



UNIVERSITY LARBI TEBESSI – TEBESSA

جامعة العربي التبسي - تبسة

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم الإنسانية و الاجتماعية

الشعبة: علوم الإعلام و الإتصال

التخصص: إتصال تنظيمي

العنوان:

دور مواقع التواصل الإجتماعي في إعادة إنتاج القيم

لدى الشباب الجامعي الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الأولى ماستر - إتصال تنظيمي - تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعة: 2020

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالب (ة):

- شيماء مضوي
- هدى بوطرفة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. علي سلطاني	أستاذ محاضر - أ-	رئيسا
د. عبد اللطيف عبد الحي	أستاذ مساعد - أ-	مشرفا ومقررا
د. عبد الغاني بوزيان	أستاذ محاضر - أ-	عضوا ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
لَتَتَّبِعُنَّ سُنَنَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ شِبْرًا بِشِيرٍ،
وَذِرَاعًا بِذِرَاعٍ حَتَّىٰ لَوْ دَخَلُوا فِي جُحْرٍ
ضَبَّ لَاتَّبَعْتُمُوهُمْ "

أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي الصَّحِيحِ

شكر و عرفان

بسم الله والحمد لله الذي هداانا إلى خير الأعمال.... وقوى فينا
البصائر والأبدان.... ونصلي على سيدنا محمد خير الخلق والأنام "صلى
الله عليه وسلم"

في البدء نشكر الله الذي أعاننا على إتمام هذا العمل والذي أنعم علينا
بنعمة العلم ولأن من لم يشكر الناس لم يشكر الله
فالواجب أن نرفع أسمى معاني الشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذ
الدكتور "عبد الحي عبد اللطيف" الذي شرفنا بإشرافه على هذا العمل
والذي لم يبخل علينا بإرشاداته ونصائحه ولم يدخر أي جهد لمساعدتنا في
إتمام هذا العمل.

ونشكر كل أساتذتنا الذين قدموا لنا أسمى النصائح وأثمن المعارف طول
مشوارنا الدراسي.

ونشكر كل من وقف إلى جانبنا وكان سندا لنا في إنجاز هذا العمل

لكم منا فائق الشكر والتقدير

ملخص الدراسة

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها بيئة تفاعلية إفتراضية، تقوم بدور مهم في التوعية وتشكيل ثقافات متنوعة، وأداة فعالة من أدوات التغيير فضلا عن أنها وفرت خاصية التواصل والتفاعل مع الآخرين من خلال مختلف الأنشطة وهي بذلك تتخطى الحدود والحواجز، لتساهم في إعادة تشكيل الحياة في المجتمعات عبر التأثير في منظومة القيم التي تكون سلوك الأفراد داخل المجتمع.

وعليه هدفت هذه الدراسة للكشف عن "دور مواقع التواصل الاجتماعي 8 فيس بوك 8 في إعادة إنتاج القيم (الاجتماعية - الجمالية) لدى الشباب الجامعي الجزائري" وذلك نظرا للانتشار الواسع لهذه المواقع والشهرة الكبيرة التي اكتسبتها مؤخرا في أوساط الشباب عامة والشباب الجامعي خاصة الذي وجد ضالته فيها.

وللوصول إلى نتائج هذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة السنة أولى ماستر اتصال تنظيمي، بجامعة الشيخ العربي التبسي، والمقدر بـ 294 مفردة، ونظرا لوجود صعوبة في الوصول إلى جميع مفردات مجتمع البحث تم إختيار عينة قصدية تمثلت في 29 مفردة من مستخدمي موقع الفيس بوك باستخدام أداتي الملاحظة وإستمارة الإستبيان، المكونة من 25 سؤال والمقسمة إلى 03 محاور:

المحور الأول: مكانة الفيس بوك لدى الشباب الجامعي.

المحور الثاني: مساهمة الفيس بوك في إعادة إنتاج القيم الإجتماعية.

المحور الثالث: مساهمة الفيس بوك في إعادة إنتاج القيم الجمالية.

وبعد تفريغ الاستمارة وتحليلها خلصنا إلى جملة من النتائج كان من أهمها:

- أغلب الباحثين يستخدمون الفيس بوك منذ زمن طويل والمتمثل في 03 سنوات بالنسبة لأغلب الإناث وأكثر من 05 سنوات بالنسبة للذكور وهذا ما يفسر أن إستخدامهم للموقع لم يكن وليد الساعة، بالإضافة إلى المدة الزمنية التي يقضونها يوميا في استخدام الموقع والتي أكدوا على أنها تفوق 05 ساعات، وأجمع أفراد عينة الدراسة على أنهم عادة ما يستخدمون الموقع بدافع التواصل مع الأقارب والأصدقاء إلى جانب الحصول على معلومات إجتماعية.
- أسفرت النتائج على أن الفيس بوك وسيلة للحصول على المعرفة فضلا على مساهمته في إذابة الحواجز بين الإناث والذكور.
- كما برز أثر الفيس بوك على القيم الإجتماعية من حيث أنه ساهم في التقليل من نسبة زيارة الأقارب وهذا ما أكد عليه الباحثين، ومن جهة أخرى تساعدهم في معرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية.
- إعادة إنتاج القيم الإجتماعية والجمالية لدى الشباب الجامعي، بصيغة أخرى إفتراضية مغايرة للواقع، وطمس قيم أخرى سواء كانت إجتماعية أم جمالية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الإجتماعي، الفيس بوك، إعادة الإنتاج، القيم، الشباب الجامعي الجزائري.

Abstract

Social media provides their users with an interactive virtual environment. It plays an important role in raising awareness, and forming diverse cultures, it is an effective tool of changes, in addition to that, it provided characteristic of communicating and interacting with others through various activities, it thus transcends borders and barriers to contribute to reshaping life in societies by influencing the system of values that shape the behavior of individuals within society.

Accordingly, this study aimed to reveal the role of social networking sites (facebook) in the reproduction of values (i.e. social and aesthetic) among the young algerian university students. This is due to the widespread of these sites, the great fame they gained recently among young people in general and young university students in particular.

In order to achieve the results of this study, a descriptive approach was used for first-year master degree students to represent the study community. The study community represents an organizational communication to the first year master students in the sheikh Alarbi Atebessi and it is estimated at 294 members.

Since there was difficulty reaching all the members of the research community, an intentional sample was chosen consisting of 29 users of the facebook site. By using the tools of observation and questionnaire it consists of 25 questions and is divided into 03 axes:

- The first axis: Facebook's place among the university students.
- The second axis: Facebook's contribution to the reproduction of social values.
- The third axis: Facebook's contribution to the reproduction of aesthetic values.

After filling out the questionnaire and analyzing it, we concluded a set of results and the most important ones are:

- Most of the respondents have been using Facebook for a long time, which is 3 years for females and 5 years for males. This explains that their use of the site wasn't recent in addition to the daily time they spend on the site and the results confirmed that they exceed 5 hours.
- The study sample agreed that they usually use the site to communicate with relatives and friends, in addition to obtaining social information.
- The results confirmed that Facebook is a way of obtaining knowledge as well as its contribution to removing barriers between males and females.
- The impact of Facebook on social values has also emerged in reducing the percentage of visits to relatives and it was confirmed by the respondents, on the other hand, it helps them know the customs and traditions of foreign societies.
- Facebook reproduced the social and aesthetic values of the young university students in the virtual world in other new ways completely different from the reality and obliterating other values whether it be social or aesthetic.

Key words: social networking sites, facebook, reproduction, the values, young algerian university.

الفهرس

الفهرس

رقم الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	مقدمة
	الإطار المنهجي
02	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
05	2- فرضيات الدراسة
06	3- أسباب إختيار الموضوع
07	4- أهمية الدراسة
08	5- أهداف الدراسة
08	6- الدراسات السابقة
18	7- تحديد مفاهيم الدراسة
18	7-1 الدور
19	7-2 مواقع التواصل الإجتماعي
21	7-3 إعادة الإنتاج
22	7-4 القيم
23	7-5 الشباب

الفهرس

25	8- المدخل النظري للدراسة
29	9- الإجراءات المنهجية للدراسة
29	1-9 منهج الدراسة
30	2-9 أدوات جمع البيانات
32	3-9 مجتمع الدراسة وعينتها
34	4-9 مجالات الدراسة
الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"	
37	تمهيد
38	المبحث الأول: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي
38	- المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
40	- المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
43	- المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
45	- المطلب الرابع: نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
59	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم	
62	تمهيد

63	المبحث الأول: ماهية القيم
63	- المطلب الأول: مفهوم القيم والنسق القيمي
69	- المطلب الثاني: القيم من النظرية الكلاسيكية إلى النظرية المعاصرة
72	- المطلب الثالث: القيم من الخصائص إلى الوظائف
76	- المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في اكتساب القيم
79	- المطلب الخامس: تصنيفات القيم
83	- المطلب السادس: نماذج من قيم المجتمع الجزائري
89	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الشباب	
92	تمهيد
93	المبحث الأول: مدخل عام إلى الشباب
93	- المطلب الأول: مفهوم الشباب والشباب الجامعي
97	- المطلب الثاني: خصائص وأهمية الشباب
100	- المطلب الثالث: حاجات الشباب و مشكلاته
105	- المطلب الرابع: آثار العولمة الثقافية على الشباب
107	- المطلب الخامس: الصراع القيمي لدى الشباب

الفهرس

111	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي	
113	تمهيد
113	- تحليل البيانات الميدانية
140	- نتائج الدراسة
148	- التوصيات
	- استمارة الاستبيان
الخاتمة	
قائمة المصادر و المراجع	

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	رقم الصفحة
01	يوضح سنوات ظهور أبرز مواقع التواصل الإجتماعي وتطورها	42
02	يوضح تطور موقع الفيس بوك من سنة 2014 لسنة 2019	50
03	يوضح نسبة إستخدام الفيس بوك حسب الفئات العمرية في العالم لسنة 2019	50
04	يوضح نسبة زيادة عدد المستخدمين لموقع الفيس بوك في الجزائر لسنة 2019	52
05	يوضح نسبة إستخدام الفيس بوك في الجزائر لسنة 2019	52
06	يوضح نسبة استخدام الفيس بوك في العالم لسنة 2019	53
07	يوضح نسبة إستخدام تويتر في العالم سنة 2019	55
08	يوضح نسبة إستخدام الأنستغرام في العالم لسنة 2019	57
09	يوضح نسبة إستخدام سناب شات في العالم لسنة 2019	58
10	يوضح أشهر قصات الشعر المتداولة بين أوساط الشباب	108

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
113	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
114	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
115	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة	03
116	يوضح مدة استخدام الفيس بوك لدى الشباب الجامعي	04
118	يوضح الحجم الساعي الذي يقضيه الشباب الجامعي يوميا في الفيس بوك	05
119	يوضح مساهمة الفيس بوك في الحصول على المعرفة	06
120	يوضح هدف الشباب الجامعي من استخدام موقع الفيس بوك	07
121	يوضح الصفحات التي يجذب الشباب الجامعي الإشتراك فيها من ناحية الإنتماء الجغرافي	08
123	يوضح مساهمة الفيس بوك في توسيع العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي	09
124	يوضح مساهمة الفيس بوك في إذابة الحواجز بين الإناث والذكور	10
125	يوضح طبيعة الصداقات التي يميل إليها الشباب الجامعي	11
126	يوضح نوعية المضامين المتداولة عبر موقع الفيس بوك	12
127	يوضح مساهمة الفيس بوك في التعريف بالعادات والتقاليد	13

فهرس الجداول والأشكال

128	يوضح طريقة تصرف الشباب الجامعي عندما يتعارض مع شخص في الفيس بوك	14
129	يوضح مدى تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات طلب المساعدة عبر الفيس بوك	15
130	يوضح طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات طلب المساعدة	16
131	يوضح مساهمة الفيس بوك في التقليل من نسبة زيارة الأقارب لدى الشباب الجامعي	17
132	يوضح مدى إطلاع الشباب الجامعي على آخر صيحات الموضة وقصات الشعر المتداولة عبر الفيس بوك	18
133	يوضح مدى تبني الشباب الجامعي للموضة المتداولة عبر الفيس بوك	19
134	يوضح نوع وطبيعة الموضة المتداولة عبر الفيس بوك	20
135	يوضح مدى اعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك لشراء مقتنياته الخاصة	21
136	يوضح الأساس الذي من خلاله يختار الشباب الجامعي مقتنياته من الفيس بوك	22
137	يوضح مدى تقليد الشباب الجامعي لعادات وأنماط الأكل والشرب المتداولة في الفيس بوك	23

فهرس الجداول والأشكال

138	يوضح نوع المأكولات والمشروبات التي يحاول الشباب الجامعي تقليدها	24
139	يوضح مدى اعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بمظهرهم وصحتهم الجسدية والنفسية	25

مقدمه

مقدمة

تعد تكنولوجيا الإتصالات الحديثة اليوم من أهم سمات القرن الواحد والعشرين، حيث جعلت العالم قرية صغيرة تتلاشى أمامها الحواجز الجغرافية والمكانية، وأحدثت تطورات سريعة وتأثيرات مباشرة على جميع الأصعدة، وقد جاءت الأنترنت في مقدمة هذه التطورات التي أتاحت فرصا جديدة أمام الأفراد للتفاعل والتواصل وبناء علاقات إجتماعية عبر شاشات وسائل الإتصال الحديثة.

وفي خضم هذا التطور الذي جاءت به شبكة الأنترنت ظهرت العديد من نوافذ الدردشة أو ما يطلق عليها "بمواقع التواصل الإجتماعي" على إختلاف أنواعها (الفيس بوك، تويتر، أنستغرام... وغيرها) من مواقع التواصل التي ألفت بتأثيرها على كافة مجالات الحياة فسهلت عملية التواصل والتفاعل وإختزلت لنا الجهد والوقت والتكلفة متجاوزة بذلك كل القيود والحدود، لتعلن عن ميلاد عالم إفتراضي قوامه مواطنون ذو هوية رقمية، مكنتهم هذه الشبكات من المشاركة والتفاعل والحضور الدائم في عالمهم الإفتراضي.

ويعتبر "الفيس بوك" أحد أبرز وأهم مواقع التواصل الإجتماعي، التي إستأثرت بقبول وتجاوب عدد كبير من الأفراد، حيث تمكن من إجتياح كل أقطار العالم في فترة زمنية وجيزة، ولعل ذلك يرجع للميزات والخصائص العديدة التي يتيحها الموقع لمستخدميه.

وبالتالي أضحت ممارسة جديدة وجدت فيها شريحة الشباب نافذة يطلون منها على العالم الخارجي، ويفجرون من خلالها أفكارهم وإبداعاتهم.

وبما أن فئة الشباب تعتبر أحد أهم فئات المجتمع الجزائري، نظرا لأنه يمثل مستقبل المجتمع، وعليه فإن هذه الشريحة لديها سماتها وخصوصياتها التي تميزها عن باقي شرائح المجتمع، هذه السمات تتمثل في (طريقة اللباس - طريقة الأكل - الحديث وحتى

مقدمة

الميولات....) بالإضافة إلى أنهم يتبنون مجموعة من الأفكار والعادات والقيم التي عادة ما تكون مستمدة من مجتمعاتهم.

وبما أن قيم الشباب في جوهرها متعلمة ومكتسبة من خلال البيئة الثقافية السائدة في المجتمع، ومؤسسات التنشئة الإجتماعية على إختلاف أنواعها (الأسرة – المدرسة – المسجد... وغيرها الكثير)، وبالرغم من أن المصادر سالفة الذكر تعد منابع أصلية يستمد منها الشباب قيمه، إلا أن هذه الأخيرة لم تبقى حكرا عليها، بل ذهبت إلى أبعد من ذلك واتخذت أشكالاً جديدة خاصة مع تنامي موجات العولمة وسيطرة شبكة الأنترنت وظهور مواقع التواصل الإجتماعي عامة والفييس بوك خاصة الذي حقق الشباب من خلاله إشباعاته من خلال بناء علاقات إجتماعية، وتلقى المعلومات على إختلاف مجالاتها، ويقتصر هذا على الشباب الجامعي بصفة كبيرة بإعتبارهم أكثر عرضة للتحويلات والتغيرات التي أتى بها موقع الفييس بوك وذلك يرجع لخصائص هذه العينة التي عادة ما تكون أكثر تطلعا ورغبة في التغيير والتجديد وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا هذه تحت عنوان:

"دور مواقع التواصل الإجتماعي "الفييس بوك" في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري"

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة أولى ماستر اتصال تنظيمي بجامعة تبسة)

انطلاقا من تطبيق النظرية الوظيفية وقد جاءت دراستنا مقسمة إلى خمس فصول جاءت كالاتي:

الإطار المنهجي للدراسة، وفيه قمنا بضبط إشكالية الدراسة وصياغة تساؤلاتها، ثم تطرقنا إلى أسباب اختيار الموضوع، ومنه نفذنا إلى أهمية وأهداف الدراسة، ومن ثم عرض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتي قسمناها إلى دراسات محلية وعربية، ومنه تطرقنا إلى تحديد مفاهيم الدراسة، ثم تحدثنا عن النظرية الوظيفية كمدخل نظري للدراسة، وأخيرا وليس آخرا تطرقنا إلى الإجراءات المنهجية للدراسة من تحديد

مقدمة

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات ثم اختيار مجتمع الدراسة وعينتها ومن ثم تحديد مجالات الدراسة.

الفصل الأول: جاء موسوما بـ "مواقع التواصل الإجتماعي "الفييس بوك" تم تخصيص هذا الفصل للحديث عن مواقع التواصل الإجتماعي تم التطرق فيه لمفهوم ونشأة مواقع التواصل الإجتماعي وخصائصها ومنه تطرقنا إلى نماذج عن أشهر هذه المواقع وفصلنا أكثر في موقع "الفييس بوك" بإعتباره النموذج المعتمد في دراستنا حيث تناولنا فيه مفهومه ونشأته مميزاته

الفصل الثاني: جاء معنونا بـ "مدخل عام للقيم" حيث تطرقنا فيه إلى مفهوم القيم، خصائصها ووظائفها ومن ثم العوامل المؤثرة في إكتسابها، تصنيفات القيم ، ثم تناولنا نماذج من قيم المجتمع الجزائري.

الفصل الثالث: جاء تحت عنوان "الشباب" تم التطرق فيه لمفهوم الشباب والشباب الجامعي، خصائصه، أهميته ،حاجات الشباب ومن ثم نفذنا لمشكلات الشباب ، ومنه تناولنا آثار العولمة الثقافية على الشباب ومنه تطرقنا إلى الصراع القيمي لدى الشباب.

خصص الفصل الرابع: لتحليل البيانات الميدانية وعرض نتائج الدراسة، تناولنا فيه التحليل الكمي والكيفي لمحور البيانات السوسيوديمغرافية، ثم التطرق للتحليل الكمي والكيفي لمحور مكانة الفييس بوك لدى الشباب الجامعي، و منه نفذنا للتحليل الكمي والكيفي لمحور مساهمة الفييس بوك في إعادة إنتاج القيم الإجتماعية،ومن ثم تناولنا التحليل الكمي والكيفي لمحور مساهمة الفييس بوك في إعادة إنتاج القيم الجمالية، و عليه تم عرض نتائج الدراسة،في ضوء فرضيات الدراسة و الدراسات السابقة.

وفي الأخير تطرقنا إلى الخاتمة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- فرضيات الدراسة
- 3- أسباب إختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- تحديد مفاهيم الدراسة

1-7 الدور

2-7 مواقع التواصل الإجتماعي

3-7 إعادة الإنتاج

4-7 القيم

5-7 الشباب

8- المدخل النظري للدراسة

9- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-9 منهج الدراسة

2-9 أدوات جمع البيانات

3-9 مجتمع الدراسة وعينتها

4-9 مجالات الدراسة

1- إشكالية الدراسة

يمثل الشباب فئة إجتماعية مهمة، إكتسبت أهميتها من مجموع السمات والخصائص التي تميزها عن غيرها من شرائح المجتمع، حيث تم تحديد فئة الشباب من قبل الأمم المتحدة على أنهم الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة) وبعض الدول تحصر أعمارهم بين (12-35 سنة) وذلك وفقا لتشريعاتهم وإنطلاقا من مسؤولية الشباب الإقتصادية والإجتماعية¹، وعليه فإن الشباب في هذه المرحلة يكون في أوج نشاطه وقوته وعطائه فتراه مقبلا على الحياة ساعيا في مناكبها، راغبا في التغيير والتطوير وخوض التجارب المتنوعة وإكتساب الخبرات المختلفة، وبالتالي يكون دائما في حركة ونشاط وديناميكية رافضا للرومانسية والركود، متطلعا إلى كل ما هو جديد وحديث، وهذا ما جعله اللبنة الأساسية التي يركز عليها طموح المجتمع ليحقق أهدافه المنشودة، فالأمل كله معقود عليهم في أن يحققوا ما عجز السابقون عن تحقيقه، وبما أن لهذه الفئة خصائصها وسماتها كما ذكرنا سالفا، وقيمها الإجتماعية التي تميزها عن غيرها، هذا ما أنتج ثقافة فرعية تسمى "ثقافة الشباب" ناتجة عن توجهات هذه الفئة العمرية، تعبر عن خصوصيتهم الثقافية، وطريقة عيشهم و أكلهم ولباسهم وسلوكياتهم وتصرفاتهم المختلفة، وحتى تواصلهم مع باقي الشرائح المجتمعية التي بدورها تمثل ثقافات فرعية أخرى، وهذا ما جعل المجتمع مطالب بالتوافق والتلائم والتكيف مع توجهات ورغبات الشباب وما يقتضيه نسقهم القيمي، لأن ثقافة الشباب على درجة عالية من الأهمية إلى الحد الذي يعتبرها بعض الباحثين أنها المحددة والرابطة بين الأجيال، والشاهد هنا أنها تساهم بدرجة معينة في دعم أو رفض بعض القيم وإحلال الجديد منها في سياق متصل مع الثقافة السائدة في المجتمع، وفي حالة محاولة دحض أو رفض ثقافة الشباب التي تحمل في طياتها قيم إجتماعية خاصة بهم من قبل المجتمع، فإن هذا حسب الباحثين مؤشر لإنهيار التكامل الإجتماعي وإضطراب منظومة القيم مما يؤدي إلى خلق صراع قيمي بين الشباب وغيرهم من الفئات الإجتماعية الأخرى خاصة كبار السن منهم.

¹ محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2009، ص

هذه القيم على إختلاف تصنيفاتها ومصادرها يكتسبها الشاب منذ صغره من مؤسسات التنشئة الإجتماعية منها "الأسرة" وتتمثل في الأب والأم بالدرجة الأولى بإعتبارهم يلعبون الدور الأكبر في غرس القيم لدى الطفل، ولعل من أبرز القيم التي تسعى الأسرة لغرسها لأبنائها نجد (الإحترام: حيث أنه مستمد من العادات والتقاليد والدين، الطاعة، الصدق، النظافة، الأدب، طريقة الأكل، اللباس، التحدث.... وغيرها)، بعد الأسرة يأتي دور المدرسة كمصدر لتعليم القيم حيث تهدف إلى تربية الأجيال ومن ثم ترسيخ القيم التي تم إنتاجها من قبل الأسرة، وبعدها تعليم قيم أخرى جديدة (كتحمل المسؤولية، الاحترام، ولكن هنا الإحترام يخضع للقانون أي أنه إجباري عكس الإحترام داخل الأسرة، هناك أيضا قيم التعاون، التسامح....).

نجد أيضا قيم العمل التي يستقيها الفرد من بيئة عمله (كالكفاءة في العمل، تقديم النصح والإرشاد، الإبتعاد عن الغش، إحترام ومساعدة الآخر بغض النظر عن المنصب الذي يشغله) وبما أن مصادر القيم متعددة فحتى "السوق" أصبح ينتج قيم معينة تجاوزت مسألة الحدود الأخلاقية لوظيفة السوق، حيث أن السلع والخدمات باتت تعكس ثقافة معينة تفرض على الفرد استهلاك مواد وسلع تروج لعلامات تجارية مشبعة بمفاهيم مخصوصة وقيم معينة تحبك مقدماتها و تنسج أحابيلها في أذهان المجتمعات ووجدانها، بما يتجاوز حدود المنفعة المتوخاة من السلعة أو الخدمة على نحو مجرد.

وعليه فإن المصادر التي يستمد منها الشباب قيمه على إختلاف أنواعها سواء كانت إجتماعية أو جمالية أو غيرها متعددة تبدأ من الأسرة ولا تنتهي عندها.

ومع نهاية الألفية الثانية أصبح الشباب يتعرض للكثير من الضغوطات النفسية والإجتماعية بعضها داخلي متعلق بخصائص المرحلة والتغيرات الفيزيولوجية والنفسية والإجتماعية وبعضها الآخر خارجي مرتبط بالمجتمع والتغيرات الحاصلة فيه، ولا شك أن من أهمها تكنولوجيا الإتصال الحديثة، والتطورات التي عرفتتها سيما تلك المتعلقة بالإنترنت وتولد عنها ما يعرف "بمواقع التواصل الإجتماعي"، التي أضحت ظاهرة إجتماعية بكل ماتحمله الكلمة من معنى، أي أنها أصبحت ملزمة وهذا الإلزام نتج من عدم القدرة على

الإستغناء عنها بصفة كلية داخل المجتمع، حيث تجاوزت فكرة أنها مواقع للتواصل وتبادل المعلومات والأخبار بين الأفراد و فقط إلى تقديم العديد من الخدمات من "إشهار وتسويق إلكتروني... وغيرها الكثير"، إضافة على ذلك أصبحت تمثل عاملا أساسيا في التأثير على شخصية الأفراد سيما الشباب بصفة عامة، والشباب الجامعي بصفة خاصة، باعتبار هذه الفئة الأكثر تفاعلا وإقبالا على كل ما هو حديث، خاصة في ظل اجتياح ظاهرة العولمة كافة مجالات الحياة.

ويعد موقع "الفيس بوك **Face Book**" أهم هذه المواقع و أشهرها على الإطلاق، وهذه الشهرة لم تأتي من فراغ، بل من خلال مجموعة من الخدمات والخصائص والتطبيقات المتاحة فيه والتي لا تتوفر عليها مواقع التواصل الأخرى، حيث أنه لم يعد وسيلة للتسلية والتواصل وتبادل الرسائل بين الأصدقاء بل تعدى ذلك إلى كونه وسيلة إعلامية بامتياز إضافة إلى أنه أصبح وسيلة للتفاعل الإجتماعي والثقافي والسياسي.... ومصدرا يستمد منه الأفراد على وجه العموم والشباب على وجه الخصوص أفكارهم وسلوكاتهم وأنماط عيشتهم من "أكل وطريقة اللباس وتسريحات الشعر.... وغيرها"، فبعدما كان الشباب يعتمد على قيمه المستمدة من المجتمع والدين لتحديد سلوكياته وأنماط عيشه، أصبح يستمد قيمه من مواقع التواصل الاجتماعي و موقع "الفيس بوك" بصفة خاصة أي أنه يتبنى سلوكياته وطريقة لباسه وتسريحات شعره وأنواع المأكولات والمشروبات من هذه المواقع، عادة هذه القيم التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" تكون مغايرة للقيم التقليدية الأصلية المستمدة من عادات وتقاليد المجتمع الجزائري والدين الإسلامي الحنيف مما لا يدع مجالاً للشك، وعليه فإن هذه المواقع أصبحت تروج لقيم جديدة وحديثة تستهوي الشباب.

لذلك اعتمدنا على النظرية الوظيفية كمستند نظري لدراسة هذا الموضوع، من خلال رصد آراء شباب جامعة تبسة ممثلة في عينة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

✓ هل لمواقع التواصل الإجتماعي دور في إعادة إنتاج قيم الشباب الجامعي الجزائري؟

2- تساؤلات الدراسة

- ما هي مكانة مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" لدى الشباب الجامعي الجزائري؟
 - كيف ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" في إعادة إنتاج القيم الاجتماعية؟
 - كيف ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" في إعادة إنتاج القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟
- وقد تم التركيز في هذه الدراسة على القيم التالية:

أ- القيم الإجتماعية

ب- القيم الجمالية

3- وتدرج تحت هذه التساؤلات الفرضيات التالية

- 1- هناك مكانة لمواقع التواصل الإجتماعي (فيس بوك) لدى الشباب الجامعي الجزائري.
- 2- ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي (فيس بوك) في إعادة إنتاج القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري.
- 3- ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي (الفيس بوك) إنتاج القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري.

4- أسباب إختيار الموضوع

لا نكون مبالغين إذا ما قلنا أن من بين أهم مراحل تصميم البحوث مرحلة إختيار الموضوع الذي يجعل منه الباحث مشكلة بحثية يتناولها بالبحث المنهجي والجهد الفكري، إلى أن تكشف له عن جميع جوانبها وبذلك يكون قد توصل إلى حلها، غير أن هذا الإختيار لا ينشأ من فراغ وإنما هناك جملة من الدوافع والإعتبارات التي تسبق مرحلة الإختيار، ولعل من أبرز وأهم الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار الموضوع ما يلي:

- أسباب موضوعية

- قابلية الموضوع للبحث والدراسة معرفيا، منهجيا وتطبيقيا.
- قابلية متغيرات الموضوع محل الدراسة أن يكون محل إختبار في الميدان.
- إنتشار مواقع التواصل الإجتماعي بكثرة بالإضافة إلى موضوع القيم الذي يعتبر موضوع ديناميكي.

5- أهمية الدراسة

تستمد دراستنا أهميتها مما يأتي:

✓ **الفئة التي تستهدفها الدراسة:** وهي فئة الشباب الذين يمثلون شريحة عريضة من شرائح المجتمع العربي عامة والجزائري خاصة، إذ يعد استهدافهم ودراسة قيمهم من أولويات البحث الجاد.

✓ **أهمية القيم بالنسبة للشباب:** فهي تؤدي دورا هاما في توجيه سلوكه، وتقوده إلى إصدار الأحكام على الممارسات العملية التي يقوم بها، وهي الأساس المتين للبناء التربوي السليم.

✓ **الهدف الذي تسعى هذه الدراسة لتأكيد:** وهو الكشف عن دور مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري، إذ لا يستطيع أحد أن يغفل أثرها على قيم المجتمعات وشرائحها المختلفة، والشاهد في الامر الصراع الثقافي الذي يشهده العالم العربي والمجتمع الجزائري بالتحديد، بين القديم والحديث وبين الأصالة والمعاصرة وما هو إلا دليل واضح على منتجات هذا التأثير الثقافي والقيمي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وخاصة مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" على الحياة العامة.

✓ **المؤسسة التي استهدفتها هذه الدراسة:** فهي تستهدف الجامعة كمؤسسة تعليمية عليا ينفذ إليها آلاف من الطلبة، تسهم بفاعلية في تشكيل بنائهم القيمي من خلال ما تقدمه من ندوات ومؤتمرات ومحاضرات تتيح لهم التواصل والتفاعل والحوار بطرق شتى، تجعل من التعرف على واقع الشباب الجامعي فيما يخص ثقافتهم ونسقهم القيمي ضرورة بحثية ملحة.

6- أهداف الدراسة

6-1/ التعرف على مكانة مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" لدى الشباب الجامعي الجزائري

6-2/ الكشف على أبرز القيم الإجتماعية والجمالية التي تتشكل لدى الشباب الجامعي الجزائري داخل منظومة مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك".

7- الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة بمثابة الإطار العلمي النظري الذي ينطلق منه الباحث، ليكمل بحوث قد تم البحث والخوض فيها، أو البدء في أعمال تكون قريبة بشكل أو بآخر من الأعمال الفارطة فهي الدعامة الأساسية للموضوع الذي هو قيد الدراسة، بجانبه سواء العملياتي أو النظري حيث تمثل الدراسات السابقة كل الدراسات المتصلة بالموضوع سواء أكانت مشابهة أو مطابقة مع موضوع البحث، وحتى الدراسات التي تتبع نفس المنهج الذي نتبعه نحن في دراستنا، من هنا كانت جل الدراسات المتعلقة بعنوان المذكرة مشابهة وأخرى لديها نفس منهج الدراسة، ولا توجد دراسات مطابقة بشكل فعلي مع عنوان الدراسة المتمثل في "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي".

1- الدراسات المحلية

1- الدراسة الأولى: رمزي جاب الله 2018، بعنوان "القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1-1"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة باتنة 1-1.

وطرح الباحث إشكالية ليجيب عن التساؤل الرئيسي التالي:

✓ ما أثر القيم التي تتضمنها صفحات الفيسبوك في السلوك الاجتماعي لشباب

جامعة باتنة 1-1؟

وأدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة التساؤلات الفرعية أهمها:

- 1- ما هي طبيعة استخدام شباب جامعة باتنة -1- لصفحات الفيس بوك؟
- 2- ما هي أكثر أنواع القيم التي تتضمنها صفحات الفيس بوك حسب شباب جامعة باتنة -1-؟
- 3- كيف يتصرف شباب جامعة باتنة -1- مع عائلاتهم وداخل الجامعة وفي المحيط العام؟
- 4- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين شباب جامعة باتنة -1- في سلوكهم الإجتماعي والقيم المتضمنة في الفيس بوك تعزى لمتغير الجنس؟

وسعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي يمكن أن تعد موضوعا للتساؤلات المختلفة للدراسة ولعل من أهمها:

- 1- التعرف على عادات استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصفحات الفيس بوك التي يشتركون بها.
 - 2- التعرف على أنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصفحات الفيس بوك.
 - 3- الكشف عن أهم أنواع الصفحات الفيسبوكية التي يستخدمها الشباب الجامعي الجزائري.
 - 4- الوقوف على أنواع القيم ومجالاتها المتضمنة في صفحات الفيس بوك حسب رأي الشباب المستخدم لهذه الصفحات.
- وإستخدم الباحث في دراسته "**المنهج المسحي الوصفي**" لمعرفة عادات وأنماط استخدام شباب جامعة باتنة -1- لصفحات الفيس بوك، وأسباب تفضيل هذا التطبيق على التطبيقات الأخرى وتفضيل صفحات في الفيس بوك على صفحات أخرى، ومعرفة القيم التي تضمنتها حسب رأيهم.

بالإضافة إلى استخدام **"المنهج المسحي التحليلي"** لدراسة الفروق والعلاقات والأثر بين المتغيرات، حيث استخدم لدراسته الفروق بين الذكور والإناث فيما يخص القيم والسلوك الإجتماعي وكذا العلاقة والأثر بين القيم في صفحات الفيس بوك والسلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة -1.

اعتمد الباحث على أداة **"إستمارة الإستبيان"** الإلكترونية وذلك بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها والمنهج المتبع، حيث وزعت على 400 مفردة من شباب جامعة باتنة -1- والذين يزاولون دراستهم بصفة منتظمة خلال الموسم الجامعي 2017-2018 والذين تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة بالاعتماد على العينة العنقودية.

وتوصل الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

- ✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أن **73.25%** من عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك بصفة دائمة، و **24.50%** يستخدمون الموقع وقت الفراغ.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن القيم الاجتماعية هي أكثر القيم حضورا في صفحات الفيس بوك التي يشترك بها شباب جامعة باتنة -1-.
- ✓ كشفت نتائج الدراسة أن السلوك الاجتماعي كان مرتفعا على العموم.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في سلوكهم الاجتماعي مع أسرهم في ت = **0.385** عند مستوى الدلالة **(PValue) = 0.70**.

✓ أظهرت نتائج الدراسة على وجود علاقة بين القيم الاجتماعية والسلوك الاجتماعي مع الأسرة عند مستوى دلالة = **0.00**، وقوة علاقة تمثل **35.8%**.

الدراسة الثانية: الخنساء تومي 2017، بعنوان: "دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

طرحت الباحثة إشكالية لتجيب على التساؤل الرئيسي التالي:

✓ كيف تعمل الثقافة الجماهيرية على تشكيل هوية الشباب الجامعي؟

واندرجت تحت هذا التساؤل الرئيسي جملة من الأسئلة الفرعية وهي كالآتي:

- 1- كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الدينية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟
- 2- كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على اللغة والعناصر الوطنية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟
- 3- كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الاجتماعية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟

وسعت الباحثة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- 1- الكشف عن مدى تأثير العناصر الدينية المكونة للهوية من طرف الثقافة الجماهيرية بالنسبة لعماد الأمة وقوتها.
- 2- التعرف على الثقافة الجماهيرية وطابعها الإستهلاكي النمطي وما تقدمه للشباب بتسليط الضوء على أبعاد وجوانب الثقافة والهوية معاً، ومدى إنتشارها بينهم من خلال إيضاح أهمية العامل اللغوي وما تعرض له نتيجة الأحزمة الثقافية إستهلاكية الطابع ومادية النزعة، صف إلى ذلك الكشف على العناصر الوطنية وأهميتها بالنسبة للهوية الجزائرية وقوميتها.
- 3- الكشف عن أهم القيم المستوردة نتيجة الإنفتاح الهائل على وسائل الإعلام والإتصال الحديثة بمعنى التغلغل الثقافي الإستهلاكي بين الشباب وإيضاح طبيعة الوعي الذي تشكله الثقافة الجماهيرية لدى شريحة الشباب، " بمعنى أوضح التعرف على العناصر إجتماعية الطابع وما تتعرض له نتيجة صناعة الثقافة، وإبراز أهمية المقومات الإجتماعية في تماسك الأمة الجزائرية.
- 4- إشباع الفضول بالدرجة الأولى وإثراء البحث العلمي في مجال العلوم الاجتماعية.

اعتمدت الباحثة على "المنهج الوصفي" بإعتباره الأنسب للدراسة النظرية والميدانية معاً، وإستخدمت "أداة الملاحظة والمقابلة والاستبيان"، وإعتمدت على العينة المتعددة المراحل، والتي شملت 458 مفردة إناث وذكور من الشباب الجامعي ماستر (بسكرة).

وتوصلت الباحثة إلى جملة من النتائج من أبرزها ما يلي:

✓ إلتزام الشباب الجامعي بركيزة الدين والهوية الجزائرية ألا وهي الصلاة بنسبة **80.8%**.

✓ تحصلت الباحثة على أن ما يعادل **72.9%** من الشباب الجامعيين غير مواظبين على قراءة القرآن.

✓ توصلت إلى أن نسبة **90.2%** من الشباب الجامعي يجيدون اللغة العربية، وأوضحت أن اللغة المستخدمة للتواصل فيما بينهم هي اللغة العربية بنسبة **(64.93%)**.

✓ كشفت النتائج أن الشباب الجامعي يفضل مشاهدة البرامج الرياضية بنسبة **(42.1%)**، ثم برامج الفيديو كليب والأغاني بنسبة **(41.3%)** وأخيراً البرامج الإخبارية **(32.1%)**.

✓ استنتجت أن القنوات الفضائية وبرامجها لا تؤثر على لغة الشباب بنسبة **(40.2%)**.

✓ استنتجت ان وسائل الاتصال الحديثة تؤثر على الشباب والعلاقات الأسرية بنسبة **(91.3%)**.

II- الدراسات العربية

الدراسة الأولى

محمد على الفقيهي 2019: بعنوان "استخدام الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" وانعكاساته على العلاقات الأسرية والاجتماعية"، دراسة نشرت بمجلة بحوث الإتصال، مجلة علمية محكمة نصف سنوية تصدر عن كلية الفنون والإعلام جامعة الزيتونة، ليبيا، العدد -6-، السنة الثالثة، ديسمبر 2019.

طرح الباحث إشكالية للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

✓ ما مدى تعرض الشباب الجامعي لموقع "الفيس بوك" وما انعكاس هذا التعرض على العلاقات الأسرية والاجتماعية؟

أدرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية والمتمثلة في:

- ✓ ما معدل استخدام الشباب الجامعي "الفيس بوك"؟
- ✓ ما عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي في استخدام "الفيس بوك"؟
- ✓ ما مدى تغيير "الفيس بوك" لنمط الحياة اليومية لدى الشباب؟
- ✓ ما حاجة انعكاس "الفيس بوك" في تنمية العلاقات الأسرية والاجتماعية لدى الشباب؟
- ✓ ما الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب "الفيس بوك"؟

وسعى الباحث تحقيق جملة من الأهداف من خلال هذه الدراسة والمتمثلة في الآتي:

- 1- التعرف على الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي إلى التعرض "الفيس بوك" وعلاقته بتنمية علاقاتهم الاجتماعية والأسرية.
- 2- التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر "الفيس بوك" وعلاقتها بمتغيرات (السن، النوع).
- 3- الكشف عن الآثار النفسية (الإيجابية والسلبية) "الفيس بوك" على العلاقات الاجتماعية والأسرية.

4- الوصول إلى نتائج بحثية للمساهمة في دور "الفيس بوك" في تنمية العلاقات الإجتماعية والأسرية.

بما أن هذه الدراسة تنتمي إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها لغرض الوصول إلى استنتاجات، وعليه اعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدماً أداة الإستبيان، التي تم توزيعها على عينة متمثلة في الشباب الجامعي في قسمي الإعلام بجامعة (عمر المختار وجامعة بنغازي، ليبيا) وتم نشر الإستبيان عبر صفحات قسمي الإعلام بالجامعتين الخاضعتين للدراسة.

وبالتالي توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- جاءت فئة استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك بصفة دائمة بنسبة مرتفعة وهذا مؤشر على إقبال هذا النوع من التواصل الاجتماعي.
- 2- عدد الساعات التي يستخدم الشباب الجامعي فيها موقع "الفيس بوك" كانت أعلى نسبة بواقع ساعتين إلى ثلاثة ساعات.
- 3- تبين من خلال النتائج بأن تأثير "الفيس بوك" على العلاقات الأسرية جاء في فقرة "يبعدني عن زياراتي العائلية" بنسبة مرتفعة، وتدلل هذه النتيجة على أن الفيس بوك تحت تأثير سلبي على العلاقات الأسرية من حيث الترابط والتواصل.
- 4- تبين من نتائج الدراسة بأن للأسرة دور واضح في مساعدة الأبناء على الإستخدام السليم "للفيس بوك" فقد جاءت فقرة التربية السليمة على المبادئ والأخلاق الفاضلة بنسبة عالية.

الدراسة الثانية

أحمد محمد الزبون وآخرون 2017، بعنوان: "درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية"، دراسة منشورة بالمجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 3-، 2017.

طرح الباحث إشكالية للإجابة على الأسئلة التالية:

- ✓ هل تختلف درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على المنظومة القيمية لدى طلبة كلية عجلون الجامعية تبعا لإختلاف متغيرات الدراسة الشخصية (الجنس، التخصص، المستوى الدراسي، مدة التواصل اليومية)؟
- ✓ ما درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لدى عينة من طلبة كلية عجلون الجامعية؟

تهدف هذه الدراسة إلى ما يأتي:

- 1- الكشف عن دور شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية في تشكيل النسق القيمي والأخلاقي للطلبة الجامعيين.
- 2- الكشف عن الواقع القيمي للشباب الجامعي بهدف تلافي الآثار السلبية المترتبة على سوء إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية، وتعزيز الآثار الإيجابية المترتبة على الإستخدام الإيجابي لهذه الشبكات.
- 3- التعرف على المعايير وقيم المصالحة للمواطنة الرقمية التي تستهدفها شبكات التواصل الإجتماعية الرقمية في هذا العالم المعاصر.
- 4- إثراء المكتبة العربية بما يخدم أصحاب القرار التربوي والإجتماعي في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات التي أنتجتها شبكات التواصل الإجتماعي والتي تمس الجانب القيمي للشباب العربي عامة.

إستخدمت الدراسة "منهج المسح الإجتماعي"، من خلال عينة تم إختيارها عشوائيا، وتم تطبيق الأساليب الإحصائية الوصفية لتحليلها، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين في كلية عجلون الجامعية والمسجلين في الفصل الدراسي الصيفي من العام الدراسي 2015/2014، حيث بلغ عددهم (1611) طالب وطالبة، وتكونت عينة الدراسة من (175) طالب وطالبة من طلبة كلية عجلون الجامعية، تم اختيارها بطريقة عشوائية.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج المتمثلة في:

- ✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية كانت متوسطة.
- ✓ أظهرت النتائج أن القيم الجمالية جاءت في المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية القيم الإقتصادية وفي المرتبة الثالثة جاءت القيم الإجتماعية، بينما جاءت القيم الأخلاقية في المرتبة الأخيرة.
- ✓ بينت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع المجالات تبعا لمتغير الجنس ولصالح الطلبة الذكور، ووجود فروق في منظومة القيم تبعا لمتغير التخصص ولصالح تخصص الخدمة الإجتماعية، إضافة إلى وجود فروق تبعا لمتغير المستوى الدراسي و لصالح كلية السنة الثانية، وأخيرا وجود فروق تبعا لمتغير مدة التواصل اليومية ولصالح المدة الزمنية (6) ساعات فأكثر.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

من خلال إطلاع الباحثان على الدراسات السابقة إرتأنا إلى أن دراستهما الحالية قد اتفقت مع بعض الدراسات في بعض الجوانب من ناحية، واختلفت مع بعض الدراسات في جوانب من ناحية أخرى.

أوجه الإتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

تناولت دراستنا متغيرات (القيم – مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" – الشباب) والتي تناولتها أبرز الدراسات التي تعرضنا لها خاصة متغير "مواقع التواصل الاجتماعي"، حيث تعرضت لها (3) دراسات من (4) دراسات التي قمنا بعرضها، وكلها اختارت موقع "الفيس بوك" أنموذجا لإجراء الدراسات عليها، مثلما اخترنا نحن في دراستنا.

اعتمدت كل الدراسات السابقة التي عرضناها في إجراء دراستها على "المنهج الوصفي" وهو نفس المنهج الذي قمنا بالإعتماد عليه بالإضافة إلى استخدام أداة "استمارة الإستبيان" في كل الدراسات السابقة، وهي نفس الأداة التي اعتمدت عليها الباحثتان في دراستهم الحالية، بالإضافة إلى أداة الملاحظة التي تم الاعتماد عليها في بعض الدراسات السابقة التي تم عرضها لعل من أهمها: **(دراسة الخنساء تومي 2017)** وهذه الأداة تم الإعتماد عليها في عملية جمع البيانات في دراستنا أيضا.

إنفقت دراستنا الحالية مع اغلب الدراسات السابقة في عينة الدراسة، حيث أن كل الدراسات السابقة إختارت عينتها من طلبة الجامعات سواء كانت محلية أو عربية وهذا ما قمنا به في دراستنا حيث اخترنا عينة من طلبة جامعة تبسة، ، وهذا بغض النظر عن اختلاف متغير (التخصص - المستوى - الجنس) الذي تم تناوله في دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة التي تم عرضها.

أوجه الإختلاف

هدفت دراستنا إلى البحث عن "دور مواقع التواصل الإجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري"، ولكن الدراسات التي تم عرضها معظمها بحثت في تأثير مواقع التواصل الإجتماعي ولكن على متغيرات أخرى مثل: **(دراسة محمد علي الفهري 2019)** التي بحثت على إنعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية والاجتماعية.

بالإضافة إلى دراسة **(رمزي جاب الله 2018)** التي بحثت عن أثر القيم المتضمنة في الفيس بوك على سلوك الشباب الجامعي، وعليه نستنتج أن دراستنا توافقت مع الدراسات السابقة في البحث عن دور وأثر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن اختلفت معها في المتغير التابع الذي نبحث عن مدى تأثيره بهذه المواقع.

الإستفادة من الدراسات السابقة

- ✓ ساعدتنا الدراسات السابقة في ضبط وصياغة إشكالية البحث، ووضع تساؤلات وأهداف الدراسة، وطريقة صياغة الإطار المنهجي للدراسة وإختيار المنهج والأدوات المناسبة ومن أهم تلك الدراسات **(دراسة الخنساء تومي 2017).**
- ✓ ساعدتنا الدراسات السابقة في كيفية كتابة الجانب النظري للدراسة الحالية ومن أهم الدراسات التي ساعدتنا واعتمدنا عليها في ذلك **(دراسة رمزي جاب الله 2018).**
- ✓ ساعدتنا الدراسات السابقة في تصميم إستمارة الإستبيان.
- ✓ الرجوع إلى الدراسات السابقة في تحليل وتبرير النتائج المتوصل لها في دراستنا وذلك على ضوء نتائجها ومقارنتها بالنتائج المتوصل إليها.

7- تحديد مفاهيم الدراسة

1-7/ مفهوم الدور

لغة

يعرف في قاموس المعجم الوسيط: الدور هو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق ، ويمكن لشخص أو فريق أن يكون له عدة أدوار، على سبيل المثال دور مدير التهيئة ودور مدير التغيير يمكن أن يقوم بهما شخص واحد¹.

إصطلاحاً: قد تعددت التعريفات التي ذكرها الكتاب لتوضيح مفهوم الدور، ولعل ذلك يرجع إلى إنتشار إستخدام هذا المفهوم في العديد من المجالات العلمية، حيث إستخدم في علم النفس وعلم الإجتماع والانثربولوجيا.

فقد عرف "أحمد زكي بدوي" الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه:

السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الدينامي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز، ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الإجتماعي، وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة.

أما عيد المجيد سالمى فقد عرفه في معجم مصطلحات علم النفس بأنه: مجموعة

من أنماط سلوك الفرد، تمثل المظهر الدينامي للمكانة، وترتكز على الحقوق والواجبات المتعلقة بها وبمعنى آخر يتحدد الدور على أساس متطلبات معينة تنعكس على توقعات الأشخاص لسلوك الفرد الذي يحتل مكانة ما في أوضاع معينة².

¹- تعريف وشرح الدور بالعربي في معاجم اللغة العربية، معجم المعاني الجامع، موقع المعاني،

[HTTPS://www.almany.com>dict](https://www.almany.com>dict)، تاريخ الدخول: 2020/02/16، سا: 15:28.

²- نوي عمار، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعريش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في تنمية الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009، ص 24.

2-7/ مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي

التعريف الإصطلاحي

هناك من يعرفها على أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة¹.

وتعرف أيضا على أنها: مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تشكل مجموعة من الهويات ينشئها أفراد وجماعات، في بيئة مجتمع إفتراضي تجمعهم وتوفر لهم تبادل الحوارات والآراء والأفكار والمعلومات من خلال ملفات شخصية للآخرين، تتيح إمكانية معرفة أخبارهم التي يعرضونها².

وتعرف على أنها: مجموعة من صفحات الويب التي تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء والمشاركين في مواقع التواصل الإجتماعي وتهدف إلى توفير وسائل الإهتمام التي تساعد الأعضاء على التفاعل بين بعضهم البعض³.

التعريف الإجرائي

يقصد بمواقع التواصل الإجتماعي في دراستنا: حسابات الفيس بوك النشطة التي يمتلكها الطالب الجامعي ويقوم من خلالها بمشاركة (صور ومنشورات وفيديوهات.... وغيرها) وبدوره يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار والأفكار المختلفة من خلال التفاعل المستمر.

¹- جمعة عمر فرج، الاستخدام الإجتماعي والمعرفي لمواقع التواصل الإجتماعي، دراسة إجتماعية على عينة من طلاب كلية الدراسات العليا بجامعة الزيتونة، مجلة الاتصال، العدد 6-، السنة الثالثة، ليبيا، 2019، ص 32.

²- أحمد محمد الزبون وآخرون، درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، المجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية، المجلد 10-، العدد 3-، 2017، ص 337.

³- رضا إبراهيم عبد الله البيومي، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الإجتماعي في الفقه الإسلامي والقانوني الوضعي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس لكلية الحقوق جامعة طنطا المنعقد في الفترة 22-23 أبريل 2019، عنوان القانون والشائعات، ص 11.

3-7/ مفهوم إعادة الإنتاج

إصلاحاً

يشير مصطلح "إعادة الإنتاج" إلى مجموعة إجراءات تاريخية هي في الوقت نفسه مستقلة ومتقاطعة بحيث تندمج بواسطة تعادل داخل السياقات الأكثر تنوعاً، فالتعارض مثلاً بين الذكر والأنثى، فإنه موجود داخل الاستعدادات وداخل المؤسسات، في الأجساد وفي العقول، في الكلام وفي المعايير القانونية، ويتغير بطريقة مختلفة في ارتباط بحقول ومناطق الفضاء الاجتماعي التي يؤول فيها إلى الزوال.

إعادة الإنتاج: هو رهان إستراتيجيات كل الأنظمة التي تكون مع التبنيات الموضوعية المتاحة هذه الإستراتيجية التي تشكل الأسرة مكاناً لها بامتياز استعدادات ***الهابيتوس***، وحتى تضع نظرية عامة للإجراء الشمولي لإعادة إنتاج التراتيب الاجتماعية لا ينبغي فقط تشييد صورة نسق إعادة الإنتاج لكن ينبغي أيضاً تأسيس ذلك المتعلق بنسق إستراتيجية إعادة الإنتاج في مختلف أبعاده (البيولوجية – الميراثية – التربوية....).

إعادة الإنتاج في ***حقل*** ما هي تلك الآلية التي خلالها يمكن للمسيطرين على ذلك الحقل أن يحددوا من خلالها آلية إشتغال القاعلين داخل ذلك الحقل من أجل أن تظل السيطرة والهيمنة دائماً متآنية للمهيمنين على ذلك الحقل¹.

¹ - ستيفان شوفالييه، كريستيان شوفيري، **معجم بورديو**، ت الزهرة إبراهيم، علي مولا للدراسات والنشر والتوزيع، 2013، ص ص 46-48.

***الهابيتوس: (habitus):** يعني طريقة في الوجود، أو المظهر العام، أو الزي، أو حالة ذهنية أو عقلية ويعني ثقافة وحضارة، ونمط من أنماط الوجود والعيش والحضور في العالم، (المرجع نفسه، ص 284).

***الحقل:** يرى بيار بورديو أن العالم المجتمعي في مجتمعاتنا المعاصرة، مقسم إلى مجموعة من الحقول (**champs**) بمعنى أن تقسيم العمل أوجد مجموعة من الحقول والفضاءات المجتمعية الفرعية مثل: الحقل الفني، الحقل السياسي، الحقل الثقافي، الحقل الاقتصادي، الحقل الديني... ويتميز كل حقل فضائي باستقلالية نسبية عن المجتمع ككل.

7-4/ مفهوم القيم

لغة

جاء في "لسان العرب" القيمة: واحدة القيم، وأصله الواو لأنه يقوم على مقام الشيء، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، نقول تقاوموه فيما بينهم، وإذا إنقاد الشيء واستمرت طريقته فقد استقام لوجهه.

القيم: مفردا قيمة، وترتبط لغويا بمادة قوم، والتي تمتلك عدة دلالات منها قيمة الشيء وثمرته، والثبات والدوام والإستقامة والإعتدال، ونظام الأمر وعماده وأقربها لمعنى القيمة هو الثبات والدوام والإستمرار على الشيء¹.

إصطلاحا

القيم: مفاهيم أو مقاييس أو معايير تجريدية، ضمنية كانت أم صريحة، تستخدم للحكم على شيء بأنه مرغوب فيه أو مرغوب عنه، وتوجه سلوك الفرد لما هو مرغوب فيه من قبل مجتمعه.

يعرفها كلاكهون (klhuckhuhn) على أنها: تصور أو إدراك واضح وضمني، تميز بواسطتها الفرد أو الجماعة المرغوب فيه الذي يؤثر في إنتقاء الطرق والوسائل وغايات العمل المتيسرة.

أما روكيش (Rokeach): يعرفها على أنها: عبارة عن نوع من الإعتقاد الذي يقع ضمن نظام الإعتقاد لدى الفرد عن تصرفه الإيجابي والسلبي، وبما يستحق أو لا يستحق الإحراز كما يرى أن القيمة عبارة عن معيار لتقرير إذا كان الشيء جيدا أو رديئا وبإصدار الحكم على سلوك الفرد وسلوك الآخرين².

¹- تعريف وشرح ومعنى القيم في معاجم اللغة العربية، موقع: [HTTPS://www.almany.com.dit>ar.at](https://www.almany.com.dit>ar.at)، تاريخ الدخول: 2020/02/16، سا: 19:08.

²- عبد الرحمان بن محمد الشعوان، **القيم وطرق تدريسها في الدراسات الاجتماعية**، مجلة جامعة الملك سعود، مجلد - 9، العلوم التربوية والدراسات الإسلامية، الصادرة عن جامعة الملك سعود، الرياض المملكة العربية السعودية، ص ص 155-151.

إجراءيا

القيم هي مجموعة الإتجاهات والأحكام والمعايير التي تتشكل لدى فئة الشباب الجامعي، والتي تتميز بالنسبية بمعنى قابلية التغيير، والتي يستمدّها من مجتمعه من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والجماعية بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته، يراها جديرة بتوظيف إمكاناته وتتجسد من خلال الإهتمامات أو الإتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة، ولعل من أبرزها القيم الاجتماعية والجمالية.

7-5/ مفهوم الشباب

لغة

الشباب كما جاء في "بيان العرب لإبن منظور" تعني الفتوة، والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية وكلمة شب من شبيب، وأن الشباب هو الفناء والحدائث، وشباب الشيء أوله، وتجمع على شباب وشبان وشواب¹.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، دراسات العربي، بيروت، بلا طبعة ولا تاريخ، ص 257.

تعددت الإختلافات حول مفهوم الشباب بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص، حيث نجد من الباحثين من يحدد هذا المفهوم إمتدادا للزاوية الزمنية أو البعد الديمغرافي ومنهم من يعتمد النواحي النفسية، وكنتيجة لهذا الإختلاف حول حدود المفهوم ظهر أكثر من إتجاه في التعامل معه وكان ذلك على التالي:

✓ **الإتجاه الزمني الديمغرافي:** وهو المعتمد عليه كثيرا في الدراسات الديمغرافية

والإجتماعية حيث يستند إلى حصر مرحلة الشباب في فترة عمرية من (15 إلى

25 سنة) وتمتد إلى غاية 30 سنة وفي هذا الإتجاه يتحدد مفهوم الشباب الذي

وضعتة الأمم المتحدة بأنه الفئة العمرية الممتدة بين (15 و 24 سنة).

✓ **من الناحية البيولوجية:** يحدد العلماء سن الشباب على أنه تلك المرحلة

المحصورة بين (16-30 سنة) على إعتبار أنها الفترة الأقصى أداء من النواحي

الوظيفية للجسم والعقل.

✓ **أما علماء الاجتماع وعلماء النفس:** يحددون الشباب كمفهوم لمن يحتل مكانة

إجتماعية ويؤدي أدوارا معينة في بناء المجتمع بشكل ثابت في الوقت الذي

تكتمل فيه جوانب شخصيته الوجدانية المزاجية والعقلية بصورة تمكنه من

التفاعل الإيجابي والسوي مع الآخرين¹.

✓ **مفهوم الشباب الجامعي:** هو فئة إجتماعية من فئات المجتمع، وهي جزء من فئة

الشباب أغلبها لا تزال خارجة عن دائرة العمل، هي في حالة تكوين ثقافي

جامعي موجه أساسا لتكوين النخبة والإطارات المستقبلية².

¹- يزيد عباسي، مشكلات الشباب الاجتماعية في ضوء التغيرات الاجتماعية الراهنة في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جيجل، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التنمية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2015، ص 12.

²- بوتقرايت رشيد، ظاهرة الإهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، دراسة ميدانية لطلبة جامعة الجزائر، ملحقة بوزريعة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 22.

من خلال التعريفات السابقة يمكن أن نضع تعريفا إجرائيا لمفهوم الشباب الجامعي في هذه الدراسة وذلك من خلال اعتباره:

أنه كل طالب جامعي يزاول دراسته بصفة منتظمة خلال السنة الجامعية 2020/2019، بجامعة الشيخ العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم إعلام وإتصال، سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي، والذين تتراوح أعمارهم ما بين (22-30 سنة) ويستخدمون موقع "فيس بوك".

8-المدخل النظري للدراسة

يعد التأسيس النظري شرطا أساسيا في أي بحث علمي، وحتى لا ننطلق من فراغ (في دراستنا هذه) فإن أي دراسة تحتاج للإستناد على نظرية محددة، حتى تكسي الحقائق والنتائج طابعا علميا، فما من شك أن النظرية توفر التفسيرات المنطقية للحقائق وبالتالي يفيدنا المقرب النظري في توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد تساؤلات وأهداف الدراسة تحديدا دقيقا وواضحا ومن ثم الإعتماد عليها في تفسير وتحليل ما توصلنا إليه من نتائج.

والدراسة التي نحن بصدد إنجازها (دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي) سنقوم بمعالجتها بالإستناد على "النظرية الوظيفية" التي تحتل مكانا مرموقا بين النظريات السوسيولوجية المعاصرة حيث لا نكاد نجد باحثا في علم الاجتماع وحتى بعض العلوم الأخرى كالإتصال إلا وظهرت في أعماله وتفسيراته ومنهجه خصائص الوظيفة بل إنها تعد من أوسع الإتجاهات انتشارا في دراسة الظواهر الإجتماعية والتي بدورها تقودنا لدراسة وظيفة مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع، وكيف أصبحت هذه المواقع مصدرا يستقي منه الشباب قيمه بعدما كان يستقيها من "الأسرة والمدرسة ومؤسسات التنشئة الاجتماعية... وغيرها".

مفهوم النظرية الوظيفية

النظرية الوظيفية هي عبارة عن "نسق منطقي استنباطي استقرائي يتكون من مفاهيم وتعريفات وافتراضات تعبر عن علاقات بين اثنين أو أكثر من أوجه الظاهرة، بهدف تفسيرها أو التنبؤ بها مستقبلاً".

حيث حاولت "الوظيفية" تفسير التغيير الاجتماعي من خلال محاولة فهم المجتمع في ضوء الظروف التي يمر بها من خلال محاولة فهم العلاقات المتبادلة بين مكوناته، وهنا يمكن الإشارة إلى مفهومي "البناء والوظيفة" التي أسست عليهما الوظيفية كل طروحاتها الكلاسيكية¹ والمعاصرة، حيث يشير البناء إلى العلاقات المستمرة والثابتة بين الوحدات الاجتماعية، ويكشف عن الجوانب الهيكلية الثابتة في حين تشير الوظيفية إلى النتائج أو التبعات المترتبة عن النشاط الاجتماعي كما أن الوظيفية تعبر عن الجوانب الدينامية داخل البناء الاجتماعي.

وتمتد الجذور التاريخية للنظرية الوظيفية إلى آراء المفكر العربي "**عبد الرحمان بن خلدون**" وإسهاماته الأدبية والفكرية في مجال علم الاجتماع والنظريات المنبثقة عنها، وتبعه "**ماكس فيبر**" (الدين والاقتصاد) و "**ايميل دوركايم**" (تقسيم العمل في المجتمع)، و "**وليام جراهام**" (طرق الشعوب) في مؤلفاتهم المشهورة.

والمعروف أن من أوائل الدارسين للنظرية الوظيفية من الباحثين العرب هو "**ابن خلدون**" حيث عرفها "بتجمع النظم في عدد من الوحدات، التي تشكل أنساقاً أكبر هي التنظيمات، وفيها تتحد الوحدات الأصغر لتحقيق بعض الأهداف الخاصة كالتنشئة والدفاع عن الوطن أو تحقيق العدالة، ويشكل مجموع هذه التنظيمات والمعايير في قطاع واحد من قطاعات المجتمع ما يسمى بالنظام الاجتماعي".

¹ - علاء زكي داوود الفاف، دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية خلال الفترة 1945-2014، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، 2015، ص ص 21-17.

والوظيفية قد تكون ظاهرة أو كامنة، أي ليس من الضروري أن يكون لكل ظاهرة وظيفة أو وظائف واضحة أو مقصودة، لذلك على الباحث أن يبحث عنها من خلال تحليل النشاطات الاجتماعية.

فيما قدم "سبنسر" تفسير بنائي وظيفي للمجتمع قياساً على الكائن الحي، وركز على علاقة الأجزاء ووظائفها، وكيف أن بنائها وعملها يتغير من بناء بسيط التركيب، إلى بناء معقد التركيب والتباين البنائي يعطي مستوى أعلى من الاعتمادية بين الأجزاء، وهذا يحقق زيادة في درجة التكامل وزيادة في قدرة النظام المجتمعي على البقاء.

وفي العصر الحديث تشكلت النظرية الوظيفية في الإتجاه الآخر للمدرسة الحيوية في القرن الثامن عشر ميلادي وإلى المفكرين البارزين "فولتير هوبز و روسو" الذين درسوا العلاقة بين متغيرين أو عاملين أحدهما مستقل ويعبر عن المدخلات أو المسببات ويتمثل في¹ دراستنا في "مواقع التواصل الاجتماعي" والآخر ويعبر عن المخرجات أو التأثير والمتمثل في "القيم" بالنسبة لدراستنا هذه².

¹- علا زكي داود الفاف، مرجع سابق، ص ص 17-21

²- علا زكي، مرجع سبق ذكره، ص ص 20-21.

فروض النظرية الوظيفية

- 1- تفترض بأن المجتمع يمثل كلا مؤلفا من أجزاء مترابطة يؤدي كل منها وظيفة معينة من أجل خدمة أهداف الكل.
- 2- إعتبر علماء الوظيفة أن الإجتماع يعد بمثابة ظرف طبيعي لتكامل المجتمع الذي يبدو كأنه مجموعة من العناصر التي تؤدي أدوارا متعددة (الموائمة – التكيف – التوازن)، لكنها تخدم في النهاية وظيفة عامة واحدة.
- 3- سلمت وظيفة "بارسونز" بمفهوم "النسق Systeme" كمفهوم أساسي وقد قدم في إطار هذا المفهوم تصورا ميكانيكيا "فدريا" للمجتمع الإنساني، إن تحليل الشروط الوظيفية للنسق الإجتماعي عند "بارسونز" هي "تحليل نسق الفعل الإجتماعي" الذي يشمل العديد من الأفراد المتفاعلين، فالنسق لا يمكن أن يؤدي وظيفته إلا إذا أدت نسبة كافية من أعضائه الأدوار الإجتماعية الرئيسية وبدرجة عالية من الفاعلية.
- 4- تفترض الوظيفة أن التوازن بين كل أجزاء المجتمع هو الظرف الطبيعي المؤلف، وأن الصراع لا يعدو أن يكون حالة استثنائية أو موقفا شاذا.
- 5- اختزلت النظرية الوظيفية عملية التحول الإجتماعي إلى مجرد "تكيف" آلي مع ضغوط داخلية وخارجية، والنظرية على هذا النحو لا تفسح مجالا للعمل السياسي الواعي والنضال الإجتماعي الفعال من أجل إحداث هذا التحول، وبالتالي فهي تتجاهل دور الصراع في إحداث التغير والتماسك على السواء.
- 6- يتلخص هدف النظرية بكيفية إسهام أجزاء النسق في تحقيق النسق ككل لإستمرارية أو في الإضرار بهذه الإستمرارية¹.

¹ - ليلي عبد الوهاب، النظرية الاجتماعية الكلاسيكية والمعاصرة، ص ص 132-145.

أبرز الإنتقادات الموجهة للنظرية الوظيفية

وجه الكثير من الباحثون في علم الاجتماع الكثير من الإنتقادات لهذه النظرية والتي من بينها الانتقادات التي قدمها الأستاذ "معني خليل عمر" والتي يمكن رصدها في النقاط التالية:

- 1- تهتم النظرية الوظيفية بدراسة الظاهرة الإجتماعية في وضعها الراهن من أجل الوصول إلى سبب وجودها فهي تبدأ بدراسة الظاهرة من نهايتها وصولاً إلى بدايتها.
- 2- تعتمد الوظيفية في تحليل الظاهرة الإجتماعية على المقارنة بين أوجه التشابه والإختلاف دون تفسير وتحليل الظواهر الإجتماعية.
- 3- لم تعطي الوظيفية تفسيراً كافياً للعلاقات داخل الظواهر الإجتماعية كعلاقات مؤثرة ومرتبطة إرتباطاً حقيقياً.
- 4- يرى "جورج هومتر" أن الوظيفية تقدم تحليلاً كافياً واضحاً لأسباب الظواهر الإجتماعية، وبالتالي نتائج البحث غير علمية وغير قابلة للإختبار والتحقيق العلمي¹.

¹ - مقال: النظرية الوظيفية، موقع فايسبوك: <https://m.facebook.com/posts>، تاريخ النشر: 2013/03/17، تاريخ الدخول، 2020/02/24، سا: 17:34.

9- الإجراءات المنهجية للدراسة

9-1/ منهج الدراسة: عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي تسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة في حد ذاتها، ويعرف المنهج على أنه "مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى الخطوات العقلانية والفكرية الهادفة إلى بلوغ نتيجة معينة"¹. ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجزائري"، فقد تم الإعتماد على " **المنهج الوصفي** " الذي يعرف على أنه "تصوير ما هو كائن أي الوضع الراهن أو الحادثة فهو يصف خصائصها ومركباتها والعوامل التي تؤثر فيها والظروف التي تحيط بها، ويحدد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر على تلك الظاهرة ومن ثم التنبأ والإستنتاج بالأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليها هذه الظاهرة"².

ويعد "المنهج الوصفي" من أكثر المناهج ملائمة لهذه الدراسات كسبيل لفهم العلاقات بين المتغيرات والوصول إلى نتائج وتفسيرات.

وقد تم تطبيق "المنهج الوصفي" من خلال وصف الظاهرة محل الدراسة، حيث قمنا بعملية تفكيك متغيرات الظاهرة المدروسة، والحصول على المعلومات والبيانات اللازمة حولها.

وقد إعتمدنا في ذلك على مجموعة من أدوات جمع البيانات التي تمكننا من التعرف على الظاهرة وكذا الحصول على المعلومات الأولية الخاصة بها، بالإضافة إلى جمع المعطيات الميدانية من مجتمع الدراسة.

¹- رابح تركي، مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984، ص 53.
²- كامل محمد العربي، أساليب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة والنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2007، ص 96.

9-2/ أدوات جمع البيانات

إن صدق نتائج البحوث وقيمتها العلمية مرتبطة بالإختيار السليم للطرق والأدوات التي تمتلك الشروط العلمية والمنهجية من أجل الوصول إلى أهدافها وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على:

9-2-1- الملاحظة: تعد من بين أهم وأول وسائل وأدوات جمع البيانات التي يعتمدها الباحث في دراسته من أجل تحليل وتفسير الظواهر المراد دراستها وتعرف على أنها "مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز وفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين"¹.

وقد أجمع الباحثون المهتمون على أن "الملاحظة" كأداة من بين أهم أدوات البحث العلمي ومصدرا أساسيا للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لموضوع الدراسة خاصة إذا استخدمت بطريقة مخططة أو مصممة، وقد استخدمنا "الملاحظة" في بحثنا هذا من خلال جملة من الملاحظات التي تمت مشاهدتها من قبل الباحثين في اوساط الشباب الجامعي لعل أهمها:

❖ لاحظنا إنتشار مواقع التواصل الإجتماعي خاصة "الفيس بوك" بكثرة في اوساط الشباب الجامعي.

❖ ملاحظة التغيرات الطارئة على قيم الشباب الجامعي حيث تغيرت العديد من القيم الإجتماعية مثل الإحترام والتسامح والقيم الجمالية لديهم من خلال تغيير نمط اللباس ونمط الأكل وتسريحات الشعر بغض النظر عن جنسهم سواء كانوا ذكور او إناث وهذا يظهر أكثر في فترة الأعياد و المناسبات و الدخول الجامعي حيث لاحظت الباحثان ان الشباب يرتدي سراويل ممزقة ويتبنى تسريحات شعر غريبة لا تمت لعاداتنا و تقاليدنا و ديننا باي صلة كذلك لاحظنا تغيرات في طريقة التعامل وحتى أسلوب الحديث سواء فيما بينهم وحتى مع الاساتذة إضافة الى انتشار الكلام البذيء في اوساط الشباب الجامعي دون ادنى إحترام.

¹ - أحمد مرسلني، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 203.

9-2-2/ الإستبيان: يعرف الإستبيان على أنه: "إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على البيانات والمعلومات التي تتعلق بأحوال الناس أو ميولاتهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم"¹.

✓ أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث وذلك حسب أغراض البحث².

وكما أسلفنا سابقا فإن الأداة الرئيسية المستخدمة في جمع المعطيات الميدانية هي "استمارة الإستبيان" والتي استهدفت عينة من طلبة السنة أولى ماستر اتصال تنظيمي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -تبسة- وقد مرت الإستمارة بمراحل عدة أولها النظر إلى التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة والمشابهة لهذه الدراسة للإستفادة منها في صياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها إلى أربعة محاور رئيسية كالآتي:

✓ **المحور الأول: محور البيانات السوسيوديمغرافية**

✓ **المحور الثاني: مكانة الفيس بوك لدى الشباب الجامعي**

✓ **المحور الثالث: مساهمة الفيس بوك في إعادة إنتاج القيم الإجتماعية**

✓ **المحور الرابع: مساهمة الفيس بوك في إعادة إنتاج القيم الجمالية**

¹- عزت عطوي، أساليب البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، ط1، 2000، ص 158.

²- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2012، ص 174.

9-3/ مجتمع الدراسة وعينتها

يعرف مجتمع البحث بأنه "جميع المفردات أو الوحدات التي تتوفر فيها الخصائص المطلوب دراستها"¹.

يتضمن مجتمع البحث في دراستنا كل الشباب الجزائري، أما المجتمع المتاح هو طلبة جامعة تبسة، وبالتحديد "طلبة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، تخصص إتصال تنظيمي، سنة أولى ماستر، الذين تتراوح أعمارهم بين "22 - 30 سنة" ويعد مجتمع البحث في دراستنا فئة الشباب وهي فئة غير محددة العدد، ولكنها محددة بمجموعة من الخصائص والسمات حيث أن هذه الفئة تتميز بالحيوية والنشاط ولها قدرات فكرية وإبداعية كما أنها تتسم بالتغير والتطور على عكس الفئات الأخرى التي تميل إلى الرومانسية ولا تتقبل التغيير والتجديد.

ويقدر مجتمع البحث في دراستنا "طلبة سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي" بـ 294 طالب وطالبة، ونظرا لصعوبة الوصول إلى كافة أفراد المجتمع المتاح، إتبعنا أسلوب العينة والتي تعرف على أنها: "مجموعة من الأفراد بين الباحث عليها عمله وهي مأخوذة من المجتمع الأصلي وتكون ممثلة له تمثيلا صحيحا"².

ويعرفها رشيد زرواتي بأنها "جزء من مجتمع البحث وتجري هذه الدراسة على هذا الجزء ليتم تعميم النتائج على الكل المتمثل في مجتمع البحث، ولذلك يشترط أن تعكس خصائص هذا المجتمع"³.

وقد تم الإعتماد في دراستنا على "العينة القصدية" وتعرف على أنها "العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تكون معينة ومقصودة لإعتقاده أنها ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا"⁴.

¹ - علي عربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، ط2، 2009، ص 200.

² - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القبة للنشر والتوزيع، الجزائر.

³ - رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004، ص 181.

⁴ - المرجع نفسه، ص 182.

يقدر مجتمع البحث الأصلي في دراستنا بـ 294 طالبا وطالبة واستثنينا من هذا المجتمع 4 طلاب لأن أعمارهم تفوق 30 سنة فأصبح مجتمع بحثنا 290 طالبا وطالبة فأخذنا عينة بنسبة 10% عن 290 طالبا، فقدرت عينتنا بـ 29 مفردة إجمالا.

وبلغ عدد الذكور 120 طالبا وعدد الإناث 170 طالبة لهذا أخذناها بنسب متناسبة بين الجنسين فأخذنا 12 ذكر و 17 أنثى وهم من أجريت عليهم الدراسة الميدانية.

9-4/ مجالات الدراسة

9-4-1 الحدود الموضوعية

إقتصر موضوع الدراسة الحالية على: "دور مواقع التواصل الإجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجزائري".

9-4-2 الحدود الزمنية

تحدد المجال الزمني بالفترة التي تستغرقها الدراسة والتي قد تمتد من فترة بداية التفكير في المشكلة البحثية إلى غاية إستخلاص النتائج العامة، وبالنسبة لموضوع دراستنا فقد تم الشروع فيه ابتداء من شهر ديسمبر 2019 إلى غاية شهر أبريل 2020 حيث تم تقسيم الدراسة إلى جانبين: الجانب المنهجي والنظري من شهر ديسمبر إلى شهر فيفري. ومن ثم إنتقلنا إلى الجانب التطبيقي والعمل الميداني من شهر فيفري إلى غاية شهر أبريل.

9-4-3 الحدود المكانية

تمت هذه الدراسة على مستوى جامعة العربي التبسي -تبسة-، بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية الواقعة بحي طريق قسنطينة -تبسة- وتضم قسمين: قسم العلوم الإنسانية - وقسم العلوم الاجتماعية.

9-4-4 الحدود البشرية

أجريت هذه الدراسة على عينة من "طلبة السنة أولى ماستر، تخصص إتصال تنظيمي، قسم علوم الإعلام و الإتصال،كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية -تبسة- حيث قدر عدد طلبة السنة أولى ماستر إتصال تنظيمي بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية -تبسة- بـ 294 طالبا وطالبة لكن أخذنا عينة تقدر بـ 29 مفردة والذين تتراوح أعمارهم بين (22 سنة إلى 30 سنة).

الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك"

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

تمهيد

المبحث الأول: مدخل عام لمواقع التواصل الاجتماعي

- **المطلب الأول:** مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- **المطلب الثاني:** نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- **المطلب الثالث:** خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- **المطلب الرابع:** نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

تمهيد

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخاصة بعد ظهور جيل (الويب 2.0) للانترنت حقائق جديدة جعلت سكان الأرض يتواصلون ويتلاحمون في عالم افتراضي، أصبح يتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي لسكان العالم، ولعل من أبرز إفرزات هذه الثورة التكنولوجية ظاهرة "مواقع التواصل الاجتماعي" عبر الانترنت التي تعتبر نقلة نوعية في مجال الاتصالات والشاهد في الأمر أن هذه الأخيرة فتحت آفاق غير مسبوقة، وأعطت مستخدميها فرصاً أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود دون رقابة ولا قيود، إلا بشكل نسبي ومحدد، وفي إطارها تتشكل علاقات إلكترونية افتراضية تسمح بتبادل المعلومات والأخبار والثقافات... وغيرها.

وبالتالي إلغاء الحواجز الجغرافية والثقافية وهذا ما اصطلح عليه (بالعولمة) التي سعت إلى رسم ثقافة واحدة في جميع أنحاء الكرة الأرضية.

وعليه تم رسم خارطة للعلاقات الاجتماعية من خلال فضاء افتراضي يتميز بقدرة عالية من التفاعلية بهدف جعل العالم الافتراضي محاكاً للعالم الحقيقي وربما أهمية هذه المواقع اكتسبتها من خصائصها التي تمكن من التواصل الاجتماعي في أي مكان وزمان دون أي عائق، ومنه سنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من تعريف وخصائص وأبرز نماذجها.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

المبحث الأول: مدخل عام لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

اختلف الباحثون في مجال العلوم الاجتماعية بصفة عامة، وعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة بوضع تعريف معين ومحدد لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك انطلاقاً من الخلفية المعرفية لكل باحث وتخصصه.

جاء تعريف "مواقع التواصل الاجتماعي" حسب وجهة نظر العلوانة على أنها "إحدى وسائل الإتصال الجديدة من خلال شبكة الانترنت التي تتيح للمستخدم أو المستخدم التواصل مع الآخرين وتقديم خدمات متنوعة في العديد من المجالات"¹.

نلاحظ أن هذا التعريف ركز على الخدمات المتنوعة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في العديد من المجالات.

وهناك من عرفها على أنها: "مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء وإضافة صفحاتها بسهولة"².

ويعرفها إبراهيم بعزیز كالتالي: "مواقع التواصل الاجتماعي وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي **Social Networking sites** وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات إفتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستخدم عبرها أن ينشأ صفحته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص ونشر فيديوهات"³.

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن إبراهيم بعزیز أولى إهتمام بالعلاقات التي يمكن أن تتشكل من خلال هذه المواقع بالإضافة إلى الجماعات الإفتراضية التي من العادة تكون لديها اهتمامات عديدة ومختلفة لعل من أهمها كتابة مقالات أو نشر فيديوهات وغيرها.

¹ - حاتم سليم العلوانة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في الحراك الجماهيري، ورقة مقمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير، جامعة فيلادلفيا، 2012، ص 12.

² - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 24.

³ - إبراهيم بعزیز، دور مواقع وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعة العربية، العدد 3، 2011، ص 43-56.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

ومن خلال التعاريف السابقة تبين لنا أن جلها اعتبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنها وسيلة إتصالية من خلال الشبكة العنكبوتية تمكن الأفراد من التواصل فيما بينهم بالإضافة إلى تبادل المعلومات والآراء والخبرات، حيث تقدم لهم العديد من الخدمات التي تمكنهم من الاستفادة من خصائصها المختلفة، ولعل من أبرزها تشكيل مجموعات إفتراضية عادة ما يكون أفرادها لديهم نفس الإهتمام، حيث في بدايات نشأة مواقع التواصل الاجتماعي كانت كما قلنا سابقا تعتبر وسيلة لتبادل المعلومات و فقط، لكن في وقتنا الراهن أضحت وسيلة إعلامية بكل ما تحمله الكلمة من معنى.

الفصل الأول: مواقع التواصل الإجتماعي "فيس بوك"

المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الإجتماعي

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الإجتماعية يجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب **0.1Webe** والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للانترنت **0.2Web** وما يجب التنويه إليه أن أكثر مواقع الشبكات الإجتماعية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

1- المرحلة الأولى 0.1Web

يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الإجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب **0.1** ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة **"سيكس دقريز six degrees" 1997** الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم¹.

ومن المواقع التأسيسية للشبكات الإجتماعية أيضا موقع **"كلاس مايت classmdes.com"** الذي صممه **"راندي كونراد"** موقع إجتماعي للتواصل مع أصدقائه وزملائه بداية **1995**، شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع **"لايف جورنال Live Journal"** وموقع **"كايوورلد"** الذي أنشأ في كوريا عام **1999**، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الإجتماعية في بداياتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الإجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر أرباحا على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء².

¹ - علي بن شويل القرني، الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2011، ص 59.

² - مريم نارتمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل الماجستير في الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2011، ص 57.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

2- المرحلة الثانية Web 2.0

إن الثورة التكنولوجية التي أحدثت ظهور الانترنت في مجال الإتصال الشخصي تتمثل في أنها شكلا جديدا من الإتصال، ألا وهو الإتصال المرتبط بوجود أداة تكنولوجيا تتوسط العلاقة بين طرفي العملية الإتصالية فلا يجعلها تقوم على قاعدة الإتصال المباشرة ولا تأخذ سمة الإتصال الجماهيري، وقد أطلق على هذا النوع من الإتصال اسم الإتصال الوسيط، الذي من أبرز سمائه التفاعلية¹.

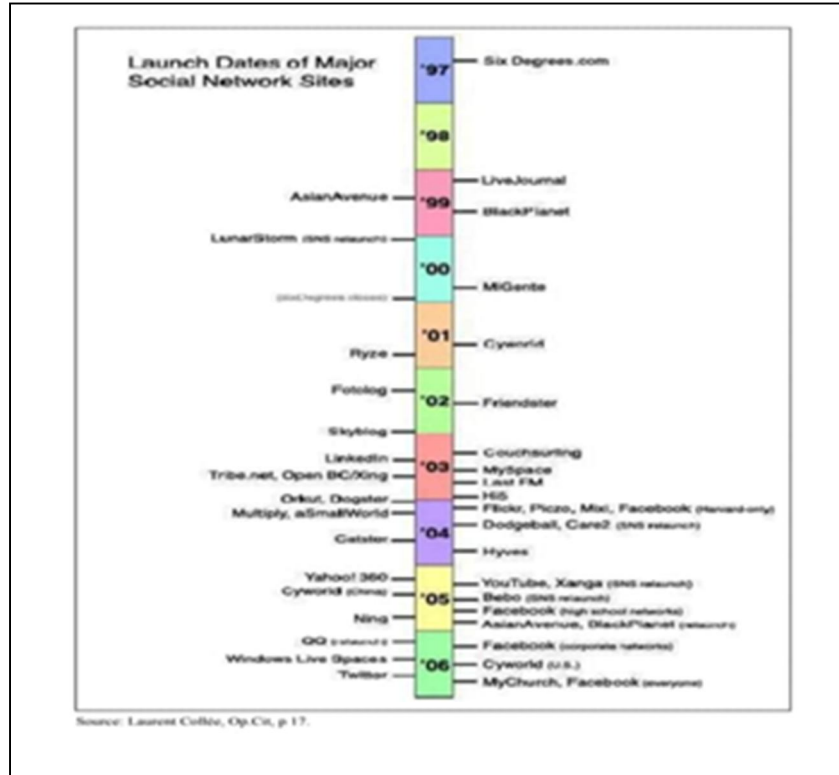
حيث سميت هذه المرحلة **Web 2.0** وهي "موجة المواقع الجديدة التي تعتمد في تكوينها على الشبكات الإجتماعية على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائل المتعددة... وغيرها)".

وفي المدة ما بين 2002م و 2004م بلغت شعبية الشبكات الإجتماعية عبر العالم ذروتها فقد ظهر موقع **freindater** عام 2002م في كاليفورنيا من قبل " **Jantlan** " و**Brams** " ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الإجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية ويسمى بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وفي النصف الثاني من نفس السنة ظهرت في فرنسا "شبكة **Skrock**" كموقع للتدوين ثم تحولت كشبكة إجتماعية عام 2007 وفي 2003 أنشئ موقع **my space** الأمريكي، وتحول إلى شبكة إجتماعية سنة 2006م، وفي عام 2004 ظهر موقع "فيسبوك **Face book**" على يد مارك "زوكربيرغ" في جامعة هارفارد وتوالت بعد ذلك ظهور الشبكات حيث ظهر **Twiter** و **Linkd in** وفي مارس من عام 2006 ظهر **Twiter** على يد "جاك دوزي **Jack dousey** و **Biz Stone** و **Evan Williams**²

¹ - علياء سامي عبد الفتاح، الانترنت والشباب، دراسة آليات التفاعل الاجتماعي، دار العالم العربي، القاهرة، 2002، ص

² - حسين محمود هيتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"



الشكل رقم (01): يوضح سنوات ظهور أبرز مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

1- المشاركة **Participation**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات

وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

2- الإنفتاح **Openness**: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى¹.

3- الشمولية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود

الدولية حيث يستطيع فرد في الشرق التواصل مع فرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

4- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي

تلغى السلبية المقيتة في الإعلام القديم "التلفاز والصحف الورقية" وتغطي حيزا من المشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ².

5- المجموعات **Groups**: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء

مجموعة إهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر وأبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين مثل: "المجموعات التجارية" بيع وشراء عقارات 48 ولاية"، ثقافية "التحضير لدكتوراه

¹ - خالد غسان يوسف المقادي، المرجع السابق، ص 26.

² - عيد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015م، ص 67.

الفصل الأول: مواقع التواصل الإجتماعي "فيس بوك"

علوم الإعلام والاتصال 2020"، دينية "صحيح البخاري ومسلم".... وغيرها من آلاف المجموعات في مختلف التخصصات والمجالات¹.

6- **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الإجتماعية هي إنشاء

صفحة معلومات شخصية وهي صفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال "النص، الصور، الموسيقى، الفيديوهات... وغيرها" من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع التواصل الإجتماعي للأفراد بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الإجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصدقائهم رؤيتها².

7- **الصفحات (Pages):** ابتدع هذه الفكرة موقع "الفيس بوك"، واستخدمها تجاريا

بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن منتج "Meuble-DZ" أو شخصية "الشيخ محمد متولي الشعراوي" أو حدث "Tebessa Today" ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمها محددة ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي³.

¹- صادق عباس، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، 2008م، ص 99 (بتصرف).
²- رمزي جاب الله، القيم المتضمنة في صفحات الفايس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة باتنة -1، 2018/2017، ص 131.
³- جمال الرزن، المسائل النفسية والاجتماعية والتنمية لشركة الاتصال، التواصل الاجتماعي، ملتقى الشباب حول التكنولوجيا الحديثة للإعلام، تونس، ص 15 (بتصرف).

الفصل الأول: مواقع التواصل الإجتماعي "فيس بوك"

المطلب الرابع: نماذج عن أشهر مواقع التواصل الإجتماعي

يتفاوت القوم في إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي فبعضهم استخدمهم للتواصل يتم وفق الموضوع، الزمان أو المكان، وأي كانت المواقع التي تستخدم فيها وسائل التواصل الاجتماعي، فإن المواقع نفسها في الغالب تحدد طبيعة الاتصال والرسائل المرسلة فعلى سبيل المثال:

1- الفيس بوك (Face Book)

لقد تم التعمق اكثر في موقع "الفيس بوك" وذلك نظرا لأنه النموذج المعتمد في دراستنا وبالتالي سيكون هناك تفصيل أكثر فيما يخص موقع "فيس بوك".

تعريف الفيس بوك (Face Book)

✓ يعتبر موقع "فيس بوك" من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه ، لذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية، وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب، ويستطيع كل عضو فيه أن يقوم على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره و أي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في إطلاعهم عليها وقد حقق هذا الموقع نجاحا وانتشارا كبيرا¹.

¹ - محمد علي الفقهي وآخرون، إستخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وانعكاسه على العلاقات الأسرية والاجتماعية، دراسة ميدانية، مجلة بحوث الاتصال، العدد -6، السنة الثالثة، لبيبا، ديسمبر 2019، ص 121.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

✓ يعرف أيضا على أنه: شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوص من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها عام 2004 في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرغ) حيث تخطى الولايات المتحدة في مدة قصيرة ليصل إلى جميع أنحاء العالم¹.

✓ يعتبر "الفيس بوك" الموقع التواصل الاجتماعي الأكثر رواجاً في العالم، وذلك نتيجة المميزات التي يتصف بها وسهولة التعامل معه وإتاحته لعدة تطبيقات يستخدمها المستخدم².

✓ يعرف قاموس الإعلام والاتصال "الفيس بوك" (Face Book) على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص³.

ويجدر الإشارة إلى أن مفهوم أو تعريف موقع "فيس بوك" يخضع للتحيين بصفة دورية وذلك يرجع إلى التحديثات والتطورات الحاصلة عليه، فهو قابل لإستزادة والشاهد هنا أن تعريف "الفيس بوك" سنة 2004 ليس نفسه تعريف الفيس بوك لسنة 2019، وذلك لأنه أصبح وسيلة إعلامية بامتياز بإمكانه منافسة الوسائل الإعلامية التقليدية، هذا إن لم يتفوق عليها، نظراً لما يحققه من آنية وفورية في نقل الأخبار والمستجدات في زمانها ومكانها ومرفقة بالصور والفيديوهات مما جعله يحقق سبق الصحفي.

¹- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 360-361.

²- جمال مختار، حقيقة الفيس بوك عدو أو صديق، متروبول للطباعة، القاهرة، 2008، ص 12.

³ - Marchel Danesi, Dictionary of media and cimmunication, 2009, M.E, sharpe, New York, p 117.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

نشأة وتطور موقع الفيس بوك

2004: للطلاب فقط

أنشئ موقع الفيس بوك عام 2004 على يد **(مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg)** الذي كان طالب في جامعة **(هارفارد)** في حينه.

وسمي "الفيس بوك" بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ (كتب الوجوه) التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى أنحاء العالم¹.

أن تكون طالبا في هارفارد وأن يعرف عنوان فيس بوك (القديم) **The Face Book.com** بأداة تعريف زائدة عن العنوان الذي تعرفه اليوم، كان هذا كل ما يلزمك لتمتلك حسابا في موقع التواصل الناشئ في (فيفري) ليتوسع سريعا في مارس ويشمل طلاب جامعات "ستانفورد وكولومبيا وبيل" ويكسر حاجز المليون مستخدم بغير أن يشتمل على أي صور، ولا على الحائط الشخصي ولا أن يعرف تنظيم الفعاليات، أو تدشين الصفحات.

2006: فيس بوك للجميع

عرف مستخدمو "فيس بوك" هذا العام فقط زر **(Share)** أو (مشاركة) لأول مرة، واختبروا مشاركة روابط خارجية من مواقع أخرى على موقع "فيس بوك" لمواد مثل: الصور والفيديوهات والمقالات، كما استقبلوا الرسائل لأول مرة عن طريق صفحة (رسائلي) وعرفوا الصفحة الشخصية في صورتها الأولى التي عرفت بـ (الأخبار الصغيرة) التي تحتوي على أنشطة صاحب الحساب، بينما تحتوي صفحة (آخر الأخبار) على أحدث المشاركات على الموقع، وتم إضافة خاصية التحكم في من يشاهد المشاركات².

¹ - علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 64.

² - موقع ويكيبيديا، تاريخ الفيس بوك ، تاريخ الدخول 2019/12/25، الساعة 22:15، <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

2007: تحديث الحالة

يعد التحديث الأبرز في عام 2007 هو "تحديث الحالة"، الذي اتخذ قالباً محدداً يحتوي على اسم المستخدم + يقوم الآن بـ.....، وعلى صاحب الحساب إلا أن يقوم بإدخال ما يقوم به و ثم أيضاً دمج صفحتي (مشاركاتي) و (رسائلي) في (صندوق الوارد)، بالإضافة إلى بداية إمكانية نشر مواقع الفيديو على "فيس بوك" مباشرة، وبداية ظهور قائمة الأصدقاء.

2008: إطلاق الحائط

يمكن أن يطلق على عام 2008 (عام العالمية) بالنسبة "فيس بوك"، إذ أصبح الموقع خلاله متاحاً بعشرات اللغات غير اللغة الإنجليزية، الأمر الذي ربما جعل سكان العالم يكسرون حاجز 100 مليون حساب، غير أن إطلاق الحائط الشخصي يعد أبرز تغييرات طرأت على مظهر فيس بوك في هذا العام والذي اعتبر النواة الأولى (التايم لاين)، كذلك التمتع بأداة (الدردشة) بالإضافة إلى قابلية التعليق على أنشطة الأصدقاء، بدأ فيس بوك في خدمة تذكيرك بأعياد الميلاد كما بدأت الإشعارات في الظهور، وأصبح بوسع مستخدمي فيس بوك ربط حساباتهم لموقع التدوينات القصيرة الصاعد وقتها (تويتتر)، وبدأ في هذا العام خاصية مشاركة الأصدقاء في تحديثات الحالة، كما أضيف عداد إلى زر (مشاركة) تعد المشاركات.

2010: تحديث الصور

شهد هذا العام تحديثات متعددة في سياق الصور التي تقوم بتحميلها، منها قابلية تحميل صور بجودة مرتفعة، واستخدام عارض جديد للصور، ولأول مرة استطاع المستخدمون إبداء الإعجاب بالتعليقات، وتغيرت فلسفة نظراً لصفحات إلى متابعيها من (أصبح معجبا) إلى (يعجبني)¹.

¹ - موقع ويكيبيديا، تاريخ الفيس بوك ، تاريخ الدخول 2019/12/25، الساعة 22:15، <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

2011: بداية "التايم لاين"

بعد أن كانت أحداث حياتك تغرق وسط المنشورات الغير مهمة، ومن ثم طور فريق "فيس بوك" (البروفایل) ليظهر بمظهر (تايم لاين) أو الجدول الزمني، الذي يبدو فيه حسابك على أنه خط حياتك من تاريخ دخولك حتى اللحظة الحالية، على يمين صفحة "الفيس بوك" صار بوسعك أن ترى (التيكز) والذي يطلعك على جانب من نشاط الأصدقاء، بالإضافة إلى إمكانية متابعة منشورات من ليس ضمن قائمة الأصدقاء عن طريق أداة (اشترك).

2018: المنشورات الشخصية أولى من المنشورات الدعائية

قال "زوكبيرغ" في منشور على صفحته بالموقع إن المنشورات الخاصة بترويج المنتجات الاستهلاكية والمنظمات الإعلامية أصبحت تغطي على المنشورات الشخصية التي يسعى المستخدمون إلى الولوج على الموقع للاستمتاع بمشاركتها، حيث أكد أنه يسعى للتقليل من الوقت الذي يمضيه المستخدمون على موقعه لضمان حياة اجتماعية صحية للجميع مع الحرص على الإرتقاء بجودة الوقت الذي يمضيه كل مستخدم على "فيس بوك"¹.

حيث أعلنت "فيس بوك" يوم الخميس 13 من جانفي 2018 إعادة التركيز على أخبار الأقارب والأصدقاء دون المنشورات الدعائية والاستهلاكية والإعلامية وهو ما عرض الموقع للعديد من الإنتقادات الحادة على الرغم من تحقيق فيس بوك لأرباح وصلت لـ 34 مليار دولار أمريكي عام 2017².

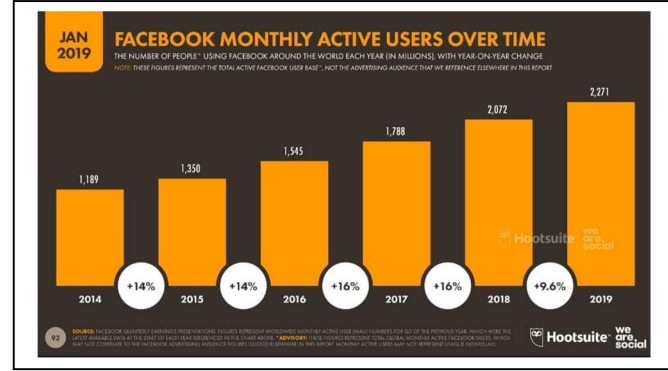
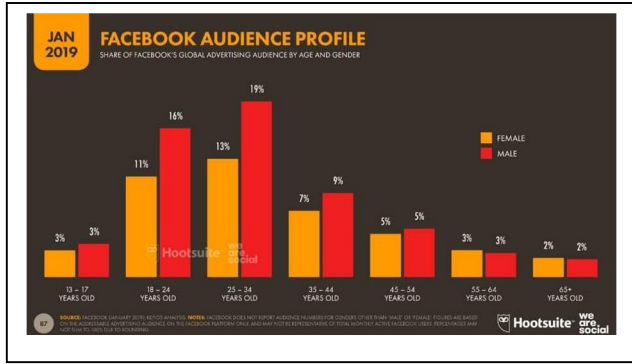
¹ - موقع أورونيوز، كيف ستؤثر تعديلات فيس بوك الجديدة على حسابك الشخصي، تاريخ النشر 12/01/2018، تاريخ الدخول 2019/12/26، الساعة 14:57، <https://euronews.com>.

² - موقع فرانس 24، ما أثر التعديلات الجديدة في فيس بوك على الإعلانات وصفحات وسائل الغعلام، تاريخ النشر 2018/01/13، تاريخ الدخول 2019/12/26، الساعة 15:02، <https://www.France24-com.cdn.ampproject.org>.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

2019

أعلنت "فيس بوك" مؤخرا عن تعديلات جديدة تسطال منصتها التواصلية الأكبر في العالم، فيما يتعلق بالمستخدمين المتوفين، وذلك تلبية لمطالبات كثيرة من عملائهم حول العالم حيث عزمت الشركة إيقاف تنبيه العملاء لبيعثوا بالتهنئة لأصدقائهم الذين فارقوا الحياة إلى فعاليات وندوات عبر المنصة التواصلية، كما تنوي "فيس بوك" تعديل ميزة "صديق الميراث" تسمح للمستخدمين بالحفاظ على حساباتهم الشخصية وإدارتها بالوكالة، عقب وفاتهم شريطة أن يوكلوا شخصا موثوقا ليقوم بذلك ويبلغوا الشركة بهويته¹.



الشكل رقم (03): يوضح نسبة استخدام الفيس بوك في العالم حسب الفئات العمرية

الشكل رقم (02): يوضح تطور موقع الفيس بوك من سنة 2014 إلى 2019

الفيس بوك في الجزائر

بدأ إنتشار موقع "الفيسبوك" في الجزائر سنة 2007 واقتصر استخدامه على ثلة معينة من الأشخاص، ومن ثم بدأ مستخدميه يتزايد السنة تلو الأخرى.

وحسب التقرير السنوي الصادر عن **(هوت سويت)** الذي أشار إلى أن الجزائر شهدت نموا ملحوظا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتلت المرتبة 19 عالميا في زيادة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لسنة 2018 بإرتفاع نسبته 10% مقارنة لسنة 2017².

¹ - موقع الإمارات اليوم، تعديلات جديدة من فيس بوك، تاريخ النشر 16 أبريل 2019، تاريخ الدخول 26 ديسمبر 2019، الساعة 14:42، <https://www.emaratyom.com>.

* **هوت سويت (Hoot Suite)**: هي منصة إدارة أوتديبير الشبكات الاجتماعية، حيث يسهل هذا الموقع للمستخدمين في اختصار الوقت والجهد لإدارة حساباتهم على الفيس بوك وغيره من المواقع.

1- هشام ح، **موقع البلاد نت**، دراسة أجنبية: الجزائريين من بين أكثر الشعوب استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ النشر 07/02/2019، 18:00، تاريخ الدخول 13/12/2019، الساعة 18:59، <https://m.elbiled.net>.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

حيث بلغ عدد مستخدمي "فيس بوك" في سبتمبر 2018 نسبة 22.25 مليون مستخدم بنسبة 62.4% رجال و 37.6% نساء، حيث تم تقسيم نسب المستخدمين حسب أعمارهم إلى 8.9% تتراوح أعمارهم بين 13 و 17 نسبة 33.7% أعمارهم بين 18 و 24 سنة بنسبة 18.9% ذكور و 14.8% إناث و 36.9% أعمارهم ما بين 25 و 34 بنسبة 24.3% من الذكور، ونسبة 12.5% تتراوح أعمارهم بين 35 و 44 سنة، 48% تتراوح أعمارهم بين 45 و 54 سنة، ونسبة 1.7% أعمارهم بين 64.55 سنة، و 1.5% تتراوح أعمارهم من 65+ فأكثر¹.

وترى الباحثان أن نسبة الشباب بصفة عامة والذكور منهم بصفة خاصة هي الفئة الأكثر استخداما لموقع الفيس بوك والشاهد في الأمر الإحصائيات السالفة الذكر حيث تحتل فئة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 سنة أكبر نسبة استخدام الموقع "فيس بوك"، والتي تمثل فئة الشباب وعليه أصبح الشباب الجزائري مستخدم نشط لموقع فيس بوك، وهذا ما جعله يتأثر بالثقافات الأخرى المتداولة على هذا الموقع وخاصة الثقافة الغربية، مما جعله شباب مستهلكا لا منتجا، وهذا على عكس النساء والأطفال الذين حتى وإن استخدموا الموقع يكون لديهم تفاعل عن بعد.

دائما حسب تقرير (هوت سويت Hoot Suite) و (Weare Social) الصادر في جانفي 2019 الذي أشار إلى أن نسبة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع بنسبة 17%.

وحسب التقرير وصل عدد مستخدمي "الفيس بوك" عبر العالم 2.271 مليار مستخدم أما في الجزائر فقد بلغ عدد مستخدمي "الفيس بوك" 24 مليون مستخدم².

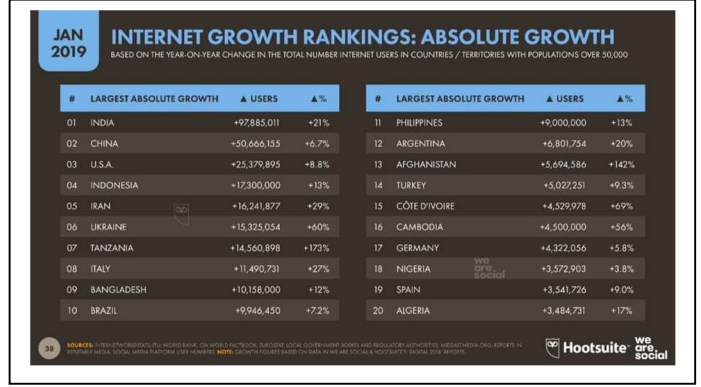
¹ - <https://napoleoncat.com>, face book user in algeria, september 2018, visite le 25/12/2019, heure 23 :38.

² - <https://digital.report.weare-social.com>, Global Digital Report 2019 – we are social, visite 2019/12/25, heur 23 :44.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"



الشكل رقم (05): يوضح نسبة استخدام الفيس بوك في الجزائر لسنة 2019



الشكل رقم (04): يوضح نسبة زيادة عدد المستخدمين لموقع الفيس بوك في الجزائر لسنة 2019

مميزات موقع فيس بوك

1- الملف الشخصي "Profile":

فبعدما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمورك المفضلة، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن كل سلعا بالتحديد.

2- إضافة صديق "Adel freind":

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة فيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني¹.

3- إضافة الصور "Photos":

تتيح هذه الخاصية للمشارك إكمانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه.

4- خاصية الفيديو "Videos":

توفر للمشارك إكمانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع إضافة إلى إكمانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

5- الإعلان:

يمكن المشارك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنها والبحث عن أي منتج يرغب في شرائه².

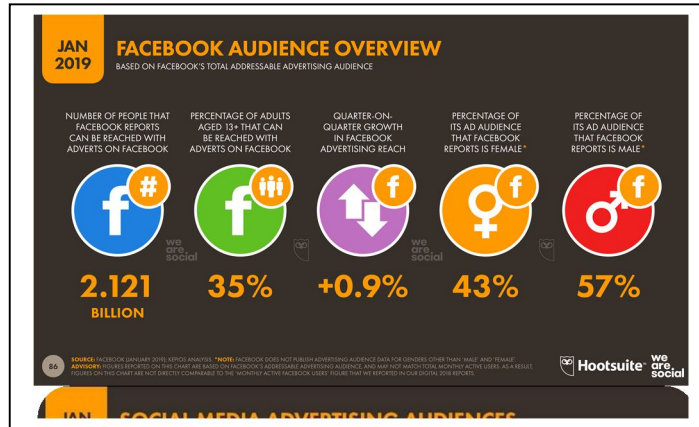
¹ - خالد غسان، يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 35.

² - وائل مبارك فضل الله، آثار الفيسبوك على المجتمع، السودان، 2010، ص 15.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

6- المجموعات "Group": يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم البريد الإلكتروني الخاص بالمدير، كما ذكرنا سالفًا يتم إنشاء المجموعات بغرض تبادل معلومات بين أفراد لديهم نفس الاهتمامات¹.

كشفت تقرير جديد صدر سنة 2019 عن موقعي "وي أرسوشال وهوتسويت" أن موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" يمتلك أكثر من ملياري مستخدم نشط شهريًا على مستوى العالم، 83% من النساء، 75% من الرجال بين جميع مستخدمي الإنترنت هم يستخدمون الفيسبوك، 30% من مستخدمي فيسبوك تتراوح أعمارهم بين 25-34 عام، 96% من مستخدمي الأجهزة المحمولة يستخدمون تطبيق "فيسبوك"، يتم إنشاء 5 حسابات على فيسبوك كل ثانية في المتوسط، متوسط ما يقضيه المستخدم على فيسبوك يوميًا 35 دقيقة، أكثر من 300 مليون صورة يتم تحميلها يوميًا على فيسبوك، أكثر من 70 مليون شركة لديها حساب على فيسبوك، أكثر من 20 مليون من الشركات تستخدم "المانجر" للتواصل مع عملائها، تعتبر عطلة نهاية الأسبوع هي أعلى مستوى للمشاركة على فيسبوك، بالمقابل فإن يوم الثلاثاء يعد أسوأ يوم للنشر، 8 مليار مشاهدة فيديو يوميًا عبر فيسبوك، تعطل فيسبوك الحسابات المزيفة بشكل مستمر.



الشكل رقم (06): يوضح نسبة استخدام موقع الفيس بوك في العالم لسنة 2019

¹ - وائل مبارك فضل الله، مرجع سبق ذكره، ص 15.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

2- تويتر (Twitter)

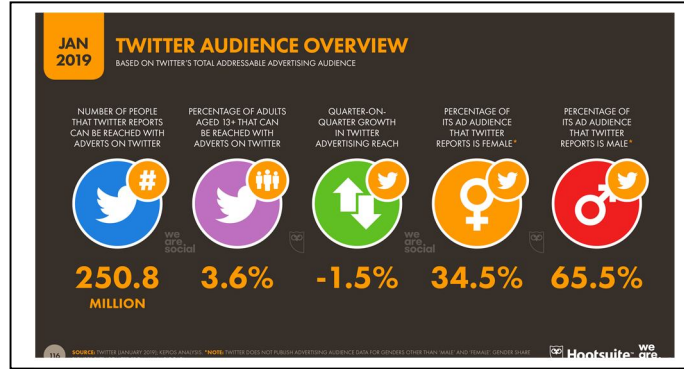
هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى "مائة وأربعين حرفاً" فقط للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من "تويتر" أو على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع "تويتر" ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق بريد الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني، حيث ظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة "Ofrious" الأمريكية، ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس السنة¹.

وفق التقرير الصادر عن موقعي "وي أرسيوشيال وهوتسويت" أنه أصبح لدى "تويتر" أكثر من 200 مليون مستخدم نشط يوميا على مستوى العالم، حيث يقضي المستخدمون دقيقة واحدة يوميا على تويتر و 80% من مستخدمي "تويتر" عبر العالم يتابعون من خلال الهاتف النقال و 74% يستخدمون "تويتر" للحصول على الأخبار فقط، 93% من مستخدمي تويتر الذين يتابعون الشركات الصغيرة يخططون للشراء منها، و 77% من مستخدمي تويتر يشعرون بالثقة تجاه العلامة التجارية عند الرد على تغريداتهم، ويعد "تويتر" رابع شبكة اجتماعية للعلامات التجارية الصغيرة، حيث أن 44% من العلامات التجارية موجودة على تويتر².

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 75.

² - <https://blog.arabost.com/23/12/2019>، الساعة 13:24.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"



الشكل رقم (07) يوضح نسبة استخدام تويتر في العالم لسنة 2019

3- اليوتيوب (You Tube)

تأسس موقع "اليوتيوب" في فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" هم "تشاد هيرلي" و "ستيف تشين" و "جاود كريم" في مدينة "كاليفورنيا"، ويستخدم الموقع تقنية "الأدوبي فلاش" لعرض المقاطع المتحركة، حيث إن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، التلفزيون ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها¹.

يوجد 9 مليار مستخدم ليوتيوب شهريا وأكثر من 30 مليون مستخدم يوميا، مما يجعل كسب الأرباح كثيرة، وصناعة محتوى جيد من خلال يوتيوب أمر مهم، 40 دقيقة متوسطة مدة زيارة الموقع، 70% من مشاهدي يوتيوب يذهبون إلى النظام الأساسي للمساعدة في حل مشكلة في العمل أو المدرسة أو الهوايات، ونسبة 57% من المشاهدين يذهبون إلى يوتيوب للترفيه.

✓ يوجد أكثر من 30000 مشترك في خدمة "You Tube TV" المدفوعة.

¹ - خالد غسان يوسف المقادي، المرجع السابق، ص 43.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

✓ يوتيوب هو ثالث أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية من حيث الأعمال التجارية الصغيرة مع نسبة 46% من الشركات الصغيرة الموجودة على المنصة¹.

#	ACCOUNT NAME	SUBSCRIBERS	TOTAL VIEWS	#	ACCOUNT NAME	SUBSCRIBERS	TOTAL VIEWS
01	FEWDIEPIE	80,966,144	20,062,537,279	11	HOLASONGERMAN	35,330,388	3,750,922,284
02	T-SERIES	80,582,001	58,887,301,801	12	JUSTINBIERVEVO	33,917,924	18,296,518,925
03	5-MINUTE CRAFTS	46,833,105	11,631,403,326	13	WHINDERSSONNINES	33,849,447	2,761,367,140
04	CANAL KONDZILA	45,461,411	22,402,288,625	14	BADABUN	33,810,940	8,926,671,451
05	JUSTIN BIEBER	42,825,052	18,939,094,641	15	EBRUBIUSOMG	33,127,770	7,240,372,417
06	SET INDIA	39,686,629	27,443,839,706	16	COCOMELOON	32,823,651	17,316,617,237
07	WWE	38,606,540	29,372,043,394	17	TAYLOR SWIFT	32,043,063	16,428,363,289
08	DUDE PERFECT	38,139,286	7,001,756,552	18	KATY PERRY	32,029,043	17,174,539,103
09	ED SHEERAN	36,489,342	15,821,238,795	19	JUEGAGERMAN	31,920,320	8,553,437,015
10	EMINEMMUSIC	35,424,882	13,291,442,912	20	FERNANFLOO	31,450,943	6,682,346,054

الشكل رقم (08) يوضح أشهر قنوات اليوتيوب متابعة في العالم لسنة 2019

4- الأنستغرام (Instagram)

كانت بداية "الانستغرام" عام 2010 حينما تم التوصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية، حيث يعزز الاتصالات السريعة عبر الصورة والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، فهو تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية².

وحسب التقرير المصادر عن موقع "هوتسويت" تحت عنوان "إحصائيات عام 2019 حول استخدام قناة انستغرام على مستوى العالم":

- ✓ تقريبا مليار مستخدم نشط شهريا على الانستغرام.
- ✓ أكثر من 500 مليون مستخدم نشط يوميا على الانستغرام في جميع أنحاء العالم.
- ✓ مستخدم "الانستغرام" تقل أعمارهم عن 35 عام.

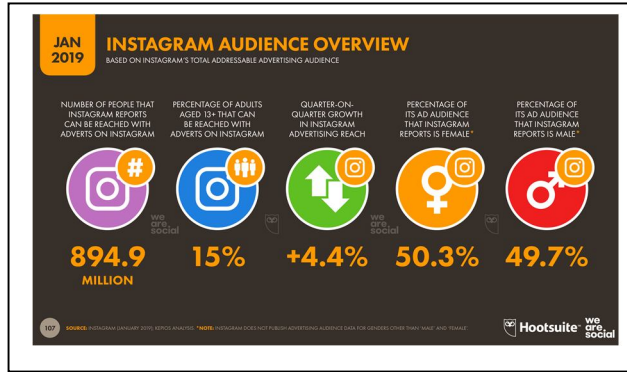
¹ مقال: (مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما اليوم)، 2019/11/29، تاريخ الدخول 2019/12/23، الساعة 23:56،

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص 66.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

✓ **50.4%** من مستخدمي "الانستغرام" من النساء و **49.65%** من مستخدميهم ذكور.

✓ **400** مليون مستخدم يستخدمون ميزة "الستوري **Story**" عبر الانستغرام¹.



الشكل رقم (09) يوضح نسبة استخدام الانستغرام في العالم لسنة 2019

6- سناب شات (Snapchat)

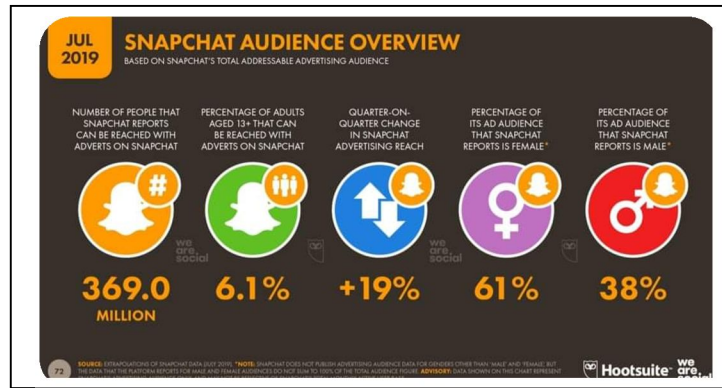
"Snapchat" هو تطبيق تواصل اجتماعي لمشاركة اللحظات واليوميات المرئية مع الأصدقاء والمتابعين عبر ميزته الفريدة التي لاقت إعجاب المراهقين خاصة، وهي مشاركة الصور ولقطات الفيديو القصيرة التي لا تتجاوز الـ **10 ثوان** لمدة معينة قبل أن تصبح مختفية إلى الأبد، ونمو "سناب شات" السريع منذ تأسيسه في **2011م** جلب له محاولات كثيرة للاستحواذ كان أشهرها محاولة "فيسبوك" الاستحواذ عليه بما يقارب **3 مليارات** ومحاولة "غوغل" الاستحواذ عليه بما يقارب **4 مليارات**، حيث تراجع أداء سناب شات قليلا بعد اقتباس فيسبوك ميزته الفريدة "القصص" وتوفيرها في تطبيقاته المختلفة، إلا أنه لا يزال محتفظا بأكثر من **301 مليون** مستخدم نشط حول العالم و **109 مليون** مستخدم نشط يوميا و **10 مليار** مقطع فيديو مشاهد يوميا و **3 مليارات** سناب يوميا، وهذه الإحصائيات

¹ مقال: (مواقع التواصل الاجتماعي في 2019) 31 يوليو 2019، تاريخ الدخول 2019/12/24، الساعة 15:39،

<https://Dealaraby.co.uk>

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

حسب ما جاء في "التقرير الذي أعدته مؤسسة **IMFND** للأبحاث التسويقية في مصر تحت عنوان إحصائيات 8 مواقع شبكات التواصل الاجتماعي عالميا خلال سنة 2019"¹.



شكل رقم (10): يوضح نسبة استخدام سناب شات في العالم لسنة 2019

¹ - موقع دولفينوس: <https://Dolpgunuz.com>، مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما اليوم، تاريخ النشر 2019/11/24، تاريخ الدخول: 2019/12/24، الساعة 16:38.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

خلاصة الفصل

بعد أن فرغنا من بسط وعرض المسائل البسيطة والمتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و"الفيس بوك" بصفة خاصة يمكننا أن نستخلص ما يلي:

أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائل اتصال حديثة من خلال شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها خاصية التواصل الدائم والمستمر في أي مكان وزمان، والتي ارتبأت نشأتها بنشأة (الويب 1.0) والتي تعتبر المرحلة التأسيسية لهذه المواقع و (الويب 2.0) التي تم وصفها على أنها الانطلاقة الحقيقية لمواقع التواصل الاجتماعي.

حيث أتاحت هذه المواقع لمستخدميها العديد من الخصائص لعل من أهمها: المشاركة – التفاعلية – الشمولية – التعريف بالذات.... وغيرها الكثير.

ومن أبرز هذه المواقع نجد موقع "فيس بوك" في الصدارة وهو محور دراستنا – موقع يوتيوب – تويتر – أنستغرام.... وغيرها.

حيث ركزنا أكثر على موقع "فيس بوك" الذي عرفه قاموس الإعلام والاتصال على أنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص" حيث تحدثنا عن "الفيس بوك" في الجزائر وبدايات ظهوره التي كان تقريبا في عام 2007 والتي تزامنت مع فترة تعاضم الحريات والمساواة بين الرجل والمرأة مما أدى إلى حرية تامة في الاستخدام، هذه الوسيلة إنجرت عنها العديد من الآثار لعل من أهمها تبني قيم جديدة ودخيلة على المجتمع، وعادة ما تكون مأخوذة من الغرب أثرت بشكل كبير على المجتمع الجزائري بصفة عامة وفئة الشباب بصفة خاصة، وذلك لأن هذه الفئة (الشباب) تمثل أكبر نسبة من مستخدمي موقع "فيس بوك" في الجزائر.

الفصل الثاني

مدخل عام إلى القيم

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

تمهيد

المبحث الأول: ماهية القيم

- **المطلب الأول:** مفهوم القيم والنسق القيمي.
- **المطلب الثاني:** القيم من النظرية الكلاسيكية إلى النظرية المعاصرة.
- **المطلب الثالث:** القيم من الخصائص إلى الوظائف.
- **المطلب الرابع:** العوامل المؤثرة في اكتساب القيم.
- **المطلب الخامس:** تصنيفات القيم.
- **المطلب السادس:** نماذج من قيم المجتمع الجزائري.

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

تمهيد

"القيمة هي النور الذي يضيء للروح بحثها عن الكمال والغاية التي تمنح الحواس الظاهرة والباطنة عشقها للجمال، والمعيار الذي تبني به النفس الأخلاق الفاضلة التي تزداد بها الحياة حياة"¹، هذا على حد قول: علي نجاة، فالقيمة هي مصدر المشروعية ومرجعية المعنى، إذ أنها تشكل الحافز والملهم أو الموجه والمعيار، في ما يخص مساعي المرء ومشاريعه ومجمل نشاطاته وأعماله، وبما أن القيم خاصية من خصائص المجتمع الإنساني وبما أن الإنسان هو موضوع القيم، وأنها عملية اجتماعية تختص بالجنس البشري عموماً تشتق أهميتها وخصائصها من طبيعة وجود البشر في المجتمع وعليه لا يمكن أن يوجد مجتمع إنساني دون قيم، نظراً لأنها تشكل الملامح الأساسية لضمير المجتمع ووجدانه وتعمل على تكوين الفرد ونسقه المعرفي، وتشكل الطابع القومي، وتهدف إلى الحفاظ على وحدة الهوية الاجتماعية وتماسكها وعليه تعتبر القيم المنبع الذي يستمد منه الفرد ومن كافة مصادره مبادئه التي يجب أن يعمل بها داخل المجتمع الذي يعيش فيه.

وبالتالي فإن للقيم دور أساسي في بناء المجتمع وتحقيق تماسكه، باعتبارها المكون الأساسي للثقافة، ومن خلالها يتعرف الأفراد على كل ما هو مستحب أو مكروه داخل المجتمع، لذا لا تستقيم حياة للمرء من دون قيم يتمسك ويتعلق بها، ولا بناء ولا قيام إلا بسلم القيم والبدل عنه هو العيش في الفوضى والهمجية، لذا يعتبر التمسك بالقيم أو التخلي عنها من المعايير الأساسية التي نعرف من خلالها، إن كان المجتمع متماسكاً ومنسجماً أو يعاني من حالة فوضى، وعليه خصصنا هذا الفصل تحت عنوان مدخل عام إلى القيم لنتحدث فيه عن مفهومها ونتطرق إلى أبرز خصائصها ووظائفها ثم ننفذ إلى تصنيفاتها ومصادر إكتسابها وأخيراً تحدثنا عن أهم قيم المجتمع الجزائري التقليدية وكيف تمت إعادة إنتاجها لتصبح لدينا قيم حديثة، نتيجة لعدة عوامل لعل من أبرزها تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

¹ - علي نجاة، الإحتفاء بالقيمة، مجلة ثقافات، مجلة فصلية تعنى بالإبداع والمعرفة الإنسانية، تصدرها كلية الآداب بجامعة البحرين، العددان 15-16، 2005، ص 125.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

المبحث الأول: مدخل عام إلى القيم

المطلب الأول: مفهوم القيم والنسق القيمي

1- مفهوم القيم

❖ القيم لغة

جاء في لسان العرب: القيمة: واحدة القيم، وأصله الواو لأنه يقوم على مقام الشيء، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، نقول تقاوموه بينهم، إذا إبقاء الشيء واستمرت طريقته فقد استقام لوجهه¹.

أما في المعجم الوسيط: قيمة الشيء هي قدره، وقيمة المتاع هي ثمنه، يقال ما لفلان قيمة أي ماله ثبات ودوام على الأمر².

كما جاء في المعجم الوجيز: القيم تعني قيمة الشيء وقدره، وقيمة المتاع ثمنه، وقوم الشيء أي أصله، وقيم الشيء بمعنى أظهر ما فيه من إيجابيات وسلبيات³.

لقد عرفت "القيمة" في معجم المحيط على أنها: قيمة الشيء، الذي يعادله الإنسان قدره، هو ذو قيمة كبيرة، هو إنسان لا قيمة له⁴.

بينما قاموس المحيط للفيروز أبادي: يرى أن القيم في اللغة مشتقة من "قوم" أي قدر الشيء وثمره، وكتاب قيم، أي ذو قيمة، وتقييم الشيء إعطائه قيمته، والتقويم أي إزالة العوج⁵.

أما في قاموس الصحاح: فنجد أن القيمة تعني الإستقامة فيقال إستقام له الأمر واعتدل وقومت الشيء فهو قويم أي مستقيم⁶.

¹ - أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، ط-1،- الجزء 12، المجلد 7-، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2003، ص 1026.

² - إبراهيم أنس وآخرون، المعجم الوسيط، ط-2،- مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1979، ص 768.

³ - مجمع اللغة العربية "المعجم الوجيز"، ط-4،- مجمع اللغة العربية، مصر، 1994، ص 521.

⁴ - أديب اللجمي وآخرون، المعجم المحيط، ط-2،- الجزء 3-، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1994، ص 1011.

⁵ - مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، ط-1،- إحياء التراث العربي، بيروت، 2003، ص 1026.

⁶ - الجوهري، الصحاح، ج 5-، ط-2،- ص 1402.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

اصطلاحاً

مفهوم القيم في الفلسفة

يرى (أفلاطون) موجد الفلسفة أن القيم وثيقة الصلة بالفلسفة لكونها وثيقة الصلة بالموجودات، ولا تنفصل عنها، أي أنها نابعة من وجود الموجود، ولا يوجد انفصال بينهما، والموجود يعني على حد تعبير (هايدجر، Heiddgger) هو ما يمكن إمثاله وإحصاؤه وكل ما يخضع للمشاهدة والتجريب، وهي وجود عقلي كالشجرة والصدق، أما الوجود فهو مرادف للقيم، فهو اللاموضوعي الذي لا تأصيل في عالم الأعيان، وتصبح بذلك مهمة الموجود محاولة الإرتقاء إلى الوجود بمعنى إلى القيم¹.

مفهوم القيم في الدين

إن القيم في الدين ترتبط بما يترتب عليها من ثواب وعقاب، فكتاب الله سبحانه وتعالى هو الفيصل في الحكم على الحسن والقبيح، الخير والشر، الحلال والحرام، قيمة الأشياء والأفعال مقومة ومحددة في ضوء تحديد ما هو مباح، وما هو حلال وما هو حرام². ويعرفها (محرم) بأنها تلك القيم التي تؤكد في نفوس أبناء المجتمع الداخلي والرقابة الذاتية على السلوك والتصرفات متمثلة في الضمير الإنساني الذي يخشى حساباً مؤكداً قادمًا لا محالة، من رب العزة والقدر الذي لا تخفى عليه خائنة الأعين ومكونات الصدور³، وتتمثل القيم الدينية في (العبادات – الإيمان).

وهناك من يرى أن القيم الدينية عبارة عن مجموعة من معايير تعبر عن الإيمان بمعتقدات راسخة مشتقة من مصدر ديني إسلامي تملّي على الفرد شكل ثابت اختياره أو نهجه السلوكي في المواقف التي يعيشها أو يمر بها، وهي إيجابية صريحة أو ضمنية يمكن استنتاجها من خلال السلوك اللفظي والغير لفظي⁴.

¹- قاسم محمد محمود، التصور الإسلامي في الفلسفات التربوية الوضعية، مجلة العلوم الإنسانية، السنة السادسة، العدد 41، 2009، (دون صفحة).

²- عبد اللطيف محمد خليفة، إرتقاء القيم، دراسة نفسية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم المعرفة، الكويت، 1992، ص 36-40.

³- إبراهيم محرم، البرامج الاجتماعية في التنمية الريفية، سلسلة التنمية الريفية المعاصرة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997، ص 35.

⁴- فارس راتب الأشرقر، إزدواجية لدى الطلبة، دار زهراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 30.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

مفهوم القيم في علم الاجتماع

إن القيم في نظر علماء الاجتماع عنصرًا هامًا من عناصر البناء الاجتماعي، تتطور بتطور المجتمع الذي توجد فيه، فالقيم نسبية في ثقافة أي مجتمع وليست مطلقة تختلف من مجتمع لآخر، فلكل ثقافته ولكل معاييرها الاجتماعية، كما يرى علماء الاجتماع أن القيم من صنع المجتمع، وإنها تعبر عن الواقع فالقيم حقائق واقعية توجد في المجتمع¹.

وعليه فإن القيم هي مستوى أو معيار للانتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي².

ولعل من أبرز الاتجاهات التي عنيت بدراسة القيم **(الاتجاه الوظيفي)** ومن أبرز علماء الاجتماع الوظيفيين نجد **(دور كايم)** الذي اهتم بالقيم، حيث يرفض الاعتقاد بأن القيمة خاصة باطنة في الشيء تؤثر في الذات، والقول بأن الذات هي التي تخلع القيمة من الشيء ويرد **"دور كايم"** القيمة إلى الذكر الجمعي الذي يغير كل شيء يحسبه ويتصل به³.

ويرى **(تالكوت بارسونز)** "أن القيمة تحدد إطارات بنية التفاعل الاجتماعي وتفرض هيكله وبنياته ولذلك يشتمل الإطار المرجعي * **للفعل الاجتماعي** على ثلاثة أدوار وهي: "دور الفاعل، دور المرفق، دور الموجهات".

أما **(ماكس فيبر)** تتوظف القيم عنده بدور موجهات الفعل في الموقف الاجتماعي، لذلك أصبحت بمثابة عناصر ثقافية تعبر عن تصورات للتفضيل الاجتماعي، فهي عناصر منظمة لسلوك الفرد في موقف ما⁴.

¹- فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ط 2-، ص 28.

²- عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

³- صالح قنصوة، نظرية القيمة في الفكر المعاصر، دار الثقافة للنشر والطباعة، القاهرة، 1980، ص 81.

* **الفعل الاجتماعي**: عرفه "فيبر" على أنه صورة السلوك الإنساني الذي يشتمل على الاتجاه الداخلي أو الخارجي الذي يكون معبراً عنه بواسطة الفعل أو الإحجام عن الفعل.

⁴- محمد إسماعيل قباري، المدخل إلى علم الاجتماع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1979، ص 454.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

مفهوم القيم في علم النفس

تختلف نظرة علماء النفس لمفهوم القيمة عن علماء الفلسفة والاجتماع...، فعلماء النفس يهتمون بكل جانب من جوانب سلوك الفرد في المجتمع ولا يتحدد بإطار محدد لنظام أو نسق معين، فعلم النفس يركز غاياته على سمات الفرد واستعداداته، واستجاباته، فيما يتصل بعلاقات الآخرين¹.

وبالتالي تكتسب القيم أهمية كبرى عند علماء النفس لما لها من علاقة وثيقة بالشخصية، حيث أجرى علماء النفس العديد من الدراسات السيكولوجية بغية الكشف عن القيم كمتغير وعلاقته بالعديد من المتغيرات الأخرى².

ويمكن توضيح مفهوم القيم في علم النفس من خلال التمييز بينه وبين غيره من المفاهيم الأخرى المشابهة

1- القيم والحاجات Valeus and Needs

اعتقد بعض الباحثين أن هناك تطابقا بين القيم والحاجات وقد أشار **(مارسلو Marslow)** أن مفهوم القيمة مكافئ ومرادف لمفهوم الحاجة وذهب **(فرنش وكاهن Frensh & Kahen)** إلى أن هناك تطابقا بين القيم والحاجات، كما أن خصائص كل من القيم والحاجات متماثلة... لكن الإرتباط بين القيم والحاجات على هذا النحو يحمي الخط الفاصل بين الإنسان ووسائل الحيوانات الأخرى، فالإنسان هو الوحيد الذي يمكن القول بأنه يحتضن قيما معينة توجه سلوكه، ذلك أن القيم هي التعبيرات المعرفة للحاجات لا على المستوى الفردي فقط، وإنما على المستوى المجتمعي والنظامي، والإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمكنه عمل ذلك وهذا هو مبحث التفرقة بين القيم والحاجات وإلا لكان بإمكاننا أن نتحدث عن القيم لدى الحيوانات أيضا³.

¹- زكرياء عبد العزيز محمد، التلفزيون و القيم الإجتماعية للشباب و المراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، 2002، ص 30.

²- عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 34-36.

³- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 99-100.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

2- القيم والمعايير Values and Norms

القيم تتضمن التفضيلات الإنسانية فهي الأساليب المفضلة لنوعية الناس نحو فئات محددة للخبرة الإنسانية، بينما المعايير تتضمن تصورات إنسانية من الواجبات والالتزامات، فهي قواعد السلوك في مواقف معينة، وباختصار فإن القيم تحدد التفضيلات الاجتماعية بينما المعايير تحدد القواعد والالتزامات الاجتماعية¹.

3- القيم والسلوك Values and Behaviour

إن كثير من الأنماط السلوكية التي يصدرها الفرد وهو بصدد التعامل مع المواقف الاجتماعية المختلفة إنما تحقق لما حددته الثقافة على أنه أسلوب مرغوب فيه أكثر من أنها دالة لما يتمثله الأفراد من قيم يرونها جديرة باهتمامهم، فالاستجابة التفضيلية لا تحدث من فراغ، ولكنها في سياق اجتماعي معين... فالفعل أو السلوك لا يتحدد فقط بواسطة الاتجاهات أو القيم ولكن إلى جانب ذلك توجد الحاجات والظروف الموقفية².

وعلى ذلك تستخدم القيم كمحك للحكم وتقييم سلوك الإنسان في المواقف المختلفة وهي بذلك تجدد له أنماط السلوك المقبولة، وأنماط السلوك الغير مقبولة اجتماعيا فهي بمثابة معيار للاختيار والتفضيل بين أنماط السلوك المختلفة، ومدى مناسبتها لمواقف الحياة المختلفة³.

¹ - السيد الحسيني وآخرون، دراسات في التنمية الاجتماعية، دار المعارف، القاهرة، 1983، ص 151-156.

² - عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سابق، ص 55.

³ - نورهان منير حسن فهمي، مرجع سابق، ص 97.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

4- القيم والاتجاهات Values and Attitudes

هناك محورين أساسيين سارت عليها أغلب آراء المشتغلين بعلم النفس الاجتماعي في تفسيراتهم المختلفة لطبيعة القيم في علاقتها بالاتجاهات هي:

أ- **المحور الأول:** إن الاتجاهات تعكس القيم، كما أن القيم شكل من أشكال الاتجاهات وبعبارة أخرى إن القيم تعتبر امتدادا طبيعيا للاتجاهات، وأن الفارق بينهما فارق كمي.

ب- **المحور الثاني:** يعكس الربط بين الاتجاهات والقيم على أساس أن الاتجاه يمكن أن يتحول إلى قيمة في ظل توافر شروط معينة، ومعنى ذلك إنه ليس بالضرورة أن يتحول كل اتجاه إلى قيمة¹.

2- مفهوم النسق القيمي

إذا نظرنا إلى المجتمع نظرة تحليلية، فإننا نجده يتكون من عدة نظم كالنظام الاقتصادي والسياسي والديني... إلخ ويتكون كل نظام من قيم معينة تحدد هويته، ويعكس النظام من ناحية أخرى هذه القيم في مجموعة من المعايير التي قد تكون مكتوبة فيأخذ شكل قوانين أو شفوية فتأخذ شكل العرق أو العادة وهذا ما يطلق عليه بالنسق القيمي².

طالما أن القيمة هي محصلة التجربة المستمرة، فإن كل نسق يحتوي "بدائل" مقبولة اجتماعيا تسمح للمجتمع أو الفرد بأن يكون في توافق مع المواقف الجديدة أو المشاكل بدون صراع مجتمعي أو فردي، وإلى الدرجة التي تكون فيها الميكانيزمات البديلة دينامية وفعالة، فإن نسق القيم يكون أكثر نشاطا في أداء وظائفه³.

¹ - سيد محمد عبد العال، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، مكتبة سعيد رافت، 1980، ص، ص 302-303.

² - محمد أحمد بيومي، القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 79-80.

³ - فوزية دياب، المرجع السابق، ص 28.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

المطلب الثاني: القيم من النظرية الكلاسيكية إلى النظرية المعاصرة

1- النظرية الكلاسيكية في دراسة القيم

نقصد في هذا السياق النظرية الكلاسيكية بالنماذج النظرية المبكرة التي تأسس علم الاجتماع من خلالها، وهي النماذج التي أضافها "تالكوت بارسونز" و"ابن خلدون"، وسوف نحاول أن نقدم عرضاً لتلك النماذج النظرية كالتالي:

• نظرية تالكوت بارسونز

يعد **(بارسونز)** من أبرز العلماء في نظرية الفعل الاجتماعي، والفعل الاجتماعي كما يحدده **(بارسونز)** هو نشاط منظم وموجه نحو هدف ما، يصدر عن شخص أو مجموعة أشخاص وهو وحدة الملاحظة الأساسية في السلوك الإنساني، ويرى **(بارسونز)** أن السلوك الإنساني يمكن أن نفهمه من خلال ألفاظ القيم المرغوبة والمألوف عند أفراد المجتمع الواحد وهذا يعني بالضرورة ان **(بارسونز)** ممن ينظرون إلى القيم على أساس أنها عناصر أساسية للفعل الاجتماعي، فتبني الأفراد لقيم معينة إنما يؤثر على ممارستهم لمناسك سلوكهم المختلفة كما يساعد على توقع أنماط سلوكية قد تصدر عنهم تتفق وما يحملونه من قيم.

وكذلك يجمع الباحثون من خلال هذا الاتجاه لتوضيح القيم من أفعال الجماعات وما يقرره المجتمع ومن ثم فالمصدر المباشر للقيم هي الجماعة وبنائها الاجتماعي والثقافي، فبارسونز يعتبر القيم ظاهرة اجتماعية وثقافية مصدرها البناء الثقافي الذي يتكون من نسق الأفكار وأنساق الرموز، ومن الملاحظ هنا تغلغل القيم وانتشارها بين أرجاء البناء الاجتماعي¹.

¹ - غيث محمد عاطف، قاموس علم الاجتماع، التهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1997، ص 43.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

• نظرية ابن خلدون

يعتبر **(ابن خلدون)** من المفكرين الذين تركوا بصمتهم في مجال دراسة القيم، ومن أهم ما توصل إليه الفكر الإنساني في ميدان القيم وسواء في الماضي أو في الحاضر. إن القيمة عند "ابن خلدون" تنطلق من قيمة العمل في حد ذاته بمعنى أنه لولا تدخل الإنسان في جميع المجالات بعمله، لما كان هنالك كسب وبيع وخدمات وغيرها. ومنه يمكننا القول أن "ابن خلدون" اكتشف العمل كمنشئ للقيمة، للمرة الأولى في تاريخ الفكر الاقتصادي والاجتماعي إذا أعلن قبل **(كارل ماركس)** بقرون عن هذا الدور الخطير¹.

¹ - ابن خلدون عبد الرحمان، المقدمة، دار العلم، بيروت، 1976، ص 381.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

2- النظرية المعاصرة في دراسة القيم

• نظرية التعلم الإجتماعي

من بين مؤسسي هذه النظرية عالمة النفس، **(تينا بندورا)**، وتؤكد النظرية على تغيير قيم العمل، بحيث ترى بأنها كذلك استجابة عاطفية، وهذه الاستجابة قابلة للتغيير، بفعل التأثيرات والتحويلات، التي نجدها عند الأفراد من خلال ردود أفعالهم وتفاعلهم نحو أهدافهم، وترى كذلك هذه النظرية أن قيم العمل متغيرة، تبعا لبيئة العمل، لاسيما من خلال ملاحظة سلوك الآخرين في أماكن عملهم، ومن ثمة تقليدهم، بفعل تأثيرهم وتفاعلهم معهم، وهذا ليس أن الأمرين **(الملاحظة والتقليد)** يعتبران أداتين أساسيتين لإحداث تطوير في السلوك الإنساني.

• النظرية السلوكية

يرى أصحاب هذه المدرسة أن إكتساب القيم يتم 8 عن طريق التعزيز الايجابي والتعزيز السلبي، ويتعاملون مع القيم على أنها إما ايجابية وإما سلبية، كما أنها ليست أكثر من استنتاجات من السلوك الظاهر للفرد.

وترتبط هذه النظرية بمجالات التوجيه والإرشاد المهني، لأنها توفر لنا مجال نظري يهتم بتفسير سلوك الأفراد أو المستهدفين بالتوجيه والإرشاد المهني، وتعرف هذه النظرية بنظرية "التعلم والإكتساب"، حيث تتم عملية اكتساب القيم حسب هذه الاخيرة كنتيجة لعملية تفاعل المتعلم مع المثيرات البيئية وتعزيز استجاباته لها، فمن الممكن أن يتعلم الفرد السلوك المرغوب فيه والسلوك الغير مرغوب فيه اعتمادا على مبادئ التعليم ذاتها القائمة على تدعيم الاستنتاجات وتعزيزها، والسلوك الأخلاقي يكتسب بالطريقة ذاتها يكتسب فيها سلوك آخر¹.

¹ - الرتيمي فضيل، مرجع سبق ذكره، ص 266-269.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

المطلب الثالث: القيم من الخصائص إلى الوظائف

1- خصائص القيم

✓ **تمييز القيم بأنها ذاتية (Subjective):** يقصد بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة الإنسانية والسيكولوجية للإنسان التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها من العوامل النفسية، فالقيمة باعتبارها أحكاما نصدرها على الأشياء تتضمن معاني مثل: الاهتمام والاعتقاد والرغبة، وكل هذه المعاني تعبر عن عناصر شخصية ذاتية وتتضمن القيمة عنصرا عاطفيا إلى جانب العنصر المعرفي السلوكي¹.

✓ **تمييز القيم بأنها موضوعية (Objective):** نعني بموضوعية القيم أنها خارجة عن ذوات الأفراد وعن تجسيداتهم الفردية وأن ذاتية القيم ونسبيتها لا تتعارض مع ضرورتها، لأن هناك بعض القيم الموضوعية التي يجمع عليها أغلب الناس داخل المجتمع، فلا يجب أن ننظر إلى هذه القيم نظرة ذاتية بل نظرة موضوعية، إذ لا يمكن للنظرة الذاتية للقيم أن تولد قاعدة عامة، وإنما الذي يولد هو باعث على تصرف ما، لأن القيمة في النظرة الذاتية تتكون وتتشكل باعتبارات الشخص لا بالموضوع في حد ذاته².

✓ **تمييز القيم بالنسبية (Relativity):** وتعني نسبية القيم بأنها تختلف من شخص لآخر، ومن مجتمع لآخر، ومن ثقافة لأخرى، ومن زمن لآخر، بل إنها تختلف عن الشخص الواحد حسب رغباته وحاجاته وميوله وكذلك لا يمكن أن نفهم القيمة إلا في المجال السلوكي وفي الإطار الثقافي الذي يعيش فيه الفرد فما دامت القيمة إنسانية شخصية تتوقف على الاعتقاد فلا بد أن تكون نسبية، بمعنى أنها تختلف عند الشخص بالنسبة لحاجاته ورغباته وتربيته وظروفه، كما لا بد أن تختلف أيضا من شخص إلى شخص ومن زمن إلى زمن³.

¹- إسماعيل عبد الفتاح، القيم السياسية في الإسلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2001، ص 20.

²- نعيم عطية، القانون والقيم الاجتماعية، الهيئة المصرية للتأليف والنشر، القاهرة، 1971، ص 20.

³- فوزية دياب، مرجع سبق ذكره، ص 27.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

وحسب اعتقاد الباحثان فإن القيم مطلقة من حيث المعنى إلا أنها تبقى نسبية من حيث الواقع أو تطبيقها و فهمها من قبل الأفراد.

✓ **تترتب القيم فيما بينها ترتيباً هرمياً:** بمعنى أن بعض القيم تسيطر على غيرها أو تخضع لها فنجد الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعاً، ولكن إذ حدث تعارض بينهما، فإن بعضها يخضع للبعض الآخر وفقاً لترتيب خاص به، فهناك قيمة لها الأولوية في حياة الفرد عن باقي القيم.

✓ **تتصف القيم بالدينامية:** أي القابلية للتغير الاجتماعي، ولكن قد يكون التغير سريعاً، كما في الدول الصناعية المتقدمة التي تعتبر الرغبة في التغيير قيمة اجتماعية، وقد يكون بطيئاً جداً كما في المجتمعات البدائية، والثبات النسبي للقيم لا يعني عدم قابليتها للتغيير.

✓ **تتصف القيم بأنها ظاهرة اجتماعية:** بمعنى أن للقيم صفة الظواهر الاجتماعية وتؤدي إلى تحقيق وظائف معينة في المجتمع ويمكن قياس القيم ودراستها باستخدام أساليب عديدة منها تحليل المضمون¹.

✓ **تتميز القيم بالوجوب والإلزام:** أي أنها تتسم بخاصية الوجوب والإلزام التي تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي تنتمي إليه هذه القيم، وهي خاصة تختلف باختلاف نوع القيمة، فالقيم الوسيالية مثلاً تتميز بهذه الخاصية عن القيم الغائية، كما تتميز بها القيم الوسيالية الأخلاقية عن القيم الوسيالية التي تتعلق بالكفاءة، فالفرد يشعر بضغط كبيرة عليه لكي يسلك بأمانة ومسؤولية أكثر من الضغوط لأن يسلك بذكاء أو منطقية².

¹ - سميحة محمد أبو النصر، دراسة القيم الاجتماعية لدى الفتاة الكويتية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية البنات، جامعة عين شمس، الكويت، ص، ص 105-107.

² - عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

2- وظائف القيم

إن القيم تعطي معنى للحياة سواء في ذلك حياة الناس كأفراد أو كجماعات، فالإنسان يسعى وراء شيء ما، ويبدل في ذلك الجهد ما يتناسب مع قيمة ذلك الشيء عنده ولذلك فهي مهمة من الفرد والمجتمع وتكمن أهميتها في الوظائف التي تقدمها لكل منهما:

• وظائف القيم على المستوى الفردي

- تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم وبمعنى آخر تحدد شكل الاستجابات وبالتالي تلعب دورا مهما في تشكيل الشخصية الفردية، وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعفه وضعف نفسه، والتحديات التي تواجهه في حياته¹.
- تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة ايجابية.
- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه وبالتالي تساعد على فهم العالم من حوله وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته².

• وظائف القيم على المستوى الإجماعي

- تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله لعلها ومبادئه الثابتة.
- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة.
- تربط ثقافة المجتمع بعضها البعض حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة³.

¹ - سهام صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2009/2008، ص 39.

² - فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا"، مقال منشور في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريس، مجلد 31، العدد 61-، الرياض 2014، ص 205.

³ - ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، الأردن، 2006، ص 27-28.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

- تمثل القيم الإطار الرجعي الذي يحكم حياة المجتمع بصفة عامة والمجتمع المسلم بصفة خاصة، وتشتق التربية الإسلامية التي تستمد من القرآن الكريم، فللقيم أثر عظيم في المجتمع ، فهي تعمل على توحيد أفراد المجتمع وتماسكهم، فضلا عن توحيد أفراد الأمة المسلمة وبالتالي إصلاح المجتمع الإسلامي¹.

● وظائف القيم كمعايير لتوجيه السلوك

- تقودنا إلى اتجاهات محددة فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية.
- تقودنا إلى تفضيل ايدولوجيا سياسية أو دينية معينة.
- تحدد الطريقة التي نقدم بها أنفسنا للآخرين أو نقبل بها الآخرين، أي أن القيم تضبط لنا الطريقة التي نظهر بها في المجتمع ونستطيع أن نتقبل الآخرين من خلالها.
- تعتبر معايير للحكم والتقييم.
- تستعمل كمعايير من أجل التأثير في الآخرين وعن طريق القيم الشخصية تحكم على سلوكيات واعتقادات واتجاهات الأفراد.
- تقدر لنا الطريقة التي نستطيع بها إظهار الأفعال المنافية الموجودة في المجتمع².

¹- علي أبو العيدين، القيم الإسلامية والتربوية، مكتبة إبراهيم حلي، المدينة المنورة، 1977، ص 37 (بتصرف).

²- سعيد حسيني العزة، دليل المرشد التربوي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2006، ص 148.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في إكتساب القيم

تبدأ عملية إكتساب القيم منذ الصغر وبتأثير الوالدين، فالفرد يعتمد على تكوين ذاته المثالية على الوالدين ويكتسب الأبناء قيم الآباء من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتختلف القيم التي يكتسبها الأبناء باختلاف الطبقات الاجتماعية لأبائهم الذين يهتمون بدورهم بالنتائج المباشرة لسلوك أبنائهم أكثر من اهتمامهم بالدوافع التي تكمن وراء هذا السلوك¹.

وعليه هناك العديد من المصادر التي يستقي منها الفرد قيمه نذكر منها ما يلي:

1- الأسرة

يعتبر النظام الأسري المسؤول الأول عن إكتساب الأبناء لقيمهم أثناء عملية التنشئة الاجتماعية، وقد تصل علاقة الأبناء بأسرهم إلى نقطة الحرية وخاصة في بداية مرحلة الشباب نتيجة القيود التي يفرضها الآباء، وشعور الأبناء بتجاوز مرحلة الطفولة².

2- اللغة

تعتبر اللغة من بين العوامل المساعدة على إكتساب القيم، وذلك باعتبار أن اللغة هي الحاصل للقيم التي تسود المجتمع، وأن عملية التعلم تتم بواسطتها، ومن جهة أخرى فاللغة تسهل عملية التواصل والتبليغ بين أفراد المجتمع، ومن المؤكد أن عملية الاتصال في ميدان التنظيم والإدارة تعتبر أساسية لسير العمل ولرفع مستوى فعالية الاتصال في التنظيم، وتأتي أهمية اللغة من حيث أنها تعكس شخصية الفرد وثقافته بالإضافة إلى القدرة على التمييز بين الأفراد والمجتمعات والقبائل فمن خلالها نتمكن من معرفة هوية وثقافة الفرد وذلك نظرا لأنها تساعدنا على معرفة ذلك من مجرد التحدث معهم³.

¹ - عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر العربي، الإسكندرية، ب.ت، ص 211.

² - نورهان منير حسين فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 112.

³ - رمزي جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 101-102 (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

3- التعليم

تلعب المدرسة دورا كبيرا في إغناء القيم التي تلقاها الفرد في الأسرة وتضيف عليها قيما أخرى، وتعتبر مكملا للأسرة، حيث يدعم الكثير من المعتقدات والاتجاهات والقيم الحميدة التي تكونت لدى الطفل في البيت، فهو يأتي إلى المدرسة وهو قادر على التحدث بلغة بلده، ويسير في سلوكه وفقا لقيم اجتماعية ودينية معينة، ومع ذلك ينقصه الشيء الكثير الذي ستقوم المدرسة بتزويده به.

وترى الباحثان أن الدور السامي والنبيل الذي كانت تلعبه المدرسة الجزائرية بصفة خاصة قد تغير بنسبة كبيرة جدا، وذلك نظرا لأن أهداف المنظومة التربوية الجزائرية قد تغيرت، بعدما كان دورها التربوية والتعليم خاصة في الطور الابتدائي أصبح هدف الأغلبية هو الربح المادي، وفي عوض نشر قيم التربية والأخلاق والاحترام والتسامح أصبح هناك نشر للعنصرية والتمييز على أساس الطبعة الاجتماعية والاقتصادية، وأصبح تداول لثقافة الدروس الخصوصية، ومن يريد أن يفهم الدرس ويتحصل على النقطة عليه أن يشارك في الدروس الخصوصية عند نفس الاستاذ الذي يدرس في المدرسة، وغيرها من الظواهر العديدة التي أدت إلى انحراف المدرسة عن الهدف الذي تسعى إليه والمتمثل في التربية والتعليم إلى أهداف أخرى تتعلق بالمصلحة الخاصة بالدرجة الأولى¹.

4- المسجد

يحتل المسجد المكانة الأولى من بين المؤسسات التي تساهم في تكوين المجتمع والتأليف بين أفرادهم وتكوين ثقافتهم الاجتماعية وتصوراتهم المشتركة، فهو مكان مقدس للعبادة، حيث تقام فيه الصلوات وهو بمثابة مركز للعلم تنتشر فيه حلقات الدروس والمواعظ العلمية وهو مركز إشعاع للقيم حيث تتجلى فيه القيم الروحية والخلقية والاجتماعية وفيه يجدد المسلم عزيمته ويشحذ روحه ويتواصل مع غيره من المؤمنين، وعليه يعتبر المسجد من أهم وأبرز الأماكن التي تساهم بشكل كبير في نشر القيم الإسلامية داخل المجتمعات².

¹ - حسين عبد الحميد رشوان، التربية والمجتمع، المكتب العربي الحديث، مصر، 2002، ص 81 (بتصرف).

² - ماجد زكي الجلاذ، تعليم القيم و تعليمها، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط، -2-، الاردن، 2007، ص 64.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

6- وسائل الإتصال الجماهيري

إن وسائل الإتصال في حد ذاتها لا تعطينا كأدوات وإنما تعطينا من حيث قيمتها الحضارية، أي من حيث استخدامها بفاعلية في العمليات الاتصالية التي تستهدف نشر أفكار ومعتقدات يمكنها أن تصوغ الرأي العام على نحو يؤثر في كل ما يتصل بحياة الإنسان من أمور في المواقف الخاصة والعامة للأفراد والجماعات في النطاقات المحلية والقومية على شتى مستويات المعرفة والممارسة وما لذلك من تأثير على مسيرة البشر عامة.

7- قادة الرأي

تتمثل قادة الرأي في الأشخاص ذوي التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك الأشخاص الآخرين في مجتمع ما بصورة مطلوبة ومتكررة في موقف اختياري، ولأسباب وعوامل شخصية غير رسمية ولا تتصل بالمناصب والأوضاع الرسمية، كالخبراء والعلماء وصفوة المثقفين والمفكرين، ويلعب قادة رأي دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتوجيهه والتأثير فيه ونشر القيم المرغوب فيها¹.

¹- زكرياء عبد العزيز محمد، مرجع سبق ذكره، ص 40-41 (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

المطلب الخامس: تصنيفات القيم

لما كانت كل قيمة تولد منطقيا قواعد تتكيف بتلك القيمة وطبيعتها، فلقد وجد الباحثون العديد من المقاييس التي تتحدث عن تصنيف القيم وإرجاعها إلى طبيعتها أو طبيعة مجالات العلوم الاجتماعية، والواقع أن هناك أنواعا مختلفة من القيم، ولكنها شديدة الاتصال ببعضها البعض، وشديدة التداخل إلى درجة أن الحكم على إحداها قد يتضمن أحكاما على الأخرى، كما أنه من المحتمل أن تكون الطريقة للوصول إلى أحكام صحيحة متشابهة في جميع المجالات¹.

وعلى الرغم من تعدد تصنيفات القيم إلا أنه يمكن أن يتم تقسيمها على النحو التالي:

أ- تصنيف القيم حسب المقصد

أعطى (روكيتش) تصنيفا للقيم حسب مقصدها إلى:

- **القيم الوسيئية:** وتعرف بالقيم الوسيئية وهي تمثل أشكال السلوك الموصلة لتحقيق هذه الغايات مثل: الصلاة- الصوم -الزكاة... التي توصلنا لقيم العبادات.
- **القيم الغائية:** وهي عبارة عن غايات في ذاتها و تعرف بالقيم النهائية.
- **ب- تصنيف القيم حسب العمومية:** يتصل هذا التصنيف بمدى شيوع القيمة وانتشارها وتنقسم إلى قسمين:
- **القيم العامة:** هي تلك القيم التي يعم إنتشارها في المجتمع الواحد مع إختلاف ظروفه الإقتصادية الإجتماعية السياسية... وغيرها.
- **القيم الخاصة:** هي تلك القيم المنتشرة في القطر، او تلك القيم التي تميز طبقة إجتماعية دون أخرى².

¹- إسماعيل عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 28.

²- نورهان منير حسين فهمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 137، 138.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

ج- تصنيف القيم حسب شدتها وإلزامها: بعد الشدة هو درجة الإلزام التي تفرضها القيم ويفرض ذلك نوع الجزاء الذي يقرره المجتمع أو يوقعه على من يخالفها، فهناك القيم الملزمة والأمره الناهية، وهناك القيم التفضيلية وهناك القيم المثالية وعليه يمكن التمييز بين ثلاثة تصنيفات للقيم حسب شدتها وهي كالآتي:

- **القيم الملزمة (Musts and Must Notes):** القيم الملزمة أو الأمره الناهية هي القيم التي تمس كيان المصلحة العامة، أو التي تتصل اتصالا وثيقا بالمبادئ التي تساعد على تحقيق الأنماط المرغوب فيها التي تصطلح الجماعة عليها في تنظيم سلوك أفرادها من الناحية الإجتماعية والخلقية والعقائدية، وتشمل الفرائض والنواهي وهي ذات القداسة التي تلزم الثقافة بها أفرادها.
- **القيم التفضيلية (Preferences):** هي القيم التي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها ولكنه لا يلزمه بمراعاتها إلزاما يتطلب العقاب لمن يخالفها، وليست لها صفة القدسية.
- **القيمة المثالية (Utopain):** هي القيم التي يحس الناس بإستحالة تحقيقها بصورة كاملة، على الرغم من ذلك فإنها كثيرا ما تؤثر تأثيرا بالغا في توجيه سلوك الفرد¹.

د- تصنيف القيم من حيث الإطلاق والنسبية

- **القيم المطلقة:** وترتبط بالأصول، وهي قيم ثابتة ومطلقة، لا تتغير بتغير الزمن والأحوال، ولا مجال للإجتهد فيها، ومن ثم على الفرد أن يسلم بها، ويتقبلها ويعمل بمقتضاها وهذه القيم ترجع إلى المصادر الدينية، كالقرآن الكريم والسنة المطهرة بمعناها الواسع.
- **القيم النسبية:** وترتبط بما لم يرد فيه نص أو تشريع صريح وهي تخضع للإجتهد الذي لا يتعارض مع نص صريح، ومعنى نسبيتها أنها متغيرة بتغير الموقف عبر الزمان والمكان وتحتاج إلى اجتهد جمعي لإقرارها².

¹- إسماعيل عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 31.

²- رمزي جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 116.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

وعليه يمكننا القول: وكما أشرنا إليه سالفاً أنه مهما كانت القيم مطلقة، إلا أنها تبقى نسبية من حيث تطبيقها في الواقع أو من حيث فهمها من قبل الأفراد مثال: قيمة الصدق أو تحريم السرقة هي قيم مطلقة لكنها تبقى نسبية من خلال تطبيقها في الواقع وتختلف من فرد إلى آخر ومن مجتمع إلى مجتمع.

هـ- تصنيف القيم على أساس الوضوح

- **قيم ظاهرة (صريحة):** وهي التي يصرح بها من قبل الأفراد عن طريق الكلام مثل: القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعية والمصلحة العامة.
- **قيم ضمنية (غير ظاهرة):** وهي القيم التي يستدل على وجودها من خلال ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الاجتماعي بصفة عامة.

و- تصنيف القيم على أساس الدوام

- **قيم دائمة (نسبية):** هي التي تبقى زمناً طويلاً و تنتقل من جيل إلى جيل مثل القيم المرتبطة بالعرف والتقاليد.
- **قيم عابرة:** أي وقتية عارضة قصيرة الدوام سريعة الزوال مثل: قيم الموضة.

ز- تصنيف القيم على أساس المحتوى:

القيم النظرية: ويعبر عنها إهتمام الفرد و ميله الى اكتشاف الحقيقة فيتخذ اتجاهها معرفياً من العالم المحيط به و يسعى وراء القوانين التي تحكم هذه الاشياء ،قصد معرفتها ، و يتميز الاشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية نقدية معرفية و يكونون عادة من الفلاسفة.

- **القيم الجمالية:** يعبر عنها باهتمام الفرد بكل ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق أو التنسيق، وينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق، بالفن والابتكار والإبداع¹، ولعل من أبرز القيم الجمالية نجد: "قيمة اللباس، قيمة الأكل، قيمة النظافة، قيمة ...".

¹ - نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره، ص، ص 134، 140.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

- **القيم الدينية:** ويقصد بها إهتمام الفرد و ميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة أو العالم الظاهري، و يتميز الأشخاص الذين تسود لديهم هذه القيمة بإتباع تعاليم الدين في كل النواحي ، و يتميز بعضهم إتباع هذه القيمة في طلب الرزق، و عدم السعي وراء الحياة الدنيا على إعتبار ان ذلك عمل ديني.
 - **القيم السياسية:** ويقصد بها إهتمام الفرد بالحصول على القوة و السيطرة، بهدف التحكم في الاشياء و الاشخاص، و يعبر عنها إهتمام الفرد بالنشاط السياسي و العمل السياسي و حل مشكلات الجماهير، و يتميز الاشخاص الذين يتصفون بهذه القيمة بقدرتهم على توجيه غيرهم و التحكم في مصائرهم.
 - **القيم الاجتماعية:** يعبر عنها إهتمام الفرد و ميله إلى غيره من الناس فهو يحبهم و يميل إلى مساعدتهم، و يجد في ذلك إشباعا له، و يتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة باعطف و الحنان و الإيثار و خدمة الآخرين، ولعل من أبرز القيم الاجتماعية نجد: "قيمة الاحترام، قيمة التسامح، قيمة المسؤولية الاجتماعية، قيمة تقبل الآخر، قيمة صلة الرحم، قيمة التعاون، قيمة المشاركة والتشاركية، قيمة الحرية، قيمة السلوك....".
- ويرى **(سبرنجر)** أن القيم الاجتماعية في أنقى صورها تتجرد عن الذات وتقترب جدا من القيم الدينية¹.

¹ - نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره، ص، ص134، 135.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

المطلب السادس: نماذج من قيم المجتمع الجزائري

1- قيم الأسرة الجزائرية التقليدية

الأسرة الجزائرية التقليدية هي أسرة كبيرة أو ممتدة، يعيش في أحضانها عدة أسر أو خلايا زواجية تحت سقف واحد "الدار الكبيرة"، ويمكن أن يعيش في هذه الدار ما بين "عشرون إلى ستون" فردا لا محالة، وما بين "ثلاثة إلى أربعة" أجيال متطابقة، وتقوم "الدار الكبيرة" بدور التماسك الأسري وتوفير الأمان لأفرادها، والمحافظة على الأقارب في وضعية تجمع وتعاون دائم ومستمر.

وتعتبر كلمة عائلة قيمة أخلاقية وروحية لجميع أفرادها، فكلمة عائلة جديده لها وزنها واعتبارها، ولا يمكن أن تكون موضوعا للتغزل أو التفكه في المجالس، فهي مشحونة بعواطف وأحاسيس الاحترام والقداسة، معظمها مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية.

ويتجلى نسق القيم الذي تركز عليه الأسرة التقليدية، في القيم الدينية والروحية والأخلاقية، وهي قيم تعلو على الروح المادية، حيث نجد سيادة قيمة البركة والوفاء والصفاء في البيع والشراء، وقيمة القناعة والرضا بكفاف العيش، وكان غنائهم في قلوبهم باعتباه أعظم من الكسب المادي، وقيمة الشرف والكرامة التي يكتسبها الشخص بتصرفاته المتزنة وبأخلاقه وتدينه وتسييره التريه، ويعتبر "النيف" جزء من قيمة الشرف، والذي يكتسبه الفرد ويتعاطم مع الزمن، أي أن الرجل منهم يعمل ويكد ويأتي بلقمة عيشه بعرق جبينه دون أن يسأل احد أو يمد يده، ودون ترك زوجته أو ابنته تخرج للعمل من أجل كسب المال¹.

¹ - مصطفى بوتفوشة، العائلة الجزائرية، التطور والخصائص الحديثة، دروان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 86-37. (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

ومن القيم السائدة في الأسرة الجزائرية قيمة الإدخار والتشرف، حيث تتميز الأسرة التقليدية ببساطة العيش والاقتصار على ضروريات الحياة، دون التطلع إلى الكماليات فنجد أثاث المنزل مثلا غاية في البساطة، يعتمد على ما تنتجه النساء من حياكة للمفروشات وغزل ونسج للملابس، كما أن الأسرة التقليدية لا تميل للاستهلاك إلا في ظروف استثنائية كالمناسبات.

وتسود العائلة قيمة التعاون والتكافل في الأفراح والأحزان، وهو ما يتجلى في عادة "التويذة" في تنظيم الحفلات أو المآتم والإعانات المالية التي توجه إلى أحد أفراد العائلة الذي يعاني من عسر أو ضائقة مالية، وإغاثة اليتامى والأرامل والمرضى..... وغيرها¹.

كما تسود العائلة قيمة الولاء والوفاء للأجداد في أغلب شؤون الحياة الاجتماعية للفرد ويعتبر هذا الولاء إرغام طوعي يتحمله الفرد ويتقبله عن طيب خاطر، وهذا الانصياع للجماعة يكون مبنيا على احترام الوالدين والأهل، كما يكون قائما على تحريم التربية الفردية في الجماعة إذ يتعين على الفرد أن يراعي مصلحة الجماعة ويقدمها على مصلحته الشخصية.

وهذا الانقياد والطاعة المطلقة لتعاليم الجماعة يبدوا خانقا للحياة الشخصية، فإن الأفراد لا يبدون أي إستياء أو ضجر، بل يرونه كأحد آليات التضامن الاجتماعي، أين تختفي مظاهر الأنانية.

حيث تتميز العلاقة بين الرجل وزوجته بطابع الاحترام المتبادل والحشمة، كان الرجل يتحرج حتى من مناداة الزوجة باسمها فيكفي بمناداتها بـ: "أم الأولاد" أو "العائلة" كما يتجنب الحديث المطول معها، وكان الرجل لا يعطي أهمية للنزاعات الموجودة بين نساء العائلة وزوجته، ويحرص أن لا يخرج هذا النزاع عن حدود المنزل، كما يتجنب الرجل الحديث عن نزاعات النساء وسط الرجال وإلا سيصبح محلا للسخرية باعتباره يتحدث عن مواضيع لا قيمة لها بالنسبة إليهم وهذا ما يطلق عليه "سوق النساء"²، كما ان

¹ - مصطفى بوتفوشيت، مرجع سبق ذكره، ص 37-86

² - نسيم طيشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع العائلي، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008/2007، ص 151-153 (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

الرجل الذي يحاول نصرة زوجته على النساء الأخريات بصفة عامة ووالدته بصفة خاصة سيلقى نقدا لاذعا من طرف أفراد العائلة وينعت بأقبح الصفات.

أما عن مكانة المرأة والأم بالأخص تفرض احترامها من خلال إنجابها للأبناء وخاصة الذكور، وكلما أنجبت المرأة عددا أكبر من الذكور كلما تحسن وضعها في العائلة، وهذا نظرا للهيمنة الذكورية في المجتمع الجزائري كما جاء في كتاب (بيار بورديو)¹.

أما عن علاقة الأب بالولد، فهي رابطة جينات بين الأب والابن الذي ينتظر ويتلهف إنتماءه له، ولذا فإن الأب يوجه ابنه في تصرفاته وأفعاله، ويحرص على تدينه ووعيه فيحرص على تحفيظه القرآن الكريم وتعليمه مبادئ الدين الإسلامي الحنيف، وإتباع سنة نبينا محمد صلى الله عليه وسلم.

بينما علاقة البنت بوالدها تتميز بالحشمة والاحترام، بما أنها تمثل رمزا لشرف العائلة فكانت المحافظة عليها من أوجب واجبات الآباء، وقيمة العرض والمحافظة على الشرف هي التي تتحكم في كثير من أساليب الآباء وعاداتهم المتبعة في معاملة الفتاة وتربيتها منذ طفولتها المبكرة في جميع مراحل تنشئتها الاجتماعية، حتى تزف البنت لزوجها.

ومن بين الاحتياطات التي تتبعها العائلة لحفظ قيمة العرض فصل البنت عن الذكر منذ سن مبكرة في اللعب والنوم، كما تحذرهما من الاختلاط بالذكر أو الخلوة به، وعليه فإن اختلاط الفتاة بالأجنبي وقيام علاقات قبل الزواج أمر مستهجن ومذموم ويعد من العادات السلبية التي تسيء إلى الشرف في الصميم.

أما عن علاقة الأخوة فإن السن يمثل العامل الأكثر تأثيرا في تمايز العلاقة بين الأخوة، فالأخ الصغير من واجبه احترام الأكبر وأن لا يناديه باسمه، بل عليه أن يضيف له قبلا كلمة "دادا" أو "خويا" والعلاقة بين الأخوة تبقى عادية إلى غاية البلوغ²، فهذا

¹ - نسيمه طيشوش، مرجع سبق ذكره، ص 151-153.

² - فوزية دياب، مرجع سبق ذكره، ص 276.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

التحول يحول دون اجتماع الاخوة وتبادل أطراف الحديث، حيث يحتفظ كل منهم بأسراره الخاصة، ويتخذ ابن عمه أو أحد أقاربه الذي من سنه صديقا له وكاتما لأسراره.

ريثما تتمثل علاقة الاخ بالاخت في عدم وجود علاقة تعلق كثيرا، لأن هذا التعلق قد يترتب عنه مضاعفات نفسية سلبية لعدم قدرته تحمل مفارقتها للعائلة عندما تتزوج، أما الأخت المتزوجة فإن الإخوة يبادلونها الاحترام ويكونون لها سندا في كل المشكلات التي تعترضها في حياتها الزوجية.

وعليه فإن قيم الأسرة الجزائرية التقليدية يغمرها الاحترام والتقدير بالدرجة الأولى وخاصة لفئة الكبار، وتقديس الأسرة وتغليب المصلحة العامة للأسرة على المصلحة الشخصية وبالتالي الغياب التام لقيم الفرد والأنانية، حيث أنه كان هناك قيم خاصة بالرجال وهي أن الرجل هو المسؤول عن الأسرة وتسيير شؤونها وخاصة المادية، والكلمة الأولى والأخيرة تعود إليه دون حتى استشارة المرأة أو سؤالها عن رأيها، بينما هناك قيم خاصة بالنساء وهي الحشمة والحياء واحترام الرجل وعدم معاندته أو حتى الأكل أو التكلم أمامه وهذا ما لاحظناه في أمهاتنا واطمحل اضمحلالاتا في عصرنا الحالي، حيث أن مهمة المرأة كانت تتمثل في إنجاب الأولاد ، وقيمتها تستمدتها من عدد ما أنجبته من ذكور وبالإضافة إلى طبخ الطعام وتنظيف المنزل فقط ولا تغادر هذا الأخير إلا لحاجة ملحة فرح أو قرح، مع شروط معينة يجب إتباعها عند الخروج من المنزل والمتمثلة في اللباس المحتشم "السفساري" الذي كان يسود في الشمال الجزائري و "الملاية" في الشرق الجزائري، وأن لا تنام إلا في بين زوجها أو أهلها فقط، وإذا ما مارست مهنة معينة ستقتصر على الحياكة أو خياطة أفرشة لبيتها أو ملابس لأبنائها وزوجها والتي تم ذكر القليل منها لأنها لا تكاد تحصى أو تعد، قد اندثرت في وقتنا الحالي وكادت تنعدم واندثرت معها قيم البركة والحشمة والاحترام والتعاون واطمحلت وحلت محلها قيم لا علاقة لها بقيمتنا الأصلية قيم مستمدة من الغرب مصدرها أديان أخرى غير الدين الإسلامي وسنتناول البعض منها في ما يلي¹:

¹ - فوزية دياب، مرجع سبق ذكره، ص 276-277 (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

2- قيم الأسرة الجزائرية الحديثة

من أول التغيرات التي طرأت على قيم الأسرة الجزائرية هي التخلي عن "الأسرة الكبيرة" أو "الممتدة" لتحل محلها "الأسرة النوواة" التي تتكون من الزوج والزوجة والابناء الغير متزوجين، وهي أسرة بسيطة تدير شؤونها بنفسها وتبحث عن الاستقرار والحرية والاستقلالية.

هذا التغير أو التحول من الأسرة التقليدية إلى الأسرة الحديثة أو الأسرة النوواة يرجع إلى عدة أسباب لعل من أهمها أن المرأة قبل زواجها يكون من أول شروطها ان يكون لديها منزل مستقل عن عائلة الزوج هذا من جهة ومن جهة أخرى أصبح الرجل أيضا يبحث عن الاستقلالية والحرية حيث أصبح يفضل العيش في منزل مستقل بكل حرية ويدير شؤونه لوحده دون تدخل من طرف العائلة، بالإضافة إلى ظنه أنه من خلال هذه الطريقة سينفادى الكثير من المشاكل التي قد تقع بين زوجته وعائلته وبالتالي العيش في منزل لوحده سيبقى قيم الاحترام والتقدير، و دون انقطاع للصلة تماما ولكن تكون هناك زيارات متبادلة عادة ما تكون في العطل الأسبوعية، وما نلاحظه أن حتى الوالدين أصبحوا يفضلون عيش أبنائهم في منازل أخرى مستقلة عنهم، من أجل الحفاظ على قيم الاحترام والتقدير بالدرجة الأولى.

سادت أيضا قيم تحديد النسل حيث أصبحت الأسرة تفضل عدم الانجاب الكثير للأولاد مقارنة بالأسرة التقليدية وهذه الثقافة استمدتها من وسائل الإعلام والاتصال الحديثة التي تقوم بنشر الوعي فيما يتعلق بتنظيم النسل والأسرة¹.

القيم الحديثة للمجتمع الجزائري تضم في طياتها تغير مكانة المرأة في الأسرة والمجتمع، حيث لم تعد المرأة الحديثة هي تلك البنت أو الزوجة المنعزلة والمتحفظة أمام الرجل.... ولم تعد تحت سلطة الأب والأخ والزوج والحماة... ومع أنها تحترم أسرتها إلا أن وضعيتها الجديدة تسمح لها بأخذ الكلمة واتخاذ القرار² فيما يخص حياتها الخاصة إلا في حالات نادرة، ومع تجنب الوقوع في الاصطدام الحاد مع أفراد أسرتها.... حيث هذا التغيير

¹ - مليكة ليديري، الزواج والشباب الجزائري إلى أين؟ دار المعرفة، الجزائر، 2005، ص 54 (بتصرف).

² - مصطفى بوتفونشت، مرجع سبق ذكره، ص 259 (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

ساهم فيه انتشار التعليم وخروج المرأة للعمل وشعورها بأهميتها الاقتصادية ومكانتها داخل المجتمع.

أصبحت الاسرة الجزائرية الحديثة تتطلع إلى حريات أوسع، وإلى استهلاك أكثر للتكنولوجيا ومظاهر الحضارة والكماليات، وانتشرت هذه النزعة حتى في أبسط الأسر.... حيث ظهر الاهتمام بالمظهر والأناقة واللبس، وبتأثير المنزل ومستلزمات الديكور العصري والاهتمام بمواد الزينة والتفاخر بما يخرج عن حدود إمكانيات الأسرة ويثقل ميزانيتها، وعليه أصبحت الاسرة الحديثة أسرة مستهلكة، وتغيرت قيم السلوك واللباس والأكل عندها، أما عن السلوك اضمحلت سلوكيات الاحترام والتقدير للكبير من طرف الصغير وللرجل من قبل المرأة فبعدها كانت المرأة لا تستطيع حتى الأكل أو الكلام أمام الرجل وإن كان زوجها، أصبحت تختلط معه في المجالس، وفي المطاعم "Faste Food" وفي الأسواق وتتحدث وتضحك وتأكل أمامه بكل حرية ودون أي قيد، وأصبح الصغير لا يحترم الكبير لا داخل الأسرة ولا في الأماكن العامة، وانتشار الكلام البذيئ دون أي مراعاة، حتى أصبح الواحد منا لا يستطيع الخروج مع أمه أو أخته أو زوجته وغيرها من القيم التي لا أساس لها.

أما طريقة اللباس فقد تغيرت 360° بحجة إتباع التطورات الحاصلة في العالم ومواكبة موضة العصر، مما أدى إلى انحلال أخلاقي وإقتناء ملابس غير محتشمة بالنسبة لكل من الإناث والذكور إلى درجة أنهم أصبحوا يلبسون نفس الألوان والتصاميم، وتسريحات الشعر الغربية التي تنافي قيم المجتمع والدين الإسلامي، وتتماشى مع القيم الغربية الدخيلة التي ساهمت في انتشارها التكنولوجية الحديثة بالدرجة الأولى¹.

¹ - السعيد عواشرية، الأسرة الجزائرية... إلى أين؟ مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، عدد 19، جوان 2003، ص 127 (بتصرف).

الفصل الثاني: مدخل عام إلى القيم

خلاصة الفصل

بعد أن فرغنا من بسط وعرض المسائل البسيطة والمتعلقة بالقيم يمكننا أن نستخلص أن القيم هي "عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معياراً أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف هذا حسب ما عرفها (تالكوت باسونز) في كتابه "النسق الاجتماعي"، ولكن اختلف تعريف القيم وتنوع تبعاً للإطار المرجعي الذي يخضع له الباحثين في مختلف ميادين العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبالتالي اختلف تعريف القيم من منظور علم النفس إلى علم الاجتماع ومن الفلسفة إلى الدين.

حيث تتميز القيم بجملة من الخصائص لعل من أهمها أنها ذاتية وموضوعية، وأنها ليست مطلقة بالمطلق أو نسبية بالمطلق بالإضافة إلى أنها دينامية بمعنى متغيرة ومتحركة باختلاف الزمان والمكان، وتستمد أهميتها من مكانتها داخل المجتمع حيث تعتبر المصدر الذي يستمد منه الأفراد سلوكياتهم وتصرفاتهم ومعرفة المستحب والمكروه داخل المجتمع. ريثما تلخصت مصادر إكتسابها في الأسرة بالدرجة الأولى ومن ثم التعليم والمسجد بالإضافة إلى وسائل أو تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

أما تصنيفاتها فقد اختلفت حسب عدة معايير إلى وسيلية وأخرى غائية، وصنفت إلى قيم عامة وأخرى خاصة وإلى قيم مطلقة و نسبية وغيرها من التصنيفات الأخرى.

الفصل الثالث

السياب

الفصل الثالث: الشباب

تمهيد

المبحث الأول: مدخل عام إلى الشباب

- **المطلب الأول:** مفهوم الشباب والشباب الجامعي
- **المطلب الثاني:** خصائص وأهمية الشباب
- **المطلب الثالث:** حاجات الشباب و مشكلاته
- **المطلب الرابع:** آثار العولمة الثقافية على قيم الشباب
- **المطلب الخامس:** الصراع القيمي لدى الشباب

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الشباب

تمهيد

إن الصورة العامة عن الشباب دائماً يكتنفها صور سلبية فهم إما مصدر للقلق والمتاعب، أو هم المتاعب نفسها، وإن كان هذا لا ينفي أنهم ذخيرة كل مجتمع وقوته إذا توفر لهم التوعية والتوجيه اللازم، خصوصاً في خضم التطورات التكنولوجية الهائلة والسريعة وما تحمله من آثار ايجابية وسلبية تجعل الشباب يتأرجح بينها، ولا يستطيع التفرقة عما إذا كان ما يقوم باستهلاكه ضار أو نافع، لذلك تشكل دراسة الشباب أهمية متزايدة في المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، وذلك بحكم الخصائص الطبيعية التي يتمتع بها، هذه الأهمية يستمدّها من انعكاس حجمه في المجتمع والذي يمثل ثقلاً عددياً واضحاً، الذي يجعله أمل وذخيرة المستقبل، وبالتالي إن أحسن التفاعل معه وتوجيهه بصورة صحيحة، كان ذلك سبباً في تطور المجتمعات وتقدمها وازدهارها، أما إذا ترك وشأنه دون توجيه أو مساعدة فستتنازع التيارات المختلفة، ويصبح ساعياً للصراع وبالتالي سيفقد المجتمع إحدى طاقاته الأساسية.

هذا ما سنحاول تسليط الضوء عليه في هذا الفصل في محاولة منا لتوضيح مفهوم الشباب وأهم خصائص هذه المرحلة العمرية وأبرز حاجاته التي يسمو إلى تحقيقها والمشكلات التي تواجهه، ومن ثم التطرق إلى وضعية الشباب في ظل عصر العولمة والتطورات التكنولوجية الهائلة التي جعلته يتبنى ثقافة استهلاكية خاصة به تميزه عن غيره من الفئات المجتمعية الأخرى، وخاصة كبار السن وهذا ما ولد صراع قيمي حاد بين الشباب ذاته، وبينه وبين فئات مجتمعه الأخرى.

الفصل الثالث: الشباب

المبحث الأول: مدخل عام إلى الشباب

المطلب الأول: مفهوم الشباب والشباب الجامعي

1- مفهوم الشباب

✓ لغة

جاء في لسان العرب: شيب: الشباب: الفتاء والحدائثة، والشباب والشبان، جماعة الشاب والشباب: جمع شاب وكذلك شبان، الشباب تعني الفتوة، والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشاب هو الفتاء والحدائثة وشباب الشيء أوله، وتجمع على شباب وشبان وشواب¹.

أما في معجم الوسيط: الشباب هو جمع مفكر ومؤنث معاً، وتعني الفتاء والحدائثة، ويطلق لفظ شبان لجمع لمذكر مفرد سالم، ويطلق لفظ شبانات وشواب كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل كلمة شباب هو شب بمعنى فتيا، أي من أدرك سن البلوغ ولم يصل سن الرجولة².

كما جاء في المعجم اللغوي الانجليزي (OXFORD): أن لفظ الشباب يقابله باللغة الانجليزية كل من اللفظتين Youth و Young وتطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداء من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد³.

وفي معجم Le Robert الفرنسي: نجد لفظ الشباب Jeunesse تطلق على فترة الحياة الممتدة ما بين الطفولة والنضج⁴.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، ط-6، دار صادر، بيروت، لبنان، 2008، ص 10.

² - مجموعة من المشاركين، معجم الوسيط، ط-1، مكتبة الشروق، 2004، ص 470.

³ - Qx Ford, Learneres Pocket, Dictionary, 4th, édition, 2008, p 18.

⁴ - Robert, Dictionnaire de la langue française, p 1227.

الفصل الثالث: الشباب

✓ اصطلاحا

تختلف وتتعدد تعريفات الشباب، نظرا لاختلاف التخصصات والتوجهات، واختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف، وتباين الأفكار والآراء التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي والاجتماعي الذي يخدم تلك الأهداف، ومنه سنتطرق إلى مجموعة من التعريفات كالتالي:

❖ الشباب من المنظور الديمغرافي

يحاول علماء السكان تحديد مفهوم الشباب وفقا لمعيار السن، وهم في ذلك يركزون على فكرة التوزيع السكاني لفئات العمر المختلفة التي يتكون منها سكان مجتمع ما، ولكنهم يختلفون فيما بينهم في تحديد بداية ونهاية هذه السن، فهناك من يرى أن الشباب هم الشريحة العمرية تحت سن العشرين، ويرى آخرون أنها الشريحة ما بين (خمس عشرة عاما، وخمسة وعشرين عاما) ويمتد بها آخرون حتى سن الثلاثين وقد اعتمدت "هيئة الأمم المتحدة عام 1980م معيار العمر كمحدد لفترة الشباب وحددت فئة الشباب بأنها الشريحة التي تمتد بين (15-24 عاما)، في حين ذهب "المؤتمر الاقليمي لدول غرب آسيا" الذي أقيم في العراق عام 1983م إلى أن تقيم مرحلة الشباب كما حددتها الأمم المتحدة مرحلة سابقة تبدأ "من العاشرة ومرحلة لاحقة تمتد إلى الثلاثين"، وعللوا ذلك بأن نسبة كبيرة ممن يمرون بهذه السن المبكرة أو المتأخرة يدخلون سوق العمل بحكم الظروف الاقتصادية لبلاد المنطقة¹.

❖ الشباب من المنظور البيولوجي

يعنى "مجموعة من الاعتبارات ترتبط بإكتمال نمو البناء الوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الانسان حيث يكتمل نضجه العضوي والعقلي والنفسي"².

¹ - محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

² - فيصل محمود غرايبة، العمل الاجتماعي في مجال رعاية الشباب، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 23.

الفصل الثالث: الشباب

ويرى أصحاب هذا الاتجاه على أن نهاية مرحلة الشباب مرتبطة باكتمال البناء العضوي للفرد من حيث الطول والوزن واكتمال نمو كافة الأعضاء والأجهزة الوظيفية الداخلية والخارجية في جسم الإنسان، ويعللون ذلك بأن نمو الجسم لا يتم بمعدل سرعة ثابت بعد الميلاد، حيث ينمو سريعا في السنوات الأولى من العمر، وبعدها يبدأ معدل النمو في البطئ التدريجي حتى يتوقف تقريبا في سن "الواحدة والعشرين" إلا بالنسبة للمخ، فإنه يستمر في النمو حتى يصل إلى أقصى درجة من "سن الثلاثين"، وعلى هذا يحدد علماء البيولوجيا سن الشباب ما بين (12-30 عاما) باعتبار أنها الفترة التي تحتوي على أقصى أداء وظيفي للجسم والعقل معا¹.

❖ الشباب من المنظور النفسي

من المرادفات التي تقابل مفهوم الشباب في علم النفس والأكثر استعمالا نجد كلمة المراهقة **Adolescence** والمشتقة من الفعل اللاتيني **Adolescere** ومعناها التدرج والنضج البدني والجنسي والعقلي والإنفعالي².

حيث يرى علماء النفس أن الحاجة إلى الاستقلال والتمركز حول الذات تظهر بقوة عند فئة الشباب، فهم لا يرغبون في البقاء بالبيت أو الجلوس صحبة الأهل مثل المرحلة السابقة التي كانوا فيها محبين للبيت والأهل أي مرحلة الطفولة، فهم يرفضون أن تكون هناك سلطة عليهم سواء داخل المؤسسة العائلية أو خارجها، مما يجعلهم يفضلون البحث عن علاقات جديدة قريبة من سنهم بذريعة أن الكبار لا يفهمونهم ومتسلطين، وغالبا ما يحاولون إثبات وجودهم وتميزهم من خلال الأعمال التي يقومون بها، والتي تتصف بالجرأة والتهور أحيانا داخل ما يسمى بالنظام الاجتماعي للمجتمع، إلا فئة متصارعة مع ذاتها ومع المجتمع من أجل الوجود، وهذا ما ذهبت إليه (كينستون **Kinston**) بقولها: "الشباب يتصف بأنماط سلوكية ترتبط بالتوترات بين الذات والمجتمع والنفور من الأشخاص ذوي السلطة المطلقة"³.

¹ - محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

² - مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، مكتبة مصر، القاهرة، ص 162.

³ - عادل عز الدين الأشول، علم النفس النمو، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1982، ص 60.

الفصل الثالث: الشباب

❖ الشباب من المنظور الاجتماعي

يقول "بورديو" أن الشباب ما هي إلا كلمة¹.

يعتمد تحديد علماء الاجتماع للشباب كفئة على طبيعة ومدى اكتمال الأدوار التي يؤديها الشباب، فهم يرون أن فترة الشباب تبدأ عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية، ولكي يؤدي دورا أو أدوارا في بناء المجتمع، وتنتهي هذه الفترة عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية، ويبدأ في أداء أدواره في المجتمع بشكل ثابت ومستقر².

2- مفهوم الشباب الجامعي

ينظر إلى الشباب الجامعي على أنه فترة من حياة الإنسان، يتميز فيها بمجموعة من الخصائص تجعلها أهم فترات الحياة وأخصها وأكثرها صلاحية للتجارب مع المتغيرات السريعة المتلاحقة التي يمر بها المجتمع الإنساني المعاصر.

وبناء على ذلك فإن تعريف الشباب الجامعي لم يعد يشير إلى مجرد مرحلة نسبية يحتاج فيها الفرد إلى مجموعة من الخدمات التي تعده للمستقبل، بل اتسع هذا المفهوم في النظر إلى الشباب الجامعي على أنه فترة من حياة الإنسان يتميز فيها بمجموعة من الخصائص تجعلها أهم فترات الحياة وأصعبها وأكثرها صلاحية للتجاوب مع المتغيرات السريعة المتلاحقة التي يمر بها المجتمع الإنساني المعاصر³.

¹ - PiEre Bordieu, Question de sociologie, Munuit, Paris, 1985, p 143.

² - محمد سيد فهمي، مرجع نفسه، ص 87.

³ - فواز، مقال بعنوان: مفهوم الشباب الجامعي، موقع السبلة العمانية، الموقع العماني الأول، <https://www.omaniaa.co/showthread>، تاريخ النشر: 2015/02/08، الساعة 10:09، تاريخ الدخول: 2020/01/30، الساعة 20:20.

الفصل الثالث: الشباب

المطلب الثاني: خصائص وأهمية الشباب

1- خصائص الشباب

إن مرحلة الشباب توصف بأوصاف متضاربة من طرف الباحثين والمهتمين نظرا لما تتميز به من خصائص كثيرة ومن بين هذه الخصائص بالنسبة للبعض، أنها مرحلة الخلق والإبداع والابتكار، وبرأي آخرين أنها مرحلة الشك والحيرة والمشكلات الصعبة، وهذه الأوصاف تختلف باختلاف طبيعة البيئة التي يعيش فيها الشباب، وتباين الخلفية الاجتماعية الثقافية والاقتصادية والخلقية للأسرة، ويمكن أن نذكر بعض الخصائص التي أشار إليها العديد من الباحثين على النحو الآتي:

✓ الخصائص الجسمية

إن نقطة البداية في تحول الفرد من مرحلة الطفولة إلى الشباب هي "البلوغ Puberty" ومفهوم البلوغ يستخدم للإشارة إلى المظاهر الفيزيائية للنضج الجنسي. وتتميز هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفيزيولوجية معينة سواء عند البنين أو البنات والناحية الجسمية تتميز بالإستمرار في النمو نحو النضوج الكامل مع التخلص من الاختلاف في التوافق العملي العقلي، كما أن المناعة ضد الأمراض العضوية الخطيرة تكون في هذه المرحلة أقوى منها في المراحل السابقة¹.

الخصائص الجنسية

من النمو الفيزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور والتي تجعل من الشاب قادرا على التناسل، ويحدث أثر عليه من الناحية المزاجية والنفسية وتتجلى حاجاته الجنسية بإلحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسات التي تتيح له إشباعها، وهل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر؟ وإلى أي حد تسمح له القيم السائدة باتخاذ هذا الحل أو ذلك².

¹- نورهان منير حسن، مرجع سبق ذكره، ص 244-245.

²- عزت حجاز، الشباب العربي ومشكلاته، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1985، ص

الفصل الثالث: الشباب

✓ الخصائص الإجتماعية

يرى "كولز Coles" أن الشباب يواجه الكثير من صور الحراك حتى يصبح مواطنًا مندمجًا في مجتمعه حيث ينتقل من حالة الاعتماد إلى حالة الاستقلال النسبي فالشباب ينتقلون من مرحلة التعليم إلى سوق العمل، ومن المنزل إلى البيئة الخارجية، وكذلك من المعيشة مع الأسرة إلى تكوين أسرة مستقلة، والشباب الجامعي طموح للتغيير وقادر على الحركة والتظاهر ويرغب في التميز ويأمل في العمل، ويواصل النقد ويبحث له عن مكان مناسبًا في خريطة الدولة.

✓ الخصائص النفسية

المسألة الجوهرية أثناء مرحلة الشباب هي التوتر بين الذات والمجتمع، فالشباب والشابات يميلون إلى قبول وصف مجتمعهم لهم بأنهم: متمردين، ممتثلين، أبطال رياضيين، وتحدد العلاقة بين القيم المحددة اجتماعيًا والشباب وتتسم بالنفود والصراع وعدم قبول الواقع الاجتماعي في الكثير من الأحيان¹.

✓ الخصائص العقلية

وتتميز هذه المرحلة بيقظة عقلية كبيرة فالشباب يحتاج لحرية عقلية ويميل إلى الحصول على معلومات وثيقة من مصادر موثوق بها، يمتاز النمو العقلي الانفعالي في هذه المرحلة بأنه نتاج التجارب والتفاعل والنمو السابق في المراحل الأولى من هذه المرحلة مع المؤثرات المختلفة المحيطة بالأفراد، ولهذا تتميز هذه المرحلة بالاختلاف الكبير بين الأفراد وفي درجات نموهم النفسي والعقلي والبدني².

¹ - الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الإتصال، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017/2016 ص 223.

² - نورهان منير حسن فهمي، مرجع نفسه، ص 250.

الفصل الثالث: الشباب

2- أهمية دراسة الشباب

الشباب هو رأس مال الأمة وعدتها وعتادها وحاضرها ومستقبلها، وهو ثروة الأمة التي تفوق ثروتها مواردها كلها، فإذا أدركت الأمة كيف تحافظ على أغلى ثرواتها وكيف توجهها وتستفيد منها وتغيرها استطاعت أن تؤدي رسالتها في الحياة.

ويشكل التفكير في مشكلات الشباب أو آزماته ومحاولة إيجاد الصيغة الملائمة لتوجهه اجتماعيا وتربويا وأخلاقيا محاولة قديمة تصدى لها الفلاسفة منذ عهد "سقراط" والكتاب والأدباء وعلماء النفس والتربية والسياسة والمصلحون الاجتماعيون ورجال الإعلام، الأمر الذي يعكس الاهتمام الجدي بهذه الشريحة المجتمعية عبر المراحل التاريخية التي مرت بها البشرية ولكن لم يسجل التاريخ لنا عصرا من العصور زاد فيه الاهتمام بالشباب في أي بلد من بلدان العالم مثل عصرنا الحالي، إذ تفيض حاليا الصحف والمجلات العلمية والحواليات والكتب بتناول الشباب بالدراسة والتحليل، فالشباب حاليا محور اهتمام كثير من الكتاب، ويبين العدد الكبير من المؤلفات التي تدور حول مرحلة الشباب الاتجاهات والآراء المختلفة، ولقد أصبح للشباب في كثير من الدول دوره السياسي الفعال وتنبئ الدراسات بأن أهمية الشباب الحالية سوف تزداد في المستقبل.... وليس أدل على مدى الاهتمام بقضايا الشباب -على الصعيد الدولي- من الجهود الكبيرة للأمم المتحدة ومنظماتها في هذا الصدد، وذلك بغية تقوية السلام العالمي والتوصل إلى دعم الحقوق الإنسانية.... فإن اهتمامها بالشباب هو بند هام من بنود برنامج طويل يشمل الصحة والتعليم والتدريب المهني عن طريق تحقيق نظرة شاملة ودراسة كاملة عن المظاهر المختلفة لموقف الشباب ودورهم في التطور الاقتصادي والاجتماعي¹.

¹ - محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 89-91.

الفصل الثالث: الشباب

المطلب الثالث: حاجات الشباب ومشكلاته

1- حاجات الشباب

ترتبط احتياجات الشباب بخصائص المرحلة العمرية والأوضاع الاجتماعية التي يعيشونها والتي تجعل لهم طبيعة خاصة، ولكي يؤدي الشباب الدور المطلوب منه يجب أن تدفعهم تلك الاحتياجات وتوفر سبل إشباعها.

ويمكن حصر أهم احتياجات الشباب فيما يلي¹:

1- الحاجة إلى الأمن

يحتاج الشباب إلى أن يعيش ويحي حياة آمنة توفر له السلامة وتحميه من مختلف المخاطر التي تؤذيه في مختلف كياناته المختلفة الجسدية والنفسية، سواء كان ذلك على المستوى الفردي أو الجماعي... وتحتل الحاجة إلى الأمن مقدمة الحاجات الأساسية للفرد والمجتمع بمعنى آخر انعدام الأمن في أشكاله ومظاهره المختلفة يهدد سلامتها ويقسم الباحثون هذا النوع من الحاجات إلى:

- الحاجة إلى الأمن الفردي وتتمثل في الجماعة من الحوادث والجريمة وكذلك إحساس وشعور الفرد بالطمأنينة في البيئة التي يتواجد فيها.
- الحاجة إلى الأمن الجماعي ضد الغش والصراعات والحروب والكوارث.

2- الحاجة إلى الهوية

وتتضمن الحاجات المرتبطة بالفرد في حد ذاته والتي تتلخص في الحاجة إلى التعبير الشخصي والقيام بحركات هادفة، وتحقيق الطموح وتجسيد الإمكانيات الذاتية والإحساس بالفرح والسعادة وتحديد أهداف وإعطاء معنى للوجود الفردي، بالإضافة إلى الحاجة إلى الهوية الجماعية المتمثلة في الحاجة إلى العطف والحب والانتماء الاجتماعي².

¹- نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 251-252.

²- يزيد عباسي، مرجع سبق ذكره، ص 123-125.

الفصل الثالث: الشباب

3- الحاجة إلى الإنتماء

وهذه الحاجة يتم إشباعها عن طريق الجماعات المختلفة التي ينتسب إليها الإنسان ومؤسسات رعاية الشباب تعتبر جماعات الأنشطة التي يتم تكوينها داخل تلك المؤسسات من أهم الجماعات لإشباع الحاجة إلى الانتماء، حيث أنها جماعات صغيرة منظمة لها أهداف مرسومة وأنشطة مصممة خصوصا لمقابلة تلك الحاجات.

4- الحاجة إلى الحركة والنشاط

إن الشباب في هذه المرحلة مشحونون بشحنة كبيرة من الطاقة ، والأنشطة المختلفة التي تتيح لهم الفرصة المناسبة لإفراغ تلك الطاقة عن طريق الحركة والنشاط، وجميع أنشطة رعاية الشباب تخطط وتصمم لتحقيق هذا الهدف.

5- الحاجة إلى ممارسة خبرات جديدة

يرى "ناش Nash" أن هناك خبرات جديدة يجب على الإنسان أن يعلمها ويمارسها ويبحث عنها لكي يملأ حياته بالإشراق والسعادة التي هي بمثابة صمام الأمان الذي يخلص الإنسان من الضغوط العصبية والنفسية التي صاحبت التطور الحضاري¹.

6- الحاجة إلى تأمين المستقبل: هذه الحاجة تتطلب ما يلي:

- الحصول على عمل مناسب وتوفير الدراسة والمران الذين يؤهلان الشباب للحصول على هذا العمل و التوفيق فيه وللتترقي في درجاته المختلفة.
- تسيير التعليم وتخطيطه بحيث يوفق بين حاجات المجتمع وحاجات الشباب نفسه.
- لا يكفي كي نؤمن الشباب على مستقبله أن نجد له أي عمل من الأعمال ولكن يجب أن يسبق ذلك قدرا كافيا من التوجيه المهني بحيث يشعر كل شاب عامل بالتوافق التام مع مهنته وزملائه في المهنة.
- تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص².

¹- نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 253-254.

²- محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 104.

الفصل الثالث: الشباب

2- مشكلات الشباب

1- مشكلة ضعف الشعور بالانتماء

إذا عدم الانتماء لدى الشباب يعتبر مشكلة خاصة عندما يكون مفروضاً، أي لا إرادي تفرضه الظروف والبيئة الاجتماعية بمعنى أن يكون الشاب مسلوب الإرادة، وتعجز إرادته عن فعل أي شيء، ويكون الشباب أداة تجديد وإبداع يرافق حالة الانتماء هذه فقدان بوادر التغيير أو التجديد والإصلاح¹.

2- مشكلة قضاء وقت الفراغ

السلوك الهادف هو السلوك الذي يحدث كرد فعل لمتطلبات المؤسسات الاجتماعية الحيوية، والسلوك الغير الهادف هو الفراغ الذي لا يرتبط بالنواحي الاجتماعية.

كما أن وقت الفراغ هو الوقت الذي يكون فيه الفرد جزءاً من العمل والواجبات الأخرى، والذي يكون مفيد للإسترخاء والتسلية والتكوين الاجتماعي أو النمو الشخصي².

من خلال المفاهيم السابقة يتضح أن الفراغ هو الوقت الحر لدى الفرد الذي تنتفي فيه القيود النظامية من أمرية ومؤسسية، لكن هذا الوقت يقتضي التأطير وإلا تحول إلى إحدى المعوقات التي تقف في وجه الإبداع الشبابي هذه المشكلة منطلقاً لظهور مشكلات أخرى خاصة الجرائم بأنواعها والانحرافات على اختلافها، وضياع وقت الشاب في هذه المرحلة العمرية يشكل خلل في تكوينه وبناءه العقلي والمعياري والنفسي والاجتماعي لأن فترة الشباب حسب ما أكدته مختلف المجالات المعرفية فترة إعداد واكتساب للخبرات والمعارف والمعلومات والتكوين العلمي والخلقي والمهني والاجتماعي.

كما أن عدم استغلالها عقلاً يؤخر الشاب في الوصول إلى حالة النضج والرجولة والمقصود بحالة النضج الجسمية والروحية، العقلية، والنفسية والاجتماعية والخلقية، مع الاستقلال الاقتصادي والوصول إلى الشخصية المستقلة المعتمدة على ذاتها³.

¹ - صبحي سيد، الشباب وأزمة التعبير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2002، ص 17.

² - يزيد عباسي، مرجع سبق ذكره، ص 148.

³ - عيسوي عبد الرحمان محمد، جنوح الشباب المعاصر ومشكلاته، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2004، ص 18-19.

الفصل الثالث: الشباب

3- مشكلة العنف لدى الشباب

عنف الشباب يشير إلى الأفعال الجماعية للشباب الذين يشتركون ويتقاربون في المرحلة العمرية، ويختلفون من حيث الجنس والانتماء الاجتماعي، هذه الأفعال تتسم باستخدام القوة الموجهة سواء نحو أشخاص وممتلكاتهم أو نحو مؤسسات وهيئات حكومية بهدف الحصول إما على مكاسب مادية أو على الاعتراف بالوجود والكينونة¹.

4- مشكلة الإدمان لدى الشباب

يعرف الإدمان على أنه الاستمرارية والمداومة على استهلاك أو تعاطي مواد معينة أو القيام بنشاطات معينة لمدة طويلة بقصد الدخول في حالة من النشوة وإستبعاد الحزن والإكتئاب وهناك من يتصور أن الإدمان هو الذي أدمن على تناول وإستهلاك المحظورات من كحول أو خمر أو مخدرات أو عقاقير، غير أنه هناك أنواع من الإدمان أفرزتها التغيرات الاجتماعية التي مست المجتمعات دون إستثناء وباتت هذه الأنواع أمرا ملحا يستدعي البحث والدراسة ومن بين أنواع الإدمان غير الكلاسيكية ما يلي²:

أ- إدمان الانترنت: إن عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر، ومع إنتشاره في البيوت ومختلف الأماكن لزم الأمر على الباحثين النظر إلى هذه القضية نظرة موضوعية لبحث جوانبه الإيجابية والسلبية والمشكلة أصبحت تطرح نفسها على الساحة العالمية وليس المحلية فقط ووصل الأمر إلى تسميتها "إدمان الانترنت"، وحسب دراسة قامت بها إحدى الباحثات الأمريكيات في جامعة "بيتسرج" في براد فورد، فإن 6% من مستعملي الأنترنت في العالم في عداد المدمنين³.

¹ - أمقران عبد الرزاق، دراسات في علم الاجتماع، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، 2007، ص 8.

² - كمال طارق، حافظ أنور، المشكلات الاجتماعية في المجتمع المعاصر (الإدمان، البطالة)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 87.

³ - عبد الله، مجدي أحمد محمد، أزمة الشباب ومشاكله بين الواقع والطموح (رؤية سيكولوجية معاصرة)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2013، ص 163.

الفصل الثالث: الشباب

ب- إدمان المخدرات: بما أن الإدمان مرض يصيب العقل والسلوك إذ لا يستطيع المدمن مقاومة الرغبة في استخدام المخدرات، بغض النظر عن مقدار الضرر الصحي الذي قد تسببه المخدرات، وعند الوصول لمرحلة الإدمان فمن الصعب التوقف عن استخدام المخدرات وذلك لأنه بمرور الوقت هذه الأدوية تغير الطريقة التي يعمل بها دماغ الشخص المدمن، إذ تستهدف هذه الأدوية نظام التحفيز الداخلي في جسم الإنسان، عن طريق زيادة مادة الدوبامين التي تسبب الشعور بالسعادة¹.

9- مشكلة البطالة لدى الشباب

بالإضافة إلى المشكلات السابقة نجد مشكلة أخرى والتي تعتبر من أعقد المشكلات ألا وهي البطالة، بمعنى عدم حصول الشاب على وظيفة أو مصدر يستقي منه رزقه ليتمكن من تلبية حاجاته، وعليه فإن هاجس البطالة يعتبر من أكبر المشكلات التي يعاني منها الشباب، وترى الباحثتان أن هذه المشكلة بدورها تؤدي إلى المشاكل المذكورة سالفا فعندما يكون الشاب دون عمل، أي أنه لا يوجد لديه أي شيء يقوم به لملئ وقت فراغه، ومنه سيتوجه إلى الوجهة الخاطئة ألا وهي تعاطي الكحول والمخدرات والاستخدام المفرط للإنترنت ظنا منه أنه سيملى وقته من جهة وسيبتعد وينسى المشاكل التي يعاني منها من جهة أخرى، ولكن هذا ظنا خاطئا طبعا، وما يجعل فئة كبيرة تفكر في الهجرة الغير شرعية من خلال قوارب الموت، للبحث عن عمل في البلدان الأوروبية الذي يمكنهم من العيش الكريم، وعليه تعتبر مشكلة البطالة من أكبر المشاكل التي يعاني منها الشباب والتي قد تؤدي إلى مشاكل أخرى كثيرة كالسرقة، الإجرام، الإدمان...².

¹ - إحسان العقلة، مقال عن المخدرات، موقع موضوع Mawdoo3.com، آخر تحديث 7:46، 2019/01/10، تاريخ الدخول 2020/02/02، سا 14:42.

² - يزيد عباسي، مرجع سبق ذكره، ص 169 (بتصرف).

الفصل الثالث: الشباب

المطلب الرابع: آثار العولمة الثقافية على قيم الشباب

تعتبر العولمة الثقافية الوجه الأكثر بروزا وحساسية في الوقت نفسه ضمن العولمة الشاملة، نظرا لارتباطه بخصوصيات الفرد من هوية وثقافة وقيم ومعتقدات.

فإن الخطاب الثقافي للعولمة يركز على التدفقات العالمية أو على الأقل الإنتقالية، والإتصالات والتبادلات، وأثرها على الأشكال الرمزية، والصور الإجتماعية، والممارسات الثقافية، وأنماط الحياة وتقصيتها للطابع الإقليمي للثقافة، والذي يتقصى تاريخ حركة العولمة يجد أنها إنطلقت "اقتصاديا-تجاريا" وإنتهت "ثقافيا-قيمية"، حيث انتشر النموذج الثقافي العولمي واستقرأه بالفضاءات الثقافية العالمية، واحتكاره لمصادر تأويل القيم ومعايير المشروعية والحق والقانون، وبالتالي فهي عولمة تنزع نحو اختراق الآخر وتمييع خصوصياته القيمة وإشعاره بالدونية والهامشية.

حيث يعرف "عترسي" العولمة الثقافية على أنها: توحيد القيم حول المرأة والأسرة وحول الرغبة والحاجة وأنماط الاستهلاك في الذوق والمأكل والملبس، إنها توحيد طريقة التفكير والنظر إلى الذات وإلى الآخر وإلى كل ما يعبر عنه السلوك، هذه الثقافة التي تدعو العولمة إلى توحيدها¹.

وبما أن العولمة في بعدها الثقافي تعمل على إرساء ثقافة عالمية وزيادة أوجه التشابه بين الجماعات والمجتمعات، حيث تسعى القوى المهيمنة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية على فرض ثقافتها وقيمها بفضل تفوقها وتحكمها في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث تقوم تكنولوجيا الاتصال والصناعات الثقافية بدور كبير في نشر السلع الثقافية، فقد استطاعت الدول المتقدمة تصنيع الثقافة وتعليبها في معلبات براقه وذات جاذبية هائلة سريعة التأثير وقوية الانتشار ومستفيدة من ثورة التكنولوجيا الحديثة².

¹- زقاوة أحمد، مقال: انعكاسات العولمة الثقافية على القيم الأسرية، kalema.net/home/article.view، تاريخ الدخول 2020/02/05، ص 23:40.

²- عميروش نجوى، العولمة وتأثيرها على منظومة القيم، مجلة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، -2-، عدد 74، جوان، 2017، ص 38.

الفصل الثالث: الشباب

فالتكنولوجيا الحديثة لها قدرة هائلة في التأثير على مختلف شرائح المجتمع والعمل على تغيير قيمهم، و تشكل أهم آليات العولمة في تنمية القيم وتكريس منظومة قيمية معينة... تساهم في زعزعة النظام القيمي والأخلاقي والاجتماعي خاصة عند فئة الشباب¹.

وبالتالي أصبح هذا الأخير في أغلب دول العالم يأكل الوجبات السريعة التي يأكل منها الشباب الأمريكي ك: "الهمبورغر والبيتزا أو دجاج كنتاكي وماكدونالدز والشاورمة، ويشرب المشروبات الغازية نفسها ك: البيبسي والكوكاكولا" وهذا ما يطلق عليه "الأكل السريع Fast Food" والإستماع إلى الأغاني لفرق عالمية مثل: "سبيس جيرلز و مايكل جاكسون وآلان والكر... وغيرها الكثير" ويلبسون الملابس العالمية نفسها من الجينز والماركات العالمية "كالفن كلاين calvin klain - شانال chanel - لوي فيتون luis vuiton... " ومشاهدة الأفلام المثيرة....

وعليه فإن هذه السلع الإستهلاكية تحمل دلالات إجتماعية ورمزية تتجاوز قيمتها المادية المحسوسة لتربط العالم بقيم وسلوكيات وعادات مشتركة تتجاوز الحدود، ولقد حققت الثقافة المادية المصنعة أكبر انتصاراتها خلال هذه السنوات ولا شك أن ذلك يؤرق الدول التي هي في طريقها مع العولمة إلى فقدان الوضع الثقافي².

وعلى حد قول: **"أماهاتما غاندي"**: "لا أريد أن يكون منزلي محاطا بالجدران من كل الجوانب، ونوافذي مسدودة أريد أن تهب ثقافات كل الأوطان على منزلي، من جميع الجهات وبكل حرية، لكنني أرفض أن يقتلني أحد من جذوري"، من هذه المقولة نستخلص أنه لا يتوجب على الشباب أن يكون منغلقا على نفسه رافضا لحاجات غيره، غير مطلع عليها، وإنما عليه أن يكون ملما قدر إستطاعته ومطلعا ولكن شريطة المحافظة على ثقافته وعاداته وقيمه الأصلية التي إصطلح عليها أماهاتما غاندي بالجذور³.

¹ - عميروش نجوى، مرجع سبق ذكره، ص 38.

² - الخنساء تومي، مرجع سبق ذكره، ص 237 (بتصرف).

³ - المهدي المنجرة، قيمة القيم، ط 2-، مزيدة، ص 14 (بتصرف).

الفصل الثالث: الشباب

المطلب الخامس: الصراع القيمي لدى الشباب

يعتبر الشباب أكثر فئات المجتمع تأثراً بنتائج التغيرات الاجتماعية السريعة، حيث تعتبر فترة الشباب أكثر مراحل العمر حساسية للتغيرات التي تحدث في المجتمع، والتي تجعلهم في موقع يشعرهم بان المجتمع الذي ينتمون إليه لا يمنحهم التوجيه الملائم للاختيار الرشيد، إذ أن هذه التغيرات قد تخلق تناقضاً بين قيم وإتجاهات الأجيال المختلفة، فهي عادة ما تكمن وراء الصراعات القيمية بين جيل الشباب وجيل الكبار، أو بين قيم الشباب من جهة والنسق القيمي للمجتمع من جهة أخرى¹.

وتزداد هذه الصراعات وضوحاً حين يواجه الشباب الإختيار بين بدائل عديدة، ولا يوجد من يوجهه التوجيه السليم وفق معايير ثابتة، وحين يفقد الآباء والمربون وغيرهم السلطة التي كانوا يكتسبونها، وحين تفقد الضوابط الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية جزءاً كبيراً من فعاليتها وهيبتها، وذلك لتعارض ما تنادي به من قيم وألوان السلوك مع البعض الآخر، فيجد الشباب المعاصر نفسه أمام وضع مشتمت ومبعثر، فيؤدي بهم إلى الوقوع في أزمات ثقافية وقيمية تهدد الأسرة والمجتمع².

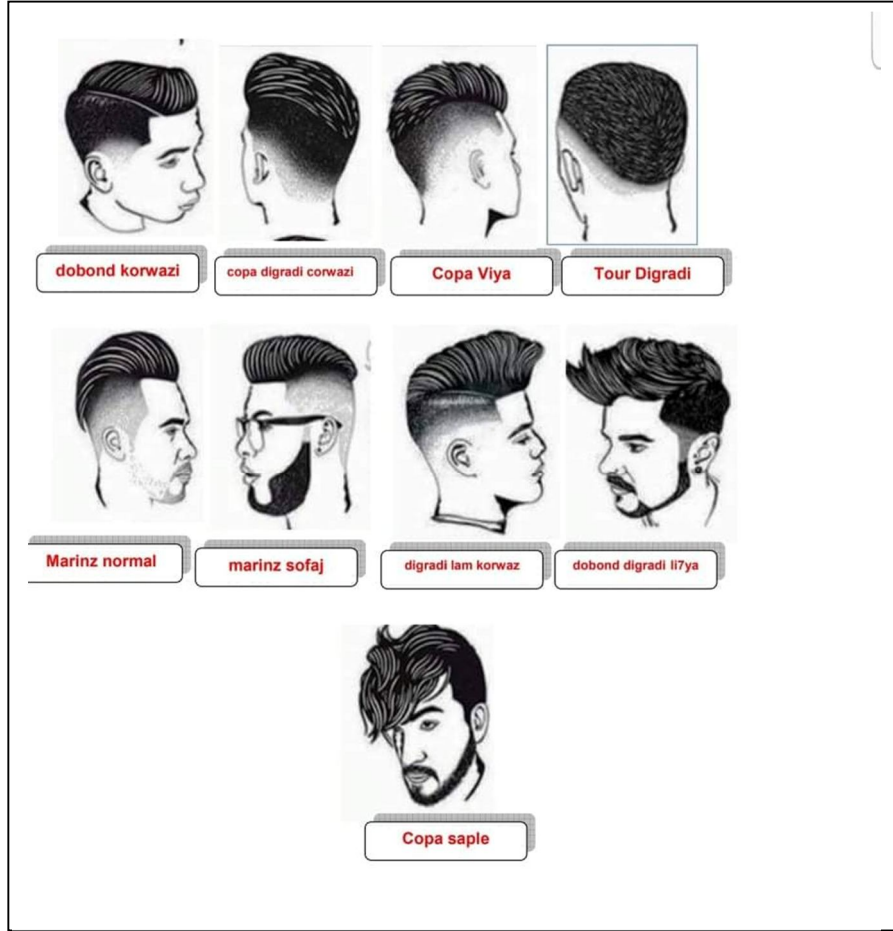
إن التذبذب وعدم الاستقرار بين القيم التقليدية الموروثة والقيم الحديثة المكتسبة، وعدم مقدرة الشباب على الإنتقاء والإختيار من بين القيم المتصارعة، وعجزهم عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم ومبادئ، يعبر عن أزمة حقيقية للقيم، مما يجعل الشباب يعيش حالة من الصراع القيمي والذي يعرف على أنه: "عدم وجود إتساق وإنسجام داخل نسق القيم، نتيجة تباينها وتناقضها"، أما تضاد القيم فهو "وجود اتجاهين متعارضين أو أكثر من اتجاهات القيم، وقد يكون هذا التعارض في الوسائل أو الأهداف أو غيرها، كوجود إتجاه جماعي في مقابل آخر فردي، أو إتجاه نحو تدعيم المصالح العامة في مقابل تدعيم المصالح الفردية"³.

¹ - ماجد الزيود، مرجع سبق ذكره، ص 101.

² - محمد علي محمد، الشباب العربي و التغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1985، ص 90.

³ - ماجد الزيود، مرجع نفسه، ص 100.

الفصل الثالث: الشباب

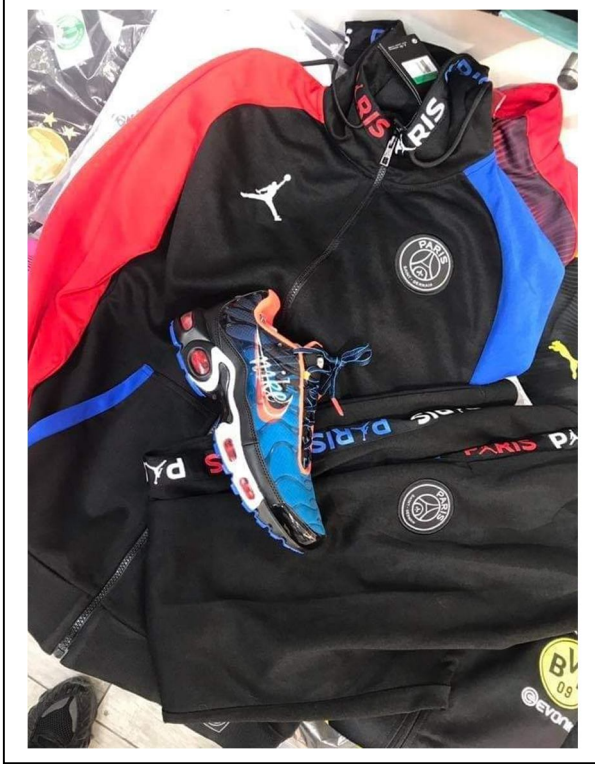


الشكل رقم (11): يوضح أهم قصات الشعر المنتشرة بين الشباب



الشكل رقم (12): يوضح أشهر ماركات مستلزمات الشباب

الفصل الثالث: الشباب



الشكل رقم (13): يوضح آخر صيحات الموضة المتداولة بين أوساط الشباب

الفصل الثالث: الشباب



برغر		الكفتة شعبية	
٥٠٠٠	دلايس برغر	٣٥٠٠	لحم ومرق (بانوتها)
٥٠٠٠	بوسطن برغر	٩٠٠٠	دجاج على الفحم
٤٥٠٠	همبرغر بالخبز	٦٠٠٠	دجاج على الفحم + مرق
٤٥٠٠	همبرغر بالبيض	١٥٠٠٠	هوزي على الفحم
٤٠٠٠	همبرغر دجاج	٥٠٠٠٠	فستق دجاج + مرق
٤٠٠٠	همبرغر سمك	٨٠٠٠	تشوريغ لحم
٤٠٠٠	كلاسيك برغر	٥٠٠٠	تشوريغ دجاج
ساندويشات		٦٠٠٠	كفتة على الفحم + مرق
٦٠٠٠	فاهيتا لحم	كاريما سريعة	
٤٥٠٠	فاهيتا دجاج	٣٠٠٠	ساندويش لحم
٤٥٠٠	مكسيكانو	٥٠٠٠	وجبة صباح لحم
٤٥٠٠	ستيك دجاج	١٢٠٠٠	وجبة لحم (فقر)
٤٠٠٠	كبريسي	٢٥٠٠	ساندويش دجاج
٤٠٠٠	زنجير	٤٠٠٠	وجبة صباح دجاج
٤٠٠٠	سكاليوب	٩٠٠٠	وجبة دجاج (فقر)
٤٠٠٠	حبش مدخن	٥٠٠٠	عرايس شاورما
الفيصلت		٤٠٠٠	كيلو كفتة لحم
٥٠٠٠	صحن فيصلت كبير	٣٠٠٠٠	كيلو كفتة دجاج
٣٠٠٠	صحن فيصلت وسط	الكنكري	
١٥٠٠	صحن فيصلت صغير	٧٠٠٠	٣ قطع (فقر لوزية / صحن / ١ صحن)
		٥ قطع	٥ قطع (فقر لوزية / صحن / ١ صحن)
		١٨٠٠٠	١٨٠٠٠ قطع (فقر لوزية / صحن / ١ صحن)



الشكل رقم (14): يوضح أشهر المأكولات والمشروبات المتداولة بين أوساط الشباب

الفصل الثالث: الشباب

خلاصة الفصل

بعد أن فرغنا من بسط وعرض المسائل البسيطة والمتعلقة بالشباب يمكننا أن نستخلص جملة من النقاط سنوجزها فيما يلي:

- إن مفهوم الشباب بصفة عامة تم التطرق إليه من منظورات مختلفة، كالمنظور الديمغرافي، والاتجاه البيولوجي، الاتجاه النفسي، أما بالنسبة للشباب الجامعي ينظر إليه على إعتباره مرحلة من حياة الشباب لديها مجموعة من الخصائص تجعلها من أهم فترات الحياة وأخصبها.

ومنه تطرقنا إلى أهم خصائص الشباب الجسمية والجنسية والاجتماعية والنفسية والعقلية ومن ثم عرّجنا على أبرز حاجات الشباب والمتمثلة في الحاجة إلى الأمن والهوية والانتماء وممارسة خبرات جديدة،

هذه الحاجات بدورها تواجهها العديد من المشكلات التي تحول دون تحقيقها مثل: مشكلة قضاء وقت الفراغ، والعنف والإدمان بمختلف أنواعه.

ومن ثم نفذنا إلى موضوع العولمة وآثاره على فئة الشباب بإعتباره سببا من أسباب إنحفاء الهوية وتبني ثقافات وقيم جديدة يفتخر ويتباهى بها الشباب، مما جعل هذا الشباب يستهلك فقط دون أدنى حذر منه، أو رقابة عليه، وبالتالي أصبح يتبنى أي سلوك أو قيمة أو منتج دون البحث عما إذا كانت لديه آثار ايجابية أم سلبية، هذا بدوره خلق ثقافة خاصة بفئة الشباب تميزهم عن غيرهم من الكبار، لديها خصوصياتها ومميزاتها في اللباس والأكل والتصرفات وتسريحات الشعر... وغيرها، هذا ما جعل فئة الكبار ينبذون هذه السلوكيات الشاذة المستمدة من المجتمعات الأجنبية، وعليه ظهر صراع قيمي حاد لدى الشباب وتضاد بين القيم الأصلية المستمدة من الدين الإسلامي وعادات وتقاليد الآباء والأجداد، وبين قيم غربية مستحدثة تحمل في طياتها كل معطيات التطور والموضة والتقدم والإنفتاح والتحرر والاستقلالية، هذا ما جعل الشباب يتأرجح بين كفتين ولم يجد من يرشده إلى الوجهة والطريق الصحيح.

الفصل الرابع الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة

تمهيد

يعد تحديد الإجراءات المنهجية لدراستنا والتي بدورها ساعدتنا في إجراء الدراسة الميدانية، ويعد التطرق إلى الجانب النظري لموضوع بحثنا بدقة، سننفيذ إلى الجانب التطبيقي للدراسة والذي سنقوم من خلاله بتحليل المعلومات المتحصل عليها بعد توزيع استمارات الاستبيان وتفريغها وتحويلها إلى جداول إحصائية من خلال عرض البيانات عن طريق أرقام ونسب مئوية، لنقوم بعد ذلك بتحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها من قبل الباحثان من أجل اختيار الفرضيات المطروحة مسبقاً.

جدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
41.4%	12	ذكر
58.60%	17	أنثى
100%	29	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، أن أعلى نسبة من مستخدمي موقع الفيس بوك "هم إناث وذلك بنسبة 58.60%"، ريثما جاءت نسبة الذكور المستخدمين لموقع الفيس بوك 41.4% وهي نسبة تكاد تكون قريبة من نسبة الإناث.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (02) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

المجموع		الجنس				السن
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
68.9%	20	44.82%	13	24.13%	7	25-22 سنة
31.3%	9	13.79%	4	17.24%	5	30-25 سنة
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن أن أكبر نسبة كانت للفئة العمرية 25-22 سنة والتي قدرت بـ **68.9%**، أما الفئة العمرية 30-25 سنة حازت نسبة **31.3%**، وهذا راجع إلى طبيعة عينة الدراسة المتمثلة في طلبة السنة أولى ماستر، الذين عادة ما يحصلون على شهادة البكالوريا في سن (18-19 سنة) وبالتالي بعد اجتيازهم لمرحلة الليسانس سوف تكون أعمارهم بين (22-25 سنة) غالباً، هذا من جهة ومن جهة أخرى عادة ما نجد أن هذه الفئة هي الأكثر استخداماً لموقع الفيس بوك مقارنة بفئة (25-30 سنة) الذين عادة ما يكون استخدامهم ضئيل وذلك راجع عادة لاهتمامهم بأولويات أخرى مثل: العمل وبالتالي ضيق الوقت لديهم، ومنهم من هو متزوج ولديه عائلة وبالتالي تكون لديه اهتمامات أخرى تحول دون استخدامهم لموقع الفيس بوك.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

المجموع		الجنس				مكان الإقامة
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
27.58%	08	17.24%	05	10.34%	03	حضري
55.16%	16	34.48%	10	20.68%	06	شبه حضري
17.23%	05	6.89%	02	10.34%	03	ريفي
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة، حيث توصلنا إلى أن نسبة الطلبة القانطين بأماكن حضرية قدرت بـ 27.58% موزعة بنسبة 10.34% من الذكور و 17.24% من الإناث، فيما جاءت نسبة المبحوثين الذين يقطنون بأماكن شبه حضرية 55.16% كأعلى نسبة موزعة على 20.68% من الذكور و 34.48% من الإناث، وهنا نلاحظ أن فئة الإناث أعلى نسبة من الذكور وهذا ما يفسر تفضيل الإناث لإتمام دراستهم ومن ثم العمل على عكس الذكور الذين عادة ما تكون لديهم اهتمامات أخرى كتفضيل العمل على حساب الدراسة، وجاءت أقل نسبة والمقدرة 17.23% لأفراد العينة القانطين بمناطق ريفية موزعة على 10.34% من الذكور، و 6.89% من الإناث، وهنا جاءت نسبة الذكور أعلى من الإناث، وهذا يرجع عادة لخصائص سكان هذه المنطقة الذين يحبذون زواج الإناث ومكوئهم في المنزل على حساب إتمام دراستهم بالإضافة إلى نقص الإمكانيات المادية كوسائل النقل.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

جدول رقم (04) يوضح مدة استخدام الفيس بوك لدى الشباب الجامعي

سؤال (01) منذ متى تستخدم موقع الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%20.68	6	%20.68	6	%0	00	أقل من 03 سنوات
%44.82	13	%31.03	9	%13.79	04	من 03 سنوات إلى 05 سنوات
%34.37	10	%6.89	2	%27.58	08	أكثر من 05 سنوات
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) الذي يوضح مدة استخدام الفيس بوك لدى الشباب الجامعي أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الفيس بوك منذ أقل من 03 سنوات جاءت بنسبة 00% بينما الذين يستخدمون الموقع منذ المدة المتراوحة بين 03 سنوات إلى 05 سنوات جاءت بنسبة 13.79% بينما أجاب ما نسبته 27.58% أنهم يستخدمون الموقع أكثر من 05 سنوات، أما بالنسبة للإناث فقد أجابت الإناث بنسبة 20.68% أنهم يستخدمون الموقع منذ أقل من 03 سنوات، أما نسبة 31.03% أجابو بأنهم يستخدمون الفيس بوك منذ مدة تتراوح من 03 إلى 05 سنوات، أما عن الإناث الذين يستخدمون الموقع منذ مدة تتجاوز 05 سنوات قدرت نسبتهم بـ 6.89%.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- ومن خلال إجابات أفراد عينة الدراسة اتضح لنا أنه هناك تباين في النسب المتعلقة بمدة استخدام موقع الفيس بوك بين الإناث والذكور لعل هذا التباين راجع إلى:
- هناك حرية لفئة الذكور في إنشاء أو فتح حساب على الفيس بوك مهما كان سنه على عكس الفتيات الذين تحكمهم عدة قيود اجتماعية لا تمكنهم من فتح حساب على الفيس بوك في سن صغير.
 - قدرة الذكور على التنقل إلى مقاهي الانترنت وفتح حساباتهم على الفيس بوك هذا إن لم تتوفر لديهم الانترنت في منازلهم، على عكس الإناث الذين تحكمهم دائما قيود اجتماعية،
 - كما يمكننا أن نستنتج أن استخدام الفيس بوك لم يكن وليد الساعة من قبل أغلب المبحوثين وأنه متداول بينهم منذ فترات طويلة وهذا يرجع للميزات والخدمات العديدة التي يتيحها بالدرجة الأولى.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (05) يوضح الحجم الساعي الذي يقضيه الشباب الجامعي يوميا في الفيس بوك

سؤال رقم (02) ما هو الحجم الساعي الذي تقضيه يوميا في الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
10.33%	3	3.44%	1	6.89%	2	من 1 إلى 03 سا
24.13%	7	13.79%	4	10.34%	3	من 03 إلى 05 سا
65.5%	19	41.37%	12	24.13%	7	أكثر من 5 سا
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

يتضح من خلال الجدول (05) المبين للحجم الساعي الذي يقضيه الشباب الجامعي يوميا على موقع "الفيس بوك" أن الإجابات المتعلقة بمدة 1 إلى 03 ساعات قدرت بـ 6.89% بالنسبة للذكور وبنسبة 3.44% من الإناث، وجاءت الإجابات المتعلقة بالمدة 03 إلى 05 ساعات بنسبة 10.34% من الذكور، تقابلها نسبة 13.79% من الإناث، أما عن أفراد العينة الذين يستخدمون الفيس بوك أكثر من 05 ساعات قدرت نسبتهم بـ 24.13% بالنسبة للذكور، وتقابلها نسبة 41.37% من الإناث.

ومن خلال هذه النتائج يتبين لنا أن كلا الجنسين يستخدمون موقع الفيس بوك لفترات زمنية طويلة، ولعل ذلك راجع للميزات التي يتيحها هذا الموقع من دردشة مع الأصدقاء

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

والأقارب والخدمات المتنوعة، من الحصول على معلومات وأخبار متنوعة وحصريّة وفي كافة المجالات، والتطلع على كافة المواضيع وبالتالي يجد الشباب الجامعي ضالته ويُلبي حاجاته المختلفة، وهذا ما توصلت إليه أيضا دراسة رمزي جاب الله¹ أن أفراد عينة دراسته المتمثلة في الشباب الجامعي يقضون فترات طويلة في تصفح الفيس بوك.

الجدول رقم (06) يوضح مساهمة الفيس بوك في الحصول على المعرفة

سؤال رقم (03) هل ترى أن الفيس بوك وسيلة للحصول على المعرفة

المجموع	الجنس				الخيارات	
	أنثى		ذكر			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%96.53	.28	%58.60	17	%37.93	11	نعم
%3.44	01	%00	00	%3.44	1	لا
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (06) الذي يوضح مساهمة الفيس بوك في الحصول على المعرفة أن نسبة %96.53 من أفراد العينة أجمعوا على أن الموقع وسيلة للحصول على المعرفة موزعة على %37.93 من الذكور، و %58.60 من الإناث، قابلتها نسبة %3.44 من المبحوثين الذين اجابوا بأن الموقع ليس وسيلة للحصول على المعرفة، والنسبة العالية التي ارتأينا إليها تؤكد على الإعتماد الكبير على الفيس بوك بهدف الحصول على المعلومات المختلفة وفي كافة المجالات من قبل أفراد العينة.

¹ - رمزي جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 229.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (07): يوضح هدف الشباب الجامعي من إستخدام موقع الفيس بوك

سؤال رقم (04) ما الهدف من استخدامك لموقع الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%39.65	23	%29.31	17	%10.34	06	التواصل مع الأصدقاء والأقارب
%20.68	12	%12.06	07	%3.44	02	الحصول على معلومات ثقافية
%6.89	04	%5.17	03	%1.72	01	الحصول على معلومات دينية
%27.58	16	%20.68	12	%6.89	04	الحصول على معلومات اجتماعية
%5.16	03	%1.72	01	%3.44	02	الحصول على معلومات سياسية
%100	58	%68.96	40	%31.03	18	المجموع

أسفرت نتائج الجدول رقم (07) الذي يوضح هدف الشباب الجامعي من استخدام الفيس بوك على ان نسبة **39.65%** من أفراد عينة الدراسة والتي جاءت كأعلى نسبة يستخدمون الفيس بوك بهدف التواصل مع الأصدقاء والأقارب، موزعة بنسبة **10.34%**

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

من الذكور تقابلها **29.31%** من الإناث، ولعل هذا راجع للخاصية التي صمم من أجلها الموقع ألا وهي التواصل مع الآخرين، فيما جاءت الحصول على المعلومات الإجتماعية بنسبة **27.58%** موزعة على **6.89%** من الذكور و **20.68%** من الإناث وهذا راجع لخصائص عينة الدراسة التي عادة تتسم بالفضول وحب الإطلاع على كل ما هو جار من أحداث ووقائع في بيئتهم الإجتماعية، بينما جاءت الحصول على معلومات ثقافية بنسبة **20.68%** موزعة على **3.44%** من الذكور و **12.06%** من الإناث، بينما جاءت نسبة الحصول على معلومات دينية بـ **6.89%** موزعة على **1.72%** من الذكور و **5.17%** من الإناث، وجاءت أقل نسبة لخيار الحصول على معلومات سياسية والمقدرة بـ **5.16%** موزعة على **3.44%** من الذكور و **1.72%** من الإناث.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

جدول رقم (08) يوضح الصفحات التي يجذب الشباب الجامعي الإشتراك فيها من ناحية الإلتناء الجغرافي

*سؤال رقم (05) ما هي الصفحات التي تحبذ الإشتراك فيها من ناحية الإلتناء الجغرافي؟

المجموع		الجنس				الإختيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
13.51%	5	10.81%	4	8.70%	1	صفحات محلية
27.02%	10	16.21%	6	10.81%	4	صفحات وطنية
37.83%	14	18.91%	7	18.91%	7	صفحات دولية
21.62%	8	13.51%	5	8.10%	3	صفحات عالمية
100%	37	59.45%	22	40.54%	15	المجموع

اتضح لنا من خلال الجدول رقم (08) الموضح للصفحات التي يجذب الشباب الجامعي الإشتراك فيها من ناحية الإلتناء الجغرافي أن الصفحات الدولية جاءت كأعلى نسبة والمقدرة بـ **37.83%** موزعة على **18.91%** من الذكور وقابلتها نفس النسبة فيما يخص الإناث ولعل هذا يرجع لفضول الشباب الجامعي لمعرفة ثقافات الدول الأخرى والتفاعل معها، ومعرفة أخبار السينما والرياضة والمشاهير... وغيرها في مختلف الدول، حيث يجدون ضالتهم ويشبعون رغباتهم من خلال تلك الصفحات الدولية، تلتها الصفحات الوطنية بنسبة **27.02%** موزعة على **10.81%** من الذكور و **16.21%** من الإناث، ويمكن تفسير ذلك أيضا للترغبة الدائمة من طرف الشباب في معرفة الأحداث والأخبار

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجديدة والحاصلة في ربوع الوطن وعلى إختلاف مجالاتها فيما قدرت نسبة الصفحات العالمية بـ **21.62%** موزعة على **8.10%** من الذكور و **13.51%** من الإناث بينما جاءت الصفحات المحلية بأدنى نسبة والمقدرة بـ **13.51%** موزعة على **8.70%** من الذكور **10.81%** من الإناث.

الجدول رقم (09) يوضح مساهمة الفيس بوك في توسيع العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي

سؤال رقم (06) هل ترى أن الفيس بوك وسيلة لتوسيع العلاقات الاجتماعية؟

المجموع		الجنس				الإختيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
82.75%	24	51.72%	15	31.03%	09	نعم
17.23%	05	6.89%	02	10.34%	03	لا
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (09) الذي يوضح مساهمة الفيس بوك في توسيع العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي، حيث جاءت نسبة **31.03%** من الذكور اختاروا نعم، وتقابلها نسبة **51.72%** من الإناث الذين اختاروا نعم، ريثما قدرت نسبة الذكور الذين اختاروا الإجابة "لا" بـ **10.34%** وتقابلها نسبة **6.89%** من الإناث الذين اختاروا الإجابة "لا" ومن النتائج السالفة الذكر يتضح لنا أن نسبة **82.75%** من أفراد العينة من ذكور وإناث يعتقدون أن موقع الفيس بوك يساهم في توسيع العلاقات

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الإجتماعية، وهذا راجع إلى أن الفيس بوك موقع تواصل بإمتياز، من خلال الدردشة مع الاصدقاء و الاقارب، بحيث يتيح لهم إمكانية التواصل الدائم بينهم، او إسترجاع العلاقات القديمة او تكوين علاقات إفتراضية جديدة، منها من تتجاوز الفيس بوك إلى الواقع ومنها من تبقى حبيسة الفضاء الإفتراضي. و عليه يمكننا القول بان الفيس بوك اعاد انتاج الطريقة التي يكون الفرد من خلالها علاقاته، بعدما كان يكونها في الاماكن العامة و المدرسة و السوق اصبح يكونها داخل موقع الفيس بوك.

الجدول رقم (10) يوضح مساهمة الفيس بوك في إذابة الحواجز بين الإناث والذكور

سؤال رقم (07) هل تعتقد ان الفيس بوك وسيلة لإذابة الحواجز بين الإناث والذكور؟

المجموع		الجنس				الاختيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%100	29	%58.61	17	%41.37	12	نعم
%00	00	%00	00	%00	00	لا
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح نسبة مساهمة الفيس بوك في إذابة الحواجز بين الإناث والذكور، أن كافة أفراد عينة الدراسة من إناث وذكور دون استثناء يؤكدون على ان موقع الفيس بوك وسيلة لإذابة الحواجز بين الإناث والذكور حيث جاءت نسبة الذكور الذين اختاروا الإجابة نعم **41.37%** أي أن جميع ذكور العينة اختاروا الإجابة بنعم بينما قدرت نسبة الإناث الذين اختاروا الإجابة بنعم بنسبة **58.60%** وهي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تمثل كل إناث عينة الدراسة، وهذا نظرا لغياب الإتصال المواجهي بين الجنسين مما يمكنهم من التعبير بكل حرية عن آرائهم و أفكارهم و إحتياجاتهم، كما ان القيود المفروضة داخل مجتمعنا المحلي خاصة يفرض حواجز عديدة بين الجنسين و هذا ما الغته مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و الفيسبوك بصفة خاصة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (11) يوضح طبيعة الصداقات التي يميل إليها الشباب الجامعي

سؤال رقم (08) هل تميل في اختيارك لصداقاتك في الفيس بوك إلى؟

المجموع		الجنس				الاختيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
18.86%	10	9.43%	05	9.43%	05	صداقات محلية
28.30%	15	15.09%	08	13.20%	07	صداقات وطنية
28.30%	158	15.09%	08	13.20%	07	صداقات عربية
24.52%	13	9.43%	05	15.09%	08	صداقات عالمية
100%	53	49.05%	26	50.94%	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) الذي يوضح طبيعة الصداقات التي يميل إليها الشباب الجامعي أن أكبر نسبة جاءت للصداقات الوطنية والعربية والتي قدرت بـ **28.30%** لكليهما والموزعة بنسبة **13.20%** من الذكور و **15.09%** من الإناث وهي نسب متقاربة، بين كلا الجنسين، في حين قدرت نسبة الصداقات العالمية بـ **24.52%** الموزعة على **15.09%** من الذكور و **9.43%** من الإناث وهي نسب متباعدة نوعاً ما، في حين جاءت أقل نسبة للصداقات المحلية والتي قدرت بـ **18.86%** موزعة بنفس النسبة على الإناث والذكور والتي قدرت بـ **9.43%** لكليهما، وعليه يمكننا القول أن كل من إناث وذكور عينة الدراسة اتفقا في نوع الصداقات المحلية والوطنية والعالمية اختلفا في

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

نسبة الصداقات العربية، ولعل ذلك راجع الى ان الذكور يحاولون تكوين علاقات عربية و عالمية بهدف البحث عن فرص عمل و تكوين حياة أفضل.

الجدول رقم (12) يوضح نوعية المضامين المتداولة عبر موقع الفيس بوك

السؤال رقم (09) من خلال إطلاعك على موقع الفيس بوك هل المضامين المتداولة؟

المجموع		الجنس				الإختيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%75.85	22	%48.27	14	%27.58	08	تتماشى مع الذوق العام
%24.13	07	%10.34	03	%13.79	04	لا تتماشى مع الذوق العام
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

اتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) الموضح لنوعية المضامين المتداولة عبر موقع الفيس بوك أن نسبة الذكور الذين اختاروا أن هذه المضامين تتماشى مع الذوق العام قدرت بـ **27.58%**، وتقابلها نسبة **48.27%** بالنسبة للإناث، بينما قدرت نسبة الذكور الذين اختاروا أن هذه المضامين لا تتماشى مع الذوق العام بـ **13.79%** ريثما قابلتها نسبة **10.34%** بالنسبة للإناث.

وعليه من خلال نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة تبين لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة من إناث وذكور اختاروا إجابة أن هذه المضامين تتماشى مع الذوق العام والتي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

قدرت بنسبة **75.85%**، ويمكن تفسير ذلك بان مستخدمي الفيس بوك هم من يحددون الصفحات و المجموعات التي يتابعونها و يتلقون من خلالها المنشورات و المضامين المختلفة، و نفس نسبة **24.13%** التي إختارت ان هذه المضامين لا تتماشى مع الذوق العام إلى غياب او إنعدام الرقابة على الفيس بوك و لعل ذلك راجع الى صعوبة التحكم فيه.

الجدول رقم (13) يوضح مساهمة الفيس بوك في التعريف بالعوادات والتقاليد

سؤال رقم (10) هل تعتمد على موقع الفيس بوك لمعرفة؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%31.02	09	%10.34	03	%20.68	06	عوادات وتقاليد المجتمع الجزائري
%68.96	20	%48.27	14	%20.68	06	عوادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية (تركيا - إيطاليا - فرنسا...)
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (13) الذي يوضح مساهمة الفيس بوك في التعريف بالعوادات والتقاليد أن نسبة الذكور الذين يعتمدون على موقع الفيس بوك لمعرفة عادات وتقاليد المجتمع المحلي قدرت بـ **20.68%** وقابلتها نفس النسبة في خصوص الذكور الذين يعتمدون على الموقع لمعرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية والتي قدرت أيضا بـ

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

20.68%، بينما جاءت نسبة الإناث الذين يعتمدون على موقع الفيس بوك لمعرفة عادات وتقاليد المجتمع المحلي **10.34%** قابلتها نسبة **48.27%** من الإناث الذين يعتمدون على الموقع لمعرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية.

وعليه يمكننا القول أن الإناث يعتمدون بكثرة على موقع الفيس بوك لمعرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية بهدف معرفة أنماط اللباس والأكل والحديث ... وغيرها، بينما الذكور فإن نصف أفراد العينة من الذكور يعتمدون على الفيس بوك لمعرفة عادات وتقاليد المجتمعات المحلية والوطنية والنصف الآخر يعتمدون على الموقع لمعرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية. ويمكننا تفسير ذلك بإعجاب الشباب بهذه العادات و محاولة تقليدها، خاصة في ظل الموجة التي انت بها الافلام و المسلسلات التركية و التي تعمل في نطاق نظرية الغرس الثقافي التي تصور الحياة في احسن صورة، و هذا ما جعل الشباب يميلون الى محاكاة و تقليد هذه الحياة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (14) يوضح طريقة تصرف الشباب الجامعي عندما يتعارض مع شخص في الفيس بوك

سؤال رقم (11) كيف تتصرف عندما تتعارض مع شخص في الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%24.13	07	%13.79	04	%10.34	03	تحتارمه
%27.58	08	%10.34	03	%17.24	05	تتشاجر معه
%44.82	13	%34.48	10	%10.34	03	تلغيه
%3.44	1	%00	00	%03.44	01	لا مبالاة
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) الموضح للطريقة التي يتصرف بها أفراد عينة الدراسة المتمثلة في الشباب الجامعي أن الذكور الذين إختاروا "أحترمه" قدرت ب **10.34%** وقابلتها نسبة **13.79%** من الإناث، بينما قدرت نسبة الذكور الذين اختاروا "تتشاجر معه" كأكبر نسبة بـ **17.24%** وهذا راجع لطبيعة الشباب الجزائري المتعصب، وتقابلها نسبة **10.34%** من الإناث وهذا راجع إلى الضوابط والمعايير الاجتماعية التي تمنع الفتيات من مثل هذا التصرف سواء في الواقع الحقيقي أو الافتراضي، و قدرت نسبة خيار "ألغيه" بالنسبة للذكور بـ **10.34%** بينما جاءت أكبر نسبة عند الإناث في خيار "ألغيه" والتي قدرت بـ **34.48%**، قابلتها نسبة **00%** فيما يخص خيار "لا مبالاة" بينما

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

جاءت نسبة الذكور في هذا الاختيار بـ **3.44%**، و هذا راجع الى طبيعة الذكور الذين عادة ما يميلون الى العناد و التعصب للراي مما يجعلهم يدخلون في شجارات إفتراضية عميقة، على عكس الإناث الذين يقومون بإلغاء الاشخاص الذين يتعارضون معهم تفاديا للحوارات و النقاشات التي تؤدي الى شجارات.

الجدول رقم (15) يوضح مدى تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات طلب المساعدة في الفيس بوك

سؤال رقم (12) هل تتفاعل مع منشورات طلب المساعدة عبر الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	نعم
00%	00	00%	00	00%	00	لا
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (15) الذي يوضح مدى تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات طلب المساعدة ، أن كافة أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع منشورات طلب المساعدة سواء كانوا إناث أو ذكور، حيث قدرت نسبة الإناث بـ **58.60%** ونسبة الذكور بـ **41.37%** وهذا يمثل عينة الدراسة كاملة، وهذا راجع لطبيعة الشباب الجزائري الذي عادة ما يكون محب للتعاون والمساعدة في السراء والضراء وهذه السمة يستمدّها من الدين الإسلامي وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (16) يوضح طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات طلب المساعدة

سؤال رقم (13) إذا كانت الإجابة بنعم كيف يكون هذا التفاعل؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
13.79%	04	3.44%	01	10.34%	03	تقديم مساعدة مادية
62.02%	18	31.03%	11	24.13%	07	تقديم مساعدة معنوية (من خلال التعليقات)
24.13%	07	17.24%	05	6.89%	02	المساعدة في نشر المنشور (منشور المساعدة)
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) الذي يوضح طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات المساعدة حيث جاءت أكبر نسبة لخيار "تقديم مساعدة معنوية (من خلال التعليقات)" والتي قدرت بـ **62.02%** موزعة على **24.13%** من الذكور، و **37.93%** من الإناث، تليها المساعدة في نشر منشور المساعدة بنسبة **24.13%** موزعة على **6.89%** من الذكور، و **17.24%** من الإناث وجاءت أقل نسبة لخيار تقديم مساعدة مادية التي قدرت بـ **13.79%** موزعة على **10.34%** من الذكور و **3.44%** من الإناث و

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

لعل هذا يرجع إلى أن الشباب الجامعي لا يزال يزاول دراسته وأغلبهم لا يوجد لديه عمل وبالتالي الجانب المادي لديه يكون متوسط او متدني.

الجدول رقم (17) يوضح مساهمة الفيس بوك في التقليل من نسبة زيارة الأقارب لدى الشباب الجامعي

سؤال رقم (14) هل تعتقد أن الفيس بوك قلل من نسبة زيارتك لأقاربك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%86.20	25	%55.17	16	%31.03	09	نعم
%13.79	04	%3.44	01	%10.34	03	لا
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

اتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) الموضح لمساهمة الفيس بوك في التقليل من نسبة زيارة الأقارب لدى عينة الدراسة أن **86.20%** من أفراد عينة الدراسة ساهم الفيس بوك في التقليل من نسبة زيارتهم لأقاربهم موزعة بنسبة **31.03%** من الذكور و **55.17%** من الإناث، قابلتها نسبة **13.79%** من الذين أجابوا بان الفيس بوك لم يقلل من زيارتهم لأقاربهم موزعة بنسبة **10.34%** من الذكور و **3.44%** من الإناث، وعليه يمكننا القول أن موقع الفيس بوك ساهم بنسبة كبيرة في التقليل من زيارات الأقارب لدى الشباب الجامعي ولعل ذلك راجع لما يتيح الموقع من سهولة في التواصل بالإضافة إلى التقليل من الوقت والجهد والتكلفة، ولهذا أصبح الشباب يحبذ التواصل عبر الفيس بوك

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

عوضاً عن التنقل لزيارة الأقارب، وهذا ما نلاحظه حتى في الأعياد والمناسبات حيث أصبح الشباب يتبادلون التهاني في الواقع الافتراضي بدلاً من الواقع الحقيقي.

الجدول رقم (18) يوضح مدى إطلاع الشباب الجامعي على آخر صيحات الموضة وقصات الشعر المتداولة عبر الفيس بوك

سؤال رقم (15) هل تطلع على آخر صيحات الموضة وقصات الشعر المتداولة عبر الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
89.65%	26	58.60%	17	31.03%	09	نعم
10.34%	03	00%	00	10.34%	03	لا
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) الذي يوضح مدى إطلاع الشباب الجامعي على آخر صيحات الموضة وقصات الشعر المتداولة عبر الفيس بوك، أن أغلب ذكور عينة الدراسة يطلعون على هذه المضامين وذلك بنسبة **31.03%** تقابلها نسبة **10.34%** من الذكور الذين لا يطلعون على هذه المضامين، بينما الإناث الذين يطلعون على هذه المضامين جاءت نسبتهم **58.60%** لهذه النسبة تمثل كل الإناث الموجودين في عينة الدراسة. و هذا راجع الى الخيارات الواسعة التي يتيحها الموقع لمختلف الاذواق خصوصا، مع الاعتماد على جمالية الصورة مما جعله منبرا للتسويق الالكتروني يساعد

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

على اقتصار الوقت و الجهد مما يساعد الشباب و خاصة فئة الاناث على الاطلاع على الموضة الرائجة و التسوق لعدم إمكانية العديد منهم الخروج للتسوق في الكثير من الاحيان.

الجدول رقم (19) يوضح مدى تبني الشباب الجامعي للموضة المتداولة عبر الفيس بوك

سؤال (16) هل تتبنى الموضة المتداولة عبر موقع الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
62.06%	18	44.82%	13	17.24%	05	نعم
37.93%	11	13.79%	04	24.13%	07	لا
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (19) الذي يوضح مدى تبني الشباب الجامعي للموضة المتداولة في الفيس بوك ان نسبة 24.13% من الذكور لا يتبنون الموضة المتداولة عبر الفيس بوك على الرغم من أن أكثرهم يتابعونها ويطلعون عليها وذلك ما وضحته نتائج الجدول السابق أن نسبة 31.03% يطلعون على الموضة المتداولة في الفيس بوك، وقابلتها نسبة 17.24% من الذكور الذين يتبنون الموضة المتداولة عبر موقع الفيس بوك في حين قدرت نسبة الإناث الذين يتبنون الموضة المتداولة في الموقع بـ 44.82%، و يمكن تفسير ذلك برغبتهم في مواكبة العصر، وقابلتها نسبة 13.79% من الفتيات الذين لا يتبنون هذه الموضة في حياتهم الواقعية على الرغم من إطلاعهم عليها

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

وذلك أيضا ما وضحته نتائج الجدول السابق أن كل إناث عينة الدراسة يطلعون على الموضة المتداولة عبر الفيس بوك لكن نسبة معينة منهم لا يتبنونها في الواقع.

الجدول رقم (20) يوضح طبيعة الموضة المتداولة عبر الفيس بوك

سؤال (17) إن كانت الإجابة بنعم هل هذه الموضة تتماشى مع؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
16.66%	03	11.11%	02	5.55%	01	عادات وتقاليد المجتمع الجزائري
83.33%	15	61.11%	11	22.22%	04	عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية
100%	18	72.22%	13	27.77%	05	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) الذي يوضح نوع الموضة المتداولة عبر الفيس بوك حسب رأي أفراد العينة الذين يتبعون هذه الموضة، فجاءت نسبة الذكور الذين أجابوا بأن هذه الموضة تتماشى مع عادات وتقاليد المجتمع الجزائري **5.55%** قابلتها نسبة **11.11%** بالنسبة للإناث الذين أكدوا أيضا بأن هذه الموضة تتماشى مع عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، وقدرت نسبة الذكور الذين أجابوا بأن هذه الموضة تتماشى مع عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية بـ **22.22%**، قابلتها نسبة **61.11%** من الإناث الذين يؤكدون على ذلك، وعليه يمكننا القول أن أغلب أفراد عينة الدراسة الذين يتبعون الموضة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

المتداولة في الفيس بوك في حياتهم الواقعية يؤكدون على ان هذه الموضة تتماشى مع عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية وذلك بنسبة **83.33%** و هذا راجع الى غزو السوق الاجنبية للسوق الجزائرية، خاصة المنتجات التركية و الصينية مما ادى الى تحويل هذا الغزو حتى في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (21) يوضح مدى إعتاد الشباب الجامعي على الفيس بوك لشراء مقتنياته الخاصة

سؤال (18) هل تستند في قرارات شرائك لمقتنياتك الخاصة على الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%62.06	18	%44.82	13	%17.24	05	نعم
%37.93	11	%13.79	04	%24.13	07	لا
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) الموضح لمدى إعتاد الشباب الجامعي على الفيس بوك لشراء مقتنياته الخاصة، أن نسبة **17.24%** من الذكور يعتمدون على الفيس بوك لشراء مقتنياتهم، قابلتها نسبة **44.82%** من الإناث الذين يعتمدون على الفيس بوك للقيام بذلك، بينما جاءت نسبة الذكور الذين لا يعتمدون على الموقع لشراء مقتنياتهم **24.13%** تقابلها نسبة **13.79%** من الإناث الذين لا يعتمدون على الموقع للقيام بذلك.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (22) يوضح الأساس الذي من خلاله يختار الشباب الجامعي مقتنياته من موقع الفيس بوك

سؤال (19) إذا كانت الإجابة نعم على أي أساس تختار هذه المقتنيات؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
61.1%	11	38.88%	07	22.22%	04	على أساس صور وفيديوهات المنتوجات
11.11%	02	11.11%	02	00%	00	على أساس عدد الإعجابات
27.77%	05	22.22%	04	5.55%	01	على أساس تعليقات الآخرين
100%	18	72.22%	13	27.77%	05	المجموع

اتضح لنا من خلال الجدول رقم (22) الموضح للأساس الذي من خلاله يختار الشباب الجامعي مقتنياته من موقع الفيس بوك ان أكبر نسبة جاءت لخيار "على أساس صور وفيديوهات المنتوجات" والمقدرة بـ 61.1% موزعة على 22.22% من الذكور وتقابلها نسبة 38.88% من الإناث، ويليهما خيار "على أساس تعليقات الآخرين بنسبة 27.77% موزعة على 5.55% ذكور، و 22.22% إناث، وجاءت أقل نسبة لخيار "على أساس عدد الإعجابات" بنسبة 11.11% وهذا بالنسبة للإناث، أما الذكور فكانت

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

النسبة 00%، ويمكننا القول أن أكبر نسبة جاءت لخيار "على أساس صور وفيديوهات المنتج" وذلك راجع للأثر الذي تحدثه الصورة في نفوس المتلقين وبالتالي يتأثر بتلك الصورة ويشترى المنتج دون أن يراه في الواقع، وبعدها جاء خيار "على أساس تعليقات الآخرين" وذلك لأن الأغلبية من الشباب يتبعون الذوق العام وبالتالي إذا أرادوا إقتناء منتج معين يذهبون للتعليقات أن كانت أغلبها ايجابية فإنهم يقومون بإقتناء المنتج وإن كانت سلبية فإنهم يتخلون عنه، وجاءت أقل نسبة لخيار على أساس عدد الإعجابات وبالتالي اتضح لنا أن عدد الإعجابات ليس لديهم أثر كبير في اختيار الشباب الجامعي لمقتنياته الخاصة.

الجدول رقم (23) يوضح مدى تقليد الشباب الجامعي لعادات وأنماط الأكل والشرب المتداولة في الفيس بوك

سؤال رقم (20) هل تحاول تقليد عادات وأنماط الأكل و الشرب المتداولة في الفيس بوك؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
93.10%	27	58.60%	17	34.48%	10	نعم
6.89%	02	00%	00	6.89%	02	لا
100%	29	58.60%	17	41.37%	12	المجموع

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تبين لنا من خلال الجدول رقم (23) الذي يوضح تقليد الشباب الجامعي لعادات وأنماط الأكل والشرب المتداولة في الفيس بوك أن أكبر نسبة والمقدرة بـ **93.10%** من أفراد عينة دراستنا يحاولون تقليد أنماط الأكل والشرب المتداولة في الموقع والموزعة على **34.48%** من الذكور، قابلتها نسبة **58.60%** من الإناث، في حين قدرت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين لا يحاولون تقليد أنماط وعادات الأكل والشرب المتداولة في الفيس بوك **6.89%** وهذه النسبة متعلقة بالذكور فقط لأن نسبة الإناث الذين لا يحاولون تقليد أنماط الأكل والشرب المتداولة في الفيس بوك **00%**. وهذا راجع الي خاصية التفاعلية التي يتميز بها الموقع و سرعة انتشار هذه العادات في اوساط مستخدميهم و انبهارهم و اعجابهم بكل ما هو متداول في هذا الفضاء الافتراضي.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (24) يوضح نوع المأكولات والمشروبات التي يحاول الشباب الجامعي تقليدها

سؤال رقم (21) إن كانت الإجابة بنعم ما نوع هذه المأكولات والمشروبات؟

المجموع		الجنس				الخيارات
		أنثى		ذكر		
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%44.44	12	%29.62	08	%14.81	04	مأكولات تقليدية (كسكس- شخشوخة- زفيطي- لبن...)
%55.55	15	%33.33	09	%22.22	06	مأكولات أجنبية (بيتزا- شاورما- بانيني- كوكاكولا- بيبيسي...)
%100	27	%58.60	17	%37.03	10	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) الموضح لنوع المأكولات والمشروبات التي يحاول الشباب الجامعي تقليدها أن %44.44 من أفراد عينة الدراسة يحاولون تقليد مأكولات ومشروبات تقليدية، موزعة على %14.81 من الذكور و %29.62 من الإناث، قابلتها نسبة %55.55 من أفراد عينة الدراسة يحاولون تقليد المأكولات الأجنبية المتداولة في الفيس بوك موزعة على %22.22 من الذكور، و %33.33 من الإناث وعليه يمكننا القول أن أغلب أفراد عينة الدراسة يحاولون تقليد المأكولات الأجنبية، وذلك راجع إلى طبيعة الشباب بصفة عامة الذي يجذب هذا النوع من المأكولات على حساب المأكولات التقليدية، بالدرجة الأولى وإلى ظروف الشباب الجامعي الذي يقضي معظم يومه

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

في الجامعة وبالتالي يكون لديه وقت قصير لتناول وجبة الغداء خاصة وعليه يضطر إلى التوجه إلى أماكن بيع الأكل السريع (FAST FOOD) والتي تعرض في أغلبها أكالات خفيفة أصلها أجنبية.

جدول رقم (25) يوضح مدى اعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بمظهرهم وصحتهم الجسدية والنفسية

سؤال رقم (22) هل تعتمد على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بمظهرك وصحتك الجسدية والنفسية؟

المجموع	الجنس				الخيارات	
	أنثى		ذكر			
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	
%82.75	24	%58.60	17	%24.13	07	نعم
%17.24	05	%00	00	%17.24	05	لا
%100	29	%58.60	17	%41.37	12	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (25) الموضح لمدى إعتناء الشباب الجامعي على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بمظهرهم وصحتهم الجسدية والنفسية أن أكبر نسبة جاءت لخيار نعم والمقدرة بـ **82.75%** موزعة على **24.13%** من الذكور و **58.60%** من الإناث هذه النسبة تمثل كل الإناث الموجودين في عينة الدراسة أي أن الإناث يعتمدون أكثر على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بصحتهم الجسدية والنفسية، في حين جاءت نسبة الذكور الذين لا يعتمدون على الموقع للقيام بذلك

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

17.24%، ويمكن تفسير تباين النسب بين الذكور و الإناث الى الطبيعة السيكولوجية للإناث، الذين يتأثرون أكثر من الذكور بالإعلانات التسويقية و الصورة و منشورات الإهتمام بالموضة والصحة الجسدية و النفسية.

عرض نتائج الدراسة

توصلت الدراسة الميدانية التي أجريناها على طلبة جامعة الشيخ العربي التبسي، سنة أولى ماستر، إتصال تنظيمي، بالإعتماد على أداة إستمارة الإستبيان لجمع البيانات وتفريغها وتحليلها توصلنا إلى جملة من النتائج وهي كالآتي:

أولاً: النتائج الخاصة بفرضيات الدراسة

1- النتائج الخاصة بالفرضية الأولى: "هناك مكانة لمواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" لدى الشباب الجامعي الجزائري"

- أفاد أفراد العينة بنسبة **44.82%** إلى أنهم يستخدمون موقع الفيس بوك من 03 إلى 05 سنوات تليها نسبة **34.47%** من أفراد العينة الذين يستخدمون الموقع منذ أكثر من 05 سنوات وهذا ما يؤكد شيوع استخدام الفيس بوك وانتشاره في أوساط الطلبة الجامعيين منذ زمن بعيد.

- أكد اغلب أفراد عينة الدراسة على أنهم يستخدمون الموقع أكثر من 05 ساعات وذلك بنسبة **65.5%** وهذه النسبة تعكس المدة الزمنية الكبيرة التي يقضيها الشباب الجامعي في استخدام الفيس بوك ولعل هذا راجع للميزات التي يتيحها هذا الأخير التي تشبع وتلبي حاجات الشباب الجامعي في كافة المجالات.

- أجمع أفراد عينة الدراسة بنسبة **96.53%** على أن موقع الفيس بوك وسيلة للحصول على المعرفة وهذا ما يؤكد أن الشباب الجامعي يعتمد على الموقع من أجل معرفة الأخبار والمستجدات والحيثيات والحصول على المعلومات المتعلقة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- بكافة المجالات بصفة كبيرة جدا إن لم نقل مطلقة وهذا ما أدى إلى حدوث تراجع كبير في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية من أجل الحصول على المعرفة.
- تبين لنا أن نسبة **39.65%** من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك بهدف التواصل مع الأصدقاء والأقارب، وذلك راجع لسهولة التواصل والتفاعل عبر الموقع بأقل تكلفة وجهد ووقت تليها الحصول على معلومات إجتماعية بنسبة **27.58%** ومن ثم الحصول على معلومات ثقافية لتأتي الحصول على معلومات سياسية في المرتبة الأخيرة وهذا راجع لإهتمامات الشباب الجامعي والتي عادة تتباين وتختلف بين الإناث والذكور وهذا ما أسفرت عنه نتائج الدراسة.
 - من جهة أخرى قدرت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يحبذون الصفحات الدولية بأكبر نسبة والمقدرة بـ **37.83%** على غرار جنسهم، وهذا راجع لما تتيحه هذه الصفحات من معلومات في كافة المجالات، وخاصة السينما، والرياضة، والفن، التي تلي حاجات ورغبات الشباب الجامعي، في حين قدرت نسبة أفراد العينة الذين يحبذون الصفحات الوطنية بنسبة **27.02%** لتليها الصفحات العالمية ومن ثم المحلية وهي خيارات تتعلق بمستوى عينة الدراسة وإهتماماتهم وأولوياتهم إزاء ما يفضلونه من صفحات فيسبوكية تتماشى مع هذه الاهتمامات.
 - من خلال النتائج السالفة الذكر والتي أسفرت عنها دراستنا يمكننا الإثبات النسبي لصحة الفرضية الأولى والتي مفادها: "أن هناك مكانة لمواقع التواصل الإجتماعي الفيس بوك" لدى الشباب الجامعي الجزائري"

النتائج الخاصة بالفرضية الثانية: "أعدت مواقع التواصل الإجتماعي إنتاج القيم الإجتماعية لدى الشباب الجامعي"

- أسفرت نتائج الدراسة أن الفيس بوك يعتبر وسيلة لتوسيع العلاقات الإجتماعية بنسبة **82.75%** وهذا ما يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على الموقع لتوطيد

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- علاقاتهم الإجتماعية فضلا عن تكوين علاقات جديدة وذلك نظرا لما يتيح الفيس بوك من إمكانية التواصل والتفاعل في أي زمان ومكان دون أدنى عائق.
- أكد أفراد عينة الدراسة بنسبة **100%** على أن الفيس بوك وسيلة لإذابة الحواجز بين الجنسين الإناث والذكور وهذا ما يثبت الحرية التي يجدها كلا الجنسين للتواصل من خلال الموقع دون عوائق أو قيود التي تواجههم عندما يتواصلون في الواقع، من قيود إجتماعية أو نفسية وغيرها وبالتالي ساهم الفيس بوك في إزالة تلك القيود التي تحول دون تواصل الجنسين بكل حرية وهذا قد يفرز نتائج سلبية أحيانا .
 - اتضح لنا أن نسبة **28.30%** يحبذون الصداقات الدولية، قابلتها نفس النسبة والمقدرة **28.30%** من أفراد عينة الدراسة الذين يفضلون الصداقات الوطنية ونسبة **24.52%** من الذين يفضلون الصداقات العالمية، ونسبة **18.86%** اختاروا صداقات محلية، وتشير نسبة إختيار الصداقات الدولية والعالمية إلى أن أفراد عينة الدراسة يفضلونها دون غيرها ولعل ذلك يرجع إلى الفضول وحب الإطلاع على الثقافات الأخرى وما تحمل في طياتها من عادات وتقاليد وقيم مختلفة عن تلك الموجودة عند أفراد عينة الدراسة، وبالتالي قد يتأثرون من خلال هذه الصداقات.
 - أشار **75.85%** من أفراد عينة الدراسة إلى أن المضامين المتداولة عبر موقع الفيس بوك تتماشى مع الذوق العام، ولعل هذا راجع للقيود الإجتماعية وعادات وتقاليد وقيم المجتمع الجزائري الواجب إحترامها مهما أتاح لنا هذا الموقع من حرية.
 - أفاد **68.96%** من أفراد عينة الدراسة على أنهم يعتمدون على موقع الفيس بوك لمعرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية، ونسبة **31.02%** من الذين يعتمدون عليه لمعرفة عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، وهذا ما يشير إلى تفضيل عينة الدراسة لما هو متعلق بالمجتمعات الأجنبية دون المجتمع الجزائري.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- من جهة أخرى صرح عدد من المبحوثين وبنسبة **44.82%** على أنهم يقومون بإلغاء الشخص الذي يتعارضون معه في الفيس بوك، قابلتها نسبة **27.58%** الذين أجابوا أنتشاجر معه ولعل هذا يرجع لطبيعة الشباب الجزائري المتعصب لرأيه، فيما صرحت نسبة **24.13%** من عينة الدراسة بأنها تحترم من تتعارض معه عبر الموقع وهذا كذلك يفسر وجود فئة معينة من الشباب الجامعي الذين لديهم نوع من ثقافة الحوار واحترام الآخر حتى في الواقع الافتراضي، وبقيت نسبة **3.44%** من الذين اختاروا اللامبالاة.
- أجمع أفراد عينة الدراسة بنسبة **100%** على أنهم يتفاعلون مع منشورات طلب المساعدة على غرار جنسهم، ولعل هذا راجع لطبيعة الشباب الجزائري بصفة عامة والشباب الجامعي بصفة خاصة المحب للمساعدة والتضامن حتى ولو بأشياء معنوية.
- أشار **62.02%** من أفراد عينة الدراسة أن تفاعلهم مع منشورات المساعدة، يكون من خلال تقديم مساعدات معنوية، ولعل هذا يرجع إلى خصائص الشباب الجامعي الذين أغلبهم لا يزالون يزاولون دراستهم، وبالتالي إمكانياتهم المادية تكون محدودة.
- من جهة أخرى أكد المبحوثين وبنسبة **86.20%** على أن الفيس بوك ساهم في التقليل من زياراتهم لأقاربهم وهذا ما يشير إلى أنهم أصبحوا يتواصلون مع بعضهم من خلال المجموعات الافتراضية، حتى في المناسبات والأعياد دون تكليف أنفسهم عناء التنقل، وبالتالي كانت هناك نتائج سلبية وهي التقليل الكبير من نسبة صلة الرحم، مع عدم إنكار النتائج الايجابية وهي سهولة التواصل في أي زمان ومكان.
- وعليه يمكننا الإثبات النسبي لصحة الفرضية الثانية والتي مفادها: "أعدت مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" إنتاج القيم الإجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري"

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

النتائج الخاصة بالفرضية الثالثة: "ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" في إعادة إنتاج القيم الجمالية"

- أجمع **89.65%** من المبحوثين على أنهم يطلعون على آخر صيحات الموضة المتداولة في الفيس بوك، وهذا راجع للميزات العديدة للموقع والذي أصبح يعتمد عليه للقيام بالتجارة الإلكترونية، فضلا عن الصفحات التي لا تحصى والتي تروج للموضة الرائجة في مختلف أنحاء العالم.
- أسفرت نتائج الدراسة بنسبة **62.06%** على أن المبحوثين يتبنون الموضة المتداولة في الفيس بوك في حياتهم اليومية أي أنهم فضلا عن متابعتهم لها كذلك يتبنونها في الواقع، بينما أجابت نسبة **37.93%** بأنهم لا يتبنون هذه الموضة في الواقع الحقيقي بالرغم من أن نسبة **27.59%** منهم يتابعونها عبر الموقع.
- أكد **83.33%** من أفراد عينة الدراسة على أن الموضة المتداولة عبر الموقع تتماشى مع عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية وهذا ما يثبت على أن الشباب الجامعي الذي يتبع هذه الموضة ويحبذها في حياته الواقعية، هو يتابع موضة أجنبية تتماشى بنسبة كبيرة مع قيم وعادات المجتمعات الأجنبية.
- أثبتت **62.06%** من المبحوثين على أنهم يعتمدون على الفيس بوك في شراء مقتنياتهم الخاصة وهذا نظرا لما يتيح الموقع من معلومات في كافة المجالات، في حين أجاب **37.93%** من المبحوثين على أنهم لا يعتمدون على الموقع للقيام بذلك.
- أسفرت نتائج الدراسة على أن **61.1%** من أفراد عينة الدراسة يختارون مقتنياتهم من موقع الفيس بوك على أساس صور وفيديوهات المنتجات وهذا ما يجسد التأثير الكبير لثقافة العولمة التي يعد من أهم خصائصها التركيز على ثقافة الصورة، فيما ذهبت نسبة **27.77%** من أفراد العينة إلى أنهم يختارون مقتنياتهم على أساس تعليقات الآخرين وهذا ما يشير إلى أنهم يفضلون إتباع الذوق العام.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- فيما أجمع المبحوثين بنسبة **93.10%** بأنهم يقلدون أنماط الأكل المتداولة في الفيس بوك، في حين ذهبت نسبة **6.89%** أنهم لا يقلدونها.
- أجاب **55.55%** من أفراد عينة الدراسة بأنهم يفضلون المأكولات الأجنبية ولعل ذلك يرجع لخصائص عينة الدراسة والمتمثلة في الشباب الجامعي الذي عادة ما يفضل المأكولات الخفيفة على حساب المأكولات التقليدية، والتي عادة ما يفرضها عليه وضعه بحكم بقاءه لمدة طويلة في الجامعة.
- أوضحت نتائج الدراسة بنسبة **82.85%** أن المبحوثين يعتمدون على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بمظهرهم وصحتهم النفسية والجسدية، في حين ذهب **17.24%** على أنهم لا يعتمدون على الموقع للقيام بذلك.
- ومما سبق يمكننا الإثبات النسبي ل
- صحة الفرضية الثالثة: والتي مفادها: أن "مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" ساهمت في إعادة إنتاج القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري"

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

- إذا كانت دراسة (رمزي جاب الله 2018) المعنونة بـ "القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي"، توصلت إلى أنه **57.5%** من عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من 05 سنوات وبهذا فهي اتفقت مع دراستنا الحالية التي أكدت أن **44.82%** من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من 05 سنوات وهي أعلى نسبة توصلنا إليها مقارنة بالخيارات الأخرى، اتفقت كذلك هذه الدراسة مع دراستنا في المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في استخدام الفيس بوك حيث توصل الباحث إلى أن **40.50%** من أفراد عينته يقضون أكثر من 03 ساعات يوميا في استخدام صفحات الفيس بوك ويرى ما نسبته **40.15%** أن استخدامهم اليومي لصفحات الفيس بوك يتراوح من ساعة إلى 03 ساعات وكذلك دراستنا التي توصلنا فيها أن **65.5%** يستخدمون "الفيس بوك"

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

أكثر من 05 ساعات يوميا، و **24.13%** يستخدمونه من 03 إلى 05 ساعات، من جهة أخرى تعارضت هذه الدراسة مع دراستنا في المجال الجغرافي للصفحات الفاييسبوكية المفضلة عند المبحوثين فقد أشارت نتائج دراسة الباحث أن **33.12%** من أفراد العينة يفضلون الصفحات الوطنية وكأعلى نسبة توصل إليها و **29.75%** يفضلون الصفحات الدولية، في حين توصلت دراستنا إلى أن **37.83%** من أفراد عينة الدراسة يحبذون الصفحات الدولية وهي أعلى نسبة توصلت إليها الباحثان، ونسبة **27.02%** يحبذون الصفحات الوطنية.

- أما بالنسبة لدراسة **(الخنساء تومي 2017)** الموسومة بـ **"دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي"** اتفقت مع دراستنا الحالية فيما يخص نقص نسبة صلة الرحم لدى الشباب الجامعي بسبب موقع الفيس بوك وذلك بنسبة **86.20%** حيث توصلت إلى أن **55.4%** من المبحوثين يهتمون أحيانا "بصلة الرحم".
- اتفقت هذه الدراسة أيضا مع دراستنا فيما يخص المضامين الإعلامية التي تأثر على طريقة اللباس والموضة بشكل عام وحتى قصات الشعر بنسبة **91.3%** وهو ما جعل الشباب في حالة وعي مزيف على حد تعبير ماركيز "حيث تقول أن موضة اللباس وقصات الشعر ما هي إلا انعكاس لما يعرض عبر وسائل الإعلام في بهرجة تبهر الشباب، ومؤخرا انتشرت بالمجتمعات العربية ظاهرة جديدة لها علاقة كبيرة ومتجاذبة مع الثقافة الاستهلاكية، وهي ظاهرة "الفاشنيستا" ويقصد بها عرض آخر الموضات في اللباس والأكل وكل شيء عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكل فخر، وهو شيوع واضح للثقافة الاستهلاكية الفاسدة هابطة المستوى التي تؤثر على فكر الشباب الجامعي الذي يبحث عن قدوة ضمن هذه المواقع العنكبوتية، وبالتالي تكون قد اتفقت مع دراستنا فيما يخص إتباع المبحوثين للموضة المتداولة في الفيس بوك بنسبة **62.06%**، وتقليدهم لأنماط وعادات الأكل المتداولة في الفيس بوك والتي أجمعوا على أنها تتماشى مع عادات وتقاليد أجنبية بنسبة **93.10%**.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

- أما عن دراسة (محمد علي الفهري 2019) التي جاءت تحت عنوان "إستخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وانعكاساته على العلاقات الأسرية والإجتماعية" فقد تعارضت مع الدراسة الحالية، فيما يخص عدد الساعات التي يستخدم الشباب الجامعي فيها موقع الفيس بوك كانت أعلى نسبة بواقع ساعتين إلى ثلاثة ساعات، على عكس دراستنا التي توصلنا فيها إلى أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع أكثر من 05 ساعات، في حين اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا فيما يخص تأثير الفيس بوك على العلاقات الأسرية حيث كانت الإجابة "يعدني عن زياراتي العائلية" بنسبة مرتفعة، وتوصل إلى أن هذه النتيجة تدل على أن الفيس بوك أحدث تأثير سلبي على العلاقات الأسرية من حيث الترابط والتواصل، وهذا ما توصلنا إليه أن 86.20% ساهم الفيس بوك في التقليل من نسبة صلة الرحم لديهم.
- أما فيما يخص دراسة (أحمد محمد الزبون وآخرون 2017) بعنوان "درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية" فقد إتفقت مع دراستنا فيما يخص عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في الفيس بوك حيث توصل إلى أنهم يستخدمونه لمدة 06 ساعات فأكثر بأعلى نسبة، وهذا ما توصلت إليه دراستنا بان أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع لمدة 05 ساعات فأكثر كأعلى نسبة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

النتائج العامة:

من خلال دراستنا التي تتمحور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري يمكننا ان نستخلص مايلي:

الإستخدام المكثف لموقع الفيس بوك مما ادى الى التاثر السريع بالمضامين المتداولة فيه.

إعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك للحصول على المعرفة بإعتباره و وسيلة إعلامية تغطي كل الاخبار في كافة المجالات.

يعد الفيس بوك وسيلة لإذابة الحواجز بين الجنسين و يعمل على تطوير العلاقات الاجتماعية و تكوين علاقات اخرى.

للفيس بوك دور في التأثير على الشباب الجامعي و نمط عيشه مما يهدد النسق القيمي الخاص به و بمجتمعه.

عمل الفيس بوك على إعادة إنتاج القيم الاجتماعية و الجمالية للشباب الجامعي و احلالها بصبغة جديدة عادة ما تكون اجنبية و مغايرة تماما لما كانت عليه.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

التوصيات

- 1- ضرورة تحصين الطلبة من مضار الإستخدامات السلبية لمواقع التواصل الإجتماعي وذلك من خلال الوعظ والإرشاد وعقد ندوات توعوية لبيان سلبيات الإستخدامات السيئة لهذه المواقع على قيم الطالب الجامعي.
- 2- توعية الأسرة ومؤسسات التنشئة الإجتماعية بدورها في عملية عرض القيم وتنشيتها لدى الجيل الجديد وتحصينه من أخطار الغزو الثقافي والتقليد الأعمى.
- 3- الحرص على تربية الضمير والرقابة الذاتية وتنمية الوازع الديني لدى الشباب.
- 4- العمل على تظافر الجهود من أجل الحفاظ على مبادئنا وقيمنا والتصدي للغزو الثقافي وكل ما يؤدي لمحو القيم الثقافية والروحية للمجتمع.
- 5- تضمين أخلاقيات ومعايير إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في المناهج والمقررات الدراسية الجامعية بهدف إكساب الشباب الجامعي أخلاقيات التعامل الإلكتروني وفق المنظومة القيمية للمجتمع.

الأخاتمة

خاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على "دور مواقع التواصل الإجتماعي "الفييس بوك" في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري" وذلك نظرا للأهمية الكبرى التي اكتسبتها مواقع التواصل الإجتماعي في وقتنا الراهن، حيث أصبحت أحد أهم المؤثرات الفاعلة في العديد من المواقف والقضايا والمواضيع خاصة موضوع القيم التي كانت تعتبر لوهلة أنها ثابتة وصعبة التغيير إلا أن هذه الموازين انقلبت في ظل تكنولوجيا الإتصال وتنامي موجات العولمة وظهور شبكات التواصل الإجتماعية، حيث برزت لنا قيم إجتماعية وجمالية معينة وإختفت قيم أخرى خاصة مع ميل الشباب إلى التجديد والتحرر والتغيير والاستخدامات الغير انتقائية والغير واعية لهذه المواقع، مما أحدث أثر واضح على المنظومة القيمية للمجتمع بصفة عامة وللمنظومة القيمية للشباب والشباب الجامعي بصفة خاصة وهذا ما أثبتته وأكدته عليه نتائج الدراسة أن لموقع الفييس بوك أهمية ومكانة لدى الشباب الجامعي جعلت منه مصدرا ومنبعا يستلهم منه هذا الأخير أفكاره ومعلوماته وكافة رغباته وحاجاته وبالتالي جعله يتأثر بكل ما هو رائج ومتداول عبره من أنماط العيش المتمثلة في طريقة اللباس والأكل وحتى الحديث والتصرف مع الآخرين، وهذا التأثير جعل الشباب ينساق إلى ثقافات أخرى عادة ما تكون أجنبية، مكنته من إكتساب قيم وعادات وتقاليد جديدة مغايرة تماما لعاداته وتقاليده التي إكتسبها من دينه ومجتمعه، وبالتالي طمس ودحض قيمه الأصلية أو إعادة تشكيلها بصيغ وطرق أخرى مغايرة تماما لما كانت عليه، وبالتالي يمكننا القول أن تأثير مواقع التواصل الإجتماعي "الفييس بوك" يتوقف على طريقة الإستخدام الواعي لها وانتقاء المضامين السليمة التي تتماشى والقيم المجتمعية بالإضافة إلى الحرص على تربية الضمير وزيادة الرقابة الذاتية لتحويل مواقع التواصل الإجتماعي إلى أداة تخدم القيم السامية داخل المجتمع.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

1- القرآن الكريم

ثانياً: المعاجم والقواميس

1- أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، ط-1، الجزء -12، المجلد-7، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2003.

2- أديب اللجمي و آخرون، المعجم المحيط، ط-2، الجزء-3، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1994.

3- الجوهري، الصحاح، ج-5، ط-2.

4- إبراهيم أنيس و آخرون، المعجم الوسيط، ط-2، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1979.

5- ابن منظور، لسان العرب، المجلد-2، ط-6، دار صادر، بيروت، لبنان 2008.

6- ستيفان شوفاليه، كريستيان شوفري، معجم بورديو، ترجمة الزهرة إبراهيم، علي مولا للدراسات و النشر و التوزيع، 2013.

7- مجد الدين بن محمد فيروز أبادي، القاموس المحيط، ط-1، إحياء التراث العربي، بيروت، 2003.

8- مجموعة من المشاركين، معجم الوسيط، ط-1، مكتبة الشروق 2004.

9- marcel danes dictionary of media and communication 2009 m-e

sharpe new york

ox ford.learning pocket ,.dictionary, 4, edition, 2008 ,p18

le robert . dictionnaire de la langue francaise p 1227

قائمة المصادر والمراجع

ثالثاً: الكتب باللغة العربية

1. احمد مرسلي، منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ط -2-، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. حسين محمود هيتمي السيد الحسني و آخرون، دراسات في التنمية الإجتماعية، دار المعارف، القاهرة، 1983.
3. العيسوي عبد الرحمن محمد، جنوح الشباب المعاصر و مشكلاته، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2004.
4. المهدي المنجرة ، قيمة القيم ، ط -2- ، مزيدة ، دون تاريخ.
5. إبراهيم محرم، البرامج الإجتماعية في التنمية الريفية ،سلسلة التنمية الريفية المعاصرة دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1997.
6. إسماعيل عبد الفتاح ، القيم السياسية في الإسلام ، الدار الثقافية للنشر ، القاهرة ، 2001.
7. ابن خلدون عبد الرحمان ،المقدمة ،بيروت ، 1976.
8. جمال مختار ، حقيقة الفيس بوك عدو أو صديق ،متروبول للطباعة ، القاهرة ، 2008.
9. حسين محمود الهيتمي ، العلاقات العامة و شبكات التواصل الإجتماعي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2015م.
10. خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الإجتماعية ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2013م.
11. رابح تركي ، مناهج البحث في علوم التربية و علم النفس ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1984م.
12. رشيد زرواتي ، منهجية البحث العلمي في الإعلام و الإتصال ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2004م.
13. زكرياء عبد العزيز محمد ، التلفزيون و الفيم الإجتماعية للشباب و المراهقين ، مركز الإسكندرية للكتاب ، 2002م.

قائمة المصادر والمراجع

14. سيد محمد عبد العال ، المدخل إلى علم النفس الإجتماعي ، مكتبة سعيد رأفت ، 1980م.
15. سعيد حسني العزة ، دليل المرشد التربوي ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2006م.
16. صادق عباس ، الإعلام الجديد "المفاهيم و الوسائل و التطبيقات" ، دار الشروق ، 2008م.
17. صالح قنصوة ، نظرية القيمة في الفكر المعاصر ، دار الثقافة للنشر و الطباعة ، القاهرة ، 1980م.
18. صبحي سيد ، الشباب و أزمة التعبير ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر ، 2002م.
19. عادل عز الدين الأشول ، علم النفس النمو ، المكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة ، 1982م.
20. عبد الله ، مجدي أحمد محمد ، أزمة الشباب و مشاكله بين الواقع و الطموح "رؤية سيكولوجية معاصرة" ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2013م.
21. عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر العربي، الإسكندرية، ب-ت.
22. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الإجتماعي و السلوك الإنساني ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015م.
23. عبد اللطيف محمد خليفة ، إرتقاء القيم " دراسة نفسية" ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الأدب للكتاب ، 2002م.
24. عزت حجار ، الشباب العربي و مشكلاته ، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الادب ، الكويت ، 1985م.
25. عزت عطوي ، أساليب البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتاب للنشر و التوزيع و الطباعة ، القاهرة ، 2000م.

قائمة المصادر والمراجع

26. علي أبو العينين ، القيم الإسلامية و التربوية ، مكتبة إبراهيم حلي ، المدينة المنورة ، 1977م.
27. علي بن شويل القرني ، الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلي الإعلام الإجتماعي و صحافة المواطن ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض ، 2011م.
28. علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الإجتماعي" ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2014م.
29. علي عربي ، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، مخبر علم الإجتماع و الإتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، ط-2- ، 2009م.
30. علياء سامي عبد الفتاح ، الأنترنت و الشباب دراسة آليات التفاعل الإجتماعي ، دار العالم العربي ، القاهرة ، 2002م.
31. غيث محمد عاطف ، قاموس علم الإجتماع ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1997م.
32. فارس راتب الأشقر ، إزدواجية القيم لدى الطلبة ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012م.
33. فوزية دياب ، القيم و العادات الإجتماعية مع البحث الميداني لبعض العادات الإجتماعية ، ط-2- ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1980م.
34. فيصل محمود غرايبية ، العمل الإجتماعي في مجال رعاية الشباب ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009م.
35. كامل محمد العربي ، أساليب البحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، عمان ، 2007م.
36. كمال طارق ، حافظ نور ، المشكلات الإجتماعية في المجتمع المعاصر "الإدمان و البطالة" ، مؤسسات شباب الجامعات ، الإسكندرية ، مصر 2009م.
37. ماجد الزيود ، الشباب و القيم في عالم متغير ، دار الشروق ، الأردن ، 2006م.
38. ماجد زكي الجلاذ ، تعلم القيم و تعليمها ، ط-2- ، الأردن 2007م.

قائمة المصادر والمراجع

39. محمد صاحب سلطان ، وسائل الإعلام و الإتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012م.
40. محمد إسماعيل قباري ، المدخل إلي علم الإجتماع المعاصر ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1979م.
41. محمد أحمد بيومي ، القيم و موجهاات السلوك الإجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، 2006م.
42. محمد سيد فهمي ، العولمة و الشباب من منظور إجتماعي ، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، 2009م.
43. محمد علي محمد ، الشباب العربي و التغيير الإجتماعي ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، 1985م.
44. مصطفى بوتفوشة ، العائلة الجزائرية التطور و الخصائص الحديثة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر
45. مليكة لبديري ، الزواج و الشباب الجزائري إلى أين؟ ، دار المعرفة ، الجزائر ، 2005م.
46. منال هلال مزاهرة ، نظريات الإتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الأردن ، عمان ، 2012م.
47. موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القبة للنشر و التوزيع ، الجزائر.
48. نعيم عطية ، القانون و القيم الإجتماعية ، الهيئة المصرية للتأليف و النشر ، القاهرة ، 1971م.
49. نورهان منير حسن فهمي ، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمات الإجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 1999م.
50. وائل مبارك فضل الله ، آثار الفيس بوك على المجتمع ، السودان ، 2010م.

قائمة المصادر والمراجع

رابعاً: الكتب باللغة الأجنبية

1- Piere bordieu question de sociologie mnuit paris 1985.

خامساً: رسائل ومذكرات الدكتوراه والماجستير

1- الخنساء تومي ، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع ، تخصص علم إجتماع الإتصال ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2017/2016م.

2- بوبكر الجميلي ، الشباب و المشاركة السياسية في الجزائر ، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم إجتماع التنمية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2010/2009م.

3- بوتقرايت رشيد ، ظاهرة الإهنمام باللباس عند الشباب الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر ، ملحققة بوزريعة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة الجزائر 2007/2006م.

4- رمزي جاب الله ، القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك و أثرها في السلوك الإجتماعي للشباب الجامعي الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص إتصال و علاقات عامة ، جامعة باتنة -1 ، 2018/2017م.

5- سميحة محمد أبو النصر ، دراسة القيم الإجتماعية لدى الفتاة الكويتية ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، كلية البنات ، جامعة عين شمس الكويت ، 1982م.

6- سهام صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2009/2008م.

قائمة المصادر والمراجع

- 7-** علا زكي داود القاق ، دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية خلال الفترة 1945-2014 ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية ، كلية الآداب و العلوم ، جامعة الشرق الأوسط ، 2015م.
- 8-** مريم ناريمان نومار ، إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية و تأثيره في العلاقات الإجتماعية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الإتصال ، قسم العلوم الإنسانية ، جامعة باتنة ، 2011م.
- 9-** نسيمة طبشوش ، القنوات الفضائية و اثرها على القيم الأسرية لدى الشباب ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الإجتماع العائلي ، كلية العلوم الإجتماعية و الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2008/2007م.
- 10-** نوي عمار، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجمعي، دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعريريج، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في تنمية الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009م.
- 11-** يزيد عباسي مشكلات الشباب الإحتتماعية في ضوء التغيرات الإجتماعية الراهنة في الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الإجتماع ، تخصص علم إجتماع التنمية ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم العلوم الإجتماعية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2016/2015م.

قائمة المصادر والمراجع

سادسا: المجلات والمؤتمرات العلمية والملتقيات والمقالات

- 1- أحمد محمد الزبون و آخرون ، درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية ، المجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية ، المجلد -10- ، العدد-3- ، 2017م.
- 2- السعيد عواشرية ، الأسرة الجزائرية ... إلى أين؟ ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر ، العدد-19- ، جوان 2002م.
- 3- إبراهيم بعزیز ، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحويل المتلقي إلى مرسل و ظهور صحافة المواطن ، مجلة الإذاعة العربية ، العدد-3- ، 2011م.
- 4- جمعة عمر فرج ، الإستخدام الإجتماعي و المعرفي لمواقع التواصل الإجتماعي ، دراسة إجتماعية على عينة من طلاب كلية الدراسات العليا بجامعة الزيتونة ، مجلة بحوث الإتصال ، العدد-6- ، السنة الثالثة ، ليبيا ، 2019م.
- 5- حاتم سليم العلاونة ، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في الحراك الجماهيري ، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير" ، جامعة فيلاديلفيا ، 2012م.
- 6- علي نجاة ، الإحتفاء بالقيمة ، مجلة الثقافات ، مجلة فصلية تعنى بالإبداع و المعرفة الإنسانية تصدرها كلية الأدب بجامعة البحرين ، العددان -15- -16- ، 2005م.
- 7- عميروش نجوى ، العولمة و تأثيرها على منظومة القيم ، مجلة العلوم الإنسانية ، الصادرة عن كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علم الإجتماع ، جامعة عبد الحميد مهري ، قسنطينة -2- ، العدد-47- ، جوان 2017م.
- 8- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الإجتماعي و آثارها على قيم طلبة الجامعة "تويتز نموذجا"، مقال منشور في المجلة العربية للدراسات الأمنية و التدريب ، المجلد-31-، العدد-61-، الرياض ، 2014م.

قائمة المصادر والمراجع

- 9- قاسم محمد محمود ، التصور الإسلامي في الفلسفات التربوية الوضعية ،
مجلة العلوم الإنسانية ، السنة السادسة ، العدد-41- ، 2009م.
- 10- أحمد محمد الزبون وآخرون، درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي
الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، المجلة الأردنية
للعلوم الاجتماعية، المجلد -10-، العدد -3-، 2017م.
- 11- رضا إبراهيم عبد الله البيومي، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات
التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي والقانون الوصفي، بحث مقدم للمؤتمر
العلمي السادس لكلية الحقوق جامعة طنطا المنعقد في الفترة 22-23 أبريل،
2019، تحت عنوان "القانون والشائعات".
- 12- عبد الرحمان بن محمّج الشعوان، القيم وطرق تدريسها في الدراسات
الاجتماعية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد -9-، العلوم التربوية
والدراسات الإسلامية الصادرة عن جامعة الملك سعود، الرياض المملكة
العربية السعودية.

قائمة المصادر والمراجع

سابعاً: روابط ومواقع الانترنت

- 1- تاريخ الدخول 2019/12/23، سا 24: 13، <http://blog.arabost.com>.
- 2- مقال: مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً اليوم <http://dolphinuz.com>، تاريخ النشر 2019/11/29، تاريخ الدخول 2019/12/23، سا 56: 23.
- 3- مقال: مواقع التواصل في 2019، موقع <http://Dealarabost.co.uk>، تاريخ الدخول: 2019/12/24، سا، 39: 15.
- 4- مقال: مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً اليوم، موقع دولفينوز <http://Dolphinuz.com>، تاريخ الدخول 2019/12/24، سا 38: 16.
- 5- مقال: تاريخ الفيس بوك، موقع ويكيبيديا <http://an.m.Wikipedia.org.wiki>، تاريخ الدخول 2019/12/25، سا 15: 22.
- 6- موقع أورو نيوز، كيف ستؤثر تعديلات فيس بوك الجديدة على حسابك الشخصي، <http://arabic.ouronews.com>، تاريخ النشر، 2018/01/12، تاريخ الدخول 2019/12/26، سا 57: 14.
- 7- موقع فرانس 24، ما أثر التعديلات الجديدة في فيس بوك على الغعلانات وصفحات وسائل الإعلام، <http://www.France24.com.cdn.amprojeot.org>، تاريخ النشر، 2018/01/13، تاريخ الدخول 2019/12/26، سا 02: 15.
- 8- موقع الإمارات اليوم، مقال: تعديلات جديدة من فيس بوك، <http://www.emaratalyoun>، تاريخ النشر 16 أبريل 2019، تاريخ الدخول 2019/12/26، سا 42: 14.
- 9- هشام ج، موقع البلاد نت، دراسة اجنبية: الجزائريين من بين أكثر الشعوب استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، <https://m.elbled.et>، تاريخ النشر 2019/02/07، سا 00: 18، تاريخ الدخول 2019/12/13، سا 59: 18.
- 10- <http://napoleoncat.com,FaceBookuserinalgeria,september2018>,visitele:25/12/2019,Heure 23:38.

قائمة المصادر والمراجع

- 11- <https://digitareport.wearesocial.com,GlobalDigitalReport2019-Wearsocial> , visite le : 25/12/2019. Heure 23 :44
- 12- فواز، مقال: مفهوم الشباب الجامعي، موقع السبلة العمانية، الموقع العماني الأول، <https://www.omaniaa.co>showthread>، تاريخ النشر، 2015/02/08، سا 10:09، تاريخ الدخول، 2020/01/30، سا 20:20.
- 13- زقاوة أحمد، مقال: انعكاسات العولمة الثقافية على القيم الأسرية، <Kalema.net>home>artical.view>، تاريخ النشر 2015، تاريخ الدخول، 2020/02/05، سا 23:40.
- 14- تعريف وشرح الدور بالعربي في معاجم اللغة العربية، معجم المعاني الجامعي، موقع المعاني، <https://www.almany.com>dict>، تاريخ الدخول 2020/02/16، سا 15:28.
- 15- تعريف وشرح ومعنى القيم في المعاجم العربية، موقع <https://www.almaany.com.dictq>ar.ar>، تاريخ الدخول 2020/02/16، سا 19:08.
- 16- مقال: النظرية الوظيفية، موقع فيس بوك: <https://m.Facebook.com>posts>، تاريخ النشر 2013/03/27، تاريخ الدخول 2020/02/24، سا 17:34.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال تنظيمي

الموضوع: إستمارة مذكرة

تحية طيبة وبعد ...

أخي الفاضل ... أختي الفاضلة ...

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص "اتصال تنظيمي" نرجو منكم المساعدة والتفهم من خلال إجاباتكم على أسئلة هذه الاستمارة بكل عناية واهتمام ونؤكد لكم أن إجاباتكم تستعمل بسرية تامة ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، تحت عنوان:

دور مواقع التواصل الإجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تبسة

سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي

نرجو من سيادتكم الإجابة عن الأسئلة في هذا الاستبيان بوضع علامة × في الخانة المناسبة؛ وفيما يخص العبارة (رتبها حسب الأهمية) يرجى الترتيب الرقمي لاختياركم

إشراف الدكتور:

• عبد اللطيف عبد الحي

من إعداد الطالبتين:

• شيماء مضوي

• هدى بوظرفة

ولكم منا فائق الإحترام والتقدير

السنة الجامعية: 2020/2019

المحور الأول: محور البيانات السوسيوديموغرافية

1. الجنس

أنثى

ذكر

2. السن

25 إلى 30 سنة

22 إلى 25 سنة

3. مكان الإقامة

شبه حضري

حضري

المحور الثاني: مكانة الفيس بوك لدى الشباب الجامعي

4. منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك؟

من 03 سنوات إلى 05 سنوات

أقل من 03 سنوات

أكثر من 05 سنوات

5. ما هو الحجم الساعي الذي تقضيه يوميا في الفيس بوك؟

من 03 إلى 05 ساعات

من 01 إلى 03 ساعات

أكثر من 05 ساعات

6. هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة للحصول على المعرفة؟

لا

نعم

7. ما الهدف من استخدامك لموقع الفيس بوك؟ رتبها حسب أهميتها بالنسبة لك:

التواصل مع الأقارب و

- الأصدقاء
- الحصول على معلومات ثقافية
- الحصول على معلومات دينية
- الحصول على معلومات اجتماعية
- الحصول على معلومات سياسية

8. ما هي الصفحات التي تحبذ الإشتراك فيها من ناحية الإنتماء الجغرافي؟ رتبها حسب أهميتها بالنسبة لك

- صفحات محلية
- صفحات وطنية
- صفحات دولية
- صفحات عالمية

المحور الثالث: مساهمة الفيس بوك في إعادة إنتاج القيم الإجتماعية

9. هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة لتوسيع العلاقات الإجتماعية؟

- نعم لا

10. هل تعتقد أن الفيس بوك وسيلة لإذابة الحواجز بين الإناث والذكور؟

- نعم لا

11. هل تميل في اختيارك لصدقاتك في الفيس بوك إلى: (بإمكانك اختيار أكثر من إجابة)

- صداقات محلية

صداقات وطنية

صداقات عربية

صداقات عالمية

12. من خلال اطلاعك على موقع الفيس بوك هل المضامين المتداولة:

تتماشى مع الذوق العام

لا تتماشى مع الذوق العام

13. هل تعتمد على موقع الفيس بوك لمعرفة:

عادات وتقاليد المجتمع الجزائري

عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية (تركيا، إيطاليا، فرنسا...)

14. كيف تتصرف عندما تتعارض مع شخص في الفيس بوك ؟

تتشاجر معه

تحترمه

لا مبالاة

تلغيه

15. هل تتفاعل مع منشورات طلب المساعدة عبر الفيس بوك؟

لا

نعم

16. أن كانت الإجابة بنعم كيف يكون هذا التفاعل؟

تقديم مساعدة مادية

تقديم مساعدة معنوية (من خلال التعليقات)

المساعدة في نشر المنشور (منشور المساعدة)

17. هل تعتقد أن الفيس بوك قلل من نسبة زيارتك لأقاربك؟

لا نعم

المحور الرابع: مساهمة الفيس بوك في إعادة إنتاج القيم الجمالية

18. هل تطلع على آخر صيحات الموضة وقصات الشعر المتداولة عبر الفيس بوك؟

 لا نعم

19. هل تتبنى الموضة المتداولة في الفيس بوك؟

 لا نعم

20. إن كانت الإجابة بنعم. هل هذه الموضة تتماشى مع:

عادات وتقاليد المجتمع الجزائري

عادات وتقاليد المجتمعات الأجنبية

21. هل تستند في قرارات شرائك لمقتنياتك الخاصة على الفيس بوك؟

 لا نعم

22. إن كانت الإجابة بنعم. على أي أساس تختار هذه المقتنيات؟

على أساس صور وفيديوهات المنتجات

على أساس عدد الإعجابات

على أساس تعليقات الآخرين

23. هل تحاول تقليد عادات وأنماط الأكل والشرب المتداولة في الفيس بوك؟

 لا نعم

24. إن كانت الإجابة بنعم. ما نوع هذه المأكولات والمشروبات؟

مأكولات تقليدية (شخشوخة، كسكسي، زفيطي، لبن ...)

مأكولات أجنبية (بيتزا، شوارما، بانيني، بيبسي، كوكاكولا ...)

25. هل تعتمد على الفيس بوك لمعرفة السلوكيات اللازمة للإعتناء بمظهرك وصحتك الجسدية والنفسية؟

لا

نعم

تَعْرِيفٌ بِحَمْدِ اللَّهِ