

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية شعبة علم الاجتماع

رسالة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه
في علم الاجتماع
الموسومة :

النسق القيمي للشباب الجزائري بين الواقع والافتراضي
-شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً-

تحت اشراف الأستاذة:

د. كاري نادية

من اعداد الطالبة :

حاج محمد كريمة

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ	أ.د /باي بوعلام
مشرفا ومقررا	جامعة تلمسان	أستاذة	أ.د/كاري ناية
عضوا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر "أ"	د/مسعودي احمد
عضوا	جامعة عين تموشنت	أستاذ محاضر "أ"	أ.د/بوريش محمد
عضوا	جامعة وهران -2	أستاذ	أ.د/بومحراث بلخير
عضوا	المركز الجامعي البيض	أستاذ	أ.د/سيكوك قويدر

السنة الجامعية 2022-2023

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية شعبة علم الاجتماع

رسالة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه
في علم الاجتماع
الموسومة :

النسق القيمي للش النسق القيمي للشباب الجزائري بين الواقع
والافتراضي
-شبكات التواصل الاجتماعي، نموذجاً بالنسبة، القيم، للشباب

تحت اشراف الأستاذة:

د. كاري نادية

من اعداد الطالبة :

حاج محمد كريمة

لجنة المناقشة

أ.د. /باي بوعلام	أستاذ	جامعة تلمسان	رئيسا
أ.د./كاري ناية	أستاذة	جامعة تلمسان	مشرفا ومقررا
د/مسعودي احمد	أستاذ محاضر "أ"	جامعة تلمسان	عضوا
أ.د./بوريش محمد	أستاذ محاضر "أ"	جامعة عين تموشنت	عضوا
أ.د./بومحراث بلخير	أستاذ	جامعة وهران -2	عضوا
أ.د./سيكوك قويدر	أستاذ	المركز الجامعي البيض	عضوا

السنة الجامعية 2022-2023

الاهداء

في كل مره وعند كل تأمل يتذكر الانسان من مد له يد العون ودفء العواطف ولا يجد بين

جانبيه وفاء واعترافا بالجميل سوى هذه الكلمات:

-الى أُمي الغالية رحمها الله وأسكنها فسيح جناته التي لا طالما شجعتني لاتمام هذه المذكرة.

-الى الذي لم ييخل علي يوما بدعمه المعنوي والمادي في سبيل تحقيق النجاح أبي أطال الله في

عمره.

-الى الذي وقف الى جانبي وسانديني في انجاز هذا العمل الزوج الفاضل جزاه الله كل خير.

-الى أبنائي الصغار "شاهين" و"جهاد" رعاهم الله في حفظه.

-الى كل الأخوة والأخوات وجميع الأهل والأصدقاء.

-الى كل الأساتذة الكرام الذين ساهموا في تكويني وتوجيهي للوصول الى هاته المرحلة.

حاج محمد كريمة

كلمة شكر

الحمد لله اذ وفقني في اتمام هذا البحث المتواضع وعملا بقول الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله ". أتقدم بجزيل الشكر والعرفان والاحترام الى الأستاذة المشرفة : "كاري نادية" التي فتحت لي باب المستقبل ولم تدخل علي بنصائحها وتوجيهاتها وارشاداتها القيمة.

كما أشكر كل من ساهم من قريب أو بعيد في اتمام هذا العمل وبالأخص الأستاذ:

" عواج بن عمر".

مقدمة عامة:

يواجه العالم العديد من التطورات المختلفة التي لها أثر كبير على المجتمع بصورة عامة وعلى الشباب بشكل خاص.

ومن أهم هذه التطورات في عالم الأنترنت الشبكات الاجتماعية التي ربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضاءها الواسع، ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب و التعارف، وتبادل الأفكار والآراء والرغبات و الميولات السياسية و الاجتماعية و الدينية والثقافية و غيرها، حيث جسدت شبكة المعلومات فضاء رمزيا افتراضيا موازيا للعالم الواقعي الذي يعيشه المجتمع في صورة آلية، أصبح جزءا مهما في حياته الاجتماعية، وواقعا ملموسا في ممارساته اليومية إذ أصبح شباب اليوم يلقب بجيل الأنترنت الجيل الرقمي، جيل الفايبريوك لأنهم يميلون إلى التفاعل والتواصل الاجتماعي، إذ أصبح الاتصال الرقمي وسيلة حتمية في حياة الشباب، فظهرت العلاقات الافتراضية و الهوية الافتراضية وغيرها من الافتراضات التي تسعى لمحاكات الواقع و بالتالي تأثر بشكل كبير على طبيعة القيم السائدة مهما جعل موضوع الشباب في الحقل السوسولوجي يدرس كظاهرة اجتماعية لها واقع اجتماعي و آخر افتراضي.

وتعتبر مواقع التواصل الإلكترونية هي الأكثر انتشارا على شبكة الأنترنت اما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى مما شجع متصفحها الانترنيت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام، من تلك الانتقادات التأثير السلبي و المباشر على المجتمع الأسري وتفككه، لكن في المقابل هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي و الالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم و الرؤى مع الآخرين، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدورها الفعال والمتميز كوسيلة اتصال ناجحة في الهيئات والانتفاضات الجماهيرية.

وفي هذا العدد تشكل مواقع التواصل الاجتماعي موضوعا يصطدم فيه آرايان مختلفان.

الرأي الأول: يرى في هذه المواقع فرصة تسمح للأفراد تبادل الاتصال والمعرفة والفضاء على عوائق الزمان والمكان فتزيد من تقارب الناس ورفع درجة تفاعلهم وتنتمي علاقات اجتماعية جديدة، وتختزل قدرا هائلا في الإجراءات في التعاملات والمبادلات التجارية والاقتصادية.

الرأي الثاني: تنظر إلى الشبكات نظرة كارثية لأنها تشكل مصدر خطر على المجتمعات وقيمهم الاجتماعية، ما يؤدي إلى ميلاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، ما يؤدي إلى العزلة وتفكك

نسيج الحياة الاجتماعية والقربانية كما يرون أنها قد اقتحمت الحياة العائلية وقللت من فرص التواصل والتفاعل داخل الأسرة الواحدة.

كما أن خدمات المواقع تتم مباشرة دون أية رقابة فهي تحمل قيما وسلوكيات وأفكار أو عادات تختلف مع أفكارنا وتقاليدنا، خاصة قيمنا الامر الذي يعني أن الواقع الافتراضي أصبح يحدد واقعنا الحقيقي ويشكل تهديدا لقيم المجتمع خاصة الشباب الذي هو أكثر عرضة للتغير واستخداما لهذه التكنولوجيا.

وقد تم التركيز في هذه الدراسة على قيم الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الشباب الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 و 30 سنة و 30 سنة فما فوق في الوسط الحضري لولاية تلمسان نظرا لتنوع الثقافي والاجتماعي في هذا الوسط ومن اجل التحكم في موضوع الدراسة والامام بجميع فئات الشباب منها البطال، الطلاب، العمال او الموظفين. وتم تقسيم الدراسة الى ثلاثة اقسام: القسم الاول: الجانب التمهيدي للدراسة.

القسم الثاني: القسم النظري للدراسة والذي اشتمل على فصلين:

الفصل الاول المعنون بالنسق القيمي للشباب الجزائري، وتحتة مبحثين: المبحث الاول يتكلم عن ماهية القيم وكل ما يتعلق بالقيم، اما المبحث الثاني يتكلم عن النسق القيمي للشباب والنظريات المفسره لنسق القيم.

اما الفصل الثاني يتكلم عن مواقع التواصل الاجتماعي بالمجتمع الافتراضي و يشمل المبحث الاول منه ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الخصائص والوظائف واشهر مواقع التواصل الاجتماعي و يليه المبحث الثاني يتكلم عن المجتمع الافتراضي وخصائصه، من حيث التعريف والخصائص واهم انواع المجتمعات الافتراضيه وغير ذلك من العلاقات وتشكل العلاقات الافتراضيه.

اما القسم الثالث من البحث بعنوان الاقتراب المنهجي للدراسة فيحتوي هو الاخر على فصلين: الفصل الاول بعنوان: المحددات المنهجيه الذي يشمل مجال الدراسة والاساليب المنهجيه ومجال الدراسة.

اما الفصل الثاني مخصصا للتحليل والتاويل وعرض النتائج على ضوء صحه الفرضيه، ثم الخاتمه واخيرا قائمه المراجع والملاحق.

أسباب اختيار الموضوع:

تحاول هذه الدراسة إعطاء تفسير علمي لظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها:

أسباب ذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق.
- الاهتمام باعتماد التقنية المتطورة وشبكة الانترنت.
- كثرة اهتمام الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك و التويتر.
- تفاقم بعض الظواهر السلبية عند الشباب الجزائري التي تخالف الشرعية الدينية والأخلاقية للمجتمع.
- التعرف على انعكاسات هذه الشبكة على التفرق القيمي للشباب الجزائري ومعرفة نوع مواضيع التي تحظى باهتمامهم ومحاولة فهم دور هذه الشبكات في الحياة اليومية للشباب الجزائري.
- الرغبة في التعرف على ما يبرزه العالم الافتراضي من قيم سلبية وإيجابية والذي نجح في استمالة عدد كبير جدا من المستخدمين.

الأسباب الموضوعية:

- 1 - يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات المتعلقة بالقيم ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 2 - انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر سيما موقع فيسبوك الذي هو أكثر شعبية في أساط الشباب.

أهداف الدراسة:

تسليط الضوء على حلقة من حلقات التواصل الاجتماعي وأشكاله المتنوعة والتعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الشباب و الفترة الزمنية في استعمال هذه المواقع، التعرف على درجة التفاعل في استعمال هذه المواقع وعلاقتها بالقيم وأخلاق الشباب والتعرف على البرامج التي يستعملها الشباب وتأثير هذه الأخيرة على الشباب في عصر العولمة بما يوقع الاستخدام الأمثل وبما يناسب مع قيمنا ومعتقداتنا ومبادئنا الثابتة ، وما يزيد من معرفة الضوابط الأخلاقية التي تحدد سلوك مستخدمي هذه المواقع ومعرفة الخصائص أو الصفات العامة لمستخدمي عالم الافتراضي والتي توجه سلوكهم، معرفة اختلافات القيم من شخص إلى آخر بالنسبة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

تحليل واقع القيم التي يحملها الشباب من حيث إبراز تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستعمليه، خاصة فئة الشباب من وجهة نظر عديدة من المبحوثين، بأسلوب الدراسة الميدانية للكشف عن مدى إقبال الشباب على استخدام هذه المواقع ومعرفة نوع المواقع والأكثر شعبية في أوساط الشباب ومواضيع البرامج، عدد ساعات والأوقات المخصصة لهذه التطبيقات والأكثر استخداما لها.

أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته باعتباره يمس شريحة مهمة في المجتمع، فالشباب هم أكثر مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، رأينا أن هذه الدراسة ستسهم بدور كبير بموضوعها في الدراسات البحثية العلمية، والمهتمين بمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة علاقتها بالقيم وتأثيرها على استخدام الشبكات الافتراضية.

الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة تنير للباحث معرفة الحدود التي انتهت إليها جهود من سبقوني لكي يحاول أن يكمل أو يضيف إليها من إبداع فكرة أو تطوير أفكار في ضوء البيانات والمعلومات التي حصل عليها من خلال جهده وسعيه وراء الحقيقة، وعرض ما توصلت إليه الدراسات من نتائج وتوصيات وإضافات لتطوير المعرفة في حقل الدراسة للبحث المقصود ثمة فائدة أخرى يجنيها الباحث عند اطلاعه على الدراسات السابقة والمتمثلة في معرفة المنهجيات العلمية والأسس النظرية والاجرائية المتبعة في موضوع البحث.

الدراسة الجزائرية المحلية:

ولقد تم اختبار بعض الدراسات السابقة من بين العديد من الدراسات المتعلقة بالمواقع التواصل الاجتماعي عبر الواقع الافتراضي وتأثيرها على قيم الشباب منها ما درس مواقع التواصل الاجتماعي والقيم في أوساط الشباب العربي والغربي ومنها ما درس القيم والواقع الافتراضي في أوساط المجتمع الجزائري.

1- دراسة سعيد بومعيزة:

تناول في هذه الدراسة إشكالية أثر وسائل الاعلام في تشكل القيم أو تعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري وهذا من خلال طرح التساؤل التالي: ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟

كما تطرقت هذه الدراسة إلى مدى ارتباط الشباب الجزائري للقيم وتأثيرهم بالأفكار المستحدثة الوافدة عن طريق وسائل الاعلام وبصفة رئيسية، فهل حافظوا على قيمهم الأصلية؟

هل تحلوا عنها؟ هل تبدو بعض الأفكار المستحدثة والسلوكيات التي أبعدهم عن القيم وحققت لهم بعض الغايات النفسية وفقا لبعض أشكال الاستجابة والتفاعل؟

فخلصت نتائج الدراسة إلى:

أن التلفزيون هو الأكثر استعمالا من طرف الشباب في هذه الدراسة ويشاهدونه بنسبة (94,9%) وهذه النتيجة تتطابق مع نتائج اتجاه معظم الأبحاث سواء في الجزائر أو في بلدان أخرى وهذا يؤكد الفرضية التي صاغها الباحث في هذا الشأن.

أغلبية أفراد العينة اختاروا محتويات الخيال المتمثلة في الأفلام و المسلسلات و الرياضة في المقام الأول كبرامج يتعرضون لها، وتليها بعض برامج الواقع مثل البرامج الدينية و الإخبارية و العلمية وهذا يدل على أن أغلبية المبحوثين يستعملون التلفزيون أساسا من أجل الترفيه أغلبية الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الاعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدتهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الاعلام لا تقوم بنشر القيم.

القيم وتعزيزها لدى الشباب:

أغلبية المبحوثين لا يعتقدون بأن استعمالهم لوسائل الاعلام والتعرف لمحتوياتها يساعدهم على تجاوز القيام بالسلوكيات موضوع الدراسة، وهذا باستثناء سلوك واحد وهو سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه المبحوثين بنسبة (44,6%) وكاستنتاج لهذه الدراسة أن المحدد الأول لقيم الشباب كوسائل الاعلام و إنما في مؤسسات التنمية الاجتماعية التي غرست قيم هذه القيم في المقام الأول وتواصل تعزيزها يوميا، بمعنى آخر أن الشباب يتفاعلون في علاقاتهم وفقا لما تمليه عليهم البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها¹.

الدراسة الثانية لبوعمر سهيلة المعنونة بـ: الاتجاهات التقنية والاجتماعية لطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي بجامعة محمد خيضر بيسكرة 2014/2013، وطرحت الباحثة فيها أربع تساؤلات أساسية هي

1- ما طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة الجامعة محمد خيضر بيسكرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

2- هل توجد فروقات ذات دلالة اجتماعية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير

الجنس نحو شبكات التواصل الاجتماعي؟

¹ العيد بومعزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة إستطلاعية لمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006/2005

3- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير

(سنوات الاستخدام) نحو شبكات التواصل الاجتماعي؟

استهدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة بجامعة محمد خيضر بيسكرة نحو شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

طبقت هذه الدراسة على طلبة جامعة محمد خيضر بجميع كلياتها الموزعة على الجامعة المركزية والقطب الجامعي بالحاجب والقطب الجامعي بشتمة، يتمثل المجال البشري في طلبة التدرج الليسانس والماستر للسنة الجامعية 2013/2012 .

واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن لأنه يمكن من الكشف على نوع الاتجاهات النفسية و الاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر نحو شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك. وتوصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية للطلبة تعزى لمتغير الجنس -سنوات وساعات الاستخدام نحو الفيسبوك.

دراسة الدر محمد 2011:

حاول الباحث أن يتعرف على أثر الأنترنت على قيم طلاب الجامعة، أي الأثر المترتب عن استخدام خدمات الأنترنت سواء كانت سلبية أم إيجابيات، ومعرفة القيم العالمية والخلفية التي تؤثر سلبا وإيجابيا من جراء استخدام خدمات الأنترنت من طرف طلاب الجامعة، ومن هذا المنطلق حاول أن يتعرف على تأثير الأنترنت في قيم طلاب الجامعة، وركزت الدراسة على الإشكالية التالية:

هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الانترنت من أجل التحميل العلمي يؤثر في قيمهم التعليمية وقيمهم الخلفية لدى طلاب الجامعة أي تبين الآثار السلبية و الإيجابية التي تؤثر فيها خدمات هذه التقنية على قيم طلاب الجامعة.

كما يهدف البحث إلى توضيح طبيعة القيم التي يحتويها البناء المعياري لهذه الفئة من المجتمع ومدى تأثيرها بالقيم الوافدة و الناتجة عن استخدام خدمات الأنترنت والتي انسجمت داخل هذه الشريحة من المجتمع.

يهدف هذا البحث أيضا إلى معرفة شدة المقاومة والانجذاب أو الصراع لهذه الشريحة من المجتمع للقيم الوافدة عن طريق استخدام لخدمات الأنترنت.

- إبراز أهم المصادر التي ينبعث منها التأثير وما يحمله من قيم وافدة والتي ليس لها علاقة بقيمنا الأصيلة و المتوارثة، والتدرب على إجراء البحث العلمي والميداني لتطبيق القواعد المنهجية من خلال دراسته، وهذا لمسح المجال لدراسات مستقبلية لهذا الموضوع من زوايا أخرى¹.

وتنطلق الدراسة من التساؤلات التالية:

هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الانترنت يؤثر في قيمهم العلمية؟

هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الانترنت يؤثر في قيمهم الخلفية؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه يناسب موضوع الدراسة، والذ تناول الوصف التحليلي في المجال الكيفي، ويعطيها وصفا دقيقا ورقميا في المجال الكمي، خاصة أن المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الوقائع كما هي، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة كما هي و يوضح مقادراها، وقد استخدمت تقنية المقابلة و الاستمارة و التي كان عدد أسئلتها (33)، والمقابلة التي جرت مع بعض الطلبة الجامعيين، أو العينة المتواجدة بجامعة عمار تليجي بولاية الأغواط، حيث تتوفر على الانترنت في 84 طالبا جامعييا و من بين النتائج المتوصل إليها:

1) أكدت الدراسة أن أكثر الطلبة لا يستخدمون الانترنت بصورة منتظمة، وهذا راجع لعدم توفر لوقت اللازم لهم، خاصة الجنس الأنثوي.

2) بينت الدراسة أن المكان الأكثر استخداما للطلبة الذكور هو مقاهي الانترنت، وهذا مما يفسر أن الجنس الذكري يتميز بشيء من الحرية أكثر من الجنس الأنثوي الأكثر استخداما للانترنت في البيت.

3) بينت الدراسة أن صفة استخدام الطلبة للانترنت لا تتأثر بالمستوى التعليمي لديهم، بل بالأداء وكثرة الاستخدام والمداومة.

4) أثبتت الدراسة أن المجالات الأكثر ترددا للطلبة على الانترنت كانت معظمها بين الثقافية والعلمية، تمثل لديهم أهم مصدر إشباع علمي وأن اللغة الأكثر استخداما من طرف الطلبة على الانترنت من أجل التحصيل العلمي هي اللغة الفرنسية.

5) أكدت الدراسة أن غالبية الطلبة لا يتقنون في المادة العلمية المتوفرة في المواقع العربية ويثقون في المادة العلمية المتوفرة في المواقع الأجنبية.

6) أكدت الدراسة أن غالبية الطلبة ومن كلا الجنسين، ليس بمقدورهم الاستغناء عن الانترنت في تحصيل المادة العلمية، وهنا تتجلى الهيمنة والسيطرة، واحتكار المعلومات في هذه المواقع الأجنبية.

¹ محمد الدر، آليات الانترنت وأزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة - دراسة ميدانية بجامعة عمار تليجي - الأغواط، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص سوسولوجيا تنظيمات، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2009 - 2010، ص 7 - 8.

7) أكد معظم الطلبة أن الانترنت تؤثر بصفة إيجابية على القيم العلمية.

دراسة مريم نريمان نوما 2011 / 2012:

قامت من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين. من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، مبنية على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور بطريقة لافتة تستدعي الاهتمام. مما يؤدي إلى نوع من العزلة الاجتماعية عن الآخرين، والذي قد يعود إلى تأثيرات سلبية. وانطلقت الدراسة من إشكالية: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية؟، والذي بدوره تضمن عدة تساؤلات فرعية كان أهمها:

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي Facebook لدى الجزائريين؟
- ماهي الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع Facebook؟.
- كيف يؤثر استخدام Facebook على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص وأهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق هذه الأهداف، وقد اعتمدت الباحثة على استخدام المنهج المسحي الوصفي ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وهذا على عينة قصدية تتكون من 380 مفردة، وكانت النتائج كالتالي:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين من 3 ساعات في استخدام " Facebook ".
- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع " Facebook " بدافع التواصل مع الأصدقاء و الأهل وفي جانب التثقيف، وقد بينت النتائج فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور و الإناث مع الموقع.
- يؤثر استخدام هذا الموقع على الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المبحوثين مع أسرهم و غياب التفاعل الاجتماعي¹.

الدراسة الثالثة: الدراسات العربية:

¹ مريم نريمان نوما، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2011 / 2012.

دراسة لخالد بن سليمان معتوق المعنونة: اتجاهات استخدام طلاب قسم لمعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية - حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

- ماهية نسبة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بين طلاب و طالبات قسم علم المعلومات في جامعة أم القرى؟

- ما هي الأسباب وراء عدم استخدام الطلاب لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

- ماهي المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما من قبل المجتمع للدراسة؟

- هل هناك فروق بين الجنسين في نسبة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية؟

هدفت هذه الدراسة إلى قياس استخدام طلاب و طالبات قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي، في السنة الجامعية 2012 - 2013 و لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستعينا بالاستبانة الالكترونية.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى أن: غالبية مجتمع الدراسة (94%) تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي. كما توصلت الدراسة إلى أن الهواتف الذكية جاءت في المرتبة الأولى كأحد أدوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فكانت أغراض الأغلبية هي التواصل مع الأصدقاء.

دراسة ناري، بعنوان تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) وهدفت هذه الدراسة معرفة تأثيرات الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري، وقد أجريت الدراسة على عينة 481 فردا بطريقة عشوائية و باستخدام أداة الاستبانة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج عدة، أهمها:

وجود تأثير للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين أفراد العينة و بين أقاربهم، تمثل في تراجع عدد زيارتهم لأقاربهم بنسبة (44,8%) و تراجع في نشاطهم الاجتماعية بنسبة (43,9%)، وأن للإنترنت قدرة على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة بنسبة (24,5%) وعلى شعورهم بالاغتراب عن المجتمع المحلي بنسبة (40,3%) و (68,1%) شعروا بأن الإنترنت ساعدهم في الاتصال بأقاربهم و أسرهم البعيدين عنهم.

- دراسة حمزة بعنوان: العلاقة بين استخدام الانترنت و السلوكيات الاجتماعية لدى طلبة جامعة البرموك¹: هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام الانترنت و السلوكيات الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس و الكلية، و أجريت الدراسة على العينة من (650) طالبا و طالبة باستخدام أداة الاستبانة، وقد توصلت

¹ حمزة جمانة ديب عبد الرحمان، العلاقة بين استخدام الانترنت و علاقة مع كل من التحصيل الأكاديمي و التفاعل الاجتماعي و عادات الدراسة لدى عينة من الطلبة الجامعيين، 2014، جامعة البرموك، المملكة الأردنية الهاشمية.

هذه الدراسة على عدة نتائج أهمها وجود علاقة بين متغير الجنس و سلوكيات طلبة جامعة البرموك، المتمثلة بمجال التواصل الاجتماعي لصالح الإناث.

- دراسة زهير عابد 2012: وعنوانها "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي و السياسي.

- حيث حاول فيها التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي و السياسي، حيث انطلق في ذلك من عدة تساؤلات أهمها التساؤل الرئيسي التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير الاجتماعي و السياسي؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات و الإشباعات، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية ، حيث قام الباحث باختيار عينة عشوائية طيفية من الطلبة بلغ قوامها 500 مبحوث.

وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الالكتروني عن باقي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة 88,8 بالمائة و يليه في المرتبة الثانية (الفايسبوك بنسبة 79,8 بالمائة.

أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى في منازلهم، وبنسبة 89,6 بالمائة، و تتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة على الأقل من ثلاث ساعات، وبنسبة 40,4 بالمائة و توصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية نسبتها 66 بالمائة و أنهم يتقنون بها الأدوار الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 58,2 بالمائة وفي النهاية قد أوصت هذه لدراسة على ضرورة أن تعمل الشركات القائمة على شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على القيم و العادات و الخصوصية لبعض الشعوب و عدم الإساءة إليها.

ومن الدراسات العربية كذلك:

- دراسة موقع "بيت كوم - 2011"، غالبية العرب يستخدمون الانترنت للدراسة.

أظهرت دراسة حديثة أن غالبية مستخدمي الانترنت في الدول العربية يلجؤون إلى الشبكة الالكترونية للدراسة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الانترنت أغراض أخرى، مثل التعلم عبر الانترنت أو التسوق الالكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، أن السبب الرئيسي لاستخدام الانترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الالكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج أن (67 %) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الانترنت في التواصل الاجتماعي، بينما ذكر (36 %) منهم أنهم يتواصلون يوميا مع أصدقائهم عبر البريد الالكتروني فيما يتواصل (31%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك) و (تويتر) وغيرها.

وأضافت أن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الانترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة في هذه النشاطات اليومية على الانترنت من غرض البحث عن العمل، في ظل وجود نسبة (36 %) من المشاركين يستخدمون المواقع لغرض البحث عن العمل (37 %) يستعملونها لتحميل الصور (40%)، يستعملونها لرفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو.

كما بينت الدراسة أن (53 %) قالوا أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل، عدم توفر الوقت الكافي لدى (63 %) مقابل (16%) قالوا إن تلك المواقع محجوبة في أماكن عملهم.

موقع الكتروني:

موقع (CNN) العربية، غالبية العرب يستخدمون الانترنت للدراسة، في 02 تشرين الأول / أكتوبر.

متاح ON LINE:

<http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/19/internet.arab/intex.html>.

تحديد الإشكالية:

يجتاز العالم اليوم بداية عصر جديد يطلق عليه عصر المعلومات حيث تحولت المجتمعات الحديثة من مجرد الاهتمام بإنتاج السلع والخدمات إلى توجيه اهتمام المتزايد إلى قطاع المعلومات وظهرت صناعة جديدة تسمى صناعة المعلومات (industrial formations).

وقد صاحب ثورة المعلومات ثورة أخرى، وهي ثورة الاتصالات وأصبحت البطولة الرئيسية للحسابات الإلكترونية يشكل الفضاء الافتراضي نوع جديد من وسائل الإعلام وهو الإعلام الإلكتروني، الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار و الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن و أقل تكلفة ونجد أن نسبة الشباب هو أكثر استخداما لشبكة التواصل الاجتماعي، حيث وفرت للمستخدمين بنية تفاعلية افتراضية احتلت مساحة واضحة في وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب وخاصة بعد نجاحها جذب واستقطاب العديد من الفئة العمرية دون اعتبار الفوارق الجغرافية والدينية والعرفية والجنسية والسياسية والاقتصادية ليمتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجماهيري في بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد وساهمت في التأثير على منظومة القيم و الاخلاق التي تكون سلوك الفرد، ويرى بارسونز أن القيم عنصر لنسق رمزي مشترك يعتبر معيارا أو مستوى للاختيار بين البدائل التوجيه التي تظهر في المواقف المختلفة، فالقيم عند بارسونز تمثل محورا من محاور واقعية السلوك.

كما نجد أن الشباب يتعلقون بمواقع العالم الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها والمتعلقة بالدرجة الأولى باهتماماتهم وتطلعاتهم كما أثرت في جانب من قيمهم التي تحث على القيام بأوامر الدين الإسلامي قولاً وعملاً، وبعد معيار مهم نحدد من خلاله ما هو مرغوب وغير مرغوب، وهي تساهم في تحقيق الأهداف السامية لكل منها، وتمثل الهوية الصادقة التي يحملها كل إنسان بداخله، وهي التي تتحكم بردود أفعالنا الإرادية، تنبع قيم الواحد منا أو يكتسبها من مصادر عديدة منها الفطرة أو شخصية الفرد ، والوالدين والاسرة بالتناقض في مجتمعنا وخاصة لدى الشباب، إذ نجد الشباب الجزائري اليوم منغمس كل الانغماس في صفحات الفيسبوك، والتويتر، وغيرها من الشبكات إذ أصبحت المصدر الوحيد للأخبار و المعلومات وما أحدثته من تغيرات على النسيج الاجتماعي والديني و الثقافي و السياسي للمجتمع الجزائري بشكل عام و القيمي القيمي بشكل خاص .

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أشكال الاعلام الجديد والتي تعتبر من الوسائل الحديثة من حيث الخدمات والتطبيقات وبالتالي شهدت اقبالا كبيرا عليها من طرف الشباب الجزائري و ذلك بغية اكتشاف

الافتراضي الجديد الذي يتيح لهم تشكيل علاقات مع الأصدقاء في كل مناطق العالم والتفاعل معهم بالرسائل و الصور والموضوعات ومن ثم تشخيص عادات وأنماط تعرض الشباب لمواقع التواصل ومعرفة أثر ذلك على المنظومة القيمة، وخير دليل على ذلك زيادة مرتادي تلك الشبكات تزايداً مفرطاً في استخدامها .

الإشكالية:

ما طبيعة القيم التي يحملها الشباب الجزائري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

أسئلة:

-القيم التي يتبناها الشباب عبر مواقع التواصل مرهونة بالعادات والأنماط التي يستخدمها المبحوثين على صفاتهم الاجتماعية:

-هل تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجزائري فعلاً على سلوكياتهم الاجتماعية؟

-هل مواقع التواصل الاجتماعي هي محاكاة لواقع الشباب؟

الفرضيات:

يغير الشباب الجزائري واقعه فعلاً وتبقى مواقع التواصل الاجتماعي مجرد صفحات أو وعاء لتفريغ كل شحناته القيمة التي يحملها من واقعه.

تبقى مواقع التواصل الاجتماعي عامل ساعد في ترسيخ ونشر قيم الشباب، ومحاكات لواقعه الاجتماعي.

تحديد المفاهيم الإجرائية:

1-تعريف القيم: هي كل الأحكام و العادات المكتسبة من خلال التنشئة الاجتماعية التي تتم داخل المؤسسات المجتمع، من الأسرة، المدرسة و غيرها.

كما أنها تحدد وتوجه سلوك الأفراد و تفكيرهم و بناء توجهاتهم الاجتماعية و الفكرية و السياسية، إلخ... فهي تؤثر على بناء شخصية الفرد وفي بناء مواقفه داخل مجتمعه.

2-مفهوم الشباب:

هم حلقة وصل بين جيلين، أي بين الأصلة والحداثة. الشباب مرحلة يفترض أن يبدأ الفرد معها استقراره العائلي و التعليمي و المهني... و بالتالي استقراره الحياتي، حيث تتحدث اتجاهاته و مساراته، إنها مرحلة تبلور الهوية و تمايز الذات.

فمفهوم الشباب يتسع لعديد من الاتجاهات التالية:

-الاتجاه البيولوجي: وهذا الاتجاه يقوم على أساس الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان و يقوم هذا الاتجاه على اكتمال النضج العضوي و كذلك النضج العقلي و النفسي و يبدأ من السن 18 - 25 وهناك من يحددها من 15 - 30 سنة.

-الاتجاه السيكولوجي: يرى هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة و لثقافة المجتمع من جهة أخرى بدءاً من سن البلوغ.

وانتهاء الفرد بدخوله إلى عالم الراشدين الكبار.

حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي و هذا التعريف يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية و الثقافة المكتسبة من المجتمع.

الاتجاه الاجتماعي: ينظر هذا الاتجاه لشباب باعتباره حقيقة اجتماعية و ليس ظاهرة بيولوجية فقط، بمعنى أن هناك مجموعة من السمات و الخصائص، إذ توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شباباً.

ويقسم أحمد فؤاد الشربيني هذه الفترة إلى أربعة مراحل:

مرحلة المراهقة: وهي تمتد من 12 - 15 سنة.

مرحلة اليافع: وهي تمتد من 15 - 18 سنة.

مرحلة الشباب المبكر وهي تمتد من 18 - 30 سنة.

وهذا وقد تطرق بعض العلماء إلى تصنيف الشباب على أساس المهنة أو العمل و يمكننا تصنيفه كالتالي:

(1) فئة الطلاب: وتشمل هذه الفئة طلاب الثانوية والمعاهد والمتوسطة والعليا وطلاب الجامعات، وهذه

الفئة واسعة بحكم موقعها وامتلاكها الثقافة والتعليم.

(2) فئة العمال: وهذه الفئة تعتبر من الفئات الواسعة في المجتمع ويمكنها أن تلعب دوراً في حال تنظيم

فعلها وتأخيره من خلال النقابات والمؤسسات المهنية.

(3) فئة الموظفين: وهي فئة غير متجانسة من حيث الاهتمامات بسبب مستوى المعيشة، ومستوى التعليم.

(4) فئة العاطلين عن العمل: غالبيتهم من خريجي الجامعات والعمال. وهذه الفئة تصنف على أنها الأسوأ من حيث الواقع المعيشي و الاستقرار النفسي، وخياراتها و اهتماماتها بسبب وضعها الاقتصادي غير المستقر، كما عرفت فئة الشباب بأنها فترة العمل التي تتميز بالقبليّة للنمو، يمر فيها الإنسان بمراحل حيوية تتميز بالقابلية للنمو الذهني و النفسي و البدني و العاطفي¹.

مواقع التواصل الاجتماعي هو مقهى متواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الشباب لتبادل المعلومات والأخبار. فيعرف بشكل مبسط في عملية التواصل مع عديد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء...) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهمي، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط، بل تتزامن معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت.

1- منهج البحث:

إن البحث عبارة عن كل متكامل، يبدأ من اختيار الموضوع إلى غاية الوصول إلى نتائج العملية المترابطة ارتباط عفويا بالمنهج المستخدمة خلال البحث، ويعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة.

وفي اختيارنا للمنهج ارتكزنا على ثلاث عناصر أساسية نتيجة هذا الترابط، بدأ من تحديد موضوع البحث وحسب الإشكالية التي تم طرحها وبناء على الفرضية المقترح. فالدراسة الناجحة هي تلك التي تعتمد على المنهج العلمي لأنه ساعد كثيرا الباحث في عملية البحث الاجتماعي الذي هو أحد البحوث العلمية وإنجازه يتطلب أكثر من منهج، وكل ذلك يتوقف على طبيعة الموضوع. وبأن الدراسة الحالية تبحث في قيم الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

كذلك المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي تثيرها موضوع البحث، كذلك هو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها².

¹ أحمد محمد طبيعة، التنشئة الاجتماعية، دار الكتب الوطنية، بنغازي، 1999، ص 11.

² شفيق محمد، البحث العلمي، ط 2، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة - مصر، بدون سنة، ص 98.

المنهج الوصفي هو كل منهج يرتبط بظاهرة معاصرة بقصد وصفها و تفسيرها¹ كذلك هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميًا، عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها لدراسة دقيقة².

مفهوم آخر: هو نوع من أساليب البحث يدرس الظواهر الطبيعية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية الراهنة، دراسة كيفية توضح خصائص الظاهرة دراسة كمية و توضح حجمها و تغيراتها و درجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى³.

وبما أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد نوع المنهج فقد اعتمدنا هذا المنهج في تحليل الموضوع قيم الشباب الجزائري من خلال العالم الافتراضي أو مواقع التواصل الاجتماعي، باعتباره يهتم بوصفه ويعبر عنه تعبيرا كفيًا وكميًا أما التعبير الكمي يعطيها وصفا رقميا ويوضح هذه الظاهرة أو حجمها أو ارتباطها مع الظواهر الأخرى، ويصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها وعبرنا عليه بالأرقام المدرجة في الجداول الخاصة بتحليل كل الأسئلة الموجودة في الإشكالية البحث، أما التعبير الكيفي فحاولنا قدر المستطاع أن نحلل تلك البيانات الرقمية تحليل إحصائيات ووصفها سيولوجيا، إذ أن أي دراسة تقوم على منهج علمي والذي بدوره يوصل الباحث إلى حقائق ونتائج علمية حول البحث وموضوع الدراسة والذي يفرضه على الباحث اختيار منهج معين دون غيره وفي هذه الدراسة اتبعنا المنهج الوصفي وكيفية تطبيقه حول قيم الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كون هذه الظاهرة الاجتماعية معقدة وليست سهلة ويتحكم فيها مجموعة من المتغيرات.

¹ صالح أحمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، بدون طبعة، السعودية، 1995، ص18.

² بلقاسم سلاطانية، حسان الجيلاني، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2004، ص 168.

³ ذوقان عبيدات و عبد الرحمان عدس و آخرون، البحث العلمي، دار الفكر، عمان، ص 202.

الفصل الأول

النسق القيمي للشباب الجزائري

تمهيد:

يعد موضوع القيم من المواضيع ذات الأهمية الكبيرة باعتبارها تشكل محورا من محاور تربية الإنسان وتعتبر الضابط والموجه لسلوكه والمرجعية لتصرفاته، وتحدد له ما هو مرغوب فيه وغير المرغوب فيه من السلوكيات والقيم، كما انها توفر للأفراد الحافز لإشباع حاجاتهم وتحقيق ذاتهم وبذلك، تعطى للأشياء قيمتها ووزنها، والقيم تكتسب وتتشكل في حياة الفرد بالتأثر بمنظومة القيم للوالدين ومع تقدم العمر تتأثر بالمجتمع والأصدقاء.

المبحث الأول : ماهية القيم

1-تعريف القيم :

ذكرت فوزية دياب (1966) أن استخدام لفظ القيمة وهي بالغة الألمانية (mert) بالمعنى الفلسفي، قد استخدم في ألمانيا وتداوله علماء الاقتصاد النمساويون، وذاع استخدام القيمة بين جمهرة المثقفين في ألمانيا، وكان ناتجا من نجاح فلسفة (نيتشه) في ألمانيا¹.

وقدم نيلسون تصنيفا للقيم في ضوء ارتباطها بالنمط البنائي للمجتمع إلى فئتين: قيم تقليدية وقيم عقلية، وهذا ما فعله أوبرت ردفيلد عندما ميز القيم على أساس نوع المجتمع إلى قيم خاصة بالمجتمع الشعبي القديم الذي تسوده القيم التقليدية، وقيم خاصة بالمجتمع الفردي الذي تسوده القيم العصرية، وتعتبر القيم لما يعرفها العديد من علماء الاجتماع لمستوا أو معيارا للانتقاء من بين البدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي².

ويرى ساجيف sagiv وسواراتز sagwartz، أن القيم الإنسانية هي أهداف مرغوبة تتباين في أهميتها، وتفيد كمبادئ توجيهية في حياة الإنسان 1995-430 sagwartz-sagiv.

ويرى كارين أونير owens karen، أن القيم هي أفكار معيارية توجه السلوك وتزوده بمعايير خارجية وداخلية نحو ما يكافح الناس من أجله، وتزود القيم بأساس السلوك الأخلاقي owens 1973-540 karen وإذا كانت القيم تقدم لنا بعض التبريرات في تفسير السلوك واختلافاته سواء كان هذا على نحو تقدير ذاتي من قبل الشخص أو من قبل التقدير الاجتماعي.

فإن جابر عبد الحميد 1971 يرى أن القيم ليست مجرد تفضيل ولكنه تفضيل يشعر به صاحبه ويعتبره مسوغا من الناحية الأخلاقية أو من الناحية المنطقية وعلى أساس الأحكام الحالية وعادة يكون مسوغا على أساس ناحيتين من النواحي وسوف يتبين الباحث مفهوم القيم في ضوء الأداة المستخدمة لقياس القيم ومقياس القيم الفارقة الذي أعده برنس prince وترجمه جابر عبد الحميد للعربية، حيث تم تصنيف القيم إلى قيم أصيلة أو تقليدية وتتضمن أخلاقيات النجاح في العمل. الاهتمام بالمستقبل. استقلال الذات التشدد في الخلق والدين،

¹ فوزية دياب (1966)، القيم والعادات الاجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، القاهرة، دار الكتاب العربي، ص48.

² عبد الباسط محمد (1970)، عرض تحليلي لمفهوم القيمة في علم الاجتماع، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ع1، ص7

أما القيم العصرية فتنطوي على قيم الاستمتاع بالعيلة والأصدقاء الاستمتاع بالحاضر مسايرة الآخرين النسبية والتساهل (جابر عبد الحميد 1977). كما يرى دويرار عبد الفتاح 1990 أن القيم ظاهرة دينامية متطورة، لذلك لا بد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها حكما موقفيا و ذلك بالنسبة إلى المعايير التي يضعها المجتمع في زمن معين وإرجاعها إلى الظروف المحيطة بثقافة المجتمع¹ ويرى ساجيف sagiv و سوارتز sagwartz أن القيم الإنسانية هي أهداف مرغوبة تتباين في أهميتها وتفيد كمبادئ توجيهية في حياة الإنسان ويرى كارن أونير owens karen القيم في أفكار معيارية توجه السلوك وتزوده بمعايير خارجية وداخلية نحو ما يكافح الناس من أجله، وتزوده بأساس السلوك الأخلاقي owens karen.

وإذا كانت القيم تقدم لنا بعض التبريرات في تفسير السلوك واختلافاته سواء كان هذا على نحو تقدير ذاتي من قبل الشخص أو من قبل التقدير الاجتماعي يرى تالكوت بارسونز أن الحياة الاجتماعية ماهي إلا أفكار البشر خاصتنا من خلال معاييرهم و قيمهم، فالمعايير من تلك القواعد المقبولة اجتماعيا التي يستخدمها البشر في تقرير أفعالهم، أما القيم فهي ما يعتقد البشر كما يجب أن تكون عليه الحياة وهي أيضا لها تأثير في تحديد أفعال البشر².

2-علاقة القيم ببعض المصطلحات:

2-1 القيم والاتجاهات: Values and attitudes

على المستوى الوصفي الفرق بين الاتجاهات والقيم هو كالفرق بين العام والخاص، حيث تقف القيم كمحددات لاتجاهات الفرد حيث يرى الباحث البريطاني (أو بنهيم)، بأن الاتجاه يتكون من مجموع الآراء المتراكمة عبر تاريخ الفرد نحو موضوع أو قضية ما، وبثبات هذا الاتجاه بعد هذه معينة، وبترايط الاتجاهات تتكون في النهاية قيمة من القيم³.

¹ عبد الفتاح دويرار (1991)، العوامل المحددة ***** الإنجاز في ضوء بعض المتغيرات لدى الموظفين والموظفات في المجتمع العصري بحوث المؤتمر السابع لعلم النفس في مصر، الجمعية المصرية للدراسات النفسية -القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية.

Sagiva sagwartz p430 1995

² الدكتور عبد الغني عماد، سوسولوجيا الثقافة -المفاهيم و الإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، حقوق الطبع و التوزيع و النشر محفوظة للمركز، الطبعة الأولى -بيروت، فبراير، 2006، ص94.

³ حلمي المليجي: علم النفس الشخصية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2001، ص 260.

و الاتجاهات لا تقوم بمفردها وإنما تتجمع في تنظيمات ويتمركز كل تجمع من الاتجاهات حول قيمة ما، أي أن القيمة يمكن اعتبارها جوهرًا أو مركزًا لتجمع من الاتجاهات¹.

ويمكن النظر إلى الاتجاهات والقيم في ضوء مستويات مختلفة، تمتد من الخصوصية إلى العمومية، فالمستوى الأول يتمثل في المعتقدات والثاني في الاتجاهات، ثم المستوى الثالث حيث توجد القيم، ثم المستوى الرابع ويتمثل في الشخصية، فالقيمة بناء أكثر عمومية من الاتجاه فهي عبارة عن مجموعة من الاتجاهات المرتبطة فيما بينها، وتنظيم هذه الاتجاهات يتم من خلال مستويات أربعة:

- المستوى الأول حيث الاتجاهات النوعية.

- المستوى الثاني الذي يتمثل في الآراء (opinions) الثابتة نسبيًا.

- المستوى الثالث حيث ترتبط الآراء بعضها مع بعض في شكل زمالة مكونة اتجاه معينًا.

- المستوى الرابع حيث ترتبط مجموعة من الاتجاهات بعضها مع بعض مكونًا ما يسمى بالأيدولوجيا، ولا شك في أن علماء النفس الاجتماعي قد بذلوا خلال الخمسين سنة الماضية جهودًا كبيرة في مجال نظرية الاتجاهات وقياسها أكثر من الاهتمام بصفة عامة بنظرية (القيم) وأساليب قياسها، وقد قدم ميلتون روكيش مقارنة مهمة في هذا المجال على النحو التالي:

- 1) يشير الاتجاه إلى تنظيم لمجموعة من المعتقدات التي تدور حول موضوع أو موقف محدد، في حين أن القيمة تشير إلى معتقد واحد، وتتمثل على ضرب من ضروب السلوك المفضل أو غاية من الغايات.
- 2) تقف القيمة كميّار، بينما يقف الاتجاه على عدد من القيم التي تتضمن معايير.
- 3) تمثل القيم مكانة مركزية وأكثر أهمية من الاتجاهات في بناء شخصية الفرد ونسقه المعرفي.
- 4) يعتبر مفهوم القيم أكثر ديناميكية من الاتجاهات حيث ترتبط بالدافعية في حين أن الاتجاهات ليست كذلك، فهي ليست عوامل أساسية موجهة للسلوك.
- 5) تقوم القيم بدور أساسي في تحقيق الذات وتحقيق توافق الفرد، بينما نجد الاتجاهات تقوم بمثل هذه الوظائف لكن بدرجة أقل².

¹ ناصر دادي كدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي - دراسة نظرية وتطبيقية، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004، ص ص 110-111.

² الدكتور عبد الغني عمار، سوسولوجيا الثقافة، المفاهيم و الإشكاليات من الحدائث إلى العولمة،

2-2 القيم والمبادئ:

تعد المبادئ قواعد و أسسا موجهة للقيم، ولا تستنبط من شيء آخر و لا تتغير بتغير الزمان و المكان، و تمتاز بخاصية الإلزامية، أما القيم فهي تشتق من المبادئ و هي مطلقة و نسبية¹.

3-2 القيم و المعتقدات (Value and belief):

تنقسم المعتقدات إلى ثلاث أنواع: وصفية على أساسه موضوع الاعتقاد بالحسن أو القبح، و أمرة أو ناهية حيث يتحكم الفرد بمقتضاها على بعض الوسائل أو الغايات بجدارة الرغبة أو عدم الجدارة، ويرى روكيتش "أن القيمة معتقد من النوع الثالث: الأمر و النهي، فهي معتقد ثابت نسبيا، و يحمل في فحواه تفضيلا شخصيا أو اجتماعيا لغاية من غايات السلوك².

4-2 القيم والسلوك:

هي أكثر تجريدا من السلوك، فهي ليست مجرد سلوك انتقائي كما يرى سارلز موريس، بل تتضمن المعايير التي يحدث التفضيل على أساسها، فالاتجاهات والسلوك هي محصلة للتوجهات القيمية، فالفعل أو السلوك لا يتحدد فقط بواسطة الاتجاهات أو القيم، لكن إلى جانب ذلك توجد الحاجات والظروف الموقفية والدوافع والاهتمامات. إن القيم تتسم بخاصية الوجود أو الالتزام التي تكتسب في ضوء معايير للمجتمع و الإطار الثقافي الذي تنتمي إليه هذه القيم³.

¹ محمد جميل خياط، المبادئ والقيم في التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1996، ص 42.

² محمد فتحس عكاشة، محمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة - الإسكندرية، 1997، ص 239 - 240.

³ الدكتور عبد الغني عمار، سوسيولوجيا الثقافة والمفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة.

3- خصائص القيم:

من أهم خصائص القيم أنها إنسانية، ذاتية، نسبية، تترتب ترتيبا هرميا، تتضمن نوعا من الرأي أو الحكم أنها تتضمن الوعي بمظاهرة الإدراكية والوجدانية و النزوعية¹. إلا أنه يمكن أن تكون القيم العديد من الخصائص التي تتصف بها على النحو التالي، وهو:

1/ تنتمي القيم إلى عالم المثل، فهي تعبير أخلاقي يستمدده الإنسان من فلسفة أو تصور أو عقيدة دينية.
2/ تعتبر القيم قواعد عامة تحدد وتوجه السلوك في المواقف المختلفة وتفرق بين السلوك المقبول وغير المقبول.

3/ ترتبط القيم بالأفكار والمبادئ والاتجاهات المقبولة في المجتمع، ومن ثم توضح الطرق والوسائل المختلفة التي يجب أن يسلك في ضوءها الإنسان حتى يحقق أهدافه.

4/ يأخذ البعض بنسبة القيم من حيث اختلافها من فرد لآخر أو من مكان لآخر أو من ثقافة لأخرى أو من زمان إلى زمان، ونحن نؤمن إيمانا قويا بثبات القيم من حيث اعتقادنا في صدق المصدر الذي عن طريقه نأخذ قيمنا².

5/ تهتم القيم بالأهداف البعيدة التي يضعها الإنسان بنفسه لا بالأهداف الفرعية³.
القيم تلقائية، أي أنها ذات التزام جمعي وتخضع لمنطق المجتمع ونظمه وقوانينه الاجتماعية.
القيام قابلة للانتقال، ومن ثم فهي تشكل تراثا لعديد من الأنساق الاجتماعية، وأنه من الممكن أن تكون موضع مشاركة جماعية.

القيم أساسية في حياة كل إنسان سوي، فالإنسان كما يقال (حيوان متفلسف)، بمعنى أنه يجعل لأعصابه و دوافعه تنظيما فكريا يقتنع به، فالقيم أشبه بمرشد يتحكم في الكثير من النشاط الإنساني الإرادي، وهذه القيم تساعد كل إنسان على تنظيم معالم شخصيته الفردية و الجماعية⁴.

¹ توفيق مركي، 1984، ص 217.

² محمد شفيق (2003)، الإنسان والمجتمع - مقدمة في علم النفس الاجتماعي، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

³ محمود السيد أبو النيل (1984)، علم النفس الاجتماعي - دراسات عربية و علمية، الجزء الأول، ط 3، القاهرة، الجمار المركزي للمكتب الجامعية.

⁴ حامد عبد السلام زهران، جلال محمد سري، القيم السائدة والقيم المرغوبة في سلوك الشباب، بحث ميداني في البيئتين العربية والسعودية، الجمعية المصرية للدراسات النفسية، القاهرة، 1985، ص 167.

كثرة القيم ووحدها، ويرجع ذلك إلى كثرة و تنوع الحاجات الإنسانية، بمعنى أن وجود القيم بكافة أنواعها، إنما هو استجابة لحاجات الطبيعة الإنسانية و ميولها العاطفية و الاقتصادية و الاجتماعية¹.

4-أبعاد القيم:

تبرر فوزية دياب مشكلة تصنيف القيم قائلة: يقول سورلي sorley من المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم ولذا نجد كثير من أبحاث العلماء تتجنب كلية أية محاولة لتطبيق القيم أو تمييز بعضها عن بعض وقد أضاف فوزية دياب القيم على أساس أبعادها كالتالي:

(1) بعد المحتوى dimension of content:

وتورد الكاتبة هنا تصنيف سبرانجر springer باعتباره أحسن تصنيف ظهر للقيم من ناحية محتواها، وقد تكلمن أنماط ستة من القيم هي:

القيم النظرية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة، وهو في سبيل ذلك الهدف يتخذ اتجاهها معرفيا من العالم المحيط به فهو يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها.

القيم الاقتصادية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميوله إلى ما هو نافع وهو في سبيل ذلك الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق واستهلاك البضائع واستثمار الأموال.

القيم الجمالية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق وهو لذلك ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي.

القيم الاجتماعية: ويقصد بها اهتمام الفرد و ميله إلى غيره من الناس فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم ويجد في ذلك إشباعا له وهو ينظر على أنهم غايات وليسوا وسائل لغايات أخرى² ولئن يتأمل واقع المجتمع الجزائري اليوم يلحظ بكل سهولة، أن الجزائر انقسمت بالفعل إلى قسمين، بشعبين مختلفين كل الاختلاف، من جهة جزائر المتمسكين بالثقافة الغربية و المسيطرين على المناصب الحساسة في الدولة، والمهمشين للبقية، المنتكرين للغتهم

¹ نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 101.

² رشدي أحمد طعمية، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومة أساسية استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 310.

²Djamel Guerid, l'exception Algérienne, la modernisation à l'épreuve de la société, édition: casbah, Alger 2007, p 127.

³ Mohammed harbi, FLN mirage et réalité des origines à la prise du pouvoir, NAQD. ENA. Alger. 1993. P327.

وأصالتهم، وديمقراطية بلا أساس، وتعددية سياسية شكلية، ولبرالية اقتصادية فوضوية، أم الجزائر الثانية فهي الأصالة، وهي الجزائر التي بشرت باسترجاعها جبهة التحرير الوطني ليلة أول نوفمبر 1954، وقد صيغ ذلك في عدد من الوثائق التاريخية¹.

حيث بعد الاستقلال الوطني، وجدت الجزائر نفسها أمام وضع كارثي اجتماعي واقتصادي موروث عن الاستعمار الفرنسي، وتم من طرف النخبة الحاكمة اعتماد مشاريع اجتماعية واقتصادية غريبة، وسياسات غير مدروسة، مع محاولة تطبيقها دون تمهيد ولا متابعة وبلا تفكير في كل جوانب المجتمع وكانت النتيجة فشلها لأنها استندت على أسس مبنية على قيم وثقافات اجتماعية لشعوب أخرى، لها ماضيها وتاريخها وإسهاماتها وتقاليدها وبلورتها في مشاريع اجتماعية، واقتصادية، تصلح لتطبيق على مجتمعاتها، لأنها نابعة من تاريخ شعوبها ومن قناعاتهم، ولا تصلح لمجتمعنا لأنها وبكل بساطة غير نابعة من روافد ثقافته وقناعاته، وقيمة الأصلية، وإذا ما تظاهر في أحيان عديدة بالعمل بها فإنما ذلك يتم بمجاراة ومسايرة سطحية تهدف إلى قضاء مصلحة ظرفية، دون اقتناع فعلي أو عن سذاجة عابرة سرعان ما يكتشف زيفها بمرور الزمن².

القيم السياسية:

ويقصد بها اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة، فهو شخص يهدف إلى السيطرة والتحكم في الأشياء والأشخاص.

القيم الدينية:

ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان وصيره ويرى أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه وهو يحاول أن يربط نفسه بهذه القوة بصورة ما.

(2) بعد المقصد Dimension of content:

وتنقسم القيم من ناحية مقصدها إلى قسمين:

- القيم الواسائية وهي تلك التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات أبعاد.
- القيم الغائية أو النهائية وهي الأهداف والفضائل التي تضعها الجماعات و لأفراد لنفسها و الواقع ان التمييز بين القيم الواسائية و الغائية.

(3) بعد الشدة Dimension of intensity:

تقدر شدة القيم بدرجة الإلزام التي تفرطها، وبنوع الجزء الذي تقرره وتوقعه على من يخالفها ويمكن التمييز بين ثلاثة مستويات لشدة القيم وإلزامها.

* ما ينبغي أن يكون (أي القيم الملزمة أو الآمرة الناهية).

* ما يفضل أن يكون (أي القيم التفضيلية).

* ما يرجى أن يكون (أي القيم المثالية).

(4) بعد العمومية Dimension of generality:

وتنقسم القيم من حيث شيوعها وانتشارها إلى قسمين:

* القيم العامة: هي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفتاته المختلفة.

* القيم الخاصة: هي القيم المتعلقة بمواقف أو مناسبات إجتماعية معينة أو بمناطق محدودة أو بطبقته وفتاته المختلفة.

(5) بعد الوضوح Dimension of explicitness :

تنقسم القيم من ناحية وضوحها إلى قسمين:

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

* قيم ضمنية: وهي تلك القيم التي تستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الإختيارات والإتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد بصفة منتظمة لابصفة عشوائية فإذا هذا الإتجاه أو هذا الإختيار دليلا على تمسك الشخص بقيم معينة.

(6) بعد الدوام Dimension of permanency:

وتنقسم القيم من ناحية دوامها إلى قسمين:

* قيم عابرة: وهي القيم الوقتية العارضة القصيرة الدوام السريعة الزوال مثل القيم المرتبطة بالموضات و البدع و النزوات.

*قيم دائمة: وهي القيم التي تبقى زما طويلا مستقرة في نفوس الناس يتناولها جيل عن جيل كالقيم المرتبطة بالعرق و التقاليد¹.

5-القيم في الدين:

تتفق الأديان جميعا على استنادها إلى موقف معين من القيم، ولعلها هي نفسها موقف قيمي صريح، لأن عقائدها لا تعني بتغير الكون بقدر ما يجد الإنسان ما ينبغي أن يقوم به إزاء هذا الكون، ويعد الدين قيمة من القيم شأنه شأن النفس أو المال أو العقل أو النسل، وهو قيمة ضرورية للحياة الإنسانية، ويتعامل مع القيم كقوة عليا مستمدة من الله وليس عنصرا خاصا منفردا للقيمة، بل هو يعمل كإطار لكل القيم. فالأديان السماوية المنزلة إلى الإنسانية في إطار نظرية أو عقيدة التوحيد جاءت كلها لتؤكد حرية الإنسان وكرامته و عزته و قاست الظلم و العدوان و أعلنت حقوقه².

أما بالنسبة للقيم في المنظور الإسلامي، فهي مجموعة من المثل العليا والغايات والمعتقدات والتشريعات والرسائل والضوابط والمعايير لسلوك الأفراد والجماعات مصدر الله عز وجل وتتميز القيم في المنظور الإسلامي من حيث المصدر، فالقرآن الكريم والسنة النبوية هما مصدر القيم والأخلاق في الإسلام، وتحدد هذه القيم علاقة الإنسان وتوجهه إجمالا وتفصيلا مع الله.

المبحث الثاني:النسق القيمي والمجتمع الجزائري

1-مفهوم نسق القيم:تؤلف مجموع القيم المكتسبة أولوية خاصة بالقياس إلى القيم الأخرى، وهذا الترتيب المدرج أو الهرم للقيم يمكننا من دراسة الثبات والتغيرات التي تطرأ على أنساق القيم. يتضمن نسق القيم نوعين رئيسيين من القيم: القيم الغائية، و تمثل غايات الوجود الإنساني، والقيم الوسيطة او الوسيلية، وهي أساليب السلوك المفضلة لتحقيق الغايات المرغوبة، و يفترض بعض الباحثين أن عدد القيم الغائية و الوسيلية التي يمكن إخضاعها للقياس و التحليل محدود نسبيا، ومن الضروري التمييز بين مدرج القيم و نسق القيم، فالأول يعني ترتيب الشخص للقيم من أكثرها أهمية إلى أقلها أهمية، بينما الثاني يشير إلى التنظيم العام لقيم الفرد. والذي من خلاله تتحدد أهمية كل قيمة من هذه القيم، وكيف تنتظم، وعلاقة كل منها بالأخرى.

1 رشدي أحمد طعمية، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مرجع سابق، ص،310، ص313.
2 محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات على القيم الأسرية، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، 2009، ص 95.

وهذا يعني دراسة بناء القيم و الأشكال التي تتجسد فيها بدلا من الاكتفاء بمجرد ترتيبها¹.

2-ارتقاء القيم : أنساق القيم هي المستويات التي نحتكم إليها في عرض ذواتنا أمام الآخرين ، أو هي الموجهات التي تحرك تصرفاتنا لكي نبدو أمام الآخرين بالصورة التي نفضلها ،وهي بالتالي مستويات توجهنا في اقناع الآخرين والتأثير فيهم لتبني مواقف أو معتقدات أو اتجاهات أو قيم نعتقد أنها جديرة بالاهتمام .

إنها مستويات يعتمد عليها الأشخاص بالتقدير الذاتي عاليا باستمرار، وعادة ما تؤدي المواقف الاجتماعية التي يواجهها الأفراد في حياتهم اليومية إلى استثارة عدد من القيم داخل "النسق" ، ومن الطبيعي أن يؤدي هذا إلى صراع بين أكثر من نمط سلوكي، ولهذا فإن إحدى وظائف نسق القيم الأساسية هي الإسهام في خفض حدة الصراع و التوتر، و المساعدة على اتخاذ القرار على أساس الاختيار بين البدائل. حينئذ يمثل نسق القيم مخططا عاما أو مجموعة من المبادئ و القواعد كبنیان عقلي أكثر شمولاً² سوسولوجيا الثقافة، المفاهيم و الإشكاليات من الحداثة إلى العولمة.

لذلك فإن نسق القيم يحقق التوافق واحترام الذات. ومن الطبيعي أن يتفاوت الأفراد فيما يتعلق بالأهمية النسبية للقيم التي تؤدي هذه الوظائف.

فالصفة التراثية هي من أهم خاصية في القيم، وهذا ما أشار إليها بـ "سلم القيم"، لتبيان النظام التراثي الذي على أساسه يقدر أو يحترم شخص أو جماعة المثل التي ينتهون إليها. هذه الطريقة تتوافق مع حقيقة استطاعت البحوث السوسولوجية أن تتحقق منها، ونشير بالخصوص إلى البحث المتقن لكل من فلورنس كلاركسون و فريدستروديك. والخلاصة أنه ليس هناك في الواقع سوى عدد قليل من القيم الجديدة قد تظهر في المجتمعات، وأن أي تفسير في القيم غالبا ما يكون تحولا في تراتبية القيم و تدرجها، أكثر من خلق قيم جديدة، فتراتبية القيم تتبدل و تتغير، و تصنف القيم السائدة و تحل محلها قيم أخرى من متغيراتها³.

¹ عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة.

² الدكتور عبد الغني عماد، سوسولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة.

³ مقدمة إلى علم الاجتماع العام، ترجمة مصطفى د. ندشلي روتشيه، ط2، بيروت.

3- مصادر و تصنيف القيم:

3-1 مصادر القيم: لقد ظل قضية أصل القيم ومصادرها مصدر نقاش الفلاسفة و العلماء على حد سواء وهو ما جعلهم يذهبون إلى آراء وهي:

الرأي الأول:

وهو رأي الاتجاه الفرداني، الذي يربط القيم بالإنسان، وينسب أصل القيم إلى الطبيعة البشرية، وبالذات على التكوين النفسي للفرد وما ركب فيه من عدد قليل أو كثير من الغرائز، والدوافع والميول، فالفرد هو الذي يعطي قيم للأشياء الخارجية ومن أنصار هذا الرأي البراغماتيين والوجوديين وأصحاب مدرسة التحليل النفسي. وهذا يعني أن هذه الفلسفة للقيم تفترض أن القيمة تعتمد على الاختيار الحر و الرغبة الذاتية للأفراد وهنا ينتفي معنى الالتزام فلا معيار ولا قيمة إلى بما تحكم به الرغبة ويبحث عليه وجدان اللذة واللم، وهذا من شأنه أن يلقي فريسة للتغيير، ففتقد المسؤولية معناها ويحتجب المثل الأعلى وراء ضباب كثيف من تذبذب الرغبات والميول، فهناك اعتقاد للكثيرين في أنهم هم خلقوا القيم مما أدى ويؤدي على التدافع و النزاع الذي تبعته البشرية¹.

الرأي الثاني:

وهو رأي أصحاب الاتجاه الكلياني الذي يقول بأن مصدر القيم هو المجتمع ويرد أصحابه القيم إلى العقل الجمعي، فالقيم من صنع المجتمع والمجتمع في نظرهم هو أصل القيم ومصدر إلزام، فالتقويم عند أصحاب هذا الرأي إذن عملية اجتماعية خارجية عن ذوات الأفراد وصادرة عن المجتمع تخلع القيم عن الأفعال والأشياء الخارجية بمقتضى العقل الجمعي والإدارة الجمعية التي تعلوا على الأفراد من أنصار هذا الرأي دروكايم وماركس من إخلاف المعروف بينهما.

وهذه الفلسفة للقيم تفترض أن القيمة ناشئة عن الختمية الاجتماعية الاقتصادية، ويعطيها المبرر الذي يجعلها مثالية عند الأفراد².

1 مراد الزعمي، علم الاجتماع رؤية نقدية. الجزائر، قسنطينة: مؤسسة الزهراء للفنون المسيحية، سنة 2004، ص 186-187.

2 مراد الزعمي، مرجع سبق ذكره، ص 188.

الرأي الثالث:

وهناك من رد مصادر القيم إلى الأشياء و الأفعال في ذاتها، فالقيمة عند أصحاب هذا الرأي تستغني عن التقويم الإنساني لأن لها الوجود بدونه، وأنها خاصة في الأشياء تثير رغبتها فيها بفضل طبيعتها¹.

فأصل القيم عند أصحاب هذا الرأي إذن يعود إلى طبيعة الأشياء و الأفعال والأنسان يكتشف هذه القيم ويمتد إليها بعقله نظرا لجاذبيتها وقدرتها على التأثير في رغباته فالقيم تتمتع بالاستقلال التام الذي يتصف به الشيء أو الفعل المتصف بها ومن أنصار هذا الرأي أرسطو، ولوي مائناز والمعتزلة². الرأي الرابع:

هذا الرأي يرجع القيم في مصدرها إلى قوة خارجية عن الإنسان و المجتمع، فالقيم تعلوا فوق الإنسان و قدراته و أن الأشياء لا تقوم بذاتها وتخلق نفسها بل الله خالقها و مقومها، فهو الذي يعطي قيمة الأشياء و الأفعال وأن القيم لا بد أن تكون عامة وثابة ومطلقة، كلية بحيث تنطبق على جميع الناس بدون استثناء ولا تخضع لإرادتهم وأهوائهم الفردية والجماعية على السواء وهذا لا يمكن أن يتم إلا سلمنا بوجود الله الخالق³.

وفي هذا الصدد يقول ديكرت: فالله الصادق هو الذي يمنح للحقيقة معناها ويجعل البحث عنها مشروعاً، فإننا على الرغم مما يتكبد فيه من متاعب، لأنه مشروع يقربنا منه ويغنينا ويثري وجودنا، ولهذا فإننا إذا أنكرنا وجود تملكنا اليأس و صار يظهر لنا أن التوهم يسود ميادين الحياة كلها⁴.

2-3 تصنيف القيم: يثير البحث الاجتماعي لموضوع القيم أهمية مسألة تصنيف القيم ولعل الاختلافات الجوهرية في تحديد مفهوم القيم وتفسير طبيعتها انعكس ذلك سلبا على المهتمين بهذا المجال عند محاولة وضع تصنيف للقيم، فمن الصعب وضع تصنيف محدد للقيم ويعود ذلك في عدم توضيح الاختلافات الموجودة بين مختلف أنماط القيم نظرا لتعقيدات المنتظمة في تعريفها في حين نجد البعض الآخر تجنب تصنيفها لعدم التمكن من الإحاطة بكل الأنماط القديمة التي يمثل الأفراد و المجتمع يقول "سورلي surly" من المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم".

لكن هذا الرأي لا يقره البعض الآخر من المهتمين بدراسة القيم ذلك أنه من الصعوبة القيام بدراسة القيم ميدانيا دون اللجوء إلى تصنيفها، ولذا فقد اهتم الكثير من المنشغلين بالعلوم الاجتماعية بهذه المسألة منها فتح

1 الربيع ميمون، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبة و المطلقة الوطنية. الجزائر: للنشر والتوزيع، 1980، ص 119.

2 مراد الزعيمي، مرجع سبق ذكره، ص 188.

3 مراد الزعيمي، مرجع سبق ذكره، ص 189.

4 الربيع ميمون، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبة و المطلقة، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، 1980، ص 93.

أفاناً لعدة محاولات لتصنيفها ويعود تنوع تصنيفها للاختلاف في وجهات النظر و التباين في المداخل الفكرية ولعل أهم هذه المحاولات هي:

هناك من العلماء من قدم تصنيفها للقيم استناداً إلى طبيعتها و خصائصها كتصنيف **جولي Golightly** الذي ميز بين القيم الأساسية و القيم الفرعية، وتصنيف **كيرة لوريس G.luris**: حيث صنف القيم إلى جوهرية و طارئة.

أما "كلاكهون" فقد أثار إلى وجود قيم عامة في المجتمع ككل، وقيم خاصة لجماعات اجتماعية معينة وهذا التصنيف يستند إلى معيار درجة انتشار القيمة في المجتمع¹.

وهذا وقد صنفها أيضاً "لامونت" إلى قيم مجرد وقيم ملموسة أو قيم فكرية، وقيم مادية نفعية². كما تصنف القيم استناداً إلى اتجاهها المرتبط بالنمط البنائي للمجتمع كما فعل **روبرت ردفيد r.redfid** عندما ميز القيم التقليدية المحافظة و المجتمع الحضري الذي تسوده القيم العقلية العلمانية كما يوجد هناك من العلماء من صنف القيم بناءً على وظائفها الاجتماعية أي ربط كل قيمة بنظام اجتماعي معين كما فعل "إميل دروكايم وريدر D. reder" وغيرها من أنصار الاتجاه البنائي الوظيفي في علم الاجتماع.

كما قدم **نيكولاس ريشر N.resher** محاولة تتضمن عرض مختلف أسس تصنيف القيم على النحو

التالي:

✦ التصنيف على أساس القيمة:

يركز اهتمامه على الأشخاص الذين يتبنون قيمة معينة، حيث لا يتم بالقيم في ذواتها من حيث المحتوى أو الموضوع وإنما يسلم بوجود بعض القيم كمعطيات.

✦ التصنيف في ضوء موضوعات القيم:

ويقوم هذا التصنيف على أساس طبيعة الموضوعات أو الظواهر التي تحظى بالتقويم.

1 حميد خروف، فعالية القيم العلمية التربوية رؤية سوسولوجية، مجلة العلوم الإنسانية جامعة منتوي، قسنطينة، الجزائر: عدد10، ص125.
2 عبد الحفيظ مقدم المديرون، دراسات فئة اجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني بن عكنون، الجزائر، ص49.

✦ التصنيف على أساس الفائدة أو المنفعة:

وفيه ترتبط القيم عادة بفائدة أو منفعة يحققها أولئك الذين يحتضنونها، ومن ثم يجب البدء بتصنيف الخاصة الفوائد أو المنافع أولا وإن أفضل تصنيف في هذا الصدد هو تصنيف الحاجات والرغبات والاهتمامات الأساسية للإنسان والتي ركر عليها ماسلو في هرمه للحاجات.

✦ التصنيف على أساس الأغراض والأهداف:

ويقصد به تصنيف وفقا للغرض الإنساني النوعي الخاص الذي يحقق بوجود قيمة معينة.

✦ التصنيف على أساس العلاقة بين محتضن القيمة وبين الفائدة:

وهنا يلاحظ عموما أن الشخص الذي يحتضن قيمة ما لأنه يرى في وجودها فائدة معينة بالنسبة له أو للآخرين وهذا ما يعرف باسم توجهان القيم ويمكن الحصول في هذه الحالة على تصنيف من النوع التالي:

1- القيم ذات التوجه الشخصي (الذاتي، النجاح، الراحة، الخصوصية).

2- القيم ذات التوجه نحو الآخرين:

■ القيم ذات التوجه الاجتماعي الداخلي مثل:

- القيم الأسرية (التوجه نحو الأسرة).

- القيم المهنية (التوجه نحو المهنة).

- القيم القومية (الاعتداد بالقومية).

- القيم المجتمعية (العدالة الاجتماعية).

■ القيم ذات التوجه الإنساني:

مثل القيم الجماعية أو القيم الإنسانية بصفة عامة.

✦ التصنيف على أساس العلاقة بين القيم ذاتها:

وهو يبرز مدى إرتباط القيم ببعضها البعض وهذا التصنيف يدرج القيم وفقا لمدى عموميتها ويتعرض روبن

ويليامز **R. Williams** وصفا للقيم الأساسية في الممارسة على أساس أنها:

-عناصر تجريدية أكثر من أن تكون ملموسة تعبر عن ردود أفعال انفعالية، وتظهر من خلال تصرف الفرد

في المواقف الحالية.

4-وظائف القيم :

- وتتوفر القيم على عدة وظائف تقوم لأجلها ومن أهم هذه الوظائف ما يلي:
- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية لمصالح الأهداف الجمعية وتحدد المسؤولية.
- تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع وثقافته، ولكل تجمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.
- تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لتساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة، وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه.
- تعمل لمعيار توجيه القول والفعل والسلوك الصادر في المواقف المختلفة.
- للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.
- تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره وتحافظ على البناء الاجتماعي.
- المحافظة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد¹.
- كما للقيم وظائف أخرى من بينها:
- تزويد أعضاء المجتمع بهدف الحياة ومعناها.
- تحددت اختيارات الأفراد بين البدائل المختلفة.
- ولقد فصل أبو العينين وظائف القيم ضمن محورين هما:
- وظائف القيم على المستوى الفردي²:**

- ✓ تهيئ للفرد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم، فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- ✓ تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة إيجابية.
- ✓ تعطي للفرد فرصته للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.

1 ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، مرجع سابق، ص 26، ص 27.

2 ماجد الزيود، مرجع سابق.

- ✓ تحقق للفرد الإحساس بالأمان، فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.
 - ✓ تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه، وبالتالي تساعد على فهم العالم من حوله وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
 - ✓ تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وخلقيا وتوجهه نحو الإحسان والخير.
 - ✓ تعمل على ضبط الفرد لشهواته كل لا تتغلب على عقله ووجدانه.
- وظائف القيم على المستوى الاجتماعي:
- ✓ تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة.
 - ✓ تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم و يحفظ للمجتمع استقراره و كيانه في إطار موحد¹.
 - ✓ 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 الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائها للوصول إليه.
 - ✓ تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده، وبالتالي يسلك في ضوءها وتحدد للأفراد سلوكياتهم.

1 معن خليل عمر، مرجع سابق، ص 416.

5- النظريات المفسرة لنسق القيم:

-تعريف القيم عند الفلاسفة:

هناك المثاليون الذين ينظرون للقيم على أنها مطلقة و ثابتة لا تتغير الزمان والمكان مصدرها عالم المثل وتسمى نظرية المثل، أفلاطونية وإلى آراء أرسطو وقد تعمق و استوع نطاق البحث في هذا الموضوع في الفلسفة الحديث والمعاصرة وكان ظهور مصطلح نظرية القيم في البحوث الفلسفية في العصر -الحديث تغيرا عن الاهتمام المتزايد بهذا الموضوع، ويقصد بهذا المصطلح في هذا العدد البحث في طبيعة القيم و أصنافها و معاييرها وقد أصبح باب القيم باب هام من أبواب الفلسفة العامة، و يرتبط خاصة بعلوم المنطق و الأخلاق و الجمال و الإلهيات¹. وتعد القيم إحدى المباحث الأساسية للفلسفة² والتي ما زالت إلى حد كبير محل خلاف بين المدارس و المذاهب الفلسفية، حيث يقول: "جون ديوي" إن الآراء حول موضوع القيم تتفاوت بين الاعتقاد من ناحية بأن ما يسمى ليس في الواقع سوى إشارات انفصالي للمعايير أو تغيرات صوتية، ليس الاعتقاد من الطرف المقابل بأن المعايير القبيلية ضرورية و يقوم على أساسها كما من العلم و الفن و الأخلاق³.

وقد حاول العديد من الفلاسفة تحديد مفهوم القيمة فذهب "ييو" إلى القول بأن: "قيمة الشيء هي قدرته على إثارة الرغبة وأن القيمة تتناسب مع قوة الرغبة"⁴ جاعلا هذا التعريف شاملا كل من القيم الاقتصادية و القيم المعنوية.

ويذهب بعض المفكرين إلى القول لتعريفات أخرى للقيم مثل: "القيمة صفة الشيء المعتر إنه قابل للربة فيه أو ما هو جدير بأن يطلب⁵.

ويذهب في هذا الاتجاه محمود حمدي زقزوق، إذ يقول القيمة هي إذن هذا الذي يجعل من الممكن يصبح الموجود هدفا لإدارة صحيحة، وليس فقط لرغبة فعلية⁶.

¹ جميل صليب، المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والإنجليزية، دار اللبناني، ج 2، ط1، 1973، ص 215.

² عمر محمد التومي الشيبلي، مقدمة في فلسفة الإسلام، ط2، ليبيا: دار العربية للكتاب، 1995، ص 30.

³ مساعد بن عبد الله المحبا، القيم في المسلسلات التفازية السعودية: دار العاصمة، 1994، ص 26.

⁴ عبد الرحمن بدوي، الأخلاق النظرية -وكالة المطبوعات، الكويت، ط2، 1976، ص 90.

⁵ عبد الرحمن بدوي، مرجع سابق، ص 91.

⁶ محمود حمدي زقزوق: مقدمة عامة في علم الأخلاق، الكويت: دار القلم، 1983، ط 3، ص 138.

إن في هذا التعريف الفلسفي للقيمة يفترض أنه تمثل رغبة فعلية لشيء معين حتى دون أن تحمل بالفرد والجماعية التي ترب في الوصول إليه فائدة أو منفعة تذكر وهذه الرغبة ذاتية للحصول على ذلك الشيء بالرغم من الضرر القائد للراغب فيه.

إلا أن هناك بعض الفلاسفة الذين رفضوا تعريف القيمة أمثال "ماركس شيلر" الذي على ذلك بأن القيمة موضوع لمعرفة مباشرة، لا تحتاج في إدراكها إلى شيء بسيط، فقيمة الشجاعة يستخلصها الإنسان في رؤيته لأحوال ظاهرة محسوسة مثل الجندي الذي يندفع إلى ميدان الجهاد بكل جرأة ليدافع عن وطنه، وهذا المعنى المجرد من كل الملابس المكانية و الزمانية، يعني قيمة الشجاعة¹، وهي تنبثق منها قيم أخرى أن أصحاب المنظور الفلسفي بما ينطوي عليه من نظريات، قد أبرزوا دور القيم كأحد المحددات الرئيسية في توجيه سلوك الإنسان، غير أنه يبدو من الصعوبة دراسة القيم اعتماداً على هذا المنظور لكون القيم لا تنشأ في فراغ، بل هي جزء لا يتجزأ من الحميرة الإنسانية الواقعية، ومع ذلك كان لتلك الإسهامات إثراء للتراث العلمي معرفياً و منهجياً و إمام لبعض جوانب موضوع القيم.

المنظور النفسي (السيكولوجي):

يعرف فؤاد أبو حطب القيم بأنها مجموعة من الأحكام يصدرها الفرد على البيئة الإنسانية الاجتماعية والمادية، وهذه الأحكام في بعض جوانبها نتيجة تقويم الفرد أو تقديره إلا أنها في جوهرنا تتاح اجتماعي استوعبه الفرد وتقبله، بحيث يستخدمه كمحاكاة أو مستويات أو معايير، ويمكن أن تحدد إجرائياً في صورة مجموعة من استجابات القبول أو الرفض إزاء موضوعات أو أشخاص أو أشياء أو أفكار².

ويعرف عبد اللطيف محمد خليفة القيم بأنها الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفصيل أو عدم التفصيل للموضوعات والأشياء، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارف و خبرات وبين ممثل الإطار الحضاري الذي يعتبر فيه و يكتسب من خلال هذه الخبرات و المعارف³.

ويرجع الفصل في دراسة قيم سيكولوجيا إلى اثنين من علماء النفس الأول السيكولوجي الألماني "ادوارد سبرانجر"، الذي قد عام 1928، كتابا بعنوان "أنماط الرجال"، بين فيه أن أنماذ الناس يتوزعون بين سنة أنماط تبعا

¹ عبد الرحمان البدوي، مرجع سابق، ص 91.

² فؤاد أبو حطب، علم النفس التربوي، دراسة نفسية لسلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 6، سنة 1992، ص 138.

³ عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دار نفسية لسلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 6، سنة 1992، ص 138.

لسيادة واحدة من القيم التالية: النظرية، الاقتصادية، السياسية، الجمالية، الدينية، الاجتماعية، والثاني هو السيكولوجي الأمريكي "لويس ليون ترستون"، الذي نشر عام 1954 مقالا بعنوان "قياس القيم بمنظور سيكولوجي"، قدم فيه تصورا لمعالجة القيم في إطار البحث العلمي النفسي، ثم توالى بعد ذلك بحوث لدراسة القيم، وخاصة ضمن علم النفس الاجتماعي¹.

وقد عرفت القيمة في هذا المجال كما يلي:

إنما الأمور التي يعتبرها الفرد جيدة، وذات أهمية ظاهرة في الحياة والتي ينسب إليها الإنسان وزنا معنويا وهي بهذا المعنى دلالة على الشخصية².

إن هذا التعريف يربط بين القيمة والشخصية حيث يكون تقدير الفرد الأشياء أو الأفكار أو المبادئ وتفضيلها تبعا لشخصيته ومدى اهتمامه وإدراكه للقيمة.

كما يرى ماركس فيبر أن القيم "هي مجموعة من التصديقات السيكلوجية المتولدة عن الاعتقاد الديني و الممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العلمي الذي يلتزم به الفرد³.

حاول هذا المنظور أن يقدم إسهامات امبريقية معتبرة في مجال معالجة القيم ومن ثم بلورة بعض جوانب طبيعتها من خلال محاولة الكشف عن أهمية القيمة في تكوين شخصية الفرد و التأثير في اتجاهاته المختلفة و النظر إليها كمحدد من محددات سلوك الإنساني، و يؤكد "ثور نديك"، أن القيمة تفضيلات تمكن في اللذة و الألم، الارتياح وعدم الارتياح الذي يشعر به الإنسان، فإذا كان حدوث شيء لا يؤثر على لذة و ألم أي فرد، أي كان حاليا أو مستقبلا فإنه يكون عديم القيمة على الإطلاق⁴.

ويعرف عباس محمود عوض القيم فإنما مجموعة من المعايير الاجتماعية ذات صبغة انفعالية تتصل بالمستويات الخلفية التي تقدمها الجماعة و يمتصها الفرد من خلال تفاعيله مع الآخرين و يرشد عن طريقها أفعاله⁵. ويعرفها البعض على أنها مجموعة من الاتجاهات، ويعرف الاتجاه على أنه استجابة الفرد إزاء موضوع

¹ بشير معمري، التير في ارتقاء القيم لدى ثلاث مجموعات عصرية من الجنسين بحوث ودراسات متخصصة في علم النفس، منشورات الخبر، ج 1، سنة 2007، ص 43.

² أحمد كنعان، القيم التربوية السائدة في شعر الأطفال، رسالة دكتوراه الدولة جامعة دمشق، سنة 1990، ص 98.

³ نورهان منير مربي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، الأزرابية: المكتبة الجامعي الحديث، سنة 1999، ص 196.

⁴ حافظ فرج أحمد، التربية و قضايا المجتمع المعاصر، عالم الكتاب، ط 1، 2003، ص 251.

⁵ عباس محمود العقاد عوض، في علم النفس الاجتماعي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1991، ص 52.

معين، كما ينظر كثيرون إلى القيمة على أنها حاجات، فتعرف القيمة على أنها إشباع الفرد لحاجاته الأساسية التي يرغبها من خلال سلوك معين¹، وعلى هذا يمكن القول بأن القيم من منظور السيكولوجي تعكس ما يلي:

- أحكام يصدرها الفرد وبالتفصيل أو عدم التفصيل للموضوعات والأشياء.
- تتم من خلال التفاعل بين الفرد و الآخرين.
- تكتسب القيم من خلال الخبرات والمعارف.

تعريف ريتشارد ليبر:

يرى أن مفهوم القيمة هو "تعبير عن الدوافع...، فالموضوع أو العفة أو الحالة التي تشبع دائما في القيمة".

تعريف ماسلو:

يرى أن مفهوم القيمة مكافئ لمفهوم الحاجة، فقد تطور بعض الباحثين "القيمة" على أن لها أساسا بيولوجيا، فهي تقوم على الحاجات الأساسية، فلا يمكن أن توجد قيمة لدى الفرد إلا إذا كان لديه حاجة معينة يسعى إلى تحقيقها أو إشباعها، فالحاجات الأساسية هي التي تؤسس الكائن البيولوجي وتحدد له نسق اختياره، فهي بمثابة بيولوجية أولية، تتحول فيما بعد ومع نمو الفرد إلى قيم اجتماعية.

ويشير "كلاكهون" إلى أن القيم تنشأ من وجود حاجات معينة، كما يتولد عنها حاجات أخرى².

القيم في المنظور السياسي:

يقصد بها مجموعة القيم التي تعكس الشعور بالهوية الوطنية و الانتماء للوطن و تساهم في أعدا الفرد بتجاه المشاركة السياسية داخل المجتمع، كالديمقراطية أو الشورى، الطاعة، العمل، العدد، الجهاد و التضحية³.
أما سمير خطاب، فيعرفها على أنها القيم يحاول النظام السياسي في أي مجتمع بثها و التأكيد في نفوس أعضاء المجتمع لإبراز هوية المجتمع و تحقيق الاستقرار بين مختلف فئاته مستعينا في ذلك بكل المؤسسات المعنية لتحقيق هذا الهدف⁴.

¹ حافظ فرج أحمد، مرجع سابق ذكره، ص 252.

² عبد اللطيف محمد خليفة، المرجع السابق، ص 59.

³ محمد سعيد التريبي، القيم التربوية و الجمالية التي تعكسها الرسوم المقدمة في مجال الأطفال، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين الشمس، 2003، ص 81.

⁴ سمير خطاب، التنشئة السياسية و القيم، القاهرة: اشترك للطباعة و النشر، 2004، ط 1، ص 45.

كما يقصد بها اهتمام الفرد بالنشاط السياسي و العمل السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتميز الأشخاص الذي تسود عنهم هذه القيمة بالقيدة في نواحي الحياة المختلفة، و يتصرفون بقدرتهم بتوجيه غيرهم و يسعون إلى السيطرة و التحكم في الأشياء أو الأشخاص¹.

القيمة السياسية تعكس اهتمام الفرد و ميله للحصول على القوة و تفضيل السلوك القيادي و توجيه الآخرين وممارسة القوة و السيطرة، ومعالجة المشكلات العامة و التطرق إلى السلطة الشخصية و النفوذ و الشهرة²، والشخص السياسي هو الذي يحتل القيمة السياسية قمة سلمه الهرمي، و تتحكم في سلوكه، فهو بصورة عامة عادة ما يكون من رجال السياسة و القادة و ينصب تفكيره على القوة و السيطرة و المركز، ومعيار سلوكه الأول القوة، كما يميل إلى مصادقة ذوي لمراكز و السلطة، وعلى هذا يمكن القول بأن القيم من المنظور السياسي تعكس ما يلي:

- اهتمام الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي.
- ميله للحصول على القوة وتفضيل السلوك القيادي.
- توجيه الآخرين وممارسة القوة والسيطرة.
- معالجة المشكلات العامة.

القيم في المنظور السوسولوجي:

لقد تفرغ عدد كبير من علماء الاجتماع لمدة جيل أو قريب من ذلك عن دراسة القيم حيث كان ينظر إليها في أغلب الأحيان على أنها تتسم إما بالذاتية مما يدعم هذا التحليل لإهمال دراسة القيم من جانب علماء الاجتماع، ما قاله "ليفى ستراوس" في معرض حديثه عن القيم في دراسة الثقافات المختلفة أنه إذا كان قد بدأ من العلوم الاجتماعية شيء من العزوف أو التردد أو تقصير أو تباطؤ في معالجة القيم فمرد ذلك إلى أنه عندما نتكلم عن القيم، إنما نتكلم عن الانفعالات و العواطف و الظواهر غير المنطقية، وبما أن مهمة أي علم أن يعبر عن الظاهرة بأسلوب منطقي، فإننا نخشى أن يقضي الكلام علميا عن القيم إلى التناقص الحادث من التفسير بيانات غير منطقية بعبارات منطقية، فهذا من شأنه أنه أن يهدم هذه البيانات ويشوه طبيعة هذه القيم³.

¹ حلاح قنصوه، نظرية القيمة في الفكر المعاصر، القاهرة، دار الثقافة، سنة 1981، ص 12.

² Hegell L S Zigler, Dpersonality Basic Assumption Research and apploration, M c, Grow Hillco, 52 Landan, 1988, p 313.

³ فوزية دياب، القيم و العادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات. بيروت: دار النهضة العربية، 1980، ص 17.

ولكن منذ ظهور دراسات "ويليام توماس" و "فلوريان زنانينكي" حول الفلاح البولندي في أوروبا و أمريكا أصبح علماء الاجتماع يستخدمون مفهوم القيم استخداما متزايدا وسرعان ما أصبحت القيم تمثل موضوعا من الموضوعات التي يهتم بها علماء الاجتماع إلى درجة أن صاغوا العديد من النظريات السوسولوجية واعتبروها محدد من محددات السلوك الإنساني ومفتاح فهم الثقافة الإنسانية¹ رغم اختلاف وتعدد التعريفات لاختلاف الأسس التي تقوم عليها مدارس علم الاجتماع فوجد هذه التعريفات تتفق عموما على أن القيم حقائق تعبر عن التركيب الاجتماعي في أي مجتمع من المجتمعات.

يعرف "محمد سعيد فرح" القيم بأنها اهتمام الفرد وسيلة إلى غيره من الناس، فهو يحبهم ويميل إلى سعادتهم ويجد في ذلك إشباعا له ويتمثل له هذه القيم في الخبرة وحب عمل الخير، فالفرد الذي يسلك وفق هذا النمط من القيم إنما يقدر زملائه كهدف أي أنه ينظر إلى غيره على أنهم غايات في حد ذاتها وليسوا وسائل لغايات أخرى. ولذلك لأن الأفراد اللذين يتميزون بهذه القيمة يتسمون بالعطف و الحنان و الإثار و المشاركة الاجتماعية و إنكار الذات و تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة².

كما يعرف غريب محمد سيد القيم بأنها إنسانية شخصية، تتوقف على الاعتقاد، وهي نسبة بمعنى أنها تختلف من شخص لآخر ومن زمن ومن مكان ومن ثقافة إلى ثقافة³. نسق القيم في كتابه على الاجتماع القيم بأنها المعايير و المبادئ التي يتمسك بها المجتمع أو أغلب أعضائه سواء كان صراحة أو ضمنا هذا وكل نظام يتضمن قيمتها أقل بما للمجتمع، وعليه فإننا نستطيع أن نتحدث عن قيم اقتصادية و قيم سياسية وقيم تعليمية وقيم أسرية..... وهكذا⁴.

ثم يعرف "جابلين" القيمة بأنها غاية أو هدف اجتماعي يكون تحصيله مرغوبا فيه⁵.

يربط هذا الباحث القيم بالهدف الذي يسعى الفرد إلى تحقيقه في المجتمع، وبذلك تعطي القيمة أهمية اجتماعية كبرى، بقدر أهمية الهدف الذي يسعى الفرد إلى تحقيقه في المجتمع.

1 محمد أحمد بيومي، علم الاجتماع القيم. الإسكندرية: دار المعرفة و الجامعية، ص 89.

2 محمد سعيد فرح، البناء الاجتماعي و الشخصية. الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب، سنة 1980، ص 396

3 غريب محمد السيد، الإطار القيمي. الإسكندرية: دار معرفة الجامعية، سنة 1987، ص 24.

4 محمد أحمد بيومي، نفس المرجع السابق، ص 08.

5 أحمد كنعان، نفس المرجع السابق، ص 201.

ويعرف الباحث المصري "حليم بركات" القيم بأنها المعتقدات حول الأمور و الغايات و الأشكال السلوك المفضلة لدى الناس، توجه مشاعرهم و تفكيرهم و مواقفهم و تصرفاتهم واختياراتهم المفضلة لدى الناس، وتنظم علاقاتهم بالواقع و المؤسسات و الآخرين و أنفسهم و المكان، وتوسغ مواقعهم و تحدد هويتهم، و بمعنى وجودهم بكلام بسيط و مختصر. و تتصل القيم بنوعية السلوك المفضل و بمعنى الوجود و غاياته¹.

إن هذا التعريف يلخص لنا معنى القيمة التي تكمن في أهداف وأشكال السلوك لدى أفراد المجتمع، وهي معتقدات أو إيديولوجيات توجه السلوك وتنظيم العلاقات في كل المجالات الاجتماعية و الاقتصادية و النفسية و الجمالية و غيرها.

كما يعرفها "علي عبد الرزاق جليلي" أنها مجموعة من المعتقدات التي تتم بقدر من الاستقرار النسبي، والتي تمثل موجّهات لأشخاص نحو غايات ووسائل لتحقيقها، أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلاً لغيرها، وتنشأ هذه الموجّهات بين الشخصية و الواقع الاجتماعي و الاقتصادي و الثقافي و تفصح القيم عن نفسها في مواقف والاتجاهات و السلوك اللفظي و الفعلي و العواطف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات صعبة². وعليه، فإن القيم هي معيار للانتقاء بين البدائل و الممكنات الاجتماعي أمام الشخص الاجتماعي في موقف اجتماعي، كما تتسم بالديناميكية والاستمرار وذلك بالتفاعل بين الفرد و الواقع الاجتماعي المحيط به، وبالتالي هذه القيم تتحدث في اهتمامات الأفراد واتجاهاتهم وأنماطهم السلوكية.

كما يعرف كمال التابعي القيم بأنها تمثل مجددا هاما من مجدّدات السلوك، وأنها لب الثقافة الإنسانية، كما أن المفهوم المرغوب فيه هو حيز الزاوية في تحديد مفهوم القيم وهذا الأمر له وجاهته ذلك لأن القيم هي التي تحدد لنا ما هو مرغوب فيه و مرغوب عنه، أنها مستويات قيمية نحكم من خلالها على كل من حولنا من مكونات الثقافة و توجيه تفضيلاتنا الاجتماعية³.

فالقيمة هي أحد عناصر الثقافة في المجتمع، و تمثل بذلك المبادئ والأحكام والاختيارات التي تحمل معاني اجتماعية خلال تجربة الإنسان، فهي تعتبر بمثابة موجّهات بين ما يرغب فيه المجتمع وما يفرضه، كما أنها عبارة عن معايير للحكم على الأشياء والمعاني والأشخاص.

¹ حليم بركات، المجتمع المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 1985، ص325.

² علي عبد الرزاق الحلبي، دراسات في المجتمع و الثقافات و الشخصية: الإسكندرية: دار المعرفة، ص134.

³ كمال التابعي، الاتجاهات المعاصرة في دراسة القيم والتنمية، مصر: دار المعرفة، سنة1985، ص42.

تعريف فوزية دياب: تنظر إلى القيمة على أنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما معتديا مجموعة المبادئ و المعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه و الذي يحدد المرغوب فيه و المرغوب عنه من السلوك¹ .

تعتبر الباحثة "القيم" حكما على الأشياء، فالقيمة تعبر عن الفعل أو درجات التفضيل، كما يعتبر أن المجتمع هو المصدر و المحدد للسلوك المرغوب فيه أو المرغوب عنه وفي نفس الاتجاه يذهب إلى كون في تعريف القيمة و التي يعتبرها مفهوم تجريدي للمرغوب فيه الذي يؤثر على اختياراتنا من عدة بدائل، فالظروف و المبادئ التي أصبحت ذات معنى للسلوك². كما ينظر إلى القيم كذلك على أنها معتقدات تحدد كيف يجب أن نتصرف وأهمية أهدافنا، وعلى هذا يمكن القول بأن القيم من المنظور السوسولوجي تعكس ما يلي:

- اتجاهات الأفراد نحو الأفكار التي يعتقدونها.

- سلوكيات الأفراد في مواقف مختلفة.

بدائل الاختيار للأفراد سواء في المواقف الفعلية أو على مستوى الأفكار.

كما نجد من أهم الرواد الذين ركزوا على القيمة والتي اعتبرت من المحاور الأساسية في النظرية الاجتماعية أمثال ماركس، دروكايم، و ماركس فيبر.

أ- القيم عند كار ماركس (1818_1883):

تعتبر النظرية الماركسية (...) الفلسفة المثالية تنظر إلى القيم كمقياس ميتافيزيقي أو فكري للخير و الشر و الخطأ و الصواب فإن الماركسية تنظر إلى القيم على أساس أنها نتيجة للعلاقات المادية التي تربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض، بمعنى آخر أن القيم هي نتيجة لعلاقات الإنتاج التي تحكم الأفراد أثناء مراحل الإنتاج، أي أن الضوابط التي تسيطر و تنظم المجتمع تحددها ملكية وسائل الإنتاج، فمالك وسائل الإنتاج يعمل جاهدا على إعادة إنتاج العلاقات التي تربطه بالطبقة التي لا تملك وسائل الإنتاج، وبما أن الإنتاج هي عملية اجتماعية جماعية لا تتم إلا من خلال مراحل متعددة ويشارك فيها عدد من الأفراد، فإن العلاقة بين هؤلاء الأفراد ليست علاقة قرابة بھوية أو علاقة دينية أو قيم اجتماعية أو مشاعر غيرية بل هي علاقة مصالح مادية ترتبط أساسا بالطريقة التي يتحصل بها الفرد على غذائه، وما دام الغذاء هو أساس لبقاء الفرد و إعادة إنتاج نفسه فإن الذي يتحكم في

¹ فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، بيروت: دار النهضة العربية، 1980، ص52.

² فوزية دياب، مرجع سبق ذكره.

وسائل إنتاج هذا الغذاء هو الذي يملئ شروطه و قانونه و دينه و قيمه، ويعمل جاهدا على إبقاء الأوضاع كما هي لأنه تخدمه وتخدم مصالحه.

من هنا يتضح أن القيم وقوانين الطبقة المالكة لوسائل الإنتاج هي السائدة في المجتمع في نظر ماركس، وتتحد القوانين مع القيم وتكملها وتدعمها للوصول إلى الغاية المنشودة منهما و هي ضبط الطبقة التي لا تملك وسائل الإنتاج و الإبقاء على الأوضاع كما هي، و بالتالي يستخلص أن علاقة القيم بالقانون علاقة تكامل و تعزز وتدعيم التحقيق هدف واحد متمثل في تنظيم المجتمع، بحيث يكون هذا النظام متماسكي مع مصلحة الطبقة المالكة لوسائل إنتاج انطلاقا من القاعدة المادية الحتمية السابقة.

يفرض المالكون لوسائل الإنتاج قيمهم المتمثلة أساسا في أحقيتهم في التصرف واستغلال عمل الآخرين¹. وعملية الاستغلال هذه تؤدي إلى اللامعالة، هذه الأخيرة تؤدي إلى الصراع بين الطبقة التي تملك وسائل الإنتاج ولا تبذل مجهودا في إنتاج الغذاء والطبقة التي لا تملك وسائل الإنتاج وتبذل مجهودا كبيرا في إنتاج الغذاء. بناء على هذا تعمل كل طبقة على إنتاج أفكار وقيم و قوانين و أخلاق و دين تخدمها وتخدم مصالحها المادية، وبما أن الطبقة المالكة تتحكم في الأمور المادية تستطيع خلق أجهزة قمعية (السلطة، الشرطة، الجيش) و إيديولوجية (الدين، القيم، الأخلاق) تفرضها على الطبقة المحكومة، لكن تفاعل هذه الطبقة المحكومة مع الوسائل المادية (وسائل الإنتاج) يطور و يعيها، وتطور و عي هذه الطبقة يؤدي إلى ولادة قيم جديدة في المجتمع كالعادلة، المساوات و الأخوة تتناقض مع قيم الطبقة المالكة و إيديولوجيتها، الأمر الذي يؤدي إلى قيام ثورة وتعتبر جذري في المجتمع يعتبره ماركس مرحلة تاريخية جديدة تختلف عن المرحلة السابقة وعن المرحلة اللاحقة، ويعتبر عن هذه المراحل بأنماط الإنتاج.

بناء على هذا التحليل يرى ماركس أن كل نمط إنتاج له قيمه و أخلاقه ودينه تتماشى مع مميزات وخصائص النمط، وبالتالي فالقيم والأخلاق و الدين و السياسة..... إلخ تتغير بتغير المجتمع وهذا الأخير يتغير بتغير علاقات الإنتاج، وعلاقات الإنتاج تتغير بصراعات الطبقات و صراع الطبقات يتولد عن الملكية الفردية لوسائل الإنتاج، وبالتالي للوصول إلى تحقيق قيم عادلة يرضى عنها كل أفراد المجتمع يجب القضاء على الملكية

¹ صلاح قنصورة، المرجع السابق الذكر، ص 107.

الفردية لوسائل الإنتاج وجعلها ملكية جماعية¹. وهذه هي المرحلة التاريخية التي يسميها ماركس المرحلة الشيوعية أو النمط الشيوعي مما سبق يمكن تلخيص القيم عند ماركس كما يلي:

1. تنقسم القيم بانقسام المجتمعات إلى طبقات قيم الطبقة التي تملك وسائل الإنتاج وقيم الطبقة العاملة.
2. تعبر القيم عن مطالب تلك الطبقة.
3. هناك صراع في القيم نظرا لوجود صراع بين المصالح المتعارضة للطبقات.
4. تستعمل الطبقة المالكة لوسائل الإنتاج كل الوسائل ومنها القيم للحفاظ على مصالحها وضبط الطبقة العاملة.
5. تستخدم الطبقة العاملة القيم لإحداث تغيير جذري في المجتمع وبالتالي الانتقال من نمط إنتاج معين إلى نمط آخر.

ب- القيم عند إميل دروكايم (1858_1917):

اعتبر دروكايم المجتمع مصدر كل حياة أخلاقية ومصدر كل خير يتمتع به الفرد، من هنا يبدو أن مذهب دروكايم في دراسة الظواهر الأخلاقية يشبه المذهب الفلسفي الذي يقول بالتحتمية الاجتماعية والذي كاد أن يجعل المجتمع دين الفرد، والدارس لعمل دروكايم يمكن أن يلاحظ جليا أنه قسم الحياة الأخلاقية إلى ثلاثة عناصر:

- روح النظام.
- التعلق بالجماعة.
- استقلال الإدارة².

(1) روح النظام:

تعرض الفلاسفة الأخلاقيون لمسألة العناصر الأساسية للحياة الأخلاقية فافترضوا أن كل إنسان يحمل في نفسه جوهر الأخلاق، وما عليه إذا أراد أن يكشف عن هذا الجوهر إلا أن يتأمل في نفسه جيدا و يحلل عواطفه ونزوعه، وهذا التأمل يصل به، إلى تحديد مبدأ أساسي تدور حوله الأخلاق فهو بالنسبة لأحد مبدأ المنفعة، وبالنسبة لآخر مبدأ الكمال، وبالنسبة لثالث مبدأ الكرامة الإنسانية، أما دروكايم فلم يناقش فكرة ما إذا كان

¹ نيقولا تيماشيف، نظرية علم الاجتماع طبيعتها وتطورها، ترجمة محمد عودة و آخرون و تقديم محمد عاطف غيث، مصر: دار المعارف، سنة 1970، ص77.

² السيد محمد بدوي، الأخلاق بين الفلسفة وعلم الاجتماع، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2000، ص76 - 177.

الإنسان يحمل في نفسه حقيقة جميع بذور الحياة الأخلاقية، بل بين أن الإنسان في حياته الواقعية ينظر إلى الأخلاق من خلال منظاره الخاص، وقد تكون له حساسية مرهقة لبعض نواحي الحياة الأخلاقية مع إغفال بعض نواحي الأخرى، ووضعها في مرتبة ثانوية، وهذا ما يفسر قول دروكايم بأن القيم تصدر عن الفرد، كما يرى أن الفيلسوف حين يعين لنفسه مبدأ أساساً للأخلاق سواء كان الفضيلة أو الكمال أو الكرامة الإنسانية، فهو يعبر عن وجهة نظره الخاصة، أي الفكرة التي كونها لنفسه عن الأخلاق.

مما سبق يسلم دروكايم جدلاً بأن الأخلاق برمتها كامنة في كل ضمير أنساني، وذلك لا يمنع من إيجاد الوسيلة المثلى للكشف عنها، فيجب التمييز بين الآراء التي تتصل بالأخلاق والآراء التي لا تتصل بها. وي طرح دروكايم في هذا الموضوع التساؤل حول المقياس المتخذ لهذا التمييز، أي ما الذي يسمح بالقول أن هذا خلقي وهذا غير خلقي؟ بناء على هذا ينتقد دروكايم القائلين بأن الأخلاق هي ما يتلاءم مع طبيعة الإنسان، وي طرح التساؤل التالي: وكيف يمكن إثبات أن هدف الأخلاق هو تحقيق الطبيعة الإنسانية والعمل على ازدهارها؟ ولم لا تكون وظيفة الأخلاق غاية اجتماعية؟ لأنه من بين الأغراض الاجتماعية ما هو اقتصادي، وما هو حربي، وما هو علمي.

ومن هنا يعرف دروكايم القيم الأخلاقية بأنها مجموعة من القواعد التي تحدد السلوك الإنساني و تنظمه، فهي التي تبين كيفية التعرف في الحالات و المواقف المعروضة دون مخالفة الضمير أو الصرف السائد في المجتمع¹. واستنتج دروكايم أن الإنسان يخضع في تصرفاته إلى قواعد خلفية، وأن السلوك الأخلاقي يتضمن في ذاته فكرة الطاعة أو الخضوع للنظام.

من الملاحظة التي أجراها دروكايم، وجد أن القيم حقيقة تشاهد في محيط المجتمع و أنها تتألف من تعيين الأفراد في مجتمع ما طرائق سلوكهم فيما يعرض العلاقات بين الزوج و زوجته، ومنها ما يحدد طريقة معاملة الآباء لأبنائهم وواجبات الأبناء نحو الوالدين، ومنها ما يحدد علاقات الناس بعضهم بعض وعلاقتهم بالأشياء المادية و بعض هذه القواعد ما ترسم في الضمير العام و بعضها يعبر عن العرف و التقاليد و الأحكام الشعبية و خرقها لا يؤدي إلى عقوبات محددة، وإنما يؤدي إلى استهجان الرأي العام واستنكاره. فكلها قواعد لها وجود حقيقي بديل،

¹ السيد محمد البدوي، مرجع سبق ذكره، ص 190.

إنها تتطور تبعاً لظروف الزمان و المكان هكذا يرى دروكايم أن السلوك يخضع في الواقع وفي الحياة الاجتماعية لمجموعة من القواعد المحددة، فشبها بالقوالب التي يصب فيها الفرد سلوكه، فيتحدد ويتخذ شكله الخاص¹. من هنا يمكن القول أن وظيفة الأخلاق الأساسية هي تحدد السلوك وتثبيته وفق مبادئ معينة، كما أنها أيضاً تنظمه، إذا فتتنظيم السلوك وبث روح النظام ووظيفة أساسية من وظائف القيم الأخلاقية.

إن أولئك الذين لا يستطيعون أن يخضعوا تصرفاتهم لقواعد محددة يتساوون أمام الرأي العام من حيث النظر إلى حاستهم الخلقية بعين الشك. إذا فالحاسة الخلقية ثابتة و بالتالي تفرض نوعاً من القابلية لتكرار أفعال خاصة في ظروف خاصة، ومعنى ذلك أنها تتضمن تكوين عادات ثابتة وميلاً نحو الحياة المنتظمة، فتظهر الصلة بين العادة و السلوك الأخلاقي مما جعل دروكايم يقول أن كل عادة جمعية تصطبغ بالصبغة الأخلاقية، لكن ليس من الضروري أن تكون جميع العادات الجمعية أفعالاً أخلاقية، في حين أن كل أنواع السلوك الأخلاقي عادات جمعية ومنه فهذه القواعد هي قوة خارجية عن نطاق الفرد، وتظهر في شكل أوامر أو نصائح أمره تفرض على الفرد من الخارج، بناء على هذا يفرق دروكايم بين القواعد و العادات ويكمن هذا الفرق في أن القواعد ليست مجرد سلوك تأخذ طابع العادة، بل هي تصرفات تشعر الأفراد أنهم ملزمين بها، وبالتالي فإن القواعد الأخلاقية تنحصر في مجموعة القواعد المحددة الخاصة التي تتحكم في السلوك بطريقة أمره، ولذلك يجب أن يتضمن السلوك إدراك المرء لفكرة السلطة الذاتية التي تمكن في مده القواعد، لأن المرء يحس بسموا القوى الأخلاقية التي تعلق قيمتها على قواه الخاصة، وطبيعة القواعد الأخلاقية الملزمة يتبعها الفرد لا من أجل أنها تؤدي إلى نتائج نفعية، بل مجرد أنها أمره، فقوة القواعد الخلقية تنشأ عن سلطتها الذاتية وعجز الفرد عن الإحساس بتلك السلطة والاعتراف بها نفي صريح لكل حياة أخلاقية، بمعنى أن الروح الأخلاقية ليست الحياة المنتظمة فقط، بل هي خضوع للسلطة أيضاً، لكن النظام والخضوع يتفرعان عن مبدأ واحد، فهما وجهين لحالة ذهنية واحدة، تتركب في عنصر واحد هو الذي سماه بروح النظام وهو الركن لكل حياة أخلاقية².

إذا وكخلاصة لما سبق، يتكون عنصر روح النظام عند دروكايم من شقين: الأول النظام والثاني الخضوع لهذا النظام، والنظام في الوقت المعاصر يحير عنه القانون أي يتجلى النظام في القواعد القانونية، فأى خروج عن القانون يعتبر خروجاً من النظام، أما الخضوع هو إحساس الفرد وشعوره بإلزامية هذا النظام، سواء كان هذا الإلزام داخل

¹ السيد محمد البدوي، مرجع سبق ذكره، ص 192.

² السيد محمد البدوي، مرجع سبق ذكره، ص 195.

الأسرة أو في المجتمع، وبالتالي فالفرد ملزم باتباع القانون لمعبر عن النظام وهو محس بإلزامية كي يكتمل عنصر روح النظام فالقوانين والخضوع ما هو إلا ركن من أركان القيم المجتمعية.

(2) التعلق بالجماعة:

إذا كان روح النظام كما بينه دروكايم يعبر عن الناحية الشكلية من الحياة الأخلاقية، فإن التعلق بالجماعة يعبر عن محتوى الحياة الأخلاقية. حيث أن الأوامر الخلقية تفرض أفعالا معينة محددة، وتتميز الأفعال البشرية تبعاً للغايات التي تهدف إلى تحقيقها، فيرى دروكايم أن الغايات التي يسعى إليها الفرد تنطوي تحت إحدى الفئتين: فئة تختص بالفرد نفسه الذي يسعى إليها، وهي التي يطلق عليها مصطلح الغايات الشخصية، وفئة تختص بشيء غير الفرد، وهي ما تسمى بالغايات الغير ذاتية، فإذا كانت الأهداف التي يسعى إليها الفرد متعلقة بأهداف جماعية أخرى وبالتالي تكون الأفعال أخلاقية إن كانت غاياتها غير ذاتية، بمعنى آخر لو كان الفرد يعمل على العناية بنفسه صحياً واقتصادياً من أجل البقاء على قيد الحياة فإنه يسلك سلوكاً غير أخلاقياً، أما إذا كان يقوم بهذا الفعل من أجل إعالة أسرته لأنها بحاجة إليه فإنه يقوم بفعل أخلاقياً.

كما نجد دروكايم يفرق بين المجتمع ومجموعة الأفراد لأن المجتمع هو كائن له ذاتيته الخاصة، وله طبيعته الخاصة المميزة عن طبيعة أفرادها، وللمجتمع شخصية مختلفة من الشخصيات الفردية، وبهذا الشرط وحده يستطيع المجتمع أن يؤثر في الأخلاق ذلك التأثير الذي لا يستطيع الفرد إحداثه.

نجد دروكايم يربط بين روح النظام و التعلق بالجماعة، فيرى أنهما يمثلان المجتمع، فما النظام إلا المجتمع منظور إليه من حيث هو يوجه الأفراد ويملي عليهم أوامره، ويفرض عليهم قوانينه، أما التعلق بالجماعة يقود ثانية إلى المجتمع، لكن بمنظور أنه شيء مرغوب فيه، وأنه غاية تجذب الأفراد مثل أعلى من الأفراد يسعون إلى تحقيقها ومن هنا بالمجتمع يجتمع بين وجهي الظاهرة الأخلاقية لمن حيث هي إلزام مفروض، وخير مطلوب¹، فيبين دروكايم أن المجتمع كالسلطة بحاكم ويضع حدوداً، وفي نفس الوقت قوة مناصرة وحامية للأفراد.

(3) إستقلال الإدارة:

وضح دروكايم في العنصرين السابقين أن الأخلاق نظام من القواعد الخارجية عن الفرد، والتي تفرض عليه من الخارج لا بالقوة المادية، وإنما بفضل ما لها من تأثير أعلى كامن فيها، ومستمد من تأثير الحياة الاجتماعية.

¹ صلاح فتوة، المرجع السابق الذكر، ص 84.

هنا يصادف دروكايم تعارض متمثل في أن القواعد الأخلاقية تبدو بكل وضوح كشيء خارج عن الإدارة، فهي ليست من صنعه، وبالتالي فالفرد بامتثاله لهذه القواعد يخضع لقانون لم يشرعه، إذا فالفرد يخضع للجبرية حقيقية و إن كانت هذه الجبرية خلقية، وهذا يتعارض مع الضمير الذي يحتج على مثل هذا التقييد في حريته، فالفعل في نظره لا يكون أخلاقيا إلا إذا كان الفرد قد أداه بمحض اختياره، دون أي ضغط من أي نوع، معناه أن الفرد لا يكون حرا لو كان القانون الذي ينظم سلوكه مفروض عليه، أي لم يكن قد أراه بكامل حريته، وهنا حاول دروكايم أن يوفق بين إلزام القاعدة بوصفها صادرة عن المجتمع واستقلال الإدارة أو بمعنى آخر الخضوع للقاعدة مع شعور الفرد الذاتي بحريته في اختيار الفعل، فوجد في العلم طريقا متآلفا، فيرى أنه كلما تحرر الفعل بالنسبة للأشياء المادية و قوانين العالم المادي عن طريق العلم، كذلك تتحرر الإدارة بالنسبة للقواعد الأخلاقية عن طريق العلم، ويفسر دروكايم الفكرة السابقة بقوله:

حين يقبل المرء نظاما معيناً للأشياء لأنه على يقين من أنه كما يجب أن يكون، فليس في ذلك خضوع لأي ضغط، وإنما يريد المرء ذلك النظام بإدارة حرة ويقبله وهو عالم بسبب قبوله، وهذا النظام الأخلاقي الذي لم يخلقه الفرد من حيث هو فرد، هذا النظام يستطيع الفرد أن يسيطر عليه عن طريق العلم، فعلى الرغم من أننا نبدأ بالخضوع للقواعد الأخلاقية سلبيا وعلى الرغم من أن الطفل يتلقاها من الخارج عن طريق التربية، وأنها تفرض علينا بفضل سلطتها، على الرغم من كل ذلك، فإن في وسعنا أن نبحث عن وجودها، وباختصار في وسعنا أن نكون عنها علما، فلنفرض أن هذا العلم قد تم، عندئذ ينتهي عهد خضوعنا وتصبح لنا السيادة في عالم الأخلاق¹. إذ يقر دروكايم أن بعد يتكون للفرد علام للأخلاق، تصبح له السيادة في هذا العالم (أي عالم الأخلاق)، فلا يصبح عالم الأخلاق خارجا عن الفرد، ما دام الفرد يتصوره بمجموعة من الأفكار الواضحة المتميزة مع إدراك كل الصلات بينهما، وهنا يستطيع الفرد أن يحدد بالضبط إلى أي حد يمكن ذلك النظام في طبيعة الأشياء (المجتمع)، ويوضح دروكايم ذلك بقوله: أعني إلى أي حد يكون كما يجب أن يكون عليه (أي نظام الأخلاق)، وبقدر ما نراه كذلك، يمكننا أن نقبله بمحض اختيارنا²، أن يكون عليه (أي نظام الأخلاق)، وبقدر ما نراه كذلك، يمكننا أن نقبله بمحض اختيارنا³.

¹ السيد محمد البدوي، المرجع السابق ذكره، ص 224.

² السيد محمد البدوي، المرجع السابق الذكر.

³ السيد محمد البدوي، المرجع السابق الذكر.

مما سبق، يتوصل دروكايم إلى أن الفكر هو الذي يحرر الإرادة، وهو بالتالي يرى أن هذه القضية يقبلها الجميع كمسلمة فيما يتعلق بالعالم المادي، وهذه القضية تنطق على العالم الخلقى، ويقر دروكايم أنه لا يكفي من أجل أن يكون الفعل أخلاقيا أن يحترم النظام، وأن يتعلق الفرد بالجماعة، بل لا بد أيضا أن يكون الفرد إدراك كامل وواضح لأسباب سلوكه، وهذا الإدراك هو الذي يضفي على أفعاله صفة الاستقلال، فأخلاقيات المرء لا تفهم في مجرد أدائه الأفعال معينة، وإنما لا بد أن يكون مقتنعا بالقاعدة التي تملي عليه هذه الأفعال، وهذا الاقتناع و القبول الإداري يعني القبول عن علم وتفهم.

يمكن أن نلخص الحياة الأخلاقية عند دروكايم بأنها قيام الفرد بمحض إرادته وعن علم واقتناع تام بأفعال معينة، متبعا بذلك نظاما من القواعد الأخلاقية ومدركا لخضوعه لهذا النظام، وتكون غايات هذه الأفعال موجهة لصالح المجتمع.

إذا فالقيم الأخلاقية في نظر دروكايم تصدر عن الفرد، و الفرد له حساسيته الخاصة، فيما يعتبره خيرا فله قيمة، وما يرغب فيه يعتبره خيرا، وكل رغبة هي حالة سيكولوجية مؤكدا بأن القيمة ليست خاصية كامنة في الشيء ذاته بل هي صادرة عن الضمير الجمعي¹، بمعنى أن الشيء ليس له قيمة في ذاته بل المجتمع هو الذي يعطي له القيمة.

يعتبر المجتمع كما سبق شرحه القوة الحيدة التي تسموا وتتفوق على الأفراد، فأعضاء المجتمع يقدسون مجتمعهم وييجلونونه و يعبرون عن هذا التقديس رمزيا، وبالتالي فإن نسق القيم لا يمكن فصله عن الطبيعة الحقيقية للمجتمع²، ويطلق دروكايم على نسق القيم مصطلح الشعور الجمعي الذي يختلف عن شعور الأفراد، ونسق القيم هو الاعتقادات المشتركة أو القيم العامة. والقيم العامة هي آليات (ميكانيزمات) التضامن الاجتماعي، والتضامن الاجتماعي ينقسم إلى نوعين: التضامن العضوي والتضامن الآلي.

فالتضامن العضوي كما يراه دوركايم كان نتيجة للتغيرات التي أحدثتها التكنولوجيا في المجتمع وتأثيرها على نسق القيم والتوقعات المشتركة. هذه التغيرات جاءت نتيجة لتقسيم العمل في المجتمع، وتقسيم العمل يعمل على نوع من التساند الاجتماعي المتبادل في المجتمع. وينتج عن هذا التساند انعكاس على الأخلاقيات في المجتمع.

¹ صلاح قنصوة، المرجع السابق الذكر، ص 82.

² محمد أحمد البيومي، المرجع السابق الذكر، ص 102.

أما التضامن الآلي يتأصل في نسق القيم العامة أو العقل الجمعي، ففي المجتمعات الغير صناعية يتم الوصول إلى التكامل والتضامن من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي بدورها شرعية للمصالح و الأهداف العامة، وتحدد المسؤوليات في المجتمع¹. والأهداف العامة والغايات تتوقف على الأفعال، والأفعال تكون أخلاقه أو غير أخلاقية تبعاً لمقياس الغاية من هذه الأفعال كما ذكرنا سابقاً.

وأكد دوركايم على دور نسق القيم في تحديد السلوك الاجتماعي، وقد أكد باسونز هذا عندما أشار إلى فكرة دوركايم قائلا: "إن دوركايم قد وضح كيف أن المجتمع يعتبر ظاهرة أخلاقية، وإن الأخلاق ظاهرة اجتماعية"².

كما سبق، يتبين أن دوركايم أعطى أهمية كبيرة لموضوع القيم الأخلاقية في دراسته ونخلص رؤيته للقيم فيما يلي:

- 1- المجتمع يسمو فوق أعضائه.
- 2- مصدر القيم هو المجتمع.
- 3- تزداد قوة القيم وصلابتها في المجتمعات البدائية والزراعية، مما يؤدي إلى وجود التضامن الآلي.
- 4- تضعف قوة القيم التي أثر عليها تقسيم العمل وتحولت إلى نوع من التساند والتبادل في المجتمع وهو التضامن العضوي.
- 5- للقيم دور هام في تحديد السلوك الاجتماعي، معناه أن دور القيم يتمثل في الضبط الاجتماعي.
- 6- تصنيف الأفعال بأنها أخلاقية أو غير أخلاقية بمقياس الغاية منها.

ج: القيم عند ماكس فيبر (1864-1920):

بذل فيبر جهداً للتغلب على التعارض القائم بين العلوم الطبيعية و العلوم الروحية، ففي البداية سلم فيبر بأن العلوم الاجتماعية تختلف عن العلوم الطبيعية اختلافاً شديداً، ففي العلوم الطبيعية تتجه الاهتمامات الإنسانية نحو الضبط، بينما تتجه في العلوم الاجتماعية نحو التقويم، وبهذا المعنى يصبح مفهوم الثقافة مفهوماً قيمياً، كما تصبح الوقائع الأمريكية ثقافة، لأنها ترتبط دائماً بالقيم، إذن يعتبر صدق القيم من قبيل الإيمان و الاعتقاد وليس

¹ محمد أحمد البيومي، المرجع السابق الذكر، ص 100.

² محمد أحمد البيومي، المرجع السابق الذكر، ص 99.

من قبيل المعرفة، إستنادا إلى ذلك ذهب فيبر أنه يتعين على العلوم الاجتماعية دراسة القيم بشرط أن لا تفصل عنها المعايير و المثاليات التي تشتق منها الموجهات التي تضبط السلوك الواقعي¹، ومعنى ذلك أنه يجب أن لا يكون العلوم الاجتماعية متحررة من القيمة.

يهدف علم الاجتماع كما ينظر إليه فيبر على أنه فهم الفعل الاجتماعي من أجل الوصول إلى فهم أساليبه و نتائجه، و الفعل الاجتماعي عند فيبر يعني أي سلوك إنساني يعطيه معنى (**meaning**)، فالفعل بالنسبة ل فيبر يختلف عن النشاط من زاوية الفعل يتضمن فكرة الهدف و المعنى، ومن أجل تفسير الفعل الاجتماعي يجب أن يرتبط هذا الهدف بالمعنى أو بنسق القيمة، ومنه تعتبر دراسة القيمة جوهر علم الاجتماع².

لقد طور فيبر طريقتين لفهم الفعل الاجتماعي على مستوى المعنى: الأولى ويسمىها المشاركة عن طريق التقمص و الثانية النموذج المثالي.

أ- المشاركة عن طريق التقمص:

معناها أن الشخص يتصور نفسه مكان الفاعل وبالتالي يستطيع أن يشاركه تجربته.

ب- المثالي:

هو التوصل إلى الفهم ذهنيا للقيم التي توجه الفعل الاجتماعي التي لا يمكن فهمها عن طريق التصور التقمصي.

انطلاقا من النموذجين السابقين و خاصة النموذج المثالي حاول فيبر أن يحلل التغيير الاجتماعي، فالتغيير الاجتماعي في رأيه مرتبط بنسق القيم، وللبرهان على ذلك درس الديانة المسيحية وتوصل في كتابه الاخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية على أن الدين مصدر للقيم و نسق للدفاعية³، بدليل أن الأخلاق البروتستانتية هي نسق جديد من القيم، أي نسق اجتماعي جديد يتمثل في الرأسمالية الحديثة، بمعنى آخر أن الأخلاق البروتستانتية هي قيم دينية تدعم شكلا من الفعل الاقتصادي⁴، عكس الأخلاق الكاثوليكية و الديانات الشرقية الأخرى التي تفتقد إلى المنهج التجريبي، وهذا الأخير هو أصلا من إنتاج النهضة الغربية، و النهضة الغربية كان مصدرها الأخلاق البروتستانتية، و الأخلاق البروتستانتية أنتجت نسقا قيما جديدا، و النسق الجديد هو الرأسمالية

¹ نيقولا تيماشيف، المرجع السابق الذكر، ص 278.

² محمد أحمد البيومي، المرجع السابق الذكر، ص 104.

³ محمد أحمد البيومي، المرجع السابق الذكر، ص 197.

⁴ محمد أحمد البيومي، المرجع السابق الذكر، ص 196.

الحديثة، و الرأسمالية الحديثة بالترشيد أو العقلانية (**Rationalisation**) فقط في الغرب يمكن إيجاد علوم طبيعية عقلانية، وتنظم عقلاي للأنساق القانونية و السياسية.

إذا عدنا إلى مقولة فيبر القائلة بأن الديانات الشرقية تفتقد إلى المنهج التجريبي و الترشيد، وبما أن الديانة الإسلامية من الديانات الشرقية فيمكن أن نحكم على فيبر أنه لم يكن على معرفة بالثقافة الإسلامية ونهضتها أو هو على علم بذلك لكن تحيز للمذهب البروتستانتية الذي شجع الرأسمالية الحديثة، و الرأسمالية الحديثة كما طغت على العالم في القرنين الأخيرين قامت على مبدأ الغاية تبرر الوسيلة وهذا المبدأ يتناقض تماما مع مبدأ الديانة الإسلامية التي ترى أن الترشيد ليس هدفا في حد ذاته ولكنه وسيلة لأهداف إنسانية و دينية.

و التصفح للكتاب الموضوعية حول الحضارة الإسلامية يلاحظ جيدا أن المناهج و الطرق التجريبية و التنظيم العقلاي للقانون و الاقتصاد طويلا في فكر المسلمين قبل ظهوره في الفكر الغربي، فأعمال ابن سينا و ابن رشد و غيرهما كان مصدرا أساسيا للدارسين الغربيين في الجامعات الإسلامية في الأندلس (اسبانيا) لكن الغربيين اخذوا المنهج و الترشيد من المسلمين و تركوا أهداف الترشيد، من هنا يمكن القول أن دراسة القيم بصفة عامة و القيم الاجتماعية بصفة خاصة يجب أن تتجه نحو أهداف هذه القيم وليس دراستها في حد ذاتها، وهذا ما سنحاول مراعاته في هذا البحث.

كل من يحمل هذه القيمة يحظى بمهمنة ومكانة اجتماعية عالية، وللقيم و المعايير و وظائف هامة بالنسبة للثقافة إذ هي إحدى مقومات التكامل الثقافي¹.

6- القيم الاجتماعية وطبيعتها في المجتمع الجزائري:

6-1 أهمية القيم الاجتماعية: وتظهر أهمية القيم الاجتماعية في:

- 1- تنظيم أفراد المجتمع من خلال تنسيق سلوكهم اليومي مقتضيات مصلحة المجتمع الذي يعيشون فيه.
- 2- فضلا عن كونها تقوم بخدمة النظام الاجتماعي واستقرار في الحياة الاجتماعية، ومنع زلزله.
- 3- تكون القيم الاجتماعية مقبولة من قبل الافراد لأنها مكتسبة من خلال الجماعة التي ينتمي إليها و يتفاعل معها فهي بمثابة أحد مفاصل الضبط الاجتماعي التي تحدد وتقيم سلوك الفرد.

¹ محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي، مصطلحاته، الطبعة الأولى، الدار التونسية للنشر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، تونس، 1991، ص71-72.

4- كما تقوم القيم بتوحيد سلوك الفرد في الجماعة وتعاقب الأفراد الذين يخالفونها أو يخرجون عن تعاليمها.

5- تساعد القيم الافراد في اختيار نموذج واحد من السلوك وأن قيما مختلفة تعود إلى سلوكيات متباينة بسبب القيم الاجتماعية السائدة داخل المجتمع.

6- النظر إلى القيم كجزء من الهيكل (البناء الاجتماعي) فإن هذه النظرة تمثل متغيرا مستقلا لأنه بسبب سلوك معين يؤدي إلى إحداث تغير في أجزاء أخرى من الهيكل أو البناء الاجتماعي¹

7- بما أن الشباب يميل إلى التحديد و التمييز الذي قد يكون على حساب ثقافة المجتمع و قيمته وهذا حاصل لا محالة، ولكن ينبغي إتقان التعامل مع هذه المرحلة و هذه الثقافة الجديدة التي يحاول الشباب فرضها و الظهور بها².

6-2 طبيعة القيم في المجتمع الجزائري:

المجتمع الجزائري في ظل حتمية تكنولوجيات الاتصال الحديثة، يعد مجتمعا انتقاليا أي أنه باعتبار فترة التحول و الانتقال من المجتمع التقليدي و الثقافة التقليدية، إلى المجتمع الحديث و الثقافة الحديثة، وفي هذه المرحلة قد تتأثر عناصر الثقافة الاجتماعية إلى تصادم و صراع و توتر بين المحلية و العالمية، التي قد تبني قيم الفردانية و معايير التبادل في تكوين الثقافة الحديثة قد تظهر في شكل مؤشرات ذات مدلول التبدل و التغير من حيث الطبيعة المختلفة و الصفات الشكلية و التطابق الجزئي، وهذه التناقضات و التعارفات ذات الطبيعة الثقافية المختلفة قد تتمثل كل جوانب الشباب و القيم، بما أن الشباب يميل إلى التجديد و التميز الذي قد يكون على حساب ثقافة المجتمع و قيمه و هذا حاصل لا محالة، ولكن ينبغي إتقان التعامل مع هذه المرحلة و هذه الثقافة الجديدة التي يحاول الشباب فرضها و الظهور بها يقول "الزيود" إن مرحلة الشباب تميل إلى تطوير نسق ثقافي خاص بهم، ويعبر عنه بمفهوم ثقافة الشباب، تلك الثقافة التي تعبر عن تحد صريح لقيم المجتمع و ثقافته العامة، بل و للنظم و الأنساق الاجتماعية السائدة فيه، أي أن الثقافة الفرعية للشباب تنطوي على شكل من الاشكال الانحراف عن الثقافة العامة للمجتمع، ومع أن فترة الشباب قد يحدث فيها من التمرد على قيم المجتمع، وهذا إذا ما كان تأسيس القيم الاجتماعية في فترة الشباب غير جيد أو كانت المتابعة لما في فترة الشباب ضعيفة وقد ذكر

¹ معن خليل عمر، البناء الاجتماعي، آفاقه و نظمه، الطبعة العربية الأولى دار الشرق للنشر و التوزيع عمان الأردن، 1997م، ص119-ص121.

² سلوى السيد عبد القادر، محمد عبار إبراهيم، ص29

"بلير" أن اتجاهات المراهقين و قيمهم لو تتبعنا مسار نموهم لوجدنا أن الفرد يتقمص قيم الوالدين ومثلهم العليا في طفولته ثم إذا وصل إلى سن الشباب أخذ يتقمص ما يسود في جماعة الشباب من قيم واتجاهات، وأخيرا يعود فيتقمص القيم و الاتجاهات التي تشيع بين الكبار في حضارته و المجموعات التي يربط بها نفسه بها¹.

¹ نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص257.

الفصل الثاني:

علاقة مواقع التواصل الاجتماعي
بالمجتمع الافتراضي

تمهيد:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي عدة تطورات في فترات زمنية متقاربة على مستوى كل موقع و أصبحت تعتبر كفضاء واسع لتناقل المعلومات و الاخبار المختلفة بين مختلف شرائح المجتمع من خلال الخدمات العديدة التي تتيحها لأي شخص حتى يتمكن من التواصل مع الغير و متابعة الاحداث الجارية أول بأول، إلا أننا لا يمكننا إنكار أنها أثرت ولا تزال تؤثر على مجتمعنا إلى يومنا هذا تأثيرا إيجابيا و سلبيا، فتأثير هذه المواقع كبير وواسع و مما يدل على ذلك أن الشباب اليوم أصبح يقضي معظم وقته على هذه المواقع التي ربما أكثر من نفعها إذا لم يتم استخدامها بالشكل الصحيح، وفي هذه الدراسة سوف نتعرف على هذه المواقع و أهم خصائصها ووظائفها و أبرز مزاياها و عيوبها.

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر: يعرفها مهدي الحوساني في 2002، هي مواقع تصنيف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت و التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه و أخيراً مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه و أصدقاء أصدقائه¹.

كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، تويتر....، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية و منصة انطلاق ووجود الكتروني و شخصية افتراضية، لنشر البيانات و التعليقات و الوثائق و الرسائل و الصور وأفلام الفيديو ومن ثم الانطلاق لمرحلة profile التشبيك و التشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء و طلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة و العائلة الواحدة، وتبادل التعليقات و الآراء و المواد الإعلامية معهم، وتتم عمليات التواصل الالكتروني بين المرسل و المتلقي بصورة فورية لحظة، وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة².

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط" هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء...إلخ) عن طريق مواقع و خدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن و تتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الإنترنت³.

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري، الشبكات الاجتماعية و القيم - رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 1436 هـ، 2015م.

² مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي - منصات الحرب الامريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت-لبنان، 2012، ص25.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص24.

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال و موقع كايوورلد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء¹.

و في السنوات اللاحقة، ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام 2002 انطلق موقع التواصل الاجتماعي (friendster.com) الذي حقق نجاحا دفع (google) إلى محاولة شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شرط الاستحواذ وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف و الصداقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (skyrock.com) كمنصة للتدوين².

ثم تحول إلى موقع تواصل، وحتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار و الترحيب³.

وقد ساعد تطور الانترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، وبالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا وانشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية، وفي العام 2004 انطلق موقع الفاييسبوك Facebook.com في الولايات المتحدة وعرف أولا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات و المدارس الأخرى، وفي العام 2006، بدأ بالانتشار على الساحة المحلية و

¹ علي حجازي إبراهيم، للتكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، دون بلد، 1434هـ - 2017م، ص71.

² أماني جمال مجاهد، الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة، دراسة المعلومات، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو 2010، ص8، ص56.

³ مطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الأوسط، مذكرة ماجستير في الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، 2018، ص19.

الدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر twitter حيث ظهر سنة 2006 وأطلق رسمياً للمستخدمين سنة 2007¹.

3- خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

3-1 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من مميزات و خصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي:

- سهولة الاستخدام: حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات وتدريبات علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل اسم ورقم سري بطاقة تعريف العضو، و الموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق و الواجبات الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم و رقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة و إذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته².

التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل و قارئ، فهو مرسل و مشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز و الصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدة و القارئ³.

القدرة على تخزين التسجيل: إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة

المتنوعة.

¹ ماطر عبد الله محدي، مرجع سابق، ص20.

² ترنيم زهدي يوسف خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 1432هـ-2015م، ص77.

³ نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017، ص4، تم الاطلاع عليها بتاريخ 15-11-17:00، 17، 2019. <https://www.asjp.cerist-dz> على الرابط التالي

الاستقلالية و التنوع: تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزين من احتمال انتشار الإشاعات و المعلومات الكاذبة.

السرعة(speed): سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ضل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي (ovev-connected)، الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر و معالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة¹.

_ التدفق الحر للمعلومات: فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديوي، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثة وبث الوقائع و الأحداث لحظة بلحظة².

3-2 وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في:³

- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو استخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات وإن اختلفت أعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية.

- الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الالكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، و المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة و المعلم وأولياء الأمور و الطلاب وعدم الاقتصار على تقديم المقرر.

¹ رحمة بن سليمان و آخرون، العنف و السياسة في المجتمعات العربية المعاصرة-ثنائية الثقافة و الخطاب، ج2، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات، بيروت- لبنان، 2017، ص170.

² نفا السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2015، ص 84.

³ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، واقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ، 2015م، ص68، ص69.

– الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكة الالكترونية نقل الاخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية و بصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغت مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

– الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو إنتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.

4- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

تعدد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ولكل موقع خصوصية يتميز بها على خلاف موقع آخر ولا يمكن التوقف عندها جميعا ولكن يمكن التوقف عند أهم المواقع وأشهرها والتي تتمثل فيما يلي:

4-1 الفيس بوك face book:

(أ) تعريف الفيس بوك:

"الفيسبوك هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات)، أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين"¹.

ويعتبر الفيسبوك "أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر و الأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم"².

وفي تعريف آخر للفيسبوك "يعتبر الفيسبوك أحد وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم و أوقاتهم و أعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفيسبوك المساهمة العامة، وتتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية

¹ علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعزز للنشر والتوزيع، د. ب، 1438 هـ، 2017، ص 73.

² محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعزز للنشر والتوزيع، دون بلد النشر، د.س، ص 123.

أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة و الدعاية و الإعلان فدق ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة و متطلباتها"¹.

ب) نشأة الفايسبوك:

"بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات واستمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات 1999 – 2002 في هذا العام، وهو طالب في جامعة هارفارد، حيث تم افتتاح الموقع وعلى يد مارك زوكير (Mark Zuckerberg) "وقد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد نفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفارد سنة 2003، واستخدام هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كمتخرق للخصوصية ولكن بعد أسبوعين فقط قام مارك بافتتاح الموقع"².

وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيفي يدج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم في المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 سنة فأكثر. ويضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم"³.

ت) خصائص الفيس بوك:

يتضمن "الفيس بوك" كشبكة اجتماعية بعدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضه البعض و أهمها"⁴:

- خاصية "wall" أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

¹ زغدود بلقاسم، سعدي وحيدة، الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الآفاق للعلوم، العدد الثامن، ج1، جامعة الجلفة، جوان 2017، ص ص 350 – 354.

² حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي – أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر، 2014، ص 92.

³ فنحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة – مصر، 2011، ص 204.

⁴ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 95 – 96.

- حائط "Pokes" أو نكرة "غمزة": تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- خاصية "photos" أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور إلى الموقع.
- خاصية "status" أو الحالة: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- خاصية "Notes" أو التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات، وبالإضافة إلى ذلك خدمات الرسائل و الدردشة.
- خاصية الهدايا "gifts": تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية¹.
- خاصية الأحداث الهامة Events: وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن أحداث هامة، وكذا عن حدث مجاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به، ويتم من خلاله سؤالهم عن رغبتهم بالحضور أو الرفض².
- ث) عناصر الفيس بوك:
يبدأ المشترك رحلته على الفيس بوك ببضع خطوات، أولها التسجيل بالموقع بإضافة بريد إلكتروني، وبياناته الشخصية، وسنعرض هنا عناصر الفيس بوك المستخدمة في الآتي³:
- الصفحة الشخصية profile: وهو الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور، ومقاطع فيديو، وملاحظات، وروابط و أحداث و أصدقاء و غيرها.
- الرسائل Messages: وهي من الأدوات المهمة، ومن خلالها تستطيع الاطلاع على الرسائل الواردة وكذلك إرسال رسالة جديدة، ورؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها، كذلك مشاهدة الرسائل التي قمت بإرسالها.

¹ أمال عسائسي، أنثوغرافيا مستخدم الفيس بوك في المجتمع الجزائري، نقلا عن آن كولير ولاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك، 2012، ص ص 20 – 23، على الموقع connectsafely.org تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018/11/22، ص 19:20.

² محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، على الرابط التالي: <https://books.google-dz/books.id>، ص 53، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/12/04، ص 19:35.

³ مرجع نفسه، ص 53.

- المجموعات Group: المجموعات هي أخطر وأهم التقنيات الموجودة بالفيس بوك لقيام أي كتل معارضة، أو مؤيدة لجهة أو مؤسسة أو فرد، ومن خلالها يتم التعريف بالأفكار الجديدة، والدعوة لها، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها.

4-2 التويتز Twitter:

(أ) تعريف التويتز:

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وأخذ "تويتز" اسمه من مصطلح "تويتز" الذي يعني "التغريدة"، واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة¹.

(ب) نشأة التويتز:

لقد كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتز"، أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، و من ثم أخذ هذا الموقع الانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه "تويتز" وذلك في أبريل عام (2007)².

(ت) خصائص التويتز:

للتدوين عبر موقع التويتز مميزات مفيدة وعديدة أهمها³:

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع ارفق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.
- محمول ومتحرك: فموقع تويتز من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم و تتيح أدوات التدوين، وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

¹ سلام محمد توفيق، التنشئة السياسية و تعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د.ب، 2015، ص 20.

² حمد بن عبد الله القميري، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط والشمري للنشر، د.ب، 2012، ص 376.

³ علي حجازي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 77.

3-4 اليوتيوب Youtube:

(1) تعريف اليوتيوب:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم، منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية¹.

(2) نشأة اليوتيوب:

تأسس اليوتيوب كموقع مستقل في 14 فيفري 2005، بواسطة ثلاثة موظفين: هم الأمريكي "تشاد هيرلي" و النيواني "تشين" و البرتغالي "جاود كريم"، الذين يعملون في شركة "pay pal" المتخصصة في التجارة الالكترونية، وما يبدو أن "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخر، اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي².

والفكرة الأساسية له هي أنه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو إلى الموقع، وفي الوقت نفسه المشاهدة والتعليق على ما يرونه³.

(3) طبيعة عمل اليوتيوب:

يعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية⁴:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو و تسميتها في جميع أنحاء العالم، و تصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام المستخدمون الأعضاء بتحميلها.
- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها، وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمامات، والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء و حفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

¹ محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية - مصر، 2015، ص 471.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 194.

³ عبد الله، علي محمد، شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د.ب، 2012، ص 20.

⁴ إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر - وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435 هـ - 2014 م، ص ص 185 - 186.

- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ "اليوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة، مثل (أي بي أي)، وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة وخاصة.
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم أو مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث، والحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
- تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.

4-4 الانستغرام (Instagram):

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستغرام هو تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية. وكانت بداية الانستغرام عام 2000 م، حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية¹.

5- مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

5-1 مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:

- أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية و اجتماعية و سياسية و اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم مزاياها نذكر²:
- وسيلة عامة للنشر، أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.
- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.
- وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 66.

² زغدود بلقاسم وسعدي وحيدة، مرجع سابق، ص 353.

- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرغبة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى، نذكر منها¹:

- أكثر انفتاحاً على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين، العقيدة، الثقافة، العادات والتقاليد، اللون، المظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقاً ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى.
- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
- منبر للرأي والرأي الآخر: إن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.

5-2 عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

- ومن ناحية أخرى، يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع، حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي²:
- انعدام الخصوصية: حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس والمراقبة لكل تحركات وأقوال وأفعال المستخدمين، وهو ما ينعكس على حياته العامة.
- قتل الوقت: يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله وأصدقائه داخل محيط الأسرة.
- ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات.

¹ عيسى الشماس، فتن عجيب، التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 37، العدد 2، 2015، ص 1 - 268.

² بشير نور علي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، مؤسسة الصومال الجديد لإعلام والبحوث والتنمية، التقرير الأسبوعي، رقم 13، 25 ديسمبر 2017، ص 10.

- العزلة الاجتماعية على العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية و انشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة، لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي، لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين، ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي و غياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإذ كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم، فإن تحقق الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي¹.

6- الشباب وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي:

تشهد مرحلة الشباب تحولات واضحة وهامة في اهتمامات الشباب الاجتماعية وسلوكه الاجتماعي. فبعد أن تستيقظ في الشاب "رجولته" وفي الفتاة "أنوثتها"، ينصرف كل منهما عن الاهتمام بالعلاقات مع أفراد من جنسه. ويتجه نحو العلاقات مع أفراد من الجنس الآخر، ويميل إلى تصنيف نطاق علاقاته وتعميقها، وتصبح هذه العلاقات مركز اهتمام خاص في حياتهم. تشغلهم أكثر وتعيش أطول².

مميزات مرحلة الشباب:

تتميز مرحلة الشباب بعدة سمات ومميزات تتوفر في شخصية الشاب من جميع نواحي الحياة، تتمثل في:

أ) الناحية الجسمية:

في مرحلة المراهقة و الشباب يعلن جسم الإنسان عن وصوله إلى مستوى من النضج والاكتمال، حيث يأخذ الجسم هيكله الخاص، وتتوفر فيه القوة، ويضفي عليه قوامه جمالا ومن هذه الناحية يعبر القرآن الكريم عن مرحلة الشباب بمرحلة القوة³.

قال تعالى: "الله الذي خلقكم من ضعف ثم من بعد ضعف قوة ثم جعل من بعد قوة ضعفا وشيبة يخلق ما يشاء وهو العليم القدير)، سورة الروم، الآية 54.

"فيأتي الإنسان إلى الحياة طفلا صغيرا ضعيفا، ثم يتجاوز مرحلة الضعف (الطفولة) إلى مرحلة الشباب، حيث القوة و النشاط، ثم يستولي عليه الضعف مرة أخرى حينما يدخل مرحلة المشيب و الشيخوخة، هذه القوة هي قوة تربوية و ثقافية و اجتماعية، تنطوي على درجة عالية من النشاط و الرغبة الجارحة في التجديد و الإحساس المفرط من التهميش و الإقصاء، وتتمتع بطاقة كبيرة على التحدي و تحمل المشاق، لكن هذه القوة

¹ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، 2015، ص ص 88، 89.

² عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته، عالم المعرفة، الكويت، 1978، ص 33.

³ مواهب محمد أحمد الخليفة الحواض، مرجع سبق ذكره، ص 101.

تبقى بحاجة إلى توجيه و استثمار لكي تتحول إلى قدرة تضاف إلى قدرات الأمة للارتقاء بها اقتصاديا و ثقافيا و اجتماعيا، ولكي تكون كذلك، لابد من بيئة تراعاها و تفتح أمامها الأبواب للتعبير عن طاقاتها الحقيقية"¹.

(ب) الناحية العقلية:

يميل الشباب في هذه المرحلة نحو النمو الفكري و العقلي مع تميزه بطابع الخيال و الجرأة والمغامرة، ويعتز الشباب بتفكيره مع القابلية للإيحاء في بعض الأحيان، وتتميز هذه المرحلة بيقظة عقلية كبيرة، فالشباب يحتاج حرية عقلية و يميل إلى الحصول على معلومات وثيقة من مصادر موثوقة، ويمتاز النمو العقلي الانفعالي في هذه المرحلة بأنه نتاج التجارب و التفاعل والنمو السابق في المراحل الأولى من هذه المرحلة، مع المؤثرات المختلفة بالأفراد، ولهذا تتميز هذه المرحلة بالاختلاف الكبير بين الإرادة و درجات نموهم النفسي والعقلي والبدني"².

(ث) الناحية النفسية:

"ويرى علماء النفس أن مرحلة الشباب حالة عمرية تخضع للنمو البيولوجي ولثقافة المجتمع، فهي مرحلة انتقالية بين الطفولة والرشد، لها خصائص متميزة، وقد تتخللها اضطرابات مشكلات بسبب الضغوط التي يتعرض لها الشباب من الأسرة والمدرسة والمجتمع. بهذه المرحلة يتم تحقيق الذات ونمو الشخصية و وصلها، وكذلك هي نقطة ضعف و ثغرة يحتاج فيها الشباب إلى مساعدة للأخذ بيده ليعبر هذه المرحلة بسلام"³.

(ج) الناحية الاجتماعية:

بعد تجاوز فترة الطفولة، حيث كان صغيرا، يخضع لأوامر الكبار وليس له رأي، ولا يمتلك دورا. أصبح الآن شابا يستشعر في نفسه القوة، وتبدأ جوانحه الثقة بذاته، فيبدأ بالتفتيش عن دور يمارسه في المجتمع. إنه الآن طفل، بل يشعر أنه رجل كامل الشخصية و يجلب أن يلعب دور الكبار، انتهى ذلك الوقت الذي كان يعامل فيه كطفل، ينصاع لأوامر الكبار و يخضع لإرادتهم، وأصبح هو الآن كبيرا له رأي يريد ممارسته و دور يبحث عنه ليلعبه في المجتمع و يملأ بع فراغه النفسي و الزمني"⁴.

¹ مواهب محمد أحمد الخليفة الخواض، مرجع سابق، ص 101.

² نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 250.

³ هناء حسني النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دار مجد، د.ب، 2010، ص 51.

⁴ مواهب أحمد الخليفة الخواض، مرجع سابق، ص 102.

7- مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب:

"تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة جدا لإيجاد و تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب و تنميتها و إيجاد المواطن الصالح من خلال غرس و تنمية القيم و المعايير الاجتماعية في نفوسهم"¹.

"على الرغم من الصورة المشرفة عن تأثير الإعلام الاجتماعي على الفرد والمجتمع، إلا أن هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف التي حذر منها علماء الاجتماع، ومن أهمها التأثير السلبي لإدمان الشباب لمثل هذه المواقع، حيث انها تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي و التعامل مع أصدقاء افتراضيين مما جعلهم أكثر عزلة عن أسرهم، حتى أصبح الإقلاع عن التدخين و الكحول أصعب من ترك موقع "تويتر" وأن مقاومة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي صارت في غاية الصعوبة لسهولة الوصول إليها وتوافر الأجهزة الذكية، بحيث تكون إرادة الإنسان أقوى في مقاومة الرغبة في ممارسة التمارين الرياضية و أضعف أمام الإقلاع عن استخدام وسائل التواصل"².

"ويرى المحللون أيضا أنه على الرغم من أن الإعلام الاجتماعي يسمح بمساحة واسعة من حرية الرأي، حيث يتبادل الفرد مع الآخرين المعلومة و الرأي و الفكر، ويعبر عن اتجاهاته و أفكاره و آرائه دون وجود أي ضوابط خارجية تمنعه، إلا أن الشخص نفسه قد يتعرض لبعض المعتقدات الفكرية الخاطئة، لاسيما أن التشريعات و القوانين الخاصة بهذه المواقع مازالت غير متبلورة نظرا لصعوبة تطبيق الحظر والرقابة بشكل شامل عليها، ويرى بعض الخبراء أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت بدلا للتفاعل الصحي مع الرفاق و الأقارب، مما يعني تغيير في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد، حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية"³.

8- نظرية الدراسة:

¹ نادية بن ورقلة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي و أبعادها الاقتصادية و السياسية و الأمنية في العالم العربي، على الرابط التالي: <https://www.worldcat.org/isbn>. تم الاطلاع بتاريخ 2019/03/28، 07:30، ص 48.

³ المرجع نفسه، ص 52.

8-1 الخلفية المعرفية لنظرية الحتمية القيمية:

ظهرت النظرية الحتمية القيمية في الإعلام مع بداية الثمانينيات من القرن الماضي، حيث برزت مع الدراسات الأولى التي قام بها "عزي عبد الرحمان" منذ عودته إلى الجزائر عام 1985. والحافز الأول لميلاد النظرية هو الفترة التي قضاها "عزي عبد الرحمان" في أمريكا. فالحقيقة إنما تلقاه عززي عبد الرحمان من علم في أمريكا آنذاك و قراءته المتأنية المعمقة في نظريات الاتصال الغربية و التوغل فيها و فهمها و استنباط الظاهرة الاتصالية منها، بالإضافة إلى المعيشة المباشرة و الاحتكاك بالدارسين و المهنيين أصحاب هذه النظريات، ما جعله يكتسب خزانا معرفيا متميزا رؤوية واضحة صريحة، حيث أدرك إيجابيات النظريات و سلبياتها و استجلى منها عدم قدرتها على التطابق مع المجتمع الذي ينتمي إليه عززي عبد الرحمان وهو المجتمع الإسلامي.

إن نظرية الحتمية القيمية تبرز قيمتها و قدرتها أثناء تطبيقها على المجتمع الإسلامي، لكون أن صاحبها ولد في بيئة إسلامية مفعمة بالتعاليم الدينية و حفظ القرآن الكريم.

8-2 تسمية نظرية "الحتمية القيمية" في الإعلام:

لقد أطلق عليها عززي عبد الرحمان في بداية الأمر مسمى "الحتمية النظرية القيمية"، ثم في كتابه الإعلام والقيم أطلق عليه "نصير بوعلي" مسمى الحتمية القيمية في الإعلام". والمسمى الأول يعكس ما ينبغي أن يكون عليه الواقع، أي على مستوى الخيال المجرد، في حين المسمى الثاني الذي أطلقه "نصير بوعلي" يعكس الواقع الجسد ويمكن إعطاء النظرية عدة مسميات:

- على مستوى التأثير: الحتمية القيمية الإعلامية.
- على مستوى النماذج: نموذج عززي عبد الرحمان.

8-3 مفاتيح فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

اقترح نصير بوعلي في مقاله بعنوان "مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، مقارنة بنيوية قدم من خلالها ثلاث مفاتيح أساسية لفهم النظرية في إطار هذه المقاربة البنيوية، وهي:

أولا: أسبقية النظرية ككل على الأجزاء:

بمعنى النظرية الكلية للموضوع، حيث لا يمكن فهم النظرية إذا لم يكن هناك الإمام بمختلف دراسات "عزي عبد الرحمان".

ثانيا: أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها:

بمعنى أنه لا يمكن النظر للنظرية الحتمية القيمة الإعلامية كدراسات مستقلة ومنعزلة و مفعولة عن بعضها البعض، بل لابد من التغلغل في الدواخل واستجلاء الخيط الذي يعقد هذه الدراسات ألا وهي القيمة التي تمثل الحلقة الرئيسية في أبحاث "عزي عبد الرحمان"، وتكون بذلك مركز ونواة النظرية.

ثالثا: النظرية من زاوية سياقية

والتي تعني فهم النظرية في إطار سياق عام يستدعي حضور العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية، إضافة لأن بيعة عزي عبد الرحمان ودراسته في أمريكا وكل العوامل التي ساعدت على تشكيل أساس جيد للنظرية.

8-4 تعريف نظرية الحتمية القيمة في الإعلام:

يتكون مسمى الحتمية القيمة في الإعلام من:

- 1/ الحتمية: ويقصد بها اعتبار متغير واحد على أنه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم الظاهرة.
- 2/ القيمة "القيمة": عرف عبد الرحمان القيمة وهو يتحدث عن الثقافة والاتصال، حيث يقوم أن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى للقيم، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في أساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وأنها أداة تتجسد فيها القيم.

8-5 فروض النظرية:

تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد. لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا، وبالمقابل يكون التأثير إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة. وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر، كان التأثير سلبي¹.

ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمان عزي، بالإضافة إلى الخيال الإعلام في مقابل الرأي العام والزمن الإعلامي، والرأسمالي الرمزي، والوضع الخيال والمتعقل من استخدام العقل وفعل السمع والبصر والبنية القيمة.

أولا: فرضيات خاصة بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور "الشباب كأكثر فئة متأثرة في قيمها مع وسائل الإعلام"، وهي كالتالي:

¹ عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ص 112.

- الشباب أكثر ارتباطاً من غيرهم بأي وسيلة إعلامية واتصالية جديدة، بحثاً عن الإثارة والمغامرة ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها.
- إن كثرة استخدام الشباب لهذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية والتمرد على المجتمع للفت الانتباه وتأكيد الذات.
- إن الشباب ينجذبون إلى الإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام الأخرى "التقليدية"، لعنصر التفاعل المباشر، ولا ينتقل إلى الواقع تلقائياً وبنفس الشكل والمضمون.
- إن العلاقة بين الإعلام الجديد وسلوك الشباب في الحياة اليومية أوضح تلك العلاقة مع وسائل الإعلام الأخرى رغم صعوبة ضبطها لتدخل العوامل الاجتماعية الخارجية.
- إن وسائل الإعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة السائدة.

المبحث السادس: نظرية الاستخدامات و الإشباعات

نظرية الاستخدامات و الإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجمهور على أنه فعال في انتقاء الرسالة ومضمون الوسيلة الإعلامية، خلافاً للنظريات السابقة لها، مثل الرصاصة السحرية التي ترى الجمهور عبارة عن كائنات سلبية و منفصلة و تتصرف بناء على نسق واحد، فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية والشخصية¹.

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال الأربعينيات من القرن (20)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام². إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين". وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟.

من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائداً قبل ذلك وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في الملتقى الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية³.

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ص 584.

² باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008، ص 31.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة 2، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2000، ص 46.

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

هذه النظرية محتواها يحاول الإجابة على سؤال: لماذا يتصل الناس بالإعلام؟ وما الاحتياجات التي تجعل الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام؟ وما الوظائف التي تقوم بها عند الناس، وبعبارة أخرى، ماذا يفعل الإعلام بالناس؟.

قضية أهداف المستقبل من تعرضه لوسائل الإعلام من القضايا التي شغلت المهنيين والعاملين في وسائل الإعلام فترة طويلة، لذا فإن القائم بالاتصال في وسائل الإعلام كان دائما يسأل نفسه ماذا يحتاج الجمهور وما الفائدة التي تعود عليه من تعرضه لوسائل الإعلام؟.

هذه النظرية جاءت من خلال نشاط دؤوب للعلماء (كاتز، وبلومر)، وكانت بداية أفكار النظرية من خلال كتابهما "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري"، قد يعتقد البعض أن الإجابة سهلة عن التساؤلات النظرية على أساس أن الناس يتواصلون مع وسائل الإعلام لحاجات تتمثل في معرفة الأخبار وتفسير الأحداث والتسلية والترفيه، والتعلم والتعليم والتعارف والتفاعل الاجتماعي وغيرها من الوظائف المتعارف عليها، إلا أن هذه الاحتياجات شديدة التعقيد عندما يتعلق بمكونات الإنسان النفسية والاجتماعية، وهو أبرز ما يميز تفسيرات النظرية. لذا فإن النظرية تعتمد على أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجون للإعلام والاتصال¹.

9- نظرية الاستخدامات والإشباع:

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة 2، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2004، ص 95.

وضع (كاتز) وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال الإشباع التي يعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام. وقد نقل عن (كاتز) عدد كبيرة من علماء الاتصال العرب و الأجانب هذه الفروض دون إضافة، وهي¹:

1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

4- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابق إلى تحقيق الأهداف التالية²:

-الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.

-الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.

-الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.

-الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال و"الإشباع المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.

. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.

¹ عبد الرحمان محمد سعد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية الدوافع والإشباع، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة و الإعلام، 2002، ص 72.

² يوسف سليمان سعد، استخدامات الجمهور اليميني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية و الإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، 2000، ص 60.

. معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها. وبشكل عام، يمكن وصف علاقات الجمهور بوسائل الإعلام بأنها علاقات ذات طبيعة "حدثية" إن صح التعبير، بمعنى أنها تخضع ويتحكم فيها حدث ما له أهمية، بحيث يفرض على الجمهور متابعته وبشدة من خلال وسيلة ماهي الأكثر إشباعا لحاجاته في معرفة تفاصيل حول هذا الحدث عن غيرها من باقي الوسائل. فقد يعتمد الفرد بشدة على التلفزيون في متابعة الأحداث والبرامج الإخبارية لمعرفة ما يدور حوله بشكل أكثر تفصيلا، أي "أن الفرد يكون نظام وسائل الإعلام الخاصة به، والذي يخدم أهدافه في الظروف الطارئة أو في الأزمات بصورة أفضل، والتي يعتبرها أكثر أهمية في هذا الوقت، وعندما ينتهي فإنه يعود إلى نظم وسائل الإعلام اليومية". فعلى سبيل المثال أثناء فترة الانتخابات، قد يعتمد الفرد في الحصول على المعلومات لاتخاذ قرار التصويت لمرشح ما دون غيره على القنوات الشخصية، فإذا ما انتهت الانتخابات فإنه يعود إلى وسائل الإعلام الجماهيرية، أو بمعنى أدق فإنه يعود إلى استخدامه اليومي والطبيعي المعتاد للوسائل حتى إذا ما جد حدث آخر له نفس الأهمية. وهكذا تدور علاقة الفرد بوسائل الإعلام في نفس الدائرة.

-عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

من خلال العرض السابق لنشأة المدخل والفروض التي يقوم عليها، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها تبرز أمامنا مجموعة من العناصر تشكل أهم الملامح والأسس التي يقوم عليها، بالنسبة لعناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات، فهناك ستة عناصر أساسية وهامة تمكنا من فهم أبعاد النظرية، كما أنها مترابطة ببعضها ومتداخلة في الواقع العلمي:

1- افتراض الجمهور النشط:

تعتبر النظرية أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال مرتبط بحاجاته وأهدافه، بالإضافة إلى أن الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تنبع من وعي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام. وتؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباعات أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تشبع رغباته فحسب، أي أن هذا المفهوم لا يقتصر على الرسالة الإعلامية فقط، وإنما يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسائل الإعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد

الجمهور الذي تحققه الاستخدامات النفسية و العلاقات الاجتماعية و المحيط الذي يعيش فيه الفرد فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية و مدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور¹.

يتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة كنظرية الطلقة السحرية التي ترى أن الجمهور عبارة عن كائنات سلبية منفصلة تتصرف بناء على نسق واحد و عاجزة أمام المضامين الإعلاميين التي تمتصها دون أي اعتبار لمرجعيتها النفسية و الاجتماعية².

أصبح هذا الجمهور أكثر نشاطا و مشاركة في العملية الاتصالية، بفضل تكنولوجيات الاعلام و الاتصالية المتطورة، لأنها تقدم للجمهور فرص أوسع للاختيارات و عددا أكبر من الاستخدامات³، ويتشكل هذا النشاط الذي يتميز به الجمهور عند استخدامه لوسائل الاعلام في ثلاث مستويات و هي⁴.

○ **الانتقالية:** حيث أن أفراد الجمهور يختارون نوع الوسيلة قبل التعرض لها.

○ **الاستغراق أو الاندماج:** فتعرض أفراد الجمهور لا يكون بصفة اعتباطية، لأن التكنولوجيات الحديثة أتاحت للمستخدمين إمكانية الحصول على ملايين المعلومات وظرف زمني قياسي وهو ما يتطلب الاندماج مع الوسيلة.

○ **الإيجابية:** تتحدد الإيجابية بعد تعرض الفرد لوسائل الاتصال والاحساسات التي تلي هذا التعرض وتشمل كذلك استجابة أفراد الجمهور للرسالة الإعلامية.

2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الاتصال:

أ- **الأصول الاجتماعية:** يتميز جمهور وسائل الاعلام بوجوده داخل بيئة اجتماعية معينة ومن خلال تفاعله مع هذه البيئة، تتولد لديه مجموعة من الحاجات تسهم وسائل الاتصال في إشباع جزء منها، كما أن انتماء جمهور وسائل الاعلام الى المحيط الاجتماعي يؤثر في جميع سلوكياته الاتصالية و الطرق التي يستخدمها لتفسير معاني الرسائل⁵.

¹ حسن حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 1.

² Eic Maigret, op. cit, p 80

³ بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 134.

⁴ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2007.

⁵ حسن حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

في دراسة جون جونستون w. j, gohnston عن استخدام المراهقين لوسائل الاعلام و التكامل الاجتماعي توصل إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي، إنما باعتبارهم أعضاء في جماعات إجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة، وقدمت العديد من الدراسات الدليل على دور العوامل الديموغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع و العمر، المهنة، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي و الاقتصادي¹.

ب-الأصول النفسية: تؤكد الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الاشباع أن الفرد عندما يفتقر إلى إحدى الحاجات النفسية أو الثانوية تدفعه بطريقة حتمية إلى تبني سلوك إيجابي مع وسائل الاعلام التي يتعرض إليها بهدف اكتساب المعلومات و المعارف التي تسهم في إشباع هذه الحاجات وهو ما يجعل الفرد يشعر بالراحة و الاتزان النفسي².

ولقد اقترح (ماكويل Mc Qail) أربع فئات للحجج و الدوافع و هي دعم العلاقات الشخصية، التسلية، الهروب من الروتين و معرفة الأمور التي تحدث، وقام (كاتز katz) بتصنيف الحاجات إلى خمس فئات رئيسية هي الحاجات المعرفية مثل المعلومات و المعرفة و الفهم... و الحاجات الوجدانية التي تتمثل في السيادة و الرضى و العاطفة...، ثم الحاجات الشخصية المتكاملة التي تتمثل في القوة، المصادقية، الثقة، التوازن، المركز...، وكذلك الحاجات الاجتماعية التي تتمثل في الانتماء إلى الاسرة أو الأصدقاء أو الجماعات و خيرا الحاجة إلى التخلص من التوتر من خلال الهروب و التسلية³.

3-دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الاتصال:

تختلف وجهات نظر الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الاعلام، فيرى البعض أن الدوافع هي حالات داخلية يدركها الجمهور مباشرة وترتبط هذه الطريقة بالقيمة المتوقعة والتي تفترض أن دوافع التعرض لوسائل الاعلام يعبر عن سلوك إيجابي وله قيمة أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الاتصال، كذلك تقرر أن الجمهور ذو قدرة على التعبير عن اتجاهاته، بشكل مباشر و يحاول اشباع دوافعه عن طريق التعرض لوسائل الاتصال، بالمقابل هناك وجهة نظر أخرى ترى أنه لا يمكن استنباطها من خلال نماذج السلوك و طرق التفكير، وترى وجهة نظر أخرى أن

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، مرجع سبق ذكره، ص244.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الطبعة السابعة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص244.

³ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص281.

للجمهور احتياجات تؤثر على تعرضه ولكن لا يدرك أنها وراء التعرض، وأنها الدوافع المحركة للمشاهدة أو الاستماع لوسائل الاتصال¹.

أما وجهة النظر الأخيرة فيتبناها (أوستن بارو Barrow) و الذي يرى أن تعرض الجمهور لوسائل الاعلام ليس له أي دافع، ويتفق مع النظر للسلوك الإنساني على أنه مرتبط بالتعود ولا يعتمد على وجود حاجات داخلية كامنة داخل الفرد و التي تدفعه بدورها لسلوك التعرض²، بوجه عام معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما الدوافع المنفعية و الطقوسية.

4-التوقعات من وسائل الاعلام:

وتعد التوقعات من أهم جوانب نظرية الاستخدامات و الاشباعات، وهي تنتج عن دوافع الجمهور للتعرض ويعتمد التعرض لوسائل الاعلام على توقعات الجمهور و التي تتنوع تبعاً للفروق الفردية، أيضاً للاختلافات الموجودة بين الثقافات واختلاف التوقعات يعكس في معظم الأحيان الثقافة السائدة في المجتمع³.

5-التعرض لوسائل الاتصال:

تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والاشباعات على أن هناك علاقة إرتباط بين البحث عن الاشباعات والتعرض لوسائل الاعلام، بالإضافة إلى سلوك التعرض الذي يعبر عن قدرة أفراد الجمهور على اختيار نوع المعلومات التي تلبي احتياجاتهم⁴.

6-الاشباعات المكتسبة من وسائل الاتصال:

وفق نظرية الاستخدامات و الاشباعات يتم وصف الافراد الجمهور بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال بغية الحصول على الاشباعات، كما ترتبط نتائج هذا الاشباع بسلوك التعرض لوسائل الاتصال أو أي مصدر آخر يلجئ إليه الفرد لإشباع حاجاته، انطلاقاً من هذه النظرية حاول

¹ أماني عمر الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص82.

² Jean pierre meunier, op. cit, p49.

³ أماني عمر الحسيني، الدراما التلفزيونية و أثرها على حياة أطفالنا، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، مصر، 2005، ص82.

⁴ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الطبعة الثانية، دار العالمية للنشر و التوزيع، مصر، 2003، ص289.

الباحثون التمييز بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الاعلام و الاشباع التي تتحقق بالفعل¹.

-أهم القضايا التي تركز عليها النظرية:

أولاً: الدوافع والحاجات:

* الحاجة: تعني شعور الانسان بنقص معين من الناحية النفسية والاجتماعية وعند حصوله عليه يشعر بحالة من الرضا والسعادة والاشباع.

* الدافع: يعني مثير داخلي أو حالة نفسية أو فسيولوجية داخلية تدفع الانسان إلى سلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما يشبع ويلبي حاجته.

تقاس عادة درجة الدافع بعدة صفات منها الطاقة المبذولة و الاستمرار و التنوع.

حسب النظرية: إشباع الحاجات و تلبية الرغبات و الدوافع ضرورة نفسية واجتماعية عند الافراد، يستقم بها الاتزان النفسي و التكيف الاجتماعي مع البيئة.

في هذا المجال تعدد حاجات الانسان بشكل واسع لذا نجدها تدور في سياق الأمن، السعادة، الانتماء، الارتقاء، الاحترام، المعرفة، الحق، الخير، الجمال، الاسرة، الأصدقاء، الجماعة، الرضا، المتعة، الراحة، الفهم، المشاركة، تأكيد الهوية، الشخصية الاجتماعية.

الاعلام في ضل النظرية يقوم بدور الملبي لحاجات الانسان النفسية والاجتماعية على أساس أن الحاجات تسير استخدام الاعلام والحاجات تجعل الجمهور يفسر محتوى الاعلام بطريقة مختلفة.

ثانياً: دوافع التعرض للإعلام:

حسب الدراسات الإعلامية فإن دوافع التعرض لوسائل الاعلام تكون حسب (الافراد- الوسيلة- المضمون- ظروف التعرض)، ومن ناحية علمية يمكن إجمال دوافع تعرض الانسان للإعلام في الآتي:

1. الحصول على المعرفة والاخبار والنصائح والتواصل مع المجتمع المحلي والخارجي.
2. الهروب من المشاكل والاختلافات والاضطرابات والبحث عن عالم المتعة والراحة والخيال الخصب.
3. التعايش والتواصل مع الآخرين وإيجاد قاعدة من الاحتكاك والانتماء الاجتماعي.
4. البعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي وضغط الحياة.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، مرجع سبق ذكره، ص248.

5. إيجاد دعم للقيم الفردية ودعم الهوية الفردية للأفراد.

6. يقسم العلماء الدوافع إلى قسمين:

أ. دوافع منهجية:

وهي التي تحقق منفعة ذاتية مثل الخبرات المعارف- المعلومات عن العالم وهي تبدو أكثر وضوحاً في (البرامج- النشرات الإخبارية ذات الوظيفة الإعلامية و التفسيرية).

ب. دوافع اعتبارية طقوسية:

وهي التي تحقق السمتاع و الرضا- و الصداقة- الاسترخاء- الهروب من الاضطرابات النفسية و العاطفية و تظهر في الأفلام - المسلسلات- برامج التسلية و الترفيه.

ثالثاً: احتياجات التعرض للإعلام:

يمكن إيجاز تلك الاحتياجات عند جمهور وسائل الاعلام في الآتي:

1. التسلية: من خلال الحصول على المتعة و هذا يؤدي إلى الهروب من الضغوط الروتينية و العاطفية.

2. الإدراك: معرفة المعلومات و الاخبار تؤدي إلى إدراك الفرد لذاته و التعلم الذاتي و تعلم الأشياء.

3. الانسحاب: الجمهور يحتاج إلى الهروب من واقعه و ضغوط عمله إلى الاعلام حتى يحدث الاسترخاء.

4. الاستخدام الجماعي: البرامج- المقالات- اللقاءات- التقارير، التي تؤدي إلى تقوية الاندماج مع الأسرة

و المجتمع و الأصدقاء و الجماعات و المتنوعة و تساعد في القدرة على التعامل مع الآخرين.

رابعاً: التوقع و الإشباع في وسائل الإعلام:

تنوع الإشباع التي يمكن أن يحصل عليها الجمهور من وراء تعرضه لوسائل الإعلام، لذا يرتبط تحقق الاشباع من وسائل الاعلام بتوقعات الجمهور من هذه الوسائل، فالتوقع/هو عبارة عن الجزاء و الاحتمال و الخاصية المحددة التي يتوقعها الجمهور من الوسيلة، وكما يقول (مندلسون، و كاتز) هي مطالب الجمهور من الاعلام، واحتمالات وقوع أحداث معينة لها توقعات معينة، لذا نجد أن الإشباع يرتبط بالتوقع الإيجابي من وسائل الاعلام.

مثال: عندما يتوقع الفرد حديث شيق و ممتع من ضيف في برنامج فسوف ترتفع درجة الاشباع عند

مشاهدة هذا البرنامج و هذا الضيف.

أهم الإشباعات:

يمكن أن نضعها كآلي:

1. إشباعات فورية: تحدث للجمهور بشكل سريع مثل المعرفة السريعة أو الترفيه و الضحك.
2. إشباعات بطيئة: تحدث بشكل متأخر على مدى بعيد مثل تكوين الاتجاهات و الآراء و تتابع الإعلانات.
3. إشباعات تنفيس: تحدث من أجل مساعدة الافراد للحصول على الراحة و التخلص من القلق و الاضطراب.
4. إشباعات مراقبة البيئة: تحدث من أجل مساعدة الافراد في الحصول على المعلومات و المعرفة و التفسير.
5. إشباعات المحتوى: تحدث نتيجة التعود و الارتباط بالوسيلة (عادات الناس في التعامل مع الوسائل الإعلامية، مثل الجلوس لمشاهدة التلفاز مباشرة عند العودة إلى المنزل، أو التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا أو أثناء العمل، أو قراءة الصحف في العمل منذ الوصول إلى المكتب، أو قراءة الصحف قبل الخروج من البيت، أو أثناء الإفطار، أو سماع الاخبار أثناء الذهاب إلى العمل، أو أثناء ممارسة العمل.
7. الإشباعات المتحققة: والتي تحدث بفعل التعرض بشكل عام.
8. الإشباعات المطلوبة: و التي يسعى الافراد لها (مثال بحث المراهقين في الفضائيات أو الأنترنت عن قضايا أو برامج تلي احتياجاتهم في هذا السن).
9. إشباعات ذاتية: وهي تحدث وتكسب الفرد مهارات تطويرية ذاتية (مهارات- فنون- خبرات- معرفة- تطوير- سلوكيات- تطوير أنماط- تطوير عادات).
10. إشباعات اجتماعية: وهي تحدث مع الفرد من أجل التعامل والاندماج مع شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

خامسا: الجمهور النشط و الاشباع تبعا للنظرية.

هذه النظرية تقوم على أساس أن الجمهور نشيط و فعال و يختار ما يحتاجه بوسائل مختلفة.
- الجمهور النشط يعني أن الافراد يختارون بانتقائية وطبقا لاهتماماتهم و أذواقهم الخاصة.

- الجمهور ليس سلبيًا يتلقى ما يقوله الإعلام فقط بل هو مشارك فعال و نشيط و عنيد حسب (هويت Howitt) ولديه القدرة على الفعل ولديه مناعة ضد تأثير الإعلام أحيانًا.

-لذا الجمهور يختار و يتخذ قراراته في عملية التعرض و الفهم في ثلاث مستويات.

1. الانتقائية- اختيارات الجمهور غير عشوائية و يختار الوسيلة و المضمون و المعرفة و يحدث الإدراك

بذاته.

2. المنفعة- يحدث الإعلام للجمهور ليحقق منفعة.

3. الانشغال- حيث يدرك الفرد وجود صلة بينه وبين الإعلام و محتواه فينشغل و يتفاعل نفسيًا معه هذه

العمليات.

10- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع ونقد النظرية:

1) العلاقة بين الاستخدام والاشباع:

هناك عدة اتجاهات لتفسير العلاقة بين الاستخدامات و الاشباع:

اتجاه يرى أن سلوك الفرد المتمثل في التعرض لمضمون معين، يكون غير مخطط بدافع العادة.

اتجاه يرى أن الدافع هو شيء داخلي يؤثر مباشرة في الفرد، لدى من الصعب تحويله إلى شيء ما متمثل في

سلوك معين.

اتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر في الفرد بوصفه حاجة ملحة لا تهدأ إلا بعد أن يتم إشباعها،

وبذلك اهتم كاتز و بلومر بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد و دوافعه و محاولة إشباعها من خلال التعرض

لمحتوى و سائل الإعلام، وضع الباحثون ثلاثة فروض أساسية¹:

يعد الجمهور نشط و إيجابي في تعاونه مع وسائل الاتصال المختلفة.

تتنافس وسائل الاتصال الجماهيرية مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور.

الحاجة إلى الاشباع تنتج عن اختيارات الافراد بصفتهم متلقين للرسائل الإعلامية.

¹ منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور رندا، استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية العربية وتأثيرها على قيمهم، دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للترجمة والثقافة والعلوم، 2006، ص45.

وبناء على نتائج عديدة من البحوث صاغ كاتز و زملائه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الافراد لوسائل الاتصال وما يمكن أن تشعبه من حاجات لدى هؤلاء الافراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبيتها.

فمن وجهة نظر الباحثين، فإن كل فرد مدفوع بمجموعة من العوامل الاجتماعية و النفسية التي تخلق لديه حاجات معينة، فيبدأ الفرد برسم توقعات عن المصدر الذي يمكن أن يلبي و يشبع حاجاته، يتم اشباع بعض الحاجات ولكن في نفس الوقت تتولد لدى الفرد حاجات أخرى، وهو ما يؤدي إلى نشأة توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الخصائص الفردية و الإطار الاجتماعي المحيط بالأفراد¹.

(2) نقد نظرية الاستخدامات و الاشباع:

بيدوا مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير و سائل الاتصال، ولأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات أكثرها هي التي أوردها (ماكويل 1979)

- تعتبر مقارنة نفسية جديدة ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى تعتمد بإفراط على دقاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعية (المستخدم) التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.
- نفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.
- تواجه فلسفة "الاستخدامات و الإشباعات" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال².

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 283.

² فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته ووسائله، ط5، دار الفجر، القاهرة - مصر، 2003، ص 131.

تمهيد:

لقد شكلت المجتمعات البشرية محور اهتمام علم الاجتماع منذ بداياته المبكرة ويعد المجتمع المحلي أهم مجتمع في الدراسات الاجتماعية لما له من الأثر البالغ على حياة الفرد، ففيه يعيش الإنسان و يتزعرع و يكتسب الثقافة و الهوية و المعايير الاجتماعية، لكن في ظل ظهور وسائل التكنولوجيا الحديثة وعلى رأسها الانترنت وانتشار استخدامها في كل المعمورة ظهر نوع جديد من الجماعات و المجتمعات الإنسانية والتي أصطلح على تسميتها بـ "المجتمعات الافتراضية أو الرقمية"، وتتشابه هذه المجتمعات مع المجتمعات الواقعية في وجود الأفراد والتفاعل فيما بينهم و تقاسمهم الروابط و المشاعر، إلا أنه في المجتمعات الافتراضية يغيب عنصر المكان، فتكنولوجيا الاتصال عن بعد امتصت الحيز المكاني الحقيقي و قلصت العالم إلى نقطة تقاطع هي الزمن الحقيقي، ومن هنا تنبع فكرة ماكلوهان "القرية العالمية" المتولدة عن زوال المكان واختصار الزمن.

وفي هذا الفصل سنتناول مفهوم المجتمعات الافتراضية وخصائصها والفرق بين المجتمع الافتراضي والمجتمع

الواقعي.

المبحث الثاني : المجتمع الافتراضي

1-تعريف المجتمع الافتراضي:

يعرف قاموس الإعلام والاتصال Dictionary of media and communication المجتمع

الافتراضي أنه: "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الانترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام". ويعرفه سيرج بروكس بأن: "أفراد يستخدمون منتديات المحادثة، حلقات النقاش أو مجموعات الحوار...، والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة و يتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الاهتمامات، ولهم أهداف مشتركة"¹.

ويعتبر ما قدمه راينغولد نقطة ابتداء مهمة لدراسة المجتمعات الافتراضية من الناحية الاجتماعية، والتي عرفها بقوله "إن المجتمعات الافتراضية هي تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة Net حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري Cyberspace"².

أما كاراسار Karasar فيعرف المجتمع الافتراضي بأنه "مجموعة من الأشخاص اندمجوا في الاتصالات والتفاعلات عبر الانترنت في حلقات النقاش أو منتديات المحادثة الالكترونية". أما شرام Schramm فيرى أن المجتمع الافتراضي هو عملية تقاسم فضاء للاتصال، مع أفراد لا نعرفهم وغالبا ما يتم هذا في الوقت الحقيقي، وهو عبارة عن انعكاس للمجتمع الواقعي، لكن لا يوجد فيه أناس فعليون واتصالات حقيقية كما في الواقع (أي أنها افتراضية) وهو عبارة عن جمهور من كل أنحاء العالم، جالسون أمام كمبيوتر للتواصل مع بعضهم البعض³.

¹ Serge Broulx, « les communautés virtuelles construisent-elles du lien social? », Colloque internationale sur : l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, Lyon, université Jean Moulin, 19-20/11/2004, p3, <http://lcp.cnrs.fr/IMG/pdf/pro-04a.pdf>, 30/04/2017.

² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347، 2008، ص65.

³ إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدامات والانعكاسات على الفرد و المجتمع، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة بن يوسف بن خدة، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص 73.

وعرف "بسيوني إبراهيم حمادة"، المجتمعات الافتراضية على أنها "تجمعات تظهر عبر شبكة الانترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي"¹.

وفي دراستنا هذه نتبنى تعريف هارولد راينغولد الذي نجهده نوعاً ما جامعاً لتعريفات عدة فهو يركز على المقومين الاجتماعي و التكنولوجي لهذه المجتمعات، ذلك أن هذه المجتمعات تنشأ أصلاً بفعل الدافع الاجتماعي (تجمعات اجتماعية) في بيئة التكنولوجيا (شبكة المعلومات) أي في ظروف تكنو-اجتماعية، بعدد كاف من المشاركين و الأعضاء و يستمرون في تفاعلهم الاجتماعي رقمياً لوقت كاف من الزمن، يكفل بناء شبكات من العلاقات الشخصية و الجماعية المتبادلة في الفضاء الافتراضي الكون².

- المجتمعات الافتراضية:

ظهر المصطلح في صورته الانجليزية عنواناً لكتاب هووارد رايمجولد (1993) Rheingold ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أوطان عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، و***فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة و قواعد الدخول و الخروج و آليات التعامل و القواعد الأخلاقية التي ينبغي مراعاتها، وبتعبير دي مور ووايجاند (2007) de Moor and Weigand لمجتمع افتراضي هو نظام اجتماعي تكنولوجي³.

فالمجتمع الافتراضي ظاهرة اجتماعية مثل المجتمع التقليدي مضافاً إليه الخصائص التكنولوجية الرقمية، إذ يوجد تداخل بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الواقعي، إلا أن المجتمعات الافتراضية لا يمكن أن تكون بديلاً من المجتمعات الحقيقية، لأنها تقوم على ثقافة هوية جزئية لا تسمح بتشكيل هوية قوية، وهي غير ثابتة ودائمة التغيير، وهي مجتمعات تصنعها عقول البشر وتفاعلاتهم الآلية.

¹ بسيوني إبراهيم حمادة، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، دراسات التنمية، القاهرة، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، 2001، ص 34 - 53.

² علي محمد رحومة، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو اجتماعي، ليبيا، معهد النفط الليبي، 2009، ص 4.

³ أسماء الصادي، رسالة دكتوراه بعنوان "التأثيرات التربوية للمجتمعات الافتراضية، كلية***، جامعة المنصور، ص 01.

2- تعريف المواقع الافتراضية:

يعرفه سيرج بروكس بأنه مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الانترنت مثل: غرف الدردشة أو حلقات النقاش أو مجموعات الحوار...، والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى مجموعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، ولهم أهداف مشتركة¹.

3- خصائص المجتمعات الافتراضية:

إن أهم ما يميز المجتمعات الافتراضية هي أنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في أحد أنماطها، فالمدينة الافتراضية على حد قول البرنا روبرن Alberta Robert وميشيل جينكسون Mechael Jenkinson مدينة لا تنام، فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل، ولاغربة في ذلك، فلقد أصبحت الانترنت بشكل عام جزء من حياة الناس و الجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالانترنت على وجه خاص وذلك ما دعا ماريا باكرديجيفا Maria Bakardjieva إلى أن تلعب أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان التكنولوجيا في حياتنا اليومية، ومن بين الخصائص الأساسية للمجتمعات الافتراضية أن الأفراد ينتظمون دون علاقة محددة تربطهم بمكان و زمان معين².

الاتصال و التفاعل:

إن ما يميز المجتمعات الافتراضية هو طبيعة التفاعل الذي يكون من خلال الاتصال الوسيطي، ويرى علماء الاجتماع (Rationalisme) التي هي برأيهم السبب الرئيس في التغير الاجتماعي في المجتمعات الرأسمالية، إذ تعمل هذه الوسائط، برأيهم على تخفيف القيود التي يفرضها الزمان و المكان على الأطراف المتصلة حين تتواصل فيما بينها وتختصر الكثير من جهودهم و عنائهم، ورغم هذه الرؤية الإيجابية لهذا النوع من الاتصال، فإن التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال الالكتروني الوسيطي، وانتشاره في نواحي الحياة كافة بشكل غير مسبوق، كان قد

¹ Serge Broulx, « les communautés virtuelles construisent-elles du lien social? », Colloque internationale sur : l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, Lyon, université Jean Moulin, 19-20/11/2004, p3, <http://lcp.cnrs.fr/IMG/pdf/pro-04a.pdf>, 30/04/2017.

² Jean A.G.M, Van Dijk, The reality of virtual communities, Utrecht, p 55.

دفع العديد من الباحثين الاجتماعيين إلى إيلاء هذه الوسائط مزيداً من الاهتمام، ودعاهم إلى إعادة النظر في فهمهم لأبعادهم الاجتماعية و تأثيرها في الاتصال الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية¹.

التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية:

على الرغم من أن التعبير على المشاعر عادة ما يكون بالعديد من الميكانيزمات غير اللغوية مثل الضحك، الابتسامة، تعابير الوجه و غيرها، يكون هذا التعبير في المجتمعات الافتراضية من خلال الرسائل النصية التي قد تكون أحياناً متبوعة بما يعرف بالأيموتيكونات Emoticons أو سميليز² Smilies.

- الأعضاء لديهم غرض مشترك، مصلحة واهتمام و احتياج، أو نشاط بسبب الانتماء للمجتمع المعني.

- ومن بين خصائص المجتمعات الافتراضية أن يكون لديها على الأقل نشاط واحد محدد.

- وجود المعلومات وتوفرها للجميع والخدمات بين الأعضاء أمر مهم في حركة المجتمع.

- هناك إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية و اللغة و البرتوكولان المتبعة، إضافة إلى ذلك فإن هناك إتفاق

بين الباحثين بشأن نقاط أخرى تكثف وتؤثر في التفاعلات على الخط، وهي³:

- وجود دليل على أن المشتركين الأعضاء لديهم أدوار مختلفة.
- الوعي بحدود العضوية وهوية الجماعة.
- المعايير المبدئية للاشراك في المجتمع المعني.
- تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة من الزمن.
- الأحداث الملحوظة و الطقوس التي يمارسها الأعضاء.
- البيئة الطبيعية المشتركة.

¹ ساري حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية -دراسة ميدانية في المجتمع القطري، دمشق، مجلة جامعة دمشق، العدد 24، العدد الأول و الثاني، 2008، ص 303.

² Anna Chmiem and al, Collective Emotions and their Influence on Community Life, Plosone, vom6, 2011,(7).

³ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347، 2008، ص 74.

ويمكن أن تختلف وجهات النظر بشأن هذه الخصائص وفق الحقل المعرفي المعني ومدى تركيز بعضها ودرجة أهميتها في مجال دون آخر، ولذلك نجد الاختلافات واضحة بشأن تعريف المجتمع الافتراضي نظرا لارتباط هذه التعريفات بالخصائص المحددة للمجتمع في حد ذاته.

يتميز المجتمع الافتراضي ببعض الخصائص منها:

- إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص:

مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية و لاستعراض الذات في المجال العمومي يطل من خلالها الناس على العوالم الذاتية للآخرين.

- أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي: مواقع التواصل الاجتماعي شكلت فضاءات يحكمها الانسجام الفكري تنتج مضامين فكرية و ثقافية.

● **جماليات جديدة:** تتجلى في الفضاء العمومي الافتراضي العوالم الذاتية والاراء و الأفكار، العلاقة بالشأن العام، و تتجلى هذه الجمليات الجديدة في الطرق التعبيرية للمستخدمين من صور و نصوص و الفيديوهات المستخدمة المبتكرة تحول الجمهور في الفضاء العمومي الافتراضي إلى جمهور منتج للمحتوى فهو ليس مجالا تمثيلا تتحدث فيه النخبة باسم الجماهير، كما في الفضاء العمومي النخبوي، فالمستخدم في الفضاء العمومي الافتراضي يبتكر وينتج مضامين قد تتعلق بالعوالم الذاتية للمستخدم أو ذات العلاقة بالحياة العامة.

- **نخب جديدة:** أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي نخبا جديدة تتكون المدونين و مشرفي الصفحات.

4- أنواع المجتمعات الافتراضية:

وتمثلت في:

1-4 مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهويات أو جمعة مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية¹. ومن بين مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك الذي يعرف على أنه شبكة اجتماعية الكترونية تتيح للعديد من المشاركين عرض ملفاتهم الشخصية، ومشاركة الآخرين في ما يختارونه من نشاطات¹.

¹ إيمان حنين شين، لغة التواصل في المواقع التواصل الاجتماعي و أثرها في الجذب السياحي-فايسبوك نموذجاً- مذكرة، 2015، ص18، ص19.

4-2 محركات البحث:

هي أحد البرامج الحاسوبية التي تساعد في إيجاد المعلومات أو المستندات التي تم تخزينها مسبقا على شبكة الانترنت وهو برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثور على مستندات مخزنة على شبكات البحوث. ومن أشهر محركات البحث محرك بحث جوجل الذي يعتبر من أبرز المحركات على الاطلاق ذلك أنه واحد من المحركات الهامة التي لا يمكن للمستخدم أن يستغني عنها فهو قادر على ايصاله الى أدق التفاصيل بأسرع طريقة ممكنة كما أنه يمتاز بتنوع نتائجه البحثية ودقة نتائجه.

5- الفوارق بين المجتمع الطبيعي و المجتمع الافتراضي:

رغم محاكات المجتمع الافتراضي بشكل كبير للمجتمع الحقيقي إلا ان هناك العديد من الفوارق التي يمكن من خلالها التمييز بينهما².

1/ من أهم صفات المجتمع الحقيقي أنه مجتمع يدوم لثرة طويلة في حين نجد بأن المجتمع الافتراضي مهدد بالزوال في أي لحظة مع مجرد إنقطاع في الاتصال بالانترنت أو انقطاع في الكهرباء.

2/ التقارب الجغرافي في المجتمع الطبيعي يقابله غياب المكان في المجتمع الافتراضي، يتميز المجتمع الافتراضي بالعالمية و الكونية في حين يعتبر المجتمع الطبيعي محليا، ومن جانب آخر نجد أن الأشخاص في المجتمعات الافتراضية غالبا ما تجمعهم مصالح مشتركة عكس المجتمع الطبيعي فلا يشترط ذلك.

3/ الاتصال في المجتمع الطبيعي يكون مواجهي اما في المجتمع الافتراضي فهو اتصال وسيطي.

يكمننا القول بأن المجتمع الطبيعي ندرك الواقع فيه من خلال حواسنا الخمس في حين ندرك المجتمع الافتراضي من خلال مجموعة من الأفكار و المفاهيم والآراء و غيرها، كما يتميز التفاعل في المجتمع الواقعي بعدد من الصفات إلى جانب الاتصال المواجهي مثل الرموز غير اللغوية و التعابير عن المشاعر مثل الضحك و القلق و الاضطراب و تعابير الوجه إلى جانب لغة الجسد و غيرها في حين نجدها في المجتمع الافتراضي تحولت إلى مجموعة من الرموز التي يطلق عليها ايموتيكونات يعتمد عليها المتفاعلين لتوصيل طبيعة مشاعرهم للطرف الآخر من المتفاعلين معهم بفعل التكنولوجيا.

¹ عمارة توفيق بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة: الفيسبوك نموذجا" بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة و أثرها على المجتمع، ص8.

² مريم نريمان نورمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية - دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص95.

ويمكن القول بأن المجتمع المحلي الافتراضي حقق ما لم يحققه المجتمع المحلي الطبيعي بما توفره تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من تقنيات و خدمات عالية المستوى، فهو مجتمع على الخط يتفاعل في بيئة إلكترونية افتراضية ويشترك أعضائه في الكثير من الروابط و الاهتمامات و الأنشطة الاجتماعية المشتركة، وقد يكون حضور طبيعي شخصي خلف أجهزة الحواسيب، أو لا يكون ذلك، أي مجرد حضور افتراضي برامجي، في أوقات معينة، فالبيئة البرمجية للتفاعل تتقاسم أنماط متنوعة للتفاعل و أحجاما صغيرة أو كبيرة من المشاركين و فترات زمنية غير مفيدة كل ذلك نتيجة الفضاء الافتراضي بدلا من الفضاء الطبيعي، فتتفاعل جماعات النقاش و الحوار و يحدث التآلف و تنمو الشخصية الاجتماعية و الاهتمامات النفسية و الثقافية و السياسية و الاقتصادية و الأدبية المشتركة إلى جانب كون المجتمعات المحلية الافتراضية هي علميا جماعات لتبادل المعلومات و الاتصال التقني المفيد معرفيا و إجتماعيا، والذي بدوره يكتسب نوعا من العادات التقاليد و اللوائح الاجتماعية المشتركة بين الجماعات و المجتمع الافتراضي المعني¹.

بالطبع قد يجادل البعض من جانب آخر أو هم على الحق في أن المجتمع الافتراضي لا ولن يكون بديلا فعليا للمجتمع الحقيقي، فالحاجات الفطرية و غير الفطرية التي يجري إشباعها من خلال المجتمع الافتراضي كحاجة الفرد للغذاء و الكساء و الزواج و التناسل و الصراع أيضا، صحيح أن المجتمع الافتراضي سيساهم كثيرا في توفير هذه الحاجات من الناحية اللوجستية لكن ذلك لن يغني عن تحرك الأفراد لنقل تلك الحاجات أو لتصنيعها أو للقاء تحت سقف واحد و العيش معا لفترة طويلة لإنجاب الأطفال مثلا و تربيتهم.... إلخ، لذلك فإن المجتمع الافتراضي لن يكون بديلا بقدر ما سيكون موازيا للمجتمع الحقيقي².

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سابق، ص 65.

² عزام أبو الحمام، مرجع سابق، ص 91.

6- بنية العلاقات الاجتماعية الحقيقية وتطورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

مما لاشك فيه أن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت وبطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وتقنية الإنترنت، وهو ما يهيئ الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي الذي تتخذه وتشكل في إطاره مختلف أنماط العلاقات الاجتماعية.

وعليه فقد ازداد الاهتمام بدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كظاهرة مجتمعية انتشرت بين الأفراد في المجتمعات المختلفة، وربما يرجع ذلك إلى ما لهذه الظاهرة من انعكاسات متعددة نفسية واجتماعية وصحية تؤثر على المستخدمين لهذه المواقع، فمع استمرار قضاء المزيد من الوقت على الخط المباشر من الطبيعي أنهم يخصصون وقتاً أقل للنشاطات الأخرى والأشخاص الآخرين في حياتهم.¹

بتركيز نطاق البحث والتحليل على ماهية نمط العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وما قد تتضمنه من فرص كامنة أو في المقابل مخاطر مستترة، نجد أن ثمة نقاشات محتممة حول الدور الخطير الذي تلعبه هذه المواقع في عزل الأفراد اجتماعياً وتفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتاً طويلاً في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت بطريقة لافتة تسترعي الاهتمام، بما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي، خاصة في ظل انتشار أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة، ويشير المتخصصون في هذا الصدد إلى ما يطلق عليه إنطوائية الكمبيوتر Computer Phylac، وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس أمام الجهاز المتصل بالإنترنت ساعات طويلة كل يوم وهذا طبعاً مع استثناء الأشخاص الذين يستدعي عملهم ذلك، وقد توجد هذه الحالة لدى

¹ كمبرلي يونغ، الادمان على الانترنت، ترجمة: هاني أحمد تلجي، بيت الافكار الدولية 1998، ص460.

الأفراد الإنعزاليين ذوي الشخصيات الإنطوائية أو الأشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشكلاتهم الحياتية فيلجأون إليها ليفرغوا فيه طاقتهم وهمومهم، فضلا عن الإجهاد والتوتر النفسي الذي ينتج من ذلك الاستخدام لفترات طويلة.¹

وكمثال من أمثلة متعددة ونحن بصدد تحليل نمط العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فإنه يمكن للمستخدم التمتع بما تتيحه هذه المواقع من خدمات دون أن يتحتم عليه دفع أي مقابل مادي، والتعرف على الأصدقاء والصدقات من كل أنحاء العالم يقرأ عن شخصياتهم يرى صورهم ويتبادل الرسائل الخاصة والهدايا والرسومات التعبيرية، كما يمكن له إدراج مقاطع فيديو وتحميلها، واحتراما لخصوصية المستخدم فإنها تتيح خاصية حجب أي شخص من رؤية أي شيء خاص بالأصدقاء المضافين لدى المستخدم وإلى غير ذلك من المزايا العديدة، فبمجرد التسجيل بأحد مواقع التواصل الاجتماعي مثلا بموقع Facebook على سبيل المثال لا الحصر تطاردك عبارة Add as a friend والتي بمجرد أن تضغط عليها سوف يصبح لك أصدقاء رجال ونساء من مختلف دول العالم، كل ما عليك فعله هو أن تختار ما يناسبك.

ولكن مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي قد لا يعي في أغلب الأحيان أن هذه الصداقة قد تتطور إلى علاقات ذات أبعاد مغايرة قد تنعكس بالسلب عليه من الناحيتين النفسية والاجتماعية، وتزايد خطورة هذا الأمر عندما يتدرب أولئك المستخدمين بحجة انجرفهم عبر عالم الإنترنت وتكوين شبكات العلاقات الاجتماعية اعتمادا على تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي هو أحد ضرورات العصر الحالي.

ولا يفوتنا كباحثين في هذا المجال بالتحديد أنه حقيقة إذا كان الدخول على شبكة الإنترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة تعبيرا عن صيحة علمية وتكنولوجية باهرة، فإنها

¹ محمد عبد الشافي القوسي، حينما يصبح الكمبيوتر اخطر معاول الهدم الاجتماعية، مجلة الوعي الاسلامي، الكويت، العدد 530، عمان، 2009، ص 69.

في وجهها الآخر تعبير عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض الأفراد، وخصوصا في هذا العصر الذي يغلب عليه الطابع المادي.

كما أن الإقبال الشديد على غرف الدردشة عبر الانترنت يعبر في أحيان عديدة عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات الاجتماعية الحقيقية المباشرة والواضحة إلى علاقات افتراضية محكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنها قد تقود في النهاية إلى مزالق خطيرة تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم، فخدمة غرف الدردشة chat التي توفرها مختلف المواقع الاجتماعية أصبحت ظاهرة منتشرة بشكل يكاد يكون مرضيا تؤدي تدريجيا إلى الخلل في العواطف وتوجيه المشاعر في غير وجهتها الطبيعية .

مما يقود المستخدمين إلى علاقات أخرى قد تكون منحرفة، وعليه فإن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة غرف الدردشة قد يؤثر على العلاقات الاجتماعية، وتفسير ذلك أن غرف الدردشة هي المكان الذي يستطيع فيه المستخدم أن يتحدث مع نفسه ومع غيره بصراحة ليقول ما لا يستطيع قوله في الاتصال المباشر وما يؤكد هذا الطرح الجدل الذي يثار حاليا عن التأثير السلبي لغرف الدردشة على العلاقات الاجتماعية عامة والعلاقات الأسرية خاصة، وذلك بسبب هروب الأفراد المستخدمين وخصوصا أفراد الأسرة أثناء حدوث خلافات مثلا، إلى البحث عن نوع جديد من العلاقات عبر شبكة الإنترنت، وهذه العلاقات هي أشبه بضربة الحظ التي قد تخرج بعلاقة جديدة ومفيدة على المستوى الاجتماعي، أو بخسارة فادحة عندما يتم الاصطدام بأولئك الذين يبحثون عن العلاقات غير الشرعية على شبكة الإنترنت، وبالتالي إمكان حدوث ما لا تحمد عقباه .

وتحليل محتوى ونمط العلاقات الاجتماعية التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يبين بجلاء أن من الأمور الخاطئة التي يقع فيها الكثيرون خلال تعاملهم مع هذه المواقع، هو عدم تمييزهم بين العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر هذه المواقع وبين نظيرتها الواقعية، أو بين العالم الافتراضي عامة والعالم

الحقيقي، حيث يفعلون ويقولون أشياء عبر العالم الافتراضي لا يفعلونها أو يقولونها في العالم الواقعي، وعلى مستخدمي الإنترنت عموماً ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً أن يفهموا أن الإنترنت عالم حقيقي، حتى وإن كانت العلاقات التي يقيمونها افتراضية.¹

فتجاهل هذا قد يؤدي بهم إلى المتاعب، فالمستخدم عندما يقوم بعمل محادثة عبر الإنترنت فهو يقوم بها مع أشخاص حقيقيين لهم مشاعر حقيقية، ومن ثم فمستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عليه أن يعامل الناس بالاحترام نفسه الذي يعاملهم به وجهاً لوجه، أو في أثناء الحديث معهم من خلال الهاتف، وعلى الرغم من ذلك هناك بعض الاختلافات، فعندما يحدث مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي شخصاً بشكل مباشر ووجهاً لوجه فهو يرى جيداً حركات وجهه ولغة جسده بما فيها من حركة وصوت، وخصوصاً أن هذه الإشارات تشكل نسبة مؤثرة من الاتصال البشري، أما المحادثة أو العلاقة الاجتماعية عموماً عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهي تتم سرا، وهذا يعني أن تلك النسبة المؤثرة من الاتصال المتعلقة بلغة الجسد مفقودة، وبالتالي فالمستخدم يتواصل عن طريق التخاطب فقط، وهذا ما قد يسبب سوء تفاهم أو يخلق مشاكل يمكن تجنبها.²

وبصفة إجمالية يمكن رصد مجموعة من المؤشرات الهامة التي يستدل منها على انحراف بعض العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن مسارها الطبيعي الإيجابي)

-زيادة عدد الساعات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل

مضطرد يتجاوز الفترات التي حددها الفرد لنفسه أو الحدود المعقولة

عموماً.

- التوتر والقلق الشديدين في حال وجود أي عائق للاتصال بالشبكة قد

تصل إلى حد الاكتئاب إذا ما طالت فترة الابتعاد عن الدخول

¹ ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، ادمان الإنترنت: <http://ar.wikipedia.org>

² محمد عبد الشافي القوصي نفس المرجع السابق ص 136

والإحساس بسعادة بالغة وراحة نفسية حين يرجع إلى استخدامه المعهود.

- إهمال بعض الواجبات الاجتماعية والأسرية والوظيفية بسبب استخدام

مواقع التواصل الاجتماعي .

-استمرار استخدام المواقع الاجتماعية على الرغم من وجود بعض

المشكلات مثل فقدان العلاقات الاجتماعية الحقيقية وتراجعها أو التأخر

عن العمل ...

- الاستيقاظ من النوم بشكل مفاجئ والرغبة بفتح البريد الإلكتروني أو رؤية قائمة المتصلين في

المانسجر والموجودين على مواقع التواصل الاجتماعي والاطلاع على المنشورات في صفحات

الأصدقاء وعلتعليقاتهم ...

- الإصابة بأضرار صحية نتيجة الإدمان مواقع التواصل الاجتماعي عموماً كالأضرار التي تصيب

الأيدي من الاستخدام المفرط للفأرة، أو الأضرار التي تصيب العين نتيجة للإشعاع الذي تبثه

الشاشات، أو الأضرار التي تصيب العمود الفقري والرجلين نتيجة نوع الجلسة والمدة الزمنية لها

مقابل الجهاز، أو الأضرار المترافقة مثل البدانة وما تسببه من أمراض.¹

- الإصابة بأضرار نفسية واجتماعية نتيجة الإدمان الإنترنت، كالدخول في عالم وهمي بديل تقدمه

شبكة الانترنت مما يسبب آثاراً نفسية هائلة، حيث يختلط الواقع بالوهم، أو الانسحاب الملحوظ

للفرد من التفاعل الاجتماعي نحو العزلة، أو التأثير في الهوية الثقافية والعادات والقيم الاجتماعية

للفرد، أو التفكك والتصدع الأسري...

هذا، ورغم ما يتوفر لسلوكيات المحادثة وتكوين العلاقات بين مختلف شرائح المجتمع خاصة التي

تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي اليوم حيث أصبحت عالماً افتراضياً واسعاً من خلال تقنيات

¹ محمد عبد الشافي القوصي مرجع السابق ص 136.

متعددة تزيد فعاليتها الكثير من المواقع الاجتماعية التي تقدم خدمة المحادثة والدرشة للتعرف ، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تحتل الصدارة، خاصة بعد نتائج الدراسات التي رصدت تراجع الخجل من سلوكيات المحادثة، وأن تلك المواقع أحدثت تغييرا مثيرا في عالم العلاقات الاجتماعية، وأشعلت ثورة في الطريقة التي يتحدث بها المستخدم مع الآخرين، فانتقلت آراؤه وأفكاره ومختلف أحاديثه من العالم الحقيقي والواقعي إلى العالم الافتراضي المغربي.

7-مواقع التواصل الاجتماعي وتشكل العلاقات الافتراضية:

معروف أن الرغبة في التواصل مع الغير هي نزعة متأصلة لدى الإنسان، ومهما قيل عن حوار الإنسان والآلة والإبحار في محيطات الانترنت ومختلف مواقعها المتنوعة والاشتراك فيها، فليس هناك ما هو أروع للإنسان من أن يقيم حوارا مع إنسان غيره على الطرف الآخر، يشاركه اهتماماته وهمومه ويتبادل معه معارفه وخبراته، ولقد اقترب اليوم الذي لن يبقى فيه شيء يصعب على الإنسان أن يشارك فيه غيره، وذلك بفضل التكنولوجيا، ومن الطبيعي أن تنمو الرغبة في التواصل مع ما نشهده في زماننا هذا من ظاهرة الاغتراب والانكفاء على الذات وانقطاع الصلة مع جار السكن، وربما هذا ما يفسر لنا سرعة انتشار الجماعات الافتراضية على الإنترنت¹.

وأمام انتشار الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح المستخدمون يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم افتراضي يوازي عالمهم الفيزيائي الأمر الذي دفعهم إلى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية والتقليل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والاستئناس أكثر بنظيرتها الافتراضية، وفي هذا الصدد لم يتردد الكثير من علماء النفس في تقديم تشخيص سوداوي غالبا ما يتجلى في السلوك الانطوائي وذلك من خلال ملاحظة أن

-الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يميل إلى فصل المستخدم عن الحياة الفعلية أو الحياة الحقيقية.

¹ نبيل علي الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية المستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، الكويت، 2001ص501

- العلاقات التي تتيحها تلك المواقع للفرد العلاقات الالكترونية الافتراضية تبدو اصطناعية على عكس الروابط الاجتماعية والعلاقات الإنسانية الحقيقية الأصلية.

- الهوية الافتراضية التي تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية.

حقيقة، لقد أثرت التكنولوجيا الحديثة عموماً في جميع المستويات وفي جميع مناحي الحياة وكافة الفضاءات التي يتحرك ضمنها الفرد المعاصر، حيث أتاحت بذلك أنواعاً اتصالية جديدة وكذا نمطاً جديداً للعلاقات الاجتماعية، وقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي انعكاسات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة وعلى مستويات كثيرة من أهمها تغيير أنماط العلاقات الاجتماعية السائدة، وتغيير في القيم في الذهنيات والنفسيات، في أساليب التربية والتعليم، ساهمت كذلك في خلق فضاءات اجتماعية جديدة لالتقاء الأفراد على رغم تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها، أعادت تشكيل بنية المجتمع إذ عملت على هدم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الفيزيقي الحقيقي بين الأفراد، فلم تعد الأسر أو الأصدقاء أو مختلف الجماعات تلتقي ببعضها البعض جسماً بل يكاد ينعدم هذا التواصل).

وبالتالي نجح هذا النمط الجديد للعلاقات الاجتماعية الذي تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مفاهيم مجتمعية جديدة تتأسس من خلال البيئة التي يحدث من خلالها هذا التواصل وطبيعة تشكله ضمن الفضاء الافتراضي الذي تشكل بفضل الانترنت، مؤسسة بذلك بيئة تفاعلية جديدة تحاكي البيئة التقليدية، شكلت مجموعة العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ما يطلق عليه المجتمعات الافتراضية، وهنا لا بد أن نعرف ماهية المجتمع الافتراضي.

لكن قبل التطرق لمفهوم المجتمع الافتراضي يجدر بنا الخوض في فهم المجتمع الحقيقي ثم نحدد الخصائص التي تميز المجتمع الافتراضي عن نظيره الحقيقي .

المعنى العام لمفهوم المجتمع يعني مجموع العلاقات الاجتماعية بين الناس أو هو كل تجمع للكائنات الإنسانية من الجنسين ومن كل المستويات العمرية يرتبطون معا داخل جماعة اجتماعية لها كيان ذاتي ونظمها وثقافتها المميزة .

كما يمكن تعريف المجتمع على أنه عدد من الجماعات أو مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية معينة ويعيشون معا تلقائيا لفترة دائمة نسبيا مما ينجم عنه تفاعل اجتماعي وعلاقات اجتماعية ينشأ عنها وجود جماعات ومنظمات ومؤسسات¹ .

ويشار إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا يشتمل على عدد كاف من البناءات الاجتماعية النظامية لأفراد وجماعات وتنظيمات يستهدف إشباع حاجاتهم من خلال تكوين علاقات متبادلة الأدوار تشمل بناء النسق الكلي². ويعرف المجتمع أيضا على أنه مجموعة من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وتربط بينها علاقات اجتماعية وثقافية ودينية، ومن ذلك نجد أن العناصر التي تكون المجتمع تتمثل في³:

— إدراك أفراد المجتمع وشعورهم بأنهم يكونون وحدة واحدة.

— نطاق جغرافي يجمع أفراد المجتمع وجماعاته.

— وجود نظام يسمح لأعضاء المجتمع بالتعبير عن آرائهم.

— تمكن المجتمع من إشباع الاحتياجات الأساسية لأفراده إلى حد ما.

— وجود سلوكيات اجتماعية داخله مثل: التعاون، التكافل، الصراع..

— بناء اجتماعي خاص به.

¹ سامية محمد جابر، علم الاجتماع العام، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2003، ص 235

² المرجع نفسه 236

³ عزام ابو الحمام الاعلام والمجتمع دار اسامة الاردن 2011 ص 666

وبالرغم من صعوبة التوصل إلى تعريف محدد دقيق في العلوم الاجتماعية المفهوم المجتمعي الحقيقي Community إلا أن هناك بعض المحاولات للجمع بين تعريفات كثيرة في هذا الخصوص منها ما قام به الباحث " جورج هيلاري George Hillery مستخلصا تعريفا جامعا على نحو ما من بين حوالي 94 تعريفا سوسيولوجيا، إذ يعرف المجتمع الحقيقي (الطبيعي) بأنه عبارة عن مجموعة من الناس يشتركون في تفاعل اجتماعي وبعض الروابط المشتركة بينهم ويشتركون في مساحة ما على الأقل لبعض الوقت، إذن هناك بصفة عامة أربعة عناصر أساسية التكوين المجتمع المحلي هي: الجماعة، التفاعل، الروابط، المكان- الزمان.

المتأمل لمفهوم المجتمع يلاحظ بأنه يتكون من العناصر الأساسية التالية : مجموعة من الأفراد يتفاعلون في علاقات اجتماعية، يتميزون بكيان ذاتي وثقافة متميزة، يتقيدون بقواعد أو بنى للأدوار والسلوك والقيم بما ذلك مكانات السلطة، إنه مستمر لفترة طويلة من الزمان، أما عنصر الإقليم فهذه مسألة خلافية، بمعنى ليست شرطا متفقا عليه لأن بعض الأفراد قد يشكلون مجتمعا يتمتع بمختلف العناصر والشروط الأساسية دون أن يكون الإقليم من ضمنها¹.

ومع التطورات الكبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال كثرت المفاهيم المستحدثة التي نشأت بتطور تقنيات الاتصال والتي يأتي في مقدمتها الانترنت، ما أدى إلى ظهور العديد من المصطلحات الجديدة بعد أن تحولت جميع أنشطتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية إلى ما يعرف بالفضاء الافتراضي، فاتحة المجال أمام ظهور ما يعرف بالمجتمع الافتراضي، وفي هذا الصدد تعرف شبكة الانترنت هذا العالم الجديد عالم يضم جميع أنشطة علمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى، فقط مع هذا الفارق وهو أن جميع أشياءه وأنشطته تسمى بأسماء يسبقها أحد المقطعين: سير Cyber، أو تلي Télé الأول يدل على التحكم والثاني معناه عن بعد، أما هوية الأشياء التي يحتويها والأنشطة التي تتم فيه فتحدد بالوصف اعتباري Virtuel ونحن نترجم هذه الكلمة با

¹ محمد عبد الشافي، مرجع سابق ص 138

اعتباري وليس بافتراضي أو وهمي حسب المعنى الأصلي للكلمة، لأن الأمر هنا يتعلق ليس بمجرد وجود تصوري مفترض من صنع الخيال أو الوهم، بل بوجود واقعي مشاهد عبر الصورة والكلمة وجميع الرموز، ولكنه مع ذلك اعتباري من العبور والاعتبار معا، بمعنى أن الاتصال فيه يتم عن بعد وعبر رموز.

ويعرف سيرج برولكس Serge Proulx المجتمع الافتراضي بأنه مجموعة أفراد يستخدمون منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار...، وتنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة¹.

وتتعدد تعريفات المجتمع الافتراضي، غير أن نقطة الانطلاق التي اعتمدها عدد من الباحثين للوصول إلى هذا المفهوم كانت تحديد مفهوم المجتمع التقليدي والانطلاق منه للوصول إلى هذا المجتمع الذي يحاكيه ولكن بخصائص وسمات جديدة تتيحها طبيعة الاتصال والتفاعل عبر المواقع الاجتماعية، ذلك أن معظم العناصر التي تميز المجتمع الحقيقي صارت متوفرة في مجتمع آخر من نوع جديد يعيش في جغرافيا الفضاء الافتراضي ويتصف بقدر واضح من النظم والقواعد والأدوار بقدر من الملامح الثقافية المميزة التي تدور حول الاستخدامات المختلفة للنظم الانترنت ومهارات جديدة يجري اكتسابها بطرائق عديدة مثلما يحدث في التنشئة الاجتماعية في المجتمع الحقيقي².

ويعتبر ما قدمه راينفولد Raifold ' نقطة ابتداء مهمة لدراسة المجتمعات الافتراضية من الناحية الاجتماعية والتي عرفها بأنها تجمعات اجتماعية تنشأ من شبكة الانترنت حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشاتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري³ Cyberspace.

¹ Marcel danesi, dictionery of media and communication library of congress cataloging USA,2009,p30.serge p roulx

² علي محمد رحمة، علم الاجتماع الالي، دار المعرفة، الكويت، 208، ص65

³ Les communauté virtuelles ,construisent,ells du bien spcial ?colloque international : l'organisation medix,dispositifs mèdistiques,sèmistiques et des mèdistions de l'organisation ,université jean moulin,lyon 2004

يركز هذا التعريف على المقومين الاجتماعي والتكنولوجي لهذه المجتمعات، ذلك أن هذه المجتمعات تنشأ أصلاً بفعل الدافع الاجتماعي (فهي تجمعات اجتماعية) في بيئة التكنولوجية (الانترنت) أي في ظروف تكنو - اجتماعية، بعدد كاف من المشاركين والأعضاء ويستمررون في تفاعلهم الاجتماعي رقمياً لوقت كان من الزمن، يكفل لهم بناء شبكات من العلاقات الشخصية والجماعية والاجتماعية المتبادلة في الفضاء الافتراضي.

أما كارازار Karasar فيعرف المجتمع الافتراضي بأنه مجموعة أشخاص اندمجوا في الاتصالات والتفاعلات عبر الانترنت في حلقات النقاش أو منتديات المحادثة الالكترونية، أما ولبر شرام W. Schramm فيرى أن المجتمع الافتراضي هو عملية تقاسم فضاء للاتصال مع أفراد لا نعرفهم، وغالباً ما يتم هذا في الوقت الحقيقي وهو عبارة عن انعكاس للمجتمع الواقعي، لكن لا يوجد فيه أناس فعليون واتصالات حقيقية كما في الواقع أي أنها افتراضية، وهو عبارة عن جمهور من كل أنحاء العالم، جالسون أمام شاشة الكمبيوتر أو يحملون هواتفهم الذكية أو أجهزة لوحية الكترونية من أجل التواصل مع بعضهم البعض).

وتعرف أيضاً المجتمعات الافتراضية على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينه ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.¹

أمام هذه التعريفات المتعددة للمجتمع الافتراضي نلاحظ أن كل منها اتخذ اتجاهها معيناً، فهناك من قام بإسقاطها على تعريف المجتمع الكلاسيكي وعناصره على هذا المفهوم الذي تتمثل أساساً في الجماعة، التفاعل والروابط والعلاقات الاجتماعية والمكان والزمان وغيرها، غير أن البعض من خلال تعريفه حصر تعريف المجتمع الافتراضي وما يقوده إلى تكوينه أو تشكله في عدد من الاستخدامات

¹ بسبوني ابراهيم حمادة نخرية الاعلام الالكتروني الدولي وسيادة الدولة، لاكراسات التنمية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، القاهرة مصر 2001، ص34-53،

الأساسية مثل غرف الدردشة والحوار وغيرها، في حين أن المجتمع الافتراضي ومع التطور المتسارع الذي تشهده الانترنت أصبح له العديد من الأسس التي يتجسد من خلالها مثل مواقع التواصل الاجتماعي التي طبعاً نجحت من خلال خدماتها في محاكاة المجتمع الطبيعي والتأسيس لمفهوم المجتمع الافتراضي بشكل واضح وواقعي أكثر، وذلك من خلال العلاقات الاجتماعية الافتراضية والهويات الافتراضية والتفاعل الافتراضي والروابط والعلاقات التي تجمع بين المستخدمين.

إن هذا المجتمع الافتراضي لم يكن ليظهر فجأة ولكن حدث نتيجة عدد من العوامل التي مهدت لظهوره أهمها الانترنت وتشكل الفضاء الرمزي، ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم تكتمل صورته بعد، ذلك لأنه مرتبط بتكنولوجيا الاتصال وبمجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع أخذ في التشكل وأخذ بالتطور بصورة سريعة جدا حيث لا أحد يستطيع التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل، وذلك لعدة اعتبارات منها:

— سرعة التغيرات التي تطرأ على هذا المجتمع، وارتباط تحولاته بصناعة البرمجيات التي تتطور في عالمنا بشكل ملحوظ. — كثرة المتفاعلين في السياق الافتراضي، إذ أن هذه التفاعلات بدأت على المستوى النخبوي والآن يتعامل معها كل من يجيد أساسيات التعامل مع الكمبيوتر أو كل من يملك هاتفا ذكيا أو جهازا لوحيا متصل بشبكة الانترنت.

— تفاوت أعمار المترددين على تفاعلات المجتمع الافتراضي، إذ أنه لا يرتبط بشريحة عمرية واحدة فجميع الأعمار منذ الطفولة حتى الشيخوخة تتفاعل في هذا السياق.

— تعدد الصور التي يتواصل بها الأفراد في التفاعلات الافتراضية ما بين غرف محادثات، مجموعات وقوائم بريدية ومنتديات ومدونات وغيرها من طرق التفاعل.

لقد تجسدت المجتمعات الافتراضية وتنوعت بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع ظهور الجيل الثاني للويب وتنوع مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وتعدد خدماتها وأصبحت هذه المجتمعات وسيلة

مهمة جدا للأشخاص حتى يتفاعلوا مع بعضهم البعض في الوقت الذي ظل فيه موضوع وجود المجتمعات الافتراضية أو عدمه محل نقاش، ففي حين يرى المؤيدون لوجود المجتمع الافتراضي أن عدم الموافقة على وجود مجتمع افتراضي هي مسألة ذات صلة فقط بمن لم يختبروا هذا المجتمع، حيث ومع الاندماج الكبير للتكنولوجيا في الحياة اليومية العملية والاجتماعية للأشخاص ستصبح المجتمعات الافتراضية الوسيلة الأمثل التي يتصل بها الأفراد مع بعضهم البعض .

إنه من الواضح أن مثل هذا المفهوم للمجتمع الجديد المجتمع الافتراضي الذي تشكل فيه الانترنت بيئة التفاعل والمواقع الاجتماعية بيئة تواصل أصبح ينبئ بتفاعلات و تعاملات جديدة تميزها طبيعة التواصل في حد ذاته، الأمر الذي أنتج العديد من المفاهيم الجديدة سواء فيما يتعلق بالاتصال والتفاعل أو حتى الهويات والمشاعر وطبيعة العلاقات الاجتماعية في حد ذاتها.

وأهم ما يميز هذه المجتمعات الافتراضية أنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في أحد أنماطها، فالمدينة الافتراضية على حد قول ألبرتا روبرت Alberta Ropert وميشيل جينكسون Michael Jenkinson مدينة لا تنام فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل، ولا غرابة في ذلك فقد أصبحت الانترنت بشكل عام جزء من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالانترنت على وجه خاص، وذلك ما دعا ماريا باكردييفا Maria Bakardjieva إلى أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة¹.

ومن بين الخصائص الأساسية للمجتمعات الافتراضية أن الأفراد ينتظمون دون علاقة محددة وترابطهم بمكان وزمان معين². الاتصال والتفاعل: ما يميز المجتمعات الافتراضية هو طبيعة التفاعل الذي يكون

¹ وليد رشا ركي المجتمع الافتراضي نحو مقارنة للمفهوم: <http://digital.ahram.org.eg/article.aspx?serial:96350&seid=897>

² AGM Jan, Dijk vaan, the reality of virtual communities ,Utrecht,online university 2011,p55

من خلال الاتصال الوسيطي، ويرى علماء الاجتماع الفيبري Weberians أن هذه الوسائط أداة فاعلة في دعم العقلانية

Rationalism والتي برأيهم هي السبب الرئيس في التغيير الاجتماعي في المجتمعات الرأسمالية الغربية، إذ تعمل هذه الوسائط برأيهم على تخفيف القيود التي يفرضها الزمان والمكان على الأطراف المتصلة حين تتواصل فيما بينها وتختصر الكثير من جهودهم وعنائهم، ورغم هذه الرؤية الإيجابية لهذا النوع من الاتصال فإن التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني الوسيطي وانتشاره في مناحي الحياة كافة بشكل غير مسبوق، كان قد دفع العديد من الباحثين الاجتماعيين إلى إيلاء هذه الوسائط مزيداً من الاهتمام، ودعاهم إلى إعادة النظر في فهمهم لأبعادها الاجتماعية وتأثيراتها في الاتصال الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية (.

— التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية: على الرغم من أن التعبير على المشاعر عادة يكون بالعديد من الميكانيزمات غير اللغوية مثل الضحك، الابتسام، تعابير الوجه وغيرها، يكون هذا التعبير في المجتمعات الافتراضية من خلال الرسائل النصية التي قد تكون أحياناً متبوعة بما يعرف بالاييموتيكونات Emoticons أو سمايلز Smilies.

— الأعضاء لديهم غرض مشترك : مصلحة واهتمام واحتياج أو نشاط بسبب الانتماء للمجتمع المعني ومن بين خصائص المجتمعات الافتراضية أن يكون لديها على الأقل نشاط واحد محدد.

— وجود المعلومات وتوفرها للجميع: والدعم والخدمات بين الأعضاء أمر مهم في حركة المجتمع.

— إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة.

إضافة إلى ذلك فقد كان هناك اتفاق بين الباحثين بشأن نقاط أخرى تكثف وتؤثر في التفاعلات على الخط، منها¹:

" وجود دليل على أن المشتركين الأعضاء لديهم أدوار مختلفة .

_ الوعي بحدود العضوية وهوية الجماعة.

_ المعايير المبدئية للاشتراك في المجتمع المعني.

_ تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة من الزمن.

_ الأحداث الملحوظة والطقوس التي يمارسها الأعضاء.

_ البيئات الطبيعية المشتركة.

إنه رغم محاكاة المجتمع الافتراضي بشكل كبير للمجتمع الحقيقي إلا أن هناك العديد من الفوارق التي يمكن من خلالها التمييز بينهما:

من أهم صفات المجتمع الحقيقي أنه مجتمع يدوم لفترة طويلة في حين أن المجتمع الافتراضي مهدد بالزوال في أي لحظة مع مجرد انقطاع الاتصال بالإنترنت أو حتى انقطاع الكهرباء.

• التقارب الجغرافي في المجتمع الحقيقي، يقابله غياب المكان في المجتمع الافتراضي.

• يتميز المجتمع الافتراضي بالعالمية والكونية، في حين يعتبر المجتمع الحقيقي محلياً، ومن جانب آخر نجد أن الأشخاص في المجتمعات الافتراضية غالباً ما تجمعهم مصالح مشتركة عكس المجتمع الحقيقي فقد تربطهم اهتمامات مشتركة أو لا.

• الاتصال في المجتمع الحقيقي يكون مواجهي أما في المجتمع الافتراضي فهو اتصال وسيطي.

¹ حلمي خضر ساري نتائج الاتصال عبد الانترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري مجلة جامعة دمشق، المجلد رقم 24 نالعد الاول والثاني، 2012، نص3033

• يمكننا القول بأن المجتمع الحقيقي ندرك الواقع فيه من خلال حواسنا الخمس، في حين ندرك المجتمع الافتراضي من خلال مجموعة من الأفكار والمفاهيم والآراء وغيرها ..

كما يتميز التفاعل في المجتمع الواقعي الحقيقي بعدد من الصفات إلى جانب الاتصال المواجهي مثل الرموز غير اللفظية والتعبير عن المشاعر مثل الضحك والقلق والاضطراب وتعبير الوجه إلى جانب لغة الجسد وغيرها، في حين نجدها في المجتمع الافتراضي تحولت إلى مجموعة من الرموز التي يطلق عليها إيموتيكونات Emoticons يعتمد عليها المتفاعلين لتوصيل طبيعة مشاعرهم للطرف الآخر المتفاعلين معه بفعل التكنولوجيا¹ يمكن القول أن المجتمع الافتراضي حقق ما لم يحققه المجتمع الحقيقي، بما توفره التكنولوجيا الحديثة من تقنيات وخدمات عالية المستوى، فهو مجتمع على الخط، يتفاعل في بيئة الكترونية افتراضية ويشترك أعضاؤه في الكثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة الاجتماعية المشتركة، وقد يكون هناك حضور طبيعي شخصي خلف الأجهزة أو لا يكون ذلك أي مجرد حضور افتراضي - برامجي وذلك في أوقات معينة، فالبيئة البرمجية للتفاعل تتقاسم أنماطا متنوعة للتفاعل وأحجاما صغيرة أو كبيرة من المشاركين وفترات زمنية غير مقيدة، كل ذلك يتيح الفضاء الافتراضي بدلا من الفضاء الحقيقي، فتتفاعل جماعات النقاش والحوار ويحدث التالف وتنمو المصالح الشخصية الاجتماعية والاهتمامات النفسية والثقافية والسياسية والاقتصادية والأدبية المشتركة إلى جانب كون المجتمعات الافتراضية هي عمليا جماعات التبادل المعلومات والاتصال التقني المفيد معرفيا واجتماعيا، والذي بدوره يكتسب نوعا من العادات والتقاليد واللوائح الاجتماعية المشتركة من الجماعة أو المجتمع الافتراضي المعني .

بالطبع قد يجادل البعض - من جانب آخر في أن المجتمع الافتراضي لا ولن يكون بديلا فعليا للمجتمع الحقيقي، فالحاجات الفيزيولوجية الفطرية وغير الفطرية لن يجرى إشباعها من خلال المجتمع الافتراضي، كحاجة الفرد للغذاء والنساء والتناسل والصراع أيضا، صحيح أن المجتمع الافتراضي

¹ علي محمد رحومة مرجع سابق ص 74

سيساهم بشكل كبير في توفير هذه الحاجات من الناحية اللوجستية، لكن ذلك لن يغني عن تحرك الأفراد لنقل تلك الحاجات أو لتصنيعها أو للقاء تحت سقف واحد والعيش معا لفترة طويلة لإنجاب الأطفال وتربيتهم...، لذلك فإن المجتمع الافتراضي لن يكون بديلا بقدر ما سيكون موازيا للمجتمع الحقيقي.

من خلال ما سبق نوضح من خلال الجدول التالي أهم الفروق بين المجتمعين الطبيعي والافتراضي

الجدول رقم (01) يوضح بعض الفروق بين المجتمع الحقيقي والمجتمع الافتراضي:

العلاقات	الاتصال	الادراك	المحلية/العالمية	المكان	البقاء	
حقيقية	مواجهي	من خلال الحواس الخمس	المحلية	محصور بمجال جغرافي	دائم	المجتمع الطبيعي
افتراضية	وسيطي	من خلال الأفكار، الآراء، المفاهيم ...	العالمية / الكونية	غير محصور بمجال جغرافي	مهدد بالزوال	المجتمع الافتراضي

(المصدر : إعداد الباحثة حاج محمد كريمة)

تقدم الدراسة العلمية للعلاقات الافتراضية تفسيراً لفهم نتائج التقنية الإلكترونية على التفاعل الاجتماعي، على الرغم من أن ما يواجه هذا النوع من العلاقات من صعوبات في دراستها قد لا تتوافر في دراسة العلاقات الاجتماعية الحقيقية أو العادية ذات التواصل المباشر - فهذه العلاقات الكونية الجديدة وليدة التقدم في وسائل الاتصالات وفي التكنولوجيا قد اتخذت هذه التجمعات من الانترنت آلية للتواصل والتفاعل وذلك بعدة مستويات وأبعاد منها البريد الإلكتروني، خدمة النقاش، صفحات الويب، مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، وأن هذه التجمعات تفتقد إلى الإطار المكاني وهذه التجمعات يجمع بين أفرادها فضاء مشترك لا يعتمد بالأساس على المشاركة الفيزيائية الحيوية¹

Chicago, 2004, p53¹

ومع تطور خدمات مواقع التواصل الاجتماعي تأسست بشكل واضح علاقات اجتماعية افتراضية، وساهم التزايد الكبير في استخدام تلك المواقع في انتشارها ليصبح لها دور مهم في المجتمع الافتراضي، حيث يقوم الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بإقامة روابط وعلاقات اجتماعية فيما بينهم، ويتجمعون في جماعات مختلفة، كل واحدة لها اهتماماتها الخاصة ومميزاتها، وتتميز هذه العلاقات بديناميكية من حيث تغير عدد أعضائها وطريقة تكوينها أو تبددها، وهي تقريبا تشبه العلاقات الحقيقية في حياتنا الواقعية إلى حد بعيد فهناك عدة خصائص ومميزات مشتركة بينهما. إن إطلالة الفرد على الواقع الافتراضي في هذه الوضعية لا تتم إلا عبر معدات إلكترونية تتلاعب بالأبعاد الفيزيائية والاجتماعية للواقع الحقيقي، هذا الفرد الذي تخلص من الإكراهات الأنثروبولوجية للفضاء في بعده المادي، يصبح في علاقة تبعية للمعدات الاتصالية في تمثله للواقع، إلى درجة أن أقل الأعطال التي قد تصيب هذه الأجهزة وتمنعها بالتالي من أداء وظائفها قد تمثل كارثة وجودية بالنسبة له).

لقد نجحت مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع أن تجسد بشكل واضح معايير المجتمع الافتراضي الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه المواقع، حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول بأن نمط العلاقات الاجتماعية على الإنترنت أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم حول الاهتمامات والنشاطات المشتركة في ظل عالم افتراضي أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهوايات وتأسيس الصداقات والعلاقات الجديدة وتعزيز تلك المكونة أصلا في الواقع الحقيقي، وممارسة الألعاب والتسلية والتشارك بالأفكار والحوار¹

¹ الصادق رابح، التكنولوجيا الاتصالية الحديثة واشكالها الروابط الاجتماعية، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 99، الشارقة، الامارات العربية المتحدة

وأيضاً المجتمع الحقيقي الذي يتكون من أفراد وجماعات وعلاقات واقعية حقيقية نجحت هي الأخرى من خلال دخولها إلى مواقع التواصل الاجتماعي أن تخلق أنماطاً تواصلية جديدة، وبالتالي أوجدت نمطاً جديداً للعلاقات الاجتماعية، فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالاً وسيطياً، وأصبح التفاعل افتراضياً تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملأه الهويات الإلكترونية الافتراضية، وتحول الأفراد في المجتمع الحقيقي الذين بدأوا ينسحبون إلى مواقع التواصل الاجتماعي إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون افتراضياً وينتمون لجماعات افتراضية ويكونون علاقات افتراضية ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو العالم الافتراضي ففي الوقت الذي يتكون المجتمع الحقيقي من أفراد وجماعات تتفاعل فيما بينها مكونة علاقات اجتماعية حقيقية، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح عدداً من المعايير والقواعد التي تسهل هذا التفاعل والتواصل وتردع في الوقت ذاته أي تجاوزات، كالتعدي على الآخرين بالسب أو مضايقة شخص ما أو الإساءة لديانة، هذه التفاعلات الواقعية انتقلت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إلى العالم الافتراضي مجسدة بذلك خصائص المجتمع الافتراضي من حيث التفاعل، طبيعة الاتصال، حدود الزمان والمكان ..، ليصبح الفرد يعيش من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في مجتمع آخر مواز للمجتمع الحقيقي، حيث ساهمت هذه الأخيرة بشكل كبير في الانتشار الواسع لهذا الوجود والاستخدام للمواقع التواصل الاجتماعي مما انعكس على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية .

8- التكامل بين العلاقات الاجتماعية والعلاقات الافتراضية:

عندما يبحر مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الفضاء الإلكتروني بحثاً عن معلومات من مصادر متنوعة وعن علاقات من أنماط مختلفة، فإنه ليس مفصلاً تماماً عن عوالمه المادية كما يبدو للبعض، فإذا كانت الشاشة باعتبارها وسيطاً تقنياً، تحيل في أذهاننا على معنى الإخفاء واسقاط إمكانية

التفاعل المباشر فإنها تتيح لنا إمكانية استثمار مساحة حميمة تكون أدواتنا في توصيل المعلومات التي نرى أنها مهمة وقيمة¹

هذه المساحة الحميمة وإن كنا نعتمد فيها على الوجود الافتراضي، فإنها كثيرا ما تتحول إلى علاقات رغم طبيعتها الافتراضية، إلا أنها ذات قوة كبيرة وأهمية كبيرة في حياة العديد من الأشخاص الذين لم يعد بإمكانهم الحياة بعيدا عن الأجهزة المتصلة بالإنترنت.

لقد أدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلى رأسها شبكة الانترنت وخاصة ما توفره من مواقع للتواصل الاجتماعي إلى تغيير جذري في كيفية تشكل النسيج الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية، كما تغيرت المعايير التي تقاس على أساسها متانة هذه العلاقات وإمكانية استمرارها، فبعد أن كان في الماضي البعد الجغرافي يلعب دورا كبيرا في تكوين الفرد لعلاقاته، أي أن التقارب الجغرافي والاحتكاك اليومي في مختلف الأماكن السوق، المدرسة، أماكن العمل... هو الذي تكون على أساسه هذه الروابط الاجتماعية فقد أصبح الأمر مع التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصال والانترنت مختلفا تماما، فيمكن لأي شخص أن يتعارف مع أفراد من مختلف أنحاء العالم ويكون معهم علاقة، حتى وإن كان بعيدا عنهم جغرافيا وحتى وإن لم يلتق معهم أبدا وجها لوجه. ورغم هذا التبدل في نمط العلاقات الاجتماعية وكيفية تشكلها يبقى الكثير من الكتاب والمختصين والباحثين يرون أن هذا النمط الجديد من الروابط والعلاقات الاجتماعية ما هو إلا امتداد للروابط والعلاقات الحقيقية القائمة ، أي أنها تخضع تقريبا لنفس المعايير.

ويمكننا أن نفرق بين العلاقات الاجتماعية الافتراضية والعلاقات الاجتماعية الحقيقية من خلال بعدين أساسيين البعد الأول القرب الوظيفي والبعد الثاني الاتصال والتفاعل² : البعد الأول: القرب

1 الصادق رايح نفس المرجع السابق ص 25

2 محمد حسن نولي، بثورة المعلومات والعلاقات الاجتماعية، الجمعية السعودية لعلوم العمران، جامعة الملك سعود، الرياض، 2003، ص 56

الوظيفي: جدلية العلاقة الإنسان والمكان: أهمية القرب البداية الاحتكاك والاتصال الاجتماعي - في عصر الانترنت القرب وهمي ولا يتم من خلال الفراغ المكاني - المكان افتراضي بدلا من المكان الحقيقي : البعد الثاني: الاتصال والتفاعل: جدلية العلاقة الإنسان والزمان: تعتمد الاتصالات التقليدية على الاتصال المباشر - الحضور يتم من خلال زمن محدد وفي مكان محدد- الحضور في الانترنت غير متزامن وعن بعد بدلا من الحضور المتزامن، فالتفاعل يكون في أي مكان وفي أي وقت.

9-العلاقات الاجتماعية الافتراضية ومستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية:

أبدى الدارسون المهتمون باستخدامات الانترنت تخوفاتهم من إمكانية تأثر نمط العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بفعل ظهور هذه الطرق والقنوات الحديثة للاتصال التي قلبت التواصل والتفاعل في المجتمع رأسا على عقب، بعد أن جعلت الحضور الفيزيائي أو الحضور الاجتماعي والتقارب الجغرافي والتوافق الزمني والتماثل الثقافي أمورا لا يشترط توفرها لإقامة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، فأصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيرى جديد يمكنهم من التواصل مع الآخرين¹.

ومع تزايد الاعتماد على هذه الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر سلبا على نمط العلاقات الاجتماعية الحقيقية مما يؤدي إلى تراجعها أو تلاشيها في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها، ففي دراسة على 895 مفردة من مستخدمي الانترنت توصل

American Life Project و Pew Research Center's Internet إلى أن 85% يعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما سيقومون بحياتهم بصورة عامة صداقاتهم وعلاقتهم الزوجية وغيرها من العلاقات سيجدون أن الانترنت كان لها قوة إيجابية على علاقتهم الاجتماعية، في

1 يامين بودهان، تحولات الاعلام المعاصر، دار اليازوري، عمان، الاردن، 2012ص54

حين يرى 14% عكس ذلك، ويعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما ينظرون إلى صداقاتهم وعلاقتهم الزوجية وغيرها من العلاقات سيجدون أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها قوة سلبية على علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية .

أمام هذه التصورات ظهر اتجاهين أساسيين متعلقين برؤية مستقبل نمط العلاقات الاجتماعية عموماً في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: الاتجاه الأول: التواصل عبر المواقع الاجتماعية يدعم العلاقات الاجتماعية:

كتب باري Barry عام 2010 بأن المجتمع الافتراضي كشبكة من العلاقات الشخصية تقدم المؤانسة والدعم، المعلومات، الشعور بالانتماء والهوية الاجتماعية، ويقول كل من ويلمان Wellman " وجوليا Gulia" أن الانترنت تدعم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مجموعة متنوعة من الخدمات مثل التعليقات والرسائل، الدردشة وغيرها من الخدمات، واستطاعت المجتمعات الافتراضية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن توفر العديد من الفرص للأشخاص المشاركة حياتهم الخاصة مع الآخرين في نموذج آخر ومجتمع آخر هو المجتمع الافتراضي¹ وقد أشار العديد من المستخدمين الذين يعتبرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل قوة إيجابية في علاقاتهم بأنها سمحت لهم بإنشاء العديد من العلاقات سواء كانت قوية أو ضعيفة حيث لم يعد البعد الجغرافي يمثل عائقاً أمام الحفاظ على هذه العلاقات وتقويتها.

ويؤكد العديد ممن يدعمون هذا الاتجاه أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في دعم العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها ومثال ذلك الدور الذي يلعبه موقع Facebook في حياة المستخدمين، حيث يرى العديد من مستخدميهم بأنه قد ساهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية

1 علي محمد رحومة مرجع سابق ص74

القديمة وهو الهدف من الموقع منذ بداية إنشائه، حيث سمحت لهم بأن يبقوا على تواصل مع الأصدقاء في أوقات فراغهم حتى في الوقت الذي يجلس فيه في المكتب أو ينتظر القطار¹ ويعتقد أن المستخدمين الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عن طريق المواقع الاجتماعية أكثر مما يتيح لهم الواقع هم الأكثر قدرة على بناء علاقات اجتماعية مقربة من خلال هذه المواقع، ويمكن تحديد نوعين من هؤلاء المستخدمين الذين لا يستطيعون تحقيق ذواتهم واكتشافها إلا عن طريق الانترنت، النوع الأول: هم الأشخاص الذين يحسون بقلق اجتماعي من خلال تواصلهم وجها لوجه، والنوع الثاني: هم الأشخاص الذي يشعرون بالوحدة، هؤلاء الأشخاص بإمكانهم تطوير علاقاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة كبيرة ويمكن لهذه العلاقات أن تتحول علاقات اجتماعية حقيقية يكون التفاعل فيها وجها لوجه، ويرى جون تومبسون John Thompson أن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال لم يبلغ التفاعل المباشر وجها لوجه وإنما جاء ليكملة ويتمه² . الاتجاه الثاني: التواصل عبر المواقع الاجتماعية يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية:

المواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات الاجتماعية الحقيقية بين الأفراد في المجتمع، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الإنترنت بطريقة لافتة، بما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي، خاصة في ظل انتشار أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة³ .

ويرى ويلمان wellman " أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يتدخل في الكثير من الأحيان في التفاعل داخل المنزل، وخلق ما يعرف بما بعد الأسرة، عندما يصبح أفراد الأسرة يتفاعلون

¹ Kathin y.A Mackenna relationship formation on the internet :what's the big attraction journal of social issues rol 58,2002,pp09-31

² C kinelly suran, problems and promises in the study of virtual community university of enryhanix ,USA ,www.isac.org/inet2000/cdproceedings/http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=779

³ ابراهيم اسماعيل عبيدة، العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة ناسباب للبحوث والدراسات والاعلام

مع الانترنت بدلا من تفاعلهم مع بعضهم البعض¹. . فمواقع التواصل الاجتماعي هو وجه من تأثير السلبي على التفاعل داخل الأسرة، حيث يرى البعض حسب ما كشفت عنه دراسة أجراها كل من American Life Project & Pew Research Center's Internet بأن الوقت الذي يقضونه في استخدام الانترنت يسرق الكثير من الوقت الذي يفترض أنه مخصص للتواصل وجها لوجه، والانترنت في العادة تعزز علاقات غير قوية، هذا إلى جانب أن الدخول إلى الانترنت يعرض المعلومات الشخصية إلى الخطر وعليه، فمن خلال هذين الاتجاهين يمكننا الوصول إلى اتجاه وسط يدعم التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المجتمع الافتراضي الذي تتيحه، ولكن على أن يدرك المستخدم طبيعة الاستخدام الأمثل فيحافظ على التفاعل وجها لوجه مع محاولة دعمه وتطويره من خلال هذه المواقع بدلا من الانسحاب الكلي من الواقع مما يشكل مخاطر كبيرة على منظومة وعلى نمط العلاقات الاجتماعية.

وبإمكاننا أن نجعل من السلبيات التي تحملها مواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات يغتنمها المستخدم الخدمة ودعم قيمه وآرائه واتجاهاته من خلال مثلا التوعية المكثفة بكيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، وعدم ترك المستخدمين يواجهونها لوحدهم، وأيضا تشجيع توظيف الجلسات العائلية على الحوار، إبداء الرأي والتعليق على ما يتداول ضمن مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ <http://www.asbar.com/ar/contents.aspx,c779>

خلاصة الفصل:

تشابه المجتمعات الواقعية مع المجتمعات الافتراضية أو الرقمية في وجود الافراد و التفاعل بينهم إلا أنه في المجتمعات الافتراضية يغيب عنصر المكان و المواجهة فهذه المواقع قلصت العالم إلى نقطة تقاطع وهي الزمن ومن أهم خصائص هذه المجتمعات الافتراضية الاتصال و التفاعل، وشملت على عدة أنواع كان من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذا الاستخدام خلق كثير من المشاكل على مستخدميها خاصت فئة المراهقين و الشباب بسبب ما تتميز به المرحلتان من تغيرات جسمية ونفسية و فكرية تؤثر عليهم مما يجعلهم يحاولون التخلص من عوائق المجتمع وقيود الاسرة، فتكون لديهم نتيجة الاستخدام المفرط لمختلف المواقع الافتراضية قيم وسلوكيات دخيلة عليهم تؤثر في طريقة تفكيرهم و تواصلهم مع الآخرين في كثير من الأحيان.

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث:

إجراءات الدراسة التطبيقية

تمهيد:

في هذا الفصل سوف نتطرق إلى كل المعلومات الخاصة بالجانب الميداني للدراسة من خلال مجتمع البحث، العينة، حدود ومجال الدراسة، والجداول الإحصائية والنتائج.

المبحث الأول : المحددات المنهجية

1-مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

قبل التطرق إلى العديد لا بد من أن نشير إلى المجتمع الأصلي للبحث، حيث أن هذا المجتمع يتألف من الشباب التي يتراوح أعمارهم من (18 إلى 30 سنة) وما فوق بولاية تلمسان، أما فيما يخص عينة الدراسة الأساسية تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة المحددة تقدر ب 350 مفردة والتي تم تشكيلها بصفة قصدية ووزعت 350 استمارة على عينة من الشباب في ولاية تلمسان، واسترجع منها حوالي 280 استمارة جزء منها نشر عبر منصة مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) على شكل استمارة رقمية وجزء الآخر على شكل استمارات منسوخة وتم استرجاع 244 استمارة من مجموع الاستمارات، الجزء الأكبر منها استرجع من منصة التواصل الاجتماعي الفايسبوك وهذا راجع إلى جائحة كورونا (كوفيد19) الذي عرقل عملية استرجاع الاستمارات المنسوخة، زيادتا على ذلك عدم اكتمال الإجابات على الأسئلة ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجمع المفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظرا لاقتصار عينتنا على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للشباب في ولاية تلمسان حسب السن (18-30 سنة فما فوق) وحسب الحالة الاجتماعية للشباب طلاب الجامعات- شباب البطالين- شباب الموظفين أو العاملين، وبناء على ذلك اعتمدنا على العينة غير الاحتمالية التي يتم اختيار مفرداتها بطريقة عشوائية بأنها أكثر انتشارا في الأبحاث التطبيقية لقلة تكاليفها وسهولة إجراءاتها فضلا عن قلة الأخطاء التي تقع في اختيار مفرداتها، ويتم اختيار هذه العينة في إطار يحتوي على مفردات مجتمع البحث و تعتمد هذه الطريقة في تحديد مسافة متساوية بين مفردات الإطار¹.

حيث أن المبدأ الذي تقوم عليه العينة المنظمة يتمثل في اختبار مفرداتها من مسافات مجموعات موزعة بكيفية متساوية على المجتمع الأصلي، وهذا قصد نشر هذا الاختبار على كامل هذا المجتمع للحيلولة دون ترك

¹ عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الديوان للمطبوعات الجامعية الجزائر، ص276.

فجوات غير مغطاة في هذه العملية، خاصة و أن هذا النوع من العينات يستخدم في المجتمعات غير المتجانسة و بالتالي تمثل العينة لجميع الاختلافات¹.

2- أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث في البحث أداة واحدة وهي الاستمارة (الاستبيان). ولتصميم الاستبيان يتم المرور على عدة خطوات ومراحل عدة تبدأ بتحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها ثم تحديد نوع الاستمارة في صورتها الأولية ووضع أسئلة في أشكالها المختارة، ثم اختيار الاستمارات في صورتها الأولية، فالمرحلة الأخيرة وهي إعداد الاستمارة في صورتها النهائية وقد شملت الاستمارة المعتمدة لهذا العرض على أسئلة حول البيانات الشخصية للمبحوثين وعلى ثلاثة محاور أخرى كل محور يضم عدة أسئلة حول الموضوع المقترح.

تحكيم الاستمارة:

بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة الاستبيان في صورتها النهائية عرضت بعد ذلك على الأستاذ المشرف ثم على أساتذة علم الاجتماع لمعرفة مدى صلاحية الاستمارة على إشكالية الدراسة المطروحة وبعد وضع التصحيح الذي يشمل الإضافة أو الحذف أو التوجيه وغيرها سيتم تصميمها في صورتها الأخيرة بالإضافة إلى:

الملاحظة البسيطة:

وهي وسيلة يستخدمها الانسان العادي في اكتسابه لخبراته و معلوماته، حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمعه، ولكن الباحث حيث يلاحظ فإنه يتبع منهجا معيناً يجعل من ملاحظاته أساساً لمعرفة واعية أو فهم دقيق لظاهرة معينة و يمكن تصنيف الملاحظة أيضاً إلى ملاحظة مقصودة و ملاحظة غير مقصودة².

¹ طه عبد العاطي نجم، منهج البحث العلمي، دار علمة للنشر والتوزيع الإسكندرية، ص240.

² معنى خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص235.

3- حدود ومجال الدراسة:

(1) الإطار الزمني:

تم العمل على الإطار النظري للدراسة في نهاية السنة الدراسية 2016-2017، وبناء الإشكالية بالتزامن مع الإطار النظري واستطلاع الميدان ثم بعد تثبيت الجانب النظري بعدما اتضحت الرؤية حول الجانب التطبيقي، حيث تم تحديد نموذج الاستمارة وعرضها على بعض الأساتذة ليتم عرضها على المبحوثين. لقد تمت الدراسة الميدانية حوالي ثلاثة سنوات التي تم فيها جمع الاستمارات وتفرغ البيانات واستنتاج النتائج وتحليلها وذلك على بعض الشباب من ولاية تلمسان.

(2) الإطار البشري:

تمثلت في مجموعة من الشباب من ولاية تلمسان التي تراوحت أعمارهم ما بين (18 سنة-30 سنة) (30 سنة فما فوق) وقدرت نسبتهم بـ: 244 شاب وشابة.

(3) الإطار المكاني:

تم إجراء البحث على بعض الشباب في ولاية تلمسان.

المبحث الثاني : معالجة المعطيات و تحليلها

1-أساليب المعالجة الإحصائية والجداول الإحصائية:

يمثل بناء الجداول الإحصائية أهم الأدوات و الوسائل التحليلية حيث يبنى وفق سلاسل زمنية وعلى حقائق و دلالات رقمية وتستند إلى تحليل الأرقام القياسية و تعكس حقائق موثوقة و مرسخة للعلم تدعم تقنيات التحليل و دقة المنهج خاصة و أنه يراعي في بناء الجداول الإحصائية وضوح و دقة المتضمنات في إطار تسلسل هذه الجداول في البحث ليأخذ كل جدول رقم و مسمى أو عنوان يدل على المحتوى و متضمنات واضحة وفق السلاسل الزمنية و لتوثيق و ترسيخ مصداقية ثم تحليل الجدول لإيضاح أهم التطورات وفق الدلالات الرقمية، و إيضاح النتائج ووضع رؤى مستقبلية خاصة و أن الأرقام تضل صماء بدون تحليل¹.

¹ حمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي وتحليل أكاديمي لكتابة الرسائل والبحوث العلمية، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص198. معنى خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص235.

2-تعريف أساليب المعالجة الإحصائية الوصفية:

وهي تتكون من مجموعة لها ثلاث فئات من الأساليب الإحصائية هي.
التكرار والجداول المتقاطعة وقياس النزعة المركزية وتندرج تحت أساليب، وتندرج تحت أساليب قياس النزعة المركزية.

الوسط الاحيائي، الوسيط و المنوال بينما يندرج تحت مقاييس التشتت و الانحراف المعياري و التباين¹، واستخدامنا في مذكرتنا هذه الجداول الإحصائية و التكرارات و النسب المئوية.

3- تعريف الجداول الإحصائية:

تعتبر هذه الطريقة من أكثر الوسائل شيوعا لعرض البيانات وذلك نظرا لسهولة من ناحية و قدرتها على استيعاب كم كبير من البيانات بعد اختزالها بصورة كمية من ناحية أخرى بالإضافة إلى ذلك فإن استعمال الجداول لعرض البيانات يسهل من عملية تحليلها ويساعد الباحث في استخلاص بعض النتائج الأولية من خلال القيم الرقمية للمتغيرات².

التكرارات:

و تساوي التكرار في 100 قسمة عدد أفراد العينة أي ن.م=ك.100/ع.

¹ محمد عبيدات، محمد أبو ناصر وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، دار وائل للنشر، كمان، 1999، ص117.

² ريجي معطف عليان، مرجع سابق، ص115.

4- عرض وتحليل الجداول:

لعرض وتحليل ومناقشة المعطيات الدراسة الميدانية استطعنا الحصول على مجموعة من البيانات في دراستنا، وذلك بالاعتماد على طريقة الملاحظة البسيطة و توزيع الاستمارات، وعليه سنحاول في هذا الجانب عرض وتحليل و مناقشة المعطيات الدراسة الميدانية وكذا التساؤلات و النتائج المتوصل إليها.

تحليل الجداول الإحصائية:

1-البيانات الشخصية:

الجدول (01)- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	84	%34
أنثى	160	%66
المجموع	244	%100

التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أعلى نسبة بلغت %66 عند فئة الإناث بينما أدنى نسبة بلغت %34 عند الذكور، وهذا يعكس أن فئة الإناث أكثر استخداما وتصفحاً لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب متغيرات السن.

السن	التكرار	النسبة %
(18-30 سنة)	180	%74
(30 سنة فما فوق)	64	%26
المجموع	244	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة بلغت %74 عند المبحوثين التي تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة، بينما أدنى نسبة بلغت %26 عند المبحوثين فوق 30 سنة، وهذا ما يوضح أن أغلبية المبحوثين كانوا من فئة (18 - 30 سنة).

جدول (3) توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
51%	124	شباب طلاب
36%	88	شباب بطالين
13%	32	شباب عاملين
100%	244	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 51% منهم شباب طلاب يزاولون دراستهم الجامعية، بينما يأتي بعدها شباب بطالون لم يحالفهم الحظ في الظفر بمنصب عمل بنسبة مئوية بلغت 13 %، بينما أدنى نسبة كانت للشباب العاملين بنسبة 13%، وهذا ما يدل على أن أغلب الباحثين هم من فئة الشباب الطلاب.

المحور الأول : أنماط و طبيعة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (04) مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الباحثين:

النسبة %	التكرار	الإجابة
2%	5	أقل من سنة
28%	68	من سنة إلى ثلاث سنوات
70%	171	أكثر من ثلاث سنوات
100%	244	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أغلب الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات، بنسبة 70 % . وهذا يثبت بشكل قاطع قدم مشاركة الباحثين لتلك المواقع، بينما نسبة 28 % منهم يستخدمونها من سنة إلى ثلاثة سنوات. وهذا راجع إلى ارتفاع عدد صفحات مستخدميها بسبب زيادة الوعي بأهمية ودور هذه المواقع، في حين نجد أدنى نسبة في الاستخدام كانت أقل من سنة بنسبة بلغت 2% فقط، وهذا يدل من خلال المعطيات للجدول أن مواقع التواصل

الاجتماعي أصبحت ضرورة ملحة، وهذا يرجع إلى التطور والانفتاح التكنولوجي المعاصر معتمدا من الحياة اليومية.

جدول (05) استخدام الحساب الشخصي للمبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	الإجابة
43%	104	إسمك الحقيقي
48%	116	اسم مستعار
10%	24	إسم أحد أقربك
100%	244	المجموع

يوضح الجدول أن أغلبية المبحوثين يستخدمون حسابهم الشخصي باسم مستعار بنسبة 48 %، يليها الاستخدام بالاسم الحقيقي بنسبة 43 %، بينما باسم أحد الأقارب بنسبة 10 %.

ويتضح من خلال بيانات الجدول والنسب المذكورة أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الأسماء المستعارة والمجهولة وذلك للتعبير عن آرائهم بكل حرية دون قيود، كون هذا المجتمع الافتراضي وسيلة للتعبير عن شخصيتهم والتحرر منها، كما أن المبحوثين يعيشون في منطقة محافظ حيث لا يتسبب لهم من الاستخدام في مشاكل مع أسرهم أو المجتمع الذي يعيشون فيه، كذلك يتقصدون شخصيات غير شخصيتهم وذلك لتخوفهم على معلوماتهم الشخصية والتطفل على حياتهم اليومية والخاصة.

جدول رقم (6) يمثل مدى بقاء المبحوثين لفترات متأخرة أثناء استخدامهم للمواقع الافتراضية.

النسبة %	التكرار	عند استخدامك لمختلف المواقع الافتراضية هل تبقى لفترات متأخرة من الليل
59%	144	نعم
21%	52	لا
20%	48	أحيانا
100%	244	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يستخدمون المواقع الافتراضية ساعات متأخرة من الليل بنسبة 59% تليها نسبة 21% لا يستخدمون هذه المواقع في ساعات متأخرة من الليل، وأخيرا نسبة 20% يستخدمونها أحيانا في فترة متأخرة من الليل.

ومن خلال المعطيات والنسب يتضح أن أغلبية مجتمع المبحث يستخدمون المواقع الافتراضية في ساعات متأخرة من الليل وهذا يعود لعدم التحكم في الوقت فالتواصل مع الأفراد والولوج عبر مختلف المجموعات التي تتواجد وتنشط في هذا الواقع الافتراضي فينسيهم الوقت ولا يحسون بمروره.

جدول رقم (7) نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي القيمي التي يتابعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الإجابة
49%	120	أخبار المجتمع
10%	24	الدين و العادات و التقاليد
7%	16	التربية و التعليم
8%	24	الأسرة و العناية المحبة
25%	60	أكثر من إجابة
100%	244	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية يتابعون الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي تخص أخبار المجتمع بنسبة 49% في حين نسبة 29% منهم يتابعون كل هذه الصفحات وهذا يدل على أن أغلب الباحثين يميلون أكثر إلى مواضيع الاثارة التي تتعلق بالخبر الاجتماعي لأنه دائما ما يثير موضوع للنقاش، أما متابعتهم لبقية الصفحات يرجع إلى أهمية الموضوع والصفحة لدى المستخدم، وإما متابعتهم بمحض الصدفة.

جدول رقم (8) الوقت المستغرق في تصفح الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا:

النسبة %	التكرار	الإجابة
13%	32	أقل من ساعة
20%	48	من ساعة إلى ثلاث ساعات
10%	24	أكثر من ثلاث ساعات
57%	140	لا يوجد وقت محدد
100%	244	المجموع

يوضح الجدول رقم (8) الفترة المستغرقة في استخدام المواقع الافتراضية يوميا توزعت على كامل فترات اليوم حيث بينت النتائج أن نسبة 57% يستخدمون المواقع الافتراضية بدون وقت محدد، وما بين ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 20% بنما أقل من ساعة بنسبة 13% في حين أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 10% وهذا ما يدل على أن هؤلاء الشباب لديهم متسع من الوقت و فراغ كبير لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف و متزايد مما يؤدي على أهميتها واستخداماتها المتنوعة في جميع المجالات من قبل الباحثين، ويرجع هذا لأسباب منها الرغبة الملحة للمستخدمين في فتح حسابه الشخصي و الاطلاع على التعليقات الجديدة و الأشخاص المتصلين بهم وبذلك يحقق إشباعا لحاجاته من الاستخدام.

جدول رقم (9) يمثل تصنيف المبحوثين للمواقع الافتراضية الأكثر استخداما من قبلهم:

النسبة %	التكرار	الإجابة
56%	136	الفيسبوك
2%	4	التويتير
18%	44	اليوتوب
21%	52	و الانستقرام
3%	8	أخرى(الواتساب)
100%	244	المجموع

يمثل الجدول المبحوثين للمواقع الافتراضية حسب استخدامهم لها، حيث نجد أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك بنسبة 56% بالدرجة الأولى وهذا يدل على قوة وشمولية لهذا موقع بإعتباره الأكثر شعبية و جماهيرية واستخداما و تفضيلا وذلك لنتشاره الواسع وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة في الوطن العربي خاصة مع ظهور ثورات الربيع العربي حيث أضحت فضاءا لنشاطات متعددة مثل البحث العلمي و تبادل المعلومات، التعارف، الصداقة، سهولة الاستخدام و توفر السرية إضافة إلى دوره التواصلية مع الأهل و الأصدقاء، في حين نجد في المرتبة الثانية الانستقرام من ناحية الاستخدام لدى المبحوثين بنسبة 21% حيث يعرف انتشار هذا التطبيق تطورا ملحوظا لما يوفره من نشر الصور و إمكانية الإعجاب و التعليق عليها إضافة إلى خاصية الدردشة، بينما يأتي استخدام اليوتوب بنسبة 18% وهذا يرجع إلى ما يوفره هذا الموقع مقاطع الفيديو و الأفلام المختلفة، في حين بلغت نسبة تويتير 2% في حين يحتل التويتير و الواتساب بنسبة ما بين 2 و3% لأن هذان الموقعين لازالا في بداية الانتشار مقارنة مع نسبة الفيسبوك إلا أنهما يحضيان بالإهتمام بعد معرفة ما يوفره هذين الموقعين من خدمات و مزايا.

جدول رقم (10) سبب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية:

النسبة %	التكرار	هل تستخدم مختلف المواقع الافتراضية من أجل؟
26%	64	التعرف على ثقافات جديدة.
5%	12	تكوين صداقات
11%	28	التسلية و الترفيه
28%	68	متابعة الاحداث الجارية
8%	20	الشعور بالوحدة في الواقع الاجتماعي الذي تعيش فيه
11%	28	ملاً وقت الفراغ و الهروب من الواقع المعاصر
10%	24	التواصل مع الآخرين
100%	244	المجموع

يوضح الجدول رقم (10) الأسباب التي تدفع بالمبحوثين الشباب لاستخدام المواقع الافتراضية، حيث نجد منها متابعة الاحداث الجارية بنسبة 28% بينما التعرف على ثقافات جديدة بنسبة 26%، في حين التسلية و الترفيه، و ملاً وقت الفراغ و الهروب من الواقع المعاصر تبلغ بنسبة 11%، بنما الشعور بالوحدة في الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه الشباب بنسبة 8%، أما نسبة التواصل مع الآخرين 10% بحيث أرجعوا استخدام المواقع الافتراضية رغبة في تكوين صداقات خاصة مع الجنس الآخر، و هذا ما يوافق نتيجة الجدول (6) السابق، أي أن معظم الشباب يفضلون إتباع الأخبار و المواقع التي تثير النقاش في المجتمع و تعبر عن اهتماماتهم و مشاغلهم فهذا التعدد و التباين في إجابات يوحى إلى اكتساب مهارات جديدة للشباب كذلك خلق ملاذ من الاستخدام للترفيه و التسلية و الهروب من الواقع المعاصر المأزم بمختلف الضغوطات الاجتماعية و القيمة التي تدور حول الشباب.

المحور الثاني: علاقة قيم الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي

_ التواصل الاجتماعي على القيم الشباب المبحوثين:

جدول رقم (11) نوع المعلومات والمعارف التي يكتسبها الشباب من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابة	التكرار	النسبة %
التاريخ و الذاكرة و التراث	36	15%
المواطنة	36	15%
الهجرة	04	2%
العمران و أسلوب المعيشة	24	10%
العائلة و الطفولة	12	5%
المدرسة و التربية	12	5%
الثقافة و اللغة و الهوية	72	30%
الصحة و التغذية	24	10%
الآفات و الظواهر الاجتماعية	24	10%
المجموع	244	100%

يوضح الجدول أن أغلب أفراد العينة تكونت لديهم معارف مختلفة من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي بحيث تتصدر أعلى نسبة 30% حول الثقافة و اللغة و الهوية و بلغت نسبة متساوية 15% من حيث التاريخ و المواطنة. كما نجد أن أسلوب المعيشة و الصحة و التغذية و الآفات الاجتماعية بنسب متساوية بلغت 10%، بينما المدرسة و العائلة نجدها بنسب متشابهة 5%. ويرجع ذلك لوجود خلل في المنظومة القيمة للشباب خصوصا فيما يتعلق الموضوع بالأسرة و المدرسة باعتبارها العامل الأساسي لاكتساب القيم، فحلت مكانها مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت إحدى أهم مصادر و مكونات الاتجاهات و القيم المختلفة للشباب فشل دور الأسرة و المدرسة في تعزيز القيم الدينية و الأخلاقية للشباب، مما ضاعف من

تأثير المواقع التواصل الاجتماعي للشباب و ضاعف من أهميتها و دورها في تشكيل و قبوله هوية الفرد، و أصبحت مصدرا للخبرة لدى فئة الشباب بشكل خاص بفعل مضمونها و رسائلها للشباب الذي لا يرى المعايير الدينية و الأخلاقية السائدة، وهذا ما تؤكدته نظرية الغرس الثقافي في فرضها القائل بأن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر شخصية للخبرة و أن صناعة الثقافة الشبابية التي تربط بعناصر الوجود وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجا تقدمه و سائل الاعلام¹ كما نفسر ذلك في ضوء نظرية الحتمية القيمة حيث تؤكد على أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في احداث التأثير و هو التأثير الذي يكون إيجابيا اذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، و يكون سلبيا إذا كانت المحتويات الانتقادية بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة².

جدول رقم (12) المعارف الاجتماعية التي يتبناها المبحوثين في تكوين شخصيتهم من خلال

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الإجابة
8%	20	تبنى قيم و أفكار جديدة دون أن تتغير
2%	04	تجد نفسك أن المحيط الذي تعيش فيه غير ملائم لك
5%	12	تطمح أن تكمل دراستك في أحد الدول الأوروبية من أجل تحسين مستواك العلمي و الثقافي
7%	16	تجد أن الأصدقاء عبر مختلف المواقع الافتراضية يشاركونك أفكارك ر طموحك عكس أصدقائك بالواقع المعاصر
8%	20	تجد لمشاكلك المختلفة حلولاً أسرع و أسهل للتخلص منها
31%	76	يساعدك الاستخدام في تكوين شخصية واعية و منفتحة على العالم
2%	04	يساعدك الاستخدام على تكوين آراء حول مختلف القضايا المطروحة
18%	40	يساعدك الاستخدام على تعزيز و تنمية روح المواطنة لديك
8%	20	الاختلاط بالناس في مواقع التواصل الاجتماعي أحسن من الجلوس معهم في الواقع
13%	32	لا تؤثر

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص335.

² عبد الرحمان عزي، نصير بوعلوي، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص46.

المجموع	244	%100
---------	-----	------

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن نسبة 31% من المبحوثين تكونت لهم شخصية واعية ومنفتحة على العالم من خلال استخدام المواقع الافتراضية، تليها نسبة 18% تساعد على استخدام تعزيز و تنمية روح المواطنة، أما نسبة 8% يرون أن المواقع الافتراضية تجعلهم يتبنون قيم و أفكار جديدة دون أن يشعرون، و نفس النسبة 8% منهم يرون أنهم تساعدهم على حل مشاكلهم بطريقة سهلة و ذلك من خلال تواصلهم مع الآخرين، ومنهم من يرون أن المحيط الذي يعيشون فيه غير ملائم بنسبة 2% ونسبة 5% يطمحون لتحسين مستواهم العلمي و الثقافي في دول أوروبية، وفي الأخير نسبة 8% يفضلون المواقع التواصل الاجتماعي و مشاركة أصدقائهم عبر هذه الشبكات أحسن من أصدقائهم في الواقع المعاصر.

تبرز نتائج الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تغير في معارف أغلب المبحوثين و ذلك من خلال غرس قيم و مفاهيم جديدة لا تعبر عن قيم الافراد في معارف أغلب المبحوثين و ذلك من خلال غرس قيم و مفاهيم جديدة لا تعبر عن قيم الافراد في المجتمع الواقعي و ذلك من الانبهار بمظاهر الرفاهية للحياة الغربية و التي تتمثل في أسلوب العيش و طريقة الكلام و اللباس و تغير العادات الغذائية و استعمال شفرات اجتماعية معينة تمكنهم من التواصل و الاختلاط بثقافات جديدة و هذا ما يترجم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك اهتمام الشباب و تعلمهم لمعارف جديدة لا تعكس في مضمونها الأفكار الإيجابية و هذا ما يؤثر بالسلب على عقل الشباب من خلال ما يروج له بعض الأشخاص من الأفكار الهدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين وجود فئة قليلة من المبحوثين بلغت 13% لم يتأثروا بما يتم تداوله من المعارف عبر مواقع التواصل الاجتماعي و تعتبر هذه الفئة أكثر وعيا للقيم التي يجب أن يأخذونها أو يتركونها.

جدول رقم (13) تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين.

الإجابة	التكرار	النسبة %
تدهور حالي الصحية	08	%3
زيادة وقتي الضائع	80	%33
الإدمان على بعض الصفحات	32	%13
التقليل من ساعات النوم	96	%39
تسبب المشاكل النفسية	28	%11
المجموع	244	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن التقليل من ساعات النوم قدرت بنسبة 39% وهي أعلى نسبة في حين تتقارب معها في النسبة زيادة و قتي الضائع بنسبة 33% وهذا يدل على أغلب المبحوثين يتصفحون ويتواصلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساعات طويلة و متأخرة في الليل و بدون رقابة من الأسرة، وذلك لأنهم يجدون في هذا الوقت الراحة ولا يوجد فيه عمل و كذلك لسد وقت فراغهم، بينما نجد الإدمان على بعض الصفحات الاجتماعية بنسبة 13% و تسبب المشاكل النفسية بنسبة 11%، في حين أدنى نسبة بلغت 3% تدهور حالي الصحية، وهذا ما يفسر الإدمان و الاستعمال المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي مما ينعكس بالسلب على نفسية شبابنا خاصة عند انعدام الخصوصية مما ينجم عنها الادرار المعنوية و النفسية على الشباب.

جدول رقم (14) علاقة الشباب بالمحيط الواقعي الاجتماعي منذ بداية استخدامهم لمواقع التواصل

الاجتماعي.

الإجابة	التكرار	النسبة %
العزلة و الانطواء	48	20%
ضعف العلاقات الأسرية	68	28%
ضعف العلاقات الاجتماعية	128	52%
المجموع	244	100%

ضعف العلاقات الاجتماعية بنسبة 52%، هذا دليل على الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي والانغماس في الواقع الافتراضي، فالعلاقات الاجتماعية تعد صورة من صور الدينية و الاجتماعية التي تحمل في طياتها القيم التي يحملها الشباب وهي تدل على طبيعة العلاقات الاجتماعية على المستوى (Magro livil) أو المستوى (Migro livil) حسب المنظور الوظيفي، فالمجتمع عبارة عن نسق ولتكامل النسق يجب القيام بالأدوار و الواجبات المجتمعات حتى يكون التكامل النسقي العام.

في حالة تقصير الشباب الذين يكونون وحدة من الوحدات المكونة للمجتمع يؤدي إلى اختلال التوازن، و الجماعة تتفكك، وبالتالي ذوبان القيم الدينية و الاجتماعية معاً، فسيطرة الروح المادية على العلاقات الاجتماعية واستبدال العلاقات فيما بين الافراد إلى علاقات مصطنعة تحكمها التكنولوجيا و العالم الافتراضي، فأضحى التعامل بين الوسيلة و الفرد لا بين الفرد و الفرد، وكأنها معادلة نتجت عما كرسه عولمة الثقافة ومن مخرجاتها اغتراب اجتماعي ثقافي، كل هذا يؤدي إلى اضطراب في المنظومة الأخلاقية الدينية الاجتماعية للشباب بصفة خاصة.

بينما ضعف العلاقات الأسرية بنسبة 28 % أما أدنى نسبة تبلغ 20% تتعلق بالعزلة والانطواء، ما يدل على أن أكثر من تضرر في علاقات المبحوثين بمحيطهم الاجتماعي هو تراجع علاقاتهم الاجتماعية والأسرية، بمعنى أنه بدلا من استثمار أوقات أسرهم وتوطيد علاقاتهم الاجتماعية من خلال تبادل الزيارات إلى غير فراغهم. مع ذلك استثمروها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، فنتيجة هذا تدل على حب الشباب للفردانية التي طغت على تفكيره وميوله للوحدة داخل الأسرة فوجود العديد من الدراسات التي استنتجت أن

مستوى المشاهدة للمواقع التواصل الاجتماعي عالي جدا نظرا لوجوده في غرفته بمفرده، الامر الذي من شأنه أن ينقص من الحوارات العائلية والتفاعل بين أفراد الأسرة الواحدة.

ويعزي هذا التغيير في القيم الاجتماعية إلى معطيات العولمة الثقافية التي ترسخ الأناية في مواقع التواصل الاجتماعي وهي من القيم الدينية السلبية للمجتمع.

جدول رقم (15) الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الوقت الذي يقضيه الشباب في الدردشة
38%	88	الحد من التفاعل المباشر مع أفراد الأسرة
11%	22	يقلل من الوقت الذي يقضيه مع زملائك مع إهمال الواجبات الاجتماعية
13%	32	تقليل العلاقات الاجتماعية الحقيقية أصدقاء المقربين
39%	96	تقليل زيارات الأقارب
100%	244	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن أغلب أفراد المبحوثين يقضون أغلب أوقاتهم في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تصدرت أعلى نسبة 39% يقللون من زيارات أقاربهم 30% يقللون من التفاعل المباشر مع أسرهم و من جانب آخر إضعاف العلاقات الحقيقية للأصدقاء واستعانة عنهم بالصدقات على شبكات التواصل وهذا ما يدل على تقليل المشاركة في المناسبات الاجتماعية، وأدنى نسبة 11% منهم يقللون من الوقت الذي يقضونه مع زملاء العمل أو الدراسة مع إهمال الواجبات الاجتماعية هذا ما يدل على تراجع الكبير في العلاقات الأسرية و الاجتماعية. و سبب ذلك الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي و الشعور بالرغبة الملحة لمتابعها لأوقات طويلة و هذا ما يوضحه الجدول السابق بعلاقة المبحوثين بعلاقاتهم الأسرية و الاجتماعية.

جدول رقم (16) القيم الجديدة التي يكتسبها المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين	64	26%
المقارنة الدائمة مع الآخرين	44	18%
نشر الإشاعات	28	11%
عرض الخصوصيات الشخصية	72	30%
الرغبة في تحقيق الشهرة	36	15%
المجموع	244	100%

إن أغلبية أفراد العينة اكتسبوا عادات مختلفة لتصدر عادت عرض الخصوصيات الشخصية أعلى نسبة 30%، وهذا ما يدفع البعض إلى إدراج أو نشر الصور الشخصية و الجماعية و مقاطع الفيديو لمناسبات اجتماعية كأعياد الميلاد و حفلات التخرج و الأنشطة المدرسية و الرحلات الاجتماعية داخل مجال العمل أو خارجه، ويعود ذلك إلى انتشار و سهولة التصوير عبر الأجهزة الهاتف المتحركة إضافة إلى وظيفة المشاركة التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي، و هذه السلوكيات منافية مع المجتمعات المحافظة، في حين الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين بنسبة 26% تليها المقارنة الدائمة مع الآخرين بنسبة 30% بينما الرغبة في تحقيق الشهرة بلغت نسبتها 15% و أخيرا نشر الإشاعات بنسبة 11% فقط.

و هذا يدل أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تأت كبديل عن العلاقات الواقعية، و إنما جاءت مكملتها. و تنسجم هذه النتيجة مع نتيجة دراسة يونج التي خلصت إلى أن شبكة فيسبوك (Facebook) تعزز الصداقات القائمة من خلال استكمال أشكال الاتصال التقليدية كالهاتف و التواصل المباشر وجها لوجه، و تتيح للأفراد المحافظة على الاتصال الملائم و الفعال مع مجموعات أكبر من معارفهم، مما يساهم في زيادة رأس المال الاجتماعي لديهم و بالتالي الرغبة في تحقيق الشهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أعطى الحرية و الجرأة في مناقشة المواضيع، ويرجع سبب ارتفاع نسبة عرض الخصوصيات الشخصية إلى رغبة المستخدم في المشاركة تفاصيل حياته مع الآخرين وهذا يعود لحرية المستخدم في حد ذاته فبتالي القيم التي اكتسبها المبحوثين

سلبية أكثر منها إيجابية مما يمكن أن تسبب الغرر للآخرين من خلال نشر الاشاعات عنهم و التطفل على حياتهم الخاصة وآنحال شخصيات الغير ونشر المعلومات المضللة و تشويه سمعة الغير.

جدول رقم (17) السلوكيات المنتشرة بكثرة في المجتمع
نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	السلوكيات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي
23%	56	الانحراف الأخلاقي
33%	80	التقليد للحياة الغربية
10%	24	شيوع الجريمة
5%	12	ضعف الوازع الديني
8%	20	التعدي على خصوصيات المجتمع
13%	32	الدخول في علاقات غير شرعية
8%	20	التطفل على الآخرين
100%	244	المجموع

يوضح الجدول السلوكيات و المظاهر المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي، بما فيها التقليد المبحوثين للحياة الغربية بنسبة 33%. فتقليد شبابنا لطريقة الطعام و الشراب و اللبس و طريقة التفكير، فبعضها تتناسب مع شبابنا و البعض الآخر لا يتناسب معنا لأن الدين الإسلامي حرم الكثير من هذه المظاهر من التقليد في الملابس و الموضة من ناحية الألبسة الضيقة و الخروج باللبس العاري، وتشبه الشباب بالبنات في كثير من لبسهم أو تسريحة شعرهم كذلك بنسبة لشابات أصبحت لديهم موضات وصيحات جديدة مثلا في كل عام توجد تسريحات جديدة و بألوان غريبة عن قيمنا و عن ديننا الإسلامي و تقليد شبابنا باستماع إلى جميع الأغاني الغربية و الأجنبية و التي هي محرمة لدى المسلمين، أصبح الشباب فريسة سهلة لمواقع التواصل الاجتماعي التي توهم الشباب بأن كل ما يأتي من الغرب يحمل سمات التمدن و التقدم و كان سببا وراء التقليد الأعمى لجميع السلوكيات الغربية مما أدى إلى حدوث خلل حقيقي في أفكار الشباب تليها في الدخول في علاقات غير شرعية بنسبة 13% بحيث يقيمون الشباب علاقات عاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

و الدردشة من أجل التعرف و تفرغ الطاقة الداخلية من خلال هذه العلاقات. و أغلب هذه العلاقات تكون مزيفة من أجل ملء الفراغ و تعتمد على الأهواء الشخصية و التلاعب بمشاعر الآخرين.

و توضح الدكتورة أميرة بدران المتخصصة في العلاقات العاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يرجع بالأساس إلى الفراغ النفسي للشباب و عدم توفر أنشطة مفيدة لهم، فالفطرة تدفعهم إلى الحب و الارتباط من خلال هذه الطريقة إضافة إلى المشكلات الموجودة داخل الأسرة و عدم الاهتمام النفسي و غياب لغة الحوار، فيلجأ الشباب إلى مثل هذه العلاقات المضطربة، بينما الانحراف الأخلاقي بنسبة 23% يتعرف الشباب على سلوكيات غريبة عن مجتمعاتنا العربية و ثقافتنا المحافظة وهي مثل مشاهدة الأفلام و الصور الإباحية، أو التعرف على أصدقاء و تكون علاقات غير أخلاقية بمجرد محادثة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و ينجم عنها مشاكل اجتماعية أو أسرية لها عواقب سيئة على الأسرة و المجتمع، بينما شيوع الجريمة بنسبة 10% في حين التعدي على خصوصيات المجتمع و التطفل على الآخرين بنسبة 8% لتأتي أدنى نسبة 5% فيما يتعلق بضعف الوازع الديني، كل هذه السلوكيات سببها نقص الوازع الديني عند الشباب ليكون الدين أحد أسباب التي تعزز مجال الاخلاق و القيم في نفسية الشباب، لما تنحيه عن طريق الرذيلة و ارتكاب التهور الغير أخلاقي، فمواقع التواصل الاجتماعي أدخلت الشباب في غفلة عن القيم المجتمع الجزائري و العربي وهذا يدل على زوال القيم المتأصلة في المجتمع الجزائري خاصة و المجتمع العربي ككل.

الجدول رقم (18) القيم الدينية والاجتماعية التي يراها المبحوثين
في تراجع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	اندثار القيم بسبب مواقع التواصل الاجتماعي
5%	12	التسامح
56%	136	صلة الرحم
13%	32	التكافل الاجتماعي
11%	28	الصداقة
15%	36	احترام الآخرين
100%	244	المجموع

إن صلة الرحم تراجعت عند المبحوثين بنسبة 56% باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. الأمر الذي ساعد في ضعف اللقاءات التي تجمع الأهل و الأقارب واستغلت هذه الوسائل الكثير من الشباب واستولت على أغلب أوقاتهم، و على الرغم من أن هذه الوسائل ساهمت في تقريب البعيد عبر بعض التطبيقات التي تتبع مكالمة الشخص سواء بالفيديو أو الاتصال، إلا أن تأثيرها السلبي واضح في تباعد الناس عن بعضهم البعض في المناسبات الأسرية وهو ما يتضح من خلال الانتقال الأغلبية بأجهزتهم بعيدا عن التحدث مع الحضور وبالتالي غياب الروحي و العاطفي بين أفراد الأسر، مما قلل من الدافع النفسي للصلة المباشرة وهذا سينعكس بالطبع على العلاقات بين الأقارب و الأرحام، و تعود بالملل من الزيارات العائلية و صلوات الرحم فيجدون هذه المواقع ملجأ للهروب من محاولة قضاء الوقت بالتواصل الفعلي الواقعي مع أقاربهم، بينما التكافل الاجتماعي بنسبة 13% في حين قيمة الصداقة بنسبة 11% و آخر قيمة التسامح بنسبة 5% فقط، وهذا يدل على تراجع مظاهر التراحم في المجتمع و كذا قيمة التكافل الاجتماعي و هذا ما توصلت إليه كذلك الباحثة مواهب محمد أحمد الخليفة الخواص: في دراستها حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى الشباب حيث وجدت أن الكثير من الشباب تخلى على مظاهر التراحم واحترام الآخرين و التواصل على أرض الواقع¹.

¹ مواهب محمد أحمد خليفة، الخواص - ص 165.

المحور الثالث: واقع القيم التي تغرسها مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الشباب

جدول رقم (19) فهم المبحوثين للقيم الاجتماعية الدينية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	فهم المبحوثين للقيم من خلال الشبكات التواصل الاجتماعي
20%	48	التضامن
30%	72	العمل الجماعي
26%	64	الترابط الاسري
16%	40	الصدقة
7%	16	التسامح
2%	04	احترام الكبير و الصغير
100%	244	المجموع

من خلال الجدول يبين لنا أن القيمة الاجتماعية الأكثر فهما واستيعابا للمبحوثين، تصدرتها قيمة العمل الجماعي بنسبة 30%، وهذا ما يدل على وعي المبحوثين بقيمة العمل الجماعي كفريق واحد و تقديم المساعدة لمن يحتاجها و يجد العمل الجماعي وسيلة لتبادل الخبرات و المعارف بين الأفراد، كما يساعد على بناء العلاقات و تعزيز الثقة و الولاء بين الشباب و تليها قيمة ترابط الأسرة بنسبة 26% هذا ما يعزي قيمة الأسرة في المجتمع و التواصل بين الأفراد و التعاطف و الأمانة و خلق العمل الجماعي و مشاركة القيم المتشابهة و خلق تصور الانتماء و الترابط و تقديم الدعم للآخرين و تقوية العلاقات بين أفرادها، بينما قيمة الصداقة بنسبة 16%. هذا ما يبين مدى فترة مواقع التواصل الاجتماعي في خلق و تعزيز الصداقات و المعارف، في حين نسبة التسامح بنسبة 7% وتليها قيمة احترام الكبير و الصغير لا تتعدى 2% مما تؤكد النتائج الجدول على تراجع احترام الكبير و الصغير و هذا يرجع إلى غياب الحوار و دور الأسرة و عدم تقبل الشباب للنصيحة و الرأي الكبير واستبدال ذلك بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت منبر لتقديم النصح و تبادل الخبرات و تعليم القيم.

جدول رقم (20) أهم النشاطات والمواقع التي يتنافسها و يشاركها المبحوثين مع أصدقائهم في مواقع

التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	أهم المواضيع التي تطرح على مواقع التواصل الاجتماعي
10%	24	نشاطات اجتماعية خيرية
8%	20	توعية صحية و الجمالية
8%	20	تربوية علمية
16%	40	نشاطات ثقافية
8%	40	ترفيهية
49%	120	أكثر من إجابة
100%	244	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أجابوا على أنهم يشاركون مع أصدقائهم كل المنشورات والمواضيع ذات الطابع الاجتماعي بنسبة 16%، بينما يأتي بعدها نشاطات اجتماعية خيرية بنسبة 10%. في حين نجدها بنسب متساوية فيما يتعلق بالتنوع الصحية وتربوية علمية والترفيهية بنسبة 8%، ويدل هذا على مدى تفاعل المبحوثين وانجذابهم للموضوعات ذات الطابع الاجتماعي الموجود على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أصبح الشباب يجدون كل ما يبحثون عليه في مواقع التواصل الاجتماعي، عكس الأجيال الأكبر سناً التي ما زالت الوسائل التقليدية أو الإعلام المرئي يحظى التقدير من الأكبر سناً في المجتمع.

إن تحول الشباب إلى مواقع التواصل لمشاهدة ومعرفة ما يجوبون من المواضيع الحياة اليومية بالإضافة إلى التنوع للمواضيع الإعلامية المتوفرة في مواقع التواصل الاجتماعي فهم أحرار لأمقيدين في اتباع ما يخطر على بال الشباب من مواضيع ونشاطات لهم الحرية الكبيرة لمتابعة ما يريدون وقت ما يريدون. هذه عبارة معظم المبحوثين إذ أصبحت المواقع التواصل الاجتماعي ملجأ لعاداتهم اليومية فهم مثلاً يلجئون إلى اليوتوب للحصول على معلومات تتعلق بالصحة و الجمال حيث تمكنهم من أخذ المضامين التي تثير اهتمام الشباب كالفن و الرياضة و التجارة و الترفيه، البرامج النوعية و الخيرية و غيرها إضافة إلى المواضيع التي تتعلق بالحدثة و التكنولوجيا و أساليب التطور لتتواكب مع اهتمامات جيل الشباب.

جدول رقم (21) نوع المواضيع التفاعلية الاجتماعية التي يتشاركها المبحوثين
من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	المواضيع التفاعلية الاجتماعية التي يتشاركونها المبحوثين
26%	64	جماعتك الخاصة و القرية
46%	112	منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل
28%	68	منشورات ذات طابع عالمي
100%	244	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يشاركون منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل بنسبة 46%، بينما تليها منشورات ذات طابع عالمي بنسبة 28%. في حين بلغت منشورات جماعتهم الخاصة و القرية بنسبة لا تتعدى 26%. هذا ما يدل على اهتمام المبحوثين بأخبار المجتمع ككل من خلال تبادل الخبرات و المحادثة و المتابعة و النقاش حول الكثير من القضايا التي تمه الشباب و المجتمع الجزائري في حياته اليومية وفي علاقته الاجتماعية، حيث أتاحت لهم مواقع التواصل الاجتماعي ما لم تستطيع وسائل الإعلام المرئية التقليدية من إتاحتها للمبحوثين من قبل.

جدول رقم (22): تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	تصور المبحوثين لتصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي
31%	76	الراحة النفسية
13%	32	الثقة
46%	112	الاسترخاء
10%	24	السعادة
100%	244	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يشعرون بالاسترخاء بنسبة 46%، بينما الشعور بالراحة النفسية بنسبة 31% تليها الشعور بالثقة بنسبة 13%، في حين تليها الشعور بالسعادة بنسبة 10%.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يشعرهم بالأمان وتحقيق الذات الوهمي بعد إعجاب الآخرين بالصورة التي يعكسونها عن حياتهم، و هذه تعتبر من الحالات الأكثر شيوعاً في المجتمع و تصيب فئة الشباب خاصة، كما يخلق جو التعاطف مع بعضهم البعض من خلال خلق المؤازرة و تقديم المساعدة مما يخلق لدى المشاركين الراحة النفسية و نشر السعادة، لذا يرجع إليها المبحوثين لأنها تشبع حاجاتهم و رغباتهم و تنفس عنهم من خلال نسيان ضغوطات العمل و الحياة اليومية و الشعور بالراحة أثناء الاستخدام.

جدول رقم (23) الإضافة التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي
على المستوى الشخصي في علاقاتهم بالآخرين

النسبة %	التكرار	الإجابة
36%	88	الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع
31%	76	القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين
16%	40	القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين
16%	40	حولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك
100%	244	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن أكثر ما أضافته مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع بنسبة 36%، تليها القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين بنسبة 31%، بينما القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين وحولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك بنسبة بلغت 16%. هذا ما يدل على أهمية المواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين و إقبالهم الواسع عليها، حيث أنها فتحت لهم المجال للتخلص من الخوف و الخجل من خلال التعبير بحرية عن آراءهم و أفكارهم، كما له فرصة لتعزيز الذات فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح له كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكره و معتقداته والتي قد تتعارض مع الغير، فالجمال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول و الاتجاهات و التوجهات الشخصية تجاه قضايا المجتمع. كما أتاحت للشباب فرصة للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم المكبوتة وهذا راجع للتطور التكنولوجي وتأثيراته على العلاقات الاجتماعية. فقد أتاحت هذه المواقع الفرصة للاطلاع على الثقافات المختلفة والتواصل بين الشعوب وقد ساهم هذا الانفتاح الافتراضي على تكوين شخصيات واعية من خلال استخدام المواقع الافتراضية.

جدول رقم (24): السلوكيات الاجتماعية التي تعززت لديك بفضل مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	أهم سلوكيات الاجتماعية التي تعززت لديك بفضل مواقع التواصل الاجتماعي
52%	128	المشاركة في الأنشطة الاجتماعية
3%	8	تعزيز بر الوالدين
31%	76	المعاملة الحسنة للجميع
13%	32	إحياء العادات و التقاليد
100%	244	المجموع

من خلال الجدول يتبين أن أغلبية العينة تعززت لديهم فكرة المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بنسبة 52% كأعلى نسبة، تليها المعاملة الحسنة للجميع بنسبة 31%، في حين تعزيز بر الوالدين بنسبة لا تتعدى 3% ما يوضح أن أكثر القيم المتضررة هي القيم الاجتماعية ومنه توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية والمشاركة في مختلف الأنشطة الاجتماعية و معرفة كل ما هو جديد لمختلف الأنشطة و الانفتاح على العالم الخارجي و بالتالي توسع دائرة معارف و ثقافة و بشكل مجاني و بدون أي مقابل. أما فيما يخص إحياء العادات والتقاليد هناك مبحثين يقومون بنشاطات هادفة تساهم في التعريف بالعادات والتقاليد لكل منطقة وتساهم في ترسيخها، فنجد مثلا عن ذلك مجموعة مستغامية، مجموعة تلمسانية وتساهم في إبراز مختلف العادات والتقاليد لكل منطقة.

جدول رقم (25): توسيع العلاقات مع الأشخاص من داخل وخارج الوطن

النسبة %	التكرار	الإجابة
82%	200	نعم
18%	44	لا
100%	244	المجموع

يوضح الجدول أن أغلب المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 82%، في حين 18% ممن أجابوا بلا وهذا ما يدل على أن مواقع التواصل تمكننا بشكل كبير من التواصل مع أصدقاء جدد والانفتاح على العالم الخارجي

وبمختلف الديانات والثقافات، وهذا ما يوسع دائرة علاقاتهم الاجتماعية حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

جدول رقم (26) الصداقات التي تكونت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف الولايات والدول

الإجابة	التكرار	النسبة %
ولايات الوطن	144	59%
الدول العربية	48	20%
الدول الأجنبية	52	21%
المجموع	244	100%

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين كونوا علاقات مع أشخاص آخرين من عدة ولايات الوطن، إذ بلغت 59% نذكر منها، أدرار، سطيف، وهران، شلف، باتنة، قسنطينة، وباقي الولايات الأخرى من الوطن، وهذا ما يبين على التنوع و المشاركة في الآراء و مختلف المواضيع التي تخص المجتمع الجزائري، بينما نجد 21% من الدول الأجنبية من بينها، فرنسا، كندا، هولندا، أمريكا، إنجلترا، هذا يرجع إلى ميل الشباب للبحث عن الهجرة بمختلف أنواعها سواء كانت شرعية أو غير شرعية. في حين نجد الدول العربية مثل فلسطين، مصر، المغرب، تونس، السعودية، السودان، كل هذا يدل على فضول الشباب لاكتساب ثقافات غير ثقافتهم وتعلم لغات غير لغتهم، فمواقع التواصل الاجتماعي أنشئت على أساس التواصل الاجتماعي بين الأفراد، لأن استخدامها ممتد ليشمل الأنشطة السياسية و الثقافية و التربوية و الرياضية و الدينية، فأصبحت لمواقع التواصل قوة و قدرة غير محدودة على التأثير في ثقافة الفرد خاصة الشباب و سلوكياتهم و أفكارهم و تصرفاتهم، حيث أصبح داخل هذه المواقع لا يكتفون بالعيش في مجتمعهم، بل أصبح لزاما عليهم البحث عن مجتمعات جديدة بغية تحويل أفكارهم و طرق عيشهم و يجولون في نفس الوقت عينة طرق تفكيرهم و تصرفاتهم، و بالتالي ثقافتهم. و هذه الثقافات تتعارض مع ثقافة أجدادهم و بالتالي البحث عن الحرية الفردية داخل العلم الافتراضي و التي تتنافى و تتعارض مع عالمهم الحقيقي، فرغم تنوع العلاقات داخل و خارج الوطن العربية و

الأجنبية في العالم الافتراضي الذي يعد كنظام جديد تكنو اجتماعي على حد تعبير لباحث (جاك إلول) "jacques ellol"، وهو ما سمح للشباب بتمثل ذواتهم و هويتهم و كأنهم في بيئة طبيعية ولكن بوسائط تكنولوجية آلية من شأنها فتح المجال واسع لكل الاختلافات الثقافية و العرقية و النوعية و الجنسية¹، إضافة إلى الخلافات الفكرية و الدينية و العقائدية.

جدول رقم (27) القيم الاجتماعية التي تعززت لديك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الاحترام	52	21%
المنفعة المتبادلة	72	30%
تعاون و تكافل الاجتماعي التضامن	120	49%
المجموع	244	100%

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب الباحثين تعززت لديهم قيمة التعاون و التكافل الاجتماعي بنسبة 49%، تليها قيمة المنفعة المتبادلة بنسبة 30%. بينما قيمة الاحترام بنسبة 21%، وهذا ما يبين أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت الباحثين على فعل الخير و الرفع من قيمة التعاون و التضامن و التكافل الاجتماعي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة للفئات الهشة و المحتاجة، هذا ما نراه على مواقع التواصل الاجتماعي على سبيل المثال الفيسبوك من أعمال خيرية و مساعدات مادية و معنوية التي يجمعونها الشباب أو جمعيات خيرية لمساعدة المحتاجين و التكفل بهم سواء من الناحية الصحية، المادية، المعنوية، وغيرها من المساعدات حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبر لتكافل و التعاون و التضامن الاجتماعي التي هي من الأخلاق الفضيلة في المجتمع وهنا يكمن دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق روح المبادرة و حب الخير للآخرين.

¹ آرون ريمون أفيون المثقفين، ترج محمد عبيدات، محمد أبو ناصر وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، دار وائل للنشر، كمان، 1999، ص117.

¹ ريجي معطف عليان، مرجع سابق، ص115. مة قدرتي قلجمي لبيروت، دار الكتاب، بدون ذكر تاريخ النشر، ص121.

3- تحليل وتغيير النتائج حسب متغيرات الدراسة:

المحور الأول: أنماط و طبيعة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (28) مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير

الجنس والسن والحالة الاجتماعية:

المتغيرات الإجابة		أقل من سنة			من سنة إلى ثلاث سنوات		أكثر من ثلاث سنوات		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الجنس	أنثى	%2	16	%7	64	%26	256	%34	336	
	ذكر	%0	0	%21	208	%44	432	%66	640	
	المجموع	%2	16	%28	272	%70	688	%100	976	
السن	30-18	%2	16	%21	208	%51	496	%74	720	
	30 فما فوق	%0	0	%7	64	%20	192	%26	256	
الحالة الاجتماعية	المجموع	%2	16	%28	272	%70	688	%100	976	
	طالب	%2	16	%15	144	%34	336	%51	496	
	بطل	%0	0	%10	96	%26	256	%36	352	
	عامل	%0	0	%3	32	%10	96	%13	128	
	المجموع	%2	16	%28	272	%70	688	%100	244	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن بالنسبة للمتغير الجنسي نجد نسبة 44% من فئة الذكور يستخدمونها منذ أكثر من ثلاث سنوات، بينما نجدها عند الإناث بنسبة 26% إذن فئة الذكور هم أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، فالنسبة الأكثر تمثيلا لعينة الذكور تستخدم المواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات، و هذا راجع لاستخدام تقنية الانترنت متقدمة كذلك بالنسبة لدرجة الحرية، فالشباب في المجتمع الجزائري هم أكثر حرية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث وهذا يعود لطبيعة المجتمع، حيث أن فئة الإناث بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي متأخرة أي من سنة إلى ثلاث سنوات وفيه من يوجد أقل من سنة، فالتحاق الإناث به يعود لنوع خدمات مواقع التواصل الاجتماعي مما جعل العديد من الشباب يميلون إليه، بالإضافة إلى تناول وسائل الإعلام و الفضائيات لبقيا طرحت في مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة وهذا ما تؤكدته نتائج التي توصل إليها أحمد محمد حمودة في دراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني للقضايا المجتمعية حيث وجد أن الذكور يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أربع سنوات فأكثر و جاءت نسبتهم 60,7% أكثر من الإناث إذ جاءت نسبتهم 47,6%¹.

أما بنسبة للسن نجد 51% أعمارهم تتراوح ما بين 18 و 30 سنة يستخدمونها أكثر من ثلاث سنوات، ولكن مقارنة بالأشخاص التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة.

¹ أحمد محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني للقضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص136.

جدول (29) استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية

المتغيرات		الإجابة		اسمك الحقيقي		اسم مستعار		اسم أحد الأقارب		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	%23	56	%6	16	%5	12	%34	84		
	أنثى	%20	48	%41	100	%5	12	%66	160		
	المجموع	%43	104	%47	116	%10	24	%100	244		
السن	30-18	%33	80	%36	88	%5	12	%74	180		
	30 فما فوق	%10	24	%11	28	%5	12	%26	64		
	المجموع	%43	104	%47	116	%10	24	%100	244		
الحالة الاجتماعية	طالب	%20	48	%26	64	%5	12	%51	124		
	بطل	%15	36	%16	40	%5	12	%36	180		
	عامل	%8	20	%5	12	%0	00	%13	32		
	المجموع	%43	104	%47	116	%10	24	%100	244		

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الشباب يستخدمون حسابهم الشخصي من خلال أسماء مستعارة بنسبة 41%، وهي تمثل أعلى بالنسبة لفئة الإناث، بينما نجدها أقل عند الذكور و هذا راجع إلى أنهن يحاولن قدر المستطاع بأن لا يتعرف عليهن الآخرون حتى لا تكشف هويتهم وذلك لتفادي الإزعاج و المشاكل من محيطها الاجتماعي، ليتسنى لهن الإبحار بحرية في هذه المواقع، وهذه النتائج تتوافق مع نتائج التي توصلت إليها الباحثة نومان مريم نريمان في دراستها حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على العلاقات الاجتماعية، حيث وجدت أن فئة الإناث ما بين 15 و 25 سنة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق اسم مستعار خوفا من الكشف عن هويتهم الحقيقية لتفادي المشاكل¹.

أما فيما يتعلق بسهم الشباب الذي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 30 سنة بنسبة 36% يستخدمونها باسم مستعار بينما نجدها 11% أقل عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق، وهذا يشير إلى وجود اختلافات كبيرة بين السن في استخدام الأسماء المستعارة و منهم الأسماء الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة للحالة الاجتماعية تسجل نسبة 26% من الطلبة الذين يستخدمونها باسم مستعار ولكن نجد نسبة 20% منهم يستخدمونها باسم حقيقي وهي مقارنة مع الشباب البطال، في حين نجدها أقل عند الشباب العاملين في حين نجد المهنة تؤثر من حيث استخدام الأسماء الشخصية وما فوق وهذا يوضح أنه لا يوجد تباين كبير في الاستخدام من حيث السن. إلا أن متغير السن لا يؤثر في مدة الاستخدام، بينما هناك اختلاف كبير بدرجة كبيرة في المهنة نجد نسبة 34% منهم طلبة يستخدمونها أكثر من ثلاث سنوات، في حين نجد منهم الشباب البطال و حتى العاملين أقل استخداما لها، وهذا ما يفسر أن الطلبة هم الأكثر استخداما لتلك المواقع من الشباب البطال و العاملين وهذا ما يبين أن الطلبة هم الفئة الأكثر تعلما وعيا بالتكنولوجيا الحديثة، كذلك هي تساعدهم في الدراسة و مرافقة الاهل لهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يجدونها أقل تكلفة و يأخذون مدة أطول في الدردشة مع الأصدقاء و عائلاتهم فهي تساعدهم بالنسبة لهم كطلبة ليس لهم دخل، فهي توفر لهم عدة خدمات عكس الشباب العاملين الذين لا يجدون الوقت الكافي، لديهم الجرأة وبالتالي لا يخافون من عرض أسمائهم الحقيقية على عكس العمال يخافون على عرض أسمائهم الحقيقية خوفا من التطفل على معلوماتهم الشخصية و التعرض للمشاكل.

¹ نورمان مريم نريمان، مرجع سبق ذكره، ص142.

جدول (30) نوع الصفحات ذات الطابع الاجتماعي التي يتبعها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس - السن والحالة الاجتماعية

المجموع		أكثر من إجابة		الأسرة و العناية الصحية		التربية و التعليم		الدين والعادات والتقاليد		أخبار المجتمع		الاجابة المتغيرات	
%34	84	%20	48	%0	0	%12	4	%2	4	%11	28	ذكر	الجنس
%66	160	%30	72	%10	24	%5	12	%8	20	%13	32	أنثى	
%100	244	%49	120	%10	24	%7	16	%10	24	%25	60	المجموع	
%74	180	%33	80	%5	12	%7	16	%8	20	%21	52	18-30 سنة	السن
%26	64	%16	40	%5	12	%0	0	%2	4	%3	8	30 فما فوق	
%100	244	%49	120	%10	24	%7	16	%10	24	%25	60	المجموع	
%51	124	%26	64	%3	8	%7	0	%5	12	%16	40	طالب	الحالة الاجتماعية
%36	88	%13	32	%5	12	%0	12	%5	12	%8	20	بطال	
%13	32	%10	24	%2	4	%5	4	%0	0	%0	0	عامل	
%100	244	%49	120	%10	24	%7	16	%10	24	%25	60	المجموع	

من خلال الجدول يتضح أن نسبة 10% من فئة الإناث يهتمون بمتابعة الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، تليها نسبة 8% منهن يتابعن صفحات عن الدين و العادات و التقاليد، مقارنة بالذكور نجد نسبة 2% وهي أقل مقارنة بالإناث، وهذا يدل على مدى اهتمام الفتيات بالمواضيع الاجتماعية التي تطرح عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويولون أهمية كبيرة لها لأنها تشبع حاجتهن عكس الذكور مع أقل اهتماما بمثابة تلك الصفحات نظرا لعدم توفر وقت كافي فيتصفحها.

أما فيما يخص متغير السن نسجل عدة اختلافات، فنجد نسبة 21% من الفئة العمرية 18-30 سنة يتابعون صفحات عن أخبار المجتمع، بينما نجدها بنسبة 3% لدى الفئة العمرية 30 سنة وما فوق، في حين متابعة صفحات عن الدين والعادات والتقاليد، والتربية والتعليم، بنسب متقاربة بين الفئتين، أما 2% نجدها في الفئة العمرية 30 سنة وما فوق هذا ما يبين أن السن له علاقة بنوع الصفحات التي يتابعونها.

أما فيما يخص متميز الحالة الاجتماعية فنجد الطلبة والشباب البطال يهتمون بمتابعة مختلف الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، مقارنة بشباب العامل هم أقل اهتماما بمتابعة تلك الصفحات، وهذا ما يفسر أن الحالة الاجتماعية ليس لها تأثير على نمط متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار الطلبة والشباب البطال يسعون دائما بمتابعة كل ما هو جديد.

جدول رقم (31): الوقت المستغرق في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل من طرف المبحوثين حسب متغير النوع والتخصص ومكان الإقامة

المجموع		لا يوجد وقت		أكثر من ثلاث ساعات		من ساعة إلى ثلاث ساعات		أقل من ساعة		الإجابة	
										المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	84	18%	44	10%	24	3%	8	3%	8	ذكر	الجنس
66%	160	39%	96	0%	0	16%	40	10%	24	أنثى	
100%	244	57%	140	10%	24	20%	48	13%	32	المجموع	
74%	180	46%	112	3%	8	11%	28	13%	32	18-30 سنة	السن
26%	64	11%	28	7%	16	8%	20	0%	0	30 فما فوق	
100%	244	57%	140	10%	24	20%	148	13%	32	المجموع	
51%	124	31%	76	7%	16	7%	16	7%	16	طالب	حالة الاجتماعية
36%	88	15%	36	3%	8	11%	28	7%	16	بطل	
13%	32	11%	28	0%	0	2%	4	0%	0	عامل	
100%	244	57%	140	10%	24	20%	48	%	32	المجموع	

من خلال قراءتنا للجدول يوجد اختلافات كثيرة في الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في اليوم الواحد في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على مواقع التواصل بين الإناث و الذكور، نسجل نسبة 39% من الإناث لا يوجد لديهم وقت محدد في استخدامهن لها، أما عند الذكور فكانت أقل، بينما 16% منهن يستخدمنها من ساعة إلى ثلاث ساعات، أما عند الذكور فأقل من ذلك. تليها نسبة 10% من الذكور يستخدمونها أكثر من ثلاث ساعات مقارنة بالإناث اللاتي كانت نسبتهم أقل، وهذا ما يفسر وجود تباين بدرجة كبيرة في المدة التي يستخدمونها المبحوثين في تصفح الصفحات الاجتماعية، حيث تزيد معدلات تصفحها عند الإناث لأنهن يحبون مناقشة المواضيع الاجتماعية خاصة التي تتعلق بالزواج وما شابه ذلك و التجميل، أما الذكور فهم أقل تصفحها لها لأنهم أقل اهتماما بالمواضيع التي تعرض على هذه الصفحات، مما ينعكس على المدة المستغرقة في التصفح أما في ما يخص متغير السن فنجد 46% من المبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين (18-30) سنة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح هذه المواقع كذلك بالنسبة للمبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين (30) سنة فما فوق) كذلك هم ليس لديهم وقت لتصفح هذه المواقع بحيث متغير السن لا يؤثر في هذه النتيجة، و بخصوص حالة الاجتماعية للمبحوثين نجد نسبة 31% من الطلبة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح هذه المواقع بسبب انشغالهم بالدراسة بينما جاءت نسبة الشباب البطال و العاملين بنسب متقاربة إلا أن هذه المتابعة من ساعة إلى ثلاث ساعات و أكثر بنسب متقاربة بين شباب البطال و شباب العاطلين عن العمل بالمقارنة مع شباب العاملين نستنتج أن الشباب البطال و الطلاب يهتمون بمتابعة المواقع الاجتماعية المعقدة خاصة من ناحية أخبار السياسية و الاجتماعية و المودا و التجارة لذلك يستغرقون وقت أكثر من شباب العامل وهذا يرجع لانشغالهم بالعمل و الإدارة و يعود ذلك للإرهاق و التعب في مكان العمل.

جدول رقم(32): شبكات و تطبيقات التواصل المفضلة لدى المبحوثين حسب متغير السن و الجنس و الحالة الاجتماعية

المجموع		أخرى تذكر(الواتساب)		الانستغرام		اليوتوب		التويت		الفيسبوك		الإجابة		المتغيرات	
34%	84	0%	0	8%	20	10%	24	0%	0	16%	40	ذكر	الجنس		
66%	160	3%	8	13%	32	8%	20	2%	4	39%	96	أنثى			
100%	244	3%	8	21%	52	18%	44	2%	4	56%	136	المجموع			
74%	180	3%	8	11%	28	13%	32	2%	4	44%	108	30-18 سنة	السن		
26%	64	0%	0	10%	24	5%	12	0%	0	11%	28	30 فما فوق			
100%	244	3%	8	21%	52	18%	44	2%	4	56%	136	المجموع			
51%	124	0%	0	18%	44	11%	28	0%	0	21%	52	طالب	حالة الاجتماعية		
36%	88	3%	8	0%	0	7%	16	2%	4	25%	60	بطل			
13%	32	0%	0	3%	8	0%	0	0%	0	10%	24	عامل			
100%	244	3%	8	21%	52	18%	44	%	4	56%	136	المجموع			

تقدر نسبة 39% من فئة الإناث يفضلن استخدام الفيسبوك من خلال نتائج الجدول، فالفيسبوك يبقى أكثر شعبية فهو ذوا طابع اجتماعي، لذا يفضله أغلبية الشباب، في حين نجد أقل نسبة عند الذكور لكن تبقى النسبة ضئيلة مقارنة بالمواقع الاجتماعية الأخرى. تليها نسبة 13% منهم من يستخدمون المواقع الأخرى كالواتساب مقارنة بالذكور و يفسر ذلك أن الإناث يفضلن كل شبكات و تطبيقات التواصل الاجتماعي، لكن الذكور يفضلون الفيسبوك أكثر، وهذا يرجع إلى ميل الإناث للتنوع في البحث عن الصفحات ذات الطابع الاجتماعي في حين يكتفي الذكور بالفيسبوك كمصدر للأخبار و الرياضة و التجارة و غير ذلك، وباختيار متغير السن نجد نسبة 44% من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين (18-30 سنة) يفضلون استخدام موقع الفيسبوك، بينما 11% منهم لا يفضلونه، وهذا ما يفسر أن الشباب التي تتراوح أعمارهم (18-30) سنة يفضلون متابعة كل الشبكات و التطبيقات فهم أدري بهذه المواقع فهم الذين يبحثون في التكنولوجيا و يحاولون فهم و طريقة التعامل مع التكنولوجيا بينما الشباب التي تتراوح أعمارهم بين (30 سنة فما فوق) يميلون إلى استخدام فايسبوك و اليوتوب فهما سهلا التطبيق، و بالتالي توضح النتائج أن متغير الأعمار يؤثر على تفضيل استخدام موقع عن آخر.

وكان متغير الحالة الاجتماعية تأثير بنسبة 25% من الشباب الطلاب يفضلون استخدام الفيسبوك، وهي مقارنة من جميع الحالات الاجتماعية سواء طلاب بطالين أو عاملين مهما اختلفت الحالات الاجتماعية إذ لا يشترط على المستخدم أن يكون مرتبط بنسبة الانترنت، وهذا لا يصلح مع كل شبكات و تطبيقات التواصل الاجتماعي، إذ يمكن استخدامه مجانا من خلال بعض شرائح للهاتف النقال في أي مكان، ومنه نستنتج أنه كلما كان المستخدم طالب أو بطل فهو يفضل كل الشبكات و التطبيقات لتصفح كل الصفحات ذات الطابع الاجتماعي فالعمال هم أقل استخداما لها و ذلك لضيق الوقت ووعيه بهذه المواقع.

جدول رقم (33) سبب استخدام مواقع التواصل لدى المبحوثين حسب متغير النوع السن الحالة الاجتماعية

المجموع		التواصل مع الأصدقاء		ملا وقت الفراغ		أكتساب مهارات جديدة		متابعة الأحداث الجارية		التسليه و الترفيه		تكوين صداقات		التعرف على ثقافات جديدة		المال لا للمتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
34%	84	5%	12	3%	8	5%	12	5%	12	5%	12	3%	8	8%	20	ذكر	النوع
66%	160	5%	12	8%	20	3%	8	21%	52	7%	16	2%	4	20%	48	أنثى	
100%	244	10%	24	11%	28	8%	20	26%	64	11%	28	5%	12	28%	68	المجموع	
74%	180	7%	16	8%	20	3%	8	20%	48	11%	28	2%	4	23%	56	اتصال وعلاقات عامة	التخصص
26%	64	3%	8	3%	8	5%	12	7%	16	0%	0	3%	8	5%	12	إذاعة و تلفزيون	
100%	244	10%	24	11%	28	8%	20	26%	64	11%	28	5%	12	28%	68	المجموع	
51%	124	8%	20	5%	12	3%	8	11%	28	7%	16	3%	8	13%	32	مدينة (فوق 20000 ساكن)	مكان الإقامة
36%	88	2%	4	3%	8	3%	8	10%	24	5%	12	2%	4	11%	28	مركز حضري (فوق 5000 ساكن)	
13%	32	0%	0	3%	8	2%	4	5%	12	0%	0	0%	0	3%	8	الريف (أقل من 500 ساكن)	
100%	244	10%	24	11%	28	8%	20	26%	64	11%	28	5%	12	28%	68	المجموع	

يبين الجدول أعلاه أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بسبب التعرف على ثقافات جديدة و متابعة الأحداث الجارية بنسب متقاربة، بينما عند الذكور تكون المتابعة بسبب التسلية و الترفيه و متابعة أخبار الرياضة و مشاهير الرياضة و كذا التجارة و متابعة الأحداث الجارية و السياسية اليومية، ولاكتساب مهارات جديدة و للتواصل مع الأصدقاء. تتساوى الأسباب وهذا ما يفسر أن الإناث يركزن على متابعة الأحداث الجارية و التعرف على ثقافات جديدة لأنهن يجدونها مادة مفعمة للحوار، بينما الذكور يحبون التنوع وهذا ما يتأكد مع نظرية الاستخدامات و الاشباع في فرضها القائل بأن التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد مع الذين يستخدمون و سائل الاتصال باختيارهم ووفقاً لأولوياتهم¹.

أما فيما يتعلق بمتغير السن نجد أن فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين (18-30 سنة) يستخدمون تلك المواقع بسبب التعرف على ثقافات جديدة و متابعة الأحداث الجارية بنسب متقاربة، بينما نجد فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم (30 سنة فما فوق) يحبون متابعة الأحداث الجارية و اكتساب مهارات جديدة بنسب متساوية، في حين يشترك جميع الأعمار في بقية الأسباب، وهذا ما يفسر على أن الشباب يبحثون على اكتساب مهارات جديدة و تقنيات الصوت والصورة التي تتيحها هذه المواقع.

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للشباب، فنجد نسبة 13 % منهم فئة الطلبة يستخدمونها لتعرف على ثقافات جديدة، في حين نجدها عند فئة الشباب العاملين 3 % وهذا يوضح على وجود تقارب بين فئة الشباب الطلاب الجامعات و شباب البطالين في أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمقارنتهم مع فئة الشباب العاملين حيث نجد فئة الشباب الطلاب و البطالين يبحثون في مواقع التواصل الاجتماعي و التعرف على ثقافات جديدة خصوصاً الغربية و هذا يكون لهم سندا للهجرة الشرعية و غير الشرعية حيث نجد الحالة الاجتماعية للشباب لها دور في قيم الشباب بعكس الشباب العاملين فهم أكثر حذراً من هذه المواقع و ثقافتها.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سبق ذكره، ص 6.

المحور الثاني: علاقة قيم الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (34) نوع المعارف والمعلومات الاجتماعية التي كونها المبحوثين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، السن، والحالات الاجتماعية.

المتغيرات ال	التاريخ والذاكرة و التراث		المواطنة و الحركة الجموعية		العالم الريفي و الهجرة		العمران و أسلوب المعيشة		العائلة و الطفولة		المدرسة و التربية		الثقافة و اللغة و الهوية		الصحة و التغذية		الآفات و الضواهر الاجتماعية		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	16	%7	12	%5	4	%2	16	%7	0	%0	4	%2	16	%7	8	%3	84	%34	
	أنثى	20	%8	24	%10	0	%0	8	%3	12	%5	8	%3	56	%23	16	%7	160	%66	
	المجموع	36	%15	36	%15	4	%2	24	%10	12	%5	12	%5	72	%30	24	%10	244	%100	
السن	30-18 سنة	32	%13	28	%11	4	%2	16	%7	8	%3	8	%3	52	%21	16	%7	180	%74	
	30سنة فما فوق	4	%2	8	%3	0	%0	8	%3	4	%2	4	%2	20	%8	8	%3	64	%26	
	المجموع	36	%15	36	%15	4	%2	24	%10	12	%5	12	%5	72	%30	24	%10	244	%100	
الحالة الاجتماعية	طلاب	20	%8	24	%10	0	%0	20	%8	4	%2	4	%2	24	%10	4	%2	124	%51	
	البطالين	8	%3	12	%5	4	%2	4	%2	4	%2	4	%2	32	%13	20	%8	88	%36	
	عاملين	8	%3	0	%0	0	%0	0	%0	4	%2	0	%0	16	%7	0	%0	32	%13	
	المجموع	36	%15	36	%15	4	%2	24	%10	12	%5	12	%5	72	%30	24	%10	244	%100	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 22% منهم من فئة الإناث كون معارف عن الثقافة و اللغة و الهوية، ولكن نجدها بنسبة 8% لدى الذكور، بينما جاءت المعارف الأخرى كالتاريخ و التراث و الذاكرة، المدرسة، التربية، العمران، و أسلوب المعيشة، المواطنة، الصحة، التغذية، بنسب متقاربة نوعا ما بين فئتي الذكور و الاناث باستثناء العائلة و الطفولة بلغت لدى الإناث 5% أما لدى الذكور لم يكونوا أي معارف عنها وهذا يدل أن الإناث لديهم معارف اجتماعية أكثر من الذكور، وذلك نظرا لفضول الفتيات واهتمامهن بكل ما يخص المواضيع الاجتماعية و مواكبة كل ما هو جديد.

أما بالنسبة لعامل السن نسجل نسبة 21% من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة كونوا معارف و معلومات عن الثقافة، الهوية، اللغة، إنما قارناها مع فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم بين 30 سنة فما فوق فنسجل اختلافات في الأعمار ففي المعارف عن التاريخ و التراث و الذاكرة بنسبة بلغت 13% منهم من فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم 18-30 سنة ولكن نجدها بنسبة 2% لدى فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق ونسبة 11% من الشباب الذين كونوا معارف عن المواطنة و الحركة الجمعوية فبين الجدول أنه لا يوجد اختلافات كثيرة جدا بين أعمار الشباب و هذا يوضح أن متغير السن لا يؤثر على نوع المعلومات التي يكونها الشباب من مواقع التواصل الاجتماعي.

ولكن من حيث الحالة الاجتماعية للشباب نجد منهم فئة الشباب المتمدرس وفئة الشباب البطال والشباب العاملين كونوا معارف عن الثقافة واللغة والهوية وجاءت بنسب متقاربة ونجد أن فئة الشباب الطلاب هم أكثر اهتماما لتكوين معارفهم وأكثر ميلا للمعلومات الاجتماعية التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي إذ يعتبرها بعض الشباب أنها مصدر لثقافتهم وقيمهم الاجتماعية والدينية.

جدول رقم (35) المعارف الاجتماعية المكتسبة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت تفكير الباحثين حولها حسب متغير الجنس والسنة والحالة الاجتماعية.

المتغيرات	التاريخ والذاكرة و التراث		المواطنة و الحركة الجموعية		العالم الريفي و الهجرة		العمران و أسلوب المعيشة		العائلة و الطفولة		المدرسة والتربية		الثقافة واللغة والهوية		الصحة والتغذية		الآفات و الظواهر الاجتماعية		لم تغير		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
الجنس	16	7%	4	2%	4	2%	16	7%	0	0%	4	2%	24	10%	12	5%	0	0%	4	2%	84	34%
	4	8%	0	0%	8	3%	0	0%	20	8%	0	0%	52	21%	20	8%	20	8%	36	15%	160	66%
	20	15%	4	2%	12	5%	16	7%	20	8%	4	2%	76	31%	32	13%	20	8%	40	16%	244	100%
السنة	12	5%	0	0%	12	5%	4	2%	12	5%	4	2%	60	25%	24	10%	16	7%	36	15%	180	74%
	8	3%	4	2%	0	0%	12	5%	8	3%	0	0%	20	7%	8	3%	4	2%	4	2%	64	26%
	20	8%	4	2%	12	5%	16	7%	20	8%	4	2%	76	31%	32	13%	20	8%	40	16%	244	100%
الحالة الاجتماعية	12	5%	0	0%	12	5%	16	7%	4	2%	0	0%	36	15%	12	5%	16	7%	16	7%	124	51%
	4	2%	4	2%	0	0%	0	0%	8	3%	4	2%	32	13%	16	7%	0	0%	20	8%	88	36%
	4	2%	0	0%	0	0%	8	3%	8	3%	0	0%	8	3%	4	2%	4	2%	4	2%	32	13%
	20	8%	4	2%	12	5%	16	7%	20	8%	4	2%	76	31%	32	13%	20	8%	40	16%	244	100%

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 21% من الإناث تغيرت بمعارفهن عن الثقافة و اللغة و الهوية، ولكن نجدها بنسبة 10% عند فئة الذكور، في حين نجد من بين إجابتهن أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تغير شيء من معارفهن بنسبة 15% بالمقارنة مع الذكور نجدها 2% وهي نسبة متدنية و ضعيفة بالمقارنة بالإناث، بينما إجابتهن بأنها غيرت تفكيرهن عن التاريخ و الذاكرة و التراث، العائلة و المجتمع الصحة، و الآفات الاجتماعية جاءت بنسب متساوية عندهن، ولكنها مختلفة مع الذكور، وهذا يشير على أن كل من الإناث و الذكور تغير تفكيرهم و مفهومهم حول بعض من المعارف الاجتماعية و حلت مكانها معارف و قيم جديدة و التي يمكن أن لا تكون كلها صحيحة و بالتالي تؤدي إلى التأثير على معارفهم و معلوماتهم القبلية الصحيحة أما من حيث السن رغم الاختلاف بين الاعمار إلا أنه لا يؤثر في نوع المعارف التي يكونها المبحوثين من تلك المواقع أما بالنسبة لتغير الحالة الاجتماعية للشباب نجد نسبة 51% منهم من الطلاب تغيرت معارفهم عن الثقافة و الهوية و اللغة و هي تتقارب مع إجابات الشباب البطال، ولكن مقارنة مع الشباب العاملين نجدها أقل، نلاحظ من خلال نتائج الجدول وجود تذبذب في نسب استجابات المبحوثين الشباب الطالب، البطال، و الشباب العامل، إذ نسجل وجود اختلافات أحيانا، و أحيانا أخرى نجدها متقاربة أو متساوية إلا أنه نجد نسب أكبر التي تغيرت معارفهم الاجتماعية هم الشباب الطلاب و الشباب البطالين و هم أكثر تأثيرا بمواقع التواصل الاجتماعي من الشباب العاملين وهم الأكثر استخداما لها وهم أكثر من يبحث في هذه المواقع و معرفة جميع التطورات التي تخص هذه المواقع.

جدول رقم (36) تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين حسب متغير السن، الجنس، والحالات الاجتماعية

المجموع		تسبب المشاكل النفسية		التقليل من ساعات النوم		الإدمان على بعض الصفحات		زيادة وقت الضائع		تدهور حالي الصحية		الإجابة المتغيرات	
%34	84	%7	16	%30	72	%5	12	%	56	%3	8	ذكر	الجنس
%66	160	%5	12	%10	24	%8	20	%10	24	%0	0	أنثى	
%100	244	%11	28	%39	96	%13	32	%33	80	%3	8	المجموع	
%74	180	%5	12	%31	76	%10	24	%25	60	%3	8	30-18 سنة	السن
%26	64	%7	16	%8	20	%3	8	%8	20	%0	0	30 فما فوق	
%100	244	%11	28	%39	96	%13	32	%33	80	%3	8	المجموع	
%51	124	%7	16	%13	32	%10	24	%18	44	%3	8	طالب	حالة الاجتماعية
%36	88	%3	8	%18	44	%3	8	%11	28	%0	0	بطالين	
%13	32	%2	4	%8	20	%0	0	%3	8	%0	0	عاملين	
%100	244	%11	28	%39	96	%13	32	%33	80	%3	8	المجموع	

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 100% من فئة الإناث أثرت عليهم مواقع التواصل الاجتماعي، إذ جعلتهم يقللون ساعات النوم بنسبة***، تليها نسبة 10% منهن من كانت إجابتهن بزيادة الوقت الضائع ونجدها عند الذكور بنسب متساوية في حين إدمان الذكور 30% في حالات تقليل النوم ما تسبب لهم مشاكل صحية بالاستخدام تلك المواقع وكذلك مشاكل اجتماعية و ذلك لعدم قدرتهم على النهوض باكرا سواء للعمل أو الدراسة، أما عند الإناث لم تكن كذلك أي ليس لهم تأثير على حالتهم الصحية لاستعمالهم العقلاني لمواقع التواصل الاجتماعي واستعمالهم لوقت الفراغ.

أما فيما يخص متغير السن نجد 31% من فئة العمرية التي تتراوح بين 18-30 سنة، عامة أجابوا التقليل من ساعات النوم، تليها نسبة 25% زيادة وقتي الضائع، بينما نجدها بنسبة متساوية لدى فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق وهذا ما يدل على إدمان الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرهم لها مهما اختلف عامل السن.

أما من حيث متغير الحالة الاجتماعية نجد نسبة 18% من الطلبة أجابوا بزيادة الوقت الضائع مقارنة مع فئة الشباب البطالين والشباب العاملين، بينما بنسبة 18% منهم من الشباب البطال أجابوا التقليل من الساعات بالمقارنة مع الشباب الطلاب والبطالين، هذا ما يقر أن أغلبية المبحوثين الطلاب والبطالين هم الأكثر إدمان و تأثيرا بمواقع التواصل الاجتماعي عن غيرهم من الشباب العاملين.

جدول رقم (37) الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المجموع		يقلل من زيارتك لأقاربك		يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أصدقائك المقربين		يقلل من الوقت الذي تقضيه مع زملائك في الدراسة		يقلل من الوقت الذي تقضيه مع أسرته		المتغيرات الإجابة	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%34	84	%18	44	%7	16	%2	4	%8	20	ذكر	الجنس
%66	160	%21	52	%7	16	%10	24	%28	68	أنثى	
%100	244	%39	96	%13	32	%11	28	%36	88	المجموع	
%74	180	%25	60	%10	24	%8	20	%31	76	30-18 سنة	السن
%26	64	%15	36	%3	20	%3	8	%5	12	30 فما فوق	
%100	244	%39	96	%13	32	%11	28	%36	88	المجموع	
%51	124	%18	44	%3	8	%8	20	%21	52	طالب	حالة الاجتماعية
%36	88	%16	40	%8	20	%2	4	%10	24	بطالين	
%13	32	%5	12	%2	4	%2	4	%5	12	عاملين	
%100	244	%39	96	%13	32	%11	28	%36	88	المجموع	

تقدر نسبة الوقت الذي تقضيه المبحوثات بـ: 28% من فئة الإناث اللاتي أحببنا بأن الوقت الذي يقضيه في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهن وهذا ما يفسر أن فئة الإناث لديهم وقت الفراغ أكثر من الذكور مما يساعدهم على استغراقهن لوقت أطول في الدردشة على مواقع التواصل الاجتماعي وتصفحها بكل ارتياحيه مما يقلل من زيارتهن لأقاربهن بنسبة 21%، وهذا مؤشر على مدى تأثير استخدام هذه المواقع على علاقاتهم الاجتماعية والأسرية وهذا ما تؤكد نسب الجدول. أما نسبة 8% نجدها لدى الذكور، أما من ناحية زيارتهم لأقاربهم نجدها لا تتعدى 18% في حين يقلل من الوقت الذي يقضيه الشباب مع زملائهم 2% إلا أن جاءت بنسب متساوية في التقليل من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم المقربين.

بينما متغير الجنس نجد نسبة 31% في فئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة أجابوا بأن الوقت الذي يقضونه في الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، بينما نجدها أقل مقارنة بين الفئة التي تتراوح أعمارهم 30 فما فوق تليها نسبة 25% يقلل من زيارتهم لأقاربهم لصالح فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة، وهذا ما يوضح وجود اختلافات كبيرة في إجابات المبحوثين في كل الفئتين فاختلف الأعمار وفوارق السن ليس له علاقة في استغراق المبحوثين على تلك المواقع.

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للشباب نجد نسبة 21% منهم طلاب أجابوا أن الوقت الذي يقضونه في الدردشة على مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم بينما منهم من الشباب البطال والعمال جاءت بنسب متقاربة إذ تعدى نسبة 5% لشباب العاملين إلا أن نسبة 8% منهم من شباب البطالين يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم المقربين، في حين جاءت نسب متساوية بين الشباب الطالب وعامل.

نستنتج أن الشباب البطال مع لأكثر تأثيراً وتعرضاً لمواقع التواصل إذ جعلتهم يقللون من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وحتى في زيارتهم لأقاربهم، وهذا يرجع إلى انشغالهم بمتابعة كل ما هو جديد على هذه المواقع حتى لا يفوتهم شيء مقارنة بالشباب العاملين.

جدول رقم (38) العادات الجديدة التي يكتسبها المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، السن والحالة الاجتماعية

المجموع		الرجبة في تحقيق الشهرة		عرض الخصوصيات الشخصية		نشر الإشاعات		المقارنة الدائمة مع الآخرين		الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين		المتغيرات الإجابة	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%34	84	%3	8	%11	28	%3	8	%3	8	%13	32	ذكر	الجنس
%66	160	%11	28	%18	44	%8	20	%15	36	%13	32	أنثى	
%100	244	%15	36	%30	72	%11	28	%18	44	%26	64	المجموع	
%74	49	%11	28	%20	48	%10	24	%13	32	%20	48	18-30 سنة	السن
%26	64	%3	8	%10	24	%2	4	%5	12	%7	16	30 فما فوق	
%100	244	%15	36	%30	72	%11	28	%18	44	%26	64	المجموع	
%51	124	%8	20	%18	44	%2	4	%7	16	%16	40	طالب	الحالة الاجتماعية
%36	88	%7	16	%3	8	%8	20	%8	20	%10	24	بطال	
%13	32	%0	0	%7	16	%2	4	%3	8	%2	4	عامل	
%100	244	%15	36	%28	68	%11	28	%18	44	%28	68	المجموع	

يقرر الجدول أعلاه أن نسبة 18% من فئة الإناث المتسبن سلوك حر من الخصوصيات الشخصية، أما نسبة 11% نجدها عند الذكور تليها نسبة 15% منهن من اكتسبن سلوك المقرنة الدائمة مع الآخرين، أما لدى الذكور بلغت نسبة 3% و نجد نسبة 11% منهن اكتسبن الرغبة في تحقيق الشهرة، أما لدى الذكور جاءت نشر الإشاعات، و الرغبة في تحقيق الشهرة بنسب متساوية بلغت 3% إذ ما قرناها عند الذكور، ويمكن تفسير ذلك بأن الإناث من الآتي ازدادت لديهن الجرأة في عرض خصوصياتهم الشخصية على عكس ما كانوا عليه في السابق، *** بأن يكونن محط إعجاب للآخرين مما جعلن يبحثن عن الجديد من خلال تقليد الممثلات و عارضات الأزياء و يبحثن عن المواد حيث أصبحن يقارن أنفسهن بالأخريات و يهتمون بحياتهم الخاصة من خلال متابعة كل أخبارهم في مواقع التواصل الاجتماعي، أما عند الذكور نجدهم أقل تأثرا منهن.

فيما يتعلق بمتغير السن نجد أن أغلب الإجابات للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 30 سنة كانت إجابتهم متقاربة جدا كما هو موضح في الجدول، وذات الشيء نجد عند المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 فما فوق، وهذا يدل على أن السن ليس له علاقة بالعادات الجديدة المكتسبة من مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين نجد نسبة 18% منهم من الشباب الطلاب أجابوا بعرض الخصوصيات الشخصية، بينما نجد نسبة 7% لدى الشباب العامل في حين نسبة 3% نجدها عند الشباب البطال، نشر الإشاعات جاءت بنسب متقاربة بين الطلاب و الشباب البطال و لكن نجدها أقل عند الشباب العامل، تفسر نتائج بأن أكثر السلوكيات السلبية نجدها منتشرة بين الطلاب و الشباب البطال أكثر من الشباب العامل، وذلك باعتبارهم يتقبلون كل ما هو جديد في العالم الافتراضي و**** التغيير ومنه يمكن القول أن متغير الحالة الاجتماعية تؤثر في هذه النتيجة.

جدول رقم (39) السلوكيات التي انتشرت بكثرة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن أو الفئة العمرية الجنس و الحالة الاجتماعية

المتغيرات الإ-	الانحراف الاخلاقي		التقليد للحياة الغربية		شيعو الجريمة		ضعف الوازع الديني		التعدي على خصوصيات المجتمع		الدخول في علاقات غير شرعية		التطفل على الآخرين		المجموع		
	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
الجنس	ذكر	20	8%	20	8%	8	3%	0	0%	16	7%	8	3%	12	5%	84	34%
	أنثى	36	15%	60	25%	16	7%	12	5%	4	2%	24	10%	8	3%	160	66%
	المجموع	56	23%	80	33%	24	10%	12	5%	20	8%	32	13%	20	8%	244	100%
السن	18-30 سنة	44	18%	60	25%	20	8%	12	5%	8	3%	28	11%	8	3%	180	74%
	30 سنة فما فوق	12	5%	20	8%	4	2%	0	0%	12	5%	4	2%	12	5%	64	26%
	المجموع	56	23%	80	33%	24	10%	12	5%	20	8%	32	13%	20	8%	244	100%
الحالة الاجتماعية	طلاب	20	8%	40	16%	12	5%	4	2%	16	7%	12	5%	20	8%	124	51%
	بطالين	24	10%	32	13%	8	3%	8	3%	0	0%	16	7%	0	0%	88	36%
	عاملين	12	5%	8	3%	4	2%	0	0%	4	2%	4	2%	0	0%	32	13%
	المجموع	56	23%	80	33%	24	10%	12	5%	20	8%	32	13%	20	8%	244	100%

يوضح الجدول أعلاه بأن نسبة 25% من الإناث يرون **** بأن هناك انتشار كبير لتقاليد الحياة الغربية بالمجتمع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجدها بنسبة 8% عند الذكور بينما منهن بنسبة 15% كانت إجابتهن بالانحراف الأخلاقي إلا أن نسبة 8% نجدها لدى الذكور، لكن دخول في العلاقات الغير شرعية نجدها عند الإناث بنسبة 10% في حين بلغت نسبتها 3% عند الذكور، إلا أن باقي السلوكيات لا تختلف كثيرا بين الذكور و الإناث التي بلغت نسبتها حوالي 2% هذا يشير أن على النوعين من الذكور و الإناث يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت في نشر السلوكيات السلبية نظرا إلى للممارسات غير الأخلاقية و الغير المسموحة في ديننا و قيمنا الإسلامية التي يمارسها بعض الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي ساهم في نفي العديد من الآفات و المظاهر الاجتماعية في المجتمع.

أما حسب متغير السن، نجد اختلافات في إجابات الشباب حسب الفئات العمرية بحيث نسجل التقليد للحياة الغربية بنسبة 25% مقارنة بفئة الشباب التي تتراوح أعمارهم من السن 30 فما فوق توضح النتائج على أن متغير السن لا يؤثر في توجه رأي المبحوثين حول مختلف تلك السلوكيات السيئة التي باتت أن تغطي على مجتمعنا و على قيمنا الإسلامية و الاجتماعية.

لكن متغير الحالة الاجتماعية للشباب نجد نسبة 16% منهم من الطلبة أجابوا بالتقليد للحياة الغربية و هي متقاربة مع الشباب البطال و لكن نجدها أقل عند الشباب العاملين، في حين نجد الانحراف الأخلاقي عند الشباب و خاصة البطال، كما أن الدخول في علاقات الغير الشرعية بنسب متقاربة نوعا ما بين الشباب سواء عند، البطالين، العاملين، الطلبة، ونجد نسبة 8% عند الشباب الطلبة أجابوا بتطفل على حياة الآخرين تليها نسبة 7% من الشباب البطالين يرون زيادة التعدي على الخصوصيات الشخصية أما نسبة 2% كانت عند الشباب العاملين و لكن جاء الوازع الديني بنسب متقاربة بين مختلف فئات الشباب و خاصة الطلبة و البطالين تبين نتائج الجدول أن متغير الحالة الاجتماعية للشباب لها علاقة مباشرة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك ما يوضح أن أغلب المشاكل الاجتماعية التي تهدد المجتمع كالانحراف الأخلاقي و التعدي على الخصوصيات الشخصية و هشاشة القيم الاجتماعية و الدينية نجدها منتشرة لدى الشباب خاصة البطالين و الطلاب فهم الأكثر تأثرا بالعادات الغربية الدخيلة عن قيم الأسر الجزائرية. فالشباب العاملين مقارنة بالشباب البطال أو الطلاب هم الأكثر دراية بالقيم و السلوكيات و ذلك لعدم وجود فراغ في حياتهم الاجتماعية فالعمل له دور في بناء شخصية الفرد فالشباب العاملين هم أكثر إحساس بالمسؤولية سواء من ناحية العمل أو ناحية الاجتماعية عكس البطالين الذين لديهم فراغ واسع.

جدول رقم (40) القيم الاجتماعية التي يراها المبحوثون في تراجع باستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات	الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين		المقارنة الدائمة مع الآخرين		نشر الإشاعات		عرض الخصوصيات الشخصية		الرغبة في تحقيق الشهرة		المجموع	
	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار
الجنس	ذكر	8	3	52	21	12	5	4	2	8	3	84
	أنثى	4	2	84	34	20	8	24	10	28	11	160
	المجموع	12	5	136	56	32	13	28	11	36	15	244
السن	18-30 سنة	8	3	100	41	20	8	20	8	32	13	180
	30 فما فوق	4	2	36	15	12	5	8	3	4	2	64
	المجموع	13	5	136	56	32	13	28	11	36	15	244
حالة الاجتماعية	طالب	8	3	76	31	8	3	24	10	8	3	124
	بطالين	4	2	48	20	16	7	4	2	16	7	88
	عاملين	0	0	12	5	8	3	0	0	12	5	32
	المجموع	13	5	136	56	32	13	28	11	36	15	244

يوضح الجدول أعلاه بأن نسبة 34% من الإناث يرون أكثر قيمة تراجعت هي قيمة صلة الرحم، إلا أنها نجدها بنسبة 21% لدى الذكور في حين منهم من يرون تراجع قيمت احترام الآخرين بنسبة 11% أما نسبة 3% عند الذكور تليها نسبة 10% منهم من يرون تراجع قيمة الصداقة بينما نجدها بنسبة 2% عند الذكور في حين التكافل الاجتماعي و التسامح جاءت بنسب متقاربة بين الذكور و الإناث، نجد أن القيم التي يحملها الذكور و الإناث مختلفة إلا أنهم يتفوقون بإجماع حول تراجع قيمة صلة الرحم، فكثير من الشباب يفضلون ربط علاقات افتراضية وهمية مع أشخاص لا يعرفونهم و إعطائهم جميع أسرارهم بحجة عدم معرفتهم بهم إلا من المحافظة على علاقاتهم الاجتماعية على أرض الواقع وهذا ما يبرر عن شبه قطع لصلة الرحم و ذلك نتيجة انشغالهم بتلك المواقع، أصبح الكثير يختصر التهئة في المناسبات برسالة سمعية أو مكتوبة عبر هذه المواقع الأمر الذي أثر على العلاقات الاسرية و الرحمة بين الأقارب و هذا ما يخالف قيم المجتمع الدينية و الاجتماعية.

من حيث متغير السن و جدنا أن ليس له علاقة بتراجع القيم الاجتماعية للشباب، أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية لشباب فنجد نسبة 31% منهم من الطلبة أجابوا بتراجع قيمة صلة الرحم، وهي تتقارب مع فئة الشباب البطالين، أما نسبة 5% نجدها عند الشباب العاملين في حين نجد نسبة 10% منهم من الطلبة يرون تراجع قيمة الصداقة، بينما نسبة 2% منهم من الشباب البطالين يرون تراجع قيمة الصداقة، أما عند الشباب العاملين يرون عكس ذلك فقيمة الصداقة لا تتراجع عندهم، تبين هذه النتائج عدم تراجع قيمة الصداقة و صلة الرحم عند الشباب العاملين حيث نصنفهم هم أكثر وعياً بمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الشباب البطالين أو الطلبة، خاصة و أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت تتصدر المراتب الأولى عند هؤلاء الشباب و خاصة في وقت الفراغ على عكس الشباب العاملين مازالوا يحافظون على قيمة الصداقة ووعيهم بصلة الرحم فهم يعملون على توطيد علاقاتهم الاجتماعية و الاسرية من خلال تبادل الزيارات و التضامن و مساعدات العائلية المحتاجة و الاحترام المتبادل بينهم من خلال الزيارات الفصلية للأقارب على أرض الواقع وليس باختصارها عبر المواقع.

المحور الثالث: واقع القيم التي تغرسها مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الشباب

جدول رقم (41) القيم الاجتماعية التي ساعدت المبحوثين لفهم واستيعاب مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أفضل حسب متغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المتغيرات	الإجابة		التضامن		العمل الجماعي		الترابط الأسري		الصدقة		التسامح		احترام الكبير و الصغير		المجموع		
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
الجنس	ذكر	16	7%	16	7%	16	7%	32	13%	4	2%	12	5%	4	2%	84	34%
	أنثى	32	13%	32	13%	56	23%	32	13%	36	15%	4	2%	0	0%	160	66%
	المجموع	48	20%	48	20%	72	30%	64	26%	40	16%	16	7%	4	2%	244	100%
السن	18-30 سنة	40	16%	40	16%	56	23%	48	20%	28	11%	8	3%	0	0%	180	74%
	30 سنة فما فوق	8	3%	8	3%	16	13%	16	7%	12	5%	8	3%	4	2%	64	26%
	المجموع	48	20%	48	20%	72	36%	64	26%	40	16%	16	7%	4	2%	244	100%
الحالة الاجتماعية	طلاب	28	11%	28	11%	48	20%	24	10%	12	5%	12	5%	0	0%	124	51%
	بطالين	20	8%	20	8%	12	5%	32	13%	20	8%	4	2%	0	0%	88	36%
	عاملين	0	0%	0	0%	12	5%	8	3%	8	3%	4	2%	4	2%	32	13%
	المجموع	48	20%	48	20%	72	30%	64	26%	40	16%	16	7%	4	2%	244	100%

توضح نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 23% من فئة الإناث ساعدتهن مواقع التواصل الاجتماعي على فهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي، بينما نسبة 7% نجدها عند الذكور، في حين إجابتهن بقيمة الصداقة بلغت نسبة 15%، أما نسبة 2% عند الذكور هي ضعيفة جدا مقارنة بالإناث، تليها نسبة 13% منهن فيفهم قيمة التضامن ولكن نسبة 7% لدى الذكور إلا أن قيمة الاحترام الكبير بنسبة 2% نجدها لدى الذكور مقارنة بالإناث، في حين نجد قيمة التسامح تتقارب بين النوعين الذكور و الإناث، تشير النتائج على وجود عدة اختلافات في إجابات الذكور و الإناث و لكن يشتركان في فهم واستيعاب لقيمة الترابط الاسري، إلا أننا نجد أن الإناث هن الأكثر اهتماما و فهما واستيعابا للقيم الاجتماعية، وهذا يرجع إلى مستوى وعيهم بأهمية تلك القيم في حياتهم الاجتماعية.

فيما يتعلق بعامل السن نجد نسبة 23% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة فهموا واستوعبوا أكثر قيمة العمل الجماعي، بينما نسبة 13% عند المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق، في حين نجد قيمة الترابط الاسري والتضامن متقاربة، في حين مختلف الأعمار يشير الجدول أن متغير السن لا يؤثر في هذه الحالة.

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين نجد نسبة 20% من الطلبة ساعدتهم تلك المواقع بفهم واستيعاب قيمة العمل الجماعي، في حين نجدها متساوية بين الشباب البطالين و الشباب العاملين تليها قيمة الترابط الاسري و هي جاءت بنسب متقاربة بين الطلاب و شباب البطالين، إلا أنها عند الشباب العاملين كانت أقل بلغت نسبة 3% فقط، كما نجد عند الشباب العاملين نسبة 2% منهم يهتمون بفهم قيمة الاحترام الكبير و الصغير، بينما جاءت باقي القيم متقاربة بين الطلبة و الشباب البطالين يتضح من خلال هذه النتائج أن متغير الحالة الاجتماعية لا يؤثر باعتبار القيم الاجتماعية معروفة و موجودة أصلا و إنما هذه المواقع زادت في تفعيل هذه القيم أكثر.

جدول رقم (42) المنشورات ذات الطابع الاجتماعي التي يشاركها ويناقشها المبحوثين مع أصدقائهم في مواقع الاجتماعي حسب متغير، الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المجموع		أكثر من إجابة		تنمية بشرية		نشاطات ثقافية		تربوية علمية		توعية صحية		نشاطات إجتماعية خيرية		المتغيرات الإجابة	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%34	84	%15	36	%2	4	%10	24	%3	8	%3	8	%2	4	ذكر	الجنس
%66	160	%34	84	%7	16	%5	12	%7	16	%5	12	%8	20	أنثى	
%100	244	%49	120	%8	20	%15	36	%10	24	%8	20	%10	24	المجموع	
%74	180	%36	88	%8	20	%10	24	%7	16	%5	12	%8	20	18-30 سنة	السن
%26	64	%11	28	%0	0	%7	16	%3	8	%3	8	%2	4	30 سنة فما فوق	
%100	244	%48	116	%8	20	%16	40	%10	24	%8	20	%10	24	المجموع	
%51	124	%21	52	%5	12	%8	20	%5	12	%7	16	%5	12	طلاب	الحالة الاجتماعية
%36	88	%18	44	%2	4	%7	16	%3	8	%2	4	%5	12	بطالين	
%13	32	%7	16	%2	4	%2	4	%2	4	%0	0	%2	4	عاملين	
%100	244	%46	112	%8	20	%16	40	%10	24	%8	20	%11	28	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 10% منهم الذكور يفضلون مشاركة و مناقشة منشورات عن النشاطات الثقافية، بينما نسبة 8% منهم من الإناث يقمن بمشاركة منشورات عن النشاطات الاجتماعية الخيرية، تليها نسبة 34% من الإناث يقمن بمشاركة و مناقشة كل المنشورات التي تخص التوعية الصحية، التربوية العلمية، التنمية البشرية، النشاطات الثقافية إلا أن نسبة 15% منهم من الذكور يشاركون كذلك كل المنشورات ذات الطابع الاجتماعي، وهذا ما يفسر أن الإناث من الأكثر تفاعلا من الذكور في مشاركة منشورات ذات الطابع الاجتماعي لأنها مادة حيوية تثير فضولهن للمناقشة و الحوار مع الآخرين، وذلك يبين مدى اهتمامهن بالمواضيع الاجتماعية التي تثير تلك المواقع.

إلا من حيث متغير السن نجد نسبة 36% من فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة يشاركون كل المنشورات ذات الطابع الاجتماعي، في حين نجدها بنسب ضعيلة جدا في الفئة العمرية 30 سنة فما فوق يبين الجدول أن متغير السن ليس له علاقة في نوعية المنشورات التي يشاركونها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية جاءت كل الإجابات المبحوثين بنسب متقاربة بين الشباب الطلاب، البطالين والعاملين إلا أن منهم من المبحوثين العاملين لا يهتمون بمشاركة المنشورات عن التوعية الصحية وهم أقل تفاعلا ومشاركة للمنشورات ذات الطابع الاجتماعي على تلك المواقع وهذا يدل على أن لمتغير الحالة الاجتماعية علاقة بنوع المنشورات التي يشاركونها المبحوثين فيما بينهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (43) مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي حسب متغير السن، الجنس، والحالة الاجتماعية

المجموع		منشورات ذات طابع عالمي		منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل		بمجموعك الخاص و القريب		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%34	84	%10	24	%16	40	%8	20	ذكر	الجنس
%66	160	%18	44	%30	72	%18	44	أنثى	
%100	244	%28	68	%46	112	%26	64	المجموع	
%74	180	%23	56	%30	72	%21	52	18-30 سنة	السن
%26	64	%5	12	%16	40	%5	12	30 سنة فما فوق	
%100	244	%28	68	%46	112	%26	64	المجموع	
%51	124	%11	28	%28	68	%11	28	طالب	الحالة الاجتماعية
%36	88	%11	28	%15	36	%10	24	بطال	
%13	32	%5	12	%3	8	%5	12	عامل	
%100	244	%28	68	%46	112	%26	64	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 30% من فئة الإناث يشاركون منشورات عن المجتمع الجزائري ككل، في حين نسبة 16% نجدها عند الذكور، في حين شاركتهن منشورات عن مجتمعهن الخاص و القريب، و شاركتهن منشورات ذات طابع عالمي جاءت بنسب متساوية، بالمقارنة مع الذكور جاءت على التوالي بنسب 10% و 8% هذا ما يدل على مدى تفاعل وانجذاب الإناث للمواضيع الاجتماعية و ميلهن لتنوع في مشاركة المنشورات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة منها التي تخص المجتمع الجزائري ككل، في حين الذكور نجدهم أقل اهتماما في مشاركتهم للمنشورات عن مجتمعهن الخاص و القريب مقارنة بالإناث، إلا أن كل النوعين من الذكور و الإناث يميلون أكثر إلى أن يكونوا على إطلاع دائم عن كل ما ينشر عن المجتمع الجزائري عامة، أما لمتغير السن جاءت إجابات المبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة بنسب متقاربة في مشاركة المنشورات تخص المجتمع الجزائري ككل، بينما مشاركة منشورات مجتمعهن الخاص و القريب و منشورات ذات طابع عادي نجدها تخص فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم 30 سنة فما فوق، أقل.

و نستنتج أن متغير العمر لا يؤثر في مشاركة كل الشباب للمنشورات ذات طابع اجتماعي، ولكن لمتغير الحالة الاجتماعية للشباب كذلك لا تؤثر كثيرا في مشاركة المنشورات ذات الطابع الاجتماعي، بحيث نجد نسبة 28% من الشباب الطلبة يميلون الى مشاركة منشورات تخص المجتمع الجزائري ككل، في حين نسبة 15% نجدها عند الشباب البطال، إلى أن نسبة 3% كانت عند الشباب العاملين، بينما باقي الإجابات جاءت بنسب متقاربة بين كل فئات الشباب ولكن مقارنة بالشباب العاملين نجدها أقل، هذا يدل أن كل فئات الشباب خاصة الطلبة و البطالين هم أكثر اهتماما و تفاعلا بكل ما يمر عبر هذه المواقع، وهذه النتيجة تتوافق مع نتيجة الجدول السابق.

جدول رقم (44) شعور المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي متغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المجموع		السعادة		الاسترخاء		الثقة		الراحة النفسية		المتغيرات الإجم	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%34	84	%5	12	%13	32	%8	20	%8	20	ذكر	الجنس
%66	160	%5	12	%33	80	%5	12	%23	56	أنثى	
%100	244	%10	24	%46	112	%13	32	%31	76	المجموع	
%74	180	%5	12	%38	92	%10	24	%21	52	18-30 سنة	السن
%26	64	%5	12	%8	20	%3	8	%10	24	30 سنة فما فوق	
%100	244	%10	24	%46	112	%13	32	%31	76	المجموع	
%51	124	%7	16	%21	52	%11	28	%11	28	طلاب	الحالة الاجتماعية
%36	88	%3	8	%15	36	%2	4	%16	40	بطالين	
%13	32	%0	0	%10	24	%0	0	%3	8	عاملين	
%100	244	%10	24	%46	112	%13	32	%31	76	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه نسبة 33% من فئة الإناث يتعرض بالاسترخاء، بينما نسبة 13% لدى الذكور، في حين نسبة 23% منهم من يتعرض بالراحة النفسية، أما نسبة 8% نجدها عند الذكور، في حين الشعور بالثقة جاءت بنسب متقاربة بينهما، إلا أن الشعور بالسعادة جاءت بنسب متساوية بين النوعين الذكور و الإناث، تبين نتائج الجدول على أن الإناث شديدي التعلق بمواقع التواصل الاجتماعي حيث يجدن فيها وسيلة لتنفيس عن الذات و التخلص من وقت الفراغ لديهن أكثر من الذكور، لذلك لمجرد تصفحهم لهذه المواقع تتحسن نفسياتهم و يشعرون بالاسترخاء و الراحة، فمن يملن إلى إشباع إرضاء حاجاتهم النفسية.

إلا أن متغير السن نجد نسبة 38% من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة يشعرون بالاسترخاء أما نسبة 8% نجدها عند الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق، تليها نسبة 75% منهم من الشباب التي تتراوح أعمارهم 18-30 سنة يشعرون بالراحة النفسية، إلا أن نسبة 10% كانت لدى الشباب الذي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق، تشير نتائج الجدول على أن متغير السن ليس له علاقة بما يشعر به المبحوثون باستخدامهم لتلك المواقع.

أما بالنسبة للمتغير للحالة الاجتماعية نجد نسبة 21% من الشباب الطلبة يشعرون بالاسترخاء، بينما جاءت بنسب متقاربة بين الشباب البطال و العاملين، إلا أن الشعور بالراحة النفسية جاءت هي الأخرى بنسب متقاربة بين الشباب الطلبة و البطالين مقارنة بالشباب العاملين كانت أقل بحيث بلغت نسبتها 3% تليها نسبة 11% منهم من الشباب الطلبة يشعرون بالثقة، في حين نسبة 3% منهم من الشباب البطالين يشعرون بالسعادة، ونستنتج من ذلك أن متغير الحالة الاجتماعية مرتبط بكيفية و مدة الاستخدام لتلك الموقع و بالتالي ليس له علاقة بشعور المبحوثين.

جدول رقم (45) الإضافة التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي للمبحوثين في علاقتهم مع الآخرين حسب متغير الجنس، السن، و متغير الحالة الاجتماعية

المجموع		حولتك من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعك		القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين		القدرة على التعبير عن الذات بجرية أمام الآخرين		الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع		المتغيرات الإجابة	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
34%	84	3%	8	8%	20	10%	24	13%	32	ذكر	الجنس
66%	160	13%	32	8%	20	21%	52	23%	56	أنثى	
100%	244	16%	40	16%	40	31%	76	36%	88	المجموع	
74%	180	8%	20	11%	28	26%	64	28%	68	18-30 سنة	السن
26%	64	8%	20	5%	12	5%	12	8%	20	30 سنة فما فوق	
100%	244	16%	40	16%	40	31%	76	36%	88	المجموع	
51%	124	5%	12	11%	28	13%	32	21%	52	طلاب	الحالة الاجتماعية
36%	88	10%	24	5%	12	10%	24	11%	28	بطالين	
13%	32	2%	4	0%	0	8%	20	3%	8	عاملين	
100%	244	16%	40	16%	40	31%	76	36%	88	المجموع	

توضح نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 23% من فئة الإناث أضافت لهم مواقع التواصل الاجتماعي الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع، بينما نسبة 13% نجدها لدى الذكور، في حين نسبة 21% من إجاباتهم القدرة على التعبير عن الذات بحرية، ولكن نجدها بنسبة 10% عند الذكور، إلا أن نسبة 13% منهم حولتهم من شخص عادي إلى شخص مميز في مجتمعهم، تليها نسبة 3% لدى الذكور، بينما القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين جاءت بنسب متساوية بين الذكور و الإناث، هذا ما يفسر أن الإناث هن اللاتي أصبحن أكثر جراءة على ما كن عليه في السابق نتيجة استخدامهن لتلك المواقع التي أضافت لهم الكثير من السلوكيات الإيجابية كتخطي حاجز الخوف و الخجل بحيث جعلتهم يعبرون عن ذواتهم و مناقشة أفكارهن بكل حرية و جراءة، الأمر الذي زاد من ثقتهن من أنفسهن أكثر.

ولكن فيما يخص متغيرات السن، نسجل نسبة 28% من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة أضافت لهم مواقع التواصل الاجتماعي الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع، أما نسبة 8% نجدها عند الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق، تليها نسبة 26% منهم من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة أضافت لهم القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين، إلا أن نسبة 5% جاءت عند الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق، بينما بقية الإيجابيات تتقارب بينهما.

هذا يرجع إلى أن الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة يميلون دائما إلى اكتساب مهارات اتصالية جديدة من أجل تطبيقها في ميدان عمله مستقبلا، حيث أفرزت تلك المواقع شخصيات اجتماعية لدى متابعيها من الشباب.

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية نجد نسبة 21% منهم من الطلبة أضافت لهم الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع مع الآخرين، إلا أن نسبة 11% نجدها لدى الشباب البطال، بينما نسبة 3% نجدها عند الشباب العاملين، تشير النتائج على وجود تقارب بين إجابات الباحثين الشباب والطلاب والشباب البطال، إلا أن الشباب العاملين نجد أنهم أكثر شيء أضافته لهم تلك المواقع القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين، وذلك من خلال زيادة الثقة بأنفسهم والتخلص من الانغلاق على الذات هذا على حسب مجال وتخصص كل عامل.

جدول رقم (46) السلوكيات الجديدة التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير، السن، الجنس، الحالة الاجتماعية

المجموع		إحياء العادات و التقاليد		المعاملة الحسنة للجميع		تعزيز بر الوالدين		المشاركة في الأنشطة الاجتماعية		المتغيرات الإيجابية	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%34	84	%3	8	%13	32	%2	4	%16	40	ذكر	الجنس
%66	160	%10	24	%18	44	%2	4	%36	88	أنثى	
%100	244	%13	32	%31	76	%4	8	%52	128	المجموع	
%74	180	%13	20	%25	60	%2	4	%39	96	18-30 سنة	السن
%26	64	%8	12	%7	20	%2	4	%13	32	30 سنة فما فوق	
%100	244	%5	32	%31	76	%4	8	%52	128	المجموع	
%51	124	%5	12	%16	40	%2	4	%28	68	الطلبة	الحالة الاجتماعية
%36	88	%5	12	%11	28	%0	0	%20	48	شباب البطال	
%13	32	%3	8	%3	8	%2	4	%5	12	شباب العامل	
%100	244	%13	32	%31	76	%4	8	%52	128	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 36% من فئة الإناث تعزز لديهن سلوك المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، بينما نسبة 16% نجدها لدى الذكور، في حين نسبة 10% ممنهن من تعزز لديهن سلوك إحياء العادات و التقاليد، في حين نسبة 3% نجدها عند الذكور، إلا أن المعاملة الحسنة مع الجميع جاءت بنسب متقاربة بين الذكور و الإناث، كما جاءت تعزيز بر الوالدين بنسب متساوية، من هنا تجدر الإشارة إلى أن الإناث هن الأكثر من تعززت لديهن تلك السلوكيات الإيجابية و التي هي موجودة لديهن من قبل و لكن باستخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي زادت لديهن الرغبة في تقليلها عبر تلك المواقع و المحافظة عليها و هذا يبين مدى وعيهن في الاستفادة من المنشورات التي تحث على السلوكيات الاجتماعية الإيجابية.

إلا أن متغير السن نجد نسبة 39% منهم من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة تعزز لديهم سلوك المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، بينما نسبة 13% نجدها لدى الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 30 سنة فما فوق تليها 25% منهم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 18-30 سنة تعزز لديهم سلوك المعاملة الحسنة للجميع، ولكن نسبة 7% لدى الشباب التي تتراوح أعمارهم 30 سنة فما فوق، هذا يبين أن متغير السن ليس له علاقة بنوع السلوكيات التي تعززت لدى المبحوثين.

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية نجد منهم من الشباب الطلبة و الشباب البطالين تعزز لديهم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية و المعاملة الحسنة مع الجميع بنسب متقاربة، إلا أنها عند الشباب العاملين جاءت على التوالي لنسبة 5% منهم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، تليها نسبة 3% منهم تعززت لديهم المعاملة الحسنة مع الجميع و إحياء العادات و التقاليد، إلا أن تعزيز بر الوالدين جاءت متساوية بين الشباب الطلبة و الشباب العاملين، وهذا ما يوضح أن لمتغير الحالة الاجتماعية علاقة بتعزيز تلك السلوكيات خصوصا منهم من الشباب الطلبة و البطالين و ذلك لأنهم هم الأكثر استخداما لتلك المواقع، و بالتالي هم من تعززت لديهم تلك السلوكيات الإيجابية أكثر.

جدول رقم (47) الفرصة التي أتاحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية مع أشخاص من داخل وخارج الوطن حسب متغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المتغيرات		الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الجنس	ذكر	31%	76	3%	8	34%	84		
	أنثى	51%	124	15%	36	66%	160		
	المجموع	82%	200	18%	44	100%	244		
السن	18-30 سنة	59%	144	15%	36	74%	180		
	30 سنة فما فوق	23%	112	3%	8	26%	64		
	المجموع	82%	200	18%	44	100%	244		
الحالة الاجتماعية	الطلبة	43%	104	8%	20	51%	124		
	شباب البطالين	31%	76	5%	12	36%	88		
	شباب العاملين	8%	20	5%	12	13%	32		
	المجموع	82%	200	18%	44	100%	244		

يوضح الجدول بأن نسبة 51% من الإناث أجابوا بـ (نعم)، بمعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت لهم فرصة في توسيع شبكة علاقاتهم مع أشخاص من داخل وخارج الوطن، بينما نسبة 31% نجدها عند الذكور، في حين أجاب البعض الآخر منهم بنسبة 15% بـ (لا) بمعنى أنهم لم يكن علاقات مع أشخاص من ولايات الوطن ودول أخرى، ولكن نسبة 3% لدى الذكور، هذا يشير إلا أن الإناث هن اللاتي استطعن توسيع شبكة علاقاتهم مع أشخاص داخل و خارج الوطن و يبين من خلال تكوين و بناء روابط اجتماعية جديدة مع الجميع. أما بالنسبة لمتغير السن بالرغم من اختلاف إجابات الفئات العمرية إلا أن أغلبهم كونوا علاقات مع أشخاص من داخل و خارج الوطن، وهذا يدل على أن متغير السن لا يؤثر على هذه النتيجة، ولكن من حيث متغير الحالة الاجتماعية منهم شباب الطلاب و شباب البطالين كونوا علاقات اجتماعية مع ولايات من الوطن و دول أخرى من خارجه إذ جاءت متقاربة، إلا أن نسبة 8% منهم من الشباب العاملين كونوا علاقات مع أشخاص من داخل و خارج الوطن وهم أقل مقارنة بالشباب البطالين و الطلاب، وهذا يدل على انفتاح ثقافي و الجراءة لشباب الطلاب و الشباب البطالين عكس شباب العاملين لكثرة انشغالهم في أماكن عملهم و لضيق الوقت.

جدول رقم (48) الولايات والدول التي كون من خلالها المبحوثين صداقات حسب متغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المتغيرات		الإجابة		ولايات الوطن		دول عربية		دول أجنبية		المجموع	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الجنس	ذكر			13%	32	11%	28	10%	24	34%	84
	أنثى			46%	112	8%	20	11%	28	66%	160
	المجموع			59%	144	20%	48	21%	52	100%	244
السن	18-30 سنة			48%	116	7%	16	20%	48	74%	180
	30 سنة فما فوق			11%	28	13%	32	2%	4	26%	64
	المجموع			59%	144	20%	48	21%	52	100%	244
الحالة الاجتماعية	شباب الطلاب			30%	72	10%	24	11%	28	51%	124
	شباب البطالين			25%	60	7%	16	5%	12	36%	88
	شباب العاملين			5%	12	3%	8	5%	12	13%	32
	المجموع			59%	144	20%	48	21%	52	100%	244

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 46% منهم من الإناث كونوا صداقات مع عدة ولايات من الوطن الجزائري نجدها نسبة 13% عند الذكور في حين نجد أنهن يملن لتكوين علاقات من دول أجنبية أكثر من تكوينها مع دول عربية، إلا أن الذكور يميلون لتكوين علاقات مع دول العربية و الأجنبية، يمكن أن نقول أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت للمبحوثين سواء ذكور أو إناث تكوين علاقات الصداقة سواء كان من داخل أو خارج الوطن، إلا أن الإناث يملن في تكوين علاقات الصداقة من ولايات الوطن على عكس الذكور، و ذلك باعتبار أن الجزائر تزخر بالكثير من العادات و التقاليد المتنوعة في كل منطقة من مناطق الوطن ، وهذا ما يدفعهن للاهتمام بالتعرف على تلك العادات و التقاليد.

في حين نجد أم متغير السن لا يؤثر على صداقاتهم مع أشخاص أخرى سواء كانوا من داخل أو خارج الوطن، أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين نجد كل من الشباب الطلاب والشباب البطالين بنسب متقاربة في تكوين علاقات الصداقة مع ولايات الوطن ثم مع الدول الغربية، في حين نجد من الشباب العاملين أو الموظفين يميلون بنسبة 5% منهم لتكوين صداقات مع ولايات من دول الوطن والدول الأجنبية ثم العربية منها، وهذا يدل على أن الطلاب و الشباب البطال هم أكثر جرأة و تكويننا للصداقات مقارنة بالشباب العامل.

جدول رقم (49) القيم الاجتماعية التي تعززت لدى المبحوثين باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية

المجموع		التعاون و التضامن و التكافل الاجتماعي		المنفعة المتبادلة		الاحترام		المتغيرات الإيجابية	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
34%	84	18%	44	8%	20	8%	20	ذكر	الجنس
66%	160	31%	76	21%	52	13%	32	أنثى	
100%	244	49%	120	30%	72	21%	52	المجموع	
74%	168	36%	88	18%	44	20%	48	18-30 سنة	السن
26%	64	13%	32	11%	28	2%	4	30 سنة فما فوق	
100%	244	49%	120	30%	72	21%	52	المجموع	
51%	124	25%	60	15%	36	11%	28	الطلاب	الحالة الاجتماعية
36%	88	21%	52	10%	24	5%	12	البطالين	
13%	32	3%	8	5%	12	5%	12	العاملين	
100%	244	49%	120	30%	72	21%	52	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 31% منهم من الإناث تعززت لديهن قيمة التعاون و التضامن و التكافل الاجتماعي باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين نسبة 18% نجدها لدى الذكور تليها إجابتهن بالمنفعة المتبادلة بنسبة 21%، ولكن نجد نسبة 8% منهم من الذكور تعززت لديهم قيمتي الاحترام و المنفعة المتبادلة، تليها نسبة 21% منهن من تعززت لديهن قيمة المنفعة المتبادلة، نسبة 13% منهن تعززت لديهن قيمة الاحترام، وهذا يبين مدى وعي الإناث واهتمامهم بالقيم الاجتماعية وذلك من خلال العمل على تفعيلها و تعزيزها أكثر بالاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي وانتقاء منها الرسائل و المضامين الإيجابية التي تخدم هذه القيم.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد نسبة المبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة تعززت لديهم قيمة التعاون و التضامن و التكافل الاجتماعي، بينما نسبة 13% من المبحوثين التي تتراوح أعمارهم من 30 سنة فما فوق تعززت لديهم ذات القيمة، في حين نسبة 20% منهم من الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18-30 سنة تعززت لديهم قيمة الاحترام.

نجد أن متغير السن لا يؤثر على القيم الاجتماعية للشباب أم فيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية نجد تقارب بين الإجابات بين الشباب البطالين والطلاب والعاملين في تعزيز قيمة التعاون والتضامن والتكافل الاجتماعي رغم تغير الحالة الاجتماعية، إلا أن أغلب المبحوثين تعززت لديهم مجموعة من القيم أكثر باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومنه يمكن القول أن القيم الاجتماعية موجودة في المجتمع و يعمل المجتمع على ترسيخها و تثبيتها في أذهان الشباب.

نتائج الدراسة :

تعتبر جل النتائج العلمية حاصل لما يقوم به الباحث من اجراءات أكاديمية التي تقوده الى استنباط أهم النتائج التي كانت في البداية اما فرضيات فندت أو أكدت ، وفي هذا العدد تم معالجتنا لموضوع النسق القيمي للشباب الجزائري بين الواقع والافتراضي - شبكات التواصل الاجتماعي -

حيث تناولنا واقع الشباب الجزائري في خضم التكنولوجيا و تغيرات لنظرهم القيمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تحت غطاء قيمي وفق المحاور الرئيسية للدراسة : اذ لخصت في عدة نتائج هي:

1- نتائج المحور الأول: أنماط و طبيعة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي .

توصلنا الى أن معظم الشباب الجزائري يحمل هاتفنا نقالا مزودا بخدمة الأنترنت و لديهم على الأقل حساب شخصي ، حيث نجد الشباب الذي تتراوح أعمارهم ما بين (18-30) سنة هم الأكثر امتلاكاً لخدمة الأنترنت على هواتفهم النقالة ، وهم الفئة الأكثر اقبالا على الأنترنت و ذلك بقصد التعرف على هذا العالم الافتراضي .

توصلت الدراسة الى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة 70 % من المبحوثين بينما نسبة 28 % منهم يستخدمونها من ساعة الى ساعتين في حين يقضي 2 % أكثر من ثلاث ساعات ، وعن طريق ملاحظتنا البسيطة للمبحوثين وجدنا هذه الفئة التي تستخدم مواقع التواصل أكثر من ثلاث ساعات . صنعت مواقع التواصل الاجتماعي واقعا اجتماعيا جديدا بقيم ومعايير جديدة حيث كل فرد يعيش عزلة حتى وان كان محاطا بأصدقائه . وقد تزيد نسبة ارتفاع عدد صفحات مستخدميها بسبب زيادة الوعي بأهمية ودور هذه المواقع كما أن نسبة استخدام هذه المواقع نجدها عند الذكور أكثر من الاناث ، كما نجد الفئة العمرية ما بين (18-30 سنة) هي الفئة الأكثر نشاطا و فاعلية من حيث الاستخدامات المتعددة لشبكات التواصل الاجتماعي ، ربما لوجود الوقت الكافي لقضاء فترات كبيرة في هذه المواقع ، ففي هذا السن يحاول الفرد الهروب نوعا ما من الواقع خاصة عند الشباب الطلاب و البطالين .

أما فئة (30 سنة فما فوق) فهي فئة الأكثر نضجا في مسيرة مثل هذه الشبكات وكذا بروتوكولات واستخداماتها . دون أن ننسى أن وعي هذه الفئة بالمخاطر الناجمة عن هذه المواقع خاصة عند غفلة الشباب العاملين .

يستخدم 48% من المبحوثين أسماء مستعارة خاصة عند الاناث فهن يميلن الى الأسماء المستعارة في حساباتهن الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي خوفا من المشاكل العائلية ،لأن المجتمع الجزائري رغم دخوله للحداثة مازالت بعض الأسر الجزائرية متمسكة بالعادات و التقاليد ما يسميها بيار بورديو ب: "الهيمنة الذكورية" ، كذلك الخوف من الكشف عن هوياتهن الحقيقية للأشخاص الغرباء ،فالمجتمعات المحافظة لا تسمح للفتيات بالظهور على وسائل التواصل الاجتماعي .وكذلك هناك من يستخدمها للتسلل و جمع معلومات و بيانات و مراقبة الاخرين.

وهناك من يستعملها من أجل الهروب من واقعه و للقيام بأفعال لا تندرج تحت منظور الشفافية لدفع التكلفة والشرك المبرر لتلك الأفعال .وقد تكون فرصة لديهم لانتحال الشخصيات و اثاره الاشاعات و النعرات في المجتمع . وهناك من يستخدمها ليمارس بكل أريحية حقه في التعبير عن ارائه الحقيقية غير المغلقة و المقيدة بالعادات و الدين و يرى الخبير في مواقع التواصل الاجتماعي خالد الأحمد :أن استخدام أسماء مستعارة و غير حقيقية أصبح ظاهرة سلبية تستخدم لأغراض شخصية أو لتشويه سمعة شخص ما ،بل وأصبحت تقلل من مصداقية الواقع الافتراضي و تجعله يدور في ايطار الشكوك.

ويوضع ان العلاقات الانسانيه التي يقوم عبر الانترنت تقود الى ان احتمالات كذب الاشخاص الذين يلجؤون الى الاسماء الوهميه او المستعاره اكبر من احتمالات صدقهم اذا ما واجهوا غيرهم وجها لوجه فالانترنت يوفر الغموض الذي يمكن استغلاله ايضا لتحقيق مكاسب عاطفيه شخصيه بعيدا عن القيم والضوابط الاجتماعيه ويقول محايدين :ان الانترنت من اكثر الوسائل الاتصاليه جاذبيه للشباب مشيرا الى ان استخداماته تنوع حسب اهتماماتهم اما بدافع الحصول على معلومات او التسلية والترفيه او التواصل مع اصدقاء او اقامه صداقات جديده ومتنوعه او اشغال اوقات الفراغ.

في حين نجد نسبة 43 بالمئه منهم ان يستخدمونها باسمائهم الحقيقيه فهم لا يملكون ثقافه الحفاظ على خصوصياتهم او انهم يحملونها اصلا انهم في خطر في انتهاكات لاغراضهم الشخصيه وبياناتهم الشخصيه الموضوعه على مختلف في مواقع التواصل الاجتماعي خاصه عند الذكور فيستخدم الشباب اسمائهم الحقيقيه في التسجيل التواصل الاجتماعي خاصه عند الذكور فيستخدم الشباب اسمائهم الحقيقيه في التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بالشكل غير المفروض عليهم اي برضاهم وتبرز ايضا النتائج ان كثره استخدام هذه المواقع ادت الى عدم المبالاة واهمال معلوماتيوضع ان العلاقات الانسانيه التي يقوم عبر الانترنت تقود الى ان احتمالات

كذب الاشخاص الذين يلجؤون الى الاسماء الوهميه او المستعاره اكبر من احتمالات صدقهم اذا ما واجهوا غيرهم وجها لوجه فالانترنت يوفر الغموض الذي يمكن استغلاله ايضا لتحقيق مكاسب عاطفيه شخصيه بعيدا عن القيم والضوابط الاجتماعيه ويقول محايدين: ان الانترنت من اكثر الوسائل الاتصاليه جاذبيه للشباب مشيرا الى ان استخداماته تتنوع حسب اهتماماتهم اما بدافع الحصول على معلومات او التسلية والترفيه او التواصل مع اصدقاء او اقامه صداقات جديده ومتنوعه او اشغال اوقات الفراغ.

في حين نجد نسبة 43 بالمئة منهم ان يستخدمونها باسمائهم الحقيقيه فهم لا يملكون ثقافه الحفاظ على خصوصياتهم او انهم يحملونها اصلا انهم في خطر في انتهاكات لاغراضهم الشخصيه وبياناتهم الشخصيه الموضوعه على مختلف في مواقع التواصل الاجتماعى خاصه عند الذكور فيستخدم الشباب اسمائهم الحقيقيه في التسجيل التواصل الاجتماعى خاصه عند الذكور فيستخدم الشباب اسمائهم الحقيقيه في التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعى وذلك بالشكل غير المفروض عليهم اي برضاهم وتبرز ايضا النتائج ان كثره استخدام هذه المواقع ادت الى عدم المبالاة واهمال معلوماتهم.

تفضل نسبة 49 بالمئة من المبحوثين متابعه اخبار المجتمع على مواقع التواصل الاجتماعى ومتابعه نسبة كبيره من الاناث كل الصفحات سواء التي تتعلق بالموضه الطبخ الاخبار التجميل والحلاقه بينما يتابع الذكور اخبار المجتمع خاصه الرياضه الاقتصاد السياسه اما من ناحيه الحاله الاجتماعيه نجد الطلبه والشباب البطالين هم الفئه الاكثر متابعه لكل انواع الصفحات ذات الطابع الاجتماعى.

اذ ماقارناهم بالشباب العاملين الذين يتابعون صفحات التربيه والتعليم الاسره والعنايه الصحيه فقط.

تستغرق نسبة 57 بالمئة من المبحوثين وقتا غير محدد في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعى على مواقع التواصل الاجتماعى بينما لا يوجد وقت مناسب للاناث في تصفح مواقع التواصل الاجتماعى، في حين نجد الذكور ينقسم وقتهم في التصفح بين اكثر من ثلاث ساعات الى لا يوجد لهم وقت محدد للتصفح ، وهذا يوضح

ان للاناث وقت الفراغ اكثر من الذكور في تصفح مواقع التواصل على غرار الذكور ولم يؤثر متغير العمر في النتيجة في حين لا يوجد وقت محدد في التصفح لشباب الطلاب والباطالين اما بالنسبه لشباب العاملين يقدون وقتا اقل في ذلك وهذا يرجع الى عدم وجود الوقت الكافي للتصفح. اغلب المبحوثين يفضلون موقع الفيسبوك الذي تجاوزت نسبه 56 بالمئة من المبحوثين ثم يليه الانستغرام ويزدادوا تفضيل الاناث للتطبيقات الاخرى اكثر من الذكور وهذا يرجع الى فضول الاناث في تنوع البحث في المواقع والبحث عن كل ما هو جديد على غرار الذكور الذين يفضلون الفيسبوك كونه الاكثر شعبيه والاكثر درايه به ،بينما نجد الشباب الذي تتراوح اعمارهم ما بين 18 سنه و 30 سنه يفضلون متابعه كل الشبكات والتطبيقات، اما الشباب الذي تتراوح اعمارهم ما بين 30 سنه فما فوق هم الاكثر ميلا الى الصيغه السمعيه البصريه وبالتالي ان متغير العمر يؤثر في تفضيل الشباب لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي عن الاخر، وكلما كان الشباب اصغر سنا فهم يفضلون مواقع جديده وكل ما هو جديد على عكس الشباب الذين هم اكبر سنا بقليل فهم يفضلون موقع الفيسبوك وبالتالي يؤثر عامل السن في اختيار الموقع المناسب للتصفح فنجد الشباب الطلاب والشباب العاملين يفضلون تصفح كل الشبكات والتطبيقات ذات الطابعه الاجتماعيه عكس الشباب العامل.

يستخدم معظم المبحوثون مواقع التواصل في التصفح ومتابعه كل الاحداث اليوميه والتعرف على كل ما هو جديد بالاضافه الى محاوله التعرف واكتساب ثقافات جديده.

اما بالنسبه للاناث فيبحثن عن كل ما هو جديد ومعرفه كل ما يدور من احداث جديده بالاضافه الى محاوله التعرف على ثقافات اخرى لانهن يجدنها ماده دسمه للحوار، في حين نجد كل الاعمار يبحثون عن الاحداث الجاريه واكتساب ثقافات جديده فكلما قل السن للشباب نجد ازدياد اسباب تفضيلات عكس الشباب الذين يكبرونهم سنا فهم الاكثر تحفظا وحصرا في هذه المواقع.

2- نتائج المحور الثاني : علاقة قيم الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي

نجد نسبه 30 بالمئة من المبحوثين كونوا معارف عن الثقافه والهويه واللغه وغيرت مواقع التواصل الاجتماعي في تفكير المبحوثين من خلال ضياع الهويه الثقافيه العربيه واستبدالها بالهويه العالميه لمواقع التواصل الاجتماعي فهي تساعد على انهيار القيم الدينيه والعادات والتقاليد المتوارثه.

فيجاد عامل السن له علاقة في تغير نوع المعارف التي كونها وغيرت طرق تفكيرهم حولها، الشباب الطلاب والشباب البطالين هم الاكثر تائرا بتلك المواقع لانهم يميلون دائما الى الاطلاع على مختلف التغيرات والتحولت التي تحصل في تطور المجتمع .

اضاعة الوقت والجلوس لساعات طويلة اذ تقلل من ساعات النوم بنسبه 39 بالمئة من المبحوثين وازداد هذا التأثير عند الذكور اكثر من الاناث، هذا ما يفسر ان تلك المواقع تؤثر سلبا على المستخدم من خلال اهمال بعض الجوانب المهمة كالراحة الجسدية والنفسية وهذا ما انتح عبر هذه المواقع من اضرار جسميه وعقلية وحتى مادية على المبحوثين وان متغير الحالة الاجتماعية له تأثير على ادمان الشباب على هذه المواقع خاصة الشباب الاقل سنا كالطلاب وخريجي الجامعات الجدد الذين مازالوا لم يزاولوا العمل.

وتبين من خلال تحليل البيانات الواردة اعلاه انه كلما ازدادت المرحلة العمرية للتقدم ازداد مستوى الاهتمام لديهم بمنظومة القيم وعلاقتها بالمجتمع، والعكس مع الفئات العمرية الاقل.

ويزداد مستوى الاهتمام بموضوع القيم كلما كان مستوى التعليم عالي نتيجة توسع مداركهم الثقافية والفكرية على عدة مستويات.

ان طبيعة التواصلية المنفتحة التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي تملك فعالية كبيرة للتاثير في المبحوثين اي في منظومتهم القيمية حيث تراجعت العلاقات الاجتماعية بنسبة 52 بالمئة من المبحوثين يليها تراجع علاقاتهم الاسرية كما نجد كل من الشباب الطلاب والبطالين هم الاكثر تعرضا لفشل علاقاتهم الاجتماعية والاسرية واستبدالها بالعلاقات الافتراضية مقارنة بالشباب العاملين الذين ما زالوا يحافظون على العلاقات الطيبة.

يوجد رايان لدور مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية: فالاول يرى انها زادت من ترابط العلاقات ووسعت منها، وهناك من يرى عكس ذلك حيث قلل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي نسبه 39 بالمئة من

المبحوثين لزيارتهم لاقاربهم بسبب استغراق وقت طويل في تصفحها، حيث ان الاناث هن اللاتي يستغرقن وقتا اطول في الدردشة على تلك المواقع من الذكور نظرا لتوفر وقت الفراغ ونجد الشباب الاصغر سنا مثل الطلاب هم الاكثر تاثرا لهاته المواقع مما جعلهم يقللون من الوقت الذي يقدمه مع اسرهم نتيجة انشغالهم بهذه المواقع .

اكتساب المبحوثين عادات جديدة كاستخدام الخصوصيات الشخصية بنسبة 30 بالمئة من ما تسبب الكثير من الاضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الاحيان لاضرار مادية .

فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية اضافة الى ما يبثه من هموم ومشاكل اتصل بسهولة الى يد اشخاص قد يستغلونها بغرض الاساءة والتشهير، ونجد ان الاناث هن الاكثر فته ضررا من خلال تعرضهن للمضايقات والمشاكل الاجتماعية بسبب عرض خصوصياتهن الشخصية وهذا ما يبين الاستخدام السيئه لها والغير الواعي بحيث اصبحت وسيله التعدي على الخصوصيه ونشر الكذب، نجد ان الشباب الاقل سنا خاصة الطلاب هم الاكثر عرضه لخصوصياتهم الشخصية والاهتمام بالحياه الخاصه للاخرين اكثر من الشباب الذي يفوق عمرهم 30 سنه فما فوق فهم يتقبلون كل ما هو جديد ومعروض في العالم الافتراضي ويقبلون التغيير و يمكن القول ان عامل السن يؤثر في هذه النتيجة.

يبقى العالم الافتراضي منصفه لوعي الشباب حيث اوضحت نتائج الدراسه ان نسبه 33 بالمئة من افراد العينه يرون ان استخدام مواقع التواصل ادى الى زياده انتشار التقليد للحياه الغريبه بمنطلق ما يسمى بالتحضر حيث يظهر هذا التحضر في اللباس الطعام والحديث وغيرها حيث ينصاغ الشباب نحو تقليد الغرب نتيجة اوقات الفراغ خاصه عن الشباب البطال الذي يقضي معظم اوقاته في متابعه صححات الموضه الغريبه وبعدهم عن الحوار العائلي وعن قيمهم وعاداتهم المتوارثه في غياب الواسع الديني وتصور الشباب باللامبالاه هو الذي ادى الى تطبع الشباب الجزائري بالعادات الغريبه والتطفل على الاخرين ككثر سلوك سلبيا زاد في المجتمع، يرى المبحوثون ان مواقع التواصل الاجتماعي زادت في نشر السلوكيات السلبيه نظرا للممارسات غير الاخلاقيه وغير المسؤوله التي يمارسها بعض الاشخاص عبر تلك المواقع. فمتغير السن يؤثر في هاته النتيجة. وكذلك بالنسبه للحاله الاجتماعيه فالوقت الفراغ لدى بعض الشباب خاصه البطالين فهو يؤثر في الانحراف الاخلاقي لبعض الشباب وانتشار سلوكيات ملهيه لهؤلاء الشباب كانتشار الغيبه والنميمه كامراض اجتماعيه فالعالم الافتراضي يسهل انتشار الرذيله والعلاقات الجنسيه المحرمه وتقليل العلاقات الاجتماعيه والتعدي على الخصوصيات خاصه عند الشباب الاقل سنا وتقل هذه السلوكيات عند الشباب الاكبر سنا وذلك لوعيهم بهاته المواقع. اما بالنسبه لصله الرحم فتراجعت

نسبتها حوالي 56 في المئة من افراد العينه بعد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث ساعد العالم الافتراضي على ضعف اللقاءات التي تجمع الاهل والاقارب، حيث اشغلت هذه المواقع الكثير من الناس، واستولت على اغلب اوقاتهم وساهمت في تلاشي صله الرحم تدريجيا حيث ساعد العالم الافتراضي في طمس معالم صله الرحم وحصرها في مواقع التواصل الاجتماعي فاصبحت الرسائل توفى بالغرض حيث يرى الاناث تراجع صله الرحم واحترام الاخرين، والصدقه، والتكافل الاجتماعي بينما يرى الذكور تراجع قيمه التسامح، فبالاجتماع يرى كل منهما ان العالم الافتراضي ساهم فعلا في تراجع القيم الاجتماعيه والدينيه وهذا ما زاد من ظهور التصرفات الغريبه والدخيله المجتمعا فنجد عامل السن يؤثر في تراجع القيم الاجتماعيه خاصه قيمه صله الرحم.

3- نتائج المحور الثالث : والمتعلق بواقع القيم التي تغرسها مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الشباب .

ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على فهم واستيعاب قيمه العمل الجماعي لدى 30 بالمئة من المبحوثين وتليها قيمه استيعاب الترابط الاسري بنسبه 26 بالمئة منهم من ساعدتهم تلك المواقع في فهم ذات القيم وكذلك قيمه الصداقه والتسامح.

تشارك نسبه 49 بالمئة من افراد العينه كل المنشورات ذات الطابع الاجتماعي مع اصداقائهم ويقومون بمناقشتها على العالم الافتراضي فالاناث يشاركن في كل المنشورات على غرار الذكور والذين يشاركون في النشاطات الثقافيه السياسيه والرياضيه. حيث يستعمل معظم الذكور شبكات التواصل ليظهروا انهم مثقفين عن طريق مشاركته مقالات هامه سواء سياسيه او اجتماعيه او علميه او دينيه، كما يستعملونها ليظهر مواهبهم وتفضيلاتهم من السيارات الدراجات او ما يخص الازياء الموضه... الخ

تستعمل الاناث المواقع للتعبير عن ارائهن ومشاعرهن وما يدور في ذهنه في تلك اللحظه بالذات ،فالاناث يقضيها يوميا اذا لم يكن كل بدعه ساعات بتغيير الحاله وكتابه مقتطفات عن الحب ،الفراق ،الاشتياق ،الانتقام ،الغضب ،السخط... الخ

كما يستعملن هذه المواقع لمشاركه اجمل واحداث الصور الشخصيه ،الاناث هن اكثر تفاعلا في المنشورات ذات الطابع الاجتماعي لانها ماده حيويه تثير فضولهن للمناقشه والحوار مع الاخرين فهو يبين مدى اهتمامهن بالمواضيع الاجتماعيه.

نجد نسبه 46 بالمئة من المبحوثين يقومون بمشاركه المنشورات التي تخص المجتمع الجزائري ككل، وهذا ما يدل على التفاعل القوي للشباب مع هذه المواضيع الاجتماعيه والمنشورات الموجوده على العالم الافتراضي حيث ان الاناث يهتمن بالمنشورات القريبه والجزائريه على الذكور الذين يهتمون بالمواضيع الجزائريه وحتى العالميه.

نجد افراد العينه يشعرون بالاسترخاء بنسبه 46 بالمئة عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي ونسبه 31 بالمئة يشعرون بالراحه النفسيه ، فالبحث عن المعلومات او التواصل مع الاخرين على وجه التحديد يمكن ان يكون له تاثير اكثر ايجابيه من مجرد التنقل عبر صفحات ووسائل التواصل الاجتماعي بسبب الرغبه في كسر الملل ويرجع ذلك انهم يجدون في تلك المواقع للتخلص من روتين الحياه فهي تحقق لهم اشباعا معرفيه وجدانيه مختلفه.

أضفت مواقع التواصل الاجتماعي لنسبه 36 بالمئة من المبحوثين الجراه في مناقشه مختلف المواضيع وعززت لهم الثقة في النفس فهي احساس الشخص بمكانته وقيمه الاعباريه في المجتمع، وما يتمتع به من احترام وقبول لدى افراد المحيط الذي يعيش فيه حيث تترجم هذه الثقة كل حركه من حركات وتصرفات الشخص. فهنا نجد ان لمواقع التواصل تاثير على تضخيم النرجسيه والثقه بالنفس لدى مستخدمي هذه المواقع ويعتقد البعض ان الثقة في النفس انتشرت بسبب تاثير بعض الثقافات القادمه عبر وسائل العولمه وخاصه عند الاناث فهن شديدي التعلق بمواقع التواصل الاجتماعي لمجرد استخدامهن لها لتحسن نفسيتهن وثقتهن الزائده خاصه وان وهم الثقة في هذا يكون في الوقت نفسه مرتبطا بالكثير من الاضطرابات النفسيه كالنرجسيه وتضخيم الانا والانفصال عن الواقع والعيش في اوهام زائفه خاليه من الحقائق والوقائع، فتلك الثقة التي تتغذى على عدد اللايكات والتعليقات التي ان غابت يصبح الشخص سجيناً للمشاعر السلبيه والافكار غير السويه الناتجه اساسا على انعدام تقدير الذات وامتلاك ثقه وهميه هشه قد تنكسر في أي لحظه من حياته. خاصه عند الشباب الاقل سنا ما بين 18 و 30 سنه بما فيها الطلاب، كما نجدها قد اتاحت لهم الفرصه في تكسير حاجز الخجل والصمت ورسمنا ملامح جديده في شخصيتهم من خلال فتح باب للنقاش مع الاخرين الاناث هن اكثر جراه من الذكور، الامر الذي جعلهن يتخطين حاجز الخوف والخجل وزياده الثقة بانفسهن كما ان عامل السني يجعلهن اكثر جراه وفعاليه في مناقشه مختلف المواضيع، فالشباب الطلاب مثلا يظهرون تميزهم من خلال المناقشه والحديث وهذا ما يفسر ان لهم درايه بمختلف المواضيع.

عززت مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيات ايجابيه لدى المبحوثين حيث سمحت لهم بالمشاركه في مختلف الانشطه الاجتماعيه بنسبه 2 بالمئة بينما نسبه 31 بالمئة زادت من المعامله وهذا لماذا فعاليه الشباب من الاستفاده من ايجابيات تلك المواقع في تعزيز سلوكياتهم الايجابيه اكثر هذا من جهة، ومن جهه اخرى نجدهم غير متمسكين بعاداتهم وتقاليدهم فهم لا ياخذونها بعين الاعتبار خصوصا عند دخول العادات الغربيه وتكنولوجيا جديده حيث اصبحوا يتبعون عادات وتقاليدهم علينا وذلك بجميه التغيير ما دمنا نمارس دور المستهلك والمتاثر الثقافي كما تفرزه حضارات العالم المتقدم فيتمزق الشباب بين المحفوظ والموروث وبين الافتراضي والواقع المعاش.

كما نجد ان اغلبيه الذكور خاصه الذين تتراوح اعمارهم ما بين 30 سنه فما فوق وخاصه عند الشباب العاملين الذين هم اكثر وعيا بمواقع التواصل الاجتماعي يحرص اغلبيتهم على نشر امور متعلقه بالدين الاسلامي على جدار صفحاتهم، كما يحرص على الاشتراك في مجموعات تدعو لنشر تعاليم الدين والتطبيقات التي تنشر تلقائيا

على جدار حسابهم خاصة بالدين ويدعون اصدقائهم للالتزام بتعاليم الدين، كما يحاولون التعريف بالدين لاصدقائهم غير المسلمين كما يحاولون ايضا تحسين صورته الاسلام من خلال هذا الموقع كلما تعرض لحملة تشويه ومحاوله تصحيح الكثير من المعتقدات الخاطئه ومحاوله تجسيد تعاليم الدين على الواقع كما نجد ان مواقع التواصل الاجتماعي زادت من وعي المبحوثين في المناسبات الدينيه.

اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصه توسيع شبكه علاقاتهم مع اشخاص من داخل وخارج الوطن وانشاء شبكات اجتماعيه يمكن ان توفر هذه الشبكات للشباب دعما قيما وهناك من كونوا صداقات مع عدده اشخاص من ولايات اخرى من الوطن، اما البقيه فقد كونوا صداقات بين اشخاص من دول اجنبيه واخرى عريبه، حيث خلق العالم الافتراضي سهوله التواصل والتفاعلي مع الاخرين الذين لهم نفس الاهتمام او لهم نفس الانتماء لبلد ما او في مدرسه معينه او اصدقاء في بيئات مختلفه التفاعل الاجتماعي.

كما نجد ان الاناث يسعون الى توسيع شبكه علاقاتهم الاجتماعيه اكثر من الذكور، وذلك من خلال تكوين صداقات مع مختلف الاشخاص من ولايات الوطن بهدف التعرف على كل عادات وتقاليد كل منطقه من مناطق الوطن باعتبار الجزائر تسخر بالعديد من المميزات التي تميز كل ولايه عن الاخرى. الشباب الطلاب والبطال هم الاكثر ميلا لتوسيع علاقاتهم مع الاخرين فالحاله الاجتماعيه للشباب تؤثر في تكوين العلاقات الاجتماعيه والانفتاح الثقافي عبر مختلف الصداقات بحيث نجد الشباب البطل يبحث عبر مواقع التواصل عن كيفية الخروج من دائره البطالة وبالتالي توسيع صداقاته خاصه خارج الوطن وبالتحديد يبحث عن تكوين علاقات مع اشخاص في الدول الاجنبيه وذلك لهوسهم نحو الهجرة الاوروبية سواء كانت شرعية او غير شرعية.

استدركنا باهميه مواقع التواصل الاجتماعي في توطيد قيم التعاون والتفاعل والمسانده عند المبحوثين بالنسبه 49 بالمئة من افراد العينه باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتعزز لديهم قيمه التضامن والتكافل الاجتماعي. وبالتالي تعزيز وتفعيل القيم الاجتماعيه و المحافظه عليها، في حين 30 بالمئة من المبحوثين يبحثون عن المنفعة والمصلحه الذاتيه و العاميه.

نتائج الدراسة على ضوء اثبات الفرضية :

توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أسفرت الدراسة على عدة نتائج تبرز واقعه الشباب الجزائري في خضم التكنولوجيا وتغيرات لنظرتهم القيمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تحت غطاء القيم، وقسمت هذه النتائج على ثلاث محاور أساسية:

- أنماط وطبيعة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.
- علاقة قيم الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي.
- واقع القيم التي تغرسها مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الشباب.
- فمن بين النتائج توصلنا ان معظم الشباب الجزائري يحمل هاتفا نقالا مزودا بخدمه الانترنت ولديهم على الاقل حساب شخصي حيث نجد الشباب الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 إلى 30 سنة هم الأكثر امتلاكاً لخدمه الانترنت على هواتفهم النقالة وهم الفئة الأكثر إقبالاً على العالم الافتراضي.
- أغلب الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبه 70 في المائة من المبحوثين، ونجد الفئة التي تستخدم مواقع التواصل أكثر من ثلاث ساعات لديهم إعراض الاكتئاب والقلق والميل الى العزلة عن الآخرين خاصة عند الشباب البطال.
- استخدام هذه المواقع نجدها عند الذكور أكثر من الاناث.
- والفئة العمرية ما بين 18 الى 30 سنة هي الفئة الأكثر نشاطا وفاعليه من حيث الاستخدامات المتعددة لشبكات التواصل الاجتماعي في هذا السن يحاول الشباب الهروب نوعا ما من الواقع خاصة عند الشباب الطلاب والبطالين.
- أما فئة 30 سنة فما فوق فهي الفئة الأكثر نضجا في مسايه مثل هذه الشبكات دون ان ننسى وعي هذه الفئة بالمخاطر الناجمة عن هذه المواقع.
- يستخدم 48 بالمائة من المبحوثين أسماء مستعارة خاصة عند الإناث فهن يميلنا إلى أسماء مستعارة في حساباتهن الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك خوفا من المشاكل العائليه كذلك الخوف من كشف هوياتهم الحقيقية لأشخاص غرباء.
- تراجع علاقة الشباب بنسبه 52 بالمائة من المبحوثين في علاقاتهم الأسرية واستبدالها بالعلاقات الافتراضية.
- يبقى العالم الافتراضي منصة قاتله لوعي الشباب، حيث أوضحت نتائج الدراسة نسبه 33 في المائة من أفراد العينة يرون أن استخدام مواقع التواصل أدى إلى زيادة انتشار التقليدي للحياة الغريبه والانسلاخ الروحي والوجداني من القيم التي يحملها الآباء بصفه خاصة والمجتمع ككل، وبعدهم عن

الحوار العائلي وعن عاداتهم وقيمهم المتوارثة في غياب الوازع الديني مما زاد من نشر اللامبالاة في أوساط الشباب وأدى الى تطبع الشباب الجزائري بالعادات الغربية والتطفل على الآخرين.

- استدركنا بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في توطيد قيم التعاون والتفاعل والمساندة عند المبحوثين بنسبه 49 بالمائة إذ تعزز لديهم قيمه التضامن والتكافل الاجتماعي.

الخاتمة:

توصلت الدراسة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت محل اهتمام كبير من قبل الناس وفي جميع انحاء العالم، وقد لعب هذا الاخير دورا كبيرا في عصرنا الحالي، حيث سعينا من خلال دراستنا الى تناول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بهدف الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم بحيث اصبح الشباب لا يستطيعون الاستغناء عنها وذلك لدوافع سوسيو اجتماعيه ثقافيه، دينيه، وبهدف الاطلاع على الاحداث الجاريه وتبليه اشباعاتهم وحاجاتهم مما يجعلهم يشعرون بوجود فراغ عند غيابهم عن تصفح هذه المواقع.

كما ان لهذه المواقع دور ديني يتمثل اساسا في جعل الافراد يطبقون ما يرونه مناسبا مع قيم مجتمعهم وذلك من خلال ما يتم عرضه على صفحات هذه المواقع من منشورات دينيه، حيث ساهمت في تنميه الثقافه القيميه والدينيه للشباب وتحسين الواقع الاجتماعي الحقيقي للشباب، مما زادت من وعيهم بالمناسبات الدينيه من خلال الصور والملصقات التي يتم نشرها على هذه المواقع.

لقد كشفت هذه الدراسه ان استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي يشكل خطرا على قيمنا وذلك بسقوط المجتمع وتضعف المجتمع في اتون الانسلاخ والتحلل من جميع القيم والمبادئ الساميه وان سياق الشباب وراء غرائزهم واهوائهم الدنيويه فاصيب هؤلاء الشباب بمرض عضال هو الفقر الروحي والهزال العلمي والوهن الاخلاقي يعاني من ويلاهما البقيه الباقيه.

ومن جهه اخرى نرى عكس ذلك، بمعنى ان قوه الوازعي الديني يجعل الشباب يعرف ماله وما عليه. ان استخدامها بشكل ايجابي فهي تختلف حسب طبيعه استخدام الشباب لهذه المواقع.

وعليه يمكن القول بان شبكات التواصل الاجتماعي ليست بالضروره دائما تساهم في تدعيم او تدمير قيم الشباب سواء في الواقع او الافتراض حيث يبقى حسب طبيعه استخدامها وطريقه اسهاماتها في تدعيم الشباب، وفي الاخير تبقى هذه الدراسه حلقة من حلقات البحث المتواصل ما زالت تحتاج الى الكثير من البحث والتعمق اكثر، كما يعتبر من المواضيع الهامه بحيث حظيت باهتمام العديد من الباحثين في هذا المجال.

قائمة المراجع :

الكتب

- ابراهيم اسماعيل عبيدة ،العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت، دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة لأسباب للبحوث والراسات والاعلام
- إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر – وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435 هـ - 2014 م.
- إبراهيم بعزیز، مننديات المحادثة والدردشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدامات والانعكاسات على الفرد و المجتمع، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة بن يوسف بن خدة، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- أحمد كنعان، القيم التربوية السائدة في شعر الأطفال، رسالة دكتوراه الدولة جامعة دمشق، سنة 1990.
- أحمد محمد طبيعة، التنشئة الاجتماعية، دار الكتب الوطنية، بنغازي، 1999.
- أماني عمر الحسيني، الدراما التلفزيونية و أثرها على حياة أطفالنا، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، مصر، 2005.
- بسيوني ابراهيم حمادة نحرية الاعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة ،لا كراسات التنمية ،مركز دراسات وبحوث الدول النامية القاهرة نمصر ،2001.
- بسيوني إبراهيم حمادة، حرية الإعلام الالكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، دراسات التنمية، القاهرة، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية،2001.
- بشير معمريه، التير في ارتقاء القيم لدى ثلاث مجموعات عصرية من الجنسين بحوث ودراسات متخصصة في علم النفس، منشورات الخبر، ج 1، سنة 2007.
- بلقاسم سلاطانية، حسان الجيلاني، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2004.
- حافظ فرج أحمد، التربية و قضايا المجتمع المعاصر، عالم الكتاب، ط 1، 2003.
- حامد عبد السلام زهران، جلال محمد سري، القيم السائدة والقيم المرغوبة في سلوك الشباب، بحث ميداني في البيعتين العربية والسعودية، الجمعية المصرية للدراسات النفسية، القاهرة، 1985.
- حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، 2015.
- حلاح فنصوه، نظرية القيمة في الفكر المعاصر، القاهرة، دار الثقافة، سنة 1981.

- حمد بن عبد الله القمزي، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط والشقري للنشر، د.ب، 2012.
- حمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي وتحليل أكاديمي لكتابة الرسائل والبحوث العلمية، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.
- حميد خروف، فعالية القيم العلمية التربوية رؤية سوسيولوجية، مجلة العلوم الإنسانية جامعة منتوي، قسنطينة، الجزائر: عدد10.
- الدكتور عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة - المفاهيم و الإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، حقوق الطبع و التوزيع و النشر محفوظة للمركز، الطبعة الأولى - بيروت، فبراير، 2006.
- الدكتور عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة.
- الدكتور عبد الغني عمار، سوسيولوجيا الثقافة والمفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة.
- الدكتور عبد الغني عمار، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم و الإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، الربيع ميمون، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبة و المطلقة الوطنية. الجزائر: للنشر والتوزيع، 1980،
- رشدي أحمد طعمية، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومة أساسية استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
- ربحي معطف عليان قدرلي قلجمي لبيروت، دار الكتاب، بدون ذكر تاريخ النشر.
- سامية محمد جابر ، علم الاجتماع العام، دار النهضة العربية ،بيروت لبنان 2003 .
- سلام محمد توفيق، التنشئة السياسية و تعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د.ب، 2015.
- سمير خطاب، التنشئة السياسية و القيم، القاهرة: اشتراك للطباعة و النشر، 2004، ط 1.
- شفيق محمد، البحث العلمي، ط 2، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة - مصر، بدون سنة.
- الصادق رابح، التكنولوجيات الاتصالية الحديثة واشكالية الروابط الاجتماعية، مجلة شؤون اجتماعية، العدد99، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2008 .
- صالح أحمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، بدون طبعة، السعودية، 1995، ص18.
- طه عبد العاطي نجم، منهج البحث العلمي، دار علمة للنشر والتوزيع الإسكندرية.
- عباس محمود العقاد عوض، في علم النفس الاجتماعي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1991.

- عبد الحفيظ مقدم المدير، دراسات فئة اجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني بن عكنون، الجزائر
- عبد الرحمن بدوي، الأخلاق النظرية - وكالة المطبوعات، الكويت، ط2، 1976.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- عبد الفتاح دويرار (1991)، العوامل المحددة الإنجاز في ضوء بعض المتغيرات لدى الموظفين والموظفات في المجتمع العصري بحوث المؤتمر السابع لعلم النفس في مصر، الجمعية المصرية للدراسات النفسية - القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دار نفسية سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 6، سنة 1992.
- عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة.
- عبد الله، علي محمد، شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د.ب، 2012.
- عزام ابو الحمام الاعلام والمجتمع دار اسامة الاردن ن2011.
- عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته، عالم المعرفة، الكويت
- علي محمد رحومة، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو اجتماعي، ليبيا، معهد النفط الليبي.
- علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347، 2008.
- عمر محمد التومي الشيليني، مقدمة في فلسفة الإسلام، ط2، ليبيا: دار العربية للكتاب، 1995.
- عيسى الشماس، فاتن عجيب، التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 37، العدد 2، 2015.
- فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته وسائله، ط5، دار الفجر، القاهرة - مصر،
- فؤاد أبو حطب، علم النفس التربوي، دراسة نفسية سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 6، سنة 1992.
- كمبرلي يونغ، الادمان على الانترنت، ترجمة: هاني أحمد ثلجي، بيت الافكار الدولية 1998.
- محمد جميل خياط، المبدئ والقيم في التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1996.
- محمد شفيق (2003)، الإنسان والمجتمع - مقدمة في علم النفس الاجتماعي، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

- محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات على القيم الأسرية، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، 2009.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة 2، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2004،
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة 2، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2000،
- محمد عبيدات، محمد أبو ناصر وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، دار وائل للنشر، كمان، 1999،
- محمد فتحس عكاشة، محمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة - الإسكندرية، 1997.
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة.
- محمود السيد أبو النيل (1984)، علم النفس الاجتماعي - دراسات عربية و عالمية، الجزء الأول، ط 3، القاهرة، الجمار المركزي للكتب الجامعية.
- محمود حمدي زقزوق: مقدمة عامة في علم الأخلاق، الكويت: دار القلم، 1983، ط 3.
- محود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الطبعة الثانية، دار العالمية للنشر و التوزيع، مصر، 2003.
- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية - مصر، 2015.
- مراد الزعمي، علم الاجتماع رؤية نقدية. الجزائر، قسنطينة: مؤسسة الزهراء للفنون المسيحية، سنة 2004،
- مساعد بن عبد الله المحبا، القيم في المسلسلات التلفازية السعودية: دار العاصمة، 1994.
- معنى خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004،
- معنى خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- مقدمة إلى علم الاجتماع العام، ترجمة مصطفى د. ندشلي روتشيه، ط2، بيروت
- ناصر دادي كدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي - دراسة نظرية وتطبيقية، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004.
- نبيل علي الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية المستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، الكويت، 2001ص 501.
- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 101.

- نورهان منير مربي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، الأزاريطية: المكتبة الجامعي الحديث، سنة 1999.
- هناء حسني النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دار مجد، د.ب، 2010.
- يامين بودهان، تحولات الاعلام المعاصر، دار اليازوري، عمان، الاردن، 2012.

المجلات

- بشير نور علي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، مؤسسة الصومال الجديد لإعلام والبحوث والتنمية، التقرير الأسبوعي، رقم 13، 25 ديسمبر 2017،
- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2007.
- ساري حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية —دراسة ميدامية في المجتمع القطري، دمشق، مجلة جامعة دمشق، العدد 24، العدد الأول و الثاني، 2008، ص 303.
- عبد الباسط محمد (1970)، عرض تحليلي لمفهوم القيمة في علم الاجتماع، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ع1.
- علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347، 2008.

المعاجم

- جميل صليب، المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والإنجليزية، دار اللبناني، ج 2، ط1، 1973، ص

الرسائل الجامعية

- أحمد محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني للقضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013.
- آرون ريمون أفيون المثقفين، ترج محمد عبيدات، محمد أبو ناصر وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، دار وائل للنشر، كمان، 1999.
- أسماء الصادي، رسالة دكتوراه بعنوان "التأثيرات التربوية للمجتمعات الافتراضية، كلية، جامعة المنصور.
- ايمان حنين شين، لغة التواصل في المواقع التواصل الاجتماعي و أثرها في الجذب السياحي-فايسبوك نموذجاً- مذكرة، 2015.

- باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008.
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، مرجع سبق ذكره.
- حلمي خضر ساري نثار اثر الاتصال عبد الانترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري مجلة جامعة دمشق، المجلد رقم 24 نالعد الاول والثاني، 2012.
- حمزة جمانة ديب عبد الرحمان، العلاقة بين استخدام الانترنت و علاقة مع كل من التحصيل الأكاديمي و التفاعل الاجتماعي و عادات الدراسة لدى عينة من الطلبة الجامعيين، 2014، جامعة البرموك، المملكة الأردنية الهاشمية.
- ذوقان عبيدات و عبد الرحمان عدس و آخرون، البحث العلمي، دار الفكر، عمان، ص 202.
- عبد الرحمان محمد سعد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية الدوافع و الإشباع، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة و الإعلام، 2002.
- عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الديوان للمطبوعات الجامعية الجزائر.
- عمارة توفيق بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة: الفايبيوك نموذجاً" بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة و أثرها على المجتمع.
- العيد بومعيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة إستطلاعية لمنطقة البليدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006/2005
- فوزية دياب (1966)، القيم والعادات الاجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، القاهرة، دار الكتاب العربي .
- محمد الدر، آليات الانترنت وأزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة - دراسة ميدانية بجامعة عمار ثليجي - الأغواط، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص سوسولوجيا تنظيمات، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2009 - 2010.
- محمد سعيد التربيبي، القيم التربوية و الجمالية التي تعكسها الرسوم المقدمة في مجال الأطفال، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين الشمس، 2003.

- مريم نزيهان نورمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية – دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.
- مريم نزيهان نورمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر – باتنة، 2012 / 2011.
- منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور رندا، استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية العربية وتأثيرها على قيمهم، دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للترجمة والثقافة والعلوم، 2006
- يوسف سليمان سعد، استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية و الإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، 2000.

موقع الكتروني:

- حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي و أبعادها الاقتصادية و السياسية و الأمنية في العالم العربي، على الرابط التالي <https://www.worldcat.org/isbn>. تم الاطلاع بتاريخ 2019/03/28،
- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز.
- موقع (CNN) العربية، غالبية العرب يستخدمون الانترنت للدراسة، في 02 تشرين الأول أكتوبر متاح
- وليد رشا زكي المجتمع الافتراضي نحو مقارنة للمفهوم: <http://digital.ahram.org> eg/article.aspx?serial:96350seid=897

المواقع باللغة الاجنبية :

- <http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/19/internet.arab/intex.html> Djamel Guerid, l'exception Algérienne, la modernisation à l'épreuve de la société, édition: casbah, Alger 2007,p.
- Mohammed harbi, FLN mirage et réalité des origines à la prise du pouvoir, NAQD. ENA. Alger. 1993. P327.
- Hegell L S Zigler, Dpersonality Basic Assumption Research and apploration, M c, Grow Hillco, 52 Landan,1988.

- Serge Broulx, « les communautés virtuelles construisent-elles du lien social ? », Colloque internationale sur : l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, Lyon, université Jean Moulin, 19-20/11/2004, p3, <http://lcp.cnrs.fr/IMG/pdf/pro-04a.pdf>, 30/04/2017.
- Serge Broulx, « les communautés virtuelles construisent-elles du lien social ? », Colloque internationale sur : l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, Lyon, université Jean Moulin, 19-20/11/2004, p3, <http://lcp.cnrs.fr/IMG/pdf/pro-04a.pdf>, 30/04/2017.
- Jean A.G.M, Van Dijk, The reality of virtual communities, Utrecht,
- Anna Chmiel and al, Collective Emotions and their Influence on Community Life, Plosone, vol6, 2011.
- Marcel danesi , dictionary of media and communication library of congress cataloging USA,2009.
- serge p roulx Les communauté virtuelles, construisent, elles du bien spcial ?colloque international : l'organisation medix,dispositifs mèdistiques, sèmistiques et des mèdistions de l'organisation ,université jean moulin,lyon 2004
- AGM Jan,Dijk vaan, the reality of virtual communities ,Utrecht,online university 2011.
- Kathin y. A Mackenna relationship formation on the internet :what's the big attraction journal of social issues rol,2002.

kinelly suran,problems and promises in the study of virtual community

university of ennryhanix ,USA

,www.isac.org/line2000/cdproceedings/http://www.asbar.com/ar/content.asp

x?c=.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابي بكر بلقايد - تلمسان -
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع

استبيان حول دراسة مكمله لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع
تخصص علم الاجتماع
النسق القيمي للشباب الجزائري بين الواقع والافتراضي
شبكات التواصل الاجتماعي

اشراف الأستاذة :

د. كاري نادية

اعداد الطالبة :

حاج محمد كريمة

عزيزي، عزيزتي في اطار اعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه نضع بين ايديكم الاستبانة لمعرفة ارائكم حول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في قيمكم داخل المجتمع ، راجينا منكم التعبير عنها بكل صدق ونستخدم اجاباتكم لأغراض البحث العلمي فقط ولكم منا فائق الشكر والتقدير على حسن تعاونكم معنا.

السنة الجامعية 2018- 2019

البيانات الشخصية :

- (1)- الجنس ذكر انثى
- (2)- السن (30-18 سنة) (30 سنة فما فوق)
- (3)- المستوى التعليمي ابتدائي متوسط جامعي
- (4)- الحالة المدنية متزوج أعزب
- (5)- الحالة الاجتماعية طالب بطل عامل

المحور الأول: أنماط وطبيعة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

- (1)- ما هي مدة بداية استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 اقل من سنة من سنة الى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات
- (2) هل تسجل باسمك الحقيقي في الشبكات الاجتماعية ؟
 اسمك الحقيقي اسم مستعار اسم أحد الاقارب
- (3)-مدة استخدامك تبقى لفترات متأخرة من الليل لاستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي
 نعم لا أحيانا
- (4)نوع الصفحات الاجتماعية التي تهتم بها في مواقع التواصل الاجتماعي يمكنك اختيار أكثر من اجابة
 أخبار المجتمع الدين ،العادات والتقاليد التربية و التعليم
- الأسرة و العناية الصحية أكثر من اجابة
- (5)-مدة استغراقك للوقت في اليوم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة من ساعة الى ثلاث ساعات
- أكثر من ثلاث ساعات لا يوجد وقت محدد

(6)- ما هو تصنيفك المفضل لمواقع التواصل الاجتماعي و الأكثر استخداما لديك ؟

- فيسبوك تويتر اليوتوب انستغرام أخرى

(7)- ما هي أسباب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- تعرف على ثقافات جديدة تكوين صداقات التسلية و الترفيه
- متابعة الأحداث الجارية اكتساب مهارات ملء وقت الفراغ
- التواصل مع الاصدقاء

المحور الثاني :علاقة قيم الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي

(1)- ما نوع المعارف والمعلومات التي يكتسبها من خلال تصفحك لمواقع تواصل الاجتماعي ؟

- التاريخ و الذاكرة و التراث المواطنة الهجرة العمران وأسلوب المعيشة
- العائلة و الطفولة المدرسة و التربية ثقافة اللغة والهوية
- الصحة و التغذية الآفات الاجتماعية

(2)- ما هي المعارف الاجتماعية التي تتبناها في تكوين شخصيتك من خلال استخدام لمواقع التواصل

الاجتماعي ؟ اذكرها.

(3)- ما هي التأثيرات السلبية لاستخدامك مواقع التواصل الاجتماعي ؟

تدهور حالتك الصحية ادمان على بعض الصفحات زيادة وقت الضائع
التقليل من ساعات النوم تسبب مشاكل نفسية

(4)- ما هي علاقتك بمحيطك الواقعي الاجتماعي منذ بدايتك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

العزلة والانطواء ضعف علاقات الاسرية ضعف علاقات الاجتماعية

(5)- ما هي مدة درشتك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

ساعة أو أقل ساعتين تقريبا ثلاث ساعات فأكثر

(6)- ما هي القيم والعادات الجديدة التي تكتسبها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

الاهتمام بالحياة خاصة الاخرين مقارنة دائمة مع الاخرين نشر الاشاعات
عرض الخصوصيات رغبة في تحقيق الشهرة

(7)- في نظرك ما هي القيم او السلوكيات التي انتشرت بكثرة في مجتمعنا من خلال مواقع التواصل

الاجتماعي؟

- ضعف الوازع الديني - انتشار الجريمة
 - الانحراف الاخلاقي - التقليد للحياة الغربية
 - التعدي على خصوصيات المجتمع - الدخول في علاقات غير شرعية
 - التطفل على اخرين

8- ما هي القيم الاجتماعية التي تراها في نظرك انها اندثرت بسبب مواقع تواصل الاجتماعي ؟

- صلة الرحم

- التسامح

- التكافل الاجتماعي

- الصداقة

- احترام الآخرين

المحور الثالث: واقع القيم التي تغرسها مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الشباب

1- ما هي القيم الاجتماعية و الدينية التي ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في فهمها و تعزيزها من

خلال هذه المواقع ؟

التضامن الصداقة التسامح

العمل الجماعي الترابط الاسري احترام الكبير و الصغير

2- ما عي اهم النشاطات والبرامج التي تشاركها مع اصدقائك في مواقع تواصل الاجتماعي ؟

-نشاطات ثقافية -نشاطات تربوية علمية

-نشاطات اجتماعية خيرية -التوعية الصحية والجمالية

-الترفيهية -أكثر من اجابة

3- ما هي نوع المواضيع التفاعلية الاجتماعية التي تشاركها مع اصدقائك؟

-جماعتك الخاصة والقريبة

-منشورات تخص المجتمع كامل

-منشورات ذات طابع علمي

(4)- ما هو شعورك الحقيقي عند تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- الراحة النفسية

- الثقة

- الاسترخاء

- السعادة

(5) ما هي الاضافات لمستواك الشخصي في علاقتك مع الاخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

-الجرأة في مناقشة مختلف مواضيع

-القدرة على التعبير عن الذات بحرية امام الاخرين

-القدرة على الضبط عند الانفعالات في مواقف التفاعل مع الاخرين

-حولتك من شخص عادي الى شخص مميز في مجتمعك

(6)- ما هي السلوكيات الاجتماعية التي تعززت لديك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

-المشاركة في الأنشطة الاجتماعية

-تعزيز بر الوالدين

-المعاملة الحسنة للناس

-احياء العادات و التقاليد

(7)- هل سمحت لك مواقع التواصل الاجتماعي في توسيع علاقتك بمختلف الاشخاص ؟

نعم لا

8- ما هي القيم المتبادلة التي تعززت لديك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

- الاحترام

- المنفعة المتبادلة

- التعاون والتكافل الاجتماعي والتضامن

فهرس المحتويات

الفصل التمهيدي	
	اهداء
	كلمة شكر
6	مقدمة
8	الهدف من الدراسة
9	أهمية الدراسة
9	الدراسات السابقة
17	تحديد الاشكالية
18	الاشكالية
18	الفرضيات
18	تحديد المفاهيم الاجرائية
20	منهج البحث
القسم الأول : الاقتراب النظري للدراسة	
الفصل الأول : النسق القيمي للشباب الجزائري	
22	تمهيد
23	المبحث الأول : ماهية القيم
23	تعريف القيم
24	علاقة القيم ببعض المصطلحات
24	القيم والاتجاهات
26	القيم و المبادئ
26	القيم و المعتقدات
26	القيم و السلوك
27	خصائص القيم
28	أبعاد القيم
31	المبحث الثاني : النسق القيمي و المجتمع الجزائري

31	مفهوم نسق القيم
32	ارتقاء القيم
33	مصادر و تصنيف القيم
33	-مصادر القيم
34	-تصنيف القيم
39	النظريات المفصرة لنسق القيم
56	أهمية القيم الاجتماعية و طبيعتها في المجتمع الجزائري
الفصل الثاني : علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالمجتمع الافتراضي	
60	تمهيد
61	المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
61	مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
62	نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
63	خصائص و وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
65	أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
71	مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي
72	الشباب وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي
74	مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الشباب
75	نظرية الدراسة
79	نظرية الاستخدامات و الاشباعات
80	عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات
80	افتراض الجمهور النشط
81	الاصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الاتصال
82	دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الاتصال
83	التوقعات من وسائل الاعلام
83	التعرض لوسائل الاتصال
83	الاشباعات المكتسبة من وسائل الاتصال
84	أهم القضايا التي تركز عليها النظرية

87	العلاقة بين الاستخدام و الاشباع و نقدها
87	علاقة بين الاستخدام و الاشباع
88	نقدها
89	تمهيد
90	المبحث الثاني : المجتمع الافتراضي
90	تعريف المجتمع الافتراضي
92	تعريف المواقع الافتراضية
92	خصائص المجتمعات الافتراضية
92	الاتصال و التفاعل
93	التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية
93	خصائص المجتمعات الافتراضية
94	أنواع المجتمعات الافتراضية
94	مواقع التواصل الاجتماعي
95	محركات البحث
95	الفوارق بين المجتمع الطبيعي و المجتمع الافتراضي
97	بنية العلاقات الاجتماعية الحقيقية و تطورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
102	مواقع التواصل الاجتماعي و تشكل العلاقات الافتراضية
115	التكامل بين العلاقات الاجتماعية و العلاقات الافتراضية
117	العلاقات الاجتماعية الافتراضية و مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية
121	خلاصة الفصل
القسم الثاني : الجانب الميداني	
الفصل الثالث : اجراءات الدراسة التطبيقية	
123	تمهيد
123	المبحث الأول : محددات المنهجية
123	مجتمع الدراسة وعينة الدراسة
124	أداة جمع الدراسة
124	تحكيم الاستمارة

124	الملاحظة البسيطة
125	حدود مجال الدراسة
125	أساليب المعالجة الاحصائية و الجداول الاحصائية
127	عرض و تحليل الجداول الاحصائية
204	نتائج الدراسة في ضوء اثبات الفرضيات
206	الخاتمة
207	قائمة المراجع
215	الملاحق

ملخص:

جسدت شبكة المعلومات فضاء رمزيا افتراضيا موازيا للعالم الواقعي في وجود الأفراد والتفاعل بينهم؛ فهذه المواقع قلّصت العالم إلى نقطة تقاطع وهي الزمن، ومن أهم خصائص هذه المجتمعات الافتراضية: الاتصال والتفاعل. وشملت عدة أنواع كان من أهمها: مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هذا الاستخدام أثر على مستخدميها خاصة فئة الشباب بسبب ما تتميز به هذه المرحلة من تغيرات جسمية ونفسية وفكرية تؤثر عليهم، مما جعلهم يحاولون التخلص من عوائق المجتمع وقيود الأسرة، فتكونت لديهم نتيجة الاستخدام المفرط لمختلف المواقع الافتراضية: قيم وسلوكيات داخلية عن مجتمعهم عن أصولهم الدينية وعاداتهم وتقاليدهم، مما أصبحت تؤثر في طريقة تفكيرهم وتواصلهم مع الآخرين وضعف الثقة في النفس والعزلة في التنفس و العزلة الاجتماعية وقتل الوقت.

الكلمات المفتاحية: القيم؛ الشباب؛ العالم الافتراضي؛ مواقع التواصل الاجتماعي.

Résumé

Le réseau d'information incarnait un espace symbolique virtuel parallèle au monde réel dans la présence et l'interaction des individus ; Ces sites ont réduit le monde à un point d'intersection, qui est le temps, et l'une des caractéristiques les plus importantes de ces communautés virtuelles : la communication et l'interaction.

Il comprenait plusieurs types, dont les plus importants étaient : les sites de réseaux sociaux, mais cette utilisation a affecté ses utilisateurs, en particulier le groupe des jeunes, en raison des changements physiques, psychologiques et intellectuels qui caractérisent cette étape, ce qui les a amenés à essayer de se débarrasser de les obstacles de la société et les restrictions familiales, ils ont donc eu pour conséquence une utilisation excessive de divers sites virtuels Valeurs et comportements internes à leur société concernant leurs origines religieuses, leurs coutumes et leurs traditions, qui ont affecté leur façon de penser et de communiquer avec les autres, une faible confiance en soi, un isolement dans la respiration, un isolement social et un temps mort.

Mots clés : valeurs ; Jeune; le monde virtuel; Sites de réseautage social.

Abstract :

The information network embodied a virtual symbolic space parallel to the real world in the existence and interaction of people. These spots have shortened the world in terms of time. Among the criteria of these online societies are communication and interaction. It has many types where the most important are social media. Yet, its use has affected its users especially the age cohort of youngsters since this age period is sensitive in terms of the changes that occur at the physiological, psychological and mental levels. This leads them to escape from society and family barriers. The result the excessive use of these virtual tools led to some behaviours that are far from their religious and traditional origins. This has certainly affected their way of thinking and communicating with others, loss of self-confidence, isolation and the waste of time.

Keywords: Value; Young; The virtual world; Social Media.