وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان الاطروحة:

أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي للشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الإتصال في التنظيمات

إعداد الطالبة:

مسلوب فاطمة الزهرة

إشراف

أ.د بوزيان عبد الغني

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	مؤسسة الانتساب	الصفة
هارون منصر	أستاذ	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة–	رئيسا
عبد الغني بوزيان	أستاذ	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة–	مشرفا و مقررا
مرزوق بن مهدي	أستاذ	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة–	ممتحنا
رضوان بلخيري	أستاذ	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة–	ممتحنا
علي سردوك	أستاذ	جامعة قالمة	ممتحنا
عبد القادر عثامنية	أستاذ محاضر أ	جامعة قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية 2026/2025


بسم الله الرحمن الرحيم



بكل امتنان وخشوع، أحمد الله عز وجل على توفيقه وعونه الذي مكنني من الوصول إلى هذه اللحظة، بعد مشوار طويل من العمل والبحث والسهر والتحديات .

أتقدم بخالص الشكر والاحترام لأستاذي المشرف، الأستاذ الدكتور بوزيان عبد الغني على دعمه المتواصل، وتوجيهاته العلمية السديدة، وصبره الكبير معي في كل مراحل إعداد هذه الأطروحة لقد كان لحكمته وتشجيعه المستمر أثر بالغ في إنجاز هذا العمل، فله مني كل التقدير والامتنان.

إلى روح والدي الحبيب،

الذي رحل عن هذه الدنيا، لكن أثره في حياتي باقٍ لا يغيب علّمني الصبر، وغرس فيّ القيم التي سرت بها في طريقي العلمي والحياتي أهدي إليه هذا العمل، راجية من الله أن يكون صدقة جارية في ميزان حسناته.

إلى أمي الغالية،

التي كانت دومًا الحضن الدافئ والدعاء الصادق والدافع الأول للاستمرار، شكراً من أعماق قلبي على صبرك ومحبتك التي كانت تسندني في كل لحظة تعب أو شك ، هذا الإنجاز هو لك قبل أن يكون لي.

إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء،

سند الحياة ورفقة الدرب، لكم كل الشكر على دعمكم، تفهمكم، ووجودكم الدائم في كل لحظة احتجت فيها إلى من يرفع من معنوياتي.

كما لا أنسى كل من قدّم لي يد المساعدة، أو كلمة طيبة، أو دعمًا معنويًا صادقًا، من أصدقاء وزملاء وأساتذة ، شكراً لكل من كان له دور، ولو صغيرًا، في هذا الإنجاز.

أهدي هذا العمل إلى كل من آمن بي، ودعمني، وكان له في قلبي مكانة...
هو ثمرة جهدٍ طويل، لكنه أيضًا عربون محبة ووفاء لكل من شاركني هذه الرحلة.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر و تقدير	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
الملخصات	
مقدمة	أ- ج
الفصل الاول : موضوع الدراسة و اطارها المنهجي	
المبحث الأول : موضوع الدراسة	02
1- اشكالية الدراسة	**02**
2- التساؤلات الفرعية للدراسة	**04**
3- أهمية الموضوع الدراسة	**06**
4- أهداف الدراسة	**08**
5- صعوبات الدراسة	**14**
6- ضبط متغيرات الدراسة	**16**
7- المقاربة المنهجية : نظرية بناء الواقع	**26**
8- الدراسات السابقة	**36**
المبحث الثاني : منهجية الدراسة	**68**
1- مجالات الدراسة	**68**
2- مجتمع البحث وعينة الدراسة	**70**
3- منهج الدراسة	**72**
4- أدوات جمع البيانات	**73**
الفصل الثاني: دراسة تحليلية لمواقع التواصل الاجتماعي و القيم	
المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	75
1- نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي .	**75**
2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .	**80**

3- أهمية و فوائد مواقع التواصل الاجتماعي .	82
4- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .	84
5- انواع مواقع التواصل الاجتماعي .	86
6- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي .	89
7- إنعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي	130
المبحث الثاني : ماهية الواقع القيمي (القيم)	134
1-خصائص القيم .	134
2- علاقة القيم بالأخلاق .	137
3- أهمية القيم .	139
4- مكونات القيم .	140
5- وظائف القيم .	143
6- تصنيفات القيم .	145
7- أنساق القيم و توازنها في بناء الواقع الاجتماعي.	155
الفصل الثالث : علاقة مواقع التواصل الاجتماعي ببناء الواقع القيمي للشباب	
المبحث الأول : ماهية الشباب	159
1- خصائص الشباب	159
2- الشباب و مؤسسات التنشئة الاجتماعية	162
3- حاجات الشباب	172

4- مشكلات الشباب	177
المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي و قيم الشباب	181
1- الشباب و القيم .	181
2- فضاءات الحوار الجماعي في مواقع التواصل الاجتماعي	183
3- طبيعة استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي	190
4- أبعاد تأثير الوسائط المتعددة على قيم الشباب .	191
5- مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء بديل لانتاج القيم .	194
6- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى الشباب الجزائري	213
الفصل الرابع : تحليل البيانات الميدانية و نتائجها	
المبحث الأول : تفريغ و تحليل البيانات	230
1- معلومات عن البيانات الشخصية	230
2- معلومات عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	238
3- معلومات عن القيم التي تروج لها مواقع التواصل الاجتماعي	247
4- معلومات عن العلاقة بين كثافة الاستخدام و تغير القيم	254
5- معلومات عن التأثير حسب المنصة و المحتوى	260
6- معلومات عن مدى تبني المستخدمون الشباب للقيم المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي	274
المبحث الثاني : نتائج الدراسة	292
1- النتائج الجزئية	292
2- النتائج العامة	296

3- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء تساؤلاتها	298
المبحث الثالث: توصيات الدراسة	300
1- توصيات موجهة للأسرة	300
2- توصيات موجهة للمدرسة ومؤسسات التنشئة	302
3- توصيات موجهة لصنّاع المحتوى الرقمي	304
4- توصيات موجهة للباحثين وصنّاع القرار	305
5- توصيات عامة	308
خاتمة	312
قائمة المصادر و المراجع	316
الملاحـــــق	

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول رقم 01 يبين عناصر تميز دراساتنا مقارنة بالدراسات السابقة	67
02	جدول رقم 02 يبين مظاهر الاغتراب الرمزي في سلوك الشباب	212
03	جدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس:	231
04	جدول رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب السن	233
05	جدول رقم (05) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	235
06	جدول رقم (06) يبين ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما.	238
07	جدول رقم (07) يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي.	241
08	جدول رقم (08) يبين أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.	244
09	جدول رقم (09) يبين القيم المنتشرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	247
10	جدول رقم (10) يبين مدى تعزيز القيم المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	249
11	جدول رقم (11) يبين مدى التغيرات في قيم المبحوثين.	251
12	جدول رقم (12) يبين مدى تأثير الوقت المستغرق من طرف المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم.	255
13	جدول رقم (13) يبين مدى تقبل المبحوثين لقيم مختلفة عن قيمهم الأصلية .	254
14	جدول رقم (14) يبين مدى اختلاف القيم المعروضة بين منصات التواصل الاجتماعي .	287
15	جدول رقم (15) يبين منصات التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا على قيم المبحوثين .	260
16	جدول رقم (16) يبين نوع المحتوى الأكثر تأثيرا على القيم .	263

17	جدول رقم (17) يبين مدى مشاركة المبحوثين في مشاركة و انشاء محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي .	268
18	جدول رقم (18) يبين مدى تأثير مشاركة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي على القيم .	271
19	جدول رقم (19) يبين مدى تقليد المبحوثين لسلوكيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	274
20	جدول رقم (20) يبين مدى تأثير المشاهير و المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المبحوثين .	277
21	جدول رقم (21) يبين نوع المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي .	280
22	جدول رقم (22) يبين اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل بديلا عن التنشئة الاجتماعية التقليدية .	283
23	جدول رقم (23) يبين تقييم المبحوثين لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم في المجتمع الجزائري	286
24	جدول رقم (24) يبين تعارض القيم المعروضة مع الثقافة الجزائرية .	288
25	جدول رقم (25) يبين طريقة تعامل المبحوثين مع التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي .	290

الملخصات

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي لدى الشباب الجزائري، من خلال دراسة ميدانية استهدفت فئة الشباب (18–35 سنة) النشط على هذه المنصات بولاية تبسة، وذلك عبر عينة عشوائية بسيطة مكونة من 300 شاب وشابة موزعين على جامعة العربي التبسي، ومؤسسات شبابية كمراكز التكوين المهني ودور الشباب والمراكز الثقافية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وانطلقت من إشكالية محورية تتعلق بتأثير هذه المنصات على المنظومة القيمية للشباب، وتفرعت عنها مجموعة من التساؤلات تناولت دوافع الاستخدام، أنواع القيم المروَّجة، العلاقة بين كثافة الاستخدام وتغير القيم، واختلاف التأثير حسب المنصة والمحتوى.

أظهرت النتائج أن دوافع الاستخدام يغلب عليها الجانب الترفيهي والاجتماعي، مع تراجع الدوافع المعرفية. كما تبيّن أن القيم الأكثر انتشارًا عبر هذه المنصات هي القيم الفردية والمادية والاستهلاكية، مقابل تراجع القيم الدينية والاجتماعية.

وأكدت النتائج وجود علاقة طردية بين كثافة الاستخدام وتغير القيم، حيث يؤدي الاستخدام المكثف إلى تبني قيم جديدة، خاصة عند متابعة المؤثرين والمحتويات الترفيهية. كما تبين أن تأثير المنصات يختلف حسب نوع المحتوى، وكانت المنصات المرئية والترفيهية مثل تيك توك وإنستغرام الأكثر تأثيرًا.

وفيما يخص تبني القيم الرقمية، أظهر 54.54% من المبحوثين تقبلًا لها بدرجات متفاوتة، مقابل 31.81% تمسكوا بالقيم التقليدية، مع الإشارة إلى أن جزءًا معتبرًا من الشباب يرى في بعض القيم المنتشرة تعارضًا مع الثقافة الجزائرية.

خلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مؤثرًا محوريًا في تشكيل قيم الشباب، حيث تروج في آن واحد لقيم إيجابية وسلبية، مما يفرض ضرورة تعزيز التربية الإعلامية، تقوية دور الأسرة، وتفعيل مؤسسات التنشئة في حماية الهوية القيمية الوطنية.

Abstract

This study aims to examine the impact of social media use on the construction of value systems among Algerian youth. A field study was conducted on a randomly selected sample of 300 young men and women (aged 18–35) who are active users of social media platforms in the Wilaya of Tébessa. The sample was drawn from various institutions, including the University of Larbi Tebessi across its different faculties, vocational training centers, youth centers, and cultural institutions.

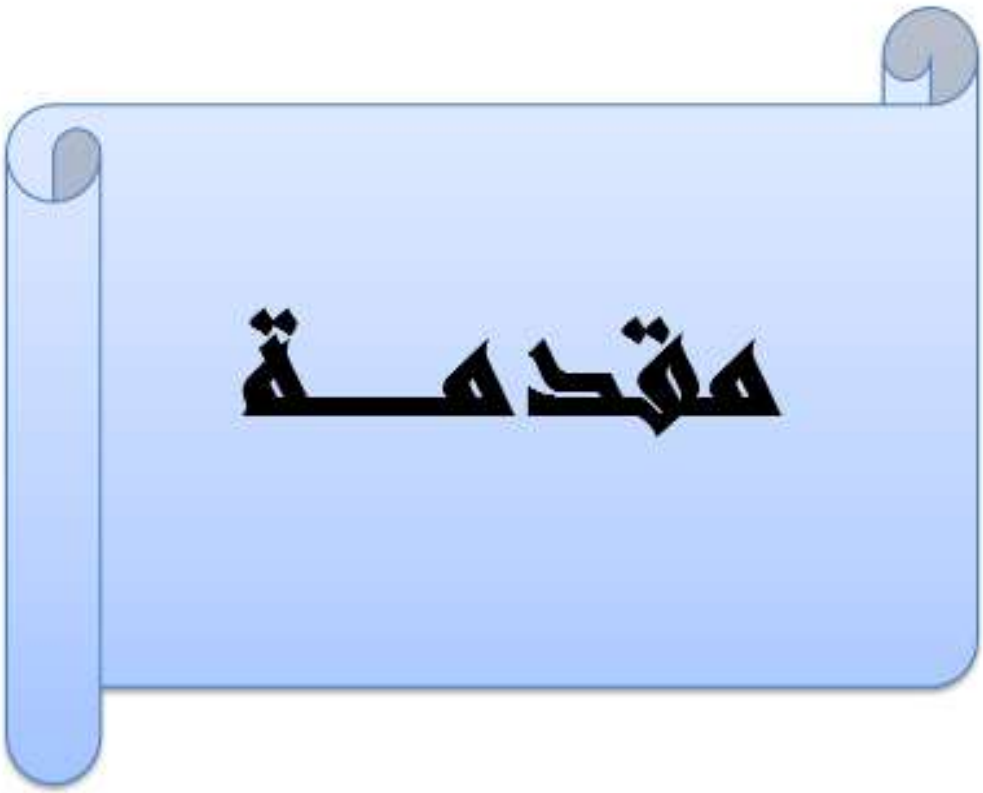
The study adopted a descriptive-analytical approach and utilized a questionnaire as the main data collection tool. It was guided by a central research question: What is the effect of social media use on the value formation of Algerian youth? This was further explored through a series of sub-questions addressing usage motivations, types of values promoted, the relationship between usage intensity and value change, platform/content differences, and the extent to which youth adopt the values circulating on social media.

The findings indicate that the primary motivations for social media use are entertainment and social interaction, with lesser emphasis on informational or expressive purposes. The most prevalent values across platforms are individualistic, materialistic, and consumer-oriented, followed by entertainment values, while religious and social values were notably less visible.

The study revealed a positive correlation between high social media usage and shifts in value systems, particularly through exposure to new value models, comparison with others, and admiration for influencers, alongside a relative decline in real-life social interaction. Moreover, the impact varied by platform and content type, with visual and entertainment-focused platforms like TikTok, Snapchat, and Instagram showing the strongest influence.

Regarding the adoption of digital values, 54.54% of respondents reported embracing new values to varying degrees, while 31.81% expressed adherence to traditional values. A significant portion of participants also perceived a conflict between some digital values—especially those associated with Western culture, individualism, and personal freedom—and Algerian cultural norms.

The study concludes that social media has become a central actor in reshaping the value system of Algerian youth. While it offers spaces for communication and the dissemination of certain positive values, it also fosters individualism, consumerism, and mimicry, thereby weakening traditional socialization roles. This calls for a balanced approach that maximizes the benefits of social media while mitigating its negative effects, through enhanced media literacy, strengthened family awareness, and more active involvement of educational and cultural institutions in safeguarding national value systems.


مقدمة

لقد ساهمت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) بمختلف وسائطها وتقنياتها الحديثة في إحداث **تحول جذري وشامل** في نمط حياة الإنسان وطريقة تواصله وتفاعله مع محيطه القريب والبعيد فلم تعد الوسائط الرقمية مجرد أدوات تكميلية، بل تحولت إلى **بنية تحتية أساسية** تؤطر مختلف مناحي الحياة اليومية، بدءًا من التواصل الاجتماعي، مرورًا بالعمل والتعليم، ووصولًا إلى التسوق والترفيه وإدارة الشؤون الإدارية والمهنية[1].

لقد لعبت الإنترنت دورًا محوريًا في **إعادة تشكيل مفهوم الزمان والمكان**، حيث أسهمت في تحويل العالم إلى ما يُشبه "قرية كونية صغيرة" تلاشت فيها الحدود الجغرافية، وتقلصت المسافات والأبعاد الزمانية، ليصبح التفاعل بين الأفراد والثقافات أكثر انسيابية وسرعة من أي وقت مضى ففي هذا الفضاء الرقمي، لم يعد الانتقال من بلد إلى آخر يتطلب جواز سفر أو تأشيرة، بل يكفي أن ينقر المستخدم على شاشة هاتفه أو جهازه اللوحي لينتقل عبر منصات التواصل، أو يتجول في الأسواق الإلكترونية، أو يحضر مؤتمرات ودروات تكوينية تُبثّ مباشرة من أماكن متفرقة في العالم[2].

إن التحولات التي فرضتها شبكة الإنترنت شملت **جميع القطاعات الحيوية**، حيث أصبح من الممكن، على سبيل المثال، متابعة الدراسة الجامعية عن بُعد، أو التكوين المهني والتقني من خلال منصات تعليمية متخصصة، دون الحاجة إلى الالتحاق الفعلي بالمؤسسات كما باتت الأعمال التجارية تُدار من خلف شاشات الحواسيب، إذ يمكن لرواد الأعمال إطلاق مشاريعهم الرقمية، وتسويق منتجاتهم، والتعامل مع شركاء وزبائن عبر الحدود دون تكاليف سفر أو لوجستيات تقليدية معقدة.

في مجال الخدمات، تجاوزت الإنترنت فكرة السرعة إلى **تحقيق المرونة والذكاء في الأداء**، حيث أضحت الحكومات والمؤسسات العامة والخاصة توفّر منصات رقمية تُمكّن المواطن من استخراج الوثائق الرسمية، حجز المواعيد

[1] سالم حسام سالم عطا الله ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغير ثقافة القيم لدى الشباب المصري ، دراسة ميدانية بجامعة المنصورة ، مجلة كلية الآداب جامعة المنصورة، العدد 89 ، 2022 ، ص 136 .

[2] قدارة شوقي ، شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وعلاقتها بالقيم لدى الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي ، رسالة ماجستير، جامعة الوادي، الجزائر، 2022 ، ص 66.

دفع الفواتير، وحتى التصويت في بعض الدول، دون أن يغادر بيته. هذه السهولة لم تقلل من فاعلية الإنجاز، بل زادتها دقة وكفاءة، خاصة مع تطور الخوارزميات، الذكاء الاصطناعي، وسرعة الاتصالات[1].

ومن جانب آخر، فإن الإنترنت لم تفتح فقط أبواب الخدمة والمعلومة، بل كذلك بوابات **التفاعل الثقافي والتبادل الحضاري** إذ أصبح الإنسان المعاصر جزءًا من فضاء ثقافي رقمي متشابك، يتلقى ويُنتج محتوى يتفاعل مع قضايا عالمية، ويشارك في النقاشات الكبرى التي تعيد تشكيل المفاهيم والمعايير السائدة كل ذلك ساهم في بروز جيل رقمي جديد، أكثر وعيًا بالعالم، أكثر انفتاحًا على الاختلاف، ولكنه أيضًا أكثر حاجة إلى التوجيه والتمكين، والمواكبة النقدية.

لقد تعمق هذا التحول المعرفي والتقني بفضل التطور المتسارع في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، فدخلت هذه الوسائط في تفاصيل الحياة اليومية، وفرضت نفسها كأداة مركزية في مختلف القطاعات[2]، سواء الاجتماعية أو الاقتصادية أو التعليمية أو الثقافية وحتى السياسية ونتيجة لهذا الاعتماد المتزايد على الإنترنت، بات من الصعب تخيل سير الحياة العصرية من دونه، إذ تحولت الشبكة العنكبوتية إلى ركيزة أساسية ضمن البنية التحتية للمجتمعات الحديثة، وأسهمت في تعزيز قدرات الإنسان المعلوماتية والتفاعلية، ومكنته من إدارة معارفه وعلاقاته واتخاذ قراراته بطريقة أكثر ذكاء وفعالية.

غير أن هذا التوسع الكبير في استخدام الإنترنت لم يأتِ دون تحديات وتعقيدات، بل صاحبه واقع معقد يفرض علينا التأمل والتحليل فقد تغيّرت طبيعة العلاقات بين الأفراد، وأصبحت غير مستقرة أو دائمة، وصار من الصعب التنبؤ بالآثار بعيدة المدى لاستخدام الإنترنت، خصوصًا في ظل التسارع الكبير الذي يطبع هذا المجال. إن الإنترنت، باعتبارها وسيلة إعلامية واتصالية متطورة، أدخلت مجموعة من التفاعلات السلوكية والثقافية

[1] سكي سوسن ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجزائري ، دراسة ميدانية على عينة من شباب ورقلة ، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022 ، ص 36.

[2] بن سعيد آل سحيم محمد ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية القيم الجمالية والأخلاقية لدى طلاب مرحلة ما قبل الجامعي بالمملكة العربية السعودية، المجلة الدولية للبحوث التربوية والنفسية ، عدد 2 ،2022، ص 77.

والاجتماعية غير المسبوقة، والتي انعكست على المستوى الفردي والأسري والمجتمعي، وأدت إلى نشوء أنماط جديدة من القيم والتوجهات، كما أثّرت بشكل عميق في طرق التفكير وأساليب التعبير والتفاعل[1].

ومن أبرز مظاهر هذا التحول، بروز مواقع التواصل الاجتماعي كأداة محورية في تشكيل واقع الإنسان الحديث فقد ظهرت هذه الوسائط لتُحدث قطيعة نسبية مع الإعلام التقليدي وسرعان ما أثبتت نفسها كقوة اتصالية لا يمكن تجاهلها، لما لها من قدرة على تغيير أنماط حياة الأفراد، وتوجيه سلوكياتهم وتصوراتهم، والتأثير في المؤسسات الاقتصادية، والإعلامية، والخدماتية، [2]وغيرها وتكمن قوة هذه الوسائل في قدرتها على تيسير التواصل، وتسريع نقل المعلومات، وتوفير منصات تفاعلية حرة، تُمكّن المستخدمين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في صنع القرار، وبناء شبكات من العلاقات الاجتماعية الممتدة.

وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد فرصًا هائلة لتطوير قدراتهم المعرفية، وبناء شخصياتهم الرقمية وإبراز مواهبهم ومهاراتهم من خلال المحتوى الذي يُنتجونه بأنفسهم كما أصبحت هذه المواقع فضاءات للتعاون والتضامن والمساعدة الإنسانية، وساحات للتوعية وحشد الدعم للقضايا المجتمعية المختلفة، وهو ما عزز من مكانتها في الحياة العامة والخاصة واللافت أنها نجحت في تحقيق ما عجز عنه الإعلام التقليدي، خاصة فيما يتعلق بسرعة الانتشار، وفعالية التفاعل، وانخفاض التكلفة، وحرية النشر والتعبير، مما جعلها تُحدث تحولات اجتماعية وثقافية عميقة[3].

لقد خلقت هذه الوسائل وظائف ومجالات عمل جديدة لم تكن معروفة من قبل، مثل التسويق الرقمي، وصناعة المحتوى، وإدارة المجتمعات الافتراضية، بل وساعدت الأفراد على إنشاء منصاتهم الخاصة للتواصل

[1] جودة هيثم مؤيد ، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 50 ،2016، ص 143.

[2] نزيهة عثامنية ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2017 ، ص 56.

[3] جودة هيثم مؤيد ، المرجع السابق ، ص 145.

مع الأصدقاء والزملاء وأفراد الأسرة، ما أدى إلى نشوء علاقات افتراضية تبنى وتصقل لتتحول في كثير من الأحيان إلى علاقات حقيقية، تؤدي إلى مشاريع ميدانية أو مبادرات مجتمعية مؤثرة وتعمق هذا الدور حتى أصبح يُنظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي كإحدى "القوى الناعمة" التي تُسهم في تشكيل الوعي الجمعي، وتوجيه الرأي العام، وصياغة أنماط ثقافية وسلوكية جديدة تتماشى مع طبيعة العصر الرقمي، وما يفرضه من تحولات[1].

وفي هذا الإطار، كان لفئة الشباب النصيب الأوفر من هذا التأثير، إذ تُعد هذه الشريحة من أكثر الفئات استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي، وأكثرها عرضة لتأثيراتها المباشرة وغير المباشرة فقد أصبحت هذه الوسائل الإعلامية الجديدة تُشكل أحد المحاور الرئيسية في حياة الشباب اليومية، وتلعب دورًا كبيرًا في بلورة أنماط تفكيرهم، وتكوين مواقفهم من مختلف القضايا، بالإضافة إلى التأثير في قيمهم، وسلوكياتهم، ومظهرهم الخارجي ومدى توافقهم الأسري والاجتماعي ، ومن هنا، لم تعد مواقع التواصل تقتصر على وظيفة الترفيه أو تبادل الأخبار، بل غدت وسيلة فعالة في توجيه السلوك، وتشكيل الرأي، وصنع التوجهات الثقافية والنفسية.

إن قوة تأثير هذه الوسائل تكمن في عوامل عدة، أهمها الانتشار السريع، والإتاحة الواسعة، والجاذبية البصرية والتفاعلية، إضافة إلى ما توفره من حرية في التعبير والانخراط في النقاشات المجتمعية، وهو ما يمنح الشباب شعورًا بالتمكين والانتماء ومع ذلك، لا يخلو هذا الواقع من إشكاليات، إذ يواجه العديد من الشباب صعوبات في التوفيق بين الانفتاح الذي تتيحه الحياة الرقمية، وبين منظومة القيم والثوابت الثقافية والدينية والاجتماعية التي نشأوا عليها، مما يولد في كثير من الأحيان حالة من التوتر والتناقض الداخلي، تبرز في شكل صراعات هوياتية وسلوكية .

ومن هنا تبرز الحاجة الملحة إلى دراسة هذا الواقع الرقمي الافتراضي الجديد، وفهم انعكاساته على البنية النفسية والاجتماعية للشباب، والعمل على تأطير استخدام هذه الوسائط ضمن أطر تربوية وثقافية واضحة،

[1] نزيهة عثامنية ، المرجع السابق ، ص 57.

تحافظ على الهوية، وتعزز الانتماء، وتُوظف هذه الوسائل في اتجاهات إيجابية تخدم الفرد والمجتمع، بدل أن تكون مصدرًا للانفصال والانقسام والتشويش القيمي .

و لدراسة ذلك تم تقسيم الدراسة الى أربعة فصول ، حيث خصص الفصل الأول لموضوع الدراسة و اطارها المنهجي و الذي قسم الى مبحثين الأول حول موضوع الدراسة أما الثاني لمنهجية الدراسة ، بالإضافة الى الفصل الثاني لدراسة تحليلية حول مواقع التواصل الاجتماعي و القيم و بدوره قسم الى مبحثين حول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و ماهية الواقع القيمي على التوالي ، و جاء الفصل الثالث تحت عنوان علاقة مواقع التواصل الاجتماعي ببناء الواقع القيمي للشباب ليقسم الى مبحثين أيضا الأول حول ماهية الشباب و الثاني حول مواقع التواصل الاجتماعي و قيم ولتختتم الدراسة بفصل رابع لتحليل البيانات الميدانية و نتائجها من خلاله الى ثلاثة مباحث خصصت لتفريغ وتحليل البيانات ثم مناقشة نتائج الدراسة و أخيرا توصيات الدراسة.

.

الفصـــل الأول :

موضوع الدراسة و اطارها المنهجي

المبحث الأول : موضوع الدراسة

1- اشكالية الدراسة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة بفعل الثورة الرقمية التي أعادت رسم ملامح العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية على حد سواء فقد ساهمت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، بوسائطها المتعددة، في تقليص الفواصل الجغرافية والزمنية، وأعادت صياغة مفاهيم التفاعل والتواصل الإنساني في ظل بنية تكنولوجية متطورة فرضت نفسها على كل جوانب الحياة وتُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي إحدى أبرز تجليات هذا التحول، حيث أصبحت فضاءً تواصليًا جديدًا يتسم بالديناميكية والانتشار والتأثير الفوري، خاصة في أوساط الشباب، الذين يُعدّون الفئة الأكثر تفاعلًا واستخدامًا لهذه المنصات[1].

وفي الوقت الذي وفّرت فيه هذه الوسائل إمكانيات غير مسبوقة في التعبير، وبناء العلاقات، واكتساب المعرفة، إلا أنها أثارت أيضًا العديد من التحديات المرتبطة بالهوية، والسلوك، والقيم الاجتماعية، مما يجعل من الضروري النظر في انعكاسات استخدامها المتزايد على الفرد والمجتمع، وبخاصة في السياق العربي الذي يتميز بخصوصية ثقافية ودينية واجتماعية[2].

[1] العتيبي، خوله علي ، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة ، دراسة ميدانية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 92 ، 2024، ص4.

[2] البقمي نجلا سعود منير المرزوقي ، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، عدد 2 ،2020 ، ص 156.

لقد فرضت الثورة الرقمية نفسها كإحدى أكبر التحولات التي شهدها العالم المعاصر، حيث غيّرت جذريًا في أنماط الحياة والعلاقات وأساليب التفاعل الاجتماعي، وخصوصًا بعد الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت وما رافقها من ابتكارات تقنية، أبرزها وسائل التواصل الاجتماعي فقد أصبحت هذه الوسائط الرقمية الجديدة تشكّل مكوّنًا رئيسيًا في الحياة اليومية للإنسان المعاصر، لاسيما فئة الشباب، الذين يُعدّون الأكثر تأثرًا بها والأكثر استخدامًا لها وقد ساهمت هذه المنصات – بما توفره من تفاعلية آنية،[1] وحرية في التعبير، وتجاوز للحدود الزمانية والمكانية – في إعادة تشكيل مفاهيم التواصل والتفاعل الاجتماعي، وأعادت صياغة تمثلات الذات والآخر، وغيّرت في طبيعة العلاقات بين الأفراد والمجتمع.

وفي ظل هذا التحول الرقمي المتسارع، برزت مجموعة من الإشكالات الاجتماعية والثقافية والسلوكية المرتبطة بالاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في البيئة العربية التي تمتاز بثقلها القيمي والديني والاجتماعي فقد أظهرت العديد من الدراسات والظواهر الميدانية وجود تأثيرات متعددة الأبعاد لهذه الوسائل على الشباب، سواء على مستوى السلوك الفردي، أو نمط التفكير، أو القيم التي يتبناها، أو طبيعة العلاقات التي ينخرط فيها كما يُلاحظ أن هذه التحولات قد أثرت بشكل مباشر أو غير مباشر في مفاهيم الخصوصية،

1 المبارك الحسين محمد، وحسن الفاتح ، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، الفيسبوك أنموذجاً ، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، عدد 2 ، 2020، ص 137.

والانتماء، والهوية، والتواصل، والانخراط في الشأن العام، [1]وهو ما يُثير الحاجة إلى دراسة علمية معمقة تفكك هذا الواقع الجديد، وتكشف عن ميكانيزمات التأثير، وحدوده، ومجالاته، ونتائجه على المديين القريب والبعيد.

أمام هذا الواقع الرقمي المتغير باستمرار، بات من الضروري الوقوف عند هذا الموضوع بالدراسة والتحليل، من أجل فهم السياقات التي يُنتج فيها الشباب تفاعلاتهم الرقمية، وكيف يتعاملون مع المحتوى الرقمي، ومدى تأثرهم بخطابات مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة تلك المرتبطة بالهوية، والانتماء، والقيم الأخلاقية والدينية كما تزداد أهمية هذا الطرح بالنظر إلى ما تُحدثه هذه الوسائط من تحوّلات في بنية العلاقات الاجتماعية التقليدية، وأدوار المؤسسات الاجتماعية، والطرق التي بات الشباب من خلالها يشكّلون وعيهم، ويعبّرون عن ذواتهم، ويتخذون مواقفهم تجاه قضاياهم ومجتمعاتهم.

وبناءً على ما سبق، فإن الإشكالية الجوهرية التي تسعى هذه الأطروحة إلى معالجتها تنطلق من التساؤل الآتي:

ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي للشباب الجزائري عينة الدراسة ؟

2- التساؤلات الفرعية للدراسة :

انطلاقًا من الإشكالية العامة التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها، والمتعلقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التفكير والسلوك الاجتماعي والقيمي لدى فئة الشباب، تبرز الحاجة إلى تفكيك هذا الإشكال

1 الشيتى إيناس محمد إبراهيم ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب ، دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم ، مجلة البحوث الإعلامية ، عدد ، 2018 ، ص46.

المركّب إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تمكن من الإحاطة بجوانبه المتعددة، سواء ما تعلق بالبُعد التقني المرتبط بأنماط الاستخدام، أو البُعد الاجتماعي والنفسي والثقافي المتعلق بالآثار والمضامين.

ويُعد تناول هذه التساؤلات ضرورة منهجية لفهم طبيعة العلاقة المتشابكة بين الشباب و مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تسليط الضوء على طبيعة التفاعلات التي تحدث داخل الفضاء الرقمي، وانعكاساتها المتنوعة على الذات الفردية والجماعية، مع مراعاة الخصوصيات الاجتماعية والثقافية التي تحيط بهذه الفئة العمرية في السياق المحلي والعالمي.

وبناءً على ذلك، تنقسم الإشكالية الرئيسة إلى سلسلة من التساؤلات الفرعية، التي تسعى الدراسة للإجابة عنها بدقة وتفصيل كالتالي :

1) **ما دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ؟**
2) **ما نوع القيم التي تروج لها مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لعينة الدراسة ؟**
3) **ماهي العلاقة بين كثاف الاستخدام مواقع التواصيل الاجتماعي وتغير منظومة القيم لدى الشباب الجزائري عينة الدراسة؟**
4) **هل تختلف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المنصة أو المحتوى بالنسبة لعينة الدراسة ؟**
5) **الى أي مدى يتبني المستخدمون الشباب عينة الدراسة القيم المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي؟**

3- أهمية موضوع الدراسة

تنبع أهمية هذا الموضوع من تلاقي عدة اعتبارات معرفية وسوسيولوجية وواقعية، ما يمنحه طابعًا مركبًا يتجاوز الطرح الوصفي لظاهرة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" إلى تحليل أثرها البنيوي على القيم الاجتماعية في سياق متحول وتتمثل هذه الأهمية في بعدين رئيسيين: أحدهما **علمي/نظري**، والآخر **عملي/تطبيقي**، يمكن تفصيلهما على النحو التالي:

1. الأهمية العلمية والأكاديمية

- **الإسهام في سد فجوة بحثية ضمن الأدبيات السوسيولوجية المعاصرة**:

يقدّم هذا البحث مقاربة علمية تجمع بين التحليل النظري والدراسة الميدانية لواحدة من أكثر الظواهر تأثيرًا على النسيج القيمي للمجتمع، وهي ظاهرة التفاعل المكثف مع وسائط التواصل الاجتماعي. ويُعد من المحاولات القليلة – في السياق الجزائري – التي تتناول هذا الموضوع من زاوية أثره على تشكل وتغير النسق القيمي لدى فئة عمرية حاسمة هي فئة الشباب.

- **تقديم إطار نظري تحليلي لفهم آليات التغير القيمي**:

تسعى الدراسة إلى بناء إطار مفاهيمي يستند إلى الأدبيات الكلاسيكية والمعاصرة في علم الاجتماع (خاصة سوسيولوجيا القيم) لفهم كيفية تشكل القيم، وتحولها، وإعادة إنتاجها ضمن بيئة رقمية منفتحة، متعددة المرجعيات، وسريعة التغير، بما يثري الأدوات التحليلية المتاحة أمام الباحثين في هذا الحقل.

- **المساهمة في إثراء الحقل المعرفي المحلي والعربي حول الرقمنة والتغير القيمي:**

إن موضوع العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية والتحول في المرجعيات القيمية لا يزال مستجدًا في السياقات

العربية، ويطرح تساؤلات جديدة حول مفاهيم الانتماء، الهوية، المرجعية، والسلطة الرمزية، ما يجعل من هذه الدراسة إضافة نوعية للنقاش السوسيولوجي المتعلق بالحداثة الرقمية وتفاعلاتها المحلية.

.2 الأهمية العملية والتطبيقية

- **توفير معطيات ميدانية قابلة للاستثمار من قبل المؤسسات التربوية والثقافية:**

تتيح نتائج الدراسة إمكانات كبيرة لتصميم تدخلات واقعية تراعي التحولات القيمية لدى الشباب، لا سيما من خلال تطوير مضامين تربوية ومشاريع توعوية تُعزز قيم المواطنة الرقمية، والتفاعل المسؤول مع الفضاءات الافتراضية، مع الحفاظ على التوازن الهوياتي والثقافي.

- **مساعدة الفاعلين الاجتماعيين وصنّاع القرار على فهم التحولات القيمية الراهنة:**

تقدم الدراسة مؤشرات دقيقة حول طبيعة القيم التي يتبناها الشباب في ظل التفاعل المكثف مع وسائل التواصل، وهو ما يمكن أن يدعم عمليات اتخاذ القرار في مجالات التربية، الإعلام، السياسات الشبابية والتنمية الثقافية، من خلال تبني برامج ملائمة تواكب تطلعات هذه الفئة، وتواجه المخاطر القيمية المحتملة.

- **تشخيص الأثر القيمي للمحتوى الرقمي من منظور مزدوج: الوقاية والاستثمار:**

يمكن استخدام نتائج هذا البحث لرصد وتمييز الأنماط القيمية التي يروج لها المحتوى الرقمي، بما يساعد

على تبني مقاربات وقائية للحد من الآثار السلبية، وفي المقابل، تعزيز الاستخدام الواعي والإيجابي للفضاء الرقمي في نشر قيم التضامن، المبادرة، والانخراط في الشأن العام، في سياق بناء مواطنة رقمية فاعلة.

4- أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والمنهجية التي تندرج ضمن إطار فهم طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتحولات القيمية لدى فئة الشباب الجزائري، وذلك على المستويين الوصفي والتحليلي، ويمكن تحديد هذه الأهداف فيما يلي:

1. تحليل العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتغير تمثلات الشباب الجزائري للنسق القيمي التقليدي .

"الوقوف على مدى تأثير الاستخدام المتكرر والمكثف لمواقع التواصل الاجتماعي على التمثلات السائدة للقيم التقليدية (الدينية، العائلية، الثقافية)، والتحقق من وجود علاقة ارتباطية أو سببية بين هذين المتغيرين".

يرتكز هذا الهدف على تفكيك العلاقة بين **الكمّ الزمني والنوعي للتفاعل الرقمي**، وبين **التحولات في البناء التمثلي للقيم التقليدية** لدى الشباب الجزائري فالاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي لا يقتصر على مجرد تكرار الدخول اليومي، بل يشمل أيضًا طبيعة المنصات المستخدمة، نوعية المحتوى المتفاعل معه، وشكل الشبكات الاجتماعية الرقمية التي ينتمي إليها الفرد (المؤثرون، المجموعات، الصفحات) .

ويُفترض أن هذا الاستخدام المكثف يؤدي إلى:

- **زعزعة رسوخ القيم التقليدية** عبر عرض نماذج ثقافية بديلة ومغايرة، تحمل في طياتها دلالات جديدة للعلاقات الأسرية، للأدوار الدينية، ولأنماط السلوك الاجتماعي.
- **تشويش في تمثلات الهوية القيمية**، من خلال التفاعل مع محتوى يعيد إنتاج صور رمزية للعلاقات الاجتماعية والدينية بشكل ساخر، انتقادي، أو مبتور من سياقه المحلي.
- **إعادة ترتيب سلم القيم**، حيث تصبح قيم مثل الشهرة الرقمية، الحرية الشخصية، التعبير الذاتي، أو النزعة الفردانية أكثر جاذبية مقارنة بقيم الجماعة، الطاعة، أو الانضباط الاجتماعي.

يسعى هذا الهدف إلى التحقق من:

- **درجة ارتباط** بين عدد ساعات الاستخدام أو المنصات المستخدمة وتمثلات الشباب للقيم.
- **التحول في أنماط التقييم** تجاه مفاهيم مثل الطاعة الأبوية، الممارسات الدينية، التضامن العائلي، إلخ.
- **رصد المؤشرات التمثلية** الجديدة التي تشكّل مرجعية بديلة للقيم في أوساط الشباب.

يمثل هذا الهدف مدخلًا رئيسيًا لفهم التحول الثقافي والقيمي في المجتمع الجزائري من بوابة الشباب، حيث تتحول مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد أدوات ترفيه أو تواصل إلى فضاءات فاعلة في **إعادة إنتاج المعنى الرمزي للقيم**، وبالتالي التأثير على الهوية الثقافية والاجتماعية.

2. استكشاف أشكال القيم الجديدة المتداولة في الفضاء الرقمي وأثرها على وعي الشباب

"تروم الدراسة الكشف عن القيم الناشئة والمتداولة ضمن المحتوى الرقمي (مثل الفردانية، الحرية، قبول الاختلاف، النزعة الاستهلاكية...)، وكيفية تبني الشباب لها، وإدماجها ضمن منظومتهم القيمية، سواء بوعي أو دون وعي".

ينصبّ هذا الهدف على تحليل **ديناميات التحول القيمي** لدى الشباب في ظل تعرّضهم المتواصل لمحتوى رقمي مفرط التشبع بالرموز، والشعارات، والتمثلات الجديدة للحياة، والتي غالبًا ما تنبع من مرجعيات ثقافية مغايرة (غربية في أغلب الأحيان) وتُقدَّم بصيغ جذابة وعاطفية ومؤثرة بصريًا.

ويتعلق الأمر أساسًا برصد نوعين من القيم الرقمية الناشئة:

1. **قيم فردانية**: مثل الحرية الفردية، التعبير عن الذات، الاستقلالية عن العائلة والمجتمع، أولوية الرغبة الشخصية على القيم الجمعية.
2. **قيم استهلاكية ورمزية**: مثل تقديس المظهر، الانبهار بنمط العيش الغربي، تقييم الذات والآخرين من خلال ما يملكون (ماديات، علامات تجارية)، إضافة إلى قيم مثل "الترند"، "التفوق الرقمي"، و"الحضور اللامتناهي."

آليات التبني والتمثل:

- **التبني الواعي**: حيث يختار بعض الشباب الانخراط في هذه القيم كأداة للتعبير عن الذات أو التمرد على القيم التقليدية التي يرونها تقييدية أو بالية.
- **التمثل اللاواعي**: حين يتم إدماج هذه القيم بشكل غير مباشر عبر التكرار، التماهي مع المؤثرين، أو بفعل ضغط الجماعة الرقمية، دون أن يدرك الفرد ما تحمله هذه القيم من شحنات ثقافية أو أيديولوجية.

يكشف هذا الهدف عن مدى قدرة الوسائط الرقمية على أداء وظيفة **الاجتماع الرمزي الموازي**، حيث يُعاد إنتاج نظام قيمي جديد قد لا يكون متناغمًا مع البناء الاجتماعي التقليدي، بل يخلخل استقراره من خلال إدخال قيم هجينة وعابرة للسياقات، تتجاوز الرقابة الاجتماعية، وتنتشر بسرعة تفوق قدرة المؤسسات التربوية والدينية على مواكبتها أو احتوائها.

.3 رصد مظاهر الصراع القيمي لدى الشباب في ظل تباين المرجعيات بين القيم المحلية والقيم الرقمية .

"تسعى الدراسة إلى تحديد أشكال التوتر أو الازدواجية القيمية التي قد تنتج عن التفاعل المستمر مع مضامين رقمية عالمية، في مقابل منظومة قيم محلية تقليدية، ومدى تأثير هذا التوتر على مواقف الشباب وسلوكياتهم وانتماءاتهم".

يتأسس هذا الهدف على فرضية مركزية مفادها أن الشباب الجزائري يعيش حالة من **الازدواج القيمي (Ambivalence axiologique)**، نتيجة التفاعل اليومي مع فضاء رقمي عابر للحدود، حافل بمرجعيات ثقافية

جديدة، يروّج لقيم تتسم بالحداثة والانفتاح والفردانية، مقابل منظومة قِيَمية محلية تتميز بالجماعية، والضبط الاجتماعي، والتقاليد.

هذا التفاعل المستمر قد لا ينتج بالضرورة تغيّرًا كاملاً في المنظومة القيمية، بقدر ما يولّد حالة من **الصراع الداخلي أو التوتر القيمي**، يمكن أن تتجلى عبر:

- التذبذب في تبنّي المواقف (بين الأصالة والمعاصرة، بين القيم الدينية والانفتاح الجنسي، بين قيم العائلة وحرية القرار الشخصي....)
- التصرفات المتناقضة أو **الازدواج السلوكي** (سلوك رقمي متحرر مقابل سلوك واقعي محافظ) .
- تراجع الشعور بالانتماء أو تشوش الهوية، نتيجة عدم القدرة على التوفيق بين القيم المتضادة.

و يتجلى ذلك في المفاهيم التالية:

- **التوتر القيمي**: هو الوضع الذي يجد فيه الفرد نفسه ممزقًا بين مجموعتين من القيم، قد تتعارضان أو تتزاحمان، مما يؤدي إلى قلق معرفي وسلوكي.
- **الازدواجية القيمية**: تعني التعايش المتناقض بين منظومتين قيميّتين داخل نفس الذات، إحداهما موروثة ومحلية، والأخرى مكتسبة من بيئات ثقافية وافدة (الرقمية هنا).

السياق الرقمي كمصدر للتوتر:

مواقع التواصل الاجتماعي بما تحتويه من:

- **نماذج حية للعيش الحديث** .
- **مؤثرين يروّجون لقيم جديدة**.
- **محتويات ترفيهية، استهلاكية، جندرية، وهوياتية**.

تدفع الشباب نحو إعادة التفكير في مسلّماتهم القيمية، إما بالتشكيك، أو بالتجاوز، أو بمحاولة التوفيق بين ما لا يمكن التوفيق بينه.

يكشف هذا الهدف عن التحولات العميقة وغير المرئية في بنية التفكير القيمي لدى الشباب، ويفتح المجال لتفكيك **الاغتراب القيمي** الذي قد يؤدي إلى:

- الانسحاب من الحياة الاجتماعية.
- التمرد على السلطة الرمزية (الأسرة، المدرسة، الدين).
- أو تبني موقف انتقائي هجيني يجمع بين ما هو محلي وعالمي بشكل انتقائي.

4 . **تشخيص الأثر غير المباشر لمواقع التواصل على الانضباط السلوكي والأخلاقي لدى الشباب.**

تهدف الدراسة إلى تحليل تأثير الأنماط السلوكية والإعلامية المنتشرة على مواقع التواصل، والتي قد تؤدي – بشكل غير مباشر – إلى تآكل بعض القيم الاجتماعية كالاحترام، الانضباط، والامتثال الجماعي، واستبدالها بأنماط فردانية أو استهلاكية أو عدمية.

5- صعوبات الدراسة

1-5 صعوبات منهجية:

- **تحديد وقياس "الواقع القيمي":** القيم مفاهيم مجردة ومعقدة، من الصعب تحديدها بدقة وقياسها بشكل كمي وموضوعي إذ تحتاج إلى اختيار أو تطوير أدوات قياس مناسبة لسياق الشباب الجزائري.
- **إثبات العلاقة السببية:** من الصعب إثبات وجود علاقة سببية مباشرة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتغيرات في القيم. هناك العديد من العوامل الأخرى التي تؤثر في تشكيل قيم الشباب (الأسرة، المدرسة، الأصدقاء، الثقافة، الإعلام التقليدي) قد تظهر الدراسة وجود ارتباط، لكن إثبات السببية يتطلب تصميمًا بحثيًا قويًا.
- **اختيار عينة الدراسة:** كان من الصعب الحصول على عينة تمثيلية حقيقية للشباب الجزائري المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي تحديد الحجم المناسب للعينة وطريقة اختيارها لضمان تمثيلها لمختلف الفئات العمرية والمناطق والخلفيات الاجتماعية والاقتصادية قد يمثل تحديا.

- **جمع البيانات:** تواجهت الباحثة صعوبات كبيرة في جمع البيانات من الشباب بسبب عدم رغبتهم في المشاركة، أو صعوبة الوصول إليهم، أو تقديم إجابات غير دقيقة أو متحيزة خاصة فيما يتعلق بقضايا القيم التي قد يعتبرها البعض شخصية أو حساسة.
- **تطور منصات التواصل الاجتماعي السريع:** تتغير منصات التواصل الاجتماعي باستمرار من حيث الخصائص والمحتوى والجمهور هذا التطور السريع قد جعل بعض البيانات التي يتم جمعها قديمة أو غير ذات صلة بحلول نهاية فترة الدراسة.
- **تحليل البيانات المعقدة:** تحليل البيانات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم كان معقدًا ويتطلب مهارات إحصائية وتحليلية متقدمة.

2-5. صعوبات عملية ولوجستية:

- **الوصول إلى مصادر المعلومات:** قد يكون الوصول إلى بعض المصادر الأكاديمية والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع في السياق الجزائري محدودًا.

3. صعوبات تتعلق بمفهوم "بناء الواقع القيمي":

- **الطبيعة الذاتية للقيم:** القيم شخصية وذاتية وتتغير بمرور الوقت وبتأثير التجارب المختلفة فهم كيف يتم "بناء" هذا الواقع القيمي من خلال تفاعل معقد قد يكون صعبًا.
- **تداخل التأثيرات:** من الصعب فصل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عن تأثيرات أخرى تساهم في بناء الواقع القيمي للشباب.

6- ضبط متغيرات الدراسة

6-1 الأثر

أولًا: لغةً

كلمة **"الأثر"** في اللغة العربية مأخوذة من الفعل **"أثَرَ"**، ويُقال: أثَرت الشيءَ أثرًا، أي تركته أو خلّفته[1].

- ومعناها: **البقيّة مما يُترك بعد الفعل أو الحركة**.
- ومن معانيها أيضًا: العلامة، أو ما يدل على وجود شيء مضى، مثل قولنا: *أثر القدم في الرمل*، أي العلامة التي تدل على أن شخصًا مرّ من هناك.

ورد في **لسان العرب**: الأثر هو "العلامة، والجمع آثار. ويُقال أثَر في الشيء أي ترك فيه علامة[2]."

- الأثر في اللغة كما ورد في معجم الوسيط "أثر فيه ترك فيه أثر، تأثر الشيء ظهر عليه الأثر وبالشيء تتبع أثره.[3]
- أما في معجم لسان العرب فالأثر بمعنى بقية الشيء ومعه أثار وأثور.[4]
- أما معجم غريب القرآن للأصفهاني: فالأثر: أثر الشيء حصول ما يدل على وجوده، يقال أثر وأثر و الجمع الآثار، قال تعالى:" وقفينا على آثارهم برسلنا وآثارا في الأرض."[5]

[1] RHRINGOLD, Howard, The Virtual Community, Homesteading on the Electronic Frontier Revised Edition, Cambridge, Mass, MIT University Press, 2000,p42.

[2] حمد بدر، أصول البحث العلمي ومنامجه، وكالة المطبوعات، الكويت،1984 ، ص 28 .

[3] معجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، ط1، مكتبة الشروق الدولية، مصر ،2004، ص5.

[4] معجم لسان العرب، لابن منظور، دار مادر، الجزء الأول ،2003، ص38.

[5] معجم غريب القرآن، للراغب الأصفهاني، متاح على موقع: Islamic.Book.ws. 2010. تاريخ الزيارة في 2022/03/03 على الساعة h15:00.

- **اصطلاحا:**

عرفه السعيد بومعيزة بأنها تلك العلاقات التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقات من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها،وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة.[1]

- كما أن كلمة أثر في الإعلام ترجع إلى أي نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء في ذلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة.[2]

ويمكن أن يكون الأثر آنيا كما يمكن له أن يتجسد بصفة تدريجية عبر الزمن وهو الأمر الذي يصعب مهمة

الباحث في قياس ذلك.[3]

- والأثر حسب دراستنا هو قياس مدى تأثير المواقع الاجتماعية في بناء الواقع القيمي للشباب الجزائري من وراء امتلاكهم لحسابات شخصية عبرها وتعرضهم لمتخلف مضامينها.

---

[1] السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006/2005، ص 29-30.

2 سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة ،1998، ص152.

3 عبد الرحمن عزي، أثر الوسائل السمعية البصرية على نظام القيم، أنماط الاستهلاك في المجتمع الريفي الوسيطي، مجلة علمية بحوث، العدد1، 1992-1993، ص41-40.

2-6 الاستخدام

أولًا: التعريف لغةً[1]

كلمة **"الاستخدام"** في اللغة العربية مأخوذة من الفعل **"اِسْتَخْدَمَ"**، ويعني:

- **طلب الخدمة** أو **طلب من غيره أن يخدمه**.
- وقد يأتي أيضًا بمعنى **الانتفاع بشيء في أداء وظيفة أو غرض معين**.

جاء في معاجم اللغة:

"اِسْتَخْدَمَ فلانًا" أي طلب منه أن يخدمه.

" اِسْتَخْدَم الشيءَ" أي استعمله أو انتفع به.

استخدام (اسم:) مصدر اسْتخْدمَ .

- استخدام المرأة أو الرجل = اتخاذها خادمة أو خادما.
- استخدام آلة: استعمالها.
- استخدام كل الإمكانات: استغلالها.

* استخدام(اسم):استخدم =مصدر استخدَم.

* استخدم، توظيف: في قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، عمل يأجر.

* استخدام بدون تصريح: استخدام بطاقة ائتمانية من قبل شخص عبر حاملها. المعتمدة وتعني un authorized use.[2] بالانجليزية

[1] نديم منصوري، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014 ،ص 21.

ثانيًا: التعريف اصطلاحًا[1]

لهم فيه عبارتان:

* العبارة الأولى: أن يؤتى بلفظ له معنيان فأكثر مرادا به أحد معانيه،ثم يؤتى بضميره مرادا به المعنى الآخر.

* العبارة الثانية: أن يؤتى بلفظ مشترك بين معنيين، ثم بلفظين يخدم كل واحد منها معنى، وهذه طريقة بدر الدين ابن مالك في (المصباح.)[2]

-ويشير الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة، إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟.

-إن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى تكنولوجيا ما بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا (ماديا) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا.[3]

-ويبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة إلىجهد أو نشاط يتوفى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع، (يحتمل الكثير من الدلالات النظرية والتطبيقية) يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني.

---

[2] معجم المعاني الجامع-عربي عربي- ، متاح عبر موقع،https://www .almaany.com تاريخ الزيارة 2022/01/02، التوقيت23:20h.

[1] GEORGES, Fanny, L'identité numérique sous emprise culturelle, De l'expression de soi à sa standardisation, Les cahiers du numérique, 2011, p 31.

[2] متاح على موقع، www.hadith.net، تمت الزيارة يوم 2022/01/02، التوقيت 23:30h.

[3] نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباعات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر ،2008/2007، ص23.

يختلف المعنى الاصطلاحي حسب المجال، لكن يمكن تقديم تعريف عام وشامل:

الاستخدام اصطلاحًا:

هو **توظيف شيء أو شخص لتحقيق غرض معين أو أداء وظيفة ما في سياق معين**، سواء كان ذلك الشيء ماديًا (كأداة أو آلة) أو معنويًا (كاللغة أو المصطلحات أو المعلومات)

أمثلة حسب السياق:[1]

- **في اللغة:**

"استخدام الكلمة في سياق معين" أي توظيفها للدلالة على معنى معين.

- **في الاقتصاد:**

"استخدام الموارد" أي توظيفها للإنتاج أو الاستهلاك.

- **في التكنولوجيا:**

"استخدام الحاسوب" أي تشغيله والاستفادة منه في أداء المهام.

3-6 شبكات التواصل الاجتماعي

لغةً[2]:

- الشبكة في اللغة: هي كل شيءٍ متداخل ومترابط، كشبكة الصياد، أو شبكة العنكبوت.
- التواصل من "وصل"، أي الربط والوصل بين شيئين، والتواصل يعني الترابط والاستمرار في الاتصال بين الأفراد.

[1] المرجع نفسه، ص23.

[2] كلثوم بيبيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي، من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان 33 و34 ،مركز الوحدة العربية، بيروت، 2016 ،ص 74.

إذًا، لغويًا، "شبكات التواصل" تعني: الأنظمة أو الوسائل التي تُستخدم في ربط الناس ببعضهم البعض بشكل مترابط ومُتواصل.

-كما أشار إليها الرازي بأنها مشتقة من: الخلط وا لتداخل، و اشتبك الظلام اختلط.

-أما التواصل فيعرف في اللغة كما أشار إليه الفيومي بقوله:"وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع.[1]

.شبكات التواصل الاجتماعي اصطلاحاً[2]:

هي مجموعة من المنصات أو المواقع الإلكترونية التي تتيح للأفراد إنشاء محتوى خاص بهم، والتفاعل مع الآخرين عن طريق النشر، التعليق، الإعجاب، والمشاركة، وتُستخدم للتواصل الاجتماعي، تبادل الآراء، نشر الأخبار، الترفيه، التعليم، التسويق، وغيرها[3].

ومن أبرزها: فيسبوك، تويتر (إكس)، إنستغرام، واتساب، تيك توك، يوتيوب...

مثال على تعريف اصطلاحي موسع:

شبكات التواصل الاجتماعي هي "بيئات رقمية تفاعلية، تسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات تعريف شخصية، وبناء علاقات افتراضية، ومشاركة محتوى نصي، صوتي، أو مرئي، ضمن مجتمع واسع النطاق قائم على الاتصال الفوري والمستمر."

[1] فهد بن علي طيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا"، جامعة الملك سعود، كلية الملك خالد العسكرية، ص201.

[2] PATENAUDE, Pierre , La zone réductible d'intimité, 10eme congre international de droit comparé Budapest, 1978, p 183.

[3] عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2006 ،ص 76.

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظاهرة مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2،0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ...الخ)،كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي اتيحو للعرض.[1]

وعرفها(Andurson) "هي أدوات تدعم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من خلال شبكة الانترنت مثل:منتديات الحوار، وتبادل الملفات الشات،المدونات، وخلاصات المواقع والعالم الافتراضي، وهذه جميعا مواقع تعمل معا على إبقاء تحكم الأفراد في وقتهم ونشاطهم، وعلاقاتهم معبعض.[2]

وتعرف بأنها مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاءولمشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين

مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.[3]

[1] ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، الأردن، عمان ،2015، ص 200.

[2] جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع عمان 2015، ص22.

[3] مروى عصام صلاح ، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر ،2015، ص246.

***التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي:**

هي عبارة عن مختلف المنصات الإلكترونية المتوفرة على شبكة الانترنت من تويتر ويوتيوب وانستغرام وفيسبوك تيكتوك ...الخ تتاح الفرصة من خلالها للأفراد للتعارف والتواصل في بيئة افتراضية سواء كانوا أصدقاء متعارفين في الواقع أو غير متعارفين فيما بينهم ويكون ذلك التعارف عن طريق إجراء محادثات فورية ورسائل خاصة أو فيديوهات أو البريد الالكتروني أو غيرها من الخدمات المتوفرة عبر الوسائط المتعددة.

4-6 القيم [1]

لغةً:

- **القيمة** في اللغة مأخوذة من **"قَوَمَ، يقوم، قِيَمةً"**، أي الثَّبات والاستقامة.
- وتُطلق **"القيمة"** على **القدر، والثمن، والمكانة**، فيُقال: "له قيمة عظيمة"، أي **مكانة أو أهمية**.

فالقِيَم جمعُ قيمة، وهي ما يُقدَّر به الشيء من حيث الأهمية أو الفائدة أو الاستحقاق.

القِيَم اصطلاحاً:

- القيم هي **مجموعة من المعايير أو المبادئ** التي يُقدّرها الأفراد أو المجتمعات، وتوجه **سلوكهم واختياراتهم**، وتحدد ما هو **صحيح أو خطأ، مقبول أو مرفوض، جيد أو سيئ**[2].
- تُعد القيم أساسًا في بناء الثقافة والهوية، مثل: **الصدق، الأمانة، الحرية، العدالة، الاحترام، التعاون...**

[1] المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع المبرية،1992 ، ص 198.

[2] حمزة عبد الرحمان جمال الدين، الحق في الخصوصية في مواجهة حق الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية،2005 ، ص 24.

- مفهوم يدل على مجموعة "من التصوارت والمفاهيم التي تكون إطا أر للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات، والتي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته ويراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد من خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة".[1]

- **_التعريف الإجرائي:**

- نقصد بالقيم تلك القواعد والمبادئ والمعايير التي مصدرها الدين الإسلامي ويتم تعلمها عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة.

مثال على تعريف اصطلاحي موسع[2]:

"القيم هي تصورات جماعية أو فردية لما ينبغي أن يكون، توجه السلوك الإنساني، وتشكل مرجعا للتمييز بين ما هو مرغوب فيه وما هو غير مرغوب فيه في المجتمع".

5-6 الشباب

لغةً[3]:

- **"الشباب"** من الفعل **"شَبَّ – يَشِبُّ"**، أي نَمَا وازدهر وقَوِيَ.

- و**الشباب** هم **الفئة العمرية** التي تقع بين **الطفولة والكهولة**، ويُقال: "شاب يشِبُّ شَباباً"، أي بلغ مرحلة القوة والنضج.

ويدلّ اللفظ لغويًا على: **القوة، النشاط، الحيوية، والنماء**.

[1] على خليل مصطفى، القيم الإسلامية والتربية ، د ارسة فى طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها، مكتبة ابراهيم حلبى، المدينة المنورة، 1988، ص34 .

[2] HAKKI, Mamdouh, Dictionnaire juridique, librairie du Liban, 1991, p 157.

[3] CHALLAH, YOUSSEF, Dictionnaire des thèmes juridiques et commerciaux, librairie du Liban, p 166.

الشباب اصطلاحا:

حظي مفهوم الشباب باهتمام العديد من علماء النفس والاجتماع و التربية كما تعددت محاولات وجهود المشتغلين مع الشباب لتوضيح ماهية الشباب و تباينت فيما بينها فمنها ما يوضح مفهوم الشباب وفقا لمعيار الزمن (السن) ومنها ما يتناوله من خلال الخصائص والحاجات وكذلك نجد من يحدد مفهوم الشباب في ضوء البلوغ، الجنس والنمو الجسدي أو في ضوء النضج والتكامل الاجتماعي للشخصية إلى غير ذلك من الدلالات.

- اصطلاحاً، يُقصد بـ **الشباب** تلك **الفئة العمرية التي تقع بين مرحلة البلوغ والنضج الكامل أو الكهولة**، والتي تتميّز بالقوة الجسدية والنفسية، وبالقدرة على **العطاء والإبداع، وبناء الذات والمجتمع**.
- وتختلف التحديدات العمرية حسب الجهات، لكن غالبًا ما يُعتبر الشباب هم من تتراوح أعمارهم بين **15 إلى 35 سنة**.

مثال على تعريف اصطلاحي موسع:

"الشباب هم الفئة الاجتماعية التي تمثل مرحلة الانتقال من الاعتماد إلى الاستقلال، وتمتاز بالقابلية للتعلم والتغيير والمساهمة الفعالة في التنمية المجتمعية".

ومع ذلك فان المفهوم الذي يلقى قبولا هو"أن الشباب مرحلة يكون فيها الإنسان قادرا ومستعدا على تقبل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات الجديدة التي من خلالها يستطيع العيش في المجتمع والتفاعل مع الأفراد والجماعات".[1]

[1] إحسان محمد حسن، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1998، 1989، ص 19.

_التعريف الإجرائي:

إن مفهوم الشباب في هذه الدراسة نعني به الأفراد الذي تجاوز سنهم الثامنة عشر الى غاية الثلاثون سنة و يستخدمون شبكات الانترنت، حيث يكون قد اجتازوا مرحلة المراهقة وقد تم اختيارنا لهذه الفترة من فئة الشباب لاعتبار أنها الفترة الأقصى أداء من النواحي الوظيفية للجسم والعقل والوجدان ولتميزهم بالحركية والحيوية في الحياة والتطلع إلى كل ماهو جديد.

7- المقاربة المنهجية : نظرية بناء الواقع[1]

7-1- الجذور الفكرية

ترتكز هذه الدراسة على **نظرية بناء الواقع (The Social Construction of Reality)** التي صاغها **بيتر برغر وتوماس لوكمان** سنة 1966، والتي تعد من أهم الطروحات السوسيولوجية لفهم كيفية تشكُّل الواقع الاجتماعي انطلاقًا من التفاعلات البشرية والمعاني المتبادلة.

تؤكد النظرية أن الواقع ليس معطىً موضوعيًا قائمًا بذاته، بل هو **نتاج تراكمي لعمليات الفهم والتأويل الاجتماعي** من خلال اللغة، والتفاعل، والمؤسسات، وهو ما يجعل من القيم الاجتماعية والتمثلات النفسية والاجتماعية نتاجًا لهذا البناء المشترك[2].

7-2 المجتمع واقع موضوعي وذاتي

تطور التحليل الظاهراتي خلال العقد الأخير من القرن العشرين ليضيف أبعاد جديدة للقضايا الأساسية للظاهراتية على يد كل من بيتر برغر وتوما لوكمان.

---

[1] Peter L. Berger and Thomas Luckmann, The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge , New York, Anchor Books, 1966,p56.

[2] LAMIZET, Bernard , Dictionnaire Encyclopédique de Sciences de l'Information et de Communication, Ellipses, France,1997, p 207.

ولد توماس لومان عام 1927 في سلوفينيا أما بيرجر ، فكان مولده عام 1929 في فيينا وحصل على درجة الليسانس من كلية " فاجنر" Wagner College ولكنه هاجر إلى الولايات المتحدة كغيره من العلماء الألمان الذين نزحوا من ألمانيا نتيجة الظروف النارية، وحصل على الماجستير والدكتوراه في الفترة من (1945-1950) في المدرسة الجديدة للبحث السوسيولوجي، وتتلمذ خلال هذه المرحلة على أيدي " ألفرد سوتز" ولكنه ما لبث إن اكتسب شهرة كبيرة وقام بالتدريس في العديد من الجامعات الأمريكية، وكان آخر منصب تقلده أستاذ لعلم الاجتماع في جامعة بوستن Boston Univ ويعتبر مؤلفه " التشكيل الاجتماعي للواقع " The Social Construction of Reality الذي نشر عام 1966 بالمشاركة مع زميله " توماس لوكمان" T.Luckman من أهم إسهاماته في النظرية الفينومينولوجية[1].

انطلق بيتر بيرغر ولوكمان في كتباهما " التشكيل الاجتماعي للواقع " من منظور علم اجتماع المعرفة ، لقد ركزا على العملية التي يصبح بموجبها أي جسم معرفي مقبولاً اجتماعيا كواقع ، إن ما يقصدانه من " تشكيل الواقع " هو العملية التي يخلق الناس بواسطتها باستمرار، ومن خلال أفعالهم وتفاعلاتهم واقعا مشتركا والذي يخبر باعتباره واقعيا من الناحية الموضوعية وذا معنى من الناحية الذاتية، إنهما يفترضان بأن الواقع اليومي يمثل نسقا تم بناؤه اجتماعيا ويضفي الناس عليه نظامًا معينا من الظواهر اليومية إنه واقع يتضمن كلاً من العناصر الذاتية والموضوعية يقصد بالذاتي بالنسبة لبيرغر ولوكمان أن الواقع ذو معنى شخصائي بالنسبة للفرد، أما المقصود بالموضوعي فهو النظام الاجتماعي أو العالم المؤسسي الذي ينظر إليه باعتباره منتجًا إنسانياً

[1] بيير بيرجيه و توماس لوكمان ، المرجع نفسه ، ص 58.

قدم عمل بيتر بيرغر فرعًا آخر من علم الاجتماع الظاهراتي حيث ظهرت المرتكزات النظرية لأعمال بيرغر في مؤلفه المشترك مع ثوماس لوكمان Thomas Luckmann والموسوم " التشكيل الاجتماعي للواقع " The Social Construction of Rty والمنشور في عام 1966[1].

إن قلب هذه النظرية يتعامل مع التساؤل حول كيفية تشكيل الواقع اليومي اجتماعيا كما يوضح بيرغر ولوكمان " كيف من الممكن أن تصبح المعاني الذاتية حقائق واقعية موضوعية ؟ ".

بالإضافة إلى ذلك سعي "بيرجر" لتوضيح تصوره حول عملية تشكيل الواقع باعتبارها عملية مستمرة سعى الأفراد لإيجادها عن طريق أفعالهم وتفاعلهم وخلق واقع مشترك يتكون من خبرتهم عن الحقائق الموضوعية والمعاني الذاتية، **وهذا ما جعل "بيرجر" يصنف نوعين من الواقع:**

أولا: الواقع الذاتي Subjective Reality الذي ينعكس من خلال المعنى الذاتي الذي يدركه الأفراد.

أما ثاني الواقع الموضوعي Objective Reality فإنه يرتبط بالنظام الاجتماعي أو العالم النظامي والذي يعتبر نتاجا للإنسانية وهذا ما أشار إليه بيرجر في دراسته حول العرش المقدس The Sacred Conopy، ومناقشته الأفكار متعددة ترتبط بالواقع سواء أكان ذاتيا أو موضوعيا وكيفية تكوين أو ظهور هذا الواقع حسب أنماط معينة من المواقف والعمليات الاجتماعية، كما يعتبر أنماط الواقع مطلبا أساسيا لاستمرارية النظام الاجتماعي ككل .

بإيجاز حرص بيرجر على تأكيده بأن علم اجتماع المعرفة ودراسة الواقع يمكن أن تعتبر نوع من الدراسات المتوسطة بين التحليلات السوسيولوجية الكبرى والصغرى بصورة عامة.

[1] مرجع نفسه ، ص 59.

3-7 أبرز المفاهيم المؤسسة للنظرية [1]:

- " الواقع ليس معطىً موضوعيًا" بل هو نتاج عمليات تفاعلية مستمرة.

- " القيم والمعاني تُبنى اجتماعيًا" عبر اللغة والرموز والممارسات اليومية.

- "المؤسسات الاجتماعية" (مثل الأسرة، التعليم، الإعلام) هي "وكلاء" تنقل هذه القيم وتجسدها.

4-7- المرتكزات الأساسية للنظرية[2] :

يمكن النظر إلى نظريتهما باعتبارها محاولة لتجسيد المستوى التحليلي السوسيولوجي قصير المدى والمستوى بعيد المدى، وهي المحاولة التي قام بها قلة من المنظرين الاجتماعيين، إن المفاهيم الأساسية في نظرية بيرغر ولوكمان والتي وصفاها بأنها تمثل مراحل في تطور الأحداث ضمن عملية ديالكتيكية هي: التشييءInternalization والاستدماج Objectivation والموضعة Externalization

1- **التشيء Externalization :** التحول نحو الخارجية والمقصود بهذا العنصر هو تحويل التشكيل الاجتماعي للواقع نحو الخارجية، حيث يتم تحويل الوعي الفردي أو الذاتي لجعل النشاط الإنساني موجها لخلق العالم الاجتماعي للأفراد ولاسيما أن عملية تكوين النظام والعالم الاجتماعي تعتبر عملية مستمرة وباعتبارها نتاجا للنشاط الإنساني المستمر.

وهكذا فإن للتشييء بعدان؛ **من جهة يعني أن البشر قادرين على ابتداع واقع اجتماعي جديد مثل تشكيل صداقة جديدة أو البدء بعمل جديد**، ومن جهة أخرى يعني **أن البشر قادرين على إعادة ابتداع**

[1] مرجع نفسه ، ص 62.

[2] مرجع نفسه ، ص 66.

المؤسسات الاجتماعية عن طريق تشييئهم المستمر لها، مثل صيانة وتجديد الصداقات القديمة أو دفع ضريبة الدخل ,

2- الموضوعية Objectivity : تلك العملية التي تتم بواسطة الأفراد في حياتهم اليومية العادية وباعتبارها نوع من النظام أو الأوامر التي توجه الأفراد نحو التحقق من الموضوعات والأشياء التي توجد في عالمهم الخارجي، **كما أن اللغة تساعد الأفراد لتحقيق تلك العملية بصورة مستمرة، وفهم الواقع الخارجي**.

تمثل الموضعة عملية يدرك الأفراد بواسطتها الحياة اليومية باعتبارها منظمة وواقعا مرتبا مسبقا يفرض نفسه لكنه مستقل عن البشر، ويوضح بيرغر ولوكمان أنه بالنسبة للفرد " يظهر واقع الحياة اليومية مموضعا بشكل مسبق أي تشكل بواسطة نظام من الموضوعات قبل ظهوري على المسرح "[1].

وتمثل اللغة الوسيلة التي تصنف بواسطتها الموضوعات على نحو ما ويوضح بيرغر ولوكمان أن الموضعات Objectivations العامة للحياة اليومية تصان بشكل أساسي بواسطة التعبيرات اللغوية".

3- الاندماج Interatization : يعتبر هذا العنصر جزءًا هاما بالنسبة للعملية الديالكيكتية الاجتماعي للواقع، فهي بمثابة عملية التنشئة التي يتم من خلالها إضفاء طابع الشرعية للعالم النظامي أو المؤسساتي الذي يضمن وجود واستمرارية عملية التشكيل الاجتماعي، كما أن عملية التنشئة تظهر عن طريق وجود درجة عالية من التنسيق بين كل من الواقع الذاتي والموضوعي، وبالطبع إن هذا التصور يماثل تحليلات " تالكوت بارسونز T.Parsons حول التنشئة الاجتماعية[2].

[1] مرجع نفسه ، ص 71.

[2] مرجع نفسه ، ص 77.

المرحلة الثالثة في العملية الديالكتيكية هي الإندماج أو الاستدماج، وتمثل نوعا من التنشئة الاجتماعية التي يتم بواسطتها ضمان شرعية النظام المؤسسي، بالنسبة لبيرغر فإن التنشئة الناجحة تعني أن هناك درجة عالية من التساوق بين الواقع الموضوعي والذاتي وبين الهوية الموضوعية والذاتية، إن عملية الاستدماج بالنسبة لبيرغر توازي عملية التنشئة الاجتماعية بالنسبة لبارسونز والتي يقوم الأفراد فيها باستدماج أي يجهلوا خاصتهم الواقع الاجتماعي الموضع مع نتيجة أن كل واحد تقريبا يمثل ما كان ينبغي أن يكون عليه.

إن هذه المراحل أو العمليات أو المفاهيم الغنية معرفيا، تجمع بين مزايا الدراسات السوسيولوجية الصغرى والكبرى، لاسيما النظرية الوظيفية، الأمر الذي يظهر في محاولة تركيز كل منها على القيم والأفكار والمعرفة والمعايير، باعتبارها العناصر الأساسية التي تشكل طبيعة النظام الاجتماعي، كما أنها تسهم في عملية التنشئة المستمرة للأعضاء أو الأفراد الحاليين الجدد، ولكن دون استثمارها في فهم وتفسير علاقات القوة وبناءاتها، وما يمكن أن تموضعه هذه القوة وتجعله رائجا للإستدماج، وإذا ما تم التركيز على مؤسسات القوة واحتواء دراسة الظواهر الاجتماعية المعقدة التي تفاقمت خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين، فان الفجوة تصبح أكثر وضوحا ، حيث هناك عمليات إجبار وانتقاء ومعايير مشوهة يجرى إستدماجها .[1]

- نقد النظرية

1. إهمال العوامل المادية:

- الماركسيون (مثل بورديو Bourdieu) يرون أن البنية الاقتصادية تحدد القيم أكثر من التفاعلات الرمزية.

2. النسبية المفرطة:

- إذا كان كل واقع منتجا اجتماعيا، كيف يفسر الثوابت البيولوجية أو الطبيعية؟

[1] مرجع نفسه ، ص 78.

3. دور السلطة:

- نظرية فوكو (Foucault) تؤكد أن السلطة تهيمن على عملية البناء (مثل: من يتحكم في خوارزميات السوشيال ميديا؟).

و في سياق الإعلام الجديد، وتحديدا **مواقع التواصل الاجتماعي**، أصبح الفضاء الرقمي مجالا مفتوحا لإعادة بناء الواقع وتشكيله، لا سيما لدى **فئة الشباب** الذين يمثلون الفئة الأكثر تفاعلا وتأثرا بالمحتويات الرقمية. فالقيم لم تعد تبنى فقط من خلال الأسرة أو المدرسة أو المجتمع المباشر، بل أصبحت تتشكل داخل فضاء رقمي مفتوح تتعدد فيه الخطابات والمرجعيات. [1]

من هذا المنطلق، تنطلق الدراسة من فرضية مفادها أن **الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي** يساهم في **إعادة تشكيل الواقع القيمي للشباب الجزائري**، من خلال التعرض المتكرر لأنماط جديدة من التفكير والسلوك، وتبادل المعاني والتمثلات مع أفراد وجماعات من خلفيات ثقافية متعددة، ما يؤدي إلى **تحول في منظومة القيم التقليدية** لدى هذه الفئة[2].

ويمكن اسقاط مفاهيم هذه النظرية على دراستنا من خلال :

1. **التنشئة الاجتماعية:**

- **الأولية** :على الرغم من أن التنشئة الأولية تحدث غالبا في المراحل المبكرة من الحياة خارج الإنترنت، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر على كيفية تعلم الشباب للقيم

[1] مرجع نفسه ، ص 79.

[2] سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث، النظرية و التطبيق، مصر، دار المعارف الجامعية، 1998، ص 152.

والمعايير الاجتماعية في مراحل لاحقة على سبيل المثال، قد يتعلمون مفاهيم عن الجمال أو النجاح أو العلاقات من خلال المحتوى الذي يشاهدونه ويتفاعلون معه.

- **الثانوية** :تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في التنشئة الثانوية ينضم الأفراد إلى مجموعات واهتمامات مختلفة عبر هذه المنصات، ويتعلمون القواعد والمعايير الخاصة بتلك المجموعات على سبيل المثال، قد يتعلم شخص ينضم إلى مجموعة مهتمة بالتصوير الفوتوغرافي المصطلحات الخاصة، وأساليب التقييم، والسلوكيات المقبولة في تلك المجموعة.

2. **التفاعل الاجتماعي:**

- مواقع التواصل الاجتماعي هي بيئات تفاعلية بامتياز يتم تبادل النصوص والصور ومقاطع الفيديو والرموز التعبيرية باستمرار بين المستخدمين من خلال هذه التفاعلات، يتم بناء وتداول المعاني والأفكار، اللغة المستخدمة، والنبرة، وأنواع المحتوى المشارك، كلها تساهم في تشكيل فهم مشترك للواقع داخل هذه المنصات[1].
- على سبيل المثال، يمكن أن تخلق النقاشات حول قضية معينة فهما مشتركا (أو اختلافات واضحة) حول تلك القضية بين المشاركين الحملات التي يتم إطلاقها عبر هذه المنصات تعتمد بشكل كبير على التفاعل الاجتماعي لانتشار الأفكار وتحقيق أهدافها.

3. **التشييء:**

- العديد من المفاهيم والاتجاهات تبدأ كبناءات اجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي ثم تتحول إلى ما يشبه الحقائق الموضوعية على سبيل المثال :

[1] المرجع نفسه، ص 152.

- **مفهوم "المؤثر (Influencer) "**:بدأ كأفراد يشاركون آراءهم وتجاربهم، ولكن مع مرور الوقت، أصبح "المؤثر" مهنة وهوية اجتماعية معترف بها، وله معاييره وقواعده وحتى وكالات متخصصة.
- **الهاشتاجات:(#)** بدأت كوسيلة لتصنيف المحتوى، ولكنها أصبحت الآن أدوات قوية لتنظيم النقاشات، وتشكيل الرأي العام حول قضايا معينة، وحتى إطلاق حركات اجتماعية الهاشتاج يصبح بمثابة "شيء" يمثل فكرة أو حدثًا أو قضية.
- **عدد الإعجابات والمتابعين** :أصبحت هذه الأرقام مؤشرات اجتماعية مهمة تدل على الشعبية والمصداقية، وغالبا ما ينظر إليها على أنها مقياس موضوعي للقيمة أو الأهمية، [1]على الرغم من أنها في الأساس بناء اجتماعي يعتمد على تفاعلات المستخدمين.

4. **الاستيعاب:**

- يميل المستخدمون إلى استيعاب "الواقع" الذي يتم تقديمه على مواقع التواصل الاجتماعي. إذا كان هناك تركيز مستمر على نوع معين من الأخبار أو القيم أو الصور، فقد يبدأ المستخدمون في رؤية هذا كأنه الواقع "الطبيعي" أو "الحقيقي."
- على سبيل المثال، إذا كان هناك انتشار واسع لصور نمط حياة معين على إنستغرام، فقد يبدأ الأفراد في استيعاب هذا النمط كهدف أو معيار للنجاح أو السعادة.

[1] المرجع نفسه، ص 152.

5. **الشرعية:**

- يتم إضفاء الشرعية على بعض السلوكيات والأفكار والمعايير من خلال الانتشار الواسع والتأييد من قبل عدد كبير من المستخدمين[1] على سبيل المثال، قد يصبح أسلوب معين في التعبير أو نوع معين من المحتوى "مقبولا" أو "عصريا" لأنه يحظى بشعبية واسعة ويتم تداوله على نطاق واسع.
- آليات التحقق من الحسابات (مثل العلامة الزرقاء على تويتر أو فيسبوك) تساهم في إضفاء الشرعية على بعض المستخدمين والمعلومات التي ينشرونها، مما يجعلهم ينظر إليهم على أنهم مصادر موثوقة.

أمثلة محددة:

- **الصور النمطية :(Stereotypes)** يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصور النمطية حول مجموعات معينة من خلال المحتوى المتداول والتمثيلات المقدمة.
- **المقارنات الاجتماعية** :يمكن أن يؤدي عرض حياة "مثالية" أو منتقاة للأفراد على هذه المنصات إلى مقارنات اجتماعية غير واقعية وشعور بالنقص لدى الآخرين.
- **الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة** :يمكن أن تنتشر الأخبار الكاذبة بسرعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومع تداولها الواسع، قد تبدأ في أن تنظر إليها على أنها حقائق من قبل بعض المستخدمين.
- **الحركات الاجتماعية عبر الإنترنت** :يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تلعب دورا حاسما في بناء حركات اجتماعية من خلال خلق وعي مشترك حول قضية معينة وحشد الأفراد حولها.

[1] المرجع نفسه، ص 153.

باختصار، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مختبرا حيويا لفهم نظرية بناء الواقع الاجتماعي ، إنها منصات يتم فيها بشكل مستمر بناء وتداول وتحدي وإعادة تعريف الحقائق الاجتماعية من خلال التفاعلات بين المستخدمين والمحتوى المتداول.

8- الدراسات السابقة :

8-1 الدراسات العربية

الدراسة الأولى : دراسة الدكتور فهد بن علي الطيار.

لقد تمحورت إشكالية الباحث في هذه الدراسة حول محاولة:"معرفة الآثار السلبية والايجابية لشبكة التواصل الاجتماعي" "تويتر" مع بيان تأثيرها على القيم الاجتماعية وذلك من خلال الإجابة على التساؤل ال رئيسي التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر نموذجا" على القيم لدى طلاب الجامعة؟.[1]

ومن خلال تساؤل الدراسة الرئيسي تتم صياغة التساؤلات الفرعية للدراسة على النحو التالي[2]:

1- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2- ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

3- ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

-وكان هدف الدراسة الرئيسي: بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر نموذجا" على قيم لدى طلاب الجامعة.

[1] فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ،تويتر نموذجا، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، 2016 .

[2] المرجع نفسه ، ص 45 .

- اعتمد الباحث في دراسته هذه على المنهج الوصفي التحليلي. وقد تم اختيار عينة دراسته بطريقة عشوائية من مجتمع متكون من طلاب جامعة "لملك سعود بالرياض"، واستعمل الباحث استمارة استبيان كأداة جمع المعلومات.

- ومن أهم النتائج التي كشفت عنها هذه الدراسة نذكر ما يلي[1]:

1- أشارت النتائج إلى أن ترتيب الآثار السلبية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في التمكن من إجـ راء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية مثل: تأخير الصلات ،أدت إلى عزلت وضعف التفاعل مع المجتمع،تساعد على الهروب من مواجهة الواقع،وخلق مشاكل مع الوالدين.

2- أشارت النتائج إلى أن ترتيب الآثار الإيجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي،التعبير بحرية عن الآراء،مكنته من التعبير بحرية وتخطي حاجز الخجل، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدوة الحسنة، أسهمت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني،تعريف الأف راد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا.

3- أشارت النتائج إلى أن ترتيب أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة من وجهة نظرهم تمثلت في:

- يعزز استخدام طالب لشبكات التواصل الاجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة أدى استخدامها إلى تكوين قيم جديدة تتناقض وقيم الأسرة، تشكو الأسرة من طول الوقت الذي يقضيه

[1] المرجع نفسه ، ص 487 .

مشغولا باستخدام شبكات التواصل، تؤثر على زيارة الشخص لأصدقائه زملائه، استخدام الطالب لها تجعله يميل لتقليد الحيات الغربية.

- **التعقيب على الدراسة:**

من خلال هذه الدراسة نلحظ أنها تلاقت مع دراستنا في أنها أجرت بحث ميداني عملي إضافة إلى طريقة اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة واعتماد استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وقد تعارضت مع دراستنا في المنهج والذي اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لكن اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي.

وقد أفادتنا هذه الدراسة باعتمادها كمرجع علمي من أجل الإلمام بالموضوع.

والمعاب على هذه الدراسة أنها ركزت على تأثيرات اليوتيوب وأهمل تأثيرات باقي مواقع التواصل الاجتماعي.

<u>الدراسة الثانية:</u>"الدكتور أحمد يونس محمد حمودة"،

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي:

-ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية؟

وتندرج تحته تساؤلات فرعية وهي:

-ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي،وما هي شبكات[1] التواصل الاجتماعي الأبرز التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟

-ما القضايا المجتمعية المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين؟

[1] أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، 2013.

-ما مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟

-ما هي الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مستمرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟

-ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الفلسطيني مهارات التفاعل والمشاركة في القضايا المجتمعية؟

-إلى أي حد يرى الشباب الفلسطيني أن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يدفعهم للتفكير في طرق حديثة لمشاركة فاعلة في قضايا المجتمع؟ الفرض الرئيسي للدراسة هو:

يؤثر معدل التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على مدى المشاركة في القضايا المجتمعية في إطار متغيرات النوع، التعليم، الدخل.

واعتمد في الباحث في دراسته على منهج المسح الاجتماعي والذي يساعد على وصف الظاهرة المدروسة والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر وتقديم صورة واقعية عنها.

واعتمد الباحث كأداة لجمع البيانات والهدف منها الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار موضوع الدراسة، وتم تطبيقه بالاستقصاء بالمقابلة الشخصية والاستقصاء الإلكتروني لجمع بعض البيانات المتعلقة بالمبحوثين[1].

وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية 18سنة إلى أقل من35سنة من ذكور وإناث،واختار الباحث العينة بالطريقة العينة الحصصية غير الاحتمالية.

[1] المرجع نفسه ، ص 36 .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نذكر ما يلي[1]:

1- كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدموا دائم1,96بالمائة وبلغت الذين يستخدموا أحيانا بنسبة 9,3بالمائة كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية بنسبة كبيرة بلغت 3,99بالمئة،إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 2,82بالمئة وأحيانا نسبة 1,17بالمئة في حين 7,0بالمئة أجاب وا بعدم المتابعة.

2- بينت الدراسة أن شبكة (الفيسبوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما و تفاعلا وفقا لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى، ثم المحادثات (سكايب والماسنجر)، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب)، ثم (جوجل بلاس) يتبعها التدوين المصغر مثل (تويتر)، يليها المنتديات ثم المدونات، وأخيرا موقع الصور (الفليكر.)

- أوضحت الدراسة أن المحادثة الكتابية عن طريق الدردشة والتعليقات من أكثر أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يليها إرسال الرسائل السريعة ثم الاتصال بالصوت والصورة، يليها الاتصال بالصوت فقط وأخيرا بالصورة فقط.

-بينت الدراسة إلى أن الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة بفعالية جاءت بنسبة 9,63بالمئة والإطلاع فقط بنسبة 34بالمئة، وعدم الاهتمام بنسبة 5,1بالمئة وأخيرا الحذف والحظر بنسبة 5,0بالمئة.

[1] المرجع نفسه، ص 355 .

- أشارت الدراسة أيضا إلى ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي علىشبكة الانترنت إذ جاءت نسبة 8,58بالمئة من المبحوثين يستخدمون التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر،ثم من يستخدموا من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 6,36بالمئة، يليها استخدام لأقل من ساعة بنسبة 6,4بالمئة كما أن المبحوثين يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت منذ أربع سنوات بنسبة 3,57بالمئة، والذين يستخدموا منذ سنتين إلى أقل من أربع سنوات بلغت نسبتهم 5,30بالمئة والذين يستخدموا منذ أقل من سنتين بلغت نسبتهم 2,12بالمئة.

- بينت الدراسة أن المبحوثين يثقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة 5,60بالمئة ويثق ون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس المستوى بنسبة 2,20بالمئة ونسبة 2,1بالمئة للذين لا يثقون بها، كما أن المبحوثين يعتبرون المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هادفة بنسبة 4,55بالمئة، ثم منوعة بنسبة 6,36بالمئة يليها مسلية بنسبة 6,5بالمئة وأخيرا حديثة بنسبة 4,2بالمئة. [1]

- أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يسجلون إعجابهم بالمنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 38بالمئة، والتعليق على المنشورات بنسبة25بالمئة وتمريرها للآخرين بنسبة 22بالمئة، ويخبرون بها معارفهم خارج نطاق الانترنت بنسبة 10بالمئة، وأخيرا يستفيدون منها ولا يشاركون فيها بنسبة5بالمئة.

[1] المرجع نفسه ، ص 356 .

-أوضحت الدراسة أن المبحوثين يتابعون بكثافة المواد حسب ترتيبها من الأكثر تفضيلا وهي(الاجتماعية، الثقافية، السياسية والإخبارية التعليمية، الشباب، الصور الدينية، التسلية والترفيه الصحة، الكاريكاتير، الاقتصادية.)

- أكدت الد راسة على أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر تفضيلا واستخداما على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة 7,81بالمئة ثم اللغة الانجليزية بنسبة1,17بالمئة ،يليها اسم مستعار بنسبة10 وأخيرا اللغتين معا بنسبة2,1بالمئة.[1]

- التعقيب على الدراسة:

توافقت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في المنهج المعتمد أما جانب التعارض فقد كان في طرقة اختيار العيينة، حيث تمت المعاينة بطريقة حصصية إضافة إلى اختلاف في أداة جمع البيانات فقد اعتمد الباحث المقابلة الشخصية إضافة إلى الاستقصاء الالكتروني على عكس ما اعتمدنا في دراستنا بطريقة المعاينة العشوائية البسيطة أما الأداة المعتمدة في جمع البيانات في الاستمارة.

والمعاب على هذه الدراسة أنها اعتمدت طريقة الاستقصاء الالكتروني قد لا تكون هناك مصداقية في نتائج تحليل المعلومات التي يجمعها.

[1] المرجع نفسه ، ص 357.

الدراسة الثالثة: "للدكتورة رباب رأفت الجمال"

تحددت المشكلة البحثية للدراسة في التعرف على حدود و طبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي.[1]

وكان هدف الدراسة الرئيسي هو التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت)على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية وانبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

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

- تحديد ترتيب النسق القيمي لدى الشباب السع ودي كجزء من الشباب العربي والإسلامي، ودرجةتبني الشباب للقيم الأخلاقية والدينية في الوقت الراهن.
- الكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديد خاصة شبكة الانترنت.
- رصد آراء واتجاهات الشباب حول أسباب انتشار السلوكيات اللاأخلاقية وعلاقة ذلك بكثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد في المملكة العربية السعودية خاصة والدول العربية والإسلامية عامة.

[1] رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب السعودي ،دراسة ميدانية،جامعة المالك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية ، 2008 ، ص 12.

ولتحقيق هذه الأهداف قامت الباحثة بصياغة الفروض التالية[1]:

- يختلف معدل استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع،العمر،التعليم،المستوى الاجتماعي والاقتصادي.)
- توجد علاقة دالة إحصائيا بين قوة عناصر النسق القيمي الأخلاقي لدى الشباب السعودي وبين المتغيرات الديموغرافية.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الناتجة في النسق القيمي الأخلاقي على كافة المستويات (المعرفية الوجدانية،السلوكية.)

وللإجابة عن فروض الدراسة وتساؤلاتها،لجأت الباحثة إلى عملية المسح من خلال استخدام عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودي،ومن بين أدوات البحث التي استعملتها الاستمارة.

ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة ما يلي[2]:

-ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت أكدت العينة بأكملها بنسبة 100بالمئة أم يستخدمون الانترنت.

- وحول شبكات التواصل الاجتماعي أكد معظم أفراد العينة بنسبة 33,86بالمئة أم يستخدمونشبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام، ولاشك أا بذلك استطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا على النسق القيمي الأخلاقي.
- انتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.

[1] المرجع نفسه ، ص 15.

[2] المرجع نفسه ، ص 326.

- فيما يختص بالقيم الأخلاقية أثبتت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث للشباب تأثيرات على النسق القيمي الأخلاقي لديهم.
- أكدت الدراسة أنه كلما زاد استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية،حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى 0,001 بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات[1].

- **التعقيب على الدراسة:**

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا في أداة جمع البيانات مجتمع الدراسة ، . واختلفت مع دراستنا في طريقة اختيار العيينة-العشوائية متعددة المراحل-، أما دراستنا اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة . وقد تم الاستفادة من هذه الدراسة باعتمادها كمرجع علمي في دراستنا هذه من أجل إثراء المضمون.

[1] المرجع نفسه ، ص 327.

2-8 الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:"للدكتور ساسي سفيان"

تمثلت مشكلة الدراسة في:ما استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي وما تأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية؟[1]

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي من:حيث مدى الاستخدام، أكثر الشبكات استخداما ،عدد ساعات ومرات الاستخدام اليومي والأسبوعي وأماكن الاستخدام؟
- ما الحاجات/ الاشباعات التي يحققها الشباب الجزائري من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الآثار الناتجة عن استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي في إعادة بناء منظومة علاقاتهم الاجتماعية؟ مجتمع الدراسة وعينتها:
- يتكون مجتمع هذه الدراسة من شباب منطقة الطارف المتمردين على مقاهي الانترنت والمؤسسات الثقافية العمومية على اختلاف أشكالها وأنواعها.
- تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العمدية.
- أداة الدراسة التي اعتمد عليها الباحث هي استمارة استبيان، والمنهج المعتمد هو منهج المسح الاجتماعي.

أهم نتائج هذه الدراسة[2]:

[1] ساسي سفيان ، الشباب واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لمنطقة الطارف، مجلة الحكمة، العدد 27، السداسي2، 2014، ص101.

من أهم ما كشفت عنه نتائج الدراسة أن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الشباب للانترنت بمفرده ،في حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الشباب وقتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي بمشاركة الآخرين.

وتبين كذلك أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ارتفع أثر استخدامها على العلاقات الاجتماعية.

وأوضحت النتائج بأن أكثر المواقع المستخدمة هي الفيسبوك لما له من شهرة عالمية وأن أكثر استخداماته تتم داخل الجامعة بالنسبة للجامعيين ،و أظهرت نتائج الدراسة أيضا أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثر أكبر على العلاقات الاجتماعية لدى الذكور من على الإناث أما حسب المستوى الدراسي فقد تبين أن هذا الأثر أكبر لدى الشباب الجامعي منه لدى الشباب ذوي مستوى تعليمي أقل.

وبينت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الشباب انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع العمري حيث أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

وأخيرا، خلص الباحث إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأسلوب اتصال وتواصل أصبحت تغطي كافة شرائح شباب المجتمع الجزائري، [1]وأن هذه التكنولوجيا المادية قد أضافت ايجابيات كثيرة كان لها انعكاسات معنوية في الجوانب الاجتماعية والثقافية على مستوى الشباب والأسرة والمجتمع كما أوضحتها نتائج الدراسة.

---

[2] المرجع نفسه ، ص 120 .

[1] المرجع نفسه ، ص 121.

- **التعقيب على الدراسة:**

لاحظنا من خلال إطلاعنا على هذه الدراسة أنها تتفق مع دراستنا في المنهج والأداة المستعملة في جمع البيانات و مجتمع الدراسة ، واختلفت مع دراستنا في طريقة اختيار العينة فقد تم بطريقة العينة العمدية أما في دراستنا فقد اعتمدنا العشوائية البسيطة.

وقد استفدنا من هذه الدراسة من ناحية الإلمام بجوانب الموضوع سواء من الجانب المنهجي أو النظري أو التطبيقي إضافة إلى اعتمادها كمرجع علمي لإثراء موضوع دراستنا.

<u>الدراسة الثانية:</u> "الدكتورة لبوزيدي حفيظة"

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول سؤال رئيسي كالآتي:

-ما هو أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهقين المتمدرسين؟[1]

وقد حاولت الباحثة من خلال دراستها هذه الإجابة على عدة تساؤلات فرعية والمتمثلة في الآتي:

- كيف أصبحت علاقة المراهق بأسرته في ظل استخدام هذا الأخير لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة؟
- هل بقيت العلاقة الاجتماعية في محيط المراهق قائمة على مقوماتها التقليدية في ظل انتشار تكنولوجيا الاتصال و المعلومات الحديثة؟
- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على لغة التواصل للمراهق الجزائري ؟

[1] بوزيدي حفيظة ، أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق المتمدرس الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ،2017/2016 ، ص 13 .

- هل الشباب المراهق عبارة عن مستخدم سلبي أو مستخدم نشط لتكنولوجيا الاتصال و المعلومات الحديثة؟

-ما هي علاقة المتغيرات الديموغرافية بالممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة؟

- هل يؤثر البعد الثقافي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق الجزائري في ظل استعماله لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة؟

- ما هو البعد السائد في استعمال المراهق الجزائري لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة البعد المحلي أو العالمي؟

وقد كان لهذه الدراسة عدة أهداف و تمثلت في الآتي[1]:

1- كشفت طبيعة العلاقة التي تربط المراهق بتكنولوجيا الاتصال الحديثة ومحاولة فهم أشكالتفاعلاتها مع سياقات مختلفة (اجتماعي ،ثقافي ،تكنولوجي ومعرفي)،وذلك من خلال ممارساته الاتصالية المختلفة في ظل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة.

2- الوص ول إلى تش خيص علم ي لأث ر اس تخدام ه ذه التكنولوجي ات الاتص الية الحديث ة عل ى الممارسات الاتصالية للمراهق (العلاقات الاجتماعية و الاتصال الشخصي)...

3- معرفة الأسباب الحقيقية التي تدفع المراهق الجزائري إلى استخدام هذه التكنولوجيا.

[1] المرجع نفسه ، ص 16.

4- التعرف عن الممارسات الاتصالية الجديدة التي أفرزها استخدام المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

وقد طرحت الباحثة مجموعة من الفرضيات وهذا بتحديدها لمحاور هي[1]:

- محور السياق الاتصالي والتكنولوجي للمبحوثين.
- محور تمثلات الانترنت من طرف أفراد العينة.
- محور عادات وأنماط استعمال الانترنت من طرف أفراد العينة.
- محور دوافع استعمال الانترنت.
- محور عادات استعمال الهاتف النقال.
- محور تمثلات الهاتف النقال من طرف أفراد العينة.
- محور استعمالات الهاتف النقال.
- محور أثر استعمال الانترنت والهاتف النقال على الممارسات الاتصالية للمراهق المتمدرس الجزائري.

واعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الوصفي باعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ،واستعملت استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، واعتمدت في اختيار عينة من المجتمع الذي قامت بدراسته-فئة المراهقين- على العينة الغير الاحتمالية أو الاعتباطية والتي تعرف بأسماء متعددة مثل العينة العرضية أو العمدية أو القصدية.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي[2]:

[1] المرجع نفسه ، ص 18 .

-أظهرت الدراسة أن الانشغال بالانترنت خارج أوقات الدراسة على علاقة ترابطية بالمردود الدراسيبحيث كلما تحسن المردود الدراسي زادت بنسبة الانشغال بالانترنت خارج أوقات الدراسة والعكس صحيح.

- خلصت من خلال هذه الدراسة إلى أن الانترنت هي الممارسة الاتصالية الأولى وبكل جدارة خارج أوقات الدراسة في يوميات المراهق قيد الدراسة وهذا أمر طبيعي إذ أن الانترنت كما سبقت الإشارة تعرف انتشار كبير في أوساط المراهق المتمدرس.

-بخصوص تمثلات المراهقين للانترنت ،أظهرت الدراسة أن أغلب المراهقين يتصورون الانترنت مصدر معلومات، كما أن نسبة معتبرة من المراهقين يتصوروا وسيلة للترفيه ووسيلة للاتصال الاجتماعي وهذا ما يسفر العديد من النتائج المتعلقة باستخدامات الانترنت من طرف المراهق المتمدرس.

-أما بخصوص دوافع المراهقين لاستخدام الانترنت فقد احتلت الدوافع العلمية الصدارة يليها دافع البحث عن الجديد و التواصل مع الأهل والأصدقاء.

-أما فيما يخص شبكات التواصل فقد خلصت الباحثة إلى أن الفيسبوك هو الشبكة الاجتماعية رقم واحد في اهتمامات المراهقين من حيث الزيارة والإنتاج وبنسب مرتفعة بل أكثر من ذلك تكاد تنحصر زيارة المواقع الاجتماعية والإنتاج فيها من طرف المراهقين على الفيسبوك، مقابل انخفاض واضح بباقي الشبكات مثل اليوتيوب والتويتر.

-كشفت الدراسة كذلك أن استعمال الانترنت أدى إلى ترك آثار واضحة على المراهقين المستعملين لها تتراوح بين العزلة عن باقي أفراد الأسرة والإدمان عن الانترنت، كما أن الفئة العمرية من 19إلى 22سنة هي الفئة الأكثر تعرضا للعزلة عن باقي أفراد الأسرة.

---

[2] المرجع نفسه ، ص 389.

- التعقيب على الدراسة:

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج وأداة جمع البيانات واختلفت مع دراستنا في مجتمع الدراسة و طريقة اختيار العينة وذلك باعتمادها على العينة باعتمادها على العينة العمدية -القصدية- أما في دراستنا فقد اعتمدنا العينة العشوائية. وقد اعتمدت كمرجع علميا لإثراء مضمون دراستنا.

والمعاب على هذه الدراسة أنها ركزت على التأثيرات التي تحدث على الممارسات الاتصالية لدى المراهقين من وراء استخدامهم لتكنولوجي ا الإلمام وأهملت التأثيرات الأخ رى لهذه التكنولوجيا - كالتأثيرات الأخلاقية والقيمية-.

<u>الدراسة الثالثة:</u> "الدكتور لعبوب محمد آمين."

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي: كيف يستخدم الجزائريين الشبكات الاجتماعية في إنتاج وإعادة إنتاج ونشر المضامين الإعلامية والثقافية؟[1]

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات وهي كالتالي:ما هو نوع المضامين التي يميل مستخدمو الشبكات الاجتماعية إلى توليدها وتلقيها ونشرها ؟

-ما هو شكل ومواضيع المضامين التي يقوم مستخدمو الشبكات الاجتماعية إلى نشرها على الشبكات الاجتماعية؟

-ما هي الحاجات التي يسعى مستعملو الشبكات الاجتماعية إلى إش باعها عن طريق هذا الاستخدام؟

[1] محمد أمين عبوب ، استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في إنتاج المضامين الإعلامية والثقافية، وسائط الاتصال والاستعمال والاستخدام، ط1، جامعة الجزائر ،2015 ، ص 12.

والهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو إظهار مدى فعالية مواقع الشبكات الاجتماعية في مجال إنتاج المضامين ونشرها،إضافة إلى تحديد دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية من طرف مختلف فئات المجتمع العمرية والاجتماعية.

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وكذا المنهج التحليلي، وتمثل مجتمع البحث تمثل في "مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر" والذي ينحصر عددهم في آخر الإحصاءات بما يتجاوز" 4ملايين " مستخدم من الجنسين، أما نوع العينة المستخدم في هذه الدراسة فهي العينة الصدفية تخدم طبيعة الدراسة، أما أهم أدوات البحث التي استعملت أثناء جمع البيانات في هذه الدراسة هي الملاحظة الالكتروني بالمشاركة والاستبيان الالكتروني.

ومن أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة،[1] أن المجتمعات الافتراضية هي أكثر المواقع ولوجا وشعبية على الشبكة الالكترونية العالمية وذلك كونها مكانا اجتماعا إعلاميا جديدا.

تعتبر المعلومات الخاصة والشخصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية كنزا بيد مسيري هذا النوع من المواقع، حيث أن الشركات المنتجة لمواد الاستهلاك العام والخدمات والمتعاملة مباشرة مع المستهلكين تقوم بشراء واستثمار هذا النوع من المعلومات، واستعمالها لتسويق منتجاتها وخدماتها وتطوير رسائلها الإعلانية وتركيزها بصيغة موجهة لفئات عمرية وثقافية وعلمية واجتماعية محددة لتطبيق تأثير فعال ومباشر، قصد تغيير السلوك الاستهلاكي لهذه الفئات.

[1] المرجع نفسه ، ص 356.

المجتمعات الافتراضية مجال إعلامي مهم ومنفذ فعال ومستحدث لكافة الفئات العمرية و الاجتماعية، فهي بيئة أو مكان يمكن من خلاله التواصل مع الآخر وتقاسم الاهتمامات المشتركة، وتبادل المواد الإعلامية بمنتهى السيولة واليسر. [1]

الإنتاج الهائل للمحتويات التي يولدها المستخدمون عن حياتهم اليومية والأحداث العرضية سيولد كما من الموارد الإعلامية والإخبارية، ما سيوصل البشرية إلى أرشفة الحياة وخلق نوع من الذاكرة الجماعية الالكترونية.

- **التعقيب على الدراسة:**

تجلت الملاحظات من خلال إطلاعنا على هذه الدراسة بالمقارنة مع دراستنا أما تتوافقان في متغير "مواقع الشبكات الاجتماعية،" والمنهج المعتمد.

وتختلفان في النقاط التالية أداة جمع البيانات وقد اعتمد الباحث هنا الاستبيان الالكتروني وفي دراستنا اعتمدنا على استمارة استبيان والمقابلة كأداة مساعدة، أما فيما يخص مجتمع هذه الدراسة وعينتها فقد ركز الباحث على جميع مستخدمي الشبكات الاجتماعية،واعتمد العينة الصدفية .أما مجتمع دراستنا فتمثل في المراهقين والعينة فهي العشوائية البسيطة.

والمعاب على هذه الدراسة أن نتائجها لا تتسم بالمصداقية والدقة التامة لاعتمادها على الاستبيان الالكتروني.

[1] المرجع نفسه ، ص 356.

الدراسة الرابعة: " الدكتور السعيد بومعيزة "

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول: محاولة معرفة أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري بمنطقة البليدة،[1]وللإجابة على هذه الإشكالية طرح الباحث مجموعة من الفرضيات وهذا بتحديده لمحاور هي:

1- محور عادات الاستعمال.

2- محور أثر وسائل الإعلام على القيم.

3- محور أثر وسائل الإعلام على السلوكيات.

4- محور ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات.

5- أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي باستثناء بعض الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية.

6- إن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

7- أن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على خصائصهم الديموغرافية و السوسيو-ثقافية والاقتصادية.

وقد اختار الباحث عيينة دراسته بطريقة العينة الحصصية.

[1] السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتورة دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ، 2006/2005 ، ص 15.

واعتمد على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات عن مجتمع دراسته.

كشف هذه الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها،ما يلي[1]:

- إن أغلب المبحوثين يستعملون الانترنت بنسبة5,52بالمئة وهذا يفسر أساسا بكون 42,55بالمئة من العينة هم من الموظفين، و26,26بالمئة الذين ربما تسمح لهم إمكانياتهم المادية بذلك أو أم يستعملوا في أماكن عملهم والطلبة 16,29بالمئة الذين تفرض الدراسة عليهم القيام باستعمال الانترنت من أجل البحث العلمي أو أن لديهم القدرات اللغوية وغيرها لاستعمالها من أجل الدردشة والبريد الالكتروني .

-أما فيما يتعلق بالغرض من استعمال الانترنت كمؤشر يساعد في تحليل العلاقة بين القيم والسلوكيات ومن خلال قراءة الجدول رقم 42 يتضح أن أغلبية الذكور يستعملون الانترنت لغرض الدردشة 5,70بالمئة والبريد الالكتروني 5,61بالمئة ثم البحث العلم ي 9,45بالمئة، أما الإناث فيستعملون الانترنت من أجل الدردشة بنسبة4,60بالمئة وبنسبة أقل البحث العلمي 9,56بالمئة ثم البريد الالكتروني بنسبة 53بالمئة.

- إن الانترنت كتكنولوجيا وكوسيلة إعلامية وعلى خلاف التكنولوجيا والوسائل الإعلامية التقليدية تبقى من اهتمامات الشباب والأطفال بصفة عامة والطلبة بصورة خاصة. وهي تناسب سنهم وما يتميز به من خصائص كالفضول وحب الجديد والتفاعل في مجهولية تامة وتغيير الهويات الشيء الذي لا يستطيع الشباب القيام به في الحياة الحقيقية، وكذلك خصائص الانترنت وما توفره من فروض التسلية.

[1] المرجع نفسه ، ص 412.

- إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم ولا بتعزيزها لدى الشباب[1].

- أن دور وسائل الإعلام في تعزيز الق يم لدى الش باب يبقى مكملا لدور مؤسس ات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وكلما كان دور هذه المؤسسات قويا إلا وقل شأن وسائل الإعلام في تعزيز القيم، وبصفة خاصة قيم الأبعاد النفسية والاجتماعية والدينية.

-إن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثلما يعتقده البعض، وإنما تقوم بدور مكمل لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والجماعات الأولية و المسجد وأنه، كلما كان الشباب مستوعبا للتوجهات القيمية الموجودة في البيئة الاجتماعية والأنا عندهم مكتملا والذات الاجتماعية محققة لديهم، إلا وقل لجوؤهم إلى وسائل الإعلام لتعزيز قيمهم.

- التعقيب على الدراسة:

نلاحظ من خلال هذه الدراسة أنها تتوافق مع دراستنا بأا تعتبر بحث ميداني في دراسة الجمهور إضافة لاعتماد الباحث على استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع البيانات و كذا مجتمع الدراسة هذا من جهة ومن أخرى فقد تعارضت مع دراستنا في طريقة اختيار العينة باعتماد الباحث على العينة الحصصية ،لكن في دراستنا اعتمدنا في اختيارنا للعينة بالعشوائية البسيطة ، وقد استفدنا من هذه الدراسة باعتمادها كمرجع علمي للإلمام بموضوع دراستنا.

[1] المرجع نفسه ، ص 413.

3-8 الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى :

- **Myropoltseva Nina & Olga Amplieieva, Influence of Social Networks on the Transformation of Youth Values in Social Isolation, Postmodern Openings, 2021. LUMEN Scientific Publishing House+2LUMEN Scientific Publishing House+21 .[2]**

تمثلت إشكالية دراسة Myropoltseva و (2021) Amplieieva في كيفية تغيّر ميول القيم لدى الشباب أثناء العزلة الاجتماعية، مثل ما حدث أثناء جائحة كوفيد، من خلال استخدامهم المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي. وهدف الدراسة كان تحديد القيم الحياتية التي تظهر على ملفات الشباب على وسائل التواصل والتي يرحّبون بها، مثل الاستقلال والطموح والقيم المادية وقد سعت الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي: ما هي القيم التي ينشرها الشباب في حساباتهم على وسائل التواصل، وكيف يقبلون هذه القيم؟ اعتمدت الدراسة على تحليل تجريبي باستخدام استبيان إلكتروني، وتمثل مجتمع البحث في طلاب الشباب الجامعي في أوكرانيا، مع التركيز على عينة من طلاب المدارس والجامعات بالتحديد وأظهرت النتائج أن الشباب يرحّبون بقيم مثل الاستقلال والطموح والجمال والصحة، وأن الشبكات الاجتماعية تسهم في إبراز هذه القيم، كما أن لديهم مستوى متوسط من "إدمان الإنترنت" مما يعكس تفاعلًا كبيرًا مع الشبكات.

- **التعقيب على الدراسة:**

تتقاطع مع دراستنا من خلال بحثها في تأثير مواقع التواصل على قيم الشباب، وتركيز على التغيرات في الأولويات القيمية الناتجة عن الاستخدام المكثف للشبكات الا أنها تختلف مع دراستنا بارتباطها بسياق

[1] Myropoltseva Nina and Olga Amplieieva,Influence of Social Networks on the Transformation of Youth Values in Social Isolation, LUMEN Scientific Publishing House, Postmodern Openings, 2021.

العزلة الاجتماعية خلال جائحة كوفيد في أوكرانيا، بينما دراستنا في الجزائر قد تشمل سياقًا طبيعيًا (بدون عزلة)، كما أن القيم المتأثرة قد تختلف ثقافيًا.

الدراسة الثانية :

- **Li Jiayu,The Influence of We-Media on Youth Values, ICHESS / Atlantis Press, 2022. [1]**

دراسة Li (2022) كانت تحليلية ووصفية، وأجريت في الصين بجامعة China University of Petroleum تمثلت إشكالية الدراسة في كيفية تأثير وسائل الإعلام الجديدة التي ينتجها الأفراد، والمعروفة بـ "We-Media" مثل المدونات الشخصية ومنشئي المحتوى، على القيم الحياتية للشباب في ثلاثة أبعاد رئيسية: نظرتهم إلى الحياة، علاقاتهم بين الأشخاص، والقيم الجمالية. وهدف الدراسة كان تحليل التأثير الإيجابي والسلبي لهذه الوسائل على قيم الشباب، مع التركيز على السؤال الرئيسي: ما هو تأثير we-media على توجهات القيم لدى المراهقين؟ والأسئلة الفرعية: ما القيم التي يعززهاwe-media ؟ وهل هناك تشويه أو تبسيط للقيم؟ ومن فرضيات الدراسة أن we-media يساهم في توسيع أفق الشباب، لكنه قد يؤدي أيضًا إلى تبسيط أو تراجع بعض القيم، مثل مادية الحياة أو النظرة السطحية للجمال و اعتمدت الدراسة على منهج مزيج بين تحليل الأدبيات واستبيان ميداني، حيث تم استخدام الاستبيانات لتقييم توجهات القيم. وتمثل مجتمع البحث في المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 13 و19 سنة في الصين، وتم جمع البيانات من خلال استبيان ميداني وتحليل أدبي شامل للأدبيات لتحديد القيم وتأثيرات .we-media أظهرت النتائج أن we-media يمكن أن يفتح آفاقًا جديدة

[1] Li Jiayu,The Influence of We-Media on Youth Values, ICHESS / Atlantis Press, 2022, atlantis-press.com.

للشباب ويُلهمهم لتبني قيم متنوعة، لكنه قد يؤدي أيضًا إلى تبسيط القيم الجمالية أو إنتاج مواقف سطحية تجاه الحياة.

- **التعقيب على الدراسة:**

نلاحظ أن كلا الدراستين يهتمان بتأثير الوسائط الرقمية على قيم الشباب، مع التركيز على التغيرات في القيم الحياتية والعلاقات بين الأشخاص والقيم الجمالية ، الا أن الدراسة الصينية تتعامل مع We-Media ووسائل الإعلام التي يُنتجها الأفراد، بينما دراستنا تركز على منصات التواصل التقليدية مثل فيسبوك وإنستغرام، وقد تختلف القيم المتأثرة (ثقافيًا واجتماعيًا) بين الجزائر والصين

الدراسة الثالثة :

- **Starovolsky-Shitrit Alina and Alon Neduva, Naama Appel Doron, Ella Daniel, Oren Tsur,The Value of Nothing: Multimodal Extraction of Human Values Expressed by TikTok Influencers, 2025.** [1]

دراسة Starovolsky-Shitrit et al (2025) تناولت تحليل القيم الإنسانية التي يعبر عنها مؤثرو TikTok على مستوى المحتوى الرقمي العالمي، تمثل إشكالية الدراسة في كيفية استخراج القيم الإنسانية الضمنية من مقاطع الفيديو الخاصة بالمؤثرين، وما هي القيم التي يعرضونها وهدف الدراسة كان تحديد القيم التي ينقلها مؤثرو TikTok إلى جمهور الشباب باستخدام نظرية القيم الشخصية لشواز(Schwartz) ، والسؤال الرئيسي هو: ما هي القيم الشخصية التي تظهر في مقاطع الفيديو وهل يمكن استخلاصها باستخدام نماذج تعلم آلي؟ ومن فرضيات الدراسة أن الفيديوهات تحتوي على قيم ضمنية يمكن تحديدها، وأن النهج المزدوج (تحويل

[1] Starovolsky-Shitrit Alina and Alon Neduva, Naama Appel Doron, Ella Daniel, and Oren Tsur,The Value of Nothing: Multimodal Extraction of Human Values Expressed by TikTok Influencers, , 2025.

الفيديو إلى نص ثم التحليل) أكثر فعالية من الاستخراج المباشر من الفيديو ، اعتمدت الدراسة على منهج تقني لتحليل المحتوى والتعلم الآلي، حيث جُمعت بيانات مئات الفيديوهات، وحُولت بعض الفيديوهات إلى نصوص ثم استُخدمت نماذج لغوية لاستخراج القيم ، أظهرت النتائج أن بعض القيم تتكرر بين الفيديوهات، مثل الانفتاح، والأمان، والإنجاز، ما يدل على أن المؤثرين يعبرون عن قيم محددة عبر المحتوى الرقمي .

- **التعقيب على الدراسة:**

تقدم هذه الدراسة منظورًا مشابهًا لدراستنا حول استخراج القيم من محتوى شبكات التواصل الرقمي، وهو ما يمكن أن يدعم تحليل القيم الرقمية لدى الشباب الجزائري الا ان هذه الأخيرة الدراسة تعتمد على تحليل المحتوى الرقمي فقط (TikTok) باستخدام التعلم الآلي، دون التعامل مباشرة مع آراء الشباب أو عينة ميدانية، بينما دراستكنا تعتمد على استمارة الاستبيان .

الدراسة الرابعة :

- **Butler Sarah et al,Young people on social media in a globalized world, A socio-ecological evolutionary framework, Frontiers in Psychology, 2024.**[1]

ركزت دراسةButler, Sarah ، وزملاؤها (2024) على فهم كيفية تشكّل القيم والهوية لدى الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي في سياق عالمي واقتصادي يسوده المنافسة، من خلال تقديم إطار مفاهيمي يسمى الإطار التطوري-البيئي الاجتماعي ، إشكالية الدراسة تمثلت في معرفة كيف تتفاعل دوافع الشباب التطورية، مثل

[1] Butler Sarah et al,Young People on Social Media in a Globalized World, A Socio-Ecological Evolutionary Framework, Frontiers in Psychology, 2024.

البحث عن المكانة والهوية، مع القيم التي تعززها المنصات الرقمية في ثقافات السوق الحديثة ، تهدف الدراسة إلى توضيح العلاقة بين العوامل التطورية والاجتماعية – مثل المنافسة والتطلعات والهوية الثقافية – وبين استعمال الشباب لوسائل التواصل وتشكيل قيمهم و تفترض الدراسة أن الشباب لا يستخدمون وسائل التواصل فقط للبقاء على اتصال، بل لتكوين وتعزيز الهوية والمكانة وتحقيق النجاح، وأن القيم التي تنقلها المنصات، مثل النجاح المادي والجمال والأداء، تتماشى مع النظام القيمي للسوق المعاصر، اعتمد الباحثون على تحليل نظري للأدبيات السابقة والبحوث التطورية والسوسيولوجية، أظهرت الدراسة أن جوانب مثل الجمال والنجاح والأداء تعتبر "مكافآت مكانة" على المنصات الرقمية،[1] وأن هذه البيئة تعزز القيم الطموحية والمادية لدى الشباب، مما يوفر أساسًا نظريًا مهمًا لدراسة تأثير وسائل التواصل على بناء الواقع القيمي للشباب الجزائر.

- **التعقيب على الدراسة:**

تناقش هذه الدراسة كيف تشكل وسائل التواصل القيم والهوية لدى الشباب، مع مراعاة العوامل الاجتماعية والثقافية كما انها تقدم إطارًا نظري دون بيانات ميدانية، بينما دراستنا ميدانية على الشباب الجزائري .

[1] المرجع نفسه .

الدراسة الخامسة :

- **Gavkalova Natalia,The Institutional Transformation of the Digital Values of Ukrainian Youth, Intellectual Economics, 2021.**[1]

تناولت دراسة Natalia Gavkalova (2021) موضوع تأثير الرقمنة على أولويات القيم لدى الشباب الأوكراني من منظور وصفي وتحليلي اقتصادي-اجتماعي ، تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة مدى تأثير الرقمنة على تراجع القيم التقليدية، مثل القيم العائلية والمطلقة، مقابل صعود القيم الرقمية أو الحديثة لدى الشباب. وهدفت الباحثة إلى تحليل التغير في "القيم الرقمية" كدافع اجتماعي للتحول المؤسسي في المجتمع الأوكراني. ركزت الدراسة على السؤال الرئيسي المتعلق بأولوية القيم التقليدية مقابل القيم الرقمية وكيفية تطورها بين الشباب الأوكراني، مع افتراض إمكانية بروز قيم مثل الحرية الرقمية، التفاعلية، والابتكار نتيجة الرقمنة، مع استمرار أهمية القيم التقليدية لدى فئة كبيرة من الشباب ، اعتمدت الدراسة على منهج مزدوج يجمع بين استبيان إلكتروني وتحليل اقتصادي اجتماعي باستخدام نماذج إحصائية ، شملت عينة البحث 115 شابًا أوكرانيًا. وأظهرت النتائج أن القيم العائلية والتقليدية لا تزال تحظى بأولوية كبيرة، رغم التحول الرقمي، إلا أنه لوحظ ظهور قيم جديدة مرتبطة بالرقمنة، مثل الابتكار والتفاعل الرقمي، مما يعكس التوازن بين الحفاظ على التراث القيمي والانفتاح على القيم الحديثة .

[1] Gavkalova Natalia,The Institutional Transformation of the Digital Values of Ukrainian Youth,Intellectual Economics, 2021.

- **التعقيب على الدراسة:**

ان كلا البدراستين يبحثان في تأثير الرقمنة على قيم الشباب، مع تحليل القيم الرقمية مقابل التقليدية. الا ان الاختلاف يكمن في السياق الأوكراني والثقافي مختلف عن الجزائر، وقد تختلف القيم الرقمية والأولويات القيمية، خاصة فيما يتعلق بالقيم العائلية والاجتماعية.

الدراسة السادسة :

- **Tirocchi Silvia, et al,Generation Z, values, and media, from influencers to BeReal, 2024.**[1]

قدمت دراسة Silvia Tirocchi وزملاؤها (2024) بحثًا استكشافيًا وصفيًا حول القيم التي يوليها الجيل Z اهتمامًا خاصًا، مع التركيز على دور وسائل الإعلام الحديثة، مثل الإنفلونسرز وتطبيقBeReal ، في نقل هذه القيم أو تعديلها ،أجريت الدراسة في إيطاليا على عينة من طلاب الجامعات الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و23 سنة، بهدف تحديد القيم المهمة لديهم وفهم مدى توافقها أو اختلافها مع القيم التي تنقلها المنصات الرقمية ، ركزت الدراسة على السؤال الرئيسي المتعلق بالقيم التي يقدّرها الجيل Z وكيف تتأثر بالمحتوى الرقمي الذي يستهلكونه، مع افتراض أن الجيل Z يميل إلى إعطاء أولوية للقيم المرتبطة بالهوية الرقمية، مثل الأصالة والتعبير عن الذات، وربما يقل اهتمامهم بالقيم التقليدية ، اعتمدت الدراسة على استبيان بين الطلاب الجامعيين إلى جانب تحليل محتوى الإنفلونسرز ومنصات مثل BeReal و أظهرت النتائج أن بعض

[1] Tirocchi, Silvia et al,Generation Z, Values, and Media, From Influencers to BeReal, , 2024.

القيم الحديثة، مثل البحث عن الأصالة، التفاعل بين الأصدقاء، والتعبير الذاتي، أصبحت أكثر بروزًا لدى الشباب، كما أن بعض المحتوى الرقمي يعكس هذه القيم أو يعززها .[1]

- **التعقيب على الدراسة:**

تبحث الدراسة الإيطالية و دراستنا عن القيم التي يعتبرها الجيل Z مهمة، وتأثير المحتوى الرقمي الحديث على هذه القيم، مثل الأصالة والتعبير الذاتيالا أن هذه الأخيرة اعتمدت على عينة طلابية من إيطاليا، بينما دراستنا على الشباب الجزائري، مما قد يختلف فيه نوع القيم المفضلة وتأثير المنصات الرقمية، بسبب الاختلافات الثقافية والاجتماعية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإدمان عليها كما ركزت بعض الدراسات على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي و الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة عليها كما كان هناك تفاوت في المجتمعات التي طبقت فيها الدراسات السابقة ،وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها مواقع التواصل الاجتماعي كمواضيع هامة فرضت نفسها أمام العديد من الباحثين في وقتنا الراهن.

وقد سلطت الدراسات السابقة الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بموضوع هذه الدراسة حيث أكدت بعضها على جملة أمور أهمها: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع من خلال الفوائد التي يقدمها، دوافع استخدامها ومعرفة الأبعاد النفسية والعاطفية والاجتماعية والثقافية وتحليل ظواهر استخدامها من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية و تأثيرات العولمة الثقافية على قيم فئات المجتمع لاسيما فئة الشباب.

[1] المرجع نفسه .

ما تميزت به الدراسة الحالية:

على الرغم من وجود بعض الدراسات التي قد تطرقت بصورة مباشرة أو غير مباشرة، إلى متغير أو أكثر من متغيرات هذه الدراسة، إلا أن أيا امنه لم يدرس بصورة مباشرة العلاقة بين متغيرات هذه الدراسة ككل وفيما يلي توضيح لما تميزت به الدراسة الحالية:

-تناولها موضوع مهم وهو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي لدى الشباب الجزائري

- حاولت الدراسة الحالية الخروج بعلاقات واضحة وصريحة ذات طابع علمي يمكن تعميمها في مجالات الاتصال الجماهيري إذا ما تم استخدام هذه العلاقات وتعديلها وتكمن هذه العلاقة بقوة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و الدور الذي يمكن أن تلعبه إذا ما استخدمت الاستخدام الأمثل .

وأخيرا فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بلورة الفكرة البحثية بكافة جوانبها ومحاولة التطرق لبعض المتغيرات التي لم تبحثها تلك الدراسات.

جدول رقم 01 يبين عناصر تميز دراساتنا مقارنة بالدراسات السابقة

عنصر المقارنة	ما تميزت به دراستنا
الإطار النظري	اعتماد نظرية بناء الواقع لبرغر ولوكمان لفهم تشكل القيم.
المنهجية	استخدام منهج كمي ونوعي معًا لتحليل الأثر بدقة.
السياق المحلي	تركيز دقيق على الشباب الجزائري باختلاف فئاتهم وليس فقط الجامعيين.
التركيز القيمي	تحليل "بناء" القيم، لا فقط "تغيرها" أو "تراجعها."
تعدد المنصات	دراسة تأثير مختلف تطبيقات التواصل وليس منصة واحدة.

المبحث الثاني : منهجية الدراسة

1- مجالات الدراسة

يعد تحديد المجال الدراسي خطوة اساسية في لبناء المنهجي لكل دراسة علمية ميدانية كونه يساعد على قياس مدى تحقيق المعارف النظرية في الميدان، ونقصد بميدان الدراسة النطاق الجغرافي والزمني والبشري الذي اجريت فيه.

1-1 المجال البشري

اعتماد عينة مكونة من **300 شابًا** وقد تم توزيعها بشكل متوازن وفق معايير التنوع وقد تميزت هذه العينة بعدة أبعاد مهمة:

- **التمثيل الجندري**: أُخذ في الاعتبار تمثيل الذكور والإناث بشكل متقارب، وذلك بهدف تحليل ما إذا كانت هناك اختلافات نوعية في التفاعل مع المحتوى القيمي الرقمي بحسب النوع الاجتماعي، خاصة فيما يخص قضايا مثل الحرية الفردية، العلاقات، الدين، والأسرة.
- **التنوع في المستوى التعليمي**: وجود مستويات تعليمية مختلفة يسمح بمقارنة المواقف القيمية بين المتعلمين تعليمًا متوسطًا، وتعليمًا جامعيًا، وتعليمًا ما بعد التدرج، وهو ما يكشف العلاقة بين التحصيل المعرفي ومناعة الفرد القيمية أو انفتاحه القيمي.

هذا التنوع لم يكن مجرد تفصيل شكلي، بل ساهم في إنتاج معطيات قابلة للتحليل المقارن، وأعطى للدراسة مصداقية علمية ومنهجية.

2-1 المجال المكاني :

اقتصر المجال المكاني لهذه الدراسة على **ولاية تبسة**، الواقعة شرق الجزائر وقد شمل المجال جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي باختلاف كلياتها بالاضافة الى المؤسسات الشبابية ومراكز تكوين المهني مثل : دور الشباب و المراكز الثقافية ...الخ بهدف ضمان تمثيل العينة للمجتمع المستهدف من البحث.

3-1 المجال الزمني

الفترة الزمنية (يناير2021–أبريل 2025) تمتاز بعدة خصائص بحثية:

- **عدم تزامنها مع أحداث مؤثرة**: تجنّب الدراسة لِفترات سياسية حساسة أو مواسم امتحانات يجعل النتائج أكثر استقرارًا وأقل انحيازًا للظروف الطارئة أو الاستثنائية.
- **المدى الزمني الكافي**: يُعد مناسبًا لجمع المادة العلمية ثم تحري الجانب المنهجي و النظري ثم التطبيقي من خلال استخدام أدوات بحث متعددة (استبيان، ملاحظات ميدانية) دون التسرع أو ضغوط زمنية تؤثر على جودة التحليل.

وبهذا يوفّر المجال الزمني **حالة استقرار منهجي** يمكن البناء عليها في تحليل التغيرات القيمية كمظاهر مستمرة لا آنية، ويجعل الاستنتاجات أكثر عمقًا وواقعية.

2- مجتمع البحث وعينة الدراسة

2-1 مجتمع البحث:

في البحوث العلمية، يُقصد بمجتمع البحث:

"جميع الأفراد أو العناصر أو الوحدات الذين يشتركون في سمة أو مجموعة سمات معينة، ويشكّلون الإطار العام الذي تُجرى عليه الدراسة ويُراد تعميم نتائجها عليه."[1]

كما يُعرّف بأنه:

"كل مفردة أو عنصر تتوفر فيه خصائص معينة تجعل منه صالحًا لتمثيل الظاهرة المدروسة أو للمشاركة في اختبار فرضيات البحث."[2]

ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في الشباب الجزائري من فئة الشباب (تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة) الناشط على مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يُعد الأكثر تفاعلًا مع الوسائط الرقمية في الجزائر.

[1] عويمر عبد الله، مناهج البحث العلمي، المفاهيم والخطوات والتطبيقات، لرياض، مكتبة العبيكان، 2021 ، ص 35.

[2] عبد الرحمن محمد صبري، أسس البحث العلمين النظرية و التطبيق ،عمان ،دار المسيرة، 2019 ، ص 48.

2-2 عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها مجموعة جزئية من الأفراد أو العناصر تمثل المجتمع الأصلي، وتُختار وفق أسس علمية لتمكن الباحث من دراسة الظاهرة محل الاهتمام، وتعميم النتائج على المجتمع ككل [1] .

كما أنها ذلك الجزء من المجتمع الأصلي الذي يتم اختياره ليمثل هذا المجتمع، وتُعد أداة فعالة للحصول على بيانات دقيقة وبتكاليف وجهد أقل من دراسة المجتمع بأكمله [2] .

اذا هي جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره بطريقة منهجية لتمثيل المجتمع الأصلي تمثيلًا دقيقًا، بهدف دراسة خصائصه وتعميم النتائج عليه.

تم اختيار **عينة عشوائية بسيطة** من **300 مفردة** من الذكور والإناث، لتكون ممثلة لمجتمع البحث، مع الحرص على التنوع من حيث السن، الجنس، المستوى الدراسي، وعدد ساعات استخدام مواقع التواصل.

- هي إحدى طرق اختيار العينات الاحتمالية، وتقوم على أساس إعطاء فرص متساوية لكل مفردة من مفردات المجتمع كي تُختار ضمن العينة، دون أي تدخل من الباحث في عملية الاختيار. [3]

[1] عدس عبد الرحمن ، أسس البحث العلمي ، النظرية والتطبيق ، عمان ، دار المسيرة، 2019، ص 33.

[2] خضير كاظم عبد ، مناهج البحث العلمي ، أسس وتطبيقات ، عمان ، دار المسيرة، 2020 ، ص 66.

[3] دوجلاس ويلسون، أساسيات البحث الكمي ، ترجمة عبد العزيز السنيدي ، الرياض ، مكتبة الملك فهد، 2019 ، ص 95.

3- منهج الدراسة

"المنهج هو الطريق أو الأسلوب الذي يتبعه الباحث عند معالجته لمشكلة بحثية، بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة[1]".

المنهج الوصفي هو أحد المناهج المستخدمة لدراسة الظواهر كما هي، من خلال **جمع البيانات بدقة، ووصفها ثم تحليلها واستخلاص النتائج** منها[2].

المنهج الوصفي لا يكتفي بوصف الظاهرة، بل يتجاوز ذلك إلى **تحليل العلاقات بين مكوناتها، وتفسير أسبابها والتوصل إلى استنتاجات**[3].

اعتمدت هذه الدراسة على **المنهج الوصفي** ، والذي يعد الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية المعاصرة وتحليل العلاقات بين المتغيرات، خاصة في ما يخص تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى الشباب.

وقد سمح هذا المنهج بوصف أنماط الاستخدام وتحديد أثرها على الواقع القيمي، مع محاولة تفسير المتغيرات الكامنة وراء هذا التأثير.

[1] المرجع نفسه، ص 66.

[2] عبد الرحمن محمد صبري، أسس البحث العلمي ، النظرية والتطبيق، دار المسيرة ،عمان ، 2018 ، ص58.

[3] السنيدي عبد العزيز، مناهج البحث العلمي ، المفاهيم والتطبيقات ، مكتبة الرشد، الرياض ، السعودية ، 2016 ، ص89.

4- أدوات جمع البيانات

الاستبيان هو أداة تُستخدم في البحث العلمي تتكون من مجموعة من الأسئلة أو العبارات التي يُطلب من المبحوثين الإجابة عنها، سواءً كانت مغلقة أو مفتوحة"[1].

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة "استمارة الاستبيان"، وهي أداة علمية تتضمن مجموعة من الأسئلة المكتوبة تهدف إلى جمع بيانات كمية أو نوعية حول موضوع الدراسة من أفراد العينة ، وتُعد من أكثر أدوات البحث استخدامًا في الدراسات الاجتماعية؛ لما تتمتع به من سهولة في التطبيق وقدرة على تغطية عينة واسعة.

و قد وُضع **استبيان مغلق وموجه** يضم مجموعة من 06 محاور الأساسية موزعة على 24 سؤال :

- المحور الأول : البيانات الشخصية .
- المحور الثاني : يتعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- المحور الثالث : متعلق بالقيم التي تروج لها مواقع التواصل الاجتماعي .
- المحور الرابع : العلاقة بين كثافة الاستخدام و تغير القيم .
- المحور الخامس : يتعلق بالتأثير حسب المنصة .
- المحور السادس : يتعلق بمدى تبني المستخدمون الشباب للقيم المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

[1] عبيدات ذوقان وآخرون ، البحث العلمي، مفهومه، أدواته، وأساليبه، دار الفكر، عمان، 2007 ، ص 56.

الفصـــــل الثاني :

دراسة تحليلية لمواقع التواصل الاجتماعي و القيم

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

شهدت نهاية عقد التسعينات بروز البدايات الأولى لما أصبح يُعرف اليوم بـ الشبكات الاجتماعية، من خلال ظهور مجموعة من المواقع التجريبية التي مهّدت لتطور هذا النمط من التفاعل الرقمي. فقد انطلق موقع Classmates.comسنة 1995بهدف ربط زملاء الدراسة، تلاه موقع SixDegrees.comعام 1997، الذي ركّز على بناء الروابط المباشرة بين الأفراد وقد أتاحت هذه المواقع للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية وتبادل الرسائل النصية مع الأصدقاء، وهي خصائص تُعدّ من اللبنات الأساسية لما باتت عليه الشبكات الاجتماعية المعاصرة.

ورغم ما وفرته تلك المواقع من خدمات مبتكرة في حينها، إلا أنها فشلت في تحقيق العائد الاقتصادي الكافي لاستمراريتها، ما أدى إلى إغلاقها تدريجيا[1].

مع مطلع الألفية الجديدة، بدأت المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية، حيث ظهرت تطبيقات ويب جديدة — كالمدونات ومواقع مشاركة الوسائط المتعددة — ركّزت على تعزيز التفاعل، والتعاون، وبناء المجتمعات الافتراضية .وقد ارتبط هذا التحول ارتباطًا وثيقًا بتطور خدمات الإنترنت، مما أتاح الانتقال من فكرة التواصل الثنائي المحدود إلى نمط أكثر اندماجًا وتفاعلية، شكّل ما يُعرف بـ مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية.

ويُعد موقع MySpaceالأمريكي، الذي أُطلق رسميًا عام 2003، من أبرز العلامات الفارقة في هذه المرحلة، تلاه

[1] ماهر عودة الشمايلة وآخرون ، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، الأردن ، 2015، ص 200 .

موقع Facebookالذي سرعان ما تجاوز منافسيه ليصبح الشبكة الاجتماعية الأكثر تأثيرًا وانتشارًا على مستوى العالم.[1]

أما الولادة الفعلية للشبكات الاجتماعية بمعناها الحديث، فقد كانت سنة 2002مع إطلاق موقع Friendster، الذي لاقى نجاحًا واسعًا دفع شركة Googleإلى محاولة الاستحواذ عليه سنة 2003، دون أن تتم الصفقة. وفي النصف الثاني من العام ذاته، ظهر في فرنسا موقع Skyrock، الذي بدأ كمنصة للتدوين ثم تحوّل تدريجيًا إلى شبكة اجتماعية متكاملة بحلول 2007، محققًا انتشارًا واسعًا جعله يحتل المرتبة السابعة عالميًا في يناير 2008 من حيث عدد المستخدمين المسجلين.

وفي عام 2005، ظهر موقع MySpaceمجددًا كأحد أهم الشبكات الاجتماعية الأمريكية، متفوقًا حينها على Googleفي عدد الزيارات. غير أن تفوقه لم يستمر طويلًا، إذ تمكن Facebookبفضل فتحه المجال أمام المطورين لإنشاء تطبيقات داخل المنصة سنة 2007 من استقطاب أعداد هائلة من المستخدمين حول العالم، ليتجاوز منافسه بحلول عام 2008 .

وفي الفترة نفسها، شهد العالم الرقمي ظهور منصات اجتماعية جديدة مثل YouTubeوTwitter، التي أضافت أبعادًا جديدة للتفاعل عبر الوسائط المتعددة والمحتوى الفوري، لتشكل بذلك مرحلة النضج

والانتشار الواسع للشبكات [2]الاجتماعية التي نعرفها اليوم، بوصفها فضاءً ديناميًا يجمع بين الاتصال، والإنتاج، والتشارك الثقافي في بيئة رقمية متكاملة.

[1] زاهر رامي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان ،2003، متاح على . bohotti.blogspot.com تاريخ الزيارة في 2022/4/5 ، على الساعة 17:00.

مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسائل ووسائط الكترونية موجودة على شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها فضاء عاما للتواصل يمكن الأفراد والمجتمعات من خلاله تبادل المنافع والخبرات في ما بينها ويعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات المتأخرة نسبيا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حيث بدأ الانتشار والاستخدام الفعلي لها في أوساط المجتمع الجزائري منذ أواخر التسعينيات، وقد كان لهذا الاستخدام أثار ايجابية سواء بالنسبة للفرد في ثقافته وخبراته المعرفية والعلمية أو بالنسبة للأفراد في تحقيق التواصل العلمي والمعرفي والثقافي والاجتماعي في ما بينهم، من خلال تبادل الخبرات والمحادثة والمتابعة والنقاش حول الكثير من القضايا التي تهم الإنسان في حسانه اليومية وفي علاقاته الاجتماعية. ولكن إلى جانب الايجابيات التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي فان لها بالمقابل الكثير من السلبيات التي تأثر على الفرد والمجتمع على السواء وأكثرها

انتشارا ظاهرة الانعزال الاجتماعي للأفراد ، وارتباطهم بالمجتمع الافتراضي ممل يفقدهم القدرة على تأدية أدوارهم ومسؤولياتهم الاجتماعية.[1]

كان لثورة الفايسبوك والوسائط الإعلامية الجديدة، العديد من الانعكاسات الاجتماعية المهمة على المجتمع الجزائري ، ولعل أبرزها ما قام به الشاب المبدع ابن مدينة الحضنة " هشام زوبيري" الذي استطاع أن يصمم وبإبداع كبير فايسبوك جزائري خالص بمواصفات و خصائص تقنية تضاهي جودة خدمات الفايسبوك الحالي أطلق عليه اسم ness+، وتحدث زوبيري على أن موقع التواصل الاجتماعي هذا كان ثمرة

---

[2] ماهر عودة الشمايلة وآخرون ، المرجع السابق، ص 201 .

[1] لكحل فيصل ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري المعاصر ، متاح على الخط http://hdl.handle.net/123456789/970 ، تاريخ الزيارة في 2022/04/04 ، على الساعة 18:00 h .

أكثر من 3 سنوات من العمل الجاد، إلى أن استطاع أن يصل إلى رقم 20 ألف مشترك ، ورقم 10 ألاف زائر، وهذا بعدما لم يمض على إطلاقه تجريبيا فقط عام واحد ، وأكد زوبيري أنه يعمل حاليا على إضافة تحسينات جديدة متعلقة بإدخال اللغة العربية، حيث يقتصر حالياعلى اللغة الفرنسية و الانجليزية فقط كان هذا في عام 2012.[1]

في عام 2013 أطلق مجموعة من الشباب موقعا اجتماعيا جديدا يحمل اسم " فايس ألجيريا " لينافسوا به موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية الفايسبوك.

وكان مؤسسو موقع التواصل الاجتماعي الجزائري " فايس ألجيريا " أعلنوا عن تأخير انطلاق العمل بالموقع إلى التاسع من جويلية، بدل من الخامس جويلية المصادف لعيدي الاستقلال والشباب لأسباب تقنية سيتم تجاوزها لجعل الموقع منافسا لفيسبوك بتطبيقات جديدة.

موقع التواصل الاجتماعي الجزائري مائة بالمائة يحمل خصائص ومميزات تنافس تلك التي يتوفر عليها موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ويعد أول تجربة في الجزائر، يشرف عليه تقنيون وفنيون جزائريون وموجه لمواكبة التطور في وسائل الاتصال الاجتماعي حيث يسمح لجميع الجزائريين بالتواصل الافتراضي مع بعضهم البعض، من أجل مد جسر تواصل دائم مع أصدقائهم وأقربائهم. ويتمكن المشترك من فتح حساب (بصيغة خاصة أو مفتوحة)، نشر معلومات، صور أو فيديو، مع إمكانية مشاركتها مع الأصدقاء أو مع

[1] فريد قاسم، +ness أول موقع تواصل اجتماعي جزائري، موقع جزايرس، نشر في 2014/4/3 متاح على الخط http://www.djazairess.com/akhbrelyoum/52015 ، تاريخ الزيارة في 2022/04/04 ، على الساعة18:15 h .

المجموعات، فيما يبقى جميع المستعملين على اطلاع بالمعلومات، الصور و الفيديو الآراء والأسئلة التي يطرحها جميع من يتواصلون معهم.[1].

يعد موقع "فايس ألجيريا "نموذجا لمنصات التواصل الاجتماعي ذات الطابع التسويقي، إذ يسعى– وفقا لما يوضحه مؤسسو المشروع – إلى إرساء علاقة تفاعلية مباشرة بين المنتِج والمستهلك، بما يتيح للعلامة التجارية الاطلاع المستمر على آراء المستهلكين وتلقي ردود فعل آنية من مختلف المستخدمين. ويسهم ذلك في تحسين الصورة المؤسسية للشركة وتعزيز استراتيجياتها التواصلية، من خلال تسهيل قنوات الاتصال والمشاركة الفاعلة في نموها وتطورها المستمرين

أما في 25 ماي 2014، فقد تم إطلاق موقع التواصل الاجتماعي الجزائري "حومتنا"، وهو منصة رقمية تهدف إلى تعزيز التفاعل والتعارف وتبادل الأفكار بين المستخدمين العرب. يتكوّن الموقع من عدة أقسام تشمل : الفيديوهات، الصور، التعليقات، الأسئلة والاستفسارات، المنتديات، والتدوينات الشخصية، إضافةً إلى إمكان نشر الإعلانات والمشاركات المختلفة. كما يوفّر الموقع خدمات المراسلة الفورية والدردشة الجماعية، فضلًا عن تطبيقات للألعاب التفاعلية، مما يجعله فضاءً افتراضيًا متعدد الوظائف. ويُلاحظ أن المنصة لا تزال في طور التطوير والتحسين المستمر، بهدف الارتقاء بخدماتها ومواكبة متطلبات المستخدمين في البيئة الرقمية الجزائرية والعربية على حد سواء.

[1] زبير فراس ، اطلاق موقع فايس ألجيريا لمنافسة فايسبوك، موقع جريدة الخبر الالكترونية، 2013/07/19 ، متاح على الخط https://www.elkhabar.com/ar/autres ، تاريخ الزيارة في 2022/04/04 ، على الساعة 18:45 h .

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر التطور الرقمي في البيئة الاتصالية المعاصرة، إذ تتميز بمجموعة من الخصائص التقنية والتفاعلية التي جعلتها تختلف جوهريًا عن غيرها من التطبيقات والمواقع الإلكترونية. ورغم تنوع هذه الخصائص من منصة إلى أخرى، فإنها تشترك في عدد من السمات العامة التي تشكّل جوهر بنيتها الاتصالية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:[1]

- **الملف الشخصي(Profile Page)** : يعد الملف الشخصي نقطة الولوج الأساسية إلى هوية المستخدم داخل المنصة، إذ يُمكّن من عرض معلوماته الأساسية مثل الاسم، وتاريخ الميلاد، والجنس، والبلد، والاهتمامات، والصورة الشخصية، إضافةً إلى تفاصيل أخرى تُسهم في بناء صورة رقمية متكاملة عن الفرد.

- **المشاركة(Participation)** : تتيح الشبكات الاجتماعية للمستخدمين إمكانية التفاعل والمساهمة عبر نشر المحتوى والتعليق والمشاركة، مما يعزز من دينامية الاتصال ويُشجّع على تبادل الآراء والخبرات بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة[2].

- **الانفتاح(Openness)** : تعتبر هذه المنصات فضاءً مفتوحًا وعابرًا للحدود، إذ تتيح تواصلاً عالميًا بين الأفراد دون قيود مكانية أو زمنية، مما يسهّل تبادل المعلومات والمعارف والأفكار في بيئة رقمية شمولية.

[1] أسامة غازي المدني ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى، السعودية 2015/2014، ص 399.

[2] إبراهيم أحمد الدوري ، المرجع السابق، ص7.

-**المحادثة والتفاعل(Interactivity) :** تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بكونها وسائط تفاعلية ثنائية الاتجاه، تتيح للمستخدمين المشاركة في النقاشات وإبداء الرأي حول الأحداث أو الأخبار أو المحتويات المنشورة، بخلاف الوسائط التقليدية ذات الاتجاه الواحد.[1]

- **الأصدقاء والعلاقات(Friends/Connections)** : تتيح هذه الشبكات بناء شبكات من العلاقات الاجتماعية أو المهنية، حيث يُستخدم مصطلح "صديق" للإشارة إلى الأشخاص المضافين ضمن دائرة التفاعل، بينما تُطلق بعض المنصات المهنية مثل LinkedInمصطلح "اتصال" أو "علاقة" للدلالة على الروابط المهنية.[2]

- **الرسائل الخاصة(Messaging)** : توفر هذه الخاصية إمكانية التواصل المباشر بين المستخدمين، سواء كانوا ضمن قائمة الأصدقاء أو خارجها، مما يُعزز التفاعل الشخصي ويُسهم في توسيع شبكة العلاقات.

- **ألبومات الصور(Photo Albums)** : تسمح هذه الخدمة للمستخدمين بإنشاء ألبومات رقمية وتحميل مئات الصور ومشاركتها مع الآخرين، إضافةً إلى إمكانية التعليق عليها وإعادة نشرها، مما يعزز البعد البصري للتفاعل الاجتماعي.

- **المجموعات أو المجتمعات(Groups/Communities)** : تتيح الشبكات الاجتماعية إنشاء فضاءات افتراضية مخصّصة لمناقشة اهتمامات أو قضايا محددة، حيث يُمكن للمستخدمين تأسيس مجموعات والتفاعل من خلالها عبر النقاشات والفعاليات(Events) ، مع إمكانية دعوة الأعضاء والمشاركة في التنسيق الجماعي.

[1] محمد محمد عبد المنعم وآخرون ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة، جامعة الملك فيصل، ص289.

[2] وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاءالاكتروني، مارس 2012.

- **الصفحات(Pages)** : ابتكر موقع Facebookخاصية الصفحات لتُستخدم في الترويج للمؤسسات والعلامات التجارية والمشروعات المختلفة، إذ تتيح إطلاق حملات إعلانية موجّهة تُستهدف فيها فئات محددة من الجمهور، مقابل رسوم تُحسب على أساس عدد النقرات والتفاعل مع المحتوى الإعلاني.
- **الترابط الشبكي(Connectivity)** : تقوم هذه المنصات على مبدأ الشبكية والتكامل، إذ تُنشئ شبكة مترابطة من المستخدمين والمحتويات عبر الروابط والوسوم(Links & Tags) ، مما يعزز من انتشار المعلومات وسهولة الوصول إليها في البيئة الرقمية.[1]

وبذلك، يتضح أن الخصائص البنيوية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثل إطارًا ديناميًا يدمج بين البعد التكنولوجي والتفاعلي والاجتماعي، بما يجعلها وسيطًا مركزيًا في تشكيل أنماط الاتصال المعاصر وبناء العلاقات في المجتمع الرقمي.

3- أهمية وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر التحول الرقمي المعاصر، إذ تلعب دورا محوريا في حياة الأفراد والمجتمعات على حد سواء. فهي تتيح للإنسان فرصة التعبير عن ذاته وعن اهتماماته المختلفة، ومشاركة أفكاره ومشاعره مع أشخاص يشاركونه الاهتمامات ذاتها. ونظرًا للطبيعة الاجتماعية للإنسان، فإن هذه الشبكات تُمكّنه من بناء علاقات تفاعلية تتجاوز القيود المكانية والزمانية، مما يعزز من قدرته على التواصل السريع مع الآخرين الذين قد يتعذر لقاؤهم في الواقع لأسباب مهنية أو اجتماعية أو زمنية.[2]

[1] إبراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 7.

[2] هديل العبيدي، يوسف حراث، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، جامعة البحرين ،2017، متاح على alwatannews.net ، تاريخ الزيارة 2022/08/23 ، على الساعة 13:15 h .

لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم أداة رئيسية في تداول المعلومات وتبادل الخبرات، إذ يعتمد مستخدموها على الثقافة الرقمية في التفاعل ضمن فضاءات اتصالية افتراضية، ما جعلها تُعرف بمسمى "الشبكات الاجتماعية". وتكمن أهمية هذه الشبكات في قدرتها على تحقيق تواصل فوري وفعّال مع الآخرين عبر منصات متعددة مثل فيسبوك وتويتر وسنابشات وغيرها، إضافةً إلى تنوع الوسائط المستخدمة في نقل المعلومات من صور وصوت وفيديو ونصوص تفاعلية. وقد ساهم هذا التنوع في زيادة شعبيتها وتأثيرها في مختلف مجالات الحياة، سواء الاجتماعية أو التعليمية أو السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية.

ب- فوائد شبكات التواصل الاجتماعي:

على الرغم من أن الغاية الأساسية لأصحاب هذه الشبكات ذات طابع تجاري، إلا أن استخدامها يمنح الأفراد والمجتمعات جملة من الفوائد المهمة، من أبرزها:[1]

1. **توسيع شبكة العلاقات الإنسانية والمهنية** :إذ تمكّن المستخدمين من التعرف على أشخاص قد يقدمون المساعدة في مجالات الحياة المختلفة، مثل التواصل بين الباحثين عن العمل وأرباب المؤسسات، أو بين أصحاب الأفكار ورواد الأعمال.

2. **منصة للإعلان والتسويق الرقمي** :حيث يمكن استغلال خاصية "الصفحات (Pages) "المتاحة في معظم الشبكات الاجتماعية للإعلان التجاري أو الترويج للمنتجات والخدمات بطريقة قانونية ومجانية، بما يضمن انتشارًا واسعًا على المستويين المحلي والعالمي.

3. **اكتساب المعرفة وتبادل الخبرات** :تسمح هذه المنصات للمستخدمين بنشر المقالات والروابط والمحتويات المتنوعة، مما يتيح تبادلا مستمرا للمعلومات بين الأفراد، ويعزز من اطلاعهم على اتجاهات فكرية وثقافية متعددة.

[1] سلمان بكر بن كران ، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان ،2015، ص 163 -164.

4. **منبر للتعبير عن الذات :**توفر الشبكات الاجتماعية فضاءً حرًا للتعبير عن الآراء والمواقف والانتماءات، وهو ما يسهم في تعزيز الثقة بالنفس وتنمية الحس النقدي لدى الأفراد من خلال التفاعل مع جمهور واسع ومتنوع.

4- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد الدوافع التي تدفع الأفراد، ولا سيما فئة الشباب، إلى الانتقال من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، وإنشاء حسابات شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. وقد أظهرت العديد من الدراسات أن هذه الدوافع تتراوح بين نفسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، مما يجعل هذه المنصات بيئة جاذبة ومتنوعة الاستخدامات. ويمكن حصر أبرز هذه الدوافع فيما يلي[1]:

1- **المشكلات الأسرية:** تعد الأسرة الحاضن الاجتماعي الأول للفرد، إذ توفر له الأمن العاطفي والاستقرار النفسي والاجتماعي. غير أن غياب هذا الدور نتيجة التفكك الأسري أو انشغال الوالدين الدائم بشؤون الحياة اليومية يؤدي إلى شعور الفرد بالعزلة والحرمان العاطفي، مما يدفعه إلى البحث عن بدائل افتراضية لتعويض هذا النقص. وفي هذا السياق، تصبح شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للهروب من الواقع وللبحث عن الانتماء والتفاعل الذي يفتقده داخل الأسرة.

2-الفراغ الزمني: يمثل الفراغ أحد العوامل الرئيسة التي تسهم في الإقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل غياب أنشطة بديلة ذات قيمة معرفية أو اجتماعية. فضعف مهارات إدارة الوقت لدى بعض الأفراد يدفعهم إلى قضاء ساعات طويلة في تصفح التطبيقات الاجتماعية مثل "فيسبوك" و"إنستغرام"، باعتبارها وسيلة سهلة للتسلية ومشاركة الصور والمقاطع الصوتية، مما يحوّلها في كثير من الأحيان إلى أداة لملء الوقت دون هدف محدد.

[1] علي حجازي إبراهيم ، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد ،2018، ص:85 -86، متاح على https://books.google.dz ، بتاريخ : 2022/03/30 ، على الساعة . 16:00 h

3- البطالة: تعد البطالة من بين العوامل الاقتصادية والنفسية المؤثرة في توجه الأفراد نحو العالم الافتراضي، حيث يؤدي غياب الاندماج المهني والاجتماعي إلى شعور بالإقصاء والتهميش. ومن ثمّ، يبحث الفرد عن فضاءات بديلة تمنحه فرصة للتعبير عن ذاته أو التفاعل مع الآخرين. وفي بعض الحالات، قد تدفع البطالة الممتدة بعض الأفراد إلى سلوكيات منحرفة مثل استغلال هذه المنصات لأغراض احتيالية أو للتنفيس عن الإحباط الاجتماعي.[1]

4- الفضول وحب الاستطلاع: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بجاذبيتها العالية من حيث تنوع محتوياتها وسرعة تجددها، مما يثير فضول المستخدمين لاكتشاف تقنيات جديدة وتجريب أنماط تفاعل مختلفة. ويُعتبر الفضول أحد الدوافع الجوهرية وراء الاستخدام المكثف لهذه الشبكات، حيث يجد فيها الأفراد مجالًا لتوسيع معارفهم وتجربة أدوات رقمية حديثة في مختلف جوانب حياتهم العلمية والعملية والشخصية.

5- التعارف وتكوين الصداقات: أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات جديدة للتفاعل والتعارف بين الأفراد، سواء ضمن الإطار المحلي أو عبر الثقافات المختلفة. فقد ساهمت هذه الشبكات في دمج الصداقات الواقعية بالافتراضية، ووفرت فرصًا للتقارب الاجتماعي وتبادل التجارب والأفكار بين الجنسين أو بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة[1]، بما يعزز الإحساس بالانتماء إلى مجتمع رقمي واسع.

6- التسويق والبحث عن فرص العمل: تجاوزت مواقع التواصل الاجتماعي وظيفتها التقليدية كوسيلة للتعارف، لتصبح أداة استراتيجية في مجالات التسويق الرقمي والبحث عن الوظائف. فهي تتيح للأفراد والمؤسسات التواصل المباشر مع العملاء، وتمنح فرصًا للترويج للمنتجات والخدمات بتكاليف منخفضة مقارنة بالإعلانات التقليدية. كما توفر منصات مثل LinkedIn فضاءات مهنية مخصصة لتبادل الخبرات وبناء العلاقات المهنية واستكشاف فرص التطوير الوظيفي.[2]

[1] الوافي الطيب وبهلول لطيفة ، البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، متاح على http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc ، بتاريخ 2022/03/30 ، على الساعة 18:00 h .

[2] مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان، العدد 395، يناير، 2012، ص 157.

يتبين من خلال ما سبق أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يرتبط بدافع واحد، بل هو نتاج تفاعل معقد بين عوامل اجتماعية ونفسية واقتصادية وثقافية. فبينما يسعى البعض إلى التواصل والتعبير عن الذات، يبحث آخرون عن فرص للتعلم أو العمل أو الترفيه. ومن ثمّ، فإن فهم دوافع الاستخدام يُعدّ مدخلًا أساسيًا لتحليل أنماط السلوك الرقمي وتوجيهها نحو الاستخدام الأمثل لهذه الوسائل بما يخدم التنمية الشخصية والمجتمعية.

5- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر الثورة الرقمية المعاصرة، وقد تنوعت أشكالها ووظائفها تبعًا لطبيعة الخدمات التي تقدمها وللأهداف التي تسعى إلى تحقيقها. ويمكن تصنيف هذه المواقع وفقًا لمجالات استخدامها إلى خمسة أنواع رئيسة، كما يلي:

1- مواقع الاتصال وتبادل المعلومات :

تُعنى هذه الفئة من المواقع بتسهيل عمليات الاتصال المباشر وغير المباشر بين المستخدمين، وتبادل المعلومات والأخبار والبيانات في مختلف المجالات. ومن أبرز صورها: [1]

- المدونات(Blogs) :

تعد المدونات من أوائل أشكال التواصل الرقمي، وتمثل فضاءً إلكترونيًا يُمكّن الأفراد من نشر آرائهم وأفكارهم حول قضايا عامة أو موضوعات شخصية. وتتعدد أنواع المدونات؛ فبعضها يتناول الأخبار والمستجدات اليومية، بينما يركز البعض الآخر على التدوين الشخصي أو الموضوعي المتخصص.

[1] محمد عجم ، الانترنيت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، المرجع السابق، ص12.

- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:

تُعد مواقع مثل فيسبوك (Facebook) ولينكدإن (LinkedIn) من أبرز المنصات التي تتيح للمستخدمين إنشاء شبكات اجتماعية ومهنية، من خلال تبادل الاهتمامات، والمشاركة في الفعاليات، والتفاعل مع الأصدقاء أو الزملاء. كما تسهّل هذه المواقع عمليات البحث عن معارف قديمة، مثل زملاء الدراسة أو العمل.

-مواقع تنظيم الفعاليات:(Event Sites) :

تختص هذه المواقع بتنظيم المناسبات الاجتماعية والمهنية، حيث تمكّن المستخدمين من إنشاء فعاليات وتحديد عدد المدعوين ومواقع التجمع باستخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية (LBS) وتمتاز هذه المنصات بإمكانية التحديث الآني للزمان والمكان، بحيث تُبلّغ الدعوات والتغييرات للمشاركين بشكل فوري دون الحاجة للتواصل الفردي.

2- مواقع التعاون وبناء فرق العمل(Wiki Sites) :

يُطلق على هذه الفئة من المواقع اسم "الويكي"، وهي تعتمد على مبدأ المشاركة الجماعية في إنتاج المعرفة. إذ تسمح لعدد كبير من المستخدمين بإضافة وتحرير وتحديث المعلومات ضمن قاعدة معرفية مترابطة من خلال روابط إلكترونية. [1]

وتُعد ويكيبيديا (Wikipedia) المثال الأبرز على هذا النوع، حيث تمثل موسوعة علمية مفتوحة شارك في بنائها مستخدمون من مختلف أنحاء العالم عبر تبادل المعارف والخبرات.

[1] علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية،ص3.

3- مواقع الوسائط المتعددة(Multimedia Sharing Sites) :

تشمل هذه المواقع المنصات المخصصة لتبادل الصور والفيديوهات والمقاطع الصوتية، وتمثل بيئة تفاعلية للفنون والإبداع البصري والموسيقي.

ومن أبرز هذه المواقع منصات يوتيوب (YouTube) وفليكر (Flickr) وساوند كلاود(SoundCloud) ، حيث تتيح للمستخدمين نشر إنتاجاتهم الفنية، ومشاركتها مع الجمهور، والتفاعل مع آرائهم، فضلاً عن إمكانية اكتشاف المواهب من قِبل الشركات الفنية والإنتاجية.

4- مواقع الآراء والمراجعات(Review and Opinion Sites) :

تركّز هذه المواقع على تبادل تقييمات وآراء المستخدمين حول السلع والخدمات والمنتجات. وتُعدّ مصدرًا مهمًا للمستهلكين في اتخاذ قرارات الشراء، إذ تتيح الاطلاع على تجارب الآخرين ومقارنة البدائل المتاحة في الأسواق[1] ومن الأمثلة على هذا النوع مواقع Product Reviewsو TripAdvisorوغيرها من المنصات التي تدمج بين التفاعل الاجتماعي والمعلومة التسويقية.

5- المواقع الترفيهية والعوالم الافتراضية(Virtual Worlds) :

تُصنّف هذه الفئة ضمن أكثر أشكال التواصل الاجتماعي طابعًا تفاعليًا، حيث تتيح للمستخدمين إنشاء هويات رقمية (أفاتارات) والتفاعل داخل بيئات ثلاثية الأبعاد تحاكي الواقع. وتُستخدم هذه العوالم الافتراضية في مجالات متعددة، مثل التعليم الإلكتروني، والترفيه، والتدريب المهني، والمحاكاة الاجتماعية.

[1] المرجع نفسه، ص3.

إن تنوع مواقع التواصل الاجتماعي يعكس اتساع استخداماتها وتطور وظائفها من مجرد أدوات للتعارف والتفاعل الاجتماعي إلى فضاءات متعددة الأغراض تشمل التعليم، والتسويق، والإنتاج المعرفي، والترفيه. ومن ثمّ، يُعدّ تصنيفها خطوة أساسية لفهم طبيعة التأثيرات التي تمارسها على المستخدمين والمجتمع بصفة عامة.

6- نماذج مواقع التواصل الاجتماعي:

1- الفيسبوك:

مصطلح الفيسبوك Facbook كما معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور أو معلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، من هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجماعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد على الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.

فيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة "فيس بوك "محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكام الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة لعمل المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن المستخدمين من إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم.[1]

شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004، في جامعة "هارفارد " في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج) وكانت مدونته الفيس بوك

[1] ليلى حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ،الفيسبوك، تويتر، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2014 2015، ص43 - 44.

محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء زوكربيرج الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنا كانت في زيادة مستمرة، والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج) " لقد أضحى كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت أن بإمكاني تنفيذه أفضل منهم و في أسبوع واحد" .[1]

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزا على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع ماي سبيس وغيره، حتى عام 2007 حيث حقق القائمون على المواقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك.[2]

يتيح موقع فيس بوك للمستخدمين إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم، وفيديوهاتهم عليها وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع حيث تنشر أخبار المستخدم وأصدقائه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره ومدى خصوصية أوإتاحة محتوياته للغير.[3]

[1] محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك ،2012، ص 72 - 73.

[2] المرجع نفسه، ص 73.

[3] أحمد يونس محمد حمودة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص 66.

- **مميزات الفيس بوك:**

الملف الشخصي Profile: عند الاشتراك في الموقع على المستخدم أن ينشئ ملف شخصي يحتوي على معلوماته الشخصية ، صوره... تساعده في التواصل مع الآخرين.

إضافة صديق Add Friend: بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك .

إنشاء مجموعة Groups: تمكن المستخدم من إنشاء مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية أو اجتماعية أو ... ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا (العائلة أو الأصدقاء) أو عام يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط Wall: هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

الصور Photos: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

التغذية الإخبارية News Feed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.[1]

[1] ليلى حسين ، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ،المرجع السابق،ص 46.

- **مستخدمي الفيس بوك:**

(من هم مستخدمي الفيس بوك)؟، من هم مرتادي هذه الشبكة المثيرة للجدل (الفيس بوك)؟ إلى أي صنف من الزوار ينتمون؟، وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية "ايلينا زنغر" والكاتب "خالد الكوطيط"، إلى أن يتوقفا أمام نموذج من زوار الفيس بوك والمشتركين فيه، وأن يعتبرا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

النموذج الأول: المتخفي ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعوم.

النموذج الثاني: رفيق المدرسة (لم نلتقي منذ وقت طويل)، بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان: "هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت أثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة رسالة تثير فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر.[1]

النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة هم أصدقاء غي مريحين، ويتوقف الكاتبان عند هذا النوع من الأصدقاء، الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقائه الجدد.[2]

---

[1] محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية ،2015، ص 462 - 463.

[2] المرجع نفسه، ص 463.

النموذج الرابع: الأبوين لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي إضافة لأم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤؤم، ومن هذه المجموعات التي يشكلوا الآباء، (دعونا نقصي الآباء منالفيس البوك) .

النموذج الخامس: المدير يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي _ نرجسي فالمدير يفتح صفحته شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة. ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في عالم افتراضي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم .

النموذج السادس: القريب يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه "لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله، فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك .

النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر أن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أولا.[1]

[1] علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص169 -170.

ثانيا الخصائص

أولًا: الملف الشخصي – (Profile) بناء الهوية الرقمية

يُعدّ الملف الشخصي على منصات التواصل الاجتماعي نقطة الارتكاز الأولى التي من خلالها يعرّف المستخدم نفسه للآخرين، ليس فقط كبطاقة تعريف رقمية، بل كبنية رمزية تُجسد تصوراته عن ذاته كما يريدها أن تُرى. إنه مساحة تُختزل فيها اختيارات متعددة: الصورة، الاسم، الخلفية المعرفية، نوع التفاعلات، ما يُنشر وما يُخفى، لتشكيل ما يُعرف بـ"الهوية الرقمية"، وهي ليست مجرد امتداد آلي للهوية الواقعية، بل بناءٌ اجتماعي ونفسي يخضع لإرادة التمثيل، وضغوط الجماعة، وآليات الانتماء.

•مساحة لتمثيل الذات: إعادة تركيب الهوية وفق معايير مختارة

الملف الشخصي يفتح للفرد مجالًا لإعادة ترتيب عناصر هويته، من خلال التحكم في ما يُعرض وما يُخفى، سواء في الصور، المعلومات الشخصية، أو المواقف المعبر عنها في المنشورات. هذا التمثيل ليس بريئًا أو عشوائيًا، بل يخضع غالبًا لاستراتيجية تعبيرية تُحاكي تصورات الفرد عن "الذات المثالية"، أي الذات التي يريد أن يُنظر إليها بها.

بالتالي، يتحول الملف الشخصي إلى مسرح رمزي تُعرض عليه نسخة مُحسّنة من الهوية، ما يجعل من المنصة فضاءً لإنتاج الذات، وليس فقط للتواصل[1].

[1] بومنيز كمال، النظرية النقدية من هوركهايمر إلى هوينث، الدار العربية للعلوم، ناشرون ومنشورات الاختلاف ’الدار البيضاء، .152،ص، 2010

•هوية انتقائية وزائفة أحيانًا: فجوة بين الواقع والمُتخيل[1]

تُظهر الدراسات أن كثيرًا من المستخدمين يختارون بعناية تفاصيل ما يشاركونه، مقدمين فقط الأجزاء المشرقة من حياتهم: إنجازاتهم، مناسباتهم السعيدة، أو صورهم المحسّنة بصريًا. هذا الانتقاء المتعمد يُنتج ما يُعرف بـ"الهوية الرقمية الانتقائية"، التي قد تنزلق نحو الزيف حين تتناقض كليًا مع الواقع. ومع تكرار هذه الممارسة، تتشكل فجوة بين "الذات الواقعية" التي يعيشها الفرد، و"الذات الافتراضية" التي يعرضها، ما قد يؤدي إلى أزمات نفسية تتراوح بين الإحساس بالاغتراب الذاتي، و"القلق الرقمي" الناتج عن الحفاظ المستمر على صورة مثالية لا تعكس الحقيقة[2].

•تأثير اجتماعي غير مباشر: التقييم الرمزي والعلاقات المترتبة

يكتسب الملف الشخصي سلطة رمزية تُمارس أثرها في تقييم الآخرين للفرد. فطريقة عرض الهوية، مضمون المنشورات، التفاعل مع القضايا الاجتماعية، أو حتى عدد المتابعين، كلها عناصر تُستخدم للحكم على الشخص، قبوله، احترامه، أو حتى ربط علاقات شخصية أو مهنية معه. وقد تحوّل هذا التقييم إلى معيار يُستخدم ضمن سياقات التوظيف، المواعدة، أو التصنيف الطبقي الرقمي. بمعنى آخر، ما يعرضه المستخدم على ملفه الشخصي قد يُحدد إلى حدّ كبير نوع العلاقات التي يستطيع بناؤها، ومكانته داخل الفضاء الرقمي.

[1] JOHNSON, James, Public sphere, postmeclernism and polemic, the American political Science, 2007, Vol.88, N°.2, p, 428.

[2] عبد القوي محمود حمدي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدي الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009 ،ص، 158.

•انعكاس قيمي: إعادة تشكيل مفاهيم مثل الصدق، التواضع، والخصوصية

في هذا السياق، تظهر تحولات قيمية لافتة، حيث يُعاد تعريف مفاهيم أخلاقية تقليدية مثل **الصدق**، الذي لم يعد مرتبطًا فقط بالمطابقة الدقيقة بين ما يُعرض وما هو موجود، بل أصبح يتسع ليشمل التجميل والانتقائية كـ"حق مشروع" في تقديم الذات. كذلك، يتم "نزع الخصوصية" تدريجيًا عن مكونات كانت تُعدّ في السابق شديدة الحميمية، مثل العلاقات العائلية أو المشاعر الشخصية، لتُعرض علنًا بدعوى التفاعل أو التقدير الاجتماعي. هذه التحولات تجعل من الصعب التمييز بين ما هو تعبير ذاتي صادق، وما هو أداء رمزي يسعى لانتزاع القبول أو الإعجاب[1].

•سياقات محلية: الشباب الجزائري بين الرقابة الاجتماعية والتعبير الحر.

في السياق الجزائري، تتضاعف هذه التعقيدات بفعل وجود بنى اجتماعية محافظة، حيث ما يُنشر على الملف الشخصي لا يُستقبل فقط من قبل دائرة الأصدقاء الرقميين، بل يُراقب ضمن تصور أوسع: العائلة، الجيران، الزملاء، وحتى المؤسسات. لذلك، يجد كثير من الشباب أنفسهم في صراع داخلي بين الرغبة في التعبير عن الذات والانتماء إلى عالم رقمي مفتوح، وبين الالتزام بقيود القيم المجتمعية والرقابة الثقافية.

[1] . المصدق حسن، هابرماس ومدرسة فرانكفورت، المركز الثقافي العربي، الطبعة 1، 2005 ،ص 109.

ويظهر هذا التوتر بوضوح في سلوكيات مثل استخدام أسماء مستعارة، إخفاء الصور، أو ضبط إعدادات الخصوصية بطريقة معقدة[1].

خلاصة: الملف الشخصي ليس مجرد أداة، بل مرآة لقيم جديدة

في المجمل، لا يمكن اختزال الملف الشخصي في كونه مجرد "صفحة تعريفية"، بل هو بنية تفاعلية معقدة، تُمارس فيها الذات نوعًا من التفاوض القيمي المستمر: بين الصدق والزيف، بين الذات والآخر، بين القبول

المجتمعي والرغبة في التميز. وبهذا، يمكن القول إن الملف الشخصي يُشكّل نقطة التقاء حساسة بين التكنولوجيا، علم النفس، والسوسيولوجيا، حيث تُعاد صياغة معاني الهوية، والخصوصية، والتعبير عن الذات في عصر الرقمنة.

ثانيًا :الجدار :(Timeline) التفاعلية وبناء الجماعة الرقمية[2]

يمثل الجدار ساحة للنقاش، التفاعل، والمشاركة، ويتميّز بـ:

- **ديناميكية التفاعل** :الإعجابات والتعليقات تعزز شعور المستخدم بالقبول والانتماء أو الرفض والعزلة.
- **التأثير في القيم** :ما يُنشر ويُتفاعل معه يُؤثر في ما يُعتبر مهمًا، فيُعاد ترتيب الأولويات: مثلًا، إعجاب جماعي بمنشور عن نمط حياة معين يعزز هذه القيمة لدى الفرد.

[1] عزي عبير إبراهيم، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام، دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009 ،ص8.

[2] عبد المقصود هشام، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديد، المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ،2009، ص 14 .

- **الضغط الاجتماعي غير المباشر** :المستخدم قد يشعر أنه ملزم بنشر ما يتماشى مع ذوق الجماعة أو "الترند"، مما يقلّص من حرية التعبير الحقيقية.

انعكاس قيمي :تُشكّل مفاهيم القبول، الشهرة، والاعتراف الجماعي جزءًا من الهرم القيمي الجديد، أحيانًا على حساب التواضع أو العمق.

ثالثًا :المجموعات والصفحات :(Groups & Pages) الهوية الجماعية والانتظام القيمي

تشكّل المجموعات والصفحات: [1]

- **منصات للانتماء الجماعي الرقمي** :سواء لهوية وطنية، دينية، ثقافية، سياسية، أو حتى فنية.
- **دوائر مغلقة أو مفتوحة تؤثر على الرأي العام** :عبرها يتم تبادل الأفكار، تعزيز قيم معينة، أو استقطاب فكري (التديّن، النسوية، القومية....)
- **مضاعفة الفعل الجماعي** :فالمنصة تتيح التعبئة السريعة لقضايا أو حملات اجتماعية، مما يعزز قيمة العمل الجماعي والمواطنة الرقمية.

انعكاس قيمي :الانخراط في جماعات رقمية قد يعزز قيمًا مثل التضامن والوعي، أو في المقابل، يعمّق الانغلاق والتعصب الأيديولوجي في حالة المجموعات المتطرفة.

[1] المرجع نفسه ، ص 16 .

رابعًا :خوارزمية التغذية الإخبارية :(News Feed Algorithm) التأثير الخفي على الإدراك القيمي

تعد الخوارزمية من أخطر الأدوات التي[1]:

- **تحدد ما يراه المستخدم** :فتعزز انغلاقه داخل "فقاعة معرفية" لا يتعرض فيها إلا لأفكار تشبهه.
- **تُعيد تشكيل الواقع** :حيث تتحول الحقيقة إلى "ما يظهر على الفيد"، لا إلى ما يحدث فعلًا في الواقع.
- **تُؤثر على المزاج والانفعالات** :عبر تكرار محتوى عاطفي، سلبي أو تحفيزي، مما يخلق استجابات نفسية وقيمية غير واعية.

انعكاس قيمي :قيمة "البحث عن الحقيقة" تتأثر، ويتم استبدالها بمفاهيم "الترند" و"المحتوى الأكثر تفاعلاً"، مما يُضعف الحس النقدي والقدرة على التمييز.

خامسًا :خاصية البث المباشر والمناسبات :(Live & Events) اللحظة الرقمية وتوسيع مجال التأثير[2]

- **إلغاء المسافة بين المتابع والحدث** :فالبث المباشر يُحوّل المستخدم إلى شاهد ومشارك في الوقت الحقيقي.
- **تعزيز قيم التشاركية والشفافية** :عبر تغطية لحظات شخصية أو جماهيرية، يُعطى الانطباع بصدق المحتوى وواقعيته.

[1] HABERMAS, Jürgen, Public Space and Political Public Sphere – The Biographical Roots Of Two Motifs in my Thought , Commemorative Lecture ,Kyoto,Nov,2004, pp, 456- 457.
[2] GEORGES Fanny. Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'Hexis Numérique, Linguistics, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2007.

- **مضاعفة التأثير الاجتماعي** :ما يُبث مباشرًا قد يُحدث تعبئة فورية، تغيير رأي، أو حتى إطلاق حملات تضامن أو احتجاج.

انعكاس قيمي :قيم الخصوصية والحياء تصبح مُعرّضة للتآكل، لصالح "ثقافة العرض والمشاركة المباشرة.". [1]

ثالثا التأثير الاجتماعي[2]

ظهر موقع **فيسبوك** سنة **2004**، كمنصة للتواصل بين طلاب جامعة هارفارد، ليشهد لاحقًا نموًا متسارعًا جعله أحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم. ومع حلول العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين،

عرف فيسبوك انتشارًا واسعًا في الجزائر، خاصة بين فئة **الشباب** الذين وجدوا فيه فضاءً رقميًا بديلًا يُتيح لهم التعبير عن ذواتهم، التفاعل مع قضايا المجتمع، والانخراط في شبكات افتراضية عابرة للجغرافيا والسلطة الاجتماعية التقليدية.

وقد استُخدم فيسبوك في الجزائر كمنصة للتواصل اليومي وتبادل الأخبار والمعلومات، وتطوّر استعماله إلى مستوى أعمق من خلال تكوين **مجموعات افتراضية** تعكس اهتمامات مشتركة دينية، ثقافية، تعليمية، وحتى

[1] van Dijck, José, The Culture of Connectivity, A Critical History of Social Media, Oxford, Oxford University Press, 2013.
[2] . GEORGES Fanny, Mémoire humaine et expérience de soi par le Web, www.meiinfo.com/wp-content/02/MEI_32_12.pdf, (enligne), consulté le 18/05/2016 à 17:00.

سياسية. كما أتاح للمستخدمين فرصة **صناعة خطابهم الشخصي أو الجمعي**، ما أعاد تشكيل بنية القيم السائدة، عبر تفاعلات رقمية مكثفة، تُبرز تحولات في سلّم القيم لدى الشباب، مثل تعزيز **قيمة الحرية** والانفتاح على الآخر، والمشاركة الجماعية، وفي الوقت ذاته، بروز **قيم هجينة** وغير متوازنة أحيانًا، كالسخرية المفرطة، والعدوانية اللفظية، و**التحرر الزائف** من الرقابة الاجتماعية.

يمتاز فيسبوك بخاصيات تقنية متقدمة مثل **النشر المتعدد الوسائط** (نصوص، صور، فيديوهات)، والتفاعل اللحظي، وإمكانية **التحكم في المحتوى ودوائر النشر**، ما يجعل المستخدم فاعلًا ومُنتِجًا للمعلومة، لا مجرد متلقٍ سلبي. كما تسمح خوارزميات الموقع ببناء واقع انتقائي، يُغذّي قناعات المستخدم ويُكرّس أحيانًا الانغلاق أو الأحكام المسبقة، مما يؤثر على **التمثلات القيمية** ويُعيد إنتاجها داخل البيئة الرقمية[1].

في هذا السياق، أصبح فيسبوك أداة مزدوجة: من جهة، ساهم في **بناء قيم إيجابية** كالتضامن الرقمي، والدفاع عن قضايا عادلة، و**توسيع المشاركة المدنية**، ومن جهة أخرى، كان منصة لانتشار **خطابات الكراهية**، والأخبار الكاذبة، و**الانفلات الأخلاقي** في بعض المساحات العامة الافتراضية، مما يعكس هشاشة أو مرونة البنية القيمية لدى بعض الفئات الشبابية[2].

[1] . LESAFFRE, Joséphine, La Représentation de soi sur Facebook par la génération Y, article en ligne www.unfuturdsaa.fr.lesaffre.phd, (en ligne), consulté le 10/10/2014 à13.00

[2] مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ،دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، رسالة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2011-2012 ، ص 66 .

- **أضرار الفيس بوك:**

يعد الفيس بوك واحد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، وقد اكتسب هذا الموقع شعبية كبيرة في كافة أرجاء العالم وأنضم إليه الأشخاص على اختلاف أعمارهم وأجناسهم وجنسياتهم نظرا لما وجدوا فيه من فوائد ومقدرة رائعة للتواصل بين البلدان المختلفة لكن رغم الفوائد المختلفة التي يوفرها الفيس بوك إلا أن له أضرار كبيرة على الفئات العمرية المختلفة نلخصها فيما يلي:

الأضرار الاجتماعية: حيث يمكن الفيس بوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تسوية صورة هذه العائلة عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالأدب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.[1]

"لدي ألف صديق، لكن لا أعرف أحدا " بحيث يكون للشخص الكثير من الأصدقاء لكن لايعرف ألا القليل منهم. فهذا يعتبر من سلبيات الفيس بوك .

الأضرار النفسية: حيث تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة التي يمكن أن تؤدي الفرد .

أثار سلبية على المراهقين: فقد انتشرت على الفيس بوك العديد من الصفحات والمجموعات التي تحث على الرذائل والمحرمات سواء كان ذلك فيما يتعلق شرب الخمر أو المخدرات أو الزنا....

[1] أسماء حميدة، مامة قريطي، استخدام طالبات الجامعة لموقع التواصل الاجتماعي ، الفيسبوك ، مذكرة ماجستار، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2014 /2015، ص 36.

تضييع الوقت: بأن الشباب يقضون الكثير من الوقت على مواقع التواصل هذا دون الاكتراث للوقت الذي يمضونه عليه دون عمل أي توازن بين الضروريات وغيرها فقد يشغل الشباب بعض التفاهات على ذلك الموقع والتي تشغل عقولهم وتأخذ من وقتهم .

الإساءة للدين: وربما يمكن اعتبار هذه الطامة الكبرى، فقد قام بعض المحربين بعمل ما يمكن بحرب بين الأديان على الفايسبوك وذلك عن طريق الإساءة لدين معني أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له.[1]

2- تويتر:

إنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط، و اخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو[2]التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية والردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة RSS عبر الرسائل النصية SMS " كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006 م عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخد هذا الموقع

[1] المرجع نفسه، ص 37.

[2] Manuels Payat ،Jaime pas facebook, France, 2012, p 11.

بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه تويتر وذلك في أبريل عام 2007 وبدءا من ديسمبر 2009 فان جوجل يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر.[1]

- **مميزات وعيوب تويتر:**

إن لشبكة تويتر مجموعة من المميزات والعيوب الواضحة نذكر منها:

- **مميزات تويتر:**

- يسهل تويتر عملية نشر أفكار المستخدم والأخبار المختلفة بشكل سريع حيث بمجرد قيام المستخدم بإنشاء حساب على تويتر يقوم بنشر يقوم بتسجيل الدخول وتدوين كل ما يجول في ذهنه.
- يعد موقع تويتر أكثر احترافية واختصاص عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للمستخدم نشر أخبار وأفكار وتعليقات في شتى المجالات وأيضا البحث عما يهمه من موضوعات تمس أفكاره بطريقة سهلة وبسيطة.
- ويتميز تويتر أيضا بسهولة استخدامه حيث يمكن للمستخدم الوصول لأخبار أي شخصية أو أيمكان في العالم من خلال خاصية البحث Search ثم الضغط على زر تتبع Follow لهذه الصفحةومن خلال ذلك يمكن للمستخدم متابعة التحديثات على الصفحة التي قام بتتبعها.[2]

[1] رضا أمين، الإعلام الجديد ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،2015، ص ص 140- 141 .

[2] مصطفى فتحي، مراجعة عن تويتر twitter ايجابيات وسلبيات تويتر، متاح على الخط ، https://www.ts3a.com_ تاريخ الزيارة في 2022/3/19 ، على الساعة 17:57 h.

- يتميز تويتر أيضا بنظام حماية للمستخدم وذلك من خلال قائمة الضبط خاصية Protect myTweets حماية تغريداتي ومنها يقوم المستخدم بحماية تحديثاته من جميع مستخدمي تويتر، ويمكن للمستخدمين إرسال طلب متابعة للصفحة وهنا تأتي حرية المستخدم في الموافقة أو الرفض .
- تويتر منصة ضخمة حتى لو كانت من الأعمال الصغيرة المتخصصة والفريدة جدا، فان تويتر هو كبير بما يكفي كي يمكنك من أن تجد جمهور لتخصص عملك.[1]
- تستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء ويتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة و إجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهمك .[2]

- **عيوب تويتر:**

- من عيوب تويتر وجود إعلانات مزعجة تظهر على صفحة المستخدم.
- تويتر ليس مثالي للمحتوى المرئي، تويتر أساسه نصي.
- كما ذكر سابقا فان كل تغريده تقتصر على 140 حرفا. إذا كان لديك صعوبة في التعبير عن الأفكار الخاصة بك في بضع كلمات، سوف يشكل تويتر تحديا لك .[3]
- الترويج السريع للشائعات، والادعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية، وقد يحتوي تويتر فيبعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام، كما وأن البعض يلجأ في استخدام تويتر فيأمور ضارة وغير مفيدة.[4]

[1] مصطفى فتحي، مراجعة عن تويتر twitter ايجابيات وسلبيات تويتر، المرجع السابق،ص 59.

[2] علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام و شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، المرجع السابق، ص 176.

[3] مصطفى فتحي، المرجع السابق، ص 60.

3- يوتيوب :

نشأة فكرة تأسيس " اليوتيوب ،" عندما كان ثلاث أصدقاء في حفلة والتقطوا مقاطع فيديو أرادوا أن ينشروها بين زملائهم ، فلم يستطيعوا إرسالها عبر الايميل ، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، من هنا بدأت تتبلور فكرة تأسيس موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت .

وقد اختلفت الآراء حول موقع يوتيوب ما إذا كان الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو Videon Sharing ، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا في اشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع، نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها تنشرها بشكل واسع.

تأسس " اليوتيوب "كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي " تشادهيرلي " و " التيواني " تشين " و البرتغالي " جاود كريم " الذين يعملون في شركة Pay Pal المتخصصة في التجارة الالكترونية ، وما يبدوا أن " جاود كريم " ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية " ستانفورد " ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخر ، اللذان نجحا في تكوين أحد الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي. [1]

[4] علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، المرجع السابق، ص 176.

[1] مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة ،2012 ، ص 77 .

- **مميزات اليوتيوب:**

يعتبر اليوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها:

عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل و تنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط وعليك أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.[1]

داعم لتحميل الأفلام : فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع.

سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصل الفيلم، فانك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع بل تستطيع أن تحتفظ به وإن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player .

سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به و يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم ، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة و كل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل.

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013 ، ص 44 .

أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين في العامة فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع وهو مناسب للجميع أفرادا كانوا أم شركات.

ميزة البحث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده بل مجرد الضغط علىوصلة الفيلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام. [1]

- **شروط خدمة موقع يوتيوب:**

لموقع يوتيوب شروط يجب على المستخدم احترامها نذكرها في ما يلي:

- ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية .
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفضحة أو الإعلانات التجارية.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام.
- الملفات المرفوعة للموقع لا تقل عن 10 دقائق ولا تزيد عن 1 جيجابايت 1024 جيجابايت.
- الموقع يسمح بعدة أنواع من الملفات، وتختلف من حيث الصوت والفيديو.

[1] المرجع نفسه ، ص 44 .

- تم منع موقع You Tube في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع من مخالفة للنظام الأخلاقي وما تضمنه من فضائح أو إساءة لشخصيات مهمة أو الحكومات في هذه البلدان.

4- الانستغرام :

هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي(Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr, Foursquare) وما يميزه أنه يتيح لنا خاصية الهاشتاع مثلا عالم احتراف الكمبيوتر وتخصص لكل مناسبة هاش تاق لتنشر فيه صورك ويراها أحبابك أو المهتمين في نفس التخصص بالإضافة إلى إمكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور، الفلاتر المخصصة للمبتدئين، والخبراء في عالمعالجة الصور وإضافة بعض التأثيرات[1].

بدأ تطوير هذا التطبيق في عام 2010 م، بشكل خاص لأجهزة أبل، Ipad Iphone بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة.

وحيث لقى هذا التطبيق رواجا بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل (أندرويد) إذ لاقى شعبية كبيرة حتى أن أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال 12 ساعة فقط من طرحه.

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي ، الاعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، ط1، دار وائل للنشر،الأردن ، 2011 ، ص 195 .

ويبلغ عدد المشتركين في هذا الموقع والذين يتبادلون الصور من خلال حساباتهم عليه الآن أكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع، يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصور على حساباتهم الشخصية.

وقد قامت شركة فيس بوك بشراء شركة الانستجرام بموظفيها الثلاثة عشر مقابل مليار دولار أمريكي لتنسيق شركة جوجل في ضم الشركات الناجحة إلى مجموعتها.

ووفقا لتصنيف ترتيب المواقع عالميا فان موقع انستجرام يأتي في المركز السابع والخمسين. [1]

انتقل إنستغرام من مجرد فضاء ترفيهي لمشاركة الصور والفيديوهات إلى **منصة لصياغة الواقع الرمزي وتمثيل الذات داخل نظام بصري شديد التنافسية**، قائم على التصفية، الانتقاء، والتجميل المفرط[2].

يتميّز إنستغرام بتركيزه على **إنتاج "المرئي الجمالي** "الذي يتجاوز المحتوى ليخلق خطابًا متكاملاً حول النجاح، الجاذبية، والهوية؛ حيث لا تُعرض الصورة بوصفها لحظة عفوية بل بوصفها فعلًا رمزيًا مقصودًا، يخضع لمقاييس رأسمالية الجمال والاستهلاك. في هذا السياق، يصبح المستخدم مُنتجًا لذاته، يسعى إلى تقديم نسخة محسّنة، مصفّاة ومفلترة من حياته اليومية، ما يؤدي إلى **تسليع الذات وتحويلها إلى واجهة رقمية قابلة للتسويق**.

[1] رضا أمين ، الإعلام الجديد ، المرجع السابق ، ص 121 -122.

[2] مها عبد الحميد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الاعلام الاجتماعي-رؤية تحليلية، ورقة علمية، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2015، ص 11.

ومن منظور سوسيولوجي، يشكل إنستغرام اليوم **مسرحًا للعرض الاجتماعي**، حيث تُؤدى الأدوار وتُبنى الهويات من خلال أدوات تقنية – كالفلاتر، القصص اليومية، والبث المباشر – تُستخدم لإبراز لحظات مختارة تُضخّم تفاصيلها الجمالية وتُخفي هشاشتها الواقعية. هذا البناء الرمزي للهُوية لا يتم في فراغ، بل يتم ضمن شبكات من المقارنة الاجتماعية الدائمة، التي تُنتج ما يُمكن تسميته بـ"القلق الرمزي"، أي ذاك الشعور المزمن بعدم الكفاية أمام النموذج المثالي المعروض باستمرار[1].

في الجزائر، اتّخذت هذه الديناميكيات بعدًا خاصًا بفعل التغيرات القيمية المتسارعة التي يعرفها المجتمع، خاصة في صفوف الشباب والمراهقين. حيث أدى الانتشار الكثيف لاستخدام إنستغرام إلى **إعادة تشكيل القيم الاجتماعية المهيمنة**، مكرّسًا قيمًا فردانية جديدة مثل التميز، الشهرة، النجاح السريع، والاعتراف الرقمي، على حساب القيم التقليدية مثل البساطة، الجماعية، القناعة، والخصوصية. في هذا السياق، يُلاحظ انزياح تدريجي في تمثلات النجاح الاجتماعي من كونه قائمًا على الاجتهاد والتحصيل إلى كونه مرتبطًا بالمظهر، وعدد المتابعين، وتفاعل الجمهور الافتراضي.

لكن وعلى الرغم من هذه التحولات القيمية المقلقة، فإن الأثر الاجتماعي لإنستغرام لا يخلو من الإيجابيات. فقد أصبح هذا الفضاء أيضًا **منصة بديلة لإبراز الإبداع، وتمكين الشباب من تسويق مواهبهم ومشاريعهم الصغيرة**، خاصة في مجالات الموضة، الحرف، الفن، والتصوير. كما ساهم في فتح نوافذ جديدة للتواصل الثقافي والمهني، وفي خلق فرص للريادة الذاتية بعيدًا عن البيروقراطية التقليدية.

[1] فاطمة ممال، انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيسبوك، وعي الذات إلى أين، مجلة مؤمنون بلا حدود للدراسات و الأبحاث، الرباط، أكدال، المملكة المغربية، 2016 ، ص 35.

إن هذه الازدواجية في الأثر – بين التمكين من جهة، والتشويه القيمي من جهة أخرى – تدفعنا إلى **ضرورة التفكير في الاستخدام الناقد للوسائط الاجتماعية البصرية**، والاشتغال على التربية الإعلامية الرقمية، وتطوير وعي شبابي قادر على التمييز بين التمثلات الرمزية والزيف البصري. كما تستوجب تدخل الباحثين وصناع القرار لفهم أعمق لهذا التحوّل الثقافي الذي لا يغيّر فقط أنماط الاستهلاك والاتصال، بل يعيد تشكيل الذوات، القيم، وطموحات الأجيال الجديدة.

5- جوجل أو جوجل بلس:

هي شبكة اجتماعية، تم إنشائها بواسطة شركة (جوجل)، وتم إطلاقها رسميا يوم 28 يونيو 2011 ولكن لم يكن التسجيل مسموحا إلا بواسطة الدعوات فقط، بسبب وجود الخدمة في الطور التجريبي.

وفي يوم 20 ديسمبر 2011 فتح (جوجل بلس) لأي شخص من سن 18 فما فوق للتسجيلدون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر. [1]

جوجل بلس نشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل : الدوائر Circles، مكالمات الفيديو Hangouts، الاهتمامات Sparks و المحادثات الجماعية Huddles مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدى جوجل Google Buzz والملف الشخصي Googel Profile وجوجل بلس التي تم إطلاقها في مايو 2011 تعتزم جوجل

تطوير شبكتها الاجتماعية الجديدة، لكي تكون منافسا شرسا ضد الفيس بوك، أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث سبق لها تقديم بعض الخدمات ولكنها لم تستمر مثل: جوجل ويف وصدى جوجل وإي جوجل[2]

[1] المرجع نفسه ، ص 37.

6- ماي سبيس My sPace :

موقع تواصل اجتماعي، أنشئ سنة 2003 حيث يمكن نشر كل ما يتعلق بشخصية المستخدم ويتيح إرسال تعليقات شخصية ومدونات أو ترك رسائل والتواصل مع الأصدقاء، كما يحتوي على محرك بحث داخلي ونظام بريد الكتروني.[1]

وماي سبيس موقع الكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال لغة تأشير النص الفائق، مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى. [2]

تشمل ميزات ماي سبيس الأخرى " النشرة " التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل بشكل يمكن جميع المستخدمين الموجودين ضمن قائمة الأصدقاء من الاطلاع عليها، إضافة إلى " أخبار ماي سبيس" التي تعرض بتقنية" RSS " تعليمات يقدمها المستخدمون و يتم التصويت عليها وتصنيفها استنادا إلى درجة شعبيتها.

---

[2] رشا أديب محمد عوض ، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظربات البيوت جامعة القدس المفتوحة ، 2013 /2014 ،ص24 - 25.

[1] مي العبد الله ، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2014 ، ص 240.

[2] ماهر عودة الشمايلة و آخرون ، الإعلام الرقمي الجديد ، المرجع السابق ، ص 213.

الانتساب إلى شبكة ماي سبيس مجاني ومتاح لي كل شخص جاوز عمره(15) سنة وعملية فتح حساب خاص في الشبكة سهلة ولا تتطلب أكثر من ملئ بعض الخانات مثل: البريد الالكتروني والاسم وتاريخ الولادة.[1]

يرى البعض أن موقع ماي سبيس هذا هو سادس أكثر مواقع الانترنت والشبكة العنكبوتية شعبية في العالم ذلك يعتبرونه سادس أكثر مواقع الوويب المكتوبة بأية لغة في العالم، شعبية ، من جانب آخر فانه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة ذارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من

المواقع المشابهة الأخرى وحاز على(80%) تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالانجليزية. [2]

7- السناب شات Snap chat :

السنا بشات هو أحد أهم تطبيقات التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر، وهو من أول التطبيقات التي صدرت عام 2011 من قبل مجموعة من المطورين المشهورين مثل "ايفيان شبيغل "و"روبرت مورفي"، لاق التطبيق نجاحا كبيرا و أخد بالتطور لذلك عرض على المطورين للسنا بشات بيع التطبيق لشركة جوجل مقابل 4 مليار دولار أمريكي لكن الرئيس التنفيذي للموقع" ايفيان شبيغل " رفض هذا العرض كما أنه

[1] المرجع نفسه ، ص ص 213 -214.

[2] عامر إبراهيم قنديلجي ، الإعلام الالكتروني ، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2015 ،ص 329.

رفض العرض المقدم من إدارة الفيسبوك مقابل 3 مليار دولار، قائلا بأن قيمة التطبيق سترتفع وتتجاوز تل لك المبالغ نتيجة التطور الذي يشهده التطبيق وزيادة إقبال المستخدمين عليه.[1]

أظهرت دراسة حديثة أن تطبيق التواصل الاجتماعي للأجهزة المحمولة "سنا بشات " هوالخيار الأول لدى طلاب الجامعات من الألفية الثالثة، متفوقا على خدمات أكثر شهرة مثل "فيسبوك " أو" انستجرام " أو " لينكدان".

كما أن تطبيق " سنا بشات " يتميز عن غيره من تطبيقات التواصل الاجتماعي بأن الرسائل المتبادلة تحذف بعد وصولها بثوان قليلة وهو ما يضمن قدرا أكبر الخصوصية وحماية المحادثات بالنسبة للمستخدمين.[2]

- **مميزات سناب شات:**

من أهم خصائص ومميزات سنا بشات ما يلي :

- إرسال مقاطع الفيديو و الصوت والرسائل النصية بسهولة وسرعة.
- إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو المصورة مع جهات الاتصال.
- إمكانية إضافة التعليقات على الفيديو الذي تمت مشاركته.
- إمكانية إضافة النصوص إلى الصور.
- القدرة على استخدام الملصقات في المحادثة.

[1] متاح على موقع Weziwezi.com تاريخ الزيارة في 2022/3/3 ، على الساعة h17:35.

[2] سناب شات تطبيق التواصل الاجتماعي الأول لدى المراهقين، صحيفة الرأي اليوم ،19 مارس 2017، متاح على الخط https://www.raialyoum.com ، تاريخ الزيارة ، 2022/03/03 ، على الساعة h 17:00 .

- يحتوي على مؤثرات للفيديو والصور المتبادلة.[1]

- **عيوب السناب شات:**

لكل برنامج يستخدم للتواصل الاجتماعي عيوب ومن ضمنها السنا بشات الذي تتلخص عيوبه في ما يلي:

- سهولة الحصول على المعلومات الشخصية.
- سهولة الحصول على المحادثات أو الصور الموجودة على التطبيق.
- تتم حذف الدردشة بعد فترة قصيرة من إرسالها.[2]

8- LinkedIn (لينكد إن) :

لينكد إن (LinkedIn) هو أكبر منصة تواصل اجتماعي مهنية في العالم، حيث يجمع بين رواد الأعمال، المتخصصين، وأصحاب المهارات والخبرات المتنوعة، مما يجعله البيئة المثالية للتواصل وبناء شبكات العلاقات المهنية .[3]

حيث يستخدم لتبادل المعرفة، والأفكار، وفرص العمل، وهو وسيلة رائدة لمُساعدة الأفراد لتوسيع شبكاتهم، والعثور على العديد من الوظائف في مجال عملهم، وهو موقع إلكتروني لشبكاتٍ اجتماعيّة، وأعمال تجارية رائدة تأسّس في عام 2002م، ومقره في ماونتن فيو (Mountain View) في كاليفورنيا.[4]

[1] الموقع السابق ، Weziwezi.com .

[2] موقع نفسه ، Weziwezi.com .

[3] متاح على الخط https://www.alrab7on.com/what-is-linkedin، بتاريخ 2024/11/13 ، على الساعة 12:00 h .

[4] متاح على الخط https://mawdoo3.com ، بتاريخ 2024/11/13 ، على الساعة 11:00 h .

كما يختلف موقع لينكد إن (LinkedIn) عن غيره من الشبكات الاجتماعية الترفيهية مثل: الفيس بوك (Facebook)، وماي سبيس (Myspace) كونه يوفّر الاتصالات المهنية لمستخدميه، ويُمكن للمستخدم إنشاء ملف شخصي له مشابه للسيرة الذاتية، وتلخيص حياته المهنيّة فيه، والإعلان عن مهاراته الخاصة، والمؤهلات العلمية والخبرات العملية، ويتم التواصل بين المُستخدمين عندما يقبلون دعوة بعضهم البعض للانضمام إلى شبكاتهم، ويُسمح للمُستخدمين بتطوير وظائفهم من خلال البحث عن الوظائف، والخدمة في هذا الموقع المجاني، وتوجد خدمة متميزة مدفوعة الثمن تُمكّن المستخدم من الحصول على المزيد من الملفات الشخصية، لمستخدمي الموقع.[1]

في ظل تطور المنصة المستمر، أضاف لينكد إن ميزات جديدة تساعد الأفراد والشركات على تحقيق أقصى استفادة، بما في ذلك أدوات للبحث عن الوظائف المتاحة بدقة، واستعراض المهارات والشهادات المكتسبة، وإمكانية التواصل المباشر مع مديري التوظيف وأصحاب القرار.[2]

إضافةً إلى ذلك، أتاح لينكد إن دعمًا أكبر للمحتوى المرئي، مما يسمح للمستخدمين بعرض إنجازاتهم وأعمالهم السابقة بسهولة ضمن ملفاتهم الشخصية، مما يعزز من جاذبية الحسابات المهنية ويزيد فرص جذب أصحاب الأعمال.

[1] الموقع نفسه ، https://mawdoo3.com .

[2] الموقع السابق ، https://www.alrab7on.com/what-is-linkedin .

كما أن حساب المستخدم على لينكد إن اليوم لم يعد مجرد سيرة ذاتية رقمية، بل هو واجهة متكاملة تعكس مهاراته، قيمته المهنية، وشبكته الاحترافية، وتبقيه على اتصال دائم بآخر مستجدات مجاله وأهم الفرص المتاحة فيه.

إحصائيات عامة لمنصة لينكد إن [1]:

في عام 2023، بلغت إيرادات LinkedIn السنوية 15 مليار دولار

يتم استخدام LinkedIn للتواصل في أكثر من 200 دولة

يستخدم موقع LinkedIn حوالي 51.9% من الرجال في القوى العاملة

شهد الربع الأول من عام 2024 ارتفاعًا بنسبة 8% في إيرادات LinkedIn

450 مليون اشتراك في النشرة الإخبارية يقدمها LinkedIn على مستوى العالم

تمثل النساء حوالي 46% من قيادة LinkedIn

يساعد موقع LinkedIn 4 من كل 5 أشخاص على اتخاذ قرارات العمل

50% من مديري التوظيف يقومون بتعيين مرشحين باستخدام بيانات مهارات LinkedIn

إحصائيات مستخدم لينكد إن[2]:

ما يقرب من 92% من الشركات تستخدم LinkedIn في حملاتها التسويقية

لدى LinkedIn مليار مستخدم حول العالم

[1] متاح على الخط https://engage-ai.co/ar/2024، بتاريخ 2024/11/13 ، على الساعة 12:00 h .

[2] الموقع نفسه ، https://engage-ai.co/ar/2024 .

من المتوقع أن يستخدم 171.9 مليون مستخدم LinkedIn بين عامي 2024 و2028 (أكثر من 22.3%) في المجموع

التركيبة السكانية للمستخدم

- 60% من المستخدمين هم من جيل الألفية (25-34 سنة)
- 21.7% من مستخدمي الجيل Z (الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا)
- 2.9% من مستخدمي LinkedIn هم من جيل طفرة المواليد (الذين تزيد أعمارهم عن 55 عامًا)

- سمات LinkedIn[1]

1. **تعدد اللغات ودعم كامل للغة العربية:** يقدم لينكد إن واجهة متاحة بعدة لغات، بما في ذلك اللغة العربية، مما يسهل على المستخدمين العرب تخصيص حساباتهم ونشر محتوى باللغة التي يفضلونها، مع واجهة استخدام تدعم اللغة العربية بشكل كامل، مما يجعل التجربة أكثر سهولة وملاءمة.

2. **إصدار مجاني وخدمات مدفوعة متقدمة:** يوفر LinkedIn خيارات استخدام مجانية تشمل معظم الميزات الأساسية، مع إمكانية الترقية إلى LinkedIn Premium للاستفادة من أدوات متقدمة، مثل الوصول لبيانات تفصيلية عن زائري الملف الشخصي وفتح المجال للتواصل المباشر مع مديري التوظيف في الشركات الكبرى.

3. **إمكانية نشر محتوى متنوع لعرض المهارات والأعمال:** تتيح المنصة للمستخدمين نشر صور، فيديوهات، ومقالات، مما يجعل من السهل مشاركة الخبرات المهنية ونماذج العمل مع الشبكة المهنية ، تساعد هذه

[1] الموقع نفسه ، https://engage-ai.co/ar/2024 .

الخاصية المحترفين على إبراز إنجازاتهم كجزء من ملفهم الشخصي، مما يعزز من فرص الظهور بمظهر خبير أو مؤثر في مجالهم[1].

4. أداة تسويقية قوية للشركات: يوفر LinkedIn لأصحاب الأعمال فرصة لإنشاء صفحات احترافية لشركاتهم، وإطلاق حملات إعلانية مدفوعة تستهدف جمهورًا متخصصًا من المهنيين، مما يعزز من إمكانية الوصول إلى العملاء المحتملين وزيادة الوعي بالعلامة التجارية ضمن مجتمع احترافي.

فوائد التواجد على LinkedIn:

1. تلقي إشعارات الوظائف المتاحة والمناسبة للمستخدم

يرسل لينكد إن للمستخدم تحديثات مستمرة حول فرص العمل التي تتناسب مع خبراته وتفضيلاته ، يمكنه كذلك تفعيل ميزة الإشعارات لمتابعة إعلانات التوظيف في شركات معينة يهتم بها، مما يساعده على متابعة السوق المهني بشكل مستمر والرد بسرعة على الفرص المناسبة.

2. الوصول إلى فرص العمل مباشرة

لم يعد التوظيف مقتصرًا على الإعلانات التقليدية، فالكثير من أصحاب العمل أصبحوا يعتمدون على لينكد إن للعثور على المرشحين المناسبين مباشرةً عبر المنصة، مما يزيد من فرص اكتشاف حساب المستخدم عند إعداد ملف شخصي متكامل[2].

[1] الموقع السابق ، https://www.alrab7on.com/what-is-linkedin .

3. بناء شبكة علاقات طويلة الأمد

يعد تكوين شبكة مهنية على لينكد إن استثمارًا مستدامًا، فحتى إذا كان المستخدم راضيًا عن وظيفته الحالية، يمكن لشبكته على المنصة أن تفتح له أبوابًا جديدة أو تساعده على تجاوز تحديات وظيفية مستقبلية.

4. الظهور في نتائج البحث لتطوير الحضور المهني

يساعد حساب المستخدم النشط على LinkedIn في الظهور في نتائج البحث على محركات البحث مثل Google، مما يعزز انطباع الثقة والكفاءة عند البحث عن اسمه أو مسماه الوظيفي، ويزيد من فرصه للحصول على وظائف وعروض مهنية.

5. إبراز مهاراته وإنجازات المستخدم عبر نماذج العمل والتوصيات

يمكّنك لينكد إن من عرض نماذج أعمال المستخدم مباشرة على ملفه الشخصي، مما يسهل على مسؤولي التوظيف وأصحاب الأعمال تقييم خبراته بشكل مباشر، كما أن جمع توصيات من زملائه ومدرائه السابقين يعزز من جاذبية ملفه ويزيد من فرصه في السوق الوظيفي[1].

---

[2] الموقع نفسه ، https://www.alrab7on.com/what-is-linkedin .

[1] الموقع نفسه ، https://www.alrab7on.com/what-is-linkedin .

في عالم الأعمال اليوم، يُعد LinkedIn أكثر من مجرد منصة للتواصل؛ فهو أداة استراتيجية لبناء المسار المهني وتعزيز حضور المستخدم في السوق ، سواء كان يبحث عن وظيفة، تسعى لتوسيع شبكة علاقاته، أو يرغب في إبراز خبراته، فإن LinkedIn يقدم له كل ما يحتاجه لتحقيق هذه الأهداف.

9- تيك توك

المقصود من اسم "تيك توك" هو اقتراح التنسيق القصير لمقاطع الفيديو ، تم إطلاقه في سبتمبر 2016 من قبل الشركة الصينية الناشئة "ByteDance"، والمعروف هناك باسم Douyin بدأ نموها الهائل في الاستخدام في أواخر عام 2017، عندما استحوذت على تطبيق منافس، "Musical.ly"، ونقلت قائمة حساباتها التي تضم 200 مليون حساب إلى "تيك توك".

يستخدم التطبيق عامة في مجال الترفيه والكوميديا ومع ذلك، يتم استخدامه بشكل متزايد للمعلومات والنصائح أيضا ، يقدم المؤثرون الذين يكتسبون جمهورًا ثابتًا على المنصة مقتطفات من النصائح والإرشادات بالإضافة إلى الترويج الذاتي[1].

يعد الجمال والأزياء والتمويل الشخصي والميزانية والطبخ من المواضيع الشائعة لمقاطع الفيديو الإعلامية ويتم استخدام هذا التنسيق بشكل متزايد لترويج المنتجات وبيعها.

وبحسب تقرير لـ"Investopedia"، بلغت قيمة "ByteDance" ما يصل إلى 140 مليار دولار بحلول منتصف عام 2020، بناءً على البيع الخاص لحصة صغيرة في الشركة وفي عام 2023، بلغت قيمة "تيك توك" 66 مليار دولار وهذا من شأنه أن يجعلها الشركة الناشئة الأكثر قيمة في العالم[2].

[1] متاح على الخط https://www.alarabiya.net/aswaq/companies ، بتاريخ 2024/11/13 ، على الساعة 12:00 h .

احصائيات عامة [1]:

يعد "TikTok" أحد تطبيقات الوسائط الاجتماعية الأكثر شعبية في العالم وهو متاح في أكثر من 150 سوقًا وأكثر من 50 لغة. وقد شهد التطبيق أكثر من 4.5 مليار عملية تنزيل حول العالم.

فيما يلي تفاصيل لبعض أبرز إحصائيات التطبيق، بحسب تقرير لـ"Investopedia" اطلعت عليه "العربية Business".

- تتراوح أعمار حوالي 36% من المستخدمين بين 18 و24 عامًا
- نسبة الإناث 49.2% بينما يشكل الذكور 50.8%
- 102.3 مليون مستخدم في الولايات المتحدة في عام 2023
- 30.8 مليون مستخدم نشط يوميًا عبر iOS
- يقضي الأطفال ما متوسطه 75 دقيقة يوميًا على التطبيق

مثل معظم مواقع التواصل الاجتماعي، فإن "TikTok" ليس محصنًا ضد الجدل والاتهامات السياسية ، تم حظر "تيك توك" والعديد من التطبيقات الصينية الأخرى في الهند في منتصف عام 2020 باعتبارها خطراً على سيادة البلاد وتأتي هذه الخطوة وسط تصاعد التوترات بين البلدين.

[2] الموقع نفسه ، https://www.alarabiya.net/aswaq/companies .

[1] الموقع نفسه ، https://www.alarabiya.net/aswaq/companies .

"TikTok" محظور أيضا في بنغلاديش ، كما تم حظره لفترة وجيزة في إندونيسيا بسبب "المحتوى غير اللائق" ، تم إلغاء الحظر بعد أسبوع بعد أن وعدت الشركة بإزالة جميع المحتويات المرفوضة من المنصة وإنشاء مكتب محلي لمراقبة المحتوى.

وفي فبراير 2019، دفعت الشركة 5.7 مليون دولار في الولايات المتحدة لتسوية مزاعم بأنها جمعت معلومات شخصية من الأطفال بشكل غير قانوني. تعتبر هذه أكبر عقوبة مدنية تحصل عليها لجنة التجارة الفيدرالية (FTC) على الإطلاق في قضية خصوصية الأطفال[1].

- مميزات منصة تيكتوك :

وهناك قائمة بالميزات التي تقدمها تيك توك لتسهيل نشر الفيديوهات التي ساهمت بشكل كبير في نشر هوايات الشباب ومواهبهم منها:

- **سهولة تسجيل وتعديل ونشر الفيديو**

يسمح تيك توك للمستخدمين بتسجيل مقطع الفيديو ونشره خلال ثوان عبر واجهة المستخدم البسيطة للتعامل مع التطبيق، الأمر الذي ساهم في انتشاره أيضا.

وإضافة إلى ذلك يوفر التطبيق إمكانية تعديل الفيديوهات بشكل جميل باستخدام الملصقات والفلاتر المختلفة والمؤثرات والخلفيات التي يمكن لها أن تصنع فيديو متكامل بشكل طبيعي ومنسق جيدا[2].

[1] الموقع نفسه ، https://www.alarabiya.net/aswaq/companies .

[2] الجزيرة ، متاح على الخط https://www.aljazeera.net/tech ، بتاريخ 2024/11/13 ، على الساعة 12:00 h .

- **المؤثرات الصوتية**

لا يمكن أن ننسى المؤثرات الصوتية العديدة التي يوفرها تيك توك التي يمكن استخدامها كموسيقى خلفية في الفيديوهات الخاصة بك، فهذا الأمر وفر الوقت على المؤثرين ومنشئي المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي الذين كانوا قبل تيك توك يستخدمون برامج التعديل الصوتي للحصول على هذه الميزة، مما كان يزيد الجهد والوقت اللازم لنشر الفيديو على المنصة.

كما أُعجب الموسيقيون الشباب بهذه الميزة مما شجعهم على نشر أصواتهم ومواهبهم عبر تيك توك.

- **ميزة التعليق الصوتي**

إحدى الميزات الأخرى أيضا التي تجعل تيك توك أسهل وسائل التواصل الاجتماعي وأسرعها استخداما هي إمكانية التعليق بصوتك على مقاطع الفيديو التي تملكها قبل نشرها.[1]

وتفيد هذه الخاصة منشئي المحتوى التعليمي كالطبخ واللغات والأعمال اليدوية في إنشاء محتوى سريع وحصري.

- **ميزة الدويتو**

وهي ميزة تتيح للمستخدمين إنشاء فيديو مشترك مع فيديو تابع لمستخدم آخر، حيث يُعرض الفيديوهان معا في الوقت نفسه.

[1] الموقع نفسه ، https://www.aljazeera.net/tech .

وتتيح هذه التقنية للمستخدمين تقديم مهاراتهم بشكل أفضل من خلال التعاون، فيمكن لمستخدم أن يقوم بالغناء بينما يقوم الآخر بالعزف، أو قد يقوم الاثنان بتقديم رقصة مشتركة[1].

- **ميزة ستيتش**

وبشكل مشابه للميزة السابقة، تسمح ميزة ستيتش للمستخدمين بدمج الفيديو، ولكن في هذه الحالة سيُعرض الفيديو المدمج بعد انتهاء الفيديو الأصلي.

تيك توك والترويج للعلامات التجارية

يمكن استخدام تيك توك للترويج للعلامة التجارية والمنتجات الخاصة بك من خلال إنشاء التحديات والرقصات والفيديوهات، كما يمكن استخدام إعلانات تيك توك المدفوعة للوصول إلى الجمهور المستهدف بسرعة أكبر.

ويمكنك كذلك التعاون مع المؤثرين والشخصيات المشهورة على تيك توك ليقوموا بالترويج لعلامتك التجارية.

وستساعدك جميع هذه الوسائل في نشر علامتك التجارية والتعريف بمحتواك على مدى واسع، خصوصا مع المجتمع الكبير الموجود داخل تيك توك والدعم الكبير الذي يلقاه من المستخدمين.

منصة تيك توك تتيح العديد من الميزات فيما يخص التجارة الإلكترونية (غيتي)

[1] الموقع نفسه ، https://www.aljazeera.net/tech .

- منصة التيك توك و التجارة الالكترونية :

تتيح منصة تيك توك العديد من الميزات فيما يخص التجارة الإلكترونية، حيث يمكن استخدام المنصة لنشر العلامة التجارية عبر التعاون مع الشخصيات المشهورة على المنصة[1].

بالاضافة الى التعاون مع شركات الرعاية على تيك توك التي تقدم دعما كاملا لترويج المنتج بمقابل مادي، كما يمكن استخدام "برنامج الإبداع" من المنصة لجمع المكافآت والذي يتطلب الانضمام له بعض الشروط.

ويمكن أيضا على "تيك توك لايف" إرسال هدايا من قبل المشاهدين إلى منشئ المحتوى، وتسمى "الماسات" التي يتم استبدالها بنقود. فإذا كان لديك موهبة معينة أيا كانت؛ يمكنك أن تحقق الربح من تيك توك عبر تقديم المحتوى للمشاهدين والحصول على الهدايا والدعم.

ويعد تيك توك -كباقي منصات التواصل الاجتماعي- سلاحا ذا حدين، إذ يمكنك استخدامه للتعليم أو مشاركة الهوايات أو التسلية، شرط ألا تفرط في استخدامه. فإذا استخدمته بالشكل الصحيح، فسيكون منصة رائعة للتعبير الإبداعي ومشاركة المواهب والخبرات مع القليل من المتعة، كما يمكن أن يكون أداة لجلب المال.[2]

ونتيجة للشهرة الواسعة التي حققها يمكن القول إن تيك توك أصبح رمزا من رموز الثقافة الرقمية في عصرنا الحالي.

[1] الموقع نفسه ، https://www.aljazeera.net/tech .

[2] الموقع نفسه ، https://www.aljazeera.net/tech .

في السياق الجزائري، تسارع انتشار تيك توك بشكل لافت مع بداية جائحة كوفيد-19، حين تزايدت الحاجة إلى منافذ بديلة للتعبير والترفيه والهروب الرمزي من عزلة الحجر الصحي. فوجد فيه الشباب أداة تقنية جديدة تُمكّنهم من إعادة بناء ذاتهم الافتراضية عبر **مقاطع قصيرة ذات طابع أدائي(performative)** ، تُنتج غالبًا بوسائل بسيطة ولكن ضمن منطق رقمي شديد الديناميكية قائم على **خوارزميات التوصية والتعلم الآلي**.

ما يميز تيك توك ليس فقط شكله التقني (مدة قصيرة، مؤثرات بصرية/صوتية، موسيقى...)، بل **بنيته السيميولوجية والرمزية**، حيث يتحول المستخدم إلى "مؤدٍّ" داخل مشهدية بصرية ضاغطة، تُنتج لذة المشاهدة من خلال الإيقاع، الجاذبية، والغرابة، أكثر من المعنى أو المضمون. هذه البنية تُكرّس منطقًا استهلاكيًا جديدًا يقوم على **"رأسمالية الانتباه"**، حيث تتحول القيمة الرمزية للفرد إلى "رقم": عدد المشاهدات، الإعجابات، المشاركات، والتعليقات[1].

وفي بعده القيمي، يُقدّم تيك توك **واجهة مزدوجة التأثير** .فمن جهة أولى، يمكن اعتباره أداة ديمقراطية لتمكين الشباب، حيث يسمح بإبراز مهارات متنوعة: من الرقص والغناء، إلى الرسم، الطهي، التعليم، وحتى التوعية الاجتماعية، ما يُعزّز قيم الجرأة، التشاركية، والابتكار. وقد ساهم في كسر الحواجز الطبقية والمركزية الإعلامية، إذ بات بإمكان أي شاب/ة من الهامش الجغرافي أو الاجتماعي أن يُصبح نجمًا رقميًا بين ليلة وضحاها.

[1] الموقع نفسه ، https://www.aljazeera.net/tech .

غير أن هذه الإمكانات الإيجابية **لا تُخفي التحديات الرمزية والثقافية التي يطرحها التطبيق**، خاصة في ظل منطق "الترند" و"الفيروسية" و"الشهرة السريعة"، والذي يُعيد تشكيل مفهوم النجاح الاجتماعي على أسس سطحية ترتبط بالمظهر، الإثارة، أو التقليد، أكثر من ارتباطها بالاجتهاد، التحصيل، أو العمل القيمي. وقد أفضى هذا المنطق إلى **تشظي في التمثلات القيمية**، حيث باتت القيمة الذاتية مرتبطة بردود أفعال الآخرين وليس بتقدير الذات الواقعي.

كما ساهم تيك توك في **نمطنة الهويات** ضمن قوالب رقمية مسبقة، تُكرّس صورًا نمطية عن الذات والجسد والأنوثة والذكورة، وتُعيد إنتاج تمثلات سلبية أو مشوهة أحيانًا، خاصة عند محاولة محاكاة محتوى غربي/استهلاكي دون تمثل نقدي أو وعي ثقافي. ولعل أخطر ما ينتج عن هذا المسار هو **تآكل البعد التأملي في الفعل الرقمي**، حيث يصبح الظهور غاية بذاته، منفصلًا عن أي مشروع قيمي أو تعليمي أو ثقافي.[1]

رغم ذلك، لا يمكن التعامل مع تيك توك بمنطق التشييء أو الاختزال، إذ **تبقى الأداة محايدة في جوهرها**، بينما يكمن التأثير الفعلي في **ثقافة الاستخدام ومستوى الوعي الرقمي** لدى الأفراد والمجتمعات. فبقدر ما يُمكن أن يكون التيك توك منصة للتحرر الإبداعي والانفتاح الثقافي، فإنه قد يُصبح أيضًا أداة لخلق وهم الإنجاز، وتضخيم الذات الرقمية على حساب الذات الواقعية، مما يتطلب تدخلًا تربويًا وثقافيًا يُعيد التوازن بين ما يُنتَج وما يُستَهلَك من رموز وتمثلات في هذا الفضاء .

[1] الموقع نفسه ، https://www.aljazeera.net/tech .

7- انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي :

صبحت شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر الاتصالية المؤثرة في المجتمعات المعاصرة، لما أحدثته من تحولات عميقة في أنماط التواصل والتفاعل الاجتماعي والثقافي والسياسي. وتتنوع انعكاساتها بين جوانب إيجابية أسهمت في تطوير الوعي والتقارب بين الأفراد والمجتمعات، وأخرى سلبية أثّرت في القيم والسلوك والهوية الثقافية.

أولًا: الانعكاسات الإيجابية

لا شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي قد أضافت بُعدًا إيجابيًا جديدًا إلى حياة الأفراد، إذ ساهمت في إحداث تحولات نوعية في البنية الاجتماعية والثقافية، ومن أبرز هذه الانعكاسات ما يلي:[1]

1. **نافذة للاطلاع والانفتاح على العالم:**

شكّلت شبكات التواصل الاجتماعي فضاءً مفتوحًا مكّن ملايين المستخدمين، خاصة في العالم العربي، من الاطلاع على ثقافات وأفكار وتجارب شعوب أخرى، بما عزّز من وعيهم الثقافي وأسهم في كسر العزلة المعرفية.

2. **تعزيز الشعور بالذات والهوية الشخصية:**

تتيح هذه الشبكات للفرد فرصة بناء حضور رقمي مستقل يُعبّر من خلاله عن ذاته وأفكاره، حتى لمن يفتقد إلى فرص تحقيق الذات في المجتمع الواقعي، مما يمنحه نوعًا من الاعتراف الرمزي والاجتماعي في الفضاء الافتراضي.

[1] الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، 2016 متاح على bohotti.blogspot.com، تاريخ الزيارة في2022/08/04 ، على الساعة 17:46 h .

3. **الانفتاح على الآخر وتوسيع دوائر التواصل:**

أتاحت هذه المنصات فرصًا للتفاعل مع أفراد من خلفيات ثقافية ودينية واجتماعية متباينة، وهو ما يعزز قيم التسامح والتفاهم المتبادل ويكسر الحواجز الجغرافية والثقافية بين الشعوب.

4. **منبر للرأي والرأي الآخر:**

تعد حرية التعبير من أبرز السمات التي تميز مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تتيح للمستخدمين نشر آرائهم ومناقشة قضاياهم بحرية، حتى وإن كانت تتعارض مع توجهات الآخرين. وقد جعل [1].هذا الانفتاح من هذه المنصات فضاءات للحوار الديمقراطي والتفاعل الفكري حول قضايا محلية وعالمية.

5. **الإسهام في الحد من صراع الحضارات:**

رغم دورها في تعزيز ظاهرة العولمة الثقافية، فإن شبكات التواصل ساهمت في بناء جسور تواصل بين الثقافات المختلفة، مما أتاح تبادلًا معرفيًا وإنسانيًا قلل من حدة سوء الفهم الحضاري، وساهم في إبراز القضايا العربية في سياقات أكثر واقعية وعدالة.

6. **تعزيز الروابط الأسرية والاجتماعية:**

مكّنت هذه الوسائل أفراد العائلة الواحدة من التواصل المستمر ومتابعة شؤونهم رغم المسافات، بفضل ما توفره من أدوات تفاعلية سهلة الاستخدام ومنخفضة التكلفة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.

7. **إحياء الروابط الاجتماعية القديمة:**

ساعدت مواقع التواصل العديد من الأفراد على استعادة علاقات مفقودة مع أصدقاء الدراسة أو العمل، بل ومكّنت بعض العائلات من لمّ شملها بعد انقطاع أو فقدان بسبب التبني أو الهجرة غير الشرعية.

[1] الموقع نفسه ، bohotti.blogspot.com.

ثانيًا: الانعكاسات السلبية

كما هي الحال مع أي ظاهرة تقنية، فإن لشبكات التواصل الاجتماعي جوانب سلبية لا يمكن إغفالها، إذ تمثل سلاحًا ذا حدّين، ومن أبرز آثارها السلبية ما يأتي: [1]

1. **تراجع مهارات التواصل الشخصي:**

أدى الاعتماد المفرط على التواصل الافتراضي إلى ضعف المهارات الاجتماعية الواقعية، وتقليص فرص التفاعل الوجاهي الذي يقوم على الإحساس والملاحظة المباشرة.

2. **إهدار الوقت وضعف الإنتاجية:**

طبيعة المحتوى الترفيهي الجاذبة في هذه المواقع تجعل المستخدمين يقضون ساعات طويلة دون وعي بالوقت، مما ينعكس سلبًا على التحصيل الدراسي أو الأداء المهني.

3. **الإدمان الرقمي:**

يعد الاستخدام المفرط، خصوصًا لدى فئات مثل ربات البيوت أو المتقاعدين، من مظاهر الإدمان الاجتماعي الذي قد يؤدي إلى العزلة والانفصال عن الواقع، نتيجة الاعتماد الكبير على المنصات الرقمية كمصدر أساسي للتسلية والتفاعل. [2]

4. **الاستعمال المحدود لأغراض غير ترفيهية:**

تشير العديد من الملاحظات إلى أن الاستخدام العربي لمواقع التواصل الاجتماعي يتركز غالبًا حول الترفيه والمحادثة، في حين تبقى الاستخدامات التعليمية والمهنية محدودة نسبيًا.

5. **تهديد الهوية الثقافية:**

ساهمت هذه المنصات في تعزيز الهيمنة الثقافية الغربية عبر العولمة الرقمية، مما أدى إلى تراجع

[1] موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، 2011، ص 47.

[2] وائل مبارك خضر فضل الله ،أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011، ص 20.

6. استخدام اللغة العربية الفصحى وانتشار العاميات والرموز اللاتينية (مثل استخدام الرقم "7" بدل الحاء و"3" بدل العين)، وهو ما أضعف الارتباط باللغة والثقافة الأصيلة.

7. **سطحية العلاقات الاجتماعية:**

بات مفهوم "الصداقة" في العالم الافتراضي يفتقر إلى العمق الحقيقي، إذ يمكن إضافة مئات الأصدقاء بكبسة زر، دون أن تنشأ بينهم روابط حقيقية مبنية على التفاعل الواقعي والثقة المتبادلة[1]

8. **انتحال الهوية والجرائم الإلكترونية:**

تتيح طبيعة الفضاء الرقمي المجهولية وإخفاء الهوية، مما جعل بعض المستخدمين يستغلون هذه الخاصية لأغراض غير قانونية كالنصب، والابتزاز، ونشر الشائعات، وتشويه السمعة، بل وحتى في ممارسات إجرامية مثل الاحتيال والاختطاف.[1]

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي فضاءً مزدوج الأثر، إذ تجمع بين الإمكانات الهائلة للتنمية والتثقيف والتفاعل، وبين المخاطر المرتبطة بالاستخدام المفرط أو غير الواعي ويكمن التحدي الحقيقي في كيفية توجيه هذه الأدوات بما يخدم التنمية البشرية والاجتماعية ويحافظ على الخصوصية والهوية الثقافية للأفراد والمجتمعات.

[1] محمد معجم ، الانترنيت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11، 10ديسمبر2010 الموافق لـ 8 محرم 1432هـ ص 12.

المبحث الثاني : ماهية الواقع القيمي (القيم) .

1- خصائص القيم:

تتسم القيم بمجموعة من الخصائص الجوهرية التي تجعلها عنصرًا أساسيًا في بناء الشخصية الإنسانية وتنظيم السلوك الاجتماعي، ويمكن تلخيص أبرز هذه الخصائص فيما يلي[1]:

1. **المرونة والتجدد:**

تتسم القيم الإلهية بقدرتها على التكيّف مع التطور المستمر للحياة الإنسانية والاجتماعية، إذ إنها تراعي طبيعة الإنسان في مختلف مراحل نموه، وتتيح له حرية السلوك ضمن أطرها المحددة، شريطة الالتزام بجوهرها وضوابطها العامة.

2. **الارتباط بالسلوك الإنساني:**

ترتبط القيم ارتباطًا وثيقًا بالسلوك البشري في مختلف مظاهره وأبعاده، إذ تتجلى في الأفعال والأنشطة التي يمارسها الفرد داخل النظم الاجتماعية التي ينتمي إليها.

3. **المصدر الديني:**

تستمد القيم الإسلامية جذورها من مصادر الإسلام الأصيلة، المتمثلة في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، واللتين تشكلان الإطار المرجعي لأي حديث أو بحث حول منظومة القيم في الإسلام.

4. **الطابع الذاتي والنفسي:**

تمتاز القيم بطابعها الذاتي المرتبط بالطبيعة النفسية والوجدانية للإنسان، فهي تعبر عن مكونات

[1] الربيع ميمون، نزرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980، ص343.

5. الشخصية من جوانبها العاطفية والمعرفية والسلوكية، وتعكس ما يختزنه الفرد من اتجاهات ومشاعر داخلية.[1]

6. **المرجعية الشرعية:**

تنبثق القيم من الأحكام الشرعية التي تنظّم حياة المسلم، إذ تأتي على شكل أوامر بالفعل أو بالترك، محددةً بذلك توجهات الإنسان ومواقفه في مختلف مجالات الحياة، مع ترك مساحة من الاختيار والمسؤولية الفردية.

7. **الشمول والتكامل:**

تقوم القيم على مبدأ الشمول، إذ تراعي البعد الإنساني والاجتماعي للحياة، وتحدد أهدافها وفق التصور الإسلامي المتكامل الذي يجمع بين الدنيا والآخرة، فيربط العمل الدنيوي بجزائه الأخروي دون إهمال متطلبات الواقع.[2]

8. **الكلية والاتساع:**

تغطي القيم مختلف مجالات حياة الإنسان، وتمتد لتشمل جميع أنشطته الفردية والجماعية، فلا تقف عند حدود الحياة المادية، بل تتجاوزها إلى أبعادها الروحية والأخلاقية.

9. **الارتكاز على مبدأ التوحيد:**

يعد مبدأ التوحيد الأساس الذي تنتظم حوله جميع القيم الإسلامية، فهو الذي يمنح حياة الإنسان معناها وغرضها، ويوجه سلوكه نحو تحقيق غاياته في إطار العقيدة والإيمان.

10. **النسبية والسياقية:**

تتسم القيم بدرجة من النسبية، إذ لا يمكن الحكم عليها بمعزل عن السياق الثقافي والاجتماعي الذي

[1] علي خليل أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم، المدينة المنورة، ط1، 1988، ص 68.

[2] ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، ط 1، 2006، ص 24.

11. تنشأ فيه. فهي تتشكل في ضوء المعايير التي يضعها المجتمع في فترة زمنية معينة، وتُفهم من خلال ظروفها التاريخية والثقافية.

12. **الاكتساب والتعلم:**

تعد القيم مكتسبة وليست موروثة، حيث يكتسبها الفرد من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة كالأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام، مما يجعلها قابلة للتطور تبعًا لخبرات الفرد ومحيطه الاجتماعي.[1]

13. **القابلية للترشيد:**

يمكن ترشيد القيم من خلال الوعي بها وممارستها في الحياة اليومية، والعودة إلى جذورها الثقافية والاجتماعية. كما ينبغي على مؤسسات التربية والإعلام التعامل معها بأسلوب يحافظ على التراث الاجتماعي، دون إلغاء أو إقصاء، بل بتكييفها مع متطلبات العصر.

14. **الطابع الاجتماعي:**

تمثل القيم ظاهرة اجتماعية تؤدي وظائف محددة في المجتمع، إذ تسهم في تحقيق التماسك والتوازن بين أفراده ومؤسساته، وتعد أداة لتوجيه السلوك وضبط العلاقات الاجتماعية.

15. **قابليتها للتغير:**

القيم ليست ثابتة بشكل مطلق، بل تخضع للتغير وفق التطورات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. وقد يكون هذا التغير سريعًا في المجتمعات الصناعية الحديثة، أو بطيئًا في المجتمعات التقليدية.

[1] سميحة محمد أبو نصر، د ارسة القيم الاجتماعية لدى الفتاة الكويتية وأبعادها التربوية، رسالة ماجستير،1982، ص107 .

16. **التدرج الهرمي (سلم القيم):**

تتفاوت القيم من حيث الأهمية والأولوية، إذ يترتب بعضها على بعض في سلم هرمي، بحيث تهيمن بعض القيم العليا على غيرها، ويضطر الفرد أحيانًا إلى المفاضلة بينها عند التعارض.[1]

17. **الموضوعية والترابط:**

تتميز القيم بقدر من الموضوعية، فهي تتجاوز الذوات الفردية لتشكل منظومة عامة متماسكة، تتفاعل مع غيرها من الظواهر الاجتماعية وتؤثر فيها وتتأثر بها.

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن القيم تتجذر في النفس الإنسانية وتعبّر عن ميولها واتجاهاتها، فتختلف من فرد إلى آخر ومن ثقافة إلى أخرى تبعًا للتنشئة والظروف الاجتماعية. أما القيم الإسلامية، فإن تميزها ينبع من ثبات مصدرها الإلهي ومرونتها في التطبيق، إذ تجمع بين الدوام في المبادئ والمرونة في الممارسة، مما يجعلها قادرة على مواكبة تطورات الحياة دون أن تفقد أصالتها أو مرجعيتها الشرعية.

2- علاقة القيم بالأخلاق :

تعد العلاقة بين القيم والأخلاق من الموضوعات الإشكالية التي أثارت اهتمام العديد من الباحثين في ميادين الفلسفة والتربية والاجتماع، نظرًا لتقاطع المفهومين وتشابك دلالاتهما في الحياة الإنسانية. وقد تباينت آراء المفكرين والعلماء حول طبيعة هذه العلاقة وحدودها.

فمن جهة، يرى فريق من الباحثين أن القيم والأخلاق مترادفان ولا يمكن الفصل بينهما، معتبرين أن كليهما يعبر عن منظومة من المبادئ التي تهدف إلى توجيه السلوك الإنساني وضبطه وفق معايير الصواب والخطأ. ويستند أنصار هذا الاتجاه إلى أن الأخلاق، بمفهومها الواسع، تشمل جميع تعاليم الإسلام وأحكامه ومقاصده، وبالتالي فهي لا تنحصر في معناها الضيق المرتبط بالسلوك الفردي فحسب، بل تمتد لتشمل القيم الدينية والاجتماعية والإنسانية التي يقوم عليها بناء المجتمع المسلم.

[1] سهير كامل احمد، علم النفس الاجتماعي بين التنظير والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر 2001، ص190.

أما الاتجاه الثاني، فيُميز بوضوح بين المفهومين، إذ يرى أن الأخلاق تمثل أحد فروع القيم أو نوعًا من أنواعها، وتحديدًا ما يُعرف بـ "القيم الخُلقية". ووفقًا لهذا التصور، فإن كل خُلُق يُعدّ قيمة، لكن ليست كل قيمة خُلُقًا، لأن القيم تشمل ميادين أوسع من المجال الأخلاقي، كالقيم الجمالية والدينية والعلمية والاجتماعية وغيرها. وبناءً على ذلك، فإن الأخلاق تُعد مجموعة من الأحكام والمعايير التي تنظم سلوك الأفراد في تعاملهم مع الآخرين، وتشمل صفات مثل الصدق والعدل والإحسان والكرم والشجاعة والصبر والتسامح وغيرها من الفضائل التي تضبط السلوك الإنساني في بعده الاجتماعي والروحي.[1]

ويعد هذا الرأي الأخير أكثر دقة وتماسكًا من الناحية العلمية، إذ يُبرز التمييز الجوهري بين القيم والأخلاق . فالقيم تُعد منظومة ذاتية وشخصية، تُعبّر عن المعتقدات والاتجاهات الداخلية التي تُوجه سلوك الأفراد، وهي قابلة للتغيّر تبعًا للزمان والمكان والثقافة. أما الأخلاق فهي ذات طابع موضوعي وعالمي، تتسم بالثبات النسبي، وتستمد مرجعيتها في الغالب من الدين والمجتمع، مما يمنحها قوة إلزامية تتجاوز الميول الفردية والاختيارات الشخصية.

وعليه، يمكن القول إن العلاقة بين القيم والأخلاق علاقة تكامل وتداخل وليست تطابقًا تامًا، إذ تمثل القيم الإطار المرجعي الذي تتولد منه الأخلاق، في حين تُجسد الأخلاق التطبيق العملي لتلك القيم في سلوك الإنسان وممارساته اليومية.

[1] المرجع نفسه، ص 96.

3- أهمية القيم :

حظي موضوع القيم باهتمام بالغ من قبل علماء الاجتماع والباحثين في مجالات العلوم الإنسانية، لما تمثله من ظاهرة معنوية مركزية تسهم في فهم السلوك الإنساني وتفسير آليات التفاعل الاجتماعي. وقد أجمع الباحثون المعاصرون على أن القيم، إلى جانب الاتجاهات والمعتقدات، تشكّل أحد المرتكزات الأساسية لفهم البنية الاجتماعية وضبط توازنها واستقرارها.

وقد كان عالم الاجتماع الفرنسي إميل دوركهايم من أبرز من أولوا أهمية خاصة للقيم والمعايير الاجتماعية، حيث اعتبرها الأساس الذي يقوم عليه تماسك المجتمع ووحدته، ورأى أنه لا يمكن تفسير الفعل الاجتماعي بمعزل عن المنظومة القيمية السائدة داخل المجتمع. وقد فتح هذا الطرح آفاقًا جديدة أمام علم الاجتماع لدراسة الأبعاد الرمزية والمعنوية للسلوك البشري، مما جعل القيم محورًا رئيسًا في تحليل الظواهر الاجتماعية والتغيرات التي تطرأ عليها[1].

وعقب دوركهايم، واصل العديد من علماء الاجتماع – أمثال تالكوت بارسونز وروبرت ميرتون وبيتريم سوروكين –الاهتمام بدراسة القيم، حيث أكدوا جميعًا أن البعد القيمي يشكل مدخلًا أساسياً لفهم السلوك الإنساني واستجلاء منطقه الداخلي. فبارسونز، على سبيل المثال، يرى أن "العقل الاجتماعي" محكوم بتوجه قيمي يضبط أنماط الفعل ويحدد معايير الأداء الاجتماعي، بينما يذهب ألفن غولد إلى اعتبار القيم منظومة من المعايير الأخلاقية والمفاهيم المجردة التي توجه أفعال الأفراد داخل الجماعة وتكسبها معنى ومعيارية.

أما السوسيولوجي الفرنسي هنري موندار، فقد اعتبر القيم نسقًا تنظيمياً للبعد المعنوي للسلوك الإنساني، إذ تعبّر عن احتياجات الأفراد واهتماماتهم وتوجه نشاطهم في مختلف الميادين. كما أشار غي روجيه إلى التماثل القائم بين الوجود السلوكي والوجود القيمي، موضحًا أن القيم تمثل طرائق للفعل والوجود يعترف بها

[1] زيدان عبد الباقي، علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية، مكتب غريب، القاهرة، 1975، ص 434 .

المجتمع ويمنحها المشروعية. ومن هذا المنظور، يصبح السلوك الاجتماعي بمثابة تجلٍّ حسيٍّ للمنظومة القيمية، يعكس تفاعل الفرد مع المعايير الثقافية السائدة.[1]

انطلاقًا من هذه الرؤى، يمكن القول إن القيم تُعدّ المعيار الأساسي لضبط السلوك الفردي والجماعي، إذ تحدد ما هو مرغوب فيه وما ينبغي تجنبه داخل المجتمع، كما تُسهم في توجيه أنماط التفكير والتصرف لدى الأفراد بما يضمن الانسجام الاجتماعي واستمرار النظام الثقافي القائم. وبهذا المعنى، تمثل القيم أحد أهم محددات السلوك الإنساني وأداة فاعلة في تحقيق التوازن بين الفرد والمجتمع.

4- مكونات القيم :

تعد القيم نسقا مركبا من عناصر معرفية ووجدانية وسلوكية تتفاعل فيما بينها لتشكّل وحدة متكاملة في شخصية الفرد وتوجّه سلوكه الاجتماعي. ويرى روكينش (Rokeach) أن هذه المكونات الثلاثة لا تعمل بصورة منفصلة، بل تتداخل بشكل بنيوي يعكس الترابط بين الوعي العقلي، والانفعال الوجداني، والممارسة السلوكية.

أولًا: المكوّن المعرفي

يشير هذا المكوّن إلى البنية الإدراكية التي يستوعب الفرد من خلالها موضوع القيمة، ويُميّزه ويُقدّره استنادًا إلى معايير عقلية ومنطقية. فهو يمثل الجانب التصوري الذي يُعبّر عن أحكام الفرد ومعتقداته وأفكاره حول ما يعتبره مرغوبًا أو جديرًا بالتقدير. ومن ثمّ، يشكّل هذا المكوّن الأساس المعرفي الذي تنبثق منه المواقف القيمية الأخرى، حيث تُبنى عليه عمليات التقييم الوجداني والاختيار السلوكي.[2]

ثانيًا: المكوّن الوجداني

يتصل هذا المكوّن بالبعد الانفعالي للقيم، إذ يعكس المشاعر والأحاسيس التي يختبرها الفرد تجاه موضوع معين، كالإعجاب أو التقدير أو النفور. ومن خلال هذا الجانب، تتجسّد درجة التزام الفرد بالقيمة، ومدى

[1] علي وطفة ومها زحلوق، الشباب قيم واتجاهات ومواقف، سوريا، دمشق، الطبعة الأولى، 2000، ص 84 .

[2] محمد فتحي عكاشة، محمد شقيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي ، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، الإسكندرية،1997، ص 240.

استعداده للدفاع عنها أو التعبير عنها علنًا. ويمثّل هذا البعد الرابط العاطفي الذي يمنح القيمة قوة دافعة تتجاوز الإدراك العقلي إلى التمثّل الشعوري والوجداني.

ثالثًا: المكوّن السلوكي

يُعتبر هذا المكوّن المجال التطبيقي الذي تظهر فيه القيم على نحو ملموس من خلال السلوك الظاهري للفرد. فالقيم، في جوهرها، لا تتحقق إلا إذا تم تجسيدها في أفعال عملية تعكس المعتقدات والمشاعر الكامنة. ومن هذا المنطلق، تُعدّ القيم مرجعًا معياريًا يوجّه الفعل الاجتماعي ويضبطه، إذ تعمل كآلية تنظيمية للسلوك ضمن الإطار الأخلاقي والثقافي للمجتمع.

وقد قدم كراثول (Krathwohl) تصورًا هرميًا لعملية اكتساب القيم، يُبرز الطابع التدرّجي والتراكمي لهذه العملية عبر خمس مراحل متتابعة: [1]

1. مرحلة الاستقبال :تتعلق بقدرة الفرد على إدراك المثيرات المحيطة واستعداده النفسي لتوجيه انتباهه نحوها بناءً على أهميتها في منظومته القيمية.
2. مرحلة الاستجابة :ينتقل الفرد هنا من الانتباه السلبي إلى التفاعل الإيجابي مع الموقف أو الظاهرة، مصحوبًا بإحساس بالرضا والمشاركة الوجدانية.
3. مرحلة التقييم :يبدأ الفرد في إسناد قيمة أو تقدير معين للأشياء أو الأفكار، ويُظهر سلوكًا متسقًا يعكس تبنّيه لتلك القيمة.
4. مرحلة التنظيم :يعمل الفرد في هذه المرحلة على ترتيب قيمه ضمن نسق متكامل، يحدّد فيه الأولويات ومدى هيمنة كل قيمة على غيرها.

[1] هاشم فتح الله عبد الرحمان، دور كليات التربية في تنمية وتدعيم بعض القيم لدى طلابها، أطروحة دكتواره، كلية التربية، جامعة المنيا،1992، ص 58.

5. مرحلة الوسم بالقيمة :تمثّل هذه المرحلة درجة النضج القيمي، حيث تصبح القيم جزءًا مكوّنًا من شخصية الفرد، وتظهر بوضوح في سلوكياته واتجاهاته المستقرة، فيُعرف مثلًا بصدقه أو تعاونه أو انضباطه بوصفها سمات دالة على اتساق سلوكه مع منظومته القيمية.

من خلال تفاعل المكونات الثلاثة — المعرفي والوجداني والسلوكي — تتجلّى القيم باعتبارها منظومة ديناميكية تؤثر بعمق في بناء الشخصية الإنسانية وتوجيه أنماط السلوك داخل المجتمع. فالمكوّن المعرفي يوفّر الإطار الإدراكي الذي من خلاله يدرك الفرد المعاني القيمية ويميز بين المرغوب والمرفوض، بينما يمنح المكوّن الوجداني لتلك المعاني طابعًا شعوريًا يربط بين الفكرة والانفعال، فيجعل من القيم قوى دافعة داخلية ذات طابع عاطفي محفّز. أما المكوّن السلوكي، فيمثل لحظة التحقق العملي للقيمة عبر الفعل الإنساني الذي يعكس مدى اتساق الفكر والعاطفة مع السلوك. [1]

وبناءً على ذلك، فإن القيم لا تقتصر على كونها منظومة فكرية أو وجدانية فحسب، بل تعد أداة تنظيم اجتماعي تؤطر التفاعلات الإنسانية وتمنحها معنى ومعيارًا أخلاقيًا. كما تُسهم في تحقيق التوازن بين حاجات الفرد ومتطلبات الجماعة، وتعمل كمرجعية أساسية لاتساق السلوك الاجتماعي واستقراره. وبقدر ما يكون هناك انسجام بين مكونات القيم لدى الأفراد، بقدر ما يتحقق الانضباط الاجتماعي وتتعزز الهوية الثقافية للمجتمع.

[1] حلمي المليجي، علم النفس الشخصية، دار النهضة العربية، ط 1، بيروت، 2001، ص 259.

5- وظائف القيم:

يعد النسق القيمي أحد الركائز الجوهرية في بناء الفرد والمجتمع، إذ يؤدي مجموعة من الوظائف الأساسية التي تساهم في ضبط السلوك الإنساني، وتوجيه التفاعلات الاجتماعية ضمن منظومة ثقافية محددة. ويمكن إجمال أبرز هذه الوظائف في النقاط الآتية[1]:

أولًا، إضفاء المعنى والغاية على الحياة الاجتماعية، حيث تزود القيم أفراد المجتمع برؤية مشتركة حول أهداف الوجود الإنساني، فتمنح لحياتهم معنىً واتجاهًا واضحين. ويُعد التكامل الأخلاقي داخل الجماعة انعكاسًا لمدى تبني أفرادها منظومة قيمية موحدة تسهم في تنظيم حياتهم وضبط سلوكهم الجمعي.

ثانيًا، تنظيم العلاقات الاجتماعية وضبط التفاعل بين الأفراد، إذ تحدد القيم الطريقة التي يقدم بها الفرد نفسه للآخرين والطريقة التي يتقبل بها الآخرون، بما يعزز الانسجام الاجتماعي ويحدّ من مظاهر الصراع أو الانحراف عن المعايير السائدة.

ثالثًا، تشكيل معايير المقارنة والحكم الاجتماعي، حيث تُستخدم القيم كمعايير لتقويم سلوك الأفراد وأفعالهم، مما يسمح بالتمييز بين السلوك المقبول وغير المقبول، وبين الأفعال الجديرة بالتقدير وتلك المستوجبة للرفض، وفقًا لمقاييس المجتمع ومعاييره الأخلاقية والثقافية.

رابعًا، توفير الطاقة الدافعة للعمل والإنتاج، فالقيم تمثل محركات أساسية للنشاط الإنساني، إذ توجه الجهود نحو تحقيق الأهداف المرغوبة، وتغرس لدى الفرد روح الالتزام والانضباط والإتقان والإخلاص في الأداء. ومن هذا المنطلق، تعد القيم مرجعًا ذاتيًا يقيَّم الفرد من خلاله أفعاله ومدى توافقها مع ما يؤمن به من مبادئ.

[1] مومن بكوش الجموعي، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، د ارسة ميدانية بجامعة الوادي، رسالة ماجستير، علم النفس تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة قسم العلوم الاجتماعية، 2012 /2013، ص ص 40- 39.

خامسًا، ضمان الاتساق الثقافي والتكامل الاجتماعي، حيث تعمل القيم على ربط عناصر الثقافة ومكوناتها المختلفة ضمن نسق متجانس ومترابط، كما تمنح النظم الاجتماعية أساسًا فكريًا ومعنويًا يرسخ في وعي الأفراد، مما يسهم في استقرار المجتمع وتماسكه.

سادسًا، تحديد الإطار المفاهيمي للمشكلات الاجتماعية، فالقيم تمثل المرجع الذي يحدد طبيعة الظواهر والمشكلات الاجتماعية ويمنحها معناها؛ إذ لا يمكن فهم أي مشكلة بمعزل عن السياق القيمي الذي تُعرّف من خلاله.[1]

سابعًا، إرساء الهوية الفردية وتشكيل التقدير الذاتي، فالنسق القيمي يُكسب الفرد تصورًا خاصًا عن ذاته، ويحدد أولوياته واتجاهاته. فالشخص الذي تُهيمن على منظومته قيمة معينة، كالمال أو الكرامة أو الكرم، يميل إلى سلوكيات تتسق مع هذه القيمة، مما يعكس بنية شخصيته ونظامه الاعتقادي الداخلي.

ثامنًا، تحقيق التماسك والاستقرار الاجتماعي، إذ تُعد القيم عاملاً أساسياً في تعزيز الوحدة والتضامن بين أعضاء المجتمع من خلال ضبط السلوك وتنظيم الميول والرغبات، والحد من النزعات العدوانية والفردانية. كما تتيح إمكانية التنبؤ بتصرفات الأفراد، مما يعزز الثقة المتبادلة ويضمن انتظام العلاقات الإنسانية.

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول إن القيم تمثل الإطار المرجعي الذي يحافظ على تماسك المجتمع واستقراره، ويمنحه القدرة على التكيف مع التغيرات الاجتماعية والثقافية دون الإخلال بهويته أو نُظمه الأخلاقية، فهي الرابط الحيوي بين ثقافته وتقاليده وعاداته التي تشكل جوهر وجوده واستمراريته.

[1] فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، المرجع السابق، ص 341.

6- تصنيفات القيم :

إن تصنيف القيم في مجموعات يعد موضوع اهتمام الكثير من علماء الاجتماع، كما أن هؤلاء يتفقون على أنه لا يوجد اتفاق بينهم على تصنيف معين بالذات نظرا لاختلاف المبادئ التي يمكن أن تستند إليها إطارات التصنيف، كما يتفقون على صعوبة تصنيفها ومهما يكن من قصور عن الإحاطة بأنواعها جميعا، إلا أن التصنيف أمر ضروري لدراسة القيم وفهمها لأنه يساعد على التخفيف من الخلط الملحوظين في مناقشتها، وهذا ارجع إلى الاختلاف في مقصد المتناقشين ووجهة نظرهم من حيث نوع القيم التي يناقشونها. لذلك سوف نحاول أن نلقي الضوء على أطر التصنيف المختلفة، والتي تم في الغالب حسب:

أ- **الأبعاد:**

- **بعد المحتوى:** فقد صنفها **سبرنجر Spranger** في كتابه "أنماط الرجال" إلى ستة أنماط هي:
  - **"قيم نظرية:** وتعبر عن اهتمام الفرد الزائد وميله لاكتشاف الحقائق والمعارف من أجل تحقيقها، ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية نقدية، معرفية، تنظيمية، ويكونون عادة من الفلاسفة والعلماء والمفكرين".[1]

وهؤلاء هم الفئة التي تكتسب اتجاها معرفيا خاصا كمنطلق لها، كما أن لهم سمة تميزهم عن باقي الأفراد والمتمثلة في النظرة النقدية التي يقدمونها وفقا للاتجاه الخاص بهم لكن وجهة النظر هذه موضوعية ومنظمة.

[1] سهام صوكو، واقع القيم لدى المارهقين في المؤسسة التربوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، دراسة ميدانية بثانوية بوحنة مسعود، ميلة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص 40.

وهي أيضا مجموعة القيم" التي يعبر عنها اهتمام الفرد بالعلم والمعرفة والسعي وارء القوانين التي تحكم الأشياء بقصد معرفتها، وميل الفرد إلى اكتشاف الحقيقة، ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية نقدية ومعرفية".

- **قيم اقتصادية:"** وتعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة والنفع والثروة والعمل والصناعة والإنتاج ويتميز أصحابها بنظرة عملية ويكونون عادة من رجال المال والأعمال".[1]

يقصد بها أيضا "اهتمام الفرد وميوله إلى كل ما هو نافع، وهو في سبيل هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق والاستهلاك واستثمار الأموال، ويتميز الأشخاص الذين تسود لديهم هذه القيمة بنظرة عملية نفعية ويكونون عادة من رجال الأعمال، كما أن القيمة الاقتصادية تتمثل في الاهتمام بالنتائج العملية والفوائد المرتقبة وكثيرا ما تتعارض القيمة الاقتصادية مع غيرها من القيم".[2]

وبالمعنى المختصر للقيمة الاقتصادية أنها تمثل كل فرد ينحاز لكل ما يحوي على منفعة عامة أوخاصة لكن بشرط أن يكون العالم المحيط به هو عبارة عن وسيلة تساعده في تحقيق الثروة المراد الوصول إليها عن طريق إتباع الأهداف الخاصة به.

- **القيمة السياسية:"** ويقصد بها اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسيطرة، بهدف التحكم في الأشياء والأشخاص ويعبر عنها الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتمتع أفراد هذه القيمة بروح قيادية ويستطيعون التأثير على غيرهم، من هؤلاء الإداريين والسياسيين".

---

[1] المرجع نفسه ، ص 40.

[2] نجيب اسكندر وآخرون ، الدارسة العلمية للسلوك الاجتماعي، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975، ص 498.

والمقصود هنا هو أن الأشخاص الذين يملكون قيما سياسية يتصفون بالقيادة وكذا قدرتهم على توجيه من حولهم من أفراد وجماعات وهم بهذا يقومون بدور قادة الأري.

➢ **قيم جمالية:** "وتعبر عن اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل، من حيث الشكل والانسجام وكمال التنسيق ويتميز أصحابها بالفن والابتكار وتذوق الجمال".[1]

ويعبر عنها أيضا" باهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق أو التنسيق وهو ينظر إلى ذلك العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق، وليس بالضرورة أن يكون هؤلاء فنانين مبدعين، وإنما لديهم القدرة على التذوق للجمال والفن".[2]

والمختصر من القيمة الجمالية هي الميل لكل ما هو جميل ولكل ما يتصف بصفة الجمالية وهذه القيمة في الغالب يتبناها الفنانون الذين يتذوقون الجمال.

➢ **القيم الاجتماعية:** "وتظهر لدى الفرد الذي يحب الحياة الاجتماعية الواسعة ويميل إلى الناس فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك راحة نفسية اجتماعية سعيدة وكذلك إشباعا له، ويتميز هذا النوع من الأفراد بروح تعاونية كبيرة سمتها البذل والسخاء والعطف

والحنان ويرى سبرانجر أن القيم الاجتماعية في أنقى صورها تتجرد عن الذات وتقترب جدا من القيم الدينية".

[1] سهام صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية، المرجع السابق، ص 40.

[2] نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص101.

من يملكون القيمة الاجتماعية يمكن أن نطلق عليهم فاعلي الخير فهم يرون أن مساعدة الغير والتعاون معهم مع تقديم يد العون بكل ما يملكون من إعانة مادية أو معنوية ارحة وإشباعا لهم، كما يتميزون بالنقاء والصفاء والإيثار لكل من يحتاج مساعدة من طرف جميع أفراد المجتمع.

➢ **القيم الدينية:"** وتعبر عن اهتمام الفرد بحب الناس والتضحية من أجلهم، وبذل الجهود في سبيل إسعادهم ويتميز أصحابها بالعطف والحنان وخدمة الغير، ويكونون عادة من رجال الخدمة الاجتماعية".[1]

تعتبر القيم الدينية من أهم تصنيفات القيم، لأن مصدرها الدين بحيث يهتم صاحبها بكل ما يتعلق بتعاليم الدين ومن جميع النواحي.

- **بعد المقصد:**

هي تلك القيم" التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات معينة أبعد من ذلك، كقيمة العلم وغايتها اكتشاف الحقائق وتتضح القيم عند روكيش أنها ضرب من ضروب السلوك أو غاية من غايات الوجود

المفضلة، فعندما نقول أن لدى الشخص قيمة معينة، نقصد بذلك أن معتقداته تتركز حول أحد أشكال السلوك المرغوب فيه، أو حول غاية من غايات الوجود، والقيم عند روكيش تنتظم في نوعين رئيسيين هما:"[2]

[1] سهام صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية، المرجع السابق ، ص 41.

[2] Rokeach M, The Nature of Human Values and Values System in Hallander E.P& Hunt R.G, Current Perspective in social psychology ,p 344 .

- **القيم الوسيلية :** "وهي التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات أبعد كالقيم الأخلاقية والكفاءة.
- **القيم النهائية:** وهي الأهداف التي تضعها الجماعات والأفراد لأنفسهم كالقيم الشخصية والاجتماعية.

يشير روكيش إلى أن القيم الغائية النهائية في ذاتها تنقسم إلى فئتين هما قيم خاصة بالشخص وتتمركز حول الذات، مثل قيمة تقدير الذات وقيم خاصة بالعلاقات بين الأشخاص أو المجتمع كقيمة السلام العالمي".[1]

ويمكن أن نقدم أمثلة عن هذين النوعين من القيم فنذكر منها:

الاحترام الذاتي، الإحساس بالانجاز، الاعتراف الاجتماعي، المساعدة، الطاعة، النزاهة، الاستقلالية، الطموح، تحقيق الأهداف غيرها من القيم الوسيلية والغائية، ونجد أن القيم الوسيلية هي تلك القيم التي يستخدمها الفرد بغية الوصول الى القيم النهائية.

- **تصنيف القيم على أساس شدتها:"** والمقصود من بعد الشدة هو درجة الإلزام التي تفرضها القيم، ويحدد ذلك نوع الجزاء الذي يقرره المجتمع، ويوقعه على من يخالفها، فهناك القيم الملزمة والآمرة الناهية وهناك القيم التفضيلية وهناك القيم المثالية:

- **القيم الإلازمية ما ينبغي أن يكون:** وتشمل الفرائض والنواهي، وهي القيم التي تتصف بالقداسة، حيث يلزم المجتمع أفراده بها، ويشرف على تنفيذها بقوة وحزم سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام، المجتمع

[1] نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المرجع السابق، ص138 .

- القانون والعرف معا، ومن ذلك في مجتمعنا القيم التي ترتبط بتنظيم العلاقة بين الجنسين أو بمسئولية الأب نحو أسرته...الخ .
- **القيم التفضيلية ما يفضل أن يكون:** ويشجع المجتمع أفراده على الاقتداء بها والسير وفق متطلباتها، ولكنها لا تمثل مكانة الالتزام والقداسة التي تتطلب العقاب الصارم الحاسم الصريح لمن يخالفها، أو بمعنى آخر هي التي تكون في المجتمع حسب ما يفضله الفرد كإكرام الضيف.
- **القيم المثالية ما يرجى أن يكون:** هي القيم التي يشعر المجتمع وأفراده باستحالة تطبيقها كاملة، ولها تأثيرها الذي يكون بالغ القوة في بعض الأحيان وفي توجيه سلوك الأفراد والجماعات، مثل القيم التي تدعو إلى المساواة، والقيم التي تدعو إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

قد تكون القيم الغائية: معين من المستويات الثلاثة في وقت من الأوقات، وقد تتغير في عصر آخر لتصبح القيم المثالية محل التفضيلات أو الإلزامية".[1]

وكملخص لما تم عرضه يمكن أن نقول أن **القيمة الإلازمية** ترتبط ارتباطا وثيقا بمجموعة المبادئ والأسس التي تسعى الى تحقيق القيم المرغوب فيها وهي كل ما يتعلق بالمصلحة العامة سواء للفرد أو المجتمع.

وعند الحديث عن **القيم التفضيلية** فيمكننا القول باختصار أنها ترتكز على قاعدة أساسية وهي ما يفضل أن يكون بمعنى تدخل في مبدأ الأفضلية.

أما **القيم المثالية** فرغم أنها مثالية إلا أننا نجدها تقوم بالتأثير البالغ في توجيه سلوكيات الأفراد.

[1] بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، المرجع السابق، ص83.

أما آخر قيمة فتتمثل في **القيمة الغائية** يدور محورها حول سعي الفرد لتحقيق كل ما له علاقة بتطوير حياته وأهدافه.

-_تصنيف القيم على أساس العمومية:

- **القيم العامة**:

"وهي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه أو حضره وطبقاته وفئاته المختلفة وهي القيم المرتبطة بالعقائد والأعراف والتقاليد فبقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون هذا المجتمع متماسكا

ومتعاونا وظهور ما يسمى بصراع القيم ما هو إلا نتيجة للانفصال والتباعد بين فئات المجتمع المختلفة بالنسبة لنظرتهم حيال المواقف المهمة في حياتهم المتفاوتة.

- **القيم الخاصة**:

وهي تعرف بقيم الدور بمعنى ما يقوم بها فرد معين أو فئات معينة أو التي تحدث في مناسبات محددة مثل قيم خاصة بطبقة معينة، القبائل البدو كالقيم المتعلقة بالزواج والمواسم والاحتفال بالأعياد الدينية والوطنية وكذلك قيم المراكز الاجتماعية الذي يمثله الفرد حيث تعمل هذه القيم على تماسك هذه الفئة وترابطها و إمكانية التنبؤ بسلوك صاحبها."[1]

والملخص هنا هو أن لدينا قيمتين متناقضتين القيمة الأولى هي التي تنتشر في المجتمع ككل أما الثانية فهي خاصة بفئة معينة وهي تتعلق بمواقف أو مناسبات خاصة بحالات محددة.

[1] Rokeach M, The Nature of Human Values and Values System, op cit, P 344 .

_تصنيف القيم على أساس الوضوح:

- **قيم ظاهرة صريحة**: هي التي يصرح بها من قبل الفرد عن طريق الكلام مثل القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعية والمصلحة العامة.
- **قيم ضمنية**: وهي التي يستدل على وجوده من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الاجتماعي وذلك من خلال سياق سلوك الفرد أثناء حياته في مواقف متعددة لان ميدان القيم زائفة السلوك وهو الدليل الحقيقي على تمسك الفرد بقيم معينة فحمل السلاح مثلا للدفاع عن ارض الوطن يدل على القيمة الوطنية.

إن القيم الضمنية هي في الغالب قيم حقيقية لأنها تجسد في سلوك الفرد الواقع في حين القيم الصريحة مثلا أو المعلنة ليست دائما تكون حقيقة بل كثيرا ما تكون زائفة".[1]

فالعبرة في القيم إذن " ليس بالكلام فقط بل بالعمل والسلوك ويرى أولئك أن القيم الضمنية هي في الغالب القيم الحقيقية لأنها هي القيم التي يحملها المرء مندمجة في سلوكه أما الصريحة فليست دائما القيم الحقيقية بل كثيرا ما تكون زائفة والواقع انه ليس هناك حدود فاصلة بين القيم المتضمنة والظاهرة إلا أن الدراسة التحليلية تجعل الباحث يلجأ إلى إبراز بعض الفوارق والتمييز بينها".

[1] عبد الرحمان بن عبد الله العقيصان، اثر التحول في القيم الشخصية والأسرية على السلوك العنيف لدى مرتكبي جرائم العنف من الشباب في مدينة الرياض، أطروحة دكتواره، الرياض،2006، ص 55 .

- **تصنيف القيم على أساس الدوام:**

"ويقصد بالدوام دوام نسبي وينقسم بدوره إلى:

- **قيم دائمة:**

هي القيم التي تدوم زمنا طويلا وتمتد جذورها إلى أعماق التاريخ".[1]

ولقد قام "العالمان **مايروس مكدوجال وهارلود لاسون** بتقسيم القيم إلى ثمانية مستويات هي:

القوى أو السلطة العلم الثروة الاحترام السلامة والصحة المهارة (الخبرة) المحبة التقوى". كما أنها تمثل تلك القيم التي تحيى طويلا ويتناقلها الأفراد من جيل إلى جيل وهي تتخذ صفة الإلزامية والتقدير.

- **القيم العابرة**: "وهي القيم الوقتية العارضة القصيرة الدوام السريعة الزوال وتمتاز بعدم قدسيتها من قبل المجتمع ويقبل عليها المراهقون بالدرجة الأولى وهي مرتبطة بحدث ما أو ظاهرة عابرة تزول بزوالها.

- تصنيف القيم حسب المستويات:

- **قيم المستوى الأ ول**: وهي القيم المحورية أو القيم الأم وتعرف بأنها: تلك القيم الحاكمة أوالملزمة والتي ترتبط بالعقيدة والشريعة ارتباطا مباشرا وتستمد قوتها وأهميتها منها، ومن ثم فهي المعايير والمحددات الأساسية التي توجه سلوك الإنسان في المجتمع وتنشئته حسب الوسع والطاقة والقدرة كما أنها المرجع لكل أحكامه وتشمل هذه القيمة:

[1] صالح محمد علي أبو جادوا، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، ص 238 236.

1. **القيم التعبدية:** وهي القيم التي تحدد الكيفية التي سلكها المؤمن في القيام بالفرائض المختلفة وتشمل: الصلاة الصيام الزكاة والحج وسائر ما أمر الله به واجتناب سائر ما نهى عنه ومصدرها الوحي السماوي بالكيفية التي رسمها وبالصورة التي حددها وليس هناك مجال لأي كان أن يزيد عليها أو ينقص منها.

- **قيم المستوى الثاني**: فهي قيم العبادة اليومية في جميع مجالات النشاط والعمل والعلاقات الاجتماعية المختلفة، وهي التي تحدد أنماط السلوك المرغوب فيه في جميع هذه المواقف ويسترشد بها الأفراد، هذه القيم هي التي تحدد شكل الحياة في مجتمع معين أو جماعة لأنها تشكل كافة المجالات القيمية المختلفة الاقتصادي منها والاجتماعي والسياسي والتربوي والعلمي وغيرها".[1]

ومنه نستنتج أن القيم في كل المستويات ترتبط ارتباطا وثيقا بالدين الإسلامي وكل ما يتعلق بالعبادات والواجبات والسنن والأمر بالمعروف والنهي عن الفحشاء والمنكر، وهي بذلك تعبر بمثابة قوانين وقواعد أساسية يعتبرها الفرد كنظام حياة له في المجتمع.

- صنيف القيم حسب الموضوعات:

وفيه ينصب الاهتمام على موضوعات محددة "تكتسب خاصة قيمية فيتم مثلا تقويم الرجال على أساس نسبة الذكاء والأمم على ضوء عدالة النظم السائدة فيها ومدى شرعيتها ومن الأمثلة على ذلك:

- **نمط القيمة**: قيم الأشياء، قيم بيئية، القيم الفردية، القيم الإنسانية، القيم الجماعية، القيم المجتمعية.

[1] وضحة السويدي، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الابتدائية، دار الثقافة، قطر، 1989 ، ص 78.

نماذج من القيم: السرعة، الجودة، الشقاء، الجمال، الاحترام، الخلق، العدالة، الكرم.

يمكن للقيمة الواحدة أن تصنف في غير نمط فمثلا الاحترام يصنف على النحو التالي: احترام الذات self respect وتقع في النمط الثالث بينما الاحترام المتبادل بين الرفاق يصنف في النمط الرابع والعدالة الشخصية تنتمي إلى الفئة الثلة بينما العدالة الاجتماعية تتعلق بالفئة الخامسة.

- **التصنيف على أساس الفائدة أو المنفعة**: ترتبط القيم بفائدة أو منفعة يحققها أولئك الذين يحتضنوها سواء كانت هذه المنفعة تتعلق بإشباع حاجة أو اهتمام أم مصلحة.

وأفضل تصنيف في هذا الصدد تصنيف الحاجات والرغبات والاهتمامات الأساسية للإنسان ويمكن أن تحصل على التصنيف على أساس الأغراض والأهداف:

ويقصد بذلك تصنيف القيم وفق الغرض المحدد أو الهدف الخاص الذي يتحقق بوجودها مثل القيمة الغذائية للطعام والقيمة التبادلية للسلعة".[1]

من هنا نستنتج أن القيم تتفاوت من حيث شدتها ومستوياتها وأبعادها وموضوعاتها وغيرها تفاوتا واضحا بحيث نجدها موجودة لدى كل فرد من أفراد المجتمع حتى وان اختلفت درجتها على السلم القيمي حسب أهميتها لدى كل إنسان.

7- أنساق القيم وتوازنها في البناء الاجتماعي :

إن الثقافة تمثل الإطار العام الذي تتشكل ضمنه القيم، إذ تتجسد القيم في السلوك الاجتماعي وتوجّهه، ويعني ذلك أن العادات والتقاليد الجارية ما هي إلا أنماط سلوكية تعكس إلى حدٍّ كبير قيم الجماعة

[1] علي عبد الرازق جبلي، علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2000، ص 84.

واهتماماتها. فالقيم، في جوهرها، تمثل مجموعة من المبادئ والمثل العليا كقيم الحق والخير والجمال والأمانة والشجاعة والولاء للوطن، وتحمل المسؤولية والعدالة والمساواة والنزعة الإنسانية والرحمة والصدق والتسامح والعفة.

ويميز الباحثون عادة بين أنساق قيمية متعددة تتداخل فيما بينها وتشكل في مجموعها النسق القيمي العام للمجتمع، ومن أبرزها: [1]

- النسق الأخلاقي :ويتضمن القيم التي تجسد معاني الخير والواجب والمسؤولية الأخلاقية.
- النسق الجمالي :ويُعبّر عن مفاهيم التناسق والتكامل والذوق الرفيع والجمال بوصفها معايير للحكم على الإبداع الإنساني.
- النسق المعرفي :ويتعلق بمبادئ المعرفة والعلم والبحث عن الحقيقة.
- النسق الاجتماعي :ويشمل القيم التي تضبط العلاقات بين الأفراد، كالتكافل والتعاون والاحترام المتبادل.
- النسق الاقتصادي :ويتصل بالقيم المرتبطة بالإنتاج والعمل والادخار والاستهلاك.
- النسق الديني :وهو الذي يمنح باقي الأنساق بعدها الروحي والمعياري، إذ يحدّد الاتجاه العام للسلوك وفق الضوابط الشرعية والأخلاقية.

ومن الطبيعي أن تتداخل هذه القيم وتتفاعل فيما بينها، بحيث يصعب دراسة أي قيمة بمعزل عن القيم الأخرى، إذ تنتظم جميعها ضمن مدرج هرمي يحدّد ترتيبها وفق أهميتها بالنسبة للفرد والجماعة، ويجعل منها منظومة متكاملة تفسر وتوجّه السلوك الإنساني في مختلف المجالات.

[1] المرجع نفسه ، ص 86.

كما يعد توازن الأنساق القيمية داخل أي مجتمع مؤشّرًا على نضجه الثقافي واستقراره الاجتماعي، حيث إن انتظام العلاقة بين القيم الأخلاقية والمعرفية والجمالية وغيرها من الأنساق يُسهم في تحقيق الانسجام بين حاجات الفرد ومتطلبات الجماعة. فعندما تتكامل هذه القيم وتتفاعل بطريقة متوازنة، فإنها تؤدي إلى بناء نظام قيمي متماسك يوجّه السلوك الإنساني نحو تحقيق الصالح العام، ويحدّ من مظاهر الانحراف والتفكك الاجتماعي.[1]

وفي المقابل، فإن اختلال التوازن القيمي أو تغليب أحد الأنساق على حساب الآخر، كهيمنة القيم المادية على القيم الروحية أو الأخلاقية، يؤدي إلى اضطراب في النسق الثقافي وإلى فقدان الانسجام بين مكونات المجتمع. لذا، فإن الحفاظ على التوازن القيمي يُعدّ ضرورة أساسية لضمان استمرار التماسك الاجتماعي وتحقيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها.

كما يشكّل هذا التوازن إطارًا مرجعيًا لفهم التغير الاجتماعي وتفسير ديناميّاته، حيث تتغير القيم بوتيرة تختلف باختلاف المجتمعات ومستويات تطورها الاقتصادي والثقافي، إلا أن بقاء الأنساق القيمية الأساسية واستمرارها في أداء وظائفها التوجيهية يظل عاملًا حاسمًا في صون الهوية الثقافية وتعزيز الاستقرار النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الأنساق القيمية المتوازنة تمثل الدعامة الرئيسة لقيام مجتمع متماسك ومبدع، قادر على التفاعل الإيجابي مع التحولات المعاصرة دون التفريط في ثوابته الحضارية وهويته الثقافية.

[1] المرجع نفسه ، ص 87.

الفصـــل الثالث :

علاقة مواقع التواصل الاجتماعي

ببناء الواقع القيمي للشباب

المبحث الأول : ماهية الشباب

1- خصائص الشباب

تعد مرحلة الشباب من أكثر المراحل العمرية إثارة لاهتمام الباحثين، لما تنطوي عليه من تناقضات وتحوّلات في الجوانب الجسمية والنفسية والاجتماعية. وقد اختلفت وجهات النظر حول توصيفها، إذ يرى بعض الباحثين أنّها مرحلة الإبداع والابتكار والنضج التدريجي، في حين يراها آخرون مرحلة الشكّ والحيرة والاضطراب الانفعالي نظرًا لما تشهده من تغيرات سريعة ومتباينة. وتتباين هذه التصورات تبعًا لاختلاف البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي يعيش فيها الشباب، وكذلك الخلفية الأسرية المؤثرة في تكوين شخصياتهم[1].

1- النمو الجسمي

يتسم النمو الجسمي في مرحلة الشباب بالسرعة وعدم الانتظام، حيث يزداد الطول والوزن وتتغيّر ملامح الوجه والجسم تدريجيًا، فتختفي سمات الطفولة ويظهر الشكل الناضج. وغالبًا ما تُحدث هذه التحوّلات المفاجئة نوعًا من الحساسية المفرطة لدى الشاب تجاه مظهره الجسدي، نظرًا لما يمثله الجسد من عنصر أساسي في تكوين الشخصية والثقة بالذات.

2- النمو الجنسي

تعد هذه المرحلة بداية اكتمال النضج الفسيولوجي والقدرة على التناسل، إذ تظهر الخصائص الجنسية الأولية والثانوية عند الذكور والإناث. ويترتب على ذلك تغيرات انفعالية وسلوكية، حيث تزداد المشاعر عمقًا

[1] مها زحلوق وعلي وطفة، الشباب قيم واتجاهات ومواقف، الطبعة 1، سوريا، دمشق، ص 47.

وخصوبة، وتتولد حاجات جنسية وانفعالية ملحّة قد تؤدي إلى صراعات داخلية بين الرغبة والإشباع، وبين القيم الاجتماعية والدينية التي تضبط هذا السلوك.[1]

3- النمو الانفعالي

يمر الشباب خلال هذه المرحلة بتقلبات انفعالية حادّة نتيجة التغيّرات الفسيولوجية والنفسية، إذ يلاحظ ارتفاع الحساسية والرهافة الانفعالية، وشعور متكرر بالحيرة والانطواء والتوتر، إضافة إلى مظاهر من الحدة والعنف في التعبير عن الذات .ومع تقدّم النمو الاجتماعي والجسمي، تتجه الانفعالات تدريجيًا نحو النضج والاستقرار.

4- النزعة نحو الاستقلال

من أبرز خصائص هذه المرحلة تنامي الميل إلى الاستقلالية والاعتماد على النفس في اتخاذ القرار وتحمل المسؤولية. فالشاب يسعى إلى التحرر من التبعية الأسرية والدخول في علاقات اجتماعية أوسع، مما يعكس رغبته في إثبات الذات وتأكيد الهوية الشخصية والاجتماعية .ومع نهاية مرحلة الشباب، يبلغ الفرد عادةً أقصى درجات النضج العقلي والاجتماعي.[2]

6- النمو العقلي والمعرفي

تصل القدرات العقلية في هذه المرحلة إلى ذروة تطورها، حيث تتسع قدرة الشاب على التفكير المجرد، والاستدلال، والاستنتاج، وحل المشكلات. كما تظهر ميول واهتمامات خاصة، وتتعزز القدرة على النقد

[1] جمال شحاة حبيب وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان ، ص 32-32.

[2] سمير دحماني والعربي زغايش، دور القيم الترفيهية في توجيه سلوك الشباب، دراسة ميدانية بجامعة المدية، وزارة الشباب والرياضة، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، الجزائر، 2013 /2014، ص 37.

والتحليل المستقل للأفكار والقيم التي تقدمها مؤسسات التنشئة الاجتماعية. وغالبًا ما يُظهر الشباب في هذه الفترة نزعة إلى مناقشة المعتقدات السائدة ومحاولة إعادة تفسيرها وفق تصوراتهم الخاصة للعالم والمجتمع.

6- الخصائص الاجتماعية والسلوكية

يميل الشباب بطبيعتهم إلى الانتماء والتفاعل الاجتماعي، ويتميزون بالحماسة والجرأة والمرونة والحيوية، فضلاً عن نزعة قوية نحو التحرر من القيود المفروضة عليهم .وتُلاحظ لديهم درجة عالية من الديناميكية والمثالية والرغبة في التغيير، كما يظهر لديهم تناقض في السلوك؛ فقد يتصرف الشاب أحيانًا برشد ونضج، وأحيانًا أخرى باندفاع وعدم اتزان، تبعًا لتأرجح توازنه النفسي.[1]

7- القدرة على التكيّف والتجديد

تظهر فئة الشباب قابلية مرتفعة للاستجابة للمتغيرات الاجتماعية والتكنولوجية، وسرعة في تبنّي الأفكار الجديدة والدفاع عنها. كما يتميزون بحب الاستطلاع والسعي لاكتساب المعرفة، والرغبة في التغيير والتحرر من الواقع القائم نحو مستقبل أفضل.[2]

8- السمات الانفعالية والسلوكية العامة

يتصف الشباب بدرجة عالية من الطاقة والحماس والاندفاع، إلى جانب حسٍّ قوي بالاستقلالية والاعتزاز بالنفس، ما يجعلهم أقلّ تقبلاً للضغط أو القهر. كما ترتفع لديهم مستويات القلق والمثالية، ويغلب على تفكيرهم النزوع نحو الكمال ومطابقة الواقع لتصوراتهم المثالية .وتظهر لديهم اهتمامات جديدة تتصل بالتخطيط للمستقبل، كالزواج والتعليم والعمل وبناء المكانة الاجتماعية.[3]

---

[1] محمد الجوهري، الشباب والحق في الاختلاف، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ص 54.

[2] عبد الحفيظ معوشة، الميول الانتحارية وعلاقتها بتقدير الذات، مذكرة ماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007_2008، ص 135.

إن مرحلة الشباب تمثل الفترة المفصلية في تكوين الشخصية الإنسانية، إذ تتكامل فيها مظاهر النمو الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي لتشكل الأساس الذي تبنى عليه شخصية الراشد المستقل. ومن ثمّ، فإنّ فهم خصائص هذه المرحلة يُعدّ أمرًا جوهريًا في توجيه البرامج التربوية والاجتماعية والسياسات الموجهة نحو الشباب، لضمان استثمار طاقاتهم الإبداعية في بناء المجتمع وتنميته المستدامة.

2- الشباب ومؤسسات التنشئة الاجتماعية:

أصل القيم أو مصدرها "هي التساؤلات المعقدة المطروحة على الباحثين في القيم فهل م اردها إلى الدين أم إلى المجتمع أم إلى الكون اللاشخصي أم إلى الفرد ذاته؟

إن كل إجابة عن هذا التساؤل ستكون بمثابة نظرية أو طائفة من النظريات قد تلتقي حول مصدرمن هذه المصادر ثم تتفرق بحسب الانتماء الفكري لصاحب النظرية ولهذا السبب ليس هناكتصنيف جامع لمواقف الباحثين المتعددة من نظرية القيمة فالتصنيفات تتباين بتباين محتوى القيمة فتصنيفهم لقيمة الحرية مثلا يختلف عن تصنيفهم لقيمة العدل كما يختلف عن موقفهم من قيمة المجال...بل إنهم يختلفون حتى بالنسبة للقيمة الواحدة وبالتالي فان كل من حاول تصنيف مواقف القيمة يعبر عن نظرته الخاصة من تصور القيمة وعن موقفه من مكانتها في مذهبه"[1].

إن ما يعنينا الآن ليس هو تصنيف القيم و إنما مؤسسات التنشئة التي يكتسب منها الفرد قيمه كما حددها الباحثون، والتي اخترنا منها ما يتوافق مع موضوع الدراسة من منطلق أن هناك الكثير من المؤسسات الاجتماعية التي ينتقي منها الفرد قيمه ونذكر منها:

---

[3] السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص 180.

[1] محمد بلفقيه، العلوم الاجتماعية ومشكلة القيم، تأصيل الصلة، دار نشر المعرفة، الرباط، ط1، 2007، ص 191.

- **الأسرة:**

"هي البيئة الأولى التي تحتضن الفرد، كما أن طبيعة الخصائص التي تميزها تجعلها أكثر المؤسسات الاجتماعية تأثيرا في عملية التنشئة الاجتماعية".[1]

"إن تعلم الفرد المبادئ الاجتماعية والسلوك الاجتماعي وآداب المحافظة على الحقوق والقيام بالواجبات إلى غير ذلك من المسؤوليات الفردية والاجتماعية".[2]

"إذ تشكل إحدى حلقات النظام الاجتماعي العام وهي إحدى المؤسسات الاجتماعية منذ مرحلة الطفولة، فالأسرة هي التي تتمحور حولها حياة الناس وتشكل وسيطا بين الفرد والمجتمع حيث تقوم بنقل ثقافة المجتمع بما تحوي المفاهيم القديمة منذ بداية التاريخ الإنساني، وعرفها وافي عبد الواحد بأنها اربطة اجتماعية بين

زوجين وأطفالهم وقد تكون أكبر من ذلك فتشغل أفرادا آخرين شريطة أن يكونوا مشتركين في معيشة واحدة مع الزوجين والأطفال".[3]

ويعرفها برجس ولوك بأنها "مجموعة من الأشخاص يرتبطون معا بروابط الزواج أو الدم أو التبني ويعيشون تحت سقف واحد ويتفاعلون معا وفقا لادوار اجتماعية محددة ويخلفون ويحافظون على نمط ثقافي واحد".[4]

منه نستنتج بأن "الأسرة هي التي تعمل على إكساب الطفل القيم التي تجعل منهم فرد مندمج داخل مجتمعه كقيمة التعاون والمساعدة والعفو والصدق... الخ ويتشرب الطفل هذه القيم في مراحل عمره الأولى عن طريق

[1] خليل معوض ميخائيل، علم النفس الاجتماعي ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 1999 ، ص242 .

[2] رشوان حسين عبد الحميد احمد، التربية والمجتمع، ب ط ، المكتب العربي الحديث، مصر ،2002، ص 177.

[3] سعيد عواشرية، الأسرة الجزائرية، مجلة العلوم الاجتماعية والاقتصادية، جامعة باتنة، عدد 12 ، جوان 2005 ، ص 113.

[4] عبد الله ال ارشدان ونعيم جعتيني، المدخل إلى التربية والتعليم، دار الشروق، الأردن، ط 2، 2002 ، ص 277.

محاكاة وتقليد الكبار ومن الأساليب الشائعة في مجتمعنا نجد القصص التربوية أو ما يدعى الأحجية وهي قصة خرافية تحمل في طياتها عبر ومجموعة من القيم التي يقصد بها الكبار تعديل سلوك الصغار و اكسابهم مجموعة من القيم التي يعرفها مجتمعهم".[1]

في هذا الصدد يقول **الشيباني**: "إن الإسلام يوجب على الأسرة في وظيفتها التربوية نحو أولادها أن تهتم بتنمية وتربية كافة جوانب شخصية الطفل فيها بتنمية وتربية جسمه وعقله وذوقه الفني و وجدانه وخلقه وسلوكه الاجتماعي".

وبهذا فإن للأسرة أهمية بالغة في استمرار الوجود الإنساني واستقرار الحياة الاجتماعية بأكملها وهي من عمل المجتمع وثمرة من ثمرات الحياة الإنسانية التلقائية، وهي ركيزة أساسية في تنظيم سلوك الفرد وتحديد تصرفاتهم بل وحياتهم بشكل عام، هذا بالإضافة إلى أنها المشروع الأساسي الذي اصطلح عليه المجتمع لتحقيق العواطف الاجتماعية لأفراد الأسرة مثل الأمومة والتعاطف والتراحم، وهي أول مؤسسة اجتماعية عرفتها البشرية، كما أنّها تعدّ أهم مؤسسة في المجتمع كونها من دواعي الفطرة.

- المدرسة:

نعتبر المدرسة "الوسيلة التي اصطنعها المجتمع بجانب الأسرة لنقل الحضارة ونشر الثقافة وتوجيه الأبناء التوجيه الاجتماعي الصحيح كي يكتسب من العادات الفكرية والعاطفية والاجتماعية التي تساعدهم فحسب على التكيف الصحيح في المجتمع بل كذلك على التقدم بهذا المجتمع فالوسط المدرسي له دور كبير للإشراف على عملية التنشئة الاجتماعية اعتمادا على الفاعلية الأساسيين فيها من مدرسين بالدرجة الأولى والمصالح

[1] ضياء زاهر، القيم العملية التربوية، مؤسسة الخليج العربي، 1984، ص 63.

الإدارية بالدرجة الثانية ليس استقلال الم ؤسستين (الأسرة المدرسة) [1] واختلاف طبيعتها على مستوى التزكية وكذلك الإمكانيات والتسيير والتدبير جعلهما في نظر الكثير من الباحثين يختلفان ولا يتعاونان بشكل مستمر لتحقيق الهدف الفعلي في تلقين الأساليب الصحيحة لمختلف أنماط السلوك والعادات والمعايير والدلالات والقيم السائدة في المجتمع أي بمعنى آخر التنشئة الاجتماعية الصحيحة".[2]

كما أن المدرسة تعد من المؤسسات "التي تسعى إلى تعزيز القيم بصفة عامة في نفوس الأفراد والذي ينعكس على السلوكيات الصادرة منهم وهذا لتكييفهم مع المحيط الذي يعشون فيه وهو محيط موسع عن الذي القوه قبل الدخول إلى المدرسة وفي هذا الصدد بقول الدكتور إبراهيم ناصر أن المدرسة التي أنشأها المجتمع لتكون قيمة على الحضارة الإنسانية الثقافية الخاصة به لتتولى تربية تنشئة الطالع وتكييفه مع الحياة حوله".[3]

ومنه نستنتج أن المدرسة هي الأسرة الثانية التي تعمل على تكييف الأفراد مع الجماعة من خلال إكسابه مجموعة القيم التي مصدرها الدين، وهي بذلك تقوم بتنفيذ الأهداف التي يريدها ويرسمها المجتمع وفقا لخطط ومناهج محددة وعمليات تفاعل وأنشطة مبرمجة داخل الفصول الدراسية ويتمثل دور الأسرة في تنشئة الفرد عن طريق عدة أساليب نذكر منها المعلم المربي، والمادة المقدمة للتلميذ، متابعة المشكلات الاجتماعية للتلاميذ وتقديم الحلول.

[1] عمر محمد التومي الشيباني، من أسس التربية الإسلامية، منشورات المنشأة العربية للنشر، طرابلس 1985، ص 513.

[2] عطوف محمود ياسين، **علم النفس**، دار النهار للنشر، بيروت، 1981، ص69.

[3] إبراهيم ناصر، علم الاجتماع التربوي، دار الجيل، بيروت، الأردن، ط 2 ، 1996، ص 280.

- المسجد:

يعد المسجد "من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التطبيع الاجتماعي للأفراد إلا أنه ينفردعن غيره من المؤسسات التربوية بخاصية العبادة ورغم أنه مكان للعبادة إلا أنه يعمل على تعزيز القيم الاجتماعية التي تساهم بدورها في تنظيم علاقة الفرد المسلم بأخيه وتقوية البناء الاجتماعي وفي هذا الصدد فالمسجد يدعم روح الأخوة والتعارف بين المؤمنين مما يؤدي إلى توحيد السلوك الاجتماعي ونبذ كل ما يضعف الروح الإيمانية والاجتماعية من قيم سالبة كالظلم والحسد والسخرية والغيبة والنميمة..... إلى غير ذلك من أمراض اجتماعية تضعف البناء الاجتماعي".[1]

"وهو يلعب دورا كبيرا في تكوين الشخصية الإسلامية القائمة على العلم والعمل ولا يقصد في المسجد جدرانه وكسائه بل المسجد والمتجسد في العلماء الحكماء الذين زكوا أنفسهم وتعلم وا دينهم ثم قاموا ليعلموا الناس كما أمرهم االله بالحكمة والموعظة الحسنة".[2]

المسجد من أهم المؤسسات التي تهدف إلى تربية النشء تربية دينية " تقوم على تقوية الإيمان في النفوس وعلى بيان أثر الالتزام بالقيم الدينية على السلوك خاصة وأن المسجد يتوفر على جميع المقومات لذلك العمل، ومن الملفت لهذه القيم المتمثل في الإمام وملتقى هذه القيم هم جماعة المصلين والمكان وهو المسجد الذي وجد أصلا ليكون مكان الاكتساب العلم والاطلاع على أمور الدين من حلال وحرام وخطبة الجمعة، والدروس التي تلقى في المسجد يجب أن تكون مواضيعها مستمدة من الواقع المعاش للناس، وبذلك يتجسد

[1] عاهد مرتجي، مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميهم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر بغزة، 2004، ص 85.
[2] اسعد احمد جمعة وعارق احمد جمعة، دراسات في علم الاجتماع الإسلامي، دار العظماء، مصر، ط1،2008 ، ص 120.

الدين في الواقع وحياة الناس، والمسجد هو البيئة التي تتربى فيها النفوس وتتهذب فيها الحواس وتتآلف فيها النفوس ويتآخى فيها الأفراد والجماعات وتقوى فيها أواصر القربى والتعارف والتراحم".[1]

وتظهر أهمية المسجد في غرس القيم بصفة عامة في:

- "تنمية الوازع الداخلي لدى الأفراد والجماعة ومن ثم دعوتهم إلى ترجمة المبادئ والتعاليم إلى سلوك.
- دعم روح الأخوة والتعارف بين المؤمنين مما يؤدي إلى دعم القيم كالمساعدة، الرحمة، العفو، التعاون.... الخ وتوحيد السلوك الاجتماعي ونبذ كل ما يضعف البناء الاجتماعي من قيم سالبة.
- محاولة تذويب الصراع القيمي بين الأجيال الجديدة والأجيال القديمة لان الأفراد الجدد يقتدون بالأفراد القدامى فالقدوة الصالحة والنماذج السلوكية تبرز جيدا من خلال المسجد".[2]

وبهذا يبقى المسجد الركيزة الأساسية في تنشئة الفرد -إضافة إلى الأسرة والمدرسة- تنشئة متوازنة تجمع بين الجانب الروحي والعلمي والتربوي، وتنمية الوازع الديني وذلك من خلال الدروس والخطب والنصائح وتعلم العقيدة الصحيحة والقيم والآداب الاجتماعية والأخلاقية والأحكام الشرعية، التي تجعل من الفرد يكتسب مناعة فكرية قوية تجنبه الوقوع في الآفات الاجتماعية.

4- وسائل الإعلام:

إن "كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة كالإذاعة والتلفزة والسينما والصحف والمجلات ....الخ تلعب دوار بارزا في تكوين شخصية الفرد وتنشئته على أنماط سلوكية معينة فهي من خلال برامجها وفعاليتها

[1] زكريا بشير إمام، أصول الفكر الاجتماعي في القارن الكريم القضايا والنظريات، روائع مجدلاوي، ط 1، 2000، ص 170.

[2] سهيل احمد الهنيدي، دور المعلم في تنمية بعض القيم الاجتماعية لدى طلبة الصف الثاني عشر بمحافظات غزة من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، 2001، ص 41.

ومعلوماتها التي تنشرها بين الشباب في كل زاوية من زوايا المجتمع تستطيع رسم أطر التفاعل الإنساني بين المربى أو المسؤول في عملية التنشئة كالطالب أو الشاب الاعتيادي ومثل هذه الأطر إنما تقوى العلاقة بين الطرفين إلى درجة أن المربى يندفع نحو التأثير في الشباب عميقا وفاعلا وان الشباب يثق بالوسيلة الإعلامية ويؤمن برسالتها التربوية والتنشئة إذ يستوعبها ويلم بجميع جوانبها".[1]

وتتبع أهمية وسائل الإعلام من خلال " قدرتها على تقديم خبرات متنوعة وثرية وجذابة للصغار والكبار معا ومن هنا يمكنها أن تشارك باقي المؤسسات في عملية غرس القيم المرغوبة وهذا لا ينفي كون وسائل الإعلام قد تسهم في تكوين قيم غير مرغوبة أو مستهجنة أحيانا".[2]

بما أن "وظيفة وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية لا تنحصر على فئة محددة أو وقت محدد يجعل منها وسيلة خطرة خاصة على النشء الذين تلزمهم رقابة خاصة على القيم والمعايير والأفكار..... الخ التي يكتسبونها من هاته المؤسسة التي قد تكون دخيلة أو غير ملائمة لمعتقدات وقيم أو الديانة السائدة في ذلك المجتمع بحيث علينا أن نغرس لدى النشء اتجاهات سليمة نحو التعامل الايجابي مع وسائل الإعلام والمتمثل في الانتقاء القائم على التمييز بين الجيد والرديء فان القائد ستكون كبيرة لاسيما في وجود الفضائيات والانترنت".[3]

وتبقى الأسرة كقاعدة أساسية تساعد في بناء الفرد وتساهم بشكل كبير في اكتساب القيم لدى أفرادها فإما أن تنجح في مهمتها وترسخ ذلك في أذهانهم وخاصة إذا كان بنيانها مبنيا على قواعد رصينة ومتينة وإلا تترك المجال للشارع ووسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت تلعب دور عناصر التنشئة

[1] عطوف محمود ياسين، مدخل في علم النفس الاجتماعي، دار النهار للنشر، بيروت، 1981، ص70 .

[2] حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، ط 5، 1984. ص 72.

[3] محمود خليل أبو دف، مقدمة في التربية الإسلامية، مكتبة آفاق، غزة، 2002، ص 184.

الاجتماعية في كثير من الأحيان، عن طريق العروض والمضامين التي تقدمها للفرد والمجتمع في شكل برامج وحصص لا تمت بصلة بأخلاق الفرد المسلم.

- جماعة الرفاق والتنشئة الاجتماعية:

نعني بها " الجماعة الصغيرة التي يتعامل معها الفرد باستمرار من نفس السن ونفس الجنس والتي تعكس طبيعة أو ثقافة اجتماعية معينة وقد تصل أحيانا إلى مستوى العصابة وهناك جماعات طلابية واتحادات تعمل أهداف ثقافية واجتماعية ويتأثر" [1] " بها بالغا في نموه وسلوكه الاجتماعي لاسيما في الفترة الأولى من مرحلة الشباب التي تكثر وتشرع فيه التغيرات الجسمية وتربط عادة بعض صعوبات التكيف النفسي والاجتماعي مما يضطر الشباب إلى أن يلجأ في كثير من الأحيان إلى رفاقه وجماعة نظائره لإيجاد التفسيرات لتغيرات والظواهر التي تطرأ عليه في هذه الفترة و التي قد يجد حرجا في مناقشتها مع والديه والمدرسة و الكبار والراشدين المحيطين به.

إن الجماعة التي ينتمي إليها الشاب لها دور كبير في التأثير على أفكاره ومبادئه وقد يكون هذا الأخير إيجابيا أو سلبيا اعتمادا على طبيعة هذه الجماعة فإذا كانت جماعة متزنة وواعية ومنحدرة من وسط اجتماعي إيجابي وبناء فهذا يرجع بالتوفيق في التكيف الحسن مع محيطه الاجتماعي والعكس صحيح". [2]

أثبتت الد ارسات" أن للجماعات العفوية الحي والصحبة دوارً هامًا في عملية التنشئة الاجتماعية لأن النشء لا يقضي كامل وقته بين المدرسة والبيت فقط، وإنما يعيش في حي لا بد وأن يتأثر به".

[1] عطوف محمود ياسين، مدخل في علم النفس الاجتماعي، دار النهار للنشر، بيروت 1981 ، ص69 .

[2] محمد عاطف عبث، دارسات في علم الاجتماع التطبيقي، بيروت، دار النهضة العربية، ص119 .

لاسيما أن "هذا الحي يؤمّن للأسرة معظم المؤثرات الخارجية والظروف التي تتيح لأفرادها المخالطة والانتماء، وهو يسهم في تزويد الفرد ببعض القيم والمواقف والعادات التي يتضمنها الإطار الحضاري العام الذي يميز المنطقة الاجتماعية، وهو يسهم بذلك في تكوين السلوك الجانح أو في تطويره، ومن ثم زيادة معدلات الجريمة فشخصية الفرد تتكون من خلال حَّيه الذي يسكنه من خلال منظورين متكاملين:[1]

الأول: هو دور الفرد في الحي الذي يعيش فيه.

والثاني : هو مكانة هذا الحي عن بقية الأحياء الأخرى، والدور الذي يلعبه في المجتمع فالحي السوي المتوافق بقيمه مع قيم المجتمع الكبير، يكون حيًا مثاليًا يهيئ للفرد جوًا يكسبه الشعور بالاحترام والانقياد التام للقوانين وإلا فإنه يكون مصدرا للاتجاهات الخاطئة، ويفشل في توجيه قيم الأفراد، ويقودهم للانحراف بمختلف الوسائل فمثلا الحي يقدم للسارق فرصة ممكنة لتسريب مسروقاته كما أن افتقار الحي للأمكنة الملائمة لشغل أوقات الفراغ يدفع بالنشء نحو النوادي الرخيصة، والأماكن المجانية، التي تكون في الغالب مركزا للإجرام يديره مؤسسو مناطق الإجرام وفي هذا الصدد عَرف الأستاذ الأمريكي **كيلفوردسو** مناطق الإجرام بالأحياء التي تحيط بمناطق السكك الحديدية والمرافئ والمصانع وأطراف المدن، حيث الفقر والازدحام وعدم الاستقرار وقد حاول البعض تشخيص عناصر الحي الفاسد الذي ينمي السلوك الغير سوي، وذلك من خلال سبعة أنواع لهذا الحي الفقير المزدحم، والحي الفقير جدًا، والحي المغلق اجتماعيًا، وحي العزاب، وحي الأجانب، وحي الرذائل والموبقات، والحي النائي الذي يتخذه المجرمون مكان إقامة سرية لهم والنشء لا يستطيع أن يستغني عن الصحبة جماعة اللعب في الحي ذلك لأنه بحد ذاته يبحث بشكل عفوي عن جماعة

[1] الناصر محمد حامد، تربية الأطفال في رحاب الإسلام في البيت والروضة، مكتبة السوادي، جدة، 1991 ، ص79 .

اللعب من الأصدقاء الذين يناسبونه، ويكون له ما لهم وعليه ما عليهم" [1] ، وتكون هذه الجماعة" بديلا عن جماعة الأسرة ويشعر من خلالها بذاتيته حيث يتعلم النشء من خلالها قيمًا وأنماطا سلوكية لم يعهدها في أسرته، ومن ثم يجد في ذلك فرصته الأولى لعقد علاقات اجتماعية جديدة مختلفة عن تلك التي سبق وعقدها داخل الأسرة فمثلا يتعلم النشء معنى السلطة، ولكن هذه السلطة تختلف عن سلطة الأبوين مما ينشئ لديه الن زعة الأولى لتحدي سلطة المنزل، مستمدًا قوته لذلك من صحبة مؤسسته الجديدة ومن هنا حسب قول **اربسمان** تظهر لنا خطورة رفاق السوء أي المنحرفين الذي يعقد معهم الحدث صداقات متنوعة، ويتعلم منهم سبل الانحراف، حيث تدفع الصحبة السيئة إلى السلوك الغير سوي عن طريق الحث والإيماء والتقليد، وربما عن طريق التهديد والوعيد، وقد تتحول الصحبة إلى عصابة إجرامية ناهيك عن تقليد الآخرين في التدخين والخمور والمخدرات والتمرد والعصيان، مما يلجؤون معه

إلى السرقة وأساليب وقطع الطريق بالترصد التي قد تصل إلى القتل في حالة المواجهة، أي أن التنشئة الاجتماعية الخاطئة تشكل الحجر الأساسي في بناء ما يعرف بالشخصية الغير سوية للفرد في ظل قيم ومفاهيم تقود للسلوك غير السوي. [2]

لذا لا بد من تنشئة اجتماعية سليمة، وقيام كل مؤسسة بدورها الفعال، حيث لاحظنا مدى دور التنشئة الاجتماعية في الحي الفاسد في تكوين السلوك الغير سوي لدى الأفراد وبقي أن نقول أن الوالدين والمعلمين هم القدوة الصالحة والمثل الأعلى للنشئ، لذا يجب أن نؤِمن لهم كل أصناف الرعاية الاجتماعية بقدر الإمكان.

[1] موسى، رشاد علي عبد العزيز، إدراك الاتجاهات الوالدية وممارساتها وعلاقتها ببعض المتغيرات، جامعة بغداد، 1965، ص 121 .

[2] عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، 1992، ص 34.

3- حاجات الشباب

تعد مرحلة الشباب من أهم المراحل العمرية في حياة الإنسان، لما تتضمنه من تحولات بيولوجية ونفسية واجتماعية ومعرفية تشكل ملامح الشخصية المستقبلية للفرد. وتتأثر حاجات الشباب بمجموعة من العوامل المتداخلة تشمل خصائص النمو الجسدي والعقلي والانفعالي من جهة، والظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي يعيشونها من جهة أخرى.
ولكي يؤدي الشباب الدور المنوط بهم في بناء المجتمع وتنميته، فإن ذلك يستلزم فهمًا عميقًا لطبيعة احتياجاتهم وإيجاد السبل الفعّالة لإشباعها، إذ يشكل إشباع الحاجات المتنوعة شرطًا أساسيًا لتحقيق التوازن النفسي والاجتماعي والاندماج الإيجابي في الحياة العامة.

و يمكن تصنيف حاجات الشباب إلى أصناف متعددة تشمل الحاجات الفسيولوجية، والنفسية والعقلية، والاجتماعية، بالإضافة إلى حاجات أخرى ذات صلة بالتعبير الإبداعي والانتماء والمنافسة وخدمة الآخرين، كما يأتي تفصيلها: [1]

1- الحاجات الفسيولوجية

وهي الحاجات الأساسية التي تستند إلى التكوين العضوي والوظائف الحيوية للجسم الإنساني، وتشترك فيها جميع الكائنات البشرية بدرجات متفاوتة. ويُعدّ إشباع هذه الحاجات شرطًا أوليًا لتحقيق التوازن الجسدي والعقلي الذي يمكّن الفرد من النمو السليم. ومن أبرز هذه الحاجات:

- الحاجة إلى الغذاء المتوازن والماء والراحة الجسدية.
- الحاجة إلى النوم والراحة العصبية لاستعادة الطاقة والنشاط.
- الحاجة إلى النشاط البدني والحركي لتصريف الطاقة الزائدة والحفاظ على اللياقة.

[1] مصطفى إبراهيم عوض وآخرون، الشباب والتنمية المتواصلة، دراسات نظرية وميدانية في البيئة المصرية، القاهرة، دار مصر للخدمات العلمية، 1997، ص7 .

- الحاجة إلى الإشباع الجنسي المشروع، باعتبارها من متطلبات النضج البيولوجي في هذه المرحلة.

إهمال هذه الحاجات أو عجز المؤسسات عن تلبيتها يؤدي غالبًا إلى اضطرابات سلوكية أو انفعالية، ويؤثر سلبًا في باقي مستويات النمو.

2- الحاجات النفسية والانفعالية

تنبع هذه الحاجات من الجوانب الوجدانية والعاطفية للشباب، وترتبط ارتباطًا وثيقًا بإدراكهم لذواتهم وبعلاقاتهم بالآخرين. ومن أهمها[1]:

- الحاجة إلى الأمن النفسي :حيث يسعى الشاب إلى الشعور بالاستقرار والاطمئنان بعيدًا عن الخوف والقلق.
- الحاجة إلى الحب والقبول الاجتماعي من قبل الأصدقاء والمحيطين، وهو ما يُسهم في بناء الثقة بالنفس والانتماء.
- الحاجة إلى التقدير واحترام الذات :إذ يرغب الشباب في أن يُعترف بقدراتهم وإنجازاتهم ضمن الأسرة والمجتمع.
- الحاجة إلى الاهتمام والرعاية من الآخرين، خصوصًا من الجنس الآخر، بما يعزز التوازن العاطفي لديهم.

إشباع هذه الحاجات يُكسب الشاب اتزانًا انفعاليًا وقدرة أكبر على مواجهة ضغوط الحياة والتفاعل الإيجابي مع بيئته الاجتماعية.

[1] سمير دحماني والعربي زغايش، دور القيم الترفيهية في توجيه قيم الشباب، مرجع سابق، ص33.

3- الحاجات العقلية والمعرفية

يُعدّ البعد العقلي من أبرز مكونات شخصية الشاب في هذه المرحلة، إذ يتسم بالنشاط الفكري والرغبة في الاكتشاف. ومن أبرز الحاجات العقلية ما يلي: [1]

- الحاجة إلى المعرفة والتعلم لفهم الظواهر المحيطة واكتساب مهارات التفكير والتحليل.
- الحاجة إلى التوجيه التربوي والمهني لمساعدته على تحديد أهدافه المستقبلية ومسار حياته العملية.
- الحاجة إلى الثقافة العامة والدينية لفهم التراث والقيم الاجتماعية والأخلاقية التي تشكّل هويته الفكرية.
- الحاجة إلى الإبداع والابتكار وإثبات الذات في مجالات التفوق العلمي والفني والتكنولوجي.

يؤدي إشباع هذه الحاجات إلى بناء شخصية متزنة معرفيًا وقادرة على الإسهام في الإنتاج العلمي والثقافي للمجتمع.

4- الحاجات الاجتماعية

تتصل هذه الحاجات بقدرة الشاب على الاندماج والتفاعل مع الجماعات المختلفة في المجتمع، وتشمل: [2]

- الحاجة إلى تكوين أسرة مستقرة وسعيدة تُشبع الجوانب العاطفية والاجتماعية لديه.
- الحاجة إلى العمل والإنتاج من أجل تحقيق الذات والاستقلال الاقتصادي.
- الحاجة إلى القيادة والمكانة الاجتماعية ضمن جماعات الأقران أو المؤسسات.

[1] سها عبد الله زيدان، هواجس المستقبل عند الشباب، مذكرة ماجستير، كلية التربية والإرشاد النفسي، جامعة دمشق، 2007/2006 ، ص ص31-32.

[2] مرجع نفسه ، ص 32.

- الحاجة إلى العلاقات الإنسانية الإيجابية مع الأصدقاء والزملاء من نفس الفئة العمرية.
- الحاجة إلى استثمار وقت الفراغ في أنشطة بنّاءة تُنمّي المهارات والقدرات وتُوجّه الطاقات نحو أهداف نافعة.

إشباع هذه الحاجات يعزز الشعور بالانتماء والالتزام الاجتماعي، ويقلل من احتمالات الانحراف أو العزلة.

5- الحاجة إلى التعبير الإبداعي

يمتلك الشباب طاقات فكرية وانفعالية هائلة تسعى إلى التعبير عن الذات من خلال مجالات متنوعة. ومن أبرز صورها:

- الأنشطة الثقافية والفنية ككتابة القصص والمسرحيات أو ممارسة الفنون التشكيلية والموسيقية.
- المشاركة في الفعاليات الأدبية والعلمية التي تتيح لهم التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم.

هذه الأنشطة تتيح للشباب فرصًا للتعبير الحر عن الذات، وتنمية القدرات الإبداعية، وتعزيز الثقة بالنفس والتميّز الشخصي.

6- الحاجة إلى الانتماء والمشاركة

يُعتبر الانتماء من الحاجات الجوهرية في حياة الإنسان، ويتحقق لدى الشباب من خلال ارتباطهم بالجماعات والمؤسسات الاجتماعية، كالنوادي والجمعيات والمؤسسات التربوية. فهذه الجماعات تتيح لهم: [1]

- الشعور بالهوية والانتماء إلى كيان اجتماعي منظم.
- المشاركة في أنشطة جماعية تُنمّي روح التعاون والمسؤولية.

[1] مرجع نفسه ، ص32.

- التفاعل مع القيم والمعايير الاجتماعية بصورة عملية.

إشباع هذه الحاجة يعزز تماسك الشخصية الاجتماعية ويمنح الشاب دافعًا نحو الإسهام في خدمة مجتمعه.

7- الحاجة إلى المنافسة والإنجاز

يرتبط هذا النوع من الحاجات بالسعي نحو التفوق وتحقيق الذات، إذ يجد الشباب في المنافسة وسيلة لاختبار قدراتهم وإبراز مهاراتهم. ويتحقق ذلك من خلال:

- المشاركة في الأنشطة الرياضية والعلمية والثقافية.
- الانخراط في مشاريع ابتكارية أو مسابقات مهنية.
- الإنجاز الأكاديمي والتفوق الدراسي.

إشباع هذه الحاجة يُنمّي روح التحدي والمثابرة، ويغرس قيم الالتزام والانضباط.

8- الحاجة إلى خدمة الآخرين والمجتمع

تمثل هذه الحاجة بعدًا أخلاقيًا وإنسانيًا في شخصية الشاب، إذ تدفعه فطرته نحو العطاء والمساعدة. وتتجلى من خلال: [1]

- المشاركة في الأنشطة التطوعية والخيرية.
- تقديم الدعم للمحتاجين وزيارة المرضى ومساعدة الضعفاء.
- الإسهام في مبادرات مجتمعية لخدمة الصالح العام.

إشباع هذه الحاجة يعزّز روح التضامن الإنساني ويقوّي الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.

[1] مرجع نفسه ، ص 33.

ثالثًا: حاجات الشباب الخاصة بالنمو الشخصي

بالإضافة إلى التصنيفات السابقة، **هناك حاجات ترتبط بتطور الذات والاستقلالية**، من أبرزها:

- الحاجة إلى القبول الذاتي والنضج الجسمي والعقلي، بما يتيح للشاب فهماً أعمق لذاته وإدراكًا لحدوده وإمكاناته.
- الحاجة إلى توجيه الطاقة في أنشطة بنّاءة، حيث يؤدي الكبت أو غياب التوجيه إلى اضطرابات وملل نفسي.
- الحاجة إلى الاستقلال داخل الأسرة، باعتباره خطوة نحو تكوين شخصية ناضجة قادرة على اتخاذ القرارات المصيرية.
- الحاجة إلى التثقيف الجنسي السليم، خصوصًا في مرحلة المراهقة وبداية النضج، لفهم التغيرات الجسدية والنفسية بأسلوب علمي وأخلاقي يقي من الانحرافات.[1]

من خلال ما سبق، يتضح أن حاجات الشباب تمثّل منظومة متكاملة من المتطلبات الجسدية والنفسية والاجتماعية والعقلية التي لا يمكن فصلها عن السياق الثقافي والاقتصادي للمجتمع ويعد إشباع هذه الحاجات بصورة متوازنة ومتكاملة أساسًا لتحقيق التوافق الشخصي والاجتماعي، وتنمية روح المبادرة والإبداع، وبناء جيل واعٍ قادر على الإسهام في التنمية المستدامة وبناء المستقبل.

4- مشكلات الشباب

"مشكلات الشباب هي تلك الأوضاع والمواقف أو الحالات التي يواجهها الشباب ويعجزون بقدراتهم وإمكانياتهم الذاتية أو البيئية من إيجاد حل مناسب لها وتتفاعل فيها ظروفهم وأوضاعهم الذاتية مع ظروف وأوضاع بيئاتهم في حدوث المشكلات.

[1] مرجع نفسه ، ص33.

أولا: المشكلات الاجتماعية

تنبع المشكلات الاجتماعية لدى الشباب غالبًا من أنماط تنشئة اجتماعية غير سليمة أو من اضطرابات في التفاعل الاجتماعي، مما قد يؤدي إلى انخراط بعض الشباب في جماعات منحرفة سلوكيًا أو مخالفة للقيم الاجتماعية السائدة. وتُعدّ مظاهر الانحراف السلوكي مثل السرقة، والعنف، والغش، وسوء التكيّف الاجتماعي انعكاسًا لخلل في عملية التنشئة والتفاعل الاجتماعي.

ويميل الشباب في هذه المرحلة إلى توسيع دائرة علاقاتهم الاجتماعية، ويُظهرون رغبة في الاستقلال والتعبير عن الذات، غير أن ضعف الخبرة الاجتماعية وقلة الوعي بالقيم والمعايير السائدة قد يؤديان إلى اضطرابات في التفاعل مع الآخرين. ومن أبرز مظاهر المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها الشباب:[1]

- ضعف الخبرة في التعامل مع المواقف الاجتماعية المختلفة.
- عدم الإلمام الكافي بالقيم والمعايير الاجتماعية السائدة.
- صعوبة تكوين صداقات جديدة أو الحفاظ على علاقات متوازنة، مما يؤدي إلى الانطواء أو الشعور بالعزلة.
- الإحساس بعدم التقدير أو القبول الاجتماعي ضمن جماعة الرفاق.

[1] جمال شحاتة حبيب وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، مرجع سابق، ص 29.

- مشكلة البطالة وعدم الحصول على فرص عمل مناسبة، وما يترتب عنها من توتر وإحباط.

ثانيا: المشكلات الأسرية

تُعد الأسرة أحد أهم مصادر التوازن النفسي والاجتماعي للشباب، غير أن بعض الاضطرابات في بنيتها ووظائفها قد تؤدي إلى نشوء مشكلات متعدّدة لديهم. ومن أبرز هذه المشكلات:[1]

- **تفكك الأسرة** نتيجة الطلاق أو وفاة أحد الوالدين، وما يترتب على ذلك من شعور بعدم الأمان والانتماء.
- **سوء العلاقة بين الوالدين والأبناء**، حيث يشعر الشاب أحيانًا بالنبذ أو بالرفض من طرف والديه، مما يولّد لديه سلوكيات عدوانية أو انسحابية.
- **القيود الأسرية المفرطة** التي تحدّ من حرية الشاب في اتخاذ قراراته أو اختيار أصدقائه، وهو ما قد يدفعه إلى التمرد والبحث عن بدائل خارج الإطار الأسري.
- **الضغوط الاقتصادية** وضعف الإمكانات المادية التي تخلق شعورًا بعدم الكفاية والإحباط.

ثالثا: المشكلات النفسية

تتجلى المشكلات النفسية للشباب في مظاهر التوتر، والقلق، والاضطرابات الانفعالية الناتجة عن فشل في التكيف مع الذات أو مع المحيط الاجتماعي. وتُعدّ هذه المشكلات من أخطر التحديات التي تواجه فئة الشباب، نظرًا لتأثيرها المباشر على توازنهم النفسي والاجتماعي.[2]

[1] السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص 177.

[2] زواوي بن كروم، الشباب والعمل في الجزائر، دراسة سوسيولوجية بحي المدينة الجديدة بمدينة وهران، مجلة الشباب والمشكلات الاجتماعية، العدد الأول، جانفي، 2013، ص 11.

ومن أبرز **أسباب المشكلات النفسية**:

- قصور أساليب التنشئة الاجتماعية خلال مرحلة الطفولة والمراهقة.
- الإحباطات الناتجة عن الفشل الدراسي أو صعوبات الاندماج في سوق العمل.
- ضعف القدرة على إقامة علاقات اجتماعية مرضية ومتوازنة.
- عدم إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والعاطفية بصورة صحيحة.

رابعا: المشكلات الدينية والأخلاقية

تتصل هذه الفئة من المشكلات بالنزاعات الفكرية والوجدانية التي يعيشها الشباب نتيجة لتناقض القيم والمعتقدات الدينية والأخلاقية في المجتمع المعاصر. فضعف الوعي الديني أو التذبذب في المفاهيم الأخلاقية قد يؤديان إلى حالة من القلق والاضطراب في منظومة القيم الشخصية لدى الشباب.

ومن أبرز مظاهر المشكلات الدينية والأخلاقية:[1]

- ضعف الارتباط بالشعائر والممارسات الدينية.
- الحيرة والشك في بعض المسائل العقائدية نتيجة نقص التوجيه الديني السليم.
- غياب المرجعية الأخلاقية الواضحة في تحديد الحلال والحرام أو الصواب والخطأ.
- الصراع بين النزعة المحافظة والرغبة في التحرر والانفتاح، وما ينتج عن ذلك من شعور بالذنب والتناقض الداخلي.

[1] مرجع نفسه، ص 12.

وللتقليل من حدة هذه المشكلات، يوصى بـ:[1]

- تعزيز الإرشاد والتوجيه الديني المبكر للشباب بما يتوافق مع الوسطية والاعتدال.
- تزويدهم بثقافة دينية صحيحة تساعدهم على التمييز بين الفكر الديني المعتدل والتطرف الفكري.
- غرس قيم التسامح والتوازن بين الالتزام الديني والانفتاح الفكري، مع تنمية الحسّ الأخلاقي المرتكز على المسؤولية الاجتماعية.

وبوجه عام، تعد مشكلات الشباب نتاجا لتفاعل معقد بين العوامل الشخصية والاجتماعية والاقتصادية والدينية. والتعامل معها يتطلب مقاربة شمولية تقوم على **الوقاية، والتوعية، والإرشاد النفسي والاجتماعي، وتفعيل مؤسسات الرعاية الشبابية** بما يضمن التوجيه السليم لهذه الفئة الحيوية في المجتمع.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و قيم الشباب

1- الشباب والقيم:

تعد مرحلة الشباب من أهم المراحل العمرية في حياة الإنسان، لما تتميز به من تحولات معرفية وانفعالية واجتماعية تجعلها فترة بناء الهوية وتشكل المنظومة القيمية للفرد. وتتسم هذه المرحلة بدرجة عالية من الحيوية والنشاط والانفتاح على الجديد، حيث يميل الشباب بطبيعتهم إلى الاستكشاف والتجريب والتجديد، ويظهر لديهم نزوع واضح نحو التحرر من القيود التقليدية والبحث عن الاستقلالية في الفكر والسلوك.

ويُلاحظ أن الشاب في هذه المرحلة يسعى إلى إشباع حاجاته المعرفية والوجدانية من خلال التطلع إلى كل ما هو جديد ومبتكر، مع إظهار نوع من الرفض أو التمرد على الأنماط القديمة أو الجامدة التي لا تتوافق مع

تطلعاته نحو التغيير والتطور كما يميل إلى البحث عن المتعة والترفيه بوصفهما وسيلتين لتحقيق التوازن النفسي وتخفيف ضغوط الواقع الاجتماعي.

[1] السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص178.

وفي ضوء ذلك، تعد المنظومة القيمية لدى الشباب مرآة لمدى فعالية مؤسسات التنشئة الاجتماعية (كالأسرة، والمدرسة، ووسائل الإعلام، والمؤسسات الدينية والثقافية) فكلما كانت هذه المؤسسات قادرة على أداء وظائفها التربوية والتوجيهية بكفاءة، كلما ازداد تمسّك الشباب بالقيم الاجتماعية الإيجابية، وشعر بالانتماء إلى مجتمعه وثقافته. أما في حال فشل تلك المؤسسات في أداء دورها، أو ضعف قدرتها على مواكبة المتغيرات السريعة التي يعيشها الجيل الجديد، فإن الشباب قد يلجأ إلى تبني قيم بديلة أو ثقافة مضادة تعبر عن احتجاجه أو رفضه للواقع الاجتماعي القائم.[1]

ويلاحظ في هذا السياق أن التحولات التكنولوجية والاتصالية الحديثة أسهمت في إعادة تشكيل المرجعيات القيمية للشباب، إذ وفّرت له فضاءات جديدة للتعبير عن الذات والانفتاح على ثقافات متعددة، لكنها في الوقت ذاته جعلته أكثر عرضة لتأثيرات ثقافية وأخلاقية وافدة قد تتعارض مع منظومة القيم المحلية. ويؤدي ذلك أحيانًا إلى ضعف الضبط الاجتماعي وتزايد مظاهر الانحراف السلوكي، كالعنف، أو الإدمان، أو الانخراط في شبكات الجريمة المنظمة العابرة للحدود، وهي نتائج ترتبط جزئيًا بغياب التوازن بين الحرية الفردية والضوابط القيمية والاجتماعية[2].

ومن ثم، فإن الحفاظ على منظومة القيم لدى الشباب يقتضي إعادة النظر في أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتربوية، والعمل على تجديد الخطاب القيمي بما يتلاءم مع متغيرات العصر، مع تعزيز الوعي النقدي لدى الشباب لتمكينهم من التمييز بين القيم الأصيلة والقيم الدخيلة، بما يسهم في بناء شخصية متوازنة قادرة على الإبداع والمواطنة الفاعلة.

[1] محمد عبد المنعم خفاجي، الإسلام والشباب، دار الوفاء للنشر، ص 118.

[2] مرجع نفسه ، ص 118.

2- فضاءات الحوار الجماعي في مواقع التواصل الاجتماعي

- أنماط الحوار على شبكات التواصل الاجتماعي

نعيش عصر مجتمع المعرفة والثورة العلمية بتطبيقاتها الثقافية والتقنية المختلفة مما يحتم على من يعيش في هذا العصر أن يجيد التواصل ويفكر فيما يقول وينتقي الكلمات والعبارات والأفكار، وأن يقدمها بصورة مناسبة ومعقولة ، كما يتطلب منه أن يفكر ويخطط لما سوف يقوله ، حتى يتسنى له الاتصال والتواصل مع الآخرين بالشكل الملائم والفعال، وذلك باعتبار أن هذا الإنسان كائناً اجتماعياً لا يستطيع العيش بمعزل عن الناس ، ولا يستطيع العيش دون حالة الاتصال والتواصل المستمرة من خلال عمليات حوارية المختلفة[1] .

ومنذ بدأت الثورة التكنولوجية حدثت تغيرات أساسية في الطريقة التي ينظر إليها الناس بها إلى أدوارهم وأسلوب التعامل مع بعضهم البعض ، وإلى التعامل مع الأحداث القريبة والبعيدة، وأصبح تقدم الدول يقاس بمقياس واحد هو الاندماج في الحضارة العلمية والأخذ بمعطيات الثورة المعلوماتية ، وأصبح الشيوع وسائط الإعلام الجديد واستهلاكها من جانب الجمهور، علاقة غير قابلة للشك في ميلاد عصر إتصالي جديد أطلق عليه البعض عدداً من المسميات مثل : العالم الإفتراضي الإتصال الرقمي ... وغيرها من التغييرات والتي تعبر عن ظاهرة إنسانية تقنية واحدة، فالإعلام الجديد ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة القائمة على احتكار التخب السياسية والثقافية لوسائط الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام وتبعاً لذلك تعددت أنماط مواقع التواصل الاجتماعي عبر الشبكة مثل الفيس بوك Facebook ، تويتر Twitter ماي يوتيوب Linkedin ليكند إن Orcket أوركت HiFi هاي فايف Lifeboon لايف بوون ، Wiki

[1] السعيد يومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص 184 .

ويكى Myspace سبيس YouTube وغيرها)، والتي أتاحت جميعها كافة أشكال التبادل للوسائط كمقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

يسجل لهذه الشبكات الاجتماعية كسر احتكار المعلومة ، فبدأت تتجمع وتتجاور بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات تحمل أفكاراً ورؤى مختلفة متقاربة أو موحدة أحياناً، مما أثرت هذه الحوارات على تلك الشبكات وزادتها غنى وجعلت من الصعب جداً على الرقابة الوصول إليها، أو السيطرة عليها، أو لجمها في حدود معينة ، وقد أثرت بشكل مباشر على تشكيل الوعي والإطار القيمي لأفراد المجتمع وتوجيهه في القضايا وخاصة السياسية[1].

وعلى الجانب الآخر يرى البعض أن ثقافة الحوار والتسامح تستمد أهميتها من كونها تعزز القيم الثقافية الخاصة بالتواصل بين الأفراد، كما أنها لا تتعرض لاحتكار ولا مراقبة من قبل السلطات ، بل تنبع من رحم المجتمع ، وفوائدها مؤكدة في إحداث عملية التقارب ، لذا اهتم بها علم العقليات البشرية لما لها من أهمية قومية لأنها تشعر جميع الفئات الاجتماعية المختلفة عن بعضها بالتقارب والتفاهم المشترك، وتنبع أهمية ثقافة الحوار والتسامح في قدرتها على الانتقال بالفرد من الحمود والتمطية وكراهية الآخر، إلى حالة من التسامح والاعتدال والتقدير وتقوية العلاقات الاجتماعية ، فهي تدفع الفرد لتقبل معتقدات الآخر وإن اختلفوا عنا ، والصبر على الآخر والجدال بالتي هي أحسن .

[1] إبراهيم بن عبدالله العبيد ، تعزيز ثقافة الحوار ومهاراته لدى طلاب المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية صيغة مقترحة ، ورقة عمل مقدمة للملتقى الأول للتعليم الثانوي ، الواقع وآفاق المستقبل اتجاهات جديدة لتعزيز مخرجات التعليم الثانوي ، المملكة العربية السعودية المنطقة الشرقية ، 2009/01/22 ، ص 19 .

- نماذج مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي :

ويمكن تصنيف مستخدمي الشبكات الاجتماعية إلى مجموعات أو نماذج متعددة يوضحها فيما يلى[1]:

(1) النموذج الأول (المتخفي) : العديد ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشارك فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، فهؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة والاطلاع على الصفحات الشخصية للآخرين.

(2) النموذج الثاني رفيق الدراسة : ويمثله أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالباً ما يكونوا زملاء دراسة رسالة تثير فضولاً كبيراً عما أصبحت عليه أحوال الأخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى أسمه في لائحة الأصدقاء.

(3) النموذج الثالث (الأبوين) : ويمثله الآباء والأمهات الذين لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي، والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم الذين يقومون بتشكيل مجموعات من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم.

(4) النموذج الرابع (المدير) : يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسس - نرجسية، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك, ويدعو العاملين عنده بالتسجيل فيها، والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

[1] أشرف عبد الوهاب ، التسامح الاجتماعي بين التراث والتغير، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006 ، ص 55 .

(5) النموذج الخامس (الأصدقاء الحقيقيون : وهم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أم لا ، في هذه الحالة لا يحتاج المرء لفيس بوك للحفاظ على الصداقة، وضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.

وعلى اختلاف استخدامات شبكات التواصل وما توفره من تراء وتنوع أمام المستخدمين فإن نشوء هذا الفضاء الجديد من الحرية اسهم في التحول النوعي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتنظير والتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية.[1]:

- ثقافة الحوار:

تعرف ثقافة الحوار على أنها مجموعة من قواعد ومبادئ فكرية، ومعايير سلوكية ، يؤمن بها الأفراد حين التعامل مع الآخرين كما تشمل أداب واختلافات التحضر التي تدفع الفرد لقدر من اللياقة وتقدير الآخر ، كما يساعد على قدر من القبول الاجتماعي، وتخطي مشكلات المواقف الاجتماعية .

ويكتسب الحوار أهميته البالغة في كون الوجود الاجتماعي الإنساني لا يتحقق إلا بوجود الآخر المختلف ، ومن أن الإنسان لا يحقق ذاته الإنسانية ولا ينتج المعرفة إلا بالالتقاء والحوار مع الإنسان الآخر والتفاعل الخلا

[1] مرجع نفسه ، ص 55 .

معه ، إذ به تتولد الأفكار الجديدة في ذهن المتكلم، وبه تتضح المعاني وتغني المفاهيم لأن الحوار في مستوياته العليا هو إنتاج المعرفة الراقية التي تتحاور مع كافة ضروب المعرفة الإنسانية[1] .

وإذا كان الحوار بأشكاله المختلفة الثقافية والسياسية والفكرية والاجتماعية مطلباً أساسياً تمليه طبيعة العصر وأنه وسيلة في إشاعة ثقافة الاختلاف في الآراء ووسيلة للوصول إلى الآراء الأكثر صواباً فإن ذلك يمكن إسناده إلى مداخل نظريات التعلم وخاصة نظريات التعلم المعرفي والتعلم بالملاحظة والتعلم الاجتماعي بكل ما تقدمه هذه النظريات من نماذج وكذلك الاستناد إلى نظريات اكتناز المعرفة وخاصة في موضوعات الحوار الفكري والتي تستند إلى مداخل معرفية متنافرة ومتعارضة في كثير من المعاملات وهذا ما يؤكد على ضرورة تعزيز ثقافة الحوار ومهارته لدى أفراد المجتمع .

- أنماط الحوار المتداولة بين الأفراد على الشبكات الاجتماعية :

لقد تعرضت الدراسات لتحليل أنماط الحوار بين الأفراد وأظهرت أن له صورا وأنواعا وفقاً للهدف والمقصد منه والمتحاورين فيه ، أهم تلك الأنماط ما يلي[2] :

1. الحوار العدمي التعجيزي : يتسم فيه المحاور برؤية السلبيات والأخطاء والعقبات .

2 حوار المناورة (الكر والفر) : يكون هم المحاور وشغله الشاغل بالتفوق اللفظي من أجل إثبات الذات .

3. الحوار المزدوج : يأخذ شكل حوار تورية ظاهر غير الباطن الإرباك المحاور .

---

[1] عبد الله ناصر الحمود ، نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع السعودي ، ندوة الإعلام والحوار الوطني العلاقة بين المضمون والوسيلة مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، جريدة الجزيرة العدد (12) ، 2005 ، ص ص 22-23 .

[2] عبد الرحمن محمد الشامي ، آفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد المجلة العربية للإعلام والإتصال ، جامعة الملك سعود الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، الرياض ، 2007 ، ص 33 .

4 حوار الطريق المسدود : يعبر عن قناعة المحاور الداخلية) لا داعي للحوار فلن نتفق) وفيه يتم إعلان المحاور تمسكه برأيه ولن يُغيره مطلقاً .

5 الحوار السلطوي (اسمع واستجب) : حوار يقوم على إلغاء الطرف الآخر مطلقاً وعلى الطرف الآخر السمع والطاعة فقط .

6. الحوار السطحي : مبني على قاعدة تقول (لا تقترب من الأعماق فتغرق (الحوار في هذه الصورة يتم في أمور عمومية لا جوهرية .

7. الحوار الالغائي أو التسفيهي : يعتمد على قاعدة ومبدأ أساسي يتمثل بالقاعدة التالية (كل ما عداي خطأ):

اعتبار المحاور أن رأيه هو الصحيح دائماً والتسفيه بالرأي الآخر. 8 حوار البرج العاجي :: يسعي المحاور للحوار في أمور لا تمت الموضوع الحوار من اجل إبراز الحذقة والتميز لديه . و الحوار المرافق : يوافق المحاور خلاله على كل ما يقال موافقة تامة دون تمحيص، وفي هذا إلغاء المحاور حقه في الحوار لحساب الطرف الآخر دون نقاش.

10الحوار المعاكس : يلجأ خلاله المحاور إلى السير في اتجاه مضاد للمحاور (أنا ضدك دائماً) .

11. حوار العدوان السلبي : من أخطر الصور السلبية للحوار حيث يأخذا المحاور شكلاً صامتاً من اجل العباد والتجاهل حيث يصمت المحاور صمتاً سلبياً عناداً وتجاهلاً لكيد الطرف المحاور .[1]

12 حوار استطلاعي فضولي : حيث يكون هدف الحوار المعرفة ما يملكه من معلومات وأفكار.

[1] مرجع نفسه ، ص 34 .

13 حوار جدلي عقيم : يكون هدف الحوار هو فقط من اجل إفحام المحاور والتغلب عليه وخروجه عن الأدب

14 حوار التناصح والتشاور : يهدف إلى تقديم النصح والتوجيه والإرشاد للطرف الآخر مراعي أدب الحوار في هذه الصورة .

15 حوار الإقناع : يأخذ غالباً تأخذ طابعاً تجارياً استهلاكياً أو سياسياً من اجل إقناع الطرف الآخر بوجهة نظرك أو إقناعه بالمنتج الفلاني وهكذا

16. حوار التفاوض : يهدف تحقيق أهداف مشتركة بين الطرفين المتحاورين سواء في قضية ما أو نحوها فإن الطرف الآخر يتحاور تحاوراً تفاوضياً مع الطرف الآخر .

17 حوار التعارف : يحدث عالياً في أماكن الانتظار أو السفر حيث يتحاور الطرقات تحاور تعارفي القضاء الوقت الذي يجب أن ينتظرانه حتى محطة الوصول أو وصول دور احدهما.[1]

ولثقافة الحوار أهمية قصوى في مواجهة ما يقع في حياتنا اليومية من سلبيات ومشاحنات يكمن سببها في تخلي أطراف الحوار عن الأسلوب الأمثل في إدارة الحوار وغياب ثقافته بين المتحاورين، ومن المؤكد أن غياب ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع ومن خلال المؤسسات التربوية المختلفة يظهر مدى الخلل في العمل وضعف الصلابة والتماسك بين أفراد المجتمع بل أن غياب الحوار هو انعكاس الضعف البنية العلمية والفكرية في المجتمع .

[1] محمد زرمان ، ثقافة الحوار في مرجعيتنا الدينية والفكرية المؤتمر العلمي الثامن ، الحوار مع الذات، كلية ، الآداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2004 ، ص 165 .

3- طبيعة استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

يعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط الشباب الجزائري ظاهرة اجتماعية وثقافية متنامية، اتخذت خلال العقد الأخير أبعادًا متعددة تجاوزت حدود الترفيه إلى أن أصبحت ممارسة يومية تعكس تحولات عميقة في أنماط التفكير والتفاعل الاجتماعي. إذ تمثل هذه المنصات فضاء مفتوحًا للتواصل والتعبير عن الذات، والانخراط في النقاشات العامة والقضايا المجتمعية، مما جعلها أحد أبرز مكونات المشهد الاتصالي المعاصر.

تشير الدراسات الميدانية إلى أن أكثر المنصات استخدامًا بين الشباب الجزائري هي فيسبوك وإنستغرام، يليهما تيك توك وسناب شات بدرجات متفاوتة من حيث الانتشار والاستخدام، وفقًا لاختلاف الفئة العمرية، والجنس، والمستوى التعليمي. وتظهر هذه المعطيات أن طبيعة التفاعل مع هذه الوسائط لم تعد محكومة فقط بدوافع التواصل، بل أصبحت تعكس أنماطًا جديدة من التمثلات الثقافية والقيمية التي تتقاطع فيها المرجعيات المحلية مع المؤثرات العالمية[1] .

لقد أسهم هذا الاستخدام المكثف في بروز ملامح تحوّل ثقافي واضح، حيث بات الفضاء الرقمي مجالًا ديناميًا يُمارَس فيه الصراع الرمزي حول الهوية والانتماء، بين ما هو محلي تقليدي وما هو كوني وافد .وفي هذا السياق، يجد الشباب أنفسهم أمام مفترق طرق بين المحافظة على منظومة القيم الاجتماعية الموروثة، وبين التفاعل مع نماذج جديدة من التفكير والسلوك التي تفرضها الثقافة الرقمية العالمية.

كما تكشف طبيعة المحتويات التي ينتجها ويتداولها الشباب الجزائري عن اتجاهات متعددة، تتراوح بين ما هو ترفيهي ساخر، وما هو تثقيفي وناقد، وهو ما يعكس نزعة نحو التحرر من القيود التقليدية والرغبة في التعبير عن الذات بحرية أكبر. وقد ساهمت هذه المنصات، وخاصة فيسبوك، في توسيع دائرة المشاركة المجتمعية

[1] نسرين بوشعالة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري ، جامعة الجزائر 2،الجزائر ، 2020،ص 45.

والسياسية، عبر خلق رأي عام رقمي موازٍ للفضاء العمومي الواقعي، مما أتاح للشباب فرصة جديدة لإبراز حضورهم ومواقفهم.

من جهة أخرى، أدى هذا الانغماس في العالم الافتراضي إلى نشوء ما يمكن تسميته بـ"الهوية الرقمية"، وهي صورة للذات تُبنى وفق معايير القبول والظهور داخل المنصة، وقد تتناقض أحيانًا مع الهوية الواقعية للفرد. كما ساهم ضعف الوعي الرقمي لدى شرائح من الشباب في تبني أنماط استهلاكية وفردانية جديدة، واستبطان قيم وافدة قد لا تتماشى مع البنية الثقافية والاجتماعية المحلية.

إنّ تحليل هذه الظاهرة يكشف أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بمثابة مختبر اجتماعي حديث يُعيد من خلاله الشباب تشكيل علاقتهم بأنفسهم وبالعالم المحيط بهم، ويعيدون تعريف منظومة القيم التي تحكم سلوكهم وتفاعلاتهم. ومن ثَمّ، فإن فهم طبيعة استخدام الشباب لهذه المنصات لا يقتصر على تتبع نسب الاستخدام أو نوع المحتوى فحسب، بل يتطلب دراسة معمّقة للتمثلات الرمزية، وللتحولات القيمية التي ترافق هذا الاستخدام. [1]

وفي الأخير، يمكن القول إن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجزائري يُعد ظاهرة مزدوجة الأبعاد: فهو من جهة يسهم في توسيع آفاق المعرفة والتعبير، ومن جهة أخرى يطرح تحديات قيمية وثقافية تتطلب استجابات تربوية ومجتمعية فاعلة للحفاظ على التوازن بين الأصالة والانفتاح، وبين التواصل الرقمي والاندماج الاجتماعي الواقعي.

4- أبعاد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب

في ضوء التحولات الاتصالية المتسارعة، يمكن القول إن الوسائط الرقمية الحديثة قد أحدثت طفرة نوعية في المجال التكنولوجي والاجتماعي، إذ شكّلت نقلة تحررية أثارت نقاشًا واسعًا بين الباحثين وصنّاع القرار حول مدى قدرتها على التأثير في الأفراد والمجتمعات. فقد انتقل دور إنتاج المعرفة وبناء الثقافة من الفضاء البشري

[1] مرجع نفسه ،ص 45.

الذي تحكمه منظومة قيمية وأخلاقية محددة، إلى فضاء تقني–اتصالي قد لا يعير لتلك القيم أهمية تُذكر. وفي زمن تتسارع فيه وتيرة التقدم العلمي والتقني، لم يعد الفاصل بين الخيال والواقع إلا لحظات، إذ تتجسد التصورات والأفكار بسرعة تفوق ما كان يُتخيّل سابقًا بفضل التطور المذهل في الوسائط الإعلامية والاتصالية الحديثة.

ورغم ما تحمله هذه الوسائط من مزايا عديدة وإمكانات تفاعلية غير مسبوقة، فإنها تُخلّف أيضًا آثارًا سلبية عميقة على النسيج الاجتماعي، وبخاصة على فئة الشباب التي تُعد الأكثر عرضة لتأثيراتها. إذ غالبًا ما يؤدي الانبهار بهذه التقنيات إلى طمس الحدود بين ما هو إيجابي وما هو سلبي، لتتحول الوسائط إلى قناة ضخمة تمرّر آلاف الرسائل والمضامين دون ضوابط أو رقابة فكرية وأخلاقية.[1]

وإذا ما انطلقنا من فرضية "الجمهور النشط" الذي يتفاعل مع هذه الشبكات الرقمية بوعي نسبي، فإننا نواجه معضلة أخرى تتمثل في الهيمنة الإعلامية والثقافية التي تسعى إلى فرض نموذج ثقافي أحادي يدّعي العالمية. غير أن التسليم المطلق بقدرة هذه الوسائط على طمس الخصوصيات المحلية وإذابة الهويات الثقافية يُعد تبسيطًا مفرطًا يغفل عن السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة التي تتفاعل داخلها تلك الوسائط.

لقد أفضى انتشار وتنوع الوسائط الاجتماعية، سواء من حيث بنيتها التقنية أو من حيث المضامين التي تنقلها، إلى توسيع دائرة الاهتمام الأكاديمي بها، إذ أصبح تأثيرها في المنظومة القيمية، ولا سيما الأخلاقية منها، محل تساؤل ونقاش مستمر. كما أن قدرتها الواسعة على نقل الصورة والمعلومة عبر الزمان والمكان أسهمت في إعادة تشكيل صورة "الآخر" في الوعي الجمعي، سواء عبر التقارب الثقافي أو عبر تعزيز نزعات الإقصاء والتمييز.[2]

[1] بودبوس رجب و ماضي المستقبل، صارع الهوية والوطنية في عالم يتعولم، تالة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ليبيا، 2001، ص32.

[2] هويدا عدلي، الشباب والهوية والعولمة، جدليات القبول والرفض، مجلة الشؤون العربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، العدد 132، 2007، ص32.

ومن هذا المنطلق، يتضح أن تأثير شبكة الإنترنت يتجلى في مستويين مترابطين: أولهما يتعلق بآليات الاستخدام وطبيعة التفاعل مع الوسيلة ذاتها، وثانيهما يتصل بالمضامين الهائلة التي يتعرض لها المستخدم يوميًا، والتي تُسهم في تشكيل وعيه واتجاهاته الثقافية والاجتماعية.[1]

ويمكن القول في الختام إن الوسائط المتعددة تمثل نتاجًا لمسار تاريخي متواصل من التطور الاتصالي، بدأ مع اختراع الطباعة على يد يوهان غوتنبرغ في القرن الخامس عشر، مرورًا بالثورة الصناعية، وصولًا إلى عصر الانفجار المعرفي والتطور التقني الراهن. غير أن هذه الوسائل تبقى – في جوهرها – سلاحًا ذا حدّين، فهي قادرة على تعزيز القيم الأصيلة المستمدة من الهوية والانتماء متى وُظّفت توظيفًا رشيدًا، كما يمكن أن تُسهم في تكريس قيم العولمة والاستهلاك والفردانية حين يُغيب عنها البعد القيمي والأخلاقي، وهو ما يجعلها تحديًا حضاريًا يستوجب الوعي والاستخدام المسؤول.

5- أضحت مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقدين الأخيرين ظاهرة كونية تتجاوز حدود كونها أدوات تقنية أو وسائط اتصال رقمية، لتغدو فضاءات رمزية وثقافية واجتماعية تتقاطع فيها أنماط متعددة من الخطابات والقيم والتمثلات. وقد تزايد حضورها وتأثيرها بوضوح في أوساط الشباب، الذين يشكّلون الفئة الأكثر استخدامًا وتفاعلًا مع محتوياتها، والأكثر تأثرًا بما تطرحه من أنماط فكرية وثقافية وسلوكية جديدة. ولم تعد هذه المنصات مقتصرة على وظائفها الاتصالية التقليدية المتمثلة في الترفيه والتواصل الاجتماعي، بل تحولت إلى فضاءات إنتاج للمعنى، وتداول للرموز، وبناء للهويات الفردية والجماعية.

في هذا الإطار، تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل تمثلات الشباب لذواتهم وللآخرين، وللعالم من حولهم، إذ تمنحهم إمكانات واسعة للتعبير والتفاعل والمشاركة، وتتيح لهم ممارسة نوع من الحرية الرمزية والتحرر من سلطة الفضاءات الاجتماعية التقليدية كالعائلة، والمدرسة، والمؤسسات الدينية. غير أن هذه الفضاءات الرقمية لا تطرح منظومة قيمية موحدة أو متجانسة، بل تقدم مشهدًا متعدّد الأوجه، تتداخل فيه القيم المحافظة والمنفتحة، والتقليدية والحديثة، والجماعية والفردانية، والدينية واللادينية.

[1] صالح خليل أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، الأردن، 2005، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص 15.

هذا التعدد القيمي الذي تتيحه المنصات الرقمية يولد لدى العديد من الشباب حالة من التردد أو التذبذب في تبني القيم وتحديد المواقف، إذ يجدون أنفسهم أمام فضاء قيمي مفتوح يفتقر إلى المرجعية الثابتة والمعايير الموحدة. ونتيجة لذلك، يتخذ الشاب المعاصر موقفًا انتقائيا، يختار من هذا الفضاء الرمزي ما يتلاءم مع ميوله وتطلعاته، أو ما يعكس صراعاته وتناقضاته الداخلية. وبهذا المعنى، تتحول مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد وسائط تكنولوجية إلى فاعل اجتماعي وثقافي يسهم في إعادة تشكيل الوعي القيمي لدى الشباب، ويؤثر في أنماط تفكيرهم وسلوكهم وعلاقاتهم بالموروث الثقافي والديني.[1]

من هذا المنطلق، تكتسب دراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم لدى الشباب أهمية بالغة، إذ تمكّن من فهم طبيعة التفاعل القائم بين التحولات الرقمية والمجال القيمي، ورصد تجلياته في الحياة اليومية للشباب. كما تتيح هذه الدراسة تحليل الديناميات التي تنتجها الرقمنة في بنية الوعي والسلوك، وفهم الكيفية التي تُعيد من خلالها الوسائط الرقمية تشكيل القيم الفردية والجماعية في ظل التحولات الثقافية والاجتماعية المتسارعة.

5- مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء بديل لإنتاج القيم

أ الطابع التفاعلي والفوري للمضامين القيمية

•دور الخوارزميات في توجيه التفضيلات القيمية

في الواقع، إن الأثر الخفي للخوارزميات يتجاوز مجرد التوجيه السلوكي ليطال البُنى الذهنية والمرجعيات القيمية للشباب. فحين يتعرض الشاب بشكل متكرر، ومُفلتر مسبقًا، لمحتوى معين يتوافق مع ميولاته أو يستفز اهتمامه، تنشأ لديه قناعة لا واعية بأن هذا المحتوى يعكس الواقع أو الحقيقة، وهو ما يُعرف بتأثير

[1] مرجع نفسه، ص 15.

"غرفة الصدى .(Echo Chamber) "داخل هذه الغرف الرقمية، تصبح الأفكار المتداولة بمثابة حقائق، ويُقصى كل ما يخالفها أو يُهمّش، ما يُفضي إلى نوع من الانغلاق المعرفي والثقافي[1].

هذا التشكيل القيمي الموجّه، والمبني على حسابات خوارزمية لا تأخذ في الحسبان التعقيد الإنساني أو السياق الثقافي، يُنتج أنماطًا من الهوية القيمية السائلة، حيث تختلط المرجعيات، وتتفكك الحدود بين ما هو مشروع ومرفوض، أو بين ما هو حقيقي وزائف. وهكذا، تصبح القيم ليست نتاجًا لتجربة اجتماعية عضوية، بل نتيجة لتفاعلات رقمية مُعدَّة مسبقًا، ما يُحول الشاب من فاعل إلى مُفعَل به، دون أن يُدرك ذلك.

وتزداد خطورة هذا التوجيه حين نعلم أن الخوارزميات لا تُصمم لخدمة المصلحة العامة أو تعزيز التفكير النقدي، بل لهدف تجاري محض: الإبقاء على المستخدم أطول مدة ممكنة داخل المنصة، بصرف النظر عن نوعية المحتوى المعروض أو تأثيره القيمي والمعرفي. وهو ما يتطلب، من جهة الباحثين والمربين، تطوير آليات تربوية وثقافية لتفكيك هذا التأثير غير المرئي، وتعزيز وعي نقدي لدى الشباب يُمكنهم من مقاومة هذا التوجيه الناعم، وإعادة امتلاك زمام المبادرة في بناء منظومتهم القيمية بشكل حر ومسؤول.

•التحول من القيم الموروثة إلى القيم المختارة

تعمق هذا الطرح يُفضي بنا إلى ملاحظة مفصلية في فهم التحولات القيمية لدى الشباب المعاصر: لقد أصبحت القيم ليست فقط موضوعًا للتلقي، بل مجالًا للتفاوض والتجريب الفردي، مما أعاد تشكيل العلاقة بين الفرد والمجتمع على أسس جديدة[2].

[1] مرجع نفسه، ص60.

[2] GANTY, Etienne, Penser la modernité, Essai sur Heidegger, Habermas et Éric Weil, 1 ère Edition, Presses universitaires de Namur, 1997, p 78.

في ظل هذا التحول، لم تعد السلطة الرمزية للمؤسسات التقليدية قادرة على فرض نموذج قيمي موحّد، بل باتت تواجه منافسة شديدة من المنصات الرقمية، والمؤثرين، والمحتوى المعولم. إن الشاب لا يتلقّى القيم كحقيقة مطلقة تنتمي إلى "الجيل السابق"، بل يُخضعها لتجربته الشخصية، ولسياق حياته اليومية، ولرغبة متزايدة في التماهي مع نموذج ذاتي وفردي للهوية. هذا "التمركز حول الذات" في بناء القيم لا يُعبّر عن أنانية أو تفكك بالضرورة، بل قد يكون تعبيرًا عن تطلع نحو الاستقلال الأخلاقي والفكري، في زمن تعددت فيه الأصوات، وتنوعت فيه النماذج المعيارية[1].

ويُضاف إلى ذلك أن هذا التحول من الموروث إلى المختار لا يجري في فراغ، بل يتم داخل بيئة رقمية مشحونة، تتسم بالتعدد والسرعة، وتفتقد في كثير من الأحيان إلى العمق أو التوازن. فالشاب، في هذه البيئة، يجد نفسه مطالبًا ببناء موقفه القيمي في مواجهة كمّ هائل من الخطابات المتنافرة، دون امتلاك دائمًا للأدوات النقدية اللازمة للتمييز والتفكيك. وهذا ما قد يؤدي إلى نوع من "المرونة القيمية" التي تُراوح بين الانفتاح والتردد، بين الإيمان بالنسبية وفقدان المعنى، بين التجريب الخلّاق والتشتت الرمزي.

إننا أمام مشهد قيمي معقد لا يمكن فهمه انطلاقًا من مفاهيم الثبات والانحراف، بل يستدعي مقاربة سوسيولوجية وأنثروبولوجية جديدة، ترى في هذا التعدد القيمي تعبيرًا عن إعادة ترتيب للأولويات، وعن ولادة أنماط جديدة من المعنى والانتماء، تتجاوز الثنائية التقليدية بين الأصالة والحداثة.

[1] HABERMAS, Jürgen, L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, 1997, p 567.

•الثقافة الرقمية كمرجعية جديدة[1]

تعمق هذه الفكرة يضعنا أمام واقع رمزي جديد تعاد فيه صياغة البنية الثقافية للشباب وفق إحداثيات غير مسبوقة، لا تخضع فقط للمنطق الزمني (الماضي/الحاضر) أو المكاني (المحلي/العالمي)، بل تنبني على منطق شبكي، فوري، ومتشظٍ.

فالثقافة الرقمية لم تعد مجرد وسيط ناقل للمعنى، بل أصبحت مولدة له، تُنتج رموزًا ولغات جديدة، وتعطي شرعية لأنماط تعبير كانت سابقًا هامشية أو مرفوضة. من الـ"ميمز" إلى الفيديوهات القصيرة، ومن البث المباشر إلى التحديات الجماعية، نشهد بروز تراث رقمي يومي يساهم الشباب في تشكيله لحظة بلحظة. هذه "المرجعية الرقمية" لا تُخاطب العقل فحسب، بل تنفذ إلى الوجدان والخيال، حيث تُعاد صياغة معايير النجاح، والقدوة، والاعتراف الاجتماعي، على أساس من القدرة على الظهور، والإثارة، وجذب الانتباه، بدلًا من المعرفة أو التجربة أو القيم الأخلاقية المستقرة[2].

ولأن هذه الثقافة تنبع من مجتمع الأقران الرقمي، فهي تتسم بخاصية أفقية تُضعف السلطة الرمزية للأجيال السابقة، وتُنشئ سلطة جديدة تقوم على عدد المتابعين، أو التفاعل، أو الشهرة العابرة. هذا ما يؤدي إلى **"تسييل" القيم**، حيث تُفقد الكثير من معانيها الأصلية في خضم الاستهلاك الفوري، ويغدو معيار صدقيتها هو مدى قابليتها للمشاركة (shareability) لا لمتانة خلفيتها الفلسفية أو الأخلاقية.

من جهة أخرى، تؤدي هذه الدينامية إلى نوع من **"التهجين القيمي"**، حيث يتجاور في الفضاء الرقمي خطاب الحداثة وما بعد الحداثة، بجانب الرموز الدينية، والوصفات الشعبية، والنصائح النفسية، دون تسلسل

[1] WOLTON, Dominique, Penser la communication, Champs, Flammarion, 1997, p 379.
[2] QUERE, Louis, L'espace public , De la théorie politique à la métathéorie sociologique, Quaderni, N° 18, 1992, p 81.

منطقي أو تراتبية معرفية. هذا التراكم غير المنظم يُنتج ما يمكن وصفه بـ **"الهوية الفسيفسائية "**لدى الشباب، التي تبدو فيها الذات وكأنها تتنقل بين مرجعيات مختلفة دون استقرار أو توجيه واضح، مما يزيد من تعقيد علاقتها بالمجتمع وبذاتها.

ومع ذلك، لا ينبغي اختزال هذه الظاهرة في خطاب التحذير أو الانحطاط القيمي. فالثقافة الرقمية، رغم ما تحمله من تحديات، تتيح أيضًا إمكانات غير مسبوقة لتكوين وعي نقدي، ولإنتاج مضامين بديلة، ولممارسة أشكال جديدة من المواطنة، والتضامن، والنقد الثقافي. لكنها تفرض في المقابل على الباحثين، والمربين، وصانعي

السياسات، إعادة التفكير في أدواتهم ومفاهيمهم لفهم "المجتمع الشبكي"، حيث تُعاد صياغة القيم والمعاني خارج الأطر التقليدية.

.ب- إعادة تشكيل مفاهيم مثل: الهوية، الحرية، الجسد، التدين[1]

•بروز قيم جديدة مرتبطة بالتحرر، التعبير الذاتي، الفردانية

مع الانخراط الكثيف في الفضاء الرقمي، وتحوّل مواقع التواصل الاجتماعي إلى جزء محوري من الحياة اليومية، برزت **قيم جديدة تعكس منطق الذات الرقمية** و"الهوية السيبرانية" إن صحّ التعبير. لم يعد الشاب يعرّف نفسه فقط من خلال انتمائه إلى جماعة أو طبقة أو مرجعية تقليدية، بل بات يستمد جزءًا كبيرًا من هويته من تفاعلاته الرقمية، و**صورته الرمزية كما تظهر في الفضاء الشبكي**.

[1] هويدا عدلي، المرجع السابق، ص59.

في هذا السياق، تحضر **قيمة التحرر** بوصفها إحدى أهم التحولات الرمزية: تحرر من الإكراهات العائلية، من الوصاية الرمزية، من سلطة التقاليد، بل حتى من قيود الجغرافيا والهويات الوطنية المحددة. ومعها، تُصبح **حرية التعبير عن الذات** حقًا رقميًا مكتسبًا، يمارسه الشاب من خلال الصور، الفيديوهات، النصوص، التعليقات، والهاشتاغات، حيث يُعيد تشكيل ذاته كما يشاء، وفي كل مرة بشكل مختلف، حسب المنصة أو الجمهور أو الحالة النفسية[1].

إنّ **الفردانية** التي تُرافق هذا المسار لا تعني بالضرورة الانعزال أو الأنانية، بل تعكس ميلًا متزايدًا نحو **الاعتماد على الذات كمرجعية أولى للحكم القيمي** .فالمعيار الأخلاقي لم يعد مفروضًا من الخارج، بل يُنتج من الداخل، انطلاقًا من التجربة الشخصية، والمواقف الذاتية، والحس الأخلاقي الفردي. وبذلك، يتحول الشاب من "متلقٍّ" للقيم إلى "منتج" لها، من "تابع" إلى "فاعل."

هذا لا يعني أن الجماعة أو الموروث قد اختفيا، بل إن العلاقة بهما أصبحت **انتقائية ونسبية**، حيث يحتفظ الشاب بما يراه ملائمًا لهويته الرقمية، ويتجاوز أو يُعيد تأويل ما لا ينسجم معها. فـ"الولاء القيمي" لم يعد مطلقًا أو تقليديًا، بل يقوم على أساس المنفعة الرمزية، أو الانسجام الشخصي، أو حتى الموضة الثقافية السائدة.

وهكذا تُعاد صياغة القيم وفق منطق جديد يتمثل في[2]:

- **الأصالة** :(Authenticity) بوصفها تعبيرًا عن الذات الحقيقية مهما كانت غريبة أو هامشية.
- **التميّز والفرادة** :حيث يُعتبر الاختلاف قيمة في حد ذاته.

[1] BENRAHHAL-SERGHINI, Zineb et MATUSZAK, Céline, Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien, Études de communication [En ligne], 32 | 2009, pp 33-49, mis en ligne le 01 juin 2023, consulté le 15 septembre 2024. URL : http://edc.revues.org/868

[2] روشليتز رينرو ماركس هابرماس، الديموقراطية الراديكالية، ترجمة سليم قندلفت، مجلة ماركس الرامن، العدد 24 ،2000، ص 41.

- **الحضور الرقمي القوي** :كمؤشر على التأثير والمكانة داخل الفضاء الشبكي.
- **المرونة الهوياتية** :حيث يُعيد الفرد تشكيل هويته باستمرار، حسب السياقات والمنصات.

في المجمل، نحن أمام **نظام قيمي جديد قيد التشكل**، يُبنى على مفاهيم حديثة تُعلي من قيمة الذات وتُقلل من سلطة المرجع الجمعي، مما يطرح تحديات كبرى على صعيد التنشئة الاجتماعية، واستمرارية النسيج القيمي المشترك داخل المجتمعات المعاصرة.

•نقد القيم التقليدية من خلال السخرية والميمات(Memes)

في البيئة الرقمية المعاصرة، أصبحت **السخرية أداة رمزية مركزية في التعبير الشبابي**، تتجاوز طابعها الترفيهي لتُشكّل **منصة نقدية ذات فاعلية ثقافية واجتماعية كبيرة** .ومن أبرز تمظهرات هذه السخرية الرقمية، **الميمات(memes)** ، التي تحوّلت إلى ما يشبه «لغة جديدة» قادرة على نقل مواقف معقدة بطريقة ساخرة، سريعة، ومباشرة.

الميم، في جوهره، **يُعيد تشكيل الواقع بلغة البساطة والتهكم** .فهو لا يقتصر على الإضحاك، بل يؤدي أدوارًا متعددة[1]:

1. **نقد القيم السائدة** دون الوقوع في الصدام المباشر.
2. **التشكيك في السلطات الرمزية** كالمؤسسة الدينية أو السياسية.
3. **تحفيز النقاش الجماعي** داخل الفضاءات الرقمية.
4. **إعادة إنتاج الرموز الجماعية بلغة هجينة** تتناسب مع السياق الثقافي الجديد.

[1] المرجع نفسه ، ص 41.

وفي هذا السياق، تُصبح السخرية الرقمية نوعًا من **"المقاومة الرمزية اللامركزية"**، حيث لا تحتاج إلى تنظيم سياسي أو خطاب أيديولوجي واضح، بل تكفي صورة ساخرة، أو تركيب لغوي طريف، لإثارة جدل واسع أو تفكيك خطاب سلطوي راسخ.

إن قدرة الشباب على إنتاج واستهلاك هذا النوع من المحتوى تمثل **نوعًا من التمرّد الناعم**، ليس بالضرورة بهدف الهدم، وإنما بدافع المساءلة وإعادة التفاوض مع المرجعيات القائمة. فالسخرية تسمح لهم بتفريغ مشاعر القلق أو التناقض، دون الوقوع في العنف أو القطيعة، وهذا ما يجعل منها **آلية فعّالة للتكيف الرمزي مع التحولات السريعة** التي يعيشها الجيل الرقمي[1].

واللافت أن هذه السخرية لا تستهدف فقط الخارج (السلطة، المؤسسة، الخطاب الرسمي)، بل تشمل أحيانًا **نقد الذات الجمعية للشباب أنفسهم**، بما في ذلك مظاهر التناقض، المبالغة، أو التبعية الثقافية، وهو ما يمنحها طابعًا مزدوجًا :**تفكيكيًا للآخر، وتأمليًا للذات**.

إذن، **"الميم" لم يعد مجرد نكتة رقمية، بل خطاب ثقافي مضمر، يُمارَس في قلب الحياة الرقمية اليومية**، ويُعبر عن ذكاء جماعي ساخر، يعيد رسم حدود المقبول، والمقدس، والمضحك، والمثير للجدل في المجتمع.

•التدين الرقمي: من الإفتاء المؤسساتي إلى "الإفتاء الشعبي"

في السياق الرقمي، لم يبقَ الدين حكرًا على المؤسسات الرسمية أو رجال الدين المؤهلين، بل أصبح مجالًا مفتوحًا للمشاركة الفردية والمجتمعية، حيث يمكن لأي مستخدم أن يُعلّق، يُفتي، أو يُفسّر النصوص الدينية،

[1] MICHAUD Yves, Critique et espace public chez Habermas de la démocratie éclairée a la démocratie radicale, revue philosophique, PUF, Paris, 1999, p 221.

مستندًا إلى مقاطع فيديو، آراء مؤثرين، أو تجاربه الشخصية. هذا ما يسمى بـ **"التدين الرقمي"**، الذي يتّسم بسمات جديدة:

- **الانتقائية** :حيث يختار الشاب ما يناسبه من خطاب ديني، دون الالتزام بمذهب أو مرجعية واحدة.
- **التمثيل الشعبي** :إذ تظهر شخصيات غير مؤهلة تقنيًا ولكنها مؤثرة رقميًا، تقدم فتاوى أو رؤى دينية بأسلوب بسيط وجذاب، بعيد عن اللغة النخبوية أو الخطاب الوعظي التقليدي[1].
- **تفكيك الهرمية** :لم تعد الفتوى تنزل من أعلى إلى أسفل، بل تُنتج أفقيًا داخل مجتمعات رقمية يتشارك فيها الناس تجاربهم وتصوراتهم دون رقابة مؤسسية صارمة.

هذا الواقع يُعيد تشكيل علاقة الشباب بالدين، حيث يغدو **أقرب إلى تجربة شخصية وفردية**، يخضع فيها التدين للثقافة الرقمية، بما فيها من سرعة، واختزال، وتفاعل، مما يطرح تساؤلات كبرى حول مستقبل المرجعية الدينية في مجتمعات ما بعد الحداثة الرقمية[2].

1- مظاهر التذبذب القيمي والازدواجية في سلوك الشباب[3]

أ.التناقض بين "الواقع الرقمي" و"الواقع المعيشي"

الشاب بين "الذات الرقمية" و"الذات الواقعية"

في عصر الشبكات، أصبح الشاب يُدير أكثر من ذات في آن واحد:

- **ذات واقعية** مرتبطة بالوسط الاجتماعي المباشر (الأسرة، الجامعة، الحي...)؛

[1] QUERE Louis, L'espace public , De la théorie politique à la métathéorie sociologique, p 81.
[2] BRETON, Philippe et PROULX, Serge , L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle, Ed, La Découverte, Coll. Sciences et Société, 2002, p 204.
[3] MIEGE Bernard, L'information - communication, objet de connaissance, de Boek & INA, Bruxelles, 2004, pp 135-175.

- **وذات رقمية** تتشكل في الفضاء الافتراضي، حيث يمكن إعادة تعريف الهوية وتحريرها من القيود التقليدية.

الذات الرقمية لا تعكس بالضرورة الحقيقة الواقعية للفرد، بل تمثل **نسخة مُصمّمة بدقة وفق معايير رمزية جديدة** :الصورة، التفاعل، الرواج، والقبول الجماعي. وهنا تظهر مفارقة أساسية: كلما تعزز الحضور الرقمي، كلما أصبحت الذات الواقعية **مهددة بالتهميش أو النسيان**، بل وأحيانًا موضع مقارنة محرجة مع "الأنا المتخيلة" التي صنعها الفرد لنفسه على الشاشة.

وهذه الازدواجية تخلق نوعًا من **الضغط النفسي والاجتماعي**، حيث يشعر الشاب بضرورة الحفاظ على صورة مثالية رقمية تتطلب جهدًا مستمرًا، ما يؤدي إلى نوع من **الانفصال الداخلي أو التوتر الهوياتي**، وهو ما يُعرف في علم النفس الرقمي بـ"الإرهاق الهوياتي[1].(Identity fatigue) "

•انفصال الخطاب القيمي المُعلن عن الممارسة اليومية

في بيئة تحكمها رمزية الصورة والخطاب الموجّه، يلاحظ بروز **خطاب قيمي مثالي أو وعظي يُعلنه الشاب عبر منشوراته أو تفاعلاته الرقمية**، بينما **تظل ممارساته اليومية في الواقع متعارضة معه** .هذه الظاهرة ليست بالضرورة دليلًا على نفاق اجتماعي، بل تُعبر عن تعدد المستويات التي تُمارَس فيها القيم:

- في الفضاء الرقمي، يميل الفرد إلى **إنتاج خطاب ينسجم مع ما يُنتظر منه** :دين، أخلاق، وطنية، إلخ.
- بينما في الحياة اليومية، يخضع سلوكه لاعتبارات ظرفية: مصلحة، ضغط جماعي، قيود الواقع.

[1] ARENDT, Hannah, Action, Power, and the Space of Appearance, Stanford Encyclopedia of Philosophy. Sur, http://plato.stanford.edu/entries/arendt, visité le : 13/09/2024 à 14 :00.

وهذا الانفصال بين القول والفعل يُنتج ما يمكن وصفه بـ"التجزئة القيمية"، حيث لا تعود القيم إطارًا مرجعيًا واحدًا، بل تُجزأ حسب السياقات والوسائط. وهو ما يضعف قوتها التوجيهية، ويجعلها قابلة للانتقاء والتعديل حسب الظرف.

•الازدواجية القيمية: ظاهرة أم إستراتيجية تكيف؟[1]

تُطرح مسألة الازدواجية القيمية لدى الشباب كإشكالية مركزية في تحليل التحولات الاجتماعية، ويُثار فيها سؤال عميق: هل هذه الازدواجية علامة على **أزمة قيم وانفصام هوياتي**، أم أنها **آلية تكيف ذكية** مع تعقيد الواقع المعاصر؟

في الكثير من الحالات، لا يكون الشاب واعيًا تمامًا بهذه الازدواجية، لكنه يُدرك الحاجة إلى **تعديل خطابه وسلوكه حسب السياق**:

- فهو "ملتزم" في محيطه العائلي،
- "منفتح" مع أقرانه،
- و"متفاعل" بأسلوب مختلف تمامًا في الفضاء الرقمي.

هنا يمكن الحديث عن **مرونة ثقافية** وليس فقط عن انفصام. فالشاب يُمارس نوعًا من **التنقّل الرمزي بين أنظمة قيمية متعددة**، يختار منها ما يناسبه حسب اللحظة والموقع. لكن في المقابل، إذا لم تتبلور هذه المرونة ضمن وعي نقدي، فإنها قد تتحوّل إلى **تذبذب دائم، وعدم استقرار في الهوية القيمية**، ما ينعكس سلبًا على قدرته في اتخاذ مواقف واضحة أو بناء مشروع شخصي متماسك.

[1] QUERE Louis, L'espace public, De la théorie politique à la métathéorie sociologique, Quaderni, Vol 18, N° 1, p 77.

ب. التأثيرات النفسية والاجتماعية لهذا التذبذب[1]

- القلق القيمي وفقدان اليقين.

هو شعور بالاضطراب أو التوتر الناتج عن تصادم القيم، أو ضعف الإيمان بها، أو غموضها، أو عدم وضوح الأولويات في حياة الفرد أو داخل المجتمع.

مظاهره:

- التردد في اتخاذ قرارات أخلاقية.
- عدم الثقة في المعايير السائدة.
- الصراع بين القيم التقليدية والقيم الحديثة.
- الشعور بالاغتراب أو الانفصال عن الهوية الثقافية أو الدينية.

أسبابه:

- العولمة والانفتاح الثقافي.
- التغيرات السريعة في نمط الحياة.
- ضعف المؤسسات التربوية والدينية.
- الأزمات السياسية أو الاقتصادية.

[1] LIEVROUW A-Leah & LIVINGSTONE, Sonia, Handbook of new media , social shaping and consequences of ICTs, Sage Publications, 2002, p 23.

فقدان اليقين (أو أزمة اليقين)

يشير إلى غياب الإيمان المطلق أو الثقة الثابتة في الحقائق أو القيم أو المرجعيات التي كان يُنظر إليها سابقًا على أنها مسلمات.

مظاهره[1]:

- التشكيك في الثوابت الدينية أو الأخلاقية أو العلمية.
- الشعور بالحيرة والضياع.
- الميل إلى النسبية أو اللامبالاة.
- ازدياد القلق الوجودي والأسئلة الفلسفية حول معنى الحياة.

أسبابه:

- تصادم الثقافات.
- انتشار الفكر المادي أو العدمي.
- تطور العلوم وتحديها للمفاهيم القديمة.
- ضعف التربية الروحية أو الفلسفية.

العلاقة بين المفهومين:

القلق القيمي يؤدي غالبًا إلى فقدان اليقين، والعكس صحيح. فعندما تنهار القيم أو تُصبح موضع تساؤل، يفقد الفرد الإحساس بالثبات والطمأنينة، مما يفتح المجال للشك والضياع.

[1] DAHLGREN Peter et RELIEU Marc, L'espace public et l'internet, Structure, espace et communication In , Réseaux, volume 18, n° 100, 2000, pp 157-186.

- هشاشة الانتماء و"الهويات السيالة.(Identités liquides) "

أولًا :هشاشة الانتماء

التعريف:

يشير هذا المفهوم إلى ضعف أو اضطراب في شعور الفرد بالانتماء إلى جماعة أو وطن أو منظومة قيم أو هوية ثقافية/دينية/اجتماعية. لا يعني غياب الانتماء تمامًا، بل يعني **هشاشته**، أي أنه قابل للتفكك أو التغيير أو التخلي عنه بسهولة[1] .

مظاهره:

- ضعف الارتباط بالمجتمع المحلي أو الوطني.
- الميل إلى الانعزال أو الفردانية المفرطة.
- شعور متكرر بالاغتراب أو التهميش.
- استبدال الانتماء الوطني أو الديني بانتماءات "افتراضية" أو "استهلاكية" (فرق رياضية، ماركات، شبكات رقمية.....

أسبابه:

- تآكل دور الأسرة والمدرسة في التنشئة الاجتماعية.
- ضعف الخطاب القيمي في الإعلام والتعليم.
- فقدان الثقة في المؤسسات السياسية أو الدينية.
- النزوح القسري أو الهجرة أو الحرب.

[1] PAPACHARISSI Zizi, Virtual sphère internet as a public sphère, in new media & society, 2002, p 27.

- الطابع "العالمي" للعولمة الذي يهمّش الخصوصيات المحلية.

ثانيًا :الهويات السيالة[1](Identités liquides)

مفهوم صاغه **زيغمونت باومان** (Zygmunt Bauman)، عالم الاجتماع البولندي، ضمن نظريته عن "الحداثة السائلة."

المعنى[2]:

الهُوية "السيالة" أو "السائلة" تعني أن هوية الفرد لم تعد صلبة، مستقرة، أو محددة بدقة، بل أصبحت مرنة، متغيرة، مؤقتة، وقابلة للتكيف باستمرار بحسب السياقات والظروف.

خصائصها[3]:

- لا ثبات فيها: ينتقل الفرد من هوية إلى أخرى بسرعة (ثقافيًا، فكريًا، مهنيًا، إلخ)
- تقوم على الاختيار الفردي أكثر من الوراثة أو الانتماء الجماعي.
- تتشكل من خلال "الاستهلاك" (ما أرتديه، أتابعه، أنتمي إليه رقميًا...).
- تتغير حسب السياق (البيت ≠ الإنترنت ≠ العمل ≠ السفر...).

[1] MISSIKA Jean-Louis, La fin de la télévision, Paris, Ed, Le Seuil, Coll, La République des Idées, 2006, p 94.
[2] FLICHY patrice, New media history, In Lievrouw,A.L. & Livingstone, S. (Eds.), the Handbook of new media, London ,sage, 2006, p187.
[3] مفيدة العباسي، المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية، رسالة بحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 2010 ، ص 33.

أسباب بروزها[1]:

- الثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ثقافة "الآن (immédiateté) "التي لا تؤمن بالثبات أو الانتظار.
- تعددية المرجعيات في العالم المعولم.
- انحسار الأيديولوجيات الجامعة أو الخطابات الكبرى.

العلاقة بين المفهومين

.1التفاعل الجدلي بينهما[2]:

- **هشاشة الانتماء** تؤدي إلى **هويات سيالة** :فغياب جذور ثابتة للانتماء (دين، وطن، عائلة...) يجعل الفرد يبحث عن بدائل "مؤقتة" وهويات مرنة.
- وفي المقابل، السيولة في الهوية تُضعف الشعور بالانتماء الحقيقي، فيدور الفرد في دائرة من "اللايقين الهوياتي."

التأثير على الفرد والمجتمع[3]:

- اضطراب في التماسك الاجتماعي.
- ضعف الالتزام القيمي أو الأخلاقي.
- صعوبة بناء مشاريع جماعية أو رؤية وطنية جامعة.

[1] هاني السيد ، ثلاث مدونات مصرية تحقق أعلى المبيعات في معرض الكتاب، www.masrawy.com/News/Egypt/Politics/2008/february/16/bloggers.aspxthe times 2011, p,100 consulté le: 13/06/2023 à 14:00

[2] حمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006، ص60.

[3] نديم منصوري، سوسيولوجيا الانترنت، سلسلة اجتماعات عربية، منتدى المعارف، لبنان، 2015 ،ص36.

- تزايد القلق الوجودي والعزلة النفسية.
- آثار الاغتراب الرمزي على نظرة الشاب للمجتمع ولذاته.

أولًا: ما هو "الاغتراب الرمزي"؟[1]

الاغتراب الرمزي (Aliénation symbolique) لا يعني فقط الابتعاد الجسدي أو الفعلي عن المجتمع، بل يشير إلى **انفصال الشاب عن الرموز والمعاني التي تمنح الوجود قيمة ودلالة**، مثل: الوطن، الدين، اللغة، التاريخ، التراث، الجماعة، العائلة، وحتى الذات.

هذه الرموز، التي كانت تُعتبر "مرتكزات الهوية"، **تفقد معناها أو دورها التوجيهي في حياة الشاب**، مما يولّد شعورًا بالتيه، اللاانتماء، أو فقدان المعنى.

ثانيًا: آثار الاغتراب الرمزي على نظرة الشاب للمجتمع

.1نظرة فقدان الثقة والعدمية

- يرى المجتمع كمجموعة من الهياكل الفارغة: المدرسة لا تُعلم، الدين لا يُهذّب، الأسرة لا تحمي، الدولة لا تُنصف.
- يتحول الخطاب العام (السياسي، التربوي، الإعلامي) إلى أصوات جوفاء لا معنى لها.
- الشاب يصبح ناقدًا دائمًا أو ساخرًا أو لا مباليًا.

[1] . بدر بن جويعد العتيبي، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، السعودية، ص 154.

2. إحساس باللاجدوى[1]

- لماذا أشارك في بناء مجتمع لا يمثلني؟
- لماذا ألتزم بقوانين لم أشارك في صياغتها؟
- ينتج عن ذلك تراجع المشاركة السياسية، التطوع، الانخراط المدني.

.3عداء ضمني أو انفصال تام

- بعض الشباب يتحول من حالة "الغربة الرمزية" إلى **عداء رمزي** ضد كل ما يمثل المجتمع (الدين، اللغة، السلطة، التقاليد)
- أو ينسحب كليًا نحو فضاءات بديلة (الانترنت، مجتمعات خيالية، هويات فردانية)

ثالثًا: آثار الاغتراب الرمزي على نظرة الشاب إلى ذاته

.1أزمة هوية

- غياب مرآة مجتمعية تعكس له من يكون.
- ضياع بين مرجعيات متعددة: أنا مسلم؟ أمازيغي؟ عالمي؟ جزائري؟ مستهلك؟ مؤثر؟... من أنا؟
- النتيجة :**هوية مهزوزة، مشتتة، أو "سائلة."**

.احتقار الذات أو تمجيد زائف لها

- يشعر بأنه بلا قيمة لأنه لا يجد ذاته في مرآة المجتمع.
- أو يبالغ في تمجيد ذاته في الفضاء الافتراضي، حيث يصنع "ذاتًا بديلة" مزيفة.

[1] محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية"العربية نموذجا، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012 ،ص22.

تضخم الحنين أو فقدانه

- إما انغماس مرضي في الماضي (الحنين للهوية الضائعة).
- أو قطيعة تامة مع الماضي، لصالح "أنا جديدة" منفصلة عن كل جذور.

رابعًا: مظاهر الاغتراب الرمزي في سلوك الشباب[1]

جدول رقم 02 يبين مظاهر الاغتراب الرمزي في سلوك الشباب

المظهر	المجال
هجر اللغة الأم لصالح لغات أجنبية، أو خلط لغوي بلا هوية واضحة.	اللغة
الشعور بأن الدين خطاب بعيد عن الواقع أو لا يجيب عن الأسئلة المعاصرة.	الدين
ضعف الشعور بالانتماء للوطن، أو الهروب إلى انتماءات "افتراضية."	الانتماء
علاقات سطحية، أو فردانية متطرفة، أو انغلاق نفسي واجتماعي.	العلاقات
النفور من الثقافة المحلية، والانبهار بثقافات عولمية (أحيانًا سطحية).	الثقافة

خامسًا: نحو تجاوز الاغتراب الرمزي[2]

لتقليص هذا النوع من الاغتراب، يجب:

- **إعادة تأويل الرموز** وجعلها تتكلم لغة العصر (الدين، التراث، اللغة....)
- **تمكين الشباب من المساهمة** في إعادة بناء الخطاب المجتمعي.
- **فتح فضاءات حوارية حقيقية** بين الأجيال.

[1] بخيت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد التاسع، 2013 ،ص 95.

[2] . الصادق رابح، الهوية الرقمية للشباب ، بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مجلة إضافات، العدد 19 ،2012 ،ص 22.

- **تشجيع التربية الرمزية** التي تعيد المعاني إلى الأشياء، لا فقط تعليم المهارات الجافة.
- **دعم الثقافة النقدية لا العدمية**، لتمييز بين رفض مَرَضي وانخراط نقدي.

6- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى الشباب الجزائري

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة عنصرًا بنيويًا في الحياة اليومية للشباب الجزائري، إذ لم تعد مجرد أدوات تكنولوجية للتواصل، بل تحولت إلى فضاءات اجتماعية وثقافية تسهم في تشكيل الوعي الجمعي والفردي، وفي إعادة صياغة منظومة القيم السائدة. فقد أفرز هذا الاستخدام المكثف لهذه المنصات تأثيرات متعددة الأبعاد، شملت تعزيز بعض القيم الإيجابية من جهة، وإضعاف أو تراجع أخرى تقليدية من جهة ثانية، إلى جانب بروز تحولات ملموسة في ترتيب الأولويات القيمية لدى فئة الشباب[1].

أولًا: القيم الإيجابية المعزَّزة

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تكريس جملة من القيم الإيجابية، أبرزها قيم **التسامح والانفتاح** الناتجة عن الاحتكاك المباشر مع تنوع ثقافي وديني واسع، ما أتاح للشباب فرصة توسيع أفقهم المعرفي وتقبل الآخر المختلف. كما عززت هذه المنصات قيم **التعاون والتضامن** من خلال الحملات الافتراضية ذات الطابع الإنساني والاجتماعي، كالمبادرات التطوعية، وجمع التبرعات، والمساعدة أثناء الأزمات والكوارث[2].

إضافة إلى ذلك، شكلت منصات مهنية وتعليمية مثل *لينكدإن (LinkedIn)* و*يوتيوب (YouTube)* فضاءات محفزة لقيم **الطموح وتحقيق الذات**، حيث استلهم الشباب من النماذج الناجحة في مجالات ريادة الأعمال، التعليم الذاتي، وصناعة المحتوى الهادف، مما أسهم في بروز ثقافة جديدة قائمة على المبادرة الفردية وتطوير المهارات الذاتية.

[1] فؤاد مخلوف، دور الإعلام الرقمي في تنمية الطموح والهوية المهنية لدى الشباب العربي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 24 ، 2020 ، ص 144.

[2] منال بوشارب، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب ، جامعة وهران، الجزائر، 2021 ، ص 65..

ثانيًا: القيم السلبية المتأثرة

في المقابل، أفرز الاستخدام المفرط وغير المتزن لبعض المنصات، لا سيما تيك توك (TikTok) وإنستغرام (Instagram)، تأثيرات سلبية على عدد من القيم الأخلاقية والاجتماعية. فقد أدى التركيز على الظهور الفردي والسعي وراء عدد "الإعجابات" و"المتابعين" إلى ترسيخ قيم **الأنانية والنرجسية** على حساب قيم التواضع والمسؤولية الاجتماعية.

كما برزت مظاهر **العنف الرمزي والتنمر الإلكتروني** (Cyberbullying)من خلال التعليقات الساخرة أو حملات السخرية الجماعية، ما ساهم في تطبيع سلوكيات الإقصاء والاستهزاء.

وتعد **النزعة الاستهلاكية** من أبرز القيم المتأثرة أيضًا، إذ أصبح المحتوى الرقمي يُروّج لأسلوب حياة مادي سطحي، يقوم على المظاهر والاقتناء بدلاً من الجوهر والمعنى، مما يعزز ثقافة الاستهلاك على حساب القيم الروحية والمعنوية[1] .

ثالثًا: التحولات في سلم الأولويات القيمية

من المظاهر البارزة في سلوك الشباب الجزائري داخل الفضاء الرقمي بروز **إعادة ترتيب سلم القيم**، بحيث باتت الشهرة الرقمية أو ما يُعرف بـ"الترند" غاية في حد ذاتها، تُقاس بها المكانة الاجتماعية والنجاح الشخصي، حتى وإن جاءت على حساب قيم أصيلة مثل الاجتهاد، والمصداقية، والانتماء.

وتشير الدراسات الميدانية الحديثة إلى أن فئة معتبرة من الشباب باتت تنظر إلى الشهرة على المنصات الاجتماعية باعتبارها مقياسًا للنجاح الاجتماعي والاقتصادي، مقابل تراجع نسبي لقيم **العمل الجاد، والإنجاز العلمي، والالتزام الأسري**[2] .

إن هذه التحولات العميقة في المنظومة القيمية للشباب الجزائري تفرض قراءة تحليلية نقدية لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها فاعلا ثقافيا واجتماعيا مؤثرا، لا مجرد وسيلة تكنولوجية. فهي تعيد تشكيل الذهنيات والسلوكيات وفق أنماط جديدة من القيم تتراوح بين الأصالة والمعاصرة، وتطرح في الوقت ذاته تحديات

[1] إيناس خليفة، السوشيال ميديا وإعادة تشكيل الذوق العام والقيم الجمالية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية، 2019، ص92.

[2] أحمد بوزيان، منظومة القيم في زمن التحول الرقمي ، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي إنستغرام في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 38 ، الجزائر، 2023 ، ص 108 .

تربوية وثقافية تستدعي استراتيجيات توجيهية تسهم في توظيف هذه الوسائط بما يخدم بناء مجتمع متوازن يحافظ على هويته القيمية في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

❖ 7- مدى تأثير التفاعل الرقمي على الهوية الثقافية والقيم التقليدية

أولًا: العولمة الرقمية والتحولات القيمية – بين الانفتاح والاضطراب

لقد أنتجت العولمة الرقمية ما يمكن وصفه بـ"الانفجار الثقافي غير المتكافئ"، حيث وجد الشباب الجزائري نفسه فجأة في قلب فضاء مفتوح لا تحكمه حدود الزمان أو المكان أو الرقابة التقليدية، بل تحكمه خوارزميات العرض والاستهداف والتفاعل. هذا التحوّل لم يكن تدريجيًا ولا مضبوطًا بأدوات تربوية، بل تم باندفاع عشوائي جعل من الاستهلاك الرقمي فعلاً يوميًا وطبيعيًا، لكنه في العمق مشحون بإشكاليات رمزية ومعرفية عميقة[1].

فالمنصات الرقمية الكبرى مثل تيك توك، يوتيوب، إنستغرام، وحتى فيسبوك، لا تعرض فقط محتوى ترفيهيًا، بل تُمرّر نماذج سلوكية، ورموزًا ثقافية، وتصورات عن الحياة والذات والنجاح، معظمها مبني على **قيم السوق النيوليبرالية** :كالفردانية، التمركز حول الذات، النمطية الجمالية، النزعة الاستهلاكية، والثورة على الموروث باسم الحرية. هذه القيم – وإن بدت جذابة ومحرّرة – تصطدم في الوعي الجمعي الجزائري، خاصة لدى الشباب، **ببقايا سرديات تقليدية** تشدّهم إلى قيم الحياء، التضامن، الاحترام، والانضباط الجماعي.

[1] يحي اليحياوي، الشبكات الاجتماعية و المجال العام بالمغرب ، مظاهر التحكم و الدمقرطة، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة الموقع على لا http://studies.aljazeera.net ، يوم زيارة 2024/10/02 ، على الساعة 16:36 .

إن هذا التوتر المستمر بين مرجعيتين – واحدة تقليدية متجذرة وأخرى رقمية وافدة – يخلق **ازدواجًا قيميًا** يُعبّر عنه الشباب في ممارساتهم اليومية. فالشاب قد يقدّم نفسه على الإنترنت بشكل متحرر، فرداني، منمّق، لكنه يعيش في واقع اجتماعي محافظ يطالبه بالتقيد والانضباط. هذا الانفصام في التمثلات والسلوكيات قد يُولّد شعورًا بالقلق، وفقدان الانسجام، وحتى بالذنب أو التمرّد، حسب السياق العائلي والاجتماعي المحيط به.

الأخطر في هذه التحولات أن الشباب **يتلقون هذا المحتوى من دون أدوات نقدية**؛ فلا المدرسة تعدّهم لقراءة الرموز الرقمية وتحليلها، ولا الخطاب الديني والثقافي التقليدي يملك مفاتيح التأثير داخل هذا الفضاء الجديد. فالخطاب التربوي لا يزال يُقدَّم بلغة تقليدية ومحتوى ممل، والخطاب الديني يعاني من الجمود أو الميل إلى الوعظ الصارم المنفصل عن الواقع، مما يترك فراغًا هائلًا تتسلّل منه التأثيرات الخارجية[1].

في غياب هذا التأطير، يصبح الفضاء الرقمي بمثابة **سوق مفتوح للهويات القلقة**، حيث يبحث الشباب عن ذواتهم في أنماط عيش وصور غريبة عن بيئتهم، دون امتلاك القدرة على دمجها أو نقدها. وهنا تبرز الحاجة إلى:

- **إعادة بناء جهاز تربوي رقمي** يعلّم الشباب كيف يقرأون ما وراء الصور، وكيف يفرّقون بين "ما يُعرض" و"ما يُراد منهم."
- **وتجديد الخطاب الثقافي والديني** ليكون مرنًا، تفاعليًا، ومنخرطًا في النقاشات الرقمية لا متأخرًا عنها.

ثانيًا: التأثير المزدوج على القيم الدينية.

[1] - أحمد بوزيان، المرجع السابق ، ص 108 .

يمثل التعرض لثقافات متعددة عبر الوسائط الرقمية تجربة معرفية محفزة للشباب، حيث ينفتح الأفق أمامهم للاطلاع على أنماط تفكير دينية وغير دينية مختلفة، تتجاوز ما نشؤوا عليه في أسرهم ومجتمعاتهم المحلية. هذا الانفتاح يخلق مساحات جديدة للتساؤل والتفكير،[1] ويُحدث في كثير من الأحيان نوعًا من التوتر الداخلي بين المرجعيات التقليدية الراسخة وما يُعرض عليهم من سرديات بديلة، سواء دينية ذات طابع كوني، أو فلسفية وعلمانية بل وحتى لا دينية. وفي قلب هذا التوتر، تبدأ عملية إعادة تشكل العلاقة مع الدين، لا بصفتها انقطاعًا تامًا، وإنما تحولًا في شكلها ووظيفتها وعمقها. فقد لوحظ أن بعض الشباب باتوا يتعاملون مع التدين باعتباره شأنًا فرديًا، لا يُلزمهم بالضرورة بالخضوع للجماعة أو المؤسسة الدينية، وإنما يختارونه بما يتماشى مع احتياجاتهم النفسية وميولاتهم الفكرية .

إن التدين في هذا السياق لا يُفهم كحزمة متكاملة من العقائد والطقوس والالتزامات، بل كمنظومة مرنة يمكن الانتقاء منها بما يتناسب مع ما يراه الفرد معبرًا عن ذاته أو منسجمًا مع قناعاته. في هذا الإطار، أصبحت بعض الممارسات الدينية تُؤدى بطريقة رمزية، لا تعكس بالضرورة إيمانًا عميقًا، بقدر ما تعبر عن ارتباط اجتماعي أو ثقافي بالدين كمكون للهوية، بينما يتم التخلي عن أخرى إما بسبب تعارضها مع نمط الحياة الحديثة، أو لانعدام القناعة الشخصية بضرورتها. هذا الشكل من التدين الانتقائي لا يندرج ضمن ظاهرة التراجع الديني التقليدية كما قد يُفهم، وإنما يعكس تحولًا في أنماط التلقي والتمثل، يفرضه الواقع الجديد الذي أصبحت فيه السلطة الدينية غير مركزية، والمصادر الدينية متعددة ومفتوحة.

[1] - المرجع نفسه ، ص 112.

ويمكن القول إن هذا التحول يرتبط ارتباطًا وثيقًا بتغير طبيعة السلطة المعرفية في المجال الديني، حيث لم تعد مقصورة على العلماء أو الأئمة أو المؤسسات الدينية، بل أُتيحت لكل فرد إمكانية الوصول إلى محتوى ديني متنوع – وأحيانًا متناقض – عبر الإنترنت، يقدمه دعاة مستقلون، أو شخصيات مؤثرة، أو حتى محتوى مجهول المصدر. هذا التعدد أضعف من قدرة الخطاب الديني التقليدي على احتكار المعنى، وفتح الباب أمام الشباب

لبناء تصورهم الخاص عن الإيمان، بل أحيانًا اختباره أو نقده أو حتى استبداله. ومن هنا، لم تعد العلاقة مع الدين قائمة بالضرورة على التسليم، بل على التأويل الشخصي والمساءلة. وفي كثير من الحالات، أدى ذلك إلى بروز أشكال من التدين الجديد تتمحور حول البعد الروحي والتجربة الذاتية، كما في التصوف الرقمي، حيث تُطرح العلاقة مع الله بعيدًا عن الطقوس الرسمية أو الأحكام الفقهية، في مقابل التركيز على الصفاء الداخلي والسلام النفسي والتأمل، وهي مفاهيم تلقى رواجًا لدى فئة من الشباب المتعب من الصراعات الفكرية أو الخطاب المتشدد[1].

في المقابل، لا يمكن تجاهل أثر المحتوى الإلحادي أو اللاديني المنتشر عبر الإنترنت، والذي يجد صداه لدى فئة من الشباب الباحث عن إجابات عقلانية لأسئلة وجودية. يعرض هذا المحتوى نفسه غالبًا في شكل جذاب، ساخر أحيانًا، وجدلي أحيانًا أخرى، ويقوم على التشكيك في صلاحية الدين كمصدر للمعرفة أو القيم في العصر الحديث. بعض الشباب، وخصوصًا من ذوي التكوين العلمي أو النقدي، قد يتأثرون بهذا الطرح، ليس بالضرورة عبر تبني الإلحاد صراحة، بل عبر المرور بمراحل من الشك أو اللاأدرية، أو على الأقل بإعادة النظر في

[1] المرجع نفسه ، ص 115.

المفاهيم الدينية التقليدية مثل الجنة، العذاب، الحلال والحرام، والمعجزات، وغيرها من المفاهيم التي تصبح محل مراجعة عقلية. وهكذا، تنشأ حالة مركبة لا يمكن حصرها ضمن ثنائيات جاهزة من قبيل مؤمن/كافر، متدين/غير متدين، بل هي أشبه بطيف واسع من التمثلات المتفاوتة في درجة القرب أو البعد عن الدين بمعناه التقليدي.

في ظل كل ما سبق، يتضح أن التحول في علاقة الشباب بالدين ليس طارئًا أو سطحيًا، بل هو تعبير عن إعادة ترتيب الأولويات والقيم في ضوء عالم متغير تتداخل فيه الهويات وتُعاد فيه صياغة المفاهيم الكبرى. فالدين لم يختفِ من حياة الشباب، بل تغيّر موقعه ووظيفته، من كونه نظامًا جماعيًا صارمًا، إلى كونه تجربة شخصية مرنة، تأملية، وفي كثير من الأحيان غير مرئية. وهذه الديناميكية الجديدة تستحق دراسة عميقة، لأنها تعكس ليس فقط تغيرًا دينيًا، بل تحولًا أنثروبولوجيًا في تمثل الذات، والعلاقة مع المقدس، ومع المجتمع ككل[1].

ثالثًا: إعادة تشكيل القيم المجتمعية

لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي، بوصفها فضاءات رمزية جديدة، في إعادة تشكيل نسق القيم لدى الشباب الجزائري، لا من حيث المضمون فقط، بل من حيث الأُطر المرجعية والتمثلات الثقافية. ومن أبرز هذه التحولات، نرصد تراجع بعض القيم المركزية، وبروز أخرى هجينة، نتاج الاحتكاك الدائم بثقافات عابرة ومحتويات متعددة الخلفيات.

- **الاحترام** :شهد هذا المبدأ تآكلًا ملحوظًا في بعض الفضاءات الرقمية، حيث طفا على السطح ما يُعرف بـ"الخطاب الساخر المتمرد"، الذي يتخذ من التهكم أداةً للتعبير والاحتجاج. لم يعد هذا الخطاب محصورًا في

[1] المرجع نفسه ، ص 113 .

النقد البنّاء، بل اتّخذ طابعًا هدّامًا في أحيان كثيرة، يستهدف الرموز الاجتماعية التقليدية كالعائلة، المدرسة، والدين. وقد أسهم في ذلك تمجيد صورة "البطل المنتقد" أو "المتمرّد الرقمي"، الذي يكتسب شرعيته من القدرة على هدم المسلمات والتشكيك في كل ما هو موروث، دون تقديم بدائل معرفية أو قيمية واضحة. هذا التحوّل يعبّر عن أزمة ثقة في المرجعيات، لكنه يكشف أيضًا عن رغبة في إعادة التموقع ضمن خارطة القيم السائدة .

● **التضامن** :في المقابل، لا يمكن إنكار أن الشبكات الاجتماعية أظهرت أيضًا قدرتها على استدعاء القيم الإيجابية، وعلى رأسها التضامن. ففي لحظات الأزمات، مثل جائحة كوفيد-19، برزت مبادرات مدنية غير مركزية، جسّدها الشباب من خلال صفحات ومجموعات خصصت لتبادل المساعدات، نشر المعلومات الصحية، ودعم الفئات الهشة. هذا الشكل من التضامن الرقمي شكّل بديلًا مرنًا، وأحيانًا أكثر فاعلية، عن آليات التدخل المؤسساتي، مما يعكس قدرة الفضاء الرقمي على إحياء القيم الجمعية، شريطة توفر السياق المحفّز والدافع الأخلاقي [1].

● **الحياء** :يُعد من أكثر القيم التي تعرضت للتهديد والتآكل في البيئة الافتراضية، بفعل التعرض المكثف لمضامين تُطبع فيها أنماط من "العرض الجسدي"، وسلوكيات تتعارض مع النمط الثقافي المحافظ السائد محليًا. إنّ الانفتاح غير المُرشّد على أنماط لباس، خطاب جسدي، وأنماط عيش غربية، قد أسهم في تطبيع أشكال من "الجرأة" تُسوَّق تحت شعار الحرية الشخصية، لكنها في الحقيقة تطرح إشكالات عميقة تتعلق بحدود الخصوصية، وبفهم الحريات داخل السياق المحلي. هذا التباين خلق فجوة قيمية بين الأجيال، حيث

[1] المرجع نفسه ، ص 114.

ينظر الجيل الأكبر إلى هذا الانفلات كتهديد للهوية، في حين يراه الشباب تعبيرًا عن الاستقلالية وكسرًا للرقابة المجتمعية.

في المحصلة، تكشف هذه التحولات عن بنية قيمية في طور التشكل، تتسم بعدم الاستقرار، والتذبذب بين تقاليد راسخة وإغراءات العصر الرقمي، مما يستدعي قراءة سوسيولوجية معمّقة لفهم آليات إنتاج القيمة، وحدود تأثير الوسيط التكنولوجي في توجيه السلوك الاجتماعي وتشكيل الضمير الجمعي.

رابعًا: موقف الشباب من التراث – بين القطيعة وإعادة الاكتشاف

في خضم التحولات الثقافية المتسارعة التي يعيشها المجتمع الجزائري، يتبدى المشهد القيمي والهوياتي لدى فئة الشباب كحالة مفتوحة من التفاوض الرمزي مع الماضي، والحاضر، وأفق المستقبل. هذا التفاوض لا يتم بمنطق القطيعة الجذرية، ولا بمنطق الولاء الكامل، بل يتجسد ضمن ما يمكن تسميته بـ**"التموضع الهجين للهوية"**، وهو تموضع يتقاطع فيه الانتماء الجغرافي والثقافي بالمخيال الرقمي والعابر للحدود، ويُنتج بالتالي هوية متعددة الطبقات، وغير مكتملة، لكنها ديناميكية وقابلة للتشكل المستمر[1].

تتجلى هذه الهوية الهجينة في ممارسات رمزية معقدة، حيث لا يُنظر إلى التراث بوصفه "كتلة تراثية" مقدسة أو جامدة، بل يُعاد تفكيكه وإعادة تركيبه على ضوء متطلبات الحاضر، ووفق معايير ذاتية، غالبًا ما تكون محكومة بالتحرر من السلطة الرمزية التقليدية (العائلة، الدين، النظام التربوي)، وبالسعي نحو نماذج أكثر تحررًا وذاتية في التمثُّل هكذا يتحول التراث من مرجعية قهرية إلى **مورد ثقافي مفتوح**، يمكن إعادة توظيفه واستثماره، سواء لأغراض جمالية أو رمزية أو حتى تجارية.

[1] المرجع نفسه ، ص 115.

وما يؤكد هذا المنحى هو لجوء شريحة واسعة من الشباب إلى **رقمنة التراث** عبر وسائط جديدة، ما يمنحه "قابلية الترويج" و"الانتشار الجماهيري"، دون أن يُفقده رمزيته أو عمقه التاريخي. فالفيديوهات التي تدمج الموسيقى التراثية مع الإيقاعات الحديثة، والمحتويات التي تُستعاد فيها اللهجات المحلية ضمن سياقات ساخرة أو نقدية، كلها أمثلة على **ممارسات ثقافية هجينة** تسعى إلى الحفاظ على الانتماء، لكن بأدوات معاصرة، لا تُنكر الحاضر ولا تنسخه عن الماضي.

هذا الحراك الثقافي لا يُعد مؤشرًا على الانقسام أو الضياع كما قد يُفهم أحيانًا، بل هو تعبير عن **ذكاء اجتماعي فاعل**، يُعيد تشكيل الذاكرة الجماعية لتصبح قابلة للعيش في زمن السرعة الرقمية. فالهويات، في هذا السياق، لا تُصاغ عبر ثنائيات جامدة من قبيل "أصيل/دخيل" أو "تقليدي/حديث"، بل تُنتج ضمن **مناطق تماس** وتداخل، تتطلب أدوات تحليل مرنة تُراعي السيولة الثقافية التي تميّز الأجيال الرقمية.

إنّ الشباب الجزائري لا ينكرون ماضيهم، بل يطالبون بإعادة ترجمته بلغة قادرة على التفاعل مع الحاضر، دون التفريط في الأصالة أو الانغلاق على الخصوصية. إنهم يُبدعون في تشكيل **نسق انتماء معولم ومحلي في آنٍ واحد**، حيث يتم استخدام التراث كرافعة للتموضع الثقافي، لا كمصدر للهوية الصافية. وهذه المفارقة بالذات، هي التي تُعيد رسم حدود الانتماء من جديد، وتُعطي للهوية معناها المتعدد، المتحرك، والمنتِج في السياق الجزائري المعاصر[1].

خامسًا: التحديات والرهانات المستقبلية

تشير هذه النقاط الثلاث إلى مداخل استراتيجية لمعالجة الإشكاليات المعقدة التي يواجهها الشباب الجزائري في تعامله مع الفضاء الرقمي والهوية الثقافية والدينية. إنها ليست مجرد توصيات سطحية، بل تعبير عن حاجة

[1] المرجع نفسه ، ص 116.

ملحة لإعادة هندسة العلاقة بين الدولة، والمجتمع، والشباب في ظل التغيرات المتسارعة التي أحدثها العصر الرقمي.

1. تُمثّل الحاجة إلى تأطير تربوي ورقمي واعٍ أحد أبرز التحديات الثقافية والتربوية التي تواجه المجتمعات الحديثة، لا سيما في سياقات ما بعد الحداثة التي تُعيد تشكيل العلاقة بين المعرفة، الهوية، والانتماء. وفي الحالة الجزائرية، حيث يعيش الشباب في مفترق طرق بين الإرث الثقافي الثقيل من جهة، والانفتاح غير المشروط على فضاءات رقمية عابرة للحدود من جهة أخرى، فإن غياب التأطير الرقمي ذي البُعد التربوي لا يؤدي فقط إلى فراغ معرفي، بل إلى **تفكك رمزي** قد يُضعف الروابط الهوياتية الأساسية[1].

إن إدماج التكنولوجيا في المنظومة التعليمية، على أهميته، لا يرقى إلى مستوى **بناء "ثقافة رقمية نقدية "**ما لم يُرافقه مشروع تربوي واضح المعالم، يُعزز مهارات التفكير النقدي، التمحيص، والتحليل، ويُخرج المتعلم من منطق الاستهلاك السلبي للمحتوى إلى منطق **التمثل الواعي والمعنى المشترك** .فالمجال الرقمي ليس حيادياً، بل هو **حامل أيديولوجي** بامتياز، تُعاد عبره صياغة القيم، والأذواق، والتصورات، وأحيانًا بطريقة ناعمة وغير مرئية، وهو ما يجعل الشباب عرضة لما يُمكن تسميته بـ**"الاستعمار الرمزي الجديد"** الذي لا يُمارس بالقوة، بل بالإغواء الثقافي.

ومن هنا، تُصبح "المواطنة الرقمية" ليست فقط مسألة أخلاقية أو قانونية، بل **رهانًا تربويًا واستراتيجيًا**، يتطلب إحداث تحوّل نوعي في المناهج، وطرائق التدريس، وتكوين المربين أنفسهم، ليُصبحوا فاعلين في تعزيز

[1] المرجع نفسه ، ص 117.

مناعة معرفية تُمكّن المتعلمين من التمييز بين الحقيقة والزيف، بين التعددية والانحراف، وبين الانفتاح والتغريب. فالتربية الرقمية المطلوبة ليست ترويضًا على الأدوات، بل بناء لعلاقة جديدة مع **المعلومة كقيمة، ومع الحرية كمسؤولية**[1].

إن الشباب الجزائري، وهو يتنقل اليوم بين تطبيقات متعددة وشبكات متقاطعة، لا يحتاج فقط إلى كفاءات تقنية، بل إلى **بوصلة قيمية ومعرفية** ترشده في مواجهة "الضجيج الرقمي"، وتُسهم في تعزيز انتمائه لهوية قادرة على التفاعل مع العصر دون الذوبان فيه. فالتحدي اليوم لا يكمن في الوصول إلى المعلومة، بل في **قراءة العالم رقميًا بوعي نقدي**، وبمقدار من الانتماء يُعادل حجم التشظي الافتراضي الذي يعيشه الفرد المعاصر.

إنه رهان على **تحصين الذات من الاستلاب**، لا من خلال الانغلاق أو الرفض، بل عبر التربية على التساؤل، والاختلاف، والتموقع الواعي ضمن المشهد الرقمي العالمي. وهذا يتطلب شراكة متعددة الأطراف بين المدرسة، الأسرة، وسائل الإعلام، ومؤسسات الدولة، لصياغة مشروع وطني للتربية الرقمية، لا يُقصي السياق المحلي، ولا يُفرّط في رهانات المعاصرة.

2، إنّ **إنتاج محتوى جزائري بديل ومنافس** ليس ترفًا ثقافيًا، بل **ضرورة سيادية** في زمن تتحكّم فيه المنصات الرقمية العالمية في تشكيل التصورات والأنماط السلوكية، وتعيد عبر خوارزمياتها بناء الخيال الجمعي للأفراد. فالمسألة هنا لا تتعلق بمجرد الظهور أو التمثيل الرمزي، بل تتجاوز ذلك نحو سؤال أعمق :**من يتحكم في سردياتنا؟ ومن يُعيد تعريف ذواتنا؟**

[1] المرجع نفسه ، ص 118.

في هذا السياق، لا يمكن فصل "المحتوى" عن **السلطة الرمزية**، ذلك أن الخطابات التي تنتج وتُستهلك عبر الوسائط الرقمية تُمثّل اليوم أدوات فعل وتأثير لا تقل شأنًا عن الأدوات الاقتصادية أو السياسية. وبالتالي، فإن **الفراغ السردي** الذي يُترك على الساحة الرقمية الجزائرية لا يُترجم فقط إلى غياب تمثيل، بل إلى **تغلغل مضامين أجنبية** تُحاكي مخيالًا مختلفًا، وتُعيد قولبة الذوق والهوية عبر رموز وشخصيات وقصص لا تنبع من الواقع المحلي، بل من تجارب وسياقات مغايرة تمامً[1]ا.

ولهذا، فإن **الرهان لا يجب أن يكون كميًا** –أي ملء الفضاء بعدد كبير من الصفحات أو القنوات – بل **نوعيًا وسيميائيًا**، أي الانتباه إلى الرموز، واللغة، والإيقاع، والصورة، والمرجعيات الثقافية التي يحتويها هذا المحتوى. فالشباب الجزائري اليوم لا يبحث فقط عن "معلومة"، بل عن قصة، صوت، صورة، ضحكة، وموقف يُشبهه، يتماهى معه، ويمنحه شعورًا بالانتماء داخل عالم رقمي يتّسم بسرعة التشظي والتغير.

وهنا يبرز تحدٍ مركزي :**كيف ننتج محتوى جذّابًا دون الوقوع في الابتذال؟ وكيف نحافظ على خصوصيتنا دون أن ننغلق على أنفسنا؟**

الجواب يكمن في **"توطين الأدوات العالمية" داخل سرديات محلية** :أن نستخدم البودكاست، الستوري، الريلز، الكوميديا السوداء، الفلوغ، وغير ذلك من الوسائط الحديثة، لكن نُحمّلها مضامين تعبّر عن الواقع الجزائري، بمشكلاته، وأحلامه، ومتناقضاته. أن نُعيد سرد التاريخ بعيون الجيل الجديد، لا كوقائع جامدة، بل كمواد سردية قابلة للتفاعل والتشخيص. أن نحكي عن الحيّ، عن البطل الشعبي، عن الأم، عن المقهى، عن الفشل والنجاح، عن الغربة، عن الطموح، عن الحب، ولكن بلغة شبابية مرنة، وبإبداع سمعي-بصري يُجاري ما يُنتج عالميًا.

[1] المرجع نفسه ، ص 118.

والمطلوب هنا ليس مجرد دعم فردي لصنّاع المحتوى، بل **سياسة ثقافية رقمية** تُوفّر[1]:

- فضاءات إنتاج (استوديوهات، أدوات مونتاج، تكوينات)
- حوافز مادية ومعنوية للمبدعين.
- حماية قانونية لحقوق التأليف.
- وشراكات ذكية بين الدولة، القطاع الخاص، والمؤسسات الجامعية.

إن إنتاج محتوى بديل ليس مجرد انعكاس لهوية موجودة، بل **أداة في صناعتها**، ورهان على **إعادة التموقع الرمزي للجزائر داخل الفضاء الرقمي العالمي**، لا كمُستهلِك، بل كمُنتِج، له رؤيته، وسرده، وذائقته، وصوته الخاص.

هذا المقطع يفضي بنا إلى مقاربة عميقة لمسألة **تجديد الخطاب الديني في السياق الرقمي**، بما يتجاوز مجرد تحديث الشكل أو الانتقال من المنبر إلى الشاشة، نحو **إعادة تأسيس وظيفية لهذا الخطاب** تراعي التحولات النفسية، الرمزية، والمعرفية التي يعيشها الشباب اليوم في ظل العصر الرقمي.

في الماضي، كان **الفاعل الديني** يحتكر وظيفة التوجيه من موقع سلطوي يُفترض فيه امتلاك "الحقيقة" وشرعية التأويل. أما اليوم، فقد تغيّر مشهد السلطة بالكامل. الشاب يتلقى في الوقت ذاته فتاوى متضاربة من شيوخ فيزيائيين وآخرين رقميين، يمر من فيديو ديني على يوتيوب إلى مقطع ساخر على تيك توك، ويقرأ مقولة فلسفية على إنستغرام قبل أن يعلق عليها بمزاج تعبيري خاص. بهذا المعنى، فإن **المجال الديني لم يعد مغلقًا**، بل أصبح **ساحة تفاعلية هجينة**، حيث **الرمزية الدينية تُتنازع بين المرجعيات التقليدية ومنصات التأثير الجديدة**.

[1] المرجع نفسه ، ص 120 .

من هنا، تنبع **أهمية خطاب ديني تجديدي** لا يكتفي بتقديم الأجوبة، بل **يعيد صياغة الأسئلة** .فالشباب لا يسألون فقط عن "هل هذا حلال أم حرام؟"، بل عن[1]:

- "ما معنى أن أكون مسلمًا في عصر الفردانية؟"،
- "كيف أتصالح مع إيماني دون أن أتنكر لعلمي أو حريتي؟"،
- "هل الدين يعارض طموحي الشخصي، أم يعيد توجيهه؟"،
- "هل الجسد عدوّ الروح؟ أم شريكها؟"،
- "كيف يمكنني أن أكون متدينًا دون أن أكون متزمتًا؟"

إنها أسئلة وجودية تستوجب **خطابًا وجدانيًا عقلانيًا**، يزاوج بين **فقه النص وفقه الواقع**، بين **أصالة المرجع وحيوية التأويل** .هنا لا يكفي الإلمام بالتراث، بل يجب امتلاك **أدوات الفهم السوسيولوجي، السيكولوجي، والتواصلي** للعالم الرقمي. وهو ما يعني ضرورة **ظهور جيل جديد من الفاعلين الدينيين**، ليس فقط علماء شريعة، بل **شخصيات مركبة** :عالِم + مربي + مؤثر + مفكر.

وعلى المستوى التقني، لا بد لهذا الخطاب من **إتقان أدوات التلقي الحديثة**:[2]

- استخدام الصورة لا فقط الكلمة.
- الاشتغال على الإخراج والمؤثرات البصرية.
- اختزال المعاني الكبرى في رسائل صغيرة سهلة المشاركة.
- وتحقيق التوازن بين **العمق** و**الخفة** التي يتطلبها الوسط الرقمي.

[1] المرجع نفسه ، ص121.

[2] المرجع نفسه ، ص 122.

وفي المجمل، فإن **النهوض بالمنظومة الثقافية الرقمية** لا يكتمل إلا بهذا الركن الثالث، أي **الخطاب الديني العصري**، الذي يجب أن يكون جزءًا من مشروع وطني شامل يرى في الشباب **فاعلين ثقافيين مركزيين**، لا مجرد أهداف للوعظ.

خطاب يُنصت، لا يُملي. يرافق، لا يُقصي. يُحبّب، لا يُرهب.

خطابٌ يصوغ علاقة جديدة بالدين: لا كعبء، ولا كواجب، بل **كمصدر للمعنى في عالم يضجّ بالفوضى واللايقين**.

تكشف الدراسة الميدانية المعمقة حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي للشباب الجزائري عن ديناميكيات ثقافية معقدة وتحولات بنيوية في تمثلاتهم للمعايير الأخلاقية والاجتماعية والدينية.

فالشباب لم يعودوا يتلقون القيم بنفس الصيغة التقليدية التي كانت تمرّ عبر الأسرة، المدرسة، والمسجد، بل باتوا ينفتحون على شبكات سردية متعددة تُعيد صياغة مرجعياتهم وتعيد ترتيب أولوياتهم الرمزية، ضمن فضاء افتراضي يتسم بالسيولة والتنوع والسرعة. وأظهر التحليل الكمي للمعطيات المستقاة من عينة متنوعة جغرافيًا وثقافيًا أن الاستخدام المكثف والمتكرر لمواقع التواصل لا يقتصر على التفاعل السطحي،[1] بل يتجاوز ذلك ليُنتج شكلًا جديدًا من الوعي الذاتي، يُعيد من خلاله الشباب تقييم القيم الراسخة، فيختار منها ما يتلاءم مع حاجاته الفردية ورؤيته الخاصة للهوية والانتماء وهذا ما تجلى بوضوح في التحول من الالتزام الطقوسي إلى التدين الانتقائي أو الرمزي، وفي تبني سرديات التضامن العابر للمجتمع المحلي، أو حتى الانجذاب إلى نماذج حياتية جديدة تعبّر عن الحرية الفردية والمساءلة الذاتية.

[1] المرجع نفسه ، ص 122.

الفصـــل الرابـع :

تحليل البيانات الميدانية و نتائجها

المبحث الأول : تفريغ و تحليل البيانات

يُعدّ هذا المبحث خطوة أساسية في مسار الدراسة الميدانية، حيث يتم التركيز على **تفريغ وتحليل البيانات** التي تم جمعها من العينة المختارة، باستخدام أداة البحث المعتمدة وهي استمارة الاستبيان ، يهدف هذا المبحث إلى **استخلاص المؤشرات والمعطيات الأولية** التي تعكس تمثيلات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وأنماط استخدامهم لها، وتأثيراتها المحتملة على تصوراتهم القيمية وسلوكهم الاجتماعي. كما يُشكل هذا العمل مرحلة تمهيدية لتحليل أعمق في المبحث الموالي، حيث يتم تصنيف وتحليل البيانات وفق محاور رئيسية ترتبط بالإشكالية المطروحة، مع التركيز على التكرارات، الفروقات، والأنماط السلوكية أو الرمزية التي تظهر من خلال الإجابات. ومن خلال هذا التفريغ الأولي، يمكن رسم صورة أولية عن الاتجاهات العامة في علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على منظومتهم القيمية.

1- تفريغ البيانات الشخصية

إن البيانات الشخصية تساعد الباحث في التعرف على ملامح و خصائص المبحوثين و خلفياتهم و كثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات و المعطيات الميدانية ، حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة و أهدافها ، و لهذا فهي على جانب كبير من الأهمية إذ ينذر أن يصادف بحثا ميدانيا لم يتخذها إطارا موجها له، ومن هذا المنطلق فقد شملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية وهم (4) أسئلة تتعلق بالجنس ، السن ، المستوى التعليمي.

- **جدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس:**

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	170	56.66
أنثى	130	43.33
المجموع	300	100

يبين الجدول توزيع المبحوثين حسب الجنس أن عينة الدراسة تتكون من 170 ذكورًا بنسبة (56.66%)، مقابل 130 إناثًا بنسبة (43.33%)، وهو ما يعكس حضورًا أكبر لفئة الذكور مقارنة بالإناث في الدراسة الميدانية ورغم أن الفارق ليس كبيرًا21 إلا أنه يظل مؤشرًا مهمًا على اختلاف مستويات الإقبال والمشاركة بين الجنسين.

من خلال هذا التوزيع، يمكن القول إن الذكور أكثر انخراطًا في مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما تؤكده بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن الشباب الذكور يميلون إلى استخدام هذه المنصات بشكل أكثر كثافة نظرًا لطبيعة أنشطتهم الرقمية المرتبطة بالترفيه والألعاب ومتابعة المحتوى التفاعلي ، في المقابل تظهر الإناث حضورًا معتبرًا في الفضاء الرقمي، خاصة فيما يتعلق بمتابعة المؤثرين أو التفاعل الاجتماعي، لكنهن قد يكنّ أكثر تحفظًا في المشاركة في البحوث الميدانية لأسباب تتعلق بالخصوصية والثقافة الاجتماعية.

ويعكس هذا التوزيع أيضًا اختلافات في الواقع الاجتماعي الرقمي الذي تصفه نظرية الواقع الاجتماعي لـ برغر ولوكمان (1966)، حيث يتشكل إدراك الأفراد للواقع من خلال التفاعل الاجتماعي اليومي. فإذا كان الذكور أكثر حضورًا في المنصات، فإنهم يتعرضون بدرجة أكبر لعملية "إعادة بناء الواقع القيمي" عبر المحتوى الرقمي، بينما قد تمثل الإناث فضاءً أكثر انتقائية في التفاعل مع القيم الرقمية، ما يجعل تبنيهن للتغيرات القيمية أكثر حذرًا أو مرتبطًا بخصوصية السياق الاجتماعي.

كما يمكن الربط بنتائج دراسات ميدانية عربية سابقة ، إذ بيّنت دراسة هناء حسين سدخان[1] أن الشباب الذكور في المجتمعات العربية هم الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل، خصوصًا في ما يتعلق بمتابعة المحتوى السياسي والرياضي، بينما كانت الإناث أكثر اهتمامًا بالمحتوى الاجتماعي والثقافي. هذا التنوع في أنماط الاستخدام ينعكس بالضرورة على طبيعة القيم المكتسبة أو المعاد تشكيلها عبر هذه المنصات.

انطلاقًا من ذلك، يمكن القول إن الفارق في التوزيع بين الذكور والإناث (56.66% مقابل 43.33%) لا يقتصر على الجانب الكمي فقط، بل يترتب عنه اختلاف نوعي في الكيفية التي يعاد بها تشكيل القيم الاجتماعية ، فالذكور بحكم حضورهم الأكبر، أكثر عرضة للتأثر بالقيم الفردية والمادية التي تروج لها المنصات، بينما قد تميل الإناث إلى التمسك النسبي بالقيم الاجتماعية التقليدية، مع انفتاح مشروط على قيم جديدة مثل الاستقلالية والتعبير عن الذات.

[1] سدخان هناء حسن، العزوف عن القراءة لدى الشباب، دراسة اجتماعية ميدانية في محافظة الديوانية، لارك، المجلد 11، العدد 2، 2019 ، ص 332 .

وبالتالي، ينسجم هذا المعطى مع الطرح النظري الذي يرى أن الواقع الاجتماعي – كما تتم بناؤه في المنصات الرقمية – ليس محايدًا، بل يخضع للفروق الديموغرافية (مثل الجنس والعمر) التي تحدد طبيعة الانخراط والتأثر.

- **جدول رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب السن :**

السن	التكرار	النسبة المئوية %
24-18 سنة	80	26.66
31-25 سنة	150	50
35-31 سنة	70	23.33
المجموع	300	100

بين جدول رقم (04) أن توزيع المبحوثين حسب السن يظهر أن الفئة العمرية 25-31 سنة تمثل النسبة الأكبر من العينة بـ 150 فردًا أي (50%)، تليها الفئة العمرية 18-24 سنة بنسبة 26.66% (80 مبحوثًا)، ثم الفئة 31-35 سنة بنسبة 23.33% (70 مبحوثًا) ويعكس هذا التوزيع أن أغلب المبحوثين ينتمون إلى شريحة الشباب المبكر والمتوسط، أي الفئة الأكثر نشاطًا وحضورًا في الفضاء الرقمي.

من الناحية التحليلية، يعكس هذا التوزيع الطبيعة الديناميكية للسن في التأثير والتأثر بالقيم الرقمية فالفئة العمرية 18-24 سنة، وهي فئة الشباب الجامعي أو حديثي التخرج، تُعرف بكونها الأكثر قابلية للتأثر بالقيم

الجديدة التي تروجها مواقع التواصل، نظرًا لمرحلة بناء الهوية التي يمرون بها، كما أظهرت ذلك دراسة Boyd [1] حول المراهقين والشباب الرقميين بينما تمثل فئة 25-31 سنة الأكثر كثافة في الاستخدام، إذ أنها الفئة التي تزاوج بين الاهتمامات الترفيهية والاجتماعية والمهنية، وتتعامل مع المنصات باعتبارها وسيلة للتواصل، لكن أيضًا كأداة للتعلم أو بناء العلاقات المهنية ، أما فئة 31-35 سنة فتظل حاضرة بنسبة معتبرة، لكنها أقل كثافة مقارنة بالفئات الأصغر، ربما بسبب انشغالات العمل والأسرة، ما يجعل علاقتها بالقيم الرقمية أكثر انتقائية.

ووفقًا لنظرية الواقع الاجتماعي لـ برغر ولوكمان (1966)، فإن عملية بناء الواقع لا تتم بمعزل عن العوامل الديموغرافية، بل إن العمر يمثل متغيرًا أساسيًا يحدد طبيعة الاندماج في الفضاء الرقمي فالفئات الأصغر سنًا (18-24) تميل إلى تقليد السلوكيات والتجريب القيمي بشكل أكبر، وهو ما يعزز من احتمالية إعادة تشكيل أنماطهم القيمية بسرعة ، أما الفئات الأكبر (31-35) فتتعامل مع المنصات كامتداد للواقع الاجتماعي التقليدي أكثر من كونها فضاءً بديلاً له، ما يفسر تمسكهم النسبي ببعض القيم الاجتماعية الراسخة.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Pew Research Center [2] التي أكدت أن الفئات العمرية بين 18 و29 سنة هي الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل في العالم، تليها الفئة 30-39 سنة، مع اختلافات في طبيعة الاستخدام؛ حيث يغلب على الفئات الأصغر الطابع الترفيهي والتفاعلي، بينما تميل الفئات الأكبر إلى الاستخدام المهني والاجتماعي.

[1] Boyd, Pete, & Bloxham, Sue, A situative metaphor for teacher learning, the case of university tutors learning to grade student coursework, British Educational Research Journal, 40(2), 2014, p332.
[2] Pew Research Center, Social Media Use in 2021, Washington, Pew Research Center, 2021,p226.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن العمر ليس مجرد متغير إحصائي، بل هو محدد نوعي في كيفية بناء الواقع القيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فالفئة العمرية (25-31 سنة) بوصفها الأكثر حضورًا، تعد الفاعل الأساسي في إعادة تشكيل القيم الرقمية، بينما تسهم الفئة (18-24) في إدخال موجات جديدة من القيم المرتبطة بالتجريب والانفتاح، في حين تحاول الفئة (31-35) المواءمة بين القيم التقليدية والتحولات الرقمية ، على غرار ما أشار إليه تقرير Pew Research Center [1] بأن الاستخدام الأكثر كثافة لمواقع التواصل يتمركز لدى الفئات العمرية الشابة، خاصة في العشرينات وبداية الثلاثينات.

- **جدول رقم (05) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي :**

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية %
ثانوي	60	20
ليسانس	120	40
ماستر	118	39.33
دكتوراه	02	0.66
المجموع	300	100

[1] المرجع نفسه ، ص 226 .

يبين جدول رقم (05) أن غالبية المبحوثين من فئة ليسانس بنسبة 40% (120 مبحوثًا)، تليها فئة ماستر بنسبة 39.33% (118 مبحوثًا)، ثم فئة ثانوي بنسبة 20% (60 مبحوثًا)، وأخيرًا فئة دكتوراه التي مثلت نسبة ضئيلة جدًا 0.66% (02 مبحوثين فقط).

هذا التوزيع يعكس طبيعة العينة التي يغلب عليها الشباب الجامعي والمتخرجين الجدد، أي الفئات التي تعتبر الأكثر اندماجًا في الفضاء الرقمي، والأكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، وهو ما يتوافق مع عديد من الدراسات التي أكدت أن المستوى التعليمي العالي يرتبط غالبًا بزيادة استخدام الوسائط الرقمية، لكن أيضًا مع وجود وعي نقدي نسبي تجاه المضامين.

من الناحية التحليلية، يظهر أن المستوى الجامعي (ليسانس وماستر) يستحوذ على ما يقارب 80% من العينة، وهو ما يجعل القيم المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة إلى حد كبير بتمثلات هذه الفئة وبما أن الطلبة والجامعيين عادة ما يكونون في مرحلة تشكيل الهوية الاجتماعية والقيمية، فإن تعرضهم المستمر للمضامين الرقمية يسهم في إعادة بناء الواقع القيمي وفقًا لمقتضيات العصر الرقمي، خاصة قيم الفردانية والحرية والتواصل.

أما فئة الثانوي (20%) فهي تمثل فئة المراهقين المتأثرين بشكل أكبر بمحتويات الترفيه والتقليد، نظرًا لكونهم في مرحلة انتقالية من التنشئة الأسرية إلى الاستقلالية الجزئية، وهو ما يجعلهم عرضة لتبني القيم الرقمية بشكل مباشر وغير نقدي.

أما فئة الدكتوراه (0.66%)، فتمثل شريحة شبه هامشية في العينة، لكن وجودها يشير إلى أن حتى الفئات الأكاديمية العليا ليست بمنأى عن تأثيرات مواقع التواصل، غير أن تأثيرها قد يكون مختلفًا، إذ يغلب عليه الطابع العلمي أو التواصلي المهني أكثر من الطابع الترفيهي أو التقليدي.

وانطلاقًا من نظرية الواقع الاجتماعي لبرغر ولوكمان (1966)، يمكن تفسير هذه النتائج بأنها تُعد الفاعل الأساسي في إنتاج وإعادة إنتاج المعاني الاجتماعية عبر الفضاء الرقمي و مستوى التعليم يؤثر في عملية إعادة بناء الواقع الاجتماعي عبر التفاعل الرمزي ، فالأفراد الأكثر تعليمًا لديهم قدرة أكبر على تفسير المحتوى وتوظيفه بشكل يخدم حاجاتهم (سواء معرفية، مهنية أو اجتماعية)، في حين أن الفئات الأقل تعليمًا تكون أكثر عرضة للتأثر بالقيم السائدة دون تمحيص، وهو ما يخلق تفاوتًا في مدى تبني القيم الرقمية وانتشارها بين مختلف المستويات التعليمية.

كما تتقاطع هذه النتائج مع دراسة Livingstone [1] التي أكدت أن الشباب الجامعي يمثل الفئة الأكثر تفاعلًا مع مواقع التواصل، وأن التعليم العالي قد يسهم في تعزيز استخدام نقدي وهادف للمنصات، لكنه لا يلغي تأثير القيم الاستهلاكية والترفيهية التي تظل مهيمنة و كذا دراسة الزعبي [2] التي أظهرت أن الشباب الجامعي هم الأكثر تفاعلًا مع مواقع التواصل نظرًا لوعيهم الثقافي والاجتماعي من جهة، ورغبتهم في التعبير والمشاركة في

[1] Livingstone, Sonia, and Amanda Third, Children and Young People's Rights in the Digital Age, An Emerging Agenda, New Media & Society 19, no 5, 2017, p 657.

[2] الزعبي رضوان محمد. 2019. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، العراق ، 2019 ، ص 314.

النقاشات العامة من جهة أخرى وهو ما يدعم ما توصلت إليه هذه الدراسة من أن التعليم الجامعي يعد متغيرًا مهمًا في تفسير كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفي بناء الواقع الاجتماعي للشباب.

وعليه يمكن القول إن المستوى التعليمي يشكل محددًا رئيسيًا في كيفية استقبال القيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فبينما يميل الجامعيون إلى تبني قيم جديدة بانفتاح نسبي، يظل الثانويون أكثر عرضة للتأثير المباشر، في حين يتعامل ذو التعليم العالي جدًا (دكتوراه) مع المنصات بانتقائية، ما يعكس أن إعادة تشكيل الواقع القيمي عبر الفضاء الرقمي عملية متباينة باختلاف المستويات التعليمية.

- **2- تفريغ البيانات المتعلقة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .**
- **جدول رقم (06) يبين ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما.**

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
فيسبوك	42	14
انستغرام	53	17.66
تيكتوك	65	21.66
تويتر (X)	14	04.66
يوتوب	40	13.33
لينكد إن	20	06.66
سناب شات	60	20
أخرى	06	02
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (06) ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا من قبل المبحوثين، حيث احتل تطبيق تيك توك المرتبة الأولى بنسبة 21.66% يليه سناب شات بنسبة 20%، ثم إنستغرام بنسبة 17.66%. بينما تراجع فيسبوك، الذي كان المنصة الأكثر حضورًا في المراحل السابقة، إلى المرتبة الرابعة بنسبة 14%، يليه يوتيوب بنسبة 13.33%. أما المنصات ذات الطابع المتخصص كـ لينكد إن وتويتر ((Xفقد سجلت نسبًا ضعيفة لم تتجاوز على التوالي 6.66% و4.66%، في حين جاءت فئة "أخرى" بنسبة 2% فقط.

من خلال هذه النتائج، يمكن ملاحظة عدة مؤشرات دالة:

أولًا، بروز المنصات المرئية القصيرة (تيك توك وسناب شات) في المراتب الأولى يعكس تحولًا في أنماط الاستهلاك الإعلامي لدى الشباب الجزائري، حيث يفضلون المحتوى السريع، البصري والتفاعلي، الذي يتماشى مع إيقاع حياتهم اليومية هذا يتفق مع ما أشارت إليه تقارير Statista[1] التي بينت أن تيك توك أصبح المنصة الأسرع نموًا عالميًا بين الفئة العمرية 18-30 سنة، بفضل خوارزمياته القائمة على تخصيص المحتوى حسب اهتمامات المستخدمين.

ثانيًا، تراجع فيسبوك إلى المرتبة الرابعة يبرز تغيرًا في البنية العمرية والثقافية لمستخدميه، حيث أصبح أكثر ارتباطًا بالفئات الأكبر سنًا، بينما يفضل الشباب الانتقال إلى فضاءات جديدة تمنحهم مزيدًا من الحرية والخصوصية وهو ما أكده Boyd[2] حيث أشار إلى أن المستخدمين المراهقين والشباب يسعون دائمًا إلى فضاءات رقمية جديدة للهروب من رقابة الأسرة والجيل الأكبر.

[1] Statista,TikTok fastest growing social media platform worldwide , 2023 , https://www.statista.com.

[2] Boyd, Danah, It's Complicated, The Social Lives of Networked Teens, New Haven, Yale University Press, 2014,p155.

ثالثًا، رغم أن يوتيوب يعد من أقدم المنصات وأكثرها ثراءً من حيث المحتوى، إلا أن نسبته (13.33%) تبقى أقل من تيك توك وسناب شات، ما يفسر بأن الشباب يميلون إلى المحتوى القصير والسريع بدل الفيديوهات الطويلة، وهو اتجاه عالمي أكدته دراسة [1] Anderson Monica and Jingjing Jiang التي ربطت بين أنماط التصفح السريع وبين صعود ثقافة "المشاهدة المقتضبة".

رابعًا، ضعف حضور تويتر (4.66%) ولينكد إن (6.66%) يعكس أن الشباب الجزائري لا يولون أهمية كبيرة للفضاءات ذات الطابع السياسي أو المهني، مقارنة بانجذابهم إلى المحتوى الترفيهي والاجتماعي، مما يكشف أن الدوافع الترفيهية والتفاعلية تتغلب على الدوافع المعرفية أو المهنية.
كما أن تفضيل الشباب الجزائري لمنصات مثل تيك توك وسناب شات يعكس عملية إعادة بناء الواقع القيمي والاجتماعي في بيئة رقمية جديدة ، فالمحتويات التي تعرض على هذه المنصات لا تعكس الواقع فحسب، بل تساهم في إنتاج "واقع بديل" يقوم على قيم الفردانية، الاستعراض، الاستهلاك، وتقليد المؤثرين فالمبحوثون عبر تفاعلاتهم اليومية على هذه المنصات ينخرطون في عملية "تشكل اجتماعي جديد" حيث يتم ترسيخ أنماط سلوك وقيم معينة لتصبح جزءًا من وعيهم الجمعي وهنا يظهر كيف أن "الواقع الاجتماعي" لم يعد يُبنى فقط عبر الأسرة والمدرسة، بل أيضًا عبر الفضاءات الافتراضية التي تحدد ما هو شائع ومقبول ومثير للاهتمام.

إن ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا يكشف عن تحول جوهري في سلوكيات الشباب الجزائري، حيث لم تعد المنصات التقليدية مثل فيسبوك في صدارة المشهد، بل حلت محلها منصات الفيديو

[1] Anderson, Monica, and Jingjing Jiang, Teens, Social Media & Technology , Washington, D.C., Pew Research Center, 2018,p211.

القصيرة والترفيهية التي تشكل البيئة الأكثر تأثيرًا في القيم والسلوكيات وهذا يعكس أن القيم الجديدة التي يتبناها الشباب تتشكل بدرجة كبيرة وفق ما تفرضه خوارزميات هذه المنصات ومضامينها البصرية، وهو ما يدعم فرضية أن مواقع التواصل باتت فاعلًا مركزيًا في إعادة بناء الواقع الاجتماعي والقيمي.

هذه النتائج تتقاطع مع ما أكدته الدراسات السابقة، ومنها تقرير Pew Research Center الذي بيّن أن الفئة العمرية الشابة باتت تنجذب أساسًا إلى المنصات البصرية مثل تيك توك وإنستغرام، وهو ما يؤكد أن الشباب الجزائري جزء من هذا التحول العالمي في أنماط الاستخدام وبناء الواقع عبر الفضاء الرقمي.

- **جدول رقم (07) يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي.**

عدد الساعات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	**83**	**27.66**
01 – 03 ساعات	**104**	**34.66**
03 – 05 ساعات	**78**	**26**
أكثر من 05 ساعات	**35**	**11.66**
المجموع	**300**	**100**

يبين جدول رقم (07) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن الفئة الأكبر من المستجوبين تقضي بين 1 – 3 ساعات يوميًا بنسبة 34.66%، تليها فئة الذين يستخدمون المنصات أقل من ساعة يوميًا بنسبة 27.66%، ثم فئة الذين يقضون بين 3 - 5 ساعات بنسبة 26%. بينما تمثل الفئة التي تتجاوز مدة استخدامها أكثر من 5 ساعات يوميًا أقلية نسبية بلغت 11.66% فقط تشير هذه المعطيات إلى أن غالبية الشباب الجزائري من عينة الدراسة يقضون وقتًا معتبرًا

يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي، يتراوح في المتوسط بين ساعة وخمس ساعات وهذا يعكس أن هذه المنصات باتت مدمجة في الحياة اليومية للشباب، بحيث تشكل جزءًا من أنماط تفاعلهم الاجتماعي وتسلية أوقاتهم وحتى بناء علاقاتهم.

ان الفئة التي تقضي ما بين 1–3 ساعات تمثل الاستخدام "المعتدل"، وهو الأكثر شيوعًا عالميًا بين فئة الشباب، حيث يتم استغلال هذا الوقت في التواصل والترفيه بدرجة أساسية ، أما الفئة التي تقضي أكثر من 3 ساعات يوميًا (26% + 11.66% = 37.66%) فهي فئة يمكن اعتبارها "مكثفة الاستخدام"، وهي الأكثر عرضة للتأثر بالقيم والمضامين المنتشرة عبر هذه المنصات وهذا يتطابق مع نتائج دراسات سابقة Kuss, Daria J., and Mark D. Griffiths [1] التي أكدت أن الاستخدام المفرط يترافق غالبًا مع تغيرات في منظومة القيم والسلوكيات، مثل الميل إلى الفردانية والاستهلاك والتأثر بالمؤثرين.

في المقابل، وجود نسبة معتبرة (27.66%) من الشباب الذين يقضون أقل من ساعة يوميًا يكشف عن فئة أكثر "انتقائية" في استخدام هذه المنصات، ربما تستعملها لأغراض محددة (مثل التواصل السريع أو الاطلاع على الأخبار)، دون الانغماس في استهلاك المحتوى لفترات طويلة.
يمكن القول إن كثافة الاستخدام تلعب دورًا محوريًا في عملية "إعادة تشكيل الواقع القيمي" لدى الشباب فالمستخدمون الأكثر انغماسًا في المنصات، والذين يقضون 3 ساعات فأكثر يوميًا، هم الأكثر عرضة لتبني القيم والمعايير التي تروجها هذه الفضاءات، نظرًا لتكرار التفاعل واستمراريته بينما المستخدمون الأقل وقتًا يظلون أكثر ارتباطًا بقنوات التنشئة التقليدية كالأسرة والمدرسة وهذا يؤكد أن الواقع الاجتماعي لم يعد يُبنى

[1] Kuss, Daria J. and Mark D. Griffiths ,Social Networking Sites and Addiction, Ten Lessons Learned, International Journal of Environmental Research and Public Health 14, no 3, 2017, p 311.

فقط عبر التفاعل الواقعي، بل أيضًا عبر التفاعل الرقمي المكثف الذي يعيد صياغة التصورات والقيم بشكل مستمر.

وتتقاطع هذه النتائج مع ما أورده تقرير [1] DataReportal الذي أشار إلى أن متوسط الوقت الذي يقضيه مستخدمو الإنترنت في الجزائر على وسائل التواصل الاجتماعي يقدر بحوالي 3 ساعات و45 دقيقة يوميًا، وهو ما يعكس طبيعة الاعتماد المتزايد على هذه المنصات كجزء من الروتين اليومي للشباب.

[1] DataReportal, Digital , Algeria, We Are Social & Meltwater, March. Accessed, 2025, https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria DataReportal – Global Digital Insights

- **جدول رقم (08) يبين أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.**

الأسباب	التكرار	النسبة
التواصل مع الأصدقاء و العائلة	50	16.66
متابعة الأخبار و الأحداث	30	10
الترفيه (مشاهدة مقاطع الفيديو ، الألعاب، إلخ...)	55	18.33
البحث عن فرص عمل أو تطوير مهني	20	06.66
التعبير عن الرأي و المشاركة في النقاشات	15	05
البحث عن معلومات أو تعلم أشياء جديدة	08	02.66
بناء علاقات و صداقات جديدة	35	11.66
الحصول على الدعم الاجتماعي و النفسي	40	13.33
متابعة المشاهير و الشخصيات المؤثرة	42	14
المشاركة في مجموعات و منتديات ذات اهتمامات مشتركة	05	01.66
أخرى	00	00
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (08) أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن أبرز الدوافع تتمثل في الترفيه بنسبة 18.33%، يليه التواصل مع الأصدقاء والعائلة بنسبة 16.66%، ثم متابعة المشاهير والشخصيات المؤثرة بنسبة 14%، والحصول على الدعم الاجتماعي والنفسي بنسبة 13.33% ، كما برزت دوافع أخرى مثل بناء علاقات جديدة بنسبة 11.66% ومتابعة الأخبار والأحداث بنسبة 10% في المقابل، جاءت دوافع مثل التعبير عن الرأي (5%)، البحث عن فرص عمل أو تطوير مهني (6.66%)، والبحث عن المعلومات والتعلم (2.66%) في مراتب متأخرة أما المشاركة في مجموعات ومنتديات ذات اهتمامات مشتركة فقد سجلت أدنى نسبة (1.66%).

يتضح من هذه المعطيات أن استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي يغلب عليه الطابع الترفيهي والاجتماعي، حيث يشكل الترفيه والتواصل مع الأصدقاء والعائلة ما نسبته حوالي 35% من دوافع الاستخدام كما أن نسبًا معتبرة من المبحوثين تلجأ إلى هذه المنصات للبحث عن الاعتراف الاجتماعي والدعم النفسي (13.33%) أو لتتبع حياة المشاهير (14%)، وهو ما يعكس دور المؤثرين في تشكيل السلوكيات والقيم.

في المقابل، فإن الدوافع المعرفية والعلمية تبقى محدودة للغاية، إذ لم تتجاوز نسبة من يستخدمون هذه المنصات للتعلم والبحث عن المعلومات (2.66%)، أو للتعبير عن الرأي (5%)، أو حتى لتطوير مهني (6.66%) وهذا يعكس غلبة الاستخدام "الاستهلاكي" على حساب الاستخدام "الإنتاجي" أو "التنموي"، وهو ما سبق أن أكدت

عليه دراسات عربية ودولية اوضحت التي أوضحت أن الشباب ينظرون إلى مواقع التواصل أساسًا كمنصات للترفيه والتواصل أكثر من كونها أدوات للتعليم والمشاركة المجتمعية.

يمكن تفسير هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل فضاءً موازيًا لإعادة بناء الواقع القيمي للشباب، حيث تُسهم دوافع الاستخدام في تحديد نوع القيم التي يتبناها الأفراد فغلبة الدوافع الترفيهية والاجتماعية تجعل الشباب أكثر عرضة لتبني قيم الاستهلاك، التقليد، الفردانية والبحث عن القبول الاجتماعي، بينما ضعف الدوافع المعرفية والتعليمية يؤدي إلى تراجع تأثير هذه المنصات في نشر قيم مرتبطة بالعلم، النقد أو التفكير المستقل. وهنا يتجلى ما تسميه النظرية بعملية "الاعتياد الاجتماعي" (Social Habituation)حيث تتحول أنماط الاستخدام اليومية إلى معايير اجتماعية جديدة تشكل وعي الأفراد بقيمهم وعلاقاتهم.

من خلل ماسبق يمكن القول أن دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي تتركز بالأساس حول الترفيه والتواصل الاجتماعي، مع حضور ملحوظ لمتابعة المشاهير والدعم النفسي، بينما تتراجع الدوافع المرتبطة بالتعلم والمشاركة الفعالة وهذا يكشف عن ملامح منظومة قيمية جديدة تتشكل في الفضاء الرقمي، يغلب عليها الطابع الاستهلاكي والفردي أكثر من الطابع المعرفي أو التربوي.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات سابقة، أشارت الى أن متابعة المؤثرين أصبحت من أبرز دوافع الاستخدام لدى الشباب عالميًا، كما أكدت رباحي [1] في السياق العربي أن الترفيه والتواصل الاجتماعي يمثلان البعدين الأكثر حضورًا في دوافع الاستخدام.

وهو ما يؤكد أن الشباب الجزائري يندمج في نفس الديناميكيات العالمية مع احتفاظه بخصوصيته المحلية.

[1] رباحي ناسلية ، دوافع استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية على عينة من مستخدمي شبكة الفايسبوك، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3، الجزائر ،2021 ، ص 322.

- **3- تفريغ البيانات المتعلقة بالقيم التي تروج لها مواقع التواصل الاجتماعي :**
- **جدول رقم (09) يبين القيم المنتشرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.**

القيم	التكرار	النسبة
القيم الدينية و الأخلاقية	45	15
القيم الاجتماعية (التعاون، الاحترام ،إلخ..)	36	12
القيم المادية (الاستهلاك، المظهر ،إلخ..)	70	23.33
القيم الفردية (الحرية، الاستقلالية ،إلخ..)	66	22
القيم السياسية و الحقوقية	33	11
قيم الترفيه	50	16.66
اخرى	00	00
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (09) القيم المنتشرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت النتائج أن القيم المادية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 23.33%، تليها القيم الفردية بنسبة 22%، ثم قيم الترفيه بنسبة 16.66% أما القيم الدينية والأخلاقية فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 15%، تليها القيم الاجتماعية بنسبة 12%، وأخيرًا القيم السياسية والحقوقية بنسبة 11%.

يتضح من المعطيات أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل بيئة خصبة لترويج القيم ذات الطابع المادي والفردي، حيث يُلاحظ أن قيم الاستهلاك، المظهر، الحرية الفردية والاستقلالية هي الأكثر حضورًا وهذا

يعكس هيمنة الخطاب الرقمي الذي يركز على المظاهر الاستهلاكية والذاتية أكثر من اهتمامه بالقيم المشتركة أو التضامنية.

في المقابل، القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية، التي تمثل مكونات أساسية في البنية الثقافية الجزائرية، جاءت بنسب أقل (15% و12% على التوالي). ورغم أنها لم تختفِ كليًا من الفضاء الرقمي، إلا أن حضورها يبدو أقل تأثيرًا مقارنة بالقيم الحديثة ذات الطابع الفردي والمادي أما القيم السياسية والحقوقية فقد سجلت نسبة متدنية (11%)، مما يعكس تراجع الاهتمام بالمشاركة المدنية والسياسية عبر هذه المنصات لصالح أنشطة الترفيه والاستهلاك.

تتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات عربية وغربية؛ حيث أظهرت دراسة زروقي رياض[1]أن المنصات الاجتماعية تميل إلى تكريس قيم الفردانية والمظهرية بين الشباب ، كما أن أشار [2] Manuel Castellsإلى أن المجتمع الشبكي يساهم في إعادة تشكيل الهوية الفردية على حساب الروابط الاجتماعية التقليدية.

أما في السياق العربي، فقد أظهرت دراسة ديرم فاطمة الزهراء أن الشباب يميلون إلى تبني قيم استهلاكية وترفيهية نتيجة الانغماس في ثقافة المشاهير والمؤثرين عبر المنصات الرقمية. تفسر هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تكتفي بعكس القيم السائدة، بل تساهم في إنتاج وإعادة بناء قيم جديدة يتم تداولها وتطبيعها بين الأفراد. فالتكرار المستمر للمضامين المادية والفردية يجعلها مع مرور الوقت جزءًا من "الواقع الاجتماعي الجديد"، حيث يتبناها الشباب كمعايير طبيعية للحياة اليومية. في المقابل، ضعف تداول القيم الدينية والاجتماعية يعكس تراجع آليات "التنشئة التقليدية" (الأسرة، المدرسة، المسجد) أمام قوة الفضاء الرقمي في صناعة المعاني والتصورات.

[1] زروقي رياض، الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي:، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك ، طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر ، 2021 ، ص 377.

[2] Castells, Manuel, Communication Power, Oxford, Oxford University Press, 2009,p412.

في هذا الصدد ، تروج مواقع التواصل الاجتماعي بالأساس لقيم المادية والفردانية، مع حضور معتبر لقيم الترفيه، مقابل تراجع القيم الدينية والاجتماعية والسياسية. وهذا يعكس تحوّلًا في البنية القيمية للشباب الجزائري من نموذج جماعي وتضامني إلى نموذج فردي استهلاكي، وهو ما يؤكد الأثر العميق لهذه المنصات في إعادة تشكيل الواقع القيمي وفق منطق الإعلام الرقمي وثقافة الصورة.

وتتوافق هذه النتائج مع ما أشار إليه Castells [1] بأن شبكات التواصل تسهم في انتشار قيم الاستهلاك والفردانية عالميًا، كما تتقاطع مع دراسة دراسات عربية التي أوضحت أن الشباب العربي يتعرض عبر الفضاء الرقمي لتداخل بين القيم الحديثة (الاستهلاك، الحرية الفردية) والقيم التقليدية (الدين والأخلاق)، لكن مع غلبة الأولى على الثانية.

- **جدول رقم (10) يبين مدى تعزيز القيم المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.**

القيم	التكرار	النسبة
ايجابية	100	33.33
سلبية	150	50
مزيج	50	16.66
المجموع	300	100

[1] دريم فاطمة الزهراء، مستخدمو الفضاء الأزرق بين دعائم القيمية وجرائم التقنية ، دراسة حالة الشباب الجزائري ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 5 ، جامعة عبد الحميد مهري ، قسنطينة 2 ، الجزائر، 2019 ، ص 449.

يبين جدول رقم (10) مدى تعزيز القيم المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أوضح المبحوثون أن غالبية هذه القيم تحمل طابعًا سلبيًا بنسبة 50%، بينما اعتبر 33.33% من أفراد العينة أنها قيم إيجابية، في حين رأى 16.66% أنها عبارة عن مزيج بين القيم الإيجابية والسلبية. تكشف هذه النتائج عن إدراك الشباب الجزائري للوجه المزدوج لمواقع التواصل الاجتماعي فالنصف تقريبًا يرى أن هذه المنصات تعزز قيماً سلبية ترتبط غالبًا بانتشار الاستهلاك المفرط، التقليد الأعمى، الفردانية، والمظاهر السطحية في المقابل، نسبة معتبرة ترى أنها تحمل قيماً إيجابية، مثل التواصل، التثقيف، دعم الإبداع، والانفتاح على العالم. أما فئة "المزيج"، فهي تعكس وعيًا بأن هذه المنصات ليست ذات طبيعة أحادية، وإنما فضاءات مفتوحة يمكن أن تنتج قيماً متناقضة حسب طبيعة المحتوى والاستخدام.

تتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه كريملي هدى [1]التي أبرزت أن الشباب ينظرون إلى مواقع التواصل الاجتماعي كأداة مزدوجة: فهي قد تعزز قيماً إيجابية كالتعاون والتعلم، لكنها في الوقت نفسه تكرس قيماً سلبية كالفردانية والتشتت القيمي.

كما أكدت دراسة [2] Kuss and Griffithsأن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل يؤدي غالبًا إلى آثار نفسية وسلوكية سلبية، خصوصًا في ما يتعلق بالهوية والقيم. وتتسق هذه النتائج مع ما ذهب إليه الدراسات السابقة حول الطبيعة المزدوجة للشبكات الاجتماعية التي تتيح فرصًا للتعلم والتضامن، لكنها في الوقت نفسه تنتج التفاهة والتسطيح.

[1] كريملي هدى ، الثّقافة الرقمية ورهان الهويّة الدينية عند الشّباب المغربي ، مجلة إنسانيات، العدد 95، 2022 ، ص 87.

[2] Kuss, Daria J., and Mark D. Griffiths , Social Networking Sites and Addiction, Ten Lessons Learned , International Journal of Environmental Research and Public Health 14 , no 3, 2017 ,p 311.

في المقابل يمكن تفسير هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على إعادة إنتاج الواقع القيمي بشكل متناقض فالقيم الإيجابية والسلبية يتم تداولها معًا داخل نفس الفضاء الرقمي، لكن قوة انتشار القيم السطحية والمادية تجعلها أكثر تأثيرًا ومع مرور الوقت، تتحول هذه القيم السائدة، حتى وإن كانت سلبية، إلى جزء من "الواقع الموضوعي" الذي يتبناه الأفراد كمعايير عادية في حياتهم اليومية وهذا ما يفسر إدراك نصف العينة لطغيان الجانب السلبي.

تشير نتائج الجدول إلى أن الشباب الجزائري يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بشكل أكبر في تعزيز قيم سلبية على حساب القيم الإيجابية ومع ذلك، يظل هناك إدراك بأن المنصات قادرة أيضًا على نشر قيم بناءة، مما يعكس طابعها المزدوج كأداة للتنشئة الاجتماعية الحديثة، يمكن أن تعيد تشكيل الواقع القيمي للشباب في اتجاهات مختلفة حسب طبيعة الاستخدام والمحتوى.

- **جدول رقم (11) يبين مدى التغيرات في قيم المبحوثين.**

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		80	26.66
نعم	أتقبل بالقيم الجديدة	120	54.54
	أتمسك بالقيم التقليدية	70	31.81
	أخرى	30	13.63
	المجموع الجزئي	220	73.33
المجموع العام		300	100

يبين جدول رقم (11) مدى التغيرات التي طرأت على قيم المبحوثين نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن 26.66% من أفراد العينة أكدوا أنهم لم تتغير قيمهم، في حين أوضح 54.54% أنهم يتقبلون القيم الجديدة التي تروجها هذه المنصات بينما عبّر 31.81% عن تمسكهم بـ القيم التقليدية، وأشار 13.63% إلى مواقف أخرى متنوعة.

يتضح من هذه المعطيات أن التأثير القيمي لمواقع التواصل الاجتماعي ملموس وواضح، حيث أن أكثر من نصف المبحوثين يتبنون قيماً جديدة بشكل مباشر، وهو ما يدل على قدرة هذه المنصات على إعادة تشكيل البنية القيمية للشباب ومع ذلك، هناك شريحة معتبرة (31.81%) ما تزال محافظة على القيم التقليدية، وهو ما يعكس وجود مقاومة ثقافية تهدف إلى الحفاظ على الهوية القيمية الأصيلة أما الفئة التي صرحت بعدم

حدوث أي تغير (26.66%) تمثل بدورها نوعًا من الثبات القيمي، إما بفعل قوة التنشئة الاجتماعية التقليدية (الأسرة، المدرسة، الدين)، أو نتيجة وعي نقدي بالمحتوى الرقمي.

تتوافق هذه النتائج مع دراسة السابقة التي أبرزت أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت إحدى أهم قنوات إنتاج وإعادة إنتاج القيم الحديثة، لكنها لا تُذيب بالضرورة القيم التقليدية، بل تدفع نحو التعايش أو الصراع بينها و هو ماينعكس بدوره على أن الشباب الجزائري يعيش حالة "ازدواجية قيمية" تجمع بين التقليدي والحديث تبعًا لتأثير المحتوى الرقمي وسياقاته.

تفسر هذه النتائج من منظور النظرية بأن الواقع القيمي للشباب يتم بناؤه اجتماعياً عبر التفاعلات اليومية على المنصات الرقمية فالقيم الجديدة التي يتم تكرارها وتداولها تصبح جزءًا من "الواقع الموضوعي"، مما

يؤدي إلى تقبلها تدريجيًا غير أن استمرار تمسك بعض الأفراد بالقيم التقليدية يبرز دور المؤسسات الاجتماعية التقليدية (الأسرة، المدرسة، الدين) في حماية الهوية الثقافية وبالتالي، يعيش الشباب في فضاء مزدوج يجمع بين قيم محلية أصيلة وقيم عابرة للحدود.

اذا تشير هذه النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تحولات قيمية واضحة لدى الشباب الجزائري، حيث تبنى أكثر من نصفهم قيماً جديدة، بينما ظل جزء معتبر متمسكًا بالقيم التقليدية وهذا يعكس حالة من التوازن النسبي بين الانفتاح على قيم حديثة والتمسك بالهوية القيمية المحلية، مما يعزز الطرح القائل بأن الواقع القيمي المعاصر هو نتاج عملية تفاوض مستمرة بين القديم والجديد.

- **4- تفريغ البيانات المتعلقة بالعلاقة بين كثافة الاستخدام و تغير القيم .**

- **جدول رقم (12) يبين مدى تأثير الوقت المستغرق من طرف المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم.**

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		60	20
نعم	التعرض لقيم مختلفة من القيم	40	13.33
	مقارنة الذات بالاخرين	30	10
	البحث عى الاعجاب و الموافقة	30	10
	الوقوع في فقاعات المعلومات	27	09
	تأثير المؤثرين و المشاهير	45	15
	تراجع التواصل الحقيقي	60	20
	أخرى	08	26.66
	المجموع الجزئي	240	80
المجموع العام		300	100

يبين جدول رقم (12) العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتغير القيم لدى المبحوثين حيث أظهرت النتائج أن 20% من أفراد العينة يرون أن كثرة استخدام هذه المنصات لا تؤثر على قيمهم، بينما أشار 80% إلى وجود تأثيرات متعددة ومتنوعة ومن أبرز هذه التأثيرات: التعرض لقيم مختلفة (13.33%)، مقارنة الذات بالآخرين (10%)، البحث عن الإعجاب والموافقة (10%)، الوقوع في فقاعات المعلومات (9%)، تأثير المؤثرين والمشاهير (15%)، وأخيرًا تراجع التواصل الحقيقي (20%)، إضافة إلى 8 حالات أخرى تمثل 26.66%.

توضح هذه النتائج أن كثافة الاستخدام تمثل عاملًا حاسمًا في إعادة تشكيل الواقع القيمي للشباب فالتعرض المستمر للمحتوى الرقمي يجعل الشباب في مواجهة قيم جديدة وممارسات غير مألوفة، ما يدفعهم أحيانًا إلى مقارنة أنفسهم بالآخرين وقياس قيمتهم الاجتماعية عبر مؤشرات افتراضية مثل "الإعجابات" و"التفاعلات" كما أن تأثير المؤثرين والمشاهير يمثل آلية قوية لإعادة إنتاج القيم الاستهلاكية والفردية، وهو ما أظهرته نسبة 15% من العينة ومن جهة أخرى، يبرز تراجع التواصل الحقيقي (20%) كأحد أبرز مظاهر التغير القيمي، حيث يحل التواصل الافتراضي محل التفاعلات الاجتماعية المباشرة، مما يضعف الروابط التقليدية (الأسرة، الجوار، الأصدقاء).

تتفق هذه النتائج مع دراسة boyd حول "ثقافة الشبكات الاجتماعية"، التي بينت أن الاستخدام المكثف يقود إلى تغيرات في قيم التفاعل الاجتماعي عبر تعزيز قيم المظهر، الشعبية، والتأثير الرمزي على حساب القيم الجوهرية كما تتقاطع مع دراسة عربية التي أكدت أن كثافة الاستخدام ترتبط بزيادة احتمالات تبني قيم

فردية استهلاكية وضعف الروابط الاجتماعية التقليدية وهذه النتائج تتفق مع ما توصلت إليه Turkle [1] حول عزلة الشباب في الفضاء الرقمي، حيث أظهرت أن كثافة الاستخدام ترتبط مباشرة بضعف التواصل الواقعي وتزايد تأثير المشاهير على منظومة القيم.

تفسر النتائج بأن كثافة الاستخدام تجعل الشباب يشاركون باستمرار في عملية "إعادة إنتاج الواقع" عبر التفاعل مع محتويات متكررة تتحول تدريجيًا إلى معايير اجتماعية مقبولة فالتعرض المستمر لقيم معينة (مثل الفردية أو المظهرية) يجعلها تبدو "طبيعية" و"موضوعية"، وبالتالي يسهل تبنيها بالمقابل، يؤدي تراجع التواصل الحقيقي إلى إضعاف عملية "التنشئة الاجتماعية التقليدية"، وهو ما يفسر الميل نحو القيم الجديدة على حساب القيم الأصيلة.

يمكن القول إن كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة بشكل مباشر بتغير القيم لدى الشباب الجزائري فكلما زاد الوقت المستغرق على هذه المنصات، زادت احتمالات التعرض لقيم جديدة، والميل إلى المقارنة والبحث عن القبول الافتراضي، مع تنامي تأثير المؤثرين وتراجع أشكال التواصل الواقعي. وهو ما يعكس أن الواقع القيمي للشباب لم يعد يتشكل فقط عبر مؤسسات التنشئة التقليدية، بل أصبح نتاجًا للتفاعلات المكثفة داخل الفضاء الرقمي.

[1] Turkle, Sherry, Alone Together, Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, New York: Basic Books, 2017,p255.

- **جدول رقم (13) يبين مدى تقبل المبحوثين لقيم مختلفة عن قيمهم الأصلية .**

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		100	33.33
نعم	أصبحت أكثر وعيا بتنوع القيم	65	32.5
	أفهم السياقات المختلفة للقيم	53	26.5
	أعالج المعلومات بشكل محايد	37	18.5
	أتكيف مع اختلافات المستخدمين	45	22.5
	أخرى	00	00
	المجموع الجزئي	200	66.66
المجموع العام		300	100

يبين جدول رقم (13) مدى تقبل المبحوثين لقيم مختلفة عن قيمهم الأصلية بفعل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد أظهرت النتائج أن 33.33% من المبحوثين أكدوا أنهم لا يتقبلون قيماً مختلفة عن قيمهم الأصلية، في حين أشار 66.66% إلى أنهم أصبحوا أكثر انفتاحًا وتقبلًا لأشكال متعددة من القيم وتوزعت هذه المواقف الإيجابية كما يلي: 32.5% أصبحوا أكثر وعيًا بتنوع القيم، 26.5% باتوا أكثر فهمًا للسياقات المختلفة

للقيم، 18.5% أصبحوا أكثر حيادًا في معالجة المعلومات، و22.5% أبدوا قدرة على التكيف مع اختلافات المستخدمين.

توضح هذه النتائج أن غالبية الشباب المبحوثين (ثلثي العينة تقريبًا) يبدون مرونة معرفية وقيمية في التعامل مع المحتوى الرقمي المتنوع، حيث ساعدتهم المنصات على إدراك أن القيم ليست ثابتة بل نسبية تختلف باختلاف الثقافات والسياقات الاجتماعية هذا الانفتاح يعكس عملية إعادة تشكيل القيم الفردية نحو قبول التنوع والاختلاف، وهو ما يمكن اعتباره مؤشرًا على انتقال الشباب من الانغلاق القيمي إلى التفاعل النقدي والانتقائي مع ما يعرض عليهم.

في المقابل، تمثل نسبة 33.33% من الرافضين لتبني قيم جديدة مؤشرًا مهمًا على استمرار التمسك بالمرجعية الثقافية والدينية المحلية، ما يعني أن مواقع التواصل رغم تأثيرها الكبير لم تستطع إلغاء المقاومة الثقافية بشكل كامل.

أوضحت الدراسات أن الانفتاح على القيم العالمية عبر الإنترنت يولّد ازدواجية بين التمسك بالقيم المحلية وتبني قيم جديدة. و منها دراسة الشوابكة[1]التي أجريت في الأردن، حيث وجدت أن الشباب أكثر تقبلًا للتنوع القيمي مع تباين في مستويات التكيف تبعًا لشدة الاستخدام وطبيعة المنصة.

[1] الشوابكة شروق صالح محمد ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية والوطنية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن ، الفيسبوك نموذجاً، الاردن ، 2019 ، ص 67 .

وتتسق هذه النتائج مع ما توصل إليه الدراسات السابقة حول التعددية القيمية في المجتمع الشبكي، وكذلك مع دراسات أظهرت أن الشباب المغاربي يميلون إلى الموازنة بين المحافظة على القيم الأصلية والانفتاح الانتقائي على القيم الجديدة .

يمكن تفسير النتائج على أن التعرض المستمر لمحتوى قيمي متنوع داخل المنصات الرقمية يؤدي إلى إعادة تعريف الواقع الاجتماعي لدى الشباب فعملية "التطبيع" Normalizationمع قيم جديدة تتم تدريجيًا من خلال التكرار والتفاعل، ما يجعل هذه القيم تكتسب شرعية اجتماعية جديدة غير أن وجود نسبة معتبرة من المبحوثين الذين يرفضون القيم المختلفة يعكس استمرار تأثير آليات التنشئة التقليدية (الأسرة، المدرسة، الدين) في مقاومة "التشييء" القيمي الجديد الذي تحاول المنصات فرضه. تشير نتائج هذا الجدول إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في توسيع أفق الوعي القيمي للشباب الجزائري عبر تعزيز الانفتاح على التنوع والاختلاف، مع بقاء جزء معتبر من العينة متمسكًا بالقيم التقليدية الأصلية وهذا يعكس أن الواقع القيمي للشباب هو نتاج جدلية مستمرة بين التأثير الرقمي العالمي والمقاومة المحلية، ما يجعل المشهد القيمي متغيرًا ومعقدًا في آن واحد.

- 5- تفريغ البيانات المتعلقة بالتأثير حسب المنصة و المحتوى.

- جدول رقم (14) يبين مدى اختلاف القيم المعروضة بين منصات التواصل الاجتماعي .

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		150	50
نعم	طبيعة المنصة و الغرض منها	60	40
	خوارزميات المنصات	50	33.33
	ثقافة المستخدمين	15	10
	سياسات و ارشادات المنصات	25	16.66
	أخرى	00	00
	المجموع الجزئي	150	50
المجموع العام		300	100

يبين جدول رقم (14) مدى اختلاف القيم المعروضة بين منصات التواصل الاجتماعي وقد أظهرت النتائج أن نصف المبحوثين تقريبًا (50%) يرون أن القيم لا تختلف باختلاف المنصة، بل إن المحتوى بشكل عام يظل متشابهًا في رسائله الأساسية بينما يرى النصف الآخر (50%) أن هناك اختلافًا واضحًا في القيم المروجة، ويتجسد ذلك في عدة عوامل: طبيعة المنصة والغرض منها (40%)، خوارزميات المنصات (33.33%)، ثقافة المستخدمين (10%)، وأخيرًا سياسات وإرشادات المنصات (16.66%).

تشير هذه النتائج إلى وجود انقسام في وعي الشباب الجزائري تجاه تأثير المنصات المختلفة فالفئة الأولى (50%) تعكس تصورًا عامًا بأن المنصات هي مجرد وسيلة لنشر القيم ذاتها، بينما الفئة الثانية (50%) تدرك أن لكل منصة خصوصيتها وأسلوبها في تشكيل القيم فمثلًا، تيك توك وسناب شات يركزان على المحتوى المرئي السريع والقصير مما يساهم في نشر قيم الترفيه والاستهلاك والتقليد، بينما لينكد إن يعزز القيم المهنية مثل الجدية والطموح والتطوير الذاتي كما أن الخوارزميات تلعب دورًا محوريًا في إعادة إنتاج قيم معينة عبر "فقاعات التصفية" ((Filter Bubblesالتي تجعل المستخدم يتعرض لنوع محدد من القيم والممارسات بشكل متكرر، ما يعزز "التطبيع" مع تلك القيم.

و هو مايؤكد أن اختلاف طبيعة المنصات يؤدي إلى اختلاف في أنماط التفاعل والقيم المكتسبة.

كما تدعم دراسة boyd[1]حول الشبكات الاجتماعية والتي أوضحت أن ثقافة المستخدمين وسياسات المنصات تحدد بشكل كبير طبيعة الخطاب القيمي المنتشر فيها. أما الدراسات العربية السابقة فقد أبرزت أن الشباب

[1] William H. Dutton, Sociality Through Social Network Sites, The Oxford Handbook of Internet Studies, Oxford University Press, 2013, p 151.

يتعرضون لقيم متباينة تبعًا للمنصة، حيث يُلاحظ حضور قوي للقيم الترفيهية والاستهلاكية في "تيك توك"، مقابل بروز قيم مهنية في "لينكد إن".

وتتسق هذه النتائج مع ما ذهب إليه Ellison, and boyd حول "الثقافات الرقمية المتعددة"، الذين أكدوا دور الخوارزميات في تشكيل المحتوى القيمي، فضلًا عن الدراسات المحلية التي أظهرت تمييز الشباب الجزائري بين الطابع المهني لبعض المنصات (لينكدإن) والطابع الترفيهي أو الاستهلاكي لأخرى (تيك توك، إنستغرام).

تؤكد هذه النتائج أن المنصات ليست مجرد أدوات محايدة، بل هي فضاءات اجتماعية تبني واقعًا قيميا مميزًا. فالخوارزميات والسياسات الداخلية للمنصات تعمل كآليات لإضفاء الشرعية على قيم معينة وجعلها تبدو وكأنها "الواقع الطبيعي". وبذلك، تختلف "عملية بناء الواقع" من منصة إلى أخرى، ما يفسر وعي نصف العينة بأن القيم ليست موحدة، بل تتشكل تبعًا للفضاء الرقمي الذي يتواجدون فيه. يمكن القول إن الشباب الجزائري منقسمون بين من يرون أن القيم ثابتة عبر المنصات، ومن يدركون أن لكل منصة بنيتها القيمية الخاصة التي تؤثر في تشكيل وعيهم وسلوكهم. وهذا يعزز فكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست مجرد وسائط ناقلة للمحتوى، بل هي فاعلون اجتماعيون يسهمون في بناء وتوجيه الواقع القيمي للمستخدمين.

- **جدول رقم (15) يبين منصات التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا على قيم المبحوثين .**

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
فيسبوك	42	14
انستغرام	53	17.66
تيكتوك	65	21.66
تويتر (X)	14	04.66
يوتوب	40	13.33
لينكد إن	20	06.66
سناب شات	60	20
أخرى	06	02
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (15) ترتيب منصات التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرًا على قيم المبحوثين. وقد أظهرت النتائج أن منصة تيك توك جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (21.66%) تليها سناب شات بنسبة (20%)، ثم إنستغرام بنسبة

(17.66%) أما فيسبوك فحلّ في المرتبة الرابعة بنسبة (14%)، يليه يوتيوب بنسبة (13.33%)، ثم لينكد إن بنسبة (6.66%) وأخيرًا تويتر (X) بنسبة ضعيفة نسبيًا (4.66%).

يتضح من هذه النتائج أن المنصات ذات الطابع المرئي السريع (تيك توك، سناب شات، إنستغرام) هي الأكثر تأثيرًا على قيم الشباب الجزائري ويرجع ذلك إلى طبيعة محتواها القائم على الفيديوهات القصيرة والتفاعل المباشر، مما يجعلها أكثر جاذبية خصوصًا للفئة العمرية الشابة هذه المنصات غالبًا ما تروج لقيم ترتبط بالمظهر، الاستهلاك، الترفيه، التقليد، والفردانية، وهو ما يتماشى مع طبيعة ثقافتها الرقمية. في المقابل، جاء فيسبوك ويوتيوب بنسبة أقل رغم كونهما من أقدم المنصات، وهو ما يعكس تحول أنماط الاستخدام نحو التطبيقات الأكثر "حيوية" و"تفاعلية" ، أما لينكد إن فكان تأثيره محدودًا لأنه يركز على المجال المهني والتطوير الذاتي، وهو مجال أقل جذبًا لشريحة واسعة من الشباب مقارنة بالترفيه. وأخيرًا، ضعف تأثير تويتر (X) قد يعزى إلى محدودية انتشاره بين الشباب الجزائري مقارنة بدول أخرى، وكذلك لطبيعة محتواه التي تركز على النقاشات السياسية والإعلامية أكثر من القيم الاجتماعية واليومية. تتوافق هذه النتائج مع دراسات حديثة مثل دراسة We Are Social and Meltwater التي أكدت أن تيك توك وسناب شات وإنستغرام هي الأكثر تأثيرًا في تشكيل سلوكيات وقيم الجيل الجديد عالميًا.

كما تدعم دراسة BOYD[1] فكرة أن طبيعة المنصة تحدد نوع القيم المروجة: فالمنصات المرئية تخلق ثقافة قائمة على الصورة والمظهر، في حين أن المنصات النصية تميل إلى نشر قيم مرتبطة بالنقاش والحوار أما في السياق العربي، فقد أشارت دراسة الحميدي [2] إلى أن تيك توك أصبح منصة رئيسية في إعادة تشكيل قيم الشباب عبر انتشار التحديات Challenges والمحتوى السريع القابل للتقليد.

[1] We Are Social and Meltwater, Digital Global Overview Report, , 2023,p78.

[2] الحميدي أحمد ، تأثير تطبيق "تيك توك" في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب العربي ، جامعة الملك سعود، السعودية، 2021 ، ص 156.

من خلال هذه النتائج يمكن القول إن المنصات الأكثر تأثيرًا (تيك توك، سناب شات، إنستغرام) أصبحت فضاءات لإنتاج "واقع اجتماعي جديد" قائم على قيم مغايرة لما كان يُعاد إنتاجه تقليديًا عبر الأسرة أو المدرسة فالمحتوى المتداول فيها يُعيد تشكيل إدراك الشباب لما هو "طبيعي" أو "مقبول"، ويضفي شرعية اجتماعية على أنماط سلوك وقيم قد تكون دخيلة على الثقافة المحلية وهنا تعمل المنصات ك وسطاء لبناء الواقع من خلال آلياتها التقنية (الخوارزميات) والثقافية (المؤثرون، الرموز، تحديات الفيديو).

وهو ما يتقاطع مع ما أكدته الدراسات السابقة حول أن المنصات المرئية تلعب دورًا أكبر في تشكيل قيم الشباب مقارنة بالمنصات النصية أو المهنية.

تشير النتائج إلى أن التأثير القيمي الأكبر للشباب الجزائري يأتي من المنصات ذات الطابع البصري الترفيهي، بينما تراجع تأثير المنصات التقليدية مثل فيسبوك ويوتيوب وهذا يبرز التحول العميق في أنماط التلقي والاستهلاك الرقمي، ويؤكد أن بناء الواقع القيمي للشباب أصبح رهينًا بفضاءات رقمية سريعة التغيير ذات محتوى مرئي مكثف.

- **جدول رقم (16) يبين نوع المحتوى الأكثر تأثيرا على القيم .**

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
المحتوى الديني	45	15
المحتوى السياسي	40	13.33
المحتوى الاجتماعي	90	30
المحتوى التعليمي و العلمي	30	10
المحتوى الترفيهي	80	26.66
أخرى	15	05
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (16) نوع المحتوى الأكثر تأثيرًا على القيم من وجهة نظر المبحوثين وقد أظهرت النتائج أن المحتوى الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى بنسبة (30%)، يليه المحتوى الترفيهي بنسبة (26.66%)، ثم المحتوى الديني بنسبة (15%)، فيما حل المحتوى السياسي بنسبة (13.33%) والتعليمي والعلمي بنسبة (10%)، وأخيرًا صنف "أخرى" بنسبة ضعيفة (5%).

تكشف هذه النتائج أن الشباب الجزائري يتأثر بالدرجة الأولى بالمحتويات ذات الطابع الاجتماعي والترفيهي

فالمحتوى الاجتماعي (مثل النقاشات حول العادات، العلاقات، القضايا المجتمعية اليومية) يعكس انشغال الشباب بالبحث عن نماذج حياتية بديلة أو مرجعيات قيمية جديدة يتم تداولها على المنصات أما هيمنة المحتوى الترفيهي فتبرز ميل الشباب نحو الترفيه كقيمة مركزية، وهو ما ينسجم مع طبيعة المنصات البصرية مثل تيك توك وسناب شات التي تروج لمحتوى سريع الاستهلاك (موسيقى، رقص، مقاطع مضحكة، تحديات).

في المقابل، ورغم حضور المحتوى الديني بنسبة معتبرة (15%)، إلا أنه لم يحتل المراتب الأولى، ما يشير إلى أن دوره في التأثير القيمي ظل مهمًا لكنه محدود مقارنة بالمحتوى الاجتماعي والترفيهي أما المحتوى السياسي والتعليمي فجاء تأثيرهما أقل، وهو ما قد يُعزى إلى ضعف جاذبيتهما لدى الشباب أو لارتباطهما بمستويات أعمق من التحليل والنقاش تتطلب وقتًا وجهدًا أكبر من الاستهلاك السريع.

تتقاطع هذه النتائج مع دراسات عربية ودولية عديدة ، إلى أن الشباب ينجذبون أكثر للمحتويات الترفيهية والاجتماعية لأنها تلبي حاجات الهوية والانتماء كما أن المحتوى الترفيهي يحتل المرتبة الأولى عالميًا في التأثير على الشباب، متبوعًا بالمحتوى الاجتماعي وفي السياق الجزائري، أظهرت دراسة بن عمار[1]أن المحتوى الديني يحافظ على تأثيره، لكنه يتراجع أمام المحتويات ذات الطابع الخفيف والسريع.

وهو ما يتقاطع مع نتائج الدراسات السابقة التي أبرزت الدور المحوري للمحتوى الاجتماعي والترفيهي في تشكيل الوعي القيمي لدى الشباب المعاصر.

تشير هذه النتائج إلى أن الشباب يعيدون بناء واقعهم الاجتماعي من خلال التفاعل مع محتويات رقمية ذات

[1] بن عمار سليم،تأثير المحتوى الديني والمحتوى الترفيهي على منظومة القِيَم لدى الشباب الجزائري ، جامعة الجزائر3،الجزائر ، 2021،ص 408 .

طابع يومي وترفيهي. فالمحتوى الاجتماعي يشرعن قيَمًا جديدة عبر النقاشات والممارسات الرقمية، بينما يعمل المحتوى الترفيهي على تطبيع قيَم الاستهلاك، الفردية، والمظهر بوصفها "طبيعية" داخل الفضاء الرقمي هنا يصبح الواقع الاجتماعي الجديد انعكاسًا لممارسات رقمية تتكرر وتُعاش يوميًا حتى تترسخ كقيم راسخة، مما يوضح كيف تتحول المنصات إلى أدوات لإعادة إنتاج قيم قد تختلف عن القيم التقليدية. يتضح أن التأثير الأكبر على قيم الشباب الجزائري ينبع من المحتوى الاجتماعي والترفيهي، بينما يظل المحتوى الديني والسياسي والتعليمي في مراتب ثانوية. هذا التوزيع يعكس تغيرًا جوهريًا في سلم أولويات الشباب القيمية، حيث لم تعد المرجعيات التقليدية (الدين، السياسة، التعليم) هي الأكثر تأثيرًا، بل حلت محلها فضاءات جديدة تعيد صياغة قيم الشباب اليومية وعلاقاتهم الاجتماعية وفق ما تفرضه الثقافة الرقمية.

- **جدول رقم (17) يبين مدى مشاركة المبحوثين في مشاركة و انشاء محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي .**

مدى المشاركة او انشاء محتوى	التكرار	النسبة
أنشئ محتوى بانتظام	100	33.33
أشارك أحيانا	80	26.66
أتابع فقط دون مشاركة	60	20
لا أستخدمها كثيرا	60	20
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (17) مدى مشاركة المبحوثين في إنشاء ومشاركة المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي. وقد أوضحت النتائج أن 33.33% من الشباب ينشئون محتوى بانتظام، بينما 26.66% يشاركون أحيانًا في التفاعل عبر التعليقات أو إعادة النشر في المقابل، صرّح 20% أنهم يكتفون بالمتابعة دون مشاركة، ونفس النسبة (20%) لا يستخدمون المنصات بكثرة.

تظهر هذه النتائج أن ثلث العينة تقريبًا منخرطون في إنتاج المحتوى بشكل منتظم، وهو ما يعكس تحوّل الشباب من مجرد "مستهلكين" للمحتوى إلى "منتجين" فاعلين فيه. كما أن نسبة معتبرة (26.66%) تشارك بشكل متقطع، ما يشير إلى أن دائرة التفاعل تتسع تدريجيًا لتشمل الغالبية العظمى من المستخدمين. ومع ذلك، تبقى هناك فئة غير قليلة (40% بالمجموع) إما تتابع بصمت دون مشاركة أو لا تستخدم المنصات بشكل مكثف، ما يعكس تنوع أنماط الاستخدام ودرجات الانخراط الرقمي بين الشباب الجزائري.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Haenlein Kaplan & التي تؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تقتصر على الاستهلاك، بل تحفّز المستخدمين على أن يصبحوا "مساهمين في إنتاج الثقافة الرقمية" كما أن جيل الشباب أكثر ميلًا لإنشاء المحتوى ومشاركته مقارنة بالأجيال السابقة، وهو ما يعزز دورهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام وصياغة القيم الرقمية. وفي السياق العربي، بيّنت دراسة بن حمودة أن نسبة الشباب المنتجين للمحتوى في الجزائر في تزايد، خصوصًا مع انتشار منصات بصرية مثل تيك توك وإنستغرام.

وتتقاطع هذه النتائج مع ما أشارت إليه دراسة Kaplan and Haenlein[1] حول تقسيم المستخدمين إلى منتجين ومتفاعلين ومستهلكين صامتين، مما يؤكد أن مواقع التواصل تمثل اليوم مجالًا مزدوجًا لبناء القيم: مجال الاستهلاك ومجال الإنتاج في آن واحد..

من منظور هذه النظرية، فإن انخراط الشباب في إنشاء المحتوى يعني مشاركتهم المباشرة في عملية "إعادة بناء الواقع الاجتماعي" داخل الفضاء الرقمي. فالمحتويات التي يُنشئونها لا تعكس فقط قيمهم ومعتقداتهم، بل تسهم أيضًا في نشرها وتطبيعها لدى الآخرين ومع التكرار والانتشار، تتحول هذه التمثلات الرقمية إلى معايير وقيم تُعتبر "طبيعية" في نظر المستخدمين أما فئة "المتابعين فقط"، فهي تشارك بطريقة غير مباشرة عبر الاستهلاك الصامت، مما يساهم أيضًا في ترسيخ القيم التي يتم الترويج لها عبر التفاعل الكثيف للآخرين. تؤكد نتائج هذا الجدول أن الشباب الجزائري ليسوا متلقين سلبيين لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي، بل إن ثلثهم على الأقل منخرطون بانتظام في إنتاج المحتوى، بينما تتوزع باقي الفئات بين المشاركة العرضية والاستهلاك الصامت وهذا يعكس ديناميكية قوية تجعل من مواقع التواصل فضاءً تفاعليًا لتبادل القيم وصياغة معانٍ جديدة للواقع الاجتماعي، مما يزيد من أثرها المباشر على البناء القيمي للشباب.

[1] Kaplan, Andreas M. and Michael Haenlein, Users of the World, Unite, The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizons, vol 53, no 1, 2010, p 59.

- **جدول رقم (18) يبين مدى تأثير مشاركة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي على القيم .**

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		180	60
نعم	عرض وجهات نظر متعددة	40	33.33
	تقديم معلومات محايدة	25	20.83
	ابراز قيم معينة	30	25
	المساهمة في تشكيل النقاشات العامة	10	08.33
	الرد على استفسارات حول القيم بشكل مباشر	15	12.5
	أخرى	00	00
	المجموع الجزئي	120	40
المجموع العام		300	100

يبين جدول رقم (18) مدى تأثير مشاركة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي على القيم وقد أظهرت النتائج أن 60% من أفراد العينة أكدوا أن مشاركتهم لا تؤثر بشكل مباشر على القيم، في حين اعتبر 40% أن مشاركتهم تسهم في هذا المجال بدرجات مختلفة من بين هؤلاء، أوضح 33.33% أن تأثير المشاركة يتمثل في عرض وجهات نظر متعددة، بينما أكد 20.83% أن مشاركاتهم تساعد على تقديم معلومات محايدة كما أشار 25% إلى دورهم في إبراز قيم معينة، في حين اعتبر 8.33% أن لهم مساهمة في تشكيل النقاشات العامة، بينما ذكر 12.5% أنهم يردون على استفسارات مرتبطة بالقيم بشكل مباشر. توضح النتائج أن غالبية المبحوثين (60%) لا يدركون وجود علاقة مباشرة بين نشاطهم على مواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثير على القيم، ما قد يعكس نوعًا من "الوعي المحدود" أو "التقليل من شأن الذات" في

الفضاء الرقمي في المقابل، تكشف نسبة معتبرة (40%) أن الشباب يرون أنفسهم طرفًا فاعلًا في التفاعل القيمي عبر الشبكات الرقمية، سواء عبر تبادل الآراء أو تقديم المعلومات أو توجيه النقاشات هذه الثنائية (الفاعلية مقابل السلبية) تكشف عن تباين في درجة وعي الشباب بالدور الذي يمكن أن تلعبه مشاركاتهم في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والثقافية.

تتوافق هذه النتائج مع ما أشارت إليه دراسة سابقة على غرار دراسة Boyd التي أكدت أن الشباب في البيئات الرقمية ينقسمون بين فئة ترى نفسها مجرد "متابع" وفئة أخرى تنخرط كـ "مشارك نشط" في صياغة الخطابات ، بالاضافة الى أن أن الشبكات الرقمية تُحوّل المستخدمين من مستهلكين إلى "فاعلين اجتماعيين" قادرين على التأثير في الرأي العام وتشكيل أجندات النقاش. أما في السياق العربي، فقد بيّنت دراسات أن الشباب الجزائري يستخدمون المنصات الاجتماعية للتعبير عن مواقف وقيم معينة، خاصة في القضايا السياسية والاجتماعية، حتى وإن لم يصرحوا بشكل مباشر بوعيهم بهذا الدور.

كما تتقاطع هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات سابقة التي بينت أن مستخدمي المنصات الرقمية قد لا يدركون دائمًا مدى مساهمتهم في تشكيل النقاشات العامة، غير أن تراكم الأفعال البسيطة (إعجاب، تعليق، مشاركة) يؤدي في النهاية إلى إعادة إنتاج القيم الاجتماعية والفردية وانتشارها على نطاق أوسع. إن المشاركة في النقاشات الرقمية أو إبراز قيم معينة لا يُعد مجرد فعل عابر، بل هو عملية من عمليات "إعادة بناء الواقع" داخل الفضاء الافتراضي. فحين يعرض المستخدمون وجهات نظر متعددة أو يبرزون قيمًا محددة، فإنهم يسهمون في عملية "التشيء" ((Objectivationلهذه القيم، بحيث تتحول من آراء فردية إلى معانٍ مشتركة متداولةوحتى عندما يقدمون معلومات محايدة أو يردون على استفسارات، فهم يشاركون في

"تثبيت المعنى" وتوجيه إدراك الآخرين للواقع الاجتماعي. وبالتالي، فإن هذه المساهمات، وإن بدت بسيطة أو غير مؤثرة في نظر بعض الشباب، فإن تراكمها عبر التفاعلات اليومية يجعلها جزءًا من البنية الرمزية للقيم في المجتمع الرقمي.

يبين الجدول أن هناك فجوة في إدراك الشباب لدورهم في التأثير القيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: فالأغلبية تعتبر نفسها غير مؤثرة، في حين تكشف أقلية فاعلة عن دور واضح في عرض القيم، إبرازها، أو المشاركة في تشكيل النقاش العام وهذا يعكس أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تُشكل فقط فضاءً للتلقي، بل أيضًا مجالًا لإعادة إنتاج القيم وبنائها، بما ينسجم مع نظرية بناء الواقع الاجتماعي التي تبرز أهمية الممارسات اليومية والتفاعلات الرمزية في صياغة الواقع الجمعي.

- **6- تفريغ البيانات المتعلقة بمدى تبني المستخدمون الشباب للقيم المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي.**

- **جدول رقم (19) يبين مدى تقليد المبحوثين لسلوكيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.**

تقليد السلوكيات	التكرار	النسبة
كثيرا	130	43.33
أحيانا	100	33.33
نادرا	50	16.66
لا أبدا	20	06.66
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (19) مدى تقليد المبحوثين للسلوكيات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثين (43.33%) يقلدون هذه السلوكيات بدرجة كبيرة، في حين صرّح (33.33%) أنهم يقومون بذلك أحيانًا، مقابل (16.66%) فقط يقلدونها نادرًا، بينما اقتصر رفض التقليد التام على فئة محدودة لم تتجاوز (06.66%) من العينة.

تشير هذه النتائج إلى أن الغالبية الساحقة من الشباب المبحوثين (76.66%) ينخرطون في تقليد السلوكيات الرقمية بدرجات متفاوتة، ما يعكس قوة التأثير الذي تمارسه هذه المنصات، حيث تحولت إلى فضاء معياري يفرض أنماطًا من السلوك والتفاعل يتم إعادة إنتاجها بسرعة داخل المجتمع الواقعي ويبدو أن حضور المؤثرين، وانتشار التحديات الرقمية، وأنماط المظهر واللغة والاهتمامات، كلها عناصر تغذي هذا التقليد وتزيد من قابلية الشباب للتأثر.

وفي المقابل، فإن الفئة التي صرحت بأنها لا تقلد أو تقلد نادرًا (23.32%) يمكن أن تُفهم باعتبارها شريحة أكثر انتقائية ووعيًا، قادرة على ممارسة نوع من الرقابة الذاتية أو الاستناد إلى مرجعيات ثقافية وأسرية تقلل من حدة هذا التأثير.

إن هذه النتائج تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيلة للتسلية أو التواصل، بل أصبحت أحد أبرز مصادر التنشئة الاجتماعية البديلة، حيث تسهم بشكل مباشر في تشكيل القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري كما تكشف عن مفارقة واضحة: فمن جهة، تتيح هذه المنصات فرصًا للانفتاح والتعبير عن الذات، ومن جهة أخرى، تفرض قيمًا وأنماطًا قد تتعارض أحيانًا مع المرجعيات الثقافية والاجتماعية المحلية. توضح هذه النتائج أن السلوكيات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها قوة تأثيرية ملحوظة على الشباب الجزائري فارتفاع نسبة من يقلدون هذه السلوكيات "كثيرًا" أو "أحيانًا" يعكس أن مواقع التواصل لا تعمل فقط كقنوات تواصل أو فضاءات للترفيه، بل تتحول إلى مصدر لبناء أنماط سلوكية جديدة يتم تبنيها وتقليدها في الواقع الاجتماعي اليومي وقد يرجع ذلك إلى الطبيعة التفاعلية لهذه المنصات، التي تتيح الانتشار السريع للسلوكيات Viral Behaviors، إضافة إلى "التطبيع" التدريجي لممارسات قد تكون في البداية غريبة،

لكنها مع التكرار تصبح مألوفة ومقبولة.

تتفق هذه النتائج االوافق مع نظرية التعلم الاجتماعي، التي أكدت أن الأفراد يكتسبون السلوكيات من خلال الملاحظة والتقليد، خاصة عندما يكون السلوك مقترنًا بمكافأة أو شعبية كما أن ثقافة الشبكات الاجتماعية، التي بينت أنهم يتأثرون بشكل كبير بما يشاهدونه من ممارسات وسلوكيات يتم الترويج لها من قبل المؤثرين أو الأقران أما في السياق المحلي، فقد أظهرت دراسة عبس فريدة [1] حول الشباب الجزائري أن مواقع التواصل باتت إحدى أهم قنوات التنشئة الاجتماعية الجديدة، حيث يتشكل من خلالها جزء من السلوكيات اليومية للشباب.

من منظور نظرية بناء الواقع القيمي، فإن تقليد السلوكيات الرقمية يعكس عملية "إعادة إنتاج الواقع" داخل الفضاء الاجتماعي فحينما يتم تداول سلوك معين بشكل متكرر عبر المنصات الرقمية، فإنه يمر بمراحل ثلاث: التشريع Externalizationحيث يظهر السلوك في العالم الرقمي ، التشييء Objectivationحيث يصبح هذا السلوك حقيقة خارجية مستقلة تُعرض وتُتداول ، ثم الاستيعاب Internalizationحيث يقوم الأفراد بتمثل هذا السلوك وتبنيه في حياتهم اليومية وبالتالي، فإن التقليد الواسع الذي أظهرته نتائج الجدول يوضح أن الشباب لا يكتفون باستهلاك المحتوى، بل يسهمون في نقل القيم والسلوكيات الرقمية إلى الواقع المعيش.

[1] صغير عباس فريدة، وأعراب فطيمة ، واقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على التنشئة الاجتماعية لدى الشباب وفق منظور الاستخدامات والإشباعات ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية الجزائر العاصمة، مجلة دراسات نفسية وتربوية، المجلد 7، العدد 2، 2019، المركز الجامعي لتامنغست ،ص366.

من خلال ماسبق يتبين أن السلوكيات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تبقى حبيسة الفضاء الافتراضي، بل تنتقل بشكل فعّال إلى الواقع الاجتماعي من خلال التقليد ، إن ارتفاع نسبة التقليد "كثيرًا" و"أحيانًا" يعكس قوة هذه المنصات في إعادة تشكيل السلوكيات اليومية للشباب الجزائري، وهو ما يعزز الطرح القائل بأن مواقع التواصل أصبحت إحدى آليات التنشئة الاجتماعية الحديثة، بما يتوافق مع منظور نظرية بناء الواقع الاجتماعي التي ترى أن الواقع يُبنى اجتماعيًا عبر التفاعل والتبادل الرمزي المتكرر.

- **جدول رقم (20) يبين مدى تأثير المشاهير و المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المبحوثين**

تأثير المشاهير و المؤثرين	التكرار	النسبة
تأثير قوي جدا	180	60
تأثير متوسط	70	23.33
تأثير ضعيف	30	10
لايوجد تأثير	20	06.66
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (20) مدى تأثير المشاهير والمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المبحوثين. وقد أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثين (60%) يرون أن للمشاهير والمؤثرين تأثيرًا قويًا جدًا على قيمهم، في حين صرّح 23.33% بوجود تأثير متوسط، أي أن ما مجموعه 83.33% من العينة يتفقون على أن للمؤثرين

والمشاهير حضورًا بارزًا في صياغة قيم الشباب الجزائري. أما 10% فقد اعتبروا أن التأثير ضعيف، في حين صرّح 6.66% فقط بعدم وجود أي تأثير يُذكر.

تشير هذه النتائج بوضوح إلى أن المشاهير والمؤثرين يُمثلون فاعلين أساسيين في عملية التنشئة الاجتماعية الحديثة للشباب، حيث يساهمون في نقل القيم، تكريس بعض الممارسات، والتأثير على أنماط التفكير والسلوك. إن ارتفاع نسبة من يرون أن التأثير "قوي جدًا" يعكس أن الشباب لا يكتفون باستهلاك محتوى هؤلاء المؤثرين بشكل سطحي، بل ينظرون إليهم كنماذج يُحتذى بها ((Role Models، وهو ما يؤدي إلى إعادة صياغة المرجعيات القيمية التقليدية بما يتماشى مع ما يروج له هؤلاء المشاهير. تتفق هذه النتائج مع دراسة [1] Abidinالتي أوضحت أن المؤثرين على المنصات الرقمية أصبحوا يشكلون "سلطة رمزية" قادرة على إعادة توجيه القيم الاجتماعية والثقافية،خصوصًا لدى الفئات الشابة. كما تلتقي مع نتائج دراسة [2] Marwick and boydالتي بيّنت أن الشباب يتفاعلون مع المؤثرين ليس فقط بوصفهم صناع محتوى، بل باعتبارهم "قادة رأي" جدد لهم قدرة على صياغة الاتجاهات الفكرية والقيمية أما في السياق الجزائري، فقد كشفت دراسة عيسات [3]أن المؤثرين المحليين والعالميين يساهمون في نقل قيم جديدة مرتبطة بالموضة، الاستهلاك، والحرية الفردية، على حساب القيم التقليدية السائدة.

[1] Abidin, Crystal, Internet Celebrity, Understanding Fame Online, Emerald Publishing, 2018, p 55.
[2] Marwick, Alice E., and danah boyd, To See and Be Seen, Celebrity Practice on Twitter, Convergence, The International Journal of Research into New Media Technologies, vol 17, no 2, 2011, p 139.
[3] عيسات سمير، تأثير المؤثرين المحليين والعالميين على منظومة القِيَم لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية.، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2020 ، ص 290.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسات سابقة التي أكدت أن الشباب يميلون إلى تقليد السلوكيات الرقمية التي تحظى بانتشار واسع أو تأتي من مؤثرين، مما يساهم في إعادة تشكيل الهوية الاجتماعية والقيم الثقافية. وفقًا لهذه النظرية، يمكن اعتبار المؤثرين والمشاهير أحد أهم الوسطاء في عملية إنتاج وإعادة إنتاج الواقع الاجتماعي إذ يقوم هؤلاء عبر المحتوى الرقمي بخلق صور رمزية (رموز، أنماط حياة، قيم) يتم "تشريعها" Externalizationعبر التكرار، ثم "تشييئها" Objectivationحيث تتحول إلى حقيقة اجتماعية مستقلة متداولة بين المستخدمين، وأخيرًا يتم "استيعابها" Internalizationحين يتبناها الأفراد ويدمجونها في سلوكياتهم اليومية. وعليه، فإن التأثير القوي الذي سجله المبحوثون يوضح أن المؤثرين لا ينشرون القيم فحسب، بل يعيدون هيكلة الواقع القيمي للشباب بشكل ملموس. يبين الجدول أن المشاهير والمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي أصبحوا فاعلين رئيسيين في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الجزائري ، إن النسبة المرتفعة (83.33%) التي أقرت بوجود تأثير قوي أو متوسط تكشف عن أن هذه الفئة لا تُعد مجرد شخصيات ترفيهية، بل تُمارس دورًا مقاربًا لدور مؤسسات التنشئة التقليدية (كالأسرة والمدرسة والإعلام التقليدي) وبالتالي، فإن دراسة أثر المؤثرين تعد مدخلاً مهمًا لفهم التحولات القيمية في المجتمع الجزائري المعاصر، بما ينسجم مع منظور نظرية بناء الواقع الاجتماعي التي ترى أن القيم والمعاني ليست معطى ثابتًا، بل تُبنى وتُعاد صياغتها من خلال التفاعلات الاجتماعية والوسائط الرمزية الجديدة.

- **جدول رقم (21) يبين نوع المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي .**

نوع المؤثرين	التكرار	النسبة
المؤثرون الدينيون	47	15.66
المؤثرون السياسيون	36	12
المؤثرون الاجتماعيون	77	25.66
المؤثرون الترفيهيون	70	12.33
المؤثرون التعليميون	45	15
لا أتابع مؤثرين	25	08.33
المجموع	300	100

يبين جدول رقم (21) نوع المؤثرين الذين يتابعهم المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد أظهرت النتائج أن أعلى نسبة تعود إلى المؤثرين الاجتماعيين بنسبة 25.66% (77 مبحوثًا)، يليهم المؤثرون الترفيهيون بنسبة 23.33% (70 مبحوثًا)، ثم المؤثرون الدينيون بنسبة 15.66% (47 مبحوثًا)، وبعدهم المؤثرون التعليميون بنسبة 15% (45 مبحوثًا)، في حين احتل المؤثرون السياسيون نسبة 12% (36 مبحوثًا) ، أما الفئة التي صرحت بأنها لا تتابع مؤثرين على الإطلاق فقد بلغت نسبتها 8.33% (25 مبحوثًا).

تشير هذه النتائج إلى أن اهتمامات الشباب الجزائري متباينة في ما يخص نوع المؤثرين الذين يتابعونهم، إلا أن الغلبة واضحة للمؤثرين الاجتماعيين والترفيهيين ويُفسَّر ذلك بأن الشباب يبحثون عبر هذه المنصات عن محتوى قريب من حياتهم اليومية، يعكس اهتماماتهم، ويقدم لهم نماذج للسلوك الاجتماعي والأنماط المعيشية ويأتي ذلك متسقًا مع ما أظهرته نتائج سابقة " جدول 16 " التي أبرزت أن المحتوى الاجتماعي والترفيهي هو الأكثر تأثيرًا على قيم المبحوثين.

أما المرتبة الثالثة التي احتلها المؤثرون الدينيون فتدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تزال تمثل قناة هامة لنشر الخطاب الديني، خاصة بين فئات تبحث عن التوجيه أو تعويض ضعف المؤسسات التقليدية في أداء دورها وبالمثل، فإن بروز المؤثرين التعليميين بنسبة معتبرة (15%) يعكس توجها متزايدًا لدى بعض الشباب نحو استخدام المنصات الرقمية لأغراض تنموية وتعليمية، وهو مؤشر إيجابي على تعدد أنماط الاستخدام.

أما المؤثرون السياسيون فقد احتلوا المرتبة الأخيرة بين الفئات المؤثرة (12%)، ما قد يفسَّر بضعف ثقة الشباب الجزائري في الفاعلين السياسيين أو عزوفهم عن متابعة الخطاب السياسي التقليدي، مقابل الانجذاب لمحتويات أقرب إلى اهتماماتهم المباشرة (الاجتماعية، الترفيهية، أو التعليمية). تتفق هذه النتائج مع دراسة عبد الرحمان ياسمين [1]التي بينت أن فئة الشباب تميل إلى متابعة المؤثرين الذين

[1] عبد الرحمان ياسمين ،ميل الشباب إلى متابعة المؤثرين الاجتماعيين والترفيهيين في وسائل التواصل، دراسة ميدانية فئة الشباب، جامعة جدة، السعودية ، 2021 ، ص 366.

يقدمون محتوى اجتماعي وترفيهي باعتباره أكثر قربًا من واقعهم، في حين تراجعت متابعة المؤثرين السياسيين بسبب ضعف الثقة في الخطاب السياسي عبر المنصات ،كما أبرزت أن المؤثرين الدينيين والتعليميين يلعبون دورًا متزايدًا في إعادة صياغة القيم، لكن تأثيرهم يظل محدودًا مقارنة بالتأثير الترفيهي والاجتماعي.

يكشف توزيع هذه النتائج أن عملية بناء الواقع القيمي للشباب تتم بشكل انتقائي بحسب نوع المؤثرين فالمؤثرون الاجتماعيون والترفيهيون يساهمون في إنتاج "واقع معيشي" جديد قائم على أنماط استهلاكية وترفيهية، بينما المؤثرون الدينيون والتعليميون يعيدون إنتاج "واقع معرفي" وقيمي أكثر تقليدية أو وظيفية أما التراجع في متابعة المؤثرين السياسيين فيدل على أن هذا المجال لم يعد أداة فعّالة لبناء الواقع القيمي للشباب عبر المنصات ، وهكذا، يمكن القول إن الشباب يعيدون تشكيل هويتهم القيمية من خلال مزيج من التأثيرات، حيث يصبح المؤثر الرقمي بديلاً عن الفاعلين التقليديين في عملية التنشئة الاجتماعية. يؤكد الجدول أن المؤثرين الاجتماعيين والترفيهيين يمثلون الفئة الأكثر تأثيرًا على الشباب الجزائري، بما يعكس

التحولات في أنماط التلقي والاستخدام، حيث يسعى الشباب إلى محتوى واقعي، قريب، وممتع أكثر من سعيهم وراء محتوى سياسي أو مؤسساتي وهذا ما يوضح أن بناء الواقع القيمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم توجيهه اليوم بشكل رئيسي من قبل الفاعلين الرقميين في المجال الاجتماعي والترفيهي، مع حضور نسبي للمجال الديني والتعليمي.

- **جدول رقم (22) يبين اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل بديلا عن التنشئة الاجتماعية التقليدية .**

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		80	26.66
نعم	نقص التفاعلات الواقعية	58	26.36
	سطحية العلاقات أحيانا	55	25
	التأثير السلبي المحتمل	35	15.90
	فقدان المهارات الاجتماعية الأساسية	30	13.63
	دور الأسرة و المجتمع	42	19.09
	أخرى	00	00
	المجموع الجزئي	220	73.33
المجموع العام		300	100

يبين الجدول أعلاه أن آراء المبحوثين حول مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً عن التنشئة الاجتماعية التقليدية جاءت متباينة، حيث صرّح 26.66% من المبحوثين بأن مواقع التواصل لا يمكن أن تشكل بديلاً للتنشئة التقليدية، وهو ما يعكس إدراك جزء معتبر من العينة لأهمية الأطر الاجتماعية الكلاسيكية كالأسرة، المدرسة، وجماعات الرفاق.

في المقابل، نجد أن غالبية المبحوثين (73.33%) أقرّوا بدرجات مختلفة بوجود تأثير لمواقع التواصل يجعلها تقوم بجزء من أدوار التنشئة الاجتماعية، حيث برزت عدة مظاهر:

-نقص التفاعلات الواقعية (26.36%)، ما يشير إلى أن بعض الشباب باتوا يعوضون التواصل المباشر بالتواصل الافتراضي، وهو ما قد يؤثر على جودة العلاقات الاجتماعية.

-سطحية العلاقات أحيانًا (25%)، بما يعكس هشاشة الروابط التي تُبنى في العالم الافتراضي مقارنة بالعلاقات الواقعية المتجذرة في قيم المجتمع.

-التأثير السلبي المحتمل (15.90%)، وهو ما يدل على وعي جزء من العينة بالمخاطر التي قد تحملها بعض القيم والسلوكيات المتداولة عبر الفضاء الرقمي.

-فقدان المهارات الاجتماعية الأساسية (13.63%)، مثل التواصل الوجاهي والقدرة على الحوار والتفاعل ضمن الجماعات الصغيرة.

الإشارة إلى استمرار دور الأسرة والمجتمع (19.09%)، ما يوضح أن بعض المبحوثين لا يرون في مواقع التواصل بديلاً كاملاً، بل مكملًا لأدوار التنشئة التقليدية.

هذه النتائج تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي، بالنسبة للشباب، أصبحت تشكل فضاءً موازيًا لعملية التنشئة الاجتماعية، لكنها لم تتمكن من إلغاء الدور التقليدي للأطر الاجتماعية، بل تسهم في إعادة تشكيله.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء نظرية التنشئة الاجتماعية التي ترى أن الفرد يكتسب قيمه ومعاييره من خلال مؤسسات اجتماعية متعددة (الأسرة، المدرسة، جماعة الأقران) اليوم، أضافت مواقع التواصل

الاجتماعي نفسها كـ"وكيل جديد للتنشئة"، يساهم في غرس قيم وسلوكيات قد تتعارض أو تتكامل مع القيم التي تغرسها المؤسسات التقليدية.

من منظور نظرية بناء الواقع الاجتماعي ، يُظهر الجدول أن مواقع التواصل أصبحت مجالًا لإنتاج قيم وسلوكيات جديدة (التشريع/الإخراج)، والتي تُكرّس عبر التكرار والخوارزميات لتتحول إلى واقع اجتماعي "مفترض" (التشييء) غير أن عملية الاستيعاب لا تتم بشكل كامل، إذ لا يزال المبحوثون يحتفظون بجزء من مرجعيتهم التقليدية، حيث يُعيدون إدماج أدوار الأسرة والمجتمع في عملية التنشئة هذا التداخل بين التنشئة التقليدية والتنشئة الرقمية يشير إلى أننا أمام واقع قيمي مزدوج: أحدهما يتجذر في الثقافة المحلية والآخر يُعاد إنتاجه عبر الفضاء الشبكي.

كما دعمت دراسات سابقة هذا الطرح، حيث أظهرت دراسة Livingstone [1] أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل يؤدي إلى بروز أنماط جديدة من "التنشئة الافتراضية" التي تعيد تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب.

بينما أظهرت دراسة عبد الغني [2] أن ضعف التفاعل الأسري يقابله ازدياد الاعتماد على الفضاء الرقمي في بناء التصورات والسلوكيات.

[1] Livingstone, Sonia, Children and Young People's Digital Lives, The Rise of Virtual Socialization, London School of Economics and Political Science, 2019,p255.

[2] عبد الغني سمية ، دور الفضاء الرقمي في تشكيل التصورات والسلوكيات لدى الشباب العربي ، دراسة سوسيولوجية ميدانية ، جامعة الجزائر 2، الجزائر ،2021 ، ص 366.

خلاصة القول، نتائج الجدول (22) تعكس توازنًا بين إدراك أهمية المؤسسات التقليدية في التنشئة الاجتماعية من جهة، والاعتراف بالدور المتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي كفضاء بديل أو مكمل لهذه المؤسسات من جهة أخرى وهو ما يشير إلى أن التنشئة الاجتماعية للشباب أصبحت اليوم عملية مزدوجة، تتأرجح بين الواقع المعيش والعالم الافتراضي.

- **جدول رقم (23) يبين تقييم المبحوثين لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم في المجتمع الجزائري .**

التقييم	التكرار	النسبة
إيجابي	83	27.66
سلبي	192	64
متعادل و متوازن	25	08.33
المجموع	300	100

يبين الجدول أن غالبية المبحوثين يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم في المجتمع الجزائري سلبي، حيث صرّح 64% (192 مبحوثًا) بهذا التقييم ويُعزى ذلك بالأساس إلى الانتشار الواسع لمحتويات تُروج لثقافة استهلاكية، أو لقيم سطحية ومستوردة قد تتعارض مع المنظومة القيمية المحلية هذا التصور يعكس مخاوف حقيقية من تراجع بعض القيم التقليدية مثل التضامن، الترابط الأسري، والاحترام المتبادل.

في المقابل، أكد 27.66% (83 مبحوثًا) على البعد الإيجابي لمواقع التواصل، معتبرين أنها ساهمت في تعزيز بعض القيم مثل حرية التعبير، نشر المعرفة، ترسيخ ثقافة التضامن الرقمي، خاصة في حالات الأزمات والكوارث بينما تبنى 8.33% (25 مبحوثًا) موقفًا متوازنًا، معتبرين أن التأثير يتوقف على طبيعة الاستخدام والمحتوى، أي أن المنصات ليست بالضرورة جيدة أو سيئة في ذاتها، بل تُحدد آثارها وفقًا لأنماط التفاعل الفردي والجماعي.

تتوافق هذه النتائج تؤكد أن شبكات التواصل تُعتبر سلاحًا ذا حدين، فهي من جهة تتيح فرص التعلم والتبادل الثقافي، ومن جهة أخرى قد تُسهم في نشر قيم استهلاكية وعلاقات سطحية ، كما تتقاطع مع نتائج دراسة عربية أجراها عبد الحميد [1]حول الشباب الجامعي، حيث تبين أن 62% من المبحوثين يرون أن تأثير المنصات سلبي على القيم التقليدية، خاصة قيم الانتماء الأسري.

ووفق نظرية بناء الواقع الاجتماعي (برغر ولوكمان) ، فإن تقييم المبحوثين يعكس وعيهم بأن ما يُعرض عبر منصات التواصل ليس مجرد محتوى ترفيهي أو معلوماتي، بل هو واقع قيمي موازٍ يجري بناؤه وتداوله يوميًا ، فالقيم السلبية التي يلاحظها الأفراد يتم تشييؤها ((objectivationلتتحول إلى أنماط سلوك مقبولة أو متكررة في الفضاء الافتراضي، ما يجعلها مؤثرة على الواقع الفعلي ، في المقابل، يرى جزء من المبحوثين أن المنصات تُوفر مجالًا لإعادة بناء قيم إيجابية (كالحرية والتضامن)، وهو ما يعكس الطبيعة الجدلية للتنشئة الرقمية التي تنتج قيماً متناقضة في آن واحد.

تشير النتائج إلى أن المجتمع الجزائري يعيش حالة تأرجح قيمي بفعل تأثير مواقع التواصل: بين من يعتبرها

[1] عبد الحميد، ياسر، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل القيم والسلوكيات،جامعة القاهرة،،2020 ،ص 213.

عامل تهديد للمنظومة القيمية التقليدية، ومن يراها فضاءً لإغناء القيم وتعزيز التنوع وبذلك، يمكن القول إن التنشئة الاجتماعية عبر هذه المنصات ليست بديلة عن التقليدية فقط، بل هي مؤثرة ومنافسة لها، وتفرض إعادة تعريف القيم في ضوء الواقع الاجتماعي الجديد الذي يُعاد بناؤه يوميًا في الفضاء الرقمي.

- **جدول رقم (24) يبين تعارض القيم المعروضة مع الثقافة الجزائرية .**

الإجابة		التكرار	النسبة المئوية %
لا		50	16.66
نعم	تأثير الثقافة الغربية	58	23.2
	التركيز على الفردية و المادية	56	22.4
	مفاهيم الحرية الشخصية	60	24
	تحدي السلطة التقليدية	42	16.8
	الصور النمطية و القيم غير الواقعية	34	13.6
	أخرى	00	00
	المجموع الجزئي	250	83.33
المجموع العام		300	100

يبين جدول (24) أن غالبية المبحوثين (83.33%، ن=250) يرون أن القيم المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي تتعارض مع الثقافة الجزائرية، مقابل أقلية نسبية (16.66%، ن=50) لا يرون أي تعارض وقد تمثلت أبرز أوجه هذا التعارض في تأثير الثقافة الغربية (23.2%)، والتركيز على الفردية والمادية (22.4%)،

إضافة إلى مفاهيم الحرية الشخصية (24%)، وتحدي السلطة التقليدية (16.8%)، فضلاً عن الصور النمطية والقيم غير الواقعية (13.6%).

تشير هذه النتائج إلى أن الشباب الجزائري يدرك أن جزءًا كبيرًا من القيم المتداولة عبر المنصات يعكس مرجعيات ثقافية أجنبية تختلف عن الثقافة المحلية، خاصة ما يتعلق بالفردانية والمادية والحرية الشخصية وهو ما يعكس حالة من التوتر القيمي بين قيم المجتمع التقليدي التي ترتكز على الجماعة والأسرة والمرجعيات الاجتماعية، وبين القيم الرقمية الوافدة التي تدعو إلى الاستقلالية والتعبير الفردي.

وفي ضوء نظرية بناء الواقع، يمكن القول إن الفضاء الرقمي لا يكتفي بإعادة إنتاج القيم المحلية، بل يسهم أيضًا في إدخال رموز ومعايير جديدة تُعيد تشكيل وعي الشباب وتصوراتهم. وتتقاطع هذه النتيجة مع ما أظهرته بعض الدراسات السابقة مثل عبد الحميد 1التي أكدت أن شبكات التواصل تسهم في نشر قيم العولمة على حساب الخصوصية الثقافية، وكذلك ما ذهب إليه Inglehart2من أن الانخراط في الوسائط الرقمية يعزز من النزعة الفردانية والمادية.

وعليه، يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مجالًا للتفاوض القيمي لدى الشباب الجزائري، حيث يواجهون تحديًا في التوفيق بين المحافظة على القيم الثقافية التقليدية والانفتاح على القيم الرقمية العالمية.

[1] عبد الحميد ياسر، المرجع السابق ، ص 213 .

[2] Inglehart, Ronald, Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values, Princeton University Press, 2005,p55.

- **جدول رقم (25) يبين طريقة تعامل المبحوثين مع التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي .**

الاجابة	التكرار	النسبة
التوعية الأسرية	100	33.33
الرقابة	120	40
التربية الاعلامية	80	26.66
أخرى	00	00
المجموع	300	100

يبين الجدول أن المبحوثين يواجهون التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة، حيث جاءت الرقابة في المرتبة الأولى بنسبة 40% ، ما يعكس اعتمادًا ملحوظًا على الضبط والمتابعة كآلية للحد من الانعكاسات السلبية. تلتها التوعية الأسرية بنسبة 33.33% ، وهو ما يؤكد استمرار دور الأسرة كإطار أساسي في توجيه السلوك الرقمي للشباب أما التربية الإعلامية فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 26.66% ، مما يدل على وعي متزايد بأهمية التكوين الإعلامي والمعرفي في تمكين الشباب من التعامل النقدي مع المحتوى الرقمي.

وتشير هذه النتائج إلى أن الشباب الجزائري لا يتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فردي فحسب، بل ينظر أيضًا إلى الأسرة والرقابة والتربية الإعلامية كعناصر مكملة في عملية المواجهة وهو ما يعكس تداخلاً بين الأطر التقليدية (الأسرة والرقابة) والحديثة (التربية الإعلامية) في التصدي للتأثيرات السلبية.

وانطلاقًا من نظرية بناء الواقع، يمكن القول إن إدراك المبحوثين للتأثيرات السلبية وصيغ مواجهتها يُظهر أن القيم والمعايير لا تتشكل فقط عبر الفضاء الرقمي، بل يتم إعادة إنتاجها أيضًا من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تسعى إلى ضبط التفاعلات الجديدة وتنسجم هذه النتيجة مع ما أشار إليه بعض الباحثين مثلLivingtone حول دور التربية الإعلامية في تعزيز "المناعة الرقمية"، بالاضافة الى ابراز دور الأسرة في تحصين الأبناء من القيم السلبية الوافدة عبر الفضاء الإلكتروني.

- **المبحث الثاني : نتائج الدراسة .**

1- النتائج الجزئية

- **الخصائص الديموغرافية للمبحوثين**

- تشكلت عينة الدراسة من 170ذكراً بنسبة 56.66%، مقابل 130أنثى بنسبة 43.33%، وهو ما يدل على تفوق عددي لفئة الذكور مقارنة بالإناث.

-يتوزع المبحوثون غالبًا في الفئة العمرية (25–31 سنة) بنسبة 50%، مما يعكس أن الفئة الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب النشط في سوق العمل والحياة الاجتماعية.

-من حيث المستوى التعليمي، تهيمن فئة الليسانس والماستر (حوالي 80%)، ما يبين أن مستخدمي مواقع التواصل يتميزون بمستوى تعليمي عالٍ نسبيًا.

- **أنماط ودوافع الاستخدام**

-تعتبر منصات تيك توك (21.66%) و سناب شات (20%) و إنستغرام (17.66%) الأكثر استخدامًا مقارنةً بفيسبوك الذي سجل تراجعًا (14%).

-يقضي المبحوثون في الغالب بين 1 – 3 ساعات يوميًا (34.66%)، ما يؤكد أن الاستخدام متوسط الكثافة.

-أبرز دوافع الاستخدام تتمثل في الترفيه (18.33%)، و التواصل مع الأصدقاء والعائلة (16.66%)، و متابعة المشاهير (14%)، في حين جاءت دوافع التعلم أو النقاش ضعيفة.

- **القيم المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

-القيم المادية والفردية هي الأكثر بروزًا (23.33% و22%)، تليها قيم الترفيه (16.66%)، بينما تراجعت القيم الدينية والأخلاقية (15%) والاجتماعية (12%).

-نصف المبحوثين تقريبًا (50%) يرون أن القيم المتداولة سلبية، مقابل 33.33% اعتبروها إيجابية.

- **تغير القيم لدى المبحوثين**

-أكثر من نصف المبحوثين (54.54%) صرّحوا بتقبلهم للقيم الجديدة، فيما تمسك 31.81% بالقيم التقليدية.

حوالي 80% أكدوا أن الوقت المستغرق على المنصات يؤثر على قيمهم، خاصة من خلال تراجع التواصل الحقيقي (20%)، و تأثير المشاهير (15%)، و الوقوع في فقاعات المعلومات (9%).

-66.66% أبدوا درجة من تقبل القيم المختلفة (وعي بالتنوع، فهم السياقات، التكيف مع الآخرين).

- **التأثير حسب المنصة والمحتوى**

-أرجع المبحوثون اختلاف القيم بين المنصات أساسًا إلى طبيعة المنصة (20%) وخوارزمياتها (16.66%).

-المنصات الأكثر تأثيرًا على القيم هي تيك توك (21.66%) و سناب شات (20%).

-المحتوى الأكثر تأثيرًا هو المحتوى الاجتماعي (30%) يليه الترفيهي (26.66%)، بينما تراجع تأثير المحتوى التعليمي والسياسي.

- **المشاركة وإنتاج المحتوى**

-ثلث المبحوثين (33.33%) ينشئون محتوى بانتظام، و26.66% يشاركون أحيانًا، ما يعكس انخراطًا نشطًا نسبيًا.

-رغم ذلك، 60% يرون أن هذه المشاركة لا تؤثر على القيم، بينما أقر 40% بوجود تأثير عبر عرض وجهات نظر متعددة أو إبراز قيم معينة.

-كما تبين أن 43.33% يقلدون سلوكيات الآخرين على مواقع التواصل "كثيرًا"، و33.33% "أحيانًا"، مما يكشف عن قوة آليات المحاكاة.

- **دور المؤثرين**

-يتصدر المؤثرون الاجتماعيون (25.66%) والترفيهيون (23.33%) قائمة التأثير، في حين أن المؤثرين الدينيين والتعليميين يأتون بنسب أقل (15.66% و15%).

-فقط 8.33% صرحوا بعدم متابعة أي مؤثرين.

- **مواقع التواصل كبديل للتنشئة التقليدية**

-73.33% من المبحوثين يرون أن مواقع التواصل قد تشكل بديلًا للتنشئة الاجتماعية التقليدية، خاصة عبر سطحية العلاقات (25%) و نقص التفاعلات الواقعية (26.36%)، ما يثير مخاوف حول إضعاف أدوار الأسرة والمدرسة.

- **تعارض القيم مع الثقافة الجزائرية**

-أكد 83.33% وجود تعارض، أهمه تأثير الثقافة الغربية (23.2%)، التركيز على الفردية والمادية (22.4%)، ومفاهيم الحرية الشخصية (24%).

-بينما اعتبر 16.66% فقط أن هذه القيم لا تتعارض مع الثقافة المحلية.

- **آليات مواجهة التأثيرات السلبية**

-تمثلت أهم الآليات في الرقابة (40%)، التوعية الأسرية (33.33%)، و التربية الإعلامية (26.66%).

هذا يعكس تداخل الأطر التقليدية والحديثة في حماية الشباب من التأثيرات القيمية السلبية.

2- النتائج العامة للدراسة

- **هيمنة الفئات الشبابية والمتعلمة:**

أظهرت النتائج أن الفئة الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب الجامعي، ما يجعلهم الأكثر عرضة للتأثر بالقيم المتداولة عبر هذه المنصات.

- **هيمنة الاستخدام الترفيهي والاجتماعي:**

الغرض الأساسي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين هو الترفيه والتسلية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، بينما يتراجع البعد المعرفي والتعليمي.

- **انتشار القيم المادية والفردية على حساب القيم التقليدية:**

القيم الأكثر حضورًا على مواقع التواصل الاجتماعي هي القيم المادية، الفردية، والترفيهية، في حين تراجعت القيم الدينية والاجتماعية. هذا يؤكد وجود تحول قيمي يميل إلى الفردانية والمظاهر.

- **تأثير سلبي يفوق التأثير الإيجابي:**

نصف المبحوثين تقريبًا اعتبروا أن القيم المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي سلبية، مع بروز مظاهر مثل: تراجع التواصل الحقيقي، الوقوع في فقاعات المعلومات، والتأثر بالمشاهير.

- **تغير وتقبل نسبي للقيم الجديدة:**

أبدى أكثر من نصف المبحوثين تقبلًا للقيم الجديدة مع وعي متزايد بتنوعها، بينما بقي جزء معتبر متمسكًا بالقيم التقليدية.

- **تأثير المنصات يختلف حسب طبيعتها ومحتواها**:

منصات مثل تيك توك وسناب شات هي الأكثر تأثيرًا على القيم، بسبب طبيعة محتواها القصير والمباشر. كما أن المحتوى الاجتماعي والترفيهي هو الأكثر تأثيرًا مقارنةً بالمحتوى الديني أو التعليمي.

- **المؤثرون يلعبون دورًا محوريًا:**

يتصدر المؤثرون الاجتماعيون والترفيهيون قائمة التأثير، ما يعكس تحول مواقع التواصل إلى فضاء تهيمن عليه الشخصيات الشعبية والمشهورة بدل النخب الفكرية أو الدينية.

- **مواقع التواصل كبديل للتنشئة التقليدية:**

نسبة كبيرة من المبحوثين ترى أن مواقع التواصل أصبحت تشكل بديلًا عن التنشئة الاجتماعية التقليدية، وهو ما يضعف أدوار الأسرة والمدرسة والمجتمع المحلي في نقل القيم.

- **تعارض مع الثقافة الجزائرية:**

هناك إدراك واسع لوجود تعارض بين القيم المعروضة على هذه المنصات والثقافة الجزائرية، خاصة فيما يتعلق بتأثير الثقافة الغربية، الفردية، مفاهيم الحرية الشخصية، وتحدي السلطة التقليدية.

- **آليات المواجهة ما زالت تقليدية:**

تركزت آليات التعامل مع التأثيرات السلبية أساسًا في الرقابة الأسرية و التوعية، مع حضور ضعيف لبرامج التربية الإعلامية، مما يكشف محدودية الأدوات الوقائية الحديثة.

هذه النتائج العامة تُظهر أن مواقع التواصل الاجتماعي في السياق الجزائري أصبحت فضاءً مؤثرًا يعيد تشكيل القيم والسلوكيات، من خلال تعزيز القيم المادية والفردية على حساب القيم التقليدية، مع وجود وعي نسبي لدى الشباب بالمخاطر، لكن بآليات مواجهة لا تزال محدودة وضعيفة.

3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها

• أظهرت نتائج هذه الدراسة الميدانية **أن لمواقع التواصل الاجتماعي أثرًا واضحًا في إعادة تشكيل الواقع القيمي لدى الشباب الجزائري**، حيث أفرزت المنصات الرقمية فضاءً بديلاً للتنشئة الاجتماعية التقليدية، يمارس تأثيره من خلال أنماط التفاعل، وطبيعة المحتوى، وخوارزميات التوجيه هذا الأثر يتجلى في بروز قيم جديدة ذات طابع فردي ومادي تواكب نمط الحياة الاستهلاكية المعولمة، في مقابل تراجع نسبي للقيم التقليدية ذات البعد الديني والاجتماعي، الأمر الذي يؤكد أن مواقع التواصل أصبحت فاعلاً رئيسيًا في صياغة السلوكيات والتصورات القيمية.

• **وفيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب لهذه المنصات**، بينت النتائج أن الغالبية تنخرط فيها بدوافع ترفيهية واجتماعية في المقام الأول، كالتسلية والتواصل مع الأصدقاء ومتابعة المشاهير، بينما بقيت الدوافع المعرفية والعلمية هامشية وهذا يعكس أن الاستخدام اليومي يتأسس على تلبية حاجات نفسية واجتماعية أكثر من كونه آلية لتطوير المعارف أو بناء الوعي.

- **أما فيما يخص طبيعة القيم المتداولة**، فقد كشفت الدراسة عن هيمنة القيم المادية والفردية على الخطاب الرقمي، في مقابل حضور أقل للقيم الدينية والاجتماعية وهو ما يطرح إشكالية حول مدى انسجام هذه القيم مع الخصوصية الثقافية الجزائرية، خاصة وأنها تمثل في كثير من جوانبها انعكاسًا لثقافة العولمة والغرب.

- **كما أكدت النتائج وجود علاقة طردية بين كثافة الاستخدام وتغير المنظومة القيمية**، حيث أظهر الشباب الأكثر تفاعلاً على المنصات ميلاً أكبر لتبني قيم جديدة والانخراط في مقارنات اجتماعية مستمرة، والبحث عن القبول والإعجاب، وهو ما يعزز فرضية أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل يعمّق التحولات القيمية بشكل ملحوظ.

- **وفيما يتعلق باختلاف المنصات والمحتويات**، فقد تبين أن المنصات ذات الطابع المرئي والترفيهي مثل تيك توك وسناب شات هي الأكثر تأثيرًا في تشكيل القيم، مقارنة بفيسبوك أو يوتيوب، كما أن المحتوى الاجتماعي والترفيهي جاء في المقدمة من حيث التأثير، في حين جاء المحتوى التعليمي والسياسي بدرجة أقل. وهذا يؤكد أن نوعية المنصة والمحتوى تشكل محددًا رئيسيًا في حجم الأثر القيمي.

أما عن مدى تبني الشباب للقيم المنتشرة عبر هذه المنصات، فقد أظهرت النتائج أن هناك ميلاً ملحوظًا لتقليد السلوكيات الرقمية وتبني القيم الجديدة، خصوصًا لدى الفئة الأكثر نشاطًا، في مقابل استمرار فئة معتبرة في التمسك بالقيم التقليدية. هذا التباين يفسر أن عملية التحول القيمي ليست شاملة ولا مطلقة، بل تخضع لاعتبارات فردية وثقافية واجتماعية.

- **خلاصة المناقشة**

يمكن القول إن نتائج هذه الدراسة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل بيئة فاعلة في إعادة تشكيل الواقع القيمي للشباب الجزائري، من خلال نشر قيم جديدة ذات صبغة فردية ومادية واجتماعية، على حساب بعض القيم التقليدية والدينية. كما أن هذا التأثير ليس موحدًا، بل يختلف باختلاف دوافع الاستخدام، كثافته، طبيعة المحتوى والمنصة، مع وجود تباين بين الشباب في مستوى التبني أو المقاومة.

المبحث الثالث: توصيات الدراسة

في ضوء النتائج المتوصل إليها من الدراسة الميدانية، والتي أبرزت التحولات القيمية التي يعيشها الشباب الجزائري تحت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن تقديم جملة من التوصيات الموجهة لمختلف الفاعلين في المجتمع من أجل مواكبة هذا التحول القيمي وتوجيهه بما يخدم التماسك الاجتماعي والاستقرار الثقافي.

1- توصيات موجهة للأسرة

أولًا: تعزيز الحوار داخل الأسرة حول التجربة الرقمية للأبناء

في ظل تسارع التحولات الرقمية، لم يعد تجاهل ما يعيشه الأبناء في الفضاء الافتراضي ممكنًا. تُظهر الدراسة أن كثيرًا من الشباب يلجؤون إلى منصات التواصل الاجتماعي للبحث عن إجابات على أسئلتهم الوجودية والقيمية، في غياب فضاء أسري آمن للنقاش. من هنا، يصبح تعزيز الحوار داخل الأسرة ليس ترفًا، بل ضرورة تواكب

التحول الثقافي، حيث يُنظر إلى الوالدين كمرافقين في فهم التغيرات وليس كسلطة رافضة لها. هذا النوع من الحوار يُسهم في بناء جسر ثقة يُمكّن الأسرة من توجيه الأبناء دون أن يشعروا بالتضييق أو التهديد، مما يُقلل من النزوع إلى الانغلاق الرقمي أو رفض المرجعيات العائلية.

ثانيًا: اعتماد أسلوب تربوي مرن وتفاعلي

الجمود التربوي القائم على التلقين والفرض لم يعد فعالًا أمام جيل رقمي ينشأ في بيئة تفاعلية ومفتوحة. أسلوب التربية المرنة لا يعني التراخي، بل يشير إلى قدرة الأسرة على التفاعل مع أسئلة أبنائها، والانفتاح على وجهات نظرهم، ولو كانت مخالفة للسائد. تسمح هذه المرونة للأبناء بالشعور بوجود مساحة آمنة لتكوين آرائهم، والتعبير عنها دون خوف من العقاب أو التوبيخ. هذا التوجه يُقلل من الشعور بالازدواج القيمي، إذ لا يُجبر الشاب على إظهار قناعة لا يؤمن بها، بل يُساعده على بناء فهم متوازن للقيم التقليدية والمعاصرة، ضمن إطار نقدي وتدريجي.

ثالثًا: التكوين الأسري في الثقافة الرقمية

من أبرز ملامح الأزمة القيمية التي يعيشها الشباب، وجود فجوة معرفية بين ما يعرفه الأبناء عن العالم الرقمي، وما يجهله الآباء. هذه الفجوة تُضعف قدرة الأسرة على المواكبة والتوجيه، وتُحول الرقابة إلى أداة عاجزة أو مُجردة من الفعالية. من هنا، يصبح تكوين الوالدين في الثقافة الرقمية (عبر ورشات، محتويات إرشادية، أو دورات تدريبية) ضرورة لا غنى عنها. فكلما كان الأب أو الأم على وعي بكيفية عمل المنصات الرقمية، بخطابات

المؤثرين، وبآليات التلاعب القيمي، أصبح بإمكانهم طرح بدائل واقعية ومقنعة لأبنائهم، بدل الاكتفاء بالتحذير العام أو الرفض المطلق.

رابعًا: الانتقال من منطق السلطة إلى منطق الشراكة

التربية القائمة على الطاعة العمياء أصبحت غير قادرة على استيعاب التغيرات المعاصرة. تُظهر نتائج الدراسة أن الشباب باتوا يُفضلون علاقة مبنية على التفاهم والتشارك بدل الخضوع والإذعان. من هذا المنطلق، على الأسرة أن تعيد صياغة علاقتها بأبنائها لتقوم على مبدأ "الشراكة التربوية"، حيث يُستمع لرأي الشاب، ويُناقش، ويُعترف بقدرته على الاختيار والتفكير. هذا الانتقال لا يُضعف سلطة الأسرة، بل يُعززها من خلال بناء علاقة قائمة على الثقة والاحترام المتبادل، مما يُسهم في خلق وعي قيمي متماسك، يحترم الخصوصية ويواكب التغير.

2- توصيات موجهة للمدرسة ومؤسسات التنشئة

أولًا: إدماج التربية الرقمية والقيمية في المناهج التعليمية

لم تعد المناهج التقليدية كافية لمواكبة التحديات القيمية التي يواجهها المتعلمون في عصر الانفتاح الرقمي. إن إدماج التربية الرقمية لا يعني فقط تعليم استخدام التكنولوجيا، بل يشمل تربية نقدية تُعزز قدرة التلاميذ على تحليل وتفكيك الخطابات الرقمية، والتمييز بين المحتوى الإيجابي والسلبي، الحقيقي والمضلل. كذلك، فإن التربية القيمية ينبغي أن تتجاوز التنشئة الوعظة لتصبح تربية تفاعلية تنمي لدى المتعلم القدرة على الاختيار

الواعي للقيم ضمن سياقات متعددة. بذلك، يصبح التعليم أداة لحماية الوعي الفردي من التلاعب الرمزي والإيديولوجي الذي قد يُمارَس عبر الوسائط الرقمية.

ثانيًا: فتح فضاءات للنقاش داخل المؤسسات التربوية حول قضايا القيم، الهوية، والحرية المدرسة، بصفتها فضاء عموميًّا منظمًا، مطالبة اليوم أكثر من أي وقت مضى بأن تتحول من مجرد مصدر للمعرفة إلى منتدى مفتوح للنقاش الحر والآمن. هذا النقاش، عندما يُؤطر تربويًا، يسمح للمتعلمين بالتعبير عن تساؤلاتهم القيمية وهويتهم الناشئة دون خوف من الوصم أو الإقصاء. كما يُسهم في بناء توازن نفسي وفكري بين القيم التقليدية والقيم المعاصرة إن تفعيل الأندية الفكرية، حصص التعبير الحر، أو حتى مشاريع التربية على المواطنة، يُعد مدخلًا مهمًا لمرافقة المتعلم في بناء موقف نقدي مستقل ومتماسك إزاء قضايا الحرية، التعدد، والعدالة.

ثالثًا: تشجيع الأنشطة المدرسية التي تستخدم الوسائط الرقمية لبناء منظومة قيمية متوازنة عوض محاصرة استخدام الوسائط الرقمية في الوسط التربوي، يمكن توجيهها بشكل إيجابي من خلال أنشطة مدرسية هادفة: مسابقات رقمية حول القيم، حملات تضامن إلكترونية، أو مشاريع إعلامية مدرسية تتيح للتلميذ إنتاج محتوى رقمي يحمل رسالة قيمية. هذه الأنشطة لا تُنمّي فقط المهارات التقنية، بل تبني جسورًا بين العالم الافتراضي والمدرسة، وتجعل القيم موضوعًا حيًّا وملموسًا لا مجرد مفاهيم مجردة. كما تُساعد على تكوين وعي جماعي يُوازن بين الانفتاح على العالم الرقمي والانتماء إلى منظومة قيمية محلية راسخة.

3- توصيات موجهة لصناع المحتوى الرقمي

أولًا: إنتاج محتوى رقمي يُعزز القيم الإنسانية الجامعة (الاحترام، التضامن، التسامح) بلغة شبابية معاصرة

ينبغي توجيه الجهود الإعلامية نحو **خلق خطاب رقمي جاذب وهادف** يتحدث بلغة الشباب دون تسطيح أو وصاية. لا يكفي تقديم رسائل وعظية أو تعليمية تقليدية، بل يجب توظيف الوسائط الحديثة مثل الفيديوهات القصيرة، الرسوم المتحركة، التحديات الهادفة، والقصص التفاعلية التي تدمج القيم في سياقات حياتية واقعية. إن تقديم المحتوى بلغة قريبة من وجدان الشباب، مستلهمة من رموزهم وبيئتهم الرقمية، يزيد من فعاليته في التأثير ويجعل منه بديلاً إيجابيًا أمام المحتوى الفوضوي أو الهدام.

ثانيًا: تجنّب الخطابات الإقصائية أو التي تُعمّق الانقسام القيمي، والتركيز على قضايا تعبّر عن تطلعات الشباب

وسائل الإعلام والمؤثرون الرقميون مدعوون إلى تجاوز الخطابات النمطية التي تُقسّم الشباب إلى "منحلّين" و"ملتزمين"، أو "متغربين" و"تقليديين". هذه التصنيفات تُفاقم من شعور الاغتراب والانقسام القيمي. البديل هو **خطاب جامع يُلامس القضايا الحقيقية** للشباب مثل العمل، الحرية، الهوية، والعلاقات الاجتماعية، بروح نقدية ومسؤولة. المطلوب هو تقديم محتوى لا يُحاكم الشباب، بل يُصغي إليهم ويعكس رؤيتهم للعالم بطريقة بنّاءة.

ثالثًا: تشجيع المؤثرين الرقميين على تحمّل مسؤولياتهم في توجيه الرأي العام الشبكي نظرًا للمكانة الرمزية التي يحتلها "المؤثرون" في الفضاء الرقمي، فإنهم أصبحوا – طوعًا أو كرهًا – **فاعلين في بناء المرجعية القيمية الجديدة**.من هنا تبرز الحاجة إلى وضع آليات لتحفيز هؤلاء على تبني خطابات مسؤولة، من خلال:

- برامج تدريبية حول الأخلاقيات الرقمية والمواطنة الإعلامية.
- تشجيع حملات يقودها مؤثرون تنشر الوعي حول قيم التعايش، الاحترام المتبادل، وعدم التنمّر الرقمي.
- إنشاء شراكات بين المؤثرين ومؤسسات رسمية أو مجتمع مدني لإنتاج محتوى يخدم الصالح العام ويحترم التنوع الثقافي والديني والفكري.

4- توصيات موجهة للباحثين وصنّاع القرار

أولًا: تكثيف الدراسات الاجتماعية حول التحولات القيمية الرقمية وتأثيرها على الهوية الفردية والجماعية ينبغي أن تعي الدولة أن التحولات القيمية التي يشهدها الشباب ليست ظرفية أو سطحية، بل تمسّ عمق الهوية الوطنية والاجتماعية. لذلك، من الضروري:

- دعم مراكز البحث والمؤسسات الجامعية لإنجاز دراسات ميدانية دورية حول أنماط القيم الجديدة وسلوكيات الشباب في الفضاء الرقمي.

- إدماج نتائج هذه البحوث في رسم السياسات التعليمية والثقافية والإعلامية، حتى لا تبقى الفجوة قائمة بين مؤسسات الدولة والجيل الجديد.

- إنشاء مرصد وطني خاص بـ"التحولات القيمية الرقمية"، يُعنى برصد التحولات ومتابعة تأثيراتها على المدى المتوسط والبعيد.

ثانيًا: دعم المبادرات التي تدمج بين التكنولوجيا والتنشئة القيمية (تطبيقات تعليمية، منصات حوار شبابية...)

من المهم تشجيع الابتكار التكنولوجي الذي يخدم **التنشئة القيمية**، وذلك عبر:

- تمويل تطبيقات ذكية تُمكّن الشباب من اكتساب قيم مثل التضامن، التسامح، والمواطنة من خلال ألعاب تربوية أو تجارب تفاعلية.

- دعم منصات رقمية حوارية تجمع شبابًا من خلفيات متعددة للنقاش حول قضايا الهوية، القيم، والحرية في بيئة آمنة ومنفتحة.

- إشراك روّاد الأعمال الرقميين في مشاريع شبابية تدمج التكنولوجيا بالمضمون التربوي والأخلاقي.

ثالثًا: صياغة سياسات شبابية تتماشى مع الواقع القيمي الجديد وتستجيب لحاجات التعبير والمشاركة دون الاصطدام بالسلطة الاجتماعية التقليدية

السياسات الشبابية يجب أن تنتقل من منطق الوصاية إلى منطق الشراكة، وذلك عبر:

- إعادة النظر في التشريعات والبرامج الموجهة للشباب بما يضمن لهم مساحة للتعبير والمبادرة دون رقابة تعسفية أو تقييد غير مبرر.
- إدماج ممثلين عن الشباب الرقمي (مؤثرين، مطوري محتوى، ناشطين) في صياغة هذه السياسات حتى تعكس فعليًا تطلعاتهم وهواجسهم.
- المواءمة بين حماية القيم المجتمعية الأساسية وضمان حرية التعبير الرقمية، من خلال مقاربة تربوية وقانونية متوازنة لا تلجأ للردع فقط، بل تبني على الثقة والحوار.

5- توصيات عامة

أولًا: اعتبار الفضاء الرقمي فاعلًا قيميًا لا يمكن تجاهله، والعمل على دمجه في العملية التربوية والثقافية بشكل مدروس

لم يعد الفضاء الرقمي مجرد وسيلة تواصل أو ترفيه، بل تحول إلى فاعل رمزي ينتج القيم ويوجهها ويعيد تشكيل المعايير الاجتماعية. عليه، من الضروري:

- **الاعتراف المؤسسي** بأن شبكات التواصل أصبحت من أهم مصادر التنشئة القيمية لدى الجيل الجديد، وهو ما يقتضي استجابة تربوية ومؤسساتية.
- **إدماج الفضاء الرقمي في المناهج التعليمية**، ليس فقط كتقنية تعليمية، بل كمجال أخلاقي وثقافي يجب أن يُدرّس ويُناقش لفهم آلياته، خطاباته، ونماذج تأثيره.
- **الانفتاح على أدوات الثقافة الرقمية**)المدونات، الفيديوهات، البودكاست، الإنفوغرافيك...) في نشر الرسائل التربوية والثقافية، بحيث تكون جذابة وموجهة بلغة قريبة من وجدان الشباب.

ثانيًا: مواجهة ظاهرة الازدواج القيمي عبر تعزيز الثقة بالنفس والحس النقدي لدى الشباب، مع فتح فضاءات حقيقية للتعبير والمشاركة

الازدواج القيمي الذي يعيشه الشباب ليس مرضًا أخلاقيًا بل انعكاس لصراع المرجعيات، وهو ما يستوجب معالجة تربوية عميقة، من خلال:

- **تعزيز بناء الذات القيمية** للشباب عبر التربية على المسؤولية الفردية والاختيار الواعي، لا عبر الإكراه أو التلقين.
- **تربية نقدية تمكّن الشباب من التمييز بين الخطابات الرقمية** المتنوعة، والوعي بما وراء الرسائل التي تُبث لهم عبر المؤثرين أو الرأي العام الافتراضي.
- **خلق مساحات حقيقية للحوار والمشاركة** داخل المؤسسات (المدرسة، الجامعة، الجمعيات الثقافية) تتيح للشباب التعبير عن آرائهم، من دون خوف أو رقابة صارمة، مما يحدّ من انفصام السلوك بين الواقع والرقمي.

ثالثًا: السعي نحو بناء مرجعية قيمية مرنة، غير جامدة، تستوعب التحولات المعاصرة دون التفريط في الهوية الثقافية

الثبات على منظومة قيمية منغلقة لم يعد مجديًا أمام تحولات الواقع وتعدد المرجعيات، ولهذا فإن:

- **المرجعية القيمية المطلوبة ليست نقيضًا للتجديد، بل إطارًا يستوعب الحداثة دون أن يذوب فيها،** عبر قيم جامعة مثل الكرامة، العدالة، الحوار، والانتماء.

- **فتح حوار مجتمعي واسع حول "ما يجب أن يكون مشتركًا قيميًا"**، تشارك فيه أطراف متعددة: علماء اجتماع، رجال دين، تربويون، شباب، ومؤسسات ثقافية.

- **المراهنة على القيم القابلة للتداول عبر الأجيال**، أي التي تحمل إمكانية التوافق بين الأجيال بدل الصدام، وتُبنى عبر التجربة والتفاعل، لا عبر الإملاء.

خاتمـــة

إنّ تتبّع التحولات المتسارعة التي فرضتها البيئة الرقمية على المجتمع الجزائري، وما صاحبها من إعادة تشكيل للتمثلات والرموز والقيم، كان دافع هذه الدراسة ومحورها المركزي. لقد حاولت هذه الأطروحة، الموسومة بـ **"تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي للشباب الجزائري"**، أن تتجاوز المقاربة التقريرية المباشرة نحو فهم بنية التحوّل ذاته، واستجلاء ديناميّاته العميقة، من خلال تحليل العلاقة المركّبة بين الشباب والمنصات الرقمية باعتبارها فضاءات جديدة لإنتاج المعنى وإعادة توزيع السلطة الرمزية.

لقد أكدت الدراسة، عبر مسارها النظري والميداني، أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيط اتصالي حديث، بل أضحت بيئة اجتماعية لها قوانينها وقيمها وأنماطها التعبيرية، تؤثر في الفاعلين الشباب بقدر ما تتغذى من تفاعلاتهم وتمثّلاتهم. ولعل أهم ما برز من خلال التحليل هو أن الفضاء الرقمي بات يشكّل **حاضنة لقيم هجينة**، لا تنفصل تمامًا عن المرجعيات التقليدية، ولا تنصهر بالكامل في النموذج الرقمي العالمي، بل تتموضع في منطقة وسطى تعكس خصوصية السياق الجزائري وتعقيداته الثقافية والاجتماعية.

وفي هذا المسار، لم يكن الهدف من الدراسة إثبات تأثير مباشر أو آلي لمواقع التواصل، بل الكشف عن **كيفية اشتغال هذا التأثير**، وعن الكيفية التي تُعاد من خلالها صياغة المعايير الأخلاقية، وقواعد السلوك، والتمثلات الجماعية داخل بيئة اتصالية مفتوحة وقد بيّنت النتائج أن الشباب لا يتلقّون القيم الرقمية بشكل واحد أو خطي، بل يتفاوضون معها، يرفضون بعضها، ويعيدون تأويل بعضها الآخر، ويُدخلون قيمًا جديدة في صلب ممارساتهم اليومية، وهو ما يعكس حيوية المشهد القيمي وقدرته على التشكل المستمر.

ومما يتعيّن الإشارة إليه أن التحولات القيمية التي ترصدها هذه الدراسة ليست بالضرورة تحولات في اتجاه التفكك أو الاضطراب، كما لا يمكن اختزالها في ثنائية "القديم مقابل الجديد" فالمشهد القيمي كما كشفت عنه المعطيات الميدانية مشهد **تعايش وتوتر**، تتقاطع فيه الفردانية الرقمية مع الروابط الجماعية التقليدية، وتظهر فيه أشكال جديدة من التضامن الافتراضي إلى جانب استمرار الأطر المرجعية المحلية وهذه الازدواجية ليست علامة ضعف، بل سمة من سمات المجتمعات التي تعيش انتقالًا ثقافيًا في ظل العولمة الرقمية.

إن الإسهام العلمي الذي تقدمّه هذه الأطروحة لا يكمن فقط في توصيف الظاهرة، بل في **إبراز الطابع البنائي والتفاعلي للقيم داخل الفضاء الرقمي**، والتأكيد على أن الاستخدامات الاتصالية الجديدة تفتح أمام الشباب إمكانات واسعة لبناء هوية متعددة الأبعاد، لكنها تضعهم أيضًا أمام تحديات تتعلق بتشتت المرجعيات وارتفاع منسوب الضغط الرمزي، وهو ما يستدعي وعيًا نقديًا أكبر، وتربية إعلامية أعمق، ومرافقة مؤسساتية أكثر فعالية.

كما أن النتائج التي خلصت إليها الدراسة، رغم غناها، تفتح الباب أمام جملة من المسارات البحثية التي يمكن أن تعزز فهم الظاهرة وتعمّقها، من بينها:

1. **إجراء دراسات اثنوغرافية** تتبّع التحول القيمي لدى الشباب عبر مراحل زمنية مختلفة، بدل الاقتصار على المقاربة المقطعية.

2. **تحليل أثر المحتوى المحلي** والمبادرات الرقمية الجزائرية في إعادة إنتاج أو إعادة صياغة قيم جديدة.

3. **الانفتاح على المقارنات الإقليمية** بين الشباب الجزائري ونظرائهم في دول عربية أو مغاربية لتبيّن خصوصيات التحول القيمي.

4. **البحث في علاقة القيم الرقمية بالهوية الوطنية** وكيفية تفاعلها مع الثوابت الثقافية.

5. **دراسة دور المؤثرين الرقميين** كفاعلين جدد في تشكيل القيم وأنماط القدوة لدى الشباب.

6. **تحليل الفروق الجندرية** في التلقي القيمي داخل المنصات الرقمية.

7. **بحث تأثير المنصات المرئية** (تيك توك، سناب شات) مقارنة بالمنصات النصية في تشكيل الحساسية القيمية.

8. **تطوير برامج للتربية الإعلامية الرقمية** واختبار أثرها في تعزيز التفكير النقدي والحماية القيمية لدى الناشئة.

إن هذه الأطروحة، في حدود إمكاناتها وإطارها المنهجي، تُعد إسهامًا متواضعًا في نقاش واسع ومعقّد حول مصير القيم في زمن التواصل الرقمي وهي لا تدّعي الإحاطة بكل جوانب الموضوع، لكنها تؤكد الحاجة الملحّة إلى مواصلة البحث في هذا المجال، نظرًا لسرعة التحول التكنولوجي، وعمق تأثيره في أنماط الحياة، وارتباطه المباشر ببناء الإنسان والشباب على وجه الخصوص ومن ثمّ، فإن الاستمرار في تفكيك هذه التحولات يصبح ضرورة علمية ومجتمعية لضمان بناء وعي رقمي متوازن، وتحصين المنظومة القيمية، ومرافقة الأجيال الصاعدة في عالم يتغير بوتيرة غير مسبوقة.

قائمة المصادر
و المـــراجع

❖ **المراجع باللغة العربية**

✓ **المعاجم و القواميس**

1) معجم المعاني الجامع-عربي عربي- .

2) المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الميرية،1992.

3) معجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، ط1، مكتبة الشروق الدولية، مصر ،2004.

4) معجم غريب القرآن، للراغب الأصفهاني.

5) معجم لسان العرب، لابن منظور، دار مادر، الجزء الأول ،2003.

✓ **الكتب :**

1) إبراهيم أحمد الدوري ، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر

2) إبراهيم ناصر، علم الاجتماع التربوي، دار الجيل، بيروت، الأردن، ط 2 ، 1996.

3) اسعد احمد جمعة وعارق احمد جمعة، دراسات في علم الاجتماع الإسلامي، دار العظماء، مصر، 2008.

4) أشرف عبد الوهاب ، التسامح الاجتماعي بين التراث والتغير، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006 .

5) بدر بن جويعد العتيبي، العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، السعودية.

6) بودبوس رجب، ماضي المستقبل، صارع الهوية والوطنية في عالم يتعولم، تالة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ليبيا، 2001.

7) بومنيز كمال، النظرية النقدية من هوركهايمر إلى هوينث، الدار العربية للعلوم، ناشرون ومنشورات الاختلاف ،الدار البيضاء، 2010 .

8) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 .

9) جمال شحاة حبيب وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان .

10) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، ط 5، 1984.

11) حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياتها المعاصرة، الطبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية،2001 .

12) حلمي المليجي، علم النفس الشخصية، دار النهضة العربية، ط 1، بيروت، 2001.

13) حمد أبو زيد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، الكويت، 2006.

14) حمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت،1984 .

15) حمزة عبد الرحمان جمال الدين، الحق في الخصوصية في مواجهة حق الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية،2005 .

16) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر ، الأردن، 2013

17) خضير كاظم عبد ، **مناهج البحث العلمي ، أسس وتطبيقات** ، عمان ، دار المسيرة، 2020 .

دوجلاس ويلسون، **أساسيات البحث الكمي** ، ترجمة عبد العزيز السنيدي ، الرياض ، مكتبة الملك فهد، 2019 .

18) خليل معوض ميخائيل، علم النفس الاجتماعي ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 1999 .

19) الربيع ميمون، نزرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980.

20) رشوان حسين عبد الحميد احمد، التربية والمجتمع، المكتب العربي الحديث، مصر ،2002.

21) رضا أمين، الإعلام الجديد ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،2015 .

22) زكريا بشير إمام، أصول الفكر الاجتماعي في القارن الكريم القضايا والنظريات، روائع مجدلاوي، ط 1، 2000.

23) زيدان عبد الباقي، علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية، مكتب غريب، القاهرة، 1975.

24) سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث، النظرية و التطبيق، مصر، دار المعارف الجامعية، 1998.

25) سلمان بكر بن كران ، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان ،2015.

26) السنيدي عبد العزيز، **مناهج البحث العلمي ، المفاهيم والتطبيقات** ، مكتبة الرشد، الرياض ، السعودية ،2016.

27) سهير كامل احمد، علم النفس الاجتماعي بين التنظير والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر 2001.

28) صالح خليل أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، الأردن، 2005، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

29) صالح محمد علي أبو جادوا، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

30) ضياء زاهر، القيم العملية التربوية، مؤسسة الخليج العربي، 1984 .

31) عامر إبراهيم قنديلجي ، الإعلام الالكتروني ، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2015 .

32) عبد الله ال ارشدان ونعيم جعتيني، المدخل إلى التربية والتعليم، دار الشروق، الأردن، ط 2، 2002 .

33) عبد الرحمن محمد صبري، أسس البحث العلمين النظرية و التطبيق ،عمان ،دار المسيرة، 2019 .

34) عبد الرزاق محمد الدليمي ، الاعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، ط1، دار وائل للنشر ،الأردن ، 2011 .

35) عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2006 .

36) عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، 1992.

37) عبيدات ذوقان وآخرون ، **البحث العلمي، مفهومه، أدواته، وأساليبه**، دار الفكر، عمان، 2007 .

38) عدس عبد الرحمن ، أسس البحث العلمي ، النظرية والتطبيق ، عمان ، دار المسيرة، 2019.

39) عطوف محمود ياسين، مدخل في علم النفس الاجتماعي، دار النهار للنشر، بيروت 1981 .

40) علي حجازي إبراهيم ، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد ،2018.

41) علي خليل أبو العينين، القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم، المدينة المنورة، ط1، 1988.

42) علي عبد الرازق جبلي، علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2000.

43) علي ليلة و آخرون، الشباب القطري، اهتماماته و قضاياه، مركز الوثائق و الدراسات الشبانية، جامعة قطر، 1991 .

44) علي وطفة ومها زحلوق، الشباب قيم واتجاهات ومواقف، سوريا، دمشق، الطبعة 1، 2000.

45) عمر محمد التومي الشيباني، من أسس التربية الإسلامية، منشورات المنشأة العربية للنشر، طرابلس 1985.

46) عويمر عبد الله، مناهج البحث العلمي، المفاهيم والخطوات والتطبيقات، لرياض، مكتبة العبيكان، 2021 .

47) كمال طارق، سيكولوجية الشباب، تنمية الشباب اجتماعيا واقتصاديا، دار الكتب، سوريا، 2001.

48) ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، ط 1، 2006.

49) ماهر عودة الشمايلة وآخرون ، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، الأردن ، 2015.

50) محمد الجوهري، الشباب والحق في الاختلاف، المكتب الجامعي الحديث، مصر.

51) محمد أمين عبوب ، استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في إنتاج المضامين الإعلامية والثقافية، وسائط الاتصال والاستعمال والاستخدام، ط1، الجزائر ،2015 .

52) محمد بلفقيه، العلوم الاجتماعية ومشكلة القيم، تأصيل الصلة، دار نشر المعرفة، الرباط، ط1، 2007.

53) محمد عاطف عبث، دارسات في علم الاجتماع التطبيقي، بيروت، دار النهضة العربية.

54) محمد عبد المنعم خفاجي، الإسلام والشباب، دار الوفاء للنشر.

55) محمد فتحي عكاشة، محمد شقيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،1997.

56) محمد محمد عبد المنعم وآخرون ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة، جامعة الملك فيصل .

57) محمود خليل أبو دف، مقدمة في التربية الإسلامية، مكتبة آفاق، غزة، 2002.

58) مجي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية ،2015.

59) مرعي توفيق واحمد بلقيس، المسير في علم النفس الاجتماعي، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، 1984.

60) مروى عصام صلاح ، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر ،2015.

61) المصدق حسن، هابرماس ومدرسة فرانكفورت، المركز الثقافي العربي، الطبعة الأولى، 2005 .

62) منال بوشارب، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب ، جامعة وهران، الجزائر ، 2021 .

63) مها زحلوق وعلي وطفة، الشباب قيم واتجاهات ومواقف، الطبعة الأولى، سوريا، دمشق.

64) موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، 2011.

65) موسى رشاد علي عبد العزيز، إدراك الاتجاهات الوالدية وممارساتها وعلاقتها ببعض المتغيرات، جامعة بغداد، 1965.

66) مي العبد الله ، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2014.

67) الناصر محمد حامد، تربية الأطفال في رحاب الإسلام في البيت والروضة، مكتبة السوادي، جدة، 1991 .

68) نجيب اسكندر وآخرون ، الدارسة العلمية للسلوك الاجتماعي، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975.

69) نديم منصوري، سوسيولوجيا الانترنت، سلسلة اجتماعات عربية، منتدى المعارف، لبنان، 2015 .

70) نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.

71) هديل العبيدي، يوسف حراث، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، جامعة البحرين ،2017.

72) وائل مبارك خضر فضل الله ،أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011.

73) وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاءالاكتروني، مارس 2012.

74) وليد طافش، الشباب ومعركة الحياة المعاصرة، مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع، بيروت، 1994.

✓ **رسائل الماجستير و أطروحات الدكتوراه :**

1) نسرين بوشعالة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري ، جامعة الجزائر 2،الجزائر ،أطروحة دكتوراه ، 2020.

2) أحمد يونس محمد حمودة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013.

3) أسامة غازي المدني ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى، السعودية ، أطروحة دكتوراه ، 2015/2014 .

4) بن عمار سليم،تأثير المحتوى الديني والمحتوى الترفيهي على منظومة القِيَم لدى الشباب الجزائري ، جامعة الجزائر3،الجزائر ، أطروحة دكتوراه ، 2021 .

5) بوزيدي حفيظة ، أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق المتمدرس الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ،2017/2016 .

6) الحميدي أحمد ، تأثير تطبيق "تيك توك" في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب العربي ، جامعة الملك سعود، السعودية، أطروحة دكتوراه، 2021 .

7) رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب السعودي ،دراسة ميدانية لنيل شهادة دكتوراه ،جامعة المالك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية ، 2008 .

8) رباحي ناسلية ، دوافع استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية على عينة من مستخدمي شبكة الفايسبوك، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر ،2021 .

9) رشا أديب محمد عوض ، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدرامي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظربات البيوت ، دراسة ماجستير ،جامعة القدس المفتوحة ، 2013 /2014

10) زروقي رياض، الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك ، طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر ، 2021.

11) الزعبي رضوان محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، العراق ، 2019 .

12) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006/2005 .

13) سكي سومسن ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجزائري ، دراسة ميدانية على عينة من شباب ورقلة ، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022 .

14) سميحة محمد أبو نصر، دراسة القيم الاجتماعية لدى الفتاة الكويتية وأبعادها التربوية، رسالة ماجستير،1982.

15) سها عبد الله زيدان، هواجس المستقبل عند الشباب، مذكرة ماجستير، كلية التربية والإرشاد النفسي، جامعة دمشق، 2007/2006 .

16) سهام صوكو، واقع القيم لدى المارهقين في المؤسسة التربوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، دراسة ميدانية بثانوية بوحنة مسعود، ميلة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.

17) سهيل احمد الهنيدي، دور المعلم في تنمية بعض القيم الاجتماعية لدى طلبة الصف الثاني عشر بمحافظات غزة من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير ، الجامعة الإسلامية ،غزة، 2001.

18) الشوابكة شروق صالح محمد ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية والوطنية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن ، الفيسبوك نموذجاً، الاردن ،دراسة ماجستير ، 2019 .

19) عاهد مرتجي، مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميهم، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر ،غزة، 2004.

20) عبد الحفيظ معوشة، الميول الانتحارية وعلاقتها بتقدير الذات، مذكرة ماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008/2007.

21) عبد الحميد، ياسر، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل القيم والسلوكيات،جامعة القاهرة،دراسة ماجستير،2020 .

22) عبد الرحمان بن عبد الله العقيصان، اثر التحول في القيم الشخصية والأسرية على السلوك العنيف لدى مرتكبي جرائم العنف من الشباب في مدينة الرياض، أطروحة دكتواره، الرياض،2006.

23) عبد الرحمن محمد الشامي ، آفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد المجلة العربية للإعلام والإتصال ، جامعة الملك سعود الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، الرياض ، أطروحة دكتوراه ، 2007 .

24) عبد الغني سمية ، دور الفضاء الرقمي في تشكيل التصورات والسلوكيات لدى الشباب العربي ، دراسة سوسيولوجية ميدانية ، جامعة الجزائر 2، الجزائر ، أطروحة دكتوراه ، 2021 .

25) عزي عبير إبراميم، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009 .

26) علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية .

27) عيسات سمير، تأثير المؤثرين المحليين والعالميين على منظومة القِيَم لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية.، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2020 .

28) فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ،تويتر نموذجا، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، أطروحة دكتوراه ، 2016 .

29) قدّارة شوقي ، شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وعلاقتها بالقيم لدى الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي ، رسالة ماجستير، جامعة الوادي، الجزائر، 2022

30) ليلى حمين، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2014/ 2015.

31) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك ،2012 .

32) مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة ،2012.

33) مفيدة العبامي، المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقاربة مابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية، رسالة بحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 2010 .

34) مومن بكوش الجموعي، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة الوادي، رسالة ماجستير، علم النفس تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة قسم العلوم الاجتماعية، 2012/ 2013 .

35) نزيهة عثامنية ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2017 .

36)نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباعات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر ،2008/2007 .

37)هاشم فتح الله عبد الرحمان، دور كليات التربية في تنمية وتدعيم بعض القيم لدى طلابها، رسالة دكتواره، كلية التربية، جامعة المنيا،1992.

✓ **المجلات العلمية و الدوريات :**

1) إحسان محمد حسن، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1998.

2) أحمد بوزيان، منظومة القيم في زمن التحول الرقمي ، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي إنستغرام في الجزائر، **المجلة الجزائرية للاتصال**، العدد 38 ، الجزائر، 2023 .

3) إيناس خليفة، **السوشيال ميديا وإعادة تشكيل الذوق العام والقيم الجمالية** ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية، 2019.

4) بخيت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد التاسع، 2013 ،ص 95.

5) البقمي نجلا سعود منير المرزوقي ، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، عدد 2 ،2020 .

6) بن سعيد آل سحيم محمد ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية القيم الجمالية والأخلاقية لدى طلاب مرحلة ما قبل الجامعي بالمملكة العربية السعودية، المجلة الدولية للبحوث التربوية والنفسية ، عدد 2 ،2022.

7) جودة هيثم مؤيد ، إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 50 ،2016.

زاهر رامي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان ،2003.

8) دريم فاطمة الزهراء، مستخدمو الفضاء الأزرق بين دعائم القيمية وجرائم التقنية ، دراسة حالة الشباب الجزائري ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 5 ، جامعة عبد الحميد مهري ، قسنطينة 2 ، الجزائر، 2019 .

9) روشليتز رينرو ماركس هابرماس، الديموقراطية الراديكالية، ترجمة سليم قندلفت، مجلة ماركس الراهن، العدد 24 ،2000.

10)زواوي بن كروم، الشباب والعمل في الجزائر، دراسة سوسيولوجية بحي المدينة الجديدة بمدينة وهران، مجلة الشباب والمشكلات الاجتماعية، العدد الأول، جانفي، 2013.

11)ساسي سفيان ، الشباب واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لمنطقة الطارف، مجلة الحكمة، العدد 27، السدامي2، 2014.

12)سدخان هناء حسن، العزوف عن القراءة لدى الشباب، دراسة اجتماعية ميدانية في محافظة الديوانية، لارك، المجلد 11، العدد 2، 2019 .

13)سعيد عواشرية، الأسرة الجزائرية، مجلة العلوم الاجتماعية والاقتصادية، جامعة باتنة، عدد 12 ، جوان 2005.

14) سمير دحماني والعربي زغايش، دور القيم الترفيهية في توجيه سلوك الشباب، دراسة ميدانية بجامعة المدية، وزارة الشباب والرياضة، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، الجزائر، 2013 /2014.

15) الشيخي إيناس محمد إبراهيم ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب ، دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم ، مجلة البحوث الإعلامية ، عدد ، 2018 . سالم حسام سالم عطا الله ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغير ثقافة القيم لدى الشباب المصري ، دراسة ميدانية بجامعة المنصورة ، مجلة كلية الآداب جامعة المنصورة، العدد 89 ، 2022

16) الصادق رابح، الهوية الرقمية للشباب ، بين التمثلات الاجتماعية والتمثل الذاتي، مجلة إضافات، العدد 19 ،2012 .

17) صغير عباس فريدة، وأعراب فطيمة ، واقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على التنشئة الاجتماعية لدى الشباب وفق منظور الاستخدامات والإشباعات ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية الجزائر العاصمة، مجلة دراسات نفسية وتربوية، المجلد 7، العدد 2، 2019، المركز الجامعي لتامنغست .

18) عبد الرحمن عزي، أثر الوسائل السمعية البصرية على نظام القيم، أنماط الاستهلاك في المجتمع الريفي الوسيطي، مجلة علمية بحوث، العدد1، 1992-1993.

19) العتيبي خوله علي ، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة ، دراسة ميدانية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 92 ، 2024.

20) فاطمة ممال، انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيسبوك، وعي الذات إلى أين؟، مجلة مؤمنون بلا حدود للدراسات و الأبحاث، الرباط، أكدال، المملكة المغربية، 2016 .

21) فؤاد مخلوف، دور الإعلام الرقمي في تنمية الطموح والهوية المهنية لدى الشباب العربي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 24 ، 2020 .

22) كريملي هدى ، الثّقافة الرقمية ورهان الهويّة الدينية عند الشّباب المغربي ، مجلة إنسانيات، العدد 95، 2022 .

23) كلثوم بيبيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي، من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، العددان 33 و34 ،مركز الوحدة العربية، بيروت، 2016 .

24) المبارك الحسين محمد، وحسن الفاتح ، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، الفيسبوك أنموذجاً ، مجلة العلوم التربوية والنفسية ، عدد 2 ، 2020.

25) مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان، العدد 395، يناير، 2012،

26) هويدا عدلي، الشباب والهوية والعولمة، جدليات القبول والرفض، مجلة الشؤون العربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، العدد 132، 2007.

✓ **<u>الملتقيات و المؤتمرات و الندوات :</u>**

1) إبراهيم بن عبدالله العبيد ، تعزيز ثقافة الحوار ومهاراته لدى طلاب المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية صيغة مقترحة ، ورقة عمل مقدمة للملتقى الأول للتعليم الثانوي ، الواقع وآفاق المستقبل اتجاهات جديدة لتعزيز مخرجات التعليم الثانوي ، المملكة العربية السعودية المنطقة الشرقية ، 2009/01/22 .

2) عبد القوي محمود حمدي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدي الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح، الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009 .

3) عبد الله ناصر الحمود ، نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع السعودي ، ندوة الإعلام والحوار الوطني العلاقة بين المضمون والوسيلة مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، جريدة الجزيرة العدد (12) ، 2005 .

4) محمد زرمان ، ثقافة الحوار في مرجعيتنا الدينية والفكرية المؤتمر العلمي الثامن ، الحوار مع الذات، كلية ، الآداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2004 .

5) مها عبد الحميد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الاعلام الاجتماعي-رؤية تحليلية، ورقة علمية، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2015.

✓ **المواقع الالكترونية :**

1) زبير فراس ، اطلاق موقع "فايس ألجيريا" لمنافسة فايسبوك، موقع جريدة الخبر الالكترونية، متاح على الخط https://www.elkhabar.com/ar/autres .

2) سناب شات تطبيق التواصل الاجتماعي الأول لدى المراهقين، صحيفة الرأي اليوم ،19 مارس 2017، متاح على الخط https://www.raialyoum.com

3) الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، 2016 متاح على bohotti.blogspot.com

4) عادل عبد الصادق ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية ، متاح على الخط http:///digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883§eid$501

5) فريد قاسم، +ness أول موقع تواصل اجتماعي جزائري، موقع جزايرس، نشر في 2014/4/3 متاح على الخط http://www.djazairess.com/akhbrelyoum/52015

6) لكحل فيصل ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري المعاصر ، متاح على الخط http://hdl.handle.net/123456789/970 .

7) مصطفى فتحي، مراجعة عن تويتر twitter ايجابيات وسلبيات تويتر، متاح على الخط ، https://www.ts3a.com

8) ماني السيد ، ثلاث مدونات مصرية تحقق أعلى المبيعات في معرض الكتاب، www.masrawy.com/News/Egypt/Politics/2008/february/16/bloggers.aspxthe times 2011

9) الوافي الطيب وبهلول لطيفة ، البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، متاح على http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc

10) http://edc.revues.org/868

11) https://engage-ai.co/ar/2024

12) https://mawdoo3.com

13) https://www.alarabiya.net/aswaq/companies

14) https://www.aljazeera.net/tech

15) https://www.alrab7on.com/what-is-linkedin

16) https://www.statista.com.

17) www.albankaldawli.org/ar/topic/governance/overview

❖ المراجع باللغة الأجنبية :

✓ القواميس والمعاجم

1) Challah Youssef, Dictionnaire des thèmes juridiques et commerciaux. Beyrouth, Librairie du Liban.
2) Hakki Mamdouh, Dictionnaire juridique, Beyrouth, Librairie du Liban, 1991.
3) Lamizet Bernard, Dictionnaire Encyclopédique de Sciences de l'Information et de Communication, Paris, 1997.

✓ الكتب

1) Abidin Crystal, Internet Celebrity, Understanding Fame Online, Emerald Publishing, 2018.
2) Anderson Monica and Jingjing Jiang, Teens, Social Media & Technology. Washington, Pew Research Center, 2018.
3) Berger Peter L and Thomas Luckmann, The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge, Anchor Books, New York, 1966.
4) Boyd Danah, It's Complicated, The Social Lives of Networked Teens, Yale University Press, New Haven, 2014.
5) Breton Philippe and Serge Proulx, L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle, La Découverte, Paris, 2002.
6) Castells Manuel, Communication Power, Oxford, Oxford University Press, 2009.
7) Ganty Étienne, Penser la modernité, Essai sur Heidegger, Habermas et Éric Weil, Namur, Presses Universitaires de Namur, 1997.
8) Habermas Jürgen, L'espace public Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris, 1997.

9) Inglehart Ronald, Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values, Princeton, Princeton University Press, 2005.
10) Lievrouw Leah A and Sonia Livingstone eds, Handbook of New Media, Social Shaping and Consequences of ICTs, Sage Publications, London, 2002.
11) Livingstone Sonia, Children and Young People's Digital Lives, The Rise of Virtual Socialization, London School of Economics and Political Science, 2019.
12) Manuels Payat, J'aimepas Facebook, France, 2012.
13) Miège Bernard, L'information-communication, Objet de connaissance, De Boeck & INA, Bruxelles, 2004.
14) Missika Jean-Louis, La fin de la television, Le Seuil, Paris, 2006.
15) Rheingold Howard, The Virtual Community, Homesteading on the Electronic Frontier, Mass, MIT Press, Cambridge, 2000.
16) Turkle Sherry, Alone Together, Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, Basic Books, New York, 2017.
17) Wolton Dominique, Penser la communication, Flammarion, Paris, 1997.

✓ **المجلات العلمية والدوريات**

1) Benrahhal-Serghini Zineb and Céline Matuszak, Lire ou relire Habermas, Lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien, Études de communication 32 ,2009.
2) Boyd Pete and Sue Bloxham, A Situative Metaphor for Teacher Learning, The Case of University Tutors Learning to Grade Student Coursework, British Educational Research Journal 40, no 2, 2014.
3) Dahlgren Peter and Marc Relieu, L'espace public et l'internet, Structure, espace et communication, Réseaux 18, no 100, 2000.

4) Dutton William H,Sociality Through Social Network Sites, In The Oxford Handbook of Internet Studies, 151, Oxford University Press,Oxford, 2013.
5) Flichy Patrice,New Media History, In Handbook of New Media, edited by Leah Lievrouw and Sonia Livingstone, Sage Publications , London, 2006.
6) Georges Fanny,L'identité numérique sous emprise culturelle, De l'expression de soi à sa standardization, Les Cahiers du numérique ,2011.
7) Johnson James,Public Sphere, Postmodernism and Polemic, American Political Science ,2007.
8) Kaplan Andreas M, and Michael Haenlein,Users of the World, Unite, The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizons 53, no 1, 2010.
9) Kuss Daria and Mark D, Griffiths,Social Networking Sites and Addiction, Ten Lessons Learned, International Journal of Environmental Research and Public Health 14, no 3, 2017.
10) Livingstone Sonia and Amanda Third,Children and Young People's Rights in the Digital Age, An Emerging Agenda, New Media & Society 19, no 5 ,2017.
11) Marwick Alice E and danah boyd,To See and Be Seen, Celebrity Practice on Twitter, Convergence 17, no 2 ,2011.
12) Michaud Yves,Critique et espace public chez Habermas, De la démocratie éclairée à la démocratie radicale, Revue philosophique ,1999.
13) Papacharissi Zizi,Virtual Sphere, Internet as a Public Sphere, New Media & Society ,2002.
14) Pew Research Center, Social Media Use in 2021, Washington, D.C., Pew Research Center, 2021.

15) Quéré Louis,L'espace public, De la théorie politique à la métathéorie sociologique, Quaderni 18 ,1992.

16) Rokeach Milton,The Nature of Human Values and Value Systems, In Current Perspectives in Social Psychology, edited by Hallander E.P. and Hunt R.G.

17) We Are Social and Meltwater, Digital Global Overview Report, 2023.

18) Values in Social Isolation, LUMEN Scientific Publishing House, Postmodern Openings, 2021.

19) Butler Sarah et al, Young People on Social Media in a Globalized World, A Socio-Ecological Evolutionary Framework, Frontiers in Psychology, 2024.

20) Gavkalova Natalia, The Institutional Transformation of the Digital Values of Ukrainian Youth, Intellectual Economics, 2021.

21) Tirocchi, Silvia et al, Generation Z, Values, and Media, From Influencers to BeReal, 2024.

✓ **الملتقيات والمؤتمرات والندوات**

1) Patenaude Pierre, La zone réductible d'intimité, Communication présentée au 10e Congrès international de droit comparé, Budapest, 1978.

2) Li Jiayu, The Influence of We-Media on Youth Values, ICHESS / Atlantis Press, 2022, atlantis-press.com

3) Starovolsky-Shitrit Alina et al, The Value of Nothing, Multimodal Extraction of Human Values Expressed by TikTok Influencers, 2025 .

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة العربي التبسي – تبسة –

كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

استمارة استبيان حول:

اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الواقع القيمي للشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث L.M.D في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص : اتصال في التنظيمات

اعداد الطالبة:

- مسلوب فاطمة الزهراء

اشراف الأستاذ الدكتور:

بوزيان عبد الغني

*ملاحظات:

-ان المعلومات هده الاستمارة سرية، ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي لذا نرجو الاجابة بكل موضوعية.

- ضع العلامة(×) في خانات الإجابة المناسبة.
- يمكن الاجابة على اكثر من احتمال.

السنة الجامعية: 2024-2025

الملاحق: استمارة الاستبيان

المحور الأول: معلومات شخصية

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2. العمر: 18-24 سنة ☐ 25-31 سنة ☐ 31-35 سنة فأكثر ☐

3. المستوى التعليمي: ثانوي ☐ ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

4. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بكثرة؟ (يمكن اختيار أكثر من اجابة)

- فيسبوك ☐
- إنستغرام ☐
- تيك توك ☐
- تويتر (X) ☐
- يوتيوب ☐
- لينكد إن ☐
- سناب شات ☐
- أخرى : .....

5. كم ساعة تقضي يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة ☐
- 1 - 3 ساعات ☐
- 3 - 5 ساعات ☐
- أكثر من 5 ساعات ☐

6. ما هي أهم الأسباب التي تدفعك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

- التواصل مع الأصدقاء والعائلة ☐
- متابعة الأخبار والأحداث ☐
- الترفيه ☐
- البحث عن فرص عمل أو تطوير مهني ☐
- التعبير عن الرأي والمشاركة في النقاشات ☐
- البحث عن معلومات أو تعلم أشياء جديدة ☐

-بناء علاقات وصداقات جديدة ☐

- الحصول على الدعم الاجتماعي والنفسي ☐

- متابعة المشاهير والشخصيات المؤثرة ☐

- المشاركة في مجموعات ومنتديات ذات اهتمامات مشتركة ☐

- أخرى : .....

المحور الثالث: القيم التي تروج لها مواقع التواصل الاجتماعي

7. ما هي القيم التي تلاحظ أنها تنتشر بكثرة على المنصات التي تستخدمها؟ (اختر أكثر من إجابة)

- القيم الدينية والأخلاقية ☐

- القيم الاجتماعية (التعاون، الاحترام، إلخ) ☐

- القيم المادية (الاستهلاك، المظهر، إلخ) ☐

- القيم الفردية (الحرية، الاستقلالية، إلخ) ☐

- القيم السياسية والحقوقية ☐

- قيم الترفيه ☐

- أخرى :.....

8. هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تعزز قيمًا إيجابية أم سلبية؟

- إيجابية ☐

- سلبية ☐

- مزيج بين الإيجابية والسلبية ☐

09. هل لاحظت تغيرا في قيمك أو معتقداتك بسبب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐

- لا ☐

10. إذا كانت إجابتك بنعم كيف تتعامل مع هذا التغير؟

- أتقبل القيم الجديدة ☐

- أتمسك بالقيم التقليدية ☐

-أخرى :.....

المحور الرابع: العلاقة بين كثافة الاستخدام وتغير القيم

11. هل تعتقد أن الوقت الذي تقضيه على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على قيمك؟

- نعم ☐
- لا ☐

❖ . اذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك ؟

- التعرض لأنواع مختلفة من القيم. ☐
- مقارنة الذات بالآخرين. ☐
- البحث عن الإعجاب والموافقة. ☐
- الوقوع في فقاعات المعلومات. ☐
- تأثير المؤثرين والمشاهير. ☐
- تراجع التواصل الحقيقي. ☐
- أخرى : .....

12. هل تشعر أنك أصبحت أكثر تقبلا لقيم مختلفة عن قيمك الأصلية بسبب مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐
- لا ☐

❖ . اذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك ؟

- أصبحت أكثر وعيا بتنوع القيم. ☐
- أفهم السياقات المختلفة للقيم. ☐
- أعالج المعلومات بشكل محايد. ☐
- أتكيف مع اختلافات المستخدمين. ☐
- أخرى : .....

المحور الخامس: اختلاف التأثير حسب المنصة والمحتوى

13. هل تلاحظ اختلافًا في القيم المعروضة بين منصة تواصل اجتماعي وأخرى؟

- نعم ☐
- لا ☐

❖ . اذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك ؟

- طبيعة المنصة والغرض منها. ☐
- خوارزميات المنصات. ☐
- ثقافة المستخدمين. ☐
- سياسات وإرشادات المنصات. ☐
- أخرى : .....

14. أي منصة تعتقد أنها الأكثر تأثيرًا على قيم الشباب الجزائري؟ (اختر أكثر من إجابة)

- فيسبوك ☐
- إنستغرام ☐
- تيك توك ☐
- تويتر (X) ☐
- يوتيوب ☐
- لينكد إن ☐
- سناب شات ☐
- أخرى :.....

15. ما نوع المحتوى الذي تعتقد أنه يؤثر أكثر على القيم؟

- المحتوى الديني ☐
- المحتوى السياسي ☐
- المحتوى الترفيهي ☐
- المحتوى الاجتماعي ☐
- المحتوى التعليمي والعلمي ☐
- أخرى :.....

16. ما مدى مشاركتك في نشر أو إنشاء محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أنشئ محتوى بانتظام ☐
- أشارك أحيانا ☐
- أتابع فقط دون مشاركة ☐
- لا أستخدمها كثيرا ☐

17. هل تعتقد أن مشاركتك في مواقع التواصل تؤثر على قيم الآخرين؟

- نعم ☐
- لا ☐

❖ . اذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك ؟

- عرض وجهات نظر متعددة ☐
- تقديم معلومات محايدة. ☐
- إبراز قيم معينة . ☐
- المساهمة في تشكيل النقاشات العامة. ☐
- الرد على استفسارات حول القيم بشكل مباشر. ☐
- أخرى : .....

المحور السادس: تبني القيم المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي

18. هل وجدت نفسك تقلد سلوكيات أو قيمًا رأيتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كثيرا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- لا أبدا ☐

19. ما مدى تأثير المشاهير والمؤثرين على تبني القيم ؟

- تأثير قوي جدا ☐
- تأثير متوسط ☐
- تأثير ضعيف ☐
- لا يوجد تأثير ☐

20. ما نوع المؤثرين الذين يلهمونك أو يؤثرون على قيمك أكثر؟

- المؤثرون الدينيون ☐
- المؤثرون الاجتماعيون ☐
- المؤثرون السياسيون ☐

- المؤثرون الترفيهيون ☐
- المؤثرون التعليميون ☐
- لا أتابع مؤثرين ☐

21. هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل بديلا عن التنشئة الاجتماعية التقليدية؟

- نعم ☐
- لا ☐

❖ . اذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك ؟

- نقص التفاعلات الواقعية. ☐
- سطحية العلاقات أحيانا. ☐
- التأثير السلبي المحتمل. ☐
- فقدان المهارات الاجتماعية الأساسية. ☐
- دور الأسرة والمدرسة والمجتمع. ☐
- أخرى : .....

22. كيف تقيم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم في المجتمع الجزائري بشكل عام؟

- إيجابي ☐
- سلبي ☐
- متعادل و متوازن ☐

23. هل تتعارض بعض القيم المعروضة مع الثقافة الجزائرية؟

- نعم ☐
- لا ☐

❖ . اذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك ؟

- تأثير الثقافية الغربية. ☐
- التركيز على الفردية والمادية. ☐
- مفاهيم الحرية الشخصية. ☐
- تحدي السلطة التقليدية. ☐

- الصور النمطية والقيم غير الواقعية. ☐

-أخرى : .....

24. ما أفضل طريقة للتعامل مع التأثيرات السلبية؟

- التوعية الأسرية ☐
- الرقابة ☐
- التربية الإعلامية ☐
- أخرى :.....