

قسم علوم الاعلام والاتصال  
تخصص اتصال تنظيمي

## مذكرة ماستر تحت عنوان

تأثير الوسائط الرقمية الاجتماعية على القيم الاجتماعية

للطالب الجامعي

دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الشهيد

الشيخ العربي التبسي تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الدكتور:  
محمد الطيب بلغيث

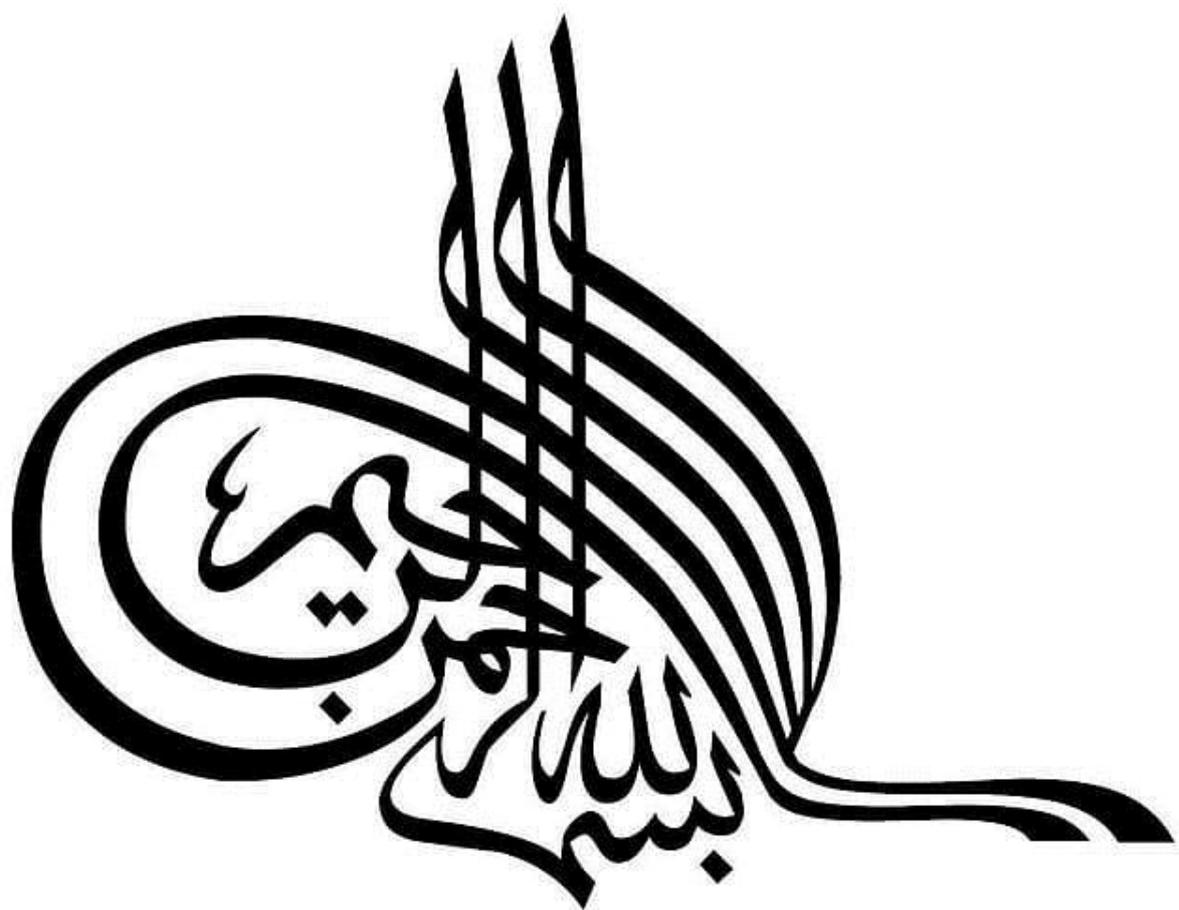
من اعداد:

- رياض مناصر
- حمزة بشيشي

أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عبد الغاني بوزيان	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
محمد الطيب بلغيث	أستاذ محاضراً	مشرفا ومقررا
أميرة ذويب	أستاذ مساعد أ	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022



# شكر وعرفان

يسرنا أن نتوجه بأسمى عبارات الشكر والتقدير للدكتور  
محمد الطيب بلغيث الذي كان عوناً ومرشداً فاضلاً  
أيضاً إلى أعضاء اللجنة الذين تفضلوا بمناقشة هات  
المذكرة وإلى كل أساتذة كلية العلوم الانسانية  
والاجتماعية بجامعة الشيخ الشهيد العربي التبسي تبسة

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم وصلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد  
النبي الكريم، وعلى آله وصحبه الميامين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين  
وبعد :

وأولى الناس بالشكرهما الأبوان لما لهما من الفضل ما يبلغ عنان السماء،  
فوجودهما سبب للنجاة والفلاح في الدنيا والآخرة. إلى من لم تنسى أبدا  
تذكيرنا بطلب العلم قائله "اقرأ، اقرأ، اقرأ" جدتي الغالية رحمة الله  
عليها. إلى زوجتي وإبناي غيث وأنس إلى اخوتي وأخواتي الكريمات وأصدقائي  
أعمامي وعماتي وأخوالي وخالاتي وكل العائلة الكريمة  
إلى استاذي القدير والمحترم الدكتور محمد الطيب بلغيث الذي لم يدخر  
جهدا في مساعدتنا على إنجاز بحثنا .

إلى كل من نصحتني لأدرس الإعلام والاتصال خاصة استاذي القدير والمحترم  
البروفيسور بوبكر حفظ الله

وإلى كل من ساهم في إتمام هذا البحث أرجو أن يكون بحثنا هذا خالصا  
لوجه الله وأن تكون فيه الفائدة وأن يغفر لنا زلتنا فيه ويشيبننا على ما  
وقفنا إليه

ويعلمنا ويكتبنا مع طلبه العلم أتباعا لسنة نبيه الكريم عليه أفضل الصلاة  
والسلام

مناصر رياض

# إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله وصحبه  
ومن وفي أما بعد :

أحمد الله سبحانه وتعالى على أن وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا  
الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح  
أهدي هذا العمل الى والداي الكريمين حفظهما الله تعالى وأدام طلتهما  
وجعلهما نورا دائما لدربي

ال عائلة الكريمة التي ساندتني منذ البداية ولا تزال  
إلى جميع أصدقائي وأحبابي وخاصة أخي وشريكي في انجازها ته المذكرة  
مناصر رياض (وليد) ادام الله صداقتنا  
إلى رفقاء المشوار الذين قاسموني لحطاته وايامه رعاهم الله ووفقهم في  
حياتهم

إلى كل الاستاذة الذين اناروا لنا درب هذا العلم وعلمونا حروفا من ذهب  
سيرا بنا الى بر الأمان

واهدي هذا العمل الى كل من كان لهم أثر على حياتي وإلى كل من احبهم  
قلبي راجيا المولى عز وجل التوفيق

بشيشي حمزة

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكروعرفان
I	فهرس المحتويات
II	فهرس الجداول
IV	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة</b>	
4	أولاً: الإطار المنهجي والمفاهيمي
4	1- تحديد إشكالية الدراسة
5	2- أسباب اختيار الموضوع
6	3- أهمية الدراسة
7	4- أهداف الدراسة
7	5- مفاهيم الدراسة
10	6- الدراسات السابقة
13	7- المقاربة النظرية للدراسة
24	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة
24	1- منهج الدراسة
24	2- أدوات جمع البيانات
25	3- الإطار الزمني والمكاني للدراسة
28	4- مجتمع وعينة الدراسة
<b>الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة</b>	
30	أولاً: الوسائط الرقمية
30	1- نشأة وتطور الوسائط الرقمية
33	2- عوامل ظهور الوسائط الرقمية
34	3- سمات وخصائص الوسائط الرقمية

35	4- أهمية الوسائط الرقمية
36	5- ايجابيات وسلبيات الوسائط الرقمية
38	ثانيا: القيم الاجتماعية
38	1- أهمية القيم الاجتماعية
39	2- خصائص القيم الاجتماعية
41	3- تصنيف القيم الاجتماعية
42	4- دور القيم الاجتماعية
44	5- وسائط تثبيت القيم الاجتماعية
46	6- النظريات المفسرة للقيم الاجتماعية
الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة	
49	أولا: جدولة وتحليل بيانات الدراسة
78	ثانيا: النتائج العامة للدراسة
82	خاتمة
84	قائمة المصادر والمراجع
90	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
28	الجدول رقم 01: طريقة اختيار عينة الدراسة
49	الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع
50	الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
51	الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص
52	الجدول رقم 05: فترة استخدام افراد العينة الوسائط الرقمية الاجتماعية
53	الجدول رقم 06: الوسائط الأكثر استخداما
54	الجدول رقم 07: الوسيلة المعتمدة في استخدام الوسائط الرقمية
55	الجدول رقم 08: متوسط الحجم الساعي المستغرق أثناء استخدام الوسائط الرقمية في اليوم
56	الجدول رقم 09: الأوقات المفضلة في استخدام هاته الوسائط
56	الجدول رقم 10: مدة استخدام الوسائل الرقمية
57	الجدول رقم 11: مدى تأثير استخدام الوسائط الرقمية على النشاطات اليومية
58	الجدول رقم 12: نوع التأثير استخدام الوسائط الرقمية على النشاطات اليومية إن وجد
59	الجدول رقم 13: طبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر الوسائط الرقمية
60	الجدول رقم 14: الغرض من تصفح الوسائط الرقمية
61	الجدول رقم 15: مساهمة الوسائط الرقمية في توطيد العلاقات مع الأصدقاء
62	الجدول رقم 16: معرفة ما إذا كان استخدام المواقع الاجتماعية يعيق في تحقيق الأهداف
63	الجدول رقم 17: معرفة ما إذا كان المحتوى المقدم من قبل الوسائط الرقمية يتوافق مع القيم الاجتماعية السائدة في مجتمعنا
64	الجدول رقم 18: معرفة ما إذا ظهرت أنماط وعادات جديدة في مجتمعنا نتيجة استخدام هذه الوسائط
64	الجدول رقم 19: إذا كانت الاجابة بنعم، نوع هاته الأنماط
65	الجدول رقم 20: نوع السلوكيات التي انتشرت بكثرة في المجتمع نتيجة استخدام الشبكات الرقمية
66	الجدول رقم 21: معرفة ما إذا كان استخدام الوسائط الرقمية يؤدي إلى الإدمان عليها
67	الجدول رقم 22: إذا كانت الاجابة نعم، الجانب المتأثر

68	الجدول رقم 23: هل يؤثر استخدام الوسائط الرقمية على ظهور أنماط سلبية داخل المجتمع؟
69	الجدول رقم 24: معرفة على ماذا اثرت الوسائط الرقمية
70	الجدول رقم 25: معرفة ما إذا كانت الشبكات الرقمية اتاحت فرصة لتوسيع شبكة علاقاتك الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن
71	الجدول رقم 26: معرفة ما إذا كانت لهذه العلاقات أثر إيجابي في حياة الطالب الجامعي
72	الجدول رقم 27: استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يزيد من تفاعل الأفراد الايجابي مع محيطهم ومجتمعهم والمساهمة فيه بشكل أكبر
73	الجدول رقم 28: المضامين الظاهرة في الوسائط الرقمية تجدها غير لائقة في محتويات الميديا الجديدة
74	الجدول رقم 29: مساهمة الشبكات الرقمية في تفعيل النشاطات الاجتماعية على أرض الواقع
75	الجدول رقم 30: استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يساعد في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأفراد أم لا
76	الجدول رقم 31: مساهمة الشبكات الرقمية في تعزيز القيم الاجتماعية

## فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان
49	الشكل رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع
50	الشكل رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
51	الشكل رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص



# مقدمة



يشهد العالم في الوقت الحالي ثورة نوعية في مجال تكنولوجيا المعلومات، والتي تتيح سهولة الوصول إلى منظومة متكاملة من البيانات المتعددة وهذا لاستغلالها في كافة المجالات من قبل الأفراد والمؤسسات، ومن خلالها تم استبدال الوسائل التقليدية بالوسائل الإلكترونية لتخزين المعلومات واسترجاعها بشكل أسرع وأسهل، بالإضافة إلى استخدام تقنيات الاتصال التواصل عبر كافة ربوع العالم، والمشاركة في المعرفة من خلال إنشاء والانضمام إلى شبكات المعلومات.

فتعتبر ثورة المعلومات شعارًا يتبناه الباحثون والمطورون في مجال البحث العلمي في الفترة الأخيرة، تتجلى هذه الثورة في تقدم عالم الاتصالات والتقنيات المرتبطة بها، مما أدى إلى تقدم كبير في سبل تبادل المعرفة. ونتيجة لذلك، ظهرت وسائل جديدة في مجال الإنتاج المعرفي، مثل الشبكات الرقمية والتطورات الكبيرة في فنون النشر الإلكتروني،

تلك التحولات السريعة في مجال المعلومات والتكنولوجيا لها تأثير كبير على المجتمع والعالم الأكاديمي. وهذا نظرا هذه الثورة فرصًا جديدة لتبادل المعرفة والتواصل العلمي بشكل أكثر فاعلية وفعالية. فظهور الوسائط الاجتماعية وانتشارها بشكل واسع في جميع جوانب الحياة. أثر على كافة شرائح المجتمع المستهدف من هاته الوسائل والمستهلك لما تقدمه من مواد الكترونية دسمة.

ومن بين الفئات التي تأثرت بشكل كبير بهذه التطورات التكنولوجية نجد فئة الطلبة الجامعيين الجامعيون. فهم ينشدون التعليم العالي ويعيشون في بيئة تراكم المعرفة والتطور السريع، ويستخدمون الوسائط الاجتماعية في حياتهم اليومية والأكاديمية بكثافة. ومع ذلك، يثار سؤال هام حول تأثير الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية للطلاب الجامعي، وما إذا كان هذا التأثير إيجابيًا أم سلبيًا.

يتعدد الأبعاد التي يمكن استكشافها في هذا السياق. فالقيم الاجتماعية التي ترتبط أساسا بالمعتقدات والمبادئ والقواعد التي يؤمن بها الأفراد وتوجه تصرفاتهم واختياراتهم. وعلى الرغم من أن الوسائط الاجتماعية توفر فرصًا مثيرة ومفيدة، إلا أن لها أيضًا تأثيراتها وتحدياتها الخاصة التي يمكن أن تؤثر على قيم الطلبة الجامعيين وتشكل وجهة نظرهم في العالم وتصرفاتهم الاجتماعية.

وإنطلاقاً من هذا قمنا بهذه الدراسة والتي جاءت بعنوان: تأثير الوسائط الرقمية الاجتماعية على القيم الاجتماعية للطالب الجامعي- دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة-

حيث انطلقنا من المقدمة، وتم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول:.

جاء الفصل الأول بعنوان التناول المفاهيمي والمنهجي للدراسة، قمنا بتقسيمه إلى جزئين: أولاً الاطار المنهجي والمفاهيمي، تطرقنا فيه إلى تحديد اشكالية الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة ومصطلحاتها، الدراسات السابقة والنظرية المرجعية لها.

بالنسبة للجزء الثاني من الفصل الأول، ادرجنا الاجراءات المنهجية للدراسة، حيث تطرقنا فيها إلى منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، الاطار المكاني والزمني وأخيراً مجتمع وعينة الدراسة

أما الفصل الثاني فخصصناه للجانب النظري، أين تطرقنا إلى الوسائط الرقمية من خلال عرض نشأتها، عوامل ظهورها، سماتها وخصائصها، أهميتها وأخيراً إيجابياتها وسلبياتها، ثم عرّجنا على القيم الاجتماعية

من خلال تحديد أهميتها، خصائصها، تصنيفاتها، دورها ووسائط تثبيتها، وأخيراً النظريات المفسرة لها والفصل الثالث جاء بعنوان الاطار الميداني للدراسة، تطرقنا فيه أولاً لجدولة وتحليل بيانات الدراسة،

وثانياً النتائج العامة للدراسة



# الفصل الأول:

الاطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة



### أولاً: الإطار المنهجي والمفاهيمي

#### 1- إشكالية الدراسة:

ساهم التطور التكنولوجي في إحداث قفزة فريدة ونوعية في شتى المجالات بما ذلك عالم الاعلام والاتصال، وهذا عبر ما تتيحه شبكة المعلومات (الانترنت) من تطبيقات وقنوات حديثة متشعبة في شكل شبكة عالمية الاستعمال، مثلت فضاءات تفاعلية أو مجالات مفتوحة لما وفرته من فرص للتعرف والتواصل ونشر الأخبار ونقل المعلومات وتوزيعها وانتشارها وتبادل الأفكار والآراء والثقافات، والقيام بالعديد من الحوارات والنقاشات، حيث ساهم الاعلام الجديد في تحقيق تغيرات جذرية واسعة على مستوى مجالات الحياة الاجتماعية حيث عمل على إضفاء بعد جديد من الاتصال متجاوزا بذلك كل العوائق الظرفية بشقيها الزماني والمكاني ومحولا المجتمعات المختلفة والمتشعبة إلى مجتمع افتراضي موحد يتبادل كل ما أراد أن يتبادله مع غيره من الأفراد من مكان واحد بكل سهولة وسرعة وهو الأمر الذي وفرته شبكات التواصل الاجتماعي تلك الشبكات استحوذت ولا زالت على اهتمام هذه المجتمعات ومن مختلف فئاتها وشرائحها المجتمعية بل وأصبح عدد المستخدمين لها في تنامي مستمر.

ولقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متفرد في تسهيل عملية التواصل لما أتاح للمستخدمين من سهولة في التواصل المباشر بناء العلاقات والروابط الاجتماعية من خلال القيام بالمحادثات والدرشات والفيديوهات والصور وإنشاء الصفحات أو الحسابات الخاصة للبحث عن الأصدقاء والتعرف عليه إلى غير ذلك من الممارسات التفاعلية التي توفرها.

على صعيد آخر، تمثل منظومة القيم الاجتماعية جانبا كبيرا من ثقافة المجتمع وتلعب دورا وظيفيا كبيرا في تحقيق استقرار المجتمع وثباته وتماسكه وهي بذلك تحفظ النظم الاجتماعية القائمة داخل الكيان المجتمعي من الزوال أو التغيير، ذلك أن تحقيق التكامل في النظم أو الأنساق الاجتماعية يعتمد على ما هو سائد من قيم ومعايير وسلوك.

كما أن منظومة القيم الاجتماعية تتأثر بشكل كبير بوسائل الاعلام والاتصال خصوصا الحديثة منها إذ قد تعمل جملة هذه الوسائل على تدعيم وترسيخ القيم السائدة في المجتمع كما قد تؤدي إلى تغييرها وحتى هيمنتها وزوالها، فالاستهلاك المتناهي للتطبيقات الاعلامية التفاعلية الجديدة من قبل الكثير من أفراد المجتمع صنع لهم واقع جديد بثقافته ومعايير المستحدثة خاصة لفئة الطلبة الجامعيين باعتبارها من أكثر الفئات استخداما لهذه الوسائل وتأثرا بها.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

واستنادا لهذا التصور النظري تحاول الدراسة الراهنة تقصي التأثيرات المتعددة للوسائل الرقمية الحديثة على منظومة القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بجامعة تبسة من خلال دراسة ميدانية في سبيل الإجابة عن التساؤل المركزي الرئيس التالي:

- ما تأثير الوسائط الرقمية الاجتماعية على منظومة القيم الاجتماعية للطلاب الجامعي بجامعة العربي التبسي تبسة؟

والتساؤلات الفرعية التالية:

❖ ما هي عادات وانماط استخدام الطالب الجامعي عينة الدراسة للوسائط الرقمية الاجتماعية بجامعة العربي التبسي؟

❖ ماهي تأثيرات استخدام الوسائط الرقمية الاجتماعية على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة؟

❖ ماهي المقترحات لتفعيل دور استخدام الوسائط الرقمية الاجتماعية للحفاظ على منظومة القيم الايجابية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة؟

### 2- أسباب اختيار الموضوع:

لكل بحث علمي جملة من الدوافع التي أدت بالباحث لمعالجة موضوعه المدروس دون غيره من المواضيع وهذه الدوافع تعرف بمبررات أو أسباب اختيار الموضوع وتنقسم إلى ذاتية وأخرى موضوعية

#### 1-2- أسباب ذاتية:

يمكن إجمالها في الآتي:

- الاهتمام الشخصي بالموضوع باعتبارنا من فئة الطلبة الجامعيين وكذا الميول نحو دراسة القيم الاجتماعية في أوساط الطلبة

- اجراء هذه الدراسة يعد فرصة لاختبار معارفنا النظرية والمنهجية السابقة والتدرب لأجراء دراسات أخرى ضمن إطار التخصص.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- الرغبة في التغطية العلمية لهذا الموضوع خاصة مع ما لاحظناه في الوسط الجامعي من اقبال شديد من قبل الطلبة الجامعيين على الوسائط الرقمية واستعمالهم له

2-2- أسباب موضوعية: وتتمثل في :

- حداثة الموضوع لارتباطه بالوسائط الرقمية الحديثة ومدى انتشارها داخل المجتمع وتأثر مختلف فئاتها بالخصوص الطلبة الجامعيين.

- توفر الخلفية النظرية حول الموضوع وقابليته للنقاش أو المعالجة العلمية مع توفر ميدان الدراسة وإمكانية تطبيق الدراسة الميدانية بيسر.

- الرغبة في الكشف عن مجمل التأثيرات الايجابية والسلبية التي يخلفها استعمال الشبكات الرقمية على منظومة القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين.

### 3- أهمية الدراسة:

تعتبر أهمية الدراسة من الركائز المهمة في الدراسات والأبحاث العلمية كونها جزءا لا يتجزأ عن القيمة الأساسية التي يتميز بها البحث على مستوى كلا الجانبين العلمي والعملي

### 1-3- الأهمية العلمية:

تبرز الأهمية العلمية لهذه الدراسة من خلال تسليط الضوء على موضوع الوسائط الرقمية الحديثة المتمثل أساسا في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد طفرة في مجال الاتصال وأنماط التفاعل اللامألوفة، وهي بذلك فتحت شهية الباحثين للخوض في غمارها والاهتمام بها وتقصيها ومعالجتها علميا وتشجيع البحوث العلمية وانجاز الدراسات في مجالها لكون النتائج أكثر مصداقية وشمول وكفاءة.

### 2-3- الأهمية العملية:

كما وتظهر الأهمية العملية للدراسة الراهنة من محاولتها الكشف عن التأثيرات التي يخلفها وسائل الاتصال الرقمية ومختلف تداعياته بشقيها الايجابي والسلبي على منظومة القيم الاجتماعية بالنسبة للطلاب الجامعي كونهم من أكثر الفئات اقبالا على مواقع التواصل الاجتماعي ومن أكثر المستخدمين له

### 4- أهداف الدراسة:

تتمثل فيما يلي:

- التعرف على عادات وانماط استخدام الطالب الجامعي عينة الدراسة للوسائط الرقمية الاجتماعية بجامعة العربي التبسي
- تحديد تأثيرات استخدام الوسائط الرقمية الاجتماعية على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة
- تقديم المقترحات لتفعيل دور استخدام الوسائط الرقمية الاجتماعية للحفاظ على منظومة القيم الايجابية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

### 5- مفاهيم الدراسة:

#### 1-5-القيم الاجتماعية:

- القيم:

لغة:

كلمة القيمة التي انتشر استعمالها في عصرنا بمعنى الكلمة الفرنسية Valeurs، تدل أصلا على اسم النوع من الفعل "قام" بمعنى وقف و اعتدل و انتصب وبلغ و استوى (ميمون، 2001، صفحة 27).

كما أن القيمة مفرد قيم، ولغة من "قوم" وفام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به، والقيمة تستخدم لمعرفة الشيء فقيمة الشيء قدره، وقيمة المتاع ثمنه والقيمة ثمن الشيء بالتقويم وفي المعجم الوسيط قيم

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

الشيء تقييما أي قدره.، واستخدمت القيمة أيضا بمعنى التعديل والاستقام والاعتدال فقد قيل قام الأمر أي اعتدل واستقام وقام الحق أي ظهر واستقام، وقم الأعوج أي عدله وازال اعوجاجه وقد استخدمت بمعنى العدل حيث: القوام "بفتح القاف" العدل، وقوام الأمر "بكسر القاف" أي عماده ونظامه (النقيب، 2002 ، صفحة 13).

### إصطلاحا:

تعرف فضيلة أبو الشواشي القيم بأنها: "عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالترفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء ، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء ، بحيث تتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته في ظل الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ، ويكتسب خبرات معارف ، أنماط سلوكية ، عادات وتقاليد في مضمونها بوضع معايير للسلوك الإنساني ، وعلى الفرد أن يتبعها وأن يلتزم بها وأن يكيف سلوكه وفقا لها . "وهي تعتبر (القيم) مجموعة أحكام قيمية بمعنى أن الفرد يعبر عن رأيه في الأشياء بما تتركه في نفسه من أثر وإحساس وهي ضوابط للسلوك يجب الالتزام بها ، وتتفق مع التعريف السابق في اعتبار أن القيم تكتسب بالتربية وذلك بتحديد ما يجب فعله وما لا يجب فعله ، ثم يسعى الفرد لتحقيقها ذاتيا، وهي هنا تركز على القيم الفردية (سعداوي، 2000، صفحة 19)

### - القيم الاجتماعية:

عرفت القيم الاجتماعية على أنها " مجموعة من المعايير والمقاييس المعينة بين الناس يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون بها أعمالهم ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية" (الكناني، 2012، صفحة 28).

والقيم الاجتماعية: "عبارة عن معاني محترمة يقدرها المجتمع تقديرا متفاوتا سلبا أو إيجابا ويتفق الأفراد عليها وضع العقوبات الأدبية والمادية على فاعلها ومثال ذلك قيمة التعاون والمشاركة الاجتماعية والتسامح والعضو الاجتماعي والترابط الأسري" (جلي، دت، صفحة 25)

وعرّفت أيضا: "بأنها تصورات دينامية صريحة أو ضمنية تميز الفرد أو الجماعة وتحدد ما هو مرغوب فيه اجتماعية وتؤثر على اختيار الطرق والأساليب والوسائل والأهداف الخاصة وتتجسد مظاهرها في اتجاه الأفراد الجماعات وأنماط سلوكهم ومثلهم ومعتقداتهم ومعاريفهم الاجتماعية وترتبط بقية مكونات البناء الاجتماعية وتؤثر فيها أو تتأثر بها" (جادو، 2015، صفحة 205).

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

كما تعرف على أنها: "مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الاستمرار النسبي والتي تمثل توجهات الأشخاص نحو غايات أو وسائل لتحقيقها أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلاً لغيرها وتنشأ هذه التوجهات عن تفاعل بين الشخصية والواقع" (جلي، دت، صفحة 134).

### التعريف الاجرائي:

يمكن تعريف القيم الاجتماعية بأنها عبارة عن جملة من المبادئ والمعايير التي يتمتع بها الطالب الجامعي والتي تعكس الثقافة والبيئة التي نشأ فيها أو التي يعيش فيها حالياً ويتأثر بها سلباً أو إيجاباً

### 2-5- الشبكات الرقمية:

يعرفه زاهر راضي الشبكات الرقمية على أنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها" (راضي، 2003، ص 23).

ويعرفها شريف درويش اللبان هي: "خدمات توفرها شبكة الإنترنت تُتيح للأفراد إنشاء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام موحد، ويمكنهم من إنشاء قائمة للأشخاص الذين يرغبون في مشاركتهم الاتصال ومشاهدة قوائمهم أيضاً للأشخاص الذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يضعها الأشخاص الآخرون داخل النظام". (حريبي، 2019، ص 13)

فهي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية، من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل: التعارف والصدّاقة، والمراسلة والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالتصوير والفيديوهات أو حتى المشاعر والأحاسيس... إلخ (اللبان، 2001، ص 86).

كما يعرفها فضل الله وائل مبارك خضر، شبكات التواصل الاجتماعي، في كتابه "تأثير الفيسبوك على المجتمع"، بأنه مصطلح يشير إلى: "مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الويب 2.0، وهي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يتجمعون حسب مجموعات اهتمام كبير، أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ) (مبارك، 2010، ص 10)

\* التعريف الإجرائي:

نعرف الشبكات الرقمية على أنها مجموعة من المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، تتيح لأي فرد بإنشاء حساب فيها ومن ثم ربطها من خلال نظام اجتماعي والتواصل بمستخدمي، هذه المواقع بهدف مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتبادل الآراء والتفاعل مع كل ما يُنشر من الأخبار المطروحة عبرها محررة أو صوِّة وصورة.

### 3-5- مفهوم الطالب الجامعي:

عرف على أنه: "الشخص المسجل لنيل درجة علمية وفق الأنظمة المعمول بها في الجامعات المعنية" (نصري، 2017، صفحة 15).

وهو أيضا: "ذلك الشخص الذي سمحت له كفاته العلمية الانتقال من الدرجة الثانوية إلى الجامعة تبعا لتخصصه ليحصل في الأخير على شهادة معترف بها" (جلول، دت، صفحة 34).

وقد عرفه محمد علي محمد على أنه: "الشخص المسجل في المؤسسة من مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي ويتابع دراسته فيها بصفة رسمية ويقضي فيها مرحلة تعليمية تمتد من 3 إلى 7 سنوات دراسية وذلك بعد حصوله على شهادة البكلوريا أو ما يعادلها ولم يتم تخرجه بعد بإحدى مؤسسات التعليم العالي والبحث.

### 6- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: أطروحة دكتوراه بعنوان: تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، الشباب الجامعي لتلمسان أنموذجا، من إعداد الطالب: عايد كمال، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.

حيث اندرجت هذه الدراسة ضمن بحوث التأثير في علم اجتماع الاتصال ، وقد حاولت إدراك مدى تأثيرات تكنولوجيا الاعلام والاتصال على قيم اتمع الجزائري ، وذلك من خلال رصد عادات الاستخدام وانماط الاستعمال لهذه التكنولوجيا لدى الشباب الجامعي، بالإضافة الى تلقيهم لمضامين اعلامية تحملها وسائل الاعلام الجديدة ، يتجلى اثرها في السلوكيات اليومية للشباب ، وتصوراته تجاه العديد من القضايا الاجتماعية الحساسة ، وبالتالي ادراك مدى تغير وتحول القيم.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

وقد جاءت الإشكالية الخاصة بهذه الدراسة كالتالي:

ما هو مدى انعكاس وتأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال وما تحمله من قيم على الشباب في المجتمع الجزائري ؟

وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

تكنولوجيا الاعلام والاتصال صارت جزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية للفرد الجزائري، حيث ان معظم الاسر الجزائرية صارت تمتلك التقنية وتستخدمها بغض النظر عن المستوى التعليمي للأولياء أو المنطقة التي يقطنونها

تأتي تكنولوجيا الانترنت على راس التكنولوجيات الاكثر استخداما من قبل الشباب الجامعي، وقد ازاحت بعض الشيء التلفزيون عن مكانته ، خصوصا وان الانترنت صارت متوفرة على الهاتف النقال مما اتاح استخدامها على مدار اليوم، في حين أن الاذاعة تراجعت كثير كوسيلة اعلام فاعلة لدى الشباب.

يميل المبحوثون في استخدام الانترنت على مجالات الترفيه وتمضية الوقت، اكثر من استخدامها في التحصيل العلمي، حيث يعتبروا فضاء للتنفيس عن الروتين اليومي الذي يتميز بقلّة الفضاءات التي تسمح للشباب بتلبية رغباته واحتياجاته النفسية والاجتماعية

الدراسة الثانية : لمحمد الفاتح حمدي وهي اطروحة ماجستير مقدمة بجامعة باتنة سنة 2009، بعنوان " استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال والاعلام الحديثة وأثرها في قيمهم وسلوكياتهم اليومية".

إن الهدف من هذه الدراسة هو محاولة فهم وظائف استخدام وسائل الاتصال والاعلام الحديثة وأثرها الايجابي والسلبي في قيم وسلوكيات الشباب الجامعي في ظل موجة الغزو الثقافي الغربي داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي اليه ، واستشراف افاقها الممكنة ووضع جملة من الاليات والوسائل التي يتخذها الشباب الجامعي كغطاء لحماية قيمهم وافكارهم من الذوبان في ثقافة الاخر من خلال ما تحمله وسائل الاتصال الحديثة من ثقافات مغايرة للثقافة المحلية ، ومن قيم جديدة ومغايرة تماما للقيم السائدة داخل السياق الاجتماعي.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

وقد جاءت إشكالية الدراسة: ما هو أثر استخدام وسائل الاعلام والاتصال الحديثة في سلوكيات وقيم الشباب الجزائري؟

من النتائج التي توصل اليها الباحث:

- أن أغلبية المبحوثين يرون أن ما يعرض عبر مواقع القنوات الفضائية العربية من برامج وحصص يتنافى مع قيمنا و اخلاقنا الاجتماعية والدينية والثقافية السائدة داخل المجتمع، وذلك بنسبة 97.32%.
- كشفت الدراسة ان ما يعرض عبر مواقع الانترنت من معلومات وصور مختلفة يتنافى مع قيمنا السائدة داخل الاسرة الجزائرية في نظر الشباب الجامعي وذلك 99،11%.
- من بين الاسباب التي ادت الى تأثير وسائل الاعلام والاتصال في حياة الشباب الجامعي وتغيير نظر م الى الحياة انطلاقا من هذه الوسائل هو تلبية رغبات وحاجات، كذلك كثرة المضامين والتقنيات العالية والرفيعة التي توفرها هذه الوسائل، بالاضافة الى أن الفراغ الذي يعانيه الشباب الجامعي هو السبب في زيادة تأثير وسائل الاعلام والاتصال عليهم

الدراسة الثالثة: رسالة ماجستير بعنوان " إسهام الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب (تصور مقترح ) للطالب: ثيب بن محمد بن عبد الله البقمي (1430-1439هـ) .

حيث أكدت الدراسة على الدور المطلوب من الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية وخصوصاً مرحلة الشباب وأن هذه المكانة لا ينبغي أن تفرط فيها الأسرة وإن نازعتها فيها بعض المؤثرات من وسائل الإعلام أو جماعة الرفاق أو غيرهم بل ينبغي أن تقوم بالدور المطلوب على أتم وجه .

وخلصت إلى أن هناك مراحل ينبغي أن تمر بها الأسرة في عملية تنميتها لقيم الشباب الاجتماعية ولا ينبغي أن تقفز من مرحلة إلى مرحلة فالتدرج بين المراحل مطلوب وإعطاء كل مرحلة وقتها الكافي والعناية الكافية يثمر نمو القيم الاجتماعية والاستمرار عليها . كما تم استنباط بعض الأساليب التربوية المناسبة لمرحلة الشباب والتي تساعد الأسرة على عملية تنمية القيم الاجتماعية من كتاب الله وسيرة نبي الله محمد صلى الله عليه وسلم ، ومن كتب التربية الحديثة مما له الدور البارز في عملية التأثير الإيجابي .

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

الدراسة الرابعة: الصراع حول القيم الاجتماعية في الأسرة الجزائرية دراسة استطلاعية على عينة من المراهقين بنانوية محمد العربي بن مهدي بسكرة، إعداد: فرج الله صورية، حيث نصت الاشكالية كالتالي: ما هي عوامل صراع الأجيال حول القيم الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية؟

حيث خلصت الدراسة إلى:

- تظهر مشاكل الاتصال داخل الأسرة وعدم الاكتراث لأهميته عن طريق غياب الحوار، رغم الاهتمام الملحوظ للآباء ببعض تفاصيل أبنائهم خصوصا علاقاتهم فيتدخلون في اختارهم للأصدقاء ويستخدمون في ذلك أسلوب الشدة والتحكم، وكذلك يحددون لهم الأماكن التي يترددون عليها وأوقات الدخول والخروج من المنزل، وهذا يترجم ميل الآباء بالتمسك بالثقافة والقيم الأصلية في حين يميل الأبناء إلى نحو التجديد والانطلاق وتتصارع الفئتان حول السلوكيات اليومية التي يتطلها النمط المعيشي لكل منهما .

-يصير الآباء عادة على إجراء مقارنة بين ماضيهم وحاضر أبنائهم كما لو أنهم يريدون تصحيح أخطائهم في أبنائهم أو نسخ نسخة منهم، ولا يحب الأبناء ذلك ويرفضونه مؤمنين بالفرق بين الجيلين، وهم وحتى أن احترموا الجيل السابق فإنهم لا يؤمنوا دائما بأفكاره ويعملون على تحديد مكانة خاصة لا يكون فيها إعادة إنتاج لأفكار الجيل السابق وقيمه ورؤيته بل يعمد إلى تجديدها والإضافة إليها والحذف منها.

### - التعليق على الدراسات السابقة:

لعبت الدراسات السابقة دورًا مهمًا في بحثنا هذا، كما أنها تحظى بأهمية كبيرة كونها ساعدتنا تحديد مجالات البحث، فهي توفر نقاط البداية والأفكار المبتكرة والتحليلات المسبقة التي استندنا إليها لاستكشاف موضوع البحث.

وتم الاعتماد على الدراسات السابقة كأدوات للتحليل والمقارنة. مراجعة وتحليل النتائج والمنهجيات المستخدمة والتوصل إلى استنتاجات جديدة. وأيضًا مقارنة النتائج مع الدراسات السابقة

### -7 المقاربة النظرية للدراسة:

لا يمكننا البدء بأي دراسة دون خلفية او نظرية سابقة ففي دراستنا الحالية سوف نعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباع

### 1-7- مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات :

يطلق عليها البعض نموذج ، والبعض الأخر مدخل ، ويطلق عليها آخرون منظور ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته ، و ما هو صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الإنتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع ، لم يتولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرز بها الناس انتقائهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي ، أو قوائم من الاشباعات يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتماماتهم بالإعلام ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك (كافي، 2015، ص214).

و تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منتظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها الرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام (مكاوي، 1998، ص239)

ونظرية الاستخدامات والاشباعات هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام ، حيث إهتم مقرب الاستخدامات والاشباعات بضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات التي تتحقق بالفعل والاشباعات المحققة هي تلك المرتبطة بمحتوى الرسالة. (مكاوي، 1998، ص239)

من خلال ما تعرضنا له يمكن إستقراء مفهوم عام حول نظرية الاستخدامات والاشباعات حيث ترى أن جمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغبات المستخدمين وتلبي حاجاتهم الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام بل يمتلك غاية محددة ممن تعرضه يسعى لتحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت اختياراتهم له ، وفي هذا الصدد حدد

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

مارك ليفي Mark levi أهداف استخدام وسائل الإعلام حيث قال هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام هي: "مراقبة البيئة، التوجه المعرفي، عدم الرضا، التوجه العاطفي والتسلية". (المفليح، 2015، ص68)

### 2-7- مراحل تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات :

على الرغم من البحوث و الدراسات التي استخدمت المقاربة النظرية للاستخدامات والاشباعات منذ الأربعينيات من القرن العشرين , إلا أنه كان بطيئا في تطوره فيما يتعلق بالعلوم الإنسانية والاجتماعية , ويرجع ذلك إلى عاملين هما :

1 - لم تحظ دراسات الاشباعات القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام يذكر, وذلك بسبب سيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري .

2 - إن المراحل الأولى لمدخل الاستخدامات والاشباعات كانت تفتقر إلى افتراضات نظرية .

ومرمدخل الاستخدامات والاشباعات بثلاثة مراحل وهي :

#### أ - المرحلة الأولى : مرحلة الدراسات الوصفية أو الإستطلاعية :

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين واهتمت الدراسات فيها بقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال .

وقد تميزت البحوث و الدراسات التي تناولت المدخل في هذه المرحلة بعدد من السمات أهمها :

- إهتمت هذه الدراسات بالاشباعات والحاجات لكنها لم تحاول إستكشاف العلاقة بين الاشباعات التي تم الوصول إليها وبين الأصول النفسية و الاجتماعية للحاجات التي تم إشباعها , وكذلك العلاقة المتبادلة بين وظائف وسائل الإعلام سواء بشكل كمي أو وصفي .

- تشابهت هذه الدراسات في المدخل المنهجي حيث كانت العبارات التي تستقي من المبحوثين و التي تعبر عن وظائف وسائل الإعلام يتم الحصول عليها من خلال الأسئلة المفتوحة , وكذلك ركزت على البحوث الكيفية متجاهلة البحوث الكمية وتوزيع تلك الاشباعات تكراريا بين المبحوثين .

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- إهتمت أيضا بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام و التي تحكم إختبارها للأشكال المخلفة من محتوى هذه الوسائل .

- قلة إرتباط هذه الدراسات بالجوانب النظرية لأنها نبعت من الحاجات العلمية لناشري الصحف والقائمين على المحطات الإذاعية لمعرفة جماهيرهم من أجل تقديم خدمة أكثر كفاءة . (عبد الغاني، 2010، ص10)

تعرضت الدراسات الأولى ( لهذه النظرية ) إلى النقد , إذ غلب على مواضيعها مجرد جمع الانطباعات المتوصل إليها من خلال المقابلات ، التي يقول الكثير أنها كانت (غير مؤسسة) فيما يتعلق بتحديدتها لتوقعات و حاجات الجمهور من وسائل الإعلام , ضف إلى إنتقادات تخص تحديدها لطبيعة بعض الاشباع المتوقعة من وسائل الإعلام و تفسيرها الجانب الوظيفي الذي تحققه للفرد و المجتمع إضافة إلى عدم تحكمها في تحديد ملامح الاستخدامات المتجددة لوسائل الإعلام كون الاستخدام غير ثابت أدى هذا إلى توجه النظرية إلى الإهتمام بالتحديات المطروحة على مستوى التماثلات (رايس، 2016، ص10)

### ب - المرحلة الثانية: المرحلة العملية :

وهي مرحلة ذات التوجه العملي الميداني حيث ركزت على للمتغيرات الاجتماعية و السيكولوجية , والتي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام (عدلي والعيد، 2011، ص299)

وكانت أهم السمات التي ميزت هذه المرحلة هي :

- وضع نماذج لبحوث اشباع وسائل الاتصال الجماهيري وكانت على شكل قوائم بالوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام لجمهورها مثل الوظائف التي طرحها لازويل Lasswell عام 1948 م .

- ربطت الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة بين استخدام وسائل الإعلام و الوظائف التي تؤديها هذه الوسائل , ورغم أن هذه الدراسات لم تكن مصممة أساسا لكي تبحث في الاستخدامات والاشباع إلا أنها ساهمت في تطوير المفهوم الوظيفي لوسائل الإعلام .

- أظهرت إستعداد الجمهور للحصول على اشباع معينة من مضمون الوسيلة باستخدام التحليل الكمي .

ج - المرحلة الثالثة : مرحلة التفسير :

يرى كاتز Katz وبلومر Blumer أن هذه المرحلة عملت على استخدام المادة العلمية التي وفرتها الدراسات في المراحل السابقة وذلك لشرح وتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور , ويرجع تاريخ هذه المرحلة إلى أوائل السبعينيات من القرن العشرين.

وكانت أهم السمات التي ميزت هذه المرحلة هي :

- تمكنت الدراسات من جعل كثير من الخطوات المنطقية التي كانت ضمنية في البحوث الأولى , إلى مسائل قابلة للقياس , أي إيجاد وسائل قياس للمفاهيم .

- ركزت الدراسات على الدوافع وتم تناول وسائل الإعلام من منظور إشباع الحاجات النفسية و الاجتماعية. . (عبد الغاني، 2010، ص40)

وهناك من قسم مراحل تطور مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى مرحلتين أساسيين هما :

أ - البحوث التقليدية **Classical Research**: وهي الدراسات التي أجريت خلال أربعينيات القرن الماضي بواسطة مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية والفكرة التي كانت تقوم عليها هذه الدراسات هي التعرف على أسباب الإعجاب بوسائل الاتصال أو بمضامين معينة.

ب - البحوث الحديثة **Modern Research**: وتتمثل في الإبتعاد عن ظل أبحاث التأثير حيث بدأت دراسة الجمهور خلال عقد الستينات والسبعينات من القرن الماضي بالتركيز على اختيارات أفراد الجمهور وردود أفعالهم واستجاباتهم لمضمون وسائل الإعلام.

### 4-7-فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباعات :

وضع كل من إلياهوكاتز Elihu Katz وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والاشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام والتي تبناها عدد كبير من العلماء من بعده دون إضافة وهي :

➔ أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

➔ يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، أي أن الأفراد يملكون القدرة الكافية على تشخيص دوافعهم أو إحتياجاتهم بالطرق المناسبة وتتدخل في ذلك الفروق الفردية وعوامل التفاعل الإجتماعي وبذلك تختلف الحاجات من شخص إلى آخر (دليو، 2003، ص31)

➔ أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات بحيث يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعه وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات ، كما تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد مثل قنوات الاتصال الشخصي كالأندية أو السينما أو غيرها فالجمهور يكمل إحتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام من خلال قنوات ووسائل أخرى .

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

➔ يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال، بمعنى أن أعضاء الجمهور هم الذين يمكنهم تحديد القيم من وسائل الإعلام بالتالي يقرر التعرض إليها أم لا وبالتالي فإن أحكام القيمة حول المعنى الثقافي للاتصال الجماهيري يجب أن يسبق بإستكشاف لتوجهات الجمهور التي تعتبر الأصل ومن دون ذلك فإن أية محاولة لتفسير تأثير وسائل الإعلام تعتبر غير مجدية .

كما حدد ماكويل McQuail أيضا أربعة فروض رئيسية لنظرية الاستخدامات والاشباعات هي :  
مضمون رسائل وسائل الإعلام يوجه بصفة أساسية لتحقيق أهداف معينة وأن جمهور وسائل الإعلام لديه من الوعي بحيث يستطيع أن يرى أن هذه الوسائل تلبى إحتياجاته ومتطلباته وظروفه الاجتماعية ، وأن العوامل الشخصية هي المحدد الأهم في تشكيل إتجاهات الجمهور نحو الرسالة الإعلامية مقارنة بالعوامل الثقافية وتتأثر العوامل الشخصية بدوافع استخدام الجمهور للوسيلة الإعلامية والاشباعات المترتبة على استخدام هذه الوسائل . (دليو، 2003، ص31)

### 5-7- أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات :

ومن خلال هذه الفروض فإن نظرية الاستخدامات والاشباعات تحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي :

- ✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- ✓ محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- ✓ شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات المتحققة من هذا التعرض.
- ✓ يضاف إلى ذلك مجموعة من الأهداف الأخرى المتمثلة في:
- ✓ محاولة الكشف عن كيفية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام.
- ✓ الكشف عن الدوافع التي تقف وراء استخدام الأفراد لوسيلة معينة.
- ✓ تأكيد نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .
- ✓ الكشف عن الاشباعات التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال الاستخدام لوسائل الإعلام.
- ✓ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل واشباعاتها.

(عدلي والعيد، 2011، ص241)

### 5-7- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات :

تتمثل فيما يلي:

أ-الأصول الاجتماعية والنفسية لإحتياجات الجمهور : يرى كاتز وزملاؤه أن الإحتياجات تعود في الأصل إلى أصول اجتماعية ونفسية للأفراد مما يولد توقعات معينة من وسائل الإعلام و أنماط مختلفة من التعرض , ينتج عنها اشباعات الإحتياجات معينة ونتائج أخرى.

أ-الأصول الاجتماعية : يرى الباحثون أن سمات وخصائص البيئة تلعب دورا مؤثرا في حياة الفرد , وبالتالي تؤثر في تشكيل إحتياجاته وأساليب إشباع هذه الإحتياجات .

ب- الأصول النفسية : تعتقد الباحثون أن العوامل النفسية بين الأفراد يمكن أن ينتج عنها وجود حوافز مختلفة لاستخدام وسائل الإعلام , فالعوامل النفسية تسهم في دفع الفرد إلى القيام بعملية الاتصال , كما أنها تلعب دورا وسيطا بين التعرض للمضمون الإعلامي وإستجابات الفرد , ولا شك أن فهم العوامل النفسية يساعد في شرح أسباب ودوافع استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية (الحاج، 2020، ص96) .

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- إفتراض الجمهور النشط : يزعم هوويت Howit أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور " العنيد " الذي يبحث عنا يريد أن يتعرض إليه , ويتحكم في اختيار الرسائل التي تقدم هذا المحتوى .

وربما يرجع الفضل إلى كاتر katz في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الإهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس , وزيادة الإهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل , فمنذ ذلك إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيري باعتباره نشطين , يختارون التعرض للوسائل التي تلي حاجاتهم , والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم .

ويرى بلومر Blumler أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الاساسي , والإنتقائية و الأذواق والإهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام . (عدلي والعيد، 2011، ص234)

- الحاجات : صنف ماسلو Maslow الحاجات الإنسانية إلى خمسة مستويات :

أ- الحاجات الفيزيولوجية : وهي الحاجات التي يشترك فيها البشر جميعا مثل الحاجة للغذاء والهواء والجنس و النوم .

ب- الحاجات الأمنية : مثل الحاجة للحماية و النظام و الإستقرار.

ج- الحاجات الاجتماعية : وهي حاجات مكتسبة من البيئة تنبع من رغبة الفرد بالعاطفة و الصداقة و الانتماء.

د- الحاجات الذاتية : لا يستطيع الفرد الوصول إلى هذه الحاجة إلا بإشباع المستويات السابقة ويشمل الحاجة إلى المكانة والنجاح واحترام الذات .

و- تحقيق الذات : وهو أرقى الحاجات ولم يصل إلى هذا المستوى إلا عدد قليل جدا من البشر .

- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام فهناك من ينظر إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من أفراد الجمهور "نظرية القيمة المتوقعة" وهناك من يرى أن الدوافع لا يمكن إدراكها إلا بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير وهناك من يرى أن دوافع التعرض لا يمكن الوصول إليها إلا من خلال ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة، وهناك من

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

يرى أن السلوك الإنساني يرتبط غالبا بالتعود أو اللامعقول فالدوافع مرتبطة بالأطر التفسيرية على أساس خبرات الجمهور وهي فئتين دوافع منفعية تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة ودوافع طقوسية وتستهدف تمضية الوقت و الاسترخاء والصدقة و الألفة مع الوسيلة و الهروب من المشكلات(عدلي والعيد، 2011، ص245-247) .

- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام : يرى كاتزKatz أن التوقعات هي الاشباع التي يبحث عنها , وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين , ويرى وبلبرشرامW. shram في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب.(ريفرز وآخرون، 2005، ص296)

أي بعبارة أخرى تعد التوقعات من أهم جوانب نظرية الاستخدامات و الاشباعات ، وهي تنتج عن دوافع الجمهور للتعرض و يعتمد التعرض لوسائل الاتصال على توقعات الجمهور والتي تتنوع تبعا للفروق الفردية أيضا للاختلافات الموجودة بين الثقافات و اختلاف التوقعات يعكس في معظم الأحيان الثقافة السائدة في المجتمع.(قدوار، 2011، ص101)

-التعرض لوسائل الإعلام : أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات إرتباط بين البحث عن الاشباعات والتعرض لوسائل الإعلام، وبين زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على إختيار المعلومات التي تلي إحتياجاته.

- اشباعات وسائل الإعلام : ينعكس دور وسائل الإعلام في الاشباعات التي يحققها للجمهور من خلال استخدامه لهذه الوسائل، وتتوقف الاشباعات التي تتحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة ونوع المضمون المقدم، وطبيعة السياق الإجتماعي الذي يتم فيه الاتصال وعليه يميز لورانس بين نوعين من الاشباعات:

أ- اشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعين:

-اشباعات توجيهية: تتمثل أساسا في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

-اشباعات اجتماعية : يقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقات الاجتماعية.

ب- الاشباعات العلمية : وتنتج عن عملية الاتصال والإرتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين:

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

-اشباعات شبه توجيهية : وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

-اشباعات شبه اجتماعية: مثل التوحيد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعي وإحساسه بالعزلة(غضبان، 2018، ص32/31)

### 7-5- الإنتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباعات :

تعرضت نظرية الاستخدامات و الاشباعات بعدة انتقادات من قبل الباحثين ، وهذا عرض لأهم هذه الإنتقادات و الردود عليها ، وذلك في محاولة لتقييم هذه النظرية :

1- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة ، مثل : الدافع ، الإشباع ، الهدف ، الوظيفة ، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات .

2- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيزيولوجية ونفسية واجتماعية ، وتختلف أهميتها من فرد لآخر ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام و ا خيار للمحتوى .

3- تقوم النظرية على إفتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهاذف والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك ، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة .

4- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية ، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق إختلالا وظيفيا لبعض الآخر(اسماعيل، 2003، ص257)

5- يرى النقاد أن هذا المدخل لا يرتقي إلى كونه نظرية مستقلة بذاتها ، وأنه مجرد تجميع لأجزاء من نظريات التأثير الانتقائي بل وأنه لا يمكن النظر إليه بإعتباره منهجا متكاملًا .

6- تأكيد المدخل على فكرة القصد و العمدية في إختيار وسائل الإعلام ومضامينها من أجل التعرض إليها ، في حين أن هناك العديد من العوامل التي تحد من قدرة الفرد على هذا الإختيار مثل العوامل الإقتصادية والاجتماعية ، فضلا عن مدى إتاحة وسيلة دون غيرها فمثلا بعض الأماكن قد لا تصلها المجالات الثقافية

فيستعويض الفرد عنها بمشاهدة أو الإستماع إلى البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون(خير الله، 2020، ص170)

### 7-6-علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تعد نظرية الاستخدامات و الاشباعات من أنسب النظريات لهذه الدراسة , بحيث أن معرفة تأثير الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية يحتاج لمقاربة نظرية تهتم بدراسة الفروق الفردية والفئات الاجتماعية وحتى العلاقات الاجتماعية عبر هذه الوسائط , فهي من أبرز النظريات التي تفسر دور الجمهور "الطلبة" وسلوكاتهم إتجاه الاستعانة بوسائل الإعلام والاتصال , ومن بين هذه الوسائل الاتصال الحديثة "الوسائط الرقمية" ولكي تستطيع معرفة هذا التأثير لابد من معرفة دوافعهم لاستخدام هذه الوسائط و الاشباعات المحققة منها و مع مراعاة مخرجات الوسائط والخصائص التي تتميز بها أثناء استخدامها من قبل الموظفين و الاشباع المحقق منها ,

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

### 1- منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي اعتباراً من أنه المنهج الأنسب والأقرب في الدراسات الاجتماعية والإنسانية، ونظراً لأن دراستنا هذه الموسومة بـ تأثير الوسائط الرقمية الاجتماعية على القيم الاجتماعية للطالب الجامعي - دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة- تندرج في هذا الحقل من جهة، وتستخدم في شقها التطبيقي بيانات كمية وجداول ونسب إحصائية، وهذا المبدأ العام الذي يستند إليه المنهج الوصفي في استخلاص النتائج من خلال معالجة البيانات الكمية وقراءة الجداول إحصائية، حيث لا يقتصر البحث في المنهج الوصفي على جمع البيانات و المعلومات والحقائق وتصنيفها وتبويبها وتحليلها كمياً فقط، بل يتعدى ذلك إلى تفسير تلك النتائج ومقارنتها في غالب الأحيان استناداً إلى الخطوات العلمية المتبعة من صياغة الأهداف ووضع الفروض والتساؤلات، واختيار للعينة المناسبة وأدوات جمع البيانات، إضافة إلى تصنيف وتحليل واستخلاص النتائج (صابر، 2002، ص 87-88)

### 2- أدوات جمع البيانات:

تختلف وتتعدد الأدوات المعتمدة في تجسيد الدراسة الميدانية، ولعل أبرز ما ساعدنا على معالجة موضوع البحث قيد الدراسة "استمارة الاستبيان".

فالاستبيان "يساعد الباحث في جمع البيانات وتسهيل على المبحوث الإجابة بمصداقية وذلك لصفة الخصوصية التي توفرها، التداول وتعاون الباحث والمبحوث يساعد في التحصل على بيانات أوضح وأقرب لموضوع البحث وتعرف الاستبانة على أنها: "إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم وتوقعاتهم أو معادلتهم ، والاستبيان أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، حسب اغراض البحث " (عطوي، دت، ص99).

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

وقد تم تقسيم الاستبيان الخاصة بالدراسة إلى أربعة محاور جاءت كالتالي:

- ✓ المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية
- ✓ المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للوسائط الرقمية الاجتماعية
- ✓ المحور الثالث: تأثيرات استخدام الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي  
عينة الدراسة
- ✓ المحور الرابع: المقترحات لتفعيل استخدام الوسائط الرقمية للحفاظ على منظومة القيم  
الاجابية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

### 3- الإطار الزمني والمكاني للدراسة

#### 3-1- الإطار المكاني:

تمت الدراسة الميدانية بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة الشهيد العربي التبسي ، وفي ما يلي نبذة بسيطة حولها:

جامعة الشهيد العربي التبسي جامعة جزائرية في مدينة تبسة التي تقع بين سلسلة جبال الأوراس و الحدود الجزائرية التونسية في شرق البلاد، على بعد 650 كلم من العاصمة ، تضمن تكويننا بيداغوجيا في الأطوار الثلاث: الليسانس والماستر والدكتوراه، وتضم عدة كليات هي كالتالي:

- كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
- كلية العلوم والتكنولوجيا
- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- كلية والآداب واللغات
- كلية الحقوق والعلوم لسياسية
- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية (مكان الدراسة)

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

تاريخ تأسيسها:

كانت سنة 1985، سنة تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علوم الأرض الهندسة المدنية والمناجم، حيث صدر أول مرسوم تنفيذي رقم 189/85 الصادر في 16 جويلية 1985 والمتضمن إنشاء المعهد الوطني للمناجم، وفي سنة 1988 صدر المرسوم التنفيذي رقم 181/88 وكذا المرسوم التنفيذي رقم 184/88 وذلك بتاريخ 27 سبتمبر 1988 وحيث تضمننا إنشاء المعاهد الوطنية لعلوم الأرض والهندسة المدنية.

أما المحطة الثانية التي عرفتها مسيرة تطوير المؤسسة فكانت سنة 1992 أين أنشأ المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 297/92 الصادر في 27 سبتمبر 1992، وقد حمل اسم العلامة الكبير وابن مدينة تبسة الشيخ العربي التبسي تيمنا بما يحمله هذا الاسم من دلالات العلم والنضال الفكري البناء.

أما المرحلة الأخيرة فكانت يوم 12 أكتوبر 2008، في حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2009/2008 من جامعة تلمسان أين أعلن رئيس الجمهورية عن ترقية المركز الجامعي تبسة إلى مصف جامعة، وهذا التاريخ يعتبر نقطة تحول هامة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة، حيث عرفت جامعة العربي التبسي - تبسة- اليوم تغيرات كبرى على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي بما يسمح لها بإبراز كفاءاتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة..

نشأت جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-08 الصادر في 04 جانفي 2009، وقد جاء الإعلان عن ترقية المؤسسة إلى مصف جامعة، تتويجا للمجهودات الجبارة التي بذلتها الأسرة الجامعية بكل أطيافها على مدار سنوات متواصلة، كانت بدايتها سنة 1985، سنة تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علوم الأرض، الهندسة المدنية والمناجم.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية:

بدورها تحتوي على 6 أقسام موزعين كالتالي:

- قسم التاريخ والآثار

- قسم علوم الاعلام والاتصال

- قسم علم المكتبات

- قسمة علم الاجتماع

- قسم علم النفس

- قسم الفلسفة

بتعداد إجمالي من الطلبة بلغ : 5335 طالب موزعين على كافة الاطوار (الليسانس، الماستر، الدكتوراه).

### 2-3- الإطار الزمني:

تم توزيع استمارات الاستبيان على أفراد عينة الدراسة وتحليلها واستخراج النتائج العامة في الفترة الممتدة بين شهري جانفي 2022 وماي 2022. موزعة على النحو التالي:

✓ القراءات الاولى: طيلة شهر جانفي 2023

✓ المعلومات النظرية والاستطلاعية شهر فيفري 2023

✓ توزيع الاستمارة شهري مارس وأفريل 2023

✓ تحليل النتائج واخراج البحث في صورته النهائية شهر ماي 2023

4- مجتمع وعينة الدراسة

تعتبر العينة من بين أهم الأدوات في البحوث الميدانية التي تقام في المجتمعات الكبيرة، إذ يعتبر البحث عن طريق المعاينة اختصاراً للوقت والجهد والمال والوصول إلى النتائج بسرعة، إلا أنه في المقابل يحتاج إلى تكون العينة ممثلة للمجتمع المراد دراسته. (مروان، 2000، ص157)

ونظراً لحجم المجتمع الكبير الذي نخصه بالدراسة ( طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ) فقد ارتأينا اختيار عينة عشوائية طبقية في دراستنا هذه قدرت ب 156 مفردة، عن طريق حساب نسبة 20% من مجموع طلبة كل مستوى وتخصص كما هو موضح في الجدول الموالي

الجدول رقم 01: طريقة اختيار عينة الدراسة

الإجابة	عدد الطلبة	نسبة 20 %
ثانية ليسانس اتصال	223	45
ثالثة ليسانس اتصال	202	40
ثالثة ليسانس اعلام	18	4
أولى ماستر سمعي بصري	139	28
أولى ماستر اتصال تنظيمي	19	4
ثانية ماستر اتصال تنظيمي	161	32
ثانية ماستر سمعي بصري	15	3
المجموع	777	156

المصدر: اعداد الطالبين اعتمادا على معلومات مقدمة من الكلية



الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة



### أولاً: الوسائط الرقمية

#### 1- نشأة وتطور الوسائط الرقمية

ظهر مصطلح الوسائط الرقمية نتيجة للتطور الطبيعي لشبكة الانترنت والويب 0.2 في عام 1954 على يد الباحث في العلوم الانسانية بجامعة لندن جون بارنز، وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت شبكات التواصل بشكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل (أبوزهري، 2018، ص57).

وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية الأولى، وكانت قوائم البريد الإلكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي، حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين، وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة (حمائية، 2015، ص39).

ويعد عام 2002 الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث ظهر موقع **Friendster** في كاليفورنيا في تلك الفترة وقبل ظهور الفايسبوك أنشئ موقع **My Space**، الأمريكي عام 2003 وأصبح أكبر شبكات التواصل، وصنفت مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب لاعتمادها على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها (أبوزهري، 2018، ص 57).

لقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، والبصري، والحسي). باعتبار أن المتأثر وأنماطه محور مهم في عملية التأثير، مستغل (أي القوة المؤثرة) أن السمعي سريع في قراراته لأن طاقته عالية ويتخيل ما يتحدث به أو يسمعه، والبصري حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي يبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء والمفاهيم والأفكار، والمشاعر، والمواقف، والسلوك (الحسين، 2016، ص325).

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

كما تتنوع أشكالها وأهدافها فبعضها عام يهدف الى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وغيرها، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الاعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الاعضاء ذو المصالح المشتركة، بمعنى آخر تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء، وتمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض والتواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم (أبوزهري، 2018، ص57).

ويمكن تلخيص إجمال تطور مواقع التواصل الاجتماعي عبر ثلاثة موجات أساسية، الموجة الأولى جسدت البدايات الأولى لظهور هذه الشبكات بهدف دعم التواصل بين الأفراد، والموجة الثانية تميزت بالمنافسة بين العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي بدأت بالظهور ومحاولة امتلاك مكانة مريحة واستمالة المستخدمين، أما الموجة الثالثة فهي مرحلة الوصول لجماهير عريضة في ظل شهرة بعض الشبكات ومحاولة الهيمنة على سوقها والسيطرة عليها.

### - الموجة الأولى: ظهور الوسائط الرقمية:

في البدء انطلق سنة 1995 موقع [classmates.com](http://classmates.com)، وهو موقع اجتماعي للتواصل مع الاصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة، حيث يستطيع أي شخص إنشاء ملف شخصي مجانا، للاتصال بأصدقائه، والانضمام للمجتمعات المحلية، والدردشة في المنتديات، ولكن يعتبر موقع [SixDegrees.com](http://SixDegrees.com)، أول شبكة للتواصل الاجتماعي معترف بها سنة 1997، حيث يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات أو صفحات شخصية تضم قوائم للأصدقاء والانتساب لجماعات كالمدرسة أو الكلية والاتصال مع باقي مستخدمي الشبكة، فهو أول موقع من أتاح هذه الميزات مجتمعة.

فمن عام 1995 إلى غاية عام 2001، دعمت العديد مواقع التواصل الاجتماعي ميزة إنشاء صفحات شخصية وتعريف قوائم الاصدقاء، وفي عام 1999 أدرج موقع [Livejournal](http://Livejournal)، ميزة الاتصال في اتجاه واحد، ويشتهر الموقع على أنه أول من أتاح خدمة الرسائل الفورية مع الأصدقاء، أما موقع [Likewise](http://Likewise)، أضاف ميزات متضمنا قوائم الاصدقاء وسجلات الزوار وصفحات لليوميات.

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

### - الموجة الثانية: التنافس بين الشبكات لاستمالة المستخدمين:

انطلقت سنة 2001، عندما أطلق موقع **Ryze.com**، حيث أن مؤسسه قدمه لأول مرة لأصدقائه من رجال الأعمال في سان فرانسيسكو، وكذا المستثمرين في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اعتقدوا أنها يمكن أن ليس لديها منافسة، في حين لم يكتسب الموقع شعبية بين الناس، وحاول موقع **Tribe.net**، استمالة المستخدمين عاطفياً.

وفي عام 2003 بدأ ظهور شبكات جديدة للتواصل الاجتماعي، لكن معظمها استمدت من أشكال المواقع الأولى في محاولة لتكرار نجاحات والاستفادة من شعبيتها، أو الاستهداف جماعات ديمغرافية معينة، وفي عام 2004 بدأ المراهقون يستخدمون هذه المواقع بشكل جماعي، وذلك بهدف التواصل مع فرقهم المفضلة، أو تقليداً لأحد أفراد الأسرة الأكبر سناً، فشهدت هذه الموجة من تطور الوسائط الرقمية والإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الوسائط الرقمية.

### - الموجة الثالثة: مرحلة الوصول لجماهير عريضة في ظل سيطرة وشهرة شبكات معينة:

بدأت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي تزايد في مختلف أنحاء العالم، فقد اكتسب موقع **Friendster**، الاهتمام في أيسلندا، وأصبح موقع **Orkut**، شبكة التواصل الاجتماعي الأولى في البرازيل وقبلها الهند، وهكذا بدأت صيت مواقع التواصل الاجتماعي بالبروز أكثر، ولدعمها أكثر أطلقت شبكات جديدة للتواصل الاجتماعي، بهدف الوصول لجمهور أوسع، وفي منتصف 2003 ظهر في فرنسا موقع **Skyrok**، كمنصة للتدوين ثن تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع الموقع تحقيق انتشار واسعاً ليصل سنة 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشتركين، كما انتشر موقع **Facebook**، بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة استخدامه، كما ظهرت عدة مواقع أخرى مثل **Youtube**، و **Twitter**، لتستمر ظاهرة الوسائط الرقمية في التنوع والتطور والازدهار إلى غاية أيامنا هذه (حميدة، 2015، ص39).

### 2- عوامل ظهور الوسائط الرقمية

توجد هناك ثلاثة عوامل ساعدة في ظهور الاعلام الجديد وهي:

#### 2-1- العامل التقني:

المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذ العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حالياً لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذ التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الاعلام: إذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك صحافة وهو الأخطر على طبيعة العالقات التي تربط بين منتج الرسالة الاعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات (الشيخاني، 2010، ص443).

#### 2-2- العامل الاقتصادي:

المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسرار حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدور الإسرار في تدفق المعلومات. وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضم أهميتها يوماً بعد يوم. بقول آخر، إن عولمة نظم الاعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر (الشيخاني، 2010، ص443).

#### 2-3- العامل السياسي:

المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الاعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاهر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذ العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

الاعلام الجديد قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والاقليمية والمحلية ومع تطور تقنيات الاعلام الجديد، اكتسبت ظاهرة المدونات " البلوجز " زخما كبيرا، وأحدثت ردود فعل عديدة على المستويين الرسمي والشعبي، كما أثارت جدال مستمرا بين المعنيين من السياسيين والاعلاميين والاقتصاديين والمختصين والمهتمين باعتبارها " صحافة بديلة " أو في أنها منفذ جديد للتعبير الحر دون رقابة، كما أثارت نوعاً من الشك في أن تكون سبب إثارة النعرات الطائفية(الشيخاني، 2010، ص443).

### 3- سمات وخصائص الوسائط الرقمية

على الرغم من ان وسائل الاعلام الجديد التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية ، إلا ان هناك ميزات الوسائل الاعلامية الراهنة خاصة بها، ومن بين هذه السمات ما يلي:

3-1- اللاجماهيرية: وتعني ان الرسالة الاتصالية من الممكن ان تتوجه الى الفرد او الى مجموعة معينة و ليس الى الجماهير ضخمة كما كان في الماضي ، وتعني ايضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة الى مستهلكا.

3-2- صناعة الرأي العام : تجري صناعة الراي العام وفق مقاسات الهدف الاساسي المحدد من قبل الطبقة السياسية والاجتماعية المهيمنة ، كما تتم وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتمة كبيرة متماسكة.

3-3- التكتيف: حيث اصبح بمقدور القائمين بالاتصال امداد المتلقين جرعات متعددة الأوجه ومفتوحة الاحتمالات (السبيعي، 2013، ص27).

3-4- التفاعلية: وتطلق هذ السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.

إن سمة التفاعلية التي هي من أهم سمات الاعلام الجديد الذي يمتاز بالتشبيك أي عملية الربط الكامل بين مستخدمي الشبكة. والتشبيك يعني أيضا إمكانية رد الفعل السريع ، وما يسمى بدائرة التغذية الاسترجاعية التي هي اكثر آثار ثورة المعلومات والاتصالات الثورية، حيث انيا تمكن أطراف الشبكة من التغيير المستمر للمعلومات و مكونات هذه الشبكة طبقا لما يروونه من رد الفعل ، وهذا هو بالضبط ما

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

يتعمق بالسرعة أو ما يسمى بالوقت الحاسوبي الذي ينتج عنه تغير شبه دائم في المحيط (غاي، 2015، ص73).

3-5- اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، وال تتطلب من المشاركين . لهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه

3-6- قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الاجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى

3-7- العالمية و الكونية : أدت تكنولوجيا الاتصال الى خلق بيئة جديدة لوسائل الاتصال و قصت على المحلية، التي اتسمت بها لعقود كثيرة ، فأصبحت الصورة و الكلمة تنتقل عبر مشارق الأرض ومغاربها في ثواني، ولعل شبكة الانترنت أبرز هذه النماذج من حيث استخداماتها العالمية إذ ترتبط مع الآلاف من شبكات الكمبيوتر ، ويستخدمها الملايين من العملاء على مدار 24 ساعة في معظم انحاء العالم(شطاح، 2006، ص26).

### 4-أهمية الوسائط الرقمية

- اصبح للإعلام الجديد اهمية بارزة في المجتمعات ومن اهمها .
- لا يتطلب تكاليف مادية كبير فقط جهاز كمبيوتر، وخط إنترنت
- أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان ال يمكن تصور حتى وقت قريب جدا
- انتشار وجهات النظر مختلفة وحقائق منعت من قبل
- جعلت الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا
- مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء العالقات الاجتماعية المباشرة، ليشعر بمقابلة الاصدقاء والاتصالات عن بعد
- عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة
- ساعد على التغلب على "طغيان المسافة" في مجال الاتصالات، على سبيل المثال المغتربين وأهلهم

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

- يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام
- ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدمه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوي
- أدوات الاعلام الجديد على حد سواء تنوعا ومرونة ( سلق، 2012، ص13)

### 5- إيجابيات وسلبيات الوسائط الرقمية

#### 5-1- إيجابيات الوسائط الرقمية:

أ- المزايا الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للوسائط الرقمية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الوسائط الرقمية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الوسائط الرقمية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

ب- المزايا في الاستخدامات التعليمية: تلعب الوسائط الرقمية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب، وعدم الاقتصار على تقديم المقرر.

واستخدام الوسائط الرقمية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

ج- المزايا في الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الوسائط الرقمية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة، ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاعف إليها من مبالغة مقصودة أو غير مقصودة لتهويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

د- المزايا في الاستخدامات الدعوية: أتاحت الوسائط الرقمية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقفهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر. (الشاعر، 2015، ص68)

### 2-5- إيجابيات الوسائط الرقمية:

- من أهم سلبيات الوسائط الرقمية، غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي الذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:
- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الإحداث.
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ظهور لفة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف اللغات الحية الرسمية، إضافة إلى هويتها
- نشرها للأفكار الضالة مثل ترويج للعنف والمشاركة فيه، والجنس والتورط في مبادله.
- التعرض للجرائم الإلكترونية كما أخبر بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث عام 2008 تم نشرها عبر الوسائط الرقمية.
- التعرض للخداع فبعض الأشخاص عبارة عن مسبوقين للمنتجات.
- الرصد المبتور للأحداث والوقائع، والخلل في رصدها يؤدي إلى الخلل في فهمها أو الفهم الخاطئ لهذه الأحداث.
- نشر الأكاذيب والمعلومات المغلوطة أو غير الكاملة (العريش والدوسري، 2015، ص68).

### ثانياً: القيم الاجتماعية

#### 1- أهمية القيم الاجتماعية:

القيم الاجتماعية تتجلى في محبة الناس والتعاطف معهم والإنسان الاجتماعي يرى في الحب الوسيلة الوحيدة الملائمة للروابط المتعددة بين الناس، كما أن الحب والكره هما محركا الحياة الإنسانية وبين قطبيهما تتأرجح الحياة إيجاباً وسلباً. فإذا تغلب الحب على الكره استمرت الحياة في تألقها وعطائها.

وإذا تغلب الكره كان تعسرها وركودها، وهذا وذاك لهما علاقة بالقيم السلبية والإيجابية. ففي الحالة التي يتغلب الحب فيها تكون الأعمال البناءة في الحياة وحيث يتغلب الكره يكون الزهد في العمل. وإذا حصل العمل كان تدهيمياً بيد أن الحب ليس قيمة كما يرى بعضهم، وإنما جعلها تتجاوز القيمة. فهي العاطفة التي تسير القيم تحت لوائها. وإذا لم يكن الحب قيمة، وكان العاطفة المولدة للقيم، كان كل ما يمسه يتمتع بقيمة من القيم سواء كانت الحقيقة أو الخير أو الجمال، ولذا يعتبر الحب واهب القيم الدائم" (السعيد، 2001، ص55-56).

كما تعتبر القيم عنصراً رئيسياً في تشكيل ثقافة أي مجتمع فهي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع، كما أنها تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمر من حولهم و تصورهم للعالم المحيط بهم، و تعتبر مرتكزات أساسية تقوم عليها عملية التفاعل الاجتماعي، و تعد جانباً مهماً من جوانب البنية الفوقية للمجتمع، لذلك نجد انه مع كل تغيير في التركيب البنائي للمجتمع، لابد من أن تتغير القيم لتواكب التركيب البنائي الجديد للمجتمع، وينشأ صراع قيمي بين القيم الجديدة أو المستهدفة من التغيير والقيم السائدة بالفعل في المجتمع (كشيك، 2003، ص84).

كما أن للقيم الاجتماعية أهمية كبيرة بالنسبة للأفراد، حيث تعمل على ترابط المجتمع وتماسكه وتوحيده وتنظيمه، بحيث تشكل ركناً أساسياً في تكوين العلاقات الإنسانية والاجتماعية داخل البيئات الاجتماعية المختلفة، بالإضافة إلى دورها الكبير في عملية التفاعل الاجتماعي والاختلاط بين الأفراد في المجتمع الواحد وبين الجماعة والجماعات الأخرى؛ كون القيم الاجتماعية نماذج يفضلها الأفراد ويرغبونها باعتبارها من صلب ثقافتهم وموجهة لسلوكهم، بالإضافة إلى تأثيرها الواضح في عقول الأفراد خلال التنشئة الاجتماعية سواء في الأسرة أو المؤسسات التعليمية، وبذلك تؤدي وظيفتها في ضبط سلوك أفراد المجتمع، بحيث تصبح دعامة قوية للنظام الاجتماعي (الثقفي وآخرون، 2013، ص57).

### 2- خصائص القيم الاجتماعية:

للقيم مجموعة من الخصائص الذاتية التي ترتبط بمفهومها، وتميزها عن غيرها من أنماط السلوك الإنساني، ومن أهمها:

#### 2-1- خاصية الذاتية والشخصية:

ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا وتظهر لديه على صورة مختلفة من التفضيلات، والاهتمامات والاختيارات، والحاجات، والاتجاهات، والأحكام، مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم. وهذا يؤكد أهمية ترسيخ العقائد والتصورات الصحيحة عند بناء القيم وتشكيلها.

#### 2-2- خاصية النسبية:

تعني نسبية القيم أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان فتقديرها وبيان أهميتها وجدواها تختلف من إنسان إلى آخر، ومن مكان إلى مكان، ومن زمان إلى زمان، وذلك لتصورات الأفراد للقيمة وارتباطاتها الزمنية والمكانية، فالقيمة ثابتة عند صاحبها، وراسخة عند معتقديها سواء من حيث مصدرها وأهميتها وجدواها وضرورة تمثيلها لأنهم اختاروها، وميزوها بالعقل والفهم العميق وجعلها معيارا لسلوكهم. فاختلاف التصورات يورث رؤى للقيم الحسن منها والقبيح والمقبول منها والمردود بناء على قاعدة "القيم تابعة للفكر ومتولدة منه"

#### 2-3- خاصية التجريدية:

القيم معان مجردة تتسم بالموضوعية والاستقلالية، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله و الواقع الذي نعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معنى ذهنيا مجردا غير محسوس، لكنه يتخذ قيمة من الواقع الحي الممارس. فالقيم إذن معان كلية ومطلقة ومجردة، ولا تكون إلا إذا اندست بالواقع والسلوك، أي يؤمن الإنسان كموجة يحتضنها في سلوكه (الجلاد، 2007، ص37).

### 4-2- القيم متدرجة:

تدرج القيم يعني أنها تنتظم في "سلم قيمي" متغير ومتفاعل حيث تترتب القيم عند الفرد ترتيبا هرميا يمن فيه بعض القيم على بعضها الآخر، فللفرد قيم أساسية مهيمنة، لها درجة كبرى من الأهمية، وهي تأتي في قمة هرمه القيمي فالصلاة وطلب العلم قيمتان يدين ما المرء، إلا أنه قد يوجد في ظرف يحتم عليه الاختيار بينهما، فيقدم الصلاة على طلب العلم وفقا لترتيبه الهرمي وقد يفعل عكس ذلك. وتظهر أهمية هذه الخاصية عند تعليم القيم في إدراك القضايا الرئيسية الآتية:

- وجود مساحة عريضة من القيم تتناسب وأنواع المواقف التي يمكن للفرد المفاضلة والاختيار بينها، ومن ثم تأتي أهمية تعليم المتعلم كيفية الاختيار المفاضلة بين القيم بمنهج تفكيري سليم.
- إمكانية التغير في بناء القيم، إذ إنها لا تتخذ مرتبة ثابتة لا تتغير في نفس الفرد بل ترتفع وتنخفض، وتتقدم وتراجع فيما بينها تبعا لتصورات الفرد وبناءه الشخصي وتربيته وطبيعته، لما يتعرض له من مؤثرات خارجية.
- أهمية العوامل البيئية والتربوية في توضيح "السلم القيمي" وثباته، فالخبرة والنضج والوعي، والنمو والتعلم، جميعها تؤثر في مدى وعي الفرد وإدراكه للقيم، وكلما أزداد الوعي والإدراك والنضج، كان ذلك أدعى لحسن ترتيب القيم وتنظيمها ومن ثم ثباتها (الجلاد، 2007، ص38).

### 5-2- خصائص أخرى:

- تتصف بالقابلية للتغيير: بالرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي، إلا أنها قابلة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية لأنها انعكاس لطبيعة العلاقات الاجتماعية ونتاج لها.
- القيمة ذات قطبين في الجملة: فهي إما هذا الوجود أو ذاك أنها حق أو باطل، خير أو شر.
- الدينامية: فالقيم تتغير بتغير محور الاهتمام لدى الفرد وفقا للتفصيلات والاهتمامات الإنسانية.
- تساعد بعضها البعض فهي ليست وحدات منفصلة وأنها غالبا ما تتفاعل معا وتتداخل، على نحو يزيد قوة (أبو جادو، 1998، ص208).
- إمكانية قياسها ودراستها من خلال أساليب عامة للقياس، تستخدم في قياس الميول والاتجاهات (الملاحظة الميدانية والموقفية والاستبيانات المقننة) ولذلك فالقيم مرتبطة بحياتنا التجريبية، فمن

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

الممكن قياسها ودراستها باعتبارها تقديرا للأشياء وعلى أساس طبيعة الأشياء نفسها(أبو جادو، 1998، ص208).

### 3- تصنيف القيم الاجتماعية:

إن موضوع تصنيف القيم يعد من أكثر المواضيع التي اختلف حولها الدارسون ، إذ أورد كل واحد منهم تصنيفا يتماشى ويوجه أفكاره، ولهذا صنفت القيم بالاستناد على عدة أبعاد إلى تصنيفات عديدة نذكر منها:

#### 3-1- بعد المحتوى: وتصنف إلى :

- قيم نظرية : يقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة وهو في سبيل ذلك الهدف يتخذ اتجاهها معرفيا من العالم المحيط به فهو يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها قيم اقتصادية: يقصد بها اهتمام الفرد بما هو نافع ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها ، عن طريق الإنتاج والتسويق واستهلاك البضائع واستثمار الأموال .
- قيم جمالية : تظهر في اهتمام الفرد بما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق وهو بذلك ينظر للعالم المحيط به نظرة تقدير لهمن حيث التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي .
- قيم اجتماعية : يعبر عنها الفرد من خلال ميله لغيره من الناس ورغبته في مساعدتهم والتفاعل معهم ، وهي قيم تنظم علاقات الفرد داخل الجماعة ، وهي قيم شاملة تشمل جميع القيم .
- قيم سياسية : تعني اهتمام الفرد بالحصول على القوة إذ تهدف إلى السيطرة والتحكم في الأفكار أو الأشياء أو الأشخاص
- قيم دينية : تبدو من خلال اهتمام الفرد بالتعاليم والمبادئ الدينية
- قيم معرفية : تعني اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقائق العلمية والمعارف والسعي إلى اكتساب المزيد من الحقائق العلمية (فوزية، 2001، ص72).

#### 3-2- بعد المقصد: وتصنف إلى :

- قيم وسيلية : هي تلك القيم التي يعتبرها الأفراد مجرد وسائل لا غايات

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

- قيم غائية: هي الأهداف التي تضعها الجماعات والأفراد لأنفسهم .
- 3-3 بعد الشدة : وتقدر شدة درجة الالتزام التي تفرضها ، ونوع الجزاء الذي تقرره على من يخالفها ويمكن التمييز بين ثلاثة مستويات لشدة القيم:
- ما ينبغي أن يكون ، هي القيم الملزمة أو الأمرة أو الناهية التي تمس كيان المصلحة العامة
- ما يفضل أن يكون: هي القيم التفضيلية التي يشجع الأفراد على الالتزام بها
- ما يرجى أن يكون: هي القيم المثالية التي يحس الناس استحالة تحقيقها بصورة كاملة
- 4-3 بعد العمومية: وتنقسم إلى قسمين :
- قيم عامة: هي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة وهي القيم المرتبطة بالعادات والتقاليد
- قيم خاصة : هي القيم المتعلقة بمواقف أو مناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محدودة أو بطبقة معينة بعد الوضوح: وتنقسم إلى قسمين :
- قيم ظاهرة: هي التي يصحح بها أو يعبر عنها بالكلام
- قيم ضمنية: هي تلك التي يستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الاختيارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الآخرين بصورة نمطية بعد الدوام: وتنقسم حسب استمرارها إلى :
- قيم عابرة: وهي القيم الوقتية العارضة القصيرة الدوام السريعة الزوال
- قيم دائمة هي القيم التي تبقى زمنا طويلا مستقرة في نفوس الناس من جيل لآخر كالقيم المرتبطة بالعادات والتقاليد(فوزية، 2001، ص74).

### 4- دور القيم الاجتماعية

يرى توماس إن القيم هي أي شيء يحمل معنى لأعضاء جماعة ما بحيث يصبح هذا المعنى موضوعا ودافعا يوجه نشاط هؤلاء الأعضاء ، ويرى أن القيم هي الاهتمامات والتفضيلات المرغوب فيها

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

والواجبات والالتزامات الأخلاقية والحاجات ، والقيم هنا ليست خاصة في الشيء ذاته بل هي علاقة تهدف أو غرض ما في الحياة الإنسانية نوهي تمثل منتجات اجتماعية داخل شبكة العلاقات الإنسانية والمجتمع يلعب دورا هاما في تشكيل شبكة العلاقات الاجتماعية ، كما يلعب دورا هاما في تشكيل رغبات واهتمامات الفرد عن طريق التنشئة الاجتماعية والتفاعل والاتصال الاجتماعي (الحسسي، 2002، ص210).

إن دور القيم الاجتماعية في المجتمع يتجلى في التماسك الاجتماعي وتقوية الروابط بين أفراد المجتمع من خلال احترام الأبناء لأبائهم وأمهاتهم وأقاربهم وإخوانهم ، فالروابط بين الأب وابنه أو الأخ وأخيه هي ثوابت واجبة الاحترام، وان يتولى الآباء والأمهات تنشئة الأولاد تنشئة اجتماعية جيدة تهدف إلى التماسك والترابط والحفاظ على البناء الاجتماعي كما لها دور يتمثل في الاعتزاز بالهوية الوطنية التي تمثل الجانب المهم من ذاتيتنا وتفكيرنا ومن تطلعاتنا الخاصة في المرحلة الراهنة ، كما للقيم الاجتماعية دور يتمثل في الوعي الاجتماعي لمطالب هذا الوطن ومعالجته والابتعاد عن كل ما يؤذي وحدته ، إذ يضع المواطن مصلحة وطنه فوق كل مصلحة ، كما للقيم الاجتماعية دور يتمثل في الانعدام الاجتماعي والتالف والترابط الاجتماعي وغيرها من القيم الحميدة التي حث عليها الإسلام ، والتقاليد الإسلامية وغيرها من التعاليم التي تحافظ على الترابط الاجتماعي بين الأفراد، وكل اقتطاع لجزء من أجزاء وحدات المجتمع مهما كان صغيرا يعني تحطيم النسق الاجتماعي في اهم ركائزه، فالقيم الاجتماعية هي أساس منظومة الحياة الاجتماعية الريفية الحضرية.

كما للقيم أوجه متنوعة تتعدد بقدر ما تتعدد المجالات التي تنطلق منها ، وفي كل ما يتعلق بأمور الحياة من اجتماعية واقتصادية وسياسية وتربوية وغيرها ، ويبدو الإنسان في هذه القيم فردا في أسرة ومواطننا في امة وعضوا في مجتمع إنساني يرتبط كماله بكمال المجموع الذي ينتهي إليه مع احتفاظه بفرديته واستقلال شخصيته (الحسسي، 2002، ص210).

### 5-وسائط تثبيت القيم الاجتماعية:

هناك مجموعة من الوسائط التي تساهم في ترسيخ القيم الاجتماعية، وتثبيتها نذكر منها :

5-1- الأسرة: هي الوحدة الاجتماعية الأولى، التي يتفاعل معها الفرد، ويكتسب من خلالها العديد من الاتجاهات و الميول، والقيم الدينية، الثقافية، والاجتماعية، وسائر العادات، والتقاليد، وأنماط السلوك الاجتماعي، فالأسرة ليست وسيلة اكتساب القيم الروحية، والأخلاقية، فحسب ولكنها المصدر، الذي ينمو لدى الطفل، من خلاله الكثير من العادات والميول، والاتجاهات ومعايير السلوك، ذلك أن الأبوين، هما دعامة الأسرة، وهي أولى لبنات اتمع الذي يتكون من مجموع الأسر، لذلك فقد حرص الإسلام على أن تشمل المحبة، والرحمة، أساس الأسرة، فإذا شب الفرد في أسرة مسلمة، سليمة في اعتقادها، وعبادها، ومعاملتها، تشرب الأولاد ما هو سائر في الأسرة، من قيم اجتماعية ودينية، لهذا يتعين على الأسرة اكتساب الأولاد القيم الفاضلة ومهما عظم دور المدرسة والوسائط التربوية الأخرى، في تنمية القيم الاجتماعية للطفل وثم تقوم الجماعات الأخرى بدور مكمل، ومدعم (الحميسي، 1996، ص30).

5-2- المدرسة: المدرسة هي المؤسسة الاجتماعية التي أو كل ما يوكل إليها مهمة تشكيل الأجيال، من خلالها ووسائطها المتعددة، من معلم، كتاب مدرسي، وجو اجتماعي داخلها، فالمدرسة تعد أهم المؤسسات التربوية، عناية بالقيم، حيث تم المناهج بما فيها من دروس وأنشطة متعددة بإيصال القيم وتوصيلها إلى التلاميذ، وقد يكون التأثير أخوي كلما كانت الأساليب ناجحة و طرق التدريس قائمة على أسس سليمة، وحديثة، يقوم بها المعلمون حكماء، ومربون ناجحون يعرفون كيف ينمون القيم في نفوس الناشئة. فالمدرسة باعتبارها وحدة متكاملة بما يسودها، من نظم ولوائح، وإدارة مدرسية، ومكتبة ومعلمين كل أولئك يعدوا وسيلة هامة لاكتساب القيم الاجتماعية فسيادة روح التفاهم، التي تربط المعلمين، مع المتعلمين وإشاعة روح الألفة والمحبة، والتعاون بين الجميع، يساعد على تثبيت القيم عند التلاميذ في المدرسة، ولا ننسى وخبرة دور المكتبة المدرسية والإذاعة فيها، والإدارة التربوية الحكيمة والأقران، من اكتساب الطالب قيما جديدة بناءة (القرشي، 2010، ص60)

ولكي تنجح المدرسة في غرس القيم الجديدة، وترسخها، ليجب أن تتكامل مع الأسرة، فإذا أرادت المدرسة أن تنجح في غرس القيم، عليها أن تتعاون مع الأسرة، فتلتقي في مجالس ولقاءات متكررة مع الآباء (السيد، 2010، ص4).

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

3-5-المسجد: يقوم المسجد بدور بارز في تنمية القيم الإسلامية فالمسجد، يعمل على تأكيد القيم المركزية المستمدة من الدين الإسلامي الحنيف، والتي تعتبر أساسية لاستقرار المجتمع وتماسكه وتقدمه، وأئمة المساجد، وخطبائها من خلال خطبة الجمعة ذ، والمناسب الدينية، والندوات و الحلقات النقاشية، التي تعقد بالمسجد، يدعون الناس إلى إقامة الفرائض والتمسك بالقيم الدينية، والعمل لصالح خدمة المجتمع، والتقرب من الله سبحانه وتعالى. وقيم الدين تظهر في معاملات الدنيا، ويظهر الدين في كل أمور الدنيا الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتاريخ التربية الإسلامية، ينبغي العناية به، وتزويده بالإمكانات البشرية المادية التي تساعد في إنجاز وظائفه الكثيرة(نوفل، 1999، ص45).

4-5- المعلم: إن المعلم هو حجر الزاوية في العملية التعليمية، وهو حامل القيم، وموصلها إلى الأجيال فالمعلمون يحتلون مكان الصدارة بين القوى المؤثرة على الناشئين، وفي بناء القيم والأفكار ولاشك أن المعلم لا يكون حاملا للقيم ومنشئا لتلاميذه عليها، ما لم يكن قدوة للمتعلمين في سلوكه، وهنا تبرز أهمية القدوة في التربية، وللمعلم دور كبير في غرس القيم والأفكار بين الطلاب، إنه تأثير إنسان في إنسان، بما يملكه من سلطة تسمح بإحداث التغيير في سلوك الطلاب فالقدوة هي من أرقى الأساليب التربوية، ومن أنجح الوسائل المؤثرة في إعداد الناشئين خلقيا ونفسيا، واجتماعيا، ذلك أن القدوة هي الواقع الحي الملموس، الذي يدعو إلى الامتثال بالعمل قبل القول، وبالتالي، فإن التربية بالقدوة العلمية أبلغ، وأكثر تأثيرا من التربية النظرية (كجيل، 1992، ص7).

فالطفل، وإن كان لا يدرك ما ندركه نحن الكبار، من معنى القيم والمبادئ، ولكنه بطريقة ما ينشئ في نفسه قاعدة تبنى عليها تلك المبادئ في المستقبل، فإذا كانت القاعدة مضطربة ومعوجة، فليس لنا أن نأمل أن تكون سليمة القيم والمبادئ (مطر، دت، ص55).

5-5- وسائل الإعلام: إن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام بالغ الأهمية سواء من حيث التغطية إذ انه يغطي شريحة واسعة يصعب على برامج التعليم النظامي تغطيتها، أو من حيث المدة حيث يأخذ نصيبا وافرا من الوقت (ابراهيم، 1995، ص99)

فالقيم التي تحملها الرسالة الإعلامية تتسلل لا إراديا لوجدان الطفل لتظهر بعد ذلك سلوكا وتصرفا عنده قد لا يرضى عنه المجتمع.

## الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

فقد أصبح الفرد عرضة لغزو إعلامي غريب على عاداته وقيمه قد يتفق أو يختلف مع ما يرغبه المجتمع في أفراد، وأكثر أفراد المجتمع تأثر بوسائل الإعلام هم الأطفال بحكم تكوينهم النفسي والعقلي، حيث أن تفكيرهم النقدي محدود في هذه المرحلة لذلك فهم على استعداد لتقبل كل ما يأتيهم من خلال وسائل الإعلام.

وقد أكدت كثير من البحوث الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل الإعلام في بناء الشخصية، ولذلك يجب إن تستثمر جيدا أو توظف بطريقة صحيحة حتى تؤدي ثمارها المرجوة في مجال التربية، وبناء على ما ثبت من علاقة بين وسائل الإعلام والتربية، وحيث أن هدف التربية هو غرس القيم في الناشئة لتظهر بعد ذلك كسلوك، فإن وسائل الإعلام تلعب دورا إعلاميا وثقافيا وترفهييا، وتهدف إلى بث القيم في نفوس الناشئة.

### 6- النظريات المفسرة للقيم الاجتماعية:

#### 6-1- الاتجاه العضوي (البنائية الوظيفية):

تعود جذور هذا الاتجاه العضوي إلى فلسفة عصر التنويري ويقوع على فلسفة المماثلة العضوية يشبه المجتمع الكائن الحي بما به من الأعضاء والتي لها وظائف معينة تتكامل وتتناسق مع وظائف الأجزاء الأخرى بهدف تحقيق استقرار المجتمع واستمراره، ومن أهم المنظرين لهذا الاتجاه أوجست كونت، هربت سبنسر، أميل دوكايم، واستمدت البدائية أصولها من الاتجاه الوظيفي في علم النفس وخاصة النظرية الأنثروبولوجية، ينظر هذا الاتجاه إلى القيم على أنها أحد جوانب النسق الاجتماعي التي تتفاعل وتتساند مع باقي عناصر النسق بما يساعد على توازن المجتمع واستمراره وبالتالي يتحقق التوازن الاجتماعي للجماعة ككل.

ويؤكد الاتجاه العضوي على اعتبار المجتمع على الوجه الأساسي لسلوك الأفراد وتفاعلاتهم وقيمتهم، إذ يمثل المجتمع المتغير المستغل بينما يمثل الفرد التابع الذي يستلزم عليه ان يتبع إرادة المجتمع أو الجماعات فالفرد في هذا الاتجاه عنصر سلبي غير قادر على تغيير حياته أو تغيير الواقع أو تبني قيم اجتماعية جديدة تعمل على تطوير وتغييره إن كان سلبيا، ولذا يؤكد الاتجاه العضوي - على ضرورة الاجماع القيمي الذي يشمل البناء الاجتماعي والثقافي، بأثره حيث تتوافر مجموعة من الأهداف والمبادئ العامة التي يوافق عليها معظم أفراد المجتمع، وهذا الاجماع هو أعمق وأعم مصدر من مصادر التكامل الاجتماعي، والأكثر ثباتا في الأنساق الاجتماعية والثقافية. (عثمان، 2018، ص26)

### 2-6- الاتجاه الماركسي:

يؤكد هذا الاتجاه على أن القيم الأخلاق السائدة في المجتمع تعتبر انعكاساً لقيم وأخلاقيات الطبقة الاجتماعية المسيطرة في المجتمع، إذن فإن طابع العلاقات الاجتماعية يحدد قيم ومضمون القيم والأخلاق ويشير "كارك ماركس" إلى أن المجتمع يتكون من بناء فوق (القيم، العقائد، انماط التفكير المختلفة)، وبناء تحتي (الأساس الاقتصادي) وتعتبر القيم انعكاساً للبناء التحتي، فكل طبقة اجتماعية وخاصة الطبقة السائدة المسيطرة تتبلور وتتغرز القيم والمعايير والتعميمات الأخلاقية التي تنشأ وتتطور على أساس نمط حياتها، ووضعها الاقتصادي والموضوعي وأساليب كسب العيش والمصالح المشتركة تكون باعثاً للأفراد الذين يشكلون طبقة ما على أن نقرر سلفاً القيم والمعايير والمواقف الاجتماعية المشتركة.

### 3-6- الاتجاه الصراع:

استمدت هذه النظرية أصولها الماركسية، التي تعتبر أن التناقض بين الإنتاج وقوة الانتاج هي المكسب لأساسي للصراعات في المجتمع، ومن أهم المنظرين لهذا الاتجاه (كولمان، لويس كروز، هيردال) وقد رفض الصراع مقولة الاجتماع التي نادى بها الاتجاه الوظيفي البنائي، وقد أكدت التباين بين افراد المجتمع والظلم الواقع على من لا يملكون من جانب من يملكون السلطة والقوة في المجتمع قد يؤدي إلى ظهور الصراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، لأن المجتمع يتكون من جماعات ذات قيم متباينة، فإن كل جماعة تدافع عن مصالحها وقيمتها الخاصة ومن ثم نجاخ الجماعة ما يعني اقضاء الجماعات الأخرى، وقد اكد على ذلك تولمان 'حيث أشار إلى احتواء المجتمع لجماعات عديدة ذات اتجاهات وقيم ومعايير مختلفة من شأنه ان يؤدي على التصادم نتيجة حتمية لصراع القيم ويؤكد "ميردال" على ان هنالك صراعا بين المقدمات القيمية (الأهداف والمطامح) وأن نتاج هذا الصراع يتسع ليؤثر على بناء المجتمع ككل وإن المجرى الطبيعي له يتحدد عن طريق القوة التي تمتلكها الجماعات المختلفة(عثمان، 2018، ص27)



## الفصل الثالث:

# الإطار الميداني للدراسة



## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

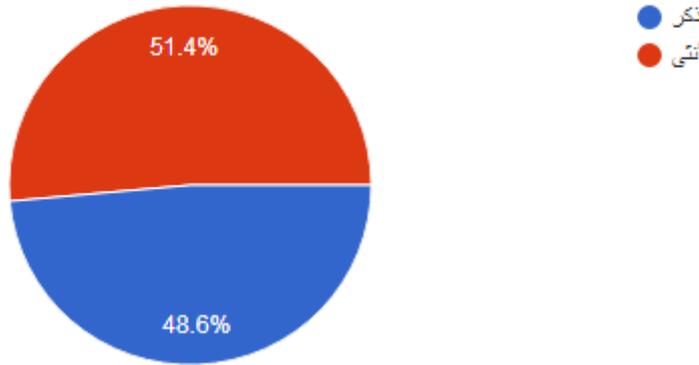
أولاً: جدولة وتحليل بيانات الدراسة

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	76	%48.6
أنثى	80	%51.4
المجموع	156	% 100

الشكل رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع



المصدر: من اعداد الطالبين

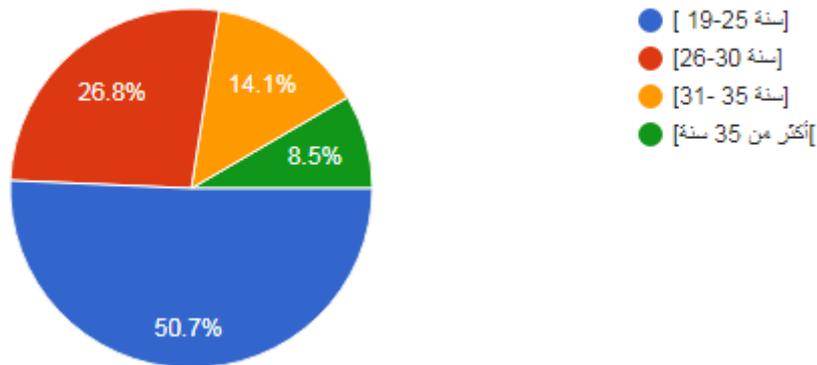
يوضح الجدول رقم 01 توزيع أفراد العينة من الطلبة الجامعيين حسب النوع، ويشير إلى الإناث تشكل 51.4% من العينة. وهي النسبة الأكبر بينما 48.6% من الطلبة الجامعيين عينة الدراسة هم من الذكور وبالتالي يمكن القول أن هاته النتائج عائدة بالدرجة الأولى إلى أن مجتمع الدراسة تغلب عليه فئة الإناث مقارنة بالذكور

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
50.7	79	[ 19-25 سنة ]
26.8	42	[ 30-26 سنة ]
14.1	22	[ 35 -31 سنة ]
8.5	13	[ أكثر من 35 سنة ]
% 100	156	المجموع

الشكل رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من اعداد الطالبين

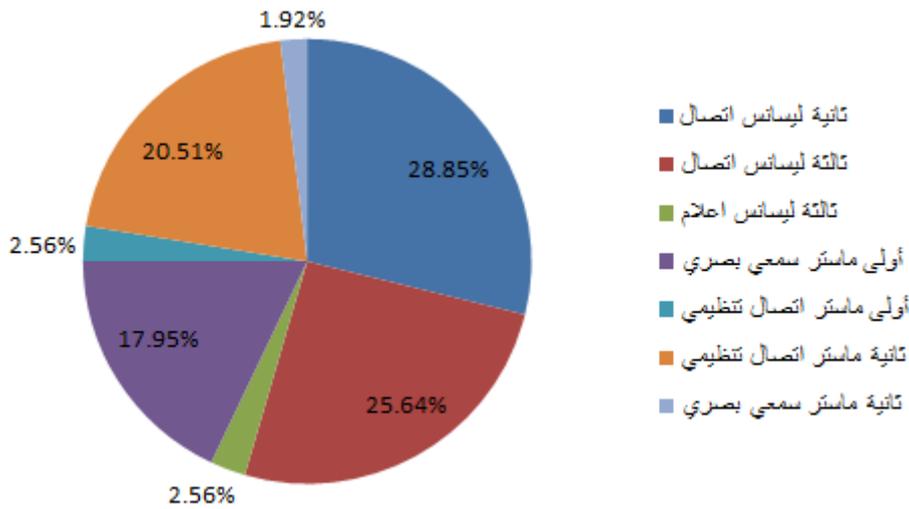
يوضح الجدول توزيع الطلبة عينة الدراسة حسب الفئات العمرية، ويشير إلى أن 50.7% من الطلبة في العينة تتراوح أعمارهم بين 19-25 سنة، في حين يشكل الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 26-30 سنة 26.8% من العينة، وتشكل الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 31-35 سنة 14.1% من العينة، ويشكل الطلبة الذين يبلغون أكثر من 35 عامًا 8.5% من العينة. وبالتالي هناك تنوع في الفئات العمرية بالنسبة للطلبة عينة الدراسة غير أن الغالب منهم هي فئة (19-25 سنة)

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة	التكرار	الإجابة
28.85	45	ثانية ليسانس اتصال
25.64	40	ثالثة ليسانس اتصال
2.56	4	ثالثة ليسانس اعلام
17.95	28	أولى ماستر سمعي بصري
2.56	4	أولى ماستر اتصال تنظيمي
20.51	32	ثانية ماستر اتصال تنظيمي
1.92	3	ثانية ماستر سمعي بصري
% 100	156	المجموع

الشكل رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص



### المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب التخصصات التي يدرسونها، ويشير إلى أن 28.85% من العينة وهي النسبة الغالبة يدرسون ثانية ليسانس اتصال، في حين يدرس 25.64% ثالثة ليسانس اتصال. تليها نسبة 20.51% ثانية ماستر تخصص اتصال تنظيمي، ويدرّس 17.95% أولى ماستر سمعي بصري ويدرّس 2.56% ثالثة ليسانس اعلام، وأولى ماستر اتصال تنظيمي لكل تخصص، بينما يدرس 1.92% ثانية ماستر سمعي بصري.

وبالتالي هناك تنوع في أفراد العينة من حيث التخصص المدرّس وهو عائد لطبيعة العينة المختارة (العشوائية الطبقية)

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

### المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للوسائط الرقمية الاجتماعية

الجدول رقم 05: فترة استخدام افراد العينة الوسائط الرقمية الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	104	67.1
أحيانا	49	31.4
أبدا	3	1.5
المجموع	156	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

يتضح من النتائج أن الأغلبية العظمى (67.1%) من الطلبة الجامعيين يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي بشكل دائم، أي أنهم يستخدمون هذه الوسائل على مدار اليوم وبشكل متواصل، وهذا يشير إلى الأهمية الكبيرة التي تحظى بها وسائط التواصل الاجتماعي في حياة الطلبة الجامعيين. حيث أن استخدامها أصبح شائعاً جداً بين الشباب في الوقت الحالي. وهو ما يعكس الدور الكبير لهاته الوسائط في حياتهم .

كما يمكننا مقارنة نسبة الطلبة الذين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية دائماً (67.1%) مع الذين يستخدمونها أحياناً (31.4%) والذين لا يستخدمونها على الإطلاق (1.5%). يمكننا اعتبار الطلبة الذين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية دائماً والذين يستخدمونها أحياناً كفتتين مختلفتين، حيث إن الأولى تستخدمها بشكل أكثر تكراراً وتأثيراً على حياتهم اليومية، بينما الثانية تستخدمها بشكل أقل تكراراً.

وبالتالي، يمكن الاستنتاج أن وسائل الرقمية الاجتماعية تلعب دوراً هاماً في حياة الطلبة الجامعيين، وأنها تستخدم بشكل شائع بين هذه الفئة العمرية. ويمكن أن يكون لها تأثير كبير على عدة جوانب من حياتهم خاصة منها الأكاديمية والمهنية في المستقبل

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 06: الوسائط الأكثر استخداما

النسبة	التكرار	الإجابة
59.2	92	فايسبوك
9.9	15	يوتيوب
22.5	36	انستغرام
5.6	9	الواتساب
1.4	2	التيكتوك
1.4	2	التلغرام
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول السابق الوسائط الرقمية الاجتماعية الأكثر استخداما من قبل الطلبة الجامعيين في العينة المدروسة. ويلاحظ أن فايسبوك هو الوسيط الأكثر استخداما بنسبة 59.2%، تليه انستغرام بنسبة 22.5%. ويأتي بعدهما يوتيوب بنسبة 9.9%. وتظهر النتائج أيضا أن استخدام التطبيقات الأخرى مثل الواتساب والتلغرام والتيكتوك ليس لها نفس الانتشار والاستخدام كما للوسائط الأكثر شيوعاً. يمكن الاستدلال من هذه النتائج على أن الوسائط الرقمية الأكثر شيوعاً لدى الطلبة الجامعيين هي فايسبوك وانستغرام. وقد يكون هذا مرتبطاً بعوامل مثل الشعبية والتحديثات والمحتوى المتاح على هذه الشبكات أيضاً من خلال الخدمات التي تقدمها هاتين المنصتين، وكذا سهولة الوصول وأيضاً فكلتا من الفاييسبوك والانستغرام لديهما شعبية كبيرة بين الطلبة الجامعيين حيث عتبر فايسبوك أحد أكبر وسائل التواصل الاجتماعي في العالم، فيتيح للمستخدمين الاتصال والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة ومشاركة المحتوى الخاص بهم. وبالمثل، إنستغرام يعتبر أحد الوسائط الاجتماعية الشهيرة ويتميز بتبادل الصور ومقاطع الفيديو والتواصل أيضاً، وهذه كلها من الاشباعات التي يقبل الطلبة الجامعيين على تحقيقها.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 07: الوسيلة المعتمدة في استخدام الوسائط الرقمية

النسبة	التكرار	الإجابة
2.8	5	الحاسوب
97.2	151	الهاتف
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 97.2% من عينة الدراسة تفضل استخدام الهاتف كوسيلة للاستفادة من الوسائط الرقمية، في حين أن نسبة 2.8% فقط تفضل استخدام الحاسوب، ويمكن القول بأن الهاتف الذي يعد الوسيلة الأكثر استخداماً للاستفادة من الوسائط الرقمية من قبل الطلبة عينة الدراسة، ويمكن أن يرجع ذلك إلى سهولة استخدام الهاتف وتوفره للجميع، إضافةً إلى الإمكانيات المتعددة التي يوفرها مثل التطبيقات والوصول السهل للإنترنت.

في حين أن نسبة صغيرة من عينة الدراسة تفضل استخدام الحاسوب كوسيلة للاستفادة من الوسائط الرقمية، حيث يمكن ربط ميزات جهاز الحاسوب مثل الشاشة الكبيرة ولوحة المفاتيح، بالأنشطة الأكثر استخداماً في مكان ثابت على غرار مكاتب العمل أو داخل الإدارات بالمؤسسات الخدمائية أو الإدارية على عكس الحركية التي تميز أفراد عينة الدراسة من طلبة جامعيين، وهو ما توفره الهواتف النقالة لهم ومن خلال تحليل النتائج، يمكن استنتاج أن الهاتف هو الوسيلة الأكثر شيوعاً واستخداماً بين العينة المدروسة للوصول إلى الوسائط الرقمية. بفضل سهولة الوصول والاستخدام مقارنة بالحاسوب.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 08: متوسط الحجم الساعي المستغرق أثناء استخدام الوسائط الرقمية في اليوم

النسبة	التكرار	الإجابة
7%	11	أقل من ساعة
39.4%	61	من ساعة إلى ساعتين
53.5%	83	أكثر من ساعتين
100%	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يقدم الجدول السابق نتائج تتعلق بالوقت الذي يستغرقه أفراد العينة من الطلبة الجامعيين في استخدام الوسائط الرقمية في اليوم، ويمكن تحليله بالشكل التالي:

يمكن ملاحظة أن 53.5% من الأفراد يقضون أكثر من ساعتين في استخدام الوسائط الرقمية في اليوم، وهو مؤشر على أن الوسائط الرقمية تأخذ حيزًا كبيرًا من وقت الطلبة عينة الدراسة في حياتهم اليومية، مما يعكس الأهمية المتزايدة التي تلعبها الوسائط الرقمية بالنسبة لهم ولنشاطاتهم سواء بالجامعة أو خارج أوقات الدراسة.

كما يتضح من الجدول أن 39.4% من الأفراد يستخدمون الوسائط الرقمية لمدة تتراوح بين ساعة وساعتين في اليوم، وهذا يعكس أن الوسائط الرقمية تستخدم بصورة مستمرة ودائمة بالنسبة للطلبة ولكن في فترة محددة، سواء للترفيه أو الدراسة أو التواصل الاجتماعي.

أما النسبة الأقل المقدرة بـ 7% من الطلبة يقضون أقل من ساعة في استخدام الوسائط الرقمية في اليوم، ويمكن تفسير ذلك بأنهم ربما يكونون أكثر اعتمادًا على الوسائط التقليدية في حياتهم اليومية، أو ربما لا يمتلكون وسائل تقنية حديثة للاستخدام.

بشكل عام يمكن القول بأن الوسائط الرقمية تمثل جزءًا كبيرًا من حياة الطلبة عينة الدراسة، إذ يتم الاعتماد عليها بشكل مستمر ودائم طبقًا للاشباع أو الاحتياجات الخاصة بهم. وهو ما يساعد في فهم أنماط الحياة اليومية للطلبة وكيفية تفاعلهم مع التكنولوجيا والوسائط الرقمية الحديثة

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 09: الأوقات المفضلة في استخدام هاته الوسائط

النسبة	التكرار	الإجابة
5.6	9	صباحا
18.3	28	نهارا
76.1	119	ليلا
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول أعلاه أن الطلبة عينة الدراسة يميلون إلى استخدام الوسائط الرقمية في الليل أكثر من أي وقت آخر، حيث تصل نسبتهم إلى 76.1% من العينة، في حين أن نسبة 18.3% تخص أفراد العينة الذين يستخدمون الوسائط الرقمية نهارًا، بينما يستخدم 5.6% منهم الوسائط الرقمية صباحًا. ويمكن تفسير هذا بأن الليل هو الوقت الذي يمكن للأفراد الاسترخاء فيه والترفيه عن أنفسهم واستخدام الوسائط الرقمية بشكل أكبر. وقد يكون النهار وقت للانشغال والنشاطات اليومية والدراسية، مما يقلل من فرصة استخدام الوسائط الرقمية. وبالتالي فإن تفضيلات الأفراد للاستخدام اليومي للوسائط الرقمية في الأوقات المختلفة من اليوم تبين أن الأوقات الليلية هي الأكثر شيوعًا للاستخدام،

الجدول رقم 10: مدة استخدام الوسائل الرقمية

النسبة	التكرار	الإجابة
40.8	63	في اوقات الفراغ فقط
59.2	93	في سائر اليوم
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يتضح من الجدول أن أكثر أفراد العينة المدروسة (59.2%) يستخدمون الوسائط الرقمية على مدار اليوم بشكل عام، بينما يستخدم 40.8% من الطلبة هذه الوسائط في أوقات الفراغ فقط. يمكن أن يرجع هذا الاختلاف في استخدام الوسائط الرقمية إلى عدة عوامل، مثل الاختلافات في نمط الحياة والجدول الزمني للطلبة والأنشطة التي يشاركون فيها.

يمكن تفسير اختيار الطلبة للاستخدام المستمر للوسائط الرقمية بسبب أهميتها في التواصل الاجتماعي والمهام الأكاديمية والترفيه. وقد يكون الاختيار للاستخدام في أوقات الفراغ بسبب الانشغال بأنشطة أخرى في اليوم مثل الدراسة والعمل.

ومن ناحية أخرى، يمكن تفسير استخدام الطلبة للوسائط الرقمية في أوقات الفراغ فقط بأنه يعكس رغبتهم في الابتعاد عن استخدام الوسائط الرقمية أثناء العمل الأكاديمي أو العملي، والتركيز على أنشطة الاسترخاء والترفيه في أوقات الفراغ.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 11: مدى تأثير استخدام الوسائط الرقمية على النشاطات اليومية

النسبة	التكرار	الإجابة
8.5	13	بشكل دائم
71.8	112	بشكل جزئي
19.7	31	لا يؤثر تماما
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يمكن القول إنه من خلال نتائج الجدول الذي يوضح تأثير استخدام الوسائط الرقمية على النشاطات اليومية، أن الغالبية العظمى من الطلبة أكدوا بأن الوسائط الرقمية تؤثر بشكل جزئي في حياتهم اليومية، حيث بلغت النسبة 71.8%، في حين أكدت نسبة 8.5% من منهم أن هذا التأثير يكون بشكل دائم، فيما يبلغ نسبة الطلبة الذين يقولون أن استخدام الوسائط الرقمية لا تؤثر على نشاطاتهم اليومية 19.7%.

يمكن تفسير هذه النتائج بأن الوسائط الرقمية تعتبر أداة مهمة في حياة الطلبة وتلبي حاجاتهم المختلفة، ومع ذلك فإن الاستخدام الزائد للوسائط الرقمية قد يؤدي إلى تقليل النشاطات اليومية والتفاعل الاجتماعي، لذلك يعتمد الطلبة عليها بشكل متوسط وليس كلياً وهذا قصل خلق توازن في الاستخدام والتحكم في التأثير الخاص بهاته الوسائط على النشاطات اليومية اليومية.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 12: نوع التأثير استخدام الوسائط الرقمية على النشاطات اليومية إن وجد

النسبة	التكرار	الإجابة
37.3	58	يقوم بتسهيل المهام
35.8	56	إضاعة للوقت
25.4	39	زيادة فعالية التواصل
1.5	3	التعارف
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يمكن فهم النتائج السابقة بأن الغالبية العظمى من المشاركين في الدراسة يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يؤثر سلباً على النشاطات اليومية، حيث يعتبرون أن استخدام هذه الوسائل يؤدي إلى إضاعة الوقت بنسبة 35.8%، ولكن على الجانب الآخر، يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يتيح تسهيل المهام بنسبة 37.3%، وهذا يشير إلى أن هذه الوسائل يمكن أن تكون فعالة إذا استخدمت بشكل صحيح.

وعلاوة على ذلك، يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أيضاً أن يؤدي إلى زيادة فعالية التواصل بنسبة 25.4%، وهذا يشير إلى أن الوسائط الرقمية يمكن أن تكون مفيدة في بعض الحالات عندما يتعلق الأمر بالتواصل مع الآخرين.

أما نسبة 1.5% التي تمثلت في التعارف، فهذه النسبة صغيرة للغاية، وتشير إلى أن استخدام الوسائط الرقمية لا يؤثر بشكل كبير في هذا الجانب. ويمكن تفسير ذلك بأن التعارف قد يتطلب أشكالاً أخرى من التفاعلات الاجتماعية أكثر من مجرد استخدام الوسائط الرقمية.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 13: طبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر الوسائط الرقمية

النسبة	التكرار	الإجابة
12.7	20	الترفيه والتسلية
23	35	التثقيف والتعليم
36.6	57	الأخبار والمعلومات
9.9	16	ظروف الدراسة تتطلب ذلك
16.9	26	اكتشاف العالم والثقافات
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يتضح من الجدول أن الأفراد في العينة المبحوثة يهتمون بمواضيع مختلفة على الوسائط الرقمية. ويتمثل الاهتمام الأعلى بنسبة 36.6% في الأخبار والمعلومات، ويتبعها الاهتمام بالتثقيف والتعليم بنسبة 23%. ومن المثير للاهتمام أن 16.9% من العينة المبحوثة تركز على اكتشاف العالم والثقافات. ويشير، بينما نسبة 12.7% يهتمون بالترفيه والتسلية. والنسبة الباقية 9.9% من المبحوثين يميلون إلى أن ظروف الدراسة تتطلب الاهتمام بهذه المواضيع

ويمكن القول أن هذه النتائج تشير إلى تنوع في اهتمامات الطلبة عبر الوسائط الرقمية، وتتضمن ذلك مواضيع متعددة تتراوح بين الترفيه والتسلية والتعليم والثقافة والأخبار والمعلومات. كما يبدو أن هناك نسبة مهمة من الأفراد في العينة المبحوثة يهتمون بالتعلم والتثقيف، وهو ما يؤكد على أهمية الوسائط الرقمية في تقديم النوع من المحتوى المقدم

ويمكن أن يعزى هذا التنوع في الاهتمامات إلى عدة عوامل، من بينها الاختلافات الفردية في الاهتمامات والاحتياجات والخلفيات الثقافية، وكذلك تأثير البيئة والظروف الاجتماعية والتعليمية وكذا مدى توافر الوصول إلى هاته الوسائط الرقمية. بشكل عام، يمكن القول إن الاهتمام بالمواضيع المختلفة عبر الوسائط الرقمية يعكس تحولاً في ثقافة الاستهلاك الإعلامي والترفيهي والتعليمي، والتي تؤثر على الاهتمامات والممارسات اليومية للطلبة لعينة الدراسة.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 14: الغرض من تصفح الوسائط الرقمية الرقمية

النسبة	التكرار	الإجابة
38.46	60	متابعة الأخبار
17.33	27	الدردشة
18.59	29	متابعة الصور والفيديوهات
25.64	40	اغراض أخرى (تعليمية، معرفة الجديد، تطبيقات)
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يتبين من الجدول أن غالبية الأفراد المشاركين في الدراسة يستخدمون الوسائط الرقمية الرقمية لمتابعة الأخبار بنسبة 38.46%، وهذا يدل على أن الأفراد يرون أهمية كبيرة في متابعة الأحداث والأخبار الجارية. كما يعتبر 25.64% من الأفراد استخدام الوسائط الرقمية لأغراض أخرى مثل التعليم والاطلاع على الجديد وتحميل التطبيقات وغيرها، مما يشير إلى أن الأفراد يستخدمون الوسائط الرقمية بشكل شامل ولأغراض متنوعة. بينما يستخدم 18.59% من الأفراد الوسائط الرقمية لمتابعة الصور والفيديوهات، وهو ما يدل على أهمية محتوى الوسائط المرئية والمسموعة في جذب الأفراد. ويستخدم 17.33% من الأفراد الوسائط الرقمية للدردشة، مما يدل على أن الأفراد يرون الوسائط الرقمية كوسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

وفيما يخص تفسيرهاته النتائج، فإن متابعة الأخبار يعتبر السبب الأكثر شيوعاً لتصفح الوسائط الرقمية الرقمية وهذا لارتباطه بأهمية الحصول على المعلومات الأحدث والأسرع حول الأحداث والأخبار الهامة حول بشكل يومي وآني.

كما أن الدردشة والتواصل مع الآخرين أحد الأسباب الرئيسية لتصفح الوسائط الرقمية، وذلك لأنها توفر وسيلة سهلة ومريحة للتواصل مع الأصدقاء والعائلة والأقارب في أي وقت ومن أي مكان. إضافة إلى ما سبق فتعتبر مشاهدة الصور والفيديوهات عبر الوسائط الرقمية الرقمية أحد الأسباب لاستخدام هذه المنصات، وقد يرتبط ذلك بالرغبة في مشاركة الصور والفيديوهات الخاصة أو مشاهدة الصور والفيديوهات الخاصة بالآخرين والمشاهير كهدف الترفيه والتسلية.

وأخيراً يمكن أن تكون هناك أسباب أخرى استخدام الوسائط الرقمية مثل الأغراض التعليمية أو البحث عن وظائف أو استخدام تطبيقات مختلفة عبر الوسائط الرقمية.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 15: مساهمة الوسائط الرقمية في توطيد العلاقات مع الأصدقاء

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	125	80.3
لا	31	19.7
المجموع	156	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

تشير النتائج أعلاه إلى أن الوسائط الرقمية تساهم في توطيد العلاقات مع الأصدقاء، حيث أن 80.3% من المشاركين في الاستطلاع أجابوا بالإيجاب على هذا السؤال. في حين أن النسبة الباقية 19.7% أكدوا عكس ذلك .

وتتمثل هاته المساهمة من خلال العديد من الأساليب، حيث يتيح استخدام الوسائط الرقمية للأصدقاء الاتصال والتواصل بسرعة وسهولة في أي وقت، يتم خلالها مشاركة الأحداث الحالية والأخبار والصور والفيديوهات على الوسائط الرقمية، مما يمكنهم من مشاركة أجزاء من حياتهم وتفصيلها مع بعضهم البعض، إضافة إلى أنها تساعد الأصدقاء القدامى على العثور على بعضهم البعض وإعادة توطيد العلاقات القديمة.

ويمكن للشبكات الاجتماعية الرقمية أن تمنح الأصدقاء فرصة للتواصل بشكل أكثر تفصيلاً وإثراء الحوار، حيث يمكنهم مناقشة الأفكار والأحداث والمواضيع المختلفة بطريقة مفصلة وشاملة، إضافة إلى مشاركة تجاربهم ومشاعرهم مع بعضهم البعض والحصول على النصائح والدعم من أصدقائهم.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 16: معرفة ما إذا كان استخدام المواقع الاجتماعية يعيق في تحقيق الأهداف

النسبة	التكرار	الإجابة
19.7	31	نعم
80.3	125	لا
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يشير الجدول أعلاه إلى أن الغالبية والبالغة نسبتهم 80.3% من المبحوثين يعتقدون أن استخدام المواقع الاجتماعية لا يعيق في تحقيق الأهداف، في حين يعتقد 19.7% من المشاركين أن استخدام المواقع الاجتماعية يعيق في تحقيق الأهداف.

فالمواقع الاجتماعية تساهم في توفير مجتمع تعليمي افتراضي؛ حيث يمكن للطلبة التواصل مع زملائهم في الدراسة عبر المجموعات والصفحات التي تنشئها الجامعات والكليات على المواقع الاجتماعية. هذا يسمح للطلبة بتبادل المعرفة والأفكار والتجارب الخاصة بهم في المواضيع التي يدرسونها. إضافة إلى الوصول السهل إلى الموارد التعليمية المتاحة عبر الإنترنت، بما في ذلك محاضرات الفيديو والمقالات والدروس المتفاعلة والنماذج الأكاديمية، والتي يتم تبادلها على الوسائط الرقمية. وكذلك الحال توفير فرص التواصل مع الخبراء والأساتذة من مختلف جامعات الوطن أو خارجه في مجالات الدراسة عبر المواقع الاجتماعية، وهذا يسمح لهم بالحصول على نصائح وإرشادات قيمة والاستفادة من تجربة الآخرين.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

المحور الثالث: تأثيرات استخدام الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

الجدول رقم 17: معرفة ما إذا كان المحتوى المقدم من قبل الوسائط الرقمية يتوافق مع القيم الاجتماعية السائدة في مجتمعنا

النسبة	التكرار	الإجابة
10	16	دائماً
77.1	120	أحياناً
12.9	20	نادراً
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

نتائج الاستبيان التي تم جمعها تشير إلى أن 77.1% من المشاركين يرون أن المحتوى المقدم من قبل الوسائط الرقمية يتوافق أحياناً مع القيم الاجتماعية السائدة في مجتمعنا، بينما يرى 10% دائماً أنه يتوافق مع القيم الاجتماعية السائدة، ويرى 12.9% أنه يتوافق نادراً مع القيم الاجتماعية السائدة. يشير هذا إلى أن هناك تحديات في توافق المحتوى الرقمي مع القيم الاجتماعية في مجتمعنا، ويمكن أن يكون هذا مصدر قلق في بعض الأحيان.

فالكثير من المستخدمين من الطلبة عينة الدراسة يواجهون تحدياً في تقييم محتوى الوسائط الرقمية ومدى توافقه مع القيم الاجتماعية السائدة في مجتمعنا، حيث يتنوع هذا المحتوى بين المفيد والمضر، وقد يتعارض في بعض الأحيان مع بعض القيم الأخلاقية والثقافية والدينية لدى المستخدمين. ومن أبرز الأمثلة على ذلك، المحتوى العنيف أو الفاضح أو الذي يشجع على العنصرية أو الكراهية أو العنف أو الانحراف.

بالرغم من ذلك، يمكن القول أن المحتوى المقدم من قبل الوسائط الرقمية ليس بالضرورة يتعارض مع القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع، بل يمكن أن يساهم في تعزيز تلك القيم ونشرها بطرق إيجابية وفعالة. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تساعد محتويات الوسائط الرقمية في نشر الوعي بأهمية القيم الإنسانية والدينية والاجتماعية، مثل العدالة والتسامح والتعاون والاحترام، وتشجيع المستخدمين على احترام وتبني تلك القيم في تفاعلاتهم مع الآخرين.

من ناحية أخرى، يمكن للمستخدمين التحكم في مدى تأثير المحتوى المقدم من الوسائط الرقمية على تشكيل قيمهم ومبادئهم الاجتماعية، عن طريق التقييم الذاتي واختيار الأنشطة والمحتويات التي تتوافق مع قيمهم ومبادئهم وتساعدهم في تحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية التي يسعون إليها.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 18: معرفة ما إذا ظهرت أنماط وعادات جديدة في مجتمعنا نتيجة استخدام هذه الوسائط

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	147	94.4
لا	9	5.6
المجموع	156	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

من خلال نتائج هذا الجدول، فمن الواضح أن الغالبية العظمى من المبحوثين أكدوا بأن هناك أنماط وعادات ظهرت جديدة في مجتمعنا نتيجة استخدام الوسائط الرقمية، حيث بلغ عددهم 147 بنسبة 94.4%، في حين أن النسبة الباقية 5.6% أجابوا عكس ذلك  
الجدول رقم 19: إذا كانت الاجابة بنعم، نوع هاته الأنماط

الإجابة	التكرار	النسبة
الاهتمام بالحياة الخاصة بالآخرين	21	14.5
-نشر الاشاعات والأخبار الكاذبة	44	30.4
-السعي والرغبة إلى تحقيق الشهرة	81	55.1
المجموع	147	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

أكثر العادات التي ظهرت بعد استخدام الوسائط الرقمية هي الرغبة في تحقيق الشهرة، والتي بلغت نسبتها 55.1% من مجموع الإجابات. وتعد هذه النسبة عالية جداً وتشير إلى أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يؤدي إلى الرغبة في الانتشار والتعرف على نطاق أوسع.  
وتأتي بعدها عادة نشر الشائعات والأخبار الكاذبة، والتي وصلت نسبتها إلى 30.4% من مجموع الإجابات. هذا يشير إلى أن استخدام الوسائط الرقمية يزيد من انتشار الأخبار الزائفة والشائعات بين الناس.  
وفي المرتبة الثالثة، تظهر عادة الاهتمام بالحياة الخاصة بالآخرين، والتي وصلت نسبتها إلى 14.5%. وهذا يشير إلى أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يؤدي إلى زيادة التجسس على الحياة الخاصة للآخرين ومعرفة تفاصيلهم الشخصية دون إذنهم.  
يتضح من الجدول أن استخدام الوسائط الرقمية يؤثر على عادات وأنماط الأفراد بطريقة سلبية، حيث يوجد زيادة في العادات السلبية المذكورة في الجدول بعد استخدام الوسائط الرقمية.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 20: نوع السلوكيات التي انتشرت بكثرة في المجتمع نتيجة استخدام الشبكات الرقمية

النسبة	التكرار	الإجابة
32.4	50	الانحراف الاخلاقي
38	59	التقليد للحياة الغربية
5.6	9	شيوع الجريمة
16.9	27	ضعف الوازع الديني
7	11	التطفل علي الاخرين
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يظهر هذا الجدول أن الطلبة الجامعيين عينة الدراسة يرون أن السلوكيات الأكثر انتشارًا في المجتمع نتيجة استخدام الشبكات الرقمية هي التقليد للحياة الغربية بنسبة 38% ، والانحراف الأخلاقي بنسبة 32.4%، وضعف الوازع الديني بنسبة 16.9% ، والتطفل على الآخرين بنسبة 7% ، و شيوع الجريمة بنسبة 5.6%.

وتشير هذه النتائج إلى أن استخدام الوسائط الرقمية يؤثر بشكل كبير على السلوكيات الاجتماعية والثقافية للأفراد. فالتقليد للحياة الغربية يشير إلى تغيير في القيم والمعتقدات التي يتبناها الأفراد، بينما الانحراف الأخلاقي وضعف الوازع الديني يشيران إلى تغيير في القيم والمعتقدات الأخلاقية والدينية. ويمكن أن يؤدي هذا التغيير إلى تغيير في السلوكيات والممارسات الاجتماعية للأفراد.

علاوة على ذلك، يشير شيوع الجريمة والتطفل على الآخرين إلى أن استخدام الوسائط الرقمية يزيد من الجرائم والانتهاكات الاجتماعية، بما في ذلك التطفل والتجسس على الآخرين. وهذا يعكس تأثير الوسائط الرقمية على العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الأفراد.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 21: معرفة ما إذا كان استخدام الوسائط الرقمية يؤدي إلى الإدمان عليها

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	142	91.5
لا	14	8.5
المجموع	156	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول أن 91.5% من المشاركين يعتقدون أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يؤدي إلى الإدمان عليها، بينما يعتقد 8.5% فقط أنه لا يمكن أن يؤدي إلى الإدمان عليها. ويمكن أن يكون ذلك نتيجة للتأثير الذي يمكن أن يحدثه الإدمان على الصحة النفسية والعملية للفرد، وقد تسبب استخدام الوسائط الرقمية بالتعلق الشديد بها والشعور بعدم الارتياح والقلق عندما يكون الفرد بعيداً عنها. وقد تؤدي هذه العواقب إلى التأثير على نمط الحياة الشخصية والعملية للفرد، ولذلك يعتبر موضوع الإدمان على الوسائط الرقمية موضوعاً هاماً للبحث والدراسة في المجال الحالي.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 22: إذا كانت الاجابة نعم، الجانب المتأثر

النسبة	التكرار	الإجابة
61.2	95	الجانب النفسي
4.5	8	الجانب الجسدي
34.3	53	الجانب الاجتماعي
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

بالنسبة للجدول أعلاه، يتضح أن اغلب الطلبة عينة الدراسة يتأثرون نفسيا من الوسائط الرقمية حيث تشير إلى أن 61.2% منهم يشعرون بتأثير الوسائط الرقمية على حالتهم النفسية والعاطفية. يمكن تفسير ذلك بسبب اعتماد الطلبة على الوسائط الرقمية كوسيلة أساسية للتواصل والتعلم، وهذا يمكن أن يؤدي إلى الإدمان عليها والتأثير على صحة الطلبة النفسية والعاطفية. وهو الامر الذي يستدعي توفير بيئة تعليمية تشجع على الاستخدام الصحي للوسائط الرقمية وتوفير دعم وموارد للطلبة الذين يعانون من مشاكل نفسية وعاطفية.

ويأتي الجانب الاجتماعي ثانيا، حيث بنسبة تشير النتائج إلى أن 34.3% من الطلبة يشعرون بتأثير الوسائط الرقمية على الجانب الاجتماعي لحياتهم الجامعية. وهذا يمكن أن يعني أن الوسائط الرقمية يمكن أن تؤثر على العلاقات الاجتماعية بين الطلبة، وخاصة إذا كان الاعتماد على الوسائط الرقمية يؤدي إلى الانعزال والانفصال عن الآخرين في الحياة الجامعية.

بالنسبة للجانب الجسدي، فبالرغم من أن النتائج تشير إلى أن الجانب الجسدي يشعر بأقل تأثير من حيث استخدام الوسائط الرقمية وبنسبة 4.5%، إلا أنه يجب الانتباه إلى أن الوسائط الرقمية يمكن أن تؤثر على الصحة الجسدية بطرق مختلفة، مثل التعرض للشاشات لفترات طويلة والجلوس لفترات طويلة. لذلك يجب على الطلبة تحديد وقت محدد لاستخدام الوسائط الرقمية وتفادي الإفراط في استخدامها.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 23: هل يؤثر استخدام الوسائط الرقمية على ظهور أنماط سلبية داخل المجتمع؟

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	149	95.8
لا	7	4.2
المجموع	156	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول أن غالبية الأفراد المشاركين في الدراسة (95.8%) يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يؤثر على ظهور أنماط سلبية داخل المجتمع، بينما يرون أنماط أقل (4.2%) يرون عدم وجود تأثير سلبي.

ويمكن تفسير هذا النتيجة بأن استخدام الوسائط الرقمية بشكل زائد ومفرط يمكن أن يؤدي إلى تعزيز الانعزال والانفصال الاجتماعي والتواصل الافتراضي المفرط على حساب التواصل الحقيقي والانخراط الاجتماعي.

كما أن استخدام الوسائط الرقمية بشكل غير صحيح يمكن أن يؤدي إلى الإدمان عليها وتأثير سلبي على الصحة النفسية والعلاقات الاجتماعية. ولذلك، يجب توعية الأفراد وتعزيز التوازن بين استخدام الوسائط الرقمية والتواصل الاجتماعي الحقيقي والنشاط الجسدي، وتشجيع استخدام الوسائط الرقمية بشكل صحيح ومفيد.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 24: إذا كانت الاجابة نعم، هل أثرت هذه الأنماط على:

النسبة	التكرار	الإجابة
6.3	10	التسامح
32.8	51	الصلة الرحم
37.5	59	التكافل الاجتماعي
23.4	36	الصدقة
% 100	149	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

من خلال النتائج التي تم تسجيلها في الجدول اعلاه، يتضح جليا أن النسبة الغالبة من الباحثين أكدوا على أن أبرز القيم التي تأثرت بالوسائط الرقمية تتمثل في التكافل الاجتماعي وصلة الرحم بنسبة 37.5 % و 32.8 % على التوالي، في حين انقسمت النسبة الباقية منهم 23.4 % والتسامح 6.3 % فمع زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يقل اهتمام الناس بالتواصل الحقيقي مع الأهل والأصدقاء. فعوضاً عن ذلك، ينفصل الناس عن بعضهم البعض ويتواصلون فقط عبر الإنترنت، مما يؤدي إلى تراجع الصلة الرحمية والتواصل الاجتماعي الحقيقي بينهم. علاوة على ذلك، فإن بعض الأنشطة الرقمية مثل اللعب الإلكتروني والتواصل عبر الإنترنت تستنزف الوقت وتحول دون قضاء وقت جيد مع العائلة والأصدقاء، مما يؤثر بالتأكيد على الصلة الرحمية. ولذلك، يجب أن يكون هناك توازن بين استخدام الوسائل الرقمية وبين الوقت المخصص للتواصل مع الأهل والأصدقاء، وذلك للحفاظ على الصلة الرحمية والتواصل الاجتماعي الحقيقي. كما يمكن أن تؤثر الوسائط الرقمية على التكافل الاجتماعي بطرق سلبية. على سبيل المثال، قد يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مفرط إلى الانعزالية الاجتماعية وتقليل الاتصالات الحقيقية الوجه إلى الوجه، مما يؤدي إلى انخفاض مستويات الثقة والتكافل الاجتماعي. كما يمكن أن يؤدي انتشار المعلومات الخاطئة والتضليلية والأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل الثقة والتكافل الاجتماعي وزيادة الانقسامات بين الأفراد والمجتمعات. بشكل عام، يمكن القول أن الأنماط السلبية للوسائط الرقمية لها تأثير سلبي على الأنماط الاجتماعية المذكورة في الجدول، ولكن هذا التأثير يختلف من جانب إلى آخر.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 25: معرفة ما إذا كانت الشبكات الرقمية اتاحت فرصة لتوسيع شبكة علاقاتك الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن

النسبة	التكرار	الإجابة
76.1	118	نعم
23.0	36	لا
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يمكن فهم نتائج الجدول بأن الشبكات الرقمية قد اتاحت فرصة لتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لدى الأفراد. فقد أجاب 76.1% من المشاركين بـ "نعم" على السؤال، بينما أجاب 23% بـ "لا". وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن استخدام الشبكات الرقمية والوسائل الرقمية الأخرى قد أتاحت للناس فرصة للتواصل والتفاعل مع أشخاص من داخل وخارج الوطن، مما يساعد على توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية.

فالوسائط الرقمية توفر فرصًا للتواصل والتفاعل مع أشخاص من مختلف الجنسيات والبلدان في أنحاء العالم. وتمكّن الوسائط الرقمية المستخدمين من إنشاء شبكات اجتماعية ومشاركة محتوى مهمهم، وهذا يساعد على التعرف على أشخاص جدد والتواصل معهم. وبالإضافة إلى ذلك، تسمح بعض الوسائط الرقمية مثل البرامج الاجتماعية وتطبيقات الدردشة بتكوين مجموعات ومنتديات تسمح للأعضاء بمناقشة مواضيع مختلفة وتبادل الأفكار والخبرات.

بالإضافة إلى ذلك، تمكّن الوسائط الرقمية المستخدمين من توسيع شبكة العلاقات الرقمية مع الأشخاص داخل وخارج الوطن عن طريق المشاركة في الأنشطة الاجتماعية المختلفة التي تنظم عبر الإنترنت، مثل المؤتمرات والندوات وورش العمل، وذلك يسمح للمستخدمين بالتواصل والتعرف على الأشخاص الجدد وتوسيع شبكاتهم الاجتماعية والمهنية

وهناك العديد من الدول التي أفادت بها عيية الدراسة من تونس، تركيا، البلدان الأوروبية وغيرها من البلدان العربية والأجنبية.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 26: معرفة ما إذا كانت لهذه العلاقات أثر إيجابي في حياة الطالب الجامعي

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	100	64.6
لا	56	35.4
المجموع	156	% 100

المصدر: من اعداد الطالبين

تشير نتائج الجدول إلى أن 64.6% من الطلبة الجامعيين يرون أن العلاقات الرقمية التي تم إقامتها من خلال الوسائط الرقمية لديها تأثير إيجابي في حياتهم، في حين يرى 35.4% من الطلبة الجامعيين أن لا يوجد تأثير إيجابي. يمكن تفسير ذلك بأن الوسائط الرقمية تساعد على توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية والتواصل مع أشخاص آخرين بطريقة سهلة وفعالة، وبالتالي تسهم في تعزيز الدعم الاجتماعي والشعور بالانتماء لمجتمعات أو دوائر علاقات مختلفة. ومن الجدير بالذكر أن التأثير الإيجابي للعلاقات الرقمية يمكن أن يكون متعدد الجوانب ولا يقتصر على جانب واحد، وذلك يعتمد على طبيعة وجودة العلاقات التي تم إقامتها

نذكر منها توفير فرص للتواصل مع أشخاص من خارج الوطن والتعرف على ثقافات وأفكار جديدة، وكذا توفير فرص للتواصل مع الأصدقاء والعائلة الذين يعيشون بعيداً والحفاظ على علاقات قوية معهم، إضافة إلى توفير فرص للتواصل مع الطلبة والمعلمين في الجامعة وتبادل المعرفة والخبرات.

كما أن هاته الوسائط توفر تقديم دعم اجتماعي وعاطفي للطلبة في الأوقات الصعبة، وذلك عبر توفير منصات الدعم النفسي والاجتماعي، وتوفير فرص للتعلم عن بعد والوصول إلى مصادر تعليمية مختلفة وتوسيع قاعدة المعرفة. إضافة إلى توفير فرص للتواصل مع مجموعات ومنظمات ومؤسسات والمشاركة في العمل التطوعي والمبادرات الاجتماعية.

بشكل عام، يمكن أن تؤدي العلاقات الرقمية الإيجابية إلى تحسين نوعية حياة الطلبة الجامعيين وتوفير فرص للنمو الشخصي والمهني لاحقاً بعد التخرج.

المحور الرابع: المقترحات لتفعيل استخدام الوسائط الرقمية للحفاظ على منظومة القيم

الإيجابية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

الجدول رقم 27: استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يزيد من تفاعل الأفراد الإيجابي مع محيطهم ومجتمعهم والمساهمة فيه بشكل أكبر

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	81	52.1
أحيانا	75	47.9
لا	0	0
المجموع	156	100 %

المصدر: من اعداد الطالبين

يوضح الجدول أن 52.1% من عينة الدراسة يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يزيد من تفاعلهم الإيجابي مع محيطهم ومجتمعهم ويساهم فيه بشكل أكبر، في حين أن 47.9% يرون أن الأمر يحدث أحيانا.

يمكن للاستخدام الإيجابي للوسائط الرقمية أن يساعد على توفير محتوى إيجابي وإلهامي وتحفيز الأفراد على المشاركة في المجتمعات الرقمية وتكوين صداقات وعلاقات جديدة وتحسين العلاقات الحالية. كما يمكن للوسائط الرقمية أن تساعد في تقديم فرص للتعلم والتطوير وتبادل الخبرات والمعرفة. وبالتالي، يمكن أن يزيد من تفاعل الأفراد الإيجابي مع محيطهم ومجتمعهم والمساهمة فيه بشكل أكبر. ومن الجدير بالذكر أنه يجب الانتباه إلى ضرورة استخدام الوسائط الرقمية بطريقة إيجابية ومسؤولة لتحقيق هذه الفوائد.

كما أن الاستخدام الذكي والموجه للوسائط الرقمية يمكن أن يزيد من تفاعل الأفراد الإيجابي مع محيطهم بشكل عديد، فمن خلال استخدام الوسائط الرقمية بشكل صحيح يمكن للأفراد الحصول على المعلومات والأخبار الجديدة والمفيدة بسرعة، كما يمكن لهم التواصل مع الآخرين من أصدقاء وعائلة وزملاء عمل من خلال الوسائط الرقمية وتبادل الأفكار والآراء حول العديد من الموضوعات والقضايا. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للاستخدام الذكي للوسائط الرقمية أن يساعد الأفراد على المساهمة في مجتمعهم بشكل أكبر عن طريق الانضمام إلى مجموعات ومنظمات تطوعية والمشاركة في العديد من المشاريع الخيرية والإنسانية. وبالتالي، يمكن أن يؤدي هذا الاستخدام الذكي للوسائط الرقمية إلى تعزيز العلاقات الاجتماعية وتحسين التفاعل الإيجابي مع المجتمع والمحيط.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 28: المضامين الظاهرة في الوسائط الرقمية تجدها غير لائقة في محتويات الميديا الجديدة

النسبة	التكرار	الإجابة
44.3	69	اللباس الفاضح
45.7	71	الحركات غير الأخلاقية
8.6	13	التباهي
1.4	3	نوع الحلاقة
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

من خلال النتائج التي تم تسجيلها أعلاه، يتبين أن النسبة الغالبة من أفراد العينة انقسمت بين من يؤكد على أن المضامين غير اللائقة الظاهرة في الوسائط الرقمية تتمثل في الحركات غير الأخلاقية بنسبة (45.7%) واللباس الفاضح غير اللائق بنسبة (44.3%) ، في حين النسبة الباقية (8.6%) كانت ميولاتهم نحو اعتبار أن التباهي هو المحتوى غير اللائق، ونسبة (1.4%) عادت لنوع الحلاقة. إذ يمكن للمضامين غير اللائقة الظاهرة في الوسائط الرقمية أن تؤثر سلبًا على الأفراد والمجتمعات بطرق مختلفة. على سبيل المثال، يمكن أن تؤدي المضامين المخلة بالأداب إلى تشويش الأفكار والانحراف عن القيم الأخلاقية، ويمكن أن تؤدي إلى تعرض الأفراد لمخاطر صحية ونفسية. وفيما يتعلق بالحركات غير الأخلاقية كالرقص واللباس الفاضح، يمكن أن تؤثر على القيم الأخلاقية والتقاليد الثقافية للمجتمعات وخاصة الشباب، وتزيد من التحرر والإنحلال الأخلاقي، كما يمكن أن تؤثر على الصحة النفسية للأفراد وتؤدي إلى انعدام الثقة بالنفس والانخفاض في المعنويات. وبالتالي، فإن الحفاظ على المضامين اللائقة والمواضيع الهادفة في الوسائط الرقمية يمكن أن يساعد على تعزيز القيم الأخلاقية والثقافية والنفسية للأفراد والمجتمعات.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 29: مساهمة الشبكات الرقمية في تفعيل النشاطات الاجتماعية على أرض الواقع

النسبة	التكرار	الإجابة
38.2	50	تكوين جمعيات افتراضية
61.8	96	انشاء حملات تحسيسية لمعالجة مشاكل اجتماعية
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

أكد أفراد العينة المبحوثة أن الشبكات الرقمية يمكن لها المساهمة في تفعيل النشاطات الاجتماعية على أرض الواقع من خلال تكوين جمعيات افتراضية وقد بلغت نسبتهم 61.8%، حيث يمكن للأفراد الاجتماع والتواصل مع بعضهم البعض وتبادل الخبرات والأفكار وتنظيم فعاليات مشتركة. كما يمكن للشبكات الرقمية أيضاً إنشاء حملات تحسيسية لمعالجة مشاكل اجتماعية، حيث يتم التحرك لجذب الاهتمام لقضية معينة ودعوة المجتمع للمشاركة في حلها على أرض الواقع. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام الوسائط الرقمية لجمع التبرعات للمشاريع الاجتماعية والخيرية، وهذا يمكن أن يساهم في تحقيق تأثير إيجابي على المجتمع.

كما أكدت النسبة الباقية 38.2% المنصات الرقمية تلعب دوراً هاماً في تكوين الجمعيات الافتراضية، حيث توفر وسائل التواصل اللازمة لتجميع الأفراد الذين يشتركون في نفس القضية أو الهدف، سواء كان ذلك من خلال المنتديات الرقمية أو شبكات التواصل الاجتماعي أو التطبيقات المخصصة لذلك.

وتمكّن المنصات الرقمية الجمعيات الافتراضية من التنظيم وتبادل المعلومات والخبرات، وإدارة الأعمال الإدارية، وتحديد الأهداف ووضع الخطط وتحقيقها. كما تمكّنها من التواصل مع المتعاطين والمهتمين بالقضية وتوسيع شبكتها الاجتماعية، وإطلاق حملات تحسيسية ونشر الوعي بالمشكلة أو الهدف الذي تسعى إليه.

وبالتالي، تعد المنصات الرقمية فرصة للمجتمعات المدنية والجمعيات الافتراضية للعمل معاً وتحقيق أهدافهم وتحسين الحياة الاجتماعية على أرض الواقع.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 30: استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يساعد في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأفراد أم لا

النسبة	التكرار	الإجابة
82.6	129	نعم
17.4	37	لا
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يشير التحليل إلى أن غالبية الباحثين يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يساعد في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأفراد، حيث أن 82.6% من المشاركين أجابوا "نعم" على هذا السؤال. هذا يدل على أن الوسائط الرقمية يمكن أن تكون أداة فعالة لنشر القيم الإيجابية وتعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية والأخلاقية.

يمكن للوسائط الرقمية أن تساعد في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية عند استخدامها بطرق إيجابية، على سبيل المثال، نشر المعلومات الإيجابية والمفيدة والتي تحث على القيم الاجتماعية والأخلاقية، مثل الحوار والتعاون والتسامح والتعاطف والمساواة، وكذا توفير منصات رقمية للتواصل والحوار البناء بين الأفراد والمجتمعات لتبادل الآراء والأفكار والتعرف على ثقافات مختلفة. إضافة إلى تشجيع النشاطات الاجتماعية والخيرية والتطوعية عبر المنصات الرقمية، مما يساهم في نشر القيم الإيجابية وتعزيزها.

وأيضاً توفير التعليم والتثقيف الإيجابي عبر الوسائط الرقمية، لتحفيز الأفراد على تطوير أنفسهم وتعلم مهارات جديدة واكتساب معرفة أعمق في مجالات مختلفة، وكذا الحث على السلوك الإيجابي والأخلاقي والمسؤول عن طريق توفير المعلومات والإرشادات اللازمة على المنصات الرقمية.

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 31: مساهمة الشبكات الرقمية في تعزيز القيم الاجتماعية

النسبة	التكرار	الإجابة
13.2	20	ترسيخ قيم التسامح
5.0	7	احترام الآخرين
39.7	61	حرية التعبير
44.1	68	تبادل مختلف وجهات النظر
% 100	156	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين

يتضح من الجدول أعلاه أن استخدام الشبكات الرقمية يمكن أن يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية بعدة طرق، حيث نجد نسبة (44.1%) وهي النسبة الغالبة من المبحوثين أشاروا إلى أن استخدام الشبكات الرقمية يمكن أن يساعد في تعزيز تبادل وجهات النظر المختلفة، تليها نسبة (39.7%) أشاروا إلى أن الشبكات الرقمية يمكن أن تساعد في تعزيز حرية التعبير، إضافة إلى أن نسبة (13.2%) أشاروا إلى أن استخدام الشبكات الرقمية يمكن أن يساعد في ترسيخ قيم التسامح. وأخيرا نسبة (5.0%) يرون أن الشبكات الرقمية يمكن أن تساعد في تعزيز احترام الآخرين.

إذ يمكن للشبكات الرقمية أن تساعد في تبادل مختلف الآراء وبناء الحوار البناء بعدة طرق، على سبيل المثال تسمح منصات التواصل الاجتماعي بعقد ورشات حوار افتراضية من خلالها يتم تبادل الأفكار والآراء حول موضوعات مختلفة، كما أنه من شأنها تمكين المستخدمين من الوصول إلى المعلومات من مصادر مختلفة ومتعددة من خلال هاته الجلسات الحوارية الافتراضية، مما يمكنهم من التعرف على وجهات نظر مختلفة حول نفس الموضوع.

إضافة إلى تشجيع الناس على المشاركة في المناقشات العامة والحوارات المفتوحة حول قضايا متنوعة، وتوفير الدورات التدريبية عبر الإنترنت حول مهارات تبادل الأفكار والحوار عبر الفضاءات الرقمية، والتي يمكن أن تعزز التفاعلات الاجتماعية الإيجابية وتعزيز الوعي بالقيم الاجتماعية وكذا تمكين الناس من إنشاء المحتوى الرقمي الخاص بهم، ومشاركته مع الآخرين، وذلك يتيح لهم فرصة تبادل وجهات النظر والأفكار مع الآخرين، مما يمكن أن يعزز الوعي بالقيم الاجتماعية ويساهم في بناء المجتمعات الأفضل..

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

حسب رأيك ماهي المقترحات التي تراها مناسبة لتفعيل استخدام هاته الوسائط إيجابيا بالنسبة لهذا السؤال، فقد تعددت إجابات العينة تمثلت معظمها فيما يلي:

- تشجيع المحتوى البناء والهادف ونبد كل ما من شأنه معالجة المواضيع الأخلاقية والتي تتناقى مع قيم وأخلاق المجتمع .
- ضرورة تفعيل المناقشات الهادفة والبناءة عبر المنصات الاجتماعية. من خلال إنشاء صفحات أو مجموعات تركز على المواضيع الهامة وتعزز التواصل البناء والاحترام المتبادل.
- ضرورة مراعاة القيم الاجتماعية والثقافية أثناء استخدام الوسائط، ونبد كل ما من شأنه التأثير سلبا عليها من مضامين غير لائقة ومحتويات مخلة
- محاولة ترسيخ القيم الاجتماعية السليمة ونشر الوعي بين مختلف الفئات المستعملة لها التعريف بالمخاطر التي قد يتعرض لها الاستعمال الخاطئ

### ثانياً: النتائج العامة للدراسة

بعد جمع البيانات وتحليلها توصلنا إلى النتائج التالية:

#### محور البيانات السوسيوديمغرافية

- ✓ النسبة الأكبر من المبحوثين هم من فئة الإناث وهذا عائد لطبيعة مجتمع الدراسة الذي تغلب عليه هاته الفئة
- ✓ هناك تنوع في الفئات العمرية بالنسبة للطلبة عينة الدراسة غير أن الفئة الغالبة هي فئة (19-25 سنة)
- ✓ هناك تنوع في أفراد العينة من حيث التخصص المدروس وهو عائد لطبيعة العينة المختارة (العشوائية المنتظمة) التي ركزت على التخصصات الموجودة بقسم علوم الاعلام والاتصال

#### المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للوسائط الرقمية الاجتماعية

- ✓ غالبية الطلبة الجامعيين يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي بشكل دائم، أي أنهم يستخدمون هذه الوسائل على مدار اليوم وبشكل متواصل (67.1%)
- ✓ الفايسبوك هو أكثر الوسائل الرقمية الاجتماعية استخداماً من قبل الطلبة الجامعيين (59.2%)
- ✓ الهاتف هو الوسيلة الأكثر شيوعاً واستخداماً بين العينة المدروسة للوصول إلى الوسائل الرقمية. بفضل سهولة الوصول والاستخدام مقارنة بالحاسوب.
- ✓ 53.5% من الأفراد يقضون أكثر من ساعتين في استخدام الوسائل الرقمية في اليوم، وهو مؤشر على أن الوسائل الرقمية تأخذ حيزاً كبيراً من وقت الطلبة عينة الدراسة في حياتهم اليومية
- ✓ يميل الطلبة عينة الدراسة إلى استخدام الوسائل الرقمية في الليل أكثر من أي وقت آخر، حيث تصل نسبتهم إلى (76.1%)
- ✓ أكثر أفراد العينة المدروسة يستخدمون الوسائل الرقمية على مدار اليوم بشكل عام (59.2%)
- ✓ الغالبية العظمى من الطلبة أكدوا بأن الوسائل الرقمية تؤثر بشكل جزئي في حياتهم اليومية وهذا التأثير في الغالب يكون سلبياً على حساب التأثير الإيجابي،
- ✓ الأفراد في العينة المبحوثة يهتمون بمواضيع مختلفة على الوسائل الرقمية. ويتمثل الاهتمام الأعلى بنسبة في الأخبار والمعلومات (36.6%)
- ✓ تشير النتائج أعلاه إلى أن الوسائل الرقمية تساهم في توطيد العلاقات مع الأصدقاء (80.3%)

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

✓ يشير الجدول أعلاه إلى أن الغالبية والبالغة نسبتهم من المبحوثين يعتقدون أن استخدام المواقع الاجتماعية لا تعيق في تحقيق الأهداف (80.3%)

### المحور الثالث: تأثيرات استخدام الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

✓ المحتوى المقدم من قبل الوسائط الرقمية يتوافق أحياناً مع القيم الاجتماعية السائدة في مجتمعنا (77.1%)

✓ الغالبية العظمى من المبحوثين أكدوا بأن هناك أنماط وعادات جديدة ظهرت في مجتمعنا نتيجة استخدام الوسائط الرقمية، أكثر العادات التي ظهرت بعد استخدام الوسائط الرقمية هي الرغبة في تحقيق الشهرة، (55.1%)

✓ يظهر هذا الجدول أن الطلبة الجامعيين عينة الدراسة يرون أن السلوكيات الأكثر انتشاراً في المجتمع نتيجة استخدام الشبكات الرقمية هي التقليد للحياة الغربية

✓ استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يؤدي إلى الإدمان عليها (91.5%)

✓ أغلب الطلبة عينة الدراسة يتأثرون نفسياً من الوسائط الرقمية حيث تشير إلى أن منهم يشعرون بتأثير الوسائط الرقمية على حالتهم النفسية والعاطفية (61.2%)

✓ غالبية الأفراد المشاركين في الدراسة يرون أن استخدام الوسائط الرقمية يؤثر على ظهور أنماط سلبية داخل المجتمع، (95.8%)

✓ يرى الطلبة الجامعيين أن العلاقات الرقمية التي تم إقامتها من خلال الوسائط الرقمية لديها تأثير إيجابي في حياتهم (64.6%)

### المحور الرابع: المقترحات لتفعيل استخدام الوسائط الرقمية للحفاظ على منظومة القيم الايجابية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

✓ أكد المبحوثون على أن استخدام الوسائط الرقمية يزيد من تفاعل الطلبة الإيجابي مع محيطهم ومجتمعهم ويساهم فيه بشكل أكبر (52.1%)

✓ اتفق أفراد العينة من الطلبة الجامعيين على أن معظم المضامين التي يرونها غير لائقة وشائعة الظهور عبر الوسائط الرقمية والتي تتمثل في الحركات غير الأخلاقية واللباس الفاضح غير اللائق تؤثر عليهم سلباً أثناء تصفحهم للمواقع الاجتماعية (90.00%)

## الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

- ✓ أشار غالبية المبحوثين إلى أن الشبكات الرقمية يمكن لها المساهمة في تفعيل النشاطات الاجتماعية على أرض الواقع من خلال تكوين جمعيات افتراضية (61.8%)،
- ✓ استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يساعد في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأفراد، (82.6%)
- ✓ استخدام الشبكات الرقمية يمكن أن يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية بعدة طرق، على غرار ترسيخ قيم التسامح، احترام الآخرين، حرية التعبير وتبادل مختلف وجهات النظر
- ✓ من بين المقترحات الخاصة بتفعيل استخدام الوسائط الرقمية الاجتماعية من طرف الطلبة عينة الدراسة التركيز على الاشباكات المفيدة لهم كالتثقيف والتعليم وغيرها إضافة إلى استخدام هذه الوسائط مع مراعاة القيم الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع الفاعل في هذه الوسائط، وتشجيع المحتوى الهادف والنقاشات البناءة



خاتمة



### الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة ، يمكن الاستنتاج بأن الوسائط الرقمية تؤثر على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين. عينة الدراسة في العديد من الأصعدة، وهذا على اعتبار أن هذه الوسائط تقدم فرصًا للتواصل والتفاعل الاجتماعي، من جهة، وتشكل تحديات ومخاطر مستقبلية من جهة أخرى.

حيث أن تأثير الوسائط الرقمية على التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين يمكن أن يتراوح بين زيادة الاتصال وتوسيع الوسائط الرقمية، إلى الانعزال وضعف المهارات الاجتماعية الواقعية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للوسائط الرقمية أن تؤثر على الوعي الثقافي للطلاب وتشجيع التعلم الذاتي والوصول إلى المعرفة بشكل أكبر، ولكنها قد تؤدي أيضًا إلى الاعتماد المفرط على المعلومات السطحية والانحراف عن الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والثقافية.

بالإضافة إلى ذلك، يظهر التأثير السلبي المحتمل للوسائط الرقمية على إدارة الوقت والتركيز للطلاب الجامعيين. فعلى الرغم من الفوائد الكبيرة للتكنولوجيا الرقمية في تسهيل الوصول إلى المعلومات، إلا أنها يمكن أن تسبب تشتت الانتباه وتسويق الوقت في التفاعلات الاجتماعية الافتراضية، مما يؤثر سلبيًا على الأداء الأكاديمي والتحصيل العلمي للطلاب.

وفيما يتعلق بالتأثير النفسي والعاطفي، فاستخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يزيد من الشعور بالوحدة والقلق الاجتماعي، ويؤثر على العلاقات الشخصية والقدرة على التواصل العاطفي العميق. لذلك، ينبغي الأخذ بعين الاعتبار بضرورة اتباع استراتيجيات تعليمية متوازنة تعزز استخدام الوسائط الرقمية بشكل إيجابي، مع الحفاظ على التوازن بين العالم الافتراضي والواقعي، وتعزيز القيم الاجتماعية الأساسية مثل التعاون، والاحترام، والأخلاق في سياق الاستخدام الرقمي.

باختصار، يجب أن ندرك أن الوسائط الرقمية لها تأثير كبير على القيم الاجتماعية خاصة على فئة الطلبة الجامعيين، وعلينا أن نتعامل مع هذا التأثير بشكل متوازن ومدروس. فإن فهم تأثير هذه الوسائط يمكن أن يساعدنا في تطوير سياسات وممارسات تعليمية تعزز التواصل الاجتماعي الصحيح وتعمل على تعزيز القيم الاجتماعية المهمة في عصر التكنولوجيا الرقمية..



قائمة المصادر

والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب باللغة العربية

- 1- امام ابراهيم، (1995)، الاعلام والاتصال بالجماهير، ط2، القاهرة: المكتبة الانجلومصرية
- 2- ايمان العربي النقيب. (2002). لقيم التربية في مسرح الطفل. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 3- جودت عزت عطوي. (دت). أساليب البحث العلمي ( مفاهيمه - أدواته - طرقه الإحصائية). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 4- شريف درويش اللبان. (2001). مداخلات في الإعلام الجديد والنشر الإلكتروني في الانترنت، القاهرة: دار العالم العربي للنشر
- 5- صالح محمد علي أبو جادو. (2015). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. عمان: دار المسيرة.
- 6- علي عبد الرزاق جلي. (دت). دراسات في المجتمع والثقافة الشخصية،. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية،
- 7- فضل لله وائل مبارك خضر. (2010). أثر الفايبريوك على المجتمع، السودان: دار شمس النهضة.
- 8- الربيع ميمون. (2001). نظرية القيمة في الفكر المعاصر. الجزائر: الشركة الوطنية للطباعة والنشر.
- 9- فاطمة عوض صابر. مرفت علي خفاجة. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. الاسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني.
- 10- محسن جلوب الكناني. (2012). الاعلام الفضائي والجنس. عمان: دار اسامة.
- 11- مروان عبد المجيد إبراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
- 12- مصطفى يوسف كافي، (2015)، الرأي العام ونظريات الاتصال، عمان: دارالحامد للنشر والتوزيع

## قائمة المصادر والمراجع

- 13- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد (1998)، الاتصال و نظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، القاهرة
- 14- خضرة عمر المفلح، (2015)، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع
- 15- عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد، (2011)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 16- فضيل دليو، (2003)، الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع..
- 17- كمال الحاج، (2020)، نظريات الإعلام والاتصال، سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- 18- وليام ريفرز وآخرون، (2005)، الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر، ترجمة ، طلعت البشيشي ، مصر: دار المعرفة الجامعية
- 19- محمود حسن إسماعيل، (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر والتوزيع
- 20- هشام رشدي خير الله، (2020)، محاضرات في نظريات الإعلام ، مصر: كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية
- 21- خالد محمد غازي، (2015)، الطوفان... ما بعد العولمة صناعة الاعلام و تحول السلطة، دمشق: دار المناهل للطباعة والنشر والتوزيع،
- 22- محمد شطاح، (2006)، قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايديولوجيا، الجزائر: دار الهدى للطباعة و النشر،
- 23- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015

## قائمة المصادر والمراجع

24- جبريل بن حسن العريش، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية القيم

رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015

25- هلال عبد الفتاح السعيد، المبادئ الأخلاقية في التربية، مصر، الدار المصرية للتأليف

والترجمة، 2001

26- منى كشيح، (2003)، القيم الغائبة في الإعلام، مصر: دار فرحة للنشر والتوزيع

27- ماجد زكي الجراد، (2007)، تعلم القيم وتعليمها، ط2، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع

28- صالح محمد علي أبو جادو، (1998)، سيكولوجية التنشئة، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر

والتوزيع،

29- دياب فوزية، (2001)، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية،

ط2، القاهرة: دار النهضة العربية.

30- علي حسن الحسني، (2002)، علم النفس أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق، دط،

الإسكندرية.

31- بركان بري القرشي، (2010)، القدوة ودورها في التربية، السعودية: المكتبة الفيصلية

32- سميرة أحمد السيد، (2010)، علم اجتماع التربية، القاهرة: دار الفكر العربي

33- عبد الوهاب كحيل، (1992)، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المدرسية، القاهرة: دار الفكر

العربي.

34- سيف الاسلام علي مطر، (دت)، التغيير الاجتماعي، دراسة تحليلية من منظور التربية الاسلامية،

ط1، دار الوفاء للطباعة و النشر

### ثانيا: الرسائل الجامعية

1. أحمد جلول. (دت). دور الجامعة في نشر نظام (ل.م.د)، دراسة ميدانية بالمركز الجامعي بالوادي.

جامعة أم البواقي: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي،.

## قائمة المصادر والمراجع

2. إسلام عبد الله أبو زهري، (2018)، اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، رسالة ماجستير في الإعلام، العراق: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة اليرموك
3. حميدة سارة، (2015)، الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، أم البواقي: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي،
4. مها فتح الله سلق ، (2012)، ماهية الاعلام الجديد ، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير تخصص صحافة، غزة: الجامعة الاسلامية ،
5. بوزيان عبد الغاني، (2010)، استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والاشباعات المحققة منها ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال والتنمية المستدامة ، عنابة: كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة باجي مختار
6. تسعديت قدوار، (2011)، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام ، الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر 3
7. زينب محمد أحمد عثمان، (2018)، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالصحة النفسية لدى المعاقين حركيا، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم النفس، جامعة النيلين
8. غالية غضبان، (2018)، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، باتنة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، امعة الحاج لخضر باتنة ،

9. سعد بن عبيد السبيعي، (2013)، الاعلام الجديد و دوره في تعزيز الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية (دراسة تطبيقية على بعض النخب السعودية في مدينة الرياض)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، في فلسفة العلوم الأمنية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

### ثالثا: المقالات :

1. زاهر راضي (2003). استخدام الوسائط الرقمية في العالم العربي، عمان: مجلة التربية للنشر والتوزيع.1(1)
2. وفاء نصري. (2017). تكنولوجيا الاعلام والاتصال والمستوى الثقافي والعلمي لطالب الجامعي، دراسات في استخدامات واشباعات طلبة جامعة العربي بين مهدي، أم البواقي: مجلة الاعلام والمجتمع، 1(1).
3. راييس علي ابتسام، (2016). نظرية "الاستخدامات والاشباعات " وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري) ، مجلة دراسات وأبحاث، 8 (25).
4. أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين، (2016)، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، 35(169)
5. سميرة الشبخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، 2010
6. عبد الله الثقفي وآخرون، (2013)، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتفكير التأملي لدى طالبات قسم التربية الخاصة جامعة الطائف، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد 6
7. أحمد الخميسي، (1996)، نظرات في غرس القيم، السعودية: مجلة الفيصل (323)

### المدخلات:

1. عمرو عبد الكريم سعداوي. (2000). العولمة وصراع القيم في مصر، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر مصر في عيون شبابها. القاهرة: مركز دراسات وبحوث الدول النامية.

## قائمة المصادر والمراجع

---

2. نصر رمضان سعد الله حربي. (2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي

( آثارها- المسؤولية المترتبة عليها - سبل التصدي لها)، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي السادس

حول القانون والشائعات، جامعة طنطا: كلية الحقوق.



الملاحق



الملحق رقم 01: قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة
محمد براى	أستاذ محاضراً	جامعة الشهيد الشيخ العربى التبسى تبسة
الطيب البار	أستاذ محاضراً	جامعة الشهيد الشيخ العربى التبسى تبسة
بدر الدين مسعودى	أستاذ محاضرب	جامعة الشهيد الشيخ العربى التبسى تبسة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال  
تخصص: اتصال تنظيمي



## استمارة استبيان

- يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة في إطار إنجاز بحث علمي ميداني ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص: اتصال تنظيمي

### العنوان

تأثير الوسائط الرقمية الاجتماعية على القيم

الاجتماعية للطالب الجامعي

دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي تبسة

إشراف الدكتور:

- محمد الطيب بلغيث

من اعداد الطالبين:

- مناصر رياض

- بشيشي حمزة

ملاحظة: نرجو منكم ملاً هذه الاستمارة من خلال الإجابة على هذه الأسئلة بكل موضوعية، وهذا اسهاما منكم في إنجاز البحث مع العلم ان المعلومات التي ستدلون بها لا تستعمل إلا لغرض علمي وتبقى سرية، شاكرين تعاونكم

السنة الجامعية: 2023/2022

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

1. النوع:

ذكر  - أنثى

2. السن:

[ 25-19 سنة ]  [ 30-26 سنة ]  [ 31-35 سنة ]   
[أكثر من 35 سنة]

3. التخصص

ثانية ليسانس اتصال  أولى ماستر سمعي بصري   
ثالثة ليسانس اتصال  ثانية ماستر اتصال تنظيمي   
ثالثة ليسانس اعلام  ثانية ماستر سمعي بصري   
أولى ماستر اتصال تنظيمي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للوسائط الرقمية الاجتماعية

4. هل تستخدم الوسائط الرقمية الاجتماعية؟

دائما  - أحيانا  - أبدا

5. ما هي الوسائط الأكثر استخداما ؟

الفيسبوك  الانستغرام  اليوتيوب   
تويتر  - الواتساب

أخرى أذكرها.....

6. ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في استخدامك للوسائط الرقمية؟

الهاتف  - الحاسوب  أخرى:.....

7. ماهو متوسط الحجم الساعي الذي تستغرقه أثناء استخدامك للوسائط الرقمية في اليوم؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين  أكثر من ساعتين

8. ماهي الأوقات التي تحبذ فيها استخدام هاتفه الوسائط ؟

صباحا  نهارا  ليلا

9. هل تستخدم الوسائط الرقمية؟

في اوقات الفراغ فقط  في سائر اليوم

10. هل يؤثر استخدامك للوسائط الرقمية على نشاطاتك اليومية؟

بشكل دائم  بشكل جزئي  لا يؤثر تماما

11. ماهو نوع هذا التأثير إن وجد؟

يقوم بتسهيل المهام  إضاعة للوقت  زيادة فعالية التواصل  التعرف

12. ماهي طبيعة المواضيع التي تستهويك عبر الوسائط الرقمية ؟

الترفيه والتسلية  - التثقيف والتعليم  - الاخبار والمعلومات   
ظروف الدراسة تتطلب ذلك  - اكتشاف العالم والثقافات

أخرى أذكرها.....

13. ماهو الغرض من تصفحك للشبكات الاجتماعية الرقمية؟

- متابعة الأخبار  الدردشة  متابعة الصور والفيديوهات

أغراض أخرى.....

14. هل ساهمت الوسائط الرقمية في توطيد علاقاتك مع أصدقائك ؟

- نعم  لا

15. هل استخدامك لمواقع الاجتماعية يعيق في تحقيق أهدافك ؟

- نعم  لا

المحور الثالث: تأثيرات استخدام الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

16. هل المحتوى المقدم من قبل الوسائط الرقمية يتوافق مع القيم الاجتماعية السائدة في مجتمعنا؟

- دائما  - أحيانا  - نادرا

17. حسب رأيك هل ظهرت أنماط وعادات جديدة في مجتمعنا نتيجة استخدام هذه الوسائط؟

- نعم  لا

إذا كانت الاجابة بنعم، هل تمثلت فيما يلي:

- الاهتمام بالحياة الخاصة بالآخرين

- نشر الاشاعات والأخبار الكاذبة

- السعي والرغبة إلى تحقيق الشهرة

- أخرى يمكن ذكرها:.....

18. في رأيك ما السلوكيات التي انتشرت بكثرة في المجتمع نتيجة استخدام الشبكات الرقمية؟

- الانحراف الاخلاقي  التقليد للحياة الغربية  شيوع الجريمة

- ضعف الوازع الديني  التطفل على الاخرين

19. هل استخدام الوسائط الرقمية يؤدي إلى الإدمان عليها ؟

- نعم،  لا

إذا كانت الاجابة بنعم، هل يؤثر ذلك في:

- الجانب النفسي  الجانب الجسدي  الجانب الاجتماعي

20. هل يؤثر استخدام الوسائط الرقمية على ظهور أنماط سلبية داخل المجتمع ؟

- نعم،  لا

- إذا كانت الإجابة بنعم، هل تشمل هذه الانماط:
- التسامح  الصلة الرحم  التكافل الاجتماعي  الصداقة
- احترام الآخرين
21. هل اتاحت لك الشبكات الرقمية فرصة لتوسيع شبكة علاقاتك الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن؟
- نعم  لا

22. إذا كانت الإجابة بنعم فإي الولايات والدول التي كونت صداقات من خلالها ؟

23. هل كان لهذه العلاقات أثر إيجابي في حياتك؟

- نعم  لا

24. إذا كانت الإجابة بنعم فيما تمثلت هاته الآثار ؟

المحور الرابع: المقترحات لتفعيل استخدام الوسائط الرقمية للحفاظ على منظومة القيم الايجابية لدى الطالب الجامعي عينة الدراسة

25. هل تعتقد أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يزيد من تفاعل الأفراد

الايجابي مع محيطهم ومجتمعهم والمساهمة فيه بشكل أكبر؟

- نعم  لا  أحيانا

26. ماهي المضامين الظاهرة في الوسائط الرقمية تجدها غير لائقة في محتويات الميديا الجديدة؟

- اللباس الفاضح  الحركات غير الأخلاقية

- التباهي  الحلاقة

27. يساهم الشبكات الرقمية في تفعيل النشاطات الاجتماعية على أرض الواقع عن طريق:

- تكوين جمعيات افتراضية

- انشاء حملات تحسيسية لمعالجة مشاكل اجتماعية

أخرى أذكرها: .....

28. هل تعتقد أن استخدام الوسائط الرقمية يمكن أن يساعد في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأفراد؟

- نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم، أذكرها:

- التكافل (التضامن الاجتماعي)
- اعانة المحتاجين (رصد الفقراء)
- حب الوطن
- النصح والارشاد

29. هل تساهم الشبكات الرقمية في تعزيز القيم التالية:

- ترسيخ قيم التسامح
- احترام الآخرين
- حرية التعبير
- تبادل مختلف وجهات النظر
- قيم أخرى أذكرها:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

30. حسب رأيك ماهي المقترحات التي تراها مناسبة لتفعيل استخدام هاتهِ الوسائط إيجابيا

.....

.....

.....

.....

.....

.....

الملحق رقم 03: مدخل جامعة الشهيد العربي التبسي تبسة



الملحق رقم 04: مدخل كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة



الملحق رقم 05: صورة لمدخل كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة



## ملخص:

سعت الدراسة لتحديد تأثير الوسائط الرقمية على القيم الاجتماعية للطلاب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة، حيث تمت بالمؤسسة الجامعية المذكورة من خلال توزيع استمارة استبيان على عينة عشوائية طبقية مقدره بـ 156 طالب وطالبة جامعية، حيث اعتمدنا المنهج الوصفي في معالجة البيانات المتحصل عليها، وعند استرجاع الاستبيانات وتفريغها توصلنا إلى مجموعة من النتائج أكدت في مجملها على أن القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين تتأثر سلبا وإيجابا وهذا حسب ما توجه له الوسائط الرقمية نحو تحقيق اشباع أو توظيفها في استخدامات معينة ومحددة.

**الكلمات المفتاحية:** الوسائط الرقمية، القيم الاجتماعية، الطالب الجامعي

## *Résumé*

L'étude visait à déterminer l'impact des médias numériques sur les valeurs sociales des étudiants de premier cycle. Étude de terrain sur les étudiants en sciences des médias et de la communication à l'Université du Shahid Sheikh El Arabi Tebessi À l'établissement universitaire en question, un questionnaire a été distribué à un échantillon de classe aléatoire estimé à 156 étudiants; Nous avons adopté l'approche descriptive du traitement des données obtenues, et lorsque nous avons récupéré et déchargé les questionnaires, nous avons atteint un ensemble de résultats qui, dans leur ensemble, ont confirmé que les valeurs sociales des étudiants universitaires sont affectées négativement et positivement, comme dirigé par les médias numériques vers la réalisation ou l'utilisation de satisfactions dans des utilisations spécifiques.

**Mots-clés :** Médias numériques, Valeurs sociales, Étudiant universitaire