جـــامعة محمد بوضياف بالـــمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطلبة

- نزيهة عثامنة

إشراف الأستاذة

خضرة واضح

لجنة المناقشة		
اسم ولقب الأستاذ	الجامعة	الصفة
د. غزال عبد الرزاق	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	رئيسا
أ. خضرة واضح	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرفا ومقررا
د. كرمية محمد	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2016 -2017

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و تقدير

اشكر الله عز وجل الذي قدرني على انجاز هذا العمل المتواضع ووفقني على إتمامه

كما أتوجه بالشكر والامتنان إلى جميع من مد يد العون والمساعدة وحفزني للإنجاز هذه الدراسة ،و أخص بالذكر والأستاذة الفاضلة : "خضرة واضح" .

و الأستاذ الفاضل : سلامي سعيداني

أشكر كل من عملوا على تصحيح وتقويم استمارتي

والشكر موصول إلى كل الذين قدموا المشورة والنصيحة والعون لترى هذه الدراسة النور.

لهم جميعا مني كل الشكر والتقدير.

إهـــداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى الوالدين الكريمين

إلى عائلتي

إلى صديقاتي

إلى أساتذتي

إليكم جميعا أهدي هذا العمل

إلى كل من قدم يد المساعدة من قريب أو بعيد

فهرس المحتويات	
العنوان	الصفحة
شكر وتقدير	
فهرس المحتويات.....	/
فهرس الجداول والأشكال.....	/
مقدمة	4-3
الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة	
المبحث الأول: إشكالية الدراسة و إطارها المنهجي.....	6
1. الإشكالية.....	6
2. تساؤلات الدراسة.....	6
3. فرضيات الدراسة.....	7
4. أسباب اختيار الموضوع وأهميته.....	7
5. أهداف الدراسة.....	7
6. تحديد المفاهيم.....	8
7. الدراسات السابقة.....	10
8. منهج الدراسة.....	17
9. مجالات الدراسة.....	17
10. مجتمع الدراسة.....	17
11. أدوات جمع البيانات.....	18
المبحث الثاني: المدخل النظري للدراسة.....	18
11. تعريف نظرية الغرس الثقافي.	18
12. فروض نظرية الغرس.	19
13. الانتقادات الموجهة للنظرية.	19
14. ملخص الفصل	21
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	
المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والآثار القيمية والأخلاقية لها وسلبياتها وإيجابياتها	23
• الفيس بوك.	23
• تويتر.	24
• اليوتيوب.	26

• الآثار القيمية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي.	27
• خصائص الإعلام الجديد ، العوامل الرئيسية للإعلام الجديد.	28
المبحث الثاني: خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها.	29
• خصائص القيم الاجتماعية.	29
• أهمية القيم الاجتماعية.	30
• ملخص الفصل.....	32
الفصل الثاني: الجانب الميداني للدراسة	
1. تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.	47-33
2. النتائج العامة للدراسة.	48
3. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.	48
خلاصة الفصل:	49
خاتمة وتوصيات.....	51
قائمة المصادر و المراجع.....	53
الملاحق.....	55

فهرس الجداول والأشكال	
عنوان الجدول	الصفحة
أولا/ الجداول	
جدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة.....	33
جدول رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.....	34
جدول رقم (3): يبين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين.....	35
جدول رقم (4): يبين مواقع التواصل الاجتماعي المستعملة من طرف الطلبة الجامعيين.....	36
جدول رقم (5): يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....	37
جدول رقم (6): يبين الوقت المفضل للطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....	38
جدول رقم (7): يبين الوسائل المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....	39
جدول رقم (8): يبين أغراض استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.....	40
جدول رقم (9): يبين دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.....	41
جدول رقم (10): يبين مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.....	42
جدول رقم (11): يبين التأثير السلبي والإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي.....	43
جدول رقم (12): يبين القيم الإيجابية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.....	44
جدول رقم (13): يبين القيم الاجتماعية السلبية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.....	46
ثانيا/ الأشكال	
دائرة نسبية تبين توزع أفراد العينة حسب الجنس.....	33
دائرة نسبية تبين توزع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.....	34
دائرة نسبية تبين توزع أفراد العينة حسب مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.....	35
أعمدة بيانية، منحنى بياني يبين المواقع الاجتماعية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين.....	36
أعمدة بيانية تبين الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....	37
أعمدة بيانية تبين الوقت المفضل للطلب الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....	38
دائرة نسبية تبين الوسائل الاتصالية المستعملة من طرف الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل	39

الاجتماعي.....	
أعمدة بيانية تبين أغراض استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.....	40
منحنى بياني يبين دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.....	41
دائرة نسبية تبين مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين.....	42
دائرة نسبية تبين التأثير السلبي والإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين.....	43
منحنى بياني يبين القيم الإيجابية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.....	45
منحنى بياني يبين القيم الاجتماعية السلبية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.....	47

مقدمة

المقدمة:

أصبح الإعلام في الوقت الراهن قوة رئيسية بسبب تعدد أشكاله ووسائله ، حيث لعب دور فعال في حياة المجتمعات من خلال تحولها من مجرد الاهتمام بإنتاج السلع والخدمات إلى توجيه اهتمام متزايد إلى قطاع المعلومات مما أدى إلى ظهور ما يسمى ثورة المعلوماتية .

حيث ساهم التطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت و انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزداد تطبيقاتها إلى ظهور نوع جديد من الإعلام وهو الإعلام الإلكتروني حيث يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور بأقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة.[1]

وقد لعب الإعلام أدوار كبيرة في حياة الجماعات من خلال مخاطبة الأفراد و توجيه سلوكهم وتعزيز قيم اجتماعية في حياتهم. فقد كان له أدوار سلبية من خلال تزييف الحقائق وفبركة الأخبار تحقيقا لأهداف معينة بعيدا عن رسالته الحقيقية.[2]

وساهم في التأثير على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك الفرد حيث تقوم بمجموعة من الوظائف الأخلاقية والاجتماعية فهي تحقق التضامن الذي يعد ظاهرة أخلاقية.[3]

تناولت في هذه الدراسة ثلاث فصول، أين جاء الفصل التمهيدي بعنوان منهجية الدراسة وإطارها النظري، أما الفصل الثاني فقد جاء تحت عنوان " الإطار النظري للدراسة" و قد احتوى على مبحثين: المبحث الأول تناول مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها القيمة والأخلاقية، والمبحث الثاني تناول خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها، في حين خصص الفصل الثاني و الأخير للجانب الميداني للدراسة تناولنا من خلاله تفريغ وتحليل البيانات والنتائج العامة للدراسة، ونتائج الدراسات في ضوء التساؤلات.

1 - رباب رافت محمد الجمال : اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي 2013 ص 01.

2- علي خليل شقرة : الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) دار أسامة للنشر والتوزيع : عمان ،2013. 2014 ص 07

3- المرجع نفسه : رباب رافت محمد الجمال : ص 01.

الفصل التمهيدي

منهجية الدراسة
وإطارها النظري

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع وأهميته
4. أهداف الدراسة
5. تحديد المفاهيم
6. الدراسات السابقة
7. منهج الدراسة
8. مجالات الدراسة
9. مجتمع الدراسة
10. عينة الدراسة.
11. أدوات جمع البيانات
12. الإطار النظري للدراسة (نظرية الغرس الثقافي).
13. فروض نظرية الغرس.
14. الانتقادات الموجهة للنظرية.

الفصل التمهيدي: منهجية الدراسة وإطارها النظري:

المبحث الأول: إشكالية الدراسة و إطارها المنهجي:

1. الإشكالية:

تعد وسائل الإعلام في الظروف الراهنة من أهم المؤثرات بعدما أصبح النشاط الإعلامي هو النشاط الذي يمارسه المواطن بعد الأكل والنوم ، ولأنها باتت تساهم بقوة في تشكيل المواقف وأراء المجتمع اتجاه القضايا المختلفة التي تواجه الأمة ، وفي ترسيخ قيم النظام الاجتماعي بالإضافة للدور الحيوي الذي تلعبه في حيات الناس ، نضرا للتطور الواسع في الحقل الإعلامي ، فالمسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام كبيرة إذ تساعد على تناسق السلوك الاجتماعي وتحدد العادات للأفراد والجماعات ، على هذا الأساس فإن عناصر السياسة الإعلامية العربية واحد جوانبها الرئيسية والأساسية ما يعرف بالتنمية الفكرية [1]، ومع تنامي اعتماد الأفراد على الإنترنت وتطور المواقع تعددت الاستخدامات من المتصف إلى البريد الإلكتروني ثم المنتديات وغرف الدردشة والرسائل النصية والفورية والمدونات حتى ظهرت المواقع الاجتماعية كمصطلح أطلق على مجموعة المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب ، وأتاحت التواصل مع مجتمع افتراضي ، ولعل أشهرها تويتر والفيس بوك حيث احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب ، بعد نجاحها في جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية حيث أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد[2] وساهمت في التأثير على منظومة القيم التي تكون سلوك الفرد وهذا ما نريد معالجته بالوصف والتحليل لدى الطلبة الجامعيين انطلاقا من الإشكالية التالية: إلى أي مدى تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين ؟

2. تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟.
- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟.

---

1 - مأمون الجنان : دور الإعلام في ترسيخ القيم الاجتماعية ، ص 1

2 - رباب رأفت محمد الجمال : اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للشباب السعودي ، كلية الاتصال والإعلام ، جامعة الملك عبد العزيز ، 2013، ص 1

- هل أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي زادت من تعزيز القيم الاجتماعية؟

3. أسباب اختيار الموضوع وأهميته:

لأسباب متعددة أردت البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في منظومة القيم للطلبة الجامعيين حيث أنه بسبب التطور المذهل للتكنولوجيا غزت جميع قطاعات الإعلام والاتصال حيث تغلغلت خلال القرن 21 بسبب التطور السريع لشبكة الانترنت مما ساعد على تزايد استخدام الأفراد للوسيلة حيث تجذر لديهم ضرورة مسايرة كل ما هو جديد ومعاصر.

ونظرا لانتشار ظاهرة استخدام الشبكات الالكترونية في المجتمعات العربية وفي الوسط الجامعي وما خلفه هذا الاستخدام من ايجابيات وسلبيات .

4. أهداف الدراسة:

- ونظرا لارتباط الموضوع بمجال القيم التي تتحكم في سلوك الفرد.[1]
- حيث يعتبر موضوع حديث ويستحق الدراسة
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الأفراد وخاصة مجتمع الطلبة الجامعيين
- وكون شبكات التواصل ظاهرة اتصالية واجتماعية وبالتالي التحري والكشف عن أسباب حدوث هذه الظاهرة

وجود رغبة ودافع لدراسة الموضوع ولعل السبب الرئيسي والأساسي هو الانطلاق من واقع الطلبة الجامعيين مركزة في ذلك على منظومة القيم التي يتحلى بها، وكذا حقيقة المحددات والمؤثرات التي تتحكم في سلوك الفرد في الوسط الجامعي، وتظهر أهمية الدراسة من خلال التطور السريع لوسائل التكنولوجيا وتأثيرها في منظومة القيم.

5. تحديد المفاهيم:

- **الإعلام:** هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد مساعدتهم على تكوين الرأي العام السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة من المسائل.[2]
- **الإعلام الجديد:** [1] هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي

2- بسام عبد الرحمن المشاقبة:نظريات الاتصال ،دار اسامة للنشر والتوزيع : عمان ، 2011 ،ص129_130.

نريده من خلال الأجهزة الالكترونية ، الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين.

- **التعريف الإجرائي للإعلام الجديد:** حسب ما عرفته الباحثة كيحل فتيحة: هو الإعلام الذي نشا في ظل البيئة الرقمية، ويتميز بالتفاعلية والتنوع في التكنولوجيا.[2]

- **شبكات التواصل الاجتماعي:**

- **الموقع:**

يعرف بأنه مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الانترنت وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما انه يجب أن يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم وكل موقع مقسم إلى عدة صفحات مع وجود صفحة رئيسية للموقع (Home page) وكل صفحة في الموقع عبارة عن نسق خاص أو نضام معين ترتب فيه المعلومات بشكل جميل ومنسق سواء كانت نصا أم صوتا أو صورة صوتية أو غير صوتية ، وتتعدد أهداف الموقع فمنها ما هو تعليمي وأخر تجاري وغيرهم.

- **تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:**[3]

تسمى أيضا بالشبكات الاجتماعية وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمامهم أو شبكات انتهاء (بلا جماعة ، مدرسة).

---

1 -سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد و، المرجع السابق، ص 130.قضايا المجتمع ، قسم الإعلام جامعة الملك عبد العزيز، جدة ، 2011 م، 1433ه ص 6

2- كيحل فتيحة: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي ، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة باتنة، 2011-2012، ص71.

3- أسماء بن داود: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والقيمية الاجتماعية للأسرة الجزائرية ، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014-2015، ص 20-21.

كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل و الاطلاع على الرسائل الواردة والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلومات يتيحونها للعرض.

تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل وتكوين الصداقات حول العالم ، وبعضها يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الغرافيكس.[1]

ü مفهوم القيم:

§ في اللغة : تعرف على أنها قدر ألشيء ، فقيمة المتاع ثمنه ويقال مال لفلان أي ليس له ثبات ودوام على الأمر.

§ اصطلاح : يؤكد بارسونز على أن القيم عنصر لنسق رمزي يعتبر معيارا أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي تظهر في المواقف المختلفة ، فالقيم عند بارسونز تمثل محور من محاور واقعية السلوك.[2]

§ **تعريف القيم الاجتماعية:**ورد في معجم المصطلحات التربوية انه عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط.

وتعتبر المعيار الذي في ضوئه يمكن الحكم بخيرية الخير وحسن الحسن وقبح القبيح وما يجوز وما لا يجوز وما هو مرغوب وما هو غير مرغوب ، وغير ذلك مما ابتدعته الجماعة لنفسها ليربط بين أفرادها ويقيم بينهم رأيا عاما له أسس ثابتة ومستمرة نسبيا وليحكم تصرفاتهم ويظهر كيانهم

1- أسماء بن داود، المرجع السابق، ص 21.

2- رباب رأفت محمد الجمال : اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي قسم الصحافة ، كلية الاتصال والإعلام ، جامعة الملك عبد العزيز ، جدة ، 2013، ص 2.

الخاص، ويعرفها العديد من علماء الاجتماع بأنها مستوى أو معيار أو انتقاء من بين بدائل أو ممكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص في الموقف الاجتماعي.[1]

6. الدراسات السابقة:

أ. دراسة رباب رأفت محمد الجمال، تكمن مشكلة الدراسة في أن الشباب يشكل فئة مميزة في أي مجتمع كما تتصف هذه الفئة بالإنتاج والعطاء والإبداع ونظرا لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الالكتروني فقد ظهر جيل جديد يسمى بالجيل الشبكي وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي مثل تويتر، وفايسبوك، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية وتسعى الدراسة الراهنة للتعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي و الأخلاقي للشباب السعودي سعيا لتقييم ذلك التأثير.

- أهمية البحث:

- ارتفاع معدلات استخدام أدوات الاتصال الجديد (مواقع شبكات التواصل الاجتماعي عب الانترنت) خاصة بين فئة الشباب في الدول العربية.
- أهمية الكشف عن علاقة الشباب بوسائل الإعلام الجديد وحدود تأثيرها على النسق القيمي لديهم.

وتسعى الدراسة الراهنة للتعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي سعيا لتقييم ذلك التأثير. بين بدائل أو ممكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص في الموقف الاجتماعي.

- أهداف البحث:

- رصد وتوصيف وتحليل وتقييم علاقة الشباب السعودي كجزء بوسائل الإعلام الحديثة في الوقت الراهن من خلال تحديد (كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديدة، نوع المشاركة ، دفع الاستخدام ، نوع المضامين التي تحظى باهتمام الشباب، درجة التبني للمضمون المقدم).

1- أسماء بن داود: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والقيمية الاجتماعية للأسرة الجزائرية ، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، 2015/2014، ص 31.

- الكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة خاصة شبكة الانترنت.

- نوع الدراسة و منهجها:

دراسة وصفية وتستخدم منهج المسح ، يعتمد البحث في بنائه على ما يلي:

- نظرية المجال العام
- نموذج التلقي
- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من (18-35) سنة وتتمثل عينة البحث في عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة في الشباب السعودي، قوامها 600 مفردة من مدينة جدة.

- أدوات جمع البيانات:

أداة المسح الميداني (استمارة استقصاء)

- نتائج الدراسة:

- ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100% أنهم يستخدمون الانترنت.
- وحول شبكات التواصل الاجتماعي أكد معظم العينة بنسبة 86,33 أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام.
- تبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.
- انتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القومي للشباب السعودي يتسم بالثبات إلى حد ما، استفدت من الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بكل أشكالها أصبحت جزء مهم في حياة الشباب مما اثر ذلك على النسق القيمي لديهم.

ب- الدراسة للباحث فوزي شريطي، تكمن أهمية الدراسة في كونها بادرت لإثارة جانب مهم من تلك القضايا التي يطرحها الاستخدام والتنامي المفرط في تطبيقات الإعلام الجديد واستخدامها

على نطاق واسع في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات لاسيما ما يتعلق بعنصر الدين ومحاولتها إبراز النقاط الرئيسية التي ترسم العلاقة بينه وبين وسائل الإعلام الجديد.

- **أهداف الدراسة:**

*** التعرف على أهم المظاهر لاستخدام الدين لوسائل الإعلام الجديد وكثافته.**

*** الوصول إلى أهم فرص استفادة المادة الدينية من وسائل الإعلام الجديد.**

*** ضبط العلاقة القائمة بين الدين والإعلام الجديد.**

- منهج الدراسة:

اعتمدوا في انجاز هذه الدراسة على المنهج المسحي ، موظفين ، استمارة استبيان.

- عينة الدراسة:

إن الفئة العمرية الأكثر استخداما للمواقع تتراوح بين 24 و 44 سنة ، الاعتماد على العينة الحصصية، ثم اختيار 100 مفردة من مستخدمي الموقع في مختلف دول العالم ، 60 مفردة إناث و 40 مفردة ذكور استمارة استبيان وزعت في الفترة الممتدة من2012/02/01 إلى 2012/12/31 على أفراد عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك.

استفدت من الدراسة أن تطبيقات وسائل الإعلام الجديد استخدمت على نطاق واسع من حياة الأفراد والمجتمعات خاصة بما يتعلق بجانب الدين.

جـــ- الدراسة للباحث نايف بن عبد العزيز، تحدد الدراسة الهدف الرئيسي للبحث هو : التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد وعلى وجه الخصوص (شبكات التواص الاجتماعي) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع أليه تعزيز القيم الأخلاقية ولتحقيق هذا الهدف تقوم الدراسة برصد وتوصيف وتقنين علاقة الشباب بوسائل الإعلام الحديثة من خلال تحديد (كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد) ونوع المشاركة ودوافع الاستخدام ونوع المضامين التي تحظى باهتمامهم ودرجة التبني للمضمون المقدم ، وأسباب انتشار بعض السلوكيات الأخلاقية لدى نسبة من الشباب السعودي خاصة و في الدول العربية والإسلامية عامة.

- حجم المشكلة:

تقول الدراسة أن السعوديين سجلوا أعلى نسبة نمو عالميا من حيث عدد مستخدمي موقع تويتر، فقد تجاوز عددهم ثلاثة ملايين مستخدم أي نحو 12% من السكان وان نسبة 51% منهم يترددون بانتظام عل الموقع.

- نوع الدراسة ومنهجها:

تستخدم الدراسة التي عمل كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز التابعة لجامعة الملك عبد العزيز على إخراجها بالشكل المطلوب، ومنهج المسح الميداني بطريقة جمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام ويتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي وذلك في الفئة العمرية من (18-35) سنة وهي عينة عشوائية متعددة المراحل قوامها 60 مفردة من مدينة جدة ، نصفهم من الذكور والنصف الثاني من الإناث.

- نتائج واليات التعزيز:

لاحظت الدراسة تناميا سريعا لإعداد مدمني الانترنت بين أوساط الشباب السعودي واعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات وخلصت إلى نتيجة مفادها أن الاهتزاز القيمي الذي أصاب شبابنا السعودي ناجم عن تعرضهم المكثف للإعلام الالكتروني والاستخدام الخاطئ وعدم وجود الوصاية الوالدية وضعف المناعة الأخلاقية، ما ترك آثارا سلبية على نفسيتهم وسلوكهم الاجتماعي والأخلاقي.

استفدت من الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الاستخدام الخاطئ لها من طرف الشباب السعودي أدى إلى الاهتزاز القيمي مما ترك أثارا سلبية على نفسيتهم وسلوكهم الاجتماعي والأخلاقي.

د- الدراسة للباحثة سميرة شيخاني، تأتي أهمية الدراسة من أنها محاولة للحاق بالعصر الذي نعيشه ومتابعة التطورات السريعة والمتلاحقة التي مر بها العالم والتي تترك آثارها على كل نواحي حياتنا العامة وعلى اهتمامنا الأساسي أكاديميا وهو الإعلام وأخيرا تأتي أهميتها من كونها محاولة للاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في استخدام وسائل الاتصال الجديد لتحقيق مجتمع المعلومات الذي يتيح الاتصال الفعال لقطاعات الجمهور كلها وإمدادهم بالإعلام والثقافة والترفيه.

- أهداف الدراسة:

- التعرف على مظاهر التطور في الاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين وبدايات القرن 21.
- محاولة الوصول إلى ماهية الإعلام الجديد .
- التعرف على التحولات الكبرى في الصحافة المطبوعة والسينما والإذاعة والتلفاز.
- دراسة تأثيرات تكنولوجيا الإعلام الجديد في وسائل الاتصال،

- مشكلة البحث:

غياب التنظير الإعلامي فعلى الرغم من إدراك كثيرين بيننا لأهمية الإعلام ودوره التنموي إلا أن هناك غياب تنظيري للقضايا التي يطرحها إعلام عصر المعلومات وانعكاسه على الواقع الإعلامي.

- منهج البحث:

يستخدم هذا البحث منهج المسح الوصفي بوصفه يسعى إلى وصف ظاهرة الإعلام الجديد الناتجة عن تفجر المعلومات وإتاحة العديد من خدمات الاتصال الحديثة وذلك من خلال تحليل مضمون وسائل تكنولوجيا الاتصال عن بعد.

- مجتمع البحث:

يستهدف مجتمع البحث الدول الصناعية المتقدمة (الولايات المتحدة الأمريكية ودول غرب أوروبا واليابان) بوصفها اكبر دول العالم امتلاكا لوسائل الاتصال الجماهيري وتستخدم قنوات التكنولوجيا الحديثة جميعها وتتيح كما هائلا من خدمات الاتصال.

- الخلاصة:

تركت هذه التحولات تأثيرات عديدة في وسائل الاتصال الجماهيري ولعل من أهمها اكتساب هذه الوسائل طابعا دوليا وانتقالها إلى الإقليمية بدل المركزية وتحسين جودة منتجاتها النهائية لا سيما ما يتعلق بوظيفتها الإخبارية.

استفدت من هذه الدراسة أن وسائل الاتصال الجماهيري أحدثت تطورا مهما بسبب التطور الهائل للتكنولوجيا .

هـــ- الدراسة للباحثة كيحل فتيحة: تهدف هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى الوقوف على مختلف الأطر والمداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد والسياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها ولفهم الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال من النواحي الاجتماعية والسياسية بما يسهل فهم خصائص الإعلام وتطبيقاته المختلفة.

- عينة الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على العينة الفرضية أين تم اختيار أفراد العينة عن طريق الصدفة ، حيث تم في كل مرة اختيار عدد من المبحوثين كاختبار أول ليستدل الباحث من خلالهم على مبحوثين آخرين من مستخدمي الموقع-قيد الدراسة- وتسمى هذه الطريقة بالكرة الثلجية.

- عرض النتائج العامة:

- **البيانات العامة:** يعد الجامعيين أكثر الفئات استخداما لموقع الفيس بوك وذلك بنسبة 88% 76% مقارنة بباقي المبحوثين من الثانويين وذوي المستوى المتوسط وذلك لاعتبارات عديدة أهمها الطلبة الجامعيين هم أكثر الفئات استخداما للانترنت بحكم عامل المستوى التعليمي.

استفدت من الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك يعد أكثر استخداما من طرف الجامعيين بحكم المستوى التعليمي.

و- الدراسة للباحثة أسماء بن داود: كشفت الدراسة عن أن نسبة من أفراد عينة البحث كانت في الفئة العمرية من 20 إلى 30 فيما يتعلق بالحالة المدنية لأفراد العينة، احتلت شريحة غير المتزوجين المقام الأول بنسبة 90.9% .

أكدت نتائج الدراسة أن اغلب أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير من باقي المواقع الأخرى.

أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لفترة زمنية تمتد بين ساعة وثلاث ساعات يوميا.

كشفت الدراسة أن معظم المبحوثين يستخدمون م مواقع التواصل الاجتماعي في فترة المساء.

أكدت الدراسة أن الأفراد الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي يقل تواصلهم مع أفراد أسرهم.

أكدت نتائج الدراسة تأثير مختلف أنواع مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد وخاصة في الجانب الأخلاقي والاجتماعي الذي كانت نسبته 12.1% فضلا عن التأثيرات الأخرى المختلفة وعليه انطلاقا من النتائج السابقة الذكر سواءا الكمية في البسيط أو المركب يمكن القول بان الفرضيتين المتبناة في هذه الدراسة تحقق بدرجة عالية.

7. نوع الدراسة و منهجها.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات المسحية قد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الذي ينطلق من قراءة المصادر والرسائل العلمية المتوفرة في مجال الدراسة إلى رسم الرؤى المعمقة لها، وسوف نعتمد في هذه الدراسة على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، كما تم اعتماد المنهج المسحي في هذه الدراسة: بحيث يعتبر المسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشئ السائل ،أو المتلطخ لإذهابه. وهو هنا إزالة ما لطخ الشيء من غبار أو تراب، أو غير ذلك من المواد ،حتى نبرره عن حقيقته لغيرنا.[1]

8. مجالات الدراسة:

أ- **المجال المكاني:** أجريت الدراسة الميدانية في نطاق جغرافي محدد وتتمثل في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، واقتصر البحث على الطلبة الجامعيين .

ب- **المجال الزماني:** في الحدود الزمنية خلال الفترة التي تم فيها قبول الموضوع من طرف اللجنة العلمية (2017/01/16 إلى 2017/04/25)

9. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الطلبة الجامعيين بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

10- عينة الدراسة:

- العينة: هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل بمعنى انه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث، العينة إذا هي جزء

1- احمد مرسلي :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2007، ص 285.

معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون أشخاصا كما قد تكون أحياءا أو شوارع أو مدنا أو غير ذلك.[1] وقد اعتمدنا على عينة عشوائية ممثلة في الطلبة الجامعيين قوامها 121 مفردة من جامعة المسيلة.

11- أدوات جمع البيانات:

* **الاستبيان:** الاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى أوضحه وعرفه ، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر، ففي البحث العلمي يعد الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.[2] وقد تضمنت استمارة بحثي ثلاث محاور: البيانات الشخصية، المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواص الاجتماعي، والمحور الثاني بعنوان: أغراض استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، والمحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين.

المبحث الثاني: المدخل النظري للدراسة:

- **نظريه الغرس الثقافي:** تعرض هذه النظرية التي تتحدث عن التأثير البعيد المدى للواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام وتقوم النظرية على فرض رئيسي وهو أن التلفزيون من بين الوسائل الإعلام الجماهيرية نال مكانا بارزا في الحياة اليومية وانه سيطر على بيئتنا الرمزية .

ويأتي البرهان لنظرية الغرس الثقافي من تحليل محتوى التلفزيون الأمريكي بشكل منظم والذي نفذ سنوات طويلة حيث اظهر تشوهات كبيرة في مجال العائلة والأدوار والعمر والموت والتربية والعنف والجريمة.

البرهان الثاني الذي تقوم عليه نظرية الغرس الثقافي يأتي من مسوح الرأي والاتجاهات التي تقوم وجهة النظر القائلة بان التعرض الكثيف للتلفزيون ينهي لدى المشاهد اعتقادا بان العالم الذي نراه على شاشة التلفزيون ما هو إلا صورة هائلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه، وتعد نظرية

1- زرواتي رشيد: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الهدى : الجزائر، 1428 هـ، ص 220.

2- احمد بن مرسلي: منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ،ط3، 2007، ص220.

الغرس الثقافي جزءا من المشروع الذي أطلق عليه المؤثرات الثقافية والذي يهتم بثلاث قضايا متداخلة.

أ. دراسة العمليات والضغوط التي تؤثر على محتوى وسائل الإعلام.

ب. الصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

ج. العلاقة بين التعرض للتلفزيون واعتمادات الجمهور وسلوكهم.[1]

وفي الثمانينات طور **جيربنر** وزملاؤه أساسا نظريا وإستراتيجية تجريبية لدراسة تأثير العنف في التلفزيون على معتقدات الناس واتسع نطاق اهتمامهم ليشمل الى جانب العنف أشكالا أخرى من السلوك الذي يعرفه التلفزيون.

وقام جربنر بإدخال مفهومي الاتجاه السائد والرنين في النظرية ويشير الاتجاه إلى شكل من أشكال إحداث التجانس داخل الجماعات التي يختلف مشاهدو التلفزيون فيها من حيث درجة المشاهدة ، فالذين يشاهدون التلفزيون بدرجة قليلة يصبح لديهم بسبب تأثيرات أخرى إدراكا مختلفا متباعد للعالم والذين يشاهدون التلفزيون كثيرا فإنهم يتأثرون بتعرضهم للتلفزيون وتنشأ بينهم نضرة مشتركة للعالم الحقيقي ، ويشير الرنين resononce إلى سمة بارزة لتأثير العنف في وسائل الإعلام وهي أن الناس الذين يعيشون في ظروف غير عادية يجدون صدى لعلم التلفزيون الضيق، حيث أن تعرضهم للتلفزيون يزيد من إدراكهم للعالم الحقيقي على انه عالم مخيف.[2]

2. فروض نظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس الثقافي على الفروض التالية:

أ- يعد التلفزيون وسيلة فريدة الغرس الثقافي تختلف عن وسائل الاتصال الأخرى.

ب- تشكل وسائل التلفزيون نظاما متماسكا يعبر عن الاتجاه السائد في ثقافتنا.

ج- تحليل رسائل التلفزيون يمدنا بمعلومات أكيدة عن عملية الغرس الثقافي

د- يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصورة الذهنية على المدى البعيد.

1- أسامة عبد الرحمان علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال ، كلية التربية ، جامعة المنصورة، مصر الجديدة، 2015، ص 60-62.

2- أسامة عبد الرحمان علي : المرجع السابق، ص60-63.

ه- يركز تحليل الغرس على تدعيم الاستقرار وتجانس النتائج .

3. **الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:** يمكننا أن نذكر أهم الانتقادات التي وجهت إلى نظرية الغرس الثقافي كما يلي:

- توصل هوكينز و بنجري إلى أن الوقت الأساسي للتلفزيون ليس دراما فقط وان التعرض لأنماط برامج معينة يكون أكثر دلالة في عملية الغرس الثقافي من إجمالي.[1]
- انتقد منظرو مدخل الاستخدامات والإشباعات النظرية وقالوا أن جربنر لم يبذل جهد للتفرقة بين الذين يشاهدون بطريقة انتقائية ، وان الغرس يمكن أن يكون تابعا لمتغير الدوافع وليس للتعرض.
- افترض زيلمان ان نموذج التناظر يمكن أن يفسر التعرض الانتقائي أفضل من نظرية "جربنر".
- كما افترض ماكدونالد و دوب أن هناك متغيرات أخرى في عملية الغرس أهمها: العوامل الديمغرافية.

ورد منظور الغرس بأنه فيما يتصل بانتقاد الرسائل المتماثلة في الوقت الأساسي للتلفزيون فان متغير إجمالي المشاهدة يمكن أن يستبدل به متغيرات أخرى كالتعرض لأنماط برامج محددة والتعرض النسبي لبعض البرامج وأما عن متغير الدوافع فقد تباينت النتائج وقدمت دليلا على أن آثار الغرس يكون أقوى إذا كانت الدوافع تعودية.[2]

1- المرجع نفسه، ص 63.

2- أسامة عبد الرحمان علي: المرجع السابق، ص 63.

ملخص الفصل الأول:

تناولت في المبحث الأول إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي (تساؤلات الدراسة و فروض الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهداف الدراسة، تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة والدراسات السابقة ومنهج الدراسة ومجالات الدراسة ومجتمع الدراسة، أدوات جمع البيانات.

والمبحث الثاني: المدخل النظري للدراسة تناولت فيه نظرية الغرس الثقافي وفروضها والانتقادات الموجهة لها ورد منظرو الغرس عليها).

الفصل الأول

الجانب النظري

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والآثار القيمية والأخلاقية لها وسلبياتها وإيجابياتها

- الفيس بوك.
- تويتر.
- اليوتيوب.
- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
- الآثار القيمية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- خصائص الإعلام الجديد ، العوامل الرئيسية للإعلام الجديد.

المبحث الثاني: خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها.

- خصائص القيم الاجتماعية.
- أهمية القيم الاجتماعية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها و الآثار القيمية والأخلاقية لها وسلبياتها وايجابياتها

1. **الفيس بوك:** من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه ولذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية ، وتمنع الأسماء المستعارة والألقاب.

ويستطيع كل عضو أن يقف على أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذة من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره واجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في اطلاعهم عليها.

- فوائد وايجابيات موقع فيس بوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات:

V إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع وذلك عن طريق:

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم.
- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع ، حتى وان كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.
- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يملكها.
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم .
- يتيح الفيس بوك فرصة تحميل البومات الصور.[1]

1- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1، 2014-2015م، ص ص 64-69.

- التواصل مع مجتمعات افتراضية.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة وكافة المجالات.
- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور أو مقاطع فيديو.

V سلبيات التعامل مع موقع فيس بوك: هناك سلبيات ومحاذير ظهرت على السطح بعد انتشار موقع فيس بوك يمكن إيجازها فيما يلي:

- أضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية: وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيس بوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق والخيانات والانعزال.[1]
- **انتهاك خصوصية المشتركين:** حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها.
- استغلال الموقع من جهات كثيرة قد تكون معادية:يمكن لجهات كثيرة أن تستغل فيس بوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها ، وذلك بالاستفادة مما ينشر عل هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.[2]

2- تويتر:

- وهو موقع من مواقع الشبكة الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة ، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل SMS وهي رسالة نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال.[3]

1- علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص 69.
2- المرجع نفسه، ص 69-71.
3- المرجع نفسه، ص 75.

- وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الالكتروني.[1]

ولهذا الموقع كأحد مواقع التواصل الاجتماعي ميزات عديدة:

أ. أن هذا الموقع بسماحه بعدد محدد من المداخلات والتي -كما أشرت-لا تتجاوز مائة وأربعين حرفا لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة بعكس موقع الفيش بوك الذي يسمح بإدخال معلومات كبيرة ومتشعبة.

ب. السرعة في نشر الخبر على الإنترنت فمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت -حتى ولو لم يكونوا مشتركين في موقع تويتر- قراءة ما كتب والاستفادة منه.

ت. يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائه أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسالة قصيرة.

ث. متابعة آخر أخبار المدونات و الصحف الالكترونية و المواقع الإخبارية و خلاصات RSS دن الحاجة إلى زيارة كل موقع منها على حدى .

ج. يمكن لتويتر أن يؤدي -نظرا لميزة السرعة التي يتصف بها - دور كبيرا في التسويق و الترويج للمنتجات، خاصة في الدول الصناعية.

و لهذا الموقع سلبيات يمكن تلخيصها كما يلي

أ. إن هذا الموقع بعدم سماحه للتحديثات إلا بمساحة محدودة لا يمكن ان يكون مجالا لبناء علاقات اجتماعية و إنشاء علاقات صداقة مع الغير كموقع الفيش بوك.

ب. قد تتسبب سرعة وسهولة نشر الخبر عن طريق توتير بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء حتى الشخصية منها و التي قد لا تفيد المتابع لها و لا تعنيه[2].

1- علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص 75.

2- المرجع نفسه، ص ص 75-76..

3- **اليوتيوب youtube:** هو ظاهرة ثقافية عالمية ، انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية و سياسية .

تأسس هذا الموقع في بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال (pay pal) و هؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي CHAD HARLEY ، و ستيف تشين STEVE CHEN و جأود كريم JEWED KARIM في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث كان هيرلي و ستيف تشين يقومان بالتقاط صور فيديو في احد الاحتفالات في سان فرانسيسكو ، و بسبب صعوبة نشر هذه الصور تم التفكير في إنشاء هذا الموقع(يوتيوب) حيث انشأ في موقع مؤقت.

ý مزايا اليوتيوب: لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدميه مهما كان موقعه ومهما تعددت اهتماماته.

- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب: وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث حديث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن ، وهذا يحدث اكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن ، ويؤثر في الآراء بشكل كبير
- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة : بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب ان يحصل على الكثير من المشاهد المتعلقة بموضوع معين ، ويتمكن من رؤيتها بما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع ويوسع مداركه عنه
- إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب : و ذلك حيث بإجراء تعديلات على هذه المقاطع ، و التأكد من اعتماد التعديل فورا .
- سهولة المشاهدة و الاستعمال: حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته و مستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام و مشاهدتها. [1]

- اليوتيوب عام و مجاني: حيث انه متاح لكافة الناس ، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من الأفلام ضمن شروط و ضوابط معروفة و منشورة في الموقع.

1- علي خليل شقرة: المرجع السابق، ص90-94.

- توفير إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب : إضافة إلى ما يوفره هذا الموقع من خدمات جليلة و عظيمة لمستخدمين و من تمكينهم من التواصل و التفاعل من محاضرات و خطابات و معلومات.

Ø سلبيات موقع اليوتيوب:إضافة إلى ما يوفره هذا الموقع من خدمات جليلة و عظيمة للمستخدمين و من تمكينهم من التواصل و التفاعل فان هناك بعض السلبيات التي تعترض هذا الموقع في أداء مهمته:

أ- **إمكانية اختراقه:** من قبل بعض الأشخاص أو الجهات، و تعطيل ما يبث فيه من أفلام و محاضرات، بل قد تما بث برامج تعارض و تناقض الهدف الأساسي من الموقع .[1]

ب- قيام بعض الدول بحجب الموقع : بحيث تم منع فائدته عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول ، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام الفيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الاديرة البوذية مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.[2]

Ø آثارها القيمية والأخلاقية: بما انه كان لمواقع التواصل الاجتماعي آثار سلبية تقع على أخلاق الشباب منها:[3]

الإدمان والعزلة الاجتماعية: فلا شك أن صفحة الفيس بوك من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا ولينتهي بها الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يؤدي إلى هدر الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الذي ترك يواجه الفزع والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة ، التي تتحول مع الوقت إلى الإدمان أشبه بإدمان المخدرات، لا يمكن الخلاص منه فيظل مرابطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عن عشر ساعات في اليوم الواحد.

1- علي خليل شقرة: المرجع السابق، ص 95.
2- المرجع نفسه، ص 95-96.
3- علي محمد بن فتح محمد: الآثار القيمية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي، 2015، ص 08-09.

- **ظهور لغة جديدة بين الشباب:** تتميز هذه اللغة بأنها مصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشرهم ويعرف تلك المصطلحات، يستخدم الشباب العربي في محادثاتهم عبر الانترنت مصطلحات تهدد مصير اللغة العربية تحولت إلى رموز وأرقام مثل: ح=7 ، الهمزة=2، و العين=3 ، .....الخ. إلى أين شبابنا سيصلون باللغة ؟ لا يخفى علينا بان مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك قد ضرب بتقاليدنا عرض الحائط . حيث سمح بالتعارف بين الجنسين من العالم العربي ، أصبح الفيس بوك أشبه بموقع تعارف وذلك بدون رقابة.[1]
- **العوامل الرئيسية للإعلام الجديد:** وراء ظاهرة الإعلام عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

- **العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر ، تجهيزاته وبرمجياته ولا سيما ما تعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية ، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشابكة (الانترنت) التي تشكل حاليا، لكي تصبح وسيطا يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى: المطبوعة، المسموعة، المرئية وكذلك الجماهيرية والشخصية.
- **العامل الاقتصادي:** التمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تحقق المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوما بعد يوم.
- **العامل السياسي:** المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية هدف أحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في العالم، عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.[2]

- **خصائص الإعلام الجديد:**

1- علي محمد بن فتح محمد، المرجع السابق، ص 09.

2- سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، العدد الأول والثاني، المجلد 6ح، مجلة جامعة دمشق، ص 447.

- **التفاعلية:** وهي خصيصا أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية خبرا أو إعلانا أو معلومات ...أن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا أو مطبقا أو موضحا... وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتجاوز مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض ألآراء [1].
- **الحرية الواسعة** : فبعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية مع صحافة وإذاعة وتلفزيون وكتب ... عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن والقضاء على قدرة الإبداع والتفكير وقدرة التحكم في وسائل الإعلام من قبل السلطات في كثير من الدول الغربية
- **التوفر والتحديث المستمر:**

فبإمكان أي مواطن أن يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع أنحاء العالم حيث وفر الإعلام الجديد بقدرته على البث المباشر المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار ومعلومات أولا بأول وفور حدوثها وفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الآني.

- **المرونة** : حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد ، وفرت أرشيفا يستطيع الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها.[1]

المبحث الثاني: خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها:

4- **خصائص القيم الاجتماعية** : للقيم الاجتماعية خصائص ذكرها بعض التربويين ومن ابرز ما يميز القيم الاجتماعية عن غيرها ما يلي:

أ. **القيم ذاتية و شخصيه:** ترتبط القيم بذات الفرد وشخصيته ارتباطا وثيقا وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات والأحكام.[2] مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم. وبناء على ذلك يختلف الناس في حكمهم على الأشياء.

1- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان ، ط1، 2014، ص 55.

2- أسماء بن داود، المرجع السابق، ص 54.

ب. **القيم الاجتماعية نسبية:** أي تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان فتقديرها وتبيان أهميتها وجدواها من إنسان لآخر ومن مجتمع لآخر ، ومن مكان لآخر ومن زمان لآخر فهي إذا نسبية وهي مثال جدل واختلاف بين الأشخاص والثقافات والمجتمعات فما يراه جيل بأنه قيمة ايجابية قد يراه جيل بأنه قيمة سلبية وهكذا.

جـــ. **القيم الاجتماعية تجريدية:** فهي معاني تتسم بالموضوعية والاستقلالية تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه. فرغم أنها معاني كلية ومطلقة ومجردة إلا أنها لا تكون إلا إذا تلبست الواقع والسلوك أي يؤمن بها الإنسان كموجبة له يختصها في سلوكه.[1]

ت. **القيم مندرجة :** أي تنظيم في سلوك قيمي متغير ومتفاعل حيث تترتب القيم عند الفرد ترتيبا هرميا تهيمن فيه بعض القيم على بعضها الآخر فللفرد قيم أساسية مسيطرة لها درجة كبرى من الأهمية وتأتي في قيمة الهرم القيمي وهناك قيما اقل أهمية مما يشكل عنده نسقا قيميا داخليا متدرجا ، ويظهر السلم القيمي واضحا جليا بينها وبين التفضيل و إخضاع بعضها البعض.

ث. **القيم الإنسانية:** أي أنها تختص بهذا الإنسان وهذا من خلال التعريف الشامل للقيم الاجتماعية وان كان لدى الحيوانات معايير وتفضيلات تقوم عليها قوانين حياتها إلا أنها لا ترتقي لتصل لمفهوم القيم الاجتماعية لدى الإنسان.

ج. **القيم الاجتماعية تمتلك صفة الضدية :** فكل قيمة اجتماعية ايجابية نجد أن في مقابلها قيمة سلبية فمثلا التعاون نجد أن ضدها قيمة الأنانية والفردية والنفعية الذاتية وهكذا.[2]

5- **أهمية القيم الاجتماعية:** يمكن إيجاز أهمية القيم الاجتماعية في النقاط التالية:

- تقوم القيم الاجتماعية بدور أساسي في توحيد ميول وطاقات المجتمعات والأسر إذ أنها المصدر والموجه والقانون والمعيار الضابط المنظم لأفكار ومشاعر وجهود وطاقات وموارد الأفراد والمجتمعات و الأسر.

1- أسماء بن داود: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والاجتماعية للأسرة الجزائرية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص صحافة مكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014-2015، ص 54.

2- المرجع نفسه ، ص 54.

- تحفظ للمجتمع تماسكه وقوته كما تحدد له أهدافه ومثله العليا ومبادئه الثابتة التي تضمن انتظام حياة الأفراد و المجتمعات في سلام وأمان.
- تعمل على ضبط و ترشيد الثقافة والفكر وتوظفها في خدمة غايات وأهداف المجتمع.
- تلعب الدور الأساسي في تنمية المجتمع خاصة عندما يتبع المجتمع منظومة قيميه عالية الجودة .
- أثبتت أحداث التاريخ الإنساني أن لكل امة ثلاث مصادر أساسية تحفظ لها قواها ونقاؤها وقدراتها على الاستمرار وأول هذه المصادر منظومة القيم التي نتبناها ونعيش بها أو لها ومقدار تمسك أهلها بها والتي تحمي البنيان الاجتماعي للأمة ثم قدراتها العلمية و الاقتصادية ثم قدراتها العسكرية.
- تحفظ للمجتمع بقاؤه ونقاؤه و استمراريته .
- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه.
- تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة.[1]

1- أسماء بن داود: المرجع السابق ، ص 55-56.

ملخص الفصل الثاني:

تناولت في هذا الفصل مواقع التواصل الاجتماعي بكل أنواعها وأشكالها مثل فيس بوك وتويتر و اليوتيوب وتأثيراتها في حياة الأفراد والجماعات سواء سلبية أو ايجابية و نخص بالذكر مجتمع الطلبة الجامعيين ومدى انعكاس ذلك على منظومة القيم التي تحكم سلوكهم وتطلعاتهم وفي المبحث الثاني تناولت خصائص القيم الاجتماعية وأهميتها لدى مجتمع الطلبة خاصة والمجتمع عامة فهي تحفظ للمجتمع نقاؤه وبقاؤه واستقراره على مر العصور وهي تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة من خلال المحافظة عليها وصونها.

الفصل الثاني

الجانب الميداني
للدراسة

1. تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.
2. النتائج العامة للدراسة.
3. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.

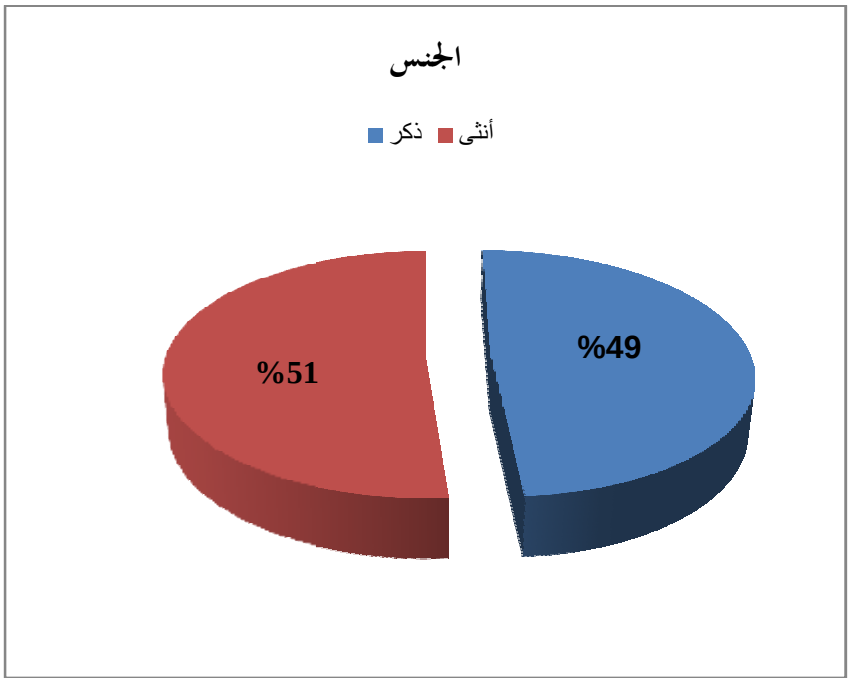
خلاصة الفصل:

1. تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.

جدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة

الجنس		
	التكرار	النسبة%
ذكر		**48.8**
أنثى	**62**	**51.2**
Total	**121**	**100**

يتناول الجدول أعلاه عينة من الذكور والإناث وبعد إجراء الإحصائيات اتضح أن كل من فئة الذكور والإناث المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، تمثل بنسب متقاربة والتي قدرت بنسبة 51.2% بالنسبة للإناث و48.8% بالنسبة للذكور من المجموع الكلي: وذلك راجع إلى مساحة الفراغ لكل من الإناث والذكور وكذا رغبة هؤلاء في استغلال أوقاتهم في استخدام مواقع (وسائل) التواصل الاجتماعي والزيادة في عدد الإناث يبررها عددهن المرتفع مقارنة بعدد الذكور في الوسط الجامعي والمجتمع الجزائري بصفة عامة.

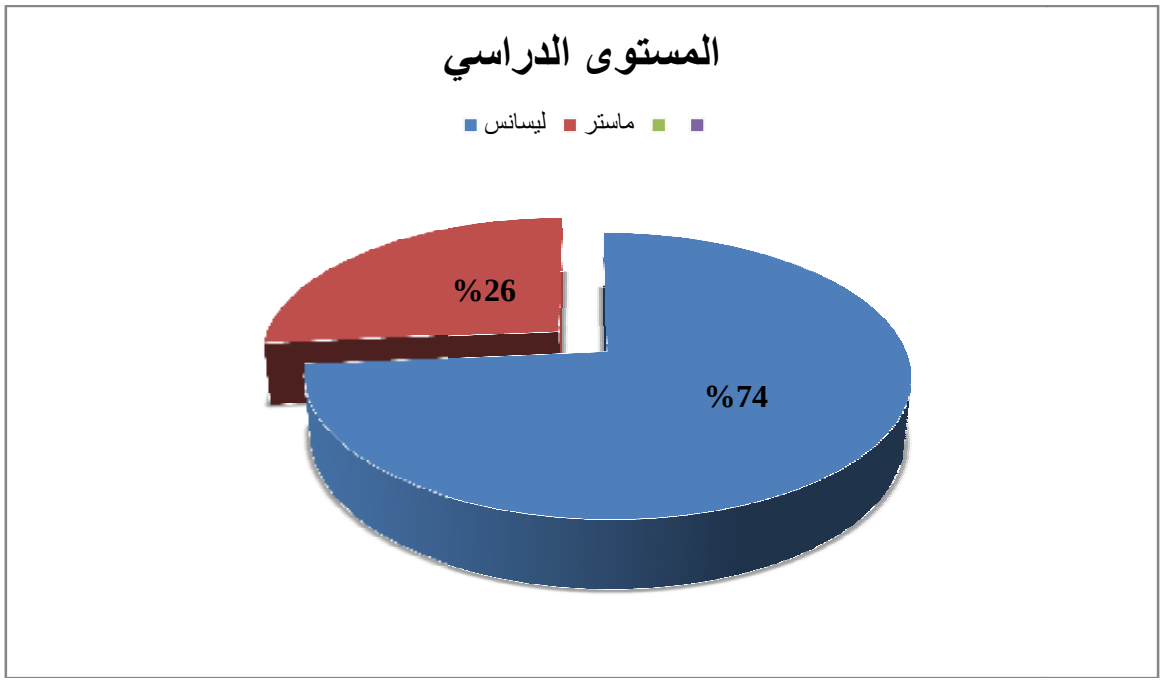


دائرة نسبية تبين توزع أفراد العينة حسب الجنس.

جدول رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

المستوى		
	التكرار	النسبة
ليسانس	**89**	**73.6**
ماستر	**32**	**26.4**
Total	**121**	**100**

يتناول الجدول أعلاه المستويات التعليمية الدراسية لكل من الإناث، الذكور، وبعد إجراء الإحصائيات تبين لنا لأن أغلبية أفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي ليسانس والتي قدرت بنسبة 73% في حين أن نسبة ذوي المستوى التعليمي ماستر قدرت بنسبة 26.4% والسبب ربما هو التوزيع العشوائي لمفردات العينة.

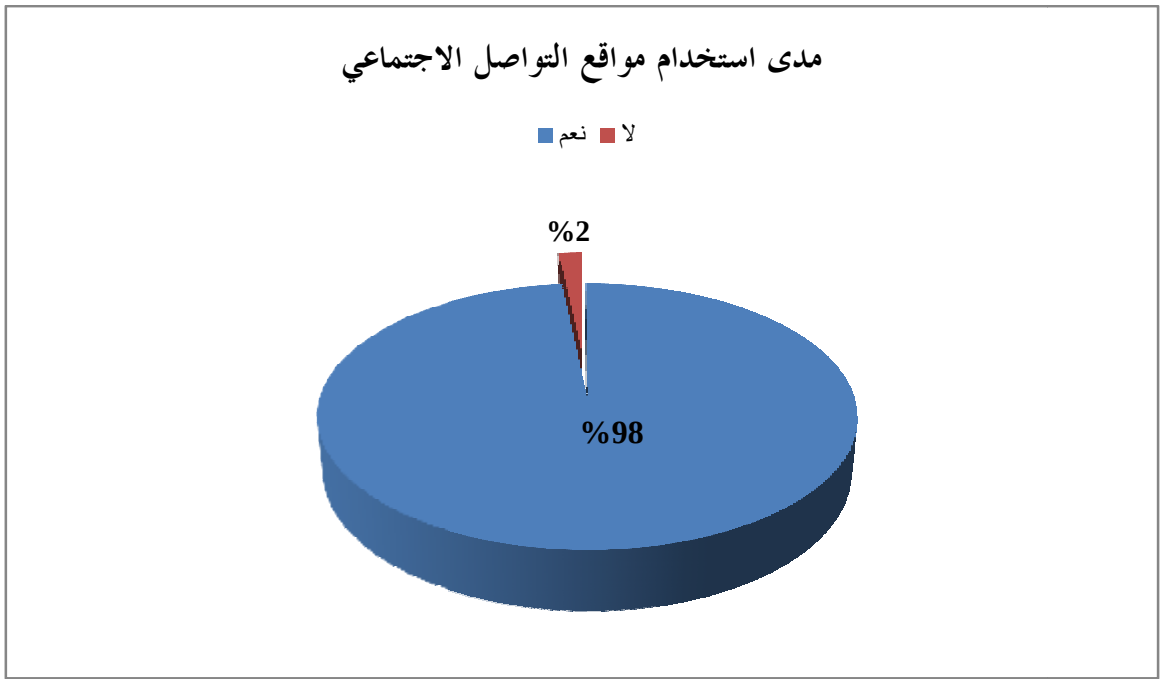


دائرة نسبية تبين توزع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

جدول رقم (3): **يبين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين.**

س3		
	التكرار	النسبة%
نعم	**119**	**98.3**
لا	**2**	**1.7**
Total	**121**	**100**

يتناول الجدول أعلاه مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة والممثلة في النسبة الكبيرة من المستخدمين والمقدرة ب 98.3% من المجموع الكلي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وذلك راجع إلى انتشار رغبة الطلبة الجامعيين في مواكبة التطورات الإلكترونية والانتشار الواسع لمواقع التواصل في الوقت الراهن وتعدد خدماته في البحث العلمي، التعارف، إنشاء علاقات صداقة، الترفيه في حين أن نسبة 1.7% لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي (لا تلبي رغباتهم) وذلك لأنها لا تلبي رغباتهم وأيضا من خلال عدم تحكمهم في التقنية وأيضا المناطق النائية لا تتوفر على خدمة الانترنت أو ضعف الشبكة.

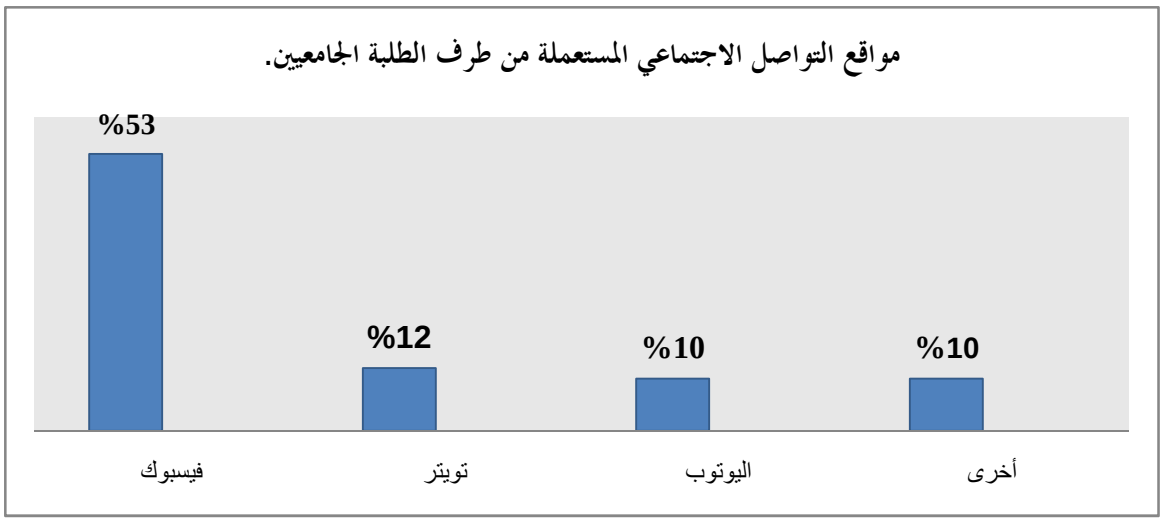


دائرة نسبية تبين توزع أفراد العينة حسب مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (4): **يبين مواقع التواصل الاجتماعي المستعملة من طرف الطلبة الجامعيين.**

س 4		
	التكرار	النسبة%
فيسبوك	**116**	**%53**
تويتر	**26**	**%12**
اليوتوب	**21**	**%10**
أخرى	**21**	**%10**
Total	**219**	**100%**

يمثل الجدول أعلاه أكثر مواقع التواصل الاجتماعي ولوجا واستخداما من قبل المبحوثين أو أفراد العينة حيث يكشف الجدول أن موقع الفايسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وتفصيلا نظرا لانتشاره الواسع وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة لاسيما في الوطن العربي مع ظهور ثورات الربيع العربي حيث أضحى فضاءا لنشاطات متعددة مثل البحث العلمي، تبادل المعلومات، التعارف، الصداقة، بالنسبة لجمهور الطلبة المستخدمين بالإضافة إلى دوره التواصلي مع الأهل والأصدقاء كما حل موقع اليوتيوب في الرتبة الثانية من ناحية الاستخدام لدى المبحوثين حيث يعرف انتشار هذا الموقع تطورا ملحوظا لما يوفره من رصيد ثري من الأفلام التصويرية ومقاطع الفيديو المختلفة في حين حل موقع تويتر في الرتبة الثالثة ولا يزال هذا الموقع في بداية الانتشار مقارنة مع موقع الفيس بوك إلا أنه بدا يحظى بالاهتمام بعد أن تعرف المستخدمين على ما يوفره من خدمات ومزايا.

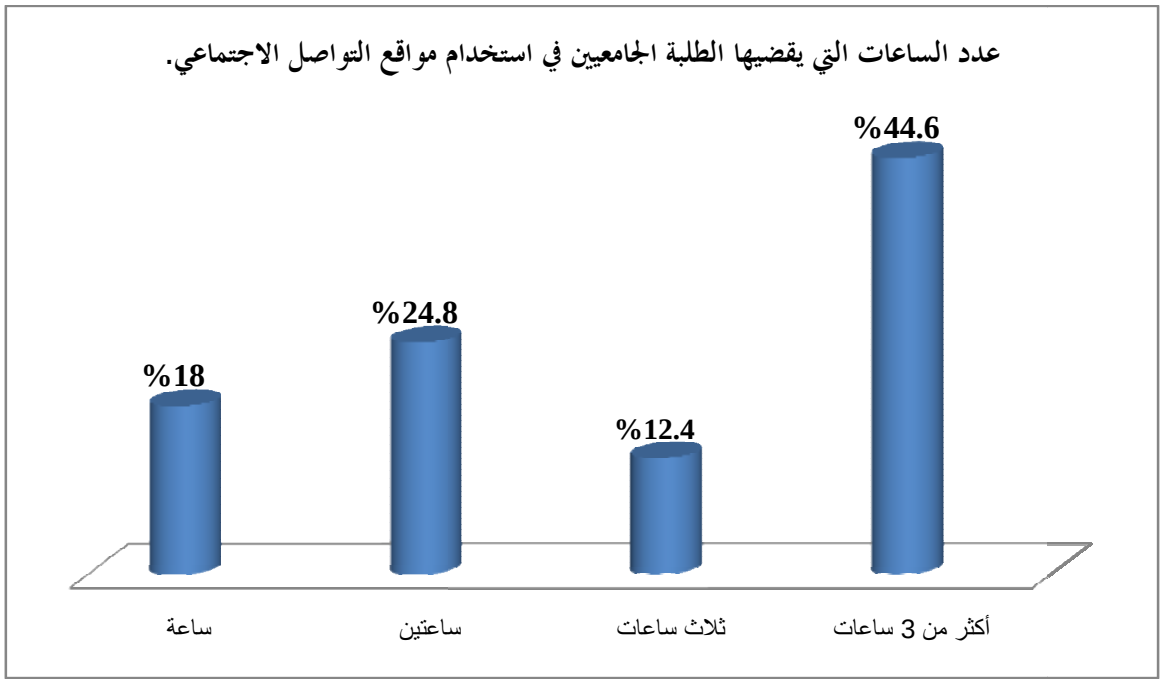


أعمدة بيانية، منحنى بياني يبين المواقع الاجتماعية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين.

جدول رقم (5): **يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.**

س5		
	التكرار	النسبة%
ساعة	**22**	**18.2**
ساعتين	**30**	**24.8**
ثلاث ساعات	**15**	**12.4**
أكثر من 3 ساعات	**54**	**44.6**
Total	**121**	**100**

يتناول الجدول أعلاه الساعات التي يقضيها أفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتراوح ما بين ساعتين وثلاث ساعات مما يعني أن معظم أفراد العينة يقضون وقتهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب وقت الفراغ: فترة متوسطة.



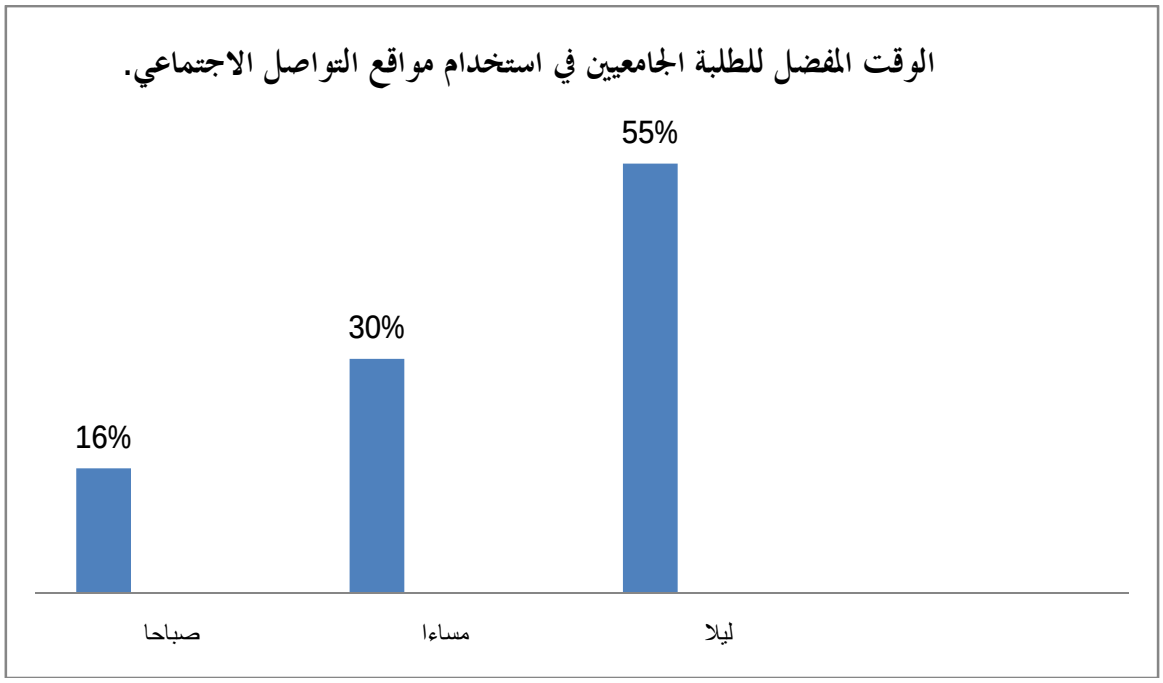
أعمدة بيانية تبين الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (6): **يبين الوقت المفضل للطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.**

س 6		
	التكرار	النسبة
صباحا	**25**	**%15**
مساءا	**47**	**%30**
ليلا	**87**	**%55**
Total	**159**	**%100**

يتناول الجدول أعلاه الوقت المفضل لأفراد لعينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ونكتشف من خلاله أن أغلبية أفراد العينة ليس لها وقت مفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

بصفة عامة، ويستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الليل، وذلك بنسبة 55% أما في المساء ب30% وفي الصباح 16% من ناحية ومن ناحية ثانية تعتبر فترة الليل هو الوقت المستعمل أكثر من طرف الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب وقت الفراغ لديهم.

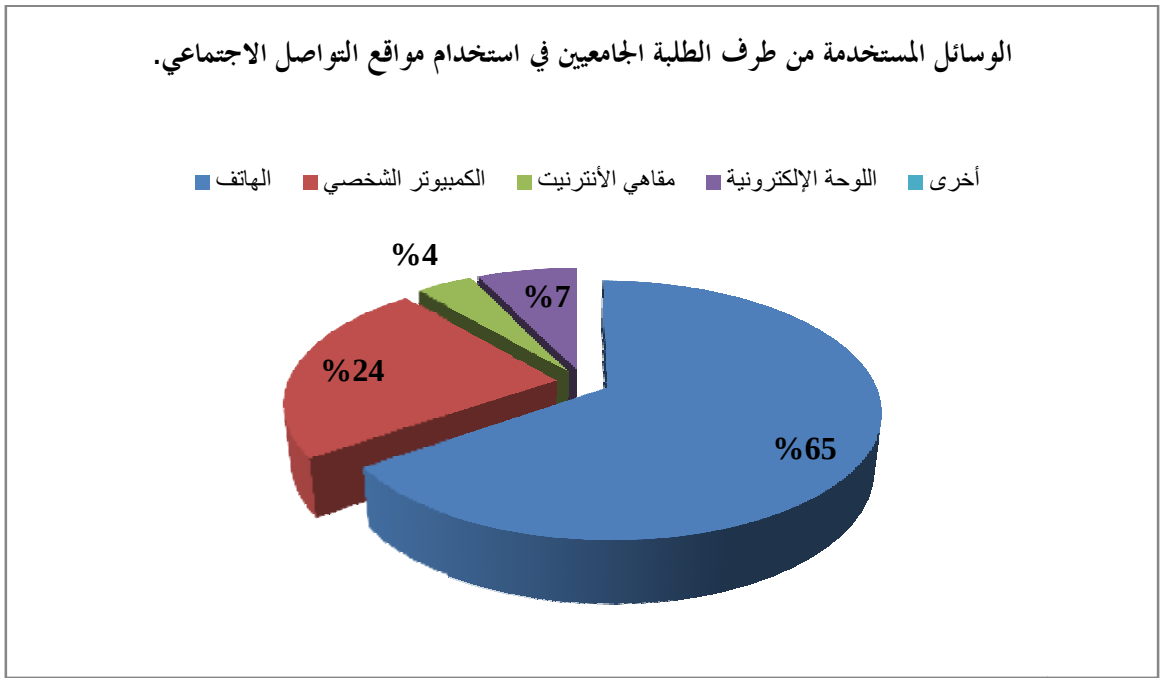


أعمدة بيانية تبين الوقت المفضل للطلب الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (7): **يبين الوسائل المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.**

س 7		
	التكرار	النسبة%
الهاتف	**104**	**%64**
الكمبيوتر الشخصي	**38**	**%23**
مقاهي الإنترنت	**7**	**%4**
اللوحة الالكترونية	**11**	**%7**
أخرى	**3**	**%2**
Total	**163**	**%100**

يبين الجدول أعلاه الوسائل المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اتضح من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين والتي قدرت بنسبة 64% تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف المحمول وهذا يرجع أساسا إلى سهولة حمله وثقله مقارنة بالوسائل الأخرى مثل الكمبيوتر الشخصي واللوحة الإلكترونية.

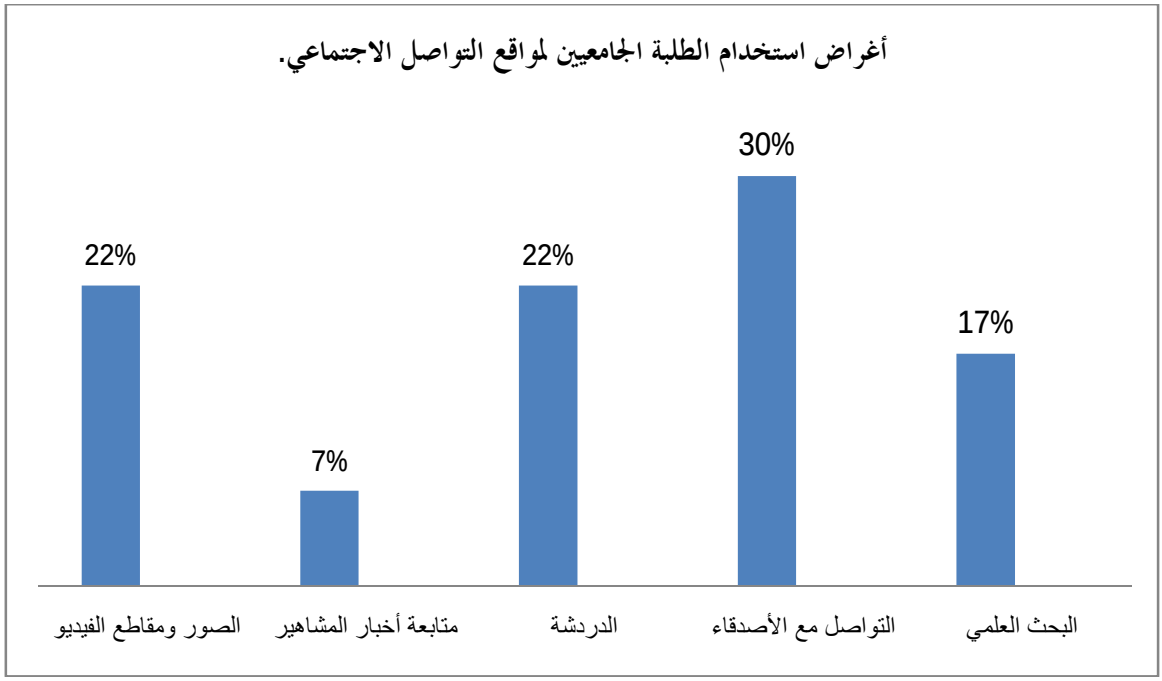


دائرة نسبية تبين الوسائل الاتصالية المستعملة من طرف الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (8): **يبين أغراض استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.**

س 8		
	التكرار	النسبة %
الصور ومقاطع الفيديو	**64**	**%22**
متابعة أخبار المشاهير	**20**	**%7**
الدردشة	**65**	**%22**
التواصل مع الأصدقاء	**88**	**%30**
البحث العلمي	**49**	**%17**
أخرى	**10**	**% 3**
المجموع	**296**	**%100**

يتناول الجدول أعلاه ستة أغراض أساسية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الأصدقاء ب30% هي النسبة الغالبة في حين يكون التطابق بين كل الدردشة بنسبة 22% والصور ومقاطع الفيديو بنسبة 22% والبحث العلمي بنسبة 17% وأخرى بنسبة 3% ويرجع الاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في عدة مجالات إلى انتشارها الواسع واستقطابها لجماهير واسعة حيث صارت تشكل شبكة اجتماعية افتراضية كاملة يتبادل أفرادها الاهتمامات والأنشطة المتعددة غير الشبكة الفيسبوكية.



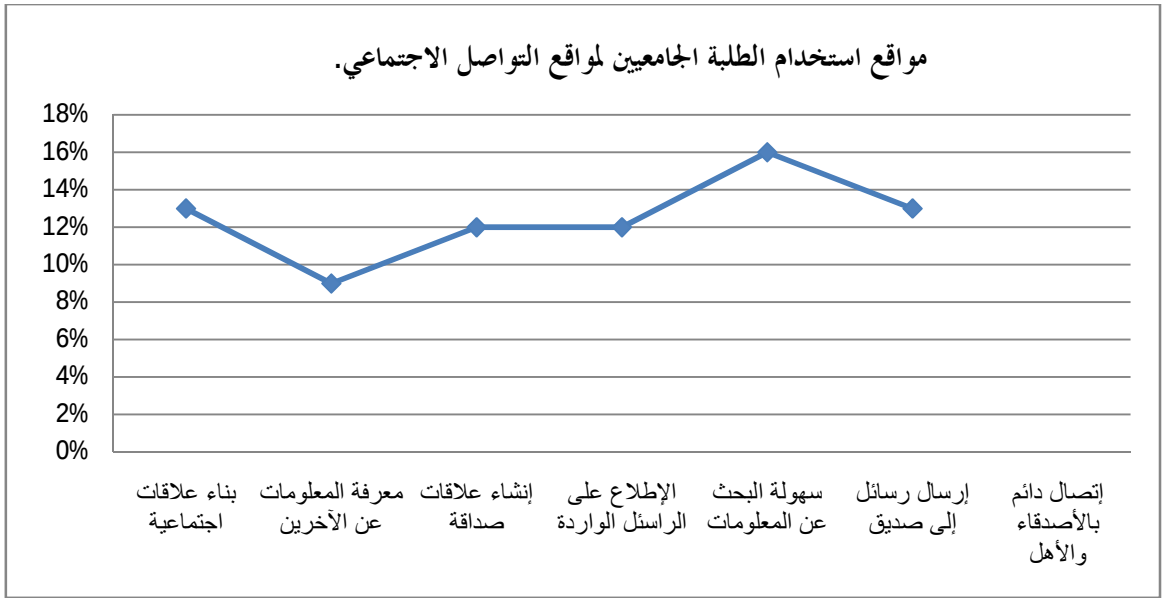
أعمدة بيانية تبين أغراض استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (9): **يبين مواقع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.**

س 9		
	التكرار	النسبة%
بناء علاقات اجتماعية	**37**	**%13**
معرفة المعلومات عن الآخرين	**26**	**%9**
إنشاء علاقة صداقة	**36**	**%12**
الإطلاع على الرسائل الواردة	**35**	**%12**
سهولة البحث عن المعلومات	**48**	**%16**
إرسال رسالة إلى صديق	**38**	**%13**
اتصال دائم بالأهل والأصدقاء	**71**	**%24**
Total	**291**	**%100**

يتناول هذا الجدول دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبعد إجراء الإحصائيات تبين بأن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الاتصال الدائم بالأهل والأصدقاء والتي قدرت بنسبة كبيرة المتمثلة ب24% من المجموع الكلي ثم تليها سهولة البحث عن المعلومات بنسبة 16% ثم كل من بناء علاقات اجتماعية وإرسال رسالة إلى صديق بنسبة 13% ثم كل من بناء علاقات اجتماعية وإرسال رسالة إلى صديق بنسبة 13% ثم كل من إنشاء علاقات صداقة والإطلاع على الرسائل الواردة بنسبة 12% ثم تليها معرفة المعلومات عن الآخرين بـــ 9% ومن خلال النتائج نستخلص أن المبحوثين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاتصال والتواصل بالدرجة الأولى.

ونظرا لقلة تكاليفها وقدرتها على تحقيق التواصل العابر للحدود.

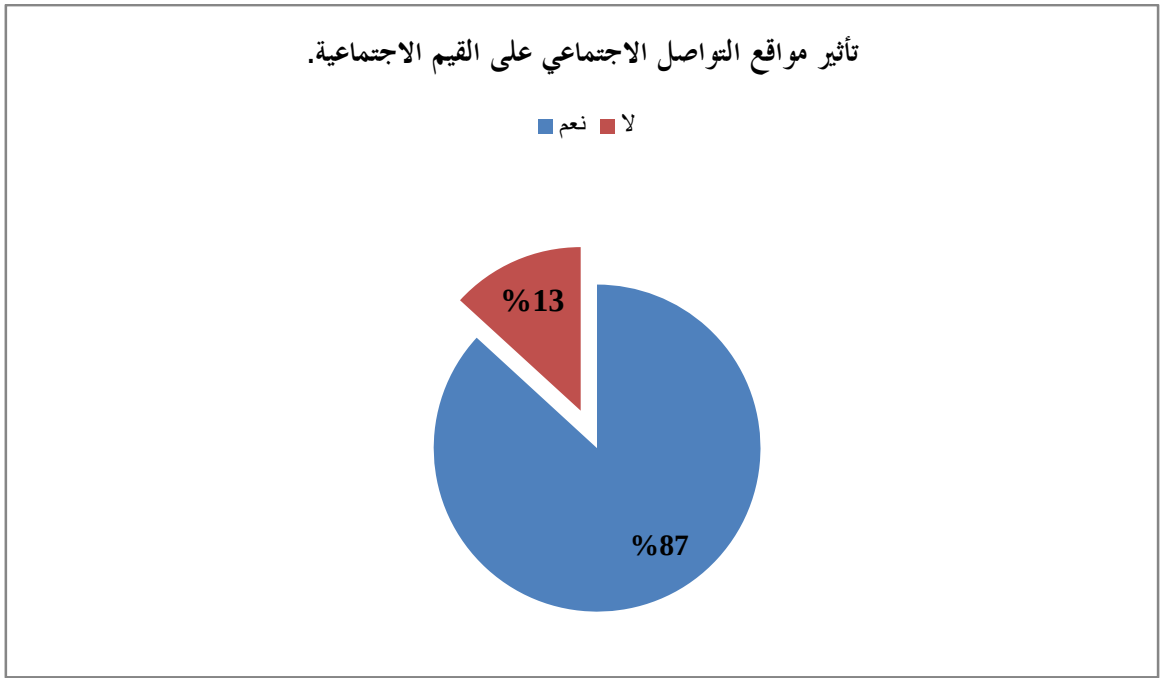


منحنى بياني يبين دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (10): **يبين مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.**

1م		
	التكرار	النسبة%
نعم	**105**	**86.8**
لا	**16**	**13.2**
Total	**121**	**100**

يبين لنا الجدول أعلاه مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية حيث أن أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على القيم الاجتماعية وذلك بنسبة تقدر بـــ 86.8% .

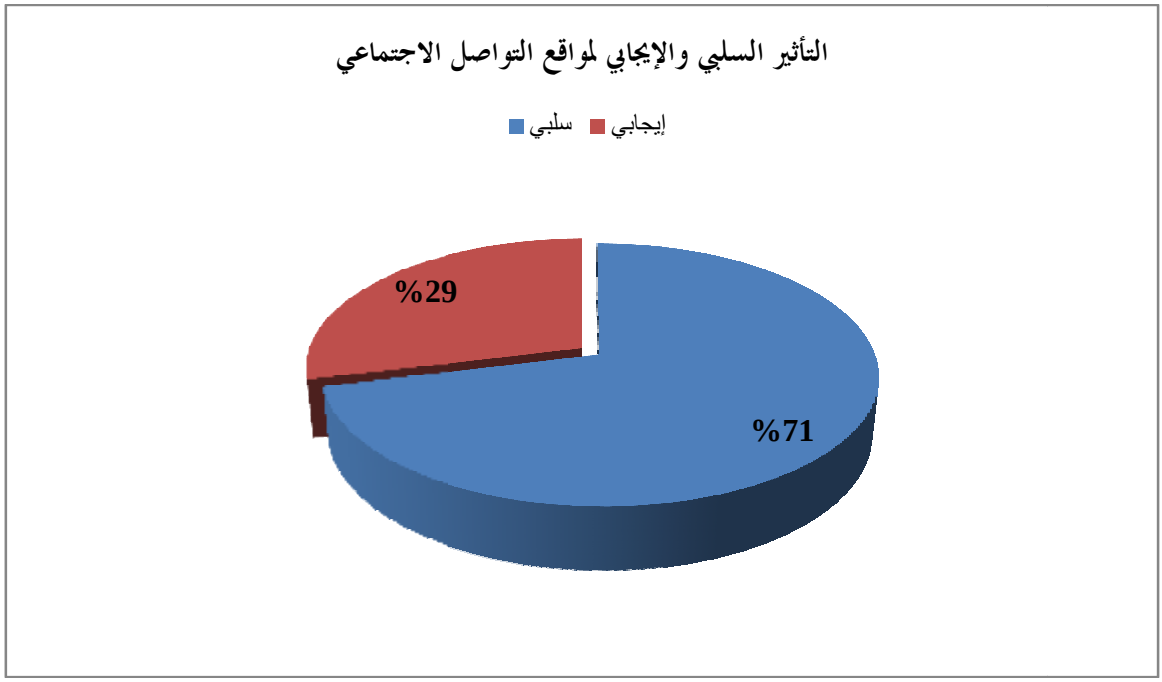


دائرة نسبية تبين مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين

جدول رقم (11): **يبين التأثير السلبي والإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي.**

م2		
	التكرار	النسبة%
سلبي	**86**	**71.1**
إيجابي	**35**	**28.9**
Total	**121**	**100**

يبين لنا الجدول أعلاه أن التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية قدر بنسبة 71.1% ويرجع ذلك إلى طبيعة الوسيلة الاتصالية وما توفره من أشياء إباحية تحط من قيم وأخلاق ومبادئ الطلبة في يرى البعض الأخر بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على القيم الاجتماعية ويرجع ذلك إلى طبيعة الوسيلة وما تعرضه من المنشورات الداعمة للقيم والمبادئ الاجتماعية والأخلاقية السائدة في المجتمع.



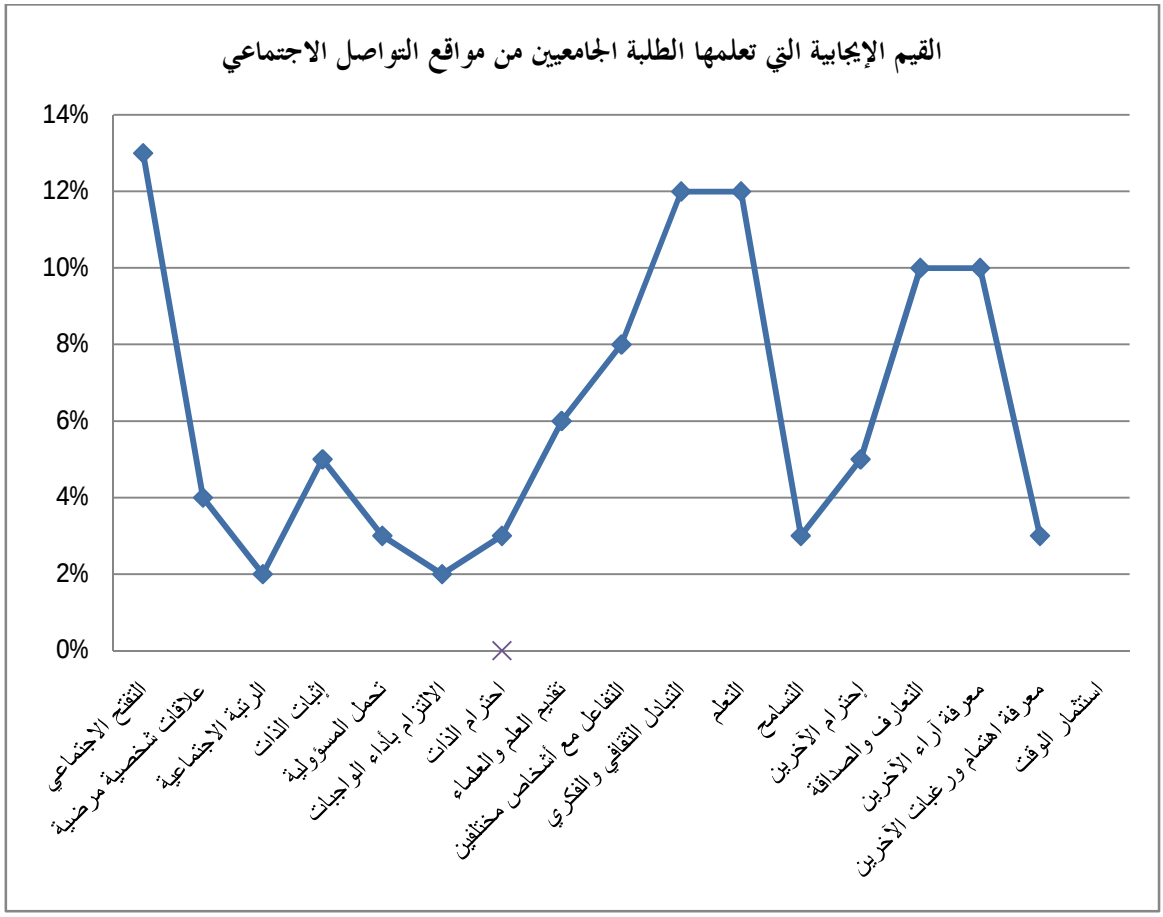
دائرة نسبية تبين التأثير السلبي والإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين.

جدول رقم (12): **يبين القيم الإيجابية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.**

س 12		
	التكرار	النسبة%
التفتح الاجتماعي	**65**	**%13**
علاقات شخصية مرضية	**22**	**%4**
الرتبة الاجتماعية	**2**	**%2**
إثبات الذات	**25**	**%5**
تحمل المسؤولية	**13**	**%3**
الالتزام بأداء الواجبات	**11**	**%2**
احترام الذات	**17**	**%3**
تقديم العلم والعلماء	**31**	**%6**
التفاعل مع أشخاص مختلفين	**41**	**%8**
التبادل الثقافي والفكري	**61**	**%12**
التعلم	**46**	**%12**
التسامح	**16**	**%3**
احترام الآخرين	**24**	**%5**
التعارف والصداقة	**49**	**%10**
معرفة آراء الآخرين	**49**	**%10**
معرفة اهتمام ورغبات الآخرين	**17**	**%3**
استثمار الوقت	**10**	**%2**
المجموع	**505**	**%100**

يبين الجدول أعلاه القيم الإيجابية التي تعلمها أفراد العينة من مواقع التواصل الاجتماعي يتضح من خلال الإحصائيات الموجودة في الجدول أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتواها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم المذكورة سلفا في الجدول، والتي قدرت بنسب متقاربة قيمة التفتح الاجتماعي 13%، التبادل الثقافي والفكري 12%، والتعارف والصداقة، ومعرفة أراء الآخرين بنسبة 10%، بينما القيم الأخرى قدرت بنسبة ضئيلة جدا ومتقاربة، مثل: التفاعل مع أشخاص مختلفين بنسبة 8%، والتعلم 9%...إلخ، ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل إيجابي على القيم الاجتماعية للطلبة مما أدى إلى تعزيزها.

وهذا يرجع لعدة أسباب، منها أن الطلبة مزودين بميكانيزمات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة انتقائية من خلال تعرضهم للمحتويات التي لا تتنافى مع معتقداتهم الراسخة.

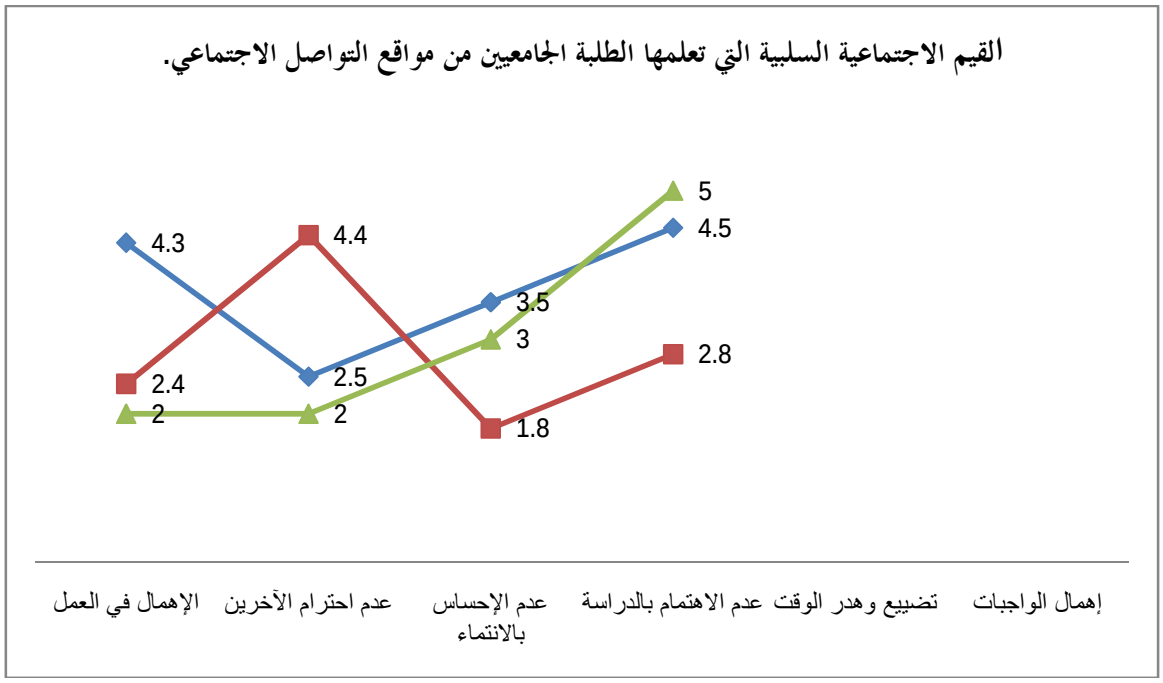


منحنى بياني يبين القيم الإيجابية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (13): **يبين القيم الاجتماعية السلبية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.**

س 13		
	التكرار	النسبة%
الإهمال في العمل	**55**	**%13**
عدم احترام الآخرين	**12**	**%3**
عدم الإحساس بالانتماء	**14**	**%3**
عدم الاهتمام بالدراسة	**60**	**%14**
تضييع وهدر الوقت	**86**	**%21**
إهمال الواجبات	**48**	**%12**
عدم الإتقان في العمل	**22**	**%5**
الانطواء	**24**	**%6**
العزلة الاجتماعية	**47**	**%11**
تجنب الآخرين	**29**	**%7**
عدم تحمل المسؤولية	**17**	**%4**
المجموع	**414**	**%100**

يتناول الجدول أعلاه القيم الاجتماعية السلبية التي يتعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال قراءة الجدول تظهر العديد من المؤشرات الرئيسية بخصوص القيم السلبية التي تغير بها أفراد العينة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتواها حيث يبين الجدول أعلاه قيمة تضييع وهدر الوقت احتلت نسبة 81% وهي النسبة العالية في حين أن أدنى نسبة تمثل 3% فيما يخص عدم الإحساس بالإنهاء، وهذا راجع إلى الاستعمال المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، لأنها لا تتطلب جهد عملي أو فكري أما العزلة الاجتماعية قدرت بنسبة 11% وهذا راجع إلى التمييز بين مختلف طبقات المجتمع من الناحية الاجتماعية ثم المادية.



منحنى بياني يبين القيم الاجتماعية السلبية التي تعلمها الطلبة الجامعيين من مواقع التواصل الاجتماعي.

2. النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1/-الذكور والإناث من بين مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل بنسب متقاربة.

2/-المستويات الدراسية ليسانس والماستر من بين مفردات العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حيث نعتبر نسبة ليسانس أكبر نسبة من حيث استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

3/-أن أغلبية أفراد العينة من ذكور وإناث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

4/-الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف مفردات العينة.

5/-أن معظم أفراد العينة يقضون وقتا طويلا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

6/-أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الليل.

7/-أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف النقال (المحمول).

8/-أغلبية أفراد العينة يرون بأن الغرض الأساسي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو من أجل التواصل مع الأصدقاء في بناء العلاقات الاجتماعية.

9/-أغلبية أفراد العينة دافعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو من أجل الاتصال الدائم بالأهل والأصدقاء.

10/-أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على القيم الاجتماعية.

11/-أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت سلبيا على قيمهم.

12/-أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على الارتباط بالقيم الاجتماعية الإيجابية المذكورة سلفا وذلك بنسب متقاربة .

13/-أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم بالارتباط بالقيم والسلوكيات السلبية.

3. تحليل نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

1- أن أغلبية مفردات العينة يقضون أكثر من ثلاث ساعات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والوقت المفضل لديهم هو الليل ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف النقال.

2- أن أغلبية مفردات العينة دافعهم لاستخدام مواقع التواصل للتواصل مع الأصدقاء والأهل.

3- أن الفرضية التي تقول بأن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي زادت من تفريز القيم الاجتماعية لم تتحقق وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل سلبي على القيم الاجتماعية.

خلاصة الفصل:

تناولت في هذا الفصل ونتائج الدراسة الميدانية وقد أكدت على صحة والتساؤلات وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية وبالتالي يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك ساهم في التأثير على منظومة القيم التي يتحلى بها الطلبة الجامعيين باعتباره واحدا من تطبيقات الإعلام الجديد من خلال مساهمته الكبيرة في التأثير على منظومة القيم الاجتماعية سواء كانت ذلك تأثير سلبي أو إيجابي.

خاتمة وتوصيات

خاتمة:

أصبح الإعلام في عصرنا الحالي قوة رئيسية في حسم الكثير من القضايا وفي بناء الدول وترسيخ أركانها والحفاظ على هيبتها ومكانتها وبالتالي أصبح قوة يحسب حسابها تماما، وقد لعب دائما أدوارا كبيرة في حياة الأفراد والجماعات فكان يرفع أقواما ويضع آخرين وإن كانوا لا يستحقون هذه المنازل ومع التطور التكنولوجي المذهل الذي شهد هذا العصر وانفجار المعلومات وثورة الاتصالات فقد تضاعفت أهمية الإعلام وكثرت أدواره ما طرأ على وسائله من تحسين وتطور كبير مكنه من أداء العديد من المهام إضافة إلى أدواره التقليدية المعروفة[1] وقد أصبح الإعلام الإلكتروني بمميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي فهو ثورة في عالم الإعلام والاتصال وكذلك أصبح من السهولة تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهواتف الجوالة بسرعة ووضوح وأصبح من غير الممكن الاستغناء عليها، بل أصبح تطويرها وإدخال التحديثات المستمرة عليها ضرورة قصوى لمواجهة التطور الهائل الذي شمل كافة نواحي الحياة[2]. كما له أثار جمة على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين حيث يعمل على خلق العزلة والإدمان من خلال استعمال المفرط لها حيث ضرب بعاداتنا وتقاليدنا عرض الحائط وهذا بسبب عدم وجود الرقابة خاصة فيما يخص اللغة العربية حيث شوهت بسبب التطور التكنولوجي الحديث والسريع.

-التوصيات:

-على الجامعات في جميع أنحاء الوطن العربي أن تدرس مقاييس علمية تحث على الاستخدام السليم والعقلاني لوسائل الإعلام الجديد.

-على الجامعات في الدول العربية أن تقوم بإجراء ملتقيات تحث الطلبة على المحافظة على القيم الاجتماعية وصونها.

[1] - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص07.

[2] - علي خليل شقرة: المرجع نفسه ص49.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا - الكتب:

1. احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2007.
2. أسامة عبد الرحمان علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال، كلية التربية، جامعة المنصورة، مصر الجديدة، 2005.
3. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
4. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي، في العلوم الاجتماعية، دار المهدي: الجزائر، 1428ه.
5. سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، قسم الإعلام جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011م، 1433ه.
6. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، ط1، 2013-2014.

ثانيا - البحوث:

1. مأمون الجنان: دور الإعلام في ترسيخ القيم الاجتماعية، متوفر على الرابط التالي، الموقع الإلكتروني، تاريخ الزيادة.

ثالثا - المجلات:

1. سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، العدد الأول والثاني، المجلد 26، مجلة جامعة دمشق،2010.

رابعا - الرسائل العلمية:

1. أسماء بن داود: تأشيرة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأخلاقية للأسرة الجزائرية، جامعة محمد بوضياف المسيلة مذكرة استر منشورة، قسم الإعلام والإتصال 2014-2015.
2. رباب رأفت محمد الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي، قسم الصحافة، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة 2013.
3. علي بن محمد بن فتح: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة الإسلامية والثقافية، الجامعة الإسلامية 2015.
4. كيحل فتيحة: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.

تم بحمد الله

ملخص الدراسة:

تناولت في هذه الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر واليوتوب، ومدى تأثيرها في منظومة القيم الاجتماعية التي تتحكم في سلوك الفرد ونخص بالذكر مجتمع الطلبة الجامعيين، حيت أوضحت الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين يعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بعريقة غير انتقائية دون مراعاة لما تقدمه من مضامين تتنافى مع العادات الراسخة لديهم ويمكن تفسير ذلك من خلال الدور السلبي لها على منظومة القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين من خلال تحليل نتائج الدراسة الميدانية المذكورة سلفا، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي لأنني بصدد دراسة ظاهرة اجتماعية، وهذا يتطلب مني التحليل والوصف والتفسير، وعليه فإن هذا المنهج يخدمني في إطار الدراسة الميدانية التي قمت لها.

Study Summary:

In this study, social networking sites Facebook, Twitter and Youtube were studied and their impact on the social value System that Controls the behavior of the individual, especially the university students. The study showed that the majority of university students are exposed to social networking sites in a non- selective manner, With their established habits can be explained by their negative role on the social value System for university students through the analysis, of the results of the field study mentioned above. This study is part of the descriptive studies, We have relied on the descriptive approach because I am studying a social phenomenon. This requires analysis, description and interpretation. Therefore, this approach serves me in the framework of my field study.