وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي - تبسة
Larbi Tebessi University - Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم : علوم الاعلام والإتصال

تخصص : اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

تأثير منصات التواصل الإجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر (ل م د)

من إعداد الطالب:

- هوام محي الدين

إشراف الأستاذ:

- د. بن مهدي مرزوق

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. محمد الطيب بلغيث	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
د. بن مهدي مرزوق	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
د. أونيس إبتسام	أستاذ محاضر – ب –	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2024-2025


بسم الله الرحمن الرحيم

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministére de l'Enseignement Supèrieure et de la Recherche Scientifique

جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

Universite Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

تعهد

أنا الموقع أسفله الطالب: هوام محي الدين

والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: تأثير منصات التواصل على القيم لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة

المكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: إتصال تنظيمي

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 **المؤرخ في** 28 **جويلية** 2016 **والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد** 03.07.19.35

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير او اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية او خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في: 26 ماي 2025

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه

التوقيع والبصمة

حررت من طرف
السيد: قنز حسام الدين
18/12
نظرا للمصادقة على إمضاء
السيد: هوام محي الدين
بوخضرة في: 28 ماي 2025
رئيس المجلس الشعبي البلدي
عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
وبتفويض منه
مندوب القسم الإداري
الشطي فوزي

ولاية تبسة - بلدية
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
الناحية الإدارية - أولاد نصر

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله على احسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه ونشهد ان لا اله إلا الله وحده لا شريك له تعظيما لشأنه ونشهد ان سيدنا ونبينا محمد ورسوله الداعي الى رضوانه صلى الله عليه وعلى اله وأصحابه وأتباعه وسلم.

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع اتقدم بجزيل الشكر الى **الوالدين العزيزين** الذين اعانونا وشجعونا على الاستمرار في مسيرة العلم والنجاح. الى اخوتي واخواتي الى اولئك الذين وقفوا الى جانبي لاتمام هذا المشوار: كما نتوجه بالشكر الجزيل الى من شرفنا بإشرافه على هذا العمل الاستاذ الدكتور **"بن مهدي مرزوق"** ، والذي ساهم بشكل كبير في اتمام واستكمال هذا العمل، الى كل **اساتذة قسم العلوم الانسانية**، خاصة اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال، كما نتوجه بخالص شكرنا وتقديرنا الى كل من ساعدنا من قريب او من بعيد على انجاز وإتمام هذا العمل.

إلى كل الزملاء والأصدقاء

" رب اوزعني ان اشكر نعمتك التي انعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين".

الفهارس

فهرس المحتويات	
شكر وتقدير	
فهرس الجداول	
مقدمة	أ
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
أولا: إشكالية الدراسة	
01-تحديد المشكلة	04
02-أسباب اختيار الموضوع	05
03-أهداف الدراسة	06
04-اهمية الدراسة	06
05-الدراسات السابقة	07
06-تحديد المفاهيم	18
ثانيا: المدخل النظري للدراسة	
01- مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات	21
02-نشأة نظرية الاستخدامات والاشباعات	21
03-افتراضات نظرية الاستخدامات والاشباعات	22
04- أهداف النظرية	23
ثالثا: الإجراءات المنهجية	
01-مجالات الدراسة	24
02-نوع الدراسة ومنهجها	26
03-أدوات جمع البيانات	26
الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة	
تمهيد	**29**
أولا:القـيم	
01-خصائص القيم	30
02-مكونات القيم	31
03-تصنيف القيم	32

04-أهمية القيم الإجتماعية	33
05-أنواع القيم الإجتماعية	35
ثانيا :منصات التواصل الاجتماعي	
01- خصائص منصات التواصل الاجتماعي	36
02- أنواع منصات التواصل الإجتماعي	37
03- دور منصات التواصل الإجتماعي	38
04- إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الإجتماعي	39
خلاصة الفصل	41
الفصل الثالث : تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة	
اولا : تحليل البيانات الميدانية	
01-المحور الاول : البيانات الشخصية	42
02-المحور الثاني :عادات وانماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي	46
03-المحور الثالث : أبرز القيم المجتمعية التي يمكن أن تتأثر بإستخدام الطالب لمنصات التواصل الإجتماعي	49
04-المحور الرابع : إنعكاس تأثير منصات التواصل الإجتماعي على القيم المجتمعية لدى الطلبة الجامعيين.	53
ثانيا : نتائج الدراسة	57
خاتمة	ج
قائمة المصادروالمراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول:

فهرس الجداول		
رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع العينة وفق متغيرالجنس	42
02	يوضح توزيع افراد العينة وفق متغيرالسن	43
03	يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي	44
04	يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير التخصص	45
05	يوضح عدد ساعات تعرض المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي	46
06	يوضح المنصات الأكثر استخداما لدى الطلبة المبحوثين	46
07	يوضح مدة استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي	47
08	يوضح الفترة المفضلة لدى الطلبة المبحوثين لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي	48
09	يوضح الغرض من استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي	48
10	يوضح ابراز منصات التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين	49
11	يوضح القيم التي تعكسها منصات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة المبحوثين	50
12	يوضح تعزيز منصات التواصل الاجتماعي القيم المجتمعية لدى الطلبة المبحوثين	50
13	يوضح نوع القيم المجتمعية التي تتأثر كثيرا بإستخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل	51
14	يوضح كثرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي يؤدي الى تراجع بعض القيم المجتمعية	51
15	يوضح المحتوى الذي يتابعه الطلبة المبحوثين يشجع على الانفتاح الثقافي	52
16	يوضح تبني الطلبة المبحوثين بعض المواقف او القيم المجتمعية التي اصبحت "ترند" على منصات التواصل	53
17	يوضح تأثر العلاقة الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين لاستخدامهم منصات التواصل الاجتماعي	53
18	يوضح تأثر طريقة تعبير عن رأي الطلبةالمبحوثين بالقيم المجتمعية المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي	54
19	يوضح تعرض الطلبة المبحوثين الى بعض المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلهم يقارنون انفسهم بالاخرين بشكل اثر على قيمهم الاجتماعية	55
20	يوضح تبني الطلبة المبحوثين سلوكيات جديدة لا تتماشى مع القيم الاجتماعية جراء تأثرهم بالمؤثرين	55
21	يوضح استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي خلق لهم قيم اجتماعية جديدة	56

فهرس الاشكال		
رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	42
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	43
03	يمثل توزيع افراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي	44
04	يمثل توزيع افراد العينة وفق متغير التخصص	45

مقدمة

مقدمة:

شهدت المجتمعات المعاصرة في السنوات الأخيرة تحولات كبيرة في مختلف الميادين، نتيجة الطفرة التكنولوجية التي مست قطاع الإعلام والاتصال، فأصبحت الوسائل التقليدية في تراجع مستمر أمام تنامي وسائل الإعلام الجديد، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي، التي فرضت نفسها كأدوات تواصل وتعبير وتفاعل يومي لا يمكن تجاوزها أو تجاهل أثرها المتزايد على مختلف شرائح المجتمع، وعلى وجه الخصوص فئة الشباب الجامعي.

وفي هذا السياق، أصبحت هذه المنصات منابر لإنتاج وتبادل المعاني والقيم، حيث لم يعد استخدام الطلبة لها يقتصر على الترفيه أو التواصل مع الأصدقاء، بل تعدى ذلك ليشمل التفاعل مع قضايا الرأي العام، تبني المواقف، وتكوين تصورات عن الذات والآخر، وهو ما يبرز أهمية دراسة العلاقة بين هذه الفضاءات الرقمية والمنظومة القيمية للطالب الجزائري، الذي يعيش في مفترق طرق بين ما تفرضه المرجعيات الثقافية والاجتماعية التقليدية، وما تعرضه هذه الوسائط من قيم عالمية متعددة المشارب.

فالطالب الجزائري، باعتباره أحد عناصر النخبة المستقبلية، يعيش ضمن بيئة جامعية تتميز بالانفتاح على أنماط تفكير وسلوك جديدة، وهو ما يجعل منظومته القيمية عرضة للتأثر، سواء عبر التبني أو الرفض أو إعادة التشكيل، خاصة في ظل ما تطرحه منصات التواصل من مضامين مرئية ومكتوبة، لا تخضع غالبا للرقابة أو الضبط الاجتماعي التقليدي. وهذا ما يجعل من الضروري التساؤل عن مدى قدرة الطالب على التمييز بين القيم الإيجابية والسلبية، وكيفية تعامله مع هذا الزخم المعلوماتي اليومي الذي يقدم له عبر هذه المنصات.

إن دراسة تأثير هذه المنصات على القيم لا تنبع فقط من انتشارها الواسع، بل من عمق تأثيرها على المواقف، الاتجاهات، وحتى على أساليب التفكير والتفاعل الاجتماعي. كما أن أهمية هذا الموضوع تكمن في كونه يلامس صميم البنية النفسية والاجتماعية للطالب الجامعي، في فترة عمرية يعاد فيها بناء الهوية الشخصية والاجتماعية، ويتبلور فيها الإطار المرجعي القيمي الذي سيرافقه في حياته العملية والاجتماعية. وعليه، فإن هذه الدراسة تهدف إلى فهم تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال (سنة أولى ماستر وثانية ماستر كل التخصصات)، من خلال رصد مظاهر التحول أو الثبات في منظومته القيمية، وتحليل طبيعة التفاعلات الرقمية التي يقوم بها، في محاولة للإجابة على تساؤلات جوهرية تتعلق بحدود هذا

التأثير،في ظل مجتمع يعيش بين ثنائية الأصالة والانفتاح. وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة .

في الفصل الأول تناولنا إشكالية الدراسة وفيها تحديد المشكلة، التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة. أما ثانيا تناولنا الإجراءات المنهجية للدراسة وفيها، مجالات الدراسة، عينة الدراسة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

في الفصل الثاني تناولنا أولا القيم، وثانيا خصصناه الى منصات التواصل الإجتماعي أما الفصل الثالث تناولنا فيه تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة.

الفصل الأول :

إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية

أولا: اشكالية الدراسة

1. تحديد المشكلة:

عرف العالم في السنوات الاخيرة تطورا سريعا في وسائل الاتصال والتكنولوجيا الرقمية، ما أدى إلى ظهور منصات التواصل الاجتماعي كوسائل رئيسية للتفاعل بين الأفراد. ولم يعد تأثير هذه المنصات مقتصرا على تسهيل التواصل، بل أصبح لها دور بارز في تشكيل الفكر والسلوك، خاصة لدى فئة الشباب والطلبة الجامعيين، الذين يعتبرون من أكثر الفئات استخداما لها. وتزايد الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح المحتويات الرقمية، أصبح الباحثين يركزون على أهم التأثيرات الايجابية والسلبية التي تواجه مستخدميها.

إن منصات التواصل الاجتماعي تتيح فرصا واسعة للطلبة الجامعيين لاكتساب المعرفة، التعبير عن آرائهم، والانفتاح على الثقافات الأخرى. لكنها في الوقت ذاته قد تسهم في تغيرات قيمية ملحوظة، سواء على مستوى العلاقات الاجتماعية، أو المفاهيم الثقافية، أو حتى الهوية الشخصية. فالثقافة تمثل الإطار الشامل الذي يشكل أنماط التفكير والسلوك لدى الأفراد، وهي الحاضنة التي تنبع منها القيم وتحدد معاييرها. ومن ثم، فإن التأثير على القيم لا ينفصل عن التأثير الثقافي، إذ إن أي تغير في الثقافة ينعكس بالضرورة على منظومة القيم. فمن جهة، قد تعزز هذه المنصات قيما مثل الحرية الفكرية، والتفاعل المجتمعي، ومن جهة أخرى ربما تؤدي إلى ترسيخ قيم الفردانية، الانعزال الاجتماعي، والتأثر بأنماط سلوكية لا تتماشى بالضرورة مع البيئة الثقافية المحلية.

لقد أصبح المحتوى الذي يتعرض له الطلبة عبر هذه المنصات متنوعا إلى حد كبير، حيث يشمل الأخبار، الترفيه، التعليم، والمناقشات الفكرية. غير أن هذه الحرية في الوصول إلى المعلومات قد تكون سلاحا ذا حدين، إذ من الممكن أن تؤدي إلى تعزيز الفكر والوعي، كما يمكن أن تسهم في نشر قيم استهلاكية، وتقليد أنماط حياة غير واقعية، والتأثر بظواهر مثل الثقافة السطحية وانتشار المعلومات المغلوطة. كما أن التفاعل المستمر مع المؤثرين الرقميين والمحتوى الذي يقدمونه قد يؤدي إلى إعادة تشكيل المفاهيم المرتبطة بالسلوك الاجتماعي، مما قد ينعكس على القيم الشخصية للطلبة.

ضف الى ذلك الوقت الذي يقضيه الطلبة على منصات التواصل الاجتماعي قد يكون له تأثير مباشر على تفاعلهم مع محيطهم الاجتماعي والأسري. فالاستخدام المفرط لهذه المنصات قد يؤدي إلى تراجع العلاقات المباشرة، وتقليل التفاعل الحقيقي مع الأسرة والزملاء، مما قد يسهم في ضعف الروابط الاجتماعية. كما أن المحتوى الذي يتعرضون من الممكن أن يخلق فجوة بين القيم التقليدية التي نشأوا عليها، والقيم الجديدة التي يتبنونها من خلال هذه المنصات، فمن المحتمل أن يؤدي ذلك إلى صراع داخلي بين ما هو متعارف عليه اجتماعيا وما يتم الترويج له عبر الفضاء الرقمي.

بالنظر إلى هذا الواقع، تبرز الحاجة إلى دراسة معمقة لفهم تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين. ويعد طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة من بين الطلبة الذين يستخدمون هذه المنصات، حيث جاءت هذه الدراسة للتعرف على تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تبسة، لنجد أنفسنا أمام التساؤل الرئيسي التالي :

ماهو تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي بجامعة تبسة؟

وللاجابة عن هذا التساؤل قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي انماط استخدام طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي؟
- ما أبرز القيم التي يمكن أن تتأثر باستخدام الطالب لمنصات التواصل الاجتماعي؟
- كيف ينعكس تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

2. اسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الموضوع من الخطوات الأساسية في الدراسة العلمية وقد وقع اختيارنا لهذا الموضوع نتيجة لعدة أسباب منها شخصية وأخرى موضوعية، وهي كالآتي:

2-1- أسباب شخصية:

- ✓ ملاحظتنا الشخصية لدور منصات التواصل الاجتماعي في توصيل رسائل هادفة للمجتمع والتفاعل حولها.

- ✓ رغبتنا الشخصية في معرفة مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطلبة الجامعيين.
- ✓ علاقة الموضوع بتخصص دراستنا _الاتصال التنظيمي_.

2- 2- أسباب موضوعية:

- ✓ انتشار كبير لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ محاولة منا لإنجاز دراسة علمية أكاديمية تبقى موضوع يستفيد منه الطلبة مستقبلا.

3. أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي أهداف محددة يسعى لتحقيقها وتتمثل فيما يلي:

3-1- أهداف علمية:

- ✓ معرفة اهم استخدامات طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ التعرف على مدى اهتمام طلبة الاعلام والاتصال بمنصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ التعرف على كيفية تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تبسة؟

3_2_ أهداف عملية:

- ✓ التدرب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية والتحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية.
- ✓ التعرف على مختلف طرق عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها.

4. أهمية الدراسة:

تساهم أهمية الدراسة في إبراز القيمة المرجوة من البحث وذلك من خلال: تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تقوم به منصات التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر هذا الموضوع إضافة جديدة ومساهمة في إثراء المجال المعرفي وتدعيم للباحثين والمهتمين بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع، ضف إلى ذلك قلة الدراسات التطبيقية التي تناولت القيم، ويرجع ذلك إلى حداثة الموضوع كونه يربط بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، بالنظر إلى المزايا العديدة التي تمنحها منصات التواصل الاجتماعي من خلال التواصل والتثقيف وغيرها، ولا ننسى الأهمية البالغة لهذا الموضوع في ميدان الاعلام والاتصال

وخاصة القيم لدى الطلبة الجامعيين، وتزويد المكتبة الجامعية بدراسة يمكن استفادة الطلبة منها، وفي الأخير محاولة إظهار تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي.

5. الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أو المشابهة من أهم الخطوات التي يمر بها الباحث،فهي تجنبه الوقوع في أخطاء الآخرين،كما تساعده في فهم الموضوع، ومعرفة كيفية اختيار الإجراءات المنهجية التي تلائم هذه الدراسة.

ومن خلال دراستنا سنحاول الحصول على بعض الدراسات السابقة أو المشابهة لها وستكون كما يلي:

_الدراسة الأولى: "هالة دغمان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم (العلاقة بين الواقعي والافتراضي)، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين الستخدمين لموقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017/2016"

وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على اثر استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على القيم، وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي:

ماهو أثر استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي المستخدمين لموقع الفيسبوك؟

ومن هذا التساؤل العام صاغت الباحثة الفرضيات التالية:

1- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدامات الشباب الجامعي الجزائري لموقع الفيسبوك على دوافعهم.
2- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدامات موقع الفيسبوك على تعزيز قيم الشباب الجزائري.
3- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدامات موقع الفيسبوك على ارتباط الشباب الجامعي الجزائري بقيمهم
4- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدامات موقع الفيسبوك على ابتعاد الشباب الجامعي الجزائري عن قيمهم.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الميداني بالعينة إعتماد هذا المنهج في الدراسة بإعتباره أحد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وسلوكياتهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة على المجتمع الكلي او تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها. واستخدمت أداة استمارة الاستبيان يتم تصميمها وفقا لمحاور حسب الفرضيات، بالإضافة الى الملاحظة والمقابلة.

وقد توصلت الباحثة في ختام دراستها إلى مجموعة من النتائج والتى نذكر من بينها[1] :

- ✓ ان الكثير من المبحوثين المستخدمين يشاركون في الموقع دون سبب وهدف محدد، بل يشاركون فقط من أجل المشاركة، أو قد يشاركون لاغراض خفية، حيث يظهر الجانب المظلم لشخصيتهم أثناء الاستخدام.
- ✓ أصبح عدد كبير من المبحوثين يعيشون عالما رمزيا افتراضيا في واقعهم الحالي، ويعود ذلك الى ادمان المستخدمين على الفضاء الافتراضي، حيث أن ارتباطهم بالعالم الافتراضي أصبح اكبر من ارتباطهم بنظيره الواقعي.
- ✓ أصبح الافراد المستخدمون يتناولون على شراء بعض المقتنيات التي من الممكن أن لا يكونوا في حاجة فعلية اليها، وبالتالي يتضاءل استعمالهم العقلاني للأموال، وينجرون وراء التسوق غير العقلاني.
- ✓ ان موقع الفيسبوك لم يعد مجرد شبكة اجتماعية أو مخزن هائل أو اداة استثنائية للتبادل السريع للمعلومات، بل أصبح يؤدي اليوم مهاما استثنائية ذات منعكسات سياسية واعلامية واقتصادية وثقافية وعلمية واجتماعية، كما تدور حوله حوارات معمقة في جميع أنحاء العالم.
- ✓ أثر موقع الفيسبوك على القيم يختلف من قيمة لأخرى باختلاف طبيعة القيمة ودرجة ارتباط المستخدمين.
- ✓ يرى أغلبية المبحوثين أن موقع الفيسبوك أصبح من الحاجات الأساسية والضرورية التي يجب أن يملكوها، كما أن البعض الاخر يرى أنه لا يمتلك حسابا على موقع الفيسبوك فهو غير مواكب للتكنولوجيا.

[1]- هالة دغمان: **مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم (العلاقة بين الواقعي والافتراضي)**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017/2016، ص: 17.

- ✓ أغلبية الفئات المستجوبة أكدت أن المكان الأكثر ترددا هو المنزل، اذ يتيح هذا الفضاء الحرية في استخدام الانترنت خاصة في غياب رقابة الأهل، عكس الاماكن العمومية كالجامعة أو المكتبة أو مقاهي الانترنت، اذ يشعرون بنوع من التجسس أو الرقابة تمارس عليهم، ولا يتيح لهم ذالك مجالا للاستخدام الحر دون قيود.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أحد المتغيرات وهو القيم، كذلك تشبهها في اداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان، وكذا مجتمع الدراسة وهم الطلبة الجامعيين.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في منهج الدراسة، فالدراسة الحالية اعتمدت المنهج الوصفي بينما الدراسة السابقة اعتمدت المنهج المسحي، كذلك الاختلاف في عينة الدراسة فالدراسة الحالية اعتمدت العينة القصدية بينما الدراسة السابقة اعتمدت العينة الطبقية.

نقاط الاستفادة:

استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة ، وكذا صياغة بعض أسئلة استمارة الاستبيان.

_الدراسة الثانية: "بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، 2018/2017".

وقد حاول الباحث في هذه الدراسة التعرف على اثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين، وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي[1]:

ماهو أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين ممثلين في طلبة جامعة المسيلة؟

ومن هذا التساؤل العام صاغ الباحث الفرضيات التالية:

[1]- بورحلة سليمان: **أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، 20218/2017، ص: 05.

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طرائق ومستويات استخدام الانترنت عند الطلبة الجامعيين والمتغيرات الديمغرافية والاجتماعية (النوع، السن، المستوى الجامعي .....)

2- تختلف درجة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لمحتويات الانترنت تبعا لاختلاف المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية.

3- يساعد استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت على ارتباطهم أكثر بالقيم.

4- يساهم استخدام الانترنت على تعزيز القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لأن استخدام المنهج الوصفي في البحوث الاجتماعية وتحليل الظواهر الاجتماعية، يوفر قدرا هائلا من المعلومات، التي تكون شاملة للموضوعات من كل النواحي، بما يجعل الباحثين أكثر تحكما في بحثهم، ولذلك نجد أن هناك من يعرّفه بأنه: "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمّيا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"، واستخدم أداة استمارة الاستبيان يتم تصميمها وفقا لمحوار حسب الفرضيات، بالإضافة الى الملاحظة والمقابلة.

وقد توصل الباحث في ختام دراسته إلى مجموعة من النتائج والتى نذكر من بينها :

- ✓ توصلت الدراسة الى ان أغلبية العينة من الطلبة الجامعيين يستخدمون الانترنت بصفة غالبة بنسبة 76 %، و 20.10 % أحيانا، وهذا لأن الطلبة لديهم إمكانيات لغوية، وعلمية تسمح لهم بذلك، كما أن الدراسة وما تفرضه عليهم من استخدام خدمات الانترنت المتنوعة من أجل الدراسة والتحصيل العلمي واستخدامها من أجل التفاعل والتواصل باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الالكتروني وغيرها.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والاناث في مدى استخدام الانترنت، حيث أن الذكور يستخدمون الانترنت غالبا أكثر من الاناث والنسبة هي على التوالي: 80.83 % و 73.3 % وهذا يمكن تفسيره بالحرية والاستقلالية التي يتمتع بها الذكور فتجدهم يستخدمون الانترنت في أوقات فراغهم خاصة بعد عودتهم الى البيت مساءا أو ليلا، بينما الاناث ينهمكن في الاعمال المنزلية بعد عودتهن من مقاعد الجامعة.
- ✓ كما أن متغير الفئة العمرية له علاقة ترابطية باستخدام الانترنت في هذه الدراسة حيث أن الفئة العمرية (24- 29 عاما)، والنسب هي على التوالي 100 % 76.62 % و67.74 %.

- ✓ أن اغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الكثير من الدراسات القائلة بأن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها وتنميتها لدى الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة بالقيم.
- ✓ وتوصلت الدراسة الى تصدر قيم حسن التواصل مع الاخر والتعاون واحترام الاسرة وطلب العلم والحرية، المراتب الاولى من حيث موافقة افراد العينة عليها بأوزان نسبية مرتفعة ومن جهة أخرى احتلت قيم الالتزام الديني واحترام الوقت المراتب الاخيرة من حيث مقدرة الانترنت على مساعدة أفراد العينة على الارتباط أكثر بهذه القيم.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

اوجه التشابه بينهما:

_ تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أحد المتغيرات وهو القيم، كذلك تشبهها في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، إضافة إلى التشابه في اداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان.

اوجه الاختلاف:

_ تختلف في الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في المتغير المستقل فالدراسة الحالية المتغير المستقل محدد في منصات التواصل الاجتماعي فقط، بينما في الدراسة السابقة المتغير المستقل هو استخدام الانترنت، اي تشكل كل من المواقع والمنصات وغيرها.

- **نقاط الاستفادة:**

_ استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة خاصة في مبحث القيم.

_ الدرسة الثالثة: "سهام بوقلوف، استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجز ائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجز ائر 3، الجز ائر، 2018/2017".

وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية، وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي:

ماهو أثر استخدام موقع الفيسبوك على القيم الاخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين؟

ومن هذا التساؤل العام صاغت الباحثة الفرضيات التالية[1]:

1- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك ودوافع الاستخدام؟
2- لاتوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وارتباطهم بقيمهم الاخلاقية والاجتماعية.
3- لاتوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات.
4- لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية في استخدام المراهقين لموقع الفيسبوك ترتبط بالخصائص الديمغرافية (متغير السن والجنس والمستوى التعليمي).

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي أحد أهم المناهج الأساسية التي تندرج ضمن أنواع البحوث الوصفية بل أكثرها شيوعا، على إعتبار أنها دراسة إستطلاعية بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع، والأكثر ملاءمة لدراسة السلوك الاجتماعي للأفراد أمام الظواهر التي يتعرضون لها، كما استخدمت الباحثة العينة القصدية، واستخدمت لجمع البيانات اداة استمارة استبيان والملاحظة.

[1]- سهام بوقلوف: **استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية**، أطروحة دكتوراه، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018/2017، ص: 23.

وقد توصلت الباحثة في ختام دراستها إلى مجموعة من النتائج والتى نذكر من بينها:

- ✓ أسفرت النتائج على أن تحمل المسؤولية لدى أفراد العينة منخفض عند إستخدامهم لموقع الفيسبوك.
- ✓ تعزيز إرتباط المبحوثين بالقيم الدينية خلال إستخدامهم لموقع الفيسبوك، قد يرجع إلى كثرة الصفحات الدينية المنتشرة عبر موقع الفيسبوك.
- ✓ لإستخدام موقع الفيسبوك أثر ايجابي في المساهمة في ضبط النفس والإنضبط لدى المراهقين.
- ✓ تبين من النتائج أن مستوى النزاهة والحياد منخفض لدى المبحوثين عند إستخدامهم لموقع الفيسبوك.
- ✓ أثر الفيسبوك على المراهقين من ناحية الوقت الذي يقضونه في تصفح الموقع يصبح الوقت المنفق في تصفح الفيسبوك عامل زمني مسيطر على تنظيم المراهقين لوقتهم، ما يؤدي لعدم إستثمار أوقات فراغهم بأشياء مفيدة، ما يؤثر على التفاعل الإجتماعي في حد ذاته.
- ✓ العزوف عن فعل الخير له أثر إيجابي عند المبحوثين بمعنى ان السلوك ثابت لم يتعرض للتغيير.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أحد المتغيرات وهو القيم الاجتماعية، كذلك تشبهها في اداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان، وكذا عينة الدراسة وهي العينة القصدية.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في منهج الدراسة، فالدراسة الحالية اعتمدت المنهج الوصفي بينما الدراسة السابقة اعتمدت المنهج المسحي .

نقاط الاستفادة:

استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة ، وكذا صياغة بعض أسئلة استمارة الاستبيان.

_الدراسة الرابعة: "ريحانة بلوطي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2022/2021".

وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري، وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي:

ماهو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

ومن هذا التساؤل العام صاغت الباحثة التساؤلات الفرعية التالية[1]:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي؟
2- ماهي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي؟
3- ماهي الاشباعات المحققة من وراء استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
4- ماهي طرق وأساليب عرض الشباب الجزائري الجامعي للقيم الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي؟

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي والذي يعتمد عليها اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية ذلك أنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر، كما أن المنهج المسحي يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه و كذا احتياجاته في بحوث الإعلام. كما استخدمت الباحثة العينة غير الاحتمالية (العرضية)، واستخدمت لجمع البيانات اداة استمارة استبيان، بسبب ضخامة الجمهور المستهدف، كما يوفر الاستبيان درجة عالية من الدقة.

[1]- ريحانة بلوطي:**أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2022/2021، ص: 16، 17.

وقد توصلت الباحثة في ختام دراستها إلى مجموعة من النتائج والتى نذكر من بينها:

- ✓ يقبل المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة وهو ما تعبر عنه النسبة المقدرة بـ 89.3 % والتي احتلت الصدارة، يليهم من يستخدمون مواقع التواصل في بعض الاحيان وهو ماتعبر عنه 36 مفردة بنسبة 9.6 % التي جاءت في الترتيب الثاني، أما الاقلية منهم والمقدر عددهم ب 4 مفردات بحثية هم الذين نادرا مايستخدمون المواقع، وهو ماتترجمه نسبة 1.1 %والتي جاءت بالمرتبة الثالثة .
- ✓ أغلبية الافراد صرحوا بأن متوسط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يكون غير محدد ومتواصل وهو ماتعبر عنه نسبة 69.6 % والتي جاءت في الرتبة الاولى، يليهم 53 مفردة يستخدمونها بمتوسط يتراوح بين ساعة الى ساعتين بنسبة 14.1 %، وهي المرتبة الثانية ومنهم من يستخدمها بمتوسط ثلاث ساعات الى خمس ساعات بنسبة 13.3% والتي جاءت بالمرتبة الثالثة وهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة بنسبة 2.9% وهي الرتبة الرابعة والاخيرة.
- ✓ الوسيلة الاكثر استخداما من قبل المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي الهاتف الذكي وهذا بنسبة 96.5% ثم تليها بالمرتبة الثانية الذين يفضلون التصفح باستخدام الحاسوب بنسبة 2.7%، ثم تليها بالمرتبة الثالثة من يستخدم اللوح الالكتروني بتكرار يقدر بـ 3 مفردات أي مايقدر بنسبة 0.8 %.
- ✓ الاطراف التي يتواصل مع الشباب الجامعي أثناء تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي فان أغلبيتهم يتفاعلون مع الاصدقاء عبر المواقع هذا بنسبة 51.4%، ثم تليها بالمرتبة الثانية من يتفاعل مع أفراد الاسرة بنسبة 29.9 %، ثم تليها بالمرتبة الثالثة من يتفاعل مع زملاء الدراسة بنسبة 18.7%.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أحد المتغيرات وهو القيم الاجتماعية، كذلك تشبهها في اداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان، وكذا مجتمع الدراسة وهم الطلبة الجامعيين.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في منهج الدراسة، فالدراسة الحالية اعتمدت المنهج الوصفي بينما الدراسة السابقة اعتمدت المنهج المسحي، كذلك الاختلاف في عينة الدراسة فالدراسة الحالية اعتمدت العينة القصدية بينما الدراسة السابقة اعتمدت العينة العرضية.

نقاط الاستفادة:

استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة، وكذا صياغة بعض أسئلة استمارة الاستبيان.

_الدراسة الخامسة: "عادل المانع، تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري الفيسبوك واليوتيوب –أنموذجا، دراسة ميدانية في جامعات قسنطينة، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، الجزائر، 2022/2021".

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة التعرف على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي، وتمثلت مشكلة الدراسة كالتالي[1]:

ماهي تأثيرات موقعي الفيسبوك واليوتيوب في قيم الطالب الجامعي الجزائري؟

ومن هذا التساؤل العام صاغ الباحث التساؤلات الفرعية التالية:

1- ماخصائص الطلبة وحساباتهم على موقعي الفيسبوك واليوتيوب وفق متغيرات الجنس والتخصص والمستوى الدراسي؟

[1]- عادل المانع: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري الفيسبوك واليوتيوب –أنموذجا، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، الجزائر، 2022/2021، ص: 8.

2- ماعادات وأنماط استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب؟

3- مادوافع استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب؟

4- ما حجم دوافع استخدام الطلبة للفيسبوك واليوتيوب؟

5- ماطبيعة تأثيرات الفيسبوك واليوتيوب على قيم الطلبة؟

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لأن استخدام المنهج الوصفي في البحوث الاجتماعية وتحليل الظواهر الاجتماعية، يوفر قدرا هائلا من المعلومات، التي تكون شاملة للموضوعات من كل النواحي، بما يجعل الباحثين أكثر تحكما في بحثهم، ولذلك نجد أن هناك من يعرّفه بأنه: "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمّيا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"، واستخدم أداة استمارة الاستبيان يتم تصميمها وفقا لمحوار حسب الفرضيات، بالاظافة الى الملاحظة والمقابلة.

وقد توصل الباحث في ختام دراسته إلى مجموعة من النتائج والتى نذكر من بينها:

- ✓ تتوفر منصات الفيسبوك واليوتيوب على عددكاف من الأصدقاء يتواصلون فيما بينهم.
- ✓ ملاءمة الفيسبوك لأن يكون منتدى يتشكل من خلاله رأسمال اجتماعي من الناحية التقنية، وترتيب الاشعارات لدى عينة البحث على شكل رسائل ثم اشعارات ثم أصدقاء وبحجم أكثر من الثلثين، بدليل تحقق نشاط تفاعلي كبير، يوحي بدوره إلى قوة العلاقة الرابطة بين الطلبة وأصدقائهم من خلال منصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ أكبر فوائد وبنسبة الثلث عادت على الطلبة، كانت علمية ومعرفية لأن الطلبة يتفاعلون في الغالب مع من يعرفون في الواقع، وفائدة الفضاء الافتراضي ستكون محدودة، ماجعل الفوائد الأخرى، في مجالات صحية او علاقات أصبحت واقعية نسبها ضعيفة، وغياب الفوائد الاقتصادية، فنقول أنها توجد فوائد ولكنها ليست بالحجم ولا النوع الكافيين لتشكيل راس مال اجتماعي افتراضي.

- ✓ نسبة التسع من الطلبة تقدم خدمات التسويق الالكتروني والترويج لاعمال وأفكار مفيدة، ثم الربع يقدمون النصح، وهي نسب ضعيفة، وفائدتها ليست ذات تأثير كبير، على غرار الدعم المادي والمعنوي او نقل التجارب الناجحة للغير والتي كانت قليلة او منعدمة، والتي تشعر حقيقة بقوة العلاقة الرابطة بين الأصدقاء، فنقول أنه توجد خدمات يقدمها الطلبة، ولكنها ليست بالحجم ولا النوع الكافيين لتشكيل راس مال اجتماعي افتراضي.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة السابقة:

- **اوجه التشابه:**

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في متغير القيم، كذلك تشبهها في اداة جمع البيانات وهي الاستمارة.

- **اوجه الاختلاف:**

تختلف الدراسة الحالية مع السابقة في عينة الدراسة، فالدراسة الحالية اعتمدت على العينة القصدية بينما الدراسة السابقة اعتمدت على العينة الطبقية العشوائية.

- **نقاط الاستفادة:**

استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة.

6. تحديد المفاهيم:

6-1- التأثير:

أ. لغة: لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على انه: "التأثير من أثر، ترك علامة في الشئ ومنه تأثير العلة في الفراغ أي تخليفها الحكم فيه[1].

ب. اصطلاحا: التأثير "هو القدرة على إحداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة و السلطة الرسمية"[2].

[1]- محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنيبي: **معجم لغة الفقهاء**،دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1985، ص: 120.

[2]- محمد منير سعد الدين: **قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي**، دار بيروت المحروسة، لبنان، ط1998،2، ص: 15.

والتأثير من المصطلحات المشهورة في الإعلام والاتصال حيث يعرف بأنه: "ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي (المتأثر)، وكلما استجاب المتلقي للرسالة، تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها، ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال".

كما أن التأثير يعني كذلك"إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة عند المتلقي تجعله عن تحركه مدفوعا بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه ولهذه الحالة النفسية دور كبير جدا، بل أساسي في تغيير سلوك الإنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين"[1].

ج. إجرائيا:

يقصد بالتأثير في دراستنا هو التغير الحاصل على مستوى القيم الاجتماعية للطلبة نتيجة استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي.

6-2- منصات التواصل الاجتماعي:

أ. اصطلاحا:

_ منصات التواصل الاجتماعي هي منظومات إلكترونية تفاعلية تعتمد على تقنيات الإنترنت، وتتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل مع الآخرين ضمن بيئات افتراضية[2].

_ هي تطبيقات إلكترونية تعتمد على تكنولوجيا الويب، تتيح للأفراد التواصل، مشاركة المحتوى، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين عبر وسائط متعددة مثل النصوص، الصور، الفيديوهات، والتعليقات[3].

_ منصات التواصل الاجتماعي هي بنى رقمية متكاملة توفر بيئة تفاعلية للمستخدمين، حيث يتم تبادل المحتوى بمختلف أشكاله (نصوص، صور، فيديوهات) عبر تقنيات متطورة، مما يسمح بالتواصل الفوري، تشكيل المجتمعات الافتراضية، وتعزيز التفاعل بين الأفراد والمؤسسات[4].

ب. إجرائيا:

تشير منصات التواصل الاجتماعي، في هذه الدراسة، إلى التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يستخدمها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة للتفاعل، تبادل المعلومات، ومشاركة المحتوى، والتي قد يكون لها تأثير على منظومتهم القيمية .

---

[1]- العطري بن عزوز: **الإعلام الجديد والشباب**، مجلة فن و ثقافة، العدد ،5، 2017 ، ص ص:3،1.

[2]- البرقاوي محمد:**الإعلام الجديد وتأثيراته الاجتماعية**، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2018، ص: 45.

[3]- السيد محمود: **التواصل الرقمي في العصر الحديث**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 2020، ص: 112.

[4]- حسين سامي: **الاتصال الرقمي في العصر الحديث**. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2021، ص: 67.

6-3- الطالب الجامعي:

أ. اصطلاحا:

_ الطالب الجامعي هو الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني التقني العالي إلى مرحلة الجامعة تبعًا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك[1].

_ الطالب الجامعي هو الفرد الذي يزاول دراسته ويتابع دروسه بجامعة أو مؤسسة تعليم عالي[2].

ب. إجرائيا:

الطالب الجامعي في هذه الدراسة، هو كل فرد مسجل رسميا في جامعة تبسة ضمن تخصص علوم الإعلام والاتصال (سنة اولى وثانيةماستر اعلام واتصال كل التخصصات)، ويستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل نشط، مما يجعله جزءًا من الفئة المستهدفة لتحليل تأثير هذه المنصات على قيمه.

6-4- القيم:

أ. اصطلاحا:

القيم هي مجموعة المبادئ والمعايير التي توجه سلوك الأفراد في المجتمع، وتحدد ما هو مرغوب فيه وما هو غير مرغوب فيه[3].

القيم هي المعايير التي يستخدمها الأفراد أو الجماعات للحكم على الأفكار والأعمال والسلوكيات، وتوجيهها نحو ما يعتبرونه مرغوبًا أو مقبولًا في المجتمع[4].

ب. إجرائيا:

القيم هي مجموعة من المعايير والمبادئ التي يتبناها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة، وتوجه سلوكهم في تعاملهم مع الاخرين داخل المجتمع، وهي القيم الاجتماعية والتي تتأثر بمنصات التواصل الاجتماعي.

---

[1]- يونس سميحة: كفايات **خريجي التعليم العالي الجزائري وفق مفهوم إدارة الجودة الشاملة**، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015، ص: 18.

[2]- عباسي نور الهدى: **الأداء البيداغوجي للطالب الجامعي وعلاقته بمشروع مجتمع**، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2020، ص: 10.

[3]- العربي زغايش، توفيق رتاب: **القيم الاجتماعية و أثرها على تشكيل الثقافة المهنية**، مذكرة ماجستير، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2020، ص: 15.

[4]- أحلام بالمادي: **تنمية القيم الاجتماعية في الكتاب المدرسي**، جامعة لونيسي علي البليدة 2، الجزائر، 2019، ص: 20.

ثانيا: المدخل النظري للدراسة:

1. مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات

نظرية الاستخدامات والاشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها للرسائل ومضمون وسائل الاعلام، خلافا للنظريات المبكرة مثل نظرية الاثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومفصلة، وتتصرف بناءا على نسق واحد فأسلوب الأفراد أمام وسائل الاعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور ارادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار، وقد ركزت النظرية على الأسباب الخاصة باستخدام وسائل الاعلام، والتعرض اليها من مختلف الفئات، في محاولة للربط بين الاسباب والاستخدام، مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير الى شدته أو كثافته، حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات، كان أهمها اطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الفرد في اشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الاعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها وأطلق عليه الاستخدامات والاشباعات[1].

2. نشأة نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ان البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والاشباعات جاء نتيجة البحوث والدراسات التي اجريت في بدايات القرن العشرين، على أسباب التعرض واستخدام وسائل الاعلام من مختلف فئات الجمهور، محاولة للربط ما بين الاسباب والاستخدام، حيث تم صياغة هذه الاسباب في عدة اطارات أهمها الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الأفراد في إشباع حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الاطار العام، بين تعرض الافراد لوسائل الاعلام ومحتواها ، ومدى ما يحققه هذا التعرض من اشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، حيث أطلق عليه الاستخدامات والاشباعات.

أما الظهور الفعلي لمنظور الاستخدامات والاشباعات فقد كان عام 1944 في المقال الذي كتبته عالمة الاجتماع الأمريكية هارزوك بعنوان (دوافع الاستمتاع للمسلسل اليومي واشباعاته) وتوصلت من خلال

[1]- مريم ناريمان نومار : **استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية**، رسالة ماجيستر، في الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص: 172.

المقابلات التي اجرتها مع مائة من المستمعات للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو الى وجود اشباعات أساسية للاستماع الى هذه النوعية من المسلسلات وتوصلت الى أنها تهتم باشباع الحاجات العاطفية[1].

وفي عام 1945 جاءت دراسة بيرلسون التي اجراها عندها توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب اضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما افتقد الجمهور خلال هذه المدة، وتوصل الى ان الصحف تقوم بعدة ادوار تعد السبب في ارتباط الجمهور بها مثل دور نقل المعلومات والاخبار.أما البداية الحقيقية لنشأة نظرية الاستخدامات والاشباعات كانت من خلال دراسة التي اجراها الياهو كاتز عام 1959 الذي قام بتحويل الانتباه من الرسالة الاعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام المسيطرة، حيث كان الاعتقاد السائد بأن متابعة الجمهور لوسائل الاعلام يتم وفقا لتعود على الوسيلة الاعلامية، وليس لأسباب منطقية لكن نظرية الاستخدامات والاشباعات لها رؤية مختلفة تكمن في ادراك تأثير الفروق الفردية وتبيان الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام، وتحكم عملية استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الاعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها الخلفيات الثقافية، الذوق الشخصي للفرد، أسلوب الحياة، السن، الجنس، الدخل، مستوى التعليم والمستوى الاقتصادي، اذ أن لكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثير على اختيارات الفرد للمضامين الاعلامية التي يريد متابعتها، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الاعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور الى ما يفعله الجمهور بالرسالة[2].

3. افتراضات نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يلخص كاتز وزملاؤه افتراضات النظرية في النقاط التالية[3]:

- ✓ الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.
- ✓ استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في ذلك أمور منها الفروق الفردية والفاعل الاجتماعي.
- ✓ الجمهور هو الذي يختار الوسيلة، والمضمون الذين يشبعان حاجاته.

[1]- منال هلال مزاهرة: **نظريات الاتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2012، ص: 172.

[2]- عاطف عدلي العبد نهى: **نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية**، دار الفكر العربي، شارع العقاد، مدينة نصرة، القاهرة، 2011، ص: 297.

[3]- منال المزاهرة: **مرجع سبق ذكره**، ص: 182.

- ✓ يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودافعها، ومن ثم يلجأ الى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
- ✓ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الوسائل الاعلامية فقط.

4. أهداف النظرية:

نظرية الاستخدامات والاشباعات تسعى الى تحقيق عدة أهداف منها[1]:

- ✓ تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لاشباع احتياجاته.
- ✓ فهم دوافع التعرض لوسائل الاعلام وانماط التعرض المختلفة.
- ✓ معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال.

5. الإنتقادات الموجهة لمدخل الإستخدامات والإشباعات:

على الرغم من تبني العديد من الباحثين لهذا المدخل ومساهمته الكبيرة في تقديم استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير إستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والإتصال واشباعاته، إلا أنه تعرض للعديد من الإنتقادات، والتي توجهت إلى ضرورة مراجعة بعض المفاهيم والإفتراضات المتعلقة بهذا المدخل، نوجز أهمها فيما يلي[2]:

- ✓ يصور المدخل الجمهور على أنه نشط وفعال بالرغم من الشكوك الكثيرة التي تحوم حول افتراضات الجمهور النشط،فافتراض الجمهور النشط قد يتعارض مع إفتراض آخر لهذا المدخل أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الإجتماعية.
- ✓ إهتمام النظرية بالخصائص النفسية على حساب الأبعاد الإجتماعية، واعتمادها على استجوابات أفراد الجمهور كأدلة على الحاجات الأساسية، فهي تعتبر مقاربة نفسية جدية ومبالغ فيها، فهي تلغي إحتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- ✓ الضبابية المحاطة بالمفاهيم وهذا ما عابه سوانسون(Swanson) فمن وجهة نظره يرى أن المدخل يعاني نقص في التحديد الدقيق للمفاهيم المفتاحية كما يعاني خلطا في المواد التفسيرية، ما يؤدي حتما إلى خلق غموض أدى إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع.

---

[1]- عاطف عدلي العبد نهى: مرجع سبق ذكره، ص: 298

[2]- سهام بوقلوف: مرجع سبق ذكره، ص: 84.

- ✓ عدم التماثل بين نتائج بحوث الإستخدامات والإشباعات بإختلاف الثقافات والخصائص الديمغرافية إضافة إلى عدم وجود الأبحاث المقارنة الكافية عبر المجتمعات المختلفة لمقارنة دور العوامل المحيطة بالفرد في المجتمعات المختلفة على وجود إحتياجات معينة، يسعى من خلال وسائل الإتصال إلى إشباعها.
- ✓ أعتبر هذا المدخل من طرف النقاد ذو طابع وظيفي، ما اعتبره (هربرتشيلر) تكريس الوضع القائم وهو ما تم التركيز عليه من جانب إنتقالي من الإهتمام بالفرد إلى التركيز والتنكر للتغير الاجتماعي.التركيز على النظام الاجتماعي الذي يحيا الفرد في إطاره، للتعرف على طبيعة الإستخدام[1].

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة:

1-1- المجال المكاني: والذي نعني به النطاق الجغرافي لإجراء الجانب التطبيقي لهذه الدراسة التي اقتصرت على جامعة الشيخ العربي التبسي بولاية تبسة، نظرا للقرب الجغرافي وكذا معرفتنا بالمكان ومن ثمة سهولة الوصول إلى المبحوث ولو نسبيا، وبالتالي سهولة توزيع الاستمارات.

1- 2- المجال الزماني: تم الشروع في هذه الدراسة مع نهاية سنة 2024 وبداية سنة 2025، حيث باشرنا إجراءات الجانب المنهجي والنظري من 02 ديسمبر إلى 22مارس، حيث قمنا فيه بتحديد إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية وجمع كم لا بأس به من المراجع من مختلف المكتبات في علوم الإعلام والاتصال، أما الجانب الميداني والتطبيقي للدراسة فقد امتد من 26مارس 2025 إلى غاية 08 ماي 2025، وتم خلال هذه الفترة تصميم الاستمارة وعرضها على أساتذة لتحكيمها تم تصميم الاستمارة النهائية بعدها قمنا بتوزيعها وبتفريغها وتحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها وتقديمنا لنتائج الدراسة.

1- **3- المجال البشري:**

أ. **المجتمع الأصلي للدراسة:** لكي يحقق الباحث نجاحا في دراسته لابد له من اختيار مجتمع يتماشى مع بحثه ومن الضروري وجوده حيث يطلب منه "تعريف وتحديد المجتمع الاصلي ومكوناته الاساسية تحديدا واضحا ودقيق[2]".

[1]- سهام بوقلوف: **مرجع سبق ذكره**، ص ص: 84، 85.

[2]- عامر قنديلجي: **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص: 139.

وعليه فان المجتمع الاصلي لدراستنا التي تبحث عن تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة، هم طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تبسة (سنة أولى ماستر والسنة الثانية ماستر اعلام واتصال)، والذي بلغ عددهم 260 طالب.

ب. **عينة الدراسة:** وتعرف على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع[1].

_ العينة في البحث العلمي هي عبارة عن الفئة التي يختارها الباحث لتمثل مجتمع البحث، وتمثله وفق طرق محددة تمثيلا علميا سليما، بالنظر إلى عدة عوامل منها منهج البحث ومجال الدراسة وطبيعة الموضوع المدروس[2].

تتمحور دراستنا حول تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي، فان مفردات دراستنا تتمثل في الطلبة، ونظرا لاستحالة الدراسة على كل الطلبة فقد اخترنا العينة القصدية لمجموعة من الطلبة من كلية العلوم الانسانية قسم الاعلام والاتصال (طلبة السنة الاولى و السنة الثانية ماستر جميع تخصصات الاعلام والاتصال) بجامعة تبسة، والعينة القصدية هي العينة التي يختارها الباحث لتحقيق الغرض بحيث يقدر حاجاته من المعلومات ويقوم باختيار عينة الدراسة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة، أي أن هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة للدراسة[3].

وقد تم اختيار العينة القصدية من طلبة السنة الاولى والثانية ماستر لجميع تخصصات الاعلام والاتصال الذين يتعرضون فعلا لمنصات التواصل الاجتماعي ويستخدمونها بشكل مكثف، وباعتبار ان طلبة الاعلام والاتصال هم الفئة الاقرب لموضوع الدراسة، ومن جهة اخرى امكانية الوصول اليها بسهولة.

ولقد طبقنا هذه العينة على 52 طالب أي نسبة 20 % من مجتمع البحث.

---

[1]- محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص: 133.

[2]- رجاء وحيد دودري: **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية**، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000، ص: 305.

[3]- عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص: 13.

2- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف الى دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها وتصنيفها وتحليلها واستخلاص نتائجها.

وانسجاما مع مقتضيات الدراسة وطبيعتها الإجرائية وتحقيقا لأهدافها فقد استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي لكونه من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ولضرورة يفرضها البحث نفسه.

حيث يعرف المنهج الوصفي على انه:

_ طريقة تعتمد على دراسة الظواهر وصفا موضوعيا دقيقا من جميع جوانبه سواء كان من خلال وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها، أو من خلال وصف الظاهرة وصفا رقميا يوضح مقدارها او حجمها او درجة ارتباطها مع الظواهر والأحداث عن طريق الحلول لها[1].

_ هو المنهج الذي يقوم بدراسة الظواهر والأحداث، كما هي من حيث خصائصها وأشكالها، والعوامل المؤثرة في ذلك، فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها[2].

3- أدوات جمع البيانات:

تتوقف دقة البحوث العلمية على الاختيار الأمثل للأدوات المناسبة التي تتأتى وطبيعة الموضوع المراد دراسته وكذا إمكانات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات الخاتمة لأهداف الدراسة.

أ. الملاحظة:

هي إنشاء مقصود ومنظم ومضبوط للظواهر أو الحوادث أو الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها وهي الخطوة الأولى في البحث العلمي، ومن أهم خطواته، يقوم الباحث فيها في جميع مراحل البحث، تسبق الافتراض وترافقه وتلحق به وتقود الباحث إلى صياغة الفرضيات والنظريات[3].

---

[1]- مجيد خليل حسين: عبد الغفور إبراهيم احمد، **المدخل إلى طرق البحث العلمي**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 51.

[2]- كمال دلشي: **منهجية البحث العلمي**، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016، ص: 61.

[3]- رجاء وحيد الدويدي: **البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية**، دار الفكر ،دمشق، 2000، ص: 114.

وقد افادتنا الملاحظة في الحصول وتجميع بعض المعلومات لحظة حدوثها والتي لايمكن الحصول عليها عن طريق الادوات الاخرى .

ب. الاستبيان :

يعتبر الاستبيان احدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من اجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم او اتجاهاتهم و دوافعهم او معتقداتهم.

والاستبيان اداة تتضمن مجموعة من الاسئلة او الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الاجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب اغراض البحث[1].

_ وصف استمارة الاستبيان: تتضمن استمارة بحثنا على 22 سؤال قسمت على اربع محاور وهي:

- **المحور الأول:** البيانات الشخصية من السؤال 01 الى السؤال03 .
- **المحور الثاني:** عادات وانماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي. من السؤال 04 الى السؤال 09.
- **المحور الثالث:** أبرز القيم المجتمعية التي يمكن أن تتأثر باستخدام الطالب لمنصات التواصل الاجتماعي ، من السؤال 10 الى السؤال 15.
- **المحور الرابع:** إنعكاس تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية لدى الطلبة الجامعيين. من السؤال 16 الى السؤال 22.

وقد حكمت الاستمارة من قبل الدكتور معمر ربوح والدكتور هارون منصر

ثم أخذنا بملاحظات المحكمين وتم تعديل الاستمارة النهائية مع المشرف، ووزعت هذه الاستمارة على عينة قصدية، تمثلت في 52 طالب من طلبة سنة اولى وثانية ماستر اعلام واتصال كل التخصصات.

[1]- جودت عزت عطوي: **أساليب البحث العلمي**، دار الثقافة للنشر والتوزي،الأردن، 2007، ص: 99 .

الفصل الثاني:

الاطار النظري للدراسة

تمهيد:

أحدثت الثورة الرقمية تحولا جذريا في وسائل الاتصال، وأصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية لملايين الأفراد حول العالم. فقد أعادت هذه المنصات تشكيل أساليب التفاعل الاجتماعي، وخلقت فضاءات جديدة لتبادل الآراء والمعلومات، مما أثّر بشكل مباشر على البناء القيمي للمجتمعات، فالعلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية تثير اهتمام الباحثين في مجالات الإعلام والعلوم الاجتماعية، نظرا لديناميكيتها وتعقيداتها، وهو ما يجعل من الضروري فهم ودراسة طبيعة التحولات التي تطرأ على القيم في ظل الاستخدام المتزايد لهذه المنصات. وفي هذا الفصل سنتطرق الى منصات التواصل الاجتماعي ثم القيم الاجتماعية.

أولا: القيم

1/- خصائص القيم:

رغم الاختلافات والآراء المتعددة ووجهات النظر المتنوعة لمفهوم ومعنى القيم وعلاقتها ببعض المفاهيم الأخرى، إلا أن هناك مجموعة من الخصائص تشترك فيها القيم يمكن تحديدها على الوجه التالي[1]:

- **القيم ذاتية:** والمقصود بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد وتشمل الرغبات والميول والعواطف....وهذه الخبرات النفسية غير ثابتة وتتغير من لحظة إلى أخرى، ومن شخص إلى آخر والقيم في تناسب مع الرغبات وكلما ازدادت هذه الرغبات ازدادت القيم .
- **القيم نسبية:** إن وجود القيم نسبي، فإذا زالت الأشياء وانعدم الأشخاص زالت القيم وانعدمت، حتى عملية تفضيل بعض القيم على الأخرى لا معنى لها إلا بالنسبة للأفراد، ومن هنا كانت القيم وقتية وغير دائمة.
- **القيم ثابتة نسبيا:** ثبات القيم واستقرارها وصلابتها سوف يظل أمرا نسبيا، فالقيم بكل أنواعها ليست ثابتة وبنفس القدر، لأن القيم تخضع لسنة التغيير والحركة والتطور.
- **علو القيم:** لدينا جميعا إحساس بعلو القيم وارتفاع قدرها و سموها.
- **كثرة القيم ووحدتها:** يرجع تعدد القيم وكثرتها وتنوعها إلى كثرة الحاجات الإنسانية بمعنى أن وجود القيم بكافة أنواعها، إنما هو استجابة لحاجات الطبيعة الإنسانية وميولها العاطفية والاقتصادية والاجتماعية.
- **تتسم القيم بالهرمية:** إذ أنها ترتب عند كل شخص ترتيبا متدرجا في الأهمية وبحسب الأهمية والتفصيل لكل فرد وعلى هذا يمكننا القول أن لدى كل فرد نظاما للقيم يمثل جزءا من تكوينه النفسي الموجه لسلوكه.

[1]- بوعطيط سفيان: **القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتو افق المني**، أطروحة دكتوراه، علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012/2011، ص: 76.

القيم تبدو حاضرة في سلوك الإنسان، وهي تؤثر في هذا السلوك وتتغلغل في حياة الناس وترتبط عندهم بمعنى الحياة ذاتها فهي ترتبط بدافع السلوك وبالآمال والأهداف، والقيم نتاج للواقع الاقتصادي والاجتماعي فهي تعكس طبيعة علاقات الإنتاج السائدة في المجتمع، وهي تعكس الوجود الاجتماعي للأفراد والطبقات في مرحلة تاريخية محددة وداخل تكوين اقتصادي اجتماعي معين ولذلك فإننا نستطيع أن نفهم طبيعة العلاقات الإنتاجية السائدة في مجتمع ما في فترة محددة من تاريخه من خلال تحليلنا لأنساق القيم السائدة.

2/- مكونات القيم :

تتكون القيم من ثلاثة مستويات رئيسية هي[1] :

أ_ **المكون المعرفي** : ومعياره " الاختيار "، أي انتقاء القيمة من أبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسئولية انتقائه بكاملها، وهذا يعني أن الانعكاس اللاإرادي لا يشكل اختياراً يرتبط بالقيم .

ويعتبر الاختيار المستوى الأول في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم، ويتكون من ثلاث درجات أو خطوات متتالية هي: استكشاف الأبدال الممكنة، والنظر في عواقب كل بديل، ثم الاختيار الحر.

ب_ **المكون الوجداني**: ومعياره "التقدير" الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ.

ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما: الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، وإعلان التمسك بالقيمة على الملأ.

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

[1]- فؤاد علي العاجز: **القيم وطرق تعلُّمها وتعليمها**، جامعة اليرموك، الأردن، 1999، ص: 06.

وتعتبر الممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم، وتتكون من خطوتين متتاليتين هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمي.

3/- تصنيف القيم:

يتفق دارسوا القيم على صعوبة تصنيفها، وعلى أنه لا يوجد تصنيف شامل لها، والواقع انه مهما يكن في تصنيف القيم من قصور عن الإحاطة نواعها جميعا، إلا أن التصنيف أمر ضروري لدراسة القيم، وسوف نعتمد في هذا المقام على تصنيف القيم على أساس أبعادها المختلفة على النحو التالي:

1-3 - أنماط القيم حسب بعد المحتوى: وقد قسمها "سبيرينجر" إلى ستة أنماط هي[1]:

أ _ قيم دينية: ترتبط بالاهتمام لمعتقدات والقيم الدينية.

ب_ قيم اجتماعية: وترتبط بإهتمام الفرد بحب الناس، والتضحية من أجلهم وبذل الجهود من أجل سعادتهم وتحسين أحوالهم.

ج_ قيم اقتصادية: وترتبط بالاهتمامات العملية ذات النفع المادي والصناعة والإنتاج والثروة واستثمار الأموال في الأعمال التجارية.

د_ قيم معرفية: وترتبط بإهتمام الفرد وميله لاكتشاف الحقائق والمعارف والسعي إلى اكتساب المزيد من المعرفة العملية.

هـ_ قيم سياسية: وترتبط بالسلطة والقوة والسيطرة والعمل السياسي.

و_ قيم جمالية: وترتبط بإهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من حيث الشكل وكمال التنسيق والانسجام.

3-2- أنماط القيم حسب شدتها وإلزامها: ويمكن أن نميز هنا بين ثلاث مستويات لشدة القيم وإلزامها وهي:

أ _ ما ينبغي أن يكون: وهي القيم الملزمة أو الآمرة الناهية.

ب_ ما يفضل أن يكون: وهي القيم التفضيلية التي يشجع الأفراد على الالتزام بها.

[1]- محمد سر الخواجة :علم اجتماع التنمية المفاهيم والقضايا ، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع ، مصر ، 2009، ص: 37.

ج_ **ما يرجى أن يكون:** أي القيم المثالية التي يحس الناس بصعوبة تحقيقها بصورة كاملة ومن أمثلتها مقابلة الإساءة بالإحسان.

3-3- أنماط القيم حسب شيوعها: وتنقسم من حيث درجة شيوعها وانتشارها إلى قسمين[1]:

أ_ **القيم العامة:** وهي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله.

ب_ **القيم الخاصة:** وهي القيم المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محدودة أو بطبقة أو جماعة خاصة.

3-4- أنماط القيم حسب ديمومتها: وتصنف القيم حسب هذا البعد إلى صنفين هما:

أ_ **القيم العابرة:** وهي التي تزول بسرعة وتمتاز بعدم قدسيتها من قبل المجتمع.

ب_ **القيم الدائمة:** وهي التي تدوم زمنا طويلا، وقد تمتد جذورها إلى أعماق التاريخ.

4/- أهميةالقيم الاجتماعية:

للقيم الاجتماعية السائدة دورا أساسيا سواء على مستوى الفردي أو المجتمعي فهي كمحددات للفعل السوسيولوجي وتتضح أهميتها من خلال مايلي[2]:

4-1- أهمية القيم على المستوى الفردي:

- ✓ تفسير السلوك والدافع إليه لأن القيم من أهم الوسائل التي تزيد فهمنا للشخصية الإنسانية وتمكننا من تفسير الاختلافات في السلوك.
- ✓ القيم تزودالفرد بالإحساس بالغرض مما يقوم به وتوجهه نحو تحقيقه.
- ✓ تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه الآخرين وماهي ردودالفعل.
- ✓ القيم طريقة لتكوين الإطار المرجعي للفرد.

[1]- صالح محمد أبو جادو: **سيكولوجية التنشئة الاجتماعية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن ، 1998، ص: 209.

[2]- سلاوي حليمة، لعلى بوكميش: **مدخل مفاهيمي حول القيم الاجتماعية السائدة في المؤسسة والاستقرار الوظيفي للموظف**، مخبر الدراسات الأفرقية للعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية،مجلة الحوار الفكري، جامعة أدرار، 2017، ص ص: 475، 476.

- ✓ تعمل القيم على وقاية الفرد من الانحراف فالقيم الدينية والاجتماعية التي يتبناها تحميه من الانزلاق في الخطأ.
- ✓ تعمل كموجهات لخيارات الأفراد أكثر ميلا أو تفضيلا لإيديولوجية سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو حتى مهنية تلعب دورا في حل الصراعات واتخاذ القرارات".

2-4- أهمية القيم على المستوى المجتمعي:

- ✓ تسهم القيم في توجيه الناس في اختيار الأدوار الاجتماعية والنهوض بها،· كما تشجعهم على القيام بالأعباء المسندة إليهم بشكل ينسجم وتوقعات المجتمع.
- ✓ للقيم دور في تحقيق الضبط الاجتماعي فهي تؤثر في الناس لكي يجعلوا سلوكهم مطابقا للقواعد الأخلاقية، كما تعمل القيم على كبح العواطف السلبية التي قد تدفع إلى الانحراف والتمرد
- ✓ تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديدها الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ المجتمع استقراره وكيانه في إطار موحد.
- ✓ تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.
- ✓ تؤلف القيم الإطار الأخلاقي لكل نشاط إنساني فالقيم توجه هذه النشاطات نحو أهداف سامية[1].

[1]- سلاوي حليمة، لعلى بوكميش: **مرجع سبق ذكره**، ص: 476.

5/- أنواع القيم الاجتماعية:

تتنوع القيم الاجتماعية لتشمل:

أ – القيم الفكرية: هي القيم التي تنتج عن الاتجاهات العقلية أو الفلسفية لأفراد المجتمع وينصب محور اهتمامها على البحث عن الحقائق وأسباب حدوثها بشكل تطبيقي منظم وهي تشير إلى البحث عن الحقيقة من خلال التفكير والفهم والاستنتاج، لذلك لا يبذل الشخص الفكري أي مجهود لاقتناء أشياء يمكنه الحياة بدونها، لأن التركيز على الفوائد المادية من وجهة نظره يؤثر على صفاء الفكر، كذلك لا يهتم بالنواحي الجمالية لأن ذلك يتعارض مع قيم الرجل الفكري، وهي الموضوعية واستبعاد الإضافات والتحيز. وأهم القيم الفكرية هي: حرية التعبير عن الرأي، احترام إبداعات الآخرين، غرس الأخلاق الفاضلة، الانفتاح الثقافي، طرح آراء معتدلة، تنبذ العدوان.

ب – القيم الجمالية: إن القيم الجمالية في مفهومها العام تعني اهتمام الفرد وميوله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق، وهو بذلك ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي ولا يعني هذا أن الذين يمتازون بهذه القيم يكونون فنانين مبتكرين بل أن بعضهم لا يستطيع الإبداع الفني، وإن كان يتذوق نتائجه ومن بين القيم الجمالية نذكر: متابعة أخبار المعارض الفنية، الاهتمام بسير الفنانين والرسامين، شراء الأشياء الفنية المميزة، مشاهدة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى[1].

ج - القيم الاقتصادية: هي القيم التي تؤدي إلى اتجاهات اجتماعية عملية مع التركيز على تحقيق الجوانب والأهداف الاقتصادية، والعائد المادي لذلك لا يعبأ الرجل الاقتصادي لناحية الجمالية، إلا إذا كان الشيء الجميل مفيدا، وذو جدوى اقتصادية، فقد يشتري الرجل الاقتصادي لوحة فنية بملايين الدولارات ليس حبا في الفن أو تقديرا للجمال، ولكن رغبة في إعادة بيعها بسعر أكبر في وقت لاحق ومن أهم القيم الاقتصادية : احترام حقوق الملكية للآخرين وعدم التعدي عليها، ترشيد الاستهلاك، الاستغلال الأمثل للثروات.

---

[1]- سمير لعرج: **دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري** ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2006، ص: 62.

ثانيا: منصات التواصل الاجتماعي

1/- خصائص منصات التواصل الاجتماعي

فرضت منصات التواصل الاجتماعي بتعدد وسائطها (كالفيديو والصور والنص وغيره) وبخصائصه المميزة واقعا إعلاميا جديدا من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية وإمكانية الوصول إلى جميع أنحاء الأرض، دون وصف للحدود والحواجز المكانية والزمانية حيث سهلت للوصول الى كل فرد أو جماعة، أن يبنوا على اتصال بالواقع عبر بث حي مستمر على الساعة، وهاهي بعض اختصاصات هذا النوع من الإعلام التي أتاحت له هذه الإمكانيات[1]:

1. التفاعلية:

وهي خاصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية خبرا أو اعلانا أو معلومات، وأن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا أو مضيفا أو موضحا، وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الاعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء.

وهي من أهم خصائص التواصل الرقمي، فبعد أن كان دور المتلقي للرسالة الاعلامية يقتصر على تلقي هذه الرسالة دون قدرة التفاعل معها، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركا في هذا الاعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.

2. الانية والتحديث المستمر:

في عصر السرعة أصبح بإمكان أي فرد أن يبقى على معرفة مستمرة في جميع أنحاء العالم، حيث وفرت منصات التواصل بقدراتها على البث المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار ومعلومات أولا بأول، وفور حدوثها، وفر امكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الاني.

[1]- ياسر عبدالله طبت: **استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأخوة الإنسانية والتعايش السلمي**، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، القاهرة، العدد 57، 2021، ص: 256.

3. الشمول وتنوع في المحتوى:

تتميز منصات التواصل الاجتماعي بالشمول لنوعية المحتوى التي يبث من خلاله كالنص (التغريدة والفكرة)، والصورة والفيديو وغيرها من أدوات القصة والحالة.

وتعد منصات التواصل الاجتماعي رابط حيوي بين الدولة والمواطنين يجيب على احتياجاتهم من المعلومات والاستشارات والانجازات المحققة من الحكومة، كونه يقوم على توزيع المعلومات النافعة والمهمة للجمهور من المعطيات المشتركة للجمهور، من أجل ممارسات أفضل في الحياة الجماعية للمواطن وتعزيز الروابط، وعليه فإن رهان الاتصال الحكومي هو إعطاء المعلومات التي تحقق المنفعة العامة للمواطن[1].

2/- أنواع منصات التواصل الاجتماعي

تقسم منصات التواصل الاجتماعي حسب المحتوى الذي تقدمه إلى خمسةأنواع رئيسية هي[2]:

- **الشبكات الاجتماعية: Social networks** هي أداة من أدوات التواصل للتشبيك بين مجموعة من الناس حول المصالح المشتركة لبناء علاقات اجتماعية.
- **شبكة مشاركة الوسائط: Media sharing networks** تركز على مشاركة العناصر المرئية فقط مثلا الصور ومقاطع الفيديو لخلق تجربة بصرية وأشهر الأمثلة لهذه المنصات (Instagram)،(. YouTube).
- **شبكة التدوين الاجتماعي: Social blogging networks** منصات تسمح بالتدوين على شكل نص أوصورة أوملفات صوتية أوفيديو أو روابط أو أقوال أو محادثة وأشهر المواقع ضمن هذه الفئة (Blogger) (Tumblr).

[1]- ياسر عبدالله طبت: مرجع سبق ذكره، ص: 257.

[2]- فضل محمد ابراهيم المحمودي، معاذ حسن عبده المسني: منصات التواصل الاجتماعي و أثرها على الاتصالات التسويقية المتكاملة، مجلة الاداب، جامعة ذمار، المجلد 11، العدد 4، 2023، ص: 667.

❖ **شبكات المناقشة Discussion networks:** تركز على مناقشة الأخبار والمعلومات والآراء وينضم الآشخاص إليها لمعرفة مايقوله الاشخاص، أو تعليقاتهم، وهذه الشبكات طريقة ممتازة لإجراء أبحاث السوق ويعد موقع (Reddit) مثالا لهذه الفئة.

❖ **شبكات المراجعات : Review networks** منصة لكتابة التقييمات ومشاركة الآشخاص تجاربهم وآرائهم عن الخدمات التي قاموا بتجربتها لاطلاع الاخرين لمساعدتهم في اتخاذ القرار قبل شرائهم المنتجات وموقع (Yelp) مثال عل هذه الفئة[1].

3/- دور منصات التواصل الاجتماعي

مما لاشك فيه بأن وجود منصات التواصل الاجتماعي قد حققت مجموعة من المهام والأدوار التي استفاد منها الأفراد والمجتمعات ومنها[2]:

- ✓ سهولة التعارف والتواصل بين الافراد.
- ✓ امكانية التعبير عن الاراء والتوجهات وطرح الافكار المختلفة ومناقشتها.
- ✓ وفرت منصات التواصل الاجتماعي فرصة للعديد من الافراد والمجتمعات لشرح مطالبهم ومشاكلهم التي يعانون منها، والحصول على تعاطف المجتمع الدولي تجاههم.
- ✓ نشر الوعي وسرعة تداول المعلومات والاخبار المتعلقة بالاحداث السياسية وتداعياتها.
- ✓ التواصل مع ثقافات جديدة لصقل المعرفة وزيادة الثقافة.
- ✓ التسلية والترفيه لما تحتويه منصات التواصل الاجتماعي من فيديوهات وموسيقى وأفلام وغيرها.
- ✓ التجارة والتسويق الالكتروني، حيث تقوم العديد من الشركات بعرض منجاتها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

---

[1]- فضل محمد ابراهيم المحمودي، معاذ حسن عبده المسني: **مرجع سبق ذكره**، 668.

[2]- ابراهيم محمد أبو بكر القزيري، تامر سالم بركة يحي: **دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جرائم الاحتلال الصهيوني في غزة**، المجلة الأفروأسيوية للبحث العلمي، 2024، ص: 273.

- ✓ التعبير عن الذات، حيث تعكس منصات التواصل الاجتماعي رؤية صاحبها وشخصيته وأفكاره واهتماماته وطموحاته بوجه عام.
- ✓ كسر احتكار الدولة للوسائل الاعلامية، حيث استطاعت منصات التواصل الاجتماعي كسر القيود التي تفرضها تلك الدول على وسائل الاعلام بعرض بث المحتوى الذي ترغب في أن يتلقاه الرأي العام.

هناك الكثير من الباحثين الذين يذهبون الى ان التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعبا في حالات متعددة في ظل استخدام هذه المنصات، والتي بدورها قد هيأت الطريق السريع للوصول الى المعلومات والاخبار، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاث جوانب، وهي:

- ✓ ان الطريق السريع الى المعلومات مدت المجال الاتصالي بوسائل اعلام جديدة والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.
- ✓ ان الاعلام الجديد يتميز بأنه تفاعلي، اذ يتيح لمستخدميه مزيدا من التحكم في المعلومات والبيانات والاخبار وتبادلها.
- ✓ أوجد الطريق السريع للمعلومات، وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية والمجتمعية، كل من مكانه[1].

4/- ايجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

4-1- ايجابيات منصات التواصل الاجتماعي:

ان لمنصات التواصل الاجتماعي أثار ايجابية على الشباب، تلخص على النحو الأتي[2]:

- ✓ تحفز التفكير الابداعي وبأنماط وطرق مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين.
- ✓ تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الاخرين وتساعد على قبول القضايا الخلافية.
- ✓ تساعد على التعلم وذلك بتبادل المعلومات مع الاخرين، وتوفر فرصة التعلم.
- ✓ تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.

---

[1]- ابراهيم محمد أبو بكر القزيري، تامر سالم بركة يحي: **مرجع سبق ذكره**، ص: 274.

[2]- قراد عبدالمالك:**الاعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي** ، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 07، العدد 1، جامعة تبسة، تبسة، 2023، ص: 245.

- ✓ تفتح منصات التواصل الاجتماعي أبوابا تمكن من اطلاق الابداعات والمشاريع والاهداف.
- ✓ تعد أداة لتبادل الآراء والافكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها.

3-4- سلبيات منصات التواصل الاجتماعي:

بالرغم من الايجابيات العديدة لمنصات التواصل الاجتماعي، الا ان هناك العديد من السلبيات التي تواجه مستخدمي هذه المنصات، ومنها:

- ✓ انتهاك الخصوصية فعملية نشر كل شيء يخص المستخدم على هذه المنصات قد تؤدي الى تهديدخصوصيته، أو قد تسبب له العديد من المشاكل في الحياة أو العمل.
- ✓ التنمر ومقارنة النفس مع الاخرين اذ يعاني العديد من الاشخاص من حالة من الضغط النفسي، والتوتر، والقلق وحتى الاكتئاب، نتيجة ما يتم نشره على هذه المنصات ومقارنة واقعهم مع ما يرونه، أو قد يصبحون هدفا لأشخاص قد يتسلطون عليهم من خلال هذه المنصات ويستغلونهم.
- ✓ فقدان التفاعل الحقيقي بين الناس، واستبداله بالتفاعل عبر الانترنت ربما يجد الكثير من الناس أن التفاعل عبر الانترنت بديل سهل ومريح للتفاعل وجها لوجه مما يؤدي الى انعزال الافراد عن المجتمع.
- ✓ تشتت الانتباه فاستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي على الهواتف قد يتشتت انتباه المستخدمين، خاصة عند قيامهم بأعمال ونشاطات أخرى مثل قيادة السيارة، الامر الذي يسبب الحوادث.
- ✓ عدم انتظام النوم فالضوء الصادر من الاجهزة الالكترونية قد يسبب اضطرابات لهم خلال النوم مما يؤثر على انتاجيتهم ونشاطهم خلال اليوم اللاحق.
- ✓ إدمان الجلوس عليها مما يعطل كثير من الأعمال.
- ✓ غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية، وكثرة الاشاعات والمبالغة في نقل الأحداث[1].

[1]- قراد عبدالمالك: **مرجع سبق ذكره**، ص: 246.

خلاصة الفصل:

وفي الاخير يمكن القول أن كل من موضوع منصات التواصل الاجتماعي وموضوع القيم الاجتماعية، يعد من القضايا الأساسية التي تشغل اهتمام الباحثين في مجالات الإعلام والعلوم الاجتماعية. فمن جهة، تشكّل هذه المنصات ظاهرة اتصالية حديثة تتسم بالانتشار الواسع والتطور السريع، ومن جهة أخرى تمثل القيم الاجتماعية أحد الركائز الأساسية التي يقوم عليها البناء المجتمعي والثقافي. إن فهم كل منهما على حدة، من حيث المفهوم والخصائص والأنواع، يعدّ خطوة ضرورية لأي دراسة تبحث في تمثلات المجتمع المعاصر وتحولاته.

الفصل الثالث :

تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة

أولا: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

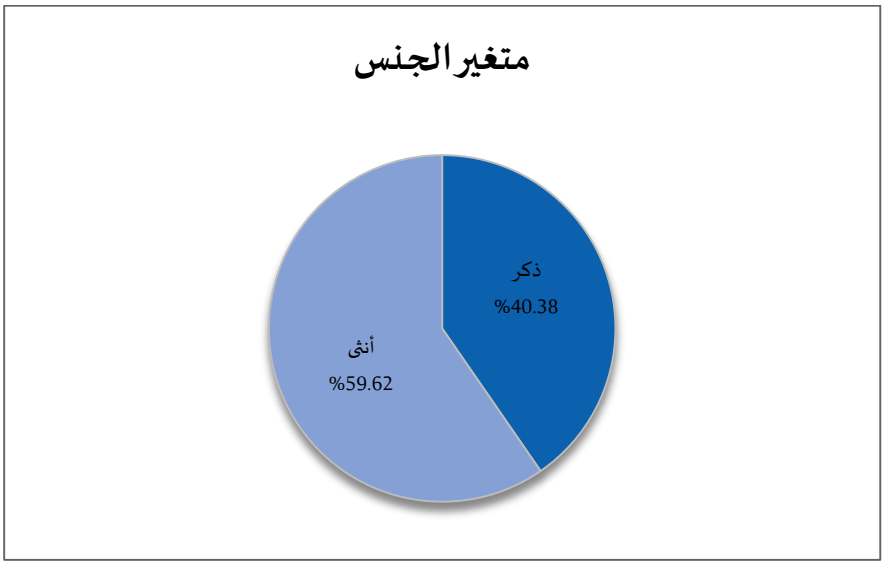
تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها وقد جاءت في أربعة سمات سوسيوديمغرافية.

1. **الجنس:**

- **الجدول رقم (01):** يوضح توزيع العينة وفق متغيرالجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	21	40.38
أنثى	31	59.62
المجموع	52	100

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته 59.62 %من أفراد العينة أي ما يعادل 31 مفردة يمثلون فئة الإناث، أما نسبة 40.38 % من المبحوثين يمثلون الذكور أي ما يعادل 21 مفردة، وعليه نلاحظ أن فئة الإناث يمثلن الشريحة الأكبر من مجتمع البحث، ويمكن تفسير ذلك بان طبيعة المجتمع الحالي يتسم بغلبة العنصر الأنثوي، وهذا ما أكدته دراسات وإحصائيات عديدة حول ازدياد نسبة الإناث على الذكور، كما أن الاناث يعطون إهتمام كبير لنيل شهادة الماستر في حين أن الذكور يعطون الأولوية للعمل على حساب الدراسة، وهذا ما أكدته دراسة هالة دغمان.



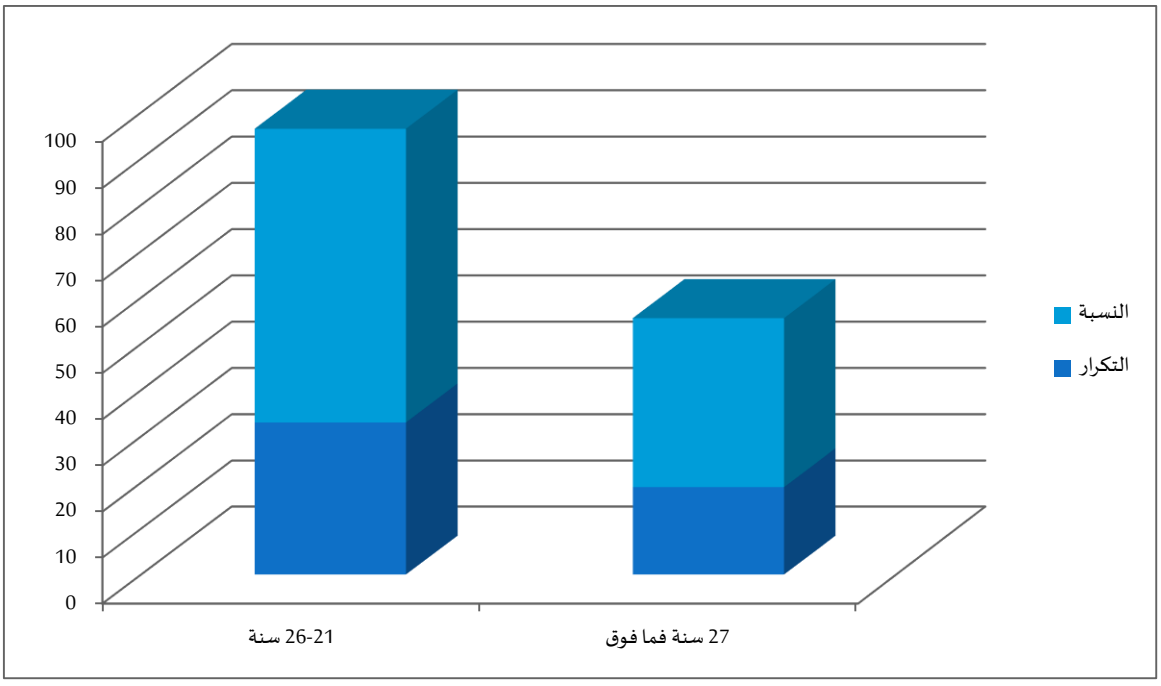
الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

2. السن:

- **الجدول رقم (02)** : يوضح توزيع افراد العينة وفق متغيرالسن

السن	التكرار	النسبة المئوية
21 - 26 سنة	33	63.46
27 سنة فما فوق	19	36.54
المجموع	52	100

يوضح الجدول أعلاه الفئات العمرية للمبحوثين، حيث يتضح أن 63.46 % من أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية [21_26]، يليها أفراد العينة أي ما يعادل 33 مفردة، تليها 27 سنة فما فوق بنسبة 36.45% أي ما يعادل 19 مفردة، وهي نتائج منطقية حيث أن افراد العينة هم طلبة الماستر فطبيعي أن تتوزع أعمارهم بهذه الطريقة.



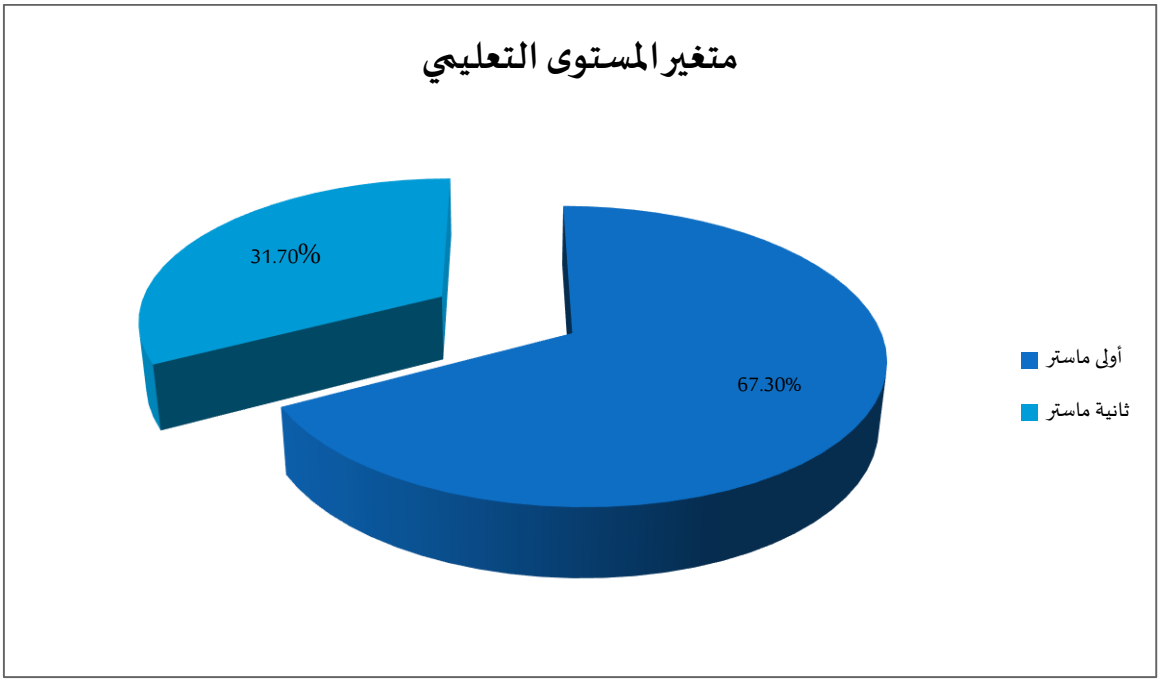
الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

3. المستوى التعليمي:

- **الجدول رقم (03)**: يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
أولى ماستر	35	67.30
ثانية ماستر	17	32.70
المجموع	52	100

من خلال الجدول الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي نلاحظ بأن أكبر فئة لدى مستوى أولى ماستر بنسبة 67.30 %، ثم تليها مستوى ثانية ماستر بنسبة 31.70 %، ويعود ذلك إلى أن طلبة السنة اولى ماستر في جامعة تبسة هو 142 طالب، اكبر من طلبة السنة ثانية ماستر المقدر بـ 118 طالب، كذلك توقف طلبة السنة الثانية ماستر عن الدراسة في السداسي الثاني وانشغالهم بإنجاز مذكرة التخرج وتقرير التربص، وهذا ما يجعل الوصول الى طلبة السنة أولى ماستر أسهل ويزيد من احتمالية مشاركتهم في الاستبيان.



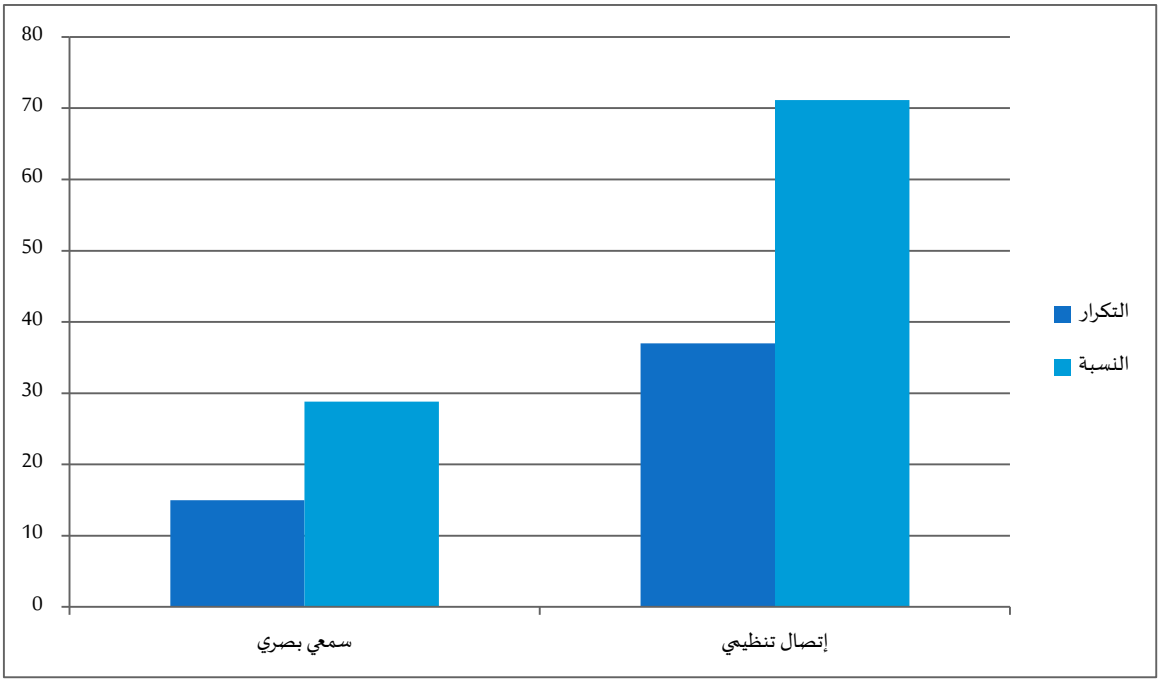
- **الشكل رقم (03)**: يمثل توزيع افراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي

4. التخصص:

- **الجدول رقم (04)**: يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
سمعي بصري	15	28.84
إتصال تنظيمي	37	71.16
المجموع	52	100

يتضح من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب التخصص، حيث تبين أن طلبة الماستر اتصال تنظيمي احتلوا المرتبة الاولى بنسبة 71.16 % من اجمال المبحوثين بينما تخصص سمعي بصري 28.84%، ويمكن ارجاع ذلك الى أن عدد طلبة تخصص اتصال تنظيمي في جامعة تبسة كبير 226 طالب، على عكس طلبة تخصص السمعي البصري فانهم قليلون يصل عددهم الى 34 طالب.



- **الشكل رقم (04)**: يمثل توزيع افراد العينة وفق متغير التخصص

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي

5. عدد ساعات تعرض المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي

- **جدول رقم (05):** يوضح عدد ساعات تعرض المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
1 سا – 2 سا	07	13.46
3 سا – 5 سا	31	59.61
اكثر من 06 ساعات	14	26.93
المجموع	52	100

يوضح الجدول أعلاه عدد ساعات تعرض المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي حيث تبين أن اكبر نسبة كانت من 3 سا - 5 سا بنسبة 59.61 % وبتكرار 31، تليها أكثر من 06 ساعات وذلك بنسبة 26.93 % وتكرار 14، واخيرا 1 سا – 2 سا بنسبة 13.46 % وبتكرار 07، وهذا ما توصلت اليه دراسة عادل المانع حول عدد ساعات التعرض، ويمكن تفسير ذلك بأن المتصفح هنا يستمتع وفق استخدامه لمنصات التواصل خاصة عند قيامه ببعض التطبيقات والدردشة مع الاصدقاء، فهو بذلك لا ينتبه للوقت الذي يستغرقه أو لا يعيره اهتماما، بينما يمكن ارجاع تعرض الطالب لمنصات التواصل الاجتماعي من 1 سا الى 2 سا الى انه قد يكون في فترة امتحان او حضوره المحاضرات ومداومته على الدروس، او قد يكون هناك تذبذب في شبكة الانترنت وبذلك فهو لا يستطيع زيادة عدد الساعات في التعرض او الاستخدام.

6. المنصات الأكثر استخداما لدى الطلبة المبحوثين

- **جدول رقم (06):** يوضح المنصات الأكثر استخداما لدى الطلبة المبحوثين

المنصة	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	22	42.30
تيك توك	10	19.23
تويتر	04	7.70
أخرى	16	30.77
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه يتضح أن إجابات المبحوثين حول المنصات الأكثر استخداما لدى الطلبة المبوحوثين كانت أغلبها منصة الفيسبوك بتكرار 22 وبنسبة 42.30 %، تليها أخرى بتكرار 16 ونسبة 30.77 %، ثم أكثر التيك توك بتكرار 10 ونسبة 19.23 %، وأخيرا تويتر بـ 04 تكرارات ونسبة 7.70 %، وهذا ما تشابه مع دراسة ريحانة بلوطي التي وصلت الى أن الفيسبوك هو أكبر المنصات استخداما لدى الطلبة الجامعيين، وهذا دليل على ان الطلبة المبحوثين يفضلون الفيسبوك بسبب شهرته وعالميته ومجانيته بالاضافة الى سهولة استخدامه، كما ذكر بعض المبحوثين انهم يستخدمون منصات اخرى كانت اغلبها الانستغرام والسناب شات.

7. مدة استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي

- **الجدول رقم (07)**: يوضح مدة استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي

المدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	5	9.61
سنة الى 03 سنوات	11	21.15
أكثر من 03 سنوات	36	69.24
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه الذي يوضح مدة استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت أغلب إجابات المبحوثين أكثر من ثلاث سنوات بتكرار 36 ونسبة 69.24 %، تليها من سنة الى 03 سنوات بتكرار 11 وبنسبة 21.15 %، ثم أقل من سنة بـ 5 تكرارات ونسبة 9.61 %، وهذا ما اتفق مع دراسة عادل المانع الذي توصل الى أن الطلبة المبحوثين يستخدمون هذه المواقع اكثر من 03 سنوات، ويرجع هذا الى عامل اساسي وهو تطور التغطية بشبكات الانترنت، ودخول شركات الاتصال في هذا المجال حيث أضحت الشبكات تقدم مجموعة من العروض بداية من توفر عدة اجيال من الثاني الى الجيل الرابع من خدمات التدفق وبأسعار في متناول شريحة واسعة من الجمهور، وقد يمكن ارجاع ذلك ايضا الى ادمان الطلبة المبحوثين على هذه المنصات أو الاعتماد عليها قد تطور على مدى سنوات طويلة.

8. الفترة المفضلة لدى الطلبة المبحوثين لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي

- **الجدول رقم (08)**: يوضح الفترة المفضلة لدى الطلبة المبحوثين لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي

الفترة	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	03	5.76
المساء	12	23.08
الليل	37	71.16
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه الذي يوضح الفترة المفضلة لدى الطلبة المبحوثين لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث تبين لنا أن أغلب إجابات المبحوثين كانت الليل بتكرار 37 ونسبة 71.16 %، تليها المساء بتكرار 12 وبنسبة 23.08 %، ثم الصباح بـ 03 تكرارات ونسبة 5.76 %، وهذا أمر بديهي لأن الطلبة طيلة اليوم منشغلون بالدراسة والمحاضرات واعداد البحوث، ومنهم من يقسم يومه بين الدراسة والعمل، أما في الليل فهم يجدون الوقت لتصفح هذه المنصات. وهذا ما اختلف مع دراسة عادل المانع، حيث توصلت دراسته الى انه لا توجد فترة محددة للاستخدام.

9. الغرض من استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي

- **الجدول رقم (09)**: يوضح الغرض من استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي

الطريقة	التكرار	النسبة المئوية
الترفية والتبادل الثقافي	27	51.93
التواصل والتفاعل	16	30.76
التعليم والتنشئة الاجتماعية	06	11.54
أخرى	03	5.77
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بالغرض من استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت أغلب إجابات المبحوثين الترفيه والتبادل الثقافي بتكرار 27 ونسبة 51.93 %، تليها التواصل والتفاعل بتكرار 16 ونسبة 30.76 %، ثم التعليم والتنشئة الاجتماعية بـ 06 تكرارات ونسبة 11.54 %، وأخيرا أخرى بتكرار03 ونسبة 5.77 %، ويرجع هذا بالأساس الى ان الطلبة يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي الى غرضين او دافعين هما الترفيه والتبادل الثقافي وذلك للخروج من روتين الدراسة اليومي والتخلص من الملل والضغوطات المختلفة كما يعتمدون على هذه المنصات بدافع التواصل والتعرف على أصدقاء جدد وربط علاقات مع اشخاص مختلفين من داخل الوطن أو خارجه مما يسهل عليهم التعرف على ثقافاتهم المختلفة، بينما هناك من صرحوا بأنهم يستخدمون هذه المنصات لغرض التسويق والاطلاع على اخر الاخبار والاحداث وكذا تتبع عالم الموضى.

المحور الثالث: أبرز القيم المجتمعية التي يمكن أن تتأثر بإستخدام الطالب لمنصات التواصل الاجتماعي.

10. ابراز منصات التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين

- **<u>الجدول رقم (10)</u>:** يوضح ابراز منصات التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	84.62
لا	08	15.38
المجموع	52	100

من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بابراز منصات التواصل الاجتماعي القيم الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين، تبين أن أغلبية الإجابات كانت نعم بتكرار 44 وبنسبة 84.62 %، تليها لا بـ 08 تكرارات وبنسبة 15.38 %، ويرجع هذا إلى أن منصات التواصل الاجتماعي اصبحت جزءا مهما من حياة الطلبة عينة الدراسة، مما يجعلها وسيلة فعالة لنقل القيم وتعزيزها، فنجد الكثير من المنصات تروج للقيم الاجتماعية مثل التعاون، والتضامن.... الخ.

11. القيم التي تعكسها منصات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة المبحوثين

- **<u>الجدول رقم(11)</u>**: يوضح القيم التي تعكسها منصات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة المبحوثين

القيم	التكرار	النسبة المئوية
قيم مجتمعية	36	69.24
قيم ثقافية	16	30.76
المجموع	52	100

من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بالقيم التي تعكسها منصات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة المبحوثين، تبين أن أغلب إجابات المبحوثين كانت قيم مجتمعية بتكرار 36 وبنسبة 69.24 %، تليها قيم ثقافية بتكرار 16 وبنسبة 30.76 %، ويرجع هذا الى ان منصات التواصل الاجتماعي تستخدم كثيرا للتفاعل وبناء العلاقات، وهذا ما يجعل القيم المجتمعية مثل التعاون والاحترام وغيرها منتشرة بكثرة ومتداولة بين الطلبة.

12. تعزيز منصات التواصل الاجتماعي القيم المجتمعية لدى الطلبة المبحوثين

- **الجدول رقم (12)**: يوضح تعزيز منصات التواصل الاجتماعي القيم المجتمعية لدى الطلبة المبحوثين

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	69.24
لا	16	30.76
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه حول تعزيز منصات التواصل الاجتماعي القيم المجتمعية لدى الطلبة المبحوثين، حيث كانت أغلب الاجابات نعم بتكرار 36 وبنسبة 69.24 %، تليها لا بتكرار 16 وبنسبة 30.76 %، وهذا ما توصلت اليه دراسة رحانة بلوطي، بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة، وهذا يرجع إلى ما تقدمه منصات التواصل الاجتماعي لمستخدميها من مزايا حيث تفتح لهم باب المشاركة والحوار والتواصل، مما يجعلها وسيلة فعالة لترسيخ وتعزيز القيم المجتمعية كالاحترام والمسؤولية ... وغيرها.

13. نوع القيم المجتمعية التي تتأثر كثيرا بإستخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل

- **الجدول رقم (13)**: يوضح نوع القيم المجتمعية التي تتأثر كثيرا بإستخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل

نوع القيم	التكرار	النسبة المئوية
القيم الايجابية	24	46.15
القيم السلبية	06	11.54
لايوجد تأثيرواضح	22	42.31
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق نوع القيم المجتمعية التي تتأثر كثيرا بإستخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل، تبين ان اكثر الإجابات كانت القيم الايجابية بتكرار 24 وبنسبة 46.15 %، تليها لايوجد تأثير واضح بتكرار 22 ونسبة 42.31 %، ثم القيم السلبية بتكرار 06 وبنسبة 11.54 %، وهذا ما تشابه مع دراسة رحانة بلوطي حيث توصلت الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر كثيرا على القيم الايجابية، فتصفح الطلبة المبحوثين لهذه المنصات بشكل مستمر قد يجعلهم يتعرضون لمحتوى يتنافى مع القيم المجتمعية الايجابية، مثلا التنمر أو التقليد الاعمى للثقافات الغربية وهو ما نلاحظه اليوم مع الشباب ونجده في طريقة لباسهم وتسريحات الشعر الغير لائقة، وهذا ما يجعل بعض القيم الايجابية تهمش او تستبدل.

14. كثرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي يؤدي الى تراجع بعض القيم المجتمعية

- **الجدول رقم(14)**: يوضح كثرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي يؤدي الى تراجع بعض القيم المجتمعية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	50
لا	07	13.46
الى حد ما	19	36.54
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بكثرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي يؤدي الى تراجع بعض القيم المجتمعية، لوحظ أن أغلب الإجابات كانت نعم بتكرار 26 وبنسبة 50 %، تليها الى حد ما بتكرار 19 ونسبة 36.54 %، وأخيرا لا بـ 07 تكرارات، وهذا راجع إلى كون أن هناك محتويات كثيرة عبر هذه المنصات التواصل الاجتماعي قد تشكل خطرا على مستخدميها، فمن الممكن ان تضعف الروابط الاسرية والاجتماعية، والعزلة الفردية والتقليد الأعمى والاستعمال الغير عقلاني.

15. المحتوى الذي يتابعه الطلبة المبحوثين يشجع على الانفتاح الثقافي

- **الجدول رقم(15)**: يوضح المحتوى الذي يتابعه الطلبة المبحوثين يشجع على الانفتاح الثقافي

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	63.46
لا	08	15.38
الى حد ما	11	21.16
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه الذي يوضح المحتوى الذي يتابعه الطلبة المبحوثين يشجع على الانفتاح الثقافي حيث كانت أغلب الإجابات نعم بتكرار 33 وبنسبة 63.46 %، تليها الى حد ما بتكرار 11 ونسبة 21.16 %، ثم الى حد ما بـ 08 تكرارات وبنسبة 15.38 %، ويعود هذا إلى التعرض المتكرر لمصادر ثقافية مختلفة عبر هذه المنصات يجعلهم يشعرون بأنهم متفتحون على العالم أكثر من الاجيال السابقة، فتعرضهم لافكار وعادات وتقاليد من ثقافات متعددة يوسع مداركهم ويزيد من تقبلهم والتنوع الثقافي.

16. تبني الطلبة المبحوثين بعض المو اقف او القيم المجتمعية التي اصبحت "ترند" على منصات التواصل

- **الجدول رقم(16)**: يبين تبني الطلبة المبحوثين بعض المواقف او القيم المجتمعية التي اصبحت "ترند" على منصات التواصل

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	34.62
لا	05	9.62
أحيانا	29	55.76
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بتبني الطلبة المبحوثين بعض المواقف او القيم المجتمعية التي اصبحت "ترند" على منصات التواصل حيث كانت أغلب الإجابات أحيانا بتكرار 29 ونسبة 55.76 % تليها نعم بتكرار 18 وبنسبة 34.62 %، وأخيرا لا بـ 05 تكرارات وبنسبة 9.62 %، ويرجع هذا إلى أن الطلبة عينة الدراسة لا يتأثرون بكل ماهو موجود عبر هذه المنصات، ولايتبنون كل ما يظهر، بل يختارون ما يتماشى مع قناعاتهم او اهتماماتهم، دون التبني.

المحور الرابع: إنعكاس تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية لدى الطلبة الجامعيين

17. تأثر العلاقة الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين لاستخدامهم منصات التواصل الاجتماعي

- **الجدول رقم(17)**: يوضح تأثر العلاقة الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين لاستخدامهم منصات التواصل الاجتماعي

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	55.76
لا	23	44.24
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة أعلاه المتعلقة بتأثر العلاقة الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين لاستخدامهم منصات التواصل الاجتماعي، فكانت أغلب الإجابات نعم بتكرار 29 وبنسبة 55.76 %، تليها لا بتكرار 23 وبنسبة 44.24 %، ويرجع ذلك الى ان الاستخدام المكثف والمستمر لمنصات التواصل الاجتماعي يقلل من التفاعل في الواقع والاتصال الشخصي مع العائلة والاصدقاء، مما يؤدي ذلك الى ضعف في العلاقات الاجتماعية الحقيقية وزيادة الشعور بالعزلة والسطحية في التواصل.

18. تأثر طريقة تعبير عن رأي الطلبة المبحوثين بالقيم المجتمعية المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي

- **<u>الجدول رقم (18)</u>**: يوضح تأثر طريقة تعبير عن رأي الطلبة المبحوثين بالقيم المجتمعية المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	28.85
لا	06	11.53
الى حد ما	31	59.62
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول تأثر طريقة تعبير عن رأي الطلبة المبحوثين بالقيم المجتمعية المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي قد توزعت بـ 31 تكرار وبنسبة 59.62 % بالنسبة للبديل الى حد ما، وتكرار 15 ونسبة 28.85 % بالنسبة للبديل نعم، واخيرا لا بـ 06 تكرارات ونسبة 11.53 %، ويرجع هذا إلى انه رغم تطور التكنولوجيات وما تتميز به هذه المنصات من خصائص في طرق التعبير وعبر منصات مختلفة، الا ان الطلبة عينة الدراسة أصبحوا أكثر وعيا بكيفية التعبير عن ارائهم لتفادي الانتقادات أو الهجوم الرقمي، مما قد يجعلهم ذلك يوازنون بين أرائهم الشخصية وماهو مقبول أجتماعيا على هذه المنصات.

19. تعرض الطلبة المبحوثين الى بعض المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلهم يقارنون انفسهم بالاخرين بشكل اثر على قيمهم الاجتماعية

- **الجدول رقم (19)**: يوضح تعرض الطلبة المبحوثين الى بعض المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلهم يقارنون انفسهم بالاخرين بشكل اثر على قيمهم الاجتماعية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	55.76
لا	23	44.24
المجموع	52	100

من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول تعرض الطلبة المبحوثين الى بعض المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلهم يقارنون انفسهم بالاخرين بشكل اثر على قيمهم الاجتماعية، حيث كانت اغلب الاجابات نعم وذلك بتكرار 29 وبنسبة 55.76%، تليها لا بتكرار 23 ونسبة 44.24 %، ويرجع ذلك الى ما يتعرض له الطلبة المبحوثين والمؤثرين الذين يتابعونهم، فعرض المؤثرين صورا ومقاطع فيديو من حياتهم تعكس نجاحاتهم والجانب المشرق من حياتهم، قد يؤثر ذلك على تقدير الفرد لذاته مما يجعله يشعر بالنقص أو التفاوت في القيمة الاجتماعية.

20. تبني الطلبة المبحوثين سلوكيات جديدة لا تتماشى مع القيم الاجتماعية جراء تأثرهم بالمؤثرين

- **الجدول رقم (20)**: يوضح تبني الطلبة المبحوثين سلوكيات جديدة لا تتماشى مع القيم الاجتماعية جراء تأثرهم بالمؤثرين.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	06	11.54
لا	29	55.77
الى حد ما	17	32.69
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول تبني الطلبة المبحوثين سلوكيات جديدة لا تتماشى مع القيم الاجتماعية جراء تأثرهم بالمؤثرين، حيث كانت الإجابات لا بتكرار 29 وبنسبة 55.77 %، تليها الى حد ما بتكرار 17 ونسبة 32.69 %، ثم نعم بتكرار 06 وبنسبة 11.54 %، وقد يرجع ذلك الى ان الطلبة عينة الدراسة على وعي ذاتي وقيمي، يجعلهم يميزون بين السلوك الايجابي والسلوك السلبي حتى لتعرضهم الى تأثير المؤثرين، أو يمكن ارجاع ذلك الى التربية والرقابة او الوعي الثقافي والاجتماعي.

21. استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي خلق لهم قيم اجتماعية جديدة

- **الجدول رقم(21):** يوضح استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي خلق لهم قيم اجتماعية جديدة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	69.24
لا	16	30.76
المجموع	52	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين استخدام الطلبة المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي خلق لهم قيم اجتماعية جديدة، كانت أغلب الاجابات نعم بتكرار 36 وبنسبة 69.24 %، تليها لا بتكرار 16 ونسبة 30.76 %، ويرجع ذلك الى ان منصات التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة مؤثرة تنتج تفاعلات وسلوكيات متكررة، تتحول مع الوقت الى قيم جديدة، ولقد صرح بعض الطلبة أن من بين هذه القيم التأثر بالمجتمع الاوروبي، الحرية الشخصية، والاستهلاك، مساعدة الغير.

22. تقييم الطلبة المبحوثين تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لديهم:

من خلال إجابات الطلبة، يتضح أن لمنصات التواصل الاجتماعي تّأثيرا واضحا على القيم الاجتماعية لديهم، فقد أشار عدد من المبحوثين الى أن هذه المنصات أصبحت مصدرا رئيسيا لتشكيل وتعديل السلوك الاجتماعي. ومن خلال اجابات الطلبة المبحوثين نجد أن هناك جانبين للتأثير الجانب الايجابي والمتمثل حسب تصريحاتهم: حرية التعبير، التضامن مع القضايا الانسانية، التعرف على ثقافات مختلفة.

أما الجانب السلبي فلقد اتفقوا على التأثر بالمجتمع الاوروبي خاصة في طريقة اللباس، كذلك العزلة، التفاخر والاستهلاك الزائد.

23. اقتراح الطلبة المبحوثين لتقوية القيم الاصيلة لدى الطلبة الجامعيين في ظل تأثير منصات التواصل الاجتماعي:

من خلال اجابات الطلبة عينة الدراسة وتصريحاتهم، نجد أن الطلبة عينة الدراسة ركزوا على أنه من الواجب الحفاظ على القيم الاجتماعية الاصيلة رغم التأثير القوي لمنصات التواصل الاجتماعي ومن بين تصريحاتهم على هذا السؤال: نشر الوعي والاكثار من الحملات التوعوية حول القيم،الرقابة الاسرية، متابعة المضامين الدينية والابتعاد عن المضامين الهابطة، القيام بالانشطة الطلابية والمسابقات والمبادرات المجتمعية.

ثانيا: النتائج الجزئية والعامة ومناقشتها

إن أي دراسة ميدانية تسعى جاهدة للوصول الى استنتاجات مبنية على حقائق علمية، تهدف من خلالها إلى ابراز الاجابات لمختلف النتائج الاحصائية التي توصلنا إليها عن طريق تفسير البيانات المجمعة من الميدان وربطها بالاطار النظري بغرض التوصل الى اجابات مقنعة حول التساؤلات التي انطلقنا منها منذ بداية الدراسة، ونورد هذه الاجابات حسب التساؤلات التالية:

- **التساؤل الفرعي الأول: ماهي انماط استخدام طلبة الاعلام والاتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي؟**

- كشفت الدراسة أن عدد ساعات تعرض المبحوثين عينة الدراسة لمنصات التواصل الاجتماعي من 03 الى 05 ساعات، وهذا ما أكده 31 طالب من عينة الدراسة.

- يمثل الفيسبوك المنصة الاكثر استخداما لدى الطلبة المبحوثين عينة الدراسة، ومرد ذلك الى سهولة استخدام هذه المنصة وانتشارها الواسع ومجانية الاستخدام.

- أوضحت الدراسة،أن الطلبة المبحوثين عينة الدراسة يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي الأكثر من 03 سنوات.
- يفضل 37 من المبحوثين عينة الدراسة، فترة الليل لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر هذه الفترة هي الانسب بعد نهاية اليوم الذي يكون فيه الطالب منشغل بالدراسة والمحاضرات، أو العمل.
- تبين من خلال نتائج الدراسة أن المبحوثين عينة الدراسة، يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لغرض الترفيه والتبادل الثقافي، وذلك للخروج من روتين الدراسة اليومي والتخلص من الملل والضغوطات المختلفة، وكذا التواصل مع الاشخاص وتكوين صداقات داخل وخارج الوطن تساعدهم في التعرف على الثقافات المختلفة.

❖ **النتيجة العامة للتساؤل الفرعي الأول:**

أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة عينة البحث يقضون من ثلاث إلى خمسة ساعات يوميًا في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، وذلك بفضل سهولة استخدامه وانتشاره. كما تبين أن فترة الفترة المفضلة لديهم هي فترة الليل، وأن أغلبهم يمتلكون خبرة تتجاوز ثلاث سنوات في استخدام التعامل مع هذه المنصات. وقد اتضح أن دوافع الطلبة عينة الدراسة لاستخدام هذه المنصات ترتكز أساسا على الترفيه والتبادل الثقافي، بهدف كسر روتين الدراسة والتواصل مع الآخرين داخل وخارج الوطن.

- **التساؤل الفرعي الثاني: ما أبرز القيم التي يمكن أن تتأثر باستخدام الطالب لمنصات التواصل الاجتماعي؟**

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين عينة الدراسة، يوافقون على أن منصات التواصل الاجتماعي من شأنها ان تبرز القيم الاجتماعية، وهذا مرده الى ان هذه المنصات اصبحت جزء مهما من حياة الطلبة عينة الدراسة.

- ان منصات التواصل الاجتماعي تعكس القيم المجتمعية لدى الطلبة المبحوثين عينة الدراسة، وهذا ما صرح به 36 طالب.
- توصلنا من خلال نتائج الدراسة أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يعزز القيم المجتمعية لدى الطلبة المبحوثين عينة الدراسة، مما يجعلها وسيلة فعالة لترسيخ وتعزيز القيم المجتمعية كالاحترام والمسؤولية ... وغيرها.
- أسفرت نتائج الدراسة على أن منصات التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الايجابية لدى الطلبة المبحوثين عينة الدراسة، وهذا حسب تصريحات 24 طالب، فتصفح الطلبة المبحوثين لهذه المنصات بشكل مستمر قد يجعلهم يتعرضون لمحتوى يتنافى مع القيم المجتمعية الايجابية.
- نصف المبحوثين يؤيدون على ان كثرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي يؤدي الى تراجع بعض القيم المجتمعية لديهم، وهذا راجع إلى كون أن هناك محتويات كثيرة عبر هذه المنصات التواصل الاجتماعي قد تشكل خطرا على مستخدميها كالتقليد الأعمى للثقافات الغربية.
- أوضحت الدراسة أن نسب 63.46 % من عينة الدراسة، يتابعون المحتوى الذي يشجعهم على الانفتاح الثقافي، فتعرضهم المتكرر لافكار وعادات وتقاليد من ثقافات متعددة يوسع مداركهم ويزيد من تقبلهم والتنوع الثقافي.
- من خلال نتائج الدراسة توصلنا الى أن نسبة 55.76 %، من المبحوثين عينة الدراسة اختاروا احيانا في مايخص تبني مواقف وقيم مجتمعية التي أصبحت "ترند" على منصات التواصل الاجتماعي.

❖ **النتيجة العامة للتساؤل الفرعي الثاني:**

من خلال نتائج الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تلعب دورا مزدوجا في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين عينة الدراسة، فمن جهة يراها معظمهم وسيلة فعالة لإبراز وتعزيز القيم المجتمعية الإيجابية كالاحترام والمسؤولية، كما تعكس انفتاحهم على التنوع الثقافي، وهو ما تؤكده نسبة 63.46 % ممن يتابعون محتوى يدعم هذا الانفتاح، ومن جهة أخرى يرى البعض من عينة الدراسة أن

هناك تأثير سلبي من الاستخدام المفرط لهذه المنصات، لا سيما من حيث التراجع في بعض القيم نتيجة التعرض لمضامين قد تتعارض مع الهوية الثقافية، والتقليد الأعمى للثقافات الغربية.

- **التساؤل الفرعي الثالث: كيف ينعكس تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطلبة الجامعيين؟**

- أسفرت نتائج الدراسة أن نسبة 55.76 %، من المبحوثين عينة الدراسة قد تأثرت علاقتهم الاجتماعية بسبب استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي، فالاستخدام المكثف والمستمر لمنصات التواصل الاجتماعي يقلل من التفاعل في الواقع والاتصال الشخصي مع العائلة والاصدقاء.
- من خلال النتائج المتوصل اليها، أن ما نسبته 59.62 %، اختاروا الى حد ما، فيما يخص تأثر طريقة التعبير عن رأيهم بالقيم المجتمعية المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي، فالطلبة عينة الدراسة أصبحوا أكثر وعيا بكيفية التعبير عن ارائهم لتفادي الانتقادات أو الهجوم الرقمي.
- توصلت النتائج الى أن ما نسبته 55.76 %، من المبحوثين عينة الدراسة يوافقون على أن تعرضهم لبعض المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلهم يقارنون أنفسهم بالاخرين بشكل أثر على قيمهم الاجتماعية، فعرض المؤثرين صورا ومقاطع فيديو من حياتهم تعكس نجاحاتهم والجانب المشرق من حياتهم، قد يؤثر ذلك على تقدير الفرد لذاته مما يجعله يشعر بالنقص أو التفاوت في القيمة الاجتماعية.
- نسبة 55.77 % من المبحوثين عينة الدراسة، يرفضون تبني سلوكيات جديدة لا تتماشى مع القيم الاجتماعية جراء تأثرهم بالمؤثرين، فالطلبة عينة الدراسة على وعي ذاتي وقيمي، يجعلهم يميزون بين السلوك الايجابي والسلوك السلبي حتى لتعرضهم الى تأثير المؤثرين، أو يمكن ارجاع ذلك الى التربية والرقابة او الوعي الثقافي والاجتماعي.
- اتضح حسب اجابات المبحوثين عينة الدراسة، ان استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي خلق لديهم قيم اجتماعية جديدة، منصات التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة مؤثرة تنتج تفاعلات وسلوكيات

متكررة، تتحول مع الوقت الى قيم جديدة، كالتأثر بالمجتمع الاوروبي، الحرية الشخصية، والاستهلاك، مساعدة الغير.

- من خلال إجابات الطلبة، يتضح أن لمنصات التواصل الاجتماعي تّأثيرا واضحا على القيم الاجتماعية لديهم، فقد أشار عدد من المبحوثين الى أن هذه المنصات أصبحت مصدرا رئيسيا لتشكيل وتعديل السلوك الاجتماعي. ومن خلال اجابات الطلبة المبحوثين نجد أن هناك جانبين للتأثير الجانب الايجابي والمتمثل حسب تصريحاتهم: حرية التعبير، التضامن مع القضايا الانسانية، التعرف على ثقافات مختلفة. أما الجانب السلبي فلقد اتفقوا على التأثر بالمجتمع الاوروبي خاصة في طريقة اللباس، كذلك العزلة، التفاخر والاستهلاك الزائد.
- من خلال اجابات الطلبة وتصريحاتهم، نجد أن الطلبة عينة الدراسة ركزوا على أنه من الواجب الحفاظ على القيم الاجتماعية الاصيلة رغم التأثير القوي لمنصات التواصل الاجتماعي ومن بين تصريحاتهم على هذا السؤال: نشر الوعي والاكثار من الحملات التوعوية حول القيم،الرقابة الاسرية، متابعة المضامين الدينية والابتعاد عن المضامين الهابطة، القيام بالانشطة الطلابية والمسابقات والمبادرات المجتمعية.

❖ **النتيجة العامة للتساؤل الفرعي الثالث:**

أظهرت نتائج الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين عينة الدراسة، من ناحية تعزز هذه المنصات بعض القيم الإيجابية مثل حرية التعبير والانفتاح على الثقافات، ومن ناحية أخرى قد تؤدي إلى تراجع بعض القيم الاجتماعية، خاصة تلك المتعلقة بالعلاقات الواقعية والمقارنة الاجتماعية، كما أشار المبحوثون إلى وعيهم بأهمية التعبير عن آرائهم بشكل حذر لتفادي الانتقادات، وقد أكدوا أيضا ضرورة الحفاظ على القيم الأصيلة من خلال التوعية والرقابة الأسرية، وبذلك يمكن القول إن منصات التواصل الاجتماعي تمثل أداة قوية تحتاج إلى الاستخدام الواعي للحفاظ على القيم الاجتماعية في ظل التأثيرات المتعددة.

خاتمة

خاتمة:

نستخلص مما سبق ذكره أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم من أبرز مظاهر الحياة الرقمية التي فرضت نفسها بقوة على مختلف شرائح المجتمع، ولا سيما فئة الشباب الجامعي، الذي يعد من أكثر الفئات استخداما لهذه الوسائط. وقد دفعت هذه الظاهرة إلى إعادة النظر في عدد من المفاهيم المرتبطة بالقيم الاجتماعية، نتيجة لما تحمله من مضامين وأفكار وأنماط سلوكية تتجاوز في كثير من الأحيان المرجعيات الثقافية والاجتماعية المحلية .

ومن خلال دراستنا التي سعت إلى فهم تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الاعلام والاتصال (أولى ماستر وثانية ماستر كل التخصصات) تمكنا من الوقوف على جملة من النتائج الهامة، أهمها:

- ✓ أن أغلب الطلبة عينة الدراسة يقضون من ثلاث إلى خمسة ساعات يوميا في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، وذلك بفضل سهولة استخدامه وانتشاره. كما تبين أن فترة الفترة المفضلة لديهم هي فترة الليل، وأن أغلبهم يمتلكون خبرة تتجاوز ثلاث سنوات في استخدام التعامل مع هذه المنصات. وقد اتضح أن دوافع الطلبة عينة الدراسة لاستخدام هذه المنصات ترتكز أساسا على الترفيه والتبادل الثقافي، بهدف كسر روتين الدراسة والتواصل مع الآخرين داخل وخارج الوطن.
- ✓ توصلت هذه الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تلعب دورا مزدوجا في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطلبة المبحوثين عينة الدراسة، فمن جهة يراها معظمهم وسيلة فعالة لإبراز وتعزيز القيم المجتمعية الإيجابية كالاحترام والمسؤولية، كما تعكس انفتاحهم على التنوع الثقافي، وهو ما تؤكده نسبة 63.46 % ممن يتابعون محتوى يدعم هذا الانفتاح، ومن جهة أخرى يرى البعض من عينة الدراسة أن هناك تأثير سلبي من الاستخدام المفرط لهذه المنصات، لا سيما من حيث التراجع في

بعض القيم نتيجة التعرض لمضامين قد تتعارض مع الهوية الثقافية، والتقليد الأعمى للثقافات الغربية.

- ✓ بينت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين عينة الدراسة، من ناحية تعزز هذه المنصات بعض القيم الإيجابية مثل حرية التعبير والانفتاح على الثقافات، ومن ناحية أخرى قد تؤدي إلى تراجع بعض القيم الاجتماعية، خاصة تلك المتعلقة بالعلاقات الواقعية والمقارنة الاجتماعية، كما أشار المبحوثون إلى وعيهم بأهمية التعبير عن آرائهم بشكل حذر لتفادي الانتقادات، وقد أكدوا أيضا ضرورة الحفاظ على القيم الأصيلة من خلال التوعية والرقابة الأسرية، وبذلك يمكن القول إن منصات التواصل الاجتماعي تمثل أداة قوية تحتاج إلى الاستخدام الواعي للحفاظ على القيم الاجتماعية في ظل التأثيرات المتعددة.

قائمة المصادروالمراجع

❖ الكتب:

1. أحلام بالمادي: **تنمية القيم الاجتماعية في الكتاب المدرسي**، جامعة لونيسي علي البليدة 2، الجزائر، 2019.
2. البرقاوي محمد:**الإعلام الجديد وتأثير اته الاجتماعية**، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2018.
3. جودت عزت عطوي: **أساليب البحث العلمي**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
4. حسين سامي: **الاتصال الرقمي في العصر الحديث**. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2021.
5. رجاء وحيد الدويدي: **البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية**، دار الفكر ،دمشق، 2000.
6. رجاء وحيد دودري: **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية**، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000.
7. السيد محمود: **التواصل الرقمي في العصر الحديث**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 2020.
8. صالح محمد أبو جادو: **سيكولوجية التنشئة الاجتماعية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن ، 1998.
9. عاطف عدلي العبد نهى: **نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية**، دار الفكر العربي، شارع العقاد، مدينة نصرة، القاهرة، 2011.
10. عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
11. العطري بن عزوز: **الإعلام الجديد و الشباب**، مجلة فن و ثقافة، العدد ،5، 2017 .
12. فؤاد علي العاجز: **القيم وطرق تعلُّمها وتعليمها**، جامعة اليرموك، الأردن، 1999.
13. قنديلجي: **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
14. كمال دلشي: **منهجية البحث العلمي**، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016.
15. مجيد خليل حسين: عبد الغفور إبراهيم احمد، **المدخل إلى طرق البحث العلمي**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

16. محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنيي: **معجم لغة الفقهاء**،دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1985.

17. محمد سر الخواجة :**علم اجتماع التنمية المفاهيم والقضايا** ، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع ، مصر ، 2009.

18. محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.

19. محمد منير سعد الدين: **قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي**، دار بيروت المحروسة، لبنان، ط2،1998.

20. منال هلال مزاهرة: **نظريات الاتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2012.

❖ المذكرات:

21.بورحلة سليمان: **أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، 20218/2017.

22. بوعطيط سفيان: **القيم الشخصية في ظل التغير الإجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني**، أطروحة دكتوراه، علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012/2011.

23. ريحانة بلوطي:**أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2022/2021.

24. سمير لعرج: **دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري** ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2006.

25. سهام بوقلوف: **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية**، أطروحة دكتوراه، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018/2017.

26. عادل المانع: **تأثيرات مو اقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجز ائري الفيسبوك واليوتيوب –أنموذجا**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، الجزائر، 2022/2021.

27. عباسي نور الهدى: **الأداء البيداغوجي للطالب الجامعي وعلاقته بمشروع مجتمع**، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2020.

28. العربي زغايش، توفيق رتاب: **القيم الاجتماعية و أثرها على تشكيل الثقافة المهنية**، مذكرة ماجستير، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2020.

29. مريم ناريمان نومار : **استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية**، رسالة ماجيستر، في الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

30. هالة دغمان: **مو اقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم (العلاقة بين الو اقعي والافتراضي)**، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017/2016.

31. يونس سميحة: كفايات **خريجي التعليم العالي الجز ائري وفق مفهوم إدارة الجودة الشاملة**، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015.

❖ المقالات:

32. ابراهيم محمد أبو بكر القزيري، تامر سالم بركة يحي: **دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر جر ائم الاحتلال الصهيوني في غزة**، المجلة الأفروأسيوية للبحث العلمي، 2024.

33. سلاوي حليمة، لعلى بوكميش: **مدخل مفاهيمي حول القيم الاجتماعية السائدة في المؤسسة والاستقرار الوظيفي للموظف**، مخبر الدراسات الأفرقية للعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية،مجلة الحوار الفكري، جامعة أدرار، 2017.

34. فضل محمد ابراهيم المحمودي، معاذ حسن عبده المسني: **منصات التواصل الاجتماعي و أثرها على الاتصالات التسويقية المتكاملة**، مجلة الاداب، جامعة ذمار، المجلد 11، العدد 4، 2023.

35. قراد عبدالمالك:**الاعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي** ، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 07، العدد 1، جامعة تبسة، تبسة، 2023.

36. ياسر عبدالله طبت: **استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأخوة الإنسانية والتعايش السلمي**، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، القاهرة، العدد 57، 2021.

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي – تبسة
Larbi Tebessi University – Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم: علوم الاعلام والاتصال
تخصص: إتصال تنظيمي

استمارة استبيان ضمن موضوع:

تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة

اعداد الطالب:
- هوام محي الدين

إشراف الدكتور:
- بن مهدي مرزوق

- **ملاحظة :** معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي ،لذا نرجو الإجابة بكل موضوعية بوضع علامة (x) أمام الإجابة . ملأ الفراغات بالاجابات الصحيحة

السنة الجامعية: 2025/2024

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
2. السن: من 21 – 26 سنة ☐ 27 سنة فما فوق ☐
3. المستوى التعليمي: أولى ماستر ☐ ثانية ماستر ☐
4. التخصص: سمعي بصري ☐ إتصال تنظيمي ☐

المحور الثاني: عادات و انماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة لمنصات التواصل الاجتماعي

5. **ماهو عدد ساعات تعرضك لمنصات التواصل الاجتماعي؟**
   - 1 سا – 2 سا ☐
   - 3 سا – 5 سا ☐
   - أكثر من 6 ساعات ☐
6. **من بين المنصات التالية، أيها تعد أكثر إستخداما بالنسبة لك؟**
   - فيسبوك ☐
   - تيك توك ☐
   - تويتر ☐
   - أخرى؟ اذكرها: .....
7. **منذ متى و أنت تستخدم هذه المنصات؟**
   - أقل من سنة ☐
   - سنة إلى 03 سنوات ☐
   - أكثر من 03 سنوات ☐
8. **ما هي الفترة المفضلة لك لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي؟**
   - الصباح ☐
   - المساء ☐
   - الليل ☐
9. **مالغرض من استخدامك لمنصات التواصل الاجتماعي؟**
   - الترفيه والتبادل الثقافي ☐
   - التواصل والتفاعل ☐
   - التعليم والتنشأة الاجتماعية ☐
   - أخرى؟ اذكرها: .....

المحور الثالث: أبرز القيم المجتمعية التي يمكن أن تتأثر باستخدام الطالب لمنصات التواصل الاجتماعي

10. هل منصات التواصل الاجتماعي من شأنها ابراز القيم الاجتماعية؟

- نعم ☐
- لا ☐

11. ماهي أكثر القيم التي تعكسها منصات التواصل الاجتماعي؟

- قيم مجتمعية ☐
- قيم ثقافية ☐

12. هل استخدامك لمنصات التواصل يعزز من قيمتك المجتمعية؟

- نعم ☐
- لا ☐

13. مانوع القيم المجتمعية التي ترى انها تتأثر كثيرا باستخدامك لهذه المنصات ؟

- القيم الايجابية ☐
- القيم السلبية ☐
- لا يوجد تأثير واضح ☐

14. هل ترى أن كثرة استخدامك لمنصات التواصل الاجتماعي أدى الى تراجع بعض القيم المجتمعية؟

- نعم ☐
- لا ☐
- الى حد ما ☐

15. هل المحتوى الذي تتابعه يشجع على الانفتاح الثقافي؟

- نعم ☐
- لا ☐
- الى حد ما ☐

16. هل تتبنى بعض المواقف او القيم المجتمعية التي اصبحت "Trend" "ترند" على منصات التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐
- لا ☐
- أحيانا ☐

المحور الرابع: انعكاس تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية لدى الطلبة الجامعيين

17. **هل تأثرت علاقتك الاجتماعية بسبب استخدامك لمنصات التواصل الاجتماعي؟**

- نعم ☐
- لا ☐

18. **هل تأثرت طريقة تعبيرك عن رأيك بالقيم المجتمعية المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي؟**

- نعم ☐
- لا ☐
- الى حد ما ☐

19. **هل تعرضك الى بعض المضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلتك تقارن نفسك بالاخرين بشكل أثر على قيمك الاجتماعية؟**

- نعم ☐
- لا ☐

20. **هل لاحظت انك اصبحت تتبنى سلوكيات جديد لا تتماشى مع القيم الاجتماعية جراء تأثرك بالمؤثرين؟**

- نعم ☐
- لا ☐
- الى حد ما ☐

21. **هل ترى ان استخدامك لمنصات التواصل الاجتماعي خلقت لك قيم اجتماعية جديدة؟**

- نعم ☐
- لا ☐

- اذا كانت اجابتك "بنعم"، اذكر مثالا: .....

22. **كيف تقيم تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة:**

.....

.....

23. **ما اقتراحك لتقوية القيم الأصيلة لدى الطلبة الجامعيين في ظل تأثير منصات التواصل الاجتماعي؟**

.....

.....

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي، وتمحورت إشكالية الدراسة في: ماهو تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الطالب الجامعي بجامعة تبسة؟

حيث تكونت عينة الدراسة من 52 مفردة إذ تم اختيارها بطريقة العينة القصدية من طلبة سنة اولى ماستر وسنة ثانية ماستر إعلام واتصال كل التخصصات، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي ، كما تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أغلب الطلبة عينة الدراسة يستخدمون منصات التواصل من ثلاث إلى خمس ساعات يوميًا لأغراض الترفيه والتبادل الثقافي.
- يرى الطلبة عينة الدراسة أن المنصات تعزز بعض القيم الإيجابية، لكنها قد تؤثر سلبًا على الهوية الثقافية بسبب مضامين دخيلة.
- تعزز هذه المنصات قيم الانفتاح وحرية التعبير، لكنها تضعف العلاقات الواقعية وتتطلب استخدامًا واعيًا للحفاظ على القيم

- **الكلمات المفتاحية**: التأثير، القيم، منصات التواصل الإجتماعي، الطالب الجامعي.

Summary :

This study aims to explore the impact of social media platforms on the values of university students. The central research question is formulated as follows: What is the impact of using social media platforms on the values of university students at the University of Tebessa?

The study sample consisted of 52 participants, purposefully selected from first- and second-year Master's students in Media and Communication across all specializations. The descriptive method was adopted, and a questionnaire was used as the primary tool for data collection.

The study led to a set of findings, including the following:

- Most students in the study sample use social media platforms for three to five hours daily, primarily for entertainment and cultural exchange purposes.
- The students in the study sample perceive that social media platforms promote certain positive values, but they may negatively affect cultural identity due to foreign content.
- These platforms enhance values of openness and freedom of expression, yet they weaken real-life relationships and require conscious use to preserve core values.

- **Keywords**: Keywords: Impact, Values, Social Media Platforms, University Students.