

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



تأثير الإعلام الإلكتروني على قيم المجتمع

مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

محمدي اسمهان

إعداد الطلبة:

- حلاب بشرى

- جعيط دنيا

السنة الجامعية: 2021/2020

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي انعم بنعمة العقل والدين و وفقيني في انجاز هذا العمل المتواضع فله الحمد

□ اولاً واخراً...

□ لكل مبدع انجاز ولكل مقام مقال ولكل نجاح شكر وتقدير...

□ لا يسعني الا ان اتقدم بكل الشكر والتقدير الى الراكثة المؤطرة

□ محمدي السهمان

على كل التوجيهات السريرة التي افانني بها طيلة فترة تاظيري فشكراً لك استاؤتي الفاضلة وجزاك الله

□ كل الخير

الى من زرعو التفاؤل في ورينا ولكل من كان له الفضل في مساعرتي راجية من الله عزوجل ان يكون هذا

البحث اضافة نوعية وخطوة جاوة من خطوات البحث العلمي وفي مجال الاتصال وعلاقات العامة

اهداء

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع

الى من اسقوني حنان لا ينتهي واعطوني الحب الدائم وربوني على الدين

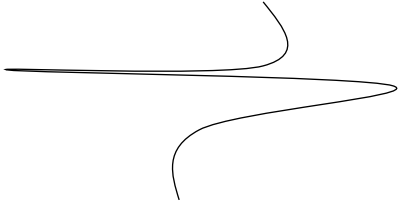
والاخلاق والعلم وبعثوا فيا الشجاعة وهيئوني بكل الوسائل والطرق

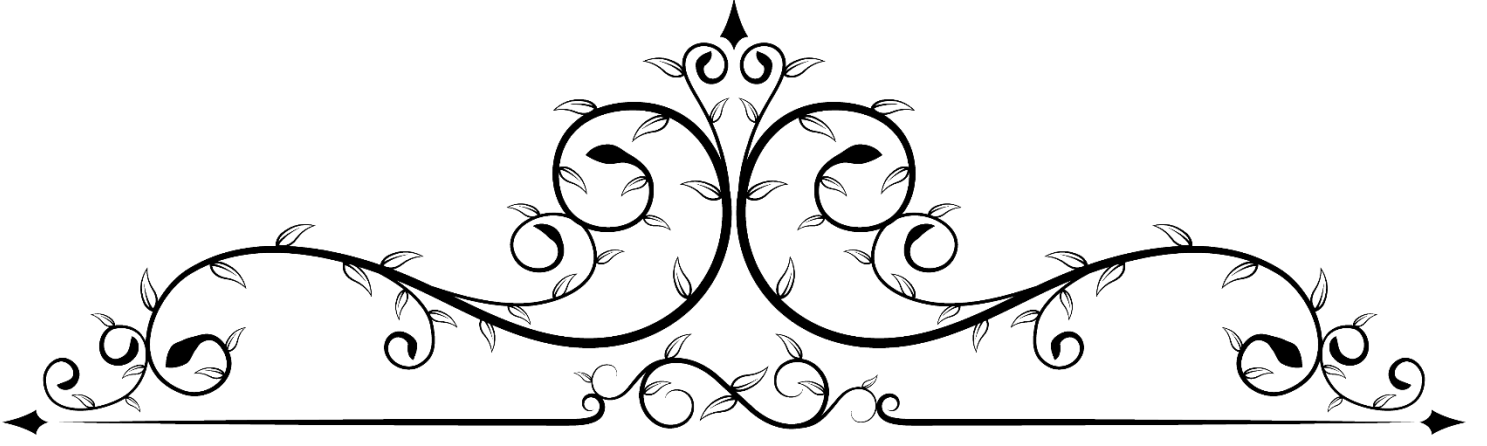
لأصل الى هذا المستوى ابي حبيبي وامي الغالية اطال الله في عمرهما

والى اخوتي

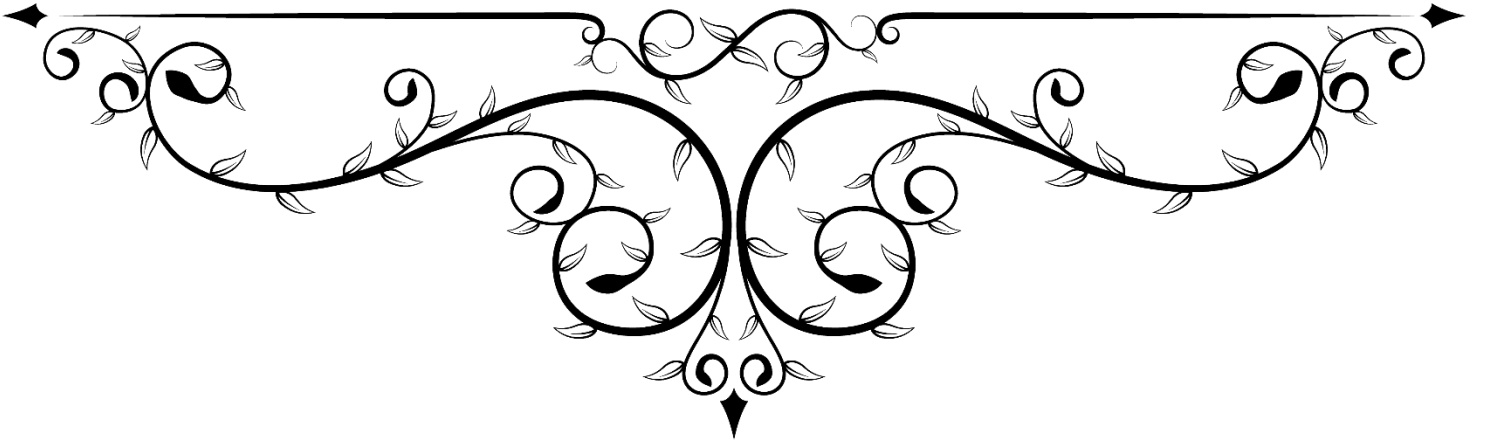
و الى كل من ساعد في انجاز هذه المذكرة

بشرى - دنيا





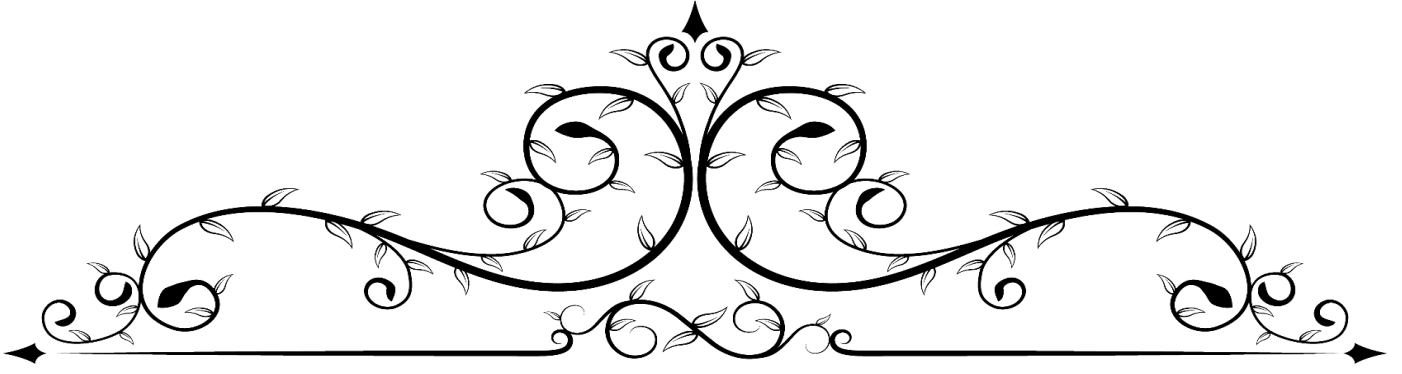
المقدمة



لقد شكّلت الكثير من القضايا المعاصرة، والظواهر ذات التأثير الواسع في بيئة المجتمع، محور الدراسات و الاهتمامات العلميّة و الأكاديميّة، وبرزت حتى كمحاور مهمّة في أجندة الخطط التّموينيّة، والسّياسيّة، ومجتمع المعلومات، الذي نعيش الكثير من حيثيّاته و أصبح جزء من حياتنا، ويعدّ العصر الحالي هو عصر المعلومات و الاتّصالات نظرا للتطوّرات السّريعة التي شهدتها اليوم في ميدان الاتّصال، انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام بشكل عام ، والذي جمع بين تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتّصال، ممّا أدى إلى ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعدّدة ، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة ، كالنّصوص و الصّور و الأصوات و البيانات و الرّسومات و الفيديو ، هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعدّدة التفاعليّة ، ودفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليديّة ، في ظل بحث المستخدم نفسه عن فضاءات أفضل للتّعبير و الاتّصال ، وكان في مقدّمها وسائل الاتّصال الاجتماعيّة كأحد أشكال الإعلام الالكتروني و أشهرها على الإطلاق " الفايسبوك " ، باعتباره الأكثر شعبيّة ، والتي باتت ترسم له علاقته بالبيئة المحيطة ، وتحدد نمط و شكل مشاركته الاجتماعيّة و السّياسيّة و الثقافيّة.

ومثّل ظهور شبكات التّواصل الاجتماعي الالكتروني في توقيتات متزامنة " الفتح التاريخي " ، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه ، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير و الانتقال عبر الحدود بلا قيود و لارقابة ، إلا بشكل نسبي محدود ، كما أعطى قنوات للتّعاطي المباشر و الحي و الفوري من جمهورها في تطور يغيّر من جوهر نظريّات النّظريّات الاتّصاليّة المعروفة ، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلاميّة لينقلها إلى مدى أوسع و أكثر شموليّة ، و بقدرة تأثيريّة و تفاعليّة، فتأثير وسائل الإعلام الالكتروني ينمو بشكل متزايد و غير مسبوق ، إذ قطعت أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشّعوب و دفعها للمشاركة في الحياة العامّة و السّياسيّة تحديداً ، فقد تجاوزت بلا شك الدّور الخبري لوسائل الإعلام التقليديّة ، و خلقت الأهم بتوفير التّواصل و التّفاعل بين النّاس للمشاركة بأنفسهم ، وبمختلف مستوياتهم الثقافيّة في صنع الخبر و نشره بأقصى سرعة، ومنه سنحاول دراسة موضوع - تأثير الإعلام

الإلكتروني على قيم المجتمع- في جامعة محمد بوضياف المسيلة ، كميدان للدراسة ، بحيث نركّز على دراسة مواقع التّواصل الاجتماعيّة ، ونخصّ بالذكر الموقع الاجتماعي " الفايسبوك" ، باعتباره نموذج الدراسة ، وباعتباره أيضا موقعا حاز في الآونة الأخيرة على اهتمام كبير من مستخدمي الإنترنت ، وارتفاع عدد مستخدميه بشكل متسارع ، كلّ ذلك أدّى إلى اهتمام الإعلام بالفايسبوك و أصبح نوعا ما مقياس للرأي العام حول القضايا العامة عبر تطبيقاته المختلفة ، فأصبح من الضّرورة أن نجد بحوث ودراسات حول ظاهرة الفايسبوك كموقع وأثره على قيم المجتمع، حيث تمثّل بحثنا في اشتماله على مقدّمة و ثلاثة أقسام : "الإطار المنهجي- الإطار النظري- الإطار التطبيقي"، بالإضافة إلى خاتمة ، حيث اشتمل الجانب المنهجي على تحديد إشكاليّة الدّراسة و تساؤلاتها -تحديد الفرضيات المتعلقة بالدّراسة إلى جانب تحديد المفاهيم ، أهمية الدراسة و أهدافها ، الإجراءات المنهجية للدّراسة من حيث منهج البحث و تحديد نوع الدّراسة ، وأدوات جمع البيانات و العينة المختارة ، بحيث اعتمدنا على الدّراسة الوصفية ، معتمدين على المنهج المسحي باستعمال أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و الاستعانة بأداة الملاحظة ، على عيّنة قوامها 50 مفردة بطريقة قصدية من جامعة محمد بوضياف المسيلة ، المستخدمين للإنترنت و بالتّحديد من لديهم موقع " الفايسبوك" ، أما الإطار النظري فاشتمل على فصلين ، بحيث تناول الفصل الأوّل بعض المعلومات التي أخذناها من مفاهيم الإعلام الإلكتروني و المواقع الاجتماعيّة، ونموذج الدّراسة " الفايسبوك"، ثمّ تعرّضنا في الفصل الثّاني إلى ماهية القيم و في كل فصل خلاصة و استنتاجات خاصّة به، بينما اشتمل الإطار التطبيقي للدّراسة على فصل واحد، تناولنا فيه تحليل و تفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة التي تضمّنت ، البيانات الشّخصية الخاصّة بالمبحوثين ، و عادات و أنماط استخدام موقع " الفايسبوك" بالإضافة إلى الدّوافع التي تكمن وراء استخدام هذا الموقع ، وكذا التّأثير الذي يتركه الموقع على مستخدميه، وفي النّهاية تمّ التّطرّق إلى نتائج الدّراسة حيث نوقشت الفرضيات من خلالها ، بالإضافة إلى وضع توصيات للدّراسة و خاتمة للموضوع.



الفصل الأول: الاطار المنهجي



1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها .
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهداف و أهمية الدراسة .
4. تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة.
5. مجتمع البحث وعينة الدراسة
6. منهج الدراسة و أدواته
7. الدراسات السابقة

الإطار المنهجي:

الإشكالية:

إنّ تكنولوجيا الإعلام الإلكتروني لم تبلغ وسائل الاتّصال القديمة، ولكن طوّرتها، بل غيرتها بشكل ضخم، و أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتّصال الجماهيرية تتّسم بالطابع الدولي أو العالمي.

حيث يكتسب الإعلام ضمن إطار ثقافي، و تاريخي، و حضاري سمات العصر الذي يولد فيه و خصائصه، و في الواقع إنّ عصر المعلومات أفرز نمطا إعلاميا جديدا يختلف في مفهومه، و سماته، و خصائصه، و وسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية، و السّياسية، و الثقافيّة، و التّربويّة الواسعة النطاق لدرجة أطلق عليها بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأنّ الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأنّ وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر و قوّة التّوجيه و شدّة الخطورة أدت إلى تغيّرات جوهرية في دور الإعلام، وجعلت منه محورا أساسيا في منظومة المجتمع، خاصّة الإنترنت منها.

فالإنترنت وسيلة اتّصاليّة حديثة أعطت صيغة جديدة للتّواصل بين البشر من خلال مواقعها الاجتماعيّة التي تتميّز بالفعاليّة و الفوريّة في الاتّصال خاصّة موقع " الفايسبوك " وما يتيحه من فرص الاتّصال بالآخرين و التفاعل معهم بشكل سريع، و مباشر، وهذا ما زاد من الإقبال عليه عالميا و محليا، حيث كشف تقرير عالمي منشور في إحصائيات شبكات التّواصل الاجتماعي أنّ الجزائر تمّ تصنيفها في المرتبة الثّانية و الخمسين عالميا و السّادسة على المستوى العربي من حيث عدد مستخدميها لموقع " الفايسبوك"، كما كشف نفس التقرير أنّ أكثر مستخدمي هذا الموقع هم الشّباب فمن خلال هذا نلاحظ أنّ الإنترنت لا يقتصر استخدامها في كونها شبكة معلوماتيّة بل يتعدى ذلك إلى استخدامها كوسيلة اتّصال تفاعليّة في تسهيل و تفعيل التّواصل داخل الوسط الجامعي، و

ذلك من خلال المواقع الاجتماعية المختلفة و خاصة موقع " الفايسبوك " الذي شهد إقبالا متزايدا في الوسط الأكاديمي من طرف الطلبة، وذلك لما يتيح من فرص تبادل النقاش و الحوار حول مختلف القضايا المعرفية و الاجتماعية.

لكن لا شك أن استخدام هذا الموقع من قبل المجتمع عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة يحدث تغييرا على قيمهم و سلوكهم و اتجاهاتهم، وهذا ما يقودنا إلى طرح الانشغال الآتي:

- ما مدى تأثير الإعلام الالكتروني على قيم المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)؟.

- تساؤلات الدراسة:

تتدرج تحت الإشكالية مجموعة من التساؤلات و التي تتمثل في:

- 1- كيف يستخدم المجتمع مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)؟.
- 2- ماهي الفترة الزمنية لاستخدام الفايسبوك؟.
- 3- ماهي دوافع استخدام موقع الفايسبوك؟.
- 4- ماهو الأثر الذي يتركه استخدام موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك"، على سلوكيات و قيم مستخدميها؟.

❖ فرضيات الدراسة:

• الفرضية الرئيسية:

موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك"، يساهم بالشكل الإيجابي والسلبى في تعزيز انهيار القيم لدى مستخدميها.

• الفرضيات الفرعية:

- 1- تساهم الجودة في استعمال موقع " الفايسبوك" في تعزيز و ترسيخ القيم و المبادئ.
- 2- كلما كان استخدام الفايسبوك جيدا كلما كان التحلي بالقيم الجيدة .
- 3- كلما كان استخدام الفايسبوك مخالف للشريعة كلما كان التحلي بالقيم الرذيلة.

أهمية الدراسة:

- ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بين الطلبة.
- أهمية الكشف عن علاقة الطالب بوسائل الإعلام الالكتروني وحدود تأثيرها على قيمهم.
- أهمية فئة الطلاب الجامعيين داخل المجتمع، وضرورة دراسة أي متغيرات قد تؤثر عليهم سلبيا أو ايجابيا خاصة مع إمكانية تغير القيم في عصر الانفتاح الثقافي و الإعلامي.
- مدى أهمية هذا الموقع لدى الطلبة الجامعيين.
- ضرورة إخضاع قيمهم للملاحظة البحثية المستمرة للوقوف على مدى ثباتها أو تغييرها من خلال هذا الاهتمام.

-أهداف الدراسة :

الهدف العلمي:

- المساهمة في تقديم نموذج علمي يساعد على فهم التأثيرات المختلفة للإعلام الالكتروني باستخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" على قيم المجتمع.
- الكشف عن أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدم "الفايسبوك" و تأثيراته على علاقاته الاجتماعية من خلال معرفة مدى إقبال الطلاب الجامعيين على استخدامه و أوقات وعدد ساعات الاستخدام و التطبيقات الأكثر استخداما.
- رصد و تحليل علاقة الطلبة الجامعيين ب"الفايسبوك" و مختلف آرائهم و اتجاهاتهم حول أسباب انتشار هذا الموقع.

الهدف العملي:

- التعرف على طبيعة العلاقة أو التأثير الموجود بين الإعلام الالكتروني و قيم المجتمع في سبيل تحريك دواليب التنمية الإعلامية في المجتمع من أجل الحفاظ على البناء القيمي عمليا.

- التعرف على مستوى إدراك و معرفة المتلقين للرسائل المقدّمة لهم من المواقع الالكترونية و تفعيلها في برامج توعوية من خلال الوسائط الإعلامية المختلفة.
- التعرف على درجة تبني الطلاب الجامعيين للقيم في الوقت الراهن.

الهدف التطلعي(الحضاري):

- المساهمة في ترسيخ القيم لدى المجتمع خاصة القيم الدينية و الاجتماعية التي تبني المجتمع و ضبطها إعلاميًا كرسالة حضارية من خلال الإعلام المنير و ليس الإعلام المثير.
- الحث على حسن استخدام مثل هذه التّقنيّات في الحياة اليوميّة و التّعامل معها بشكل عقلاي وأخلاقي.
- الإشارة إلى أهميّة الحوار والتّرابط الأسري و الاجتماعي.

-تحديد المصطلحات:

تعتبر المفاهيم و المصطلحات المستخدمة في البحوث ذات أهميّة كبرى، ذلك أنّ تحديد مشكلة البحث لا يتوقّف عند نقطة صياغة هذه الأخيرة في شكل سؤال، بل القيام أيضا بضبط الموضوع من حيث تحديد المصطلحات التي تضمّنها هذا السؤال. و أهم المفاهيم المستخدمة في دراستنا هذه هي :

❖ الأثر:

أ- لغة:

معنى الأثر حسب جان فرانسوا دونيه هو " بقية الشيء، و الجمع "آثروا أثور" و خرجت في إثره و في أثره أي بعده وتأثرته. تتبعت أثره.

و الأثر بالتحريك : مابقي من رسم الشيء، و التأثير في اللغة الغربية هو "Influence" في اللغة الانجليزية و الفرنسية يعني "إبقاء الأثر في الشيء: ترك فيه أثرا، والآثار : الإعلام".¹

ب-اصطلاحا:

يعرفه الدكتور محمد منير حجاب بأنه "بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه و يدركها و قد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة و قد تجعله يغير سلوكياته أو يعدل سلوكه السابق فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني".²

ج-إجراءيا:

نقصد بالتأثير في دراستنا هذه ، التغيير الحاصل في سلوكيات وأنماط مستخدمي " الفايسبوك"، وكل ما ينجر من المبحوثين من أفكار و قيم جديدة.

❖ الإعلام الإلكتروني:

• الإعلام:

أ-لغة:

هو "التبليغ و الإبلاغ أي الإيصال ، يقال بلّغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، و البلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث " بلّغوا عني و لو آية"، أي أوصلوها غيركم واعلموا الآخرين، وأيضا " فليبلغ الشاهد الغائب" أي " فليعلم الشاهد الغائب"، أمر الله بلغ أي

¹-جان فرانسوا دونيه ، معجم العلوم الإنسانية ، ترجمة جورج كتورة ، د ط، (أبو ظبي :المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر ، 2009) ، ص30.

²- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي ، (القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2004م) ، ص28.

بالغ وذلك في قوله تعالى: " وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۚ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا " ¹ الطلاق: ٣ .
أي يبلغ أين أريد به. ²

وفي لسان العرب "الإعلام مشتق من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعر به ، ويقال أستعلم لي خبر فلان و أعلمنيه وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته و خبرته" ³.

ب- اصطلاحا:

يعرّف الدكتور محمد جمال الفار الإعلام بأنه" تزويد الناس بالأخبار و المعلومات و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعه من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم، و هو في نفس الوقت التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير و روحهم و ميولهم و اتجاهاتهم " ⁴.

ج- إجرائيا:

هو أحد العمليات الاجتماعية التي تؤثر في المجتمع المعاصر من خلال وسائله المختلفة، و قد ساعد ذلك على سهولة انتقال مواده المختلفة و خاصة المرسلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي تدخل كل بيت تقريبا و يستقبلها أغلبية أفراد المجتمع، ويتأثرون بها أي أنماط الإعلام المختلفة و قنواته الحديثة.

¹ - سورة الطلاق، الآية -3-

² - حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر، ط1، (عمان : دار أسامة للنشر و التوزيع، 2009م) ، ص10.

³ ابن منظور، لسان العرب، ط4، المجد الأول، (بيروت: دار طادر ، 2005م) ، ص21.

⁴ - محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، (عمان : دار أسامة للنشر و التوزيع، 2006م) ، ص28.

• مفهوم الإعلام الإلكتروني:

أ- اصطلاحاً:

هو الخدمات و النماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة و تطوير محتوى و وسائل الاتصال الإعلامي، آلياً أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات، كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل و المضمون، والإعلام الإلكتروني هو الإشارات و المعلومات و الصور و الأصوات المكوّنة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي.

ب- إجرائياً:

هو الإعلام الذي ينشط في الفضاء الإلكتروني حيث يتيح نشأة و تطوير محتوى وسائله الاتصالية من خلال التقنيات الإلكترونية .

❖ مفهوم القيم:

أ- لغة:

تعرف القيم على "أنها : قدر الشيء - فقيمة المتاع ثمنه ، ويقال ما لفلان قيمه، أي ليس له ثبات و دوام على الأمر ، وفي القرآن الكريم قوله تعالى " إِنَّ عِدَّةَ الشُّهُورِ عِنْدَ اللَّهِ اثْنَا عَشَرَ شَهْرًا فِي كِتَابِ اللَّهِ يَوْمَ خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ مِنْهَا أَرْبَعَةٌ حُرْمٌ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ ۚ فَلَا تَظْلَمُوا فِيهِنَّ أَنْفُسَكُمْ ۚ وَقَاتِلُوا الْمُشْرِكِينَ كَافَّةً كَمَا يُقَاتِلُونَكُمْ كَافَّةً ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ " التوبة:

٣٦

أي المستقيم ،وقد ارتبطت القيمة في جانبها الإيجابي بالفضائل الخلقية ، وفي جانبها السلبي بالنقائص أي الرذائل، وقد وردت كلمة القيمة "value" مشتقة من الفعل اللاتيني vales بمعنى " أنا أقوى" وهذا يعني أنّ القيمة تحتوي على معنى المقاومة و الصلابة.¹

¹ -رباب رأفت محمد الجمال، " دراسة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي"، جامعة الملك عبد العزيز بالسعودية، كلية الاتصال و الإعلام، 2013، ص45.

فالقيم إذن وفق معاجم اللّغة هي "جمع لكلمة قيمة وهي ثمن الشّيء بالتّقويم، وهي تحمل معاني متعدّدة منها القدر أي الثّمّن و الاستقامة، وقد ورد مصطلح الاستقامة و المستقيم في القرآن بمعنى الهداية و الطّريق المستقيم".¹

ب- اصطلاحاً:

"هي أولى عناصر البناء الاجتماعي، وتمثّل الصّفات و المثاليّات المرغوب فيها للفعل الاجتماعي الذي يطمح النّاس إليها و يتطلّعون إليها".²

ج- إجرائياً:

هي مجموعة من المبادئ و التّعالم و الضوابط الأخلاقيّة التي تحدّد سلوك الفرد، و ترسم له الطّريق السّليم الذي يقوده إلى أداء واجباته الحيّاتيّة، ودوره في المجتمع الذي ينتمي إليه، و هي إلى جانب ذلك السّياج المنيع الذي يحميه من الوقوع في الخطأ، حيث تختلف القيم من مجتمع إلى مجتمع ، كما تختلف من شخص لآخر، لكنّها في النّهاية ترمي إلى نفس الهدف.

فالقيم مصدرها المعتقد الدّيني ، و بالتّالي فهي ايجابية ولا يمكن أن تكون سلبية ، وتعكسها مبادئ و قواعد و معايير تنظّم حياة الفرد و النّاس وفق الطّريق المستقيم الذي نصّ عليه الكتاب و السّنة ، ويتمّ تعلّمها عن طريق مؤسّسات التّنشئة الاجتماعيّة المختلفة، فالقيم هي استعداد معرفي ووجداني و سلوكي عند الفرد و الجماعات تجاه الأشياء و الموضوعات و الأشخاص.

¹ -أروى بنت عبد الله بن محمد الفقيه، "بحث في القيم"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2008م، ص6.

² -اسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة، ص368. متاح على الموقع الإلكتروني:

❖ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- اصطلاحا:

يعرّفها الدكتور صادق الحمّامي بأنّها "مواقع الكترونيّة اجتماعيّة على الإنترنت و تعتبر الرّكيزة الأساسيّة للإعلام الجديد أو البديل ، التي تتيح للأفراد و الجماعات التّواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي. ويعرّفها أيضا د. صفاء زمان: بأنّها شبكات اجتماعيّة تفاعليّة تتيح التّواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم ، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات و تمكّنهم أيضا من التّواصل المرئي و الصّوتي وتبادل الصّور و غيرها من الإمكانيات التي توطّد العلاقة الاجتماعيّة بينهم".¹

ب- إجرائيا:

هي منظومة من الشّبكات التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به و ربطه مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات ، عن طريق خدمات التّواصل المباشر مثل إرسال الرّسائل أو الإطّلاع على الملفّات الشّخصيّة للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

❖ مفهوم الفايسبوك:

أ- اصطلاحا:

هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء و يساعدهم على تبادل المعلومات و الملفّات و الصّور الشّخصيّة و مقاطع الفيديو و التّعليق عليها و إمكانيّة المحادثة أو الدردشة الفوريّة ، و يسهّل إمكانيّة تكوين علاقات في فترة قصيرة، و كذلك إمكانيّة التّقاء الأصدقاء القدامى و الجدد و تبادل المعلومات و آخر الأنباء و التّطورات معهم ، وبالاستطاعة القول أنّ الفايسبوك يقدّم مجموعة من الخدمات الأساسيّة لزوّاره ، تتمثّل بالدرّجة الأولى في الرّسائل و هي خاصيّة يتيحها الفايسبوك بشكل مبسّط و سهل للغاية لكلّ

¹ موقع قناة العربية

www-alarabiya.net/articles vue le 23-02-2016 à l'heur 11.00

الأصدقاء ، وكذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفايسبوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه و عائلته ، و يرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها.¹

ب-إجرائيا:

الفايسبوك هو تلك الشبكة الالكترونية المكوّنة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس و المعلومات، من خلال أجهزة الكمبيوتر و الأجهزة الرقمية، بحيث تسمح بالاتصال بين شخص و آخر.

04- الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ-منهج البحث و تحديد نوع الدراسة.

➤ تحديد نوع الدراسة:

لكل موضوع بحث أهداف ، و من أجل بلوغ هذه الأهداف لابدّ من ضبط نوعية الدراسة المراد استخدامها، و اتساقا مع موضوع بحثنا اخترنا الدراسة الوصفية التحليلية، حيث يعتمد هذا النمط من الدراسات على " جمع الحقائق وبيانات ظاهرة يغلب عليها التّحديد، فهي تساعد على الوصف الكمي و الكيفي للظاهرة، و حصر العوامل المختلفة فيها."² فالدراسات الوصفية تقوم على وصف الظاهرة وصفا كاملا دقيقا ، ومن هنا كان منهج المسح هو المنهج الأكثر ملائمة لهذا النوع من الدراسة، حيث أنّ "الدراسات الوصفية ليست مجرد جمع للبيانات عن الواقع المدروس فقط، بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات

¹ - حنان بنت شعشوع الشهري ، إشراف أمينة بنت يوسف بدري،"أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفايسبوك تويتر نموذجا"، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع جامعة الملك عبد العزيز كلية الآداب و العلوم الإنسانية بالسعودية، قسم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية،1434 هـ، ص15.

²-مسعد محمود، كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات، ط2، (الإسكندرية:مطبعة الانتصار، 2000)، ص

إلى عناصرها الرئيسية و الفرعية و تفسيرها تفسيراً شاملاً، من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة¹، حيث أنّ مسح الظاهرة ومسح جمهور الظاهرة يكون من خلال الوصف الدقيق لهذه الظاهرة.

➤ منهج الدراسة:

بما أنّ دراستنا تهدف إلى معرفة مدى تأثير الإعلام الإلكتروني على قيم المجتمع من خلال موقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك" بالاعتماد في الدراسة على الطلبة الجامعيين و النزول إلى الميدان، فالمنهج الذي تتطلبه الدراسة هو المنهج المسحي الذي يراه أحمد بن مرسلّي بأنّه " الطريقة العلميّة التي تمكّن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكوّنة لها و العلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعيّة غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات و البيانات المحقّقة لذلك."²

ب- أدوات الدراسة :

يختار كل باحث أداة تتلاءم مع طبيعة و أهداف الموضوع، وبما أنّنا في صدد معرفة مدى تأثير موقع الفيسبوك على قيم المجتمع، بالتطبيق على الطلبة الجامعيين فسنقوم بقياس كمّي يحدّد نسبة توزيع المحاور من خلال أداة الاستبيان " التي تساعد في الحصول على معلومات و آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعدّ من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصّة بالعلوم الاجتماعيّة التي تتطلّب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تطوّرات أو آراء الأفراد."³

حيث تعرف الاستمارة أنّها: " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضّرها الباحث بعناية في تعبيرها عن إبداء رأي المبحوث في إطار الخطة الموضوعية و التي تقدّم إلى المبحوث من

¹ -أحمد بن مرسلّي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2 ، (الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية، 2005)، ص51.

² -أحمد بن مرسلّي، مرجع نفسه ، ص ص 286-287.

³ -محمد عبيدات و آخرون، منهج البحث العلمي ، ط2(عمان: دار وائل للطباعة و النشر ، 1999)، ص63.

أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة".¹

كما اعتمدنا على الملاحظة التي ساعدتنا من خلال ميزتها التي " تتمثل في مشاهدة الظاهرة عن كثب و في إطارها التميز وفق ظروفها الطبيعيّة، حيث يتمكّن الباحث من مراقبة تصرّفات تفاعلات المبحوثين".²

ج-مجتمع البحث و عينته:

مجتمع البحث:

إنّ مجتمع البحث في العلوم الإنسانيّة هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحدّدة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظة كما يعتبر مجموعة من العناصر لها خاصية أو خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجري عليها البحث و التّقصّي و مجتمع البحث في دراستنا هم طلبة جامعة الدكتور يحي فارس المستخدمين الفايسبوك.

العينة:

"هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدّراسة يتمّ اختيارها بطريقة معيّنة و إجراء الدّراسة عليها، ومن ثمّ استخدام تلك النّتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدّراسة الأصلي".³ تم تحديد حجم العينة ب(50) خمسين مبحوثا من طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 19 سنة فما فوق ، وقد تمّ سحب العينة بطريقة قسديّة أو عمدية و التي تعرّف على أنّها " العينة التي يختارها الباحث بعمد أو بقصد مسبق، حيث يعتقد أنّ هذه العينة هي الأقدر على تقديم المعلومات عن الظاهرة قيد الدّراسة".⁴

1 - Graviter Madeline , méthodes des sciences, édition dalloze,paris p34 .

2 -موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي ، منهجية البحث العلمي في العلاقات الإنسانية - ط2 - (الجزائر: دار القصة ، 2006) ، ص107.

3 -محمد عبيدات و آخرون ، مرجع نفسه ، ص84.

4 -أحمد بن مرسلّي ، مرجع سابق، ص 170.

حيث قصدنا دراستنا من يملكون الانترنت ، و بالخصوص من لديهم موقع الكتروني "الفيسبوك" حيث تكونت العينة من 50 مبحوثا يختلفون حسب السن و الجنس و كذا المستويات الإجتماعية و العلمية و ذلك بطريقة قصدية.

05-الدراسات السابقة:

إنّ نمو المعرفة و تشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأي دراسة أو بحث الاقتناع بأنّ عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي لابد و أن تكون قد سبقته جهودا أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء كانت ميدانية أو عملية أو مكتبية.

و يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية و أساسية من مراحل البحث، حيث يساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوعه، و بناء خلفيات نظرية حوله، كما تعمل على توجيهه خلال باقي خطوات البحث.

و قد حاولنا الاعتماد على بعض من الدراسات السابقة كدراسات مشابهة لبحثنا و اتخاذها كخلفيات نظرية ننطلق منها و هي:

أولاً: أثر استخدام شبكات التّواصل الاجتماعي على تشكيل النّسق القيمي الأخلاقي للشّباب السّعودي لرباب رأفت محمّد الجمال (2013) في جامعة الملك عبد العزيز. إشكالية الدراسة: ماهي حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي ؟.

تساؤلات الدراسة:

تساؤلات الدراسة :

- 1- ما مدى كثافة تعرض الشباب السعودي لشبكة الانترنت كوسيلة اتصالية إعلامية ؟
- 2- ما أهم المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب السعودي عبر شبكة الانترنت ؟
- 3- ما منظومة القيم والأخلاق الراهنة لدي الشباب السعودي ؟

4- ما موقع شبكات التواصل الاجتماعي من تفضيلات الشباب السعودي لوسائل الإعلام الجديد ؟

فروض الدراسة :

في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها وإطارها النظري تتحدد فروض الدراسة فيما يلي :

الفرض الأول : يختلف معدل استخدام الشباب السعودي (عينة الدراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع - العمر . التعليم - المستوي الاجتماعي الاقتصادي).

الفرض الثاني : توجد علاقة دالة إحصائية بين قوة عناصر النسق القيمي الأخلاقي لدى الشباب السعودي وبين المتغيرات الديموغرافية (النوع - العمر . التعليم - المستوي الاجتماعي الاقتصادي).

الفرض الثالث : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الناتجة في النسق القيمي الأخلاقي علي كافة المستويات (المعرفية . الوجدانية . السلوكية).

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف والظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها تطبيقاً علي علاقة الشباب السعودي بوسائل الإعلام الجديد وتأثير ذلك علي النمط الأخلاقي والقيمي لديهم ، في ظل التأثير بوسائل الإعلام الجديدة New Media ، وتستخدم الدراسة منهج المسح الذي يعرف بأنه أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام . ويعتمد البحث في بنائه الأساسي على ما يلي :

1. نظرية المجال العام Public Sphere
2. نموذج التلقي Reception Model
3. مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

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 من الشباب السعودي ، قوامها 600 مفردة من مدينة جدة

أدوات جمع البيانات:

يعتمد البحث في جمع البيانات على الأدوات البحثية التالية:

أ - أداة المسح الميداني Questionnaire وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة البحث بعد عرضها علي عدد من المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة(106).

ب- مجموعات النقاش المركزة Focus Group

مجموعات النقاش المركزة Focus Groups : حيث تم إجراء (5) جلسات نقاش بحثية ، تضمنت كل جلسة مجموعة من (12) فرد بها نفس خصائص مجموعة البحث وبواقع نسبة ممثلة لإجمالي العينة (10%)، وتم إدارة الجلسة باستخدام أسلوب المناقشة والعصف الذهني في كل جلسة بهدف تقديم نتائج تساعد في رصد واقع تأثير وسائل الإعلام الجديد علي منظومة القيم والأخلاق لديهم بهدف تقديم نتائج كيفية تساعد في تفسير النتائج الكمية للبحث .

متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل : شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع : النسق القيمي الأخلاقي.

المتغيرات الوسيطة : دوافع التعرض ، نوع التعرض ، معدل الثقة ، والمتغيرات

الديموغرافية (النوع - العمر) .

نتائج الدراسة:

1-ارتفاع معدّل استخدام الشّباب لشبكة الإنترنت.

2-أكد معظم العينة بنسبة 86.33% أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام .

3-تبين أنّ معدّل الثقة في مواقع التّواصل الاجتماعي منخفض للغاية .

4-انتهت الدّراسة إلى أنّ مقياس النّسق القيمي للشّباب يتّسم بالثبات إلى حدّ ما.

توصيات الدراسة:

2-إجراء المزيد من البحوث حول النّسق القيمي للشّباب ، وعلاقته بوسائل الإعلام الجديد ، ورصد التّأثيرات المحتملة لاعتمادهم على تلك الوسائل الإلكترونيّة ، سعيا لإحداث المزيد من التّواصل مع تلك الفئة الهامّة.

3-ضرورة الانتباه لخطورة تأثير وسائل الإعلام الالكتروني بإجراء المزيد من الأبحاث ، خاصّة وأنّ التّوقعات المستقبلية في ضوء النّتائج العامّة لهذه الدّراسة، و كذلك اختبار فروضها تؤكّد استمرار استخدامها و الاعتماد عليها.

4-تصارع القيم و عدم الوعي بها قد يؤدّي إلى الاضطرابات النفسيّة حيث يؤدّي القلق و الإحباط و العنف و المفهوم السّلبى للذات ولذا توصي الدّراسة بتكثيف الدّراسات النّظريّة و العمليّة و الميدانيّة لرصد ظاهرة إدمان الإنترنت و معرفة مدى انتشارها في المجتمع ، و آثارها على الشّباب بشكل خاص في أدائهم العلمي و حياتهم الأسريّة .

5-دعم التّوعيّة الأسريّة و الإعلاميّة بالمخاطر الاجتماعيّة و الأخلاقيّة النّاجمة عن استخدام شبكات التّواصل الاجتماعي ، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهميّة استخدام الإنترنت و تحديدا ايجابياته و سلبياته.

ثانيا: دراسة السعيد بومعيزة حول أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب ، جامعة الجزائر ،

الإشكالية:

ماهو أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب الجزائري؟.

فروض الدراسة:

- إن استعمال وسائل الإعلام من حيث عادات و طرائق التعرض و المدة الزمنية من طرف الشباب يختلف باختلاف التغيرات الديموغرافية .
- إن الشباب يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء المحلية أو الأجنبية.
- أن الشباب يستعملون الفضائية الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.

الإجراءات المنهجية:

وللإجابة على فروض الدراسة لجأ الباحث إلى عملية المسح التحليلي من خلال تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة أي فحص العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في وسائل الإعلام و المتغيرين التابعين القيم و السلوكيات من خلال استخدام عينة غير احتمالية حيث أخذ 160 مفردة من ولاية البليدة التي مثلت مجتمع البحث في هذه الدراسة، واعتمد على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس بمعنى 50% ذكور و 50% إناث.

ومن بين أدوات البحث التي استعملها لجمع المعلومات هي الاستمارة و المقابلة المقننة.

نتائج الدراسة:

- أن الشباب يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بالقيم و أنهم مستوعبون للتوجهات القيمية الموجودة في البيئة الاجتماعية، ويختارون ما يتلاءم وقيمهم ويطرحون جانباً ما يتعارض معها.

- أغلب الشباب يوظفون وسائل الإعلام لتعميق معارفهم الدينية .

- المحدد الأول لقيم الشباب و سلوكياته ليس وسائل الإعلام ، وإنما هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل: الأسرة، الجماعة الأولية، المدرسة...

ثالثاً: دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (1433هـ - 1434هـ) حول موضوع أثر استخدام

شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية، السعودية، وذلك بهدف التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفايسبوك و تويتر و التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع و الكشف عن الآثار الإيجابية و السلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع .

تساؤلات الدراسة:

- ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر؟.
- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفيس بوك و تويتر؟.
- ما الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام الفيس بوك و تويتر؟.
- ما الآثار السلبية الناتجة عن استخدام الفيس بوك و تويتر؟.

الإجراءات المنهجية:

تم التطبيق على عينة قوامها 150 طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز ، باستخدام منهج المسح الاجتماعي باستعمال أداة الاستبيان من الفصل الثاني من 1433هـ إلى الفصل الأول من 1434 .

نتائج الدراسة:

- 1- أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك و تويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن و اتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.
 - 2- استفدن الطالبات من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة، والبحث عن صداقات جديدة ، والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً.
 - 3- إن استخدام الفيسبوك و التويتر العديد من الآثار الايجابية أهمها ، الانفتاح الفكري، و التبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.
 - 4- كما أشارت النتائج أيضا إلى وجود علاقات اجتماعية بين الايجابيات و السلبيات ، كما توجد علاقة ارتباطية طردية بين متغير طريقة الاستخدام و بين أسبابه و طبيعة العلاقات الاجتماعية.
- و خاصة الدراسة إلى وضع مجموعة من التوصيات منها : تنظيم دورات للتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و كذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

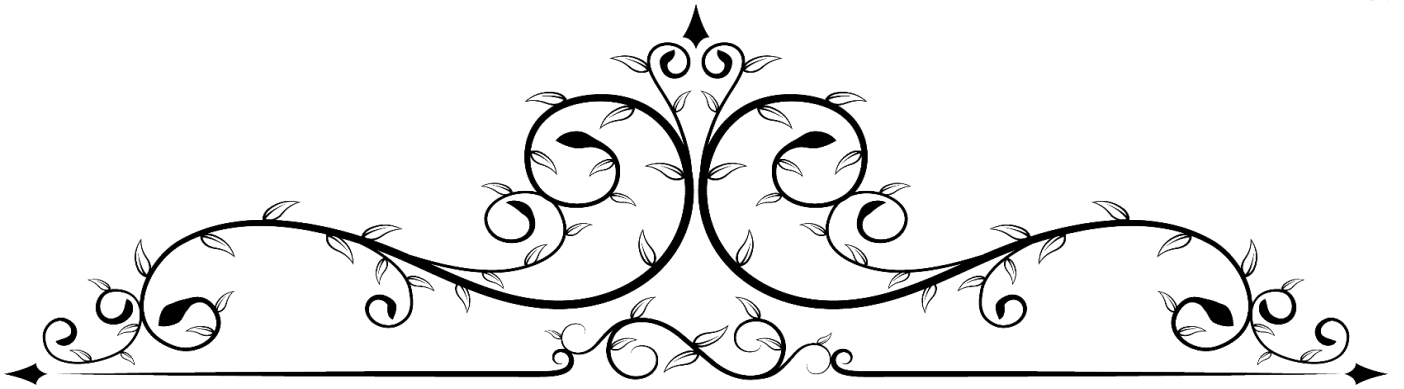
06- صعوبات الدراسة:

لا يكاد يخلو أي بحث علمي من الصّعوبات لكن هذه الصّعوبات أحيانا تزيد الباحث رغبة أكثر في التمسك في موضوع بحثه ، لتحقيق أهدافه العلميّة،ومن الصّعوبات التي تلقيناها خلال قيامنا بهذه الدّراسة :

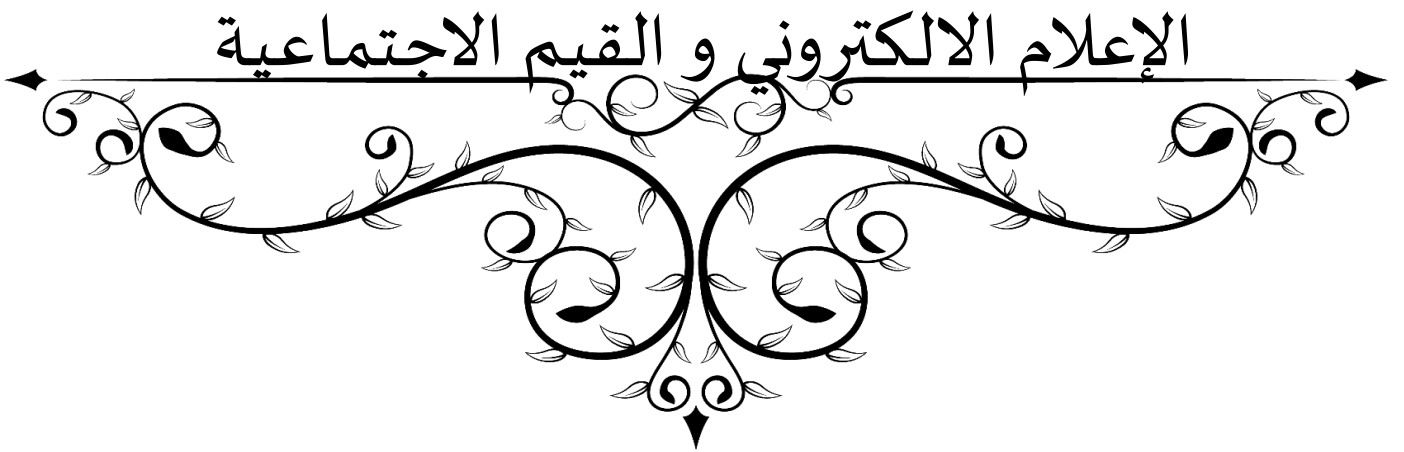
- ضيق الوقت و الفترة المحددة للبحث العلمي.
- عدم جدية المبحوثين عند استخدامهم للاستمارة ، حيث اضطررنا لإعادة توزيع العديد من الاستمارات التي لم يجب المبحوث عنها ممّا أدّى بنا إلى الوقوف مع المبحوث وإعادة النّظر إلى الورقة قبل انصرافه.

07- حدود الدّراسة:

لقد استغرقت عملية توزيع الاستمارات، من 10 أبريل إلى 14 أبريل 2016 من يوم تقسيم الاستمارات على المبحوثين ، إلى اليوم الأخير الذي تمّ فيه جمع الاستمارات، وقد احتوت الاستمارة على البيانات الشّخصيّة للمبحوثين على عدّة أسئلة مقسّمة حيث اختصّت بدراسة استخدام طلبة جامعة الدكتور يحي فارس لموقع الفايسبوك بالمدينة.



الفصل الثاني:



الإعلام الإلكتروني و القيم الاجتماعية

تمهيد:

تعتبر القيم خاصية من خصائص المجتمع الإنساني، فالإنسان هو موضوع القيم، و القيم عملية اجتماعية تختص بالجنس البشري عموماً تشتق أهميتها ووظائفها من طبيعة وجوده في المجتمع، فلا وجود للمجتمع الإنساني دون قيم، فهما ظاهرتان متماسكتان أشد التماسك، ويشبهها كروبير (kroeber) بأنهما " كسطحي الورقة في تلاصقها، فإذا محزنا من أي مجتمع إنساني قيمه، فإننا بذلك نكون قد سلخنا عنه بشريته. وبشكل عام تمثل القيم " إطاراً مرجعياً يحكم تصرفات الفرد و الجماعة، و بالتالي فإن دورها يتمثل في تكوين شخصية الفرد و نسقه المعرفي، و تشكل الطابع القومي أو الشخصية القومية، و على الرغم من أهمية موضوع القيم (values) إلا أنه ظل لفترة طويلة خاضعاً للتأملات الفلسفية التي أحاطته بجو من الغيبية بعيداً عن الدراسة العلمية الواقعية، و يرجع البعض تأخر الاهتمام بدراسة القيم إلى الاعتقاد السائد لدى علماء النفس و الاجتماع عموماً - آنذاك - إلى أنها تقع خارج نطاق الفحوص الإمبريقية التجريبية، كما أنها لا تخضع للقياس.

بحيث تشكل دراسة القيم أهمية خاصة، كونها تشكل الملامح الأساسية لضمير المجتمع ووجدانه، و في تشكيل ضمائر أفراد المجتمع، و هي في هذا السياق تهدف إلى تنظيم السلوك و الحفاظ على وحدة الهوية الاجتماعية و تماسكها¹.

¹ - ماجد الزيود ، الشباب و القيم في عالم متغير ، ط1 (عمان : دار الشروق للنشر و التوزيع ، سنة 2006) ،

المبحث الأول: مدخل إلى الإعلام الإلكتروني:

استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعدّ تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدي، وإنما وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام من خلال انتشار المواقع، والمدونات الإلكترونية بالإضافة إلى ظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الإنترنت، وإفراز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة الناتجة عن الدمج بين كل هذه الأنماط، بل يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته بحيث يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة، يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة مهمة جداً لنشر المعلومات والحصول عليها ، و بالتالي ظهر جيل جديد لا يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني، والذي يسمّى بالجيل الشبكي أو جيل الإنترنت، هذا ما أدّى بنا إلى دراسة هذا الإعلام والعلاقة الموجودة بينه وبين هذا الجيل، وللغوص في المفهوم أكثر تطرّقنا إلى جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات الخاصة به وبالتحديد المواقع الإلكترونية باعتبارها نموذج لدراستنا.

-تعريف الإعلام الإلكتروني:

"إنّ إعلام عصر المعلومات، نتج عن التزاوج بين ظاهرة تفجير المعلومات **Explosion (information)** وظاهرة الاتصالات عن بعد **(Télécommunication)**"¹. معتمداً في ذلك على استخدام الكمبيوتر بصفة عامّة والإنترنت بصفة خاصّة، حيث عرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة **High Tech Dictionary** بشكل مختصر ويصفه بأنّه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعدّدة"².

¹ - سميرة شيخان، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول + الثاني 2010، ص442.

² - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم الوسائل التطبيقات)، ط1، (عمان: دار الشروق سنة 2008)، ص31.

كما يشير المفهوم أيضاً في أنه "الخدمات الإعلامية الجديدة التي تتيح تطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آلياً أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة، بحيث تشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف ويختلف في الاعتماد على الوسائل الإعلامية الحديثة والمتطورة"¹، بالإضافة إلى أنه مصطلح، يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة، والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي، وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل: الصحف المطبوعة، والمجلات، والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، كانت باعتباره المرحلة الأكثر تطوراً حتى الآن، على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا عائد إلى استغلال التطور التقني ليس إلا من حيث قدرته على رده الفجوة المعلوماتية من خلال إنتاجه المعلومة والرأي على نطاق أوسع وبكفاءة أعلى، والإعلام الإلكتروني هو: "الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى ووسائل الاتصال الإعلامي، حيث يقف هذا المصطلح أمام رؤيتين الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي والثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطويراً لنظيره التقليدي وحصر Nicholes negroponte مؤسس معمل الإعلام الجديد في (Massachusetts) الفارق بين الإعلام الجديد و التقليدي في أنّ الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية"²، كما أنه "إعلام فرضت تقنياته إمكانية قياد أي فرد يمتلك جهاز الكمبيوتر أن يكون لديه الفرصة للولوج إلى الإنترنت و الحصول على الخدمات التي توفرها، بل وتشكيل البيئة المحيطة ونشره أفكاره ومعتقداته عبر امتداد البسيط

¹ - فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، سنة 2010)، ص ص 136 - 137.

¹ - نسرین حسونة، "الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف)" متاح على شبكة الألوكة:

، بالإضافة إلى سمته المتميزة و المتمثلة في التفاعلية، والتي تساهم في إثراء المشاركة وتوسيع نطاقها وجذب انتباه المجتمع حول محتواها¹، ولكن يمكن أن نلخص من جملة هذه التعريفات، فكرة أو تعريف يمكن استقراءه من أنّ الإعلام الجديد " يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال و التكنولوجيا و الخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفرد **Individuality** والتخصيص **Custimization** وهما تأتيات نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسمي إعلام القرن 20 ، فإنّ الإعلام الشخصي و الفردي هو إعلام القرن الجديد ، ولكننا يجب أن نتفق بأنّ الإعلام الجديد ليس انترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كلياً عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الانترنت ، فالإعلام الجديد يستبطن عدد من التكنولوجيا من نص وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المبتكرة إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الانترنت².

وبالتالي فإنّ الإعلام الإلكتروني في تصوّري و حسب مجمل هذه التعريفات هو الرأي والمعلومة والخبر، والخبرات والتجارب، والصور، ومشاهد الفيديو التي تنشر إلكترونياً من قبل أفراد، حيث غزى المجتمع وساهم في التأثير عليه خاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد، بحيث نشأ في ظلّ البيئة الرقمية، وتميّز بالتفاعلية في الأشكال والتكنولوجيا والتي تشمل كلّ المجالات.

¹-قينان عبد الله الغامدي، "التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني"، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة(الإعلام والأمن الإلكتروني)، صحيفة الشرق، مايو 2012، صص 7-8.

²-مصطفى صادق عباس، الإعلام الجديد(المفاهيم الوسائل التطبيقات ، مرجع سابق، صص 34.

- أسماء الإعلام الإلكتروني:

لقد اختلفت وتعددت أسماء الإعلام الإلكتروني، واشتملت على عدّة أسماء ومعاني ومفردات ومن بين هذه الأسماء نجد الاسم البديل له أو المرادف له وهو الإعلام الجديد، فذكر كلمة أو مفهوم الإعلام الإلكتروني وكأنّه النطق بالإعلام الحالي أو الجديد أي عكس التقليدي أو تطوير للإعلام التقليدي "بالإضافة إلى أسماء أخرى بحيث نجد:

أ- **الإعلام الرقمي:** لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي، وغيرها، أو أي وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.

ب- **الإعلام التفاعلي:** حيث يوفّر حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعلية وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.

ج- **الإعلام الشبكي:** و المتمثلة في خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الإنترنت وغيرها من الشبكات.

د- **الوسائط السيبرونية:** من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي **Williom gibson** في روايته التي أصدرها عام 1894.

هـ- **إعلام المعلومات:** للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطوّر تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.

و- **إعلام الوسائط المتعددة:** وهي حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو¹.

- أقسام الإعلام الإلكتروني:

يمكن تقسيم الإعلام الإلكتروني إلى أربعة أقسام والمتمثلة في:

1- "الإعلام القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها.

2- الإعلام القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصّحف.

¹ - صادق عباس مصطفى ، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية و خصائصه العامة "، نقلا عن موقع:

3- نوع من منصّة الوسائل التقليديّة مثل: الرّاديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميّزات جديدة مثل: التفاعليّة والرقميّة والاستجابة للطلب.

4- "الإعلام الإلكتروني القائم على منصّة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إمّا شبكيّاً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل: الأسطوانات الضوئيّة وما إليها وتشمل العروض البصريّة وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونيّة وغيرها"¹.

إنّ الإعلام الإلكتروني باعتباره إعلام نشأ في ظلّ البيئّة الرقميّة ، يتميّز بالتفاعليّة و التّنوع في الأشكال والتكنولوجيا ، لديه خلفيّات لنشأته ومراحل تطوّر لهذه النشأة وآفاق متعلّقة به.

-نشأة وتطوّر الإعلام الإلكتروني:

"لقد ساهمت الثّورة التكنولوجيّة في مجال الاتّصال في إحداث **New Media** تغيير بنيوي في نوعية الكّم والكيف في وسائل الإعلام ، حيث لم تأذن هذه الثّورة بولوج العالم إلى عصر المشاركة وقرب نهاية عصر الرّقابة والتّحكّم بالمعلومات، ولكنّها أذنت أيضاً بثّورة من نوع آخر ، ثورة سياسيّة ضدّ كافة أشكال التّحكّم والتسلّط والاستبداد، حيث اندمجت العناصر التكنولوجيّة لتشكّل شبكة الإنترنت لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتّصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئيّة، وكذلك الجماهيرية والشخصية"².

-عوامل ظهور الإعلام الإلكتروني:

وراء ظاهرة الإعلام الإلكتروني عوامل تقنيّة واقتصاديّة وسياسيّة يمكن تلخيصها فيما يأتي:

"1-العامل التقني: المتمثّل في التّقدّم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتّصالات ولا سيما ما يتعلّق بالأقمار الصناعيّة وشبكات الألياف الضّوئيّة، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجيّة في توليفات اتّصالية عدّة لتظهر شبكة الإنترنت.

¹ - بشير البرغوثي، النظام الإعلامي الجديد، (عمان: دار رؤى للنشر والتوزيع، سنة 2003)، ص27.

² - مها فالح ساق الله، ماهية الإعلام الجديد، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزّة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2013، ص34.

2- العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسرار حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وهذا ليس لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها -أي المعلومات- سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوماً بعد يوم، بقول آخر إنَّ عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

3- العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات¹.

و قد تداخلت هذه العوامل التقنية و الاقتصادية و السياسية بصورة غير مسبوقه ، جاعلة من الإعلام الإلكتروني قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية ، مما ساهم إلى ظهوره بشكل جيد وسريع.

- الآفاق المتعلقة بالإعلام الإلكتروني:

يعتبر الإعلام الإلكتروني إعلام المستقبل بفضل المزايا التي أصبح يتسم بها ، و المتمثلة في سرعة انتشار المعلومات، فالمتتبع لنشأة الإعلام الإلكتروني يتوصل إلى أنه نشأ نشأة عشوائية، كما هو حال نشأة الشبكة المعلوماتية، إلا أنه بدأ يهتدي إلى طريقه الصحيح، وذلك عن طريق رسم آليات عمل منظمة وإصدار أنظمة وتشريعات تحقق الهدف المنشود، والحقيقة التي نريدها هي أن الإعلام الإلكتروني أثبت في سنوات قليلة من عمره ، أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيراً ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون و مستمعي الإذاعة في آن واحد، كما تعدّ هذه الوسيلة الإعلامية ثورة

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

في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلاً لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص. وارتباط بأفاق الإعلام الإلكتروني، تجمع كل الدراسات التي أجرتها العديد من المنظمات الدولية المهتمة بواقع الصحافة الإلكترونية باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام الإلكتروني بأنها المستقبل القادم المحتم، بالإضافة إلى أنه أكدت بعض الدراسات أن سنة 2018 سيكون عاماً فاصلاً على مستوى العالم في تفوق الإعلام الإلكتروني على الإعلام التقليدي، وعليه يتضح أن للإعلام الإلكتروني آفاقاً مستقبلية واعدة لأنه يعتمد على التكنولوجيا الحديثة، وهو الأمر الذي يخفض من تكاليفه، ويوسع من دائرة مستخدميه ويظهر هذا الإقبال عن طريق انتشار أجهزة النشر الإلكتروني ووسائل الاتصال الحديثة المحمولة على كل يد، والتي يستطيع حاملها الدخول إلى الإنترنت ومطالعة موقعه الإلكتروني المفضل، أو قراءة صحيفته المفضلة من أي مكان وفي أي زمان¹.

-سمات وخصائص الإعلام الإلكتروني:

يتسم الإعلام الإلكتروني على غرار أنه إعلام على غرار أنه إعلام جديد بمجموعة من الخصائص التي ميّزته بصفة كبيرة عن الإعلام التقليدي وأعطت له صورة جديدة وعصرية وتكنولوجية ويظهر ذلك في كونه:

"إعلام يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما خفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه.

*إعلام مفتوح حيث فتح المجال لمستخدميه في جميع المجالات وفي كل نطاق"².

" التفاعلية **Inreactivity**: التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل: الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو

¹ - نور أو علي، "الانترنت والإعلام الإلكتروني (الانطلاقة والآفاق)", منديات ستار تايمز في 2014/02/05،

² - فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 277.

المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليّة التي يريدّها من أرادها وبالشكل الذي يريدّه. حيث كانت في السابق قدرة المستخدمين تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على مجلات الزوار مثلاً، ثمّ انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرّر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غيرها أنّها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي تتوقّر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتوب والموسوعات الحرّة مثل: ويكيبيديا ، وهذه المواقع تمثّل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية¹.

" اللاجماهيرية **Demassification**: وتعني أنّ الرّسالة الاتّصالية من الممكن أن تتوجّه إلى فرد أو جماعة معيّنة، وليست إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكّم في نظام الاتّصال بحيث تصل الرّسالة مباشرة من منتج الرّسالة إلى مستهلكها"².

" التّنوع **Variety**: وتعني التّنوع في عناصر العملية الاتّصالية، التي وفرت للمتلقّي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتّصال بما يتفق مع حاجاته و دافعه للاتّصال ، وهذا التّنوع أدّى إلى ظهور ما يسمّى بنظام الوكالة الإعلامية الذكيّة و الوكيل الإعلامي الذي يقوم ببناء على برامج خاصّة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقّي وتقديمها في حزمة واحدة يتمّ عرضها في الوقت الذي يختاره المكان الذي يتواجد فيه، ويلي حاجاته المتعدّدة والمتجدّدة"³.

" قابلية التّحويل (**Convertibility**): وهي قدرة وسائل الاتّصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيّات التي يمكنها تحويل الرّسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس بالإضافة إلى:

¹ -نسرين حسونة، مرجع سابق، ص08-09.

² -صاوق عباس مصطفى، الإعلام الجديد(المفاهيم الوسائل التطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص34.

³ -نسرين حسونة، مرجع نفسه ، ص09.

*قابلية التّوصيل (Connectivity) : وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتّصاليّة بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغضّ النّظر عن الشركة الصّانعة لها أو البلد الذي تمّ فيه الصّنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز التّفاز بجهاز الفيديو DVD¹.

" التّكامل Variety: حيث تعني أنّ الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأنّ النّظام الرّقمي بمستحدثاته يوفّر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التّخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التّعرّض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعدّدة.

*تجاوز الحدود النّقافيّة: يطلق على شبكة الإنترنت أنّها شبكة الشّبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشّبكات الدّوليّة والإقليميّة التي تتزايد كلّ عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التّوقّعات حول أعدادها وتطويرها، و يتزايد عدد مستخدمي الانترنت في كلّ دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقّة، نتيجة توفر إمكانيّة الاتّصال ورخص تكلفتها، ممّا أدّى بالتّالي إلى تجاوز الحدود الجغرافيّة وتميّز وسقوط الحواجز النّقافيّة بين أطراف عملية الاتّصال سواء الاتّصال بالعالميّة أو الكونيّة على المستوى الثّنائي أو الجمعي الذي يحقّق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والنّقافي من خلال مواقع القنوات التّلفزيونيّة وصحف الشّبكات التي أصبح يتعرّض لها الملايين من سكّان القارات السّت على الرغم من اختلاف لغات البثّ والإذاعة².

" اللاتزامنيّة (Asychronization): وتعني إمكانية إرسال الرّسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلّب من المشاركين كلّهم أن يستخدموا النّظام في الوقت نفسه ، فمثلاً في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرّسالة مباشرة من منتج إلى مستقبلها في أيّ وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرّسالة³.

¹ -سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص447.

² -نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره ، ص ص 09-10.

³ -سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص ص 446-447.

فمن خلال هذه السمات والخصائص يظهر الفرق الجوهرى بين الإعلام التقليدي و(الإعلام الإلكتروني) في كونه إعلام العصر وإعلام بديل عن الإعلام الأول حيث أعطت كل ميزة من ميزات هذا الإعلام الإلكتروني نظرة جديدة وطبعة أجمل.

-وظائف الإعلام الإلكتروني وأهميته:

"حدّد (شارم) و(لاسويل) عدد من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات ووجد ويلر شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي:¹

- 1-مراقبة الناس والتّعلّم منهم.
 - 2-توسّع آفاق التّعرف على العالم.
 - 3-توسيع التّركيز والاهتمام.
 - 4-رفع معنويّة الناس.
 - 5-خلق الأجواء الملائمة للتّنمية.
 - 6-يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه.
 - 7-يغذّي قنوات الاتّصال بين الأشخاص.
 - 8-تدعيم الحالة الاجتماعية.
 - 9-توسيع نطاق الحوار السّياسي.
 - 10-تقوية المعايير الاجتماعية.
 - 11-تنمية أشكال التّدوق الفنّي والأدبي.
 - 12-يؤثر في الاتجاهات الضّعيفة ويقوّيها.
 - 13-يعمل مدرّساً ويساعد في جميع أنواع التّعليم.
 - 14-تطوّر الحاجات الاجتماعية والسّياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة"².
- حيث وُلدت هذه الأخيرة وظائف للإعلام الإلكتروني المعاصر منها:

¹ -نسرين حسونة، "الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف)"، ص12، متاح على شبكة الألوكة:

www.alukah.net . vue le 18-01-2016 à l'heur 09.30

² -نسرين حسونة، مرجع نفسه، ص12.

*تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي ، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه تتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

"سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية ، وتنتشر الوقائع و الأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها"¹.

"القدرة على القيام بالتعبئة لتأكيد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكوّن من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها، ممّا يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبيرية" التي تعمل بمعزل عن كلّ النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية"².

"غياب المصادر وتحرّي المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

*تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميّزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمّها سعة التخزين وسهولة الإتاحة"³.

¹ -نسرين حسونة، المرجع نفسه ، ص12.

² -مصطفى صادق ، الإعلام الجديد(المفاهيم الوسائل التطبيقات ، مرجع سبق ذكره، ص18.

³ -سعد بن محارب،الإعلام الجديد في السعودية،(لبنان : جداول للنشر والتوزيع، 2012)، ص33.

"* أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً على اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة"¹.

"* مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الإنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لها الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الإلكتروني في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها"².

وبالتالي ساهم الإعلام الإلكتروني في تقديم العديد من الخدمات من خلال وظائفه التي جعلت من العالم الحقيقي عالم آخر وقضت على الحدود الجغرافية وجعلت منه عالم صغير يمكن التجول فيه دون قيود ودون مشقة وبكل سهولة.

- أهمية الإعلام الإلكتروني:

"* انتشاره الواسع بين الناس دون استثناء وخصوصاً فئة الشباب التي تعتبر هي الفئة الأهم للمجتمع، مما خلق إعلام حرّ وتعدّد وجهات النظر مما يجعل المتابع للإعلام الإلكتروني يبحث عن وجهات نظر مختلفة ويختار أقربها إلى ذهنه ويقوم باعتمادها مباشرة بعد أن يطلع على مصادر الأخبار المختلفة في التوجهات والرؤى وبالتالي إمكانية الاستفادة من مواهب الجميع والتعبير عن الآراء بحرية وكذلك إمكانية طرح وجهة نظر للآخرين دون قيود أو مشاكل أمنية"³.

¹ -نسرين حسونة، مرجع سابق، ص13.

² -بشير البرغوثي، مرجع سبق ذكره، ص65.

³ -فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1، (عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، سنة 2010)، ص136.

"سهولة تلقي المعلومات من مختلف أنحاء العالم، وسهولة طرح المعلومات بالصوت والصورة والكتابة إلى جميع أنحاء العالم، فهو يختصر الزمن والمكان، ولا يعرف الحدود كالإذاعات والتلفاز وحتى القنوات الفضائية لها أحياناً حدود عبر أقمار معينة، أما الإنترنت فلا يعرف الحدود.

*إمكانية الوصول للمعلومات والأخبار القديمة أيضاً، حيث أنّ وسائل الإعلام الأخرى تركّز على المعلومات الحديثة والأخبار الحديثة مما يدلّ على أنّ الإعلام الإلكتروني يوثق أحداث كثيرة مرّت على هذا العالم والتواصل مع الآخرين بسهولة وبساطة مما يؤدي إلى إمكانية التغيير في المجتمع والشباب نحو الأفضل.

*الإعلام الإلكتروني حرّر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، فله مطلق الحرية بتلقي أيّ معلومات أو إرسال أيّ معلومات دون قيود¹، وبالتالي فإنّ الإعلام الإلكتروني من خلال خدماته المتنوعة وخصائصه المختلفة خاصة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتي ميّزته عن الإعلام التقليدي، جعل منه إعلاماً له أهمية بالغة في أذهان متلقّيه وفي عقولهم، حيث أصبح جزء لا يتجزأ من حياته، ولا يمكن الاستغناء عنه، وذلك لكونه يشبع حاجياته و رغباته.

- أشكال الإعلام الإلكتروني ووسائله:

"ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها web 2.0، وكانت أبرزت تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات.

ومع تدفق التّقنيّات الإعلاميّة الجديدة فإنّ المفاهيم الإعلاميّة ونظم الاتّصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليديّة على التكيّف مع التّغيّرات التي فرضتها شبكة الإنترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتّصال الجماهيري، وهنا يشير (برودي)

¹ - فيصل أبو عيشة، مرجع نفسه، ص ص 136- 137.

"بينما يستمرّ التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإنّ الإعلام الرّقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متّصل بالإنترنت"¹.

"تتعدّد أشكال الإعلام الإلكتروني الرّقمي فيما يلي:

-المواقع الإعلاميّة على شبكة الإنترنت.

-الصّحافة الإلكترونيّة التي تعتبر نوع من الاتّصال بين البشر يتمّ عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات والاتّصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات تقنيّات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتّصال"².

بما في ذلك استخدام النّص والصّوت والصّورة والمستويات المختلفة من التّفاعل مع المتلقّي لاستقصاء الأنباء الآنيّة وغير الآنيّة ومعالجتها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني.

-الإذاعة الإلكترونيّة والتلفزيون الإلكتروني وذلك من خلال خدمات البثّ الحيّ للإذاعات والقنوات التلفزيونيّة على مواقع خاصّة على الشبكة .

-خدمات الأرشيف الإلكتروني.

-الإعلانات الإلكترونيّة: من خلال خدمات النّشر الإعلاني على الإنترنت.

-خدمات إعلاميّة الكترونيّة متنوّعة سواء كانت تواصلية، معرفيّة، وترفيهية.

-المدونات **Blogs**: والتي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى من خلال صفحة ويب التي توجد على شبكة الإنترنت والتي تظهر في شكل تدوينات مؤرّخة ومرتبّة ترتيباً زمنياً اقتصادياً، يتحكّم فيها مدير أو ناشر المدونة"³.

¹ -قينان عبد الله الغامدي، قينان عبد الله الغامدي، "التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني"، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، صحيفة الشرق، مايو 2012، ص 09.

² -فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 276.

³ -فيصل أبو عيشة، مرجع نفسه، ص 276.

"خدمات البث عبر الهاتف الجوال التي تشمل كل من البث الحيّ وبثّ الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة SMS و MMS...بالإضافة إلى بثّ خدمات الأخبار العاجلة"¹.

-وسائل الإعلام الإلكتروني:

"يطلق على الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الإلكتروني ، ومن وسائله مايلي"²:

1- "مواقع الشبكات الاجتماعية: انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفيسبوك (Face book) وماي سبيس (My Space)، وتميّزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكّنت الناس من التعبير على طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعّال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا"³.

حيث أنّ هذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتاً طويلاً جداً في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل الثابت مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى: "ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة مثل: ماي سبيس أداة للتطوير الاجتماعي ضرورة للشباب للإسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية، والاقتصادية لمجتمع اليوم"⁴.

1 - قينان عبد الله الغامدي، نفسه، ص09.

2 - نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص03.

3 - المنصور محمّد، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جهود المتلقين"، الأكاديمية العربية في الدانيمارك، 2012، ص16.

4 - نسرين حسونة، مرجع نفسه ، ص04.

كما يمكن القول بأنها عبارة عن فضاء يجمع جماعات معيّنة تتناقش وتتجاوز فيما بينها وتتبادل المعلومات والآراء والاتجاهات و الانطباعات الخاصة بالمشاركين مما يخلق نوع من الثقافة الموجودة بينهم تضم كل من:

*موقع فيس بوك **Face book**.

*موقع ماي سبيس **My Space**.

2- "المدونات": هي تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهي في أبسط صورها عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبّة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر منها عدد محدّد يتحكّم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمّن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكلّ تدوينة منها عنوان دائم ومسار دائم لا يتغيّر منذ لحظة نشرها مما يمكّن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق، عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يتضمّن ثبات الروابط ويحوّل دون تحللها.

- كما أنّها نوع من مواقع الويب تسمّى **Blog** مختصرة لكلمتين هما **Web** والتي تعني الشبكة العنكبوتية و **Log** بمعنى سجّل أو دفتر أو جريدة يومية¹.

فالمدونة هي نشر دوري للمقالات والمعلومات، تأخذ ترتيب زمني بحيث يتمّ الحفاظ عليها والرجوع إليها في أي وقت، تكون مصنّفة ومرتبّبة وفق معلومات أو مواضيع معيّنة مما يجعلها متاحة لجميع أفراد المجتمع وفضاء للتعبير والمشاركة لهم.

3- **الويكي Wiki**: "هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع موقع **Wikipedia** وهو الموسوعة التي تضمّ ما بين المقالات لمعظم لغات العالم"².

¹ - فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 151.

² - المحارب سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية، ط1، (لبنان: جداول للنشر والتوزيع 2011)، ص 54.

"كلمة الويكي **Wiki** بلغة شعب جزر هاواي الأصليين تعني، بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الإنترنت"¹.

"أما بالانكليزية فهو موقع يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها بدون أي قيود في الغالب، وربما تشير إلى برامج ويكي المستخدمة في إدارة هذا النوع من المواقع للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع"².

كما يمكن القول بأنها صفحات قابلة للتحرير من طرف الزوار بشكل تعاوني لبناء معلومات في مواضيع معينة والتي تعمل في شبكة الإنترنت.

4-البودكاست:

"هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدوياً ، فالمستخدم الذي يملك تطبيق على جهازه كتطبيق **Apple itunes** مثلاً، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم **itunes** بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكياً في حال توفرها"³.

5-المنتديات:

"هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على المواقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الإنترنت -مثل المواقع المتخصصة- وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على المواقع ، و إتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الردّ عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضدّ الآراء أو الأفكار

¹ -المحارب سعد بن محارب، مرجع نفسه، ص54.

² -فيصل أبو عيشة، مرجع نفسه ، ص163.

³ -نسرين حسونة، "الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف)"، ص06، متاح على شبكة الألوكة:

المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولي المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج"¹.

*مجتمعات المحتوى:

" هي مجتمعات (موقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات تهتم بالصّور كموقع **Fliker**، وحفظ الروابط **Bookmark links** كموقع **Del.** **Icio.us** والفيديو كموقع **You Toub**"².

*التدوين المصغّر **Microblogging**:

"هو عبارة عن خدمات تقدّمها شبكات اجتماعية تسمح بإنشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أنّ التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، ويتمّ التدوين إمّا عبر الويب سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطوّرة بناء على منصة تطوير الموقع أو عبر الرسائل القصيرة (sms)، ويعتبر موقع **Twitter** أشهر موقع للتدوين المصغّر، بالإضافة إلى **Pownce** و **Jaiku**"³.

بمعنى أنّ هذا الأخير هو عبارة عن صورة مصغّرة تعمل على تجسيدها بعض المواقع الاجتماعية بهدف توفير بعض المعطيات التي تخدم الشخصية الفردية والذاتية بصفة خاصة، وهي بمثابة المدونات التي تعكسها جملة من الرسائل القصيرة كموقع **Twitter** الأكثر شهرة في ذلك.

فمعظم هذه الوسائل ساهمت في إعطاء الإعلام الإلكتروني ميزة وخدمات اختلفت عن الوسائل الأخرى للإعلام التقليدي.

¹- كاتب سعود صالح، "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع... والتحديات والفرص"، بحث مقدّم للمؤتمر العالمي للإعلام الإسلامي، 2011، ص43.

²- نسرين حسونة، مرجع نفسه، ص ص06-07.

³- المنصور محمد، مرجع سابق، ص19.

-سلبيات الإعلام الإلكتروني:

"يواجه الإعلام الإلكتروني بعض الإشكاليات في انتشاره وصعوبات أدت إلى سلبيات في هذا الإعلام وعلى سبيل المثال نجد":¹

"*صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحّة وصدقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظلّ الحاجة إلى تعزيز التّواصل للقدرات الثقافيّة والتعليميّة للمتلقّي.
*ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينيّة والاجتماعيّة والثقافيّة للمجتمع.

*ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتّطرف والجنس والإرهاب"².

"*عدم التّوازن بين حجم ونوعيّة الرّسائل الإعلاميّة الموجهة و بين استعداد المتلقّي لها في ما يتعلّق بالرأي والرأي الآخر.

*تفتيت دائرة التلقّي، والتّركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصّغيرة وفق الميول والاحتياجات الفرديّة.

*انتهاك النّشر والملكيّة الفكريّة وحرية الإبداع"³.

نستنتج من هذه النّقاط أنّ الصّعوبة التي واجهها الإعلام الإلكتروني أسهمت في إنتاج هذه الآثار السّلبية و التي تعبّر عن الضّعف والانحطاط في أغلب صورته، ولعلّ أبرز عامل على ذلك هو غياب عنصر الوعي ممّا أدت إلى الانحراف وبالتالي انهيار هذه القيم لاختلافها ، بالإضافة إلى عدم الاستغلال الجيّد للجانب الايجابي منها، ممّا أدى إلى عدم تحقيق التّوازن بين هذه الصّور الإعلاميّة ومختلف مظاهرها وهو الأمر الذي ينتج عنه ضعف وتدهور أبرز ما يخدم الذات الإنسانيّة.

"*ارتكاب الجرائم الإلكترونيّة وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التّقنيّة الحديثة.

¹ -نسرين حسونة ،مرجع سابق،ص13.

² -نسرين حسونة، المرجع نفسه، ص 13.

³ -فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص278.

*صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظلّ تطوّر وسائل التّقنيّة في اختراق المواقع الخصوصيّة للمحتوى في الإعلام الإلكتروني، بحيث تعتبر انتشار الجرائم الإلكترونيّة ونشر الأفكار السّلبيّة والإرهاب من أهمّ عيوب الإعلام الإلكتروني¹.

فمن بين أهمّ هذه السّلبيّات الاختراق السّريّ للشبكات الإعلاميّة والذي يسمح بتكسير وتفكيك الوحدة السّريّة الخاصّة بالمعلومات لهيئة خاصّة، فيعمل على تسربها وبالتالي انتشار مختلف الجرائم التي تعتبر تهديداً للإنسان سواء من خلال التّأثير في الفكر بنشر بعض الأمور السّلبيّة أو التّأثير لذات الإنسان من خلال إلحاق الضّرر به عن طريق الجرائم الفعليّة الإجراميّة التي تعكسها ظاهرة الإرهاب.

المبحث الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد أحدثت التّطورات التّكنولوجيّة الحديثة في منتصف عقد التّسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعيّة وثورة حقيقيّة في عالم الاتّصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في أرجاء المعمورة كافة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، وهدت الطريق للمجتمعات كافة للتّقارب والتّعارف، وتبادل الأفكار والآراء والرّغبات، حيث أدت هذه التّطورات إلى ثورة حقيقيّة مسّت جميع المجالات، بداية على مستوى الجماعات والأفراد محدثة تأثيرات، حيث ساهم في كلّ هذا ما يعرف بشبكات التّواصل الاجتماعي مثل: (الفيسبوك، تويتر، ماي سبيس، يوتوب... وغيرها)، وقد أتاح بعض منها مثل: (الفيسبوك والتويتر) في إجراء المحادثات الفورية والتّواصل والتّفاعل المباشر بين جمهور المتلقّين، حيث أصبح الكبير والصّغير ينطق بها وبفضائل هذه الشّبكات والكل لديه ثقافة استخدامه وكيفيّة التّعامل معاً، لا فرق بين الأطوار الصاعدة والأشخاص العاديين فالكل يعرف استخدامه.

¹ -قيناان عبد الله الغامدي، مرجع سابق، ص15.

-تعريف مواقع التّواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية واختلقت حيث عرفت من وجهة نظر الشّهري بأنّها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمّ ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه"¹، ويشير المفهوم أيضاً إلى أنّها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمّ ربطه من خلال نظاماً اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانويّة"²، هذا التعريف يحيل إلى أنّ هذا النوع من المواقع يمكن المستخدم بإثبات كينونته، من خلال تكوين موقع حسابي خاص يجمعه ببعض الهيئات التي تختص بذات الاهتمام و الميول ، بمعنى نوات مختلفة لقاسم مشترك واحد ، كما أنّها مصطلح يطلق على "مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم الويب 2، تتيح التّواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، كلّ هذا يتمّ عن طريق خدمات التّواصل المباشر مثل: إرسال الرّسائل أو الاطّلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها

¹-فهد بن علي الطيار، "شبكات التّواصل الاجتماعي وأثرها القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد (61) 193-226 الرياض(2014م) (1436هـ).

¹م.وائل مبارك خضر فضل الله، "أثر الفايسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010، للطباعة والنشر، ط1، ص06 متاح على الموقع:

للعرض"¹، فمن جهة أخرى يرتبط هذا الموقع بشبكة الإنترنت التي تعدّ انعكاساً للتواصل بين هؤلاء الأفراد الذي يجمع بينهم الميول والاهتمام، وهو الأمر الذي يجعل الإنسان أكثر مرونة بحيث يؤهله هذا التواصل مع الاطلاع على ملفات شخصيات مغايرة، ليكتسب بذلك رصيذاً معرفياً حول هذه الشخصيات فيكون بذلك أكثر جاهزية للعرض والتواصل.

ويعرفها المنصور بأنها "شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم"²، أمّا هذا التعريف فإنه يعمل على جمع الشخص بالحياة الاجتماعية وهذا من خلال تسهيل التعامل والتواصل مع الغير، من خلال تقريب المسافات وهذا باستخدام جملة من الوسائل كالصورة والصوت مما يعمل على توطيد العلاقات وتشديد الأوامر، كما تعتبر هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً لتقديمها "خاصية التواصل بين الأفراد وجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل بين الأفراد وجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو، والمتسبب اسمها الاجتماعي لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية"³.

من خلال مجمل هذه التعاريف نستنتج أنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن شبكات تفاعلية، تسمح بالتفاعل بين الأشخاص حول فكرة معينة أو موضوع معين أو هدف مرجو، من خلال هذا التفاعل بالإضافة إلى إجراء المحادثات الفورية دون قيود.

²- حنان بنت شعشوع الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، الفاييبوك تويتر نموذجاً، دراسة ميدانية مشروع بحثي مقدم للحصول على درجة الماجستير، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 1434هـ، ص16.

² - حنان بنت شعشوع الشهري، المرجع نفسه .

¹-نادية بن ورقلة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي"، جامعة الجلفة، الجزائر، ص03.

-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

"يرجع ظهور مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي إلى أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع **Classmates.com** عام 1995، ثم تلاه موقع **Six Degrees.com**، حيث اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين، وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأت بأرباح لمالكها"¹، ما نستنتج من هذا أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ارتبط بفترة ق 20 لكنه لم يدم طويلاً، إذ سرعان ما تم إغلاقه لأنه لم يلق حظّه بتوفير ما هو مطلوب من الأرباح، سواء كانت مادية أو معنوية ترتبط بقوة الاستعمال لأنه كان متصلاً بما يخص شخصية المستخدم،"كما ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساساً على الثقة والصداقة، حيث شملت التحديات منح للمستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال.

وخلال الفترة ما بين 2002 و 2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية فكان أولها موقع **Friendster** عام 2003، ثم تلاه موقع **My Space** الأكثر شعبية، كما برز موقع **Face book** الذي أنشأه مارك زوكر بيرج عام 2004، وبهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث كان موقع **Yahoo** أو المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في الإستراتيجية التجارية بإطلاق موقع **Yahoo 360** في 2005، وبعدها عرف الويب 2:0 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية، قدر عام 2009 ب200 موقع²، في هذه الفترة نلاحظ ارتفاع حصيلة التواصل وهذا ما يعكسه جملة من المواقع المختلفة ليتم انتشارها على نطاق واسع بظهور **Face book**.

¹ -م.وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص07.

² -مريم بن عطاء الله، سعدية خاخة، عزيزة بوقفة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2014، ص ص29-30.

"المواقع الاجتماعية أتاحت لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: Face book و Twitter وموقع مقاطع الفيديو Youtube، ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الاجتماعية فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم ممن يرتادون شبكة التواصل الاجتماعي، دوراً هاماً في شعبية هذه الشبكات، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث"¹، يوحى هنا القول إلى الشهرة التي لقيها الاستعمال الفعلي لهذه المواقع وقد شملت معظم الكوارث الطبيعية سبباً هاماً في هذه الشهرة، فحدث مثل هذه الظواهر دفع الأشخاص للمساعدة إلى هذه المواقع من أجل الاطلاع على مختلف الأخبار والتطورات ومواكبة ما هو جديد يخص هذه الظواهر، فمثلاً نجد الأحداث السياسية التي يذكر على سبيل المثال التي اجتاحت شمال إفريقيا وخاصة في تونس ومصر وليبيا، وبعض بلدان الشرق الأوسط ومنها اليمن وسوريا والبحرين والعراق وقبلها إيران " فقد كان للموقع الاجتماعي دوراً تحريضياً كبيراً، ومجالاً واسعاً لتبادل الأخبار والمعلومات، وتحديد طرق وسائل التعامل مع المستجدات اليومية، ومناورات الأنظمة السياسية وفضح أساليبها الصعبة ووسائلها لحجب الحقيقة كما يجري في بلدانها"² ، فمن الواضح أنّ هذه الشبكات قد "أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات"³، وبالتالي فإنّ أي شخص يريد أن يكون جزءاً من شبكة اجتماعية عبر الإنترنت يستطيع تحقيق ذلك عبر

²- علي محمد بن فتح محمد، "مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية"، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام الإلكتروني، صحيفة الشرق، مايو 2012م.

²- علي محمد بن فتح محمد، مرجع نفسه، ص45.

³- زاهر رامي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، عمّان جامعة عمان الأهلية، 2003، ص23.

الويب¹، فظهور مثل هذه المواقع في حياة الفرد نتيجة أو دليل على ارتباطها بالشخص والفرد بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامّة، ويرجع كلّ هذا إلى حاجة هذا الأخير إلى مثل هذه التكنولوجيا في استخداماته وتلبية احتياجاته ورغباته الخاصّة والعامّة.

-مميّزات مواقع التّواصل الاجتماعي:

لكلّ وسيلة خاصّيتها وميزتها التي تميّزها عن غيرها من الوسائل أو المواقع سواء

كانت تقليديّة أو غيرها، ومواقع التّواصل الاجتماعي تتميّر بعدّة مميّزات نذكر منها:

1- "العالميّة: حيث تلغى الحواجز الجغرافيّة والمكانيّة، وتتخطّم فيها الحدود الدوليّة، حيث يستطيع الفرد في الشّرق التّواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة"².

2- "التّفاعليّة: فالفرد فيها كما أنّه مستقبل وقارئ، فهي تلغي السّلبيّة المقيّنة في الإعلام القديم

-التّلفاز والصّحف الورقيّة-وتعطي حيزًا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ"³.

3- "سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات

الاجتماعية هي بساطتها لذا فإنّ أي شخص يملك مهارات أساسيّة في الإنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعيّة.

4-الاهتمام: هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق

العمل، السياسة، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها"⁴.

بالإضافة إلى خصائص أخرى والتي نذكرها بإيجاز هي:

¹ - وائل مبارك فضل الله، مرجع سابق، ص07.

² - ناديّة بن ورقلة، مرجع سبق ذكره، ص04.

⁵-نادية بن ورقلة، المرجع نفسه.

¹ - مريم نريمان نومار، "استخدام مواقع الشبكات وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينية من مستخدمي موقع الفاييبوك في الجزائر"، مذكّرة مكّملة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الإنسانيّة، جامعة الحاج لخضر-باتنة- تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتّصال الحديثة، 2012م، 1433هـ، ص62.

"المشاركة"¹ بالإضافة إلى الانفتاح وخاصة المحادثة والترابط فيها بين الأفراد فكلّ هذه الخصائص تجعل من هذه الأفراد عبارة عن مجتمع واحد يتفاعلون ويتشاركون فيما بعضهم وبينهم بالإضافة إلى زيارة فعالية هذه المواقع ممّا يساهم في زيادة انتشارها وشهرتها.

- أهمّ مواقع التّواصل الاجتماعي:

تعدّدت واختلّفت مواقع التّواصل الاجتماعي باختلاف ميزة كلّ واحد والخدمات التي تتيحها ومن أهمّ هذه المواقع نجد:

*"موقع الفاييسبوك **Face book**: يعتبر موقع "الفايسبوك" واحداً من أهمّ مواقع التشكيك الاجتماعي، وهو لا يمثّل منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجيّة سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء"²، حيث عرّفه "قاموس الإعلام والاتّصال **Dictionary of media and communication** على أنّه "موقع خاص بالتّواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتبع نشر الصّفحات الخاصّة **Profiles** وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التّدرّيس والموظفين لكنّه اتسع ليشمل كلّ الأشخاص"³، فحوى هذا القول أنّ موقع **Face book** في بداية ظهوره ركّز اهتمامه على فئة معينة كفئة الطلاب والتّدرّيس، وربّما يعود السرّ في ذلك إلى أنّها فئة خاصّة تحتاج إلى واسطة بمعرفة ما يخصّها من أخبار، لكنّه سرعان ما توسع يشتمل مختلف الفئات الاجتماعية وهذا ما جعله يعنون بكونه قاعدة تكنولوجية تصل إلى سمة العالمية.

*"موقع تويتر **Twitter**: تقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمّى "تويت" وتعني "تغريدة" وتتكوّن من 140 حرفاً كحد أقصى"⁴، ويمثّل تويتر شبكة معلومات آنيّة مدعومة من النّاس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث

1 - مريم بن عطا الله، مرجع سبق ذكره، ص 30-31.

2 - مريم نريمان نومار، مرجع سابق، ص 55.

4- علي محمد بن فتح محمد، مرجع سبق ذكره، ص 47.

4- حسن قطيم طماح المطيري، "الاستخدامات السياسية لموقع التّواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي"، دراسة مقدمة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2013، ص 30.

الآن؟"، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال، ماذا يحدث الآن **Whats happening now** ، ويجعل الإجابة تنتشر عبر الملايين من العالم على الفور، بحيث يعدّ هذا الموقع من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي¹.

"أطلقت هذا الموقع في جامعة هار فارد في العام 2006 كمشروع تخرج لكل من جاك درزي (Jack Dorsey)، وبيزستون (Biz Stone)، وايفان وويليامز (Evan williams)، بدأ بالتطور حيث أصبح يتيح لمستخدميه إرسال رسائل عبر الهاتف النقال، ورسائل فورية أو رسائل على الموقع، زد على سؤال مباشر هو "ماذا تفعل؟" ويتيح كذلك تبادل حالاتهم المزاجية بسهولة وسير بين مجموعة كبيرة من الأصدقاء، وقد أصبح للرسائل القصيرة في موقع تويتر قدرة على تجاوز الحدود الجغرافية، وبات أمام مستخدميه فرصة ضخمة للوصول إلى جمهور متنوع ومنتشر في دول عدّة وبالتالي أصبح تويتر مكملاً للصحافة والإعلام ومساعداً لهما²، بمعنى أنّ هذا الموقع أصبح أكثر فاعليّة لكونه يعمل على إتاحة الفرصة للشخص لتبادل الرسائل، وهو ما يعمل على إحداث التفاعل بين الأطراف المتواصلة فيما بينهم، وبالتالي يتيح لهم الفرصة في التعرف على حالاتهم وسلوكياتهم في صورة سهلة وميسورة، وهذا ما يجعل منه موقعاً مؤهلاً على نطاق جغرافي واسع، وبالتالي فالتويتر موقع لا يقل أهمية عن موقع الفاييسبوك من قبل طرف المجتمع، لكونه أصبح موقعاً مشهوراً بعد الفاييسبوك نظراً لميزاته المتنوعة والفرصة الجيدة المقدمة لهم، كما يعتبر المنافس الأكبر له نظراً لسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية.

"موقع اليوتيوب **Youtube. Com**: اختلفت الآراء حول موقع "يوتوب" وما إذا كان هذه الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث يميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو **Video sharing site**، غير أنّ تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظراً لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا

¹ -مريم نريمان نومار، مرجع سابق، ص59.

² -حسن قطيم طماح المطيري، مرجع سبق ذكره، ص30-31.

نتحدث عنه كأهمّ هذه المواقع نظراً للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع¹.

يمكن تقديم تعريف له على "أنه موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (Google)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمستخدمين فيه ويزوره الملايين يومياً، إذ تستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي Face book من مقاطع الفيديو التي تتعلّق بكلّ ما يجري حولهم في العالم"²، ما نلاحظه هنا أنّ هذا النظام يسخر معظم الفيديوهات المتفرعة من نظام (Google)، وهو فرصة سانحة لمستعمليه من أجل الاستفادة من مختلف المقاطع الفيديوهات التي تعكس معظم الظروف وترصد أغلب الأوضاع التي يعيشونها على المستويين العام والخاص.

"تأسس موقع "يوتوب" كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة Pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، بيد أنّ جاود كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "يوتوب" الذي نراه اليوم، للشئائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، الذي يقوم على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أودع لنفسك Brvadcast You self يوضح هذا الشعار في الصفحة الأولى، بحيث يتضمن أنواعاً لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليها الفيديو بلوغين Videoblogging"³.

¹ -مريم نريمان نومان، مرجع سابق، ص64.

² -زاهر رامي، مرجع سبق ذكره، ص28.

³ -مريم نريمان نومان، مرجع سبق ذكره، ص64-65.

-خدمات شبكات التّواصل الاجتماعي:

تقدّم شبكات التّواصل الاجتماعي خدمات عديدة لمتصفحها وهذا ما يزيد من فاعليتها والمشاركة فيها ومن بين هذه الخدمات نذكر منها:

"تمكّن شبكات التّواصل الاجتماعي من التّواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة"¹.

"إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتّعريف بأنفسهم"².

*كما أنّها تمكّن المستخدم من التّحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحة فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع، أمّا أشهر تلك المواقع فهما: فيس بوك وتوتير"³. بالإضافة إلى أنّها تتيح لهم "حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم، فبظهور شبكات التّواصل الاجتماعي مثل **Face book** وغيره، توسّعت الخدمات المرجوة من هذه الشّبكات ومنحت متصفحها إمكانيّات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التّعليم والثّقافة والرياضة وغيرها، كما أنّها مواقع تقدّم خدمة التّواصل بين الأعضاء المنتسبين لها"⁴. هذه الخدمات التي تقدمها الشّبكات الخاصّة بالتّواصل لا شك أنّها تسهيل لمشاغل يومياتهم، ولعلّ هذا الأمر هو الذي يحولها (الشّبكات) لأن تحتل مرتبة هامّة، فتزيد بذلك فاعليتها وشدة الإقبال عليها.

-أنواع شبكات التّواصل الاجتماعي:

هناك عدّة أصناف لهذه الشّبكة نذكر منها:

¹ -موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة،(بغداد: مكتبة الإعلام المجتمع، 2011) ، ص49.

² -مشري مرسي، "شبكات التّواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، 2012، ص157.

³ موسى جواد الموسوي، مرجع سابق، ص47.

⁴ -حامي خضر ساري، "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية"، مجلة الجامعة، دمشق، 2011، ص302.

"النوع الأكثر شهرة وهو الشخصية حيث يعتمد على فتح ملف شخصي لكلّ مستخدم يوفر له خدمات عامّة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدميه هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط.

*النوع الثاني وهو العام: هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية¹. فحوى هذا الكلام أنّ هذا النوع هو الذي يعمل على فكّ العلاقات الموجودة بين الأفراد، وهذا من خلال الربط بينهم بناء على التفاهم المشترك بينهم، وهو المجال الفرعي الذي ينتمون إليه من جهة ومن جهة أخرى فهي توفّر الشيء الذي من شأنه أن يعبر عن كلّ ما يخصّ يسرة الشخص.

المبحث الثالث: موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" Face book:

يعتبر الفيسبوك أحد وسائل الاتصال الاجتماعية الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم و أماكنهم و أوقاتهم و أعمالهم، حيث أصبح من أهمّ مواقع التشكيك الاجتماعي، إذا لم يعد يمثّل منتدى اجتماعي فقط، و إنّما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، من خلال ميزته التي تجعله وسيلة اجتماعية للتواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع العالمي من أجل التحوار وتبادل الآراء حول قضايا مشتركة، فهو يعدّ ثاني أكبر مواقع الانترنت من حيث عدد الزائرين بعد موقع جوجل العالمي، و أوّل المواقع استخداماً وفق تقرير وكالة ألكسا 2013.

¹ -م.وائل مبارك فضل الله، مرجع سابق، ص09.

مفهوم موقع التواصل الاجتماعي " الفاييسبوك ":

يعرف الفاييسبوك على أنه "مصطلح يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً و معلومات لأفراد في جماعة معينة أو مجموعة ، و من هنا جاءت تسمية الموقع"¹، كما أنه "شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية"²، و يشير المفهوم أيضاً إلى أنه "موقع للتواصل الاجتماعي قائم على تبادل الآراء و الأفكار و عناصر المحتوى (نصوص-صور-ملفات- فيديو-وغيرها) على أن يكون لكلّ مستخدم صفحة خاصّة به، يقوم من خلال هذه الصفحة بتكوين الصداقات والمراسلات والدعوات المتنوعة للمجموعات والرّبط بين الأصدقاء مع وجود صفحة رئيسية تجمع كلّ الأصدقاء و تنشر تعليقاتهم و أنشطتهم مباشرة و يمكن لجميع المشاركين التعليق و المشاركة"³.

و موقع الفاييسبوك يعرف في قاموس الإعلام و الاتصال **Dictionart of media and communications** بأنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 و يتيح نشر الصفحات الخاصّة **Profiles** و قد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة و هيئة التدريس والموظفين لكنّه اتسع ليشمل كلّ الأشخاص"⁴، "حيث يعتمد الموقع على معطيين أساسيين هما: حجم المشتركين فيه و الذي يناهز 24 مليوناً حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدّل 150

¹ -م.مبارك فضل الله، "أثر الفاييسبوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة،(السودان :للطباعة والنشر)، ط1، ص13 متاح على الموقع:

com.sunimprov-blagsport.www

² -الطالب محمد المنصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، قسم علوم الإعلام والاتصال، مجلة الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص30.

³ -م.محمد جابر خلف الله، "توظيف تطبيقات الويب(20) في التعليم مفهوم الفاييسبوك ونشأته وتطوره"، مدونة محمد جابر خلف الله.

⁴ - مريم نريمان نومار، "استخدام مواقع الشبكات وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينية من مستخدمي موقع الفاييسبوك في الجزائر"، مذكّرة مكّملة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر-باتنة- تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، 2012م، 1433هـ، ص55.

ألف يوماً، وكذلك على تميزه من الناحية التكنولوجية، و التي يريد أن يجعلها متاحة للجميع، حيث يمنح للمستخدمين ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له، و هي ملف الصور، و ملف المذكرات، و ملف المجموعات، و ملف الأحداث، و ملف الرسائل، و زاد عليها قبل فترة ملف "مكان التسويق"، ملفاً آخر حول الفيديو، و من ضمن ما يميّز به نظام "I like" الذي يسمح بالعثور على أشخاص لهم الاهتمامات الموسيقية نفسها"¹، كما أنه "عبارة عن شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثّر في الدراسة يدعى (مارك وكر بيرج) وكانت مدونته (الفايسبوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة و بحدود أصدقاءه، الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، و لم يخطر بباله هو و صديق له إنّ هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة و ظلّت مقتصرة على أعداد من الزوار و لو أنّها كانت في زيادة مستمرة و التي قال عنها مؤسسها "لقد أضى كلّ منها يتكلم عن الفاييسبوك العام، الذي تفكّر الجامعة في إنشائه، أظنّ أنّه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك، وجدت أنّه بإمكانني تنفيذه أفضل منهم و في أسبوع واحد"².

و منه أو من بين مجمل هذه التعاريف نستنتج أنّ الفاييسبوك هو شبكة برامج تقوم على توطيد العلاقات الإنسانية و بناء المعرفة، عبر الفضاء الإلكتروني بالإضافة إلى خدمات أخرى تمكن المستخدمين من المشاركة فيه والتفاعل فيما بينهم ممّا يجعلهم ينتمون إلى تنس المجموعة.

¹ -مصطفى صادق عباس، الإعلام الجديد(المفاهيم الوسائل التطبيقات)، ط1، (عمان:دار الشروق سنة 2008)، ص218.

² -نسرين حسونة، "الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف)" ص05 ، متاح على شبكة الألوكة:

نشأته:

تمرّ كلّ وسيلة خلال نشأتها بعدة مراحل و خطوات في ذلك بالإضافة إلى عدّة أفكار وتخطيطات، حيث ترجع فكرة نشأة هذا الموقع إلى "صاحبه مارك زوكر برج " **Mark Zuckerberg** حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملاءه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية)¹، و يمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم وأرائهم و لم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتمّ بنشر الأخبار ، وفي عام 2004 أطلق "**Zuckerbery**" الفاييسوك، حيث كان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد، حيث اكتسبت شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجّع "**Zuckerbery**" على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية سيعون على التعرف على الحياة الجامعية، واستمرّ موقع فيس بوك قاصراً على طلبة الجامعات و المدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرّر "**Zuckerbery**" أن يخطو خطوة أخرى للأمام، و هي أن يفتح أبواب موقعه أمام كلّ من يرغب في استخدامه وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 30 مليون مستخدم في بداية عام 2008²، أمّا التسمية **Face book** فمرجعها ينسب إلى "اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين و فيه أسماء و صور زملائهم القدامى، و معلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب"³.

1- الطالب محمد المنصور، مرجع سابق، صص 86-87.

2- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، (عمّان: دار وائل للنشر والتوزيع سنة 2011)، صص 184.

3- ، حنان بنت شعشوع الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، الفاييسوك تويتر نموذجاً، دراسة ميدانية مشروع بحثي مقدّم للحصول على درجة الماجستير، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 1434هـ ، صص 32.

"إلا أنّ هذه المدونة لم تحقق تميزاً على الموقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع ماي سبيس و غيره حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة و منها إتاحة الفرصة للمطورين ممّا زادت هذه الخاصية من الشهرة لموقع " Face book" بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في 2010 النصف مليار شخص، ويحتل "Face book" حالياً من حيث الشهرة و الإقبال المركزي الثاني بعد موقع Google و بلغ عدد المشتركين فيه أكثر من 800 مليون شخص، و أصبح مؤسس Face book أصغر ملياردير في العالم و هو في سنّ السادسة و العشرين من عمره، و تقدّر قيمة "Face book" بأكثر من خمسة عشر مليار دولار¹، "حيث يعمل موقع التواصل الاجتماعي "Face book" على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليق عليها، و إمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية و يسهّل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة"².

خصائص Face book وتطبيقاته:

1- خصائصه كموقع اجتماعي:

لقد أصبح الفايسبوك مقتصداً للعديد من المشتركين الذين وجدوا فيه متنفساً لهم و ذلك راجع إلى خصائصه المتعددة و التي نذكر على سبيل المثال:

*خاصية الصور Photos: حيث تتيح هذه الخاصية للمشاركين إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به، و يتعرّض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه.

*خاصية الفيديو Video: حيث توفر هذه الخاصية إمكانية المشارك تحميل الفيديوهات الخاصة به و مشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطاعات الفيديو مباشرة و إرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

¹ -الطالب محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 87.

⁴-وردة عمر، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحرك السياسي في الدول العربية مصر نموذجاً"، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2013-2014، ص 59.

*خاصية الحلقات **Groups**: و التي تمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

أي أنّ هذه المميزات التي طبعت موقع الفايسبوك جعلت منه قبلة العديد من المستهلكين ووجهتهم خاصّة التسهيلات و الانجازات التي يقدّمها في مجال الصورة و الصوت و غيرها ممّا يمكنهم من الاطلاع عليها و المشاركة في استعمالها، علاوة على أنّه يعتبر مرآة عاكسة لمختلف تطلعاتهم و شعاراً خاصاً لأبرز إشهارا تهم.

*خاصية الأحداث المهمة **Events**: حيث تتيح إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

*خاصية الإعلان **Market place**: حيث تمكّن من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

*النكز **Poke**: و هي عملية تنبيه للأصدقاء على الفايسبوك لجذب انتباههم، و كأنّ المستخدم يقول: "مرحباً".

*الإشعارات **Notifications**: تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقاً¹.
بالإضافة إلى خصائص أخرى و التي تتمثل في:
*سرعة و سهولة المحادثة.

*يمكن لعدّة أشخاص الاشتراك في المحادثة.

*إمكانية تغيير هوية المشترك في كلّ لحظة و التجوّل بين الفرق.

*إمكانية إيجاد شركاء للمحادثة في كلّ ساعة من ساعات اليوم².

¹ - حسن قطيم طماح المطيري، "الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي"، دراسة مقدمة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2013، ص30.

² - محمد النبوي محمد علي، إيمان الانترنت في عصر العولمة، ط1، (عمّان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2010)، ص65.

أي أنه يشمل على جملة من الخصائص التي تزيد من إيجابياتها عند الفرد المستعمل خاصة أنها تعمل على اقتصار الجهد و الوقت عند المحادثة كما أنّ الحديث على مستواها قد يتعدى الشخص إلى مجموعة مكثفة للمشاركة، و بالتالي هذه المرونة التي تتميز بها يجعل منها أكثر فاعلية وأكثر عرضة للاستعمال.

2-تطبيقاته:

"تمّ إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها و هناك ألعاب مختلفة Games تتبع للشركات الكبرى المعروفة، فعند استخدامك لمعظم التطبيقات يتمّ تنبيهك بأنّ تنفيذ هذه التطبيق يتطلب الدخول على بياناتك الشخصية، و لا يمكن إكمال إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة و لا يعرف ما مستوى البيانات الشخصية التي يتطلبها المشاركة في التطبيق و ذلك من خلال الصفحة الشخصية التي تسمح لك بإنشاء:

المجموعات **Groups**: يتمّ إنشاءها لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي.

الصفحات **Pages**: هذه الصفحات لها نفس ميزات و استخدامات المجموعة فيما عدا أنّها أكثر تفاعلاً عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية لكلّ المستخدمين و غالباً ما يكون هذا التطبيق معجبون للمشاهير و نجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعينة.

*الصفحة الرئيسية (**Home**): يظهر بهذه الصفحة كلّ جديد تعليقات و صور و روابط أصدقائك الذين أضفتهم إليك و ربّما قد يظهر تعليقات و صور أصدقائك و ذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقاءه"¹.

"*الألعاب **Games**: مثل كرة القدم.

¹ -مبارك فضل الله، مرجع سبق ذكره، ص ص15-16.

*المناسبات **Event**: إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع، توضّح فيه عنوان الحدث و تاريخ بدايته و نهايته و تحديد الأعضاء المدعويين له و بعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في " Face book"¹.

-آلية التواصل بين أعضاء الموقع:

*التعليقات: خاصية متاحة بين الأصدقاء و في المجموعات و الصفحات المنضمين لها، حيث يمكن المستخدم أن يكتب تعليقاً في المساحة، و يمكن الضغط على الزر (Comment) إضافة تعليق و في نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة.

*الإشارة **Tags**: خاصية الإشارة متاحة في الصور و الفيديو.. بحيث يمكنك أن تلتفت انتباه أصدقاءك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع فيديو المحمل عبر " Face book" و بالتالي سترسل تنبيهات لأي تحديث جديد من الصور.

*الإعجاب: (**like**) خاصية معجب متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات و الصفحات المنضمين لها.

***Poke**: تحدث فقط بين الأصدقاء بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد أصدقائه و يقوم الآخر برد **Poke** لصديقه².

المبحث الرابع : مفهوم القيم.

يعتبر مفهوم القيم من المفاهيم الشائعة في مختلف العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، إلاّ أنّه لا يوجد ثمة اتفاق بين العلماء حول تعريف موحد لهذا المفهوم ، و ذلك لاختلاف

¹ - مبارك فضل الله، مرجع سبق ذكره، ص13-14.

² -مبارك فضل الله، المرجع نفسه.

منطلقاتهم الفكرية وحقولهم الدراسية ، فلقد تعددت تعريفات القيم في الأدبيات الاجتماعية والنفسية بقدر يكاد يوازي من تحدثوا فيها، و من بين التعريفات المختلفة لمفهوم القيم مايلي:

"يرى م.رزكثش أنّ القيم ماهي إلا انعكاس للأسلوب الذي يفكر الأشخاص به في ثقافة معينة وفي فترة زمنية معينة كما أنّها هي التي توجه السلوك و أحكام و اتجاهات الفرد فيما يتصل بما هو مرغوب عنه من أشكال السلوك إلى تحديد الغايات المثلى في الحياة"¹، ويضيف في موضع آخر أنّ القيم هي "عبارة عن مفهوم أو تصوّر ظاهر أو ضمني يميّز الفرد أو خاص بجماعة لما هو مرغوب فيه وجوبا، يؤثّر في انتقاء أساليب العمل و وسائله و غاياته"²، أي أنّ القيم هي تصوّر أو عبارة عن صورة مستقبلية لشيء معين صفته تمييزية بمعنى أنّه يميّز بين الأفراد و الجماعات ممّا يعمل على تحقيق غاية إيجابية، هذه الأخيرة هي العامل الرئيسي في حسن انتقاء الأساليب الحياتية و أبرز الوسائل، كما يشير المفهوم حسب المفكر الجزائري عبد الرحمن عزّي في نظريته الحتمية القيمة : "بأنّها : - القيمة - ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، و يكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم و إنّما أداة يمكن أن تتجسّد فيه القيم، ليتتبع ذلك أنّه كلّما ارتفعت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالضرورة بالدين، و يأتي العقل البشري في مرتبة موازية و يمثّل نشاطا منطقيًا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك و الفهم و التأويل و يكون هذا النشاط منطقيًا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم"³ و تعرفها كذلك الباحثة فوزية دياب بأنّها " الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ و المعايير التي وضعها

¹ - ماجد الزيود ، مرجع سابق، ص 22.

² -أسامة ظافر كبارة ، البرامج التلفزيونية و التنشئة الاجتماعية للأطفال ، ط1، (بيروت :دار النهضة العربية ،2009)، ص 86

³ -عزي عبد الرحمن " الثقافة الحتمية و حتمية الاتصال نظرة قيمية " مجلة المستقبل العربي ، العدد 295، سبتمبر 2013، ص15

المجتمع الذي يعيش فيه، و الذي يحدّد المرغوب فيه و المرغوب عنه من السلوك¹، و يمكن تعريفها أيضا بأنها: " مجموعة من المعايير و الأحكام التي تتكوّن لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف و الخبرات الفرديّة و الاجتماعيّة بحيث تمكّنه من اختيار أهداف و توجّهات لحياته، يراها جديرة بتوظيف إمكانيّاته، و تتجسّد خلال الاهتمامات، أو الاتجاهات، أو السلوك العلمي، أو اللفظي بطريقة مباشرة و غير مباشرة"². و بالتالي و حسب مجمل هذه التعاريف نستخلص أنّ القيم هي الأحكام التي يصدرها المرء أو ما يصدر عنه على أيّ شيء مهديًا في ذلك بقواعد و مبادئ مستمدّة من الدين (القرآن و السنّة) و ذلك عن طريق خبراته و احتكاكه بالبيئة المحيطة به.

المبحث الخامس: الخصائص ووظائف القيم.

• الخصائص:

تمتاز القيم بمجموعة من الخصائص التي تميّزها عن غيرها من المفاهيم الأخرى كالحاجة، أو الدافع، أو المعتقد، أو الاتجاه، أو السلوك، و يمكن إجمال أهمّها في مايلي:

* "أنّها إنسانيّة: بمعنى أنّها تختص بالبشر دون غيرهم"³.

* "أنّها غير مرتبطة بزمن معين، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي و الحاضر و المستقبل.

¹ - فوزية دياب، القيم و العادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، (بيروت: دار النهضة العربية، 1980)، ص 15

² - فهد بن علي الطيار، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد (61) 193-226 الرياض (2014م) (1436هـ) ص 204 متاح على الموقع الإلكتروني:

www.fahad.Tayar@hotmail.com..

³ - محمد صلاح عبد الحميد عبد، "خصائص القيم، الدراسات الاجتماعية، طرق تدريس. متاح على الموقع :

امتلاكها صفة الضدية، فكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا ايجابيا و قطبا سلبيا ، و القطب الايجابي هو حدّه الذي يشكّل القيمة، في حين يمثّل القطب السالب ما يمكن أن نسميه (ضد القيمة، أو عكس القيمة).¹

*المعيارية: بمعنى أنّ القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس و تقيم و تفسر و تعلّل من خلالها السلوك الإنساني.

*كما تتميز بالذاتية subjective حيث تتعلق بالطبيعة الإنسانية و السيكولوجية للإنسان التي تشمل الرغبات و الميول و العواطف و غيرها من العوامل النفسية.²

*الثبات النسبي أي المحافظة consistency لأنها من موجات السلوك ، و القيم التي يتبناها الفرد شعوريا منذ طفولته ، و يرتبط به وجدانيا يصعب عليه التحرر منها".³

الوظائف:

تعمل القيم على أداء عدّة وظائف يمكن إجمالها بما يلي:

1- "تعمل كمعيار لتوجيه القول و السلوك و الفعل الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.

2- الوصول إلى التّكامل أو التّضامن في المجتمع.

3- بناء الشخصية الفردية.

4- العمل على تنظيم المجتمع و ضبطه و استمراره، وتحافظ على البناء الاجتماعي.

¹ -ماجد الزبيد ، مرجع سبق ذكره، ص24.

² -ظاهر محسن هاني الجبوري ، "خصائص القيم، قسم الاجتماع ،كلية الآداب ، المحاضرة السادسة ، متاح على الموقع:

³ -رياب رأفت محمد الجمال ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - دراسة ميدانية ، جامعة الملك عبد العزيز ، قسم الصحافة ، كلية الاتصال و الإعلام ، 2013 ، ص45.

5- العمل على الحفاظ على هوية المجتمع و ثقافته.

6- مساعدة الفرد في حل الصراعات و اتخاذ القرارات.¹

7- "تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا و مبادئه الثابتة.

8- تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم و تحدّد له أهدافه و مبررات

وجوده ومن ثمّ يسلك في ضوئها، وتحدّد للأفراد سلوكياتهم، و بالتالي القيم تعمل

على الضبط الفردي و الاجتماعي من خلال ضبط سلوكياتهم و اتجاهاتهم، وأفعالهم

2".

ما نستنتجه من خلال هذه الوظائف أنّ القيم هي تلك الطّرق و المثل العليا التي تساهم في

بناء شخصيّة الفرد و المجتمع فهي تعمل على توجيه الفرد و تحليله بمختلف الأخلاق السويّة

مما يجعله ذو شخصيّة قويّة و متكاملة. في حين أنّ المجتمع هو العنصر الحيوي الفعّال فإنّها

له بمثابة الأساس الذي يبنى عليه خاصّة أنّها تعمل على ضبطه وفق قوانين تخدم حياة

الجماعة و تحافظ على وحدة بناءه.

المحور الأول: وظائف القيم على المستوى الفردي.

* "أنها تهيّء للأفراد اختيارات معيّنة تحدّد السلوك الصادر عنهم، فهي تلعب دورا هامًا

في تشكيل الشّخصيّة الفرديّة و تحديد أهدافها في ايطار معياري صحيح.

*-أنّها تعطي الفرد إمكانيّة أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف و التّوافق بصورة

ايجابية.

*تحقّق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه و التّحديات التي

تواجهه في حياته.

*تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه و تأكيد ذاته.

1 - ماجد الزيود، مرجع سبق ذكره، ص26.

2 - فهد بن علي الطيار ، مرجع سابق، ص ص 205-206.

* تدفع الفرد لتحسين إدراكه و معتقداته لتتضح الرؤيا أمامه و بالتالي تساعده على فهم العالم من حوله و توسع إطاره المرجعي في فهم حياته و علاقاته.

* تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله و وجدانه.¹

المحور الثاني: وظائف القيم على المستوى الاجتماعي.

* تحافظ على تماسك المجتمع ، و تحدد له أهداف حياته و مثله العليا و مبادئه الثابتة.

* تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة و ذلك يسهل على الناس حياتهم و يحفظ للمجتمع استقراره و كيانه في إطار موحد.

* تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة، كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.

* تقي المجتمع من الأناية المفرطة و النزعات و الشهوات الطائشة.

* تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم و تحدد له أهداف و مبررات وجوده و بالتالي يسلك في ضوءها و تحدد للأفراد سلوكياتهم.²

مستخلص هذه الوظائف أن القيم إحدى المراسيم الأساسية التي توفر معظم الخدمات للإنسان بحيث تساعده على تجسيد جملة من المسائل خاصة أنها ذات اعتبار معنوي يساعد الإنسان على تنمية نفسه روحيا و تحقيق بعض الاعتبارات الإنسانية كمواكبة مختلف مستجدات و تطورات المجتمع.

المبحث السادس: تصنيفات القيم.

للقيم أنواع عديدة ومختلفة، وعلى الرغم من صعوبة تصنيفها إلا أنه من الضرورة تصنيف هذه القيم ليتمكن فهمها و تسهل دراستها، وسنعرض أهم التصنيفات في مجال القيم وهي:

¹ - ماجد الزيود، مرجع سابق ، ص 27

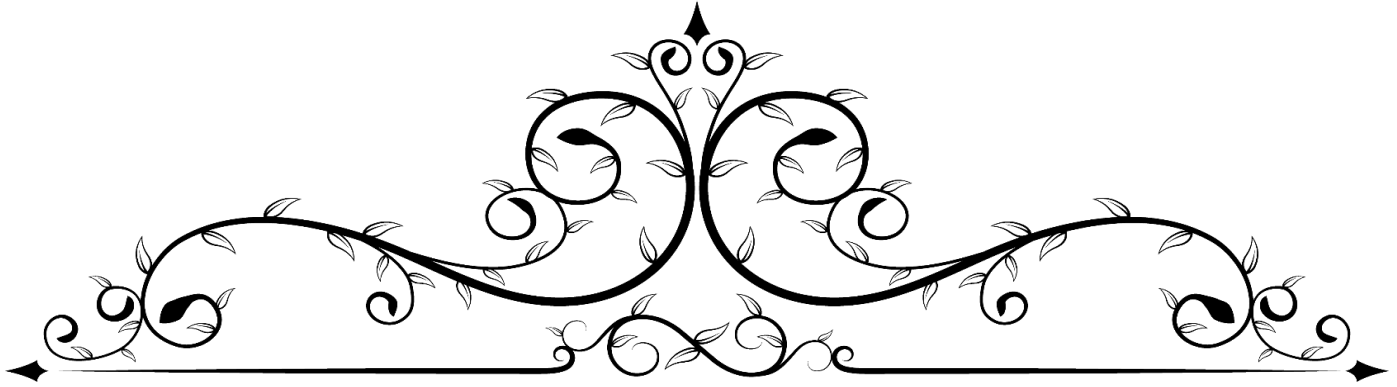
² - فهد بن علي الطيار ، مرجع سبق ذكره، ص 206.

- "حسب المحتوى: حيث صنّفها سبرنجر (spranger) إلى: قيم وسيليّة (Instrumental value)، القيم الغائيّة (Terminal values)، وهي الأهداف التي تضعها الجماعات، و الأفراد لأنفسها، كالقيم الشخصية و الاجتماعية.
- حسب شدّتها: وهي قيم إلزاميّة مثل القيم الدنيّة، وقيم مفضّلة، وقيم مثاليّة مثل: الدّعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.
- حسب ديمومتها: مثل القيم العابرة التي تزول بسرعة مثل الموضات و البدع و النّزوات و يعتقد أنّها ترتبط بالقيم الماديّة. و القيم الدائمة التي تدوم زمنا طويلا، ويمتدّ جذورها في أعماق التّاريخ، و يعتقد أنّها ترتبط بالقيم الروحية.
- حسب تاريخها: و تقسّم إلى قيم تقليديّة (أصليّة) و تتواجد لدى الشّباب ذوي الشّخصيّات الموجهة نحو الآخرين و الشّخصيّات التقليديّة، و قيم منبثقة و عصريّة و تتواجد لدى الشّباب ذوي الشّخصيّات الموجهة في الذات.¹

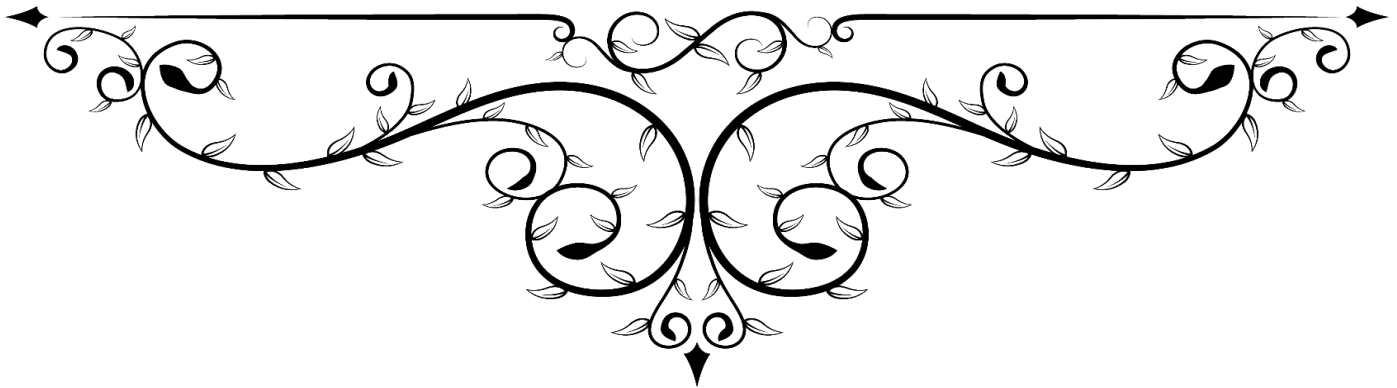
¹ - ماجد الزبيد ، مرجع سابق، ص ص25-26

خلاصة:

تعد القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات و المستجدات في العصر الحديث، و لا سيما مع تنامي موجات العولمة وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية . و تشير بعض الدراسات إلى أن الثقافة بوجه عام بالمعنى الأنثروبولوجي الواسع للكلمة، تتعرض أكثر فأكثر لهزات كبرى، و هي عرضة للتآكل مع تزايد موجات العولمة و المعلوماتية، باعتبارهما أبرز ما شهدته العالم المعاصر من تغيرات و مستجدات ، و كان من نتائج تأثر القيم بهذه التغيرات انحسارها و ظهور قيم جديدة ، منعكسة على التنظيم الاجتماعي و الثقافي و الاقتصادي للإنسان و على أساليب حياته فتنشأ جيل في عصر تعرضت فيه المجتمعات المحافظة للتغيرات العالمية و في ظل الحضارة المعاصرة و التقدم العلمي و التكنولوجي الذي يميز أنماط الحياة و وسائلها و متطلباتها.



الفصل الثالث: الاطار التطبيقي



تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين ، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها كما وكيفا ، وإيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين و سنحاول التذكير مرة أخرى بحجم العينة و التي بلغ عددها 50 مبحوثا و مبحوثة (25 إناث و 25 ذكور) ، وذلك وفقا لعينة قصدية في جامعة الدكتور يحي فارس ، في الفترة الممتدة مابين من 27 مارس إلى 31 مارس 2016، حيث تم استرجاع الاستمارات كلها ، لنشرع بعدها في استخراج الجداول و التعليق عليها و تحصيل النتائج منها.

تفريغ بيانات الاستمارة الاستبائية:

البيانات الأولية: إنّ البيانات الشخصية من العناصر المساعدة في التعرف على مميزات و خصائص الأفراد المبحوثين، فهي تمثل متغيرات الدراسة و التي نعتمد عليها في تحليل البيانات و المعطيات الميدانية.

المحور الأول: البيانات الشخصية.

الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	25	50%
أنثى	25	50%
المجموع	50	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور تساوي نسبة الإناث و ذلك بدرجة 50% لكليهما.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أن النسبة متساوية وهذا إن دل فإنه يدل على أن كلا الجنسين يستعملون موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " بدرجة متساوية ، وهذا راجع إلى نتائج الدراسة الاستطلاعية، من أجل توسيع شبكة علاقاتهم مع الآخرين ، والبحث دائما عن وسائل الاتصال الحديثة و البسيطة و التي تحقق لهم مختلف الخدمات و الإشباعات.

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة
19-23 سنة.	34	68%
24-28 سنة.	14	28%
29 سنة فما فوق.	02	04%
المجموع.	50	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المستخدمين الفايسبوك هي الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 19-23 سنة وذلك بنسبة 68% ، فيما بلغت نسبة المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 24-28 سنة ب 28% لتصل إلى 8% نسبة المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من 29 فما فوق.

التحليل الكيفي:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي المتمثل في الفايسبوك هم من فئة الشباب حيث أن هذه المرحلة يكون للشباب جانب فضولي في بناء العلاقات الاجتماعية داخل شبكات التواصل الاجتماعي ، على غرار الفئات الأخرى ، فالشباب أصبح يميل إلى العالم الافتراضي الذي يوفر له الكثير من الخدمات الاتصالية السريعة و المجانية و التي تعتبر الملاذ الحقيقي لهم.

جدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة.

مكان الإقامة	التكرار	النسبة
سكن منفرد	05	%10
الإقامة الجامعية	27	%54
مع الأولياء	18	%36
المجموع	50	%100

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يقطنون في الأحياء الجامعية حيث بلغت نسبة الإقامة الجامعية 54% لتتخفص إلى نسبة 36% للمبحوثين المقيمين مع الأولياء لتصل إلى نسبة 10% بالنسبة للذين لديهم سكن منفرد.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المبحوثين يقيمون في الأحياء الجامعية و ذلك نظرا للمسافة التي تفصلهم بين الجامعة و منازلهم و بطبيعة الحال نظرا للحيز التي احتوته دراستنا حيث شملت الجامعة فقط و معظم المتمدرسين يجدون صعوبة في الذهاب إلى منازلهم يوميا ما أدى بهم إلى الإقامة في الحي الجامعي.

جدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي :

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة
ليسانس	34	%68
ماستر	16	%32
المجموع	50	%100

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت للمستوى ليسانس حيث بلغت 68% لتتخفص إلى 32% بالنسبة للمستوى ماستر.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أن أغلب المبحوثين ذو المستوى ليسانس و هذا إن دل فإنه يدل على أن المستوى ليسانس لا يتطلب دراسة و بحث و جد مثل المستوى ماستر حيث أن هذا الأخير مفعم بالعمل بالإضافة إلى وجود مذكرة تخرج للسنة الثانية ماستر ، ماجعلهم غير مبالين و غير مهتمين كثيرا للموقع حيث أنه هناك أشياء أخرى تهمهم و تشغل بالهم.

المحور الثاني: مدى استخدام الطالب لموقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك".

الجدول رقم 05: يبين مدة استخدام أفراد العينة للفيسبوك.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مدة الاستخدام
		%	ت	%	ت	
26%	13	32%	08	20%	05	أقل من سنة
32%	16	24%	06	40%	10	من سنة إلى 3 سنوات
42%	21	44%	11	40%	10	أكثر من 3 سنوات
100%	50	100%	25	100%	25	المجموع

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الفايسبوك كانت متساوية مع نسبة الذين يستخدمون أكثر من 3 سنوات حيث بلغت النسبة 40% بعدد بلغ 10 مبحوثا لكل إجابة لتصل إلى 20% للذين يستخدمونه أقل من سنة ، في حال اختلفت الإجابة عند الإناث حيث بلغت نسبة المستخدمين أكثر من سنة الصدارة حيث بلغت 44% بعدد 11

مبحوثة لتتخفص إلى 32 للواتي يستخدمن منذ أقل من سنة لتصل إلى 24% للواتي يستخدمنه من سنة إلى 3 سنوات ، وكانت أعلى نسبة للذين يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من 3 سنوات و ذلك بدرجة 42%.

التحليل الكيفي:

نستنتج من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت للذين يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من 3 سنوات ، واحتلت الإناث أكبر نسبة ، وهذا راجع ربما لأن الفتيات يميلن للحديث و الدردشة وهذا ما وجدناه في هذا الموقع من خلال ربط العلاقات داخل هذه الشبكة بالإضافة لكونهم يميلن للعيش في الخيال و العالم الافتراضي ، هذا ما أدى بهن دائما للبحث عن مجال ليسع و يشبع حاجياتهن ما أدى بهن للتعرف على الموقع و استخدامه بنسبة تفوق نسبة الذكور .

بالإضافة إلى أنه يدل على أن الموقع أصبح منتشرا بكثرة خاصة خلال السنوات الأخيرة و أصبح شائعا و متداولاً و معروفا عند العام و الخاص خاصة على المستوى الجامعي وعند فئة الشباب و بالضبط " الإناث " ، وأما الأشخاص الذين يستخدمون الموقع منذ أقل من سنة فهذا ربما راجع إلى أن هناك وسائل تكنولوجية ظهرت ما أدى بهم إلى تطبيق هذه التكنولوجيات الجديدة بعيدا عن استخدام الفايسبوك

جدول رقم 06: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة عند استخدامهم للفيسبوك في كل مرة.

عدد الساعات		أقل من ساعة		من ساعة إلى ساعتين		أكثر من ساعتين		المجموع	
المتغيرات		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	07	58.33%	09	50%	09	45%	25	50%
	أنثى	06	41.66%	09	50%	11	55%	25	50%
	المجموع	12	100%	18	100%	20	100%	50	100%
السن	19 - 23 سنة	03	50%	17	70.83%	15	75%	35	70%
	24 - 28 سنة	03	50%	06	25%	04	20%	13	26%
	29 فما فوق	—	—	01	4.16%	01	5%	02	4%
	المجموع	06	100%	24	100%	20	100%	50	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين يقضون أقل من ساعة كانت هي الأعلى حيث بلغت 58.33% لتتخفص إلى 50% للذين يقضون عند استخدامهم للفيسبوك من ساعة إلى ساعتين لتصل إلى 45% للذين يستخدمون الفايسبوك أكثر من ساعتين بينما كان العكس فيما يخص الإناث حيث بلغت الصدارة نسبة اللواتي يستخدمن أكثر من ساعتين حيث بلغت على حسب نتائج الدراسة إلى أكثر من 15 ساعة في اليوم و في كل مرة لتتخفص إلى 50% فيما يخص المستخدمين للموقع من ساعة إلى ساعتين لتصل إلى 41.66% فيما يخص المستخدمين أقل من ساعة ، وهذا من جانب متغير الجنس.

أما فيما يخص متغير السن فإن الفئة العمرية التي كانت لها نسبة أكبر هي الفئة العمرية من 19-23 سنة ، وذلك بنسبة 75% للذين يستخدمون الموقع أكثر من ساعتين ، حيث بلغ عددهم 15 شخصا ، في حين بلغت نسبة 20% للفئة العمرية من 24-28 سنة لتصل إلى

5% نسبة الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة العمرية من 29 فما فوق، أما فيما يخص المستخدمين للموقع من ساعة إلى ساعتين فكانت الصدارة أيضا للفئة العمرية من 19- 23 سنة حيث قدرت بـ 70.83% تلتها الفئة العمرية من 24-28 سنة بنسبة 25% ولتصل إلى 4% للفئة العمرية من 29 سنة فما فوق.

التحليل الكيفي:

من خلال الملاحظة نستنتج أن معظم المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك يقضون أكثر من ساعتين في الاستخدام و معظمهم إناث حيث بلغت نسبتهن 55% على عكس الذكور الذين بلغت نسبتهن 45% وهذا ربما راجع إلى أن معظم الإناث يقمن بالإقامة الجامعية على حسب الدراسة هذا يؤدي إلى وجود فراغ كبير لهن مما يجعلهن يسدن أوقات فراغهن في استخدام الفايسبوك على عكس الذكور فمعظم يذهب إلى بيوتهم ما يجعل لهم قلة الأوقات ، فمعظم الوقت يكون في طريق الإياب و الذهاب لهم ما يشعرهم هذا الأخير بالتعب و الإرهاق و النوم المبكر أي قلة الوقت في استخدام الموقع بالإضافة إلى أن معظم الفتيات يملن للتحدث و إيجاد أصدقاء جدد للتفريغ عن مكنوناتهم ما أدى بهن إلى المكوث مدة طويلة و القضاء وقت كبير في الاستخدام حيث بلغت عدد الساعات المقضية على حسب الدراسة إلى أكثر من 15 سا ، أي معظم الوقت يقضيه في الاستخدام ، والفئة العمرية المستخدمة لهذه الأوقات كلها هي الفئة العمرية من 19-23 سنة وهي المرحلة التي تكون في حاجة للتعبير عن المكنونات و المشاعر الداخلية بالإضافة إلى أنها الفئة العمرية التي تهتم بالبحث عن الأصدقاء و الدردشة ما جعلها تغوص في الموقع لمدة طويلة دون الإحساس بالوقت.

الجدول رقم 07: يبين الفترات المفضلة للتصفح.

المجموع		هزيعا		ليلا		مساء		صباحا		الفترات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مكان الإقامة
9.25%	05	/	/	11.9%	05	/	/	/	/	سكن منفرد
38.88%	21	/	/	45.23%	19	11.11%	01	/	/	مع الأولياء
38.88%	21	50%	01	42.85%	18	88.88%	08	100%	02	الإقامة الجامعية
53.7%	29	50%	01	42.85%	18	88.88%	08	100%	02	المجموع ¹²⁵

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يفضلن الفترة الليلية حيث بلغ عددهم 42 مبحوثا للذين يستخدمون الموقع ليلا، حيث بلغت أعلى نسبة للمستخدمين الذين يقيمون مع أوليائهم و ذلك بنسبة 42.23% حيث بلغ عددهم 19 مبحوثا لتتخفص إلى 42.85% بالنسبة للمبحوثين الذين يقيمون بالإقامة الجامعية لتصل إلى 11.9% للذين لديهم سكن منفرد.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المبحوثين يفضلن الفترة الليلية لأن عينة الدراسة من فئة الطلاب الجامعيين من جهة أي أنهم طوال الفترة الصباحية و المسائية يكونون في الجو الدراسي إلا الأقلية منهم ، في حين نجد الفترة الليلية هي الفترة المناسبة للتصفح و الاستخدام أي يكون الأفراد في راحة تامة ووقت مناسب دون عمل أي شيء، بالإضافة إلى أن الشبكة تكون في الليل جيدة، و نظرا لان معظم المبحوثين الذين يفضلن هذه الفترة يقيمون مع الأولياء وهذا راجع لوجود الراحة التامة و نقص المراقبة في الليل ، إذ كل واحد يذهب إلى مكان نومه، هذا ما يؤدي بهم إلى اختيار هذه الفترة.

¹²⁵ مجموع الإجابات أكبر من عدد مجموع الباحثين وهذا لتعدد الإجابات.

جدول رقم 08: يبين مكان استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك".

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
المنزل	17	58.62%	20	62.5%	37	60.65%
الحي الجامعي	05	17.24%	07	21.87%	12	19.67%
مكان آخر	07	24.13%	05	15.62%	12	19.67%
المجموع ¹²⁶	29	100%	32	100%	61	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال أن معظم المبحوثين يقومون باستخدام الموقع في المنزل و ذلك بنسبة 66.65% حيث بلغت نسبة الإناث اللواتي يفضلن المنزل للاستخدام الموقع ب62.5% حيث بلغ 20 مفرد في حين بلغت نسبة الذكور 58.62% حيث بلغ 17 شخصا، في حين كانت النسبة بشكل متساوي لكل من المبحوثين الذين يفضلن الحي الجامعي والأماكن الأخرى و ذلك بنسبة 19.67% حيث كانت نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور فيما يخص من يفضلن الاستخدام في الحي الجامعي حيث كانت النسبة 21.87% في حين بلغت نسبة الذكور 17.24% أما الأماكن الأخرى فكانت نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث حيث بلغت 24.13% في حين كانت نسبة الإناث 15.62%.

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول أن الإناث هن من يفضلن الاستخدام في المنزل على غرار الذكور وهذا ربما راجع إلى أن معظم الإناث في الإقامة الجامعية يستخدمن الفايسبوك هذا ما يجعل نقص في الاتصال بالشبكة في حين نجد أن الذكور لديهم أماكن أخرى مثل: المقاهي

¹²⁶ - مجموع الإجابات أكبر من عدد مجموع الباحثين وهذا لتعدد الإجابات.

بالإضافة إلى الاستخدام في الأماكن العمومية هذا ما يجعلهم لا يفضلوا الاستخدام كثيرا في المنزل لأن معظم أوقاتهم في الخارج على عكس الإناث.

جدول رقم 09: يبين طبيعة الرفقة لأفراد العينة وهم يستخدمون " الفاييبوك".

المجموع		مع أحد أفراد العائلة		مع الأصدقاء		منفردا		طبيعة الرفقة	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	المتغيرات	
%48.14	26	/	/	%45.45	05	%55.26	21	ذكر	الجنس
%53.7	29	%100	06	%54.54	06	%44.73	17	أنثى	
%100	54	%100	06	%100	11	%100	38	المجموع ¹²⁷	

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلة نسبة كانت في متغير الجنس للذين يفضلون الاستخدام بشكل منفرد كانت للذكور حيث قدرت ب 55.26% في حين بلغت نسبة الإناث 44.73% أما فيما يخص الذين يفضلون الاستخدام مع الأصدقاء فكانت للإناث وذلك بنسبة 54.54% في حين بلغت نسبة الذكور 45.45% ، في حين انعدمت نسبة الذكور الذين يفضلون الاستخدام مع أحد أفراد العائلة أما نسبة الإناث في هذا الأخير فقد قدرت ب 100% حيث بلغ عددهم 6 مفردة.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أن أعلى نسبة كانت للمبوحثين الذين يفضلون الاستخدام منفردين و كانت النسبة خاصة بالذكور حيث قدرت ب 54.54%، وهذا راجع لأن الذكور يميلون للخصوصية وعدم اطلاعهم لخصوصياتهم و أسرارهم للآخرين ما يؤدي بهم إلى المتعة في الاستخدام و الراحة التامة على عكس الإناث فإنهن يملن كثيرا لاطلاع أسرارهن للآخرين

¹²⁷ - مجموع الإجابات أكبر من عدد مجموع الباحثين وهذا لتعدد الإجابات.

(صديقة مقربة أو أخت...)، هذا ما يؤدي إلى الاختلاف في الاستخدام.

جدول رقم 10: يبين خدمات الفاييبوك المفضلة لأفراد العينة.

المجموع		أنثى		ذكر		الخدمات
%	ت	%	ت	%	ت	
19.4%	26	21.33%	16	16.94%	10	مشاركة الصور
9.7%	13	10.66%	08	8.47%	05	مشاركة الروابط.
8.2%	11	10.66%	08	5.08%	03	مشاركة الفيديو.
5.97%	08	08%	06	3.38%	02	الألعاب.
29.1%	39	21.33%	16	38.98%	23	الدردشة.
2.23%	03	1.33%	01	3.38%	02	التطبيقات.
24.26%	33	26.66%	20	22.03%	13	التعليقات.
2.23%	03	2.66%	02	1.69%	01	أخرى.
100%	134	100%	75	100%	59	المجموع. ¹²⁸

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت خدمة الفاييبوك متمثلة في الدردشة حيث بلغت نسبتها 29.1% بعدد 39 شخصا ، تلتها التعليقات الموجودة في خدمة هذا الموقع حيث بلغت نسبتها 19.4% تليها مشاركة الروابط بنسبة 9.7% لتصل إلى نسبة 8.2% بالنسبة لمشاركة الفيديو، بعدد 11 فردا، لتتخف إلى 5.97% بما يخص خدمة الألعاب أما التطبيقات و الخدمات الأخرى التي ذكرها المبحوثين فقد تساوت نسبتيهما، حيث بلغت 2.23% بعدد 3 أشخاص، أما فيما يخص النسبة التي كانت أعلى لكلا الجنسين فهي نسبة الذكور، حيث بلغت نسبتهم 38.98%، فيما يخص لخدمة الدردشة في حين كانت 21.33% بالنسبة للإناث، أما فيما يخص التعليقات فكانت نسبة الذكور 22.03% ، حيث كانت أقل من نسبة الإناث التي

¹²⁸ - مجموع الإجابات أكبر من عدد مجموع الباحثين وهذا لتعدد الإجابات.

بلغت 26.66%، أما مشاركة الصور فكانت نسبة الذكور 16.94%، في حين بلغت نسبة الإناث 21.33% لتتخفص إلى 8.47% في مشاركة الروابط فيما يخص الذكور، أما الإناث فكانت النسبة 10.66%، لتتساوى النسبة في خدمة الألعاب و التطبيقات بالنسبة للذكور، حيث قدرت ب 3.38% أما الإناث فكانت النسبتين على التوالي 8% بالنسبة لخدمة الألعاب و 1.33%، بالنسبة للتطبيقات، أما الخدمات الأخرى فبلغت النسبة عند الذكور 1.69%، أما الإناث فبلغت 2.66%.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أن معظم المبحوثين الذين يحبون خدمات الفايسبوك هم الذكور و الخدمة الأكثر نسبة و الأكثر تفاعلا معها هي خدمة الدردشة و ذلك لأن الذكور يميلون كثيرا لإقامة علاقات مع الجنس الآخر وهذا ربما يجرجهم في العالم الحقيقي أو لا يجدوا ما يناسبهم في العالم الحقيقي من خلال نفس الانطباعات و نفس الخصائص الكلامية و.....

هذا ما يؤدي بهم إلى البحث عنها في العالم الافتراضي ، والذي يتيح لهم فرصة الدردشة مع الشخص المناسب لهم و بكل حرية و سهولة ، حيث يجدون المتعة و التسلية في ذلك على غرار الإناث فإنهن يملن إلى ربط علاقات حقيقية في العالم الحقيقي، غير وهمية بعيدة عن كل الملابسات و الغموض، حيث تجدهن يملن في استخدام الموقع كثيرا في مجال خدمة التعليقات و مشاركة الصور حيث يملن للتعليق على أي موضوع يطرح لهن أو أي صورة تعرض لديهن.

المحور الثالث: دوافع استخدام موقع الفايسبوك

جدول رقم 11: يبين دوافع استخدام موقع الفايسبوك.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس / الدوافع
%	ت	%	ت	%	ت	
22.42%	24	24.07%	13	20.75%	11	الترفيه و التسلية.
19.62%	21	24.07%	13	15.09%	08	التثقيف.
27.1%	29	27.77%	15	26.41%	14	التواصل مع الأصدقاء و الأهل.
12.14%	13	7.4%	04	16.98%	09	التخلص من الفراغ.
9.34%	10	7.4%	04	11.32%	06	التعرف على أشخاص جدد.
9.34%	10	9.25%	05	9.43%	05	التخلص من القلق و الملل.
100%	107	100%	54	100%	53	المجموع ¹²⁹

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت لنسبة الدافع وراء استخدام موقع التواصل الاجتماعي هو التواصل مع الأصدقاء و الأهل ، وذلك بنسبة 27.10 % حيث كانت أعلى نسبة عند الإناث حيث قدرت ب 27.77% في حين بلغت نسبة الذكور 26.41% أما الدافع الثاني هو الترفيه و التسلية، وذلك بنسبة 22.42% حيث قدرت نسبة الإناث فيه ب 24.07% في حين بلغت نسبة الذكور 20.75% لتصل إلى نسبة التثقيف حيث قدرت ب 19.62% ، حيث كانت نسبة الذكور 26.41% ونسبة الإناث متساوية مع نسبة الترفيه و التسلية، حيث قدرت ب 24.07% أما الدافع وراء استخدام الفايسبوك من أجل التخلص من الفراغ فكانت 12.14% ، حيث قدرت نسبة الإناث بالتساوي مع نسبة التعرف على أشخاص جدد ، حيث

¹²⁹ - مجموع الإجابات أكبر من مجموع المبحوثين وذلك لتعدد الإجابات.

قدرت ب 7.4% أما الذكور فكانت نسبة التخلص من الفراغ 16.98% ونسبة التعرف على أشخاص جدد قدرت ب 11.32% ، لتتخفض بشكل تدريجي إلى 9.34% فيما يخص نسبة التخلص من القلق و الملل.

التحليل الكيفي:

من خلال تفسيرنا للجدول نستنتج أن معظم المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك للتواصل مع الأصدقاء و الأهل ، وهذا ما يقودنا إلى المكانة الكبيرة التي احتلتها وسائل الاتصال الحديثة ، ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة في واقعنا المعاش، و أصبحت الصداقات عبر العالم الافتراضي تنافس الصداقات عبر العالم الحقيقي، وهذا لا يعني أنها تعزل المستخدم و تغلق عن أفكاره ، فالمرتبة الثانية جاءت بنسبة 20.75% للمستعملين من أجل الترفيه و التسلية، مما تساعده على الراحة و التخلص من الكثير من الضغوطات التي تكون داخل النفس البشرية دون إهمال المرتبة الثالثة و الرابعة و التي جاءت بنسبتي 15.09% من أجل التنقيف و 16.98% من أجل التخلص من الفراغ مما تساعد المستخدم على التفتح على العالم و التعرف على أفكار و حضارات جديدة و ثقافات متنوعة و المعرفة و التواصل دون نسيان جانب التخلص من الفراغ، الفايسبوك يساعد المستخدم على التخلص من الفراغ الرهيب الذي ربما يؤدي إلى بعض السلوكيات الغير مرغوب فيها.

ومن خلال الجدول أيضا نستنتج أن أعلى نسبة كانت لفئة الإناث و المتمثلة في التواصل مع الأصدقاء و الأهل لأنهن بعيدات عن الأهل و باعتبارهن مقيمات في الحي الجامعي على عكس الذكور بالإضافة إلى كثرة الفراغ الذي يكن فيه.

جدول رقم 12: يبين طبيعة الدخول في موقع " الفاييبوك ".

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس / طبيعة الدخول
%	ت	%	ت	%	ت	
54%	27	28%	07	80%	20	الاسم الحقيقي.
46%	23	72%	18	20%	05	اسم مستعار.
100%	50	100%	25	100%	25	المجموع.

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يستخدمون أسماءهم الحقيقية حيث بلغت نسبة الذكور مع الإناث المستخدمين للموقع بأسمائهم الحقيقية بـ 54% حيث كانت أعلى نسبة للذكور، وذلك بنسبة 80% بعدد بلغ 20 مبحثاً أما الذكور المستخدمين للموقع بأسماء مستعارة قدرت نسبتهم بـ 20% أما الإناث فكانت العكس ، حيث قدرت أعلى نسبة للواتي يستخدمونه بأسماء مستعارة حيث قدرت نسبتهم بـ 72% ، في حين بلغت نسبة اللواتي يستخدمن الموقع بأسماء حقيقية بـ 28% ، حيث قدر عددهن بـ 7 مبحثات.

التحليل الكيفي:

نستنتج من خلال الجدول أن معظم الذكور يستخدمون الموقع " الفاييبوك " بأسماء حقيقية ، وذلك لأنهم لا يخلطوا بوجود علاقات في الموقع أو لا يبالوا فيها إذا أحد دخل الموقع أو أصبح

صديقاً له، في حين نجد الفتيات يستخدمن الموقع بأسماء مستعارة لأنهن يخلطن و لا يجدن الحرية في التعبير عن آراءهم في الموقع إذا استخدمن أسماءهن الحقيقية ويحببن التحفظ في أسمائهن في الموقع إلى درجة أن أسمائهن المستعارة لا يعطينه لزميلات معينة ، وإنما لصديقات أي المقربات إليهن خشية تسرب أسمائهن عند الآخرين مما يدل على وجود بعض الحشمة و لا تزال موجودة قليلاً في المجتمع أي لا وجود لعلاقات مشبوهة دون تستر.

جدول رقم 13: يبين طبيعة شعور أفراد العينة في حالة الغياب عن موقع "الفايسبوك".

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس / طبيعة الشعور
%	ت	%	ت	%	ت	
10%	05	8%	02	12%	03	القلق و الاضطراب.
24%	12	28%	07	20%	05	الفراغ.
66%	33	64%	16	68%	17	عدم الشعور بأي شيء.
100%	50	100%	25	100%	25	المجموع.

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين لا يؤثر فيهم الموقع "الفايسبوك" في حالة الغياب عنه، حيث صرح معظمهم أنهم لا يشعروا بأي شيء حيث بلغت نسبتهم 66% ، تليها نسبة الشعور بالفراغ ، حيث قدرت ب 24% لتصل نسبة الشعور بالقلق و الاضطراب حيث بلغت 10%.

ومن خلال الجدول أيضا نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للذكور ، وذلك بنسبة 68 %، في حين بلغت نسبة الإناث 64% أما الذكور فكانت 20% ، أما الشعور بالقلق و الاضطراب فكانت أعلى نسبة للذكور ، حيث قدرت ب 12% ، في حين بلغت نسبة الإناث 8%.

التحليل الكيفي:

من خلال التفسيرات السابقة للجدول نستنتج أن معظم المبحوثين لا يشعروا بأي شيء في حالة الغياب عن الفايسبوك و ذلك ربما راجع إلى وجود مواقع بديلة عن الموقع مثل: Twitter (تويتر)، youtube (يوتيوب)،.....، بالإضافة إلى وجود انشغالات أخرى مثل: الانشغال بأوقات الفروض و الاختبارات وكذلك البحوث ومذكرات التخرج مما يوحي إلى أن استخدام الفايسبوك مجرد وسيلة لسد الفراغ المحيط بالكلية و المستخدمين بصفة خاصة.

و بالتالي يمكن للمستخدم الاستغناء عن الموقع ، و أنه لا يحتل مكانة كبيرة في حياته، وهذا راجع للنسبة الكبيرة المحصاة في الجدول أي 66% ، والتي تمثل نسبة المبحوثين الذين لا يشعروا بشيء أثناء غيابهم عن الموقع ، حيث أنها نسبة فاقت نصف عدد المبحوثين أي 33 مبحثا ، أما الذين أجابوا بأن غيابهم عن الموقع يسبب لهم الفراغ ، يفسر أن المبحوثين يستخدمون الموقع بشكل يومي و في كل الأوقات، بالرغم من وجود وسائل ومواقع منافسة له ، لتصل مرتبة النسبة التي تحصلنا عليها للذين أجابوا بأنهم يحسون و يشعرون بالقلق و الاضطراب في حالة الغياب عن هذا الموقع ، يفسر لنا أن هذه الفئة لديها نوع من الإدمان على الموقع و التعلق الشديد به، يفسر لنا أن هذه الفئة لديها نوع من الإدمان على الموقع والتعلق الشديد به، في شتى المجالات (العلمية، العملية، الاجتماعية،.....)

المحور الرابع: تأثير "الفايسبوك" على قيم مستخدميه

جدول رقم 14: يبين هل يساعد استخدام الفايسبوك في التحلي ببعض القيم الجديدة أم "لا".

الإجابة	التكرار	النسبة.
نعم.	27	54%
لا.	23	46%
المجموع.	50	100%

التحليل الكمي:

من خلال الجدول نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا بأن استخدامهم لموقع الفايسبوك يساعدهم على التحلي ببعض القيم الجديدة ، وذلك بنسبة 54% أما الذين أجابوا بأن الموقع لا يساعدهم في التحلي ببعض القيم الجديدة ، فكانت نسبتهم 46% ، حيث بلغ عددهم 23 مبحثا.

التحليل الكيفي:

نستنتج من خلال تفسيرنا للجدول أن استخدام الموقع يساعدهم في التحلي ببعض القيم الجديدة لدى المستخدمين مثل: التحلي ببعض قيم الغرب مثل: اللباس و تسريحات الشعر ، فقيم هذا

المجتمع يؤدي بفساد من يتبعهم بالإضافة إلى قيم ايجابية مثل: التحلي بالقيم الدينية ،وذلك من خلال التواصل مع الدعاة وطلاب العلم بالإضافة إلى التحلي بقيم اجتماعية مثل: الأعمال التطوعية و النشاطات الخيرية عبر الانضمام لمجموعات معينة، هذا لا يوحي أن معظم المستخدمين يتحلون بثقافات وقيم الغرب و الديانات الأخرى ، فالإحصائيات تشير إلى أن الكثير من الأشخاص دخلوا في الديانات الأخرى مثل : الديانة المسيحية ...،وذلك من خلال الدخول في المواقع المتعلقة بالأشخاص من دول مختلفة وحملات التبشير،.....، و بالتالي فإن استخدام الموقع يساعد مستخدميه على التحلي ببعض القيم الجديدة

جدول رقم 15: يبين ترتيب تأثير الموقع بشكل سلبي.

الترتيب	التكرار	النسبة
1-الإهمال في الشعائر الدينية كتأخر الصلاة.	24	48%
2-تضييع الوقت.	11	22%
3-خلق الفجوة بينك وبين أسرتك.	05	10%
4-إهمال الدراسة.	04	08%
5-العزلة وضعف التفاعل مع الآخرين.	03	06%
6-الإسراف و التبذير.	02	04%
7-مشاكل مع الأسرة.	01	02%
8-ضعف القدرة على التعبير.	-----	-----
المجموع.	50	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت للذين أجابوا بأن التأثير الذي يتركه الموقع بشكل سلبي بالمرتبة الأولى ، هو الإهمال في الشعائر الدينية كتأخر الصلاة ، وذلك بنسبة

48% في حين كانت نسبة الرتبة الثالثة و المتمثلة في خلق الفجوة بين المستخدم وأسرته لتتخفف بشكل تدريجي إلى 8% للذين يؤثر عليهم الموقع بشكل سلبي في إهمال الدراسة وذلك برتبة الدرجة الرابعة ، أما الرتبة الخامسة فتمثلت في خلق العزلة و ضعف التفاعل مع الآخرين ، وذلك بنسبة 6% تليها نسبة 4% للمرتبة السادسة ، وذلك للتأثير عليهم بشكل سلبي و المتمثل في الإسراف و التبذير لتتخفف بشكل كبير إلى 2% للذين لديهم مشاكل مع الأسرة ، في حين انعدمت نسبة الذين يؤثر فيهم من خلال ضعف القدرة على التعبير .

التحليل الكيفي:

نستنتج من خلال تفسيرنا للجدول أنه رغم أن موقع الفاييبوك ساهم في خلق قيم جديدة مثل: التحلي ببعض القيم الجديدة و حفاظ مستخدميه على قيمهم الأصلية إلا أنه ساهم في التأثير بشكل سلبي على مستخدميه ، وذلك بنسبة كبيرة في إهمال الشعائر الدينية كتأخر الصلاة التي تعتبر عمود الدين ومنهاج المسلم ، وقدوته وطريقه إلى الصلاح ، حيث بلغت هذه النسبة 48% ، وهي تمثل أعلى نسبة ومعظم الباحثين حيث بلغ عددهم 11 شخصا ، وذلك لأن الإدمان على مثل هذه المواقع يؤدي بمستخدميها إلى عدم ترك أو تضييع أي لحظة خارج عن هذه المواقع ، مما يؤدي بهم إلى عدم التوجه إلى الصلاة و عدم احترام أوقات تأديتها ، فمجرد فعل ذلك يؤدي إلى فقدان الشبكة أو فقدان العلاقة مع الشخص المتواصل معه، و بالتالي يساهم بشكل كبير في تأثير سلبي على مستخدميه، بالإضافة إلى تضييع الوقت ، فعوض التوجه إلى فعل أي عمل أو شيء يفيد ، يقوم بتضييع وقته في استخدام الموقع، وكذلك عوض فتح كتاب الكتروني يقومون بقراءته و الاطلاع على محتواه يقومون بفتح الموقع و الاطلاع على أخبار الآخرين ، ومستجداتهم في العالم الافتراضي، مما يؤدي بهم إلى البحث عن الكثير من الأصدقاء و الصحبة عبر هذا الموقع ، هذا الأخير يؤدي بهم إلى خلق الفجوة بينه وبين أسرته ، فعوض قيام المستخدم بجلسة تحاور مع العائلة يقوم بعقد جلسة تحاور مع الأصدقاء الافتراضيين، وهذا ما يوحي أو راجع إلى حرية التعبير الموجودة في الموقع و الغائبة في الأسرة ، و بالتالي تتضخم المشاكل مع الأسرة ، وتضعف القدرة على التعبير في العالم

الحقيقي مما يؤدي إلى العزلة ، وضعف التفاعل مع الآخرين ، بالإضافة إلى إهمال الدراسة ، ما يجعلهم يقومون بإسراف معظم أموالهم وتبذيرها في هذا الموقع .

جدول رقم 16: يبين تأثير موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " بشكل ايجابي .

الترتيب	التكرار	النسبة
1-الاطلاع على المجتمع العالمي و ثقافته المتنوعة و المختلفة.	20	40%
2-حرية التعبير.	09	18%
3-خلق تواصل مع الأقارب و الأحباب.	06	12%
4-اكتساب معلومات علمية.	05	10%
5-ترسيخ قيم و مبادئ و أخلاق حسنة.	04	8%
6-التعريف بثقافتنا للمجتمعات الأخرى.	03	6%
7-زيادة الوعي الديني.	02	4%
8- تحسين المستوى الدراسي.	01	2%
المجموع.	50	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين اختاروا الاطلاع على المجتمع العالمي ، وثقافته المتنوعة و المختلفة ، كترتيب أولي ، وذلك بنسبة 40% ، في حين كانت المرتبة الثانية لحرية التعبير ، وذلك بنسبة 18% ، وهذا بشكل ايجابي ، لتبلغ نسبة تأثير خلق تواصل مع الأقارب و الأحباب 12% ، أما المرتبة الرابعة ، فكانت لاكتساب معلومات علمية ، وذلك بنسبة 10% ، في حين بلغت نسبة المرتبة الخامسة 8% ، و المتمثلة في ترسيخ قيم ومبادئ

و أخلاق حسنة أما المرتبة السادسة ، فكانت للتأثير على التعريف بثقافتنا للمجتمعات الأخرى ، وذلك بنسبة 6% أما نسبة المرتبة السابعة فكانت 4% ، وذلك لزيادة الوعي الديني لتتخض بشكل كبير إلى 2% لتحسين المستوى الدراسي.

التحليل الكيفي:

من خلال تفسيرنا للجدول نستنتج أن أعلى نسبة كانت للمرتبة الأولى ، حيث بلغت 40% ، والمتمثلة في الاطلاع على المجتمع العالمي ، وثقافته المتنوعة ، والمختلفة ، وذلك من خلال تعلم عادات الشعوب الأخرى ، والتعرف على أشخاص من خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة ، ما أغنى تجربتهم الثقافية و الفكرية ، حيث أصبح الموقع نافذة يطل منها الطلاب على العالم من حوله، بالإضافة إلى الانفتاح على الآخر و القبول بالآخر في تنوعه و اختلافه و تباينه الأمر الذي ساهم في تشكيل واقع اجتماعي جديد تفرضه مثل هذه المواقع ، والانتماء إلى ثقافة عالمية واحدة ، مما أدى إلى كسر الحواجز بين الناس على كل مستوياتهم ، ومن كل الاتجاهات و التوجهات من خلال حرية التعبير على الأفراد و المستخدمين ، وهذا ما أكدته الإحصاءات ، حيث أن المرتبة الثانية كانت لحرية التعبير وذلك لأن الموقع يساهم أو يفتح المجال للمستخدمين للتعبير عن آراءهم و توجهاتهم و انشغالاتهم و مشاعرهم بحرية تامة، ما لم يجده في العالم الحقيقي، مما أدى إلى مساعدة المستخدمين إلى خلق تواصل مع الأقارب و الأحباب في العالم الافتراضي، فبمجرد التواصل مع الأحباب و الاطلاع على المجتمع العالمي وثقافته المتنوعة و المختلفة ، أدى بالمستخدمين إلى اكتساب معلومات علمية و ترسيخ قيم ومبادئ و أخلاق حسنة و التعريف بثقافتهم للمجتمعات الأخرى، بالإضافة إلى زيادة الوعي الديني و تحسين المستوى الدراسي.

و بالتالي فمن أهم الآثار الايجابية ، هي اكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام ، وإثراء القيم الثقافية و الاجتماعية و القيم بوجه عام.

جدول رقم 17: يبين رأي المبحوثين في كون الموقع ساهم في اكتساب قيم جديدة على غرار أنه خسر القيم الأصلية.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
%10	05	%12	03	%8	02	موافق.
%22	11	%24	06	%20	05	محايد.
%68	34	%64	16	%72	18	غير موافق.
%100	50	%100	25	%100	25	المجموع.

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أنّ أعلى نسبة كانت للذين لم يوافقوا على أنّ موقع الفايسبوك ساهم في اكتساب قيم جديدة على غرار أنه خسر القيم الأصلية، وذلك بنسبة 72% بالنسبة للذكور و 64% بالنسبة للإناث ، لتتخفّض إلى 24% للواتي كانت محايدات في الإجابة و 20% للذين كانوا محايدين في الإجابة لتتخفّض بشكل كبير إلى نسبة 12% للواتي يوافقن الرأي ، و8% للذين يوافقون الرأي.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نستنتج أنّ معظم المبحوثين لم يوافقوا في كون موقع الفايسبوك يساهم في اكتساب قيم جديدة على غرار أنه يخسر القيم الأصلية ، وهذا إن دلّ فإنّه يدلّ على أنّ المجتمع محافظ على قيمه الأصلية ، حتى ولو اكتسب قيم جديدة فهذه الأخيرة تدعّم القيم الأصلية السائدة في المجتمع وربما تقويها، إلا أنّها لا تساهم في تلاشي القيم الأصلية وزوالها.

جدول رقم 18 : يبين رأي أفراد العينة في كون القيم أصبحت أقل تفاعلا في المجتمع الحقيقي وأكثر تفاعلا في العالم الافتراضي

الإجابة.	التكرار.	النسبة.
نعم	17	%34
لا	33	%66
المجموع	50	%100

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين أجابوا بأن قيمهم لم تصبح أقل تفاعلا في المجتمع ، وذلك بنسبة 66" ، في حين بلغت نسبة الذين أجابوا بأن قيمهم أصبحت أقل تفاعلا في المجتمع وأكثر تفاعلا في العالم الافتراضي بنسبة 34% حيث بلغ عددهم 17 شخصا.

التحليل الكيفي:

من خلال الجدول و التفسير له ، نستنتج أن الموقع ساهم في عدم اكتساب قيم جديدة في العالم الافتراضي وتحفظهم للقيم الأصلية الموجودة في المجتمع وهذا راجع بتمسكهم بالقيم الراسخة و الموجودة في المجتمع .

نتائج الدراسة:

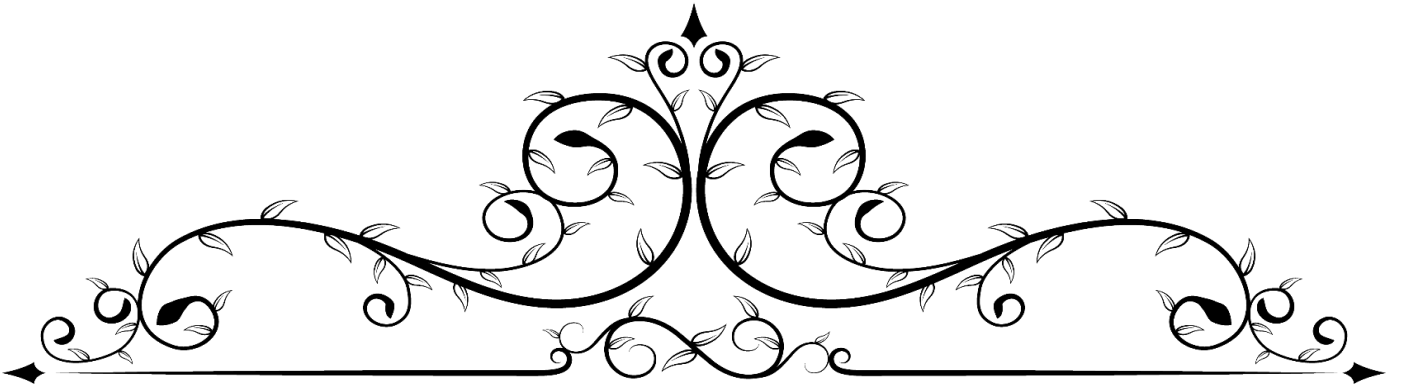
- بعد تفريغ البيانات وتبويبها، و التعليق عليها، وتحليلها، تمكنا من الوصول إلى النتائج الآتية و المرتبطة بأهداف البحث وأهمها:
- معظم المبحوثين المستخدمين لشبكة الفايسبوك ، هم من فئة الشباب .
 - معظم المبحوثين يقيمون في الأحياء الجامعية .
 - أغلب مستخدمي الشبكة هم أصحاب المستويات الجامعية ليسانس .
 - معظم المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك منذ أكثر من 3 سنوات .
 - المبحوثين يقضون أقل من ساعة عند استخدامهم للفايسبوك و أكثرهم الذكور .

- كانت أهم الفترات المفضلة للتصفح هي الفترة الليلية للذين يقيمون مع الأولياء و في الأحياء الجامعية .
- يفضل المستخدمون استخدام موقع الفايسبوك في المنزل .
- معظم المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفايسبوك لوحدهم خاصة الذكور منهم .
- كانت أهم خدمة يقدمها الفايسبوك لمستخدميه خدمة الدردشة .
- معظم المبحوثين يجدون أنّ التّواصل مع الأصدقاء و الأهل هو أهم دافع لاستخدامهم الموقع .
- أغلب مستخدمي الفايسبوك من الذكور يظهرون هوياتهم الحقيقية ، ولا يخفوا بياناتهم الشخصية عكس فئة الفتيات اللواتي يخفين هوياتهن .
- موقع الفايسبوك غير مؤثر لدرجة الإدمان عند مستخدميه .
- موقع الفايسبوك يساعد مستخدميه على التحلي ببعض القيم الجديدة مثل : قيم دينية ، قيم اجتماعية، قيم أخلاقية ، قيم ثقافية،.....
- أن موقع الفايسبوك يؤثر بشكل سلبي و ايجابي على مستخدميه .
- موقع الفايسبوك يساهم في اكتساب قيم جديدة يكون التأثير أو التّحلي بها على حسب طريقة الاستخدام فإذا كان الاستخدام غير جيد يؤدي إلى التحلي بالقيم السيئة أما إذا كان الاستخدام جيد فبطبيعة الحال ستكون القيم المكتسبة جيدة و سوية ، مع عدم خسره للقيم الأصلية المتوارثة في المجتمع جيلا عن جيل، وهذا ما يؤكد فرضيات الدراسة.

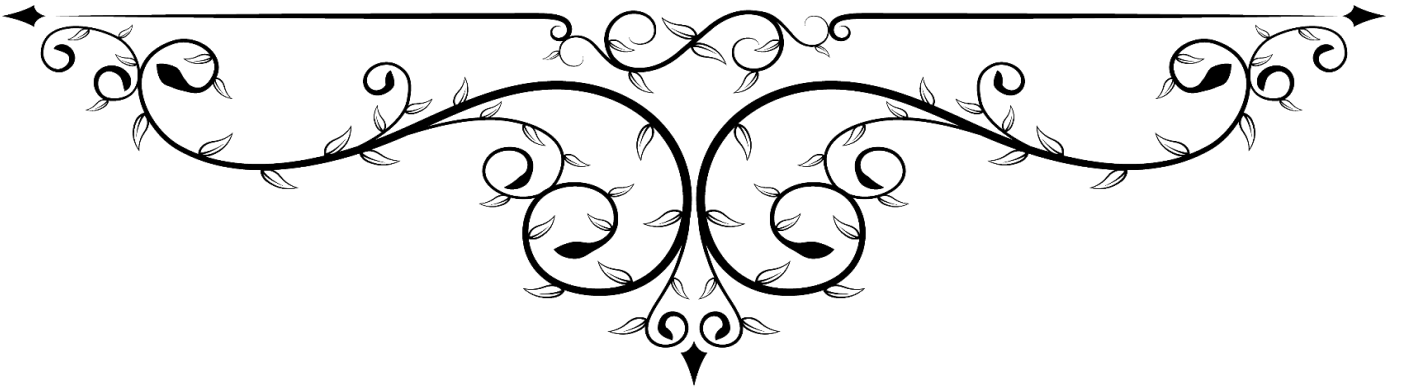
توصيات:

- ملاحظة الدور الذي باتت تلعبه بعض وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثير بعضها السلبي الواضح على أفراد المجتمع و خاصة فئة الشباب، مع ضرورة التعريف بها، ومعرفة ايجابياتها، وسلبياتها، و توجيهها بما يخدم المجتمع و يعين على نشر ثقافته، وعدم بث ما يؤثر فيه سلبا من خلال بث مواضيع أو استخدام مواقع غير متوافقة مع شريعته، دون حسيب أو رقيب.

- توعية الأسرة بأهمية التربية و غرس الوازع الديني و القيمي للأبناء.
- تفعيل دور الأسرة في الرقابة على الأبناء في حالات الاستخدام خاصة في المنازل و توجيههم.
- البحث عن الوجه الايجابي لهذه المواقع من حيث الاستخدام، أي توظيفها فيما يعود على الشخص بالنفع في جميع الجوانب.
- تنظيم الوقت و تحسين توزيعه دون أن يغلب الوقت الضائع عليه.
- حسن استخدام المواقع يؤدي بترسيخ قيم جيدة، أما العكس فيكون هناك قيم رذيلة و مناقضة لمجتمعنا



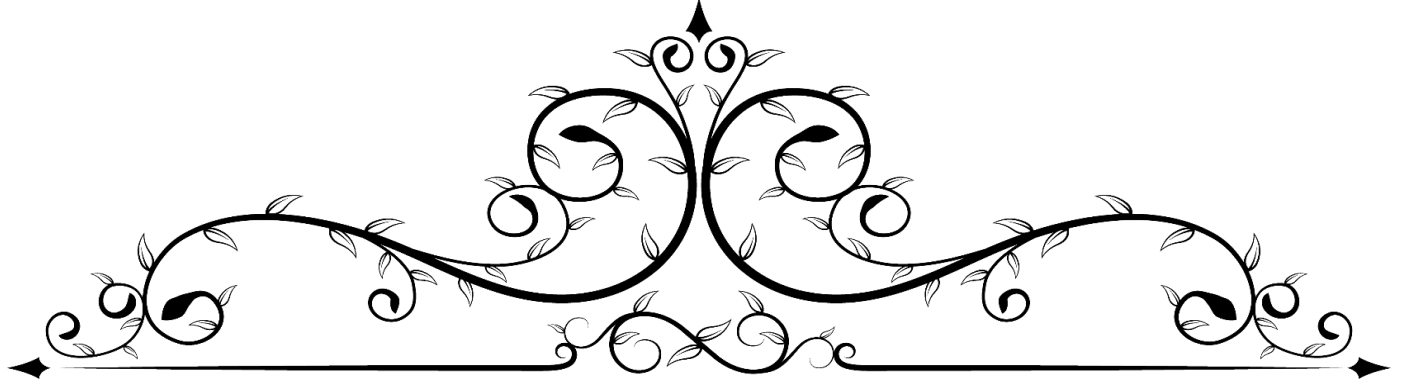
الخاتمة



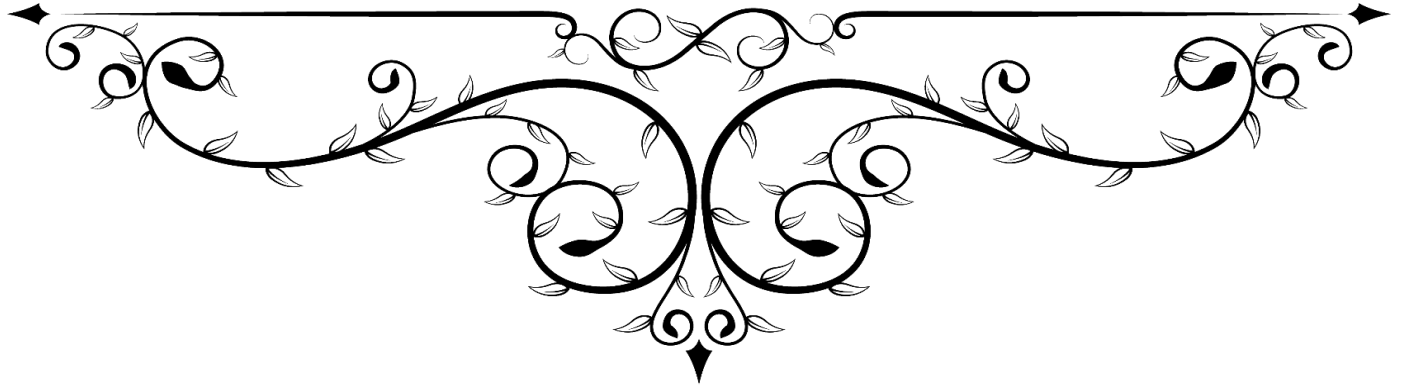
لقد أفضى التّقدم الهائل في تكنولوجيا الاتّصال إلى إنتاج وسائل اتّصال جديدة ومواقع اتّصاليّة مختلفة، عملت على تغيير علاقات النّاس الاجتماعيّة و أشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، فأصبح الفرد يستغني من اللّقاءات المباشرة وجها لوجه و يستسلم لشاشة الكمبيوتر فيقضي وقتا طويلا في تفاعل افتراضي من شأنه أن يختزل الوقت المخصّص للأشخاص الواقعيّين في حياته و قد، سعينا من خلال هذه الدّراسة إلى تناول موضوع - تأثير الإعلام الالكتروني على قيم المجتمع -، محاولين الكشف عن أثر مواقع التّواصل الاجتماعي انطلاقا من اختيار نموذج الفايسبوك لأنّه يمثّل وسيلة اتّصال حاليّا، حيث ظهرت المشاعر الالكترونية و العلاقات الافتراضية التي ساهمت الشبكات الاجتماعية في خلقها، إذ نجحت بشكل كبير في بناء واقع مواز للمجتمع الحقيقي يتبادل الأفراد من خلاله مشاكلهم وأحلامهم.

إنّ الأثر لا يعني بالضرورة تغيير السلوكات و الاتّجاهات التي كانت سائدة من قبل بل قد تعني أيضا تعزيزها و الحفاظ عليها، فلقد كشفت الدّراسة أن موقع الفايسبوك قد أثر سلبا و إيجابا و بالتّالي ساهم في التّغيير و التّعزير .

في النّهاية يمكننا القول بأنّ العلاقة بين استخدام الإعلام الالكتروني، وبالضّبط مواقع التّواصل الاجتماعي وقيم المجتمع هي علاقة تأثير سلبي و ايجابي، سلبي مرتبط بالاستخدام السيئ للموقع، حيث أنّ هذه المواقع قد تفكّك ما هو متلائم، وما هو موروث من قبل وما هو سائد في المجتمع، كما أنّ له تأثير ايجابي فقد يجمع ما هو متباعد، ويساهم في بناء قيم جديدة، تخدم المجتمع و الدّين، مثل: القيم الجيدة، فهذا التّأثير يختلف من مجتمع لآخر و من مستخدم لآخر تبعا للعديد من المتغيّرات و الاستخدامات، حيث أنّ هذا التّأثير مرتبط بالدرجة الأولى بالمستخدم حسب الجنس، وحسب السن، و المستوى التّعليمي وغيرها إلى جانب المجتمع و الثقافة التي ينتمي إليها، فرغم التّأثيرات السّلبية التي تظهر في الموقع والتي هي موجودة فيه، إلّا أنّ الشّباب لا يزالون مرتبطين بثقافتهم و قيمهم الاجتماعية.



قائمة المراجع



-القرآن الكريم.

- الكتب:

- 1 - أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني، ط01، (عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع)، 2010م.
- 2- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلاقات الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي، ط02، (الجزائر: دار القصبية)، 2006م.
- 3 - البرغوثي بشير، النظام الإعلامي الجديد في السعودية، د.ط، (عمان: دار رؤى للنشر و التوزيع)، 2010م.
- 4- الزيود ماجد ، الشباب و القيم في عالم متغير ، ط01، (عمان : دار الشروق للنشر و التوزيع)، 2006م.
- 5- الموسوي موسى جواد ، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية ، ط01،(عمان: دار وائل للنشر و التوزيع)، 2011م.
- 6- بنت عبد الجبار أروى ، اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر، ط01، (عمان : دار أسامة للنشر و التوزيع) ، 2009م.
- 7- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط02، (الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية للساحة المركزية)، 2005م.
- 8- دياب فوزية ، القيم و العادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، د،ط (بيروت: دار النهضة العربية)، 1980م.
- 9- أسامة ظافر كباره، البرامج التلفزيونية و التنشئة الاجتماعية للأطفال، ط01، (بيروت: دار النهضة العربية)، 2009م.
- 10- عبيدات محمد و آخرون ،منهج البحث العلمي ، ط02،(عمان: دار وائل للطباعة و النشر)، 1999م.
- 11- محمد الدليمي عبد الرزاق ، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، ط01، (الأردن: دار وائل للنشر و التوزيع) ، 2011م.

12- محمد علي محمد النبوي ، إيمان الانترنت في عصر العولمة، ط01،(عمان:دار الصفاء للنشر و التوزيع)،2010م.

13- محمود مسعد ، كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات، ط02، (الإسكندرية: مطبعة الانتصار، 2000م.

- المجالات:

14- الطيار فهد بن علي ، " شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم لدى طلاب الجامعة"تويتر نموذجاً"، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود"، المجلة العربية للدراسات الأمنية و التدريب - المجلة 31- العدد (61) 193-226 الرياض (2014م-1436هـ).

15- المنصور محمد،"تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، مجلة الأكاديمية العربية ، في الدانيمارك، 2012م.

16- رامي زاهر ، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية ، جامعة عمان الأهلية ، عمان ، 2003م.

17- ساري حلمي خضر ، "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، مجلة الجامعة ، دمشق، 2011م.

18- شيخاني سميرة ، " الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق-المجلد 26، العدد الأول+ الثاني ، 2010م. ص 442.

19-عزي عبد الرحمان ، " الثقافة الحتمية و حتمية الاتصال ، نظرة قيمية"، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، سبتمبر2013م.

20- مرسي مشري ، "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل العربي، لبنان ، العدد 395، 2012م.

المذكرات و الرسائل الجامعية:

21- الشهري حنان بنت شعشوع ، "أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية" الفاييسبوك و تويتر نموذجاً"، دراسة ميدانية، مشروع بحثي مقدم للحصول على

- درجة الماجستير، قسم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية ، جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية 1434هـ.
- 22- الغامدي قينان عبد الله ، " التوافق و التناظر بين الإعلام التقليدي و الإعلام الالكتروني"، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام الالكتروني ، صحيفة الشرق، مايو 2012م.
- 23- المطيري حسن قطيم طماح ،"الاستخدامات السياسية لوقع التواصل الاجتماعي"، تويتر من قبل الشباب الكويتي"، دراسة مقدمة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2013م.
- 24- المنصور، الطالب محمد، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام و الاتصال، مجلس كلية الآداب و التربية الأكاديمية العربية في الدانيمارك، 2013م.
- 25- بن عطاء الله مريم و أخريات، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، دراسة وصفية تحليلية من مستخدمي الفايسبوك ، من طلبة علوم الإعلام و الاتصال ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس ، قسم العلوم الإنسانية ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2013م-2014 م.
- 26- بن ورقلة نادية ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي ، جامعة الجلفة - الجزائر.
- 27- ساق الله مها فالح ، " ماهية الإعلام الجديد"، رسالة ماجستير ، الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الآداب ، قسم الصحافة و الإعلام ، 2013م.
- 28- صالح كاتب سعود ، "الإعلام الجديد و قضايا المجتمع.....و التحديات و الفرص"، بحث مقدم للمؤتمر العالمي للإعلام الإسلامي ، 2011م.
- 29- وردة عمر، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحرك السياسي في الدول العربية"، مصر نموذجاً ، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة ، الجزائر، 2013م-2014م.

30- محمد الجمال رباب رأفت ، " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي-دراسة ميدانية ، جامعة الملك عبد العزيز، قسم الصحافة ، كلية الاتصال و الإعلام ، 2013م.

31- محمد علي محمد بن فتح ، "مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية و القيمة"، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام الالكتروني ، صحيفة الشرق، مايو 2012م.

32- مريم نريمان نومار، " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية "، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر "، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، قسم العلوم الإنسانية ، جامعة الحاج لخضر - باتنة- تخصص إعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة 2012م-1433هـ .

المدونات:

33- فضل الله ، م.وائل مبارك خضر ، " أثر الفايسبوك على المجتمع"، مدونة شمس النهضة ، ط01، (السودان :الخرطوم، © للطباعة و النشر)، 2010م.

34 - محمد جابر خلف الله، "توظيف تطبيقات الويب (2.0) في التعليم ، مفهوم الفايسبوك و نشأته وتطوره"، مدونة محمد جابر خلف الله، د.ط، 2010م.

المعاجم:

35- ابن منظور، لسان العرب، ط4، المجلد الأول، (بيروت:دار طادر ، 2005م) ، ص21.

36- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط01، (عمان - الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع)، 2006م.

37- محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2004م.

38- اسماعيل عبد الفتاح ، معجم مصطلحات عصر العولمة، متاح الموقع الالكتروني:

www.kotobarabia.com

39- آن فرانسو دونيه ، معجم العلوم الإنسانية ، ترجمة جورج كتورة ، د.ط، أبو ظبي ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر ، 2009م.

المراجع باللغة الأجنبية:

40-Graviter Madeline , méthodes des sciences, édition dalloze,paris.

المواقع الإلكترونية:

41-© université of Babylon 2010-2011.Rights reserved.

42-Fahad .Tayar © Hotmail.com

43-sunimprov-blag Sport .com

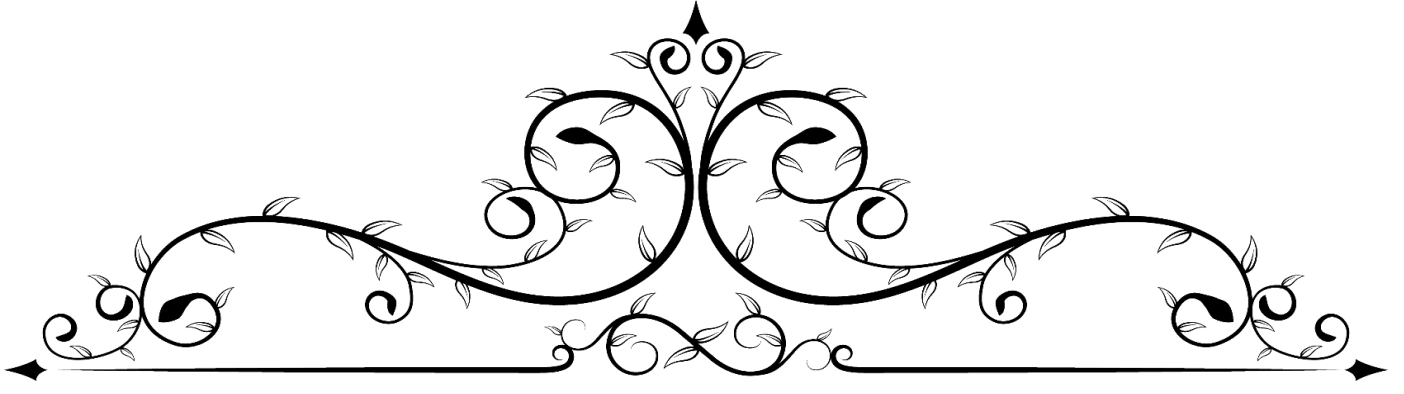
44-www.alukah.net

45-www.Jadeedmedia.com

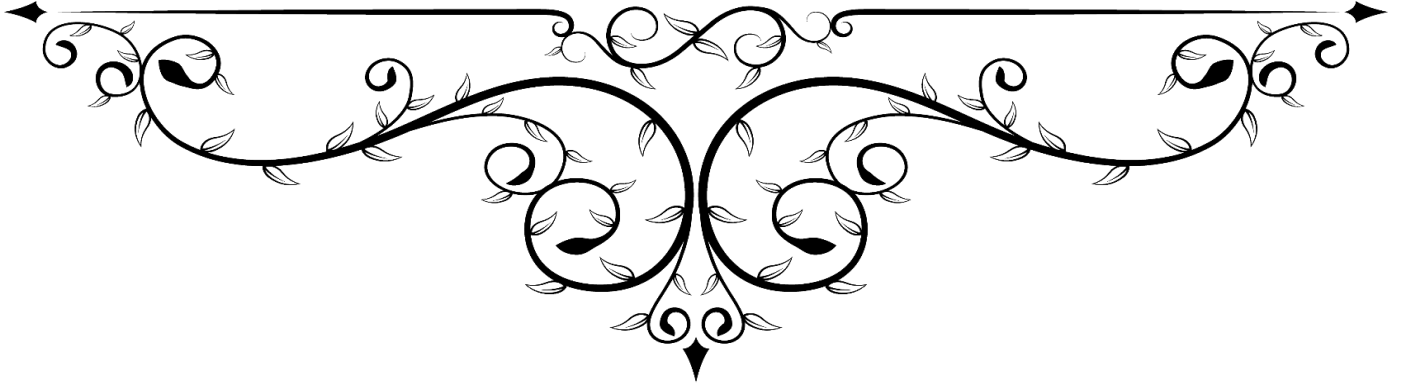
46-www.kotobarabia.com

47-www.Nooro3li.com

48-www.wady.webgoo.com



الملاحق



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان

بعد التحية و التقدير،

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس تحت عنوان "تأثير الإعلام الالكتروني على قيم المجتمع"، وذلك بهدف معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها و المتمثلة في الفايسبوك ، دراسة استطلاعية لطلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة ، من 27 مارس إلى 31 مارس 2021 ، فالرجاء منك القراءة المتأنية للأسئلة و الإجابة عليها حسب رأيك الخاص .

و لكم جزيل الشكر على مساهمتكم و تعاونكم في هذا البحث.

إشراف الأستاذة:

إعداد:

- د.محمدي اسمهان.

- جعنيط دنيا.

- حلاب بشرى

ملاحظة:

*ضع علامة " √ " داخل مربع الإجابة الصحيحة.

*المعلومات المقدمة من طرفك لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية:

2021-2020

أولا : البيانات الشخصية.

الجنس: ذكر أنثى

2-السن :حدد/ي سنك.....

3-مكان الإقامة: سكن منفرد الإقامة الجامعية

مع الأولياء

4-المستوى التعليمي: ليسانس ماستر

المحور الثاني: استخدام الطالب لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".

5-منذ متى و أنت تستخدم الفايسبوك؟

أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكثر من 3 سنوات

6-ما هو عدد الساعات التي تقضيها عند استخدامك في كل مرة.

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر حدد.....

7-ماهي الفترات المفضلة لديك للتصفح؟

صباحا(من 6-12)

مساء(من 12-18)

ليلا(من 18 إلى منتصف الليل)

هزيعا (من منتصف الليل إلى الساعة 6)

8-في أي مكان تستخدم موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟

المنزل الحي الجامعي مكان آخر

9- حين تستخدم " الفايسبوك " هل تكون :

لوحده مع أصدقائك مع أحد أفراد عائلتك

أشخاص آخرين أذكرهم.....

أذكر السبب.....

10- ماهي خدمات " الفايسبوك " المفضلة لديك؟

مشاركة الصور

مشاركة الروابط

مشاركة الفيديو

الألعاب

الدردشة

التطبيقات

التعليقات

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: دوافع استخدام موقع الفايسبوك

11- ما الذي يدفعك إلى استخدام "الفايسبوك"؟

*الترفيه و التسلية

التنقيف

*زيادة المعلومات و المعارف

*التعرف على أشخاص جدد

التخلص من الفراغ

*التخلص من القلق و الملل

12- هل تدخل إلى حسابك في "الفايسبوك" ؟

- باسمك الحقيقي - اسم مستعار

13- غيابك عن الفايسبوك لفترة يشعر بك ب:

القلق و الاضطراب الفراغ لا يشعرك بشيء

المحور الرابع: تأثير "الفايسبوك" على قيم مستخدميه.

14- هل ترى أن استخدامك "الفيس بوك" يساعدك على التحلي ببعض القيم الجديدة؟

نعم لا

15- إذا كان التأثير بشكل سلبي فهل الموقع يساهم في :

رتبها حسب التأثير

*الإهمال في الشعائر الدينية كتأخر الصلاة

*العزلة و ضعف التفاعل مع الآخرين

*إهمال الدراسة

*ضعف القدرة على التعبير

*الإسراف و التبذير

*خلق الفجوة بينك وبين أسرتك

*تضييع الوقت

*مشاكل مع الأسرة

16- إذا كان التأثير بشكل ايجابي فهل الموقع يساهم في :

رتبها حسب التأثير .

*الاطلاع على المجتمع العالمي و ثقافته المتنوعة و المختلفة

*زيادة الوعي الديني

*حرية التعبير

*التعريف بثقافتنا للمجتمعات الأخرى

*اكتساب معلومات علمية

*ترسيخ قيم و مبادئ و أخلاق حسنة

*خلق تواصل مع الأقارب و الأحباب

*تحسين المستوى الدراسي

17- ما رأيك في كون الموقع ساهم في اكتساب قيم جديدة على غرار أنه خسر القيم الأصلية

موافق محايد غير موافق

18- هل قيمك أصبحت أقل تفاعلا في المجتمع وأكثر تفاعلا في العالم الافتراضي.

نعم لا

19- في رأيك ما الذي أدى بهذا الموقع في التأثير على قيم المجتمع؟

.....
.....
.....



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): حلا ب بشرى
الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 119991020005130007
الصادرة بتاريخ: 2017 12 31 عن دائرة: بلدية عين الجمل - مسيلة
المسجل بكلية: علوم إنسانية واجتماعية قسم: الاعلام والاتصال
تخصص: الاتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 181835083977
والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).
عنوانها: تأثير الاعلام الإلكتروني على تقييم المجتمع (دراسة ميدانية) عن عين
عن مسلة خاني مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة المسيلة

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة
الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021-06-05

امضاء المعني (ة): حلا ب بشرى

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للمساائل المرتبطة بالطبقة

وثيقة ايداع مذكرة

الموضوع: تأثير الإعلام الإلكتروني على فتح المجتمع (دراسة ميدانية على عينه)
مستخدمني مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة المسيلة

إعداد الطلبة:

1- جينيفر دينا رقم التسجيل: 181835075075
2- حلايا لاشري رقم التسجيل: ~~189997020005130007~~
18 18 35 08 39 77
القسم: إعلام واتصال الشعبية: على التناوب اجتماعية التخصص: ادتمل وعلاقات عامة
إشراف: محمد سي احمدان الرتبة: أستاذ مساعد

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرف(ة):

رئيس القسم



الموقع الإلكتروني:
الفايسبوك:
هاتف/ فاكس:

http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/
https://www.facebook.com/FshsUnivMsila/
+213 35 35 3044



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): جليل دينا

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دأئم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 140000995021850001

الصادرة بتاريخ: 2021-08-18 عن دائرة: باحة المسيلة - المسيلة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 181835075075

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: تأهيل الاعلام الإلكتروني على قيم المجتمع (دراسة ميدانية عن عنده
مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة المسيلة)

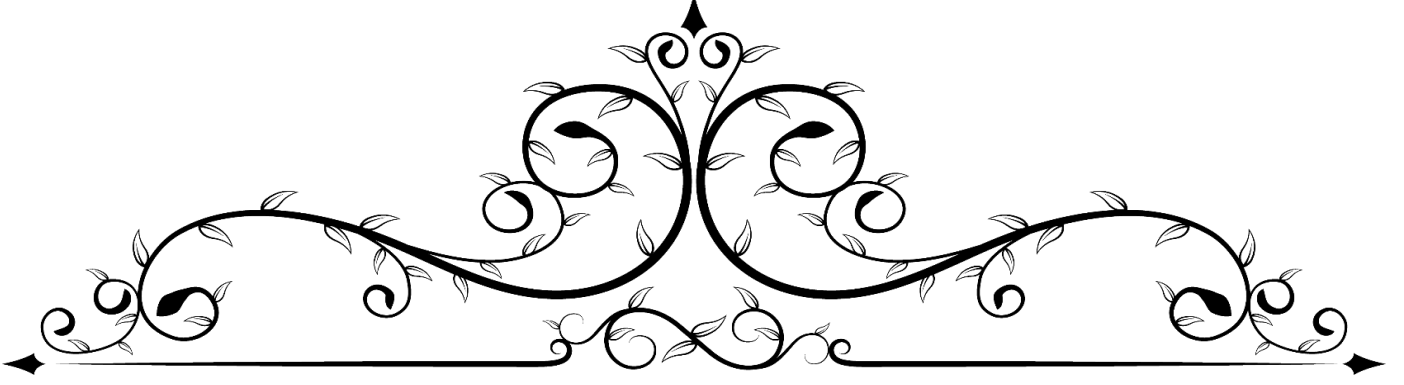
اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

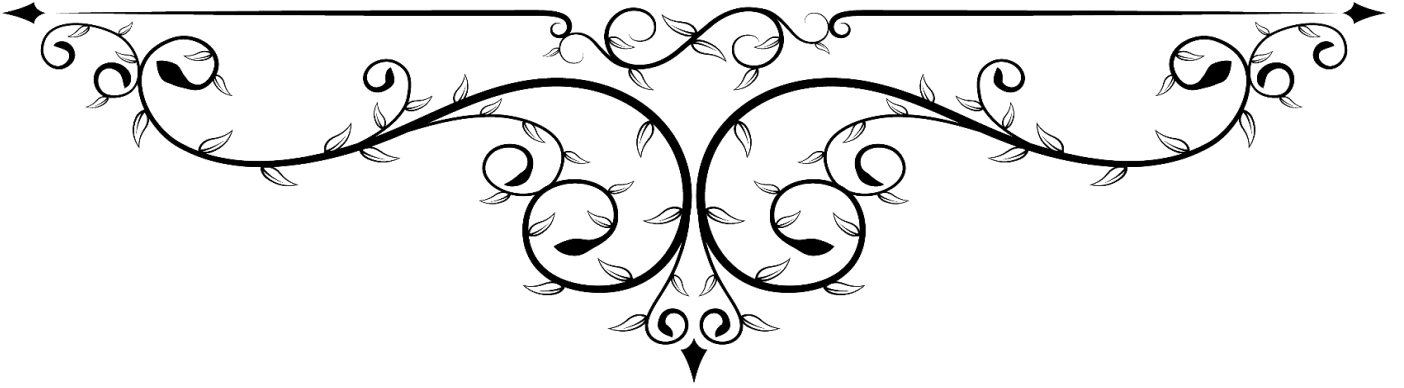
المسيلة في: 2021/06/15

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



فهرس الموضوعات



شكر وتقدير

اهداء

المقدمة أ

الفصل الأول: الاطار المنهجي

- الإشكالية: 4
- تساؤلات الدراسة: 5
- فرضيات الدراسة..... 5:
- أهمية الدراسة: 6
- أهداف الدراسة : 6
- تحديد المصطلحات: 7
- 04- الإجراءات المنهجية للدراسة: 13
- 05-الدراسات السابقة: 16

الفصل الثاني: الإعلام الالكتروني و القيم الاجتماعية

- تمهيد: 24
- المبحث الأول: مدخل إلى الإعلام الإلكتروني: 25
- تعريف الإعلام الإلكتروني: 25
- أسماء الإعلام الإلكتروني: 28
- أقسام الإعلام الالكتروني: 28
- نشأة وتطور الإعلام الالكتروني: 29
- عوامل ظهور الإعلام الالكتروني: 29

30	الآفاق المتعلقة بالإعلام الإلكتروني:
31	سمات وخصائص الإعلام الإلكتروني:
34	وظائف الإعلام الإلكتروني وأهميته:
36	أهمية الإعلام الإلكتروني:
37	أشكال الإعلام الإلكتروني ووسائله:
39	وسائل الإعلام الإلكتروني:
43	سلبيات الإعلام الإلكتروني:
44	المبحث الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
45	تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:
47	نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:
49	مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:
50	أهمّ مواقع التواصل الاجتماعي:
53	خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:
53	أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:
54	المبحث الثالث: موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" Face book:
55	مفهوم موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك":
57	نشأته:
58	خصائص Face book وتطبيقاته:
61	آلية التواصل بين أعضاء الموقع:
61	المبحث الرابع: مفهوم القيم.
63	المبحث الخامس: الخصائص ووظائف القيم.

63.....	الخصائص:
64	الوظائف:
66	المبحث السادس: تصنيفات القيم.
68	خلاصة:

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي

70	تحليل بيانات الدراسة الميدانية:
92	نتائج الدراسة:
93	توصيات:
94	الخاتمة.....

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الموضوعات

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام "الفايسبوك" والفترات التي يفضلها في الاستخدام بالإضافة إلى الأسباب التي تدفع بالمستخدمين للاشتراك في موقع الفاييسبوك، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام هذا الموقع (الفايسبوك) ومعرفة مدى تأثير الموقع على قيم مستخدميه. و من أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث كانت ابتداءا من 10 أبريل إلى 17 أبريل 2016 و هي الفترة المحددة لتوزيع الاستمارة و جمعها بالاعتماد على أداة الملاحظة، حيث تم تطبيق البحث في جامعة محمد بوضياف المسيلة على عينة قوامها 50 مبحوث و مبحوثة تم اختيارهم بطريقة قصدية.

و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنه أغلب المستخدمين يستخدمون الموقع منذ أكثر من 3 سنوات و هذا يدل على انتشاره في السنوات الأخيرة بكثرة و شيوعه في الأوساط الجامعية، و معظم المبحوثين يفضلون الفترات الليلية لوجود الراحة و نقص المراقبة عليهم بالإضافة إلى توفر الشبكة بشكل كبير في هذه الفترة، و أقوى الأسباب التي تدفع إلى استخدام الفاييسبوك هو التواصل مع الأهل و الأصدقاء بالإضافة إلى سهولة التعبير عن الآراء والاتجاهات الفكرية التي لا يستطيعون التعبير عنها في العالم الحقيقي بصراحة، كما تبين أيضا أن لاستخدام الفاييسبوك العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء الإهمال في الشعائر الدينية أحد أهم الآثار السلبية، و تسير النتائج أيضا إلى أن موقع الفاييسبوك يساهم في اكتساب قيم جديدة مثل القيم الاجتماعية، الدينية، ثقافية...، على غرار أنه يحافظ على القيم الأصلية الراسخة والمرتبطة والسائدة في المجتمع.

وخلصت الدراسة إلى وضع مجموعة من التوصيات أهمها:توعية الأسرة بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة بأهمية التربية و غرس الوازع الديني و القيم الأخلاقية للأبناء، حتى تبقى راسخة في أذهانهم و عدم التمكّن من تغييرها بسهولة، بالإضافة إلى حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما في ذلك موقع الفاييسبوك، والبحث عن الوجه الإيجابي لهذه المواقع.