



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية بجامعة الوادي"

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة و إعلام و اتصال.

إشراف الأستاذ:
رشيد خضير

إعداد الطالبة:
فاطمة بريك

لجنة المناقشة:

د/ محمد رشدي جراية	أستاذ محاضر	جامعة الوادي	رئيسا
أ/ رشيد خضير	أستاذ محاضر	جامعة الوادي	مشرفا ومقررا.
أ/ ليلي فقيري	أستاذة مساعدة	جامعة الوادي	مناقشة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ملخص الدراسة باللغة العربية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين. ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي. تكون مجتمع الدراسة من طلبة وطالبات جامعة الوادي المسجلين لعام 2013-2014م وتم اختيار العينة الطبقية قوامها (210) مفردة بمختلف التخصصات.

وكانت أداة الدراسة استبيانته مكونة من عشرين سؤالاً، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

- بينت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة.
- كشفت الدراسة أن موقع التواصل الاجتماعي المفضل من قبل الطلبة الجامعيين هو موقع الفيس بوك.
- تدل النتائج على أن المدة الغالبة في الاستخدام هي مدة أكثر من ثلاث سنوات ثم مدة أقل من سنة.
- أوضحت نتائج الدراسة أن المبحوثين يفضلون المشاركة والتفاعل مع المواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى كونهم يميلون على الاطلاع على الجانب الاجتماعي، ثم المواضيع الإسلامية، ثم المواضيع السياسية والثقافية ثم المواضيع الإعلامية.
- من بين القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي هي القيم العامة بالدرجة الأولى ثم القيم الاجتماعية ثم القيم الأخلاقية.
- الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الاجتماعية.

A summary of the study in Arabic

This study aimed to identify the role of social networking sites in the promotion of social values among university students . To achieve this goal has been to use the descriptive approach

The study population consisted of students from the University of the Valley enrolled in 2013 -2014 AD were selected stratified random sample of (210) Single various disciplines

The study tool its questionnaire consisting of twenty questions , and come to the set of results was the most important:

- The study showed that respondents are using social networking sites by a large margin
- The study revealed that the social networking site preferred by university students is Face book
- The results indicate that the dominant term in use is a period of more than three years and less than one year
- The results showed that the respondents prefer to participate and interact with social issues primarily because they tend to be found on the social side , then the Islamic threads , then threads the political, cultural and media topics
- Among the values promoted by social networking sites are primarily public values and social values and moral values

Keywords: new media , social networking sites , social values

شكر وعرفان

أحمد الله تعالى العلي القدير أن وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل من غير حول مني ولا قوة، فهو له الفضل أولا وأخيرا.

** يسعدني أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتتان لأستاذي الفاضل "رشيد خضير" الذي ذلل الصعاب أمامي وتفضل عليا بقبول الإشراف على مذكرة الماستر.
** كما أتوجه بشكري إلى الزملاء "على العمامرة" و"هدى قرفي" على مساعدتهم لي خلال إعداد هذه المذكرة.

** والشكر كل الشكر إلى زوجة أخي التي كانت لي خير معين في هذه المذكرة.
** ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والتقدير للأساتذة المحكمين "لامية بوبيدي" و"هشام ميسة" على توجيهاتهم الدقيقة وإرشاداتهم القيمة.
** وإلى كل من مد لي يد العون والمساعدة ولو بكلمة طيبة، وإلى السيد رئيس شعبة العلوم الإسلامية خالد حباسي.

والشكر لله من قبل ومن بعد

فاطمة

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	ملخص الدراسة
	شكر و عرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس الآيات
أ-ج	مقدمة
	القسم النظري
31-12	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
13	أولاً: إشكالية الدراسة
13	ثانياً: أهمية الدراسة
13	ثالثاً: أهداف الدراسة
14	رابعاً: دوافع اختيار الموضوع
14	خامساً: تساؤلات الدراسة
14	سادساً: مفاهيم الدراسة
17	سابعاً: الدراسات السابقة
20	ثامناً: النظرية المستخدمة
24	تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة
47-32	الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي
33	تمهيد
33	المبحث الأول: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها
37	المبحث الثاني: خصائص مواقع الاجتماعي وأنواعها
40	المبحث الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
45	المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
66-48	الفصل الثالث: القيم الاجتماعية
49	تمهيد
49	المبحث الأول: مفهوم القيم الاجتماعية و مكوناتها
53	المبحث الثاني: مصادر القيم الاجتماعية و خصائصها
58	المبحث الثالث: أهمية القيم الاجتماعية و وظائفها
61	المبحث الرابع: تصنيفات القيم الاجتماعية

86-67	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
68	تمهيد
68	أولاً: عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
73	ثانياً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
78	ثالثاً: تأثيرات المواقع والإشباع المتحققة
84	النتائج العامة للدراسة
87	خاتمة
89	الملاحق
100	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
28	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	1
29	توزيع عينة الدراسة حسب السن	2
30	توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	3
68	يوضح استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	4
69	يوضح استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب تفضيلهم لها	5
70	يوضح مدة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	6
71	يوضح تصفح عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	7
71	يوضح الوقت المستغرق استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	8
72	يوضح أماكن استخدام العينة عند دخولهم لمواقع التواصل الاجتماعي	9
73	يوضح الخدمات التي يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	10
74	يوضح مشاركة أفراد العينة في مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي	11
74	يوضح نوعية المجموعات التي يشارك فيها أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي	12
75	يوضح اختيار المبحوثين لأصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي	13
76	يوضح الموضوعات التي يفضل أفراد العينة المشاركة و التفاعل معها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	14
77	يوضح غاية استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	15
78	يوضح مدى محافظة المبحوثين على قيمهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	16
79	يوضح رأي المبحوثين في الموضوعات المطروحة مواقع التواصل الاجتماعي	17
79	يوضح القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي	18
80	يوضح شعور المبحوثين بالعزلة على المحيط الاجتماعي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	19
81	يوضح اتجاهات الطلبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الاجتماعية	20

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الجدول
28	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	1
29	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب السن	2
30	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	3
36	يوضح تواريخ إطلاق العديد من مواقع التواصل الاجتماعي	4
41	يوضح الصفحة الرئيسية لشبكة اليوتيوب	5
42	يوضح الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك	6
44	يوضح الصفحة الرئيسية لشبكة التويتر	7
68	يمثل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	8
69	يمثل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب تفضيلهم لها	9
80	يمثل القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي	10

فهرس الآيات القرآنية

الآية أو شطرها- السورة ورقمها	رقم الآية	الصفحة
الأنعام [6]		
﴿ مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ﴾	38	57
﴿ قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قَيِّمًا ﴾	161	50
الكهف [18]		
﴿ الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا ﴾	1	50
الشعراء [26]		
﴿ وَإِنَّهُ لَتَنْزِيلُ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾	195-192	56
الروم [30]		
﴿ فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ ﴾	30	49
البينة [98]		
﴿ ذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ ﴾	5	50

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين قفزات تكنولوجية هائلة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، ولا شك أن أحدثها وأهمها ظهور شبكة الانترنت.

وتعتبر الإنترنت تقنية من التقنيات الحديثة ووسيلة من وسائل الاتصال، ولعل ما يميز الإنترنت عن غيرها من وسائل الاتصال التكنولوجية الأخرى هو مستوى التفاعل الذي يجعل من المستخدمين الذين ينتشرون في أماكن متباعدة بالقيام بإرسال واستقبال ما يشاؤون من المعلومات.

ولقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة، فهو يتميز بالتفاعلية وسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت، وبالتالي ظهر مفهوم جديد ومختلف عن الإعلام التقليدي، وهو الإعلام الجديد الذي يشمل مواقع الشبكات الاجتماعية ومقاطع الفيديو والإذاعات الرقمية والمدونات والمننديات وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

أدى هذا الزخم التكنولوجي إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر باعتبارها وسيلة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، وجاءت لتشكّل عالما افتراضيا يفتح المجال لمستخدميه لإبداء آراءهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم. لذا تلعب هذه المواقع دورا في التأثير على القيم الاجتماعية ومن هنا كانت هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين باعتبارهم يمثلون فئة الشباب.

حيث تنقسم هذه الدراسة إلى قسمين قسم نظري وقسم تطبيقي

القسم النظري: وتضمن ثلاثة فصول نوردّها فيما يلي:

الفصل الأول: بعنوان الإطار المنهجي للدراسة ويحتوي على إشكالية الدراسة، ثم أهمية الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، ثم تليها تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة ثم النظرية المستخدمة و الإجراءات المنهجية للدراسة.

أما الفصل الثاني فتناولت فيه مواقع التواصل الاجتماعي واحتوى على أربعة، مباحث الأول: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، الثاني: خصائص مواقع التواصل

الاجتماعي وأنواعها، الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي، الرابع: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل.

وتناولت في الفصل الثالث القيم الاجتماعية حيث احتوى هذا الفصل على أربعة مباحث الأول: مفهوم القيم الاجتماعية و مكوناتها، الثاني: مصادر القيم الاجتماعية وخصائصها الثالث: أهمية القيم الاجتماعية ووظائفها، الرابع: تصنيفات القيم الاجتماعية.

أما الفصل الرابع القسم الميداني للدراسة ويتضمن:

- عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- تأثيرات المواقع والإشباع المتحققة

كما ذيلت الدراسة بخاتمة والملاحق ثم قائمة المصادر والمراجع.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولا : إشكالية الدراسة:

برزت أهمية الشبكة العنكبوتية في الآونة الأخيرة مما ازداد الإقبال عليها بشكل كبير وظهرت على هذه الشبكة مجموعة من المواقع الاجتماعية كوسائل فعالة لتحقيق التواصل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، من خلال خدمات كثيرة تقدمها لمستخدميها من سهولة التواصل وتبادل المعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، كما كان لمواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما لأحداث ما يعرف بـ "الربيع العربي" في عدد من البلدان العربية. الأثر الكبير في زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما الفيس بوك الذي لعب دورا كبيرا في نقل الأخبار وتبادل الآراء حول هذه الأحداث.

لذا جاءت هذه الدراسة حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعيين، والملاحظ أنهم أكثر إقبالا في استخدام هذه المواقع. ومن خلال ما طرح في هذا الموضوع تكون الإشكالية على النحو التالي:

ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

ثانيا: أهمية الدراسة

تتضح أهمية الدراسة فيما يلي:

1- الدراسة الحالية لها أهمية كبيرة في مجال الإعلام الجديد والتي تدور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي".

2- تزداد أهمية هذه الدراسة لكونها ركزت على أهم فئة من فئات المجتمع ألا وهي فئة الشباب وبالأخص الطلبة الجامعيين باعتبارهم الشريحة الحيوية والدينامية في المجتمع.

ثالثا : أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- 1- معرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين.
- 2- معرفة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل الطلبة على استخدامها.
- 3- التعرف على القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: دوافع اختيار الموضوع

إن أسباب اختيار هذا الموضوع عديدة يمكن حصرها في النقاط التالية:

- 1- قلة دراسات عربية التي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذه المواضيع.

خامساً: التساؤلات

وللإجابة على التساؤل الرئيسي نطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل الطلبة الجامعيون على استخدامها؟
- 3- ما هي القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي؟

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سيتم في هذا العنصر المفاهيم توضيح المفاهيم الأساسية للدراسة الحالية، وذلك على النحو التالي:

1- تعريف الإعلام الجديد:

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة high tech ditionary الإعلام الجديد وبشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" وبحسب ليستر (lester): "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"¹.

* تعريف الإعلام الجديد إجرائياً: هو مجموعة التقنيات الحديثة التي تعمل على تدفق المعلومات بصورة هائلة وذلك عبر تكنولوجيا الانترنت (المدونات، الفيس بوك، اليوتيوب... الخ).

¹ نسرين حسونة، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص الوظائف، بحث منشور على شبكة الانترنت (<http://blog.amin.org/nisreenhassouna/>)، تاريخ التصفح: 2014/05/13م.

2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

* التواصل في اللغة:

يرجع معنى هذه الكلمة في اللغة إلى مادة وصل: وصل الشيء بالشيء ووصلا، ووصل الشيء، وإلى الشيء، وصولا: بلغه وانتهى إليه¹.

* يعرف التواصل باعتباره « فعلا لإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة»، ويضيف

على أن المصطلح في علم النفس يشير إلى «نقل الخبر داخل مجموعة ما والنظر إليه في علاقاته مع بنية هذه المجموعة»².

* تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: هي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى

الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الالكترونية، وتبادلها بسهولة وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على الآخرين يشتركون في نفس الصفحة وبناء عليه ينتج عن ذلك بالمجتمعات الافتراضية³.

ويذكر إبراهيم بعزیز في المداخلة التي ألقاها في الملتقى الدولي بجامعة وهران أن مواقع الشبكة الاجتماعية أو مواقع التشبيك الاجتماعي (social Networking sites): وهي مواقع لتشبيك بين المستعملين ولإقامة علاقات اجتماعية، ولإنتاج مضامين قد تكون نصوص مكتوبة أو تسجيلات مصورة أو مسموعة ومن أشهرها فايسبوك (face book) وماي سبايس (Myspace)، وتويتر (twitter)⁴.

ويوجد حاليا على الانترنت أكثر من 400 موقع شبكات اجتماعية وتتمثل أهم تلك الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنتديات إضافة إلى مواقع عديدة مثل الويكي wiki والفيس بوك⁵.

¹ الطاهر أحمد الزاوي، مختار القاموس. (لا.ط؛ ليبيا- تونس: الدار العربية للكتاب، د.ت)، ص 659.

² زهير أم نصرو، تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، موضوع منشور على شبكة الانترنت (www.yanabeea.com/vb/showthread.php?t=19156)، تاريخ التصفح: 2014/05/13م.

³ محمد جابر خلف الله، مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، مقال منشور على شبكة الانترنت (<http://kenanaonline.com/Azhar-gaper>) تاريخ التصفح 2014/03/01م.

⁴ إبراهيم بعزیز، أشكال الفتوى عبر شبكة الانترنت المخاطر والحلول، مداخلة بالمؤتمر الدولي حول إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية وتحديات العولمة، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2011م، ص 6.

⁵ سعود صالح الكاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع- التحديات والفرص- المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة، 2011م، ص 10.

نلاحظ من خلال ما ذكرنا سابقا أن مواقع التواصل الاجتماعي تتعدد وتختلف من باحث لآخر، غير أنها تركز في مجملها لما يعرف بالمجتمعات الافتراضية، وكذا لإقامة علاقات التي تجمعهم وتتيح التفاعل بينهم.

* تعريف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا:

هي مجموعة من الموقع الالكترونية الاجتماعية تستخدم من أجل التواصل بين مجموعة من الأفراد تجمعهم اهتمامات مشتركة. أو هي شبكات اجتماعية تتيح التواصل للأفراد والجماعات المستخدمين لها بتبادل الأفكار والمعلومات والموضوعات.

3- القيم الاجتماعية:

* لغة: ورد في لسان العرب معنى القيمة: واحدة القيم، وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء والقيمة: ثمن الشيء بالتقويم تقول تقاوموه فيما بينهم، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته فقد انقاد لوجهه. ويقال كم قامت ناقتك؟ أي كم بلغت وقد قامت الأمة مائة دينار، أي بلغ قيمتها مائة دينار وكم قامت أمتك؟ أي بلغت: التقويم لقول أهل مكة: استقمت المتاع، أي قومته¹.

وجاء في المعجم الوسيط (القيمة): قيمة الشيء: قدره، وقيمة المتاع: ثمنه، ومن الإنسان طوله، وجمع قيم ويقال: ما لفلان قيمة: ماله ثبات ودوام على الأمر². فمن من خلال المعنى اللغوي يتضح أن معنى القيمة في اللغة يشمل عدة معاني منها: قيمة الشيء وثمرته، الاستقامة، الثبات والدوام على الأمر.

* القيم الاجتماعية في الاصطلاح:

تنظر فوزية دياب للقيمة على أنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيئا ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك³.

¹ ابن منظور، لسان العرب. تحقيق: عبد الله عي الكبير وآخرون، (ط:1؛ القاهرة: دار المعارف، د.ت) ص 3783.

² مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (ط:4؛ القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2004م)، ص 768.

³ فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية. (ط:2؛ بيروت: دار النهضة العربية، 1980م)، ص 52.

ويرى أحمد زكي بدوي أنها: أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية يتشربها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتحدد سلوكه وتؤثر في تعلمه فالصدق والأمانة وتحمل المسؤولية كلها قيم يكتسبها الفرد من المجتمع الذي يعيش فيه وتختلف القيم باختلاف المجتمعات، بل والجماعات الصغيرة¹.

* تعريف القيم الاجتماعية إجرائيا:

نقصد بالقيم الاجتماعية هنا درجة الالتزام بالقيم الاجتماعية عند طلبة الجامعة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فأخذنا هذه المواقع في دراستنا وذلك للكشف عن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية.

سابعا: الدراسات السابقة

1- الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

الدراسة الأولى: دراسة مريم ناريمان نومار بعنوان: "استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"² وتتمثل إشكالية الدراسة في:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

والمنهج الذي اعتمدته الباحثة في دراستها هو المنهج المسح الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 280 مبحوثا وتم الاعتماد على أسلوب العينة القصدية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفيس بوك ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردود بالدرجة الأولى يستخدم أغلب أفراد العينة بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف وبينت النتائج أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث و تبين أيضا أن المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع الفيس بوك، كما أسفرت أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل مع المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى انسحاب ملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. (لاط؛ بيروت: مكتبة لبنان، 1977م)، ص 438.

² مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر: باتنة، 2012م.

الدراسة الثانية: دراسة عبد الله ممدوح مبارك الرعود بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"¹ وتتمثل إشكالية الدراسة في:

ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟

واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من 322 مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

- جاء المجال الثاني "مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي" من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.75).

- وجاء المجال الثالث "التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.53).

- في حين جاء المجال الأول "التهئية والتحريض على الاحتجاجات" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.67).

- وجاء المجال الرابع "التأثير على وسائل الإعلام التقليدية: في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ (2.67).

2- الدراسات السابقة المتعلقة بالتغيير الثاني: القيم الاجتماعية

الدراسة الأولى: دراسة ميثب بن محمد بن عبد الله البقمي بعنوان: "إسهام الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب"² وتتمثل إشكالية الدراسة في:

ما دور الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب؟

واستخدم الباحث المنهج الوصفي والمنهج الاستنباطي.

¹ عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط: الأردن، 2012م.

² ميثب بن محمد بن عبد الله البقمي، إسهام الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب (تصور مقترح)، رسالة ماجستير في قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1430/1429هـ.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أكدت الدراسة على الدور المطلوب من الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية وخصوصا لمرحلة الشباب وأن هذه المكانة لا ينبغي أن تفرط فيها الأسرة وإن نازعتها فيها بعض المؤثرات من وسائل الإعلام والجماعة الرفاق أو غيرهم بل ينبغي أن تقوم بالدور المطلوب على أتم وجه.

- بينت الدراسة أن هناك مراحل ينبغي أن تمر بها الأسرة في عملية تنميتها لقيم الشباب الاجتماعية ولا ينبغي أن تقفز من مرحلة إلى مرحلة فالتدرج بين المراحل مطلوب وإعطاء كل مرحلة وقتها الكافي والعناية الكافية يثمر نمو القيم الاجتماعية والاستمرار عليها.

الدراسة الثانية: دراسة عبد الكريم منصور ناصر قشلان بعنوان: "دور معلمي المرحلة الثانوية في تعزيز القيم الإسلامية لدى طلابهم في محافظات غزة"¹ وتتمثل إشكالية الدراسة في:

ما القيم الإسلامية التي يسعى معلمو المرحلة الثانوية إلى تعزيزها لدى طلابهم بمحافظات غزة؟

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت عينة الدراسة من 650 طالبا وتم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية الطبقية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن دور معلمي المرحلة الثانوية في تعزيز القيم الإسلامية لدى طلابهم بالمرحلة الثانوية بمحافظات غزة من وجهة نظر الطلاب أنفسهم بلغت (67.7%)، وقد حصلت القيم الخلفية على الترتيب الأول بوزن نسبي (69.2%)، ثم تلتها قيم العلم على الترتيب الثاني وبوزن نسبي (68.7%)، ثم تلتها القيم الاجتماعية على الترتيب الثالث وبوزن نسبي (67.6%) والقيم الوجدانية بقيمة نسبية (66.6%) احتلت المرتبة الرابعة، أما القيم الشخصية فاحتلت المؤتبة الخامسة والأخيرة بوزن نسبي (66.4%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول دور المعلم في تعزيز القيم الشخصية لدى الطلبة المرحلة الثانوية بمحافظات غزة يغزى لمتغير المستوى التعليمي.

¹ عبد الكريم ناصر قشلان، دور معلمي المرحلة الثانوية في تعزيز القيم الإسلامية لدى طلابهم في محافظات غزة، رسالة ماجستير في أصول التربية، جامعة الأزهر: غزة، 1430هـ- 2010م.

أوجه تشابه واختلاف الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية:

1 - اتجهت الدراسات السابقة إلى دراسة مواقع التواصل الاجتماعي فمنها ما ركز على استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثير في العلاقات كدراسة مريم ناريمان نومار، ومنها ما ركز على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين كدراسة عبد الله ممدوح مبارك الرعود في حين تتناول الدراسة الحالية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

2 - اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة ميثب بن محمد بن عبد الله البقمي التي تناولت دراسة القيم الاجتماعية، بينما اختلفت عنها دراسة عبد الكريم قشلان التي تناولت دراسة القيم الإسلامية.

3 - استخدمت معظم الدراسات السابقة المنهج الوصفي وهو المنهج الذي سيتم استخدامه في الدراسة الحالية.

4 - استخدمت الدراسات السابقة أدوات بحث مختلفة، وكان أكثر هذه الأدوات استخداماً "الاستبانة" وهي نفس الأداة التي ستستخدمها الدراسة الحالية حيث نستفيد من الدراسات السابقة في كيفية بنائها.

ثامناً: النظرية المستخدمة

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية الاستخدامات والإشباع، وذلك سوف يتم تناول هذه النظرية وفقاً لمدى تقاربها بالموضوع.

1- تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك العواقب الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، وقد جاء نموذج الاستخدامات والإشباع كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، ويضيف هذا النموذج صفة الايجابية على

جمهور وسائل للإعلام فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة¹.

وهي تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف:

- إن الجمهور ايجابي ونشط في التعرض لوسائل الاتصال لإشباع حاجاته أي جزءا هاما من استخدام وسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد.
- يقوم الأفراد أنفسهم باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع حاجاتهم.
- تتنافس وسائل الاتصال مع مصادر أخرى غير اتصالية لإشباع الاحتياجات وتمثل الحاجات التي تشملها وسائل الإعلام جزءا من الحاجات الإنسانية الأوسع، كما تختلف درجة إشباع هذه الحاجات من خلال وسائل الإعلام.
- إن الجمهور لديه الوعي الذاتي لتقدير حاجاته ودوافعه واهتماماته وبالتالي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع هذه الاحتياجات.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في أي مجتمع يكون من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى وسائل الاتصال².

2- أهداف نظرية الاستخدامات والإشبعات:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشبعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التأكد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري³.

¹ حسن عماد مكاي وليلى حسين السلمي، الاتصال ونظرياته المعاصرة.(ط:7؛ القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2008م)، ص ص 239-240.

² سوزان يوسف أحمد القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته.(ط:2؛ القاهرة، دار النهضة العربية،1999م)، ص 184.

³ حسن عماد مكاي وليلى حسين السلمي، مرجع سابق، ص 241.

3- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1 الجمهور نشط:

افترضت النظريات القديمة أن الجمهور متلق سلبي، حتى ظهر مفهوم العنيد الايجابي الذي يبحث عما يريد التعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلبي احتياجاته، والمضامين التي تحقق إشباعاته¹.

2 الأصول النفسية والاجتماعية:

حيث أن هناك فروق واختلافات فردية فإن الأنماط المختلفة من البشر يختلفون في اختيارهم وإدراكهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الجماهيري مما يعني أن العوامل النفسية يمكن أن تلعب دورا في تحديد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام².

3 دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تقسم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين هما:

- دوافع منفعية: تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع الأشكال التعلم بوجه عام، تلك الأشكال التي تعكسها نشرات الأخبار، والبرامج التعليمية والثقافية.

- دوافع طقوسية تستهدف: تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة، والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه البرامج في الفئة الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات.

4 الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام:

وقد صنف لورنس وينر الإشباعات التي يبحث الجمهور لتحقيقها إلى تحقيقها إلى نوعين هما:

- إشباعات المحتوى: وهي الإشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة.

¹ بارعة حمزة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق للانترنت والإشباعات المحققة منها. مجلة جامعة دمشق، جامعة دمشق، ع1 و2، 2009، ص 458.

² سوزان يوسف أحمد القليني، مرجع سابق، ص ص 184-185.

- إشباعات عملية الاتصال: والإشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة، وتنقسم إلى:

* إشباعات شبه توجيهية

* إشباعات شبه اجتماعية¹.

4- تطبيق الاستخدامات والإشباعات في دراسات استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت:

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباعات تستخدم بشكل واسع باعتبارها الأكثر ملائمة لدراسة استخدام الانترنت، وحسب رايس ووليم فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات، بالإضافة إلى رايس ووليمز، مقالات وليمز ستورفر وقرانت بين 1994 وديسمبر 1996 أشارت إلى مدى ملائمة نظرية الاستخدامات والإشباعات لبحوث الإعلام الجديد.

وحسب Raacke and bonds Raacke فإن الشبكات الاجتماعية هي أماكن افتراضية تلبي حاجات مجموعات محددة من الأشخاص وبالتالي خلق مجتمع كثيرون فيه غير قادرين على إيجاد حاجتهم خارج بيئة الانترنت.

ويعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات اليوم في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذو أهمية بالغة، حيث وبعد استعراض الأدبيات السابقة ثم التوصل إلى أكثر العوامل لفتا بالنسبة لنظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث وجد park وآخرون 2009 أن عملية الاستخدام والإشباعات لرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي: صنع صدقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على معلومات، في حين أضاف larose و Eastin 2004 جانب الحاجات الاجتماعية وهي الأكثر انتشارا.

- الإشباعات الاجتماعية:

تعتبر الاستخدامات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والإشباعات، فأغلبية الأشخاص الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد والحفاظ على علاقاتهم القائمة، ولقد توصلت في هذا

¹ بارعة حمزة شقير، مرجع سابق، ص ص 458-459.

الصدد دراسة Raacke and bonds Raacke 2008 إلى أن 96% من مستخدمي الشبكات الاجتماعية يستخدموها ليقوا على اتصال بأصدقائهم القدامى، و91.1% للحفاظ على العلاقات القائمة، في حين أن 56.4% للتعرف على أشخاص جدد كما كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والإشباعات بأن مستخدمو الفيس بوك يستخدمونه لتحقيق إشباع اجتماعية بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أشخاص جدد ويميل المستخدمون إلى استخدام الشبكات الاجتماعية نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي توفرها حيث أن مستخدم التويتر مثلا والفيس بوك يمكنه إرسال وتلقي رسائل وديثات والأخبار العاجلة من رسائل التبليغ من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو موقع الانترنت.

- التعريف بالذات:

ويقترح tufecki 2008 عددا من العوامل التي تساعد الشخص في تقدم نفسه عبر الشبكات الاجتماعية والتي تتمثل في الصداقات والعلاقات الاجتماعية مكان الإقامة وغيرها.

- الحصول على معلومات:

يرى الكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية أن الحصول على المعلومات المخصصة لهم على تلك المواقع هي أيضا من أهم الإشباعات المحققة، وحسب بارك وآخرون فإن مستخدمو الفيس بوك يلتزمون الحصول على معلومات الأحداث داخل وخارج الجامعة والقضايا السياسية والمدنية¹.

تاسعا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة و منهجها:

يقصد بالمنهج فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون جاهلين بها أو من أجل البرهنة عليها للآخرين، حين نكون عارفين بها².

والمنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي، حيث يعرف هذا الأخير علماء البحث الوصفي بأنه كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التربوية أو النفسية كما

¹ مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص ص 38-40.

² عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي. (ط:3؛ الكويت:وكالة المطبوعات:1977م)، ص 4.

هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها¹. وضمن هذا المنهج اعتمدنا على المنهج المسحي ويعرفه برجس بأنه دراسة علمية لظروف المجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي² وقد استخدمنا هذا المنهج لنتمكن من جمع حقائق ومعلومات عن موضوع الدراسة ومن ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج.

2 - مجالات الدراسة:

- **المجال المكاني للدراسة:** أجريت الدراسة الميدانية بجامعة الوادي.
- **المجال الزمني للدراسة:** طبقت هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 3 ماي 2014م إلى غاية 14 ماي 2014م

- **المجال البشري للدراسة:** استهدفت هذه الدراسة عينة من طلبة جامعة الوادي.

3- مجتمع الدراسة والعينة:

- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي تريد معرفة الحقائق عنها وقد تكون أعدادا أو برامج إذاعية وفي حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين يهمهم مجتمع الدراسة³.

ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في طلبة جامعة الوادي موزعين على خمس كليات (كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية- وكلية العلوم السياسية والقانونية- وكلية الآداب واللغات- وكلية العلوم والتكنولوجيا – وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية).

¹ إعداد هيئة التأطير بالمعهد، منهجية البحث: سند تكويني لفائدة المفتشين في مختلف الأطوار التعليمية.(لابط؛ الحراش- الجزائر: لان، 2005م)، ص 23.

² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية.(ط:1؛ عمان- الأردن: مؤسسة الوراق، 2000م)، ص 129.

³ محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية.(ط:3؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1421هـ- 2000م)، ص 29.

- العينة:

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي¹.

ولقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة الطبقية:

وهي نوع من العينات يستعمل في الحالات التي يكون معروفا فيها أن في المجتمع اختلافات منتظمة، وفي هذا النوع من العينات، يضع الباحث شروط معينة لاختيار أفراد العينة بحيث تمثل العينة جميع فئات المجتمع المدروس، و بنفس نسبة وجودها، ويعد تقسيم المجتمع في إختيار العينة العشوائية ضمن فئات (طبقات) المجتمع المدروس، ولكي يتم الاختيار، يحدد الباحث الفئات المختلفة في المجتمع الأصلي بناء على خاصية معينة وبطريقة تناسبه، أي الباحث يختار لكل طبقة و بطريقة عشوائية عددا من المفردات، يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع الأصلي².

وكان التوزيع متساوي حسب متغير الجنس (حيث الذكور 105 و الإناث 105) والتخصص العلمي (تخصص علوم إسلامية، علوم إنسانية، علوم إجتماعية، علوم إقتصادية تجارية، آداب ولغات، علوم تكنولوجيا، علوم سياسية و قانونية، حيث وزعت 210 استمارة على الطلبة والطالبات، 30 استمارة لكل تخصص، 15 للذكور و 15 للإناث).

4- أداة جمع البيانات والصدق والثبات:

- أداة جمع البيانات

اعتمدنا في جمع بيانات الدراسة الميدانية على أداة واحدة تتمثل في الاستبيان والذي يعتبر من أدوات البحث الإعلامي ويعرف الاستبيان بأنه وسيلة من وسائل جمع البيانات وتعتمد أساسا، على استمارة تتكون من مجموعة الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث المراحل والقواعد والمراحل والتطبيقات. (ط:2؛ عمان: دار وائل للنشر، 1999م)، ص 84.

² رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. (ط:1؛ دمشق: دار الفكر، 1421 هـ - 2000 م)، ص 311.

فيه وإعادته ثانية، ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنه¹.

وتم استرجاع 204 من الاستمارات، وكان الصالح منها 197 استبانة.

ولقد احتوى الاستبيان على مجموعة من الأسئلة:

- * أسئلة متعلقة عادات وأنماط استخدام مواقع الاجتماعي
- * أسئلة متعلقة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- * أسئلة متعلقة بتأثيرات المواقع والإشباع المتحققة.

- الصدق والثبات

1- تعريف الصدق: وهو أن يقيس الاختبار أو الأداة ما وضعت لقياسه، والصدق كالثبات مفهوم مدروس دراسة كبيرة. وتحقيق صدق أداة القياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق الثبات، لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختبار ثابتة ولكنها غير صادقة².

2- تعريف الثبات: وهو الاتساق في النتائج ويعتبر الاختبار ثابتاً إذا حصلنا منه على النتائج نفسها لدى إعادة تطبيقه على الأفراد أنفسهم وفي ظل الظروف نفسها³.

قمنا بعرض الأداة على المحكمين المختصين* وطلبنا منهم إبداء الرأي والملاحظات، حيث عرض الاستبيان (الملحق رقم 01) مرفقاً مع أسئلة الدراسة وأهدافها على الأساتذة المحكمين وقد تلقينا بعض الآراء والمقترحات من السادة المحكمين، وقمنا في ضوء ذلك بتعديل فقرات الاستبيان في حين أن بعض الفقرات نالت رضا المحكمين وموافقتهم فلم يطرأ عليها أي تعديل إلى أن ظهر الاستبيان بصورته الأخيرة التي جرى فيها تطبيقه على عينة الدراسة (الملحق رقم 02).

¹ عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي. (ط:1؛ الإسكندرية: مكتبة الإشعاع، 1996م)، ص 123.

² فاطمة عوض صابر آخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي. (ط:1؛ الإسكندرية: مكتبة الإشعاع، 2002م)، ص 167.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم، مرجع سابق ص 42.

* المحكمين: أ. د لامية بوبيدي، أستاذة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي. أ. هشام ميسة، أستاذ بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي.

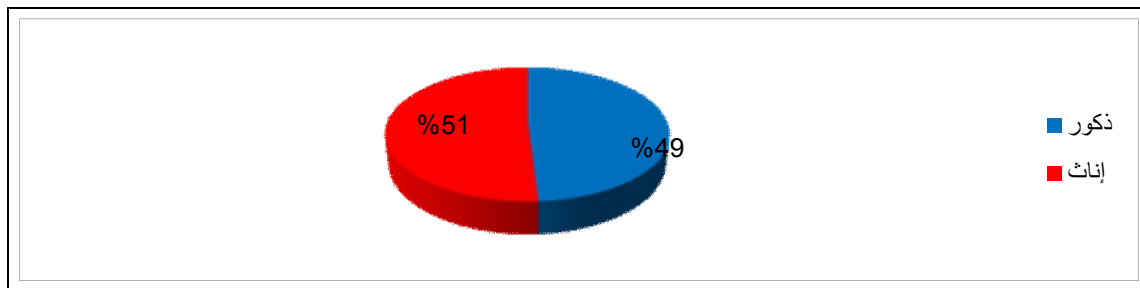
5- خصائص العينة

توزع العينة المختارة حسب الخصائص المميزة لها على النحو التالي:

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	100	49.01%
إناث	104	50.99%
المجموع	204	100%

رسم بياني رقم (1): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

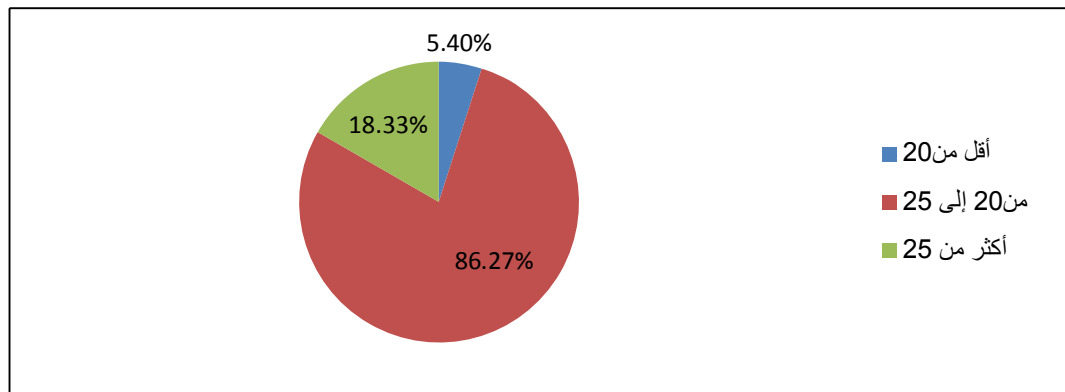


يتضح من الجدول رقم (1) أن نسبة الإناث بلغت (50.99%) بينما بلغت نسبة الذكور من أفراد العينة (49.01%). أي أنهما متساويان تقريبا وان زاد عدد الإناث بنسبة ضئيلة. نستنتج من هذا الجدول رجوع الاستثمارات التي تم توزيعها على الإناث إلا واحدة أما الذكور كان الضائع منها خمسة.

جدول رقم(2): توزيع عينة الدراسة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20	11	5.40%
من 20 إلى 25	176	86.27%
أكثر من 25	17	18.33%
المجموع	204	100%

رسم البياني رقم(2): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب السن

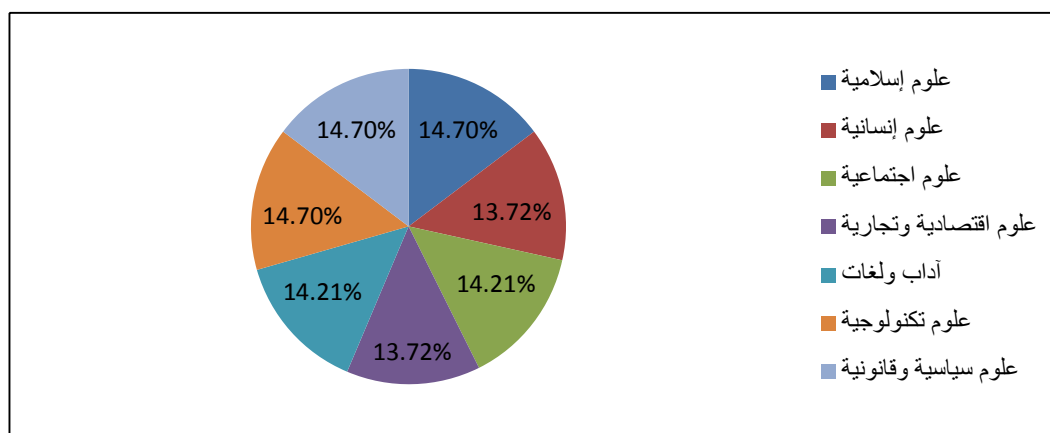


يبين الجدول رقم (2) توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية حيث كانت نسبة (86.27%) من المبحوثين هم من تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25، مقابل ذلك نجد (18.33%) من المبحوثين هم أكثر من 25 سنة، ثم تليها النسبة (5.40%) من المبحوثين هم أقل من 20 سنة. نستنتج من هذا الجدول أن الذين تتراوح أعمارهم ما بين الفئة الأولى و الثانية هم من فئة الشباب.

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علوم إسلامية	30	14.70%
علوم إنسانية	28	13.72%
علوم اجتماعية	29	14.21%
علوم اقتصادية وتجارية	28	13.72%
آداب ولغات	29	14.21%
علوم تكنولوجية	30	14.70%
علوم سياسية وقانونية	30	14.70%
المجموع	204	100%

رسم بياني رقم (3): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب التخصص



يتضح من الجدول رقم (3) توزيع المبحوثين من حيث تخصصهم العلمي، حيث كانت نسبة العلوم الإسلامية مساوية للعلوم التكنولوجية، والعلوم السياسية والقانونية بنسبة 14.70% في المرتبة الأولى، وهذا راجع لرجوع الاستثمارات التي تم توزيعها على التخصصات الثلاثة، ثم تليها النسبة 14.21% من المبحوثين تخصصهم علوم اجتماعية، كما نجد نفس النسبة تخصصهم آداب ولغات في المرتبة الثانية، ثم تليها النسبة 13.72% من المبحوثين تخصصهم علوم إنسانية و علوم اقتصادية وتجارية في المرتبة الثالثة. نستنتج

أن كل تخصصين حصلوا على نفس النسبة تقريبا حيث بلغ التكرار في المرتبة الأولى 30 وفي المرتبة الثانية 29 وكان الضائع استمارة واحدة بالنسبة للتخصص الذي تكراره 29 والمرتبة الثالثة 28 وكان الضائع استمارتين بالنسبة للتخصص الذي تكراره 28.

6- الأساليب المعالجة الإحصائية

تستخدم الطرق الإحصائية، لتفسير النتائج والبيانات الكمية، فالإحصاء طريقة لأخذ حساب دقيق للخطأ العشوائي الموجود بالملاحظات والمقاييس¹.
واستخدمنا في هذه الدراسة الأساليب الإحصائية والنسب المئوية، كما اعتمدنا على مقياس ليكارت لقياس اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الاجتماعية باعتباره المقياس الأنسب والأكثر استعمالا في دراسة الاتجاهات.

¹ محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته.(ط:1؛ القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992م) ص ص 33-34.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المبحث الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد :

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وسمي هذا النوع بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أضحت هذه المواقع من أنشط الفعاليات على شبكة الانترنت، وهذا ما نلاحظه من تزايد عدد مستخدمي هذه المواقع يومياً بشكل كبير.

وقد حققت مواقع التواصل الاجتماعي النقلة النوعية في مجال الإعلام واستطاعت في وقت قصير أن تستقطب الملايين من المستخدمين.

وقسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث حيث يحتوي كل مبحث على مطلبين .

وفيما يلي عرض هذه المباحث على التوالي:

المبحث الأول: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

المطلب الأول: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تبرز أهمية المواقع الاجتماعية في أنها توفر حالة من الغنى بالمعلومات تمنح المستخدمين فرصة لتبني أفكار جديدة غير واردة في خاطره، وكذلك عرض أفكاره على الآخرين، كما أنه في إطار الثورة المعلوماتية وفرت المواقع الاجتماعية فرصة للتواصل والحصول على معلومات بسهولة، وتبادل الأفكار وإعادة الدور للشباب بعد أن فقدت لفترة طويلة في إطار انحسار المعلومات لدى النخبة، وانحسار التحرك العام لدى قادة الرأي العام في المجتمع، حيث أعادت مواقع التواصل الاجتماعي للشباب إمكانية العودة إلى الحياة الاجتماعية بقوة.

الفصل الثاني — مواقع التواصل الاجتماعي

وكذلك تتبع أهمية الشبكة العنكبوتية عموماً، ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص ما يلي:

- أنها لغة العصر، وجزء من التطور العقلي والنفسي للعصر الذي نعيش فيه، وبالتالي التعاطي بلغة العصر لاستمرار الحياة.
- أعظم شيء للإعلام الجديد، واعتمادها على فلسفة الاتصال المباشر، وتوفير لحظة شعورية واحدة لكل المستخدمين.
- تجاوزت صعوبات الإعلام التقليدي حيث غطت الشبكة العنكبوتية العالم بأسره في كل وقت، وفرت فرصة للاتصال المباشر الذي يتعلق بالأفراد والمعلومات.
- تمنح هذه المواقع فرصة لإدارة الوقت بشكل أفضل، حيث تخترق حدود المكان والزمان بالإضافة أنها وفرت إمكانية الوصول لعدد هائل من البشر، وكذلك خلق قيادات جديدة من خلال البحث عن الطرق الأكثر تأثيراً للطرح الأفكار و جذب الآخرين اتجاهها¹.

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين، حيث ظهر موقع classmates.com عام 1995 ثم تلاه موقع sixdegrees.com اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل للمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأت بأرباح لمالكها².

هذه الفترة لم تكن تطبيقات الويب 2.0 قد ظهرت أو تعارف عليها من جانب مستخدمين شبكة الانترنت، ولم تكن التقنيات المصاحبة والبرمجيات وثقافة التحوار قد أخذت مكانها في بيئة الويب، ولكن نشأة الشبكات كانت تعتمد على بيئة الويب web based والتي على استخدام غرف الدردشة والرسائل الالكترونية وغيرها³.

¹ طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثره على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية)، أطروحة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر غزة، 2012م، ص 32.

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع. (لا.ط؛ السودان: مدونة شمس النهضة، 2010م)، ص 10.

³ أماني مجاهد جمال، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية. مجلة دراسة المعلومات، مصر: قسم المكتبات والمعلومات بجامعة المنوفية، ع08، 2010م، ص 8.

الفصل الثاني — مواقع التواصل الاجتماعي

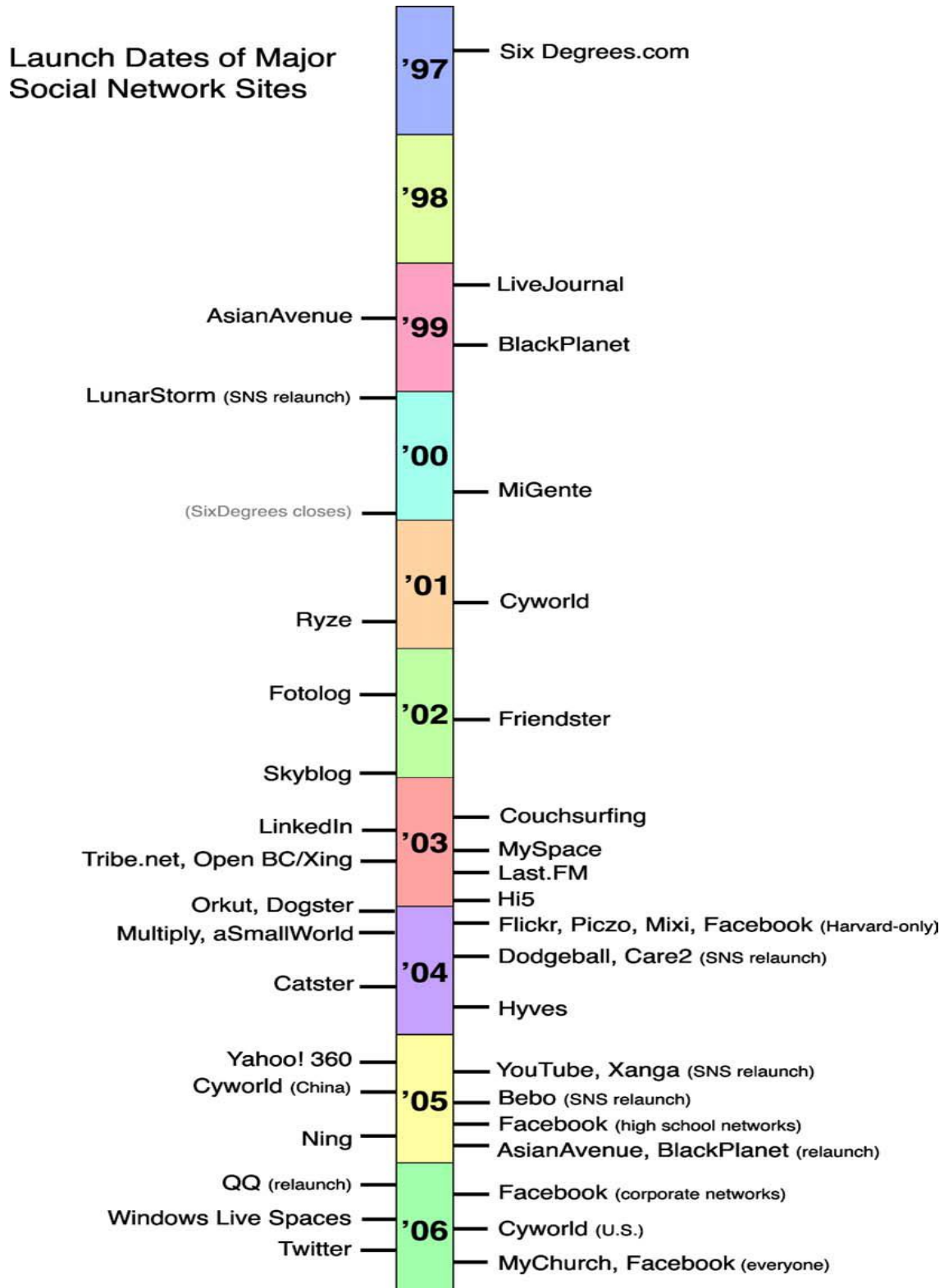
ومن عام 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوار الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر Asian Avenus, Blackplanet و MiGente التي تسمح للمستخدمين بصنع صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات، ومن خلال LiveJournal استطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص بهم، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري Cyworld علم 1999، وجسد ملامح الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قوائم الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.com عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية، وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور¹.

وشهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم، عندما ظهر موقع Friendster من قبل (Jonathan Abrams)، يقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بعدة لغات كالانجليزية والصينية والكورية، وقبل ظهور الفيس بوك أنشئ سنة 2003 موقع (My Space) ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006، ثم نشأت في فبراير 2004 شبكة الفيس بوك على يد زكوريبرج في جامعة هارفارد، وكانت فكرته اجتماعية بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم إن أرادوا ثم عمت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس. ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركتها عبر الانترنت، جاءت فكرة اليوتيوب بواسطة ثلاث موظفين هم تشاد هيرلي، وستيف تشين، وجاود كريم، الذين كانوا يعملون في شركة aypal حيث كان الإصدار التجريبي له في 2005، وفي مارس 2006 ظهر موقع تويتر على يد جاك درزي وبيز ستون وايفان ويليامز².

¹ مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص ص 49-50.

² عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سابق، ص ص 33-34.

الشكل رقم (1): يوضح تواريخ إطلاق العديد من مواقع التواصل الاجتماعي¹.



¹ Danah.m.boyd, nicole B.Ellison, social network sites definition, history and scholarship, journal of computer mediated communication, university of california, Berkeley, 2008, p 212.

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات تتميز بها عن بقية التطبيقات الأخرى في شبكة الانترنت ويمكن أن نحدد الخصائص على النحو التالي:

1- سهولة الاستخدام:

من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالباً ما يتحمل تكاليف. في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع¹.

2- طرق جديدة لتشكيل المجتمع:

على الرغم من وجود مفاهيم المجتمعات الافتراضية منذ بداية تطبيقات الانترنت إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت طرق جديدة للتواصل بين الناس، حيث يمكن لمستخدمي هذه المواقع اختيار التواصل بين مختلف الكائنات الرقمية والانضمام إلى مجتمعات قراء الكتب وربطهم من خلال الكتب التي يحبون².

3- التواصل مع الآخرين والتعبير عن الذات:

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال ليست متوقعة على مصلحة في المحتوى المنشور من قبل بعض الكيانات الاحتكارية فإنه ببساطة يتطلب مصلحة في التواصل مع الآخرين والتعبير عن الذات³.

¹ مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص ص 52 - 53.

² Romina Cachia, Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking, JRC scientific and technical reports. Book Online <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/JRC48650.pdf>, 2008, p 3.

³ Ali.h.A, the power of social media in developing nations; new tools for closing the global Digital Divide and beyond, harvard human rights journal ,vol 24 ,book online <http://harvardhrj.com/wp-content/uploads/2009/09-185-220.pdf>, 2011, p 213.

4- العالمية:

- حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة¹.
- ومن بين خصائص مواقع التواصل الاجتماعي أيضا:
- هناك مواقع اجتماعية متخصصة بمجالات محددة مثل منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربوية وغيره².
 - يتم التواصل مع الجمهور بالتفاعلية، لا السلطوية، كما أنه موجه وليس عشوائيا أو عاما كما هو الحال عند التواصل باستخدام وسائل النشر التقليدية.
 - يتسم نمط المناقشات عبر أدوات التواصل الاجتماعي بكونه تلقائيا وغير رسمي³.
 - وقد أدخلت بعض الشبكات الاجتماعية ميزات إضافية لخدماتها مثل القدرة على صنع مجموعات أو انتماءات مشتركة ونشر أو عرض فيديو حي وإجراء مناقشات في ندوة⁴.

المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن أن تقسم الشبكات الاجتماعية على عدد من الأسس المختلفة فقد تقسم حسب التقنية الفنية التي تبنى عليها أو على حسب جنسية الأشخاص حيث أن هناك العديد من الشبكات التي تنتمي لأماكن بعينها ولأعراف ولأجناس خاصة، أو على أساس الاهتمام الموضوعي لها وبصفة عامة يمكننا أن نقسم الشبكات الاجتماعية إلى:

1- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين:

هذه الشبكات تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية بشكل منتظم للتواصل، وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات وهذه

¹ سلطان بن مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة (بحث مقدم لشبكة الألوكة المسابقة الثانية فرع الدراسات والأبحاث)، السعودية، 1432هـ، ص11.

² محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين- دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجا- رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك: كلية الآداب والتربية، الدانمارك، 2012، ص81.

³ حكومة الإمارات الإلكترونية، الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية في دولة الإمارات. (الإصدار: 1؛ الإمارات العربية المتحدة، 2011م)، ص ص 13 - 14.

⁴ عصام بن يحيى الفيلاي، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية. (الإصدار: 39؛ المملكة العربية السعودية: مركز الدراسات الاستراتيجية، 2012م)، ص 23.

الفصل الثاني — مواقع التواصل الاجتماعي

المواقع عديدة وكثيرة، وقد تجد مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء لمثل هذه الأمور، وهناك موقع يعد الأول من نوعه وهو Tributes حيث تم إنشاؤه لوضع الذكريات الحزينة لدى الأعضاء، وتحميل صور ومقاطع فيديو وهذا الموقع بغرض مشاركة الأحزان والذكريات وغيره عدد من المواقع التي تختص بلغة معينة كالهندية والباكستانية وغيرها.

2- شبكات خاصة بفئات موضوعية:

هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها مثل المهتمين بالطب والهندسة، وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات مثل Library Thing أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

3- شبكات مهنية:

ظهرت وانتشرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدام هذه التقنية المتطور لخلق بيئة وعمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات وتقديم خدمات على مستوى المهن المختلفة¹. أو المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة مثل Linked In².

4- شبكات منصات المشاركة (التبادل):

تسمح بنشر المحتوى للمستخدمين وغالبا ميلتيميديا، مثلا أصبح التحميل والمشاركة في مقاطع الفيديو أسهل في تناول كل مستخدم مجتمعات الانترنت، ومثال على ذلك موقع يوتيوب youtube، وديلي موشن Dailymotion³.

¹ أماني مجاهد جمال، مرجع سابق، ص ص 10-11.

² سلطان بن مسفر مبارك الصاعدي، مرجع سابق، ص 10.

³ الخامسة رمضان، استخدامات الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012م ص 87.

المبحث الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

تنوعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها الأول على شبكة الانترنت، ومن سنة إلى سنة تطورت هذه المواقع تدريجياً، وبرز عدد منها اليوتيوب، والفيس بوك، والتويتر والتي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي.

1- موقع اليوتيوب (youtube):

هو أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي. كانت فكرة تأسيسه من قبل ثلاث موظفين في شركة باي بال (Paypal) عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى¹، وفي أكتوبر 2006 أعلنت شركة (Google) الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار.

وقد اختارت مجلة تايم الأمريكية في نهاية عام 2006 موقع اليوتيوب ليفوز بلقب شخصية العام على خلاف المعتاد، واحتل غلاف هذا العدد الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة على شاشة الكمبيوتر تجعل النظر إليها تجعل الناظر إليها يرى انعكاس صورته عليها، وأرفقت المجلة تلك الصورة بعنوان فرعي يقول (نعم أنت... أنت تتحكم في عصر المعلومات، فمرحبا بك في عالمك)، لتعبر عن نمو أعداد مستخدمي الشبكة العالمية وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات².

¹ فواز سالم الحصينان، اثر التحصيل العلمي الذاتي من خلال شبكة الانترنت اليوتيوب أنموذجاً (لا.ط؛ الكويت: مركز الكويت للبحث العلمي، 2012م)، ص ص 4 - 5.

² إيمان علي عون، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. (ط: 2009؛ البحرين: منشورات جامعة البحرين، 2009م)، ص ص 521-522.

الشكل رقم (2): يوضح الصفحة الرئيسية لشبكة اليوتيوب

(http://www.youtube.com/index)



2- موقع الفيس بوك (Facebook):

موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أوجهة العمل أو المدرسة وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكنهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم¹.

¹ فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك. (ط:1؛ القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2011م)، ص 203.

الفصل الثاني — مواقع التواصل الاجتماعي

أسسه مارك زوكربيرج عام 2004 عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية وكان لديه هدف واضح هو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم آرائهم، وسرعان ما لقي الموقع رواجا بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية بينهم الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة الجامعات أخرى أو مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع "فيس بوك" قاصرا عليهم لمدة سنتين، وفي سبتمبر 2006 قرر مارك زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه¹، وفي سنة 2007 أعلنت شركة مايكروسوفت أنها قامت بشراء حصة في الفيس بوك بلغت 1.6% بقيمة 240 دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15مليار دولار².

ولا يقتصر استخدامه على الأفراد فقط، بل هناك الكثير من الشركات والمنظمات والحكومات في مختلف أنحاء العالم التي تستخدم الموقع في إرسال الرسائل التسويقية وجمع التبرعات الخيرية والتواصل مع العملاء والأعضاء³.

الشكل رقم (3): يوضح الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك

(<http://www.facebook.com/>)



¹ فتحي حسين عامر، مرجع سابق، ص ص 211-212.

² صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد. (ط:1؛ القاهرة: مؤسسة طيبة، 2012م)، ص 211.

³ آن كولير ولاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيس بوك، نسخة منقحة منظمة، مصر، 2012م، ص 4.

3- موقع التويتر(Twitter):

هو عبارة عن شبكة اجتماعية على الانترنت يستخدمها الملايين من الناس حول العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأفراد أسرهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف المحمولة، وتسمح الواجهة للمستخدمين بإرسال الرسائل القصيرة (حتى 140 حرف) التي يمكن قراءتها من قبل أي مستخدم آخر للتويتر فالمستخدمين يعلنون للأشخاص بأنهم بمتابعتهم، وفي هذه الحالة يحصلون على إشعار إذا كان ذلك الشخص قد نشر رسالة جديدة، والمستخدم الذي يتم متابعته من قبل مستخدم آخر ليس بالضرورة أن يرد لمتابعته¹.

وظهر موقع تويتر عام 2006 وقد استخدم الموقع في تبادل الحوارات بين المستخدمين ذوي الاهتمامات والأهداف المشتركة، والتنسيق خلال الأحداث ونشر الأخبار والمعلومات والتفاوض بين جماهير متعددة ومتداخلة عن طريق توجيه تغريدات معينة للجماهير عن الآراء في مختلف الأحداث².

ويعد موقع "تويتر" من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الإنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر "تويتر" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008 والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام واحتجاجات الانتخابات الإيرانية عام 2009.

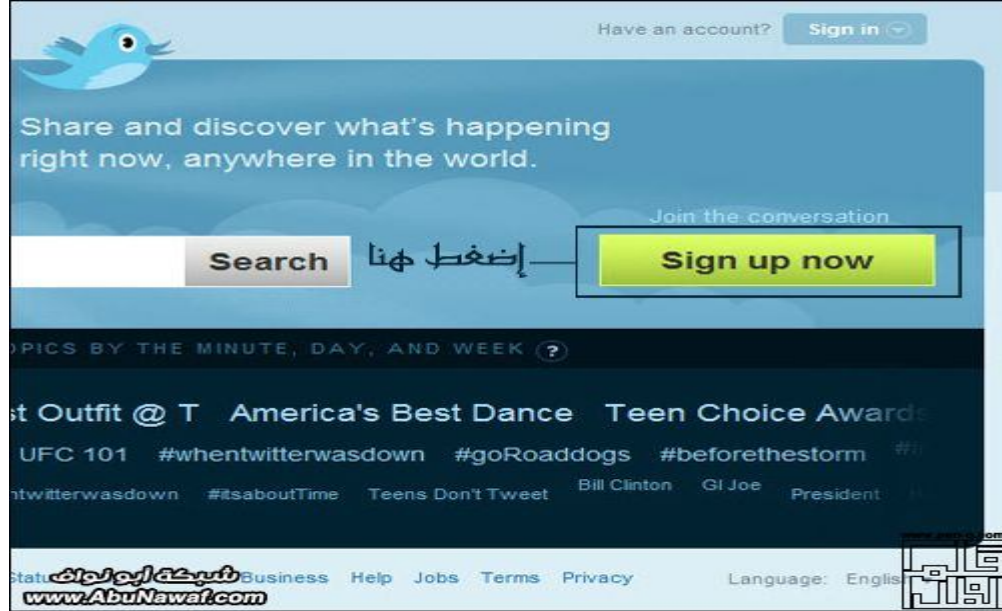
¹ Bernardo A. Huberman and al: Social networks that matter: Twitter under the microscope Social Computing Lab, Cornell University, [online] http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405&http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405, 2008, pp 2-3.

² عبد الصادق حسن، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية. سلسلة مجلة التعاون، الرياض: مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ع1، 1434هـ-2013م، ص 35 .

الفصل الثاني — مواقع التواصل الاجتماعي

ولقد أصبح "تويتر" جزءاً من نظم وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام¹.

الشكل رقم (4): يوضح الصفحة الرئيسية لشبكة التويتر (<http://twitter.com/>)



¹ مريم ناريمان نومان، مرجع سابق، ص 59.

المبحث الرابع: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: الايجابيات

- 1- أصبحت الشبكات الاجتماعية مصر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من رواده¹.
- 2- التواصل مع العالم الخارجي، وتبادل الآراء والأفكار، ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات.
- 3- تفتح أبوابا تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق الأهداف، وتساعد المجتمع على النمو².
- 4- تساهم بشكل كبير في تشكيل الروابط، والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد.
- 5- تسهيل التواصل بطريقة مريحة، وغير مكلفة خاصة بين الأقارب والأهل.
- 6- إمكانية التثقيف والتعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، خاصة تحسين مستوى التحكم في اللغات الأجنبية.
- 7- يمكن التعرف على أشخاص لهم اهتمامات مشتركة، وبالتالي التعاون وتبادل الخبرات كل في مجاله³.
- 8- التواصل عبر صفحات المشايخ والدعاة يسهل على الشباب تصويب بعض المفاهيم الخاطئة من ناحية دينية⁴.

¹ سلطان بن مسفر الصاعدي، مرجع سابق، ص 16.

² عائشة يحي الحكمي، سلبيات وإيجابيات التواصل الاجتماعي، مقال منشور على شبكة الانترنت (<http://www.dr-aycha.com/inf/articles-php>)، تاريخ التصفح: 2014-03-05م.

³ إبراهيم بعزیز، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر التواصل الاجتماعي الالكتروني دراسة حالة المنتديات المحادثة الالكترونية، جامعة الجزائر، 2012م، ص 16.

⁴ عبد الجليل موسى آدم، كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية، مداخلة بالمؤتمر الدوحة الحادي عشر لحوار الأديان، منشور على شبكة الانترنت (<http://www.dicid.org/9th/-speech13-php>)، تاريخ التصفح: 2014-03-31م

المطلب الثاني: السلبيات

1- إضاعة الوقت:

بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى صفحة ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أي يزيد أي فائدة له أو لغيره.

2- الإدمان وضعف مهارة التواصل:

هي أهم الآثار التي تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة خصوصا الشباب والمراهقين، قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع¹.

3- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة:

خاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئا بل هي للهدم والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات، بل ودول لها أهداف تخريبية².

4- انعدام الخصوصية:

تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية³.

5- إساءة الاستخدام:

إن الحرية النسبية التي تتمتع بها خدمات الشبكات الاجتماعية قد تسببت في القلق من احتمال إساءة استخدامها من جانب روادها⁴.

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص ص 23- 24.

² سلطان بن مسفر الصاعدي، مرجع سابق، ص 17.

³ وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص 25.

⁴ عصام بن يحيى الفيلاي، مرجع سابق، ص 189.

6- انعدام الهوية الحقيقية:

الهوية الحقيقية لا يمكن أن تعرف وتظهر إلا إذا اجتمع شخص بالآخر، وتبقى العلاقة بين الأشخاص عبارة عن أسطورة إذا غابت عنها لغة الجسد ومعرفة السلوك الشخصي مباشرة، لذلك من الصعب الحصول على السلوك الكامل للمستخدم والسمات الشخصية له من خلال التفاعل الإلكتروني¹.

وخلاصة ما سبق يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتوفر لهم فرصة للتواصل والحصول على معلومات وتبادل الأفكار. حيث كان الميلاد الفعلي لهذه المواقع سنة 2002 وتتميز مواقع التواصل الاجتماعي بسهولة الاستخدام، والتواصل مع الآخرين والتعبير عن الذات، والتفاعلية، وتنقسم مواقع التواصل الاجتماعي إلى شبكات شخصية أو محلية، شبكات خاصة بفئات موضوعية، شبكات مهنية، شبكات التبادل، وبرز عدد من هذه المواقع من أهمها اليوتيوب والفيس بوك، ويوجد في طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات وسلبيات.

¹ عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سابق، ص ص 50-51.

الفصل الثالث

القيم الاجتماعية

تمهيد

المبحث الأول: تعريف القيم الاجتماعية ومكوناتها

المبحث الثاني: مصادر القيم الاجتماعية وخصائصها

المبحث الثالث: أهمية القيم الاجتماعية ووظائفها

المبحث الرابع: تصنيفات القيم الاجتماعية

تمهيد

يعد موضوع القيم من الموضوعات ذات الأهمية الكبيرة، فهي تلعب دورا بارزا في توجيه السلوك الإنساني وضبطه، والمرجعية لتصرفاته، وتحدد المقبول وغير المقبول من السلوكيات، كما أنها تعطي للأشياء وزنها وقيمتها وتوفر للأفراد الحافز لإشباع حاجاتهم وتحقيق ذاتهم¹.

وقسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث حيث يحتوي كل مبحث على مطلبين.

وفيما يلي عرض هذه المباحث على التوالي.

المبحث الأول: مفهوم القيم الاجتماعية ومكوناتها

المطلب الأول: مفهوم القيم

سبق وأن عرفنا القيم: "على أنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيئا ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك".

والقيم في القرآن الكريم وردت في عدة مواضع، فاقصرنا على بعض الآيات نذكر منها:

قوله تعالى: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ

الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾² أي: دين الإسلام هو الدين القيم المستقيم³.

¹ عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية. (ط:1؛ عمان-الأردن: دار الحامد، 2009)، ص 19.

² سورة الروم الآية [30].

³ أبي عبد الله محمد بن أحمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، ج16 (ط:1؛ بيروت - لبنان: مؤسسة الرسالة، 1427 هـ - 2006 م)، ص 430.

وقوله تعالى: ﴿ذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾¹ قال بن كثير رحمه الله في تفسيره: " «الْقِيَمَةُ» أي: الملة

القائمة العادلة أو الأمة المستقيمة المعتدلة"².

وقوله تعالى: ﴿قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيَمًا مِّلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنْ

الْمُشْرِكِينَ﴾³ جاء في تفسير هذه الآية أن هذا الدين إنما جاء به الرسول صلى الله عليه وسلم

بهدي من الله، وأنه جعله دينا قيما على قواعد ملة إبراهيم عليه السلام بمعنى معتدل غير معوج⁴.

وقال تعالى: ﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا قِيَمًا لِيُنْذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِنْ لَدُنْهُ

وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا﴾⁵.

أخبر جل ثناؤه أنه أنزل الكتاب الذي أنزله على محمد صلى الله عليه وسلم قيما مستقيما لا اختلاف فيه ولا تفاوت، بل بعضه يصدق بعضا، وبعضه يشهد لبعض، لا عوج فيه، ولا ميل عن الحق⁶.

وتعرف القيم في المنظور الإسلامي: بأنها مجموعة الأخلاق التي تصنع نسيج الشخصية الإسلامية وتجعلها متكاملة قادرة على التفاعل الحي مع المجتمع، وعلى التوافق مع أعضائه وعلى العمل من أجل النفس والأسرة والعقيدة⁷.

¹ سورة البينة الآية [05].

² أبي الفداء إسماعيل بن عمر القرشي الدمشقي، تفسير القرآن العظيم، تحقيق: سامي بن محمد سلامة، ج8 (ط:2؛ السعودية: دار طيبة، 1430هـ-2004م)، ص457.

³ سورة الأنعام الآية [161].

⁴ أنظر: محمد الطاهر ابن عاشور، تفسير التحرير والتنوير، ج8 (لا.ط؛ تونس: الدار التونسية للنشر، 1984م)، ص 197 - 199.

⁵ سورة الكهف الآية [1].

⁶ أبي جعفر محمد بن جرير الطبري، جامع البيان عن تأويل آي القرآن، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي ج15. (ط:1؛ القاهرة: دار هجر، 1422هـ-2001م)، ص 141.

⁷ جابر قميحة، المدخل إلى القيم الإسلامية. (ط:1؛ القاهرة: دار الكتاب المصري، 1984م)، ص41.

ويرى المحيا: أنها الأحكام التي يصدرها المرء على أي شئ مهتديا في ذلك بقواعد ومبادئ مستمدة من القرآن والسنة وما تفرع عنها من مصادر التشريع الإسلامي أو تحتويها هذه المصادر وتكون موجهة إلى الناس عامة ليتخذوها معايير للحكم على كل قول وفعل ولها الوقت نفسه قوة وتأثيرا عليهم¹.

المطلب الثاني: مكونات القيم الاجتماعية

تتكون القيم من ثلاثة مستويات رئيسية هي :

المكوّن المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي.

ويرتبط بهذه المكونات والمعايير التي تتحكم بمناهج القيم وعملياتها وهي:

الاختيار، والتقدير، والفعل.

1- **المكون المعرفي:** ومعاره " الاختيار " أي انتقاء القيمة من أبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية انتقائه بكاملها، وهذا يعني أن الانعكاس الإرادي لا يشكل اختيارا يرتبط بالقيم.

ويعتبر الاختيار المستوى الأول في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ، ويتكون من ثلاث درجات أو خطوات متتالية هي :

استكشاف البدائل الممكنة، والنظر في عواقب كل بديل ، ثم الاختيار الحر.

2- **المكوّن الوجداني:** ومعاره "التقدير" الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ. ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما:

الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، وإعلان التمسك بالقيمة على الملأ.

3- **المكوّن السلوكي:** ومعاره "الممارسة والعمل" أو "الفعل" ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة، على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك.

¹ مساعد بن عبد الله المحيا، القيم في المسلسلات التلفازية. (ط:1؛ الرياض: دار العاصمة، 1414هـ- 1993م)، ص 80.

الفصل الثالث ————— القيم الاجتماعية

وتعتبر ممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم، وتتكون من خطوتين متتاليتين هما:

ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمي¹.

¹ فؤاد علي العاجز وعطية العمري، القيم وطرق تعلمها وتعليمها، (دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون)، جامعة اليرموك، الأردن، 1999م، ص ص 6-7.

المبحث الثاني: مصادر القيم الاجتماعية وخصائصها

المطلب الأول: مصادر القيم الاجتماعية

للقيم مصادر عديدة، وتختلف هذه المصادر من مجتمع لآخر، وفي المجتمع العربي والإسلامي يمكن حصر مصادر القيم فيما يلي:

1- الدين الإسلامي: متمثلاً في كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم والإجماع والاجتهاد، وهذا المصدر هو المصدر الأساسي للقيم في مجتمعنا، وإن أخذ التمسك بها يضعف شيئاً فشيئاً إلى أن يبعث الله على رأس كل مائة عام من يجدد لهذه الأمة أمور دينها، وقد بدأ الإسلام غريباً وسيعود غريباً فطوبى للغرباء وجميع القيم المستمدة من هذا المصدر هي الخير كله، ومصدر سعادة للبشرية في دنياها وأخرائها إن تمسكت بها حق التمسك .

2- العصر الجاهلي: حيث إن هناك قيماً لا زال كثير من الناس يتمسك بها وكانت سائدة في العصر الجاهلي، وبعض هذه القيم قيم إيجابية كالنخوة والشجاعة وإغاثة الملهوف وبعضها قيم سلبية تضر الأفراد والمجتمع كالعصبية القبلية والأخذ بالثأر.

3- التراث الإنساني العالمي: فنظراً لسهولة الاتصال بين أجزاء العالم أصبح من السهل انتقال القيم من جزء لآخر، وقد وفدت إلينا كثير من القيم من العالم غير الإسلامي وبعض هذه القيم قيم إيجابية نافعة كالمنحي النظامي والتخطيط وهناك قيم سلبية ضارة كالتفكك العائلي وقلة الروابط الاجتماعية¹.

4- الأسرة: تشكل العائلة مؤسسة نواتيه يتمحور حولها المجتمع فهي الأولى التي تقوم بتنشئة الأجيال الطالعة وإعدادها للعيش والعمل في المجتمع عن طريق تعليمها ثقافته وتكوين شخصيته².

¹ فؤاد علي العاجز وعطية العمري، مرجع سابق، ص7.
² حليم بركات، المجتمع العربي المعاصر بحث استطلاعي اجتماعي. (ط2؛ بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1998م)، ص221.

5- الظروف الاقتصادية والاجتماعية مصدر للقيم: من المصادر المهمة للقيم أيضا المعطيات والظروف الاقتصادية والاجتماعية الثقافية التي صاحبت المراحل الحضارية التي يمر بها المجتمع عبر مسيرته الطويلة، فالجمع بين الرواسب المادية التي ورثها المجتمع من العهود السابقة التي شهدتها وبين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية الجديدة التي عاصرها في ظل النهضة. قد أدى دوره الفاعل في ظهور قيم جديدة تحمل المسؤولية وحب العمل اليدوي. وتتمين جهد الطبقة العاملة، وثقة بالنفس والصبر والتفائل والنقد الذاتي إضافة إلى بلورت جذور الديمقراطية التي صاحبت عصر النهضة والتحرير التي استوعبها الأفراد بعد أن أصبحت المرشد والموجه لسلوكهم اليومي وتظهر لنا تلك القيم في الواجب الوطني والقومي وتخفيف الفوارق الطبقية ومحاربة الاستغلال والاحتكار والتسلط، وتخفيف فوارق الحضارية بين الريف والمدينة¹.

المطلب الثاني: خصائص القيم الاجتماعية

تتميز القيم بمجموعة من الخصائص ويمكن أن نحدد القيم على النحو التالي:

- * القيم نتاج اجتماعي يتم اكتسابها وتعلم موضوعاتها من خلال البيئة التي يعيش فيها الإنسان، فهي ليست موروثة أو فطرية لأن القيم تصطبغ بالصبغة الاجتماعية؛ أي أنها تنطلق من إطار اجتماعي.
- * تتسم القيم بالثبات العالي ولكنها ليست مطلقة الثبات حيث إنها قابلة للتغير ولكن بصعوبة عالية².
- * تتميز القيم بالذاتية: ويقصد بها أنها تتعلق بالطبيعة الإنسانية والسيكولوجية للإنسان التي تشمل التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها من عوامل نفسية، فالقيمة باعتبارها أحكاما تصدرها على الأشياء تتضمن معاني كثيرة مثل الاهتمام والاعتقاد والرغبة وكل هذه المعاني تعبر عن عناصر شخصية ذاتية وتتضمن القيمة عنصرا عاطفيا إلى جانب العنصر المعرفي والسلوكي.

¹ العربي حران، تغير القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب المتعاطي للمخدرات، رسالة ماجستير في التغير الاجتماعي، جامعة الجزائر، 2008م، ص ص 77-78.

² عدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي. (ط:1؛ الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، 2009م)، ص 220.

* تتميز القيم بالموضوعية: ونعني بموضوعية القيم أنها خارجة عن ذوات الأفراد وعن تجسدهم الفردية، فالقيمة في النظرة الموضوعية لا تتأثر بشخص، بل هي التي تؤثر في الشخص، وهذه الحالة التأثيرية ليست سبب القيمة بل هي النتيجة المترتبة عليها.

* تتميز القيم بالنسبية: وتعني نسبية القيم بأنها تختلف من شخص لآخر، ومن مجتمع لآخر، ومن ثقافة لأخرى ومن زمن لآخر، بل أنها تختلف عن الشخص الواحد حسب رغباته وحاجاته وميوله، وكذلك لا يمكن أن نفهم القيمة إلا في المجال السلوكي، وفي الإطار الثقافي الذي يعيش فيه الفرد فمعنى القيمة لا يتحدد ولا يتضح في النظر إليها والحكم عليها في حد ذاتها مجردة عن كل شيء، بل لابد النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها ليس بصفة مطلقة، بل حكما ظرفيا، وموقفيا، وذلك بنسبتها إلى المعايير التي يضعها المجتمع معين في زمن معين، وبإرجاعها دائما إلى الظروف المحيطة بثقافة القوم.

* ترتب القيم فيما بينها ترتيبا هرميا: ويعنى ذلك أن بعض القيم تسيطر على غيرها أو تخضع لها، فنجد الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعا، ولكن إذا حدث تعارض بينهما فإن بعضها يخضع للبعض الآخر وفقا لترتيب خاص به، فهناك قيمة لها الأولوية في حياة الفرد عن باقي القيم¹.

ولذلك فقد اصطلح العلماء على وجود سلم للقيم، فالتفضيل ينتج عنه وضع الأشياء في مراتب ودرجات بعضها فوق بعض وبعضها أرفع من بعض. ولذلك كان من خصائص القيم أنها تترتب فيما بينها ترتيبا هرميا فتهيمن بعض القيم على غيرها أو تخضع لها وذلك من خلال:

1- أن فكرة ترتيب القيم، سواء كانت قيم الفرد أو قيم الجماعة، ترتيبا هرميا في سلم للقيم فكرة مبسطة كل التبسيط بالنسبة للحقيقة والواقع.

¹ إسماعيل عبد الفتاح، القيم السياسية في الإسلام. (ط:1؛ القاهرة: الدار الثقافية للنشر، 1421هـ-2001م)، ص ص 21-20.

2- أن القيم في سلم القيم لا تتخذ مرتبة ثابتة جامدة لا تتغير بل ترتفع وتنخفض وتعلو وتهبط وتتبادل المراتب والدرجات فيما بينها تبعاً لظروف الفرد وأحواله ورغباته واهتماماته من حيث قوتها وإلحاحها وسهولة أو صعوبة تحقيقها¹.

كما تتميز القيم أيضاً:

- * تتصف بالعمومية: تشكل طابعا قوميا عاما ومشاركا بين جميع الطبقات.
- * تتضمن القيم نوعاً من الرأي أو الحكم على شخص أو شيء أو معنى معين.
- * القيم تجربة فوجودها لا يكون إلا بشخص ولشخص².
- * القيمة ذات قطبين، فهي إما موجبة أو سالبة، خيراً أو شراً.
- * القيم إما ظاهرية يعبر عنها عن طريق الكلام أو الكتابة أو ضمنية، تعرف من خلال السلوك غير اللفظي.
- * القيم متداخلة مترابطة متضمنة، حيث أنها تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أنها متضمنة من حيث التطبيق، فالعدل مثلاً قيمة سياسية وقيمة أخلاقية³.

* القيم موجّهات لسلوك المجتمع الذي تسود فيه، وهي تعمل بصورة متكاملة، فقيمة التعاون في مجتمع إسلامي ترتبط بالعبادة وبسائر القيم الإسلامية الأخرى⁴. وتتميز القيم في الإسلام بخصائص عديدة نذكر من أهمها:

الربانية: القيم في الإسلام ربانية المنشأ، فهي مستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم قوله تعالى: ﴿وَإِنَّهُ لَتَنْزِيلُ رَبِّ الْعَالَمِينَ نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ عَلَى قَلْبِكَ لِتَكُونَ مِنَ الْمُنذِرِينَ

بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ﴾⁵.

¹ فوزية دياب، مرجع سابق، ص 28.

² خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي. (ط:3؛ عمان- الأردن: دار الفكر، 2010م)، ص 183.

³ عبد الله عقلة مجلي الجزاعلة، مرجع سابق، ص 39.

⁴ سعاد جبر سعيد، القيم العالية وأثرها في السلوك الإنساني. (ط:1؛ الأردن: جدارا للكتاب العالمي وآخرون، 2008م)، ص 36.

⁵ سورة الشعراء الآية [192-195].

الفصل الثالث — القيم الاجتماعية

الشمول: القيم في الإسلام لم تدع جانباً من جوانب الحياة الإنسانية بجميع مجالاتها، إلا رسمت له الطريق الأمثل لسلوك رفيع، فالفكر قيم والاعتقاد قيم والنفس قيم وصفة الشمول جعلت القيم ذات امتداد أفقي واسع، شمل التصور الاعتقادي والمنهج التشريعي والسلوك الاجتماعي قوله تعالى: ﴿ مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ﴾¹.

العمومية: تتسم القيم الإسلامية بالعموم الذي يتحقق في الأمة كلها أفراداً وجماعات في جميع الأوضاع والأحوال، وفي مختلف الأمكنة والأزمنة بغير تفريق أو تمييز².
الإيجابية: فالقيم الإسلامية قيم إيجابية خيرة تؤدي بمن يعتنقها إلى سعادة الدنيا والآخرة، وهي إيجابية فاعلة في علاقة الله سبحانه بالكون والحياة والإنسان، وهي إيجابية فاعلة في دور الإنسان ووظيفته في هذا الكون.

الاستمرارية: فالقيم الإسلامية قابلة للتطبيق في كل زمان ومكان لأنها أولاً مستمدة من شريعة الله الصالحة لكل زمان ومكان، كما أنها جاءت منسجمة مع الفطرة الإنسانية السليمة التي لا تتبدل بتبدل الأحوال والظروف³.

الواقعية: إن القيم الإسلامية ليست نظرية مثالية، وإنما هي خلاصة شريعة نزلت حسب الوقائع والأحداث واستجابت لمشاكل الناس وقضاياهم، وليست فكراً يبتغي المدينة الفاضلة التي لا وجود للبشر فيها بل هي واقعية في مراميها وأهدافها⁴.

¹ سورة الأنعام الآية [38].

² أنظر: مانع بن محمد المانع، القيم بين الإسلام والغرب. (ط: 1؛ الرياض السعودية: دار الفضيحة، 1426 هـ - 2005 م)، ص ص 152-157.

³ فؤاد علي العاجز وعطية العمري، مرجع سابق، ص 15.

⁴ عبد الكريم ناصر قشلان، مرجع سابق، ص 44.

المبحث الثالث: أهمية القيم الاجتماعية ووظائفها

المطلب الأول: أهمية القيم

للقيم دورا هاما في توجيه سلوك الفرد والجماعة، فهي تقوده إلى إصدار الأحكام على الممارسات العلمية التي يقوم بها، وهي البناء السليم لبناء تربوي متميز كما أنها تسهم في تشكيل الكيان النفسي للفرد لأنها:

* تزود الفرد بالإحساس بالغرض لكل ما يقوم به وتساعد في توجيهه للوصول نحو ذلك الغرض.

* تهيئ الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد.

* تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين.

* تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وما هي ردود أفعالهم.

* توجه لدى الفرد القدرة على إحساس بالصواب والخطأ ليكون قادرا على تفهم كيانه الشخصي، والتمعن في قضايا الحياة التي تهمة وتؤدي إلى الإحساس بالرضا¹.

وتتضح أهمية القيم للفرد والمجتمع أيضا:

أهمية القيم للفرد:

1- القيم جوهر الكينونة الإنسانية.

2- القيم تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة.

3- القيم حماية للفرد من الانحراف والانجرار وراء شهوات النفس وغرائزها.

4- تزود القيم الإنسان بالطاقات الفاعلة في الحياة وتبعده عن السلبية.

أهمية القيم للمجتمع:

1- القيم تحفظ للمجتمع بقاءه واستمراريته.

2- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه.

3- القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة².

4- تساعد على التنبؤ بما ستكون عليه المجتمعات ؛ فالقيم والأخلاقيات الحميدة هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الحضارات، وبالتالي فهي تعد مؤشرات للحضارة، فالمجتمع الذي

¹ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 183.

² ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها. (ط: 2؛ عمان- الأردن: دار الميسرة، 2007م)، ص ص 39-46.

يحمل قيما وأخلاقيات مجتمع يتنبأ له بحضارة ورقي وازدهار، وإذا ما انهارت تلك الأخلاقيات سقطت الحضارة وأصبحت الأمم في طريقها إلى التخلّف¹.

المطلب الثاني: وظائف القيم الاجتماعية

تعمل القيم على أداء عدة وظائف يمكن إجمالها بما يلي:

- * تعمل كمعيار لتوجيه القول والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.
- * تعمل على بناء شخصية الفرد.
- * تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره.
- * تساعد الأفراد في التكيف مع الأوضاع المستجدة عليهم.
- * تساعد في تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي الشرعية للأهداف والمصالح الجماعية ويحدد المسؤوليات.
- * تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لتساعده على اختيار بين البدائل المختلفة وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه².
- * القيم توفر الوسائل المطلوبة لتحديد جدارة الأفراد والجماعات، فهي تساعد الفرد على معرفة موقعه في المجتمع على أساس تقويم الناس له.
- * تساعد القيم الناس على تركيز اهتمامهم على العناصر المادية المرغوبة والضرورية، فقيمة الأشياء ليست في ذاتها فحسب، بل هي نتيجة لما يضيفه المجتمع عليها من اهتمام وتثمين.
- * أن جميع الأساليب المثالية للسلوك والتفكير في المجتمع تتجسد في القيم، وعلى هذا الأساس أشبه بالخطط الهندسية للسلوك المقبول اجتماعياً، بحيث يصبح الأفراد قادرين على إدراك أفضل الطرق للعمل والتفكير.
- * تسهم القيم في توجيه الناس في اختيار الأدوار الاجتماعية والنهوض بها، كما تشجعهم بالقيام بالأعباء المستندة إليهم بشكل ينسجم و توقعات المجتمع.

¹ إحسان عبد الله المرزوق، القيم ومظاهرها السلوكية. (ط:3؛ لا.م: لا.ن، 2007م)، ص 6.

² عبد الله عقله مجلي الخزايلة، مرجع سابق، ص 39.

الفصل الثالث — القيم الاجتماعية

* للقيم دور كبير في تحقيق الضبط الاجتماعي، فهي تؤثر في الناس لكي يجعلوا سلوكهم مطابقاً للقواعد الأخلاقية، كما تعمل على كبح العواطف السلبية التي قد تدفع إلى الانحراف والتمرد على نظم المجتمع الأخلاقية وتولد الشعور بالذنب والخجل في نفوس الناس عند تجاوزهم المعايير¹.

¹ عدنان يوسف العتوم، مرجع سابق، ص 224.

المبحث الرابع: تصنيفات القيم الاجتماعية

تتنوع في رؤى الباحثين منظومة القيم، ولهم في ذلك تصنيفات عدة منها¹:

1- على أساس المحتوي

* القيم النظرية:

هي مجموعة القيم التي يعبر عنها اهتمام الفرد بالعلم والمعرفة والسعي وراء القوانين التي تحكم الأشياء بقصد معرفتها. ومن الأفراد الذين تبرز عندهم هذه القيم الفلاسفة والعلماء والمفكرين، وتدرج تحتها أنواع: كقيم (التحصيل الأكاديمي، والإنجاز، والانضباط الذاتي....)

* القيم الاقتصادية:

وتتضمن الاهتمام بالمنفعة الاقتصادية والمادية، والسعي وراء المال والثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج واستثمار الأموال، وهي تمثل نمط رجال الأعمال والاقتصاد كقيمة (تقدير المال).

* القيم الجمالية:

وتعبر عن الاهتمام بالجمال وبالشكل وبالتناسق، وهي تسم الشخص ذا الاهتمامات الفنية والجمالية. ومن أمثلتها (قيمة المحافظة على البيئة).

* القيم الاجتماعية:

وتتضمن الاهتمام بالناس ومحبتهم ومساندتهم وخدمتهم، والنظر إليهم نظرة إيجابية كغايات لا وسائل لتحقيق أهداف شخصية، وتجسيد نمط الفرد الاجتماعي كقيم (بر الوالدين، والإيثار، وعيادة المريض، والإحسان إلى الجار).

* القيم السياسية:

تتضمن عناية الفرد بالقوة والسلطة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص والسيطرة عليهم، كقيم (الديمقراطية والشورى، والعدل ، والمساواة).

¹ سعاد جبر سعيد، مرجع سابق، ص 21.

*** القيم الدينية:**

وتتضمن الاهتمام بالمعتقدات والقضايا الروحية والدينية والغيبية والبحث عن حقائق الوجود وأسرار الكون. ويتميز معظم من تسود لديه هذه القيم بالتمسك بالتعاليم الدينية، ومن هذه القيم (قيمة الصدق، وقيمة الأمانة وقيمة الإخلاص، وقيمة الرحمة)¹.

2- على أساس المقصد:

*** قيم وسائلية:** أي تعتبر وسائل لغايات أبعد، مثل الترقى.

*** قيم غائية:** أي تعتبر غاية في حد ذاتها، مثل حب البقاء².

3- على أساس الشدة:

*** القيم الملزمة أو الأمرة الناهية:** هي القيم ذات قدسية التي تلزم الثقافة بها أفرادها ويرعى المجتمع تنفيذها بقوة وحزم سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام، أو عن طريق القانون والعرف معا. مثل القيم التي ترتبط بتنظيم العلاقة بين الزوجين أو بمسؤولية الأب نحو أسرته.

*** القيم التفضيلية:** هي القيم التي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها ولكنهم لا يلزمهم مراعاتها إلزاما يتطلب العقاب الصارم لمن يخالفها، إذ ليس لها من القدسية والاتصال العميق بالمصلحة العامة للجماعة ومن أمثلة القيم التفضيلية صلة الرحم وإكرام الضيف ورعاية الجار والطموح.

*** القيم المثالية أو الطوبائية:** هي القيم التي يحس الناس استحالة تحقيقها بصورة كاملة. وعلى الرغم من ذلك فإنها كثيرا ما تؤثر تأثيرا بالغ القوة في توجيه سلوك الأفراد مثل القيم التي تدعو إلى مقابلة الإساءة بالإحسان فقد يعجز الفرد في واقع الأمر عن الالتزام بها، و لكنه إذا تبناها فإنه يعدل كثيرا من سلوكه حيال من يعتدون عليه أو يسيئون إليه³.

¹ إحسان عبد الله المرزوق، مرجع سابق، ص14.

² حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي. (ط:4؛ القاهرة: عالم الكتب، 1977م)، ص 134.

³ فوزية دياب، مرجع سابق، ص ص 80-81.

4- على أساس العموم:

تنقسم القيم من ناحية شيوعها وانتشارها إلى قسمين: قيم عامة وقيم خاصة.

* **القيم العامة:** هي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة. مثل أهمية الدين، وأهمية الزواج، وأهمية الأسرة، واحترام كبار السن والتعاون مع الجار.

* **القيم الخاصة:** هي القيم المتعلقة بمواقف أو بمناسبات اجتماعية معينة، أو بمناطق محدودة، أو بطبقة أو جماعة خاصة مثل إخراج الزكاة والاحتفال في المناسبات الاجتماعية¹.

5- على أساس الوضوح:

* **قيم ظاهرة أو صريحة:** وهي القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالسلوك أو بالكلام.

* **قيم ضمنية:** وهي التي يستدل على وجودها من خلال ملاحظة الاختيارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد².

6- على أساس الدوام:

* **قيم دائمة:** وهي التي تبقى زمنا طويلا وتنتقل من جيل إلى جيل، مثل القيم المرتبطة بالعرف والتقاليد.

* **قيم عابرة:** أي وقتية عارضة قصيرة الدوام سريعة الزوال، مثل القيم المرتبطة بالمودات³.

وتنقسم القيم من وجهة نظر الإسلامية إلى:

1- **القيم العليا:**

وهي القيم الكلية الكبرى التي تسمو بالإنسان إلى معالي الأمور وترفع مستواه على سائر المخلوقات، ومن تلك القيم: الحق والعبودية والعدل، والإحسان، والحكمة، وتعد هذه القيم من أرقى القيم الإسلامية وأسمائها وأعلاها على الإطلاق، وتكتسب هذه القيم مكانتها العالية من خلال مضامينها.

¹ فوزية دياب، مرجع سابق، ص 82-83

² عدنان يوسف العنوم، مرجع سابق، ص 226.

³ حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق، ص 135.

2- القيم الحضارية:

وهي القيم المتعلقة والمرتبطة ارتباطا وثيقا بالبناء الحضاري للأمة الإسلامية متمثلة في التقدم العقلي والمادي معا، وهي ذات طابع اجتماعي عمراني، كالحرية والمساواة والعدل والعمل والقوة والأمن والسلام والجمال وغيرها.

3- القيم الخلقية:

وهي القيم المتعلقة بتكوين السلوك الخلقي الفاضل عند المسلم، ليصبح سجيا وطبعيا يتخلق به ويتعامل به مع الآخرين لتكوين مجتمع إسلامي فاضل تسوده المحبة والوئام كالبر، والأمانة، والصدق، والأخوة، والتعاون، والرحمة... الخ¹.

كما صنف الطهطاوي القيم الإسلامية إلى الميادين القيمية التالية:

1- القيم الوجدانية : ومنها الإيمان بالله وضبط النفس.

2- القيم الأخلاقية : ومنها الرحمة والعدل والصدق والصبر والعفو والصفح والمحبة.

3- القيم العقلية : التأمل والتفكير والدقة والتثبت العلمي ودقة الملاحظة.

4- القيم الاجتماعية : ومنها التعاون والتعاطف والتواد والكرم والأمانة والتسامح

والتواضع.

5- القيم الجسمانية : ومنها النظافة والصحة.

6- القيم الجمالية : ومنها قيمة الجمال الفني.

وصنف أبو العينين القيم بناء على عدة أسس، وهي كما يلي:

الأساس الأول: من حيث الإطلاق والنسبية :وهي مستويان:

1- القيم المطلقة: وترتبط بالأصول وهي قيم ثابتة ومطلقة، ومستمرة لا تتغير بتغير

الزمان والأحوال، ولا مجال للاجتهاد فيها إلا الفهم والوعي، ومن ثم على المسلم أن يتقبلها ويسلم بها ويعمل بمقتضاها، وهذه ترد إلى القرآن الكريم والسنة المطهرة.

¹ مانع بن محمد بن علي المانع، مرجع سابق، ص 24.

الفصل الثالث ————— القيم الاجتماعية

2- **القيم النسبية:** وترتبط بما لم يرد فيه نص، أو تشريع صريح، وه ي تخضع للاجتهاد الذي لا يتعارض مع نص صريح، ومعنى نسبية أنها متغيرة بتغير المواقف عبر الزمان والمكان، وتحتاج إلى اجتهاد جمعي لإقرارها.

الأساس الثاني: من حيث درجة الإلزام: وهي نوعان:

- 1- **القيم الإلزامية:** قيم ذات طابع إلزامي يلزم أفراد الإسلام بها ويراعى تنفيذها بقوة.
- 2- **القيم التفضيلية:** وهي قيم يشجع الإسلام أفرادها على الإقتداء بها والسير تبعاً لها مثل: الأمور المباحة، والآداب كالمجاملات، وغيرها.

الأساس الثالث: من حيث تعلقها بأبعاد شخصية الإنسان وجوانبها، وهي سبعة أنواع:

- 1- **البعد المادي:** وتعتبر عنه القيم التي تتعلق بالوجود المادي للإنسان، وتمثل القيم المادية.
- 2- **البعد الخلقي:** وتعتبر عنه القيم التي تتعلق بالأخلاق والمتصلة بالمسؤولية، وتمثل القيم الأخلاقية.
- 3- **البعد العقلي:** وتعتبر عنه القيم التي تتعلق بالعقل والمعرفة، وإدراك الحق، وتمثل القيم العقلية.
- 4- **البعد الجمالي:** وتعتبر عنه القيم التي تتعلق بالتذوق الجمالي والتعبير عنه، وإدراك الاتساق في الحياة، وتمثل القيم الجمالية.
- 5- **البعد الوجداني:** وتعتبر عنه القيم الوجدانية الانفعالية، وهي تلك التي تنظم الجوانب الانفعالية للإنسان وتضبطها، من غضب ورضا، وحب وكره وتمثل القيم الوجدانية.
- 6- **البعد الاجتماعي:** وتعتبر عنه القيم التي تتصل بالوجود الاجتماعي للإنسان، من خلال مجتمعه، والمجتمع العالمي، وتمثل القيم الاجتماعية.
- 7- **البعد الروحي:** وتعتبر عنه القيم التي تنظم علاقة الإنسان بربه وصلته به وتمثل القيم الروحية¹.

¹ سماهر عمر الأسطل، القيم التربوية المتضمنة في آيات النداء القرآني للمؤمنين وسبل توظيفها في التعليم المدرسي رسالة ماجستير في أصول التربية، الجامعة الإسلامية: غزة، 1428هـ -2007م، ص ص 28 - 29 .

الفصل الثالث ————— القيم الاجتماعية

وخلاصة ما سبق أن للقيم أهمية بالغة في حياة الفرد والمجتمع لأنها تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة وتهيئ الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد، كما تحفظ للمجتمع هويته وتميزه من السلوكيات الاجتماعية والأخلاق الفاسدة، وبالتالي فهي تعد مؤشرات للحضارة، فالمجتمع الذي يحمل قيما وأخلاقيات مجتمع يتنبأ له بحضارة ورفي وازدهار، وتعمل القيم تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره، وتصنف القيم إلى أنواع منها القيم الجمالية والقيم الأخلاقية

مثل الأخوة والتعاون والقيم الحضارية وغيرها.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: تأثيرات المواقع والإشباعات المحققة

النتائج العامة للدراسة

تمهيد

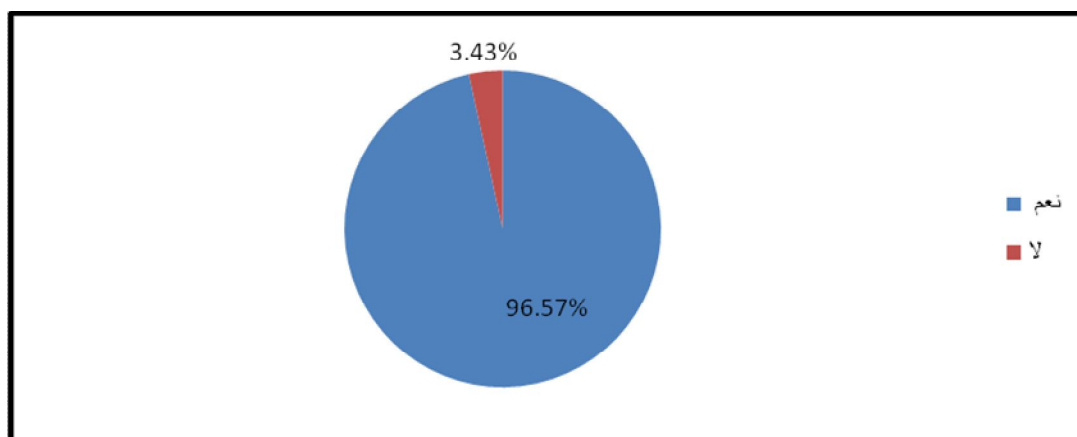
وفي هذا الفصل سنقوم بالتعليق وتحليل الجداول الخاصة بعادات وأنماط استخدام أفراد العينة ومواقع التواصل الاجتماعي والجداول الخاصة بدوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، والجداول الخاصة بتأثيرات المواقع الإشباعية المتحققة وتأتي في الأخير النتائج العامة للدراسة.

أولاً: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (4): يوضح استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	197	96.57%
لا	7	3.43%
المجموع	204	100%

رسم بياني رقم (4): يمثل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

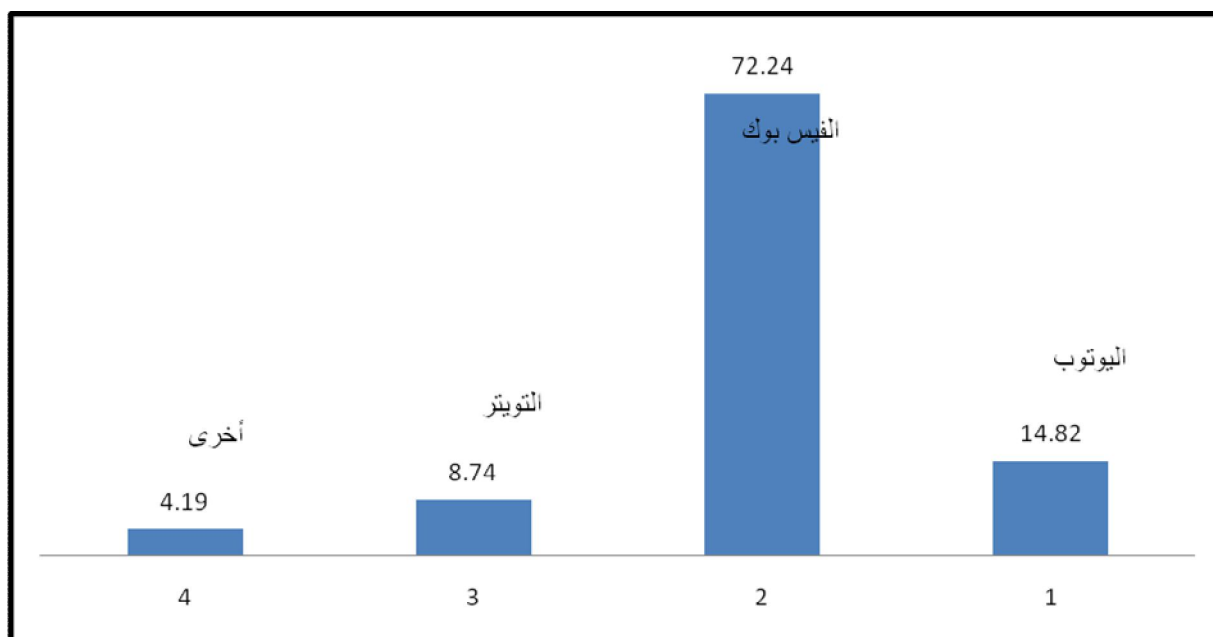


يوضح الجدول رقم (4) أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 96.57% وهي أكبر نسبة حيث نلاحظ إقبال كبير في استخدام هذه المواقع من طرف المبحوثين وذلك لتعدد غايات ورغبات الطلبة لاستخدامها، ثم تليها النسبة 3.43% من المبحوثين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أجابوا ب (لا) ربما لا يفضلون استخدام هذه المواقع وعدم اهتمامهم بها.

جدول رقم (5): يوضح استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب تفضيلهم لها

النسبة المئوية	التكرار	ما هو موقع التواصل الاجتماعي المفضل لديك؟
14.82%	39	اليوتيوب
72.24%	190	الفيس بوك
8.74%	23	التويتر
4.19%	11	اخرى
100%	*263	المجموع

رسم بياني رقم (5): يمثل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب تفضيلهم لها



يبين الجدول رقم (5) استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب تفضيلهم لها، حيث نجد 72.24% من المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفيس بوك بالدرجة الأولى، ثم تليها النسبة 14.82% من المبحوثين يفضلون اليوتيوب بالدرجة الثانية، ثم تليها النسبة

8.74% من المبحوثين يفضلون التويتر بالدرجة الثالثة، وتأتي نسبة 4.19% من المبحوثين يفضلون مواقع أخرى.

نستنتج من هذا الجدول أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفيس بوك وهو الأكثر شهرة نظرا لانتشاره بسرعة في السنوات الأخيرة خاصة بين أوساط الطلاب الجامعي. وتشير النتائج بصفة عامة في أكتوبر 2012 أعلن موقع الفيس بوك من خلال مؤسسه مارك زوكربيرج أن عدد مستخدمي الفيس بوك وصل إلى مليار مستخدم¹.

جدول رقم (6): يوضح مدة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	75	38.07%
من سنة إلى سنتين	45	22.84%
أكثر من ثلاث سنوات	77	39.09%
المجموع	197	100%

يمثل الجدول رقم (6) مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، وتشير نتائج الجدول إلى أن 39.09% من المبحوثين بدؤوا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات، ثم تليها النسبة 38.07% والتي مثلت 75 مبحوثا يستخدمونه منذ أقل سنة في حين يستخدمه 22.84% من سنة إلى سنتين، والتي حصلت على أقل تقدير ومثلت 45 مبحوثا. حيث نلاحظ إقبال المبحوثين في استخدام هذه المواقع مؤخرا ويعود سبب ذلك إلى :

- 1- أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان قليل ومع ذلك نجد من أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- 2- تنوع الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي كالتواصل بين الأفراد والمحادثة الفورية وتبادل الرسائل وغيرها من الخدمات في السنوات الأخيرة مما سمح لهم باستخدام هذه المواقع.

¹ سعود الهواوي، عدد مستخدمي الفيس بوك يصل إلى مليار مستخدم، مقال منشور على شبكة الانترنت (www.tech-wd.com/wd/2012/10/04/facebook-1-billion-users/)، تاريخ التصفح: 2014-05-27م.

جدول رقم (7): يوضح تصفح عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

هل تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
يومية	75	38.08%
أسبوعيا	28	14.21%
شهريا	52	26.40%
حسب الظروف	42	21.31%
المجموع	197	100%

يوضح الجدول رقم (7) توزيع أفراد العينة حسب تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت في المرتبة الأولى نسبة الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا مثلت 38.08% أما الذين يتصفحون شهريا فجاءت نسبتهم 26.40% ثم تليها النسبة 21.31% من المبحوثين يتصفحون حسب ظروفهم، وتأتي في الأخير نسبة 14.21% من المبحوثين يتصفحون أسبوعيا.

نلاحظ من خلال هذا الجدول اهتمام الطلبة الذين يستخدمون هذه المواقع يوميا والتي مثلت أكبر نسبة وذلك لمعرفة كل جديد سواء تجمع الأصدقاء أو تعليقات أو أخبار... الخ عبر هذه المواقع، وأما تصفح الطلبة شهريا وحسب الظروف وأسبوعيا وهذا راجع إلى انشغالهم بأشياء أخرى.

جدول رقم (8): يوضح الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل

الاجتماعي

عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي فكم من الوقت تقضيه؟	التكرار	النسبة المئوية
ساعة فأقل	78	39.59%
من ساعة إلى ساعتين	48	24.37%
أكثر من ساعتين	71	36.04%
المجموع	197	100%

يبين الجدول رقم (8) أن 39.59% من المبحوثين يستغرقون في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة فأقل في حين يقضي 36.04% منهم أكثر من ساعتين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يليهم 24.37% من المبحوثين يستغرقون في تصفحهم من ساعة إلى ساعتين أي 48 من العينة فقط.

نستنتج من خلال الجدول أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين لأكثر من ساعتين يخصصون لهذه المواقع وقتاً أطول مقارنة باستخدام هذه المواقع من ساعة فأقل يخصصون وقتاً أقل .

جدول رقم(9): يوضح أماكن استخدام أفراد العينة عند دخولهم لمواقع التواصل الاجتماعي

ما هي الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
انترنت الجامعة	56	20.98%
الهاتف النقال	47	17.60%
البيت	140	52.73%
مقهى الانترنت	24	8.99%
المجموع	267*	100%

يوضح الجدول رقم (9) الأماكن التي يستخدمها الطلاب عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع في منازلهم وذلك بنسبة 52.73% أما نسبة 20.98% في انترنت الجامعة، وتليها النسبة 17.60% من المبحوثين يدخلون للمواقع من الهاتف النقال، وتأتي في الأخير نسبة 8.99% يدخلون للمواقع من مقاهي الانترنت.

نستنتج من هذا الجدول أن أغلب المبحوثين يدخلون لهذه المواقع في منازلهم وذلك من خلال توفر الانترنت في البيوت، كما نجد هذه النسبة قريبة من نسبة استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية في منازلهم في دراسة مريم نريمان نوماز ويمكن تفسير النتائج:

* اختيار المبحوث أكثر من إجابة.

شهدت اشتراكات الانترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة وحسب إحصائيات اتصالات الجزائر فلقد بلغ عدد المشتركين بالانترنت ذات التدفق العالي بـ: 3754.84 مشترك¹ ونلاحظ أن الانترنت في هذه السنة أصبح يتيح

استخدامها في أي مكان مثل توفر خدمة الويفي و 3G++

ثانيا: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم(10): يوضح الخدمات التي يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم لمواقع

التواصل الاجتماعي

عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هل؟	التكرار	النسبة المئوية
تقرأ وتعلق على ما ورد	101	36.08%
تضع أفكارك على صفحتك	65	23.21%
تكتفي بقراءة بمشاركات الأصدقاء	39	13.92%
تدردش مع أصدقائك	75	26.79%
المجموع	*280	100%

يبين الجدول أعلاه أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة هي خدمة القراءة والتعليق على ما ورد بنسبة 36.08% ثم تليها خدمة الدردشة مع الأصدقاء التي فضلها 75مبحوثا بنسبة 26.79% ويقوم 23.21% بوضع أفكارهم على صفحتهم في حين يكتفي 13.92% بقراءة مشاركات الأصدقاء ومثلت 39 مبحوثا.

نستنتج من هذا الجدول أن المبحوثين يفضلون التفاعلية أكثر من غيرها من خلال القراءة والتعليق والدردشة مع الأصدقاء.

¹ مريم نريمان نومار، مرجع سابق، ص ص 119-120.
* اختيار المبحوث أكثر من الإجابة.

جدول رقم (11): يوضح مشاركة أفراد العينة في مجموعات على مواقع التواصل

الاجتماعي

هل أنت عضو في مجموعات معينة على مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	149	75.63%
لا	48	24.36%
المجموع	197	100%

يبين الجدول رقم (11) أن أكثر من نصف أفراد العينة ينتمون إلى مجموعات افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 75.63% مقابل 24.36% منهم لم ينتموا للمجموعات.

نستنتج من هذا الجدول أن انتماء المبحوثين إلى مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشاطاتهم التي يقومون بها على هذه المواقع تتيح لهم أن يجتمعوا بآخرين يشاركونهم الانتماء إلى تلك المجموعات.

جدول رقم (12): يوضح نوعية المجموعات التي يشارك فيها أفراد العينة على مواقع

التواصل الاجتماعي

نوعية المجموعات	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	28	8.51%
إسلامية	56	17.02%
إعلامية	22	6.69%
اقتصادية	11	3.34%
ثقافية	72	21.89%
ترفيهية	53	16.10%
اجتماعية	63	19.14%
أخرى	24	7.30%
المجموع	329*	100%

* اختيار المبحوث أكثر من إجابة

يتبين من الجدول (12) أن أفراد العينة مشاركون في مجموعات ثقافية بنسبة 21.89٪ أي ما يقابله 72 مبحوثاً، تليها المجموعات الاجتماعية بنسبة 19.14٪ ثم المجموعات الإسلامية بنسبة 17.02٪ ثم المجموعات الترفيهية بنسبة 16.10٪ فيما يشارك 28 مبحوثاً بنسبة 8.51٪ في المجموعات السياسية، ومجموعات أخرى بنسبة 7.30٪ ويشارك 22 مبحوثاً بنسبة 6.69٪ في المجموعات الإعلامية، وتأتي المجموعات الاقتصادية والتجارية في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.34٪.

ونستنتج من هذا الجدول أن المجموعة الثقافية حصلت على الترتيب الأول وهذا راجع لاهتمام الطلبة بهذه المجموعات وقد يكون الهدف منها رفع مستواهم الثقافي كما نلاحظ عزوف الطلبة عن المجموعة الاقتصادية والتجارية ربما لعدم اهتمامهم بها.

جدول رقم (13): يوضح اختيار المبحوثين لأصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	على أي أساس تختار أصدقائك في مواقع التواصل الاجتماعي؟
32.84٪	89	المستوى المعرفي والثقافي
15.12٪	41	عن طريق صديق
29.16٪	79	علاقة القرابة والصداقة
5.90٪	16	عن طريق المجموعة
16.98٪	46	بشكل عشوائي
100٪	271*	المجموع

يوضح الجدول (13) أن 89 مفردة يختارون أصدقائهم حسب المستوى المعرفي والثقافي وذلك بنسبة 32.84٪ في حين يختار 29.16٪ منهم أصدقائهم على أساس علاقة القرابة والصداقة، ثم تليها النسبة 16.98٪ بشكل عشوائي، ثم تليها النسبة 15.12٪ عن طريق صديق، وتأتي في الأخير عن طريق المجموعة بنسبة 5.90٪.

نستنتج أن عدد من أفراد العينة يسعون لتثقيف والتعلم و معرفة الثقافات وهذا ما تطرقنا إليه في الفصل النظري.

* اختيار المبحوث أكثر من إجابة

جدول رقم (14): الموضوعات التي يفضل أفراد العينة المشاركة والتفاعل معها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
مواضيع إسلامية	85	24.92%
مواضيع رياضية	41	12.02%
مواضيع إعلامية	20	5.87%
مواضيع اجتماعية	98	28.73%
مواضيع سياسية وقانونية	75	22.00%
مواضيع أخرى	22	6.46%
المجموع	*341	100%

يتبين لنا من الجدول (14) أن 28.73% من المبحوثين يفضلون المشاركة والتفاعل مع المواضيع الاجتماعية وهذا راجع لاهتمام الطلبة بهذه المواضيع، ثم تليها المواضيع الإسلامية بنسبة 24.92% وهذا راجع إلى اشتراك المبحوثين في الصفحات الإسلامية كمتابعة أخبار الدعاة مثلاً، ثم تليها المواضيع السياسية والثقافية بنسبة 22.00% ويفضل التفاعل والمشاركة 41 مبحثاً في المواضيع الرياضية بنسبة 12.02% نلاحظ نسبة اهتمام الطلبة بالمواضيع الرياضية في المرتبة الرابعة وهذا راجع لتأهل الجزائري لكأس العالم في السنوات الأخيرة مثلاً وتأتي المواضيع الأخرى بنسبة 6.46% والمواضيع الإعلامية حيث قدرت ب 5.87%.

* اختيار المبحوث أكثر من إجابة

جدول رقم (15): يوضح غاية استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

ما هي غايتك نحو استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة المئوية
البحث العلمي	61	15.97%
اكتساب معارف وخبرات	119	31.16%
التسلية والترفيه	68	17.80%
إنشاء علاقات جديدة	55	14.39%
متابعة الأخبار الأحداث	74	19.38%
أخرى	5	1.30%
المجموع	382*	100%

يتبين لنا من خلال الجدول (15) أن 31.16% من المبحوثين غايتهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اكتساب معارف وخبرات وهذا مؤشر إيجابي في استخدام هذه المواقع في حين أن 19.38% من المبحوثين غايتهم متابعة الأخبار والأحداث، وهذا راجع لاهتمام الطلبة بالأخبار والأحداث نظراً لما يقع في العالم الإسلامي اليوم أو متابعة الطلبة لأخبار أصدقائهم بينما نسبة 17.80% من المبحوثين غايتهم التسلية والترفيه، ثم تليها النسبة 15.97% من المبحوثين غايتهم البحث العلمي ومثلت 61 مبحوثاً نظراً لاهتمام هذه العينة بالبحث العلمي فهناك مجموعات وصفحات علمية تناقش أمور الدراسة والأبحاث العلمية مما سهل لهم التواصل معهم عبر هذه المواقع، ثم 14.39% غايتهم إنشاء علاقات جديدة، وغايات أخرى بنسبة 1.30%.

* اختيار المبحوث أكثر من إجابة

ثالثاً: تأثيرات المواقع والإشباع المتحققة

جدول رقم(16): يوضح مدى محافظة المبحوثين على قيمهم عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

هل تحثك مواقع التواصل الاجتماعي بالمحافظة على القيم الاجتماعية؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	163	%82.74
لا	34	%17.26
المجموع	197	%100

يتبين من الجدول رقم (16) أن نسبة 82.74% من المبحوثين أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تحثهم بالمحافظة على القيم الاجتماعية ونجد 34 مبحوثاً أقر بأن هذه المواقع لا تحثهم على المحافظة بالقيم الاجتماعية، حيث قدرت نسبتهم بـ 17.26%.
نفس نتائج الجدول أن القيم الاجتماعية تتمثل في:

1- أن للقيم الاجتماعية دوراً هاماً في تشكيل الشخصية السليمة والسوية المتكاملة للفرد المسلم، كما تهدف إلى بناء وتنمية عامل الضبط الاجتماعي في الإنسان، وهو ضبط داخلي ينبع من ذات أو الضمير الإنسان فيكون هادياً له إلى معرفة وتمييز المقبول والغير المقبول والحلال والحرام وضبط خارجي يتمثل في الالتزام بتعاليم الإسلام المتعلقة بكل أمور الحياة الاجتماعية المختلفة

2- ترسخ لدى الشباب المسلم أن فعل الخير جزء لا يتجزأ من مهمة المسلم التي أمره الله بها فكل فرد ينبغي أن يكون عضواً نافعا في جماعته، يفعل الخير ويدعوا إليه، ويكره الشر وينهى عنه، ويشارك في كل عمل ينهض بالمجتمع¹.

¹ عبد الكريم قشلان، مرجع سابق، ص 135.

جدول رقم (17): يوضح رأي المبحوثين في الموضوعات المطروحة في مواقع

التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	ما رأيك في الموضوعات المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
47.20%	93	جيدة
31.48%	62	لا رأي لي
1.01%	2	سيئة
20.31%	40	مقبولة
100%	197	المجموع

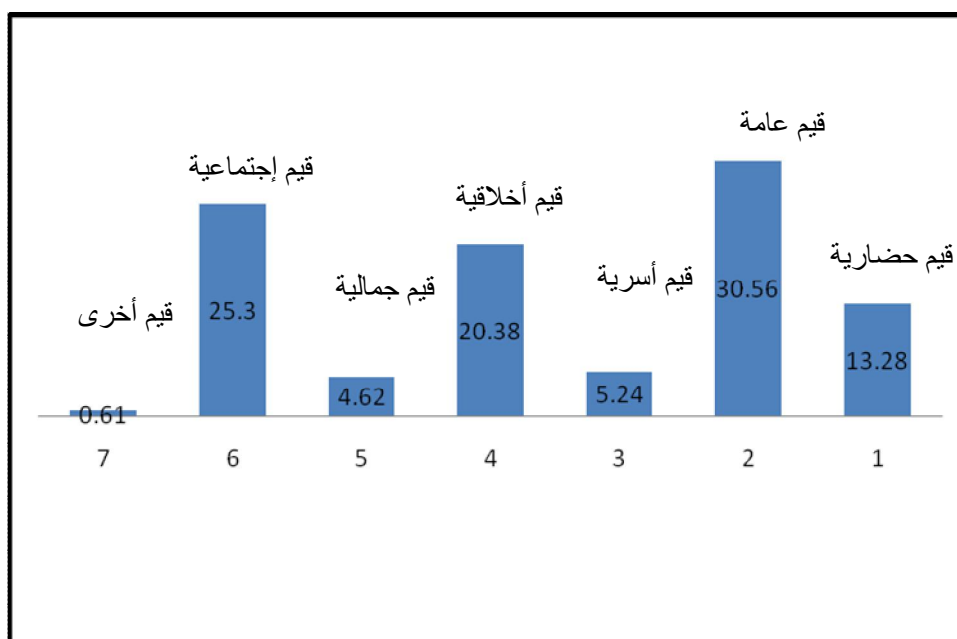
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة 47.20% من المبحوثين كانت آراءهم في الموضوعات الجيدة وهذه راجع لإعجاب الطلبة بهذه الموضوعات المطروحة عبر هذه المواقع، ثم تليها النسبة 31.48% من المبحوثين لا رأي لهم نظرا لعدم اهتمامهم بالموضوعات أو مناقشتها، والموضوعات المقبولة قدرت بـ 20.31% وتأتي في المرتبة الأخيرة الموضوعات السيئة حيث مثلت نسبة 1.01% من المبحوثين.

جدول رقم (18): يوضح القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	ما هي القيم الاجتماعية التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي؟
13.28%	43	قيم حضارية
30.56%	99	قيم عامة
5.24%	17	قيم أسرية
20.38%	66	قيم أخلاقية
4.62%	15	قيم جمالية
25.30%	82	قيم اجتماعية
0.61%	2	أخرى
100%	*324	المجموع

* اختيار المبحوث أكثر من إجابة

رسم بياني رقم (18) يمثل القيم التي تعززها موقع التواصل الاجتماعي



يتبين لنا من الجدول رقم (18) أن القيم العامة حصلت على الترتيب الأول بنسبة 30.56%.

ثم تليها القيم الاجتماعية بنسبة 25.30% مثل قيم التعاون ثم تليها القيم الأخلاقية حيث حصلت على الترتيب الثالث بنسبة 20.38% وتليها القيم الحضارية بنسبة 13.28% احتلت المرتبة الرابعة، أما القيم الأسرية احتلت المرتبة الخامسة بنسبة 5.24% واحتلت القيم الأخرى المرتبة الأخيرة بنسبة 0.61%.

جدول رقم (19): يوضح شعور المبحوثين بالعزلة عن المحيط الاجتماعي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

هل تشعر أنك تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بالعزلة الاجتماعية؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	35.53 %
لا	127	64.47 %
المجموع	197	100 %

يبدوا من خلال الجدول (19) أن 127 من المبحوثين عبروا عن رفضهم بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي بنسبة 64.47٪، في مقابل ذلك نجد 35.53 ٪ يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تسببت لهم في العزلة عن محيطهم الاجتماعي ولكن هذه النسبة لا يستهان بها وهذه العزلة لها آثار سيئة على الشباب منها كالإدمان والانشغال عن الدراسة والرسوب أو الانقطاع عن الدراسة أو ضياع مستقبله الدراسي وضعف الروابط الاجتماعية بينه وبين أفراد أسرته¹.

جدول رقم (20): يوضح اتجاهات الطلبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الاجتماعية

العبارة	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة	متوسط الاتجاه	اتجاه العبارة
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		
1	159	22	11	5	0	4.70	اتجاه ايجابي
2	92	39	50	13	3	4.03	اتجاه ايجابي
3	95	63	22	14	3	4.18	اتجاه ايجابي
4	92	48	41	13	3	4.08	اتجاه ايجابي
5	115	29	38	15	0	4.23	اتجاه ايجابي
6	102	39	41	15	0	4.15	اتجاه ايجابي
7	101	44	42	8	2	4.18	اتجاه ايجابي
8	96	45	49	7	0	4.16	اتجاه ايجابي
9	106	53	30	6	2	4.29	اتجاه ايجابي
10	102	73	19	3	0	4.39	اتجاه ايجابي
المجموع						4.23	اتجاه ايجابي

من خلال الجدول يتبين لنا أن متوسط شدة الاتجاه العام بلغ (4.23) فنلاحظ أنها قد جاءت باتجاه ايجابي ونستنتج أن:

العبارة رقم (1): "وفرت مواقع التواصل الاجتماعي إنشاء صفحات للتواصل مع الغير" أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها

¹ عباس سبتي، التكنولوجيا وضعف العلاقات الاجتماعية في الأسرة .. أسباب .. حلول، مقال منشور على شبكة الانترنت (http://www.gulfkids.com/vb/showthread.php?t=8543)، تاريخ التصفح 2014-05-27م.

(4.70) فنلاحظ أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة الأولى تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت صفحات للتواصل مع الغير.

العبارة رقم (2): "المواضيع التي تناقشها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مواضيع جديرة بالاهتمام"

أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.03) فنلاحظ أنها قد جاءت باتجاه ايجابي كذلك.

العبارة رقم (3): "تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدتك في التعرف على بعض القيم"

أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.18) فنلاحظ أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة الثالثة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدت المستخدمين لهذه المواقع بالتعرف على بعض القيم.

العبارة رقم (4): "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التضامن مع الغير" أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.08) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة الرابعة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز قيم التضامن مع الغير.

العبارة رقم (5): "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التعايش مع الغير" أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.23) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة الخامسة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز قيم التعايش مع الغير.

العبارة رقم (6): "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التكافل مع الغير" أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.15) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة السادسة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز قيم التكافل مع الغير.

العبارة رقم (7): "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التعاون مع الغير"
أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.16) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة السابعة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز قيم التسامح مع الغير.

العبارة رقم (8): "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التسامح مع الغير"
أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.18) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة الثامنة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز قيم التعاون مع الغير.

العبارة رقم (9): "تعرفت على مختلف النشاطات التي تمارسها بعض الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.29) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة التاسعة تؤكد ممارسة بعض الجمعيات الخيرية نشاطاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارة رقم (10): "زادت مواقع التواصل الاجتماعي من معارفك حول القضايا المطروحة في المجتمع"

أظهرت نتائج الجدول أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة حيث بلغت شدة اتجاهها (4.39) فتبين لنا أنها قد جاءت باتجاه ايجابي، وهذا يعني أن العبارة العاشرة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت المستخدمين من معارفهم حول القضايا المطروحة.

النتائج العامة للدراسة:

في نهاية هذه الدراسة سنتناول أهم النتائج التي توصلنا إليها في الجانب الميداني ويمكن إبراز النتائج في النقاط الآتية:

أولاً: عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- تدل النتائج على أن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي أجابوا بنعم مثلت نسبة (96.57%) من إجمال عينة الدراسة، أن الذين لا يستخدمون مثلت نسبة (3.43%).

- كشفت الدراسة أن موقع الفيس بوك يحتل المرتبة الأولى من بين المواقع التي تم تصنيفها في استبيان هذه الدراسة حيث كانت نسبة (72.24%) يفضلون استخدام موقع الفيس بوك فهو الأكثر أهمية لعينة الدراسة، ثم تليها نسبة (14.82%) يفضلون اليوتيوب ونسبة (8.74%) يفضلون التويتر، ومواقع أخرى مثلت نسبة (4.19%).

- كشفت الدراسة أيضاً أن نسبة (39.09%) من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات، ثم تليها نسبة (38.07%) لأقل من سنة، ونسبة (22.84%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى سنتين.

- بينت الدراسة أن نسبة الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا مثلت نسبة (38.08%)، أما الذين يتصفحون شهريا مثلت نسبة (26.40%)، ثم تليها نسبة (21.31%) يتصفحون حسب ظروفهم، ونسبة (14.21%) يتصفحون أسبوعيا.

- بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستغرقون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة فأقل مثلت نسبة (39.59%)، ونسبة (36.04%) يستغرقون في تصفح هذه المواقع لأكثر من ساعتين ثم تليها نسبة (24.37%) يستغرقون من ساعة إلى ساعتين.

- كشفت الدراسة الأماكن التي يستخدمها الطلاب عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي تأتي بالدرجة الأولى نسبة (52.37%) يدخلون لهذه المواقع من بيوتهم، ثم تأتي نسبة (20.98%) يتصفحون من انترنت الجامعة، ثم تليها نسبة (17.60%) يتصفحون من الهاتف النقال، ونسبة (8.95%) من مقاهي الانترنت.

ثانياً: دوافع استخدام دوافع التواصل الاجتماعي

- يفضل (36.08%) خدمة القراءة والتعليق ثم الدردشة مع الأصدقاء نسبة (26.79%) تليها نسبة (23.21%) يقومون بوضع أفكارهم على صفحاتهم، ثم تليها نسبة (13.92%) يكتفون بقراءة مشاركات الأصدقاء
- يشارك أكثر من نصف العينة في مجموعات افتراضية تتقدمها المجموعات الثقافية بنسبة (21.89%)، ثم المجموعات الاجتماعية بنسبة (19.14%)، والمجموعات الإسلامية بنسبة (17.02%)، والمجموعات الترفيهية بنسبة (16.10%)، والمجموعات السياسية بنسبة (8.51%)، والمجموعات الأخرى بنسبة (7.30%)، والمجموعات الإعلامية بنسبة (6.59%)، والمجموعات الاقتصادية بنسبة (3.34%).
- كشفت الدراسة أن (32.84%) من أفراد العينة يختارون أصدقائهم حسب المستوى المعرفي والثقافي ثم (29.16%) يختارون على أساس علاقة القرابة والصداقة، وتليها نسبة (16.98%) يختارون بشكل عشوائي، ونسبة (15.12%) عن طريق صديق، ونسبة (5.90%) عن طريق المجموعة.
- أوضحت الدراسة أن (38.73%) من أفراد العينة يفضلون المشاركة والتفاعل مع المواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى، ثم تليها نسبة (24.92%) يفضلون المواضيع الإسلامية، ونسبة (22.00%) يفضلون المواضيع السياسية والثقافية، ونسبة (12.02%) يفضلون المواضيع الرياضية، ونسبة (6.46%) يفضلون المواضيع الأخرى، ونسبة (5.87%) يفضلون المواضيع الإعلامية.
- كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن (31.16%) من أفراد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لغرض اكتساب معارف وخبرات، ونسبة (19.38%) غايتهم متابعة الأخبار والأحداث، ونسبة (17.80%) غايتهم التسلية والترفيه، ونسبة (14.39%) غايتهم إنشاء علاقات جديدة، وغايات أخرى مثلت نسبة (1.30%).

ثالثاً: تأثيرات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة

- أظهرت الدراسة أن (82.74%) من أفراد العينة أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تحثهم بالمحافظة على القيم الاجتماعية، ونسبة (17.26%) أجابوا بإجابة لا.
- كشفت نتائج الدراسة عن آراء أفراد العينة في الموضوعات المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت نسبة (47.20%) آراءهم في الموضوعات الجيدة، ونسبة (31.48%) لا رأي لهم، ونسبة (20.31%) في الموضوعات المقبولة، والموضوعات السيئة مثلت نسبة (1.01%).
- كشفت الدراسة أن القيم العامة حصلت على الترتيب الأول بنسبة (30.56%)، ثم تليها القيم الاجتماعية بنسبة (25.30%)، و القيم الأخلاقية بنسبة (20.38%)، والقيم الحضارية بنسبة (5.24%)، واحتلت القيم الأخرى نسبة (0.61%).
- بينت الدراسة أن نسبة (64.47%)، أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تسبب لهم العزلة الاجتماعية، أما نسبة (35.53%) وافقوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي.

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع البحث بكل فصوله وإجراءاته المنهجية وقد خلصنا فيه إلى النتائج الآتية وسنقربها بذكر بعض التوصيات:

أولاً: النتائج

- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل الاتصال الفعالة.
- تعد القيم الاجتماعية الضابط للسلوك الفردي والجماعي في حياة الناس، وتكون موجه لهم، حيث تساهم في تشكيل الكيان النفسي للفرد.
- حيث أن نتائج الدراسة الميدانية كشفت على أن طلبة جامعة الوادي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة كبيرة، وأن موقع الفيس بوك من بين المواقع الأكثر استخداماً، وأوضحت الدراسة أن هناك من أفراد العينة من يتصفحون هذه المواقع يومياً كما أن هناك من لا يمكنه التصفح يومياً وذلك ناتج إلى انشغالهم بأشياء أخرى، وكانت غاية استخدامهم لهذه المواقع اكتساب معارف وخبرات بالدرجة الأولى، وأن من بين القيم التي تعززها هذه المواقع القيم العامة بالدرجة الأولى ثم القيم الاجتماعية كون أفراد العينة يميلون للاطلاع على الجانب الاجتماعي.

ثانياً: التوصيات

- إجراء المزيد من الدراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل أعم يشمل مختلف شرائح المجتمع.
- دعوة الطلبة الجامعيين إلى نشر وتبادل القيم الاجتماعية والأخلاقية فيما بينهم والتمسك بها.
- الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور وخاصة مع الطلبة.
- إنشاء مجموعات شبابية هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة وتأصيل القيم والمبادئ الأصيلة.
- عدم الجلوس على المواقع لفترات طويلة حتى لا تولد الإدمان لدى المتصفح.

الملاحق

جامعة الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص الدعوة والإعلام والاتصال

شعبة العلوم الإسلامية

- استمارة استبيان -

الملحق رقم (01) قبل التعديل

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين
دراسة ميدانية بجامعة الوادي

تعد هذه الاستبانة جزء من مذكرة الماستر في الدعوة والإعلام والاتصال. راجين منكم التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة بدقة، مع التأكيد أن هذه المعلومات لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

وشكرا لكم مسبقا حسن تعاملكم.

ملاحظة: توضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة.

إشراف الأستاذ

إعداد الطالبة:

رشيد خضير

فاطمة بريك

الموسم الجامعي: 1434-1435هـ/2013-2014م

*البيانات الشخصية

- 1- الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- السن ☐ أقل من 20 ☐ من 20 الى 25 ☐ أكثر من 25

3- التخصص

- ☐ علوم إسلامية ☐ آداب ولغات
- ☐ علوم إنسانية ☐ علوم تكنولوجيا
- ☐ علوم اجتماعية ☐ علوم سياسية وقانونية
- ☐ علوم اقتصادية وتجارية

* عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 4- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟ ☐ نعم ☐ لا
- 5- ما هو موقع التواصل الاجتماعي المفضل لديك؟ ☐ الفيس بوك ☐ اليوتيوب ☐ التويتر
- 6- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ☐ أقل من سنة ☐ من سنة إلى سنتين ☐ أكثر من ثلاث سنوات

7- هل تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

بشكل يومي ☐ بشكل غير يومي ☐

8 - عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي فكم من الوقت تقضيه؟

ساعة ☐ ساعتين ☐

أكثر من ساعتين ☐

9 - ما هي الأماكن التي تتصفح بها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

انترنت الجامعة ☐ الهاتف النقال ☐

البيت ☐

10 - عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هل؟

تقرأ وتعلق على ما ورد ☐ تضع أفكارك على صفحتك ☐

تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء ☐ تدرش مع أصدقائك ☐

11 - هل أنت عضو في مجموعات معينة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم ☐ لا ☐

12 - إذا كانت إجابتك نعم فهل هذه المجموعات:

سياسية ☐ إسلامية ☐ إعلامية ☐ اقتصادية ☐

ثقافية ☐ ترفيهية ☐ اجتماعية ☐

13 - على أي أساس تختار أصدقائك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ المستوى المعرفي والثقافي ☐ عن طريق صديق ☐ علاقة القرابة والصداقة ☐ عن طريق المجموعة ☐ بشكل عشوائي ☐

* مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية

14 - ما هي الموضوعات التي تفضل المشاركة والتفاعل معها من خلال استخدامك

لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ مواضيع إسلامية ☐ مواضيع رياضية ☐ مواضيع إعلامية ☐ مواضيع اجتماعية ☐ سياسية وثقافية ☐

15 - ما هي غايتك نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ البحث العلمي ☐ اكتساب معارف وخبرات ☐ التسلية والترفيه ☐ إنشاء علاقات جديدة ☐ متابعة الأخبار والأحداث ☐

16 - هل تحتك مواقع التواصل الاجتماعي بالمحافظة على القيم الاجتماعية؟

- ☐ نعم ☐ لا

17 - ما رأيك في الموضوعات المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ جيدة ☐ لا رأي لي ☐ سيئة ☐ مقبولة ☐

18- ما هي القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي؟

- قيم حضارية ☐ قيم عامة ☐ قيم أسرية ☐
قيم أخلاقية ☐ قيم جمالية ☐ قيم اجتماعية ☐

19- هل تشعر أنك تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بالعزلة عن محيطك الاجتماعي؟

- نعم ☐ لا ☐

جامعة الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص الدعوة والإعلام والاتصال

شعبة العلوم الإسلامية

- استمارة استبيان -

الملحق رقم (02) بعد التعديل

بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية بجامعة الوادي

تعد هذه الاستبانة جزء من مذكرة الماستر في الدعوة والإعلام والاتصال. راجين منكم التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة بدقة، مع التأكيد أن هذه المعلومات لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

ملاحظة: توضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة.

وشكرا لكم مسبقا حسن تعاملكم.

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

رشيد خضير

فاطمة بريك

الموسم الجامعي: 1434-1435هـ/2013-2014م

*البيانات الشخصية

- 1- الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- السن ☐ أقل من 20 ☐ من 20 الى 25 ☐ أكثر من 25

3- التخصص

- ☐ علوم إسلامية ☐ آداب ولغات
- ☐ علوم إنسانية ☐ علوم تكنولوجيا
- ☐ علوم اجتماعية ☐ علوم سياسية وقانونية
- ☐ علوم اقتصادية وتجارية

* عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 4- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
☐ نعم ☐ لا
- 5- ما هو موقع التواصل الاجتماعي المفضل لديك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
☐ اليوتيوب ☐ الفيس بوك
- ☐ التويتر ☐ أخرى تذكر.....
- 6- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي
☐ أقل من سنة ☐ من سنة إلى سنتين ☐ أكثر من ثلاث سنوات
- 7- هل تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
☐ يوميا ☐ أسبوعيا
- ☐ حسب الظروف ☐ شهريا

8 - عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي فكم من الوقت تقضيه؟

- ساعة فأقل ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐
أكثر من ساعتين ☐

9 - ما هي الأماكن التي تتصفح بها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- انترنت الجامعة ☐ الهاتف النقال ☐
البيت ☐ مقهى انترنت ☐

* دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

10 - عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هل؟

- تقرأ وتعلق على ما ورد ☐ تضع أفكارك على صفحتك ☐
تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء ☐ تدرش مع أصدقائك ☐

11 - هل أنت عضو في مجموعات معينة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐ لا ☐

12 - إذا كانت إجابتك نعم فهل هذه المجموعات:

- سياسية ☐ إسلامية ☐ إعلامية ☐ اقتصادية ☐
ثقافية ☐ ترفيهية ☐ اجتماعية ☐

أخرى تذكر.....

13 - على أي أساس تختار أصدقائك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- المستوى المعرفي والثقافي ☐ عن طريق صديق ☐
علاقة القرابة والصداقة ☐ عن طريق المجموعة ☐ بشكل عشوائي ☐

14 - ما هي الموضوعات التي تفضل المشاركة والتفاعل معها من خلال استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ مواضيع إسلامية ☐ مواضيع رياضية ☐ مواضيع إعلامية ☐
☐ مواضيع اجتماعية ☐ سياسية وثقافية ☐
أخرى تذكر.....

15 - ما هي غايتك نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ البحث العلمي ☐ اكتساب معارف وخبرات ☐
☐ التسلية والترفيه ☐ إنشاء علاقات جديدة ☐
☐ متابعة الأخبار والأحداث ☐
أخرى تذكر.....

* تأثيرات المواقع والإشباع المحققة

16 - هل تحتك مواقع التواصل الاجتماعي بالمحافظة على القيم الاجتماعية؟
☐ نعم ☐ لا

17 - ما رأيك في الموضوعات المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ جيدة ☐ لا رأي لي ☐
☐ سيئة ☐ مقبولة ☐

18 - ما هي القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ قيم حضارية ☐ قيم عامة ☐ قيم أسرية ☐
☐ قيم أخلاقية ☐ قيم جمالية ☐ قيم اجتماعية ☐
أخرى تذكر.....

19 - هل تشعر أنك تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بالعزلة عن محيطك الاجتماعي؟

- ☐ نعم ☐ لا

20- ما هو اتجاهك نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الاجتماعية

العبارة	موافقة	بشدة موافقة	إجابة	معارض	بشدة معارضة
وفرت مواقع التواصل الاجتماعي إنشاء صفحات للتواصل مع الغير					
المواضيع التي تناقشها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مواضيع جديرة بالاهتمام					
تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدتك في التعرف على بعض القيم					
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التضامن مع الغير					
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التعايش مع الغير					
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التكافل مع الغير					
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التعاون مع الغير					
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التسامح مع الغير					
تعرفت على مختلف نشاطات التي تمارسها بعض الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي					
زادت مواقع التواصل الاجتماعي من معارفك حول القضايا المطروحة في المجتمع					

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

- القرآن الكريم

أولاً: مراجع باللغة العربية

الكتب

* كتب التفسير:

1- ابن عاشور: محمد الطاهر، تفسير التحرير والتنوير، لا.ط؛ تونس: الدار التونسية للنشر، 1984م.

2- الدمشقي: أبي الفداء إسماعيل بن عمر القرشي، تفسير القرآن العظيم، تحقيق: سلمي بن محمد سلامة، ط:2؛ السعودية: دار طيبة، 1430هـ/2004م.

3- الطبري: أبي جعفر محمد بن جرير، جامع البيان عن تأويل آي القرآن، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، ط:1؛ القاهرة: دار هجر، 1422هـ/2001م.

4- القرطبي: أبي عبد الله محمد بن أحمد، الجامع لأحكام القرآن، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، ط:1؛ بيروت - لبنان: مؤسسة الرسالة، 1427هـ/2006م.

* المعاجم والقواميس

5- إبراهيم: مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط:1؛ عمان- الأردن: مؤسسة الوراق، 2000م.

6- ابن منظور: محمد بن مكرم بن علي، لسان العرب، تحقيق: عبد الله عي الكبير وآخرون، ط:1؛ القاهرة: دار المعارف، د.ت.

7- إعداد هيئة التأطير بالمعهد، منهجية البحث: سند تكويني لفائدة المفتشين في مختلف الأطوار التعليمية، لا.ط؛ الحراش- الجزائر: لا.ن، 2005 م.

8- أن كولير ولاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيس بوك، نسخة منقحة منظمة، مصر، 2012م.

9- بدوي: أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، لا.ط؛ بيروت: مكتبة لبنان، 1977م.

- 10- بدوي: عبد الرحمن، مناهج البحث العلمي، ط:3؛ الكويت: وكالة المطبوعات، 1977م.
- 11- بركات: حليم، المجتمع العربي المعاصر بحث استطلاعي اجتماعي، ط:2؛ بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1998م.
- 12- الجلاد: ماجد زكي، تعلم القيم وتعليمها ط:2؛ عمان- الأردن: دار الميسرة، 2007م.
- 13- حجاب: محمد منير، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط:3؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1421هـ/2000م.
- 14- حكومة الإمارات الإلكترونية، الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية في دولة الإمارات، الإصدار:1؛ الإمارات العربية المتحدة، 2011م.
- 15- الخراطة: عبد الله عقلة مجلي، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، ط:1؛ عمان-الأردن: دار الحامد، 2009م.
- 16- دويدري: رجاء وحيد ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العملية، ط:1 ؛ دمشق: دار الفكر، 1421 هـ/ 2000 م.
- 17- دياب: فوزية، القيم والعادات الاجتماعية، ط:2؛ بيروت: دار النهضة العربية، 1980م.
- 18- الزاوي: الطاهر أحمد، مختار القاموس، لا.ط؛ ليبيا- تونس: الدار العربية للكتاب، د.ت.
- 19- زهران: حامد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، ط:4؛ القاهرة: عالم الكتب، 1977م.
- 20- سعيد: سعاد جبر، القيم العالية وأثرها في السلوك الإنساني، ط:1؛ الأردن: جدارا للكتاب العالمي وآخرون، 2008م.
- 21- الشريف: عبد الله محمد، مناهج البحث العلمي، ط:1؛ الإسكندرية: مكتبة الإشعاع، 1996م.
- 22- صابر فاطمة عوض آخرون، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط:1؛ الإسكندرية: مكتبة الإشعاع، 2002م.
- 23- عامر: فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط:1؛ القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2011م.

- 24- عبد الحميد: صلاح محمد، الإعلام الجديد، ط:1؛ القاهرة: مؤسسة طيبة، 2012م.
- 25- عبد الفتاح: إسماعيل، القيم السياسية في الإسلام، ط:1؛ القاهرة: الدار الثقافية للنشر، 1421هـ/2001م.
- 26- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث المراحل القواعد والمراحل والتطبيقات، ط:2؛ عمان: دار وائل للنشر، 1999م.
- 27- العتوم: عدنان يوسف، علم النفس الاجتماعي، ط:1؛ الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، 2009م.
- 28- فضل الله: وائل مبارك خضر، أثر الفيس بوك على المجتمع، لا.ط؛ السودان: مدونة شمس النهضة، 2010م.
- 29- الفيلاي: عصام بن يحيى، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، الإصدار: 39؛ المملكة العربية السعودية: مركز الدراسات الإستراتيجية، 2012م.
- 30- القليني: سوزان يوسف أحمد، الاتصال ووسائله ونظرياته، ط:2؛ القاهرة، دار النهضة العربية، 1999م.
- 31- قميحة: جابر، المدخل إلى القيم الإسلامية ط:1؛ القاهرة: دار الكتاب المصري، 1984م.
- 32- المانع: مانع بن محمد، القيم بين الإسلام والغرب، ط:1؛ الرياض السعودية: دار الفضيلة، 1426هـ/2005م.
- 33- مبارك: محمد الصاوي محمد، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، ط:1؛ القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992م.
- 34- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط:4؛ القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2004م.
- 35- المحيا: مساعد بن عبد الله، القيم في المسلسلات التلفازية، ط:1؛ الرياض: دار العاصمة، 1414هـ/1993م.
- 36- المرزوق: إحسان عبد الله، القيم ومظاهرها السلوكية، ط:3؛ لا.م: لا.ن، 2007م.
- 37- المعاينة: خليل عبد الرحمن، علم النفس الاجتماعي، ط:3؛ عمان-الأردن: دار الفكر، 2010م.

38-مكاوي: حسن عماد وليلى حسين السلمي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط:7؛ القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م.

البحوث والرسائل الجامعية

39- أبو زيد: طاهر حسن، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثره على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية)، رسالة أطروحة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر غزة، 2012م.

40- الأسطل: سماهر عمر، القيم التربوية المتضمنة في آيات النداء القرآني للمؤمنين وسبل توظيفها في التعليم المدرسي، رسالة ماجستير في أصول التربية، الجامعة الإسلامية: غزة، 1428هـ/2007م.

41- بعزيز: إبراهيم، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر التواصل الاجتماعي الإلكتروني دراسة حالة المنتديات المحادثة الإلكترونية، جامعة الجزائر، 2012م.

42- حران: العربي، تغير القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب المتعاطي للمخدرات، رسالة ماجستير في التغير الاجتماعي، جامعة الجزائر، 2008م.

43- الحصينان: فواز سالم، أثر التحصيل العلمي الذاتي من خلال شبكة الانترنت اليوتيوب أنموذجا، لا.ط؛ الكويت: مركز الكويت للبحث العلمي، 2012م.

44- الرعود: عبد الله ممدوح مبارك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط: الأردن، 2012م.

45- رمضان: الخامسة، استخدامات الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012م.

46- الصاعدي: سلطان بن مسفر مبارك، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة بحث مقدم لشبكة الألوكة المسابقة الثانية فرع الدراسات والأبحاث، السعودية، 1432هـ.

47- قشلاق: عبد الكريم ناصر، دور معلمي المرحلة الثانوية في تعزيز القيم الإسلامية لدى طلابهم في محافظات غزة، رسالة ماجستير في أصول التربية، جامعة الأزهر: غزة، 1430هـ/ 2010م.

48- مثير بن محمد بن عبد الله البقمي، إسهام الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب (تصور مقترح)، رسالة ماجستير في قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1429/1430هـ.

49- المنصور: محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين-دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً-، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك: كلية الآداب والتربية، الدانمارك، 2012م.

50- نومان: مريم ناريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر: باتنة، 2012م.

المجلات

51- جمال: أماني مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية، مجلة دراسة المعلومات، مصر: قسم المكتبات والمعلومات بجامعة المنوفية، ع08، 2010م.

52- حسن: عبد الصادق، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، سلسلة مجلة التعاون، الرياض: مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ع1، 1434هـ/ 2013م.

53- شقير: بارعة حمزة، استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها، مجلة جامعة دمشق، جامعة دمشق، ع1 و2، 2009، ص458.

المؤتمرات

54- بعزیز: إبراهيم، أشكال الفتوى عبر شبكة الانترنت والمخاطر والحلول، مداخلة بالمؤتمر الدولي حول إشكالية الفتوى بين الضوابط الشرعية وتحديات العولمة، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2011م.

55- العاجز فؤاد علي والعمرى عطية، القيم وطرق تعلمها وتعليمها، دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون، جامعة اليرموك، الأردن، 1999م.

56- الكاتب: سعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع- التحديات والفرص- المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة، 2011م.

المواقع الإلكترونية

57- موسى آدم: عبد الجليل، كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إضعاف العادات والتقاليد وتقليص العلاقات الاجتماعية، مداخلة بالمؤتمر الدوحة الحادي عشر لحوار الأديان، منشورة على شبكة الانترنت

speech13-php - http://www.dicid.org/9th/، تاريخ التصفح: 03-31-2014م.

58- أم نصرو: زهيه، تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، موضوع منشور على شبكة الانترنت.

(www.yanabeea.com/vb/showthread.php?t=19156)، تاريخ التصفح: 2014/05/13م.

59- الحكمي: عائشة يحيى، سلبيات وإيجابيات التواصل الاجتماعي، مقال منشور على شبكة الانترنت (http://www.dr-aycha.com/inf/articles-php)، تاريخ التصفح: 2014-03-05م.

60- الهواوي: سعود، عدد مستخدمي الفيس بوك يصل إلى مليار مستخدم، مقال منشور على شبكة الانترنت

(www.tech-wd.com/wd/2012/10/04/facebook-1-billion-users/) تاريخ التصفح: 2014-05-27م.

61- حسونة: نسرين، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص الوظائف، بحث منشور على شبكة الانترنت (http://blog.amin.org/nisreenhassouna/)، تاريخ التصفح: 2014/05/13م.

62- خلف الله: محمد جابر ، مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، مقال منشور على شبكة الانترنت

(http://kenanaonline.com/Azhar-gaper) تاريخ التصفح 2014/03/01م.

63- سبتي: عباس، التكنولوجيا وضعف العلاقات الاجتماعية في الأسرة .. أسباب .. حلول، مقال منشور على شبكة الانترنت

،(http://www.gulfkids.com/vb/showthread.php?t=8543.) تاريخ

التصفح 2014-05-27م.

ثانيا: مراجع باللغة الأجنبية

64- Ali.h.A,the power of social media in developing nations; new tools for closing the global Digital Divide and beyond,harvard human rights journal ,vol 24 ,book online http:// harvardhrj.com /wp-content/ uploads/2009/09-185-220 pdf,2011.

65- Bernardo A. Huberman and al: Social networks that matter: Twitter under the microscope Social Computing Lab, Cornell University, [online]
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405&
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405, 2008.

66- Danah.m.boyd, nicole B.Ellison, social network sites definition, history and scholarship, journal of computer mediated communication, university of california, Berkeley, 2007.

67- Romina Cachia,Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking, JRC scientific and technical reports. Book Online http://ipts.jrc.ec.europa.eu, JRC48650.pdf, 2008.