما نسبته 16.8%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 86 مفردة

وبما نسبته 16.5%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 60 مفردة وبما نسبته 11.5%، وأخيراً نجد بديل "معارض" بمجموع 50 مفردة وبما نسبته 9.6%.

ويفسر خيار الموافقة النسبية لأفراد العينة على التأثير السلوكي الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "احترام المرأة بصفة أكبر"، بالعلم بضرورة التقيد بالأخلاق الحميدة التي يلتزم بها الفرد أو الشاب الجامعي المسلم عند ولوجه لمواقع التواصل الاجتماعي، مثل احترام المرأة، والالتزام بتعاليم الدين وقيم المجتمع عند التعامل معها، كالتواصل والتفاعل في حدود الأخلاق السليمة، ولكن هناك فئة لا بأس بها من الأفراد قد يعتقدون 4 مواقع التواصل الاجتماعي لا تضيف شيئاً لحياتهم وجود قيمة "احترام المرأة"، لأن احترامها في الواقع ما هو إلا انعكاس لضرورة احترامها أيضاً عبر هذه المواقع.

ولقد توصلت دراسة الباحث "بلال بو العام" إلى أنّ المبحوثين في دراسته يتجهون نحو الترويج لفكرة "أن الإسلام كفّل حقوق المرأة جميعاً"، بحيث إن رد فعل المبحوثين على بديل "موافق بشدة" تأتي فوق كل اعتبار بما نسبته 56.11%، وهذه النسبة بقدر ما توضح وعي الشباب الجامعي تعزيزاً لمكانة المرأة والرفع من شأنها على أي حل من الأحوال عبر وسائله بغض النظر عن وسائل العصر الحالي التكنولوجية خصوصاً، ويمكن أن ننظر إلى هذه الوسائل والتقنيات الحديثة بناءً على النتيجة التي توصلت إليها دراستنا كدعامات فقط للمساهمة عبر منابرنا في إذاعة وشيوع هذه القيمة.

العبارة الرابعة عشر:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنّ هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أسامح الجميع"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 230 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 44.2%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 119 مفردة وبما نسبته 22.9%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 88 مفردة وبما نسبته 16.9%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 66 وبنسبة 12.7%، ويليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 17 مفردة وبما نسبته 3.3%.

من خلال ما سبق، يمكن إرجاع تصريح الشباب الجامعي بالموافقة النسبية على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أسامح الجميع"، إلى أنّ التسامح من القيم العليا، التي تجعل من الفرد إذا تخاصم يتجاوز وينسى، ويمر على هفوات الآخرين مرور الكرام، وتعد هذه القيمة الاجتماعية بمثابة القاعدة المتينة التي تتبنى عليها العلاقات الإنسانية، ولقد حث عليها الدين الإسلامي مراراً وتكراراً وفي كثير من المحطات سواء في القرآن الكريم أو السنة النبوية الشريفة.

وفي هذا الصدد تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة كل من الباحثين "هميسي وحامدي" حول "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري"، بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي تعزز من قيمة "التسامح مع الآخرين" ما بين الشباب الجامعي، حيث تجلّى هذا في الموافقة النسبية للشباب حيث اختار 44.6% قيمة التسامح كقيمة اجتماعية تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إذاعتها ونشرها وتعزيزها في محيط الشباب.

كما توصلت في ذات سياق دراسة الباحثة "بوقلوف سهام" للتأكيد على النتيجة، عندما أشارت لخيار المبحوثين في دراستها على مساعدة موقع فيسبوك للمبحوثين على تعزيز قيمة التسامح والعطاء بحيث اختار أفراد العينة في دراستها بديل موافق بشدة على القيمة بما نسبته 33.5% وبديل موافق بما نسبته 30.3%.

العبارة الخامسة عشر:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أنّ هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أحسن الظن بالآخرين"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 232 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 44.6%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 121 مفردة وبما نسبته 23.3%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 76 مفردة وبما نسبته 14.6%، ثم يليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 46 مفردة وبما نسبته 8.8%، وأخيراً نجد بديل "معارض" بمجموع 45 مفردة وبما نسبته 8.7%.

ويفسر خيار الموافقة النسبية لأفراد العينة على التأثير السلوكي الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أحسن الظن بالآخرين"، إلى أنّ أفراد العينة من الشباب الجامعي يرجحون جانب الخير "حسن الظن" على جانب الشر "الشك"، بما يعزز من وجود "حسن الظن" كقيمة اجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نتيجة الفطرة الإنسانية السوية التي ترعرعت عليها المجتمعات المسلمة والعربية، وفي حقيقة الأمر يمكن أن تكون هذه المواقع كما يعتقد البعض مواقع لإذاعة "سلوك سوء الظن" كتشكيك البعض لعدم رد إخوانهم أو أصدقائهم عن الرسائل الشخصية في ما بينهم وغيرها.

ولقد توصلت دراسة الباحث "بلال بو العام" لإثبات اعتقاد الشباب الجامعي بأنهم من خلال ولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على الارتباط بقيمة "عدم الانتقاص من قدر الآخرين عبرها" بخيارهم لبديل "موافق" بما نسبته 29.49% وبديل "موافق بشدة" بما نسبته 23.74%.

العبارة السادسة عشر:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أزور الأقارب وأصلهم"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 276 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 53.1%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 111 مفردة وبما نسبته 21.3%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 91 مفردة وبما نسبته 17.5%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 33 وبما نسبته 6.3%، ويليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 9 مفردة وبما نسبته 1.7%.

من خلال ما سبق، وفي ضوء تصريح الشباب الجامعي بالموافقة النسبية على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أزور الأقارب وأصلهم"، وهذا راجع نوعاً ما من كون الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي يجعل من المبحوث يخصص وقتاً للتواصل العائلي بحيث يختصر مسافات الزمان والمكان، كما يساهم في تكوين ومصاحبة الأصدقاء الجدد "الواقعيين والافتراضيين"، وبالتالي توسيع دائرة المعارف والأصدقاء الذين يمكن تبادل الزيارات معهم في وقت لاحق.

ولقد تأكدت هذه النتيجة في ضوء دراسة الباحث "بلال بو العام"، حيث وقع خيار الشباب الجامعي في دراسته على بديل "موافق وموافق بشدة" بشكل متساوٍ وبما نسبته 30.21% على قيمة "شجعتك مواقع التواصل الاجتماعي على صلة رحمك"، في إشارة واضحة لأثر هذه المواقع الإيجابي في تقوية العلاقات الاجتماعية ما بين أفراد المجتمع.

العبارة السابعة عشر:

توضح النتائج المشار إليها في الجدول، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "ازداد حسي بالمسؤولية نحو الأبناء والإخوة"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 259 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 49.8%، ويليه بديل "موافق بشدة" بمجموع 110 مفردة وبما نسبته 21.2%، ويأتي بعده بديل "محايد" بمجموع 105 مفردة وبما نسبته 20.2%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 29 مفردة وبما نسبته 5.6%، وأخيراً نجد بديل "معارض بشدة" بمجموع 17 مفردة وبما نسبته 3.3%.

ويفسر خيار موافقة أفراد العينة على التأثير السلوكي الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "ازداد حسي بالمسؤولية نحو الأبناء والإخوة"، إلى أن حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومضامينها، يرفع كفاءة اكتساب بعض المهارات الاجتماعية، فقد تم توظيفها في هذا الجانب "للتربية والتعليم" مما يعزز من بروز أدوار التنشئة الاجتماعية وبما يحقق الترابط والتماسك الاجتماعي.

ولا يقتصر أثر هذه المواقع "بالمسؤولية المخولة للأباء" في التربية فقط، بل في المتابعة والمراقبة، من خلال النصح والإرشاد وتقنين الاستخدام وفقاً لعنصر الزمان خصوصاً، أي أن دور ومسؤوليات الرقابة الأبوية تزداد وتكبر مع التطور التكنولوجي الوافد والمستمر.

وفي هذا الصدد تصل دراسة الباحثين "هميسي وحامدي"، إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز من قيمة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية في وسط الشباب الجامعي، ويتضح ذلك في خيارهم لبديل الموافقة النسبية في هذه الدراسة بما نسبته 34.7% من إجابات المبحوثين، وهذا ما يعزز بالتأكيد على النتيجة التي توصلنا إليها في ذات السياق.

وفي هذا الصدد تصل دراسة الباحثة "نجلا سعود منير المرزوقي البقمي" والمعنونة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية"، إلى نتيجة فحواها أن عينة الدراسة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بدرجة كبيرة في تعزيز "قيم تحمل المسؤولية"، بحيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لهذا المحور والخاص بمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم تحمل المسؤولية "3.87"، والانحراف المعياري "0.755".

العبارة الثامنة عشر:

تفيد النتائج الموضحة في الجدول السابق، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أنتقد الآخرين بشكل موضوعي بناء"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بمجموع 240 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 46.2%، ويليه بديل "محايد" بمجموع 131 مفردة وبما نسبته 25.2%، ويأتي بعده بديل "موافق بشدة" بمجموع 79 مفردة وبما نسبته 15.2%، ثم يليه بديل "معارض" بمجموع 41 و وبما نسبته 7.9%، ويليه بديل "معارض بشدة" بمجموع 29 مفردة وبما نسبته 5.6%.

من خلال ما سبق، يمكن إرجاع تصريح الشباب الجامعي بالموافقة النسبية على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أنتقد الآخرين بشكل موضوعي بناء"، إلى أن فضاء مواقع التواصل الاجتماعي يخصص مساحة لا بأس بها لممارسة حقوق وحريات التعبير في إطار حدود وقوانين هذا المجتمع الافتراضي، وهذه المساحة توفر فرصة خصبة للشباب للتعبير والتنفيس عن الخواطر في شتى المواضيع في الحياة اليومية، وهذا ما جعل من الباحثين يطلقون عنها "صحافة المواطن أو الصحافة الشعبية"، بحيث أضحى بإمكان الشاب ممارسة الصحافة الحرة والمستقلة بأسلوبه ومضمونه، كالتعبير عن رفض بعض السياسات والممارسات في السياسات العمومية،... الخ

وفي دراسة للباحث "نجلاء الجمال" والمتعلقة بموضوع "دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب-دراسة تطبيقية على الشباب المصري"، تصل الدراسة إلى أن من بين 400 مفردة، اختار 130 مفردة وبما نسبته 32% لقيمة النقد البناء للآخرين من بين القيم التي اكتسبها الشباب نتيجة الاعتماد على الإنترنت كوسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين، وهذا ما يفسر تلك المساحات الشاسعة التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي لتعبير المستخدمين بحرية نسبية عن آراءهم وأفكارهم حول مواضيع مختلفة في شتى المجالات الاجتماعية.

كما توصلت الباحثة "وهيبة بشريف" لإثبات وجود علاقة وثيقة ما بين محتويات الإنترنت وتعزيز قيم "التفكير والنقد" بواقع الموافقة النسبية للمبحوثين في هذه الدراسة على بديل "موافق" بما نسبته 36.1%.

المحور الخامس: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

1. تحديد أكثر القيم الاجتماعية السلبية الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يتناول الجدول أدناه توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حول القيم الاجتماعية السلبية المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم تقسيم الآراء إلى خمسة مستويات تقييمية: "موافق بشدة"، "موافق"، "محايد"، "معارض"، و"معارض بشدة". حيث يهدف إلى تقديم نظرة شاملة حول مدى تأثير هذه القيم في المجتمع الرقمي، وتحديد مدى قبول أو رفض المستخدمين لها.

جدول (18): جدول يوضح نسب وتكرارات أكثر القيم الاجتماعية السلبية الرائجة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

البيانات البيانات	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		المجموع	
	النسبة النسبة	التكرار	النسبة النسبة	التكرار	النسبة النسبة	التكرار	النسبة النسبة	التكرار	النسبة النسبة	التكرار	النسبة النسبة	التكرار
1-الرياء وحب الظهور والشهرة	9.6%	50	6.7%	35	11.3%	59	42.3%	220	30%	156	100%	520
2-التنمر بكل أنواعه	11.9%	62	5.8%	30	8.5%	44	40.8%	212	33.1%	172	100%	520
3-التشجيع على عقوق والوالدين	21.7%	113	14.2%	74	27.7%	144	24%	125	12.3%	64	100%	520

100%	520	28.5%	148	35%	182	13.1%	68	6%	31	17.5%	91	4-تشجيع العلاقات غير السوية
100%	520	12.7%	66	28.3%	147	29.4%	153	16.5%	86	13.1%	68	5-إنكار الصداقات
100%	520	10.6%	55	34%	177	27.3%	142	16.7%	87	11.3%	59	6-عدم إعطاء حق الطريق
100%	520	29.2%	152	41.2%	214	9.2%	48	11%	57	9.4%	49	7-إهدار الوقت والعمل
100%	520	19.6%	102	29.4%	153	22.5%	117	12.5%	65	16%	83	8-الجبن (ضعف الشخصية)
100%	520	28.8%	150	38.1%	198	10%	52	6.5%	34	16.5%	86	9-الخيانة
100%	520	26.3%	137	40.2%	209	12.3%	64	05%	26	16.2%	84	10-الكذب
100%	520	22.9%	119	39.4%	205	15%	78	8.7%	45	14%	73	11-الأنانية
100%	520	29%	151	35.2%	183	13.3%	69	10.2%	53	12.3%	64	12-التفريق العنصري
100%	520	23.1%	120	41.3%	215	12.7%	66	8.1%	42	14.8%	77	13-التكبر
100%	520	29.8%	155	36.2%	188	12.5%	65	6.7%	35	14.8%	77	14-السب والشتن
100%	520	32.1%	167	33.5%	174	10%	52	7.3%	38	17.1%	89	15-الدياثة
100%	520	24.4%	127	37.7%	196	14.6%	76	10.2%	53	13.1%	68	16-النقد الهدام للآخرين
100%	520	13.7%	71	27.1%	141	25.4%	132	18.5%	96	15.4%	80	17-عدم تقديم النصيحة
100%	520	17.9%	93	28.8%	150	21.3%	111	16.3%	85	15.6%	81	18-العزلة ونبذ التعاون

العبارة الأولى:

نستشف من خلال نتائج الجدول أعلاه، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الرياء وحب الظهور"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق"

بمجموع 220 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 42.3%، ويليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 156 مفردة وبما نسبته 30%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 59 مفردة وبما نسبته 11.3%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 50 مفردة وبما نسبته 9.6%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 35 مفردة وبما نسبته 6.7%. وتوضح هذه النتائج، أنَّ أفراد العينة يعتقدون جليا بأن قيمة "الرياء وحب الظهور" بارزة ومتداولة نسبيا في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع هذا من كون هذه المواقع فتحت الباب للجميع للبروز الإعلامي، فالصورة أضحت وسيلة رمزية للشهرة بغض النظر عن المحتوى، فكثيرا ما يصادفنا في الواقع صناع المحتوى التافه، ويراهم البعض والأقلية بأنهم "مؤثرين"، لكن بحكم خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي، وكثرة المشاهدات والتفاعل أحيانا من قبل البعض، أضحي هؤلاء ذو قيمة وشأن رغم اتفاق الجميع، من كون هؤلاء الإمعة ذوي محتويات هابطة غرضهم الشهرة والبروز، ولو على حساب عواطف المتابعين.

ففي دراسة للباحثة "ليلى بن برغوث" والمعنونة بـ "الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي: بين الانتهاك والكشف الإرادي"، والتي نشرت سنة 2022 في المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، تؤكد نتائج دراسة الباحثة على أنَّ من بين أهم دوافع الأفراد في الإقدام على نشر حياتهم الخاصة عبر موقع فايسبوك نجد غرض تحقيق الشهرة بما نسبته 40.44% من إجابات المبحوثين، بحيث يفسر هذا ببحت البعض عن المحتويات التي تحدث الفارق بغض النظر عن نوعية وهدف المحتوى، وهذا ما يسمى عملياً بظاهرة "الترند"، من خلال تصدر الحدث والمواضيع في مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارة الثانية:

من خلال نتائج الجدول السابق، نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيم "التنمر بكل أنواعه"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 212 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 40.8%، ويليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 172 مفردة وبما نسبته 33.1%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 62 مفردة وبما نسبته 11.9%، ثم بديل "محايد" بمجموع 44 مفردة وبما نسبته 8.5%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 30 مفردة وبما نسبته 5.8%. وتوضح النتائج السابقة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون جليا، بأن قيمة "التنمر بكل أنواعه" متداولة نسبيا في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويفسر هذا لاتجاه الكثير من الشباب للخوض في مغامرات اجتماعية محفوفة بالمخاطر بعضها على القيم الاجتماعية وبعضها على ذاتهم، وما الظاهرة المسماة "بالميمز أو الميمات" إلا خير دليل على ذلك، فكم من شخص تعرض للسخرية والضحك بسبب سلوك تلقائي، فوجد

نفسه عرضة للسخرية المقيتة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل مجموعات أو صفحات متخصصة لهذا الغرض.

ولقد أكدت دراسة الباحثة "رميساء مساهل" الموسومة بـ"تأثير التمر الإلكتروني على سلوكيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي" المنشورة في مجلة الإعلام والمجتمع سنة 2024، بأنه من بين 100 مبحوث يعتقد 57 مبحوثاً وبما نسبته 57% أنهم كانوا عرضة لظاهرة التمر "أحياناً"، ثم يأتي خيار "أبداً" أي عدم تعرضهم للتمر بصفة نهائية وبما نسبته 27%، وهذا ما قد يؤثر إلى وصول هذه الظاهرة لمستويات عالية في الانتشار مما يشكل تحدياً على جميع الأصعدة الاجتماعية.

العبارة الثالثة:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة لا يعتقدون نسبياً أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيماً "تشجع على عقوق الوالدين"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "محايد" بمجموع 144 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 27.7%، يليها بديل "موافق" بمجموع 125 مفردة وبما نسبته 24%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 113 مفردة وبما نسبته 21.7%، ثم بديل "معارض" بمجموع 74 مفردة وبما نسبته 14.2%، وأخيراً بديل "موافق بشدة" بمجموع 64 مفردة وبما نسبته 12.3%.

ويمكن تفسير خيار أفراد العينة لبديل "محايد" أولاً، في ضوء معطيات النتيجة التي جاءت في المحور الرابع والمتعلق بـ"تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الإيجابية للشباب الجامعي"، بحيث توصلنا إلى أنَّ الشباب يعتقدون أنَّ مواقع التواصل تدعم وتعزز خيار "طاعة وبر الوالدين"، وهو ما تجسد في سلوكهم وبتصريحهم أيضاً، وبالتالي نجد بديل "محايد"، وهو قريب نسبياً أيضاً من بديل "معارض بشدة" وبديل "معارض" أيضاً على فرضية أنَّ هذه القيمة "عقوق الوالدين" غير متداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما.

وفي هذا السياق أثبتت دراسة الباحثة "بلوطي ریحانة" هذه النتيجة، بحيث توصلت في دراستها إلى عدم موافقة المبحوثين على العبارات التي تنص صراحة على "الإساءة للوالدين وعقوقهما وجحود خيرهما" بانحراف معياري مستدل في هذا الخصوص "الرفض" إذ بلغ "0.871".

العبارة الرابعة:

من خلال نتائج الجدول السابق، نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "تشجيع العلاقات غير السوية"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 182 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 35%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 148 مفردة وبما نسبته 28.5%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 91 مفردة وبما نسبته 17.5%، ثم بديل "محايد" بمجموع 68 مفردة وبما نسبته 13.1%، وأخيراً بديل "معارض" بمجموع 31 مفردة وبما نسبته 6%.

وتوضح النتائج السابقة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون جلياً، بأنَّ قيمة "التشجيع على إقامة العلاقات غير السوية" متداولة في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع هذا لنظرة الشباب من واقع استخدامهم لهذه المواقع لغرض التواصل والتفاعل والبحث عن العلاقات الجديدة، وهذا على الرغم من عدم تصريحهم بأنَّ الدافع من وراء ولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي لغاية إقامة العلاقات العاطفية في المحور الثاني من الدراسة كما سبق وأشرنا لاحتفاظهم بالقيم وعلى فرضية خوفهم من الانتقاد والضغوط المجتمعية وغيرها.

لكن الواقع يعكس أنَّ العلاقات العاطفية والعابرة، من بين أكثر المواضيع المطروحة عند الاقتران بولوج الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحت مظلة التواصل والتعارف وثنايا الدردشة، ولقد أوضحت النتائج الأمنية من خلال شرطة الجريمة الإلكترونية مراراً وتكراراً أنَّ العلاقات العاطفية بين الطرفين كثيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولا طالما تنتهي بجرائم مختلفة ذات صلة بالمعلوماتية مثل: الابتزاز والتحرش ونحوه.

ولقد توصلت دراسة الباحثة "هالة دغمان" إلى إنكار أفراد العينة في دراستها بأنَّ يكون استخدامهم لموقع "فيسبوك" كأحد أبرز مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي لغرض تكوين علاقات عاطفية وحميمية بحيث قدرت نسبة المبحوثين المستبعدة لهذا الخيار 54.50%، مقابل 21.60% يؤكدون أنَّ استخدامهم للموقع لغرض إقامة العلاقات الحميمة، ورغم إنكار الفئة الغالبة في الدراسة بالأرقام إلَّا أنَّه يجدر الإشارة بأنَّ هذا لا يسحب الحديث عن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي عامة لأغراض التعارف وإقامة العلاقات العاطفية.

العبارة الخامسة:

نستشف من خلال نتائج الجدول السالف الذكر، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة لا يعتقدون نسبياً أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "إنكار الصداقات"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل

"محايد" بمجموع 153 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 29.4%، ويليها بديل "موافق" بمجموع 147 مفردة وبما نسبته 28.3%، ثم يأتي بديل "معارض" بمجموع 86 مفردة وبما نسبته 16.5%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 68 مفردة وبما نسبته 13.1%، وأخيرا بديل "موافق بشدة" بمجموع 66 مفردة وبما نسبته 12.7%.

ويمكن تفسير خيار أفراد العينة لبديل "محايد"، في ضوء معطيات النتيجة التي جاءت في المحور الرابع، والمتعلقة بخيار "موافق" نسبيا بالنسبة لأفراد العينة على قيمة "ولوجهم لمواقع التواصل لغرض تمتين العلاقات مع الأصدقاء"، وهذا ما يفسر خيارهم الأخير بحيث إنّ الأصدقاء في الغالب يلجئون لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض اجتماعية وتواصلية مع أصدقاء الواقع والأصدقاء الافتراضيين لا غير.

ولقد أشارت دراسة الباحثة "ريحانة بلوطي" في دراستها إلى أنّ المبحوثين يرفضون العبارات التي تنص "على إنكار الصداقة ودمها" في ما يخص القيم المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يمكن الاستدلال عليه أيضا في خيارات المبحوثين للقيم الاجتماعية.

العبارة السادسة:

من خلال نتائج الجدول السابق، نستنتج أنّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "عدم إعطاء حق الطريق"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 177 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 34%، ويليها بديل "محايد" بمجموع 142 مفردة وبما نسبته 27.3%، ثم يأتي بديل "معارض" بمجموع 87 مفردة وبما نسبته 16.7%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 59 مفردة وبما نسبته 11.3%، وأخيرا بديل "موافق بشدة" بمجموع 55 مفردة وبما نسبته 10.6%. وتوضح النتائج السابقة الذكر، أنّ أفراد العينة يعتقدون جليا، بأنّ قيمة "عدم إعطاء حق الطريق"، متداولة نسبيا في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع هذا عموما لطغيان المحتويات والقيم والعادات الغربية في هذه الناحية، خصوصا وأنّ هذه التقنيات من صنعة الطرف الآخر، وبالتالي فالقيم الأخلاقية والاجتماعية المتعلقة بالمجتمع العربي والمسلم باتت قليلة نسبيا، مثل: عدم إعطاء حق الطريق، أو فسح الطريق، وهي متعلقة بأشياء عدة، مثل عدم غض البصر عن المنكرات، و التعرض لحياة الناس الخاصة، وكل هذه الصفات في حقيقة الأمر قد تجتمع في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما، وهي ليست من العادات والتقاليد والقيم الأصلية لمجتمعاتنا.

وفي هذا الصدد توصلت دراسة الباحثة "ريحانة بلوطي" إلى رفض أفراد العينة في دراستها للعبارات التي تشير إلى "عدم إعطاء حق الطريق"، والتي تندرج بشكل عام في إطار القيم الاجتماعية التي لها علاقة الفرد بمحيطه واستدلت الباحثة بمعدلات القبول المنخفضة جداً وفق معطيات المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

العبارة السابعة:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي لبروز قيمة "إهدار الوقت والعمل"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 214 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 41.2%، ويليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 152 مفردة وبما نسبته 29.2%، ثم يأتي بديل "معارض" بمجموع 57 مفردة وبما نسبته 11%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 49 مفردة وبما نسبته 9.4%، وأخيراً بديل "محايد" بمجموع 48 مفردة وبما نسبته 9.2%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بأنَّ محتويات مواقع التواصل الاجتماعي قائمة على قيمة "إهدار الوقت والعمل" نسبياً، ويمكن إرجاع هذا إلى النتائج سالفة الذكر في المحور الثاني حول "عادات وأنماط اللوج لمواقع التواصل الاجتماعي"، حيث أثبتت أنَّ ولوج الشباب الجامعي يستغرق أكثر من ساعتين من الزمن، ويشير هذا إلى الإدمان النسبي على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا أيضاً ما أشارت إليه دراسات اجتماعية ونفسية عدة في ذات السياق، وذلك على الرغم من إدراك المستخدم لقيمة الوقت الثمين، والذي حدثنا عنه الدين الإسلامي الحنيف، فكم من واجبات والتزامات جامعية لطلاب تضيع نتيجة هذا الإدمان، وكم من عمل تم تأجيله رغم أنَّ مثلنا الشعبي يقول: "لا تأجل عمل اليوم إلى الغد"، وبالتالي يعد إهدار الوقت قيمة سلبية وتبذير لفرصة حقيقية لتقديم أفضل ما يمكن أن يقدمه الفرد في حياته.

وفي هذا السياق توصلت دراسة الباحثة "هالة دغمان" إلى نتيجة فحواها أنَّ نسبة كبيرة من المبحوثين في دراستها قد أدى اللوج للموقع التواصل الاجتماعي "الفاسبوك" لإضعاف "قيمة احترام الوقت" بحيث بلغت نسبة المبحوثين لمؤيدين لهذه العبارة 46.80%.

العبارة الثامنة:

من خلال نتائج الجدول السابقة، نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الجبين أو ضعف الشخصية"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل

"موافق" بمجموع 153 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 29.4%، يليها بديل "محايد" بمجموع 117 مفردة وبما نسبته 22.5%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 102 مفردة وبما نسبته 19.6%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 83 مفردة وبما نسبته 16%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 65 مفردة وبما نسبته 12.5%.

وتوضح النتائج سابقة الذكر، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بأن قيمة "الجبن أو ضعف الشخصية" متداولة نسبيا في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويفسر هذا لطغيان الشخصية أو الهوية الافتراضية على الهوية الواقعية في التعامل عبر هذه المواقع، فقد تصل جرأة البعض الذي لا يستطيع المواجهة في الواقع المباشر، إلى الابتذال في سلوكه عبر هذه المواقع، من خلال الخوض في أشياء و مواضيع أكبر وأخطر، لا تعكس سلوكه الذي قد يبدو في الواقع الاجتماعي، ونتيجة هذا التضارب فنحن نتحدث عن سلوك فرد او شاب يلج مواقع التواصل الاجتماعي من منطلق ضعف للشخصية.

ويمكن ربط هذا السلوك "ضعف الشخصية" بتقشي مظاهر وقيم اجتماعية سلبية أخرى مثل: التتمر، وفي هذا الصدد أشارت دراسة الباحث "عبد النور لعلام" والباحثة "ميسه بوعلام" سنة 2023، الموسومة بـ "عوامل التتمر السيبراني في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة بالوسط الجامعي، إلى أنَّ معظم المبحوثين في هذه الدراسة يعتقدون أن ضعف شخصية بعض الطلبة تؤدي بهم للتتمر في موقع فيسبوك على الطلبة المتفوقين خصوصا، وبما نسبته 57.5% من إجمالي المبحوثين.

العبارة التاسعة:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الخيانة"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 198 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 38.1%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 150 مفردة وبما نسبته 28.8%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 86 مفردة وبما نسبته 16.5%، ثم بديل "محايد" بمجموع 52 مفردة وبما نسبته 10%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 34 مفردة و بما نسبته 6.5%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، أنَّ أفراد العينة يعتقدون جلياً بأنَّ قيمة "الخيانة"، متداولة نسبيا في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، وللأسف هذه الظاهرة ترتفع نسبيا مع مرور الوقت، بحيث إنَّ الخيانة أنواع، منها خيانة الأمانة، خيانة الصديق لصديقه، الخيانة الزوجية وغيره، وهي بدورها من القيم المستوردة أو الوافدة، مثلما تحدث منظور الحتمية القيمية في الإعلام، بحيث أفرزت الثقافة الغربية من خلال

سيناريوهاتها ومحتوياتها الرقمية من قيم دخيلة، أثرت في مجتمعاتنا وشبابنا، مثل: كسر حواجز التواصل المباشر ما بين الجنسين، من خلال الدردشة والتواصل الاجتماعي، وخاصة إرسال الصور ونحوه، وما القضايا المطروحة يومنا هذا في أروقة المحاكم حول الخيانة "الأمانة والزوجية" عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلا نموذج مصغر على ذلك.

وفي هذا السياق يمكننا استحضار أهم الأرقام والإحصائيات المسجلة في الدوائر الحكومية في عدد من البلدان، إذ نجد من بينها على سبيل المثال: تلك النسب التي سجلت بالمملكة العربية السعودية والمتعلقة بأثر شبكة الإنترنت على ارتفاع ظاهرة الطلاق بالمملكة، بحيث تم إحصاء حوالي 24% من حالات الطلاق الناجمة عن سوء استخدام الإنترنت من قبل الأزواج "الدردشة والتعارف".

وفي المملكة المتحدة حسب دراسة لمكتب المحاماة "سلاتر اند غوردون" حول مدى التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الزوجية، أنّ حالات الطلاق بشكل أساسي كان خلفها إما الفايسبوك أو تويتر خاصة، بحيث أنّه من بين 7 حالات طلاق يقف وراءها موقع فيسبوك في ارتكاب فعل الخيانة من قبل أحد الزوجين عن طريق تبادل الصور والدردشة باستخدام هويات افتراضية مستعارة قد تؤدي بالمستخدم من الخيانة الرقمية إلى الخيانة الواقعية. (سيد علي، نايت، 2023، ص67)

العبارة العاشرة:

من خلال نتائج الجدول السابق، نستنتج أنّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيم "الكذب"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 209 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 40.2%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 137 مفردة وبما نسبته 26.3%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 84 مفردة وبما نسبته 16.2%، ثم بديل "محايد" بمجموع 64 مفردة وبما نسبته 12.3%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 26 مفردة وبما نسبته 5%.

وتوضح النتائج السالفة الذكر، أنّ أفراد العينة يعتقدون، بأنّ قيمة "الكذب" متداولة نسبيا في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويفسر هذا لكثرة المحتويات الهابطة والتافهة أحيانا، وطغيان مقالب الكاميرا الخفية، والأسلوب الهزلي و السخرية، ولقد ساهمت جميع المؤثرات والتطبيقات المختلفة التي برزت مؤخراً خصوصا تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في انتشار الظاهرة، بحيث أتاحت إمكانية صناعة محتوى دون حدود أخلاقية معينة، فكثيرا ما تصادفنا فيديوهات عن كلام رئيس غربي بالعربية ليتضح أنها خدعة تمت قولبتها بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

وفي هذا الصدد توصلت دراسة الباحثة "وهيبة بشريف" لإثبات أن شبكة الإنترنت تعلم المرء الكذب، بناءً على إجابات المبحوثين، بحيث اختار المبحوثون بالدرجة الأولى نسبياً بديل "موافق" بما نسبته 20.8% من بين إجابات المبحوثين.

العبارة الحادية عشر:

من خلال نتائج الجدول السابق، نستنتج أن الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الأنانية"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 205 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 39.4%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 119 مفردة وبما نسبته 22.9%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 78 مفردة وبما نسبته 15%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 73 مفردة وبما نسبته 14%، وأخيراً بديل "معارض" بمجموع 45 مفردة وبما نسبته 8.7%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، أن أفراد العينة يعتقدون بأن قيمة "الأنانية"، متداولة نسبياً في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويفسر هذا في إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الظاهرة الدخيلة، والمتمثلة أساساً في مظاهر "حب الذات والمصلحة الشخصية قبل كل شيء"، والتي عززها الفكر الغربي البرغماتي و العولمة التقنية، بحيث تعدّ من القيم والمظاهر السلبية، التي لا تمت بالصلة لأخلاق وقيم الأفراد والمجتمعات المسلمة، فلقد ترعرع الفرد المسلم والمؤمن النقي على مفهوم: "المصلحة العامة، قبل مصلحة الفرد"، وغير ذلك فهو من المفاهيم الدخيلة على قيم الفرد الذي يسعى للحفاظ على قيم مجتمعه التي ترعرع عليها.

وللإشارة بعد تفحص عدد من الدراسات والإلمام الجزئي بالإحصائيات، يمكن أن نعتبر نسبياً أن رؤية المبحوثين في دراستنا توضح اتفاق جماعي نسبي على تداولية الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الاستفسار الشخصي للأفراد من شأنه أن يعكس أن الأفراد قد لا يصرحون بهذا لعدة اعتبارات نفسية واجتماعية، وفي هذا السياق وجدنا في دراستي كل من الباحثتين "ريحانة بلوطي" و "سهام بوقلوف" اتفاقاً بأن المبحوثين في كلتا الدراستين لا يوافقون على اتجاههم نحو الأنانية وحب الذات والمصلحة الشخصية أولاً، بحيث نجد مثلاً نسبة الراضين لهذا الخيار في دراسة "سهام بوقلوف" ما نسبته 39.3% لا يوافق و ما نسبته 30.5% لا يوافق بشدة.

العبارة الثانية عشر:

نستشف من خلال نتائج الجدول السالف الذكر، أنّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "التفريق العنصري"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 183 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 35.2%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 151 مفردة وبما نسبته 29%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 69 مفردة وبما نسبته 13.3%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 64 مفردة وبما نسبته 12.3%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 53 مفردة وبما نسبته 10.2%.

وتوضح النتائج السابقة، أنّ أفراد العينة يعتقدون بأنّ قيمة "التفريق العنصري" متداولة نسبيا في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، وتعد هذه القيمة من القيم الدخيلة أيضا، والتي تعززت بفعل دخول التكنولوجيات الغربية حيز الخدمة في المجتمعات المستهلكة، بحيث يقام التفريق في تلك البلدان على أساس "اللون والعرق والجنس"، وهي من القيم الشائنة، والتي تقطن إليها الغرب متأخراً، بحيث تسعى حالياً إدارة مواقع التواصل الاجتماعي لمحاربة هذه الظاهرة، والتي أخذت تكبر بوتيرة متسارعة حتى في مجتمعاتنا للأسف، فكثيراً ما نشاهد فيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي لأطفال أفارقة يقومون بالتسول، ويتعرضون للإبتزاز من قبل بعض الأفراد، أو أنّ يتم تعنيف أشخاص بسبب انتماءهم الديني مثل: تصوير مشاهد عن أذية البوذيين لأقلية الروهينغا المسلمة وغيرها من مظاهر العنصرية.

وكثيراً ما يرتبط موضوع التفريق العنصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتنامي خطاب الكراهية، وفي هذا الصدد نجد دراسة كل من الباحثة "خديجة بريك" و الباحثة "آية حيدوسي" في موضوع دراستهما سنة 2022 و المعنونة بـ "خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الشباب الجزائري" بحيث يرى ما نسبته 55.29% من المبحوثين في الدراسة الميدانية التي شملت 472 مبحوثاً من الشباب الجزائري بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بنسبة كبيرة في نشر خطاب الكراهية، وهذه النتيجة تتسجم في حقيقة الأمر مع النتيجة التي توصلت إليها دراستنا، والتي توضح انتشار معالم قيم تتعلق بـ"التفريق العنصري".

العبارة الثالثة عشر:

من خلال نتائج الجدول السابق، نستنتج أنّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "التكبر"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 215

مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 41.3%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 120 مفردة وبما نسبته 23.1%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 77 مفردة وبما نسبته 14.8%، ثم بديل "محايد" بمجموع 66 مفردة وبما نسبته 12.7%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 42 مفردة وبما نسبته 8.1%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بأنَّ قيمة "التكبر"، متداولة نسبيا في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي، ويفسر هذا بـ "الرفعة" وبروز مظاهر تولد فجوة ما بين طرف وطرف آخر، فأخذت الصورة والفيديو في جعل البعض يتكبرون ويتعالون على غيرهم من البشر بشكل مقصود أو غير مقصود، ومثال ذلك: للأسف أنَّ يقوم شاب أو أي شخص بتصوير موائد الطعام ممثلة بالخيرات، ومشاركتها مع الأصدقاء الواقعيين والافتراضيين بدون قصد، علما أنَّ هناك من يرى ويشاهد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الفقراء والمعوزين، أو تصوير جزئيات الحياة الخاصة من خلال صور توضح الترف والبذخ ونحوه، وفي هذا الصدد نستحضر بكل حسرة قول نبينا محمد صلى الله عليه وسلم: "ما نقص مال من صدقة، وما زاد الله عبداً بعفوٍ إلا عزاً، وما تواضع أحد لله إلا رفعه الله." (صحيح مسلم: رقم 2588)

وفي هذا السياق توصل الباحث "بلال بو العام" إلى أنَّ المبحوثين في دراسته لا يعتقدون نسبيا بأنهم يتجهون بأن يكونوا متواضعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث اختار المبحوثون بديل "معارض بشدة" أولاً بما نسبته 29.49%، ثم بديل "معارض" بما نسبته 21.58%، وتوضح هذه النتيجة أنَّ المبحوثين في هذه الدراسة لا يرون أنَّهم متواضعين نسبيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفق النتيجة، كما قد تعني هذه النتيجة أنهم يرون أنَّ سلوك الرفعة قد يكون الخيار لتفادي مظاهر وقيم سلبية أخرى كاللتمتر وغيره.

العبارة الرابعة عشر:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق الذكر (الصفحة: 172-173)، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "السب والشتم"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 188 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 36.2%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 155 مفردة وبما نسبته 29.8%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 77 مفردة وبما نسبته 14.8%، ثم بديل "محايد" بمجموع 65 مفردة وبما نسبته 12.5%، وأخيرا بديل "معارض" بمجموع 35 مفردة وبما نسبته 6.7%.

وتوضح النتائج السابقة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بأنَّ قيمة "السب والشتم" متداولة نسبياً في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع هذا لتدني مستوى ومحتوى بعض الأفراد ذوي المحتويات التافهة، فكثيراً ما تمر منشورات أو صور أو فيديوهات فيها من الشتائم والسباب ما يفوق الخيال، وللأسف إدارة مواقع التواصل الاجتماعي لا تقوم بحضرهم إلا عند إجراءات التبليغ الجماعي، وهي من القيم الدخيلة فعلاً، فالمؤمن لا يسبُّ ولا يقول الفحش، وللأسف الشديد ترى بعض ضعفاء النفس يتفاعلون مع هذه المحتويات بالرفع من مستويات المشاهدة فيها، بما يؤدي لبروزها أكثر تبعاً لخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي.

ولقد أثبتت دراسة الباحث "بلال بو العام" أنَّ أفراد العينة في دراسته يميلون إلى خيار "الموافقة النسبية" على اعتبار أنَّ الجرأة في الكلام الفاضح عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقاحة، بحيث كانت النسبة المئوية لخيار المبحوثين لهذا البديل 50.4%، وهذا ما يمكن الاستدلال به على خيار المبحوثين في دراستنا بناءً على اعتقادهم بأن مثل هذه المحتويات رائجة على كل حال من الأحوال.

العبارة الخامسة عشر:

من خلال نتائج الجدول السابق (الصفحة: 172-173)، نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيم متعلقة "الديانة"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 174 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 33.5%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 167 مفردة وبما نسبته 32.1%، ثم يأتي بديل "معارض بشدة" بمجموع 89 مفردة وبما نسبته 17.1%، ثم بديل "محايد" بمجموع 52 مفردة وبما نسبته 10%، وأخيراً بديل "معارض" بمجموع 38 مفردة وبما نسبته 7.3%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بالموافقة النسبية، بأن قيمة "الديانة" متداولة نسبياً في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي، ويفسر هذا بانتشار معالم صناعة الغرب، ورغبتهم في إبادة القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمعات المسلمة، تحت مسميات "التحرر الفكري والنهضة الفكرية وتحرر المرأة"، بحيث يعملون على دعم ظاهرة تحرر المرأة، وكشف الواقع أنَّ دعوهم ماهي إلا دعوى لحضور المرأة جسداً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي المقابل إقناع الطرف الآخر سواءً أكان زوجاً أو أباً أو حتى أختاً بأنَّ هذا التحرر هو من مقتضيات الحياة البشرية والحضارية، وفي المقابل تعمل إدارة هذه المواقع على تشجيع محتويات الرقص والعري مقابل وعود بالحصول على أموال نظير المشاهدات ونحوه، وكلُّ هذا

يعمل على قتل الضمير الحي والعزة والحرمة والغيرة، وكلّها مفاهيم وُلِدَتْ مع الفرد المسلم، والتي من الصعب بمكان أن يتجرع فقدانها بسهولة.

ولقد فرض الواقع الجديد مخاطر جمة على الكيان الأسري، بما فيه العلاقات الزوجية بحيث كشفت دراسة للباحث "سحر هاشم عز الدين عطية" سنة 2023 والمعنونة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الزوجية: دراسة ميدانية على عينة من الأزواج في مدينة سوهاج"، أن هناك بعض الأزواج يقومون بنشر حياتهم الخاصة وأسرارهم الزوجية، والأخطر من ذلك أن الدراسة كشفت أن التأثيرات التقنية لهذه الوسائل مست جميع جوانب الحياة الزوجية، فما كان يتداوله ويتناوله الأزواج في وسط ضيق داخل الأسرة ووراء الجدران، أضحي اليوم يتم عبر هذه المواقع وعبر مجموعات وصفحاتها، وهو ما كشف عنه بالضبط بعض المبحوثون في الدراسة، وهذا ما يدعو للتشكيك في قدرة تأثير هذه المواقع وصناع المحتوى عبرها على القيم الاجتماعية والأسرية الأصيلة عموماً.

العبارة السادسة عشر:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق (الصفحة: 172-173)، أن الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيماً قائمة على "النقد الهدام للآخرين"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 196 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 37.7%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 127 مفردة وبما نسبته 24.4%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 76 مفردة وبما نسبته 14.6%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 68 مفردة وبما نسبته 13.1%، وأخيراً بديل "معارض" بمجموع 53 مفردة وبما نسبته 10.2%.

وتوضح النتائج السابقة، أن أفراد العينة يعتقدون بأن قيمة "النقد الهدام للآخرين" متداولة نسبياً في محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويرتبط هذا بمظاهر عدة طغت على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، من بينها كما أسلفنا الذكر في محطات سابقة انتشار "محتويات الميمات memes" والتي تدعو وتحرض على السخرية والتهكم من الآخرين، بحكم قيامهم بسلوكيات أو أفعال قد تكون تلقائية فيتم تصويرهم أو النقاط مشاهد لهم، وتعديلها بواسطة برمجيات ومؤثرات ومشاركاتها على نطاق واسع شاملة نقد الآخرين بطريقة ساخرة، وهذا ما يبرز قيم غير سوية ليست من صفات مجتمعاتنا.

وفي هذا الصدد يمكن أن نستجلي نتيجة جوهرية بحيث إن مواقع التواصل الاجتماعي بقدر ما توفر مساحات للنقد والتفكير البناء وتقبل الرأي الآخر مثلما أكدت بعض الدراسات مثل: دراسة "سهام بوقلوف"

ودراسة "هالة دغمان"، فهي تعد مناخا خصبا لتوجيه سهام النقد الهدام خاصة من خلال "محتويات الميمات" تحت غطاء حرية التعبير والرأي.

العبارة السابعة عشر:

من خلال نتائج الجدول السالف الذكر (الصفحة: 172-173)، نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيما قائمة على "عدم تقديم النصيحة"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 141 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 27.1%، ويليهما بديل "محايد" بمجموع 132 مفردة وبما نسبته 25.4%، ثم يأتي بديل "معارض" بمجموع 96 مفردة وبما نسبته 18.5%، ثم بديل "معارض بشدة" بمجموع 80 مفردة وبما نسبته 15.4%، وأخيرا بديل "موافق بشدة" بمجموع 71 مفردة وبما نسبته 13.7%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بالموافقة بشكل محدود بأن قيم "عدم تقديم النصيحة"، متداولة في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي، ورغم هذه النتيجة، وبالنظر لخطوات التحليل في المحاور السابقة، يمكن القول بأنَّ النتيجة متقاربة جداً من التصريح ببديل "محايد" وحتى من بديل "معارض" نسبيا، لأن الواقع الذي تشكل في مخيلتنا أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في جهود نقل المعلومة "النصيحة" ما بين أفراد المجتمع سواء لغاية تغيير السلوك أو تعديله.

وفي هذا السياق توصلت دراسة الباحثة "ريحانة بلوطي" من خلال أفراد العينة في دراستها، إلى نتيجة جوهرية مفادها أنَّ المبحوثين يرفضون نسبيا فكرة أنَّ تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بِحَثِّهم على "السكوت على تقديم النصيحة".

العبارة الثامنة عشر:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق (الصفحة: 172-173)، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيماً قائمة على "العزلة ونبذ التعاون"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 150 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 28.8%، ويليهما بديل "محايد" بمجموع 111 مفردة وبما نسبته 21.3%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 93 مفردة وبما نسبته 17.9%، ثم بديل "معارض" بمجموع 85 مفردة وبما نسبته 16.3%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 81 مفردة وبما نسبته 15.6%.

وتشير النتائج سالفة الذكر، إلى أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم نسبيا في عزلة الأفراد عن بعضهم البعض، وذلك على الرغم من تواصلهم كأفراد عن طريق هذه التقنيات، وبالفعل فقد ربطت دراسات عدة ما بين العزلة النفسية وقلة التواصل الأسري خصوصا في ظل الولوج المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، ولو نتحصص جيدا أثر هذه العزلة على حياة الأفراد في الواقع، فقد نجدها تنعكس على شتى المجالات، ومن بينها على التعاون والتكافل الاجتماعيين، لكون الفرد المنعزل لا يرغب في مد يد العون للجميع لرغبته في الوحدة، ولو على حساب حياته الخاصة، فضلا عن إهدار قيمة الوقت والعمل من كونها من القيم الاجتماعية.

وفي هذا الخصوص، لقد توصلت دراسة الباحثة "هالة دغمان" إلى أنَّ مانسبته 27.80% من المبحوثين في دراستها يصرحون بواقعية بأنَّ موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، ساهم في انعزالهم عن الآخرين بناءً على اشتراكهم في العالم الافتراضي بكل جزئياته وتحليلاته.

2. ردود الفعل التعبيرية على القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

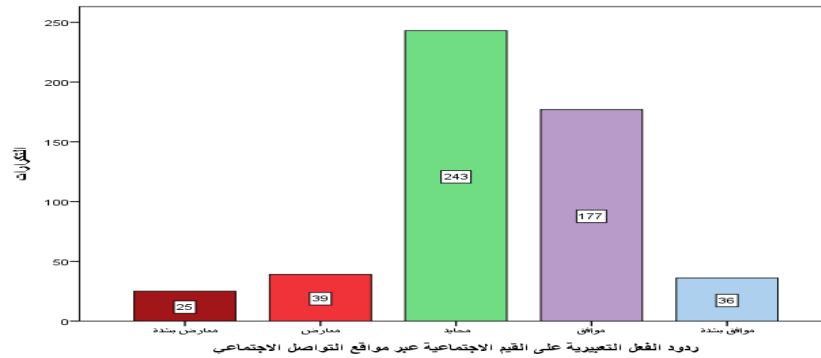
يعكس الجدول أدناه توزيع نسب وتكرارات ردود الفعل التعبيرية على مضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة. ومن خلال هذا التوزيع، يمكن فهم كيفية تفاعل الأفراد مع المضامين ذات الطابع الاجتماعي، سواء بالتأييد أو بالرفض.

جدول (19): تكرارات ردود الفعل التعبيرية على مضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرارات	النسبة المئوية
معارض بشدة	25	4.8%
معارض	39	7.5%
محايد	243	46.7%
موافق	177	34.1%
موافق بشدة	36	6.9%
المجموع	520	100%

فيما يُوضح الشكل الموالي توزيع تكرارات ردود الفعل التعبيرية على مضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

شكل (13): تكرارات ردود الفعل التعبيرية على مضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.



من خلال النتائج المدونة في الجدول والشكل رقم (21) أعلاه، يتضح لنا أنَّ أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، أجابوا على خيارات مشاركتهم ردود فعلهم التعبيرية تُجاء القيم الاجتماعية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منطلق خيارهم لبديل "محايد" بالدرجة الأولى بمجموع 243 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 46.7%، ويليهما بديل "موافق" بمجموع 177 مفردة وبما نسبته 34.1%، ثم يأتي بديل "معارض" بمجموع 39 مفردة وبما نسبته 7.5%، ثم بديل "موافق بشدة" بمجموع 36 مفردة وبما نسبته 6.9%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 25 مفردة وبما نسبته 4.8%.

ويمكن إرجاع خيار أفراد العينة لبديل "محايد" في ما يخص ردود فعلهم تُجاء القيم الاجتماعية الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلى الرغبة في عدم التصريح بـ "ردة فعلهم" تُجاء هذه الرسائل والقيم نسبيا، ولكن من خلال المعطيات الموجودة في الجدول يمكن النظر لإجابات المبحوثين، وعدم إهمال خيارهم لبديل "موافق" كأقرب خيار لبديل "محايد"، ويعزز هذا الخيار الثاني من فرضية التفاعل النسبي مع الرسائل والمضامين القيمية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولو بصفة نسبية، بحيث إنَّ ردود الفعل هذه تكون من منطلقات وأسس فردية واجتماعية تتمثل في المخزونات القيمية التي نجدها عند كل فرد، والتي تجعل من ردة فعله تُجاء القيم المتداولة عبر هذه المواقع تبرز في شكل من أشكال التفاعل مثل: استخدام رموز الإيموجي، أو التعليق، أو مشاركة المضامين وغيره.

3. أنماط التفاعل مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي":

يستعرض الجدول التالي توزيع نسب وتكرارات أنماط التفاعل مع المنشورات التي تحتوي على القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي". حيث يعكس هذا الجدول كيفية تفاعل المستخدمين مع

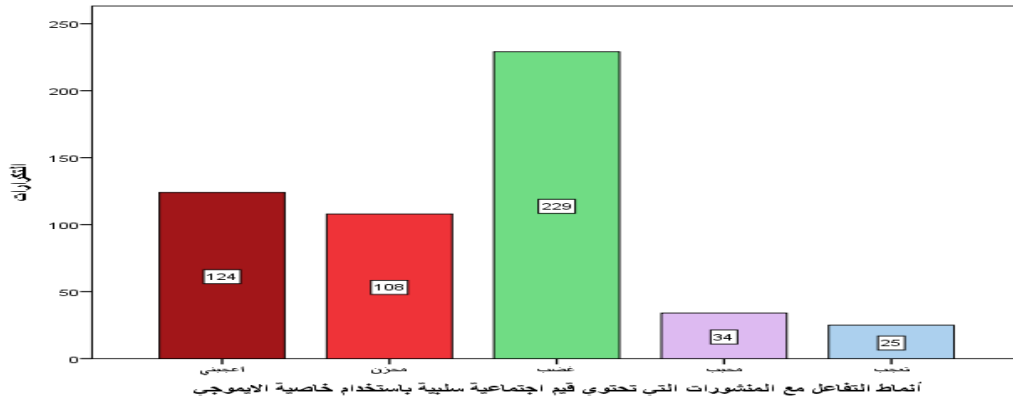
هذه المنشورات عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال خمسة أشكال تعبيرية مختلفة، مثل "أعجبي"، "محزن"، "غضب"، "محبب"، و"تعجب". ويساهم هذا التحليل في فهم ردود فعل الأفراد تجاه القيم السلبية التي يتم نشرها على الإنترنت وكيفية تفاعلهم مع هذه الأنماط من المحتوى.

جدول (20): تكرارات ونسب أنماط التفاعل مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي".

أشكال التفاعل	التكرارات	النسبة المئوية
أعجبي	124	23.8%
محزن	108	20.8%
غضب	229	44%
محبب	34	6.5%
تعجب	25	4.8%
المجموع	520	100%

فيما يوضح الشكل الموالي توزيع تكرارات أنماط التفاعل مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي".

الشكل (14): تكرارات ونسب أنماط التفاعل مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية باستخدام خاصية "الإيموجي".



تشير النتائج المدونة أعلاه، إلى أنَّ أفراد الدراسة من الشباب الجامعي يتفاعلون مع رسائل القيم الاجتماعية السلبية باستخدام رموز "الإيموجي"، باستخدام رمز "أعجبي" أولاً بمجموع 229 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 44%، ثم يليه رمز "أعجبي" بمجموع 124 مفردة وبما نسبته 23.8%، ثم يليه أيضاً رمز "أحزني" بمجموع 108 مفردة بما نسبته 20.8%، كما يأتي بعده رمز "أحببته" بمجموع 34 مفردة بما نسبته 6.5%، وأخيراً رمز "تعجب" بمجموع 25 مفردة بما نسبته 4.8%.

ويفسر تفاعل أفراد العينة بتوظيف رمز "أغضبني" بالدرجة الأولى، إلى رد الفعل بالعصبية والغضب من القيم السلبية التي يتعرض لها المبحوثون، وهذا ما يؤكد أنّ في هذه الرسائل القيمة السلبية تستفز مشاعرهم و مختزناتهم القيمة القلبية، التي تكونت منذ نعومة أظافرهم، بحيث إنّ رمز "أغضبني" يشير للحركية وعدم السكون والثبات، ويشير لطلب التغيير والتعديل من هذه السلوكيات والمضامين القيمة.

ويمكن أنّ نفسر هذه المختزنات القيمة التي نتحدث عنها بالموازاة مع مجاورة قناعة الدكتور "نصر الدين العياضي"، الذي يعتقد أنّ الاتصال الضمني يؤثر على استخدام الشباب لظاهرة الإيموجي، حينما ربطها من وجهة نظره بالتعقيد نظرا لتعاملهم مع أبجديات الإيموجي التي تختزل سبل الاتصال وتدفع المجتمع الجزائري عموما نحو بعث الاتصال الشفوي. (العياضي، 2022، ص ص 19-20)

وفي هذا السياق لا يسعنا الحكم بشكل دقيق جدا عن الرسائل التي يود أن يوصلها عامة الشباب حيال القيم، لأنّ "علامات وأنماط الإيموجي" ليست أبلغ من الرسالة، وهذا ما اتضح في سؤال مفتوح لعينة الدراسة حول وجهة نظرهم حيال سبل مواجهة تداولية القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث وجدنا صعوبة في الإلمام بوجهات النظر نوعا ما لمشاكل تقنية بحتة تتعلق أساسا بمشكلة اللغة.

4. أنماط تفاعل أفراد عينة الدراسة مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية:

يستعرض الجدول أدناه كيفية تفاعل أفراد عينة الدراسة مع المنشورات التي تحتوي على القيم الاجتماعية السلبية عبر منصات التواصل الاجتماعي. حيث يوضح الجدول توزيع نسب وتكرارات الأفعال المختلفة التي يقوم بها المستخدمون عند مواجهتهم لهذه المنشورات، مثل: تمرير المنشور دون أهمية، المشاهدة فقط، التعليق، المشاركة للتهكم، وحذف المنشور. حيث يساعد هذا التحليل في فهم سلوكيات المستخدمين تجاه المحتوى السلبي وكيفية استجابتهم له في البيئة الرقمية.

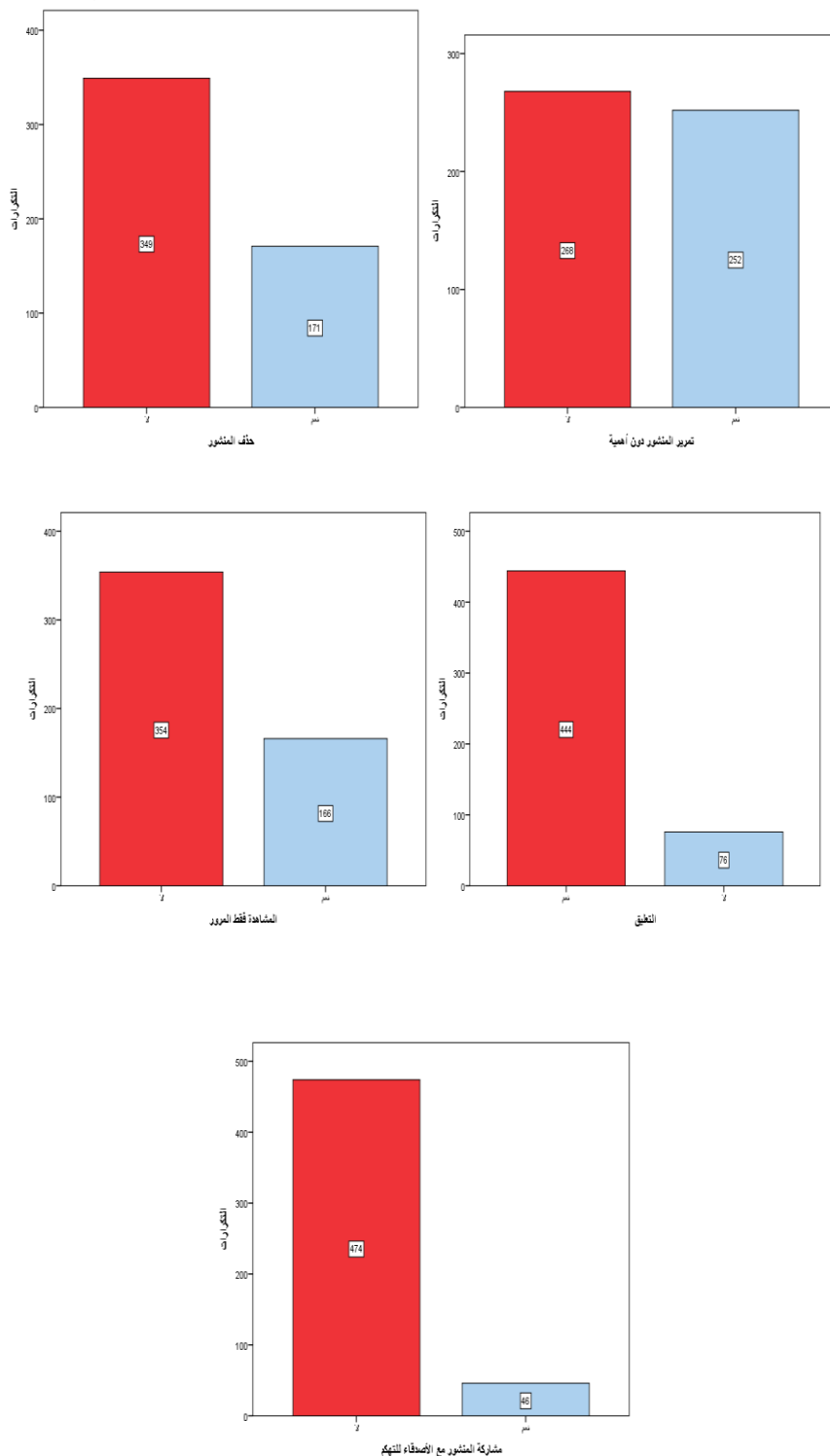
جدول (21): تكرارات ونسب أنماط تفاعل أفراد عينة الدراسة مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية

السلبية

المجموع		نعم		لا		كيفية التفاعل مع المنشورات التي تحتوي على القيم الاجتماعية السلبية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	520	48.5%	252	51.5%	268	تمرير المنشور دون أهمية
100%	520	31.9%	166	68.1%	354	المشاهدة فقط والمرور
100%	520	14.6%	76	85.4%	444	التعليق

100%	520	8.8%	46	91.2%	474	مشاركة المنشور مع الأصدقاء للتهم
100%	520	32.9%	171	67.1%	349	حذف المنشور

الشكل (15): تكرارات أنماط تفاعل أفراد عينة الدّراسة مع المنشورات ذات القيم الاجتماعية السلبية.



توضح النتائج المدونة في الجدول أعلاه، أنَّ أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع منشورات ورسائل القيم الاجتماعية السلبية، من خلال "تمرير المنشور دون أهمية" بالدرجة الأولى، بحيث وافق على هذا الخيار مجموع 252 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 48.5%، في حين لم يوافق على هذا الخيار 268 مفردة بما نسبته 51.5%، ثم يليه خيار "حذف المنشور" بمجموع 171 مفردة وبما نسبته 32.9%، أمَّا الذين لا يوافقون على هذا الخيار فمجموعهم 349 مفردة بما نسبته 67.1%، ثم يليه خيار "المشاهدة فقط والممرور" بمجموع 166 مفردة وبما نسبته 31.9%، أمَّا الذين لا يوافقون على هذا الخيار فمجموعهم 354 مفردة بما نسبته 68.1%، ثم يأتي خيار "التعليق" بمجموع 76 مفردة وبما نسبته 14.6%، أمَّا الذين لا يوافقون على هذا الخيار 444 بما نسبته 85.4%، ثم أخيراً خيار "مشاركة المنشور مع الأصدقاء للتهكم" بمجموع 46 بما نسبته 8.8%، أمَّا الذين لا يوافقون على هذا الخيار 474 مفردة بما نسبته 91.2%.

ويفسر خيار أفراد العينة لـ "تمرير المنشور" بالدرجة الأولى إلى عدم إعطاء الأهمية لرسائل ومضامين القيم الاجتماعية السلبية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يجعلهم غير معنيين بالتعرض لمحتوياتها السلبية أيًا كانت، وهذا ما يمكن أن يجعل فئة الشباب الجامعي أقل من أقرانهم من عامة الشباب في التعرض للتأثيرات السلبية الراجعة للقيم السلبية نسبياً.

في حين نجد فئة أخرى من المبحوثين، ترى أنه لا يمكن "مشاهدة المنشور أو الرسالة المتعلقة بالقيم الاجتماعية السلبية"، وأنَّ الخيار الأجدر هو "حذف المنشور" بالأساس، وهذا ما يجعل من فئة الشباب الجامعي على دراية تامة بالمخاطر الفكرية للقيم والمضامين السلبية، مع العلم بكيفية التعامل معها في حال التعرض لها بدون قصد.

وعلى خلاف النتيجة الأخيرة التي نصل إليها في دراستنا، تتوصل دراسة الباحثة "ريحانة بلوطي" بناءً على عينة دراستها، إلى أنَّ المبحوثين في هذا الصدد يفضلون التفاعل حيال القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليق عليها ومحاولة تصحيح السلوك أولاً بما نسبته 49.1%، ويليهما محاولة تقديم البدائل والحلول بما نسبته 30.7%، ثم يليها القراءة والتجاهل بما نسبته 18.1%، ثم طرحها كقضايا للنقاش مع الأصدقاء بنسبة 1.9%، أمَّا أخرى فكانت بما نسبته 0.3%.

5. كيفية التعليق على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية:

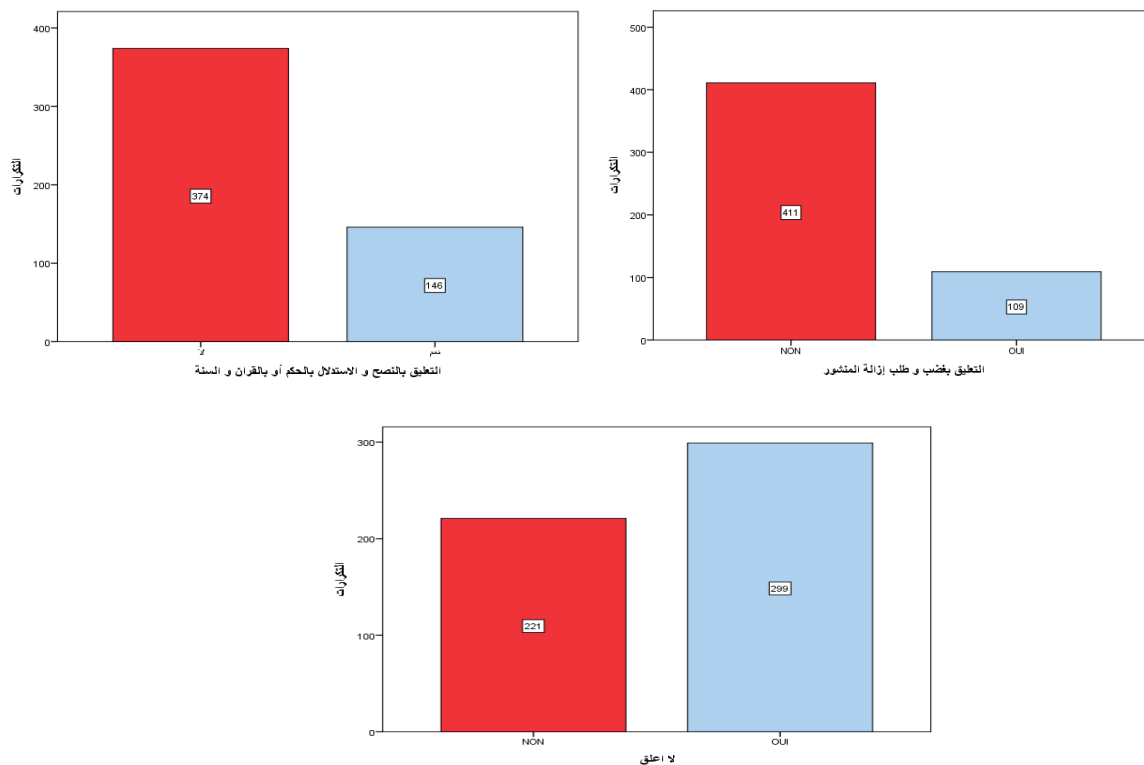
يستعرض الجدول أدناه توزيع ونسب تكرارات طرق تعليق أفراد عينة الدراسة على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية عبر منصات التواصل الاجتماعي. حيث يوضح الجدول كيفية تفاعل

المستخدمين مع هذه المنشورات سواء من خلال التعليق بغضب وطلب إزالة المنشور، التعليق بالنصح والاستدلال بالحكم أو بالقرآن والسنة، أو الامتناع عن التعليق تمامًا.

جدول (22): تكرارات ونسب التعليق على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية

المجموع	نعم		لا		كيفية التعليق على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
التعليق بغضب وطلب إزالة المنشور	520	21%	109	79%	411
التعليق بالنصح والاستدلال بالحكم أو بالقرآن والسنة.	520	28.1%	146	71.9%	374
لا أعلق	520	57.5%	299	42.5%	221

شكل (16): تكرارات ونسب التعليق على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية



توضح النتائج البارزة في الجدول، أنَّ أفراد الدراسة المبحوثين يستعرضون طرق تعليقهم على مضامين ورسائل القيم الاجتماعية السلبية الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وقع خيارهم على "لا أعلق" بالدرجة الأولى بمجموع 299 مفردة من أصل 520 مفردة وبما نسبته 57.5%، فيما لم يقم باختيار هذا الاقتراح 221 مفردة وبما نسبته 42.5%، ويليها خيار "التعليق بالنصح والاستدلال بالحكم أو بالقرآن

والسنة" بمجموع 146 مفردة بما نسبته 28.1%، بينما لم يتم باختيار هذا الاقتراح 374 مفردة وبما نسبته 71.9%، وأخيراً يأتي خيار "التعليق بغضب وطلب إزالة المنشور" بمجموع 109 مفردة وبما نسبته 21%، بينما لم يتم باختيار هذا الاقتراح 411 مفردة وبما نسبته 79%.

وتعزز النتيجة الأخيرة، من احتمالية عدم اهتمام أفراد العينة بمضامين القيم الاجتماعية السلبية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على الرغم من تصريحهم بتوظيف رمز "أغضبني" الخاص بالإيموجي للتعبير عن غضبهم من هذه الظواهر والقيم السلبية، وبالتالي يرجح أن يعبر خيار "عدم التعليق" بلامبالاة أفراد الدراسة بهذه القيم بتاتاَ وتمريضها وعدم الاهتمام بها "لا بالتفاعل و لا بالتعليق نسبيا ولا حتى بالمشاهدة بنسبة جد متقدمة، مثل ما أكدت عليه النتائج في محطات سابقة، ويمكن أن نشير هنا لدرجة فطنة هؤلاء الشباب ومعرفتهم لما يدور حولهم من مضامين ورسائل قد تشكل خطورة بالغة على قيمهم الاجتماعية الأصلية.

وإذا كان هذا الوعي يشير لدرجة النضوج الفكري، فهذا يشير أيضا لنوعية موضوع المنشورات المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب بحيث إنها تبعا لهذه المواضيع فهي تتراوح بين التأثير القوي والمتوسط والضعيف على الشباب، وفي هذا السياق تصل دراسة الباحثة "جمعية بوكبشة" سنة 2022، والموسومة بـ "وسائل التواصل الاجتماعي والصراع القيمي لدى الشباب"، وبناءً على الدراسة المسحية التي جرت على عينة من طلبة جامعة الشلف بالجزائر، والمتكونة عموما من 100 مبحوث، توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته 58.9% من المبحوثين يعتقدون أن نوعية المنشور وشدة التأثير على المبحوث متوسطة عموما، أي أنها تتراوح ما بين شدة القوة والضعف، وهذا ما يمكن ربطه في واقع الحال مع قلة تفاعل الشباب نسبيا حول المنشورات التي تروج لقيم اجتماعية سلبية، أو حتى التفاعل أحيانا أخرى مع مواضيع ذات الصلة حتى وإن كانت محتويات القيم سلبية، والتي تجعل من المبحوث يرد ويتفاعل مع المحتويات.

6. الاعتقاد بتأثير جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة محتويات اجتماعية

موجبة:

يتناول الجدول أسفله توزيع نسب وتكرارات الآراء حول تأثير جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة محتويات اجتماعية موجبة. حيث يهدف هذا الجدول إلى قياس مدى اعتقاد أفراد عينة الدراسة بقدرة هذه الجماعات على التأثير في المحتوى الاجتماعي بشكل إيجابي. من خلال هذا التوزيع، يمكن فهم كيف ينظر المستخدمون إلى دور الأصدقاء على الإنترنت في تشكيل المحتوى الاجتماعي الذي يعكس القيم والمواقف الإيجابية.

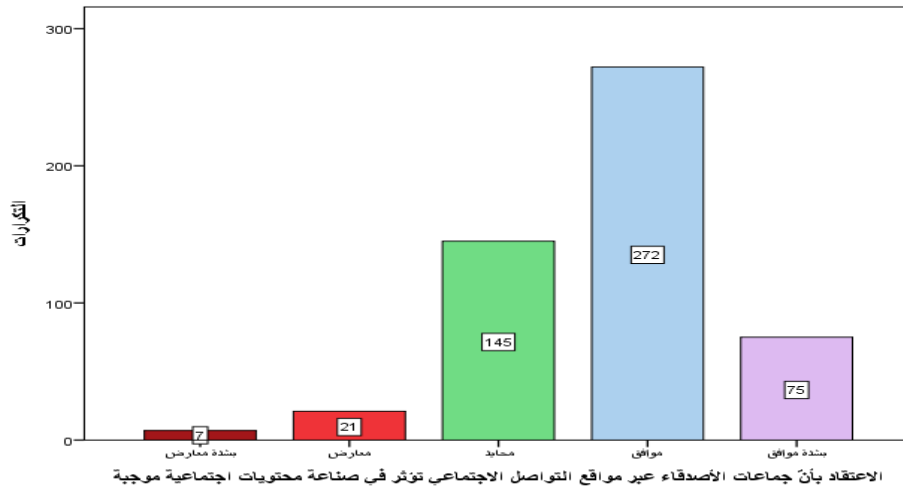
جدول (23): تكرارات ونسب الاعتقاد بأن جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في

صناعة محتويات اجتماعية موجبة

النسبة المئوية	التكرارات	الاعتقاد بأن جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تؤثر في صناعة محتويات اجتماعية موجبة.
1.3%	07	معارض بشدة
4%	21	معارض
27.9%	145	محايد
52.3%	272	موافق
14.4%	75	موافق بشدة
100%	520	المجموع

شكل (17): تكرارات ونسب الاعتقاد بأن جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في

صناعة محتويات اجتماعية موجبة



من خلال نتائج الجدول أعلاه، نستنتج أنّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون بأنّ جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تؤثر في صناعة محتويات اجتماعية موجبة، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 272 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 52.3%، يليها بديل "محايد" بمجموع 145 مفردة وبما نسبته 27.9%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 75 مفردة وبما نسبته 14.4%، ثم بديل "معارض" بمجموع 21 مفردة وبما نسبته 4%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 7 مفردة وبما نسبته 1.3%.

وفي خضم هذه المعطيات، يمكن إرجاع تأثير جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة المحتويات الموجبة، إلى تأثيرهم في تقوية وفترة مضامين ورسائل القيم الاجتماعية، بحيث أثبتت التجارب أنّ خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي، تنشط بطريقة شبكية أيضا في ظل خيارات المتابعة

التي تتبناها جماعات الأصدقاء، فكثيرا ما نتصادف مع "فيديو أو منشور أو صورة" قام أحد الأصدقاء بالتفاعل معها سواءً عن طريق توظيف رموز الإيموجي أو التعليق أو مشاركتها أو حتى من خلال النشر والتدوين بجهد شخصي عبر حساب كل صديق، وفي هذا المقام يصح فعلا قول "الصاحب صاحب".

كما أنه من المفارقات أنَّ هذه الخوارزميات، قد تجعل من مضامين "أصدقاء الأصدقاء" تتجلى لبعض المستخدمين، وهذا ما يبرز التأثير المتعدد والشبكي في آنٍ واحدٍ، فما يراه ويتابعه "صديق صديق" عبر أحد المواقع بات سريع الانتشار والوصول أيضا، وفي هذا المقام فإن متابعات أو منشورات الأصدقاء تصل وتحمل معها القيم الإيجابية التي تؤكد فحوى المحتويات القيمة الاجتماعية الموجبة التي يتابعها وينشرها الأصدقاء، وقد تتعدها أيضا لأصدقاء الأصدقاء كما أشرنا آنفا.

وفي هذا السياق أكدت دراسة الباحثة "فاطمة يحيوي" والباحثة "خديجة فور" سنة 2019 والمعنونة بـ "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية"، أن المبحوثين في الدراسة يؤكدون أنه من خلال التواصل مع الأصدقاء يمكن استنتاج أثار ايجابية متعلقة باستخدام موقعي التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر"، بحيث تم تعلم عادات وثقافات مجتمعات مختلفة بإجماع وموافقة 75% من المبحوثين في الدراسة، وهذا ما يدل على تأثير التواصل مع جماعات الأصدقاء في العالم الافتراضي على قيم الأفراد والمجتمعات وخاصة إذا ما كانت القيم إيجابية بطبيعتها.

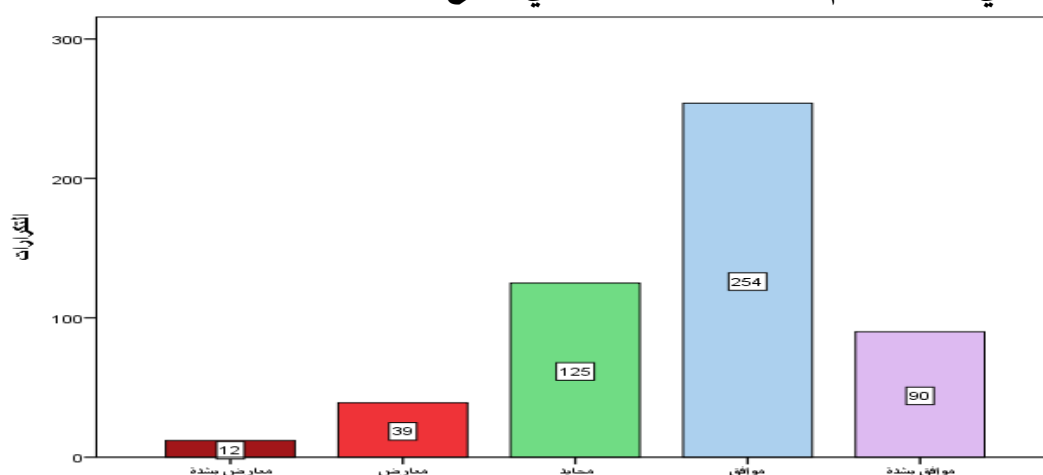
7. الاعتقاد بأن القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الفرد من الأسرة والبيئة الاجتماعية:

يتناول الجدول أسفله توزيع نسب وتكرارات الآراء حول مدى تطابق القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الأفراد من الأسرة والبيئة الاجتماعية. حيث يهدف هذا التحليل إلى قياس مدى تأثير السياقات الاجتماعية الرقمية في تشكيل وتوجيه القيم الفردية، ويعكس كيفية تصور المستخدمين لدرجة توافق أو اختلاف هذه القيم مع التربية الأسرية والبيئة الاجتماعية التي نشأوا فيها.

جدول (24): تكرارات ونسب الاعتقاد بأن القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الفرد من الأسرة والبيئة الاجتماعية

الاعتقاد بأن القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الفرد من الأسرة والبيئة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية
معارض بشدة	12	2.3%
معارض	39	7.5%
محايد	125	24%
موافق	254	48.8%
موافق بشدة	90	17.3%
المجموع	520	100%

شكل (18): تكرارات ونسب الاعتقاد بأن القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الفرد من الأسرة والبيئة الاجتماعية



نستشف من خلال نتائج الجدول أعلاه، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون بأنَّ القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرعت عليها من الأسرة والبيئة الاجتماعية، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 254 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 48.8%، ويليهما بديل "محايد" بمجموع 125 مفردة وبما نسبته 24%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 90 مفردة وبما نسبته 17.3%، ثم بديل "معارض" بمجموع 39 مفردة وبما نسبته 7.5%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 12 مفردة وبما نسبته 2.3%.

وفي ضوء المعطيات العددية سالفة الذكر، يمكن إرجاع خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" نسبياً، بأن القيم الاجتماعية التي شاركتها مؤسسة الأسرة، كمؤسسة اجتماعية رائدة في مجال التنشئة مع أفرادها "الشباب منذ بداية التكوين في الأسرة"، لزال مفعول تلك القيم والرسائل التي غرستها في الأفراد في طليعة واجبات الفرد للمحافظة عليها، خصوصاً في ظل تحديات تلك القيم المضادة التي تحملها رسائل وثقافات البلدان المصنعة عبر تقنياتها كمواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، ومما لاشك فيه أنَّ هذه النتائج تعكس درجة فطنة الشباب لهذه المتغيرات والتحديات مثلما أكدت عليه النتيجة هذه والنتائج السابقة في التحليل. ويمكن ربط هذه النتيجة بمواضيع ودراسات أكدت حضور وتعزيز مواقع التواصل الاجتماعي للقيم الاجتماعية المختلفة كدراسة الباحثة "ريحانة بلوطي" التي أكدت على تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيم عديدة مثل: الإحسان للجار، ومساعدة المحتاجين، وطاعة الوالدين، وأيضاً دراسة الباحث "بلال بو العام" التي تؤكد على حث مواقع التواصل الاجتماعي للشباب على ممارسة: قيم التسامح، فضلاً عن دراسات أخرى، وفي حقيقة الأمر كل هذه القيم الاجتماعية هي قيم تحضيرية إنَّ صَحَّ القول تعمل مؤسسة الأسرة على غرسها في كل فرد، بما ينعكس على سبل ولوجه لمواقع التواصل الاجتماعي وفي تفاعله مع غيره من أفراد المجتمع.

8. الاعتقاد بأن المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة:

يتناول الجدول أسفله توزيع نسب وتكرارات الآراء حول الاعتقاد بأن المؤسسات الاجتماعية مثل المدرسة تلعب دوراً نشطاً على مواقع التواصل الاجتماعي في حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة من مخاطر اضمحلالها. حيث يهدف هذا التحليل إلى فهم كيفية تصور الأفراد لدور هذه المؤسسات في تعزيز القيم الإيجابية عبر الفضاء الرقمي، وكذلك مدى تأثير هذه المؤسسات في الحفاظ على القيم التي تربي عليها الأفراد في المجتمع.

جدول (25): تكرارات ونسب الاعتقاد بأن المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل

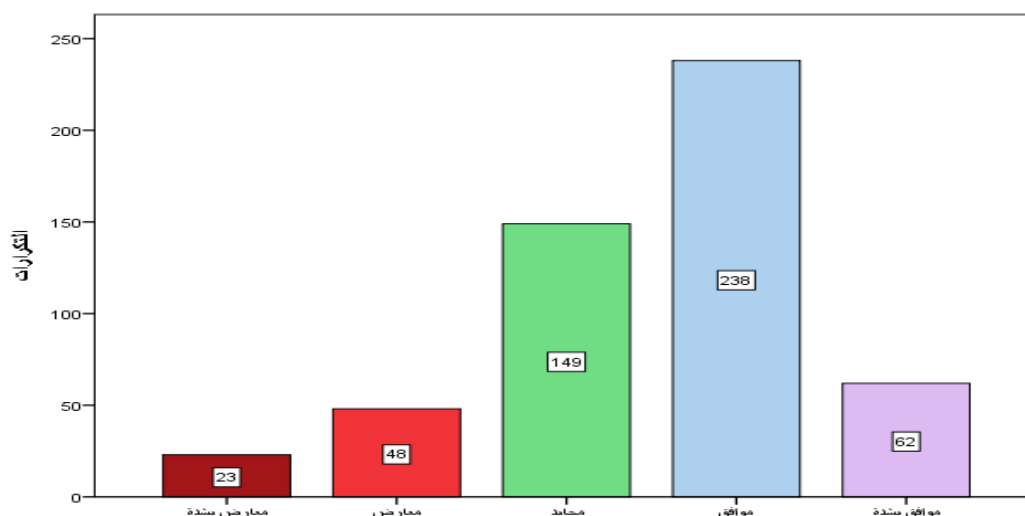
الاجتماعي في حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة

النسبة المئوية	التكرارات	الاعتقاد بأن المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال العمل على حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة من مخاطر اضمحلالها.
4.4%	23	معارض بشدة

معارض	48	9.2%
محايد	149	28.7%
موافق	238	45.8%
موافق بشدة	62	11.9%
المجموع	520	100%

شكل (19): تكرارات ونسب الاعتقاد بأن المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل

الاجتماعي في حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة



من خلال نتائج الجدول أعلاه، نستنتج أن الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون بأن المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال العمل على حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة من مخاطر اضمحلالها، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 238 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 45.8%، ويليهما بديل "محايد" بمجموع 149 مفردة وبما نسبته 28.7%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 62 مفردة وبما نسبته 11.9%، ثم بديل "معارض" بمجموع 48 مفردة وبما نسبته 9.2%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 23 مفردة وبما نسبته 4.4%.

وفي سياق هذه المعطيات، يمكن إرجاع خيار أفراد العينة لبديل "موافق" نسبيا بالدرجة الأولى لحضور القيم التي غرستها مؤسسة المدرسة من جهتها في النشء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث مازالت الكيانات التربوية ناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للعمل على حماية الكيان المجتمعي برمته من أي محاولات لإحداث التغيير، وفي هذا المجال نجد من الكيانات التربوية مثلا:

عمل الأساتذة و المؤطرين الاجتماعيين والتربويين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال النصح والإرشاد، وحتى من خلال المسابقات التربوية والتعليمية والثقافية التي عكفت الجهات التربوية المسؤولة على أن تقام دورياً لذات الغرض "الحفاظ على نسيج الكيان المجتمعي من مختلف التهديدات القيمية". فضلا عن أن المؤسسة التربوية والتعليمية كمؤسسة اجتماعية، فهي تقوم مثل: الأسرة والمسجد بدور مهم للغاية في تكوين قيم النشء، بحيث إن هذه القيم تتكون وتنمو بالموزة مع النمو الفيسيولوجي، لذلك فقد تبنت دراسات عدة هذا الطرح، بحيث نجد دراسة الباحثة "هالة دغمان" التي أكدت على أن موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" عزز من حضور قيم اجتماعية عديدة لدى المبحوثين في دراستها مثل: الشعور بالانتماء للمجتمع، وأيضا دراسة الباحث "بلال بوالعام" تصل لعدة نتائج من بينها: التأكيد على حث مواقع التواصل الاجتماعي الشباب على قيم الإصلاح، وتقرب هذه القيم من المجال الذي يخول لمؤسسات التربية والتعليم على إعداد وبرمجة المناهج التربوية لغرض الحفاظ على القيم الاجتماعية الإيجابية وتعزيزها ومواجهة القيم الاجتماعية السلبية.

9. الحلول الممكنة لمعالجة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يستعرض الجدول أسفله الحلول الممكنة التي يمكن تبنيها لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. حيث يتناول هذا التحليل الآراء المختلفة حول الإجراءات والتدابير التي قد تسهم في الحد من تأثير هذه القيم السلبية على الأفراد والمجتمع، مع التركيز على أهمية دور الجهات المختلفة مثل المؤسسات التعليمية، الحكومية، والمجتمع المدني في تحقيق هذا الهدف.

جدول (26): تكرارات ونسب الحلول الممكنة لمعالجة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي

البيانات العبارة	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		المجموع	
	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار	النسبة المنوية	التكرار
1-محاسبة أصحاب المنشورات ورفع دعوى ضدهم (حظر)	1.9%	10	5%	26	15%	78	42.9%	223	35.2%	183	100%	520
2-إنشاء صفحات أو مجموعات متخصصة	3.1%	16	3.8%	20	25.4%	132	43.5%	226	24.2%	126	100%	520

3-النصح والإرشاد المجتمعي	03	0.6%	03	0.6%	47	09%	272	52.3%	195	37.5%	520	100%
4-تفعيل دور مؤسسة الأسرة في التنشئة الاجتماعية	05	01%	08	1.5%	70	13.5%	247	47.5%	190	36.5%	520	100%
5-دور مؤسسة المسجد عبر مواقع التواصل	04	0.8%	05	01%	74	14.2%	232	44.6%	205	39.4%	520	100%
6-اعتماد على صناع المحتوى ودعمهم الاجتماعي	27	5.2%	32	6.2%	141	27.1%	186	35.8%	134	25.8%	520	100%

العبارة الأولى:

من خلال نتائج الجدول أعلاه، الذي يوضح الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "محاسبة أصحاب المنشورات ورفع دعوى ضدهم" "الحظر"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 223 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 42.9%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 183 مفردة وبما نسبته 35.2%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 78 مفردة وبما نسبته 15%، ثم بديل "معارض" بمجموع 26 مفردة وبما نسبته 5%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 10 مفردة وبما نسبته 1.9%.

وتعكس هذه النتيجة "الموافقة" النسبية لأفراد العينة على "محاسبة أصحاب المنشورات ورفع دعوى ضدهم" "الحظر"، دور المحتويات الهابطة وتلك التي تنشر مضامين سلبية في دفع أفراد المجتمع المتشبعين بالقيم الاصلية لرفض هذه المضامين، بل ودفعهم أيضا للتبليغ عن أصحابها وحضرهم للتقليل من رواج مضامينهم التي من شأنها أن تعكر صفو هؤلاء الأفراد.

العبارة الثانية:

نستشف من خلال نتائج الجدول أعلاه، الذي يوضح الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "إنشاء صفحات أو مجموعات متخصصة"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 226 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 43.5%، ويليهما بديل "محايد" بمجموع 132 مفردة وبما نسبته 25.4%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 126 مفردة وبما نسبته 24.2%، ثم بديل "معارض" بمجموع 20 مفردة وبما نسبته 3.8%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 16 مفردة وبما نسبته 3.1%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، على الموافقة النسبية لأفراد العينة إلى حد ما على إنشاء صفحات ومجموعات متخصصة، ويرجع هذا لعلم المبحوثين بدور الصفحات والمجموعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز مختلف القيم، نظرا لكونها حاضنة بشرية جماهيرية بامتياز فقد يصل عدد متابعي أحد الصفحات على موقع فايسبوك مثلا إلى الملايين، وأيضا قد يصل التعداد البشري للأعضاء المنضمين للمجموعات للملايين من الأفراد، وهذا من شأنه أن يجعلها مواقع استراتيجية للترويج للقيم الاجتماعية الإيجابية، ومواجهة وصد القيم الاجتماعية السلبية.

العبارة الثالثة:

من خلال نتائج الجدول السابق، الذي يوضح الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "النصح والإرشاد المجتمعي"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 272 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 52.3%، ويليهما بديل "موافق بشدة" بمجموع 195 مفردة وبما نسبته 37.5%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 47 مفردة وبما نسبته 9%، ثم بديل "معارض" و"معارض بشدة" بمجموع 3 مفردة وبما نسبته 0.6% لكل منهما. ونقدر من خلال هذه المعطيات، على الموافقة النسبية لأفراد العينة على "النصح والإرشاد المجتمعي"، ويرجع هذا للقيمة المعنوية للنصيحة، بحيث إنّ للاتصال الإقناعي الحجاجي أثره البالغ في هذه الناحية، من خلال توظيف مختلف الاستمالات "المنطقية والعاطفية خصوصا"، في سبيل حثّ الشباب على الولوع إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يراعي الأبعاد القيمية في المجتمع، آخذين في الاعتبار النواحي القيمة الأخلاقية والدينية والاجتماعية، وفي هذا الصدد يمكن الاعتماد على بعض التقنيين أو المتخصصين في سبيل نجاعة وبلاغة رسالة النصح والإرشاد المجتمعي، كالمختصين في علم الاجتماع وعلم النفس والأطباء وغيرهم.

العبارة الرابعة:

نستشف من خلال معطيات الجدول سالف الذكر، الذي يوضح الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "تفعيل دور مؤسسة الأسرة في التنشئة الاجتماعية"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 247 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 47.5%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 190 مفردة وبما نسبته 36.5%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 70 مفردة وبما نسبته 13.5%، ثم بديل "معارض" بمجموع 8 مفردة وبما نسبته 1.5%، وأخيراً بديل "معارض بشدة" بمجموع 5 مفردة وبما نسبته 1%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، على الموافقة النسبية لأفراد العينة على "تفعيل دور مؤسسة الأسرة في التنشئة الاجتماعية"، ويعود هذا لقيمة الأسرة، كنواة للمجتمع لاسيما في عملية الإقناع، ولقد أثبتت دراسات عدة فعالية الاتصال الأسري في هذا السياق، بحيث يمارس كل من الأب والأم مسؤوليات عدة من خلال فرض السلطة والتسيير والقيادة داخل الكيان الأسري مما يمنح أولوية لتثبّع الأفراد بمختلف القيم الاجتماعية الإيجابية البناءة.

العبارة الخامسة:

من خلال نتائج الجدول السابق، الذي يوضح الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "دور مؤسسة المسجد في مواقع التواصل الاجتماعي"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 232 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 44.6%، يليها بديل "موافق بشدة" بمجموع 205 مفردة وبما نسبته 39.4%، ثم يأتي بديل "محايد" بمجموع 74 مفردة وبما نسبته 14.2%، ثم بديل "معارض" بمجموع 5 مفردة وبما نسبته 1%، وأخيراً بديل "معارض بشدة" بمجموع 4 مفردة وبما نسبته 0.8%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، على الموافقة النسبية لأفراد العينة على "دور مؤسسة المسجد في مواقع التواصل الاجتماعي"، ويفسر هذا من كون المسجد مؤسسة تمنح القيم الدينية بالأساس، والتي تنعكس على السلوكيات القيمية للأفراد في المجتمع، بحيث إنّ تلك الرسائل والدروس والمواعظ التي تثبت وتلقى على مسامع الأفراد من شأنها أن تُكوّن زاداً وحويلةً لأبّس بها من القيم الاجتماعية والدينية والأخلاقية، وخصوصاً في حال تمكن الخطيب من مهارات الإلقاء والإقناع، ولقد ثبت وتأكدت هذه الفرضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث يتواجد العديد من الأئمة اليوم كصناع محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من بين مهامهم التي ينبغي الإشادة بها، محاولة تذكير عامة الشباب بقيمهم الأصيلة، ومواجهة الانحرافات

السلوكية، ومن بينهم على سبيل المثال لا الحصر: الدكتور مبروك زيد الخير، الإمام وليد مهساس، الداعية الفلسطينية محمود الحسنات، الإمام رشيد بن عطاء الله، الإمام عمر بن الزاوي،... الخ

العبارة السادسة:

نستشف من خلال نتائج الجدول السابق الذكر، الذي يوضح الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "الاعتماد على صناع المحتوى ودعمهم الاجتماعي"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بمجموع 186 مفردة من أصل 520 مفردة بما نسبته 35.8%، يليها بديل "محايد" بمجموع 141 مفردة وبما نسبته 27.1%، ثم يأتي بديل "موافق بشدة" بمجموع 134 مفردة وبما نسبته 25.8%، ثم بديل "معارض" بمجموع 32 مفردة وبما نسبته 6.2%، وأخيرا بديل "معارض بشدة" بمجموع 27 مفردة وبما نسبته 5.2%.

ونقدر من خلال هذه المعطيات، على الموافقة النسبية لأفراد العينة على الاعتماد على صناع المحتوى ودعمهم الاجتماعي"، ويرجع هذا لكون صناع المحتوى المتخصصين بمثابة "قادة رأي في البيئة الرقمية" يومنا هذا، بحيث يؤثر كل صانع محتوى في مجاله على جمهور متابعيه، مثل: صناع المحتوى في مجال الكوميديا الرقمية وهم كثيرون، أو صناع المحتوى السياحي، أو صناع المحتوى الإعلامي، أو صناع المحتوى الاجتماعي،... الخ

ويمكن الاعتماد عليهم في صناعة المحتوى القيمي في المجتمع، نظرا لقرب أفكارهم من متابعيهم، فضلا عن التقارب العمري و الزماني و ربما المكاني أيضاً، بحيث إنَّ لهم دوراً كبيراً في بث الرسائل القيمية كقائمين بالاتصال، وخصوصاً إذا ما تم الاعتماد عليهم في بث قيم التكافل الاجتماعي، بحيث أثبتوا جدارتهم في كثير من الحملات الاجتماعية الخيرية لمساعدة المحتاجين وغيرهم.

ولقد تم إتاحة الفرصة للمستجوبين في هذه الدراسة بغية إبراز آراءهم حول الحلول الممكنة لمواجهة وصد رواج المحتويات ذات الرسائل والقيم الاجتماعية السلبية، في شكل اقتراحات، إذ نجد من بينها ما يلي:

1- الإجراءات القانونية والتشريعية:

-إغلاق وحظر الحسابات التي تنشر محتوى مسيئاً للمجتمع

-مقاضاة المسيئين وفرض عقوبات مثل السجن والغرامات

-سن قوانين وتشريعات صارمة للحد من نشر القيم السلبية على مواقع التواصل

- وضع رقابة على المنشورات لمنع المحتوى الضار
- فرض ضرائب أو غرامات على الشركات التي تسمح بنشر محتوى يحرض على القيم السلبية
- 2- عدم التفاعل مع المحتوى السلبي:
 - تجاهل وعدم مشاهدة أو متابعة المحتوى غير الهادف
 - عدم إعطاء أهمية لمنشورات تروج للقيم السلبية
 - التبليغ عن الحسابات المسيئة والمطالبة بحظرها
- 3- دعم المحتوى الهادف:
 - تشجيع ودعم صناع المحتوى المفيد والمجتمعي.
 - تعزيز نشر المحتوى الهادف والتوعوي.
- دور الأسرة والتوعية:
 - توعية الأسرة لأفرادها حول مخاطر الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - مراقبة الوالدين لاستخدام أبنائهم لهذه المواقع وتوجيههم.
 - تنظيم حملات تحسيسية ودورات توعية في المدارس والجامعات.
- 4- حظر ومنع المحتوى السلبي:
 - منع نشر المحتوى غير الأخلاقي والمسيء.
 - حظر المواقع التي تروج للقيم السلبية
- 5- تفعيل دور علماء النفس و الاجتماع في تحليل الظاهرة:
 - إجراء دراسات اجتماعية لفهم أسباب انتشار القيم السلبية و وضع حلول مستدامة.
 - تنظيم ندوات و جلسات حوارية مع مختصين نفسيين و اجتماعيين لتوعية الناس بكيفية التصدي للظاهرة.

ثالثاً: نتائج عامة:

1-حسب محاور الدراسة:

-المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية

- تبين نتائج البحث أن أفراد عينة الدراسة "الشباب الجامعي" في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، يتوزعون من حيث متغير الجنس على جامعات "الوادي، بسكرة، ورقلة" بالتساوي، أي بالتساوي مابين: الإناث 50%

والذكور بنسبة 50%، وفي هذا السياق نجد المبحوثين في جامعة الوادي بمجموع 160 مفردة، منهم الإناث 80 مفردة وبما نسبته 50 %، والذكور 80 مفردة بنسبة 50%.

أما جامعة بسكرة أيضا 160 مفردة، الإناث 80 مفردة بنسبة 50%، والذكور 80 مفردة بنسبة 50%.

أما جامعة ورقلة نجد 200 مفردة، 100 مفردة إناث بنسبة 50%، و100 مفردة ذكور بنسبة 50%.

-توضح نتائج الدراسة، أنّ متغير سن المبحوثين في الدراسة، يميل لغلبة الفئة السنية التي تقع ما بين 20-25 سنة تقريبا في الجامعات المعنية بالدراسة.

-تفيد نتائج الدراسة، بأنّ متغير المستوى التعليمي يميل من جهته لحضور فئة طلبة الليسانس بشكل جليّ أولا ثم الماستر ثم الدكتوراه.

-تشير نتائج الدراسة أيضا، بأنّ متغير المستوى المعيشي، يشير بأنّ غالبية المبحوثين ينتمون لفئة المستوى المعيشي المتوسط، وفي كل الجامعات المعنية بالدراسة.

-المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

-يتصفح الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري مواقع التواصل الاجتماعي، لأكثر من ساعتين من الزمن، بحيث أبانت النتائج أنّ 54.8% من المبحوثين في الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعتين من الزمن، ويشير هذا لكثافة الاستخدام الذي قد يصل لساعات مطولة نسبيا.

-أوضحت الدراسة أنّ الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، يستخدمون من بين 8 مواقع للتواصل الاجتماعي بالترتيب، موقع فايسبوك أولا، ثم اليوتيوب، ثم تيك توك، ثم الانستغرام، ثم واتس آب، ثم التليغرام، ثم يليه منصة إكس، ثم في الخيار الأخير ثرودز، أما الاقتراحات الأخرى وفق رؤية المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها نجد: السناشات، ثم فايبر، ثم تمبلر، ثم أزار.

ويفسر هذا بتأثير المواقع التي تدعم دمج "الصورة والصوت والنص" أولا من كونها أكثر المواقع تصفحاً، ونظراً لدورها كمواقع في صناعة المحتوى السمعي البصري مثل: فيسبوك واليوتيوب وتيك توك.

-توضح نتائج الدراسة أنَّ عينة الدراسة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، يميلون إلى توظيف الهاتف الذكي كأبرز جهاز في سبيل الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي بما نسبته 94.6% من إجمالي مستخدمي الأجهزة الإلكترونية، مقابل 28 فرد غير مستخدمين للهاتف الذكي وبما نسبته 5.4%، ويرجع هذا للخصائص الشكلية والضمنية لهذا الجهاز التكنولوجي كتتنوع التطبيقات وغيره.

-تعزز إحصائيات الدراسة من احتمالية أنَّ عينة الدراسة من الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، أكثر اهتماماً بموقع الفايسبوك بصفة أساسية، ونجيب على ذلك من منطلق أنَّه أقل "مواقع للتواصل الاجتماعي التي لا يَلجُها المبحوثون"، وبمجموع 23 مفردة فقط من أصل 520 مفردة، بالمقارنة بغيره من تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، في حين نجد أكثر موقع للتواصل الاجتماعي يمتلك من خلاله أفراد العينة حساباً واحداً "واتس اب" بمجموع 464 مفردة، أمّا أكثر موقع يمتلك من خلاله أفراد العينة حسابين نجد موقع "فايسبوك" بمجموع 66 مفردة، وفي ما يخص أكثر موقع للتواصل الاجتماعي يمتلك من خلاله أفراد العينة ثلاثة حسابات نجد "الانستغرام"، أمّا أكثر موقع للتواصل الاجتماعي يمتلك من خلاله أفراد العينة أربعة حسابات نجد "فايسبوك"، وهذا ما يعزز درجة تأثير هذا الموقع الأخير على الشباب.

-يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للأهداف التواصلية الاجتماعية بصفة أساسية، وتبين نتائج الدراسة ذلك بحيث توحى بأنَّ أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن دائرة الأهداف التواصلية الاجتماعية بالدرجة الأولى وبنسبة 63.1%، يليها خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لهدف الترفيه وبنسبة 60%، وهذان الهدفان هما أكثر الأغراض التي يلج لأجلها المبحوثون لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة بحثهم الدائم على وظيفة قضاء الوقت والتسلية والترفيه.

-توضح نتائج الدراسة أنَّ أفراد العينة، يفضلون مشاركة محتوياتهم مع جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بدليل خيار لبديل "الموافقة" نسبياً على مشاركة مضامينهم مع جماعة الأصدقاء وبما نسبته 61.6% من إجمالي المبحوثين، وهذا ما يوضح ما سبقها من نتائج، والمتمثلة في الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للأهداف التواصلية الاجتماعية مع الأصدقاء الواقعيين والافتراضيين.

-تبرز نتائج الدراسة أنَّ أفراد العينة المعنية اختاروا الإفصاح عن بياناتهم التعليمية أساساً بالدرجة الأولى وبما نسبته 69.4%، يليها خيار الإفصاح عن بيانات السكن بما نسبته 25.2%، ثم خيار الإفصاح عن طبيعة العمل بما نسبته 23.5%، ويليها خيار الإفصاح عن العلاقات الشخصية والعاطفية بما نسبته 15.8%، وأخيراً خيار الإفصاح عن أمور أخرى غير المدرجة للإجابة بالنسبة للمبحوثين بما نسبته 9.6%، ويفسر هذا باعتزازهم بالمستوى التعليمي أولاً والبحث عن سبل الإفادة العامة من تخصصاتهم.

-تفيد نتائج الدراسة بأن أفراد العينة المبحوثة اختاروا أن يكون "مشاهدة مقاطع الفيديو" كأبرز شكل تفاعلي عند ولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي وبما نسبته 81.7%، يليها خيار مطالعة المنشورات وبما نسبته 36.2%، يأتي بعدها خيار مشاهدة الصور وبما نسبته 28.7%، ويليه خيار مشاركة المنشورات من حسابات المستخدمين بما نسبته 16.9%، ثم نجد خيار التعليق من قبل أفراد العينة بما نسبته 12.7%، وأخيراً خيار استخدام رموز الإيموجي بما نسبته 11.9%، وكما أسلفنا الذكر فإن "المحتويات السمعية البصرية" عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مقدرة على التأثير من غيرها من الأشكال التفاعلية.

-تشير أيضاً نتائج الدراسة إلى أن أفراد عينة البحث المستجوبين أباؤنا على أن أشكال متابعتهم للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تتمثل أساساً بالدرجة الأولى في متابعتها بشكل عفوي وبما نسبته 49.2%، ويفيد هذا في استنتاج عدم قيام أفراد العينة من المبحوثون بالبحث عن هذه القيم بشكل عمدي.

المحور الثالث: الدوافع القيمة لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

- تشير النتائج إلى أن أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يعتقدون أنهم يجدون أنفسهم في مواقع التواصل الاجتماعي، والدليل على ذلك تأييدهم لبديل "موافق" بما نسبته 41.2%، على فرضية أننا في زمن تقني بامتياز لم نعد فيه نعتقد بأن كل من الأسرة والمدرسة والمسجد مؤسسات تكوين للنشء فقط، بل نحن نتحدث عن شباب مولع بمستجدات التكنولوجيا ويتحدث عنها "مؤسسات تكوين موازية".

- نستجلي كنتيجة جوهرية أيضاً أن أفراد العينة من المبحوثين في الدراسة، لا يبحثون عن هويتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، والدليل على ذلك خيارهم لبديل "معارض" نسبياً وبما نسبته 27.1%، وبالتالي فبحث كل فرد عن تأسيس هوية افتراضية جديدة تتعد نوعاً ما، ويرجح أن يكون العمل مضاعفاً في هذه الناحية، بينما ينصب الاهتمام في التواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

- تشير النتائج إلى أن أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من الضغوطات، ودليل ذلك تأييدهم لبديل "موافق" نسبياً وبما نسبته 44.4%، بحيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة مراكز لتفريغ الشحنات التي تتخزن في كيان كل فرد، إما لعمل أو دراسة أو مشاكل ونحوه، بحيث إن هذه الضغوط يتم تنفيسها بالولوج لهذه المواقع.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع تجاوز وكسر الحواجز النفسية والمخاوف في التواصل والحوار مع الآخرين، ودليل ذلك تأييدهم لبديل "موافق" بما نسبته 31.5%، حيث إنَّ التواصل المرئي وغير المرئي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون أكثر مقدرة من التواصل المباشر الجريء على مجارة وإدارة الحوار ما بين الأفراد.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، لا يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع البحث عن إقامة وإنشاء علاقات عاطفية، ودليل ذلك خيارهم لبديل "معارض بشدة" بما نسبته 47.3%، ويمكن إرجاع خيار عدم تصريح أفراد العينة بهذا الخيار للمخزونات القيمة التي يحملها الأفراد من قيم اجتماعية بناءة ترعرعت عليها الأسرة الجزائرية العربية والمسلمة، ويمكن أن نفسر أيضا عدم تصريح الأفراد بهذا الخيار "حفاظاً على مقامهم في المجتمع وحتى لا يتعرضوا للضغوطات الاجتماعية".

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع التفاعل و التواصل مع جماعات الأصدقاء، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بما نسبته 69.2%، وهذا ما يثبت سبلهم في توسيع شبكة المعارف والصدقات لتشمل ثقافات وشعوب أخرى.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع الانشغال بقيم التكافل الاجتماعي، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بما نسبته 47.5%، ويرجع خيار الشباب لإحساسهم كأعضاء منتمين لهذا المجتمع بواجب المحافظة على قيم التضامن والتكافل الاجتماعي فيما بينهم.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع التفاعل مع قيم المحافظة على البيئة، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بما نسبته 48.7%، بحيث تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جلي في توريث تربية قيمة بيئية للأجيال، وقد نجحت عدة حملات شبابية في استمالة المزيد من الشباب للعمل التطوعي البيئي في الجزائر.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع تبادل المعارف المفيدة، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" في المقام الأول وبما نسبته 58.5%، والواقع يشير لهذا لكون هناك من الشباب من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل والتفاعل باللغات الأجنبية لاكتساب مهارات لغوية، أو نشر العلم وغيره.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع النقاش حول القضايا المشتركة، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بالدرجة الأولى وبما نسبته 53.5%، وهذا ما يمكن إرجاعه لمجالات اهتمام الشباب المشتركة، فمنهم من يهتم بأحوال السياسة أو أخبار الرياضة، أو مستجدات الموضة وغيره.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي لغرض متابعة الأخبار والمستجدات المجتمعية عن كثب، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" في المقام الأول وبما نسبته 52.9%، ويمكن تفسير اهتمام الشباب بمتابعة أخبار المجتمع من منطلق طبيعة البشر في الفضول والبحث عن مستجدات المجتمع من آخر الأخبار التي تقع في المحيط الاجتماعي.

- تشير النتائج إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي المبحوثين في الدراسة، يؤيدون خيار أنَّهم كأفراد مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع التعبير بحرية عن الآراء والأفكار، ودليل ذلك خيارهم لبديل "موافق" بما نسبته 47.9%، وفي الحقيقة يرجع هذا لكون مواقع التواصل الاجتماعي فضاء حقيقي لممارسة الصحافة الشعبية الجماهيرية بعيدا عن الإلزامات والقوانين، فيكفي الأمر أن تعلق عن آراءك وفقا لمعايير سياسة مواقع التواصل الاجتماعي ذاتها، ولو كان الأمر على حساب قيم المجتمع.

المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

- تتجلى نتائج التأثير الذي يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي ممثلا في أفراد العينة، في ما يخص التصريح بالإحساس بنعمة الجار، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 46.5%، ويفسر هذا التأثير الإيجابي بالرسائل التي تدعم تقوية علاقة الجار بالجار وخصوصا خلال المناسبات والأعياد، حيث تعمل على تقوية أواصر المحبة.

- توضح نتائج الدراسة، تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة تمتين العلاقات مع الأصدقاء، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 43.3%، ويرجع هذا لطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل ظاهرياً على تقوية روابط التواصل والتفاعل ما بين الأفراد سواءً أكانوا "أصدقاء في الواقع أو أصدقاء افتراضيين".

- تفيد نتائج الدراسة الميدانية، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة القيام بالأعمال التطوعية، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 52.3%، و يفسر هذا بتجاوز مواقع التواصل الاجتماعي أساساً لبعض العوائق التي كانت تحول دون قيام الشباب بالأعمال الخيرية، بحيث اختصرت الوقت والزمان والمكان.

- تشير نتائج الدراسة، إلى تصريح أفراد العينة من الشباب الجامعي بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة مساعدة المحتاج وعابر السبيل، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 46.7%، ويعود هذا إلى سهولة التواصل مع المحتاجين أنفسهم، وحتى عابري السبيل، فقد أوضحت التجارب أن هناك مجموعات وصفحات عبر مواقع التواصل مهيمة بمساعدة الفقراء والمعوزين، والتي تقوم بعدة حملات مثل: جمع الصدقات، قفة رمضان، ملابس العيد وغيرها.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أن يكون الفرد محبوباً عند الناس"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 37.3%، ويرجع هذا إلى شعور الفرد بالانجاز عبر هذه التقنيات، فمتى كان الفرد معطاءً لمجتمعه وجد التقدير والاحترام، بل والامتنان نظير ما يقدمه لمجتمعه.

- نستجلي من نتائج الدراسة، تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أن يحس الفرد بإحترام الآخرين له"، حيث اختار أفراد العينة بديل "موافق" بما نسبته 56.9%، فمن المرجح جداً أن يكون لمحتوى هؤلاء الشباب النخبوي أثره على قيم المجتمع نسبياً، بحيث إنه كما يقال "المحتوى مستوى"، فمن هذا المنظور فالمحتوى والرسالة والمضمون والقيم التي يصنعها هؤلاء الشباب تجعل أقرانهم من الشباب وباقي فئات المجتمع تحترمهم كأفراد.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، على قيمة "أن يكون الفرد نصوحاً لغيره من الناس"، حيث اختار أفراد العينة بديل "موافق" بما نسبته 55.8%، ويفسر هذا بضروريات تحمل الشباب الجامعي للمسؤوليات الملقاة على عاتقهم،

وهي التسلح برسالة العلم والأخلاق، ومن المفترض أن يقدم الشاب الجامعي صورة ونموذجاً يقتدى به من قبل النشء "نقل القيم عبر الأجيال مثلما يشير منظور الحتمية القيمية في الإعلام.

- تظهر نتائج الدراسة، تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "احترام الأكبر سناً والرفق بالصغار"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 52.5%، ويمكن إرجاع هذا إلى فرضية أن دور مؤسسات الاجتماعية لازال قائماً، من خلال القيم التي تغرسها مؤسسات التنشئة الاجتماعية: كالأسرة، بحيث تعززت هذه القيم في فضاء مؤسسات التنشئة الموازية "مواقع التواصل الاجتماعي".

- تبرز نتائج الدراسة الميدانية، على أن هناك تأثيراً سلوكياً على أفراد العينة يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تصريحهم بالموافقة النسبية على عبارة "أطيع وأبر بالوالدين" بما نسبته 55.8%، ويفسر هذا بنشاط الدوري الذي يقوم به الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مختلف الحملات، التي تدعو إلى البر بالوالدين والإحسان لهما.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة "بالموافقة" النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "تحمل المسؤولية"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 53.1%، وهذا راجع لولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفق واجبات وضروريات يلزم بها الفرد في إطار ما تخوله له القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية.

- أفرزت نتائج الدراسة، على تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أداء الامانة لأهلها"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 50.8%، وهذا راجع لكونها قيمة تخص الفرد الذي يؤديها بالرضا والارتياح النفسي، ومن بين الأمانات مثلاً: أمانة الشاب الجامعي في أداء رسالة العلم... الخ.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أتواضع مع الجميع"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 51.5%، ويفسر هذا بإحساس الأفراد المبحوثين بضرورة التقيد بأخلاق التواضع خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و"البعد عن التكبر والرفعة" من كونها من القيم السلبية في التفاعل والتواصل مع أفراد المجتمع عبر هذه المواقع.

- أظهرت نتائج الدراسة، تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "احترام المرأة بصفة أكبر"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى

بديل "موافق" بما نسبته 45.4%، ويرجع هذا إلى علم الأفراد المبحوثين بضروريات التقيد بالأخلاق الحميدة عند الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي، مثل: احترام المرأة، والالتزام بتعاليم الدين وقيم المجتمع عند التعامل معها، كالتواصل في حدود الأخلاق السمحة.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثير يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "إسماح الجميع"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 44.2%، ويرجع هذا لإحساس المبحوث بأن التسامح من القيم العليا، وتعد هذه القيمة الاجتماعية بمثابة القاعدة المتينة التي تنبني عليها العلاقات الإنسانية.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أحسن الظن بالآخرين"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" بما نسبته 44.6%، ويرجع هذا إلى أن المبحوث يرجح كفة جانب الخير "حسن الظن" على جانب الشر "الشك"، نتيجة الفطرة الإنسانية السوية التي ترعرعت عليها المجتمعات المسلمة والعربية.

- أظهرت نتائج الدراسة، تصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أزور الأقارب وأصلهم"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 53.1%، وهذا راجع لفرضية أن الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي يجعل من المبحوث يخصص وقتاً للتواصل مع العائلة، كما يساهم في تكوين ومصاحبة الأصدقاء الجدد "الواقعيين والافتراضيين" وتبادل الزيارات معهم.

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً سلوكياً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "ازداد حسي بالمسؤولية نحو الأبناء والإخوة"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 49.8%، ويفسر هذا في مقدرة الأفراد على اكتساب بعض المهارات الاجتماعية "التربية والتعليم ومراقبة الأبناء والنصح والإرشاد وغيره".

- تفيد نتائج الدراسة، بتصريح أفراد العينة بالموافقة النسبية على أن هناك تأثيراً يحدثه الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمة "أنتقد الآخرين بشكل موضوعي بناء"، حيث اختار أفراد العينة بالدرجة الأولى بديل "موافق" وبما نسبته 46.2%، وهذا راجع لكون مواقع التواصل الاجتماعي أضحت بمثابة الصحافة الشخصية الحرة للمواطن للتعبير عن الآراء في كل مناحي ومجالات الحياة.

المحور الخامس: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

- تظهر نتائج الدراسة، أنَّ الأفراد المبحوثين يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الرياء وحب الظهور"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق"، بما نسبته 42.3%، ويرجع هذا لكون هذه المواقع فتحت الباب للجميع للبروز الإعلامي، فالصورة أضحت وسيلة رمزية للشهرة بغض النظر عن المحتوى وإن كان سلبياً وتافهاً.

- تبرز نتائج الدراسة، أنَّ الأفراد المبحوثين يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "التمتر بكل أنواعه"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 40.8%، ويفسر هذا لاتجاه الكثير من الشباب للخوض في مغامرات محفوفة بالمخاطر على ذواتهم وعلى قيمهم الاجتماعية، وما الظاهرة المسماة "بالميمز" إلا خير دليل على ذلك، فكم من شخص قام بسلوك تلقائي فوجد نفسه عرضة للسخرية المقيتة.

- أفرزت النتائج، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة لا يعتقدون نسبياً أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "تشجع على عقوق الوالدين"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "محايد" بما نسبته 27.7%، ويفسر هذا الخيار بأن مواقع التواصل الاجتماعي تُؤثِّر سلوكياً في الأفراد لتعزيز ودعم برهم بأبائهم وأماتهم، وبالتالي نحن هنا نتحدث عن قيم اجتماعية موجبة تدعمها هذه المواقع.

- تبرز النتائج، أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "تشجيع العلاقات غير السوية"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 35%، ويرجع هذا لمنظرة الشباب من واقع استخدامهم لهذه المواقع لغرض التواصل والتفاعل والبحث عن العلاقات الجديدة، وهذا على الرغم من عدم تصريحهم بها في محور الدوافع القيمة للولوج لمواقع التواصل.

- تظهر نتائج الدراسة، أنَّ الأفراد المبحوثين لا يعتقدون نسبياً أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة قائمة على "إنكار الصداقات"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "محايد" بما نسبته 29.4%، ويفسر هذا في أنَّ الشباب في الغالب يلجؤون لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض اجتماعية وتواصلية مع أصدقاء الواقع والأصدقاء الافتراضيين لا غير.

- أفرزت نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "عدم إعطاء حق الطريق"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 34%، وترتبط هذه القيمة السلبية بعدد القيم السلبية الأخرى مثل: عدم غض البصر عن المنكرات، والتعرض لحياة الناس الخاصة وغيرها.

- تظهر نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة متعلقة بـ "إهدار الوقت والعمل"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 41.2%، ويشير هذا إلى الإدمان النسبي على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا أيضاً ما أشارت إليه دراسات اجتماعية ونفسية عدة في ذات السياق، وهذا ما قد يؤثر بطبيعة الحال على قيمة العمل المقدسة مجتمعياً.

- أفرزت نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الجنون أو ضعف الشخصية"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 29.4%، ويتجلى هذا في ابتذال بعض الأفراد في سلوكهم عبر هذه المواقع، من خلال الخوض في أشياء و مواضيع أكبر وأخطر، لا تعكس سلوكهم الذي قد يبدو في الواقع الاجتماعي.

- تظهر نتائج الدراسة، أنَّ الأفراد المبحوثون يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الخيانة"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 38.1%، بحيث أنَّ الخيانة أنواع، منها خيانة الأمانة، خيانة الصديق لصديقه، الخيانة الزوجية وغيره، وهي بدورها من القيم المستوردة أو الوافدة مثلما تحدث منظور الحتمية القيمية في الإعلام، وتتجلى في كسر حواجز التواصل المباشر ما بين الجنسين، من خلال الدردشة والتواصل الاجتماعي، وخاصة إرسال الصور ونحوه.

- أفرزت نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الكذب"، بحيث بينت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 40.2%، ويرجع هذا لطغيان مقالب الكاميرا الخفية، والأسلوب الهزلي و السخرية، ولقد ساهمت جميع المؤثرات والتطبيقات المختلفة التي برزت مؤخراً خصوصاً تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في انتشار هذه القيم.

- تظهر نتائج الدراسة، أنَّ الأفراد المبحوثون يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الأنانية"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 39.4%، ويفسر هذا في إسهام

مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الظاهرة الدخيلة، والمتمثلة أساساً في مظاهر حب الذات والمصلحة الشخصية قبل كل شيء، بحيث إنّها من القيم السلبية التي لا تمت بالصلة بأخلاق المجتمعات المسلمة.

- توضح نتائج الدراسة الميدانية، أنّ أفراد العينة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "التفريق العنصري"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 35.2%، وتعد هذه القيمة من القيم الدخيلة على مجتمعاتنا، والتي تعززت بفعل دخول التكنولوجيات الغربية حيز الخدمة في المجتمعات المستهلكة، بحيث يقام التفريق في تلك البلدان على أساس اللون والعرق والجنس، وهي من القيم الشائنة.

- توضح نتائج الدراسة، أنّ أفراد العينة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "التكبر"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 41.3%، ويفسر هذا بالرفعة، وبروز مظاهر تولد فجوة ما بين طرف وطرف آخر، فأخذت الصورة والفيديو في جعل البعض يتكبرون ويتعالون عن غيرهم من البشر بشكل مقصود أو غير مقصود، ومثال ذلك: صور الترف والبذخ والإسراف في الطعام ونحوه.

- أفرزت نتائج الدراسة، أنّ أفراد العينة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "السب والشتم"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 36.2%، ويرجع هذا لتدني مستوى ومحتوى بعض الأفراد ذوي المحتويات التافهة، فكثيراً ما تمر منشورات أو صور أو فيديوهات فيها من الشتم والسباب ما يفوق الخيال، وللأسف إدارة مواقع التواصل الاجتماعي لا تقوم بحضرمهم إلا عند القيام بإجراءات التبليغ الجماعي.

- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية، أنّ أفراد العينة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة "الدياثة"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 33.5%، ويفسر هذا بانتشار معالم صناعة الغرب، ورغبتهم في إبادة القيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمعات المسلمة، من خلال الدعم المعنوي و المالي و إتاحة الفرصة لمن لا غيره و لاضمير له لنشر محتويات الانحلال الأخلاقي.

- أوضحت نتائج الدراسة، أنّ أفراد العينة يعتقدون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيمة قائمة على "النقد الهدام للآخرين"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 37.7%، ويرتبط

هذا بمظاهر عدة طغت على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، من بينها كما أسلفنا الذكر في محطات سابقة انتشار "محتويات ما يسمى بالميز"، والتي تدعو وتحرض على السخرية من الآخرين.

- أفرزت نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيماً قائمةً على "عدم تقديم النصيحة"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 27.1%، ورغم موافقة أفراد العينة على أنَّ مواقع التواصل لا تقوم بتقديم النصيحة مبدئياً، إلَّا أنَّ النتيجة متقاربة جداً من التصريح "محايد" وحتى "معارض" نسبياً، لأنَّ الواقع الذي تشكل في مخيلتنا أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في جهود نقل المعلومة "النصيحة" ما بين أفراد المجتمع سواء لغاية تغيير السلوك أو تعديله.

- تفيد نتائج الدراسة، بأنَّ الأفراد المبحوثون يعتقدون أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنقل قيماً قائمةً على "العزلة ونبد التعاون"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" أولاً بما نسبته 28.8%، ويفسر هذا بأنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم نسبياً في عزلة الأفراد عن بعضهم البعض، وذلك على الرغم من تواصلهم كأفراد عن طريق هذه التقنيات، وبالفعل فقد ربطت دراسات عدة ما بين العزلة النفسية وقلة التواصل الأسري خصوصاً في ظل الولوج المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي.

- يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي، أجابوا على خيارات مشاركتهم ردود فعلهم تُجاه القيم الاجتماعية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على بديل "محايد" بالدرجة الأولى وبما نسبته 46.7%، ويرجع هذا إلى رغبة أفراد العينة نسبياً بعدم التصريح بردود فعلهم تُجاه هذه الرسائل والقيم.

- تشير نتائج الدراسة، إلى أنَّ أفراد العينة من الشباب الجامعي يتفاعلون مع رسائل القيم الاجتماعية السلبية باستخدام رموز "الإيموجي"، باستخدام رمز "أغضبني" أولاً وبما نسبته 44%، ويفسر رد الفعل هذا بالعصبية والغضب من القيم السلبية التي يتعرض لها المبحوثون، وهذا ما يؤكد أنَّ هذه الرسائل السلبية تستفز مشاعرهم ومخترناتهم القيمية القبلية، التي تكونت منذ نعومة أظافرهم.

- توضح نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يتفاعلون مع منشورات ورسائل القيم الاجتماعية السلبية، من خلال "تمرير المنشور دون أهمية" بالدرجة الأولى وبما نسبته 48.5%، ويعود هذا إلى عدم إعطاء الأهمية لرسائل ومضامين القيم الاجتماعية السلبية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يجعلهم غير معنيين بالتعرض لمحتوياتها السلبية أيًا كانت.

- تفيد نتائج الدراسة، بأنَّ أفراد العينة يستعرضون طرق تعليقهم على مضامين ورسائل القيم الاجتماعية السلبية الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وقع خيارهم على "لا أعلق" بالدرجة الأولى وبما نسبته 57.5%، ويعبر خيار "عدم التعليق" بلامبالاة أفراد الدراسة بهذه القيم بتاتا وتميرها وعدم الاهتمام بها لا بالتفاعل ولا بالتعليق نسبيا.

- نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون بأنَّ جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تؤثر في صناعة محتويات اجتماعية موجبة، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 52.3%، فمن المفارقات أنَّ خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي، قد تجعل من مضامين "أصدقاء الأصدقاء" تتجلى لبعض المستخدمين، وهذا ما يبرز التأثير المتعدد والشبكي في آنٍ واحدٍ، فما يراه ويتابعه "صديق صديق" عبر أحد المواقع بات سريع الانتشار والوصول أيضا. -تفيد نتائج الدراسة، أنَّ أفراد العينة يعتقدون بأنَّ القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الموجبة التي ترعرع عليها الأفراد من الأسرة والبيئة الاجتماعية، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 48.8%، ويمكن إرجاع هذا الأمر إلى حقيقة أنَّ القيم الاجتماعية التي شاركتها مؤسسة الأسرة، كمؤسسة اجتماعية رائدة في مجال التنشئة مع أفرادها "الشباب منذ بداية التكوين في الأسرة"، لازال مفعول تلك القيم والرسائل التي غرستها في الأفراد في طليعة واجبات الفرد للمحافظة عليها.

- نستنتج أنَّ الأفراد المبحوثين في الدراسة يعتقدون بأنَّ المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال العمل على حماية وصون القيم الاجتماعية الموجبة من مخاطر اضمحلالها، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 45.8%، ويمكن تفسير هذه النتيجة نظراً لجهود الكيانات التربوية مثل: عمل الأساتذة والمؤطرين الاجتماعيين والتربويين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال النصح والإرشاد وغيره.

-توضح نتائج الدراسة، التي تعرض الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار محاسبة أصحاب المنشورات ورفع دعوى ضدهم "الخطر"، بحيث أفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 42.9%، ويعود هذا لدور المحتويات الهابطة وتلك التي تنشر مضامين سلبية في دفع أفراد المجتمع المتشبعين بالقيم الأصيلة لرفض هذه المضامين، بل ودفعهم أيضا للتبليغ عن أصحابها وحضهم للتقليل من رواج مضامينهم.

- تنفيذ نتائج الدراسة، التي تعرض الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "إنشاء صفحات أو مجموعات متخصصة"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 43.5%، ويرجع هذا لعلم المبحوثين بدور الصفحات والمجموعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز مختلف القيم، نظرا لكونها حاضنة بشرية جماهيرية بامتياز.

- تنفيذ نتائج الدراسة، التي تعرض الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "النصح والإرشاد المجتمعي"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 52.3%، ويرجع هذا للقيمة المعنوية للنصيحة، بحيث إنّ للاتصال الإقناعي الحجاجي أثره البالغ في هذه الناحية، من خلال توظيف مختلف الاستمالات "المنطقية والعاطفية خصوصاً"، في سبيل حثّ الشباب على الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يراعي الأبعاد القيمية في المجتمع.

- تنفيذ نتائج الدراسة، التي تعرض الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "تفعيل دور مؤسسة الأسرة في التنشئة الاجتماعية"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 47.5%، ويعود هذا لقيمة الأسرة، كنواة للمجتمع لاسيما دورها في عملية الإقناع، ولقد أثبتت دراسات عدة فعالية الاتصال الأسري في هذا السياق، بحيث يمارس كل من الأب والأم مسؤوليات وسلطات عدة.

- تنفيذ نتائج الدراسة، التي تعرض الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "دور مؤسسة المسجد في مواقع التواصل الاجتماعي"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 44.6%، ويفسر هذا من منطلق أنّ المسجد مؤسسة تمنح الأفراد القيم الدينية بالأساس، والتي تنعكس على السلوكيات القيمية للأفراد في المجتمع، بحيث إنّ تلك الرسائل والدروس والمواعظ التي تبث وتلقى على مسامع الأفراد من شأنها أن تكون زاداً وحويلةً لأبأس بها من القيم الاجتماعية.

- تنفيذ نتائج الدراسة، التي تعرض الحلول الممكنة لمعالجة مشكلة رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم اقتراح خيار "الإعتماد على صناعات المحتوى ودعمهم الاجتماعي"، وأفرزت النتائج خيار الشباب الجامعي لبديل "موافق" بما نسبته 35.8%، ويرجع هذا لكون صناعات المحتوى

المتخصصين بمثابة "قادة رأي في البيئة الرقمية" يومنا هذا، بحيث يؤثر كل صانع محتوى في مجاله على جمهور متابعيه.

2- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

تقترب خطوة الدراسات السابقة من خلال وضوح وتأكيد نتائج تكون بشكل مباشر صريح أو غير مباشر ضمنى مع نتائج دراستنا، بحيث تعزز نتائج دراسة الباحثة بلوطي كدراسة مطابقة لنتائج دراستنا في هذا الصدد، من خلال نتائج دراستها، في ما يخص عادات وأنماط ولوج الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء التأكيد على تلازمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف نسبياً وبعدها ساعات غير محدود نسبياً أيضاً، فضلاً عن تفضيل عينة الدراسة من الشباب في كل من الدراستين في ولوج مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية المزودة بخدمات شبكة الإنترنت، وأن موقع فيسبوك كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي ولوجاً من قبل أفراد عينة الدراسة.

كما أن دوافع ولوج الشباب الجامعي في دراسة الباحثة بلوطي يقترب من منظور دراستنا في ما يتعلق خصوصاً بجزئية تفضيل أفراد العينة لمتابعة مقاطع لفيديو كشكل اتصالي وتفاعلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بغض الطرف عن الأشكال الأخرى، بما يعزز من فرضية تداول المحتويات القيمة عبر هذا الشكل التفاعلي.

وتتطابق نتائج دراستنا مع نتائج دراسة الباحثة بلوطي في ما يتعلق بحضور القيم الاجتماعية الإيجابية في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعزيز القيم والحث على ممارستها، كما أن الشباب في كل من الدراستين يرفض ما يتم تداوله من قيم سلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال عمل هذه الفئة في دراستنا خصوصاً على تقديم حلول من وجهة نظرهم.

وعلى هذا المنوال أيضاً عززت الدراسات السابقة المشابهة من نتائج دراستنا، مثل النتيجة المتعلقة بعادات وأنماط ولوج الشباب الجامعي بولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث جاءت لتأكيد كثافة الاستخدام من جهة، وتنوع المواقع التي يتم من خلالها اللوج لمواقع التواصل، بحيث برز بشكل جلي موقع فيسبوك أولاً، يليه مختلف المواقع الأخرى، كما تؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أضحت بمثابة مراكز ومؤسسات موازية للتنشئة الاجتماعية مثلما أشارت الباحثة "بشريف".

كما أكدت الدراسات المشابهة عموماً، على نتائج دوافع ولوج الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بأنه يتم وفق غايات وأسباب مختلفة وبشكل متطابق مع دراستنا، وخصوصاً للبحث عن وظائف الترفيه والتسلية والحصول عن البيانات المستجدة عن أحوال المجتمع، والبحث عن تكوين الصداقات مثلما أشارت دراسة الباحثة "دغمان هالة".

كما تؤكد جملة الدراسات المشابهة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية والسلبية على حد سواء، بحيث أبرزت أثرها فعلياً في معالجة القيم السلبية من جهة مثلما أكدت كل من دراستي الباحثين "بوقلوف" و "لواتي" عن أثر موقع فايسبوك في المساهمة في معالجة بعض السلوكيات السلبية الناجمة عن رواج القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإذاعة القيم الموجبة، فضلاً عن ارتباط الشباب بالقيم الاجتماعية والأخلاقية والدينية مثلما أكدت دراسة الباحث "بوالعام بلال"، وهذا ما يرتبط فعلياً بالنتائج التي توصلنا إليها في ذات السياق.

أما في ما يخص الدراسات السابقة باللغة الأجنبية، أكدت دراسة الباحثة "عزيز Azieze" على دور التقنيات الرقمية كـالإنترنت في التأثير العضوي والنفسي على المستخدمين فضلاً عن امتزاج الواقع الافتراضي وجوانب الواقع المعاش.

كما تصل دراسة الباحثين " Sibgha end Bakht "، إلى أنّ هناك نوع من الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة المقدرة بـ50 مفردة في دولة باكستان، وفي هذا الصدد تتطابق هذه النتيجة مع نتائج دراستنا التي تصل إلى أنّ هناك نوعاً من الإدمان النسبي في الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة في دراستنا.

3-نتائج الدراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام:

-سمحت نتائج الدراسة التطبيقية من معرفة و إسقاط المرتكزات الفكرية للحتمية القيمية في مجال الدراسة "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري" بغض الطرف عن وجهات نظر عدد من الباحثين حولها، حيث توصلنا إلى مايلي:

-عادات وأنماط الاتصال: بحيث توصلت الدراسة للكشف عن مستويات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، وتم التأكد من تزايد حجم الاستخدام والولوج لهذه المواقع، تبعاً للحجم الساعي، وتعدد

الحسابات عبر هذه المواقع، وأيضاً تبعا للولوج لها بغية التواصل والتفاعلي الاجتماعي، وخصوصا عبر ميزة "مشاهدة الفيديو" كشكل تفاعلي يجذب الشباب للتواصل، فضلا عن الاعتراف بالتأثير التلقائي لهذه المواقع على المبحوثين تبعا لتعرضهم بشكل تلقائي أيضا لما يجدونه من محتويات "قيم"، بالإضافة للتأثير المتبادل ما بين الشباب أنفسهم، نظراً لعدة نقاط: من بينها متابعة صناع المحتوى..الخ.

-تركز الحتمية القيمية في الإعلام على تفسير دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وفق رؤى تتفق وتتسجم مع الأبعاد القيمية للمضامين، وفي هذا الجانب توصلت دراستنا للكشف عن أهم دوافع وأغراض تعرض العينة البحثية لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث جاءت الدوافع متناسقة مع الركائز النظرية للحتمية القيمية في الإعلام، والتي تشير مثلاً إلى أن حسن التعرض واستخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" تساهم في توسيع دائرة الثقافة والمعارف، وهذا ما توصلنا إليه بالفعل، فضلاً عن عدد من الدوافع التي تتناسق مع الفرضيات الخاصة بدوافع الأنموذج، كتنمية وتوسيع شبكة الأصدقاء، ودعم قيم التكافل، وقيم المحافظة على البيئة وغيرها.

-التأثير الإيجابي: بحيث أن تأثير وسائل الإعلام الجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" يكون موجباً إذا كانت محتوياتها وثيقة بالقيم، وفي هذا الصدد يمكن أن نقول إجمالاً من خلال رصد مختلف النتائج المسجلة في الدراسة أن حسن استخدام الأفراد "الشباب" يشير إلى تعزيز حضور القيم الاجتماعية عبر هذه المواقع، والتي عززت من حب الشباب على ممارسة القيم الاجتماعية الإيجابية.

-التأثير السلبي: يشير بشكل معاكس التأثير السلبي أن يكون المحتوى بعيداً عن القيم الاجتماعية الإيجابية، وفي هذا الصدد توصلنا لبروز وتداول كثير نسبياً للقيم السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يتعامل معها الأفراد "الشباب الجامعي" بشكل موجب من خلال الحرص على تجاهلها أحياناً والإبلاغ عنها في أحيان أخرى.

4-نتائج عامة في ضوء تساؤلات الدراسة:

-ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟، توصلت دراستنا لعدة نتائج تجيب عن هذا التساؤل من المنطلقات التالية:

* إن الشباب الجامعي يلج لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف نسبياً.

- * إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي ولوجاً من قبل الشباب الجامعي تتمثل أساساً في موقع فايسبوك، ثم يوتيوب ثم تيك توك، ونلاحظ أنّ هذه المواقع والتطبيقات ذات وسائل متعددة شاملة الصورة والصوت عكس "الواتس اب" الذي يعتمد أكثر على النصوص.
- * تبرز نتائج الدراسة أنّ الشباب الجامعي يعتمد أساساً في سبل اتصاله بمواقع التواصل الاجتماعي على الهاتف الذكي بالدرجة الأولى.
- * أنّ الأغراض التفاعلية الاتصالية تغطي على أهداف الشباب في الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من أي أغراض أخرى سواء أكانت لأغراض للعلم أو التجارة أو غيره.
- * إنّ الشباب يفضلون مشاركة محتوياتهم مع جماعات الأصدقاء والإفصاح على بياناتهم التعليمية بالدرجة الأولى ثم مقر إقامتهم، ومن ثم طبيعة عملهم ومن ثم علاقاتهم العاطفية.
- * إنّ الشباب يفضلون مشاهدة مقاطع الفيديو كأكثر شكل تفاعلي يعتبرونه مؤثراً مقارنة بمطالعة المنشورات أو مشاهدة الصور ونحوه.
- * إنّ الشباب الجامعي يعتقدون أنّ متابعتهم الرسائل والمضامين القيمة تتم أولاً بشكل عفوي تلقائي، ومن ثم من قبل ما يعرضه جماعات الأصدقاء من محتويات.
- ما الدوافع القيمة لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟ توصلت دراستنا لعدة نتائج تجيب عن هذا التساؤل من المنطلقات التالية:
- * إنّ الشباب مولع بالتكنولوجيا ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي، لدرجة أنّه يجد ضالته في تصفحها وهنا بيت القصيد إذ أشارت إلى هذه النقطة مرتكزات الحتمية القيمة في الإعلام.
- * إنّ الشباب يلج مواقع التواصل الاجتماعي بغية الهروب من الضغوطات اليومية وتجاوز حواجز التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في ظل حواجز التواصل المباشر في الواقع.
- * إنّ الشباب يلج مواقع التواصل الاجتماعي و يتفاعل مع قيم المحافظة على البيئة ويدعم عملية توريث التربية البيئية للأجيال اللاحقة.
- * إنّ الشباب الجامعي يلج لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع تبادل المعارف المفيدة والمشاركة في النقاش حول المسائل المشتركة مع الآخرين.
- * إنّ الشباب الجامعي يتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الأخبار والأحداث المجتمعية فضلاً عن التعبير عن الآراء والأفكار والتوجهات بحرية.

-ماهو التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟، توصلت دراستنا لعدة نتائج تجيب عن هذا التساؤل من المنطلقات التالية:

*يلتزم الشباب بتقوية العلاقات مع الجيران جراء الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي بما يسهم في تحقيق الترابط والتماسك الاجتماعي.

*تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز قيم التطوع، من خلال حثّ الشباب على القيام بالأعمال التطوعية في المجتمع.

* تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في نقل قيم مساعدة المحتاجين وعابري السبيل فضلاً عن حثّ الشباب على الاضطلاع بمسؤولياتهم تجاه من هم في الحاجة لقوتهم من الفقراء والمعوزين وغيرهم. *تتقل مواقع التواصل الاجتماعي صدى إيجابياً عن محبة ورضا المجتمع تجاه أفراد من الشباب نظير قيامهم بالواجبات المجتمعية، وهذا بدوره يورث قيم احترام الآخرين لهؤلاء الشباب.

*يعد مضمون مواقع التواصل الاجتماعي مضمونا خصبا لتقديم النصيحة بين الأفراد، إذ يسهل تبادل رسائل النصيحة ما بين الشباب أنفسهم.

*تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم احترام الأكبر سناً والرفق بالصغار، من خلال بث مختلف الرسائل والقيم التي تدعو الشباب لممارسة هذه القيم وإداعتها ما بين أفراد المجتمع.

*يروج في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي لقيم طاعة الوالدين والبر بهما، إذ إنّ رسائلها تصل للشباب وتقنعهم على ملازمة ممارسة هذه القيمة.

* تحت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب على القيام بممارسة عدة قيم من بينها: تحمل المسؤولية وأداء الأمانات لأهلها، احترام المرأة بصفة أكبر، حسن الظن بالآخرين والتسامح، وصلة الأرحام وتمتين العلاقات مع الأصدقاء، وكلها قيم تساهم في تحقيق الترابط والتماسك الاجتماعي.

- ماهو التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟، توصلت دراستنا لعدة نتائج تجيب عن هذا التساؤل من المنطلقات التالية:

* إنّ الشباب الجامعي يرى بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي تعج بالرسائل والصور التي تدعم قيمة الرياء وحب الظهور من خلال البحث عن الشهرة.

*يتم تداول قيم سلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ترتبط بالتنمر على الآخرين، بما قد يؤثر على الكيان الفردي والاجتماعي ويهدد منظومة القيم الاجتماعية لديهم.

*تدعم محتويات مواقع التواصل الاجتماعي نسبيا مظاهر وقيم عدم إعطاء حق الطريق، وتتجلى هذه القيم في عدة صفات كالتعرض لحياة الناس الخاصة وتتبع عوراتهم وهي من القيم المذمومة.

*إنّ الولوج لمواقع التواصل الاجتماعي يتسبب في بروز قيم إهدار الوقت والعمل، بحيث أنّ كثرة الاستخدام تؤدي للإدمان وإضاعة العمل أو تأجيله وهذا ما قد يسبب عدة مشاكل للفرد والمجتمع.

*فضاء مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي بدوره لتداول قيم سلبية نسبياً أيضاً كالخيانة بجميع أنواعها ومن بينها الخيانة الزوجية وخيانة الصديق لصديقه، فضلا عن إذاعة مظاهر وقيم الكذب والجبن، والسباب والشتن.

*إنّ الشباب يتفاعل من خلال الرموز التعبيرية "الإيموجي" التي تشير للغضب عند مصادفة أي منشور متعلق بتداول القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أنّه يمر مرور الكرام على هذه المنشورات ويعمل على عدم الاكتراث لها عموما لا بالتعليق ولا بالمشاركة أو غيره.

*إنّ للمؤسسات الاجتماعية كالأسرة والمسجد أثرها في غرس القيم الاجتماعية الإيجابية ومناهضة وصد القيم السلبية من خلال الحضور في مخيلة ووجدان الشباب عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فضلا عن عمل هذه المؤسسات ككيانات عبر هذه المواقع كحضور الأئمة ومشاركتهم للمحتويات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغيره.

الخلاصة

سمح التحليل الكمي والكيفي لمعطيات الجانب التطبيقي بالربط ما بين متغيرات موضوع الدراسة، وأبان عن نتائج ترتبط بإشكالية وتساؤلات البحث، كما أبرز هذا الجانب بشكل واضح خصائص عينة الدراسة "الشباب الجامعي"، وخصوصاً في ضوء تطبيق إجراءات الجانب المنهجي من خلال إظهار طرق القياس اعتماداً على تصميم استمارة الاستبيان من مختلف المراحل: سواءً من مصادر تصميمها أو طرق تحكيمها ووصولاً لظروف توزيعها وتسليمها على أفراد عينة الدراسة.

وبالتالي ينظر لهذا الجانب التطبيقي على أنه بمثابة حلقة الوصل الأساسية أو الغراء الذي يحكم جميع جزئيات ومحطات البحث من جوانبه المنهجية ومروراً بالجانب النظري للبحث ووصولاً للجانب التطبيقي للدراسة.

خاتمة

خاتمة:

نستشف من خلال الدراسة في أطرها المنهجية والنظرية و التطبيقية، وجود سلسلة من النتائج حاولنا في ظلها الإجابة عن إشكالية وتساؤلات موضوع الدراسة المعنونة بـ: "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري"، بحيث يعد هذا الموضوع في حقيقة الأمر من المواضيع الشائكة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية برمتها، وما مجال علوم الإعلام والاتصال إلا كجزء أساسي من هذه المنظومة، فموضوع القيم كثيراً ما أرقى الباحثين مهما اختلفت مشاربهم الفكرية، حتى أنّ مؤسسي علم الاجتماع الأوائل كانت جهودهم مرئية و واضحة في مسألة ثبات و تغير القيم في علم الاجتماع الكلاسيكي والحديث والمعاصر، أمثال: دوركايم في الغرب، و ابن خلدون في المشرق، وذلك على الرغم من اختلاف الزمان والمكان والمرجعية الدينية والأخلاقية والفكرية.

وبذلك نعتقد أنّ موضوع القيم الاجتماعية، موضوع هام وحساس خصوصاً في عصر مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث أضحى المفهوم شاملاً عابراً للحدود والحوازر الجغرافية، بوسيلته ورسالته، فلما كانت القيم تكتسب وتحتكر من حيث البنية الفكرية والتكوين للأفراد في سياقات المؤسسات الاجتماعية التقليدية كالأسرة، في عصر التحول والتأثير الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي، لم يعد كافياً أو محصوراً في هذا الجانب، خصوصاً مع الأطروحات التي من الممكن أن نقول عنها محاولة لإعادة تشكيل القيم عبر هذه الفضاءات التي تشكل فضاء للتواصل في المواقع يضاف إليه الفضاء الواقعي في البيئة الاجتماعية.

وبالتالي فلقد غيرت هذه المواقع من عادات مستخدميها وأنماط تواصلهم نسبياً، فضلاً لكون هذه التغيرات لم تكن وليدة الصدفة، نتيجة التخطيط والتنفيذ من المختبرات المنتجة للتكنولوجيات، ولو من خلال تطبيق قد نراه بسيطاً، فنعتقد أحياناً أنّ مجرد الولوج إليه لن يؤثر في أي شيء.

وفي حقيقة الأمر، مواقع التواصل الاجتماعي غيرت من المفاهيم أيضاً، ففي فضاءاتها نلتمس نوعاً من الحرية والسماح بممارسة حقوق النشر والتعبير وإبداء الآراء نسبياً، وهذا ما لا يجده الفرد في أي وسيلة أخرى، بما يساهم في ترسيخ وتثبيت وتعزيز عدة قيم غير قيم الحرية وإبداء الآراء والإبداع، إذ تعززت قيم الصداقة التي تجاوزت الحدود الجغرافية، وبات أي "فعل نبيل" على صفحات هذه المواقع سواءً بشكل

مقصود أو غير مقصود، زيادة على ذبوع صوت المحتاجين، واليد التي باتت مبسوطة من فاعلي الخير لمساعدة إخوانهم، كل هذا وذاك نلتمس وجوده وأثره عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي هذا السياق التزمنا في موضوع الدراسة وخاصة في الجانب التطبيقي منها على اجتثاث معالم ولوج الشباب الجامعي لهذا الفضاء، لنلتمس كفاءات تعاطيهم مع ما يتعرضون له من محتويات ومضامين، فضلاً عن معرفة أثر مختزناتهم القيمة التي ترعرعوا عليها في البيئة الاجتماعية، بتكوين وإشراف مؤسسات التنشئة الاجتماعية من خلال عادات وأنماط ودوافع ولوجهم لهذه المواقع.

ولا نزال نعتقد، بأن بيئة مواقع التواصل الاجتماعي مؤسساتية من جهتها، وقابلة للتطوير خصوصاً بعد دمجها بخصائص ومميزات الذكاء الاصطناعي، وبالتالي سنبقى على الدوام ننتظر الجديد، ولكن ينبغي أن تكون كل حواسنا ووجداننا مصوباً نحو استشعار محتويات هذه التقنيات قبل التطبيق في الأساس حتى لا نَنفَاجاً بسرعة الوصول والتوظيف، بدل استقرار الوضع وتقييمه قبل الشروع في هذا التوظيف.

ويمكن إجمالاً التحدث عن بعض النقاط المفصلية كاستنتاجات عامة تمخضت عن موضوع دراستنا بناءً على التحليل و التقييم، بحيث تتلخص في النقاط التالية:

-في ضوء التحليل، يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة الفاعل المؤثر في تشكيل القيم الاجتماعية للشباب، الأمر الذي يؤكد ضرورة الوعي بآليات التعامل معها بما يحفظ المرجعية الاجتماعية.

-يمكن أن نستنتج أن طبيعة التأثير لا ترتبط بالوسيلة ذاتها بقدر ما ترتبط أكثر بطبيعة الرسالة التي تحملها، والتي في ضوءها تتنوع أنماط الاستخدام والسياقات الثقافية المختلفة.

-التأكيد على أن التحدي الحقيقي يتمثل في تحقيق التوازن ما بين الانفتاح الرقمي "الوسيلة"، وضرورة الالتزام بالقيم الاجتماعية من قبل الشباب الجامعي "الرسالة".

-تشجيع تنمية الوعي النقدي للشباب بصفة عامة، والشباب الجامعي بصفة خاصة، بحيث تعد هذه الخطوة مدخلاً أساسياً للحد من التأثيرات السلبية المحتملة لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لهذه الشريحة المهمة في المجتمع.

-التأكيد على أن التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يظل عاملاً مزدوج التأثير، بحيث تتحدد نتائجه وفق مستوى الضبط الذاتي، والمرجعية القيمة في المجتمع

- يبرز الوعي الفردي والمجتمعي والمؤسساتي بوصفه ركيزة رئيسية في توجيه تأثير هذه الفضاءات نحو ما يخدم البناء القيمي المجتمعي

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر:

القرآن الكريم: رواية حفص عن عاصم.

السنة النبوية:

صحيح مسلم: كتاب البر والصلة والآداب، باب التراحم المؤمنين وتعاطفهم 1999/4 رقم 2586.

صحيح مسلم: الراوي أبوهريزة الصفحة أو الرقم 2588.

القواميس والمعاجم

-ابن المنظور، دون تاريخ، لسان العرب، دار المعارف.

-الفار محمد جمال، 2014، معجم المصطلحات الإعلامية، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن .

قائمة المراجع:

الكتب

- العريشي جبريل بن حسن، الدوسري سلمى بنت عبد الرحمن محمد، 2015، الشبكات الاجتماعية والقيم

رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن.

- القواسمة أحمد حسن ، البلوي عايد بن علي، 2015، منظومة القيم الجامعية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.

- المقدادي خالد غسان يوسف، 2013، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.

- بن براهيم الشاعر عبد الرحمن، 2015، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.

- عبد الكافي اسماعيل عبد الفتاح، 2016، شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، ط1، المكتب العربي للمعارف، مصر.

-عبد الهادي زيد أحمد سمير، 2017، إعلام الشباب والبلث الوافد، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر.

- مكايي عماد حسن، حسين السيد ليلي، 2016، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط12، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.

-الجرجاوي زياد بن علي بن محمود، 2010، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، سلسلة أدوات البحث العلمي، غزة، فلسطين.

- المشاقبة بسام عبد الرحمان، 2014، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- بلخيري رضوان، 2014، مدخل إلى الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر.
- بن مرسل أحمد، 2010، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- بوعمامة العربي، 2020، الإعلام الجديد والمنظومة القيمية رؤى ورهانات مستقبلية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر .
- بوعمامة العربي، 2020، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر.
- جابر نصر الدين، الهاشمي لوكيا، 2006، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي ، ط2 ، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية ، قسنطينة، الجزائر .
- حسينة أقراد، 2021، رمزية القيم في الخطاب الإشهاري التلفزيوني، دار خيال للنشر والترجمة، الجزائر.
- حمدي محمد الفاتح، 2017، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال "دروس نظرية وتطبيقات"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- شقرة علي خليل، 2014، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- عزي عبد الرحمن، بومعيزة السعيد، 2010، الإعلام والمجتمع "رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر.
- عزي عبد الرحمن، 2013، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس.
- محمد وداعة الله محمد العوض، 2020، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن.
- مصطفى أحمد معزة، 2021، تواصل الحضارات والإعلام الرقمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- هتيمي حسين محمود، 2015، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.

مقالات أكاديمية

- الجمل سمير سليمان، الكرم محمد، 2020، الأثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم، مجلة شؤون اجتماعية، السنة 37، العدد 145، ص ص 39-76.
- الداودي سينهات محمد عز الدين، 2020، تعرض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم الاجتماعية والسياسية، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد 4 العدد 39، ص ص 580-604.
- أية محمود محمد الصالح، 2022، توعية الشباب الجامعي بمخاطر التتمر الإلكتروني، المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، العدد 18، المجلد 2، ص ص 120-141.
- بريك خديجة، حيدوسي أية، 2022، خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الشباب الجزائري، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 7 العدد 2، ص ص 232-248.
- <https://asjp.cerist.dz/en/article/184771>
- بلمادي أحلام، 2016، سوسيولوجية القيم والتغير القيمي في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 4 العدد 7، ص ص 102-121.
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/200/4/7/25869>
- بوالشرشوالدين، 2019، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الأسرية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 2 العدد 4، ص ص 10-24.
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/765/2/4/158930>
- بوبصلة أمينة، و زنانرة ريمة 2023، فضاءات الميديا الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي) والهوية الافتراضية للشباب-رؤية نظرية-، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 7، العدد 1، جوان 2023، ص ص 361-375.
- الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/496/7/1/226670>
- بوعمرسهيلة ، جابر نصر الدين، العادل محمد، 2021، شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 3 الاصدار 13، ص ص 181-192.
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/119/13/3/160306>

- حمدي محمد الفاتح، 2012، استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساته على سلوك الشباب الجزائري، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد الأول، المجلد الأول، ص ص31-49.
- رهام محمد أبو الليل، عبد المؤمن دعبس محمد عبد الخالق، صابر الخبير الحسني محمد، محمد خليل وفاء، فتحي عبد اللطيف أسماء ممدوح، 2022، دراسة وعي الشباب الجامعي بإعادة تدوير المستهلكات المنزلية لإقامة مشروعات صغيرة، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد 8، العدد 41، ص ص815-852.
- سحر هاشم عز الدين عطية، 2023، مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الزوجية: دراسة ميدانية على عينة من الأزواج في مدينة سوهاج، مجلة كلية الآداب، العدد السادس والستون، ص ص401-450. https://journals.ekb.eg/article_285249_5ad95b5907e206d6516f091215d66fef.pdf
- سعد عمر أمينة أحمد، 2022، القيم الاجتماعية وعلاقتها بتثنية الأطفال، مجلة كلية الآداب بقنا، العدد 55، ص ص 816-856.
- سيد علي ذهبية، نايت عمر، 2023، الخيانة الزوجية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الرابطة الزوجية، مجلة التربية والتنمية، المجلد 2 العدد 1، ص ص 62-72. <https://asjp.cerist.dz/en/article/232257>
- عطوي نادية، 2020، دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم الاجتماعية، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 6 العدد 1، ص ص 183-202. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/717/6/1/150914>
- عاشور عبدالحكيم، العمري الحاج، 2024، جمع البيانات بواسطة الاستبيان في الدراسات الميدانية لشعبة العلوم التجارية، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المجلد 8، العدد 1، ص ص 307-322. <https://asjp.cerist.dz/en/article/249978>
- لعلام عبد النور، بوعلام ميسه، 2023، عوامل التتمير السيبراني في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة بالوسط الجامعي (الفيسبوك أنموذجا)، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 7، العدد 1، ص ص 246-265. <https://asjp.cerist.dz/en/article/219281>

- محمد المبارك، حسن الفاتح الحسين، 2020، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة "الفيسبوك أنموذجا"، المجلة العربية للعلوم التربوية و النفسية، المجلد الرابع، العدد 16، ص ص 37-66.

- يحيوي فاطمة، فور خديجة، 2019، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية "فايسبوك والتويتر أنموذجا"، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد 9، العدد 1، ص ص 106-120.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/96510>

-ال سيد الشيخ فاطمة، نفوسي مرتاض لمياء، 2024، استخدامات الشباب الجزائري للفيديو القصير عبر تطبيقات الهاتف الذكي وعلاقته بالآثار الاجتماعية والنفسية لديهم، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 4 (رت 78)، ص ص 555-575.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/246616>

-الجمالنجلاء، 2018، دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب -دراسة تطبيقية على الشباب المصري-، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 5 العدد 3، ص ص 152-187.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/524/5/3/84748>

-الجموعي مومن بكوش، 2014، القيم الاجتماعية مقارنة نفسية اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8، سبتمبر 2014، ص ص 72-87.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/475/2/5/79385> متاح على الرابط:

-الرفاعي عيش سحر محمد، 2023، القيم الاجتماعية "دراسة ميدانية"، مجلة القراءة والمعرفة، المجلد 23، العدد 256، ص ص 219-245.

https://mrk.journals.ekb.eg/article_290429_65298e31dd6fe3be255f0e63f542d7dd.pdf

-الفرفار العياشي، 2020، الهوية الافتراضية: طبيعتها، خصائصها وعلاقتها بالمجتمع الواقعي، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي- برلين ألمانيا، العدد الحادي عشر شهر ماي 2020، ص ص 312-331.

-بلعيد نهى، 2016، تطورات استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، ص ص 9-22.

-بلمداني سعد، 2018، استخدام الشباب للوسائط التكنولوجية الحديثة وميلاد ثقافة اتصالية جديدة، مجلة متون، المجلد 9، العدد 4، ص ص 78-97.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/146/11/2/110682>

-بن برغوث ليلي، 2022، الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي: بين الانتهاك والكشف الإرادي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 5 العدد 1، ص ص 592-608.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/178651>

-بوكبشة جمعية، 2022، وسائل التواصل الاجتماعي والصراع القيمي لدى الشباب، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 2 العدد 2، ص ص 14-27.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/197783>

-حاسي مليكة، 2016، مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق التجاري، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 5 العدد 1، ص ص 272-281.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/206/5/1/102141>

-حمدي وردة، بوغرة حكيم، 2020، التلقي في النظرية الحتمية القيمية، مجلة المعالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الأول، العدد الثاني، ص ص 65-83.

الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/748/1/2/150332>

-دراحي ابتسام، 2020، تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، مجلة المعيار، المجلد 24 العدد 50، ص ص 631-650.

الرابط: <https://asjp.cerist.dz/en/article/111658>

-سامي المنيس لمياء، 2019، فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل المعرفة لدى طلبة الجامعات: دراسة ميدانية على طلاب ماقبل التدرج في كل من جامعتي الكويت وحلوان بالقاهرة، بحوث في علم المكتبات والمعلومات، المجلد 22 للعدد 22 لشهر مارس، ص ص 443-461.

-سعداوي فاطمة الزهراء، الحاج سالم عطية، 2020، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري -الفيسبوك أنموذجا-، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 2 العدد 12، ص ص 729-736.

الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/119/12/4/118545>

-سلاوي حليلة، لعل بومكيش، 2017، مدخل مفاهيمي حول القيم الاجتماعية السائدة في المؤسسة والإستقرار الوظيفي للموظف، مجلة الحوار الفكري، المجلد 12، العدد 14، ص ص 469-502.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/179/12/14/100688>

-سليمان فاطمة الزهراء، بلقوميدي عباس، 2018، تموضع منظومة القيم لدى الشباب الجامعي بين التصور والسلوك الفعلي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 34، ص ص 101-121.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/119/10/2/130119>

-سماش سيد أحمد، 2018، أثر التكنولوجيا الحديثة على الشباب، مجلة الفكر المتوسطي، العدد الثالث عشر، ص ص 46-63.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/185/7/1/45057>

-عيساوي أحمد، 2014، رؤية تحليلية لمنهجية "نظرية" الحتمية القيمية في الإعلام للباحث المفكر الأستاذ الدكتور عزي عبد الرحمن، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 8 العدد 1، ص ص 183-199.

الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/305/8/1/29622>

-فرج شبيك سعد، 2020، أهمية دور الشباب و مشاركتهم في تنمية المجتمع وإعادة إعمارهم، مجلة الجامعي، العدد 31، ربيع 2020، ص ص 33-48.

<https://www.aljameai.org.ly/index.php/aljameai/article/download/399/353>

-فريجات نسبية، وسليمان ليلى، 2019، نظرية الحتمية القيمية في البحوث الإعلامية "قراءة في المفهوم والأسس"، مجلة إسهامات للبحوث والدراسات، المجلد 4 العدد 1، ص ص 132-145.

الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/746/4/1/166647>

- فلاق محمد، 2017، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر "منظور تحليلي"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18، جوان 2017، ص ص 16-25.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/552/9/2/73762>
- عمور موني، 2018، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 14، ص ص 73-84.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/73/16/1/143700>
- علياضي نصر الدين، 2022، محاولة دراسة الاتصال في المجتمع الجزائري: بعض المشاغل الاستمولوجية في البيئة الرقمية، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، المجلد 2 العدد 3، ص ص 7-36.
<https://asjp.cerist.dz/en/article/196446>
- لولي حسية، 2016، الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه، مجلة المربي، العدد 19-2016.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/580/19/1/111994>
- لونيس باديس، 2014، تحديات تواجه نظرية الحتمية القيمية في الإعلام -دراسة نقدية مقارنة-، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 8 العدد 1، ص ص 312-349.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/475/2/5/79385>
- مساها رميساء، 2024، تأثير التمر الإلكتروني على سلوكيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 8 العدد 2، ص ص 29-43.
<https://asjp.cerist.dz/en/article/257748>
- معبود مريم، 2022، المجتمع ورهانات التربية على القيم في فكر إيميل دوركايم : مقارنة نظرية، مجلة دراسات، المجلد 11، العدد 1، لشهر ماي، ص ص 407-424.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/332/11/1/188541>
- معتوق نورا بخيت عبد الرحيم، 2021، الجرائم الإلكترونية ومخاطرها على الشباب الجامعي، المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، العدد 16، المجلد 2، ص ص 148-164.
- ميمي محمد عبد المنعم توفيق، 2018، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية جامعة عين الشمس، العدد الرابع والعشرون، الجزء الثاني، ص ص 1-45.

الرابط:

https://jfehls.journals.ekb.eg/article_92590_626a6e9273e12e6aac404788700ec2f4.pdf

-ميهوبيفوزي، بوطبال سعد الدين، 2014، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المواطنة في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 14 مجلد 6. ص ص 69-82.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/119/6/14/36938>

-هماش ساعد، 2014، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من التخصيص إلى التعميم من علوم الإعلام والاتصال إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 8 العدد 1، ص ص 200-216.

الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/305/8/1/29623>

-هميسي نور الدين، حامدي ياسين، 2020، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري دراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي-برلين-ألمانيا، العدد الحادي عشر، ص ص 373-392.

تقارير حكومية:

-بركات وجدي محمد، 2008، آفاق التنمية لدى الشباب وتأثير المجتمع-رؤية أمنية اجتماعية معاصرة-، ورقة عمل تحت إشراف وزارة الداخلية وأكاديمية الملكية للشرطة -مركز البحوث الأمنية-، البحرين، ص ص 1-40.

https://drive.uqu.edu.sa/_/wmbarakat/files/w3.pdf

الملتقيات:

- الصادقي العماري، 2015، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، أعمال مؤتمر أسبوع التقارب والوئام الإنساني-الرابع، من 15 الى 19 فيفري 2015، سلطنة عمان، ص ص 165-198.

الرابط: <https://philpapers.org/archive/KRGAUV.pdf>

الأطروحات:

- بوداود إدريس، 2017، القيم الاجتماعية والتعامل الإقتصادي دراسة سوسيولوجية ميدانية لحالة إدارة الجمارك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص ديني، جامعة الجزائر 2.

-بشريف وهيبه، 2019، تأثير الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية: دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة1.

-بلوطي ربحانة، 2022، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة1.

-بن بعلوش أحمد عبد الكريم، 2014، التخطيط العائلي وتأثيره على القيم الاجتماعية في الأسرة الريفية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر-باتنة.

-بوقلوف سهام، 2018، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال-تخصص دراسات الجمهور-، جامعة الجزائر3.

-عباسي يزيد، 2016، مشكلات الشباب الاجتماعية في ضوء التغيرات الاجتماعية الراهنة في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة.

-كمال العايد، 2017، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الاتصال، جامعة تلمسان.

مواقع الإنترنت :

-بن صلاح الحميدان إبراهيم، 2010، الإقناع والتأثير ، تاريخ الدخول : 30-09-2023 ، على الساعة:16.55.

الرابط: <http://www.islamicbook.ws/amma/alignaa-waltathir-drast-tasilit-dawit.pdf>

-موقع موسوعة جمهرة الإلكترونية لمفردات المحتوى الإسلامي ، تاريخ الدخول : 30-09-2023 ، على الساعة 17.06.

الرابط : <https://islamic-content.com/dictionary/word/2305>

-الموقع الإلكتروني: المعاني-لكل رسم معنى-، تعريف ومعنى تأثير في معجم المعاني الجامع، تاريخ الدخول: 23-09-2023، على الساعة 18.02.

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar->

[/ar/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1)

- جابر نصر الدين، غسيري يمينه، مشكلات الشباب في المجتمع الجزائري بين أزمة الهوية واللامعيارية "نظرة تشخيصية نفسية-اجتماعية"، تاريخ الدخول: 31-03-2024 الساعة12.42.

<https://lab.univ-biskra.dz/leps/images/stories/%D9%85%D8%AF%D8%A7%D8%AE%D9%84%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1.pdf>

المراجع الاجنبية:

-Brugger, niels, 2015, A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure, first Monday, Volume 20, Number 5 – 4 May 2015, p p : 1–20.

-Calderaro, Andrea, 2018, Social media and politics, The sage handbook of political sociology, p p : 781–796.

https://www.researchgate.net/publication/322273564_Social_Media_and_Politics

-Davis jenny, 2016, social media, The International Encyclopedia of Political Communication, p p :1–8.

https://www.researchgate.net/publication/314581845_Social_Media#:~:text=Social%20media%20are%20defined%20as,pervasive%20aspect%20of%20everyday%20life.

-HANAN A. ALJEHANI ,2019, IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIAL VALUE SYSTEMS AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN SAUDI ARABIA, INTERNATIONAL JOURNAL OF EDUCATION AND PRACTICE,VOL7 ,NO.3, P :216–229.

–Jeffrey, Dailey, Casey pierce, Biffldiana, 2016, A framework for study,
university of michiganlibrary , p p 1–43.

[https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/134199/soc412404_
am.pdf](https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/134199/soc412404_am.pdf)

–**Valaalirohani, Siew hock ow, 2009**, On Social Network Web Sites:
Definition, Features, Architectures and Analysis Tools, journal of computer
engineering, 1(2009) 3–11, p p 41–54.

[https://www.researchgate.net/publication/233927861_On_Social_Network_We
b_Sites_Definition_Features_Architectures_and_Analysis_Tools](https://www.researchgate.net/publication/233927861_On_Social_Network_Web_Sites_Definition_Features_Architectures_and_Analysis_Tools)

الملاحق

الملحق (01)



جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان:

حول موضوع:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي
الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات: الوادي، بسكرة، ورقلة

تحت إشراف

أ.د. حمزة قدة

من إعداد الطالب

عبد الحق ونوغي

في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تم إعداد هذه الاستمارة الموجهة إلى طلبة الجامعة، علما أنها تدخل في إطار البحث العلمي، لاتحمل أي خصوصية لبيانات الأفراد المبحوثين، وجميع الأسئلة الموجودة في الاستبيان هدفها إثراء البحث العلمي والأكاديمي.

وعليه نتمنى منكم التعاون معنا لملء هذا الاستبيان بوضع العلامة (x) أمام الإجابات المناسبة، أو من خلال التعبير بكل حرية عن آرائكم ومواقفكم في المكان المخصص لذلك.

تقبلوا منا فائق الشكر والاحترام

السنة الجامعية: 2024-2025

الملاحق

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- السن: من 20 الى 25 سنة ☐ من 26 الى 30 سنة ☐ من 31 الى 35 سنة ☐
- الجامعة
- جامعة بسكرة ☐ جامعة الوادي ☐ جامعة ورقلة ☐
- المستوى الدراسي: ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐
- المستوى المعيشي:
- أقل من المتوسط ☐ متوسط ☐ جيد ☐

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

- 1- حدد متوسط ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- اقل من ساعة ☐ من ساعة الى ساعتين ☐ اكثر من 3 ساعات ☐
- 2- إليك مواقع التواصل الاجتماعي التالية، "رتبها" حسب درجة استخدامك لهذه المواقع:
- الفايسبوك ☐ يوتيوب ☐ واتساب ☐ تيك توك ☐
- منصة إكس ☐ ثرودز ☐ تلغرام ☐ انستغرام ☐ أخرى.....
- 3- أي من الأجهزة الإلكترونية التالية التي تستخدم منها مواقع التواصل الاجتماعي؟ "يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

- الهاتف الذكي ☐ الحاسوب الشخصي الثابت ☐ الحاسوب المحمول ☐ جهاز آخر ☐

4- ما عدد الحسابات التي تمتلكها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- | | | | | |
|-----------|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--|
| الفايسبوك | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |
| يوتيوب | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |
| واتساب | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |
| تيك توك | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |
| منصة إكس | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |
| تلغرام | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |
| انستغرام | حساب واحد ☐ | حسابان ☐ | ثلاثة ☐ | من أربع فما فوق ☐ |

الملاحق

5- حدد أهداف استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي تبعا لامتلاكك أكثر من حساب عبر الموقع الواحد:

"يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

هدف تواصل اجتماعي ☐ هدف ترفيهي ☐ هدف تجاري ☐ هدف إعلامي ☐ أغراض أخرى ☐

6- تشارك ماتتابعه عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع جماعات الاصدقاء؟

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

7- مانوع البيانات التي تفصح عنها في حسابك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

"يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

السكن ☐ المستوى الدراسي ☐ طبيعة العمل ☐ العلاقات الشخصية والعاطفية ☐

أخرى ☐ اذكرها:

8- أي شكل تفاعلي تفضله خلال تصفحك واستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

"يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

مشاهدة الصور ☐ مشاهدة مقاطع الفيديوها ☐ مطالعة المنشورات ☐

مشاركة المنشورات ☐ التعليق ☐ استخدام الإيموجي ☐

9- متابعتك للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال:

"يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

مشاركة الاصدقاء ☐ بشكل عفوي انتقائي ☐ بشكل مباشر قصدي ☐ متابعة صناع المحتوى ☐

أخرى ☐ اذكرها:

المحور الثالث: الدوافع القيمة لاستخدام الشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري لمواقع

التواصل الاجتماعي

1- تعرضك واستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي، نابع من الدوافع التالية:

السؤال	الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1- أعتقد أنني أجد نفسي في هذه المواقع						
2- أبحث عن هويتي						
3- الهروب من الضغوطات اليومية						
4- كسر الحواجز النفسية والمخاوف في التواصل والحوار						

الملاحق

					5-أبحث عن إنشاء علاقات عاطفية
					6-أتفاعل وأتواصل مع أصدقائي
					7-أنشغل بقيم التكافل الاجتماعي
					8-أتفاعل مع قيم المحافظة على البيئة
					9-تبادل المعارف المفيدة
					10-النقاشات حول القضايا المشتركة
					11-متابعة المستجدات والأخبار المجتمعية عن كئيب
					12-التعبير بحرية عن الآراء والأفكار

المحور الرابع:تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الايجابية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري

1-ولوجك لمواقع التواصل الاجتماعي جعلتك تمارس القيم التالية، واصبحت:

السؤال	الاجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1-أحس بنعمة الجار						
2-أعمل على تمتين العلاقة بالأصدقاء						
3-أقوم بالأعمال التطوعية						
4-أساعد المحتاجين وعابر السبيل						
5-محبوباً عند الناس						
6-أحس باحترام الآخرين لي						
7-نصوحاً لغيري من الناس						
8-أحترام الأكبر سناً وأرفق بالصغار						
9-أطيع وأبر بالوالدين						
10-أتحمل المسؤولية						
11-أؤدي الأمانة لأهلها						
12-أتواضع مع الجميع						
13-أحترم المرأة بصفة أكبر						
14-أسامح الجميع						

					15- أحسن الظن بالآخرين
					16- أزور الأقارب وأصلهم
					17- إزدادحسي بالمسؤولية نحو الأبناء والإخوة
					18- أنتقد الآخرين بشكل موضوعي بناء

المحور الخامس: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية السلبية للشباب الجامعي في ولايات الجنوب الشرقي الجزائري

1- عند ولوجك لمواقع التواصل الاجتماعي، أي القيم الاجتماعية السلبية التي ترى أنها رائجة عبرها؟

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاجابة القيم السلبية
					1- الرياء وحب الظهور والشهرة
					2- التتمر بكل أنواعه
					3- التشجيع على العقوق الوالدين
					4- تشجيع العلاقات غير السوية
					5- إنكار الصداقات
					6- عدم إعطاء حق الطريق
					7- إهدار الوقت والعمل
					8- الجبن (ضعف الشخصية)
					9- الخيانة
					10- الكذب
					11- الأنانية
					12- التفريق العنصري
					13- التكبر
					14- السب والشتم
					15- الدياثة
					16- النقد الهدام للآخرين
					17- عدم تقديم النصيحة
					18- العزلة ونبد التعاون

الملاحق

2-متابعتك لمضامين القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعقبها رد فعل في شكل "إيموجي"؟

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

3-عند متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي، ماتفاعلك مع المنشورات التي تحتوي قيم اجتماعية سلبية بإستخدام خاصية "الإيموجي"؟

أعجبني ☐ محزن ☐ غضب ☐ محبب ☐ تعجب ☐

4-كيف تتفاعل مع المنشورات التي تحتوي على القيم الاجتماعية السلبية ؟ "يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

تمرير المنشور دون أهمية ☐ المشاهدة فقط والمروور ☐ التعليق ☐
مشاركة المنشور مع الأصدقاء للتهكم ☐ حذف المنشور ☐

5-كيف يكون تعليقك على المنشورات التي تحتوي على قيم اجتماعية سلبية؟ "يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

التعليق بغضب وطلب إزالة المنشور ☐
التعليق بالنصح والاستدلال بالحكم أو بالقرآن والسنة ☐
لا أعلق ☐

6-أعتقد أنّ جماعات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تؤثر في صناعة محتويات اجتماعية إيجابية ؟

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

7-أعتقد أنّ القيم الاجتماعية الموجبة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس القيم الاجتماعية الإيجابية التي ترعرت عليها من الأسرة والبيئة الاجتماعية؟

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

8-أترى أنّ المؤسسات الاجتماعية كالمدرسة ناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال العمل على حماية وصون القيم الاجتماعية الإيجابية من مخاطر اضمحلالها ؟

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

9- كيف ترى الحلول الممكنة لمعالجة مشكل رواج القيم الاجتماعية السلبية عبر مواقع التواصل؟

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	السؤال / الإجابة
					1- محاسبة أصحاب المنشورات ورفع دعوى ضدهم (حظر)
					2- إنشاء صفحات أو مجموعات متخصصة
					3- النصح والإرشاد المجتمعي
					4- تفعيل دور مؤسسة الأسرة في التنشئة الاجتماعية
					5- دور مؤسسة المسجد عبر مواقع التواصل
					6- اعتماد على صنّاع المحتوى ودعمهم الاجتماعي

حلول أخرى، حددها:

.....

.....

الملحق (02)

قائمة المحكمين:

بعد القيام بإعداد استمارة الاستبيان الخاصة بالجانب الميداني للدراسة، تم توزيعها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين قصد تحكيمها، إما بالتعديل أو الحذف أو تثبيت بعضها، بحيث إنَّ الاستمارة باتت في شكلها النهائي قابلة للتوزيع اليدوي بعد استرداد ردود و آراء المحكمين حولها.

ولتوضيح الرؤية حول هؤلاء الأساتذة المحكمين ارتأينا وضعهم في الجدول التالي الذي يوضح جامعة انتمائهم فضلاً عن الدرجة العلمية والتخصص.

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	التخصص	جامعة الانتماء
فاطمة الزهراء قبيطة	أستاذ محاضر -أ-	الإعلام والاتصال	جامعة الوادي
هابة طارق	أستاذ محاضر -أ-	الإعلام والاتصال	جامعة الوادي
صالحي دليلة	أستاذ محاضر -أ-	الإعلام والاتصال	جامعة الوادي
مسعودة طلحة	أستاذ محاضر -أ-	الإعلام والاتصال	جامعة بسكرة
أحمد أمين فورار	أستاذ محاضر -أ-	الإعلام والاتصال	جامعة بسكرة
محمد طه فريجة	أستاذ محاضر -أ-	الإعلام والاتصال	جامعة بسكرة
صباح غربي	أستاذ تعليم عالي	علم الاجتماع	جامعة بسكرة

الملحق (03)

جامعة الوادي: عدد الكليات والأقسام بالجامعة، بالإضافة لتعداد الطلبة الجامعيين: 24374 طالباً (ة)
عدد الطلبة الإجمالي حسب الكليات:

عدد الطلبة	الكليات/الملحق
4053	كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
3380	كلية الآداب واللغات
3750	كلية التكنولوجيا
3580	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
2008	كلية العلوم الدقيقة
1595	كلية العلوم الإسلامية
2894	كلية علوم الطبيعة والحياة
2692	كلية الحقوق والعلوم السياسية
422	ملحق الطب
24374	عدد الطلبة الإجمالي

طلبة ليسانس:

عدد الطلبة	الأقسام/الملحق
2324	علوم وتكنولوجيا
464	علوم المادة
1057	رياضيات وإعلام آلي
2323	علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير
521	لغة فرنسية
712	انجليزية
85	ترجمة
1681	علوم اجتماعية
1717	علوم الطبيعة والحياة
979	علوم إنسانية
245	علوم سياسية

1126	علوم إسلامية
888	آداب ولغة عربية
1591	حقوق
15713	العدد الإجمالي لطلبة ليسانس

طلبة الماجستير:

عدد الطلبة	الأقسام/الملحق
1181	علوم وتكنولوجيا
194	علوم المادة
293	رياضيات وإعلام آلي
1257	علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير
216	لغة فرنسية
231	لغة إنجليزية
785	علوم اجتماعية
917	علوم الطبيعة والحياة
608	علوم إنسانية
40	علوم سياسية
469	علوم إسلامية
727	آداب ولغة عربية
816	حقوق
7734	العدد الإجمالي لطلبة الماجستير

الميدان	دكتوراه طب	مهندس	الاجمالي
طب	422		422
الكثروتنقني		245	245
هندسة مدنية			
هندسة الطرائق			
هندسة ميكانيكية			
علوم فلاحية		91	91
علوم بيطرية		169	169
الإجمالي	422	505	927

جامعة بسكرة: عدد الكليات والأقسام بالجامعة، بالإضافة لتعداد الطلبة الجامعيين: 27565 طالباً(ة)

الكلية	القسم	عدد
كلية الأدب و اللغات	Département de Lettres et langue arabe	1366
كلية الأدب و اللغات	langue et littérature anglaise	2088
كلية الأدب و اللغات	langue et littérature française	419
كلية الحقوق و العلوم السياسية	Département de droit privé	2222
كلية الحقوق و العلوم السياسية	Département de Droit publique	2041
كلية الحقوق و العلوم السياسية	Département des Sciences Politiques	130
كلية العلوم الاقتصادية	Département des Sciences commerciales	681
كلية العلوم الاقتصادية	Département des Sciences de gestion	870
كلية العلوم الاقتصادية	Département des Sciences économiques	594
كلية العلوم الاقتصادية	Science financière et comptabilité	806
كلية العلوم الاقتصادية	tronc commun économie	1697
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية	Département de psychologie et des sciences de l'éducation	948
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية	Département des Sciences humaines	1975
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية	Département des Sciences sociales	1572
كلية العلوم الدقيقة	Département de Mathématiques	335
كلية العلوم الدقيقة	Département des Sciences de la matière	659
كلية العلوم الدقيقة	Département d'Informatique	1838
كلية العلوم و التكنولوجيا	Département de Chimie industrielle	292
كلية العلوم و التكنولوجيا	Département de Génie électrique	1107
كلية العلوم و التكنولوجيا	Département de Génie mécanique	420
كلية العلوم و التكنولوجيا	département de tronc commun	673
كلية الهندسة المعمارية و العمران و الهندسة المدنية و الري	Département d'Architecture	576
كلية الهندسة المعمارية و العمران و الهندسة المدنية و الري	Département de Génie civil et hydraulique	648
كلية الهندسة المعمارية و العمران و الهندسة المدنية و الري	Département des Sciences de la terre et de l'univers	61
كلية ع ط ح و علوم الأرض و الكون	Département des Sciences Agronomiques	640
كلية ع ط ح و علوم الأرض و الكون	Département des Sciences de la nature et de la vie	1668
كلية ع ط ح و علوم الأرض و الكون	Département des Sciences de la terre et de l'univers	72
كلية ع ط ح و علوم الأرض و الكون	Département Médecine	701
معهد الرياضة	Département de l'éducation motrice	120
معهد الرياضة	Département l'entrainement sportif	124
معهد الرياضة	Institut des sciences et techniques des activités physiques et sportive	222

27565 = مجموع

تعداد بالكليات --- Requê

10-12-2024

Sit d'ins	الكلية	الكلية DeCompte
Validée	كلية الأدب و اللغات	3873
Validée	كلية الحقوق و العلوم السياسية	4393
Validée	كلية العلوم الإقتصادية	4648
Validée	كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية	4495
Validée	كلية العلوم الدقيقة	2832
Validée	كلية العلوم و التكنولوجيا	2492
Validée	كلية الهندسة المعمارية و العمران و الهندسة المدنية و الري	1285
Validée	كلية ع ط ح و علوم الأرض و الكون	3081
Validée	معهد الرياضة	466

٢٧٥٦٥

جامعة ورقلة: عدد الكليات والأقسام بالجامعة، بالإضافة لتعداد الطلبة الجامعيين: 26285 طالباً(ة)

2025 - 2024 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة قاصدي مرباح ورقلة تعداد الطلبة في التخرج حسب اقسام الكليات والمعاهد جامعة قاصدي مرباح ورقلة						
المجموع الاجمالي	ما بعد التخرج	التخرج				
		المجموع	المطور الثاني (ماستر)	المطور الأول (ليسانس)	نظام الكلاسيكي	
3415	91	3324	673	2208	443	كلية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال
1492	48	1444	295	706	443	قسم الإعلام الآلي وتكنولوجيات الإعلام
1923	43	1880	378	1502		قسم الإلكترونيك والاتصال
1657	193	1464	381	1083	0	كلية الرياضيات وعلوم المادة
732	76	656	146	510		قسم الفيزياء
648	81	567	166	401		قسم الكيمياء
277	36	241	69	172		قسم الرياضيات
3299	149	3150	1184	1571	395	كلية العلوم التطبيقية
947	42	905	431	395	79	قسم هندسة الطرائق
185		185			185	خلية علوم تكنولوجيا (مهندس دولة)
779	49	730	259	411	60	قسم الهندسة المدنية والري
751	37	714	270	406	38	قسم الهندسة الميكانيكية
637	21	616	224	359	33	قسم الهندسة الكهربائية
2700	73	2627	957	1647	23	كلية المحروقات والطاقت المتجددة وعلوم الأرض والكون
949	18	931	209	699	23	قسم انتاج المحروقات
693	3	690	193	497		قسم التنقيب وميكانيك الورشات البترولية
358	0	358	202	156		قسم طاقت متجددة
700	52	648	353	295		قسم علوم الأرض والكون
1870	191	1679	495	1140	44	كلية علوم الطبيعة والحياة
1394	97	1297	350	947		قسم علوم البيولوجية
476	94	382	145	193	44	قسم العلوم الزراعية
3257	176	3081	1205	1876		كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير
776	67	709	381	328		قسم علوم التسيير
591	34	557	260	297		قسم علوم الاقتصادية
1018	29	989	89	900		قسم علوم التجارية
872	46	826	475	351		قسم علوم مالية ومحاسبة
2054	69	1985	681	1304		كلية الحقوق والعلوم السياسية
1840	43	1797	584	1213		قسم الحقوق
214	26	188	97	91		قسم العلوم السياسية

مصلحة الإحصاء والإشراف

3250	176	3074	1076	1998		كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
997	94	903	426	477		قسم علم النفس وعلوم التربية
501	55	446	184	262		قسم علم الاجتماع والديموغرافيا
79	13	66	27	39		شعبة الفلسفة
793		793		793		قسم العلوم الإنسانية
880	14	866	439	427		قسم علوم الإعلام والاتصال
263	12	251	29	222		معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
263	12	251	29	222		قسم النشاط البدني الرياضي التربوي
660	0	660	137	523		معهد التكنولوجيا
244		244	41	203		قسم المانجمنت
416		416	96	320		قسم الهندسة التطبيقية
1106	26	1080			1080	كلية الطب
888	26	862			862	قسم الطب
218		218			218	قسم الصيدلية
2754	195	2559	730	1829		كلية الآداب واللغات
921	88	833	282	551		قسم اللغة والأدب العربي
13		13		13		قسم الفنون
30		30		30		قسم ترجمة
1447	42	1405	336	1069		قسم الآداب واللغة الإنجليزية
343	65	278	112	166		قسم الآداب واللغة الفرنسية
26285	1351	24934	7548	15401	1985	المجموع الكلي لطلبة الجامعة