

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال: تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

* مليك محمد

✓ عربي دلال

❖ لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي	الأستاذة: جعفري نبيلة
مشرفا	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي	الأستاذ: مليك محمد
مناقشا	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي	الأستاذة: بوعنان أسماء

السنة الجامعية: 2015/2016



شكر و عرفان

أولا أحمد الذي وفقني لإتمام هذا العمل وما توفيقى إلا بالله
أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذي ومعلمي وقدوتي الأستاذ "محمد مليك"
الذي لم يبخل علي بمساعدته وتوجيهاته ونصائحه
وأشكره أيضا على كل لحظة ثمينة خصصها لي طيلة انجاز هذه
الدراسة
جعلك الله منارة للعلم.

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر لكل أساتذة جامعة العربي بن مهدي
وكل من ساهم من قريب أو من بعيد لإثراء هذا العمل
ولو بابتسامة.

❖ مقدمة

تتجه البشرية اليوم نحو مرحلة جديدة من مراحل تطورها تعارف عليها علماء الإعلام والاتصال بأنها مرحلة تجسد تحولا وسياقا من نوع آخر يختلف كثيرا عن سياق تلك الفترة السابقة، ومفاهيم الوقت الراهن ترتبط بقوة بالأطر الزمانية والمكانية الحالية، فميزة هذا العصر هي شبكة المعلومات الحديثة (الانترنت) التي أحدثت فارقا كبيرا على سابقتها من الوسائل التقليدية حيث فرضت نمطا جديدا من التفكير والتعايش ونمطا من الاتصال والتواصل بين الأفراد، تطورت أدواتها لتتحدى إلى مسار آخر هو مسار شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي social media التي فرضت نفسها على العالم وكنتيجة حتمية لكل التطورات الأخرى عوّضت الزمن الاجتماعي الحقيقي إلى زمن افتراضي، تمثلت معالمه في خلق بيئة تداخلت فيها كل المجالات من نشر للأخبار، تبادل الخبرات، تكوين صداقات ... في اطار مواضيع ذات اهتمام مشترك اختزلت كل ذلك تحت مجموعة من المفاهيم وهي: التويتتر، ماي سبايس الفايسبوك ...

يعد الفايسبوك من أهم ركائز شبكات التواصل الاجتماعي، حيث خلق العديد من الأدوار وتزاحمت فيه العديد من العلاقات والتفاعليات بفضل الميزات التي يمتلكها من انفتاح، خصوصية، الحضور الدائم على الشبكة، اخفاء الهوية ... بل أصبح مؤسسة تضطلع بمهمة اعداد النشء وتربيتهم، أحدث بذلك قولبة في الفكر والنشاط الإنساني في المجتمعات الإسلامية منها وطالت تأثيراته على جميع أنواع المجالات الحياتية بما فيها المساس بمنظومة القيم خاصة الأخلاقية منها، التي تعد في العصر الحالي من أعظم الغايات وأجلها حيث أنها تعصم الفرد من الوقوع في الانحرافات والأخطاء.

وبالتالي ليس مستغرب أن تظهر علاقة تأثر وتأثير بين القيم الأخلاقية والفايسبوك في وقت تتصادم فيه جميع ثقافات وقيم المجتمعات بما فيها المجتمع الجزائري عبر هذا الفضاء السيبرني، كل هذه المؤشرات والشواهد جعلتنا ننظر بجديّة إلى الظاهرة وتأثيراتها، هذا ما نسعى لمناقشته من خلال هذه الدراسة، حيث اعتمدنا على خطة بحث تضمنت 3 أطر، نتائج وخاتمة من أجل تغطية الجوانب المنهجية والنظرية والتطبيقية للدراسة، وبناء على ذلك جاء الإطار العام لهيكلة الدراسة على النحو التالي:

➤ **الإطار المنهجي للدراسة:** عرضنا فيه الصياغة النظرية للإشكالية، لتتبع بالتساؤلات المراد الإجابة عنها ثم تطرقنا للجوانب المنهجية من أسباب ذاتية و موضوعية التي دفعتنا لاختيارها، ثم الأهداف والأهمية ثم استعرضنا المنهج والعينة والأدوات، لنتطرق بعدها لمجالات الدراسة ممثلة في المجال البشري والمجال الزمني والمجال المكاني، بعد ذلك تم تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة وحصص أبرز الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها، لنلقي بالضوء في الأخير على منظور دراستنا حيث استعنا في ذلك بنظريتي الاستخدامات والإشباعات ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام .

➤ **الإطار النظري للدراسة:** تضمن 04 فصول، **الفصل الأول** عنون بـ " ماهية شبكات التواصل الإجتماعي والفايسبوك "، وجاء في مبحثين، اذ تناولنا في المبحث الأول ماهية شبكات التواصل الإجتماعي، فيما عنون المبحث الثاني بـ"ماهية الفاييسبوك"، و **الفصل الثاني** يحمل عنوان " ماهية القيم والقيم الأخلاقية"، وفي **الفصل الثالث** خصصناه للكشف عن العلاقة بين القيم الأخلاقية و الفاييسبوك وفي **الفصل الرابع** تم التنويه لماهية الطالب الجامعي، حيث ركزنا على الواقع القيمي والأخلاقي بين طلاب الجامعة، لنصل في الأخير إلى عرض مقومات حماية هذه القيم الأخلاقية التي يحملها الطالب الجامعي.

➤ **الإطار التطبيقي للدراسة:** أفردنا هذا القسم بتفريغ وتحليل البيانات في جداول بسيطة ومركبة وصولاً لتعداد النتائج الجزئية، والنتائج العامة، وفي ضوء الدراسات السابقة، وصولاً للنتائج في ظل نظريتي الدراسة. ووضع التوصيات والاقتراحات، ثم الصعوبات، وأخيراً فقرة الخاتمة التي أجبنا فيها عن التساؤل الرئيسي للدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

1 . اشكال الية الدراسة.

2 . تساؤلات الدراسة

3 . أسباب اختيار موضوع الدراسة.

4 . أهمية موضوع الدراسة

5 . أهداف الدراسة.

6 . طبيعة الدراسة ومنهجها.

7 . عينة الدراسة.

8 . أدوات جمع البيانات.

أ . الملاحظة.

ب . استمارة الاستبيان.

9 . مجالات الدراسة.

أ . المجال البشري.

ب . المجال المكاني.

❖ تمهيد

يعتبر الإطار المنهجي من المنطلقات والدعائم الأساسية ذات الأهمية البالغة في البحث العلمي وفي كافة مجالات المعرفة، وخاصة في مجال علوم الاعلام والاتصال نظرا لخصوصية موضوعه ومواده العلمية كتعدد أطره الفكرية ومداخله النظرية .

كما تكمن أهمية الاطار المنهجي في أنه يساعد على تناول الموضوع أو المادة العلمية من خلال تحديد أدوات التحليل ومنهجية التعامل مع الإشكالية والتساؤلات المطروحة في مجال البحث، فالإطار المنهجي للدراسة يعتبر الموجه لسيرورة العمل بدءا بإشكالية الدراسة وصولا للمنهج فالعينة فالأدوات... وعليه يمثل المفتاح للعمل الإعلامي المستند الى خطوات بحثية وإجراءات علمية أكاديمية.

1. اشكالية الدراسة

اكتست شبكات التواصل الاجتماعي كغيرها من المفاهيم الاعلامية الحديثة أهمية كبيرة داخل المجتمعات أضحت واقعا لا يمكن مجادلته، بل كحتمية تكنولوجية فرضت نفسها بقوة في بيئة افتراضية يستطيع من خلالها أي فرد أن يقوم بعمليات متشابكة ومعقدة في آن واحد، من ارسال واستقبال وتفاعل جمعي وتعليق وتعقيب بحرية كاملة. هذه الأخيرة أصبحت تشكل جزءا لا يتجزأ من حياة الإنسان ولا مجال لحصرها جميعا ونذكر منها على سبيل المثال التويتتر، اليوتيوب، هاي فايف، المدونات الإلكترونية الفايبيوك...

هذا الأخير الذي احتل الصدارة على غرار باقي الأشكال الاجتماعية، فبطوره سنة 2004 على يد الأمريكي "مارك زوكربيرج" لقي رواجاً وقاعدة جماهيرية مستقطبا المتعلم، المثقف، الصغير، الكبير... وما ساعده على الانتشار أكثر الثورتين الشعبيتين تونس (ديسمبر 2010)، ومصر (يناير 2011) وبفضل سهولة التعامل معه تقنيا وما يتميز به من مرونة وانسيابية أعطى فرصة للمجتمع المدني أن يتعارف ويشارك بعضه بعض، في العديد من الأعمال الخيرية التطوعية وكذا قضايا سياسية وثقافية... في اطار تفاعلي بغض النظر عن خلفياتهم المرجعية.

هذه التفاعلية أثارت العديد من المثاليات والعلاقات الاجتماعية الجديدة سمحت بخلق حالات مستجدة من علاقات التأثير والتأثر داخل هذا الفضاء السيبرني وذلك بتكوين رؤى وأفكار جديدة ورمزية على حساب الزمن الاجتماعي، وهذا ما أشار اليه فاستينجر وكارل سميث: "بأن الأفراد يبتعدون عن واقعهم الحالي للبحث عن المعلومات التي تتوافق مع آرائهم وينغلقون في وجه المعلومات الأخرى"¹ ونعتقد أن مثل هذا الافتراض يحوي قدر كبير من الصحة فيما يتعلق بالانتماء لمجموعات ان كانت تتفق مع قيم المجتمع أم لا.

تعد القيم الاطار المرجعي الذي يكتسب منه أي فرد قواعد ومعايير السلوك الأمثل في شكل دوافع اتجاهات و تطلعات... فهي تمثل أعلى درجات الحضارة وما يرتفع به الفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدرها الأساسي الدين سواء أكانت مكتسبة أو مورثة، كما قال مالك بن نبي: "مكانة القيم مؤشر عن مستوى الحضارة في أي مجتمع" ومن بين أهم القيم التي تشكل دعامة وركيزة أساسية وميزان يضبط معايير السلوك هي القيم الأخلاقية.

تعتبر القيم الأخلاقية بمثابة صمام الأمان الذي تحافظ على ثوابت ومعتقدات أي مجتمع وتجعله يتكيف ويتوافق مع أعضاء الجماعة لتحقيق الرضا النفسي، فكثيرا ما تساهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية من أسر ومنظومة تعليمية ومساجد... في تكوين هذا النوع من القيم، بالموازاة مع ذلك نشأت مؤسسات أخرى فرضتها الظروف والتطورات التكنولوجية الحديثة - الفايبيوك - للعب هذا الدور وغرس مفاهيم أخلاقية قيمة أخرى على حساب قيم نفعية غير مرغوبة تتعلق بالضمير الخلفي، الصدق، الأمانة، الحياء... ما قد يؤثر

¹ السعيد بومعزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة

على المرجعية الثقافية والذوق الأخلاقي العام للعديد من المجتمعات، خصوصا لما ندرك تنامي الحضور الواضح لمجموعات اباحية وصفحات بمختلف الألوان والتيارات للبحث عن الصداقة، الترفيه، اشارة الغرائز الجنسية تحت مسمى التفيس والتحرر من المكبوتات الاجتماعية وتحت راية مسايرة العصر، ولسائل أن يتساءل ماذا عن تغير القيم الأخلاقية؟ كما وصفها مالك بن نبي بالتمزق في شبكة العلاقات الاجتماعية والإخلال بالقانون الخلقى وعبر عنها بالأفكار الميتة " فكرة خذلت أصولها وانحرفت عن نموذجها المثالي ولم يعد لها جذور في محيط ثقافتها الأصلي ".

والمجتمع الجزائري كبقية المجتمعات النامية شهد انفتاح على التكنولوجيات الحديثة من مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) وهذا ما أوضحه موقع سوشال باكرز بأن عدد الجزائريين المسجلين عبر هذا الوسيط وصل سنة 2014 إلى ثلاثة ملايين و 433 ألف عضو،¹ وهذا في ظل سياسة التنمية التي تبنتها في العقود الأخيرة، ولا يغيب عنا أن جمهور المستخدمين من الشباب الجزائري هو الأكثر اقبالا على هذا الوسيط في محاولة منه ايجاد مستوى من الرضا النفسي والاجتماعي ولحد الآن مازال يعيش مرحلة الانبهار والتجريب والتعرف إلى هذا الفضاء الجديد، وبما أن جمهور الطلبة الجزائريين (الجامعيين) كفة نوعية واعية من هذا المجتمع يستخدم هذا الوسيط - الفاييسبوك - في عدة مجالات تستدعي التأثير على قيمه الأخلاقية إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة للكشف عن جانب مهم في حياة الإنسان ألا وهو قيمه الأخلاقية كمعيار يضبط سلوكه وأفعاله والفايسبوك كأحد الأشكال الاجتماعية المستخدمة لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين الممثلين في هذه الدراسة بطلبة جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي.

وعليه تندرج اشكالية دراستنا ضمن التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو تأثير الفاييسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري؟

وتتبع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ماهي عادات استخدام الفاييسبوك لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟
- ✓ ماهي دوافع استخدام الفاييسبوك لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟
- ✓ هل تساعد المضامين المنشورة عبر موقع الفاييسبوك على ارتباط الطلبة الجامعيين الجزائريين بقيمهم الأخلاقية؟
- ✓ ما نوع التأثير الذي يحدثه الفاييسبوك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين الجزائريين؟

3 . أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من الصعب على الباحث اختيار موضوع قابل للدراسة ويتميز بالأهمية والأصالة المطلوبتين نظرا للزخم الهائل للأبحاث والدراسات في مختلف الميادين والفروع المعرفية وخوفا من التكرار، بيد أن الأصعب من ذلك وجود دوافع مقنعة ذاتية أو موضوعية لتبرير هذا الاختيار ومن جملة الأسباب الذاتية والموضوعية نذكر:

أ . الأسباب الذاتية:

- ❖ ملاحظتنا للعديد من السلوكيات والأفعال غير الأخلاقية التي تنتشر عبر صفحات الفيسبوك خاصة المنشورات المتعلقة بقوائم الأصدقاء.
- ❖ الاهتمام والميول الشخصي للموضوع والنابع من تجربة زمنية عشناها اثر التعدي على صفحتنا الخاصة بنشر كلمات بعيدة عن الأخلاقيات القيمية وتتنافى مع الذوق الأخلاقي العام في غياب القيود ومنه الإحساس الدائم والمستمر بالمشكلة.
- ❖ قرب مجتمع الدراسة منا الأمر الذي يسهل لنا عناء التنقل إلى أماكن بعيدة.
- ❖ ادراكنا للحاجة المستمرة والمتزايدة لمكتبة العلوم الاجتماعية والإنسانية إلى مثل هذا النوع من الدراسات العلمية.

ب . الأسباب موضوعية:

- ❖ التزايد المستمر والكبير لجمهور المستخدمين الجزائريين لهذا الموقع وتعدد اهتماماتهم الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث.
- ❖ إن الفيسبوك لم يعد مجرد فضاء تتبادل فيه مختلف الاهتمامات والمواضيع التي تهم الرأي العام والفرد نفسه بما يعود عليه بالنفع وعلى المجتمع، ولكن أضحت ظاهرة اجتماعية يستخدمها أي فرد للهروب من الواقع المعاش والتحرر من القيود الاجتماعية، ما قد يؤدي بالمساس بأخلاقيات المجتمع وقيمه.
- ❖ جمهور الطلبة الجزائريين جمهور نوعي ومتقف وبحكم أنهم ليس جمهور سلبي يختار وينتقى كل ما يقدم له بل يأخذ ما يريد وفق أهداف محددة مسبقا، لهذا السبب حاولنا معرفة مدى تفاعله مع مجموع المضامين المقدمة عبر الفيسبوك والتي من شأنها المساس بثقافات وقيم المجتمعات.
- ❖ الخطر الكبير الذي تحمله هذه الوسائط الجديدة عبر المجموعات والصفحات، المختلفة (غير الأخلاقية والإباحية) والموجهة لجميع الشرائح ومدى انعكاسها على القيم الأخلاقية التي يحملها الطلبة الجامعيين.

4 . أهمية موضوع الدراسة:

إن أي موضوع له أهميته النظرية والميدانية وتكمن أهمية دراستنا في:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته باعتبار أن القيم من البصمات الثقافية الخاصة بكل مجتمع في اختلافه وتميزه عن باقي المجتمعات (البعد الحضاري القيمي)، فدراسة القيم الأخلاقية لأي مجتمع وجب أن تحظى بدراسات مستفيضة مع كل متغير أو وسيلة تكنولوجية تظهر شأنها في ذلك شأن باقي أنواع القيم (الجمالية، الاجتماعية، السياسية...) كما قال ألفين توفلر: " إن القيم مثلها مثل الطفل الصغير الذي يعاني بؤس وشقاء لعدم علمنا به"، وإن كانت هذه الدراسة قد تناولت هذا الموضوع فقد ربطته بأهم وسيط - الفيسبوك - لإدراكنا ما له من قدرة على التأثير أو التعديل أو التثبيت القيمي سواء بالسلب أو الإيجاب.

كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من منطلق قدرة الشباب خاصة (الطلبة الجامعيين منهم) على التكيف السريع مع التكنولوجيات وتبني الأفكار والمستجدات الجديدة التي من شأنها أحداث تغيير على المستوى القيمي الأخلاقي، خاصة أن الفيسبوك أصبح بمثابة المرجعية الأولى التي يستقي منها الطالب مختلف معلوماته.

وتتأتى أهمية هذه الدراسة كذلك من الإشكال المطروح كون الشباب اليوم يستعمل كل ما هو جديد دون مراعاة استخدام هذه الوسائل (facebook)، التي تفرض في الكثير من الأحيان التعامل مع جوانب شخصية ذات أبعاد خفية تدوس على القيم والأخلاق التابعة للضوابط التشريعية للدين الإسلامي.

كما لا يمكن اغفال الموضوع من الناحية الاجتماعية حيث أن الفيسبوك ولّد أشكالاً جديدة من التواصل والعلاقات بين فئة الطلبة الجامعيين ما قد يؤثر عليهم بصورة تلقائية وعلى اهتماماتهم من مجرد التواصل العادي الى نوع من التواصل غير الهادف الذي يكون على حساب قيمهم الأخلاقية الأصلية، وما من شأنه كذلك أن يغير من كفاءتهم القيمية ومنه بروز نوع من أنواع الاستهلاك القيمي وهو " استهلاك القيم الأخلاقية الافتراضية " على حساب قيم المجتمع، كغياب قيم الأمانة، الحياء، الشرف... بمبرر التعرف والاحتكاك بثقافات أخرى .

كما تبرز أهمية الدراسة من خلال الاهتمام المتزايد بشبكات التواصل الاجتماعي في جميع المجالات وعلى جميع الأصعدة، حيث أصبح امتلاكها ومدى التحكم فيها معياراً أساسياً يقاس من خلاله تطور المجتمعات والأفراد وتخلّفها وعلى رأسها موقع الفيسبوك، باعتباره ثالث ثورة في خدمات الأنترنت فهو وسيلة للتعبير عن الرأي دون تدخل أو ضغط أو قيد، ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة للتعرف على مدى تأثير موقع الفيسبوك على قيم الطالب الجامعي أخلاقياً.

5 . أهداف الدراسة:

لا أحد ينكر أن قيمة البحث العلمي ترتبط بقيمة الأهداف التي يصبوا ويرنوا الباحث إلى تحقيقها فلا يخلوا أي بحث علمي مهما كانت توجهاته إلى مجموعة من الأهداف، وعليه نحصر الأهداف التي تحاول دراستنا الوصول إليها في:

- ❖ التعرف على عادات استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك.
- ❖ البحث عن أسباب ودوافع إقبال الطلبة الجامعيين الجزائريين على موقع الفايسبوك.
- ❖ معرفة ما إذا كانت المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك تساعد الطلبة الجامعيين الجزائريين على الارتباط بقيمهم الأخلاقية.
- ❖ الكشف عن طبيعة التأثير الذي يحدثه موقع الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين الجزائريين.
- ❖ الكشف عن نوع التغيير الذي يحدثه الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري.
- ❖ وضع جملة من التوصيات والاقتراحات التي يتخذها الطلبة الجامعيين الجزائريين كغطاء لحماية قيمهم وأفكارهم من الذوبان في ثقافة الآخر.

• الإجراءات المنهجية للدراسة:

من المعلوم في أي بحث ميداني أن يقف الباحث على مجموعة من الإجراءات المنهجية التي يرى بأنها ضرورية في بحثه، ومن المعلوم أن هناك علاقة بين طبيعة الموضوع والمنهج المستخدم وكذا الأدوات التي تستخدم في الدراسة، إن الباحث الاجتماعي يحتاج إلى الربط بين ماهو نظري وبين ما هو ميداني باعتبار أن الميدان يعزز ما تم التطرق إليه في الدراسات في شقها النظري .

6 . طبيعة الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف خصائص ومشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا، معتمدة على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج ودلالات نصل منها إلى تعليقات بشأن الظاهرة المدروسة، وبصفة عامة تهدف لوصف ظواهر ووقائع أشياء معينة من خلال جمع المعلومات والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها.¹ كما يعرف عبد الباقي زيدان الدراسات الوصفية descriptive studies على أنها: " ليست مجرد جمع المعلومات والحقائق وإنما تعني استخلاص دلالة تلك الحقائق والبيانات طبقا لأهداف الدراسة، ولا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها."²

¹ صالح محمد الفوال: مناهج البحث في العلوم الإجتماعية، ط01، مكتبة غريب، القاهرة، 1982، ص:35

² عبد الباقي زيدان: قواعد البحث العلمي، ط01، دار الوفاء للنشر، القاهرة، د س، ص:135

ويعرفها محمد عبد الحميد بأنها تقوم على " وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة والنظم والمؤسسات الإعلامية وتفسير العلاقة المتبادلة بين هذه العناصر وغيرها... في اطار علاقات فرضية يمكن اختبارها"¹.

وانطلاقا من الموضوع المتناول: " تأثير الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري". فإننا نحاول من خلاله وصف وفهم ظاهرة القيم الأخلاقية في فضاء افتراضي (الفايسبوك) وذلك من خلال عملية التعرض والاستخدام التي يقوم بها أفراد العينة المقصودة بالبحث " وهم طلبة جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي"، وجمع المادة الإعلامية من معلومات وبيانات عن كل متغير من متغيرات الدراسة " الفايسبوك " كمتغير مستقل "والقيم الأخلاقية" كمتغير تابع، بما يتيح لنا تقديم صورة واضحة ودقيقة عن الظاهرة المدروسة ومن ثمة العلاقة بينهما أي علاقة التأثير .

ولكل دراسة منهجا علميا يحدد مسار البحث وينظم خطواته ويرتبط منهج البحث بطبيعة الدراسة والزاوية التي تعالج منها المشكلة، وقد أملت علينا دراستنا اختيار المنهج المسحي فهو المنهج الذي يمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك² وترتيب وعرض وتحليل وتفسير وتعديل وتركيب المعطيات النظرية والميدانية، بغية الوصول إلى نتائج علمية توظف في المجتمع³.

وبالتالي مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم كالتأثير، الفايسبوك، القيم الأخلاقية، الطالب الجامعي، ومنه معرفة الوضع الذي تجري فيه الدراسة بكل ظروفه واتجاهاته الخاصة بالتأثير المزدوج لهذا الوسيط (الفايسبوك) بتحليل مختلف عمليات التفاعل بين الطلبة والمضامين التي يتلقونها سواء من خلال الصفحات أو المجموعات المشاركين فيها أو من خلال تفاعلهم مع بعضهم، للوقوف على مجموعة الآراء والانطباعات والعادات والأنماط والدوافع ومن ثمة الوصول إلى استخلاصات ونتائج قابلة للتعميم النسبي في حدود المجتمع الجزائري .

كما اعتمدنا في الجانب الميداني للدراسة على منهج المسح بالعينة، الذي يوصلنا إلى جميع البيانات والمعلومات عن العينة الخاصة بالبحث والمختارة بالشكل السليم كذا الاتصال بجميع مفردات العينة الممثلة والمختارة بالشكل الصحيح وهو ما نحتاجه في دراستنا.

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ط02، عالم الكتب، مصر، 2003، ص: 13

² أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص: 286

³ رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط01، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة (الجزائر)

7. عينة الدراسة:

بما أن البحث العلمي يتطلب اختيار العينة التي تمثل النموذج الذي يشمل الجانب أو الجزء المهم من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث¹، فالعينة تلك المجموعة الفرعية أو الشريحة من السكان أخذت لكي تكون ممثلة representative للمجتمع بكامله، هذا الاختيار يكون بطرق عدة (عشوائي، منتظم وقصدي) بحيث يمكن من احترام الوقت والإمكانيات المتاحة لإجراءات الدراسة والبحوث العلمية.

وبحكم طبيعة الدراسة اعتمدنا على الأسلوب القصدي في اختيار العينة باعتباره يتناسب مع الدراسة والذي ينص على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات المجتمع المبحوث، وانطلاقاً من دراستنا الكاملة والمفصلة لما يحتوي عليه من مفردات²، إلى جانب غياب اطار محدد لعدد الطلبة الإجمالي من مستخدمي الفايسبوك، بالإضافة إلى أن الهدف الجوهرى للدراسة "معرفة تأثير الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري"، قصدنا اختيار الطالب الذي يستخدم الفايسبوك فعليا في كل كلية من كليات الجامعة (07 كليات) والمعاهد (03 معاهد)، اتبعنا في ذلك طريقة العينة الحصصية Quota sample حيث تقوم هذه الأخيرة على تقسيم المجتمع إلى مجموعة من الفئات ثم حساب حصة كل كلية اعتمادا على البيانات المتوفرة وحجم المجتمع، ثم الحصول على الحصة بأيسر الطرق³، أما عن اختيار كل كليات الجامعة (07 كليات) بالإضافة للمعاهد (03 معاهد) يرجع للأسباب التالية:

- ❖ الدراسة تفرض علينا الإلمام بكامل التخصصات الموجودة في الجامعة.
- ❖ أن مستخدمي الفايسبوك من الطلبة لا يمكن أن يتحدد في كلية أو كليتين، لأن جميع الطلبة (بتخصصاتهم) معنيين بهذه الظاهرة.
- ❖ بغية الحصول على نتائج أكثر دقة.

وبعد تحديد العدد الإجمالي لطلبة الجامعة للسنة الجامعية 2016/2015 الذي تحصلنا عليه من مصلحة الإحصاء بالجامعة والذي بلغ 24240 طالب⁴، تم اختيار المبحوثين بطريقة عرضية (الصدفة) التي يعمد فيها الباحث على اختيار عدد من الأفراد الذين يستطيع العثور عليهم في مكان ما وفي فترة زمنية معينة وبشكل عرضي، أي عن طريق الصدفة كأن يذهب إلى مكتبة من المكتبات أو كلية من الكليات التي

¹ عمار قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية(اسسه، أساليبه، مفاهيمه، أدواته) ط01، دار المسيرة

للنشر والتوزيع عمان، 2008، ص: 145

² أحمد بن مرسلبي: م. س. د، ص: 180

³ فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي من منظور تطبيقي، ط02، دار حامد للنشر، عمان، 2010، ص: 119

⁴ السيدة سوسن رماش: رئيس مصلحة الإحصاء، مقابلة أجريت مع سوسن رماش بمركز الإحصاء، بجامعة العربي بن مهيدي، ولاية أم

البواقي، بتاريخ 20 ديسمبر 2016، على الساعة 11:00 صباحا (انظر الملاحق).

يتعلق البحث بها ثم يوزع الاستبيان على من يراهم أمامه،¹ والقصد هو اعطاء كل عنصر من عناصر مجتمع الدراسة فرصة للظهور.²

وبعد تحديد حصة كل كلية من العدد الإجمالي والحجم المحدد، تم التنقل لكل كلية واختيار الطلبة الذين التقينا بهم صدفة لتوزيع الاستبيان وذلك شرط استخدامهم موقع الفايسبوك.

حددنا حجم العينة بـ 200 طالب خدمة لأغراض الدراسة النهائية وفي حدود الإمكانيات المادية والزمنية المتوفرة والمقدر بـ 05 أشهر على الأقل، ثم حددنا النسب المئوية لكل كلية وما يمثله عدد طلبتها من العدد الإجمالي ثم القيام بالعملية الرياضية الآتية لاستخراج حصة كل كلية:

- كلية العلوم والعلوم التطبيقية: $24240 / (100 * 1627) \leftarrow 7\%$
- كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة: $24240 / (100 * 4868) \leftarrow 20\%$
- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: $24240 / (100 * 2235) \leftarrow 9\%$
- كلية علوم الأرض والهندسة المعمارية: $24240 / (100 * 1190) \leftarrow 5\%$
- كلية الآداب واللغات: $24240 / (100 * 6390) \leftarrow 26\%$
- كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية: $24240 / (100 * 3378) \leftarrow 14\%$
- كلية الحقوق والعلوم السياسية: $24240 / (100 * 1797) \leftarrow 7\%$
- كلية علوم وتقنية النشاطات البدنية والرياضية: $24240 / (100 * 1411) \leftarrow 6\%$
- معهد تسيير التقنيات الحضارية: $24240 / (100 * 1277) \leftarrow 5\%$
- معهد التكنولوجيا ($24240 / (100 * 67) \leftarrow 1\%$

ومنه كان استخراج العينة كالتالي:

- كلية العلوم والعلوم التطبيقية: $14 = 100 / (200 * 7)$ (14 طالب)
- كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة: $40 = 100 / (200 * 20)$ (40 طالب)
- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: $18 = 100 / (200 * 9)$ (18 طالب)
- كلية علوم الأرض والهندسة المعمارية: $10 = 100 / (200 * 5)$ (10 طالب)
- كلية الآداب واللغات: $52 = 100 / (200 * 26)$ (52 طالب)
- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: $28 = 100 / (200 * 14)$ (28 طالب)
- كلية الحقوق والعلوم السياسية: $14 = 100 / (200 * 7)$ (14 طالب)

¹ عمار قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط02، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن

د س، ص: 167

² عبيدات محمد أو غزار، محمد مبيضين: منهجية البحث العلمي (القواعد، المراحل، التطبيقات)، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع

الأردن، 1997، ص: 93

- معهد علوم وتقنيات النشاطات الرياضية: $100/(200*6) = 12$ (12 طالب)
- معهد تسيير التقنيات الحضارية: $100/(200*5) = 10$ (10 طالب)
- معهد التكنولوجيا: $100/(200*1) = 2$ (02 طلبة)

8 . أدوات جمع البيانات:

تأتي القيمة العلمية لأي بحث من النتائج التي يتم التوصل إليها وترتبط هذه النتائج بالمنهج المستخدم في الدراسة وكذا الأدوات التي تمت الاستعانة بها لجمع المعلومات والبيانات من الميدان، بحيث تعتبر عملية جمع المعلومات من أهم المراحل لأي بحث علمي، ومما يساعد على نجاحها ضرورة تصورها وتحديد كافة الضوابط المتعلقة بها، وعلى قدر توافرها وشمولها ودقتها تتوقف دقة التحليل وأهمية النتائج المتوصل إليها وصحة القرارات المبنية عليها.¹

لذا فنجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، وانطلاقا من طبيعة بحثنا نطلب منا الاعتماد على أداتين من أدوات البحث العلمي بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية والتقليل من عملية التحيز وهما: الملاحظة كأداة مساعدة، واستمارة الاستبيان كأداة أساسية.

أ . الملاحظة:

تعتبر الملاحظة واحدة من أهم أدوات جمع المعلومات الخاصة بظاهرة ما، ويمكن أن نعرفها على أنها: "مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في اطرافها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين²، وحسب FERY فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في الدراسات الاتصالية لما توفره من ميزة جمع أكبر عدد من البيانات. وبالتالي تعد الملاحظة عملية التعريف والتسجيل لسلوك الأفراد والأشياء والأحداث من خلال خاصية وجود الباحث في موقع الحدث ليسجل ما يلاحظه³، وعلى ضوء ذلك دعمنا بحثنا هذا بالملاحظة البسيطة.

❖ **الملاحظة البسيطة:** وهي المستخدمة غالبا في الدراسات الاستكشافية، إذ يلاحظ الباحث ظاهرة أو حالة

دون أن يكون لديه مخطط مسبق لنوعية المعلومات أو الأهداف أو السلوك الذي سيخضعه للملاحظة⁴.

وبالتالي كانت ملاحظتنا التلقائية البسيطة أساسا لطرح اشكالية البحث، حيث نفت انتباهنا اهتمام بعض مستخدمي الفايسبوك في تبادل بعض المنشورات غير الأخلاقية وبعض التصرفات والتفاعلات في المجتمع الافتراضي الذي يتيح الفايسبوك، ومن خلال متابعتنا للمنشورات والمشاركات الموضوعية على

¹ محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص: 28

² مصطفى السيد أحمد: البحث العلمي (مفهومه وإجراءاته ومناهجه)، ط2، دار الفلاح للطباعة والنشر، 2003، ص: 157

³ وقي السيد الإمام: البحث العلمي، اعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي، ط01، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر

2011، ص: 158

⁴ محمد عبيدات وآخرون: م. س. ذ، ص: 73

صفحاتهم الشخصية وصفحات الأصدقاء وطبيعة التفاعل الرمزي الذي يتجسد من خلال متابعة التعليقات في صفحات الأصدقاء اثر تصفحنا للموقع.

❖ **الملاحظة العلمية:** تعرف الملاحظة العلمية على أنها نشاط منظم لا مجال فيه للصدفة لاستكشاف المشكلة المطلوبة، وهي تستخدم في الحالات العلمية التي يتوفر فيها للباحث قدرة وإمكانيات تنظيم جهده البحثي الاستكشافي تنظيماً علمياً مثل وضوح الغاية العلمية التي يريد الوصول إليها، بتطبيق الأدوات البحثية (مناهج، أدوات، أساليب) الكفيلة بذلك واعتماد خطة متكاملة الأهداف في إطار الاستعانة بالمعطيات المتوفرة عن الموضوع¹.

وعليه كان استخدامنا لها طيلة فترة الدراسة، بملاحظة المنشورات التي تعرض عبر صفحات موقع الفيسبوك وتتبع كل ما ينشر من مضامين سواء أكانت تتوافق مع قيمنا الأخلاقية أو تتنافى معها، ومعرفة أهم الصفحات التي يتم التجاوب معها لتدعيم أجوبة محاور الاستبيان والتوصل إلى نتائج أكثر دقة ومصداقية، كما اعتمدنا عليها خلال توزيع الاستمارات بتسجيل الملاحظات نحو (طريقة الاستخدام، فترات التصفح...) وكذا مدى تفاعل المبحوث مع موضوع الدراسة وخاصة أنه يصب في أهم جانب وهو الجانب الأخلاقي القيمي.

ب . استمارة الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأداة سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة البيانات احصائياً².

أما أحمد بن مرسل فيعرفها بأنها: " ذلك النموذج الذي يظم مجموعة من الأسئلة التي توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، وتكون مصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة"³، والسبب الذي جعلنا نركز على هذه الأداة هو:

❖ طبيعة الجمهور المستهدف من الطلبة الجامعيين والذي يتميز بضخامة العدد بالشكل الذي يحد من امكانية استخدام أساليب أخرى " كالمقابلة "، في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة.

استعنا في ذلك بجملة من الخطوات المنهجية والتي كانت كالاتي:

- التفكير في أسئلة الاستمارة ومضمونها مع مراعاة صياغة الأسئلة وفق المحاور الأساسية للدراسة (أربعة محاور).
- صياغة أسئلة الاستمارة وإعدادها في صورتها المبدئية.

¹ أحمد بن مرسل : م. س. د، ص: 71

² خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 01، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص: 136

³ أحمد بن مرسل: م. س. د، ص: 203

- عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف حيث تم مناقشة ترتيب الأسئلة ومدى توافرها مع محاور الدراسة الأساسية ومدى ملائمة صياغة الأسئلة للأسلوب الذي يفهمه المبحوث (الطالب الجامعي) وتضمنت الاستمارة 43 سؤالاً .
 - ثم قمنا بإخضاع مجموعة من الاستمارات للتجريب (طبقت على عينة قوامها 10 طلبة) مع مراعاة التوزيع على كل طالب من كل كلية ومعهد من جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي، وبينت نتيجة التجريب أن ثمة أسئلة غير واضحة وتحتاج إلى إعادة الصياغة، وبناء على ذلك عدلت الاستمارة .
 - عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين لتقييمها على أساس خبرتهم وهم (الأستاذة رحموني لبنى، حجام الجمعي، زياد اسماعيل، شميبي و داد، بومشعل يوسف، جعفري نبيلة من قسم علوم الإعلام والاتصال) وهذا لمعرفة مدى صلاحية هذه الاستمارة لإشكالية الدراسة المطروحة.
- حاولنا قدر الإمكان مراعاة الترتيب المنطقي وإحداث التوازن مع محاور البحث من خلال الاعتماد على 25 سؤالاً تراوحت ما بين الأسئلة المفتوحة والمغلقة وأسئلة الرأي ... موزعة على أربعة محاور، لتكون الاستمارة في صورتها النهائية والتي جاءت على النحو التالي:
- **صفات العينة:** قصد جمع بيانات حول العينة المعنية بالدراسة .
 - **المحور الأول:** يهدف لمعرفة عادات استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك وتضمن 08 أسئلة.
 - **المحور الثاني:** يتمحور حول دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك ويظم 04 أسئلة.
 - **المحور الثالث:** يرمي لمعرفة مدى مساعدة المضامين المنشورة عبر موقع الفيسبوك على الارتباط بالقيم الأخلاقية وتضمن 08 أسئلة.
 - **المحور الرابع:** سعينا من خلاله لمعرفة " تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية " وبنطوي على 05 أسئلة.
- وبعد موافقة الأستاذ المشرف على مضمون الاستمارة، شرعنا في التوزيع خلال الفترة الممتدة من 28 فيفري إلى غاية 01 مارس 2016.

9 . مجالات الدراسة:

دأبت الدراسات والأبحاث الإنسانية والاجتماعية على تحديد مجال الدراسة لما لهذه الخطوة من أهمية في سير البحث والتحكم فيه وتفسير حيثياته، حيث أن هذا المجال يعطي صورة شاملة على مدى جدية العمل والظروف التي تم فيها والصعوبات التي تكون قد واجهته، وعليه حددنا مجال دراستنا من الناحية البشرية والمكانية والزمانية.

أ . المجال البشري:

يقوم الباحث بتحديد مجتمع دراسته تبعا لطبيعة موضوعه موضحا هدفه من اختيار هذا المجتمع لتكون دراسته واضحة المعالم وعليه يقصد بمجتمع البحث كل الأشخاص أو الحالات أو الوثائق

أو المضامين أو المواد الإعلامية التي يجري عليها البحث من أجل الخروج بنتائج تتعلق بها، أي أنه يشمل جميع مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة¹.

ويعد مجتمع البحث حسب أحمد بن مرسل في أي دراسة: "جميع المفردات التي يدرسها الباحث سواء أكانت جمهوراً أو مواداً إعلامية وهذا يفرض ضرورة التعرف على ما يحتويه مجتمع البحث من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعريفاً دقيقاً لأن ذلك يعد أساس اختيار العينة².

من هذا المنطلق فإن مرحلة انتقاء مجتمع البحث هي مرحلة مهمة في البحث يجب أن يأخذها الباحث بعين الاعتبار، وعلى ضوء ذلك اخترنا كمجتمع بحث "طلبة جامعة العربي بن مهيدي" المتمدرسون منهم خلال الموسم الجامعي لسنة 2016/2015، وكان اختيارنا لهذا المجتمع مبنياً على مجموعة من الاعتبارات وهي كالتالي:

- ❖ يمتاز الطلبة الجامعيون بصفات تعليمية تجعلهم يختلفون عن باقي شرائح المجتمع كونهم فئة تزودت بمعارف ومعلومات أثناء تكوينها الأكاديمي ومنه فإن اختيارهم لأي مضمون يرجع لمخزونهم الثقافي والعلمي.
- ❖ إمكانية الوصول إلى المجتمع المتناول بالدراسة، ومنه القدرة على التعامل معه ميدانياً.
- ❖ طبيعة مجتمع الدراسة كون أغلبية الطلبة من نواحي ولاية أم البواقي (الجامعة تظم كل المناطق المجاورة للولاية) وبالتالي فهو المجتمع الأنسب للدراسة على عكس إذا اخترنا شباب ولاية أم البواقي لا يمكن الوصول إليهم بسهولة.
- ❖ اهتمامات الطلبة الجامعيين متنوعة على شبكات التواصل الاجتماعي.
- ❖ كونهم نخبة المجتمع وفئة فاعلة ذات إيديولوجيات متنوعة مندمجة داخل نفس الإطار الاجتماعي.

¹ شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود: مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط01، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر

2008، ص: 66

² أحمد بن مرسل: م. س. د، ص: 172

ب . المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بجامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي وهذه بعض المعلومات عن الجامعة:¹

❖ تمت ترقية المدرسة العليا للأساتذة والمعاهد الوطنية للتعليم العالي إلى مركز جامعي بأم البواقي يتكون من أربع معاهد و هي:

معهد الهندسة الميكانيكية / معهد العلوم الطبيعية / معهد الاكترو تقني / معهد العلوم الدقيقة

❖ في 01 نوفمبر وفي اطار إحياء الذكرى خامسة والأربعون لاندلاع الثورة المجيدة ولتكريم أحد قادة الثورة سمي المركز الجامعي نسبة إلى البطل الشهيد *محمد العربي بن مهيدي *

وقد مرت الجامعة بمجموعة من المراحل في تطورها بإضافة مجموعة من المراكز في كل مرسوم تنفيذي جديد.

❖ وفي 04 جانفي 2009 تمت ترقية المركز الجامعي إلى جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي تنفيذا للمرسوم التنفيذي رقم 09-06 وحدد عدد الكليات والمعاهد التي تتكون منها جامعة ام البواقي واختصاصها كما يلي:

▪ كلية الآدب واللغات والعلوم الاجتماعية والانسانية.

▪ كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

▪ كلية العلوم والتكنولوجيا.

▪ كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعية والحياة .

▪ معهد تسيير التقنيات الحضارية.

وتم إعادة تقسيم الكليات على النحو التالي:

▪ كلية العلوم والعلوم التطبيقية .

▪ كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة .

▪ كلية الآدب و اللغات.

▪ كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

▪ كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير.

▪ كلية الحقوق والعلوم السياسية.

▪ كلية علوم الأرض وهندسة المعمارية.

▪ معهد التفسير التقنيات الحضارية.

▪ معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

▪ معهد العلوم والتكنولوجيا.

¹ انظر الملاحق

ج . المجال الزمني للدراسة:

إذا ما اعتبرنا أن المجال الزمني للدراسة يبدأ باختيار الموضوع وجمع البيانات الأولية، فإن زمن الدراسة الميدانية بدأ من شهر جويلية من سنة 2014/2015، في هذه الفترة تمت الاستعانة ببعض الأدوات الميدانية أهمها الملاحظة البسيطة للكشف عن جوانب الموضوع المراد دراسته، ومن خلال ذلك أخذت الملاحظة دورها في تبيان جوانب الموضوع المراد دراسته، وفي شهر سبتمبر قمنا باختيار عنوان المذكرة المبدئي وتقررت دراسته في يوم 15 أكتوبر 2015 من قبل اللجنة العلمية لقسم علوم الإعلام والاتصال، أين تم رفضه نظرا لتعدد متغيراته، ثم تم تعديله وضبط متغيراته بشكل أكثر دقة مع الأستاذ المشرف وذلك في أواخر شهر أكتوبر 2015، ليكون بصياغته النهائية " تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري ".

وانقسمت هذه الدراسة بدورها إلى مراحل تمثلت في:

- **الجانب المنهجي:** تمت تغطية جوانب الإطار المنهجي بدءا بالإشكالية المطروحة وصولا لنظريتي الدراسة وذلك من شهر أكتوبر إلى غاية شهر ديسمبر.
- **الجانب النظري:** بدأ البحث عن المعلومات المرتبطة بالموضوع (الإطار النظري) بداية من شهر ديسمبر 2015 إلى غاية فيفري 2016.
- **الجانب الميداني:** قمنا بتصميم استمارة الاستبيان وتوزيعها على أفراد العينة، ثم تفريغها وتحليلها وأخيرا الوصول لنتائج الدراسة، وبدأ العمل فيه من بداية 28 فيفري إلى غاية 26 أبريل 2016.

10 . تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تعد عملية تحديد المفاهيم والمصطلحات من أهم مراحل البحث العلمي لتفادي إجراء أي خلط بين الدراسات العلمية، حيث يمكن أن يحمل المصطلح ذاته مفاهيم مختلفة تكون سببا في الخروج أحيانا عن الموضوع المراد دراسته.

وقد حاولنا من خلال دراستنا هذه التطرق إلى المفاهيم الموجودة والمرتبطة بعنوان دراستنا والمتمثلة في: التأثير، الفيسبوك، القيم الأخلاقية، الطالب الجامعي، لذا كان من الضروري الكشف عنها لإزالة اللبس وتحديد معانيها اللغوية والاصطلاحية بدقة بالإضافة إلى محاولة إعطائها تعريفا إجرائيا يتناسق وسياق الدراسة وقد تحددت مفاهيم دراستنا في المتغيرات البحثية التالية:

أ . مفهوم التأثير:

❖ لغة:

- التأثير ابقاء الأثر في الشيء وأثر في الشيء وأثر فيه تأثيراً أي ترك فيه أثر¹، والأثر بالتحريك: ما بقي من رسم الشيء، والتأثير في اللغة العربية وفي اللغة الفرنسية والإنجليزية INFLUENCE: يعني ابقاء الأثر في الشيء، وأثره في الشيء ترك فيه أثراً، والآثار أعلام² وتأثر تأثراً (أ. ث ر) به . أو منه: حصل منه أثر، تتبع أثره وظهر فيه أثر³، وتأثر تأخذ معنى انفعال⁴.
- أما قاموس المنجد فيعرف التأثير على أنه: " إحساس يحدثه عامل ما: (تأثير خبر) أو عمل يمارسه شيء على شخص، أو على شيء آخر وقع أو انطباع يخلفه شيء في النفس⁵ .

❖ اصطلاحاً:

- يعرف المعجم الإعلامي التأثير بأنه: " إحداث تأثيرات وتغييرات في السلوك والتفكير وتتمثل في التغييرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة "⁶.
- ↳ يشير هذا التعريف إلى أن التأثير يحدث في مجمل السلوكيات والأفكار فقط .
- حسب منير حجاب في موسوعته الإعلامية يمكن تعريف التأثير على أنه: " بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه وإدراكه وقد تضيف الى معلوماته معلومات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجلعه بطريقة جديدة أن يعدل سلوكه السابق وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات، وفي النهاية اقدام الفرد على سلوك علني "⁷.
- ↳ حدوث التأثير حسب محمد منير حجاب مرتبط بمجموعة من المراحل وهي: (الاهتمام، التدعيم الداخلي، تغيير الاتجاه، اقدام الفرد على السلوك بصفة علنية).
- تعرفه N.GUICHARD بأنه: " ظاهرة نفسية لتغيير الآراء، الإدراك، أحكام، أو اتجاهات، أو سلوكيات شخص أو مجموعة من الأشخاص "⁸.
- ↳ حصرت الباحثة مفهوم التأثير بجملة العوامل النفسية التي تحدث داخل كيان أي شخص.

¹ محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد2، دار الفجر القاهرة، 2003، ص: 33

² ابن منظور: معجم لسان العرب، ط4، دار صادر، المجلد1، بيروت، 2005، ص: 52

³ جبران مسعود: الرائد (المعجم اللغوي الأحدث والأسهل)، طبعة مبكرة، ط8، دار العلم للملايين، يونيو 2001، ص: 297

⁴ جبران مسعود: الرائد(معجم الفبائي في اللغة والإعلام)، ط3، دار العلم والملايين، بيروت، لبنان، تموز/يوليو 2005، ص: 216

⁵ الحمودي مأمون وآخرون: المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط1، دار المشرق، بيروت، لبنان، سنة 2000، ص: 06

⁶ محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014م، ص:52

⁷ يامين بودهان: الشباب والأترنت، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، 2014، ص: 10، 11

⁸ محمد منير حجاب: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، ط1، المركز العربي للتطوير الإداري، 1989، ص: 164

- كما يعرف على أنه: " ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي وكلما استجاب المتلقي للرسالة يحدث التأثير، والتأثير هو نتاج التفاعل الواقعي بين خصائص الرسالة وخصائص المتلقين لها " ¹.
- ↳ يشير هذا التعريف بأنه كلما استجاب المتلقي للرسالة الإعلامية كلما حدث التأثير.

❖ اجرائيا:

- هو كل تغيير يطرأ على السلوكيات أو الأقوال أو الأفكار إما ايجابا أو سلبا نتيجة مؤثر ما وهو ما نقصده في دراستنا بالفيسبوك.
- ب . تعريف الفيسبوك:

❖ اصطلاحا:

- الفيسبوك " face book " أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى ².
- ↳ اعتبر هذا التعريف أن الفيسبوك هو موقع يسمح للأفراد بإبراز أنفسهم أو تعزيز مكانتهم لا غير.
- ويعرف أيضا على أنه: "موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة (فيسبوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، ويمكن للمستخدمين من الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو الجهة أو العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين اضافة أصدقاء وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، وقد قام زوكربيرج بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من(داستين، موسكو فيتز، كريس هيوز في جامعة هارفارد) ³.
- يعرفه حسنين شفيق: " بأنه شبكة اجتماعية نظم ملايين من المستخدمين، يتواصلون بالصور والمشاركات عن طريق الأنترنت" ⁴.
- ↳ عرض الباحث هذا التعريف للفيسبوك على أساس أن التفاعل عن طريقه يتمثل في الصور والمشاركات.

¹ ابراهيم بحياوي، نور الدين جبالي: تأثير فضائيات الطفل على قيمهم الاجتماعية، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014 ص: 25

² خالد غسان يوسف المقادري: ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية في الوطن العربي والعالم)، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 34

³ فتحي حسين عامر: وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011 ص ص: 203، 204

⁴ حسنين شفيق: موقع التواصل الاجتماعي (أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية)، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر 2014، ص: 92

- كما يعرف بأنه: "عبارة عن مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات، يناقش فيها صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم ويتبادل معهم الصور والفيديو و الصوتيات ¹.
- ← حسب هذا التعريف الفايسبوك عبارة عن مدونة أو صفحة شخصية.

❖ اجرائيا:

- يعتبر الفايسبوك أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي لما يتيح من خدمات اجتماعية، سياسية، اقتصادية ثقافية... عبر صفحاته وذلك بفضل ما يتمتع به من تفاعلية بين مستخدميه من الطلبة الجامعيين الجزائريين.

ج . القيم:

❖ لغة:

- كلمة القيمة في اللغة العربية مشتقة من القيام وهو نقيض الجلوس، قام يقوم قوما وقيام وقوامة وقامة والقيام بمعنى آخر هو العزم ومنه قوله تعالى: " وَأَنَّهُ، لَمَّا قَامَ عَبْدُ اللَّهِ يَدْعُوهُ كَادُوا يَكُونُونَ عَلَيْهِ لِبَدًا " سورة الجن الآية (19)، أي لما عزم بمعنى كما جاء بمعنى المحافظة والإصلاح ومنه قوله تعالى: " الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ " سورة النساء الآية 34، وأما القوام فهو العدل وحسن الطول وحسن الاستقامة ².
- القيم جمع قيمة وأمر قيم بمعنى مستقيم وقوله تعالى: " فِيهَا كُتُبٌ قَيِّمَةٌ " سورة البينة الآية (03)، أي مستقيمة، تبين الحق من الباطل على استواء وبرهان ³، كما أخذت هذه اللفظة من قوم واستعمل جزرها للدلالة على معان مختلفة هي: الانتصاب، الوقوف، وقام الحق: ثبت، قام الأمر: اعتدل واستقام. ⁴

❖ اصطلاحا:

- يعرف محمد عبد الغاني القيم بأنها: "مجموعة من الاعتقادات المؤكدة والتي تمثل دستورا بالنسبة للفرد حيث يؤمن بها وتحدد شرعية أفعاله وسلوكه ⁵".
- ← القيم هنا عبارة عن اعتقادات وهذا يعني أنها تنبع من قناعاته فهي توجه السلوك والفعل وتحدد له ما ينبغي فعله ولا ينبغي فعله وهو هنا يحصر دورها بالنسبة للفرد فقط.

¹ علي ليلة :تأثير الفايسبوك على الثقافة السياسية والثقافية للشباب، المادة متوفرة على الرابط <http://www.middleeastonlima.com>

17.12.2015، على الساعة 10: 15

² ابن منظور: لسان العرب، المجلد الأول، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2003 ، ص: 592

³ محمد بن صمادح التحيبي : مختصر تفسير الطبري (مذيلا بالمختار الصحيح، فضائل القرآن لابن كثير، شرح المقدمة الجزئية)، ط1 دار ابن كثير، بيروت، 2004، ص: 598

⁴ نوال كريم زرزور: معجم ألفاظ القيم الأخلاقية وتطورها الدلالي بين لغة الشعر الجاهلي ولغة القرآن الكريم، ط1، مكتبة لبنان، بيروت 2001، ص: 10

⁵ محمد عبد الغاني حسن: مهارات إدارة السلوك الإنساني (متطلبات التحديث المستمر للسلوك)، ط2 ، مركز تطوير الأداء والتنمية

مصر الجديدة، 2015، ص: 89

- وتعرفها ايمان عبد الله: " بأنها مجموعة من المعايير والمقاييس المعنوية بين الناس يتفوقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم، ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية وهي مقياس أو مستوى أو معيار نستهدفه في سلوكنا وينظر إليه على أنه مرغوب فيه أو مرغوب عنه "1.
- ↳ يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في اعتبار القيم موجّهات لسلوك الفرد، وحسب رأينا فإن القيم تعتبر اطارا مرجعيا إذ ينطلقون منها كموجه بهدف الوصول إليها إما بالفعل أو عدمه وهي تعتبر أن القيم تكتسب من خلال التربية.
- أما حامد زهران يعرفها: "عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني و أوجه النشاط "2.
- ↳ يشير هذا التعريف الى أن القيم عبارة عن أحكام تقريرية، أي أن الفرد يعبر عن رأيه في الأشياء كما هي في الواقع.
- يعرفها معجم المصطلحات الحديثة على أنها: "مجموع التنظيمات المعقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعنى، سواء أكانت صريحة أو ضمنية فهي عبارة عن حكم تفصيلي يعتبر اطارا يحكم تصرفات الإنسان في حياته الخاصة والعامة، تتميز بالثبات والاستقرار أو التعبير عن الغايات والأهداف "3.
- ↳ ما أضافه هذا التعريف بأن القيم تتميز بالاستقرار والثبات وتكون صريحة أو ضمنية.
- يعرفها تالكوت بارسونز في كتابه (الشخصية والبناء) بأنها: " تصورات توضيحية لتوجيه السلوك في الموقف الانفعالي تحدد أحكام القبول أو الرفض، تتبع من التجربة الاجتماعية وتحدد بها الشخصية وهي عضو مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية فهي من مكونات الموقف الاجتماعي لأنها تتضمن نظام الجزاءات المرتبط بنظام الأدوار في البناء الاجتماعي كما أنها تكون جزءا من لب الشخصية الاجتماعية تجعل الموقف ملتبسا مختلطا "4.
- ↳ جمع هذا التعريف بين القيمة كتصور معنوي يوجه السلوك وبين القيمة كعضو مادي من أبنية المجتمع كنتاج لعملية التنشئة الاجتماعية.

¹ ايمان عبد الله شرف: التربية الأخلاقية للطفل، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص: 39

² حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، ط6، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2006، ص: 86

³ سمير سعيد حجازي: معجم المصطلحات الحديثة (في علم النفس والاجتماع ونظرية المعرفة)، ط1، دار المكتبة العلمية، بيروت

2005، ص: 239

⁴ عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري: أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط1، دار غيداء للنشر

والتوزيع، عمان، 2013، ص: 33، 34

❖ اجرائيا:

- القيم هي مجموعة من الأبنية الفكرية المتوارثة أو المكتسبة اجتماعيا والتي تتعلق بما يستخدمه وما يمتلكه وما يفعله الناس - ماهو مرغوب فيه وماهو مرغوب عنه - بحيث تحكم علاقة الإنسان بذاته ومع الآخر وتؤثر على مجموعة التفاعلات المنعكسة في السلوك الملاحظ.

د . الأخلاق:

❖ لغة:

- جمع خلق وهو الطبع والسجية والعادة والطبع والمروءة، والأخلاق حالة نفسية راسخة تصدر عنها الأفعال من خير أو شر من غير حاجة إلى فكر أو روية، والأخلاقي ما يتفق وقواعد الأخلاق أو قواعد السلوك المقررة في المجتمع وعكسه للأخلاقي¹.
- والخُلُق والخُلُق بضم الخاء مع ضم اللام وسكونها لغة الدين والمروءة.²

❖ اصطلاحا:

- يعرف معجم مصطلحات العولمة الأخلاق ETHIC على أنها: " تعبير عن قيم المجتمع ومثاليته أي أنماط السلوك والغايات المطلوبة، ويحاول فحصها بطريقة نقدية لاختبار صحتها بما يؤدي في النهاية لصياغة قيم جديدة " .³

← عبر هذا التعريف عن الأخلاق بكونها نمط سلوكي مثالي يخضع لطريقة الفحص.

- تعرف R.JOLIVERT الأخلاق على أنها: " العلم الباحث في الاستعمال الواجب لحرية الإنسان ابتغاء بلوغه غايته النهائية " .⁴

← ما أضافه هذا التعريف أن الأخلاق هي علم بحد ذاته تمكن الفرد بلوغ أهدافه.

- يعرفها EDWARD H et SPENSE .BRETTVAN على أنها: " مجموعة من القواعد التوجيهية والمبادئ والقيم والفضائل الشخصية التي من شأنها اعلام وتوجيه السلوك الشخصي والذاتي، أي سلوك الناس اتجاه بعضهم واتجاه أنفسهم"⁵.

← ما أضافه هذا التعريف أن الأخلاق عبارة عن فضائل شخصية.

¹ منى يوسف كشيك : القيم التربوية في برامج الأطفال بالفضائيات العربية في القرن الواحد والعشرون، ط01، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص: 36

² طه أحمد الزيدي: المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي(دراسة تأصيلية وتحليلية لأخلاقيات الإعلام في ميثاق الشرف الإسلامية)، ط01، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص: 18

³ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة (مصطلحات سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية، اعلامية) ط01، دار الكتب، ماي 2003، ص: 31

⁴ أحمد عبد الحلیم عطية: الأخلاق في الفكر العربي المعاصر، ط 1، دار أنباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998 ص: 101

⁵ حسن نيازي الصيفي: أخلاقيات الإعلان في الفضائيات العربية، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص: 11

- كلمة الأخلاق باللغة الإنجليزية ETHIC وهي مأخوذة من كلمة ETHIKE من اليونانية القديمة والتي تعني دراسة العادات، والشخص الخلق هو من يشارك بالعادات ويتأقلم مع طريقة العيش ويختار ما يجب أن يفعله ضمن مجتمعه¹.

⇐ يقر هذا التعريف أن الأخلاق عبارة عن عادات تكتسب من خلال المجتمع المعاش وعن طريق الاندماج في المجتمع يصبح الفرد متخلق.

❖ إجرائيا:

- مجموعة المعايير والصفات التوجيهية التي يتقيد بها الفرد مع نفسه ومع الجماعة التي يعيش فيها مثل صفة الأمانة.

هـ . القيم الأخلاقية:

❖ اصطلاحا:

- يعرفها محمد منير حجاب في موسوعته الإعلامية أنها مجموع القيم التي تستهدف أداء العبادات والالتزام بالأخلاق التي حثنا عليها سبحانه وتعالى والرسول الكريم، وهدف هذه القيم هو توجيه السلوكيات التي تحرك الإنسان ويتخذها مرجعا رئيسيا للحكم على سلوكه بأنه مرغوب أو مرغوب فيه².

- القيم الأخلاقية عند شيلر ينسبها إلى العالم المثالي التي تدرك فيه مشاعر أو عواطف قبلية ففي ذلك يدرك الإنسان أخلاقه السلوكية اذا كانت متحققة بالفعل أم لا³.

⇐ حصر هذا التعريف مع التعريف السابق القيم الأخلاقية بأنها مستمدة من العالم المثالي.

- يعرفها عبد الرحمان محمد العيسوي بأنها: "عبارة عن مقننات تصرف المرء الشخصي باعتباره صوابا أو خطأ أو غالبا أكثر مقننات الجماعة التي يتوحد نفسه بها، التصرف الراهن بالرجوع إلى مقننات الصواب والخطأ والحلال والحرام والحق والباطل، فالقيم الأخلاقية تحكم سلوك الفرد الأخلاقي والاجتماعي"⁴.

⇐ اعتبر هذا التعريف القيم الأخلاقية تتحدد وفقا للصواب والخطأ والحلال والحرام... لكنها تنحصر فقط في مجموع هذه الصفات.

¹ سعيد عبد الستار مهدي المهداوي: الجوانب الأخلاقية والمهنية في تكنولوجيا المعلومات، ط01، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2009، ص: 15.

² محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية المجلد 05، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008، ص: 987

³ فائزة أنور شكري: القيم الأخلاقية، ط01، دار الفجر الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص: 46

⁴ عبد الرحمان محمد العيسوي: سيكولوجية الفساد والأخلاق والشفافية، ط01، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص: 232

❖ اجرائيا:

- نقصد بالقيم الأخلاقية في دراستنا هذه مجموع القواعد والمبادئ والأسس التي تحكم المجتمع الجزائري والتي يتمسك بها أفرادها، حيث تحدد وتوجه وتضبط تصرفاتهم وتعتبر بمثابة صمام الأمان وتكون مكتسبة أو موروثة، مستمدة أساسا من القيم الدينية الإسلامية ومن القرآن الكريم مثل قيمة الصدق، الخير، الشرف ...

و . الطالب الجامعي:

- ورد في المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية أن الطالب الجامعي هو الذي يدرس في أحد معاهد التعليم العالي، ولم ينل بعد شهادته الجامعية الأولى أو الدرجة المهنية الأولى في حقل دراسته¹.
⇐ ربط هذا التعريف الطالب بالهيكل القاعدية فقد دون ذكر صفاته أو ما شابه.
- أما اسماعيل علي السعد فيعرفه بالانطلاق من كونه شاب والشباب فئة عمرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته².
⇐ ما أضافه هذا التعريف كون الطالب الجامعي بأنه من نخبة المجتمع وله صفات تعليمية على غيره من الفئات.

- يعرفه فضيل دليو بأنه: " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني أو العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل عددي النسبة الحالية في المؤسسات الجامعية"³.
- ذكر في معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم أنه ينبغي التمييز بين لفظتي "الطالب" و"المتعلم" بأن الطالب هو كل من يلتحق بالمدرسة أو الجامعة بهدف الحصول على شهادة علمية، وبالطبع من خلال التحاق الطالب بالمدرسة أو الجامعة فإنه يتعلم بعض ألوان المعرفة ويكتسب بعض المهارات العلمية والعقلية والاجتماعية... الخ أما المتعلم فيمكن أن يتعلم من الحياة ذاتها أو أي مؤسسة اجتماعية أو اقتصادية أو تربوية وعليه فليس كل متعلم طالب⁴.

¹ فريد نجار: المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية ، ط01، مكتبة لبنان، بيروت، 2003، ص: 964

² اسماعيل علي السعد: الشباب والتنمية في المجتمع السعودي، ط01، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1989، ص: 37

³ فضيل دليو وآخرون: مجلة الباحث الاجتماعي، مجلة دورية تصدر عن دائرة البحث بمعهد علم الاجتماع جامعة قسنطينة، د س

⁴ مجدي عزيز ابراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، ط01، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص: 696

❖ اجرائيا:

- المقصود بالطالب الجامعي في دراستنا هذه جميع طلبة جامعة العربي بن مهدي بأم البواقي الذين يزاولون تكويننا في تخصص ما، للحصول على شهادة قد تكون ليسانس، ماستر 02، ماجستير، دكتوراه ويستخدمون موقع الفايسبوك من بين مواقع التواصل الأخرى.

11 . الدراسات السابقة:

يتصف العلم بخاصية التراكمية أي أنه يزداد ويتضاعف نتيجة للبحوث العلمية المتواصلة، إذ يشير الكثير من كتاب البحث العلمي إلى أن الدراسات السابقة تشكل تراثا هاما ومصدرا غنيا لا بد من الإطلاع عليه قبل البدء في اجراء البحث، ويمكن أن يساعد ذلك على بلورة مشكلة البحث وتحديد أبعادها وفي تزويد الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن الاستفادة منها في اجراء حل للمشكلة والتعرف على الكثير من المراجع والمصادر الهامة، وتوجيه الباحث لحل المشكلة مع تجنب المزالقات التي وقع فيها الباحثون الذين سبقوه.

وباعتبار أن دراستنا المعنونة بـ " تأثير الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري " لم نجد دراسات مطابقة وإنما دراسات مشابهة إما تحتوي على المتغير الأول (الفايسبوك) أو المتغير الثاني (القيم). ونظرا لقلّة الدراسات التي ركزت على القيم الأخلاقية فإننا تطرقنا لجملة الدراسات المحلية والعربية بناء على الأهم فالمهم، وحسب معيار شموليتها للمتغيرات البحثية وأهميتها بالنسبة لموضوع الدراسة.

أ . الدراسة الأولى:

تناولت هذه الدراسة موضوع: " أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي " دراسة ميدانية "، وهي عبارة عن رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير بقسم الصحافة، من طرف الباحثة رباب رأفت الجمال، بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، سنة 2013.

استهلت الباحثة اشكالياتها بالتحدث عن فئة الشباب ومواكبتها لأهم التطورات والتكنولوجيات الحديثة لما تمتاز به من خصائص، وصولا لشبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها (التويتر، الفايسبوك...) والتخوف من تأثيرها على أخلاق وقيم الشباب السعودي التي تحكم سلوكه، منطلقا من تساؤل جوهري مفاده:

❖ ما طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي؟

وقد انبثقت منه مجموعة من التساؤلات الفرعية هي :

- ما مدى كثافة تعرض الشاب السعودي لشبكة الانترنت كوسيلة اتصالية اعلامية؟
- ما أهم المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب السعودي عبر شبكة الانترنت؟
- ما موقع شبكات التواصل الاجتماعي من تفضيلات الشباب السعودي لوسائل الإعلام الجديد؟

وقد صاغت الباحثة ثلاث فرضيات تتماشى مع التساؤلات المطروحة هي:

- **الفرضية 01:** " يختلف معدل استخدام الشباب السعودي (عينة الدراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، التعليم، المستوى الاجتماعي، الاقتصادي) ".
- **الفرضية 02:** " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قوة عناصر النسق القيمي الأخلاقي لدى الشباب السعودي وبين المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، التعليم، المستوى الإقتصادي والاجتماعي) ".
- **الفرضية 03:** " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الناجمة في النسق القيمي الأخلاقي على كافة المستويات المعرفية، الوجدانية السلوكية).

وقد حاولت هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

- رصد و توظيف وتحليل وتقييم علاقة الشباب بوسائل الإعلام الحديثة في الوقت الراهن من خلال تحديد كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد، نوع المشاركة، دوافع الاستخدام، نوع المضامين التي تحظى باهتمام الشباب ودرجة التبني للمضمون المقدم.
- تحديد وترتيب النسق القيمي لدى الشباب السعودي كجزء من الشباب العربي والإسلامي ودرجة تبني الشباب للقيم الأخلاقية والدينية في الوقت الراهن .
- الكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي التي تقدمه وسائل الإعلام الجديد خاصة شبكة الانترنت .
- رصد آراء واتجاهات الشباب حول أسباب انتشار السلوكيات اللاأخلاقية وعلاقة ذلك بكثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد في المملكة العربية السعودية خاصة والدول العربية والإسلامية عامة.
- بالنسبة لأهمية الدراسة ترجع لخطورة دور شبكة الانترنت وآلياتها وما تلعبه في الوقت الراهن خاصة بعد ارتفاع معدلات استخدام أدوات الاتصال الجديد والمتمثل في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بين فئة الشباب، عن طريق إخضاعه للملاحظة البحثية المستمرة للوقوف على مدى ثباتها أو تغييرها.
- المنهج الذي استعانت به الباحثة هو منهج المسح، أما العينة المختارة فهي عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة في الشباب السعودي، قوامها 600 مفردة من مدينة جدة .
- اشكالية الدراسة فرضت على الباحثة اللجوء الى نوعين من أدوات البحث هما: استمارة الاستبيان ومجموعات النقاش المركزة « focus groupe » .

وفي الأخير استقرت الباحثة على مجموعة من النتائج أهمها:

- أن أفراد العينة من الشباب السعودي يستخدمون الأنترنت بنسبة 100%.
- أكد معظم أفراد العينة أي ما نسبته 86.33% باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت بانتظام وبذلك استطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا على النسق القيمي والأخلاقي.
- تبين من خلال الدراسة أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.

- وانتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.

❖ تعقيب:

- أوجه التشابه:

العلاقة التي تربط هذه الدراسة بدراستنا الموسومة بـ "تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري" تتمثل في:

✓ كلتا الدراستين تناولتا ظاهرة تشكل هاجسا لدى أي باحث يريد الكشف عنها وهي ظاهرة القيم والأخلاق وعلاقتها بشبكات التواصل الاجتماعي.

✓ اعتمدت كلتا الدراستين في جمع المعلومات على تقنية استمارة الاستبيان.

- أوجه الاختلاف:

من بين أوجه التباين بين دراستنا هذه والدراسة الحالية يكمن في:

✓ اختارت هذه الدراسة كمجال بحث لها شبكات التواصل الاجتماعي بينما فضلت دراستنا أن يكون مجال بحثها هو الفيسبوك.

✓ يظهر الاختلاف في مجتمع البحث حيث ذهبت دراستنا إلى الاعتماد على طلبة الجامعة كمجال بشري لها في حين كان الشباب السعودي من مدينة جدة بالسعودية هو المعتمد.

✓ تجسد أوجه الاختلاف الثالث في نوع عينة الدراسة.

- أوجه الاستفادة:

لقد استفدنا من عرض وتحليل هذه الدراسة في كثير من الجوانب أهمها:

✓ ساعدتنا هذه الدراسة في صياغة إشكالية الدراسة .

✓ كما تم الاستفادة من الجانب البيبليوغرافي والمتمثل في مختلف المراجع والمصادر.

✓ مكنتنا هذه الدراسة من التعرف على أدوات جمع البيانات وكيفية تحليل النتائج .

ب . الدراسة الثانية:

بعنوان: " استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الإجتماعية " ، دراسة ميدانية

على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، للطالبة مريم نريمان نومان، رسالة ماجستير في علوم

الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، 2012 .

استهلت الباحثة إشكاليته بالحديث عن مفهوم الاتصال الذي أحدث قفزة نوعية في مجال

التكنولوجيات الاتصالية الحديثة والتطرق إلى شبكة الانترنت وصولا لموقع الفيسبوك، فمجيئه تشكلت العديد

من العلاقات الاجتماعية السلبية منها والايجابية وعليه طرحت تساؤل جوهري مفاده:

❖ ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

وانبثقت عنه مجموعة من التساؤلات وهي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك لدى الجزائريين؟

- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟
- كيف يؤثر موقع الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟
- وتتدرج ضمن هذه التساؤلات مجموعة من الفرضيات:
- **الفرضية (01):** تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعاً لمتغيري الجنس والسن.
- **الفرضية (02):** يلجأ مستخدمو موقع الفايسبوك في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.
- **الفرضية (03):** استخدام الفايسبوك يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه .
- وللتحقق من صحة الفرضيات اعتمدت الباحثة على نوع البحوث الوصفية واستعانت في ذلك بمنهج المسح الوصفي، أما عن نوع العينة المختارة فكانت عينة قصدية، قوامها (265) مفردة، موزعة على المناطق التالية (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة).
- واعتمدت الدراسة لجمع البيانات على أداتين هما: الملاحظة، واستمارة الاستبيان.
- فيما قسمت الباحثة دراستها إلى ثلاثة فصول نظرية: حيث تطرقت في الفصل الأول إلى نظرية الاستخدامات و الإشباع، أما الفصل الثاني فقد تحدثت فيه عن مواقع الشبكات الاجتماعية وانعكاساتها في حين تضمن الفصل الثالث المجتمعات الافتراضية والعلاقات الاجتماعية.
- وتوصلت نتائج الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي كالتالي:
- أغلبية الجزائريين يستخدمون موقع الفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات.
- يدخل أغلب الجزائريين للفايسبوك من المنزل .
- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء.
- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفايسبوك بهويتهم الحقيقية حتى يجدوا معارفهم بسهولة.
- يتصدر قائمة الإشباع التي يحققها موقع الفايسبوك لأفراد العينة ربط علاقات صداقة.
- يثق أفراد العينة بما يقدمه الفايسبوك لكن حسب صاحب المشاركة.
- ❖ **تعقيب:**
- **أوجه التشابه:** تتحدد أوجه التشابه فيما يلي:
- ✓ كلا الدراسات تضمنتا نفس المتغير وهو موقع الفايسبوك والنظرية المعتمدة.
- ✓ كما تتشابهان في نوع الدراسة والمنهج المتناول وأدوات جمع البيانات .

- أوجه الاختلاف: تتحدد أوجه الاختلاف فيما يلي:
 - ✓ الاختلاف في المتغير المستقل حيث ركزت دراستنا على متغير " القيم الأخلاقية "، فيما تناولت دراسة مريم نريمان نومار متغير " العلاقات الاجتماعية " .
 - ✓ أما الاختلاف الثاني فيتمحور حول نوع العينة المعتمدة .
 - أوجه الاستفادة: أفادتنا هذه الدراسة في تحديد الخلفية النظرية والاستفادة من النتائج وكذا قائمة المراجع .
- ج . الدراسة الثالثة:

بعنوان: "استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري
 طلبة جامعة الشرق الجزائري . أنموذجا . " من اعداد الطالب محمد الفاتح حمدي، وهي عبارة عن مذكرة
 مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، بجامعة باتنة، 2009/2008.
 انطلق الباحث من اشكالية تحدث فيها باختصار عن التطورات التي مرت بها تكنولوجيا الإعلام
 والاتصال من صحافة، اذاعة، تلفزة، وصولا لتبنيها من قبل المجتمع الجزائري خاصة فئة الطلبة منهم، فيما
 طرح تساؤل جوهري مفاده:

- ❖ ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاسها على قيم الشباب الجامعي؟
 صاحب هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:
- ماهي دوافع وأسباب استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة في حياته اليومية
- ما مدى تأثير استخدام هذه الوسائل على قيمه؟
 ولتحقيق هذه التساؤلات طرح مجموعة من الأهداف تمثلت في:
- معرفة دوافع وأسباب استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة في تجليات حياته المختلفة.
- الكشف عن درجة التأثير التي يمكن أن تخلفها هذه الوسائل على القيم الشباب الجامعي.
 ولقد اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح والذي كانت أدواته الرئيسية " استمارة الاستبيان"
 كما اعتمد على الملاحظة، ووزعت الاستمارة على عينة من المستعملين قوامها "930 مفردة" موزعة على
 ثلاث جامعات على مستوى الشرق (جامعة عنابة، باتنة، قسنطينة) وكان ذلك بطريقة قصدية.
 قسم الباحث عمله إلى 04 فصول حيث ضم الفصل الأول الجانب المنهجي للدراسة، فيما تناول
 الفصل الثاني (وسائل الإعلام والاتصال)، أما الفصل الثالث فقد عرض فيه ماهية القيم وانعكاسها على
 الشباب، في حين احتوى الفصل الرابع والأخير على الجانب التطبيقي.
 وكخلاصة لما تقدم وبعد عمليات البحث الميداني وبعد حصر البيانات الميدانية المجتمعة توصل
 الباحث إلى جملة من النتائج هي:

- الشباب الجامعي يقبل كثيرا على مشاهدة القنوات الفضائية العربية مقارنة بالقنوات الأجنبية وتحتل القنوات الإخبارية المرتبة الأولى لدى فئة الذكور من حيث المشاهدة.
- الاستخدام المكثف لوسائط الإعلام والاتصال الحديثة (الانترنت، القنوات الفضائية، الهواتف المحمولة) يزيد من انتشار الرذيلة وفساد الأخلاق بين أفراد المجتمع كما أنها تؤدي الى تضييع الوقت، وأيضا التشجيع على الكسل والخمول والإصابة بالعديد من الأمراض العصبية والجسدية والنفسية .
- من بين أهم الأسباب الجوهرية التي أدت إلى تأثير وسائط الإعلام والاتصال على حياة الشباب الجامعي وتغير نظرتهم للحياة " كثرة المضامين التي يرى الشباب أنها تلبي حاجياتهم بالإضافة إلى تقنياتها الرفيعة والعالية " .
- اقبال الشباب الجامعي على استخدام هذه الوسائط يرجع إلى تنوع مضامينها ومحتوياتها وتعدد خدماتها وكذلك اغراءات الصوت والصورة " .

❖ تعقيب:

- **أوجه التشابه:**
- ✓ تشترك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في اهتمامها بموضوع القيم كمتغير له انعكاسات وتأثيرات عديدة وعلاقته بعينة الدراسة وهو الشباب الجامعي .
- ✓ كما تلتقي معها في المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي .
- **أوجه الاختلاف:**

بالرغم من النقاط المتفق عليها، إلا أنه توجد بعض الاختلافات النظرية في زوايا مختلفة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- ✓ اختلافها من ناحية الموضوع، ففي حين يدور موضوع دراستنا حول الفايسبوك وتأثيره على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري، تناولت هذه الدراسة موضوع " استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي" .
- ✓ كذلك تختلف معها في الجانب المكاني والزمني، وكذلك المدخل النظري المستخدم " نظرية الغرس الثقافي " .
- ✓ كما تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة أجريت حول وسائل الإعلام والاتصال التقليدية في حين أن دراستنا تستهدف ما بات يعرف بالفايسبوك باعتباره موقع واسع الانتشار .

▪ **أوجه الاستفادة:**

- ✓ استفادت الباحثة من هذه الدراسة في الجانب النظري بتوفير خلفية معرفية عن طبيعة وحجم الظاهرة المدروسة وهي " القيم " .
- ✓ كما أفادت في التعرف على الصورة الديموغرافية لخصائص العينة . الشباب الجامعي .
- ✓ كما تمت الاستفادة من قائمة المراجع المذكورة في الدراسة.

د . الدراسة الرابعة:

بعنوان: " أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البليلة)" من اعداد الباحث السعيد بومعيزة، وهي عبارة عن أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة، نوقشت في قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2006. انطلق الباحث في تحديد اشكاليته بعرض سريع عن بعض المحطات التاريخية للمجتمع الجزائري من الاستقلال حتى اليوم، من خلال التطرق لبرامج التنمية التي أعدتها وبالخصوص في قطاع الإعلام والاتصال، ما رافقه ظهور العديد من القنوات التلفزيونية والإذاعية والمجلات والكتب إلى شبكة الانترنت، ما أدى إلى احداث تغيير على قيم وسلوكيات الشباب الجزائري جراء ما ينشر من مضامين، ومنه كان التساؤل الرئيسي التالي:

❖ ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية طرح الباحث مجموعة من الفرضيات وهذا بتحديد محاور:

- إن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي.
- إن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.
- إن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقف على خصائصهم الديموغرافية والسوسيوثقافية والاقتصادية.
- وقد سعى الباحث لتحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت في:
 - محاولة معرفة ما اذا كانت وسائل الإعلام التي يتعرض لمحتوياتها الشباب تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات أو لا تساعدهم.
 - محاولة معرفة ما اذا كانت وسائل الإعلام تعزز قيم الشباب أم لا تعززها وهذا من خلال ردودهم.
- وللتحقق من صحة الفرضيات لجأ الباحث إلى استخدام منهج المسح بنوعيه (الوصفي والتحليلي) وذلك لاعتبارين اثنين هما:
 - مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة.
 - معرفة الوضع الحالي بظروفه واتجاهاته فيما يتعلق باستخدام الشباب لوسائل الإعلام.
- أما عن نوع العينة المختارة في هذه الدراسة فهي من نوع غير الاحتمالي ومن أجل أن يكون التمثيل جيدا اتبع الباحث الخطوات التالية:
 - على مستوى التمثيل الجغرافي اعتمد الباحث على المناطق ذات الكثافة السكانية.
 - اعتمد على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس 50 %، ذكور و 50% اناث.
 - الحرص على أن تكون جميع مستويات التعليم حاضرة في العينة.
 - حجم العينة بلغ 415 مفردة تم تشكيلها بصفة غير عشوائية وعن طريق الكرة الثلجية.

واعتمدت الدراسة لجمع البيانات على أداتين أساسيتين وهما: المقابلة المقننة واستمارة الاستبيان التي

شملت على أربعة محاور أساسية تكونت من 34 سؤالاً موزعة كالتالي:

■ **المحور الأول:** حول استعمال وسائل الإعلام وقد تضمن 24 سؤالاً.

■ **المحور الثاني:** حول القيم وتضمن سؤالاً واحداً.

■ **المحور الثالث:** حول السلوكيات وتضمن سؤالاً واحداً.

■ **المحور الرابع:** تضمن 08 أسئلة حول البيانات الشخصية للعينة المختارة .

فيما قسم الباحث هذه الدراسة إلى ستة فصول، حيث تطرق في الفصل الأول للجانب المنهجي للدراسة أما الفصل الثاني فقد تحدث فيه عن أهم المقاربات والنظريات التي اعتمد عليها، أما الفصل الثالث فقد عالج فيه إشكالية دراسة القيم، والسلوكيات، والشباب، في حين تحدث في الفصل الرابع والخامس على التوالي (تحليل نتائج الإستعمال والتعرض وتحليل نتائج القيم، تحليل نتائج السلوكيات).

كشفت الدراسة على مجموعة من النتائج نذكر منها بالتركيز على النتائج التي تساعدنا في الدراسة

وهي كالاتي:

■ **القيم:** إن غالبية الباحثين من الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم أكثر على الارتباط بالقيم.

■ **السلوكيات:** أن وسائل الإعلام لا يمكنها أن تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية و كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم وتحدث في البيئة التي ينتمي إليها الشباب ويعيشون فيها.

❖ **تعقيب:**

■ **أوجه التشابه:**

✓ يظهر التقارب بين دراسة بومعيزة والدراسة الراهنة في معالجة الموضوع من جوانب متقاربة فإذا عالجت هذه الدراسة "دراسة بومعيزة" قضية الشباب الجزائري، فإن الدراسة الراهنة عالجت قضية الطلبة الجامعيين كقضية نوعية من الشباب الجزائري ككل.

✓ المنهج المستخدم كان المنهج المسحي، وهذا ما تشترك فيه الدراسة الحالية مع دراسة بومعيزة .

✓ وما يمكن أن نعتبره كذلك نقطة التقاء بين هذه الدراسة والدراسة التي نجريها أن كلاهما تبحث عن التأثير.

■ **أوجه الاختلاف:**

✓ أما الاختلاف الظاهر هو أن دراستنا ركزت في معالجتها للمتغير التابع على " القيم الأخلاقية " .

✓ دراسة بومعيزة لم تكتف بدراسة وسيلة واحدة بل أضافت إلى ذلك الإذاعة، الصحف، التلفزيون، جميع وسائل الإعلام بينما ركزت دراستنا على وسيلة واحدة وهي " الفايسبوك " كإحدى تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ دراسة بومعيزة تبنت أكثر من منظور في الدراسة:

- مقترب الاستخدامات والإشباع، مقترب التأثير في وسائل الإعلام، مقترب بحوث وسائل الإعلام في التنمية .
- أما دراستنا هذه فقد تبنت منظورين هما: (منظور الاستخدامات والإشباع ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام).
- ✓ هذا مع الاعتراف بوجود اختلافات أخرى: كالتساؤلات، الفرضيات، الأهداف...
- ✓ وما نعتبره نقطة اختلاف أخرى هو مجتمع البحث، حيث اقتضت دراسة بومعيزة على مجموعة من المناطق بولاية البويرة، في حين تمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي.
- **جوانب الاستفادة:**
- تعتبر هذه الدراسة بمثابة دراسة ثمينة ومصدر هام لما يلي من أبحاث إذ تعد الأساس العملي والانطلاق لهذه الدراسة الحالية، حيث تعددت أوجه استفادتنا منها:
- ✓ أنها تناولت مبحث مفصل عن القيم، استعنا به في دراستنا.
- ✓ ثاني مجال الاستفادة تمثل في قائمة المراجع المذكورة، والتي عملت على توجيهنا نحو الأوعية المعلوماتية المطلوبة .
- ✓ كما تمت الاستفادة من الخطوات المنهجية (المنهج المستخدم، استمارة الاستبيان).
- ✓ وأخيرا فقد أسهمت هذه الدراسة في مساعدتنا فيما يتعلق بالمنظور المستخدم " منظور الاستخدامات والإشباع "

12. المدخل النظري للدراسة:

تعتبر النظرية مجموعة من المتغيرات والمفاهيم والافتراضات التي تقدم نظرة منظمة للظاهرة وذلك من خلال تحديد العلاقة بين المتغيرات بغرض تفسير الظاهرة والتنبؤ بحدوثها في المستقبل . وانطلاقا من ذلك ارتكزت دراستنا هذه على نظريتين رأينا أنهما تشكلان مع بعضهما البعض القاعدة الأساسية التي توصلنا للفهم والتفسير ومن تجميع الحقائق عن الظاهرة المدروسة وهي " نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام وبالتالي تحليل النتائج بصورة أكثر دقة.

أ . نظرية الاستخدامات والإشباع:

❖ مفهوم النظرية:

شكلت نظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: " تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية¹ ."

¹ حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، ومواقع التواصل الاجتماعي، ط01، دار فكر وفن للطباعة

وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه: "ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة اعلامية معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات وحاجات الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة"، أما محمد عبد الحميد فقد ذكر أن الحاجة هي "افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية"، وذكر أن الدافع حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة"¹.

تقول هذه النظرية أن جزءا مهما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجهة لتحقيق أهداف يحددها الفرد وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع حاجياتهم مثلما قال مارك ليفي: "هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة، التوجه المعرفي، عدم الرضا، التوجه العاطفي التسلية"².

جاءت هذه النظرية لتؤكد دور الجمهور في اختيار المواد الإعلامية التي يستعملها عن طواعية وانتقاء من غير إكراه فهي تأخذ " المتلقي " كنقطة بدء بدلا من الرسالة الإعلامية وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام لأنه جمهور يوظف مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها"³.

❖ جذور النظرية:

جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع كرد على النظريات التي كانت تقر بالسلطة المطلقة لوسائل الإعلام كما يذهب إلى ذلك " ادلستين IDLESTINE " وزملائه إذ كان يسود اعتقاد لدى الدارسين بأن جماهير وسائل الإعلام عبارة عن عنصر سلبي غير فعال، إلا أن تطور الدراسات الخاصة بالإعلام والاتصال كشف حقيقة أن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإعلام كما كان يعتقد بل هناك عدة طرق يستخدم الفرد من خلالها هذه الوسائل، كما أن ادراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على ادراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إلى ميلاد منظور جديد للعلاقة القائمة بين الجمهور والوسائل الاتصالية وتحول الاهتمام من التركيز على ما تفعله وسائل الإعلام بالناس إلى ما يفعله الناس بتلك الوسائل"⁴؟

¹ صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، ط01، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص:61

² كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور، الخصائص، النظريات)، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان، 2011، ص: 144

³ نسيمة طبشوش: القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب، ط01، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر 2011، ص: 255.

⁴ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص: 239

وكان أول ظهور لهذه النظرية بطريقة كاملة في كتابه: "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف إياهو كاتس وبلير عام 1974، دار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب و دوافع استخدام الفرد من جانب آخر.¹

وقد مر تطور هذه النظرية بثلاث مراحل عرفت كل مرحلة فيها تطورا في أحد جوانب البحث المتعلقة بالنظرية، فبعد الكشف عن إيجابية الجمهور في المرحلة الأولى من ظهور النظرية وتعرضه الانتقائي لمحتوى وسائل الإعلام انتقلت الدراسات في المرحلة الثانية إلى الربط بين الصفات النفسية والإجتماعية للجمهور، وبين استخدامه لوسائل الإعلام من خلال دراسة (شرام، لايل، وباركز) خلال عقد الخمسينيات والستينيات، أما المرحلة الثالثة وهي مرحلة النضج، التي طبعت سنوات السبعينيات تفقد استفادت من بحوث (كلابر) التي اهتمت بالربط بين دوافع، توقعات الجمهور وبين الإشباع المحققة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام وذلك للتوصل لفهم أفضل لعملية الإتصال الجماهيري ومن أبرز الدراسات التي أجريت خلال هذه الفترة دراسة { روز نجرين ندهال "1972"، جرين برغ "1974"، روين "1979" }.²

❖ فروض النظرية:

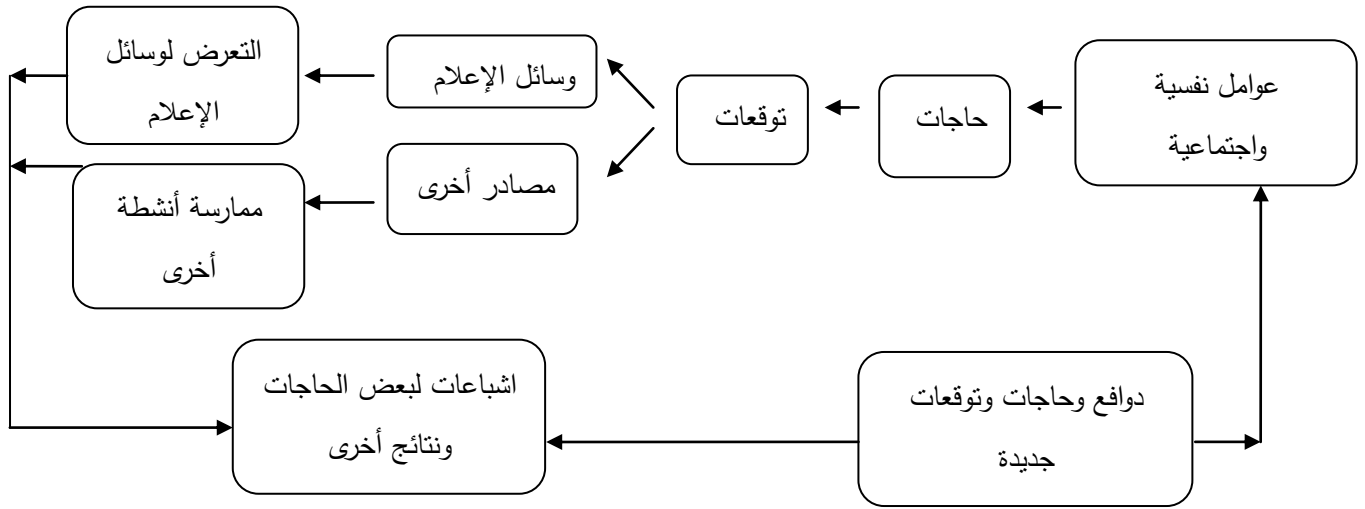
- لخص كاتز وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في خمس فروض رئيسية هي:³
- جمهور المتلقي هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين اشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل:الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل الفرد يتجه إلى مصادر لايشباع حاجاته دون الأخرى.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد يستخدمون نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

¹ عبد الرحمان سلوم الرواشدي: المقاومة الإعلامية(مفهومها، مشروعيتها، إستراتيجيتها، صناعتها)، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع الأردن، 2013، ص: 97

² مرزوق عبد الحكم العدلي: الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2004، ص ص: 112، 113

³ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط01، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004، ص: 274

ويعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية:¹



شكل رقم (01) يوضح نموذج كاتز وزملاءه للاستخدامات والاشباع

❖ أهداف النظرية:

تسعى نظرية الاستخدامات والاشباع من خلال الفروض السابقة لتحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم المضامين والوسائل التي تشبع حاجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام في فهم عملية الاتصال الجماهيري².
- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدام وسائل الاتصال والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام³.

❖ العناصر التي تقوم عليها النظرية:

من خلال العرض السابق لجذور النظرية والفرضيات والأهداف التي تسعى لتحقيقها تبرز أماننا

مجموعة من العناصر تشكل أهم الملامح والعناصر التي تقوم عليها وهي:

- **الجمهور النشط:** حيث يرى Blumer أن المقصود بالنشاط عند الجمهور هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل إعلامية اضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة التي يمكن أن تحدث وقت التعرض لوسائل الإعلام.

¹ محمد عبد الحميد: م. س. د ، ص : 274

² عبد السلام نجوى: أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الأنترنت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، 25، 27، ماي 1998، ص: 85.

³ كامل خورشيد مراد: م. س. د ، ص: 146

- **الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال** اعتبرت فترة نهاية عقد الخمسينيات من القرن الماضي بأنها البداية الحقيقية لتحول أنظار الباحثين وتوجيه اهتماماتهم لدراسة العوامل الاجتماعية والنفسية وأثرها في الدوافع والحاجات والإشباع المرتبطة بوسائل الاتصال الجماهيري واستخداماتها، بهدف الكشف عن دور هذه المتغيرات الوسيطة في تكوين الحاجات والدوافع وإيجادها والتي تكمن وراء استخدام وسائل الاتصال وأنماط التعرض لمحتوى رسائلها، وذلك من خلال الدراسات العديدة، التي سعت في ذلك الوقت لدراسة بعض التغيرات الاجتماعية والنفسية المرتبطة بأنماط السلوك الاتصالي للأفراد¹.
- **الدوافع والحاجات من وراء استخدام وسائل الإعلام:** تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدامات والإشباع على النحو التالي:²
 - ✓ النظر إلى الدافع باعتباره حالة داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من قبل الجمهور وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على الاختيار والتعبير عن اتجاهات يسعى لتلبيتها بشكل مباشر.
 - ✓ دوافع الجمهور لا يمكن ادراكها وفهما بشكل مباشر، بل يتم معرفتها من قبل الجمهور بشكل غير مباشر عن طريق أنماط السلوك والتفكير.
 - ✓ النظر إلى أن سلوك الجمهور للتعرض ليس له دافع وأنه مرتبط بالعادة على التعرض.
- **توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:** تعد التوقعات خطوة مهمة في عملية التعرض لوسائل الاتصال، وهو مفهوم جوهرى يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث أنه إذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية أخرى طبقا لاحتياجاتهم فلا بد أن يكون على درجة كافية من الوعي ببدايل تكون أكثر اشباعا لاحتياجاتهم، حيث أن السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك مساهمة في اشباع احتياجاتهم المختلفة.

¹ منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص ص: 199، 189

² نفس المكان

❖ الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع:

ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباع في تقديم استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وإشباعاته على أساس اعتبار الجمهور عنصر فعال وإيجابي، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات في هذا المجال إلا أن صورا من الانتقادات وجهت إليها يمكن توضيحها في:

- يرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدامات والإشباع لا تزيد من كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات فهي تعتمد بإفراط على دقات ذاتية للمجالات النفسية للمستعملين¹.
- يتبنى مدخل الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم التي تتصف بشكل من المرونة مثل: الدافع والإشباع، حيث لا يوجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهذا ما يؤدي لاختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.²
- إن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تحمل بالأصالة عن نفسها فحسب وإنما تعمل أيضا بالنيابة عن جماعات ومنظمات أخرى، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف وسائل الإعلام وبين وظائف الوسائل الأخرى في المجتمع.
- صعوبة قياس الحاجات مما يجعل عملية انتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والاستخدام والإشباع.
- عدم التحديد الدقيق لمفهوم الجمهور النشط، إذ أن هذا المفهوم قد يأخذ أشكالا أخرى من المفاهيم والمعاني: كالمنفعة والعمدية، أي الاستخدام من خلال الدوافع .
- هناك مبالغة بشأن العلاقة الفردية بين محتوى الوسيلة الإعلامية وبين الدوافع والجمهور أدت إلى الإدعاء بأن أي نوع من المحتوى يخدم أي نوع من الإشباع.
- يرى " دينيس ماكويل " أن بحوث الاستخدامات والإشباع يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط، وخاصة المواد الترفيهية ومضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد والأساسي³.

❖ الاتجاهات الجديدة لنظرية الاستخدامات والإشباع:

أدت الإنتقادات التي تعرض لها نموذج الاستخدامات إلى ظهور بعض الاتجاهات الجديدة في محاولة لعلاج هذه السلبيات وأبرزها:⁴

¹ حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاته (في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي)، م. س. د، ص: 196

² نفس المكان

³ رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني، ط1، جامعة الأزهر، القاهرة، 2008، ص: 85

⁴ محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي العموش: علم النفس السياسي والإعلامي، ط01، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008

■ الاتجاه الأول:

يحاول هذا الاتجاه الربط بين دوافع الاستخدام بأنواع الإشباع، وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة، وهذا الاتجاه منطقي في التفكير، فمن الطبيعي أن يربط التعرض لوسيلة معينة بإشباع معينة كذلك التعرض لمضمون معين يحقق إشباع معين، وهذه الإشباعات ترتبط بدوافع الإنسان في التعرض لأن التعرض للوسائل يكون تعرضا هادفا طبقا للنموذج .

■ الاتجاه الثاني:

وهذا الاتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل والأصول النفس الاجتماعية على تعرض الأفراد للوسائل مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض والنشاط الاجتماعي والتفاعل الشخصي، وهذا الاتجاه ليس بجديد فقد بحث فيه ريلز 1951 بعنوان: " تأثير استخدام قصص المغامرات " لكل من المنعزلين اجتماعيا مقابل الأشخاص الذين يتكلمون مع أصدقائهم بشكل جيد.

■ الاتجاه الثالث:

يهتم هذا الاتجاه بدراسة العلاقات المتداخلة بين دوافع استخدام وسائل الإعلام وسلوك الأفراد نحو استخدام هذه الوسائل أو بتعبير أدق العلاقة بين دوافع الاستخدام وأنماط الإشباع ويؤكد هذا الاتجاه على ايجابية الجمهور المتلقي للرسالة ويحدد بشكل دقيق العلاقة بين الفرد والوسيلة وهي علاقة شبيهة بأنها سبب مشاهدة نتيجة.

ورغم أن هذا لا يحدث في جميع أنواع السلوك الاتصالي للفرد فإن هذا الاتجاه يحدد ولو بشكل مؤقت دراسة هذه العلاقة للوصول لأفضل التعميمات بشأنها، ونتيجة لكل هذه الجهود أكد روزنجرين 1995 أن بحوث الاستخدامات قد دخلت مرحلة جديدة تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للقياس¹.

❖ تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في دراستنا:

تتفق نظرية الاستخدامات والإشباع مع دراستنا الراهنة والمعنونة بـ: " تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري " في مجموعة من النقاط يمكن أن نوضحها فيما يلي:

- تحاول دراستنا معرفة والكشف عن كيفية استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك .
- كذلك معرفة الدوافع من وراء استخدام هذا الموقع على غرار مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يتوافق مع أهداف النظرية.
- كما تنطلق دراستنا هذه من محور رئيسي مفاده أن جمهور الطلبة جمهور نشط يتفاعل مع مجموع المضامين التي يتلقاها لتحقيق حاجاته والأهداف التي يسعى إليها وهو أهم عنصر تقوم عليه النظرية.
- كما أن شبكات التواصل الاجتماعي أفضل أرضية لتحقيق الإشباع والدوافع وهذا ما توصل إليه PARK وآخرون (2009)، بأن عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعي هي: خلق

¹ محمد عبد الله الخوالدة: م. س. د، ص: 278

■ الصداقة، التسلية، التعريف بالذات والحصول على المعلومات، في حين وجد LAROUSE و ESTAIN (2014) عوامل أخرى تتمثل في البحث عن المعلومات والتسلية، إلى جانب الحاجات الاجتماعية وهي الأكثر انتشارا.

فأغلبية مستخدمي الفايسبوك يستخدمونه لتحقيق اشباع اجتماعية دون غيره نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي وفرها لهم، حيث يمكن من خلال الفايسبوك ارسال وتلقي المستجبات وتحديثات الأخبار العاجلة، وهذا ما يتوافق مع دراستنا الحالية.

ب . نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

❖ التعريف بالنظرية:

تعلق منظور دراستنا كذلك بنظرية المفكر الجزائري عززي عبد الرحمان الموسومة بـ: "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" التي يتطرق فيها إلى القيمة وعلاقتها بوسائل الإعلام، إذ يرى أن القيمة شيء ثابت وإيجابي في حد ذاته وما الفرد إلا أداة تتجسد فيه القيم، كما أن القيمة حتمية ضرورية عند دراسة الإعلام منطلقا من فرض أساسي مفاده: "أن الإعلام رسالة وأهم مقياس تقاس به الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد" ولذلك أن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إن كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم وكما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا، وبالمقابل يكون التأثير سلبي إن كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض معها، ومنه فالمجال الذي تدور في النظرية هو مجال الرسالة الإعلامية من جهة ومصدرها الإنسانية والقيم من جهة أخرى ومصدرها الدين، وبعلاقة متعدية، أن الإنسان أداة لهذه القيم ويبقى إلا أن يجسدها في رسالته الإعلامية¹.

ويتكون مسمى النظرية من ثلاث ألفاظ أساسية وهي:

- **الحتمية:** ويقصد بها اعتبار متغير واحد على أنه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم الظاهرة على اعتبار أن المتغير الرئيسي فيه هو القيمة، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال.²
- **القيمية:** عرف عززي عبد الرحمان القيمة بقوله: "إن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم والقيمة ما يرتفع به الفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدرها الأساسي الدين، وحسبه فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة تتجسد فيه القيم³."

¹ بوعلي نصير وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ط01، منشورات مكتبة اقرء، قسنطينة(الجزائر)، 2009 ص: 21

² عبد الرحمان عززي: دعوة لفهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ط01، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011، ص: 11

³ عبد الرحمان عززي: دراسات في نظرية الحتمية القيمية(نحو فكر إعلامي متميز)، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة المستقبل العربي 28، بيروت، 2003، ص: 106

• الإعلام: ويقصد به رسالة الإعلام بوسائله التقليدية " الصحف، المجلات، الإذاعة، التلفزيون، الإعلام الاجتماعي"¹.

❖ تسمية الحتمية القيمية في الإعلام:

لقد أطلق عليها عزري عبد الرحمان في بداية الأمر مسمى " الحتمية النظرية القيمية"، ثم في كتابه الإعلام والقيم أطلق عليها نصير بوعلي "الحتمية القيمية في الإعلام" والمسمى الأول يعكس ما ينبغي أن يكون عليه الواقع، أي على مستوى المخيال المجرد، في حين أن المسمى الثاني يعكس الواقع المجسد ويمكن اعطاء النظرية عدة مسميات:

✓ على مستوى النظم: الإعلام القيمي.

✓ على مستوى التأثير: الحتمية القيمية الإعلامية.

✓ على مستوى النماذج: نموذج عزري عبد الرحمان².

وللإشارة فإن بوعلي نصير أطلق هذه التسمية، في مقابل الحتمية التكنولوجية الماكلوهانية التي فقدت بريقها بمرور الزمن على عكس حتمية القيم التي تصاحب الأفكار المنتجة في البيئة العربية أو الغربية³.

❖ الخلفية المعرفية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

تعتبر نظرية الحتمية القيمية في الإعلام الإسهام النظري لباحث عربي عايش الباحثين في الجامعات الأمريكية، وعرف السياقات التي ميزت البحث العلمي في هذا التخصص عن قرب، تأثر عزري عبد الرحمان بمجموعة من العوامل والمدارس والأفكار والرؤى والشخصيات " القرآن والسنة، ابن خلدون، ابن رشد، مالك بن نبي، وشخصيات غير اسلامية أمثال: صن تسو، بيار بورديوا..."

ويمكن القول أن المعالم الأولى لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام كانت مع بداية الثمانيات من القرن الماضي، إذ برزت مع الدراسات الأولى التي قام بها عزري عبد الرحمان منذ عودته إلى الجزائر سنة 1985 ولقد مرت بأربعة مراحل في تأسيسها:

✓ المرحلة الأولى: كانت مع بداية سنة 1989 في مداخلة ألقاها في الملتقى العالمي 23 للفكر الإسلامي بتبسة تحت عنوان " تعثر الرسالة في عصر الوسيلة " والتي كانت بمثابة حجر الزاوية لمشروع تنظيري ضخم بدأت معالمه ترتمس خلال السنوات الأخيرة .

¹ عبد الرحمان عزري: دعوة لفهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، م. س . د، ص: 10

² عزري عبد الرحمان وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ط01، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر 2010، ص ص: 53، 56

³ عبد الكريم تفرقنيت: العلاقات الاجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، الملتقى الدولي الأول حول نظريات الإعلام المعاصرة بين التنظير الغربي والتطبيق داخل البيئة العربية، من 02 إلى 03 ديسمبر 2013، جامعة عمار التليجي الأغواط، المادة متوفرة على الرابط [http:// www . research . net](http://www.research.net)

✓ **المرحلة الثانية:** تم فيها الانتقال إلى محور آخر أن الرسالة هي: " القيم " أي أن يكون الاتصال حاملا دوما للقيم الثقافية، الروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو .

✓ **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة الانتشار حيث بدأت معالم النظرية في الانتشار من خلال تبني العديد من الباحثين لها أمثال: بوعلي نصير، السعيد بومعيزة، اللذان كان لهما الدور الكبير في هذه المرحلة وأصبحت العديد من الدراسات في مرحلة التدرج.

✓ **المرحلة الرابعة:** المتمثلة في توليد شبكة المفاهيم الجديدة،¹ والمتمثلة في: (الإبلاغ، الرحلة، المخيال الإعلامي الزمن الاجتماعي، الزمن القيمي، الأخلاقيات الإعلامية القيمة الإعلامية الثقافة، العولمة، المكان الرمزي، المكان القيمي، الرأس المال الرمزي، الرأس مال القيمي، عنف اللسان، الإعلام البيئة القيمة اللغوي القابلية الإعلامية للإستعمار، معادلة الإنسان (التراب . الزمن . الإعلام)².

❖ افتراضات نظرية الحتمية القيمة في الإعلام:

يحدد عزي عبد الرحمان فرضيات النظرية وفق منظور قيمي يوضح من خلالها ضرورة فهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع قيميا ويقسمها إلى صنفين هما:

أولا : فرضيات خاصة بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور "الشباب كأكثر فئة متأثرة في قيمه" مع

وسائل الإعلام وهي كالتالي:

- الشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأي وسيلة إعلامية أو اتصالية جديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة ومن ثمة فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيات والتأثر بها.
- إن كثرة استخدام الشباب لهذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية والتمرد على المجتمع للفت الانتباه.
- أن الشباب ينجذبون إلى الإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام الأخرى " التقليدية " لعنصر التفاعل المباشر الغائب نسبيا في الوسائل الأخرى.
- أن وسائل الإعلام تمثل عالما رمزيا يقترب أو يبتعد من الواقع المعاش ومن ثم تأثيرها يظل في هذا المستوى ولا ينتقل إلى الواقع تلقائيا وبنفس الشكل والمضمون.
- أن العلاقة بين الإعلام الجديد وسلوك الشباب في الحياة اليومية، أوضح تلك العلاقة مع وسائل الإعلام الأخرى رغم صعوبة ضبطها لتدخل العوامل الاجتماعية والخارجية.
- أن وسائل الإعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة والسائدة.
- أن ما يلاحظ حاليا في سلوكيات الشباب ومبالغته في استخدام الإعلام الجديد قد يكون ظاهرة مؤقتة ريثما تنتقل هذه الوسيلة من مرحلة الانبهار بها إلى مرحلة التعامل معها بصفة طبيعية .

¹ غالم عبد الوهاب: تساؤلات حول اشكالية التنظير في علوم الإعلام والاتصال، محاولة لرصد اسهامات الباحث العربي وسياقاته في

التنظير، المادة متوفرة على الرابط [http:// www . research . net](http://www.research.net)

² شهرزاد سوفي: نموذج لنظرية الحتمية القيمة في الإعلام المادة متوفرة على الرابط [http:// www.research . net](http://www.research.net)

- أن فئة الشباب وإن كانت تشترك في بعض سمات الفريق المرجعي إلا أن هناك فروق فردية كالتنشئة الاجتماعية والمجتمعية وطبيعة الشخصية والتجربة الذاتية ودوافع استخدام الشبكة وغيرها تجعل عملية التعميم صعبة.
- إن الشباب يتأثر بثقافة مجتمعية والتي تحمل نظرة ازدواجية في التعامل مع الإعلام والتكنولوجيا العامة: الرغبة، التخوف، التنبئ، الرفض، الحب، الكراهية، الإثارة، الخوف وذلك ما يجعل الشباب يندفع في اتجاه استخدام هذه الوسائل من جهة والإحساس من جهة أخرى .
- أن دراسة تأثير الإعلام على الشباب لا يتم في منظورنا دون مرجعية تربط وسائل الإعلام بالقيم فإن كان استخدام وسائل الإعلام ذات صلة قريبة أو غير متناقضة مع القيم كان التأثير اجابيا والعكس¹.
- ❖ فرضيات الأثر السالب /الموجب انطلاقا من الافتراض الأساس للنظرية " أنه كلما ارتبطت مضامين وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجبا وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سالبا "وهذه الفرضيات هي:

■ فرضيات التأثيرات السلبية:

➤ التأثيرات البنوية:²

- ✓ كثرة استخدام وسائل الإعلام تحدث الإحساس بالعزلة.
- ✓ كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تؤثر سلبا على مهارات الاتصال الشخصي ومن ثمة تضعف نسيج الاتصال الاجتماعي.
- ✓ كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تجعل الفرد يخصص وقتا محدودا للتواصل العائلي وتكوين الأصدقاء وذلك يؤثر سلبا على العلاقات والوظائف والمسؤوليات الاجتماعية أي أنها تعمل على تغيير المحيط.
- ✓ كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تؤثر على الصحة النفسية.
- ✓ كثرة استخدام وسائل الإعلام(المضمون) تؤدي إلى التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى.
- تأثيرات المضمون:
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى اهدار القيمة وتحييدها .
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام(المضمون) يؤدي إلى اضعاف الحساسية القيمية وضمحلل الاستحياء اتجاه الممنوعات ثقافيا.
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى اضعاف قادة الرأي والفكر ونقمصها أدوار النجوم السينمائية والرياضية.

¹ عبد الرحمان عزي: منهجية الحتمية القيمية الإعلامية في الإعلامية، ط01 ، الدار المتوسطة، تونس، 2013، ص:29

² مرجع نفسه، ص: 30

- ✓ أن تدخل الأولياء في الإشراف على استخدام أبنائهم لوسائل الإعلام محدود وغير مؤثر إلى حد كبير.
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) قد يكون وسيلة للتهرب والإفلات من الواقع الاجتماعي ويكون تعويضاً رمزياً للعلاقات الاجتماعية المفقودة وذلك ما يلاحظ في كثرة استخدام الإعلام الجديد ومشتقاته كوسائل الاتصال الشخصية، الفايسبوك، التويتر.
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها يمنع الفرد من تغيير ذاته ومحيطه.
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى تقليص المحلي وتوسيع العالمي.
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى تنمي النزعة الاستهلاكية وتعزيزها .
- ✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤثر سلباً على التحصيل الدراسي من حيث الزمن المستقطع على حساب الدراسة والمطالعة.

✓ أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) قد يؤدي إلى المزج بين الحقيقي والرمزي¹.

■ التأثيرات الموجبة:

- ✓ أن حسن استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة يساهم في توسيع دائرة الثقافة والعلوم.
- ✓ أن حسن استخدام وسائل الإعلام ينمي الإحساس بأن الفرد جزء من العالم أي أن ذلك يحدث الوعي بالعالم الخارجي وتوسيع المحيط الضيق.
- ✓ أن حسن استخدام وسائل الإعلام قد يعمل على تعزيز القيم وقد يولد أيضاً الإحساس بالذنب إذا ساء الفرد استخدام تلك الوسائل.
- ✓ أن حسن استخدام تلك الشبكة قد ينمي رمزياً بعض المهارات الاجتماعية، كما قد يؤدي دور التنشئة الاجتماعية ويحقق الترابط الاجتماعي.
- ✓ أن حسن استخدام تلك الشبكة يمكن من النظر إلى الذات من زاوية خارجية نقدية ومعايشة عوالم محددة تحمل الإنسان إلى آفاق واسعة الزمان والمكان.
- ✓ أن حسن استخدام الشبكة يحقق الإشباع والترفيه كما أنه يلعب دور التحويل عندما يلجأ الفرد إلى وسائل الإعلام للتفيس عن قلق نفسي أو نزعات عدوانية².
- ✓ أن حسن استخدام وسائل الإعلام يوفر وظائف الإعلام والتفسير والتحليل للأحداث في شتى المجالات.

❖ ركائز منظور الحتمية القيمية في الإعلام:

- يطرح عزي عبد الرحمان أربعة أركان رئيسية للاتصال وهي:
- اعتماد الاتصال على قاعدة الأبعاد الثقافية الحضارية، الفكرية التي ينتمي إليها المجتمع.

¹ عزي عبد الرحمان: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، م. س. د ، ص: 31

² نفس المكان

- اعتماد الاتصال على التكاملية في الأنماط والوسائل السمعي، البصري، المكتوب، الشفهي والشخصي، مع التركيز على الارتقاء بالمكتوب في عصر سيادة البصري (الاتصال المرئي) باعتباره أنسب لبناء الحضارات.
- أن يكون الاتصال ارتداديا باسطة لفتوات التواصل الواعي مع قطاعات الجمهور كافة وأن لا يكون استقصائيا صفويا.
- أن يبني الاتصال قواعد الممارسة الاتصالية على قاعدة القيم الثقافية، الروحية الملهمة لسمو الإنسان¹.

❖ نموذج الحتمية القيمية في الاعلام

يعد نموذج الحتمية القيمية للاتصال مفسرا للعملية الإعلامية والاتصالية وفق بعد قيمي يميزه عن باقي النماذج الاتصالية المطروحة سابقا، ويتكون نموذجه من سبعة عناصر أساسية هي:

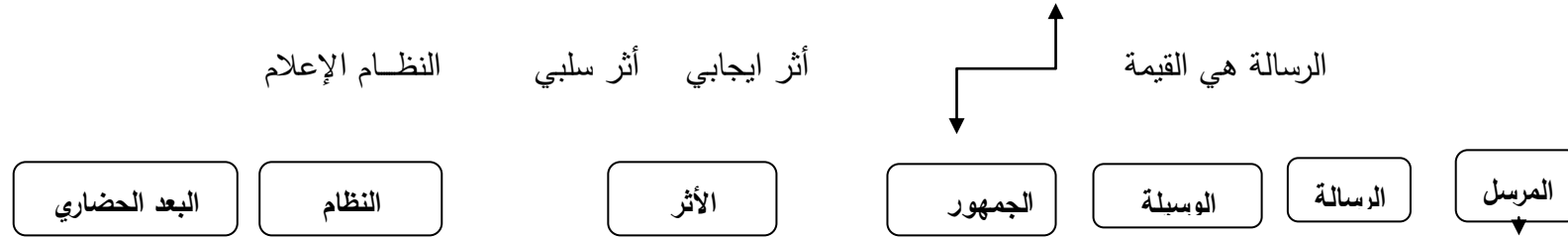
المرسل ← الرسالة ← الجمهور ← الوسيلة ← التأثير ← النظام الاجتماعي ← البعد الحضاري.

شكل (02) يوضح نموذج نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

¹ عزي عبد الرحمان: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، م. س. ذ ، ص: 32

* نصير بوعلوي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، م. س . ذ ، ص ص: 33،34

تتجسد فيه القيمة



اقتران الرسالة بالقيمة

ابتعاد أو اقتران الرسالة بالقيمة

شكل رقم (03) يوضح عناصر نظرية الحتمية القيمية في الاعلام¹

¹ شهرزاد سوفي: م. س. ذ

ويمكن أن نلاحظ من خلال هذا النموذج أن عزي عبد الرحمان أضاف عنصرين هما: النظام الاجتماعي والبعد الحضاري الذي يشكل انتماء وسائل الإعلام إلى حضارة معينة.

❖ المنظور القيمي الإسلامي في مقاربات عزي عبد الرحمان:

فرق عزي عبد الرحمان بين الثقافتين الشرقية والغربية بفرق جوهرية هو: طغيان عامل الصورة والحركة في مقابل التغيير الفطري الذي يعتمد على الأذن والسمع باعتبار أن القرآن غلب حاسة السمع على البصر ونذكر قوله تعالى: " وَقَالُوا لَوْ كُنَّا نَسْمَعُ أَوْ نَعْقِلُ مَا كُنَّا فِي أَصْحَابِ السَّعِيرِ " سورة الملك الآية (10) وقوله أيضا: " وَخَتَمَ اللَّهُ عَلَى قُلُوبِهِمْ وَعَلَى سَمْعِهِمْ وَعَلَى أَبْصَارِهِمْ غِشَاوَةٌ وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ "، سورة البقرة الآية 107¹.

يشير عزي عبد الرحمان إلى تميز السمع عن البصر في التناول القرآني.

❖ نقد نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

من أوجه الانتقادات الموجهة لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام ما يلي:

- ✓ أن النظرية ليست عالمية ولا تصلح لجميع المجتمعات حسب العديد من الباحثين.
- ✓ ماكتبه الدكتور "محمد قلندر" والذي لا نرى فيه نقدا واضح، ولكننا للأمانة وحتى نتحرى الموضوعية قدر الإمكان نذكر ما أورده حيث قال: " لو جاز لنا أن ننظر بعين الاعتبار لنقد اجتهاد عزي عبد الرحمان، لقلنا أن هناك حاجة ماسة بالنزول ببعض الأفكار لواقع التبسيط فلازالت أفكار وأطروحات عبد الرحمان عزي والاتصال خاصة في المستويات الأدنى في التعليم الجامعي، وفي تقديرنا أنه واحد من أسباب عدم تعرض نظريته بالتناول من قبل الأكاديميين هو هذا الأمر فلا زالت الكثير من التعبيرات البنيوية غريبة عن اللغة العامة، كما أن الأعمال الفكرية ذات الصلة أيضا قليلة ولا بد من الإشارة إلى التداخل في استعمال مفهومي الاتصال والإعلام في مقاربة عزي عبد الرحمان وبضيف قائلا: " بأننا لانفق اجمالا مع هذه الرؤية، لكننا نحترمها بقدر ما هي محاولة للتقويم والبناء² ...".

❖ تطبيق نظرية الحتمية القيمية في دراستنا:

تعتبر نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من أبرز النظريات التي تحدثت عن عنصر القيم كموضوع أساسي في المجتمعات العربية الإسلامية خاصة النامية منها، في ظل التطورات التكنولوجية التي اجتاحت الوسائل الإعلامية والمساس بقيمة الرسالة الإعلامية كدعامة لنقل أفكار قيمية.

¹ أحمد عيساوي: رؤية تحليلية نقدية لمنهجية نظرية الحتمية القيمية في الإعلام للباحث المفكر عزي عبد الرحمان، الاجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، المادة متوفرة على الرابط <http://www.research.net>

² ياسمين قرناني: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية بين مارشال ماكلوهان وعزي عبد الرحمان، المادة متوفرة على الرابط <http://www.research.net>

فكر عزي عبد الرحمان تناول العديد من المفاهيم والافتراضات المستحدثة المتماشية مع الواقع الآني

ما جعلنا نسقط هذا المنظور على دراستنا ونأخذ في ذلك عدة أسباب:

- ارتبط موضوع دراستنا بالجانب القيمي الأخلاقي وهو أهم مصدر يرتبط بالسلوك الإنساني وكمتغير ثابت في حياة المجتمعات، أولته النظرية السلم الأعلى في سياق الاتصال الذي يحدث بين الطلبة الجامعيين كأداة يمكن أن تتجسد فيه القيم باعتبارها تقدم فرضية مفادها: "كلما ارتبطت القيم بوسائل الإعلام كلما كان تأثيرها ايجابي وكلما ابتعدت عنه كان تأثيرها سلبي".
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي - الفايسبوك - من بين أكثر الوسائط والأدوات فعالية في عملية نشر الأفكار والقيم وتغيير أنماط السلوك في ظل نسق افتراضي تتعدد فيه القضايا والرؤى التي من شأنها المساس بمرجعية القيمة الأخلاقية كحركة تفاعل اجتماعي، وهذا ما نود الكشف عنه وإسقاطه على موقع الفايسبوك كمستحدث جديد والذي يمكن أن يؤثر على جمهور المستخدمين من الطلبة الجامعيين إما بتعزيز هذه القيم الأخلاقية ودعمها من صدق، دفع الخير، الشرف الحياء...ومنه دفع الانسجام عن طريق توثيق الروابط الاجتماعية أو احداث التأثير السلبي بتحديد القيم الأخلاقية برفع معيار الاستهلاك القيمي، وإضعاف الحساسية اتجاه الممنوع ثقافيا.

وهذا ما نسعى للكشف عنه في دراستنا هذه من خلال الأفكار التي تتوافق مع مرتكزات النظرية.

- إن محاولتنا معرفة تأثير الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري، فرض علينا توظيف هاتين النظريتين لاعتقادنا أن هذه النظريات هي عوامل تكامل تساهم مع بعضها البعض في تفسير وتحليل الظواهر الإعلامية ولتقريب فهمها وبمدى تأثيرها بالجوانب الأخلاقية القيمية والسلوكية و الاجتماعية لذا وجب علينا دراسة هذا التأثير الذي يؤديه هذا الوسيط (الفايسبوك) في عمليات تعزيز أو تغيير القيم الأخلاقية لدى جمهور طلبة جامعة العري بن مهدي بولاية أم البواقي ومنه محاولتنا التركيز وإبراز نوع التأثير من خلال الاعتماد على فروض نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وكذلك الاعتماد على فروض مدخل الاستخدامات والإشباع لمعرفة استخدام الطلبة لهذا الوسيط في تلبية احتياجاته.

السلامة

النظري

الأطار

❖ تمهيد

عرفت الحياة البشرية تغيرات جوهرية ملموسة تأتي في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعد من أهم الثورات في تاريخ الإعلام حققت قفزة نوعية وخصصت لنفسها مكانة ووزن امتاز بالنقل الكمي والمعرفي والاجتماعي والتكنولوجي، حيث جمع بين الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان الذي يقر بالدور الفاعل للوسيلة في المجتمع كونها تساهم في حالة من التقارب والتواصل وإزالة الفواصل من جهة، وبين الحتمية الاجتماعية باعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي أحد الأنساق المتجذرة والمهمة في عملية الهدم والبناء والتغيير والتطوير، شكلت بذلك قاعدة جماهيرية انتقلت من الفلسفة المبنية على تمجيد الاتصال الخطي، تغيرت فيها المعادلة القديمة لتتحى إلى مسار آخر، حاز فيها التفاعل واللاتزامنية الحصة الأكبر في سبيل الوصول لكافة الجماهير والغاء حواجز الزمان والمكان، متناولة العديد من القضايا والمواضيع المطروحة من سياسية، ثقافية، اقتصادية، اجتماعية...

ومن خلال الأهمية التي تحتلها هذه الأخيرة وما نصبوا إليه في دراستنا خصصنا بذلك هذا الفصل المعنون بـ "ماهية شبكات التواصل الاجتماعي" الذي أدرجنا فيه التعريف، النشأة، الخصائص، التصنيفات والتقنيات الاتصالية...

لنتحدث بعد ذلك عن مجتمع الفايسبوك من حيث النشأة، المكونات، السمات...

أولاً: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

قبل التطرق إلى باقي العناصر المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي سنتناولها بالتعريف أولاً لنكشف بعد ذلك عن جوانب أخرى متعلقة بها.

1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ونشأتها:

أ. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

أخذ العديد من الباحثين والأخصائيين والجمعيات والدوائر العلمية على عاتقهم التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي كل من منطلق وزاوية سنذكر بعضها فيما يلي، إلا أنه يجب التوقف أمام ملاحظة مهمة للغاية حيث أنه بالتعمق في الإنتاج الفكري الأجنبي وجدنا أن المصطلح المستخدم للتعبير عن الشبكات الاجتماعية بمصطلح (online social networks) والسبب في إضافة مصطلح (online) وهو مصطلح انجليزي وذلك للفرقة بين الشبكات الاجتماعية كأحد مجالات الدراسة في علم الاجتماع والشبكات الاجتماعية في بيئة الأنترنت، ومن تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي نذكر:

■ يعرفها وائل خضر فضل الله على أنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء بالجامعة أو الثانوية"¹.

⇐ أول ما نستخلصه من هذا التعريف أن شبكات التواصل الاجتماعي تجمع في ثناياها مجموعة الشبكات الإلكترونية وتكون مرتبطة بنظام اجتماعي إلكتروني ليسهل على المستخدم التواصل مع أصدقائه.

■ تعرفها هبة محمد خليفة (2009) بأنها: "صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة، الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات ...) وهناك آلاف من الشبكات الاجتماعية تعمل على الصعيد العالمي"².

⇐ يلاحظ على هذا التعريف بأن هبة محمد خليفة ركزت أساساً على المميزات التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي .

¹ وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط01، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010، ص: 07

² ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية في انتخاب مجلس الأمة الكويتي (14)، رسالة ماجستير، كلية

الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2012، ص: 20

- وهو نفس التعريف الذي ذهب اليه مصطفى يوسف الكافي حيث عرفها بأنها: "مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات".¹
- كما تعرف على أنها: "المحتوى الذي يتم توليده من قرائه ومستمعيه".²
 - ↳ في هذا التعريف أعطى الباحث المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي الدور الأكبر والأبرز ما يعني حث هؤلاء الأشخاص بزيادة المشاركة والإبداع في استخدام هذه الشبكات.
- وتعرف كذلك على أنها: "وسيلة اليكترونية حديثة التواصل الاجتماعي، حيث أنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية اذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة أو توافق في الهوية أو الفكر أو الرغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة أو كراهية لشيء معين وعلاقات عقدية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي".³
 - ↳ يكفي أن نشير إلى أن هذا التعريف أرجع شبكات التواصل الاجتماعي إلى أنها مجرد وسيلة افتراضية اجتماعية تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي بما يحمله من مصالح مختلفة واهتمامات مشتركة بين المنظمات والأشخاص بغض النظر إن كان هذا التبادل معرفي أو وجداني أو سلوكي.
- ويعرفها ابراهيم بعزير على أنها: "مواقع للتواصل الاجتماعي بين المتعلمين وإقامة علاقات اجتماعية وإنتاج مضامين قد تكون نصوص مكتوبة إلى تسجيلات مصورة أو مسموعة ومن أشهرها: الفايسبوك ماي سبايس، تويتر...".⁴
 - ↳ حدد هذا التعريف أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكون إلا بين الأفراد المتعلمين ويكمن هذا الاستخدام عن طريق الكتابة أو الصور أو ما هو مسموع، ونستنتج بأنه أهمل الدور الحقيقي لشبكات التواصل الاجتماعي .
- كما يمكن تعريفها على أنها: " المحتوى الذي يتم استخدامه بإنشاء أدوات مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما المحتوى الذي يقدمه المستخدم والذي يتم انشاءه بواسطة الأفراد على المواقع الإلكترونية التي تشجع على

¹ مصطفى يوسف الكافي: الإعلام التربوي والتعليمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص:208

² محمد منتصر شعبان حلاسة: واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013، ص:14

³ مركز الدراسات الاستراتيجية: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية الإصدار(39)، جامعة الملك عبد العزيز، 2012،

ص: 03

⁴ ابراهيم بعزير: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط01، دار الكتب الحديث، القاهرة، 2012، ص: 157

■ انشاء وتبادل المحتوى، ويتراوح المحتوى بين رسائل نصية إلى صور يتم تبادلها ومقاطع الفيديو تحظى بمشاهدات عديدة " ¹.

↳ ما يضيفه هذا التعريف إلى التعريفات السابقة بأن المكون الأساسي للتبادل بين الأفراد هو المحتوى الذي يتم بشكل صور ورسائل ومقاطع فيديو وبالتالي قرّم هذا التعريف أهم الخدمات والوظائف والأدوار الأساسية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي.

هذه التعريفات السابقة الذكر لشبكات التواصل الاجتماعي أخذها بالتعريف مجموعة من الباحثين والدوائر العلمية والجمعيات، فالبعض عرفها من منطلق الخدمات التي تتيحها، والبعض الآخر ربطها بالمكونات، يأتي في الوقت الذي تركز فيه بعض التعريفات على المميزات التي تتمتع بها هذه المواقع وهذا ما أورده هبة محمد خليفة.

ولعله من المفيد في هذا المنحى وضع تعريف اجرائي شامل لشبكات التواصل الاجتماعي ويمكن أن نعرفها على الشكل التالي:

■ مجموعة من المواقع التي تسمح لمستخدميها من التبادل والنشر والتشارك بالصور والفيديوهات والنصوص المكتوبة في القضايا التي تهمهم من خلال ما تتيحه من مميزات وخدمات تفاعلية فائقة الحدود " .

ب . نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت الرؤى حول تاريخ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي لكن حاولنا أن ننوه ولو بشكل يسير حول البدايات الأولى لظهورها وأهم التطورات التي لحقت بها.

في عام (1945) صاغ جون بارنز joh Barnes والذي كان باحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر. ²

وتعتبر أعوام التسعينيات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور مواقع التواصل الاجتماعي أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، حيث صمم " راندي كونراندز " موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995 وأطلق عليه اسم " mates .com

¹ سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، بحث مقدم للملتقى العمل الإنساني المملكة العربية السعودية، 2013، ص: 11

² حسين محمد هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015

« six degrés »، وبهذا الحدث يسجل أول موقع تواصل اليكتروني افتراضي بين سائر الناس¹ وموقع « six degrés » عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لم تستطع أن تُدر ربحاً لمالكيها، بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999، 2001².

لكن الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم كان مع سنة 2002 عندما ظهر موقع « friendster » في كاليفورنيا من قبل jonathan abrams ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية ويسمى بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور وملفات الأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا³. وهو متاح بعدة لغات "الإنجليزية / اليابانية / الصينية / الكورية / الإسبانية / وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار العينة⁴.

حقق هذا الموقع نجاحاً باهراً دفع « google » إلى محاولة شرائها لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من عام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة « sky rock » كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام 2007 واستطاعت تحقيق صدى وانتشار واسع، لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. ومع بداية عام 2009 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من « google » وهو موقع « my space » الأمريكي الشهير ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي⁵، وبالموازاة مع ذلك ظهر موقع الفيسبوك على يد "مارك زكوبيرج" بجامعة هارفارد كمنافس وكان ذلك سنة 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات المتطورة مما أدى إلى ازدياد أعداد مستخدميه بشكل كبير، ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 90

¹ عبد الكريم العجمي الزباني: استخدامات وتمثيلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها (الفيسبوك أنموذجاً)، دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام بجامعة البحرين، 13 مارس 2012، ص: 11، 12.

² فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني ط 01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص: 55.

³ عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011، 2012، ص: 33.

⁴ نفس المكان

⁵ عبد الغفار أمين سعيد: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط 02، اترك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، د س، ص: 34.

مليون مستخدم على مستوى العالم، وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر linkedin, twitter لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور¹.

وهناك توجه آخر يرى بأن الفترة ما بين "1997 إلى 2001" هي الميلاد الحقيقي لشبكات التواصل الاجتماعي، والتي كانت تعنى بالجماعات العرقية المقيمة في الولايات المتحدة الأمريكية وكانت موجهة لها مثل: "أسين أفوني" التي كان جل مشتركها من الآسيويين و"بلاك نات" التي اشترك فيها الزوج و"ميجنت" الموجهة لأمريكا اللاتينية، هذه الشبكات كانت محصورة في الحدود الجغرافية بين العرقيات الإثنية في الدولة الواحدة².

وعليه فقد مرت شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة من التطورات والمراحل لتحتل المركز الذي هي عليه اليوم .

2 . خصائص شبكات التواصل الإجتماعي وتصنيفاتها

أ . خصائص شبكات التواصل الإجتماعي:

نستعرض فيما يلي الخصائص المشتركة التي تجمع بين مختلف أشكال تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي وتعكس الجوانب المميزة لها عند استخدامها وتوظيفها في مجالات التواصل الاجتماعي والوعي مع التركيز على أهم الخصائص محور الاهتمام في البحث وهي كالاتي:

- **التشارك في الاستخدام Participation:** حيث تشجع شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من تطبيقات الإعلام الجديد مستخدميها وزوارها على إبداء تعليقاتهم وآرائهم وردود أفعالهم، بل وتقييم ما يجدونه عليها من محتوى فضلا عن تداول المعلومات المنشورة وإعادة نشرها بين نطاقات واسعة من الجمهور ولذا فهي تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية في تجاوز الفواصل بين الإعلام والجمهور.
- **المناقشة وتبادل الحوار Conversatio :** تعكس هذه الخاصية مركزية الاتصال التي تقوم عليها وسائل الإعلام التقليدية حيث تتبنى شبكات التواصل الاجتماعي نمط الاتصال التحواري الذي يقوم على مرونة تبادل الاتصال بين الأطراف المشتركة فيه ولعلى هذه التسمية تحديدا من أبرز السمات الاتصالية التي تتمتع

¹ عبد الغفار أمين سعيد: م. س. ذ ، ص:34

² عبد الكريم تفرقنيت: م. س. ذ، ص: 04

- بها شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث تقوم بشكل كبير على توظيفها في فتح مجال المناقشات بين الأفراد المهتمين بموضوعات وقضايا محددة¹.
 - **الانفتاح Opennes**: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء أو التعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليق وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى .
 - **المجتمع Community**: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بالشكل الفعال ومن ثمة ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية أو للتعلم ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا اليكترونيا متقاربا².
 - **الترباط Connected** : تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها البعض وذلك عبر الروابط التي توفرها تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا³.
 - **الحضور الدائم غير المادي**: توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الذي بمقدوره أن يرد عليه بنفس الطريقة كما يمكن لهما أن يتوصلا مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون.
 - **الوضوح الهوياتي**: في الغالب يحدث ذلك تلقائيا لأن هدف كل شخص أن يتواصل ويتعارف على الآخرين وهذا يتطلب أن يفصح عن معلوماته الشخصية بصراحة دون تحايل أو كذب كي لا يتناقض مع الغاية التي من أجلها أشرتكم بهذه المواقع⁴.
- ويضاف إلى هذه الخصائص أيضا أن مواقع التواصل الاجتماعي أيضا تمكنت من كسر الحواجز والخطوط الحمراء التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين العاديين والمسؤولين، كما تحولت إلى سلاح حاد لرصد ومتابعة وكشف قضايا عديدة من الفساد بمختلف أشكاله في هذه الدولة أو تلك وأتاحت هذه المواقع

¹ مها عبد المجيد صلاح: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة المخدرات(دراسة على موقع شبكة فايسبوك)، المجلة العربية

للدراسات الأمنية والتدريب، تصدر عن جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المجلد 29، العدد 57، 2012، ص: 34

² مصعب حسين الدين قتلوني: ثورات الفاييسبوك(مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير)، ط01، شركة المطبوعات للنشر

والتوزيع، بيروت، 2014، ص: 97

³ نفس الكان

⁴ عبد الرحمان علي: الإعلام الجديد وتكنولوجيا العالم الجديد، ط01، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص: 43

حرية التعبير للأفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم عن مختلف القضايا بعد أن كان ذلك يعد ضرباً من الخيال.¹ وقد أفرد بعض الباحثين خصائص أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي وهي:²

❖ **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويصورها ويقوم من خلالها بالتعريف عن نفسه من خلال النص الصورة الموسيقى، الفيديوهات.

❖ **طرق جديدة لتكوين المجتمع:** تسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأشخاص بخلق صداقات مع الأصدقاء يبادلون الاهتمام والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت³، غير أن شبكات التواصل الاجتماعي دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل « Tages » والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات، كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوا... وغيرها من الخدمات.

❖ **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكن خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد على الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن الشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضاف الموقع غالباً ما يتحمل تكاليف، في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة للجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.

❖ **الاهتمام:** هي شبكات تُبنى من خلالها مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة الصحة، والشؤون الخارجية وغيرها.⁴

❖ **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.⁵

¹ سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة ؟ ، المملكة العربية، نشر في أبريل 2012 ص:45، المادة متوفرة على الرابط <http://www.conference.new.egypt>

² مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات والاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفاييسوك في الجزائر، مذكر ماجستير في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامع الحاج لخضر، باتنة، 2011 ص: 52

³ مريم نريمان نومار: م. س. د ، ص: 52

⁴ نفس المكان

⁵ حسين محمد هتيمي: م. س. د، ص: 85

يبدو جليا من خلال العرض السابق لخصائص شبكات التواصل الاجتماعي أنها وجدت لنفسها مكانة عند كل فرد، مؤسسة، منظمة... دون مراعاة لحدود الزمان والمكان، حيث غيرت في الكثير من أنماط الحياة والاتصالات الشخصية وأوجدت سبلا جديدة للتفاعل والتشارك والاستخدام. ومن خلال ما تتمتع به من خصائص غيرت مقولة ديكرارت من "أنا أفكر إذا أنا موجود" إلى "أنا أتصل اذا أنا موجود"، هذه المقولة أصبحت النسخة الجديدة لنوع جديد من الإنسان لم يعد الأساس عنده هو الاستقبال الشخصي بل تعددية العلاقات وتشابكها في ظل مجتمع افتراضي فتح حيزا كبيرا للاتصال والتواصل.

ب . تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن تصنيف هذه الشبكات من حيث أشكالها واهتمامات المتعاملين معها إلى الآتي:¹

أولا : الشبكات العامة أو الواسعة النطاق Broad range social network

وهي إحدى أنواع الشبكات التي صممت من أجل توفير الفرص لروادها للتفاعل وفتح باب الحوار مع عامة الجماهير من خلال تقنية الويب "2.0" على الشبكة العالمية الأترنت، حيث تعمل هذه الشبكات كمحطات التقاء والاجتماع بين الأشخاص بهدف المشاركة في المحتويات والملفات والصور، وأهم ما يميز هذا النوع من الشبكات أنها تمثل النوع العام من الشبكات الاجتماعية حيث أن المواقع المدرجة تحتها لا تختص بخدمة فئة أو جهة بعينها، كما أنها لا تحدد محيط أو نوع الحوار المتاح للطرح إذ يمكن فتح حوارات عن موضوعات مختلفة ومن أمثلة الشبكات الاجتماعية العامة مايلي:

- ❖ **موقع الفاييس بوك Face book:** ويعد من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأوسعها انتشارا رغم قصر فترة تأسيسه، ولعل من بين أهم مميزاته الجمع بين الأصدقاء وأصحاب الاهتمامات والثقافات .
- ❖ **موقع التويتتر وماي سبيس my space , twitter:** وما تجدر الإشارة هنا هو أن هذه المواقع الاجتماعية وإن ظهرت من خلال اسمها أنها تهتم بالقضايا والموضوعات الاجتماعية بشكل أكبر، إلا أنه من الملاحظ في السنوات الأخيرة قد تدخلت الاستخدامات السياسية كثيرا في استخدام هذه الشبكات وخاصة في دول العالم النامي، حيث أصبحت هذه الشبكات من أهم أدوات المعارضة والتعبير عن الرأي بحيث يمكننا القول أن
- ❖ الاستخدامات السياسية لهذه الشبكات قد أصبحت تحتل المرتبة الثانية بعد الاستخدامات الاجتماعية، وللتدليل على هذا القول قد تعاونت شركة « Google » وهي من كبريات محركات البحث على الشبكة العالمية على موقع « Twitter » الاجتماعي حيث تم إطلاق نظام يتيح الاتصال بالموقع بواسطة الهاتف الأرضي العادي وذلك ردا على قطع عملية الأترنت عن المتظاهرين في جمهورية مصر، بعد أن أعلن آخر مزود بخدمة الأترنت في الدولة وهي " مجموعة النور" بالتوقف عن تقديم الخدمة بسبب الأحداث والاضطرابات التي تشهدها الدولة مؤخرا حيث أصبحت البلاد مقطوعة الكترونيا بالكامل وأعطيت للمتظاهرين أرقام هاتفية تتيح لهم التواصل عبرها لنشر وتلقي رسائلهم عبر موقع « Twitter » الاجتماعي.

¹ تيسير أبو عرجة وآخرون: وسائل الإعلام (أدوات تغيير وتعبير)، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص:332

ويعد موقع التويتر حاليا من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر موقع تدوين مصغر، برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل: "حرائق كاليفورنيا 2008م والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام، واحتجاجات الانتخابات الإيرانية عام 2009م".¹

ويبقى موقع "التويتر" إلى يومنا الحالي من أهم الشبكات الاجتماعية التي تتمتع بجماهيرية عالية والتي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حيث تكون أقرب إلى الجماهير وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين.²

ثانيا: الشبكات الاجتماعية ذات الاهتمامات المشتركة Interest based social networks

وهي مواقع اجتماعية تجمع أشخاصا يناقشون موضوعات مختارة وتجمعهم اهتمامات مشتركة في موضوعات معينة مثل الاهتمامات العلمية والمهنية والمتعلقة بالأعمال أو الرياضة أو الصحة ... وبالنسبة لقلّة الموضوعات في مثل هذا النوع من الشبكات الاجتماعية فإن عددها أقل من الشبكات الاجتماعية العامة أو الواسعة النطاق، تعتمد مواقع هذا النوع من الشبكات على الإعلانات التجارية كعمول رئيسي ومن مواقع هذا النوع من الشبكات ما يلي:³

❖ **موقع لينكدن linkedin:** وهو موقع يلتقي فيه أصحاب الكفاءات العالية حول العالم ويمثلون أكثر من 170 تخصص أو مهنة وأكثر من 200 دولة حيث يمكن لأي فرد في مجال معين و أن يتقدم وأن يتعاون مع نظرائه في نفس المجال ويقدم خبرته ورأيته وذلك لتحقيق الأهداف المشتركة بين الخبراء. ومن بين خصائصه نذكر:⁴

- ✓ يمكن المستخدمين وضع صور مشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين.
- ✓ يمكن المستخدمين من التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم .
- ✓ يمكن لأصحاب العمل من وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين.
- ✓ خاصية انشاء المجموعات تتيح لأي شخص أن يشكل فريق من المهنيين والدخول في نقاشات حول الوظائف .

❖ **موقع Fool.com:** وهو موقع خدماته مالية يهدف إلى بناء أكبر مجتمع استثماري عالمي وتصل معلوماته إلى ملايين الأشخاص من خلال البريد الإلكتروني والكتب والصحف والإعلانات عبر الوسائل المختلفة.

❖ **موقع Military. com:** وهو موقع خاص بالعسكريين وعائلاتهم، حيث يساعدهم على الاستفادة من خبراتهم وتجاربهم في مجال الخدمة العسكرية ويقدم خدمة لعائلاتهم من خلال تقديم المنح الدراسية والدعم الحكومي.⁵

¹ تيسير أبو عرجة وآخرون: م. س. ذ، ص: 333

² علي ربحي محمد: ثورة الإتصال والمستقبل، ط01، دار اليمامة للنشر والتوزيع، عمان، د س، ص: 75

³ تيسير أبو عرجة وآخرون: م. س. ذ، ص: 333

⁴ علي ربحي محمد: م. س. ذ، ص: 75

⁵ تيسير أبو عرجة وآخرون: م. س. ذ، ص: 334

ويمكن أن تصنف أنواع الشبكات الاجتماعية أيضا حسب الهدف من انشائها والخدمات التي تقدمها وهي ثلاثة أنواع:¹

❖ **مواقع شخصية:** للأفراد والأشخاص ومجموعة الأصدقاء، تمكنهم من التعرف وإنشاء صداقات مثل " face book ,twitter"

❖ **مواقع ثقافية:** تختص بنشاط فني معين وترتبط المهتمين بموضوع أو تخصص معين مثل " The earopean Library .library thing"

❖ **مواقع مهنية:** وهي التي تنشأ بواسطة المؤسسات المهنية بغرض تجميع المهتمين بمهنية معينة مثل " Linkedin"

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع وهي:

❖ شبكات تتيح التواصل الكتابي.

❖ شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس شبكات التواصل الاجتماعي اليوم في توفير أكثر طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي².

وهناك تقسيم رابع يقسم شبكات التواصل الاجتماعي إلى:³

❖ **شبكات داخلية خاصة "Internal social Networking":** تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص، يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل الآراء والملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة « Linkedin » .

❖ **شبكات خارجية عامة "External social Networking":** وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة " فيسبوك"⁴ من خلال هذا التقديم لأشكال شبكات التواصل الاجتماعي ندرك أن النقاء هذه الأجناس على الشبكة مثل الفايسبوك، ماي سبيس، تويتر، لينكدن... " بجميع مفارقاتها يوجي بتنوع خدماتها والأهداف التي تسعى إليها فالبعض يصنفها على أساس المتعاملين معها إلى شبكات واسعة النطاق وشبكات ذات الاهتمام المشترك والبعض منهم يذهب في تصنيفها على أساس الهدف الذي أنشئت من أجله ومن جهة أخرى تصنف إلى شبكات داخلية خاصة وشبكات خارجية عامة.

¹ خالد بن سليمان معتوق: اتجاهات استخدام طلاب قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية)

مجلة اعلم، العدد 12، تصدر عن جامعة أم القرى، أبريل 2013، ص: 169

² نفس المكان

³ الصاعدي سلطان مبارك: م، س، ذ، ص: 10

⁴ نفس المكان

ولكن بالرغم من اختلاف هذا التصنيف من باحث لآخر إلا أنه يتباين من الناحية النظرية فقط ويتشابه من ناحية المحتوى (اختلاف المسميات).

3 . التقنيات الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي:

في الوقت الحالي هناك سبعة تقنيات رئيسية لشبكات التواصل الاجتماعي وهي:¹

❖ **الشبكات الاجتماعية:** هي مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه و من ثم التواصل مع الاصدقاء و مشاركة المحتويات وأشهرها Fliker ,bebo ,youtube ,myspace ,leaks,wiki ,digg ,twitter...

❖ **المدونات Blogs:** تعتبر المدونات أشهر أوجه الإعلام الجديد وهي عبارة عن مذكرات ترتيب بحيث توضح " التدوينات" الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة، ومن أشهر منصات التدوين Blogger ,word

❖ **press** وتعرف المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت تعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، بإمكان أي مستخدم انشاءها من خلال مواقع إلكترونية شهيرة مثل Blogger المقدمة من Google و Windows life التي تعتبر من أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمة انشاء المدونات وإدارتها على شبكة الأنترنت. حيث يستطيع المستخدم من خلال هذه المواقع إنشاء مدونة وإطلاقها عبر فضاء الأنترنت التفاعلي في وقت وجيز ويعمل على إدارة محتواها بسهولة تامة وتكون بمثابة مساحة حرة يعبر فيها عن رأيه ويعمل من خلالها على نشر أفكاره واهتماماته وبإمكانه تلقي الردود والتعليقات على المواضيع والأفكار الموجودة في المدونة.

وينوه الباحث إلى أن المدونات رفعت من مساحة حرية التعبير عن الرأي وأصبح الأفراد شركاء في الإعلام لكن الكثير منها يفتقر إلى المصداقية والموضوعية التي تميز الوسائل التقليدية " الصحافة والإذاعة والتلفزيون" ²

وقد حاولت العديد من المنظمات والحكومات منع المدونات وإيقاف أصحابها مثل: الصين، السعودية وإيران...الخ³

❖ **الويكي Wikis:** هي عبارة عن مواقع ويب بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة (جماعية)، وهو الموسوعة التي تظم الملايين من المقالات بمعظم لغات العالم وأشهر هذه المواقع « Wikipedia » الذي يمكن المتصفحين من تعديل وتحرير وإنشاء مقالات جديدة وإضافتها لمحتويات الموقع الذي يشكل موسوعة كبيرة من المعلومات حول العالم وحسب إحصائية لشركة « Intel » أن هناك ستة مقالات تنشر على ويكيبيديا خلال دقيقة.

¹ أحمد يونس محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم البحوث والدراسات الإعلامية جامعة الدول العربية، القاهرة، ديسمبر 2013، ص: 58

² مرجع نفسه ، ص: 59

³ مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديد، ط01، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، الكويت، 2000، ص: 117

- ❖ **البوداكست Podacastes**: وهي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصورة والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه دون الحاجة لزيارته في كل مرة ويحمل المحتوى يدويا، فالمستخدم الذي يملك تطبيق على جهازه كتطبيق « Appel Tunes » مثلا يمكنه الاشتراك في خدمة البوداكست لأي موقع يريده بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة ثم يقوم « Tunes » بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا في حال توفرها.¹
- ❖ **مجمعات المحتوى Content communities**: هي مجتمعات (مواقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات التي تهتم بالصور كموقع " فليكر"، وحسب إحصائية لشركة « Intel » أن هناك 20 مليون صورة تعرض في الدقيقة على هذا الموقع وحفظ الروابط « Book mark links » كموقع « Del .icio.us » والفيديو كموقع « You tube ».
- ❖ **التدوين المصغ Mciro blogging**: هو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات اجتماعية تسمح بإنشاء صفحات وحسابات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفا لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة ويتم التدوين إما عبر الويب (سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المتطورة بناء على منصة تطوير الموقع) أو عبر الرسائل القصيرة (sms) ويعتبر التويتر أشهر موقع للتدوين المصغر بالإضافة إلى « Jaiku ,pownce »².
- ❖ **قياس التأثير Klout**: هو موقع يقيس مدى تأثير الناشطين على موقع شبكات التواصل الاجتماعي والأشخاص أكثر تأثرا بهم، إضافة إلى المواضيع المشهورة ودرجة انتشارها اعتمادا على الأشخاص المرتبطين (Engage) ويعطيهم تقييما من 10 . 100 حسب درجة نشاطهم. ويشير الباحث إلى أن هناك مشروع قام به مجموعة من المبرمجين الفلسطينيين يهتم بتصنيف الحسابات والصفحات الأكثر تأثيرا على مستوى فلسطين تحت عنوان " الصفحات الزرقاء Palastine blue page"
- ❖ **المحادثة الإلكترونية** ويقصد بها كل حوار أو نقاش أو دردشة أو حديث يتم بين شخصين أو بين مجموعة أشخاص إما بالنص أو الصورة أو الصوت أو كليهما معا.³
- ❖ وهناك من لا يتقيد بهذه التقنيات الاتصالية السبعة ويضيف تقنيات أخرى نذكرها على النحو التالي:⁴
- ❖ **أوركوت Orkut**: منتج جوجل والذي لم يلقى راجا كبيرا في أمريكا لوجود العملاقين الفاييبوك والماي سبايس.
- ❖ **نت لوق Net log** وهاي 5 , Hi 5
- ❖ **Xing** وهو شبكة اجتماعية للمستخدمين المحترفين حول العالم .
- ❖ **ديفاننت آرت Deviantart**: الموقع الأشهر لعرض التصاميم الرقمية في شتى المجالات.

¹ أحمد يونس محمد حمودة : م . س . ذ ، ذكره ص : 59

² مرجع نفسه، ص : 61

³ محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصال وشبكة المعلومات، ط01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص ص: 79، 84

⁴ ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف الكافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط01، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 113

❖ **أرتيكيان Artician** : وهو شبكة اجتماعية تحمل المصممين الرقميين على شبكة الأنترنت على غرار ديفاينت آرت ولكن بشكل أكثر إتقانا وبخصائص أكثر تنوع .

4 . فوائد شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطرها

أ . فوائد شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الإيجابيات التي تتمتع بها وهي:¹ شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع الأصدقاء عبر المدونات والألعاب وتبادل الصور، ويقول الخبراء في هذا المجال: " إن الأساس هو الحفاظ على حداثة المحتوى ومهارات الابتكار في المنتج "، هذا وقد أوضح علماء النفس ألمان أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحا وصراحة وقالت " زابينة تريببته " في دراستها التي أجرتها معها زميلها " ليونارد راينكه " بكلية هامبورغ ميديا: " إن من يذكر الكثير من بياناته الشخصية على أحد مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع الفيسبوك، تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية أكبر على المصراحة الذاتية " وأوضحت أن استعداد أكبر للبوح بالمزيد من المعلومات الشخصية يتكون لدى هؤلاء الأشخاص مع مرور الوقت.

وتقوم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بدور فعال في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلازل في نشر رسائل الاستغاثة والدعوة والتبرع، حيث استخدم نجوم السينما والفن الذين يسجلون حضورا على تلك المواقع بصفتهم التي يتابعها الملايين لنشر رسائل تحث للتبرع للصليب الأحمر، كما أنها تعمل على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال أحد المواقع التعليمية في الشبكة والتي تمنح الطلاب الفرصة للاستفادة من تلك الخدمات بمراجعة المادة الدراسية والإجابة عن الاستفسارات التي طرحها الأستاذ المقرر .

وقد أشار استطلاع أجرته ' كارير تشونيتي دوت كوم ' البوابة الإلكترونية المتخصصة في مجال التوظيف في منطقة الشرق الأوسط إلى " أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي باتت من بين أكثر الوسائل شعبية للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي في منطقة الشخصية الأوسط، حيث جاء موقع Face book في المرتبة الأولى وتبعه موقع Linkedin ثم موقع Twitte.²

فكل ماكان مستحيلا أصبح بالإمكان بلورته من خلال هذه المواقع على أرض الواقع بعد جمع الحشد وتأييد المناصرة اللازمة لها، فلقت اقبالا لافتا خلال فترة قصيرة على الصعيد الإعلامي والمجتمعي جراء ما تتمتع به من فوائد جعلت من المستخدم أكثر انفتاحا وصراحة للبوح بما لديه من معلومات في فضاء غير محدد.³

¹ زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مجلد 26، العدد 02، فلسطين، 2012، ص: 1396

² نفس المكان

³ رولا عبد الرحمان الجمل: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، ط01، مطبعة جامعة البحرين، د س، ص: 25

❖ **تعبئة الرأي العام:** تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دورا فعالا في تعبئة الرأي العام اتجاه بعض القضايا السياسية، على سبيل المثال أصبحت هذه الشبكات مجالا للاحتجاجات للدعاية الانتخابية وجمع التأييد الشعبي.¹

❖ **ظهور المواطنة الافتراضية:** فتحت شبكات التواصل الاجتماعي المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت وهذه الظاهرة يطلق عليها « virtual eitizen hip » في ظل التوترات التي تعانيها الدولة الرقمية وتقلص أو انعدام الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها في السياقات الواقعية في المجتمعات العربية، ويصبح المجتمع الافتراضي مجال ممارسة لحقوق المواطنة والمطالبة بالحقوق السياسية.

❖ **تفعيل دور المجتمع المدني:** تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني حيث أن هناك العديد من منظمات المجتمع المدني قد نبئت لها قواعد في المجتمع الافتراضي وتعمل هذه المنظمات على استغلال هذه الشبكات في زيادة عدد أعضائها والتواصل بينهم ودعوة المستفيدين إلى برامجها ومشروعها².

وهناك فوائد أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي وهي:³

- بناء وتحسين سمعة المنظمة لدى العملاء.
- استنباط كفاءات جديدة والتعرف على الموظفين من خلال مواقعهم وصفحاتهم.
- الانتشار الواسع بدون معوقات وتنوع شرائح المستخدمين.
- انخفاض التكلفة.
- التعريف بالمنتج وبناء اسم تجاري.
- أداة فاعلة للعلاقات العامة ونشر أخبار الشركة.
- مرونة الاستخدام: يمكن اختيار الأداة المناسبة وفقا للحاجة مثل الفايسبوك أو التويتر أو لينكدن أو غيرها.
- الشبكات الاجتماعية صديقة البيئة: التسويق عبرها لا يستلزم قطعاً للأشجار أو تلويثاً للبيئة واستخدام المحروقات كما هو الحال بالنسبة للتسويق التقليدي⁴.

¹ محمد خليل الرفاعي: دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيا قيم الأسرة العربية، مجلة دمشق، مجلد 27، العدد الأول +الثاني

ص: 87

² نفس المكان

³ سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع (التحديات والفرص)، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي جامعة الملك

سعود بجدة ، 2011، ص: 24

⁴ نفس المكان

في هذا السياق يمكن أن نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي لبنة وجزء لا يتجزأ من المجتمع الكلي باعتبار أن الجمهور نشط يتفاعل مع كل القضايا من سياسية، توعوية، تعليمية... وخدمات أخرى تمس الجانب الإنساني من خلال الصفحات و المجموعات المتاحة وأصبحت بذلك تضاوي المؤسسات على أرض الواقع.

ولا بد من الإشارة هنا إلى أن هذه الفوائد المقدمة من قبل شبكات التواصل الاجتماعي تتميز بالتفاعلية والمرونة وسرعة التكيف مع الوقائع، مقارنة بما تقدمه وسائل الاتصال التقليدية من خلال صعوبة إيصال المعلومة بل تأخر وصولها إلى المجتمع المدني في بعض الأحيان.

ب . مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات التي تقوم بدور مهم في تربية النشء واكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي والكثير من الإيجابيات والفوائد التي تتمتع بها، لكن بالرغم من ذلك لا يخلوا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من عدة مخاطر لعل من أبرزها ما يلي:¹

- ❖ **فقدان الأمان والخصوصية:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين الفرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين والإطلاع على أسرارهم وتحركاتهم وما يفعلونه، حتى أن مغزى شبكة التويتر يعني 'ماذا تفعل الآن؟' وهم ما يسهم في معرفة أسرار الآخرين وسهولة اختراق حياتهم والتدخل في شؤونهم بالإضافة إلى سهولة الحصول على معلومات عن الشخص وبياناته ومعرفة تفاصيل حياته لحظة بلحظة عبر شبكة التويتر والفايسبوك، بالإضافة إلى فقدان الأمان تماما في كثير من التعاملات ولعل أهمه التحويلات الإلكترونية والتعاملات المالية عن طريق بطاقات الائتمان .
- ❖ **انتحال صفة الغير:** يسهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في انتحال صفة الغير من خلال الدخول من خلال الشبكات بأسماء مستعارة، وصور وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو جلب مشكلات أو لتلويث سمعة بعض الأفراد أو الاحتيال بين الناس أو حتى التجسس للتعرف على أحوال الدول العربية الإسلامية من خلال مواطنيهم.
- ❖ **التلوث الثقافي وانهيار النظام الاجتماعي:** من أهم مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي أنها تعرض المستخدمين لقيم وسلوكيات المجتمعات الآخرين، ما قد يسبب تلوثا ثقافيا يؤدي إلى تفسخ وانهيار في النظام الاجتماعي، إذا كانت عادات وتقاليد المجتمعات الأخرى متحررة أو لا تتناسب مع عادات وتقاليد المجتمعات الإسلامية.

¹ تركي عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات (دراسة مسحية على العاملين في إدارة العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية)، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص: 25

- ❖ **مشكلات الصحة وسوء التكيف الاجتماعي والنفسي:** يترتب على ادمان شبكات التواصل الاجتماعي مخاطر صحية قد تتضمن ضعف النظر تدريجيا وفرض العزلة والانطواء على المستخدم مما يترتب عليه سوء توافقه النفسي والاجتماعي وفقد القدرة على التعامل مع الآخرين نتيجة عدم تواصله معهم وضعف القدرة على مجابهة المشكلات التي لا تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي ومن ثمة عجز المستخدم على التكيف مع نفسه بتنظيم اشباع دوافعه وفق ما يقره المجتمع¹.
 - ❖ **ضعف التواصل الاجتماعي المباشر:** يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى (الإدمان) لساعات طويلة يوميا، وإلى ضعف الاحتكاك المباشر مع الأهل والأصدقاء بالإضافة إلى أنها تشغل الزوج والزوجة مما يحد من التواصل الاجتماعي المباشر.
 - ❖ **التطرف الفكري:** تمنح شبكات التواصل الاجتماعي لأصحاب الفكر المتطرف والجماعات الإرهابية لبث سمومها في المجتمع، ونشر أفكار هدامة و فئات مظلة تتنافى مع المعايير والقيم الاجتماعية والأخلاقية وتمهيد الطريق للوقوع في أخطار الانحراف وارتكاب السلوك غير السوي، مما يترتب عليه تشويه صورة الإسلام وتفسير الناس منه واستهداف الدين الإسلامي من أعدائه ومنحهم الفرصة بالنيل من أبنائه.
 - ❖ **الإخلال بالنظام العام:** تسهم إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في زعزعة الأمن والاستقرار في طريق افزاع الأفراد وإشاعة الفوضى وبت روح الكراهية، بين مختلف طبقات المجتمع من خلال شائعات مغرضة تهتم الحكومات باعتماد أخطاء متعمدة بشأنها.
 - ❖ **الإباحية والدعارة:** من أهم مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي أنه يمكن اقتحامها وتزويد مستخدميها بصور وأفلام جنسية قد تكون سببا في التفكك الأسري، إلا أن هناك الكثير من منظمات وشبكات الدعارة التي تعزى وتسجل الاشتراك بهذه المواقع تحت مسمى الحرية الشخصية أو خطوط الصداقة وغيرها.
 - ❖ **اثارة المشكلات الاجتماعية والنفسية لدى الأسرة:** يترتب على إساءة استخدام هذه الشبكات في التواصل بين الرجال والنساء امكانية ارتكاب جرائم أخلاقية، فضلا وتبادل مضامين وصور جنسية فاضحة مما يؤدي في الغالب بإصابة الزوجة بمشاكل نفسية واجتماعية².
- والبين مما سبق أنه بات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي يتصدر أحداث الساعة وذلك من خلال:
- ✓ ارتباط قطاع كبير من الأفراد بهذه الشبكات.
 - ✓ امكانية أي فرد أن ينشئ موقع له على هذه الشبكات ببسر وسهولة.
 - ✓ ادراك البشرية وخاصة أبناء الجالية الإسلامية لأهمية هذه الشبكات في حياتهم بغض النظر ان كانت ايجابية أو سلبية.

¹ تركي عبد العزيز السديري: م. س. ذ، ص: 25

² مرجع نفسه ، ص: 27

ثانياً: ماهية موقع الفايسبوك

في ضوء الاهتمام الذي لزم شبكات التواصل الاجتماعي وما تشير إليه العديد من الدراسات التي أثبتت أن استخدام مواقع التواصل في تزايد مستمر نظراً لأهميتها في استقطاب أفراد المجتمع، حاولنا أن نسلط اهتمامنا على أهم متغير في دراستنا وهو موقع ' الفايسبوك ' الذي أحدث نقلة نوعية في المشهد الإعلامي الجديد وعليه سنأخذ بالنشأة والتطور ثم المكونات وصولاً لاستخدامه في الجزائر والعالم العربي.

1. نشأة وتطور موقع الفايسبوك ومكوناته

أ. نشأة وتطور موقع الفايسبوك

مر موقع الفايسبوك في نشأته بمجموعة من المحطات التاريخية التي كانت اسهاماً فعالاً في تطوره ونورد هذه المحطات كما يلي:¹

انطلق موقع الفايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع (فيس ماتش Face match) التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع 'Hot or not' يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، ثم اختيار الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003م عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، في هذه الأثناء ووفقاً لما نشرته جريدة " هارفارد كريمسون " فإن موقع " فيس ماتش " استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الأنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية، مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين لاختيار الشخص الأكثر جاذبية " ولكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي 'إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ اجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون ادراك الحاجة لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للكليات الأخرى'².

وفي مدونته يقول مارك زوكربيرج " هناك أمر مؤكد هو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على انشاء ذلك الموقع والانتهاك الذي حدث، لكن على أي حال فأعتقد أن أي شخص آخر سوف يقوم بذلك في نهاية الأمر "، لقد اتهمت إدارة الجامعة 'مارك زوكربيرج'، بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرده من الجامعة، لكن ولحسن الحظ تم اسقاط جميع التهم التي وجهت إليه.³

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكربيرج بتأسيس موقع " الفايسبوك " على النطاق The face book .com وتحديداً في 04 نوفمبر من عام 2003، قد أدى زوكربيرج بتصريح لجريدة هارفارد قائلاً: " لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ من جامعة هارفارد أعتقد أنه من السخف

¹ مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني (الأسس والآفاق والمستقبل)، الطبعة العربية 01، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الأردن

2015، ص: 251

² مرجع نفسه، ص: 251

³ كاظم المقدادي: الإعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 204

أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالعمل على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط ."

كانت عضوية الموقع قاصرة فقط على طلبة (هارفارد كوليديج) أقدم كليات جامعة هارفارد وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة انظم كل من [ادواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة)، داستين موسكو فيتتر (مبرمج)، أندرو ماكولام (رسام جرافيك)، كريس هيويز] إلى زوكريبرج لمساعدته في تطوير الموقع وفي شهر مارس من عام 2004م فتح الفايبيوك أبوابه أمام جامعات "ستانفورد و كولومبيا ببيل " بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة " ايفي ليغ " وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية،¹ وفي شهر يوليو من العام نفسه تم نقل مقر الفايبيوك إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا، ثم قامت الشركة باسقاط كلمة The من اسمها بعد شراء اسم النطاق Face book .com عام 2005م نظير مبلغ 200.000 دولار أمريكي ثم قام الفايبيوك² باصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005م وهو ما أشار إليه زوكريبرج بالخطوة المنطقية التالية فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة لدعوة للانضمام إلى الموقع، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة " أيل " المندمجة وشركة "مايكروسوفت "

وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفايبيوك عن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له³.

✓ **النواحي المالية:** تلقى موقع الفايبيوك أول عرض استثماري بمبلغ 500.000 دولار أمريكي في يونيو من عام 2004 من " بيتر ثيل " أحد مؤسسي شركة " باي بال "، وفي أحد بيانات التدفق النقدي التي تم تسريبها وجد أنه خلال السنة المالية 2005م تكبد موقع الفايبيوك خسارة صافية تقدر بنحو 63 مليون دولار، تعرض الموقع بعدها للعديد من المساومات البيعية من طرف العديد من الشركات، وفي شهر يوليو من عام 2007م صرح زوكريبرج بأن مسألة بيع الفايبيوك غير واردة على الإطلاق لأنه يود الحفاظ على استقلالية الشركة، حيث أشار قائلا: " إننا لا نسعى إلى بيع الشركة... كما أننا لا نفكر في الطرح الأولي لاكتتاب العام في أي وقت قريب فذلك الأمر لا يمثل غايتنا الرئيسية في الوقت الراهن "⁴.

ومن نفس العام من شهر 2007 قدمت شركة (مايكروسوفت) عرضا إلى الفايبيوك بشراء نحو 5% من أسهم الشركة بقيمة تتراوح ما بين 300 إلى 500 دولار، وفي عام 24 أكتوبر 2007 أعلنت شركة مايكروسوفت أنها قامت بشراء حصة في الفايبيوك بلغة 6,1 % بقيمة 240 مليون دولار وعلى الرغم من

¹ كاظم المقدادي، م. س. ذ، ص: 205

² إيمان علي عون: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص: 49

³ نفس المكان

⁴ صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، ط01، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص: 211

ذلك فإن مايكروسوفت قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوق خاصة مثل 'حقوق التصفية'، وهذا ما يعني أن مايكروسوفت ستتقاضى مستحققاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة كما أن السهم الذي قامت مايكروسوفت بشرائه يخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على الفاييبوك .

وفي أكتوبر من عام 2008م صرح زوكربيرج: " لا أعتقد أنه يمكن النظر للشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة للربح بالطريقة نفسها التي تتم من خلالها عمليات البحث في الأنترنت ... وفي غضون ثلاث سنوات من الآن ينبغي أن نفكر في الشكل الذي ينبغي أن يكون عليه النموذج الأمثل للموقع ولكن لا يمكن القول إن ذلك الأمر يمثل أولى اهتماماتنا في الوقت الراهن ".¹

وتأسيسا لما سبق فإن جل حكاية الفاييبوك فقد بدأت في الحرم الجامعي وانتهت بالاعتراف به رسميا بعد المشاكل العديدة التي تعرض لها وأصبح معروفا عند جميع الناس، تقول في ذلك (سالي دانيال Saly seenan) في مجلة النجاح Succes في أبريل 2011: " إذا كان الفاييبوك دولة فسيكون أكثر ثالث دولة في العالم بعد الصين والهند مباشرة، مئات من الناس الجدد ينظمون كل ساعة وهو نجاح بالتأكيد أكثر من 800 مليون مستخدم بحلول يوليو 2011 والثالث في عدد السكان بعد الصين والهند ولكن تحقق ذلك في غضون ثماني سنوات فقط بدلا من آلاف السنين، حقق الفاييبوك ربحا قدره (مليار) في عام 2011.²

ب . مكونات الفاييبوك

يتكون الفاييبوك من مجموعة تتألف من أعضاء وتصنف على أساس المكان والإقليم والعمل والجامعة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات أو المجموعة، ثم يبدأ بالتصفح واختيار ما يناسبه ويكفي أن تكتب البريد الإلكتروني أو اسم أحد الأصدقاء في المكان المخصص للبحث ولو كان مشترك على الفاييبوك ستجده وتتفاعل معه ويمكن تفصيل ذلك فيما يلي:³

❖ **الصفحة الشخصية Profile:** وهي الصفحة الشخصية للمستخدم وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو وملاحظات وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها، ومن أهم التقنيات الموجودة عبر هذه الصفحة والتي يمكن الاستفادة منها هو " شريط ماذا يخطر في بالك؟ Whates on your mind" ويوجد هذا الشريط في أعلى الصفحة ويمكنك من كتابة حالتك الحالية وتظهر على حائطك الشخصي وغيره بسهولة ومن خلال ذلك يتلقى المشترك أصدقاء وتعليقاتهم وإعجابهم وتبدو قوة تأثير الكتابة عند تواجد عدد كبير من الأصدقاء لدى المستخدم .

¹ صلاح محمد عبد الحميد، م. س. د، ص ص: 211، 212

² بول ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة،، ترجمة هبة ربيع، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص: 33

³ حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، م. س. د، ص: 135

❖ **الرسائل Messages:** وهي من الأدوات الهامة ومن خلالها يستطيع المشترك الإطلاع على الرسائل الواردة وكذلك ارسال رسائل جديدة ورؤية التحديثات المرسله بالصفحات وبالمجموعات المشترك فيها والرسائل التي أرسلها¹.

✓ **المجموعات Groupes:** وهي من أهم وأخطر التقنيات الموجودة بالفيسبوك لقيام أي جهة أو مؤسسة أو فرد بعمل مجموعة يتم من خلالها التعريف بالأفكار الجديدة والدعوة لها، وتزداد أهمية المجموعات بزيادة أعضائها ومشاركتهم وإيمانهم بالأفكار والمبادئ التي تدعو لها المجموعة ولإنشاء مجموعة يتم الضغط على القائمة الجانبية في الصفحة الرئيسية في الرابط Groupes ثم الضغط على الزر creat,groupees ويتم كتابة بيانات المجموعة الجديدة فنكتب وصف للمجموعة ونوعها وعنوان البريد الإلكتروني، ثم الخطوة التالية وهي التخصيص فيها من خلال الاختيارات المتاحة.

وهناك ثلاث اختيارات تمثل أنواع المجموعات وهي:²

✓ **مجموعة مفتوحة:** وهي معروفة للجميع وهذا الخيار يعني أن هذه المجموعة يمكن لأي شخص أن يسجل فيها .

✓ **مجموعة مغلقة:** حيث أن هذه المجموعة يظهر وصفها للجميع ولكن للإنضمام إليها لابد من موافقة المسؤولين على هذه المجموعة وبعد الموافقة تبدأ المجموعة في الظهور على الصفحة ويمكن الاشتراك فيها .

✓ **مجموعة سرية:** بمعنى أن هذه المجموعة لا تظهر لأي شخص على الفيسبوك ولابد من دعوة الأشخاص للإنضمام إليها من قبل المسؤولين عنها.

✓ **مجموعات الدردشة:** ظهرت في الآونة الأخيرة تقنية مجموعات الدردشة chat groupe ومن خلالها يمكن أن تضيف كل أصدقائك إلى Groupe حتى دون موافقتهم، ويتم مشاركتهم في كل اضافة إلى Groupe وهذه التقنية تجعل الأشخاص على اتصال دائم وفعال وهذا النوع من المجموعات له أهمية وخطورة حيث أنه يمكن جمع عدد من الأعضاء في وقت قصير، أنه لا يستلزم موافقة من يتم إضافتهم " بل يتم اجبارهم على المشاركة " وإن كان لهم بعد الإضافة الخروج من المجموعة.

❖ **صفحات الأعمال الرسمية أو صفحات الإعجاب:** وتعتبر وسيلك هامة من وسائل التواصل مع المعجبين بشخصية أو فكرة أو خدمة أو حدث، ويقوم الأفراد والمؤسسات حاليا بتأسيس صفحات على الفيسبوك للتواصل مع أحبائهم ومعجبيهم أو استقطاب معجبين جدد ومن خلالها يتم ارسال كل التحديثات واستقبال التعليقات على كل ما هو جديد.

¹ حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، م. س. ذ، ص: 136

² مرجع نفسه ذ، ص: 135

2. سمات موقع الفايسبوك وآليات التواصل بين الأعضاء

أ. سمات موقع الفايسبوك

يتضمن موقع الفايسبوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه السمات نذكر:¹

❖ **سمة Wall:** أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة في هذا المستخدم.

❖ **سمة Pokes:** أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال " نكزة " افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن اشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

❖ **سمة Photos:** أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات من الصور إلى أجهزتهم إلى الموقع.

❖ **سمة Statues:** أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية ابلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية، ففي يوليو من عام 2007م أتاح الفايسبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط، وبمرور الوقت بدأ الفايسبوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع.

❖ **سمة News Feed:** أو التغذية الإخبارية تم الإعلان عنها في 06 سبتمبر من عام 2006م تظهر هذه السمة على الصفحة الرئيسية للمستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، في بداية الأمر أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي الفايسبوك حيث شكا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبّر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين)، وردا على تلك الحالة من الاستياء قدم زوكربيرج اعتذارا عن اخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد، ومنذ ذلك الحين صارت لدى المستخدم القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، فظلا عن ذلك فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها، مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحة الحائط الخاص بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرا.²

¹ صلاح محمد عبد الحميد: م . س . د، ص: 214

² دهيمي زينب: مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "، مجلة العلوم الإنسانية، العدد(26)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة

- ❖ **سمة Face book notes:** تم تقديم هذه السمة أو ما يسمى تعليقات الفايسبوك في 22 من شهر أغسطس لعام 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة المعلومات والصور التي يتم تضمينها، وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع " زانجا " و " لايف جورنال " و " بلوجر " وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.
- ❖ **سمة Chat:** خلال الأسبوع الذي وافق 07 أبريل 2008 أصدر الفايسبوك تطبيق ارسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet أطلق عليه اسم « Chat »¹، ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم وهو يشبه في أداء وظيفته "برنامج إرسال الرسائل الفورية " الموجودة على سطح المكتب.
- ❖ **سمة Marketplace:** أطلق الفايسبوك هذه السمة في ماي في العام 2007م، هذا السوق يتيح للمستخدمين نشر اعلانات مبنية مجانية .
- وفي 20 يوليو من عام 2008م قدم الفايسبوك إمكانية « Face book beta » - نسخة تجريبية من الفايسبوك - وعبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محدودة. كما تم دمج سمي Mini feed , Wall وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً، وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاح للمستخدمين في بادئ الأمر فإن الفايسبوك بدأ في احالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتباراً من سبتمبر 2008م .
- وفي 11 من شهر ديسمبر لعام 2008م تم الإعلان عن اختبار الفايسبوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول في شكل أبسط².
- ويضيف يوسف المقدادي في كتابه " ثورة الشبكات الإجتماعية " ما يلي:
- ❖ **سمة الهدايا Gets:** وهي ميزة تتيح للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا، حيث تتكلف الهدية 100 دولار لكل هدية ويمكن ارفاق رسالة شخصية بها ويمنح الموقع كذلك أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات للترويج للصفحة مع " Face book adel " والتي تدفع كل مستخدم يشاهد هذا الإعلان الموصل للصفحة عبر الفايسبوك، بحيث يدفع مبلغاً يومياً أو شهرياً أو سنوياً يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حال الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكن من رؤيته³.

¹ دهيمي زينب: م. س. د ، ص: 260

² نفس المكان

³ خالد غسان يوسف المقدادي: م. س. د ، ص: 36,37

إن الحديث عن مجموع هذه السمات يدفعنا إلى القول بأن الفايسبوك أتاح العديد من السمات التي تميزه عن باقي مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى مثل My space, twitter ليكون في متناول هذا المجتمع الافتراضي وسهولة التعامل والتواصل بكل يسر وسهولة في ظل العلاقات والمصالح التي تجمع الأفراد بعضهم البعض، هذه السمات لم تأتي جملة واحدة ولكن مرت بالعديد من المحطات التاريخية والكثير من النقد للتعديل والتغيير والتحسين لتكون بما عليه اليوم .

ب . آليات التواصل بين أعضاء موقع الفايسبوك

يتيح موقع الفايسبوك مجموعة من الآليات للتواصل بين أعضائه وهي:

- ❖ **التعليقات:** خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين لها وذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات والضغط على الزر (comment) إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك إضافة رابط موقع أو صورة.
 - ❖ **الإشارة:** خاصية الإشارة Tages متاحة في الصور والفيديو بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفايسبوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة¹.
 - ❖ **الإعجاب:** خاصية "معجب" متاحة أيضا بنفس آليات التعليقات بين الأصدقاء والصفحات والمجموعات المنظمين لها، يعتمد ذلك أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب "like" لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك، وتتميز هذه الخاصية بسهولة استخدامها وتطورها في الفايسبوك، تم إضافتها في كل المواقع الأخرى².
- كما قامت ادارة موقع الفايسبوك بتطوير مجموعة من التطبيقات على نظام الموقع وقد تزامنت هذه التطويرات والتحديثات مع بروز الخدمة الجديدة المنافسة للفايسبوك « Google+ » والتي جذبت الملايين من المستخدمين بمجرد مرور عدة أسابيع من انطلاقتها، وسنعرض أهم وآخر عشرة تحديثات وتطويرات على موقع الفايسبوك وسيكون الترتيب بحسب الأكبر ثم الأصغر³:

¹ عباس محمد الصادق: الإعلام الجديد (دراسة في مداخله ونظرياته)، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص: 112

² نفس المكان

³ مبارك زودة: دور الإعلام الجديد في صناعة الرأي العام (الثورة التونسية أنموذج)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

- ❖ **الاشتراك بدلا من المصادقة:** عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدما آخر في الفايسبوك فإن ذلك معناه أن يتصل كل مستخدم منهما إلى الآخر وتظهر في صفحته الرئيسية، وهذا هو أحد الفروق الرئيسية بين الفايسبوك وبين موقع التويتر لأن موقع التويتر يستخدم المتابعة بدلا من المصادقة فالمتابعة تعني أن يتبع أحد المستخدمين (أ) فتكون المتابعة مشتركة بين الطرفين، الآن أصبحت هذه الطريقة المتبعة في التويتر موجودة أيضا في موقع الفايسبوك واسمها " اشتراك " أو "Subscribe".
 - ❖ **قصص هامة وقصص حديثة:** يستعمل نظام الفايسبوك مصطلح (قصص) ليعبر عن منشورات وتحديثات الأصدقاء وقد قام بتقسيم هذه القصص إلى: قصص هامة وتكون في بداية الصفحة وتظهر تحتها القصص الحديثة.
 - ❖ **التحكم بقوائم الأصدقاء:** يجد المستخدم عندما يدخل صفحة صديقه أيقونة جديدة بجدار اسم صديقه بعنوان (الأصدقاء) تسهل عليه الحذف أو الإضافة.
 - ❖ **سريع التنبيه السريع Ticke:** أضافت إدارة الفايسبوك مرجعا جانبيا يظهر في صفحة المستخدم الرئيسي هذا المرجع يقوم بعرض تنبيهات لما يقوم به الأصدقاء على صفحتك.
 - ❖ **الإشارة على الصورة أصبحت بإذن:** فالميزة التي أضافها الفايسبوك أنه عندما يشير أحد أصدقائك إليك في صورة خاصة به فإنه لن يتم اعتماد الإشارة إلا إذا وافقت أنت عليها، ستلاحظ عند وضع الصفحة الشخصية أنه يوجد تصنيف جديد بجانب القائمة الجانبية تحت كلمة (حائط) مكتوب عليه (بحاجة للمراجعة) ¹.
 - ❖ **لن يمتلئ صندوق الوارد برسائل الفايسبوك بعد اليوم:** قررت إدارة الفايسبوك إرسال رسالة واحدة يوميا تحوي ملخص لما تم وقام به الأصدقاء بدلا من إرسال رسالة منفصلة لكل نشاط أو رد أو منشور على عكس كما كان من قبل.
 - ❖ **مساحة عرض الصور أصبحت 960 بكسل بدلا من 720 بكسل:** أصبح الآن عرض الصور يتم في صفحة منفصلة عن المحتوى، ويتم عرض الصورة بدون أي محتوى إضافي بجانبها مما يسمح بمساحة أكبر للصور تصل إلى 960 بكسل.
 - ❖ **أكتب المنشور وحدد المكان الذي أنت فيه:** قامت إدارة الفايسبوك في الآونة الأخيرة بإضافة أيقونة صغيرة تحت مربع النشر، هذا المربع لتحديد المكان المتواجد فيه المستخدم عند كتابة المنشور إذ أراد التحديد بالنقر عليها سيكون متاح للمستخدم كتابة المكان الذي هو فيه الآن وبمجرد بدء الكتابة ستظهر الخيارات المشابهة لما تقوم بالكتابة لكي يسهل لك اختيار المنطقة أو المدينة التي أنت فيها. ²
- بالنظر إلى ما سبق ذكره من آليات للتواصل نعتبر أن الفايسبوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة للاتصال والتواصل وذلك بفضل التطبيقات التي أتاحتها وقد وصفه مارك زوكربيرج "بدليل سكان العالم".

¹ مبارك زودة : م . س . ذ ، ص : 122

² مرجع نفسه، ص ص : 123،124

3 . أهمية الفـايسبوك بالنسبة للمجتمع:

أصبح الفاييسبوك المرجعية التي يعتمد عليها الأفراد والمؤسسات في كثير من الأعمال والمواضيع بغض النظر عن المجالات إن كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية ...

■ إجتماعيا:

لقد أثرت الأنترنيت على الفكر الإداري والتنظيمي للمجتمعات الحديثة تأثيرا عميقا وأنتجت مفاهيم عديدة وجديدة حول أسس التنظيمات من حيث البنية والقيادة والسيطرة والاتصال والتكيف والاستفادة من مواهب الجميع، وغيرت هذه المعطيات الجديدة من أساس الفكرة التي تتبني عليها وتستعمل الشبكة الاجتماعية بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة لخلق العلاقات الاجتماعية أو لتوطيدها والإبقاء عليها دائما، وكذا يستعمل الفاييسبوك من أجل تغيير السلوك الاجتماعي لمستخدمي هذه الشبكات فيمكن اعتبار الفاييسبوك كوكالة أنباء شخصية تقوم بتزويدك بمستجدات أصدقائك ومعارفك أولا بأول في جعلك على اتصال بهم من دون اتصال فعلي مباشر، وهذا النوع من التواصل الدائم الذي يمكن من الزيادة في صلاحية العلاقات الاجتماعية وكذلك خلق أنواع جديدة من العلاقات الإنسانية المتأثرة بهذا الوسيط¹.

■ اقتصاديا:

يقوم المطورون باستعمال المعلومات الشخصية للمستخدمين لتوجيه الإشهار الخاص بالشركات المنتجة للخدمات الخاصة وكذا السلع الاستهلاكية، وهذا ما يجعل الإشهار أكثر فاعلية وتوجيه حسب الرغبة أو حسب ميولات المتلقي للإشهار ويمكن رصد هذه المعلومات والبيانات التي يتم نشرها عبر الفاييسبوك فظهرت بذلك العديد من التطبيقات التي تخدم هذا المجال كظهور ما يسمى " بالمتجر الإلكتروني"، وهو أكثر النماذج انتشار يعرف من خلالها المستخدم عن السلع للمستخدمين الآخرين وتلقي طلبات منهم².

ووفقا لتقرير شركة الفاييسبوك فإن التكاليف المادية للموقع تتخطى ما قيمته مليار دولار سنويا، يؤمنها الفاييسبوك من إيرادات الإعلان، حيث بلغت إيرادات موقع الفاييسبوك في حزيران (2013م) ما قيمته (18.10مليار دولار) أي بزيادة قدرها 53% مقارنة مع (1.8 مليار دولار في حزيران من عام 2012م)³.

ولعلى أهم الخدمات التي تستغلها حاليا المؤسسات الناشطة في المجال المعلوماتي " التسويق السياحي" للكتب عبر صفحات الفاييسبوك، ونذكر على سبيل المثال مجموعة من المكتبات في الولايات المتحدة الأمريكية وهي: Edmonton Public ,Aws ,Nau- Yuma Public Library,Dekalb

⁴.Country,Nashville Public ,Maine Academic ,Jaffina Library ,Fayette ville

¹ فتحي حسين عامر : م. س. د، ص: 205

² نفس المكان

³ حسين محمد هتيمي : م. س. د، ص: 94

⁴ سالم سعيد علي الكندي، محمد ناصر علي الصقري: شبكات التواصل الاجتماعي كأداة تسويقية في مؤسسات المعلومات، المجلد

الثالث عشر، العدد الاول +الثاني، 2012، ص: 59

■ سياسيا:

تقطن رجال السياسة والإعلام السياسي إلى أهمية وفاعلية الشبكات الاجتماعية الذائعة الصيت كالفيسبوك في الحياة السياسية، وكذا الاتصال بالفئات العمرية والذهنية المختلفة المكونة للمجتمع والفرد الناخب خاصة من فئة الشباب والجامعيين والتكلم معهم في الأمور السياسية والاتصال والتحاور معهم في عالم يصفه العديد بأنه عالم الشباب، ومع تنامي حجم العضوية على الشبكات الاجتماعية فقد قام السياسيون باستغلال هذا المناخ وشحذ مختلف الاتجاهات لتمويل حملاتهم الانتخابية أو كسب الأصوات والدعم المتواصل¹.

كمثال لذلك فقد اتخذ باراك أوباما من الشبكات الاجتماعية خاصة الفيسبوك Face book وماي سبايس My space السلاح الخفي لإنجاح حملته الانتخابية والفوز بالرئاسة، إيماننا منه بأن التأثير في الجماهير إنما يتحقق عبر شبكة الأنترنت، خصوصا في مثل المجتمع الأمريكي، وقد تم إحصاء 22.7 في عام (2007م) مليون مستخدم للفيسبوك².

وكذا يمكن للفيسبوك من تسهيل سرعة الإستجابة للأحداث السياسية والرد السريع للتحديات في سرعة قياسية، فلم يعد الأمر يحتاج إلى سيارات تحمل أبواق وتجول في المدن لدعوة الناس إلى مسيرة أو انفاق مبلغ طائل لترويج حدث سياسي في وسائل الإعلام التجارية، بل أصبح الأمر مجرد تحرير رسالة تعبئة واستنفار وإرسالها للعناوين الإلكترونيات لآلاف الناس في لحظة واحدة أو نشرها في مواقع معينة على الشبكة الإلكترونية ليطلع عليها الآلاف، فيستجيبون للنداء ولما أتاحتها هذه الوسائط من أدوات للتعبير جديدة دور فعال في السياسية غير الرسمية، لما تتمتع به من ارتفاع سقف حرية التعبير وكشف للمشكلات الدينية والثقافية القانونية... داخل المجتمعات وكذا كونها أدوات للتفاعل بين الفرد والمجتمع والدولة وتأثيرها على طبيعة ونمط العلاقات بين مدخلات النمط السياسي.

ويضاف إلى ذلك تغير مفهوم التظاهر والاحتجاج بعد وجود الأنترنت فلم يعد بالضرورة حشد البشر المادي المثير للصخب والمجدي للشغب، وربما للتخريب والقتل وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية أو التأييدية التي ترد عبر الأنترنت تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد³.

¹ محمد أمين عيوب: تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنت (شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا)، وهي دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 03

2012، ص: 165

² نفس المكان

³ عبد الله الزين الحيدري: م. س. ذ، ص: 34

■ ثقافيا:

ظهرت الأهمية الثقافية للفايسبوك بمجرد ظهور التفاعل داخل هذا النوع من المجتمعات وذلك بالسماح بالتعارف والتعريف بالثقافات الموجودة في الواقع والتي ينتمي إليها، أو يتبناها كمكان الشبكة الاجتماعية وذلك بتبادل المعلومات والنصوص والصور ومقاطع صوتية وبصرية...¹ وذلك بسبب امتداد هذه الجماعات على كل ثقافات المعمورة بكل أشكالها التقليدية والحديثة والمستحدثة . كما أن التفاعل الحاصل داخل هذا الفضاء الافتراضي عامة والمجتمعات المحلية الافتراضية قامت بخلق ثقافة سيريرية جديدة مميزة بأعراف وعادات جديدة تتماشى مع الطبيعة في هذا الفضاء، حيث يتم التعرف على هذه القواعد والأعراف بطريقة اعتباطية فهي وليدة التفاعل اليومي والمستمر بين أفراد المجتمعات الافتراضية وفي بعض الأحيان تكون هذه الثقافة مناوئة للثقافة المحلية التقليدية للمستخدم وخاصة المستخدم الشرقي،² وفي هذا الصدد يقول سحر خليفة الجبوري: " أصبحت هذه الإليكترونية - الفاييسبوك - التفاعلية جزءا أساسيا من المشهد الإعلامي لا يمكن الإستهانة به، بل وتحولت تلك المواقع إلى إعلام بديل عن إعلام السلطة الذي تراجعت مهنيته ومقبوليته لدى الجماهير..."³

إن المنتبغ والملاحظ لمختلف الأحداث السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية يدرك فحوى هذه الأهمية لموقع الفاييسبوك، إذ بات هذا الفضاء السيريري قرية كونية، كما عبر عنها مارشال ماكلوهان تتفاعل فيه الثقافات وتسوق فيها مختلف الأنماط الحياتية التي أصبحت تتغذى على حساب الواقع الاجتماعي الحقيقي.

4 . إيجابيات موقع الفاييسبوك وسلبياته

أ . إيجابيات موقع الفاييسبوك

يمنح موقع الفاييسبوك إلى مستخدميه (أفراد، مؤسسات، منظمات، جمعيات ...) مجموعة من الفوائد التي تسهل عليهم أعمالهم وتعاملاتهم ومن هذه الفوائد نذكر:⁴

■ **التواصل مع مجتمعات افتراضية:** هذه المجتمعات متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

■ **متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:** كالشخصيات الاجتماعية والسياسية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لهؤلاء حسابات على الفاييسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا .

¹ سحر خليفة الجبوري: الإعلام البديل... الواقع والآفاق (دراسة نظرية في نماذج وأشكال الإعلام البديل)، مجلة الباحث الإعلامي،

العدد 15، تصدر عن كلية الإعلام، الجامعة العراقية ، د س، ص: 50

² محمد أمين عيوب : م. س. د، ص: 166، 167

³ سحر خليفة الجبوري: م. س. د، ص: 51

⁴ علي خليل الشقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص: 68

- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع الفيديو: يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفايسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومة المرغوبة .
- إتاحة الفرصة للصدّاقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: من خلال إضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء، للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم فالخيار والحرية متاح لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: وذلك في الإعلان عن وظائف واختيار الموظفين من بين المتقدمين .
- يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني¹ .

أما محمد سيد ريان أورد مجموعة من النقاط لاستخدامات الفايسبوك وهي:

- يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين.
 - يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية.
 - سرعة تبادل المعلومات والأفكار.
 - يمكنك من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين.
 - يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
 - حلول الأعمال والدعاية لفرد أو جهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
 - الحصول على تغذية راجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.
 - جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة يربطه مع صفحة الفايسبوك.
 - الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين والاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك².
 - تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص.
 - الاحتفاظ بالمواضيع المطروحة للنقاش والملاحظات.
 - الخصوصية مع اتخاذ الإحتياطات اللازمة من خلال إعدادات الموقع.
 - سهولة استخدام الموقع من خلال قوائم سهلة وإجراءات بسيطة³.
- وتذهب مجموعة بحثية أمريكية أنجزت أول دراسة على مسألة بناء الرأسمالي بأن التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي يدعم العلاقات الإنسانية ويصل الناس بعضهم البعض، فالناس يستخدمون الفايسبوك لدعم الفرص والروابط الاجتماعية وتعزيزها Social commetivity

¹ علي خليل الشقرة، م . س . د، ص: 69

² حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، م . س . د ، ص: 140

³ مرجع نفسه، ص: 141

كما بينت الدراسات أن موقع الفايسبوك يسمح بالمحافظة على العلاقة مع الجماعات الاجتماعية القديمة ويساهم في التنشئة الاجتماعية¹.
نستنتج أن الفايسبوك أتاح مجموعة من الإيجابيات التي تمكن المستخدم من استغلالها في جميع المجالات التسويقية، السياسية، التعليمية ...

ب . سلبيات التعامل مع موقع الفايسبوك

رغم الإيجابيات التي أتاحها الفايسبوك للعديد من المستخدمين، إلا أنه بالمقابل أتى بمجموعة من السلبيات التي طغت على الحياة الاجتماعية والعلاقات الاتصالية لأفراد المجتمع ومن هذه المناقب التي تؤخذ عليه ما يلي² :

- **اضعاف المهارات والعلاقات الاجتماعية:** بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفايسبوك والتواصل بين مجتمع أو مجتمعات إفتراضية، وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية
- حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانة أو الانعزال، وقد بينت دراسة أجريت في المجتمع الغربي أن الفايسبوك كان سببا من أسباب رفع معدلات الطلاق والانفصال في هذه المجتمعات. وقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الإنجليزي 'ديفورس .اون لاين' حول هذا الموضوع بأن ثلث حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا من عام 2011 كانت بسبب التواصل عبر الفايسبوك والرسائل غير اللائقة والتعليقات البذيئة التي يتم ارسالها إلى الشريك الآخر، خاصة بعد الانفصال وقبل الطلاق مما يجعل الطلاق حتميا، وقد أصدرت في حقه فتوى باسم " درء المفاسد ".
- ولكن الرأي السديد هو تحريم استخدام هذه المواقع لأمر محرمة كالتواصل مع الجنس الآخر لأهداف وغايات غير مشروعة إسلاميا، أو استعمال ألفاظ غير لائقة أو استغلال هذه الوسائل لكل ماهو محرم إسلاميا أو لا يتنافى مع العادات والتقاليد الأصلية في مجتمعنا، وقد أشارت دراسة في بريطانيا إلى أن الفايسبوك كان سببا وراء الكثير من حالات الانفصال على أساس ثلاث أسباب رئيسية (أولا: بعث أحد الزوجين رسائل غير لائقة لممثلي الجنس الآخر أي المداعبة عبر الانترنت وثانيا: قادة الأصدقاء في الفايسبوك حول سلوك الزوج أو الزوجة وأخذه شخصا بصفة فقير، ثالثا : تبادل الزوجين ملاحظات وقحة عن بعضهما البعض عبر صفحاتيهما)³.
- **انتهاك خصوصية المشتركين:** حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركين من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد سمة الخصوصية مجرد نشرها، حتى ولو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان فمن الممكن أن تصل هذه الدائرة إلى دائرة أوسع بكثير من الدائرة المقصودة أصلا بطرق

¹ الصادق الحمادي: كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية ؟ احدى عشرة مسألة أساسية ؟، مجلة أكاديميا الشهرية، الصادرة عن

جمعية منوبة، تونس، ماي 2012 ، ص ص: 4,5

² علي خليل الشقرة: م . س . ذ، ص: 71

³ ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد (الدولة الإفتراضية الجديدة)، ط01، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014 ، ص: 412

عدة، وتعتبر سياسة السرية في الفايسبوك عن هذا الوضع بما يلي: "رغم أننا نتيح لك ضبط خيارا خصوصية تحد الوصول إلى صفحتك الرجاء الانتباه إلى أنه لا توجد تدابير أمنية مثالية أو غير قابلة للاختزال فلا يمكن التحكم في تصرفات المستخدمين ..."

فإدارة الخصوصية في الفايسبوك تستطيع أن تخفض انكشاف المعلومات أمام من لا تريدهم معرفتها ولكن لا تستطيع النجاح بشكل تام وكامل¹.

وفي هذا السياق يقول الصحفي الشادلي الزيناتي: "أن هذه المواقع تؤدي إلى الإدمان عليها وانتهاك للخصوصية بنقل المعلومات الشخصية لملايين من المستخدمين وعليه غرس أفكار سلبية في عقول الشباب والانقياد وراء أشياء معينة ..."²

■ **استغلال هذه المواقع من قبل جهات عديدة قد تكون معادية:** يمكن لجهات معينة أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك، فقد نشرت مجلة "لوما غازين ويرابيل" ملفا واسعا عن موقع الفايسبوك أكدت فيه أنه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الإسرائيلية .

وقد أكد مفوض الإتحاد السوفياتي لحماية البيانات الخاصة " هاتر بيتر تيور " أن مواقع مثل الفايسبوك باتت مصدرا للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات³ .

■ **إضاعة الوقت:** بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف إلى آخر ولا يدرك الساعة التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد له فائدة له ولغيره، الفايسبوك يهدر الوقت لكثير من الشباب وهناك العديد من طلاب الجامعات يقضون أكثر من 10 ساعات في تصفح الفايسبوك فقط .

■ **انتحال الشخصيات:** بهدف ابتزاز الشخصيات والمشاهير وترويج الإشاعات .

■ **الإدمان وإضعاف مهارات التواصل :** هي من أهم الآثار التي قد تشكل أثرا على مستخدمي الشبكة العنكبوتية خصوصا الشباب والمراهقين، فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن الواقع الأسري .

■ **الإعلانات الدعائية المزعجة:** ظهرت في الآونة الأخيرة منذ منتصف عام 2010 الكثير من البوستات الدعائية التي تدعوا لكسب المال وأخرى تدعوك لزيارة مكان معين، أصبحت تتكرر في المجموعات التي تزيد عن 1000 عضو⁴.

¹ ياس خضير البياتي: م. س. ذ، ص: 73

² www.alrai.com/article، تاريخ الزيارة في 21 /12 /2015 ،على الساعة 09:05

³ وائل مبارك خضر فضل الله : م. س . ذ، ص:20

⁴ نفس المكان

وفي دراسة تكشف عن الجانب المظلم لشبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع الفايسبوك الأكثر شهرة في هذا المجال، توصل أحد الباحثين: " إلى أن البقاء لساعات طويلة على الشبكة الاجتماعية قد يكون سببا في النرجسية (حب النفس) وأن الاضطراب الاجتماعي هو أبرز ملامح النرجسية المعنية والتي تم وضعها تحت الفحص المكثف من مستخدمي الفايسبوك، بالإضافة لقائمة أخرى من الأعراض تشمل الغرور والشعور بالتفوق واضطراب الشخصية .

وأظهرت نتائج بحثية قام بها علماء أمريكيون إلى أن الإكثار من استخدام موقع الفايسبوك يزيد من مخاطر الإصابة باضطرابات غذائية مما يؤدي إلى تراجع الثقة بالنفس¹.

ومن تأثيرات الفايسبوك السلبية على الثقافة والقيم ما أورده السعيد خبيزي:²

✓ التقليل من التواصل مع الأهل والأصدقاء.

✓ تدني المستوى الدراسي.

✓ تغير الثقافات والاهتمامات لدى مستخدميه.

✓ اعطاء البيانات الشخصية للغير.

في الأخير وانطلاقا من هذه الخلفية الفكرية لإيجابيات وسلبيات الفايسبوك لا يمكن أن نحكم أو نقيس أو نؤكد على إحدى الكفتين، فإذا أردنا القول أن الفايسبوك أحدث بالفعل تطورا اجتماعيا، يعني بالضرورة التطور والتقدم في الاستخدام الإيجابي وننفي بذلك العيوب التي صاحبت هذا الاستخدام وهذا لا يمكن تأكيده بحكم أن موقع الفايسبوك في النهاية يعتمد على طريقة تعامل المستخدم معه، فهذا الأخير قد يحسن أو يسيء استخدامه.

5 . الانتقادات الموجهة لموقع الفايسبوك

تعرض موقع الفايسبوك للعديد من الانتقادات على مدار السنوات القليلة الماضية وتمثلت هذه الإنتقادات في:

في أكتوبر من عام 2005 قامت جامعة نيوميكسيكو بحظر الدخول للموقع من أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالبحر الجامعي، وقد أشارت الجامعة إلى أن السبب وراء ذلك الحظر يتمثل في انتهاك سياسة الاستخدام المقبول في الانترنت والخاصة بالجامعة، علاوة على أن الموقع يفرض استخدام وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة، وفي وقت لاحق قامت الجمعة بإلغاء الحظر الذي فرضته من قبل على مستخدم الموقع وذلك بعد أن تمكن القائمون على إدارة الموقع على معالجة الموقع من معالجة الموقف، من خلال عرض اخطار على صفحة الدخول ينص على أن وثائق التفويض التي تستخدم على الموقع ليس لها علاقة بوثائق التفويض المستخدمة في الحسابات الخاصة بالكلية أما "حكومة أونتااريو حيث ذكرت أن الموقع " لا يمت بأي صلة لمكان العمل بصفة مباشرة " ³.

¹ ياس خضير البياتي: م. س. د، ص ص: 413، 414

² السعيد خبيزي: الخطر الأزرق... الفيسبوك، جريدة اقرء، العدد 392، بتاريخ 17 إلى 23 أبريل 2014، ص: 20

³ دهيمي زينب: م. س. د، ص ص : 262، 263

وتورط موقع الفايسبوك بقضية الفتاة " ستيف رينجيل " بعد أن نشرت إحدى المجموعات اسمها، عائلة الفتاة لم تصرح بالقضية للشرطة بعد مقتلها، وعليه انتهك الفايسبوك هذه الخصوصية بنشر اسم قاصر وكان ذلك في سنة 1 يناير من عام 2008م.

إضافة إلى ذلك فإن الحكومة السورية تخشى التسلسل الإسرائيلي للشبكات الاجتماعية في سوريا¹، كما أنه تم استخدام الفايسبوك من قبل بعض المواطنين السوريين لتوجيه الانتقادات إلى الحكومة حيث أن توجيه انتقاد علني للحكومة السورية يعد جريمة يعاقب عليها بالسجن. وفي إيران تم حظر استخدام الموقع بسبب المخاوف من أن يتم استغلال الموقع في تنظيم حركات معارضة للحكومة². وفي يوم 05 فبراير لعام 2008م تم القاء القبض على مواطن مغربي يدعى فؤاد مرتضي بتهمة انشاء ملف شخصي زائف على الفايسبوك باسم (مولاي رشيد أمير مغربي)³.

ومن الانتقادات الشديدة التي تعرض لها موقع الفايسبوك التي تنتهه بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري والمساهمة في الانفراط في عقده وانهياره⁴. من المعلوم بأن أي وسيلة جديدة تأتي إلا وتعرض لمجموعة من الانتقادات التي تخلفها في مسيرتها الحياتية شأنها شأن بقية الوسائل الاتصالية الأخرى من صحافة، إذاعة، تلفزيون، أنترنت، مدونات ... وبذلك ما يؤخذ على موقع الفايسبوك من سلبيات وانتقادات يكمن بالدرجة الأولى إلى سوء التعامل مع هذه الشبكة في مختلف المجالات.

6 . الفايسبوك في العالم العربي والجزائر

أ . الفايسبوك في العالم العربي

لقد أخذت شعبية الفايسبوك وقاعدة مستخدميه في التزايد خلال الربع الأول من القرن 20 من عام 2011، إذ توجهت نحو الحشد المجتمعي والشعبي عبر شبكة الانترنت سواء في جانب المواطنين لتنظيم التظاهرات المؤيدة للحكومات المناهضة لها أو من جانب الحكومات في بعض الحالات للتواصل مع المواطنين وتشجيعهم على المشاركة في الإجراءات الحكومية من جهة أخرى⁵.

وتعتبر مصر هي الأولى في الشرق الأوسط استخداما للفايسبوك حيث يضم موقعها 4.2 مليون زائر يوميا ويعود الفضل في ذلك للحركات الشبانية المعارضة للحصار المفروض من قبل الحكومة المصرية حيث خلقوا بدائل لحركتهم ومساحات أكبر رحابة للتعبير عن ذواتهم، مستعينين بالفضاء الإلكتروني كآلية

¹ صلاح محمد عبد الحميد: م. س. د، ص ص: 222، 223

² نفس المكان

³ محمد عواد: مدخل إلى الإعلام الجديد، ط01، دار الحياة للنشر والتوزيع، عمان، د س، ص: 26

⁴ ياس خضير البياتي: م، س، د، ص: 410

⁵ تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: الإعلام الاجتماعي والحراك المدني(تأثير الفايسبوك وتويتر)، كلية دبي للإدارة الحكومية الإصدار

مذهلة للاتصال ونجح الشباب المصري عبر هذا الموقع في العديد من القضايا منها: (الدور الحاسم الذي لعبه الشباب المصري في منح مبادرة البرادعي زخماً هائلاً وحضوراً كثيفاً، افتعال معركة مع النظام والشرطة في قضية خالد وسعيد) وفي خضم هذه الأحداث نجحت هذه الحركة في أن تتشكل داخل الفضاء الإلكتروني والتعبير بكل حرية دون قمع، ويمكن تحديد صورة نجاح الشباب المصري على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في مايلي:¹

■ نجحت تلك المواقع في نقل واقع ما يحدث على العالم الواقعي باستخدام المحمول في التصوير والتسجيل ونقله على شكل مقطوعات فيديو وتبادلته قبل 25 يناير .

■ نجاح الفيسبوك في تحويل الغضب الافتراضي إلى غضب واقعي من خلال الدعوات التي تبادلها الشباب لتلبية التظاهر والتجمع للغضب ضد الفقر والبطالة والفساد.

قال في ذلك أحمد بن مرسل: " إن الثلاثاء الغاضب كشف للشوارع المصري أنه قادر على تجميع أقرانه من كل المحافظات للغضب والمطالبة بحقه في حياة كريمة"².

وأصبح بذلك المستخدم العربي يلجأ إلى هذه الشبكات لفضح ممارسات بعض الأجهزة الحكومية التي يمارس عمليات القمع والتعذيب وكشف ملفات الفساد، كما شهد المواطن العربي عملية تكوين الاتجاهات والسياسات والثقافات من خلال عملية النقاش المتواصلة بين الملايين من المستخدمين العرب، وبالفعل وصل المستخدم العربي إلى مرحلة حشد الجماهير في المساحات الافتراضية لينتقل فيما بعد إلى حشدهم في الساعات الحقيقية كالثورة التونسية وغيرها من الثورات التي استطاعت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أن تكون أداة فعالة لتأجيلها ومدتها بالمعلومة وتنظيمها³.

حيث بلغ المستخدمين لموقع الفيسبوك في العالم العربي 62 مليون مستخدم بحيث يستخدم نصفهم هذه الشبكة للتواصل الاجتماعي كل يوم خصوصا عبر الهواتف المحمولة وذلك شهر ديسمبر 2014م .

وأوضح "جوناثان لاين" في مقابلة مع وكالة فرانس برس أن 42 مليون شخص في العالم العربي أي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (من دون إيران)، يستخدمون الفيسبوك من خلال الهواتف الجواله مؤكدا أن موجة الانتقال من أجهزة الكمبيوتر الثابتة إلى الأجهزة النقالة يزيد من استخدام شبكة التواصل الاجتماعي⁴ .

¹ محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، م. س. ذ ، ص ص: 249،240

² مرجع نفسه، ص ص: 254،249

³ جدي رضوان: استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي (دراسة تحليلية وميدانية " الجزائر

أنموذجا ")، بحث مقدم إلى ملتقى الحوار التركي والحوار العربي، جامعة الجزائر 03، الجزائر، ص ص: 31،36

⁴ www soial bakers ، تاريخ الزيارة 2015/12/16 ، على الساعة 21:05

ب . الفـايسبوك في الجزائر

تعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي شهدت هي كذلك انفتاحا على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال خاصة الفاييسبوك منه .

يمكن اعتبار سنة 2006م البداية الفعلية لاهتمام الجزائريين بوسائل الإعلام الإلكترونية في شقها الخاص بالمدونات ومواقع التواصل الإجتماعي، فبدايات استخدام موقع الفاييسبوك في الجزائر كانت لأسباب وأغراض سياسية نتيجة للحراك السياسي الذي حدث في المجتمع الجزائري والذي جسده الجدل والنقاش الحادث بين المعارضين والمؤيدين للعهد الثالث من قبل وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة وتلفزيون وجرائد فحتى الجرائد الخاصة مارست هي الأخرى تعتيما إعلاميا على المعارضين للعهد الثالث، وحجبت ظهور آرائهم ومواقفهم على صفحاتها حتى لا تتكرر تجربتها في الانتخابات الرئاسية لسنة 2004م .

وكان للحراك العربي أو ما يعرف " بالربيع العربي " تداعياته على الجزائر حيث تزايد اهتمام الجزائريين منذ بداية جانفي 2011 بوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي 'الفايسبوك' و' التويتر ' وأصبح الفاييسبوك يحتل الريادة في استخدام الجزائريين له منذ عام¹ 2011م قبل محرك البحث ' جوجل ' الذي كان الأول استعمالا في الجزائر قبل ذلك بحسب إحصائية البوابة العالمية ' لسكا' المتخصصة في رصد انتشار وتوسع المواقع عبر الأنترنت واحتلت الجزائر المرتبة 42عالميا في استخدام الفاييسبوك عام 2011م، وتمكنت من القفز إلى المرتبة 52 عالميا في سنة 2012م.

ومن بين أهم الأحداث التي ساعدت الجزائر في التواصل عبر الشبكة وزيادة شعبيتها نذكر

المحطات التالية:

- استغلت صفحات الفاييسبوك سنة 2009م في الانتخابات الرئاسية من طرف بعض المرشحين لنشر صورهم وسيرهم الذاتية وانجازاتهم المهنية لكسب تأييد الشعب الجزائري .
- مثلت الأزمة الكورية بين مصر والجزائر قبل وعقب ممارسة كرة القدم بين المنتخبين محطة هامة لاهتمام الجزائريين بالفايسبوك ردا على الحملة المصرية المسيئة للشعب الجزائري وكان ذلك سنة 2010م .
- أما المحطة الثالثة فكانت من خلال مواكبة التطورات والتغيرات التي حدثت في الوطن العربي خاصة في تونس ومصر وليبيا، وذلك من خلال نشر مضامين لمساندة الشعوب المنتفضة على أنظمتها .
- استخدمت كذلك الوسائل الإلكترونية خلال الانتخابات التشريعية (البرلمانية) في 10 ماي 2012م خاصة مع اللجوء إلى التعييم الإعلامي كان المنفذ الوحيد لها لحل الجدل والنقاش الذي احتدم بين الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات التي تسعى لكسب أصوات الناخبين والفوز بمقاعد في المجلس الشعبي الوطني (الفرقة الثانية للبرلمان).

¹ عبد الكريم تفرقيت: م. س. د، ص: 10

❖ خلاصة

بعد هذا العرض الموجز والتعريفي لشبكات التواصل الاجتماعي يتضح في النهاية أنها مازالت تلك المادة الساخنة المرنة التي تبعث بشعاعها على كل متغيرات ومستجدات الحياة.

وإذا نظرنا من تلك الواجهة السطحية لا العميقة للخصائص والسمات التي تتمتع بها وإضافتها من حين لآخر لإرضاء المستخدم الحالي أو المرتقب على جميع مواقعها، خاصة موقع الفايسبوك الذي أصبح يضاهي العالم الحقيقي الواقعي الحالي في جميع منافذه التي تطل على العالم الافتراضي وما يتيح من خدمات لأدركنا اليوم أننا نتحدث حقيقة على خلق زمن إعلامي رمزي يروج لجميع الممارسات الإيجابية من متابعة أخبار الشخصيات المشهورة إلى خدمة الشركات وأصحاب الأعمال، أخذ هذا الأخير المكانة الاجتماعية في التنظيمات الإدارية للتعامل فيما بين المؤسسات على المستوى العلمي و العلائقي، ناهيك عن الدور الاقتصادي بأبعاده السياسية والتسويقية... أما المجال السياسي فقد أخذ المساحة الأكبر لعضوية الانخراط به بعد تشهيره "بثورة الفايسبوك" فالآن استغله جميع الساسة للترويج وتمويل حملاتهم الانتخابية.

وبالرغم مما أتاحه من خدمات ايجابية إلا أنه أثر بشكل مباشر أو غير مباشر على العلاقات الاجتماعية الأسرية وحتى الفرد لا يمكنه معرفة مساره الصحيح بهوية افتراضية جديدة ونقل خصوصيات وأسرار الآخرين دون إدراك حجم العواقب في ذلك.

الفصل الثاني

ماهية القيم والقيم الأخلاقية

❖ تمهيد

أولاً : ماهية القيم

1 . خصائص القيم وتصنيفاتها

2 . أهمية القيم ووظائفها

ثانياً : ماهية القيم الأخلاقية

1 . الاتجاهات المفسرة لطبيعة القيم الأخلاقية

2 . تقسيمات القيم الأخلاقية وأشكالها

3 . أهمية القيم الأخلاقية ومعاييرها

4 . مصادر القيم الأخلاقية

❖ خلاصة الفصل

❖ تمهيد

لطالما شكل موضوع القيم اهتمام الكثير من المفكرين منذ ولادة الفكر الإنساني ولعل من أهم العوامل التي حتمت ضرورة دراستها دراسة علمية الثورة العلمية والتكنولوجية وغيرها من عوامل التغيير الثقافي، مما استدعى إلى ضرورة تشكيل الكثير من المعارف والمفاهيم التي حدث بها خلل وتذبذب وعدم الاستقرار في الكثير من القيم المكتسبة والموروثة .

لذلك فإن دراسة هذه الأخيرة تعد ضرورية ولازمة على المستويين الفردي والجماعي، فعلى المستوى الفردي نجد أن الفرد بحاجة ماسة إلى نسق قيمي أخلاقي يعمل بمثابة موجه لسلوكه وطاقته، أما على المستوى الجماعي فإن ذلك يساعده على التأقلم مع المستجدات الواردة فهي أساس تشكيل المجتمع وحماية بنائه من التدهور والانحيار، ممثلة الحل الوسط الذي يربط بين العقيدة ومختلف الأبنية الاجتماعية.

وقد أفلحت القيم في استقطاب اهتمام الباحثين والعلماء على اختلاف انتماءاتهم العلمية والأيدولوجية ومازال هذا الاهتمام يتعاضد يوما بعد يوم كلما اشتدت الحاجة للكشف عن طبيعتها ولامحها ودورها كمتغير له أهمية في كل مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية خاصة الأخلاقية منها. وسعياً منا لإلقاء الضوء على هذا المفهوم " القيم " جاء هذا الفصل ليبين أهميتها ويتطرق لمختلف الاتجاهات الفكرية والفلسفية المفسرة لها وتحديد الخصائص التي تتميز بها ووظائفها وتصنيفاتها، وكان هذا بمثابة المدخل الثاني للموضوع، ثم نتطرق لمصادر اكتسابها مع التركيز على أحد أوجهها وهي " القيم الأخلاقية " باعتبارها المتغير الأهم في دراستنا.

أولاً: ماهية القيم

1. خصائص القيم وتصنيفاتها

أ. خصائص القيم

تتميز القيم كغيرها من المفاهيم الاجتماعية الأخرى كالاتجاهات والمعايير والمعتقدات ... بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

❖ **القيم تتسم بالاستمرار النسبي وتخضع للتغيير:** إذا كانت القيم دائمة دوماً مطلقة لأصبح التغيير على المستويين الاجتماعي والشخصي مستحيلاً، وبالمثل لا يمكن أن تكون القيم دائرة التغيير والتبديل وإلا يتعذر استمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبيئات الاجتماعية ومن ثمة فإن أي تصور للقيم الإنسانية يتعين أن يأخذ في اعتباره كلا من السمتين المميزتين للقيم وهي الاستمرار النسبي والتغير النسبي، إلا أنه على الرغم مما يفترض من ثبات نسبي للقيم فهي عرضة للتغيير مثل: الجوانب السيكولوجية الأخرى للفرد وهناك نوعين من المحددات التي تغير القيم (داخلية وخارجية)¹.

❖ **ذاتية القيم Subjectivity:** وهي تتعلق بالطبيعة النفسية والسيكولوجية للإنسان التي تمثل الرغبات والميولات والعواطف وهذه العوامل غير ثابتة لأنها تتغير من لحظة إلى أخرى، ومن شخص إلى آخر ففي حياتنا اليومية تعطي للإنسان قيمة إذا كانت تتفق مع رغباتنا فإذا ما أشبعت هذه الرغبة لم تعد للأشياء نفس القيمة التي توليها لها².

❖ **موضوعية القيم Objectivity:** هناك بعض القيم الموضوعية التي يجمع الناس عليها فبعض الأعمال الفنية مثل لوحات ليوناردو دافنشي وبعض القوانين العلمية مثل قانون الجاذبية نقول عنها أنها موضوعية، ولكنها في الوقت نفسه لا توجد إلا للإنسان، حيث يرى بعض الفلاسفة أنه إذا لجأ الأفراد إلى تقييم الأشياء بواسطة العقل وأجمعوا على حكم بشأنها فإن هذا الحكم يكون موضوعياً. ولكن إذا كانت حقيقة هذه الموضوعية فهي ليست كلية لأن الفعل الإنساني نفسه ليس جامداً ولكنه في تطور وتقدم مستمر، كما أن اتفاق الرأي لا يكون إلا بين الأفراد الذين لديهم نفس الدرجة من الثقافة والحضارة والعلوم، لذلك ما يعترف به عند مجتمع يكون مرفوض عند مجتمع آخر³.

¹ زكريا عبد العزيز محمد: التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، ط01، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر، 2002

ص: 37

² فايزة أنور شكري: م. س. ذ. ص: 52

³ نفس المكان

- ❖ **تترتب القيم فيما بينها ترتيباً هرمياً:** يعني أن بعض القيم تسيطر على غيرها أو تخضع لها فنجد أن الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعاً ولكن إذا حدث تعارض بينها فإن بعضها يخضع للفرد الآخر وفقاً لترتيب خاص به. فهناك قيمة لها الأولوية على بقية القيم في حياة الفرد وهذا الترتيب يتم من خلال:
- ✓ إن فكرة ترتيب القيم ترتيباً هرمياً سواء أكانت فردية أو جماعية ترتيباً هرمياً في سلم القيم فكرة مبسطة كل التبسيط بالنسبة للحقيقة والواقع .
- ✓ إن القيم في سلم القيم لا تتخذ مرتبة ثابتة جامدة لا تتغير بل تنخفض وترتفع وتعلو وتهبط وتتبادل المراتب والدرجات فيما بينها تبعاً لظروف الفرد وأحواله.
- ❖ **تتصف القيم بالدينامية:** أي القابلية للتغيير الاجتماعي ولكن قد يكون التغيير سريعاً كما في المجتمعات الصناعية المتقدمة وقد يكون بطيئاً جداً كما في المجتمعات البدائية والثبات النسبي للقيم يعني عدم قابليتها للتغيير¹ .
- ❖ إنها مستقلة عنا قائمة بذاتها، وأنها لا تخضع لأي حدود زمانية ومكانية .
- ❖ إنها تشمل نداء موجه لضمائرنا معبرة عنه بصيغة 'ينبغي أن يكون' وليس عن الواقع المعبر عنه بما هو كائن.
- ❖ أنها مطبقة وغير مشروطة بأي شرط ولا تخضع لأي ظروف أو ملاسات أياً كانت.
- ❖ كلما كان إدراك القيم أوضح كان رد الفعل عليها أشد² .
- ❖ أنها إنسانية: بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم وهذا ما يميزها عن الحاجات دون غيرها.
- ❖ أنها غير مرتبطة بزمن معين: فالقيم ادراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل وهي بهذا المعنى تتعد عن معنى الرغبات أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط .
- ❖ أنها تمتلك صفة الضدية: فلكل قيمة ضدها مما يجعلها لها قطبا سلبيا وقطبا ايجابيا والقطب الإيجابي هو وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه (ضد القيمة أو عكس القيمة)³ .
- ❖ الاكتساب : وذلك بناء على ما يتلقاه الفرد من خبرات وما يعيشه من مواقف أثناء التنشئة الاجتماعية التي تمارسها العديد من مؤسسات التربية، بما فيها وسائل الاتصال والأسرة والمدرسة .
- ❖ الوجدانية والذميمة: حيث تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي ينتمي إليه الفرد وهي في قوتها الملزمة للأفراد كما أن المجتمع يعدها ضابطاً لسلوكه.

¹ ابراهيم يحيوي، نور الدين جبالى: م. س. ذ، ص: 84، 85

² ابراهيم ناصر: التربية الأخلاقية، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص: 147، 148

³ ماجد الزبيد: الشباب والقيم في عالم متغير، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص: 24

- ❖ **تساند بعضها البعض:** فهي ليست وحدات منفصلة وإنما غالبا ما تتفاعل معا وتتداخل على نحو يزيد لها قوة.
- ❖ **تعتبر موضوعات مرغوبة الارتباط بحاجة حيوية اجتماعية وطبيعية:** فهي ليست حاجة يرغبها الناس وإنما تعبير عما يريد الناس لتشكيل رغباتهم¹.
- تكتسب أهميتها من اعتبارات نفسية واجتماعية وأخلاقية وجماعية أو ذات طابع جماعي في نشأتها وفي استخدامها .
- ❖ **أنها أكثر تجريدا وعمومية:** ومحددة لاتجاهات الفرد واهتماماته وسلوكه² .
- ❖ **المعيارية:** بمعنى أن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس وتقيم وتفسر وتعلل من خلال السلوك الإنساني .
- ❖ **أنها متعلمة:** أي أنها مكتسبة من خلال البيئة وليست وراثية.
- ❖ **أنها لا تدركها الحواس** فهي تسمو فوق كل بصيرة وفوق كل تحديد وحصر .
- ❖ **أنها تجريبية:** لا يمكن للإنسان معرفة أهميتها إلا بالتجربة³ .
- ❖ **أنها غير قابلة للقياس:** لكونها إنسانية فهي محدودة وبالتالي يصعب قياسها.
- ❖ **أنها تكاملية:** لا تتجزء ويؤخذ بها الكل⁴ .
- ❖ **أنها غائية:** فالقيمة تحظى بالتقدير من أجل غاية وضعت من أجلها⁵.
- ❖ **أنها عملية قابلة للترشيد:** فترشيد القيم يتطلب تفاهم ومعيشة وممارسة هذه القيم والرجوع بها إلى جذورها الثقافية والوقوف بها على وظائفها الاجتماعية، فالقيم جزء من التراث الاجتماعي وتأتي عملية ترشيد القيم الاجتماعية كأحد الوظائف الأساسية للإعلام والتربية، لأن الهدف الرئيسي للعملية الإعلامية هو العمل على تغيير اتجاهات الأفراد والجماعات بالإضافة إلى نقل اتجاهات وأفكار جديدة إليهم .
- ❖ **كثرة القيم وحدتها:** يرجع تعدد القيم إلى كثرة حاجات الطبيعة الإنسانية فوجود القيم الاقتصادية والأخلاقية والفنية والدينية هو استجابة لحاجات هذه الطبيعة وميولها العاطفية والاجتماعية، لذا يرى العلماء أن اتحاد
- ❖ **القيم إنما يرجع إلى أن لها مصدرا واحدا هو القيمة المطلقة التي تفيض بكل القيم الأخرى⁶ .**

¹ أمال رحمانى: قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلانية الغربية(دراسة سيميولوجية على عينة من الملصقات الإعلانية الغربية الموجهة للعرب)، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، 2011 ، ص: 148

² مرجع نفسه، ص: 148

³ ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، م. س. د. ، ص: 24

⁴ ابراهيم ناصر: التربية الأخلاقية، مرجع سبق ذكره ، ص: 148

⁵ نفس المكان

⁶ ابراهيم يحيوي ، نور الدين جبالى : م. س. د. ، ص ص: 85، 86

- ❖ **تقوم على الاعتقاد:** أي تكمن القيمة في العقل وهي مسألة اعتقاد لأنها مسألة إنسانية وشخصية فهي تتبع من نفس الشخص ومعتقداته ورغباته¹.
 - ❖ **القيم واضحة المعالم:** بمعنى أنها واضحة في غاياتها وأهدافها وذاتها وفي مصدرها².
 - ❖ **تتضمن الوعي بمظاهره المختلفة:** أي أن القيمة وعي له الدوام نسبيا يضاف إليه انفعال بخصوص شيء أو فكرة أو شخص والقيمة لا تكون قيمة بالنسبة للفرد إلا إذا توفرت فيها الشروط التالية:
 - ✓ أن يكون عنده وعي يتبلور حول وجود الشيء أو فكرة أو شخص.
 - ✓ إن وعيه هذا يخصه ويهمه هو أي أنه يحدث عنده اتجاهها انفعاليا مع أو ضد الشيء .
 - ✓ إن وعيه واتجاهه الانفعالي يكونان أكثر من حالة وقتية عابرة أي يدومان بعض الوقت³.
- وصفوت القول بأن هذه الخصائص تمثل في مجموعها نسق قيمي متشابك فيما بينه وآلية مركبة تخضع لحلقة مترابطة بعضها موروث وبعضها مكتسب .

ب . تصنيفات القيم

أثارت مسألة تصنيفات القيم العديد من المشكلات نظرا لتنوع وجهات النظر أو التوجهات التي يتبناها الباحثون، ولا يوجد اتفاق على تصنيف معين، فالمطلع على تصنيف القيم يرى بأنه لا يوجد تصنيف واحد متفق عليه حتى الآن وذلك يرجع لاختلاف نظرة الباحثين نظرا لاختلاف مناهجهم الفكرية التي يتبعونها وكذا صعوبة الإحاطة بكل الأنماط القديمة التي يمثلها الأفراد والمجتمع، حيث يقول سورلي Surly " ... من المستحيل أن هناك قاعدة على أساسها تحدد كل أنواع القيم، ففي البداية يجب أن نقر أن ثمة عوامل تقف دون اعتماد تصنيف أو تصنيفات معينة دون غيرها فوصف الزمن الحالي أنه جديد التغيير، والتغيير على حالة هذا التصنيف وذلك لأسباب كثيرة منها:⁴

- ❖ ما أحدثته الثورة العلمية والتكنولوجية من عوامل وتغيير في الثقافات ولاسيما في بعض المفاهيم عن الثورة الجديدة التي تستدعي حذف بعض السلوكيات أو اضافة بعضها الآخر، حيث أصبحت حالة من عدم الاستقرار في ممارسة بعض الأخلاقيات الموروثة أو حتى المكتسبة فيما يستخدم اليوم من أساليب مقبولة أو غير مقبولة في اليوم الذي يليه .

¹ منى يوسف كشيك: م. س. د ، ص: 44

² حافظ فرج أحمد: التربية وقضايا المجتمع المعاصر ، ط01، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2003، ص: 265

³ عبد الله الرشدان: علم اجتماع التربية، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص: 156

⁴ منى يوسف كشيك: م. س. د ، ص: 90

❖ اتجاه المجتمعات إلى التطور أو التحديث أدى إلى التخلص من بعض الممارسات القديمة الأخلاقية التي رأى بعضهم أنها معرفة للحركة الإنسانية الجديدة.

❖ تطلع بعض المجتمعات إلى عملية التنمية الشاملة اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا وتربويا دفعت للبحث عن معوقات أسباب هذه التنمية التي يرى البعض إعادتها إلى الممارسات القديمة¹.

وعلى الرغم من هذه الصعوبة التي تحيط بمسألة تصنيف القيم فإن ذلك لا يمنعنا من تقديم عرض لبعض النماذج التصنيفية الموجودة في التراث الاجتماعي محاولة الوصول إلى تصنيف إجرائي يساعد ويتكيف مع موضوع الدراسة وعلى هذا الأساس نستطيع عرض أهم التصنيفات المقدمة فيما يلي:

■ المعيار الأول: محتوى القيمة Dintention of content

أورد السيكولوجي الألماني (ادوارد سبرانجر) في كتابه أنماط الرجال تصنيف للقيم على أساس المحتوى وهي كما يلي:²

❖ **القيمة النظرية أو العلمية:** وتظهر في ميل الفرد لاكتشاف الحقيقة وهو في سبيل الهدف يتخذ اتجاهها معرفيا من العالم المحيط به، ويسعى وراء القوانين التي تحكم هذه الأشياء بقصد معرفتها. ويتميز الأشخاص الذين تسود عليهم هذه القيمة بنظرة نقدية معرفية وتنظيمية ويكونان عادة من الفلاسفة والعلماء.

❖ **القيمة الاقتصادية أو الاستقلالية:** ويعبر عنه اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق التسويق والاستهلاك واستثمار الأموال. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة عملية ويكونان عادة من رجال المال والأعمال.

❖ **القيمة السياسية والتسلطية:** ويعبر عنها باهتمام الفرد وميله إلى الحصول على القوة، فهو شخص يميل إلى السيطرة والتحكم في الأشياء والأشخاص وممارسة العمل السياسي وحل مشكلات الجماهير ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بالقيادة في نواحي الحياة المختلفة، سواء أكانت سياسية...

❖ **القيم الجمالية:** تعبر عن الاهتمام بالمال وبالشكل وبالتناسق وكذا الاهتمامات الفنية والجمالية.

❖ **القيم الاجتماعية:** تتضمن الاهتمام بالناس ومحبتهم ومساعدتهم وخدمتهم والنظر إليهم نظرة ايجابية³.

❖ **القيم الدينية:** تتضمن الاهتمام بالمعتقدات والقضايا الروحية والدينية والغيبية والبحث عن حقائق الوجود

وأسرار الكون، ولا بد من الالتفات هنا إلى أن هذا التصنيف لا يعني أن وصف الفرد بنمط قيمي معين أن تكون لديه قيم من أنماط أخرى، بل تعني أن هذا النمط من القيم غالب عليه وظاهر في سلوكه⁴.

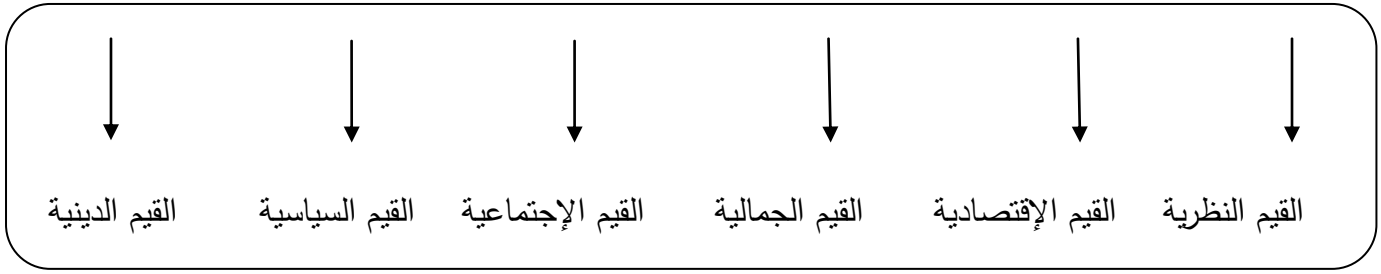
¹ منى يوسف كشيك: م. س. د ، ص: 90

² بشير معمريه : بحوث ودراسات متخصصة في علم النفس، ط01، منشورات الحبر، باتنة، د س، ص: 50

³ مرجع نفسه ، ص: 51

⁴ محسن الجلوب الكنافي: الإعلام الفضائي والجنس، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2012 ، ص ص: 39، 40

والشكل التالي يوضح تصنيف سبرانجر لأنماط القيم¹.



شكل رقم (04) يوضح تصنيف سبرانجر لأنماط القيم حسب المحتوى.

- **المعيار الثاني: حسب المقصد من القيمة**
 - ❖ ومنها تصنيف روكاتش « Rockeaci » حيث صنفها حسب مقصدها إلى:²
 - ❖ **قيم وسيلية:** وهي التي تمثل أشكال السلوك الموصلة لتحقيق الغايات.
 - ❖ **قيم غائية:** والتي تمثل الغايات ذاتها التي يريد الفرد الوصول إليها .
- **المعيار الثالث: من حيث العمومية**
 - ❖ ويمكن تقسيمها إلى نوعين:³
 - ❖ **القيم العامة:** وهي القيم التي تنتشر عند جميع أفراد المجتمع بغض النظر عن طوائفهم أو طبقاتهم ومثال ذلك أن جميع المصريين بجميع طوائفهم يوقرون علماء الدين .
 - ❖ **القيم الخاصة:** وهي التي تراعي عند أفراد المجتمع في مناسبات معينة كالاحتفال بالمولد النبوي الشريف .
- **المعيار الرابع: حسب شدة القيمة**
 - ❖ ترتبط شدة القيمة بأمرين:
 - ❖ **درجة الإلزام :** التي تفرضها على الفرد.
 - ❖ **الجزاء أو العقوبة:** التي تقرره وتوقعها على من يخالف القيمة وبمقدار درجة الإلزام والجزاء تكون شدة القيمة أو ضعفها مثلاً: عدم الغش بالامتحانات قيمة درجة الإلزام بها عالية والجزاء عليها شديد، إذن هي قيمة ذات شدة عالية، أما قيمة مقابلة الإساءة بالإحسان فدرجة الإلزام فيها ضعيفة والجزاء على من لا يفعلها ضئيل ولذلك فإن شدتها ضعيفة.

* محسن الجلوب الكنافي، م. س. ذ، ص: 39

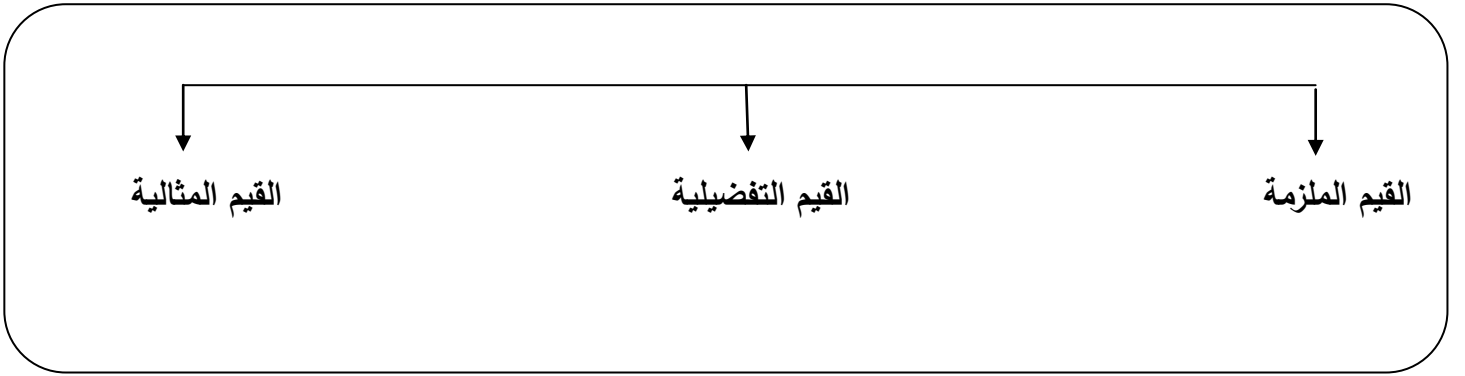
² عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 76

³ محمد شحاتة ربيع: علم النفس الإجتماعي Social psychology، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص: 319

وتقسم القيم حسب معيار شدتها إلى ثلاث أنواع هي:

- ❖ **القيم الملزمة أو الأمرة أو الناهية:** وهي تتعلق فيما ينبغي أن يكون، ويجب الالتزام بها ويكون جزاء من يخالفها شديد وهي غالبا ما تتعلق بالمصلحة العامة، وبما تعارف عليه المجتمع من قيم وفضائل تحقق أمنه واستقراره ونموه ومن أمثلتها القيم المتعلقة بالمعتقدات الدينية وبعدم الاعتداء على الآخرين.
- ❖ **القيم التفضيلية:** وهي القيم التي يفضل أن تكون، حيث يشجع الفرد على تمثلها بصورة تفضيلية غير ملزمة ولا يكون جزاء من يخالفها شديدا أو صارما ومن أمثلتها إكرام الضيف والإحسان إلى الجيران وصلة الأرحام¹.
- ❖ **القيم المثالية:** وهي القيم التي يرجى أن تكون والتي يطلع الناس إلى تمثلها في سلوكهم ولكنهم يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم وبصورة كاملة، وهذه القيم على درجة كبيرة من الأهمية لأن أثرها يعمل على توجيه سلوك الأفراد نحو المثل العليا ويعطى أنموذجا وقدوة حسنة للآخرين، ومن أمثلتها الزهد في الدنيا والإيثار والتضحية والبذل والعطاء².

والشكل التالي يوضح تصنيف القيم حسب معيار شدة القيمة:³



شكل رقم (05) يوضح تصنيف القيم حسب معيار شدة القيمة

¹ ماجد زكي الجلاذ : تعلم القيم وتعليمها (تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم)، ط 04، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013، ص:49

² مرجع نفسه، ص: 50

³ محسن الجلوب الكنافي: م. س. ذ، ص: 41

▪ المعيار الخامس: من حيث بعد الوضوح

وتنقسم إلى:¹

❖ **قيم ظاهرة صريحة:** وهي القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالكلام مثل القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعية والمصلحة العامة .

❖ **قيم ضمنية:** وهي القيم التي تستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الاجتماعي بصفة عامة مثل القيم المرتبطة بالسلوك الجنسي، فالقيم تتجلى في السلوك الخارجي في مواقف الحياة أو هي اتجاهات للسلوك أو العمل أو هي السلوك الفعلي للأفراد في تفاعلهم مع بيئاتهم، وبناء على ذلك يمكن ملاحظة السلوك أو رصده من المظهر الخارجي ويعبر عن أحكام القيمة الداخلية والتي تنشأ في الوقت نفسه مع السلوك الظاهري، فالعبرة في القيم ليس بالكلام بل بالعمل والسلوك الفعلي لأنها هي القيم التي يحملها الإنسان في سلوكه .

أما القيم الصريحة المعلنة فليست دائماً بالقيم الحقيقية بل كثيراً ما تكون زائفة وذلك لأن أمثلة القيم الصريحة كثيراً ما تتادي بها بعض الهيئات أو الجماعات التي تقوم بمشروعات صناعية أو تجارية أو تعليمية، فكثيراً ما تعلنه الجماعات صراحة وقولاً، أن هذا المشروع أو ذلك قد قام للخدمة الاجتماعية وللمصلحة العامة، في حين أن في الحقيقة قائم على الأنانية وكسب الثروة أو الشهرة للمساهمين فيها².

▪ المعيار السادس: حسب دوام القيمة

تنقسم القيم من ناحية دوامها إلى قسمين:³

❖ **قيم عابرة:** وهي القيم العارضة التي لا تدوم طويلاً وإنما توجد لوقت قصير مؤقت لارتباطها بحدث ما أو ظاهرة معينة تزول بزوالها، فقط تظهر قيمة معينة بين طلبة الجامعة تتعلق بموضة ما أو سلوك معين ثم سرعان ما تتلاشى وتذهب .

❖ **قيم دائمة:** هي القيم التي تبقى زمناً طويلاً مستقرة في نفوس الناس ويتناقلها جيل بعد جيل كالقيم المرتبطة بالعرف والتقاليد، لذلك فالقيم المرتبطة بها لها في الغالب صفة القداسة والإلزام لأنها تمس الدين أو الأخلاق

¹ فاروق عبده فليبه، السيد محمد عبد المجيد: السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع

والطباعة، عمان، 2009، ص ص: 145، 146

² مرجع نفسه، ص: 146

³ ماجد زكي الجلال : م. س. ذ. ص: 51

❖ كما تمس الحاجات الضرورية للناس ولها علاقة كبرى بمصلحة المجتمع ولذلك تبقى هذه القيم راسخة في المجتمع رسوخا كثيرا.¹

وهناك من العلماء من صنف القيم استنادا لطبيعتها وخصائصها كتصنيف جولتي Golighthy الذي ميز بين القيم الأساسية والقيم الفرعية وتصنيف كيرة لوريس C_ Irus حيث صنف القيم إلى إلى جوهرية وطارئة وقد صنفها أيضا Samont إلى قيم مجردة وقيم ملموسة أو قيم فكرية وقيم مادية ونفعية، وصنفها روبرت فيلد R.red filed عندما ميز القيم على أساس نوع المجتمع الشعبي القديم أين تسود القيم التقليدية المحافظة والمجتمع الحظري الذي تسوده القيم العقلية العلمانية.²

أما تصنيف موسوعة الحديث النبوي الشريف فقد قسمت القيم إلى مجالات ينطوي تحتها مجموعة من القيم وهي كالتالي:³

القيم الإيمانية الأساسية	كالإيمان بالله، الطاعة، الإخلاص لله تعالى وعبادته
القيم الأخلاقية	الجرأة، التضحية، الثبات ...
القيم الاقتصادية	التكامل الاقتصادي، تقدير العمل ...
القيم السياسية والإدارية	العدل، الشورى، الحكم بما أنزل الله
القيم العلمية	كنشر العلم وتبليغه، تقدير العلماء
القيم البيئية والصحية	النظافة، التوعية الصحية
القيم الوجدانية والجمالية	كتذوق الأدب الرفيع، التمتع بزينة الله

جدول (أ) تصنيف موسوعة الحديث النبوي الشريف للقيم الأخلاقية.

وأفضل تصنيف يمكن أن نعتمد عليه هو تصنيف عزي عبد الرحمان حيث قسم القيم إلى:⁴

❖ **قيم أصلية (قيم موروثية):** وهي قيم تتميز بالثبات والتكامل، فهي ثابتة في نفسها متكاملة وأن مصدرها هو الوحي وقد أوردها في مجموعة من المفردات هي :

¹ فاروق عبده فليح ، السيد محمد عبد المجيد : م . س . ذ ، ص : 195

² ابراهيم يحيوي، نور الدين جبالي : م . س . ذ ، ص : 87

³ منى يوسف كشيك : م . س . ذ . ص : 99 ، 100

⁴ بوعلي نصير وآخرون : م . س . ذ ، ص : 114 ، 115

✓ المجموعة الأولى: وتشمل الإستقرار، الثبات، الحق، الإستقلالية النفسية، البقاء ...

✓ المجموعة الثانية: وتظم الأساس، الضرورة، العماد، النظام، الكمال ...

✓ المجموعة الثالثة: وتظم الإستقامة، الإعتدال، المحافظة، الإتمام، التمسك، الرغبة ...

❖ قيم الفعالية (المكتسبة): تتميز بالحركية والتجدد في اطار المقصد والغاية وبالخصوصية الإستقلالية، ذلك أن القيم الفعالية مرتبطة بسلوك الإنسان وإرادته وبالتجدد لأن إرادة الإنسان لها غاية، بحكم تجدد حركة الإنسان فإن غايته القريبة تتجدد في اطار الغاية الكبرى التي رسمتها قيم الأصالة، ويندرج ضمن هذه الأخيرة مجموعتين:

✓ المجموعة الأولى: تتطوي تحتها قيم الإصلاح، الدفاع، المدافعة، التقويم، دفع الباطل

✓ المجموعة الثانية: وتظم قيمتي البيان والوضوح.

2 . أهمية القيم ووظائفها

أ . أهمية القيم

رغم تناول الفلاسفة لمفهوم القيم إلا أن أهميتها لا تقف عند حدود الفكر الإنساني وحده بل تتعداه فالقيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها، ذلك أن القيم ضرورة اجتماعية ولأنها معايير وأهداف لا بد أن نجدها في كل المجتمعات المنظمة سواء أكانت متأخرة أو متقدمة فهي تتغلغل في الأفراد بشكل دوافع واتجاهات وتطلعات وتظهر في السلوك الظاهري (الشعوري واللاشعوري)، وفي المواقف التي تتطلب ارتباط هؤلاء الأفراد ببعض البعض وتعتبر عن نفسها في شكل قوانين ولوائح (مادية ومعنوية).¹

وللقيم منزلة معنوية رفيعة في الكثير من مناحي الحياة وجوانب سلوكياتنا اليومية، حيث تلعب دورا في تقدم المجتمع ورفقيه وفي تنمية أبنائه وعن القيم مهمة في كل نشاط انساني وفي كل تنظيم اجتماعي أو اقتصادي أو سياسي، لأن موضوعها هو علاقة الإنسان بالكون الذي يعيش فيه معتبرا أن تماسك المجتمع مبني على وحدة قيمه وانتشارها وتوافقها وبدونها يعم الصراع والتناقض.²

تعد القيم أحد المؤشرات الهامة لنوعية الحياة ومستوى التحضر في المجتمع فهي التي تحدد اتجاهاته وتفضيلاته وطرقه في ممارسة شؤون الحياة، ولما كانت القيم تحظى بهذه الأهمية فيمكن القول أن تباين القيم واختلاف المفاهيم وأنماط السلوك والثقافة بين أفراد المجتمع سيؤدي إلى تحلل القيم أي عدم القيام بالالتزام بإثارة قيم مشتركة ومتجانسة، والواقع أن كثير من المشكلات الاجتماعية والأزمات تنجم عن بعض التجانس

¹ ابراهيم يحيوي، نور الدين جبالي: م . س . د، ص: 78

² عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012

بين قيم الجماعات المختلفة داخل اطار المجتمع الواحد أو انحراف بعض الأفراد عن القيم السائدة، لاسيما إذا شاع عدم الالتزام بها، وعليه فمعرفة القيم تساعد على فهم ومعرفة الشخصية الإنسانية.¹ وفي مجال التربية والتعليم يفيد التعرف على القيم في وضع البرامج أو تغييرها أو تعديلها، لاسيما إذا كانت غير مرغوب فيها كما أن الإلمام بالقيم الموجودة في المجتمع، ويمكن ويزيد من عملية التنبؤ بالقيم التي يربي وينشئ عليها الآباء والأبناء وهو أمر يزيد من معرفة الميول والتفضيلات والالتزامات التي ستوجه سلوك الأبناء مستقبلاً.²

ويمكن أن نصنف أهمية القيم إلى مستويين هما :

- **أهمية القيم بالنسبة للفرد:** تتضمن أهمية القيم للفرد في القضايا الرئيسية التالية:³
- ❖ **القيم جوهر الكينونة الإنسانية:** إذ تضرب القيم بجذورها في النفس البشرية لتمتد إلى جوهرها وخفاياها وأسرارها وهي تشكل ركنا أساسيا في بناء الإنسان وتكوينه، وحقيقة الإنسان لطالما كانت مثار خلاف ومحور جدل حول من يهتمون بها ويبحثون فيها إذا تعددت الأقوال فبالقيم يصير الإنسان إنسانا وبدونها يفقد إنسانيته.
- ❖ **القيم تحدد مسار الفرد وسلوكياته في الحياة:** ينبع السلوك الإنساني من القيم التي تنشأ بدورها عن التصور والمعتقد والفكر ولكي يكتسب الفرد السلوكيات الحسنة ونبعده عن السلوكيات السيئة فإنه ينبغي أن يوفر له منظومة من القيم الإنسانية الفاعلة والصحيحة والمبنية على القناعة والقدرة والإرادة ونعمل بذلك على تحديد مسارات الفرد واتجاهاته في مواقف الحياة المختلفة فيسلكها عندما يواجهه موقف أو مشكلة وفقا لما لديه من تصورات وقيم .
- ❖ **القيم حماية للفرد من الانحراف:** القيم تحفظ الفرد من الانحراف النفسي والجسدي والاجتماعي فبدون منظومة قيم يكون الإنسان عرضة للانحرافات .
- ❖ **تزود القيم الإنسان بالطاقات الفاعلة وتبعده عن السلبية:** القيم تحدد أهداف الإنسان في الحياة ومنطلقاته نحو هذه الأهداف، فقيم الفضيلة تفرز لدى الإنسان الطاقات الفاعلة وتمكنه من التفاعل الإيجابي مع مواقف الحياة المختلفة فأهدافه واضحة ومسارته بينة وقناعاته مبصرة ومنظومته القيمية مسيطرة، أما عندما تسيطر القيم السلبية على الإنسان يفقد ثقته بنفسه وتقديره لها بالتالي لا يستطيع التفاعل بشكل ايجابي مع الحياة وتكون الأمور غير واضحة بالنسبة له.

¹ عبد الناصر عزوز: أثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الأسرية (دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة المسيلة) رسالة دكتوراه كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 02، 2011، ص ص: 242، 243

² نفس المكان

³ محسن الجلوب الكنافي: م. س. ذ ، ص ص: 54، 55

■ أهمية القيم بالنسبة للمجتمع:

إن أي تنظيم اجتماعي في حاجة إلى نسق للقيم يشابه تلك الأنساق القيمية الموجودة لدى الأفراد فيضمن أهدافه ومثله العليا التي عليها حياته ونشاطه وعلاقاته، فإذا تضاربت القيم أو لم تتضح فإنه سرعان ما يحدث الصراع القيمي الاجتماعي الذي يدفع بالتنظيم الاجتماعي إلى التفكك والانحيار كما أن للقيم أهمية بالنسبة للمجتمع فيها تشكل الثقافة وعن طريقها يبدوا طريق النمو والتقدم وعن طريقها تتأكد الروابط والعلاقات الاجتماعية¹.

مما تقدم يتضح أن غالبية العلماء والدارسين للقيم، قد اتفقوا على أهمية القيم بالنسبة للمجتمعات يمكن تلخيصها فيما يلي:²

- وجود القيم في كل أنواع المجتمعات البسيطة والمعقدة .
 - تغلغل القيم في كافة جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية وارتباطها بها.
 - التأثير القوي للقيم على سلوك الفرد وقد تشكل ضغوطا قوية على الأفراد وتوجهاته نحو المرغوب فيه من أنماط السلوك، وتشكل هذه الضغوط إما في ضغوط عرفية يعرفها الناس ويخفونها في عقولهم وقلوبهم وإما في شكل ضغوط قانونية رسمية .
 - القيم أحد المحاكاة الأساسية التي تركز عليها الهوية الثقافية للمجتمعات .
 - القيم بالرغم من ضرورتها في تحقيق التماسك والاستقرار والتكامل والأمن الاجتماعي، هناك من يخرج عليها ولا يعبر لها بأي اهتمام بل ويعتبرها معوقا أساسيا للتقدم والازدهار .
- ومن خلال ما سبق يتضح لنا أهمية القيم في تحقيق التوازن النفسي للفرد وتحقيق تكيفه مع الجماعة. وعلى العكس من ذلك فقدان الإنسان القيمة يؤدي بالضرورة إلى فقدان هذا التوازن ثم يصحبه شعور بالعجز والضياع، كما أن تذبذب القيم يؤدي إلى انحلالها.

ب . وظائف القيم:

- تعد القيم مكونا من مكونات الشخصية ومعيارا تعمل على توجيه السلوك الصار عن الأفراد إلى جهة معينة ضمن الإطار الاجتماعي فإنما تخدم عدة وظائف نوجزها فيما يلي:³
- ❖ تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.
 - ❖ الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية لمصالح الأهداف الجمعية وتحدد المسؤولية.
 - ❖ للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.
 - ❖ تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره وتحافظ على البناء الاجتماعي.

¹ ابراهيم يحيوي، نور الدين جبالي: م . س . د، ص: 78

² سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس ابراهيم: الأنتروبولوجيا والقيم، ط01، دار المعرفة الجامعية، الأزريطية، سنة 2010

ص: 222

³ ماجد الزيود: م . س . د، ص: 26

- ❖ تعمل على الحفاظ على المجتمع وعلى هويته وثقافته، فلكل مجتمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها .
- ❖ المساعدة على التكيف على الأوضاع المستجدة للفرد.
- ❖ تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموع المبادئ التي يستعملها الفرد لتساعده على الخيار بين البدائل المختلفة وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه.
- ويمكن أن نفصل في ذلك بأكثر دقة من خلال المستويين الفردي والجماعي:¹
- **وظائف القيم على المستوى الفردي:** تشمل وظيفة القيم على المستوى الفردي ما يلي:
- ❖ تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق الإيجابي وتحقيق الرضا عن نفسه لتجاوبه مع الجماعة في مبادئها وعقائدها الصحيحة .
- ❖ تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها للتغلب على ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.
- ❖ تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته من خلال الفهم العميق لإمكاناتها.
- ❖ تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤية أمامه وبالتالي تساعده على الفهم هذا العالم من حوله وتوسع اطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
- ❖ تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وخلقيا وتوجهه نحو الخير والإحسان والواجب.
- ❖ تعمل على ضبط الفرد لشهواته ومطامعه.
- وينبغي أن ندرك أن هذه الوظائف لبيت منفصلة عن بعضها بل تتدخل وتتكامل لتحقيق في نهاية الأمر ذاتية الفرد وإنسانيته.

¹ منى يوسف كشيك: م . س . د، ص ص: 46، 47

- **وظائف القيم على المستوى الجماعي:** تشمل وظيفة القيم على المستوى الجماعي ما يلي:¹
 - ❖ تعمل على وحدة المجتمع وتماسكه من خلال تحديد أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة التي تحفظ هذا التماسك لممارسة حياة اجتماعية سليمة.
 - ❖ تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة التي تسهل على الناس حياتهم وتحفظ للمجتمع استمراره وكيانه في اطار محدد .
 - ❖ تعمل على ربط أجزاء ثقافة المجتمع بعضها البعض في صورة متناسقة، كما أنها لا تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصح عقيدة في ذهن أفراد المجتمع المنتمين لهذه الثقافة.
 - ❖ تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة وتحمل الأفراد على التفكير في أعمالهم للوصول إلى غايات هي أهداف في حد ذاتها، بدلا من النظر إليها على أنها أعمال تشبع الرغبات لا غير .
 - ❖ إنها تزود المجتمع بالصبغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهدافه ومبررات وجوده، وبالتالي يسلك في ضوئها ويحدد للأفراد سلوكياتهم.
- ويتكامل الوظائف الفردية مع الوظائف الجماعية تعطي في النهاية نمطا معيناً من الشخصيات الإنسانية القادرة على التكيف الإيجابي مع ظروف الحياة لأداء دورها الحضاري والمنشود².
- في الحقيقة وظائف القيم كثيرة و آثارها متعددة، وما سبق ذكره إلا محاولة لتبيان بعض الجوانب البسيطة جدا لقدرة القيم على الحفاظ على الكيان الفردي والجماعي وكيفية توجيه ذلك توجيهها صحيحا برؤية شمولية متكاملة .

ثانيا : ماهية القيم الأخلاقية:

1. الاتجاهات المفسرة لطبيعة القيم الأخلاقية

إنَّ الأرضية التي نشأت عليها القيم الأخلاقية هي أرضية فلسفية محضة استمدت أطرها وكتاباتهما من المفكرين الذين عايشوا تلك الفترة فلم نجد أبحاث أو كتابات جاهزة نقيس بها تاريخ القيم الأخلاقية إلا بعض المفردات المبعثرة حول نشأة القيم، الأخلاق.

ولهذا يكشف استعراض موقف الفكر الإنساني عن مفهوم القيم وعن أفكار ووجهات نظر متعددة تصنف في بعدين أساسيين، يكشف البعد الأول عن التطور الملحوظ في مدى واقعية القيم الأخلاقية³

¹ منى يوسف كشيك: م . س . د، ص: 47

² نفس المكان

³ عبد الناصر عزوز : م . س . د ، ص: 244

فإذا كان علم النفس وعلم الاجتماع يتميز بالنظرة الواقعية إلى مفهوم القيم، فإن الفلسفة المثالية قد تميزت بالنظرة المثالية المفصلة عن الواقع، أما البعد الثاني يكشف عن الاختلافات حول طبيعة القيم الأخلاقية. وفي هذا السياق يمكن أن نميز ونفرق بين الآراء والاتجاهات المختلفة في طبيعة القيم سواء من حيث مصدرها أو قياسها، أو من حيث نظرتها للفرد والمجتمع .

أ . الاتجاه الفلسفي:

يعد التفكير في القيمة قديم قدم المجتمعات الإنسانية فالذي يقوم باستعراض موقف الفلاسفة من مفهوم القيمة يظهر لنا أن المناقشات الفلسفية بدأت من سقراط وأفلاطون وادوارد مور الذين ركزوا على اتباع المنهج العقلي في دراسة القيم، مشتركين في انكار التجربة كما يظهر ذلك في الاتجاهين التاليين:¹

❖ **المذهب التطوري:** داعت شهرته في النصف الثاني من القرن السابع عشر مثله الفيلسوف 'هربرت سبنسر' عام 1820-1903 الذي اجتهد في معالجة الحياة الأخلاقية، بارجاعها إلى أصلها فبدأ محاولته بما نعينه (بالسلوك Condo ct) ما نسميه سلوكا طيبا أو رديئا، وعلى هذا يربط هربرت الفكرة الخلقية بالفكرة العامة التي تسيطر على مبدأ التطور وهي فكرة "البقاء للأصلح"، فالتغيرات النافعة أو التي تعود فائدتها على الجنس ومنها الوسائل النافعة في السلوك تظل بصورة مستديمة ويحتفظ بها أفراد الجنس بعد أن يتبين لهم فائدتها، ثم تصبح استعدادات يرثها الأفراد جيل بعد جيل فالحياة الأخلاقية حسبه في تطور مستمر تخضع فيه لتغيرات تقع مصادفة أو اتفاقا، وحسب هذا الاتجاه فالقيمة الأخلاقية نشأت من تراكم التجارب الجسمية ولكن هذه التجارب تتصل بقيم معنوية².

❖ **المذهب الوضعي:** عرف المذهب الوضعي في القرن التاسع عشر، يقوم هذا المذهب على استخدام الأسلوب العلمي والطريقة الوضعية في دراسة الظواهر الأخلاقية لتفسيرها وكشف القوانين التي تتحكم في نشأة المجتمع الإنساني وتطوره، وهذا يعني أن الأخلاق من وجهة النظر الوضعية أصبحت علما وضعيا مثل باقي العلوم، مع مراعاة بعض الاختلافات الاجتماعية وتتبع واقعي³ لتطورها ومحاولة الكشف عن القوانين التي تتحكم في مسارها ويصبح الحال كذلك في علم الأخلاق الوضعي. فالتجريب فيه ليس معمليا وإنما يعمل على الملاحظات العملية المقصودة لمختلف ظواهر المجتمع واكتشاف علاقاتها التأثيرية في تشكيل القيم الأخلاقية وفقا لظروف المجتمع، كما أن تحليل هذه القيم الأخلاقية يؤدي بنا إلى اكتشاف نشأتها الاجتماعية بوصفها ظواهر اجتماعية، فالأخلاق تظهر في الفرد الذي يعيش الجماعة.

ويترتب على ذلك أن القيمة الخلقية في مفهومها الوضعي لا تكون مطلقة وإنما هي نسبية

تختلف من مجتمع إلى آخر حسب اختلاف ظروف هذه المجتمعات، فالفضيلة في مجتمع ما لا قد تكون

¹ عبد الناصر عزوز: م. س. ذ، ص: 244

² فايزة أنور شكري: م. س. ذ، ص: 232، 236

³ أحمد عبد الحلیم عطية: القيم في الواقعية الجديدة، ط01، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2010، ص: 135

رديلة في مجتمع آخر والسلوك الخير هنا قد يكون شرا وذلك ما يحدده كل مجتمع حسب ظروفه الخاصة.¹ وقد كتب صلاح قنصوة ناقدا لموقف الوضعية المطلقة وقد ظهر واضحا في كتابه " مشاكل الأخلاق " إلى أن الاعتراف بالأخلاق كعلم وأن القيم ضرب من ضروب الإلزام وإن كانت نسبية في بعض مواقف الأشخاص فهي موضوعية، بمعنى أن البشر يثيرون بعض الأشياء عن غيرها² .

أما من جهة أخرى فقد دأب الغرب لارجاع القيم الأخلاقية إلى الفلسفة الإغريقية، وترجع انبثاق القيم الأخلاقية إلى الحضارات الإنسانية الأولى في مصر الفرعونية وفي بلاد بين النهرين، كتب " جيمس برستيد " في كتابه (فجر الضمير) عن بدايات ادراك الأخلاق بأنها أعظم ظاهرة أساسية التي تقدر حياة الإنسان هو نشوء المبادئ الخلقية وظهور عنصر الأخلاق ...

وقد ظهرت أقدم فكرة عن النظام الخلقي تجري على قواعد راسخة في عهد الإتحاد الثاني تحت سيطرة حكومية ثابتة، وهذا النظام يعبر عنه في اللغة المصرية القديمة بكلمة واحدة وهي كلمة 'ماعت'³ . وتعني في اللغة المصرية القديمة (الحق، العدالة، الصدق) ويفضل كتابات الفيلسوف Nietzsche شاع استعمال المصطلح وسط أهل الفكر، وتشير إلى الخير والكمال والحق وهي نماذج من القيم الأخلاقية.⁴

وأرجع المؤلف ' جيمس برستيد ' الإرث الخلقي للحضارة الغربية إلى تعاليم الحكماء المصريين والتي انتقلت إلى بني اسرائيل أثناء إقامتهم بمصر القديمة على مدى 400 عام، فقد خرج اليهود من مصر بقيادة النبي موسى عليه السلام حاملين معهم أساطيرهم التي كانت تعبر عن النزعة الخلقية وهي ثقافة قائمة على العقيدة الدينية، وأكد (برستيد) على أن الدين تولد وتشكل في مصر الفرعونية وأقصى بالتدرج إلى ظهور المبادئ الأخلاقية في أقدم وأطول حضارة استمرارا والتي دامت إلى ما يربو على 3000 سنة.⁵

وكان فلاسفة القيم الأخلاقية هم المعنيون بالبحث في دور المثل العليا في توجيه التفكير الذي يتوافق مع هذه القيم ويعالجون مسائل مثل السلوك الإنساني المقبول في حالات معينة، حيث كانت الفلسفة الأخلاقية تبحث في طبيعتي " الفضيلة " و " الرذيلة " ومعنى كل منهما، كما تبحث في معنى تقييم الذات مثل : الشرف، العار المعصية، التخاذل، الإقدام ...⁶

¹ أحمد عبد الحليم عطية: القيم في الواقعية الجديدة، ص: 236

² بوشلوش محمد الطاهر : التحولات الاجتماعية والإقتصادية وآثارها على القيم في المجتمع ، ط01، دار مرابط للنشر والطباعة والتوزيع الجزائر، 2008، ص: 135

³ محمد الجزائر: القيم في تشكيل السلوك الإنساني، ط01، مركز الكتاب للنشر، مصر، 2008، ص: 84

⁴ السعيد بومعيزة : م . س . د، ص ص: 141

⁵ محمد الجزائر: م . س . د، ص ص: 91،90

⁶ مرجع نفسه، ص: 92

ب . القيم الأخلاقية في المجال الاجتماعي:

يقول ليفي ستراوس في معرض حديثه عن إهمال علماء الاجتماع لدراسة موضوع القيم الأخلاقية: "أنه قد حدا من العلوم الاجتماعية شيء من العزوف أو التردد أو التقصير أو التباطؤ في معالجة القيم فعندما نتكلم عن القيم نتكلم عن الانفعالات والعواطف والظواهر غير المنطقية¹.

ومن علماء الاجتماع الذين اهتموا بالقيم الأخلاقية اميل دوركايم كونها تشكل الجانب المعياري الذي يضطلع بوظيفة ضبط الحياة الاجتماعية، وقد ساهمت أفكاره في التأكيد على دور النسق في تحديد السلوك الإنساني ووجهت أنظار الاجتماعيين إلى أهمية القيم والأفكار في ضبط وتنظيم الحياة الاجتماعية ولقد ربط دوركايم المثل بالقيم العليا والأفكار المجردة والتي تمثل أهداف يسعى المجتمع إلى تحقيقها، فاعتبر المجتمع حارسا للقيم الإنسانية العليا فذهب قائلا: " أن لكل مجتمع نظاما أخلاقيا يمثل حقيقة اجتماعية ويلعب هذا النظام دورا بارزا في تقسيم العمل، وأن القاعدة الأخلاقية ليس مصدرها الفرد وإنما المجتمع هو أساس القيم ومصدرها"².

ولهذا فقد كرس دوركايم جزءا كبيرا من أبحاثه عن الوقائع الأخلاقية في تعريف الظاهرة الأخلاقية وتحديد خصائصها قائلا: " أن الحقيقة الخلقية تظهر لنا في مظهرين مختلفين هما: مظهر موضوعي ومظهر ذاتي... " ولكنه أكد على المظهر الموضوعي فهو حسب وجهة نظره يعبر عن الحقيقة الأخلاقية التي تعد مصدرا عاما نعبر من خلاله، وأن نحكم عن الأفعال الفردية، وفقا لهذا فإن الظاهرة الأخلاقية في نظر دوركايم تتميز ب:³

- ❖ **الخاصية الأولى:** أنها تحتوي على نوع من الإلزام للفرد لأنها تنبعث من قوة عليا هي قوة المجتمع .
- ❖ **الخاصية الثانية:** إنها تجذب الفرد وتجعله يتعلق بها لأنها تصور له المثال الأعلى والخير الذي يتوقع تحقيقه .

وبالتالي فالقيمة الأخلاقية حسب دوركايم تأتي من الخارج أي من المجتمع الذي هو مصدر القيم في نظره لكن على عكس ذلك فالقيمة الخلقية تتعلق بالوجود الفردي الخالص إذ أنها هي ما يتطلب وما يراد باعتراف العقل وتأبيده من حيث أن القيمة ذاتية وليست خارجية لأنها حافز عمل ودافع سلوك.

وهكذا يبدوا لنا أن علم الاجتماع قد ألقى ولاسيما بفضل "دوركايم" ضوءا على مسألة القيم على أنها ظواهر اجتماعية حيث يخضع البحث العلمي في زعمه للبحث العلمي استنادا لدراسة الواقع الاجتماعي على اعتبار أنها ظواهر اجتماعية وليست في ذاتها إلا أنساق من القيم أو المثل التي تعالج في علم الاجتماع كأنساق طبيعية على نحو ما يفعل العالم الطبيعي بسبب الظواهر الفيزيقية .

أما ليفي بريل Levy brull (1937/1857) فإن آراءه التي فصلها في كتابه " الأخلاق وعلم العادات الأخلاقية " تعد المرحلة الحاسمة في دراسة القيم الأخلاقية حيث انتقد المنهج الفلسفي، في زعمهم أن المنهج

¹ عبد الناصر بوشلوش : م. س. ذ ، ص: 251

² نفس المكان

³ فايزة أنور شكري : م. س. ذ ، ص ص: 244، 245

السليم في دراسة الأخلاق يقوم على التحليل الداخلي للشعور لكي يحدد لنا معنى الجواب ... ولذلك رفض معيارية الأخلاق وأنكر البحث فيما وراء الأخلاق معتمدا على العلم الوظيفي والموقف النسبي في دراسة الأخلاق، حيث أن علم الإجتماع الأخلاقي يؤلف نوعا من الفيزيقية الأخلاقية وبيحث في الظواهر الأخلاقية وقوانين تطورها في مختلف العصور وفي سائر الثقافات والمجتمعات، بمعنى أن هناك طبيعة خلقية هي بمثابة صلب البحث الوضعي في علم العادات الأخلاقية.

وبذلك انتهى " ليفي " إلى هدم التصور التقليدي للقيمة ورفضه لمعيارية القواعد والمسلمات الخلقية مستندا في ذلك لقواعد العلم الوضعي التي ليست إلا وصفا موضوعيا للأبحاث والظواهر الخلقية، كما هي قائمة بالفعل ودون أن تنقيد بتصور ما ينبغي أن يكون، وذلك لكي نؤكد موضوعية القواعد والقيم الأخلاقية¹.

ج . القيم الأخلاقية في مجال الأنثربولوجيا:

في محاولتهم الإمبريقية في تمييز القيم سواء على المستوى الفردي أو الثقافي طور الأنثربولوجيون أربعة مقاييس على النحو التالي:²

❖ **المقياس الأول:** وهو أسلوب القيمة ويعني عبارات الفرد عما يستحق أن يكون له قيمة من السلوك أو الأهداف المتصلة بوجهة نظر معينة .

❖ **المقياس الثاني:** وهو السمة القومية ويعني أن نقوم ببناء نسق قيمي لثقافة ما من عبارات الفرد.

❖ **المقياس الثالث:** هو الإطار المرجعي ويعني أن نستخرج العبارات اللفظية أو من السلوك الملاحظ اطارا مرجعيا يصف العملية الطبيعية للمجتمع أو الثقافة.

❖ **المقياس الرابع:** وهو المحاور الثقافية بمعنى تمييز قيم معينة لها أهمية كبرى بالنسبة لثقافة ما.

بصرف النظر عن تباين المفاهيم التي ينطلق منها هؤلاء واختلاف المعايير الفلسفية التي يبنون عليها أحكامهم حول طبيعة القيم الأخلاقية وعن مدى موضوعيتها ومدى سلامة التأسيس النظري لها، فإن التساؤل الذي نطرحه كيف تناولها الدين الإسلامي يا ترى؟

ونحن هنا لا ننوي الخوض في هذه المسألة وتفاصيلها ولكن نود فحسب تبيان وتوضيح تناولها من قبل السنة النبوية الشريفة والقرآن الكريم وفق منظور دراستنا .

اطلالة سريعة على ما كانت عليه القيم الأخلاقية آنذاك يكشف الهوية بين الدين الإسلامي مقارنة بالفلسفة وعلم الإجتماع والأنثربولوجيا .

د . القيم الأخلاقية في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة

يعد الإسلام من أقوى الضوابط الاجتماعية على الإطلاق التي تحمل الناس على الالتزام بالقيم الحميدة والأخلاق الفاضلة، وعلى هذه القيم والأخلاق تركز الممارسات والأفعال والعلاقات بأنماطها المختلفة

¹ فائزة أنور شكري : م. س. ذ ، ص ص: 252، 247

² مرجع نفسه ، ص ص: 256، 257

فعندما يلتزم المسلم بقيم الصدق والإيثار والأمانة فإن هذه القيم لا تحدد طبائعه الأخلاقية فحسب وإنما تحدد سلوكه وأنماط علاقاته وتفاعلاته وسط الجماعة والمجتمع¹.

إن الصلة الوثيقة بين القيم الأخلاقية والدين تتجلى فيما نعرفه من تفكير قدماء المصريين والهنود والفرس وكذلك من المفكرين من أتباع الديانات السماوية على اختلافها والتي تدعو إلى التمسك بالقيم الأخلاقية الفاضلة، وبمجيء الدين الإسلامي (القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة) قدم للإنسانية نظاما تربويا أخلاقيا عمليا شاملا هدى ورحمة للعالمين يمثل دستوراً للحياة شاملاً لكل مكان وزمان².

ومما لا شك فيه أن الإسلام قدم منظومة تربوية قيمية أخلاقية عامة تتألف فيما بينها لتكون في مجملها نظرية أخلاقية، تشكل القاعدة الأخلاقية لكل الممارسات والأفعال وتندرج المعايير التربوية الأخلاقية الإسلامية التي تتمثل في الكثير من الآيات القرآنية في ثلاث قوائم وكل قائمة تمثل مجالا معيناً:³

❖ قائمة من المقررات الإلهية العامة.

❖ قائمة من الأوامر الإلهية التي تنهي على أنماط معينة من السلوك لدلالاته للأخلاقية وتمثل القيم الإيجابية.

❖ قائمة من النواهي الإلهية التي تنهي على أنماط معينة من السلوك لدلالاته للأخلاقية وتمثل القيم السلبية.

ومن الجدير بالذكر أن الشريعة الإسلامية وما تنطوي عليه من قيم وأخلاق إنما تتجه في كل أحكامها إلى تحقيق الأهداف التي تؤدي إلى تكامل اجتماعي سليم قائم على التهذيب الديني وتربية الضمير الاجتماعي، الذي يجعل الأفراد مندمجين مع الجماعات التي يعيشون فيها بقوة روحية تحكم ميولهم واتجاهاتهم فالدين يؤدي دوره الأخلاقي والقيمي في التهذيب أكثر من أي قوة ضبطينية أخرى وبالتالي فهو يتفق عليها من حيث من اتاحة المجال لمن انحرف أن يستقيم ويصلح نفسه ويقوم سلوكه ويظهر قلبه ووجدانه⁴.

والقيم الأخلاقية النابعة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة تطبع المتحلي بها بطابع التواضع والمساواة التي ينتفي أن يكون معها الفرد بطبيعته أفضل من الفرد الآخر، وهنا لا يمكن أن تكون سلالة أو شعب أفضل من آخر لقوله صلى الله عليه وسلم: " لا فرق بين أعجمي وعربي إلا بالتقوى "، وهنا يلوح لنا الفرق بين ما يعلم به الإسلام من مساواة وعدالة وحرية بين الناس مهما كانت عناصرهم السكانية وألوانهم وانحدراتهم القومية .

نستنتج أن البحث في طبيعة القيم الأخلاقية واختلافاتها من مجال إلى آخر يرجع للظروف والحقبة الزمنية والمنطلقات الفكرية لكل باحث بدءاً بالفلاسفة وعلماء الاجتماع والأنثربولوجيون وصولاً للدين الإسلامي المتمثل في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة التي تعتبر منهاجاً وأسوة لكيفية تناولها .

¹ احسان محمد حسن :علم الاجتماع الديني، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2005، ص: 106

² سعيد جاسم الأسدي: فلسفة التربية في التعليم الجامعي والعالي، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص: 302

³ احسان محمد حسن : م . س . ذ ، ص: 107

⁴ نفس المكان

وقد رسم الإسلام للأخلاق منهاجا واسعا مرنا ميسر التطبيق في مختلف العصور والبيئات، وجعل اطار القيم الأخلاقية واسعا رحبا يحقق الحرية الشخصية ويتقبل الجهود الفردية، ومع ذلك فقد أقام كثيرا من الضوابط التي تقف حاجزا منيعا ضد الظلم والشر والفوضى وجعل الإسلام من شعائر العبارات قوة دافعة ذاتية لتنمية الخلق الفاضل وحراسته من نوازع وضعف النفس البشرية¹.

2 . تقسيمات القيم الأخلاقية وأشكالها

أ . تقسيمات القيم الأخلاقية

هناك تقسيمات عدة للقيم الأخلاقية تترتب في سلم متدرج ويقسمها الأستاذ "عبد القادر المغربي" إلى أربعة أقسام²:

- ❖ قيم أخلاقية ايجابية شخصية .
- ❖ قيم أخلاقية شخصية سلبية.
- ❖ قيم أخلاقية اجتماعية إيجابية.
- ❖ قيم أخلاقية اجتماعية سلبية.

ويشرح ذلك من خلال أن القيم الأخلاقية الشخصية والاجتماعية تدور حسه عند قطبي الواجبات الشخصية والواجبات الاجتماعية، وهو يرى أن بعض القيم لا يمكن أن يقدر حق قدره إلا بمضادات السلبية. ويرى أن الحث على الواجبات يتضمن في الوقت نفسه الحث على التغلب عن فعل مضاداتها، ففضائل العمل والسعي يتضمن بطبيعة الحال نبذ الكسل والتواكل اللذين يعبران عن قيمتين سلبيتين وكذلك الصدق يلزم أن يبتعد صاحبه عن الكذب وهكذا .

ونستطيع من خلال ذلك أن نلاحظ بأنه يعد القيم التالية قيما أخلاقية شخصية ايجابية: (العلم الفعل الحسن الصبر، الشجاعة، الإعتدال، الصدق، الحياء، الإحتشام، الأمل ...
كما أنه يعد القيم التالية قيما أخلاقية شخصية سلبية وهي : (الغضب، الكذب، اليأس، التواكل الإسراف...)

أما القيم الأخلاقية الإيجابية فينطوي تحتها: الإتحاد، التعاون، التحاب، الرحمة، الشفقة، الرفق بالحيوان الصدق، الزكاة، الأمانة، العهد، الجهر بالحق، العدل (...)³.

¹ بلال خلف السكارنه: أخلاقيات العمل، ط 04، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص: 100

² مساعد بن عبد الله المحيا، عبد القادر طاش: القيم في المسلسلات التلفزيونية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات

التلفزيونية العربية)، ط01، دار العاصمة للنشر والتوزيع، 1992، ص ص: 71،74

³ مساعد بن عبد الله المحيا، عبد القادر طاش: م . س . د، ص: 75

وتهدف بذلك في مجملها إلى بناء الشخصية من أجل ذاتها ومن أجل الذوات التي تشاركها (المجتمع ككل) ولتحقيق مجموعة القيم الإيجابية يشترط المغاربي ما يلي:¹

- ❖ يستلزم ذلك إزالة بقايا القيم الهابطة الوافدة من المجتمعات الأجنبية الأخرى .
- ❖ تنفيذ تلك القيم يستلزم تطابق السلوك الخارجي مع السلوك الداخلي في وحدة نسقية متكاملة .

وهناك تقسيم آخر للقيم الأخلاقية:

- ❖ قيم أخلاقية ايجابية (القيم العليا).
- ❖ قيم أخلاقية سلبية (القيم السفلى).

ويقول في ذلك الغزالي: " أن الخلق عبارة عن هيئة في النفس راسخة عنها، تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية، فإن كانت الهيئة بحيث تصدر عنها الأفعال الجميلة المحمودة عقلا وشرعا، سميت تلك الهيئة خلقا حسنا ايجابي، وإن كانت الصادرة عنها الأفعال القبيحة سميت الهيئة خلقا سيئا (سلبيا)² .

وبالتالي يمكننا تحديد القيمة الأخلاقية والحكم عليها من ناحية السلب والإيجاب لأنها ترتبط بالشخص الذي يحملها، لذلك فإن كانت أفعال الإنسان ايجابية فإنها تعمل على تناسق مصالح الفرد وتكاملها مع مصالح المجتمع وهيئاته ومؤسساته بهدف تحقيق الأمن والسعادة للفرد والمجتمع على حد سواء.

ب . أشكــال القيم الأخلاقية

إن أوجه القيم الأخلاقية متعددة ولكن سنعرض بعضها فيما يلي:³

❖ الإحسان:

وهو ثمرة طيبة للنفس النقية التقية المخلصة في العمل والعبادة وقيمة الإحسان من القيم الأخلاقية التي تعني أن لا يعطي الإنسان وهو كاره أو مجبر ولا هو متعجب أو راض عن نفسه لأن ذلك احسان ظاهري .

❖ قيمة التواضع:

التواضع صنفان: تواضع عامي وهو الاكتفاء بالدون من الملبس والسكن والمركب، وتواضع خاصي وهو تمرين للنفس على قول الحق مهما كان وضعيا أو شريفا⁴، عن أبي هريرة رضي الله عنه أن الرسول

¹ بن منصور اليميني: دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية ، دراسة ميدانية حول الميزابيين المقيمين بولاية باتنة، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010، ص: 31

² نفس المكان

³ صهيب كمال الأغا، عبد السلام محمد نصار: دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد 16، العدد (01)، تصدر عن جامعة الأزهر، غزة (فلسطين)، جانفي 2008

ص: 642

⁴ نفس امكان

صلى الله عليه وسلم قال: " ما نقصت صدقة من مال، وما زاد الله عبدا بعفو، إلا عزاً وما تواضع أحد لله إلا رفعه الله " رواه مسلم¹.

❖ الصدق:

من القيم المفضلة وهي تعني قول الحق والالتزام به، فانه تعالى خلق السماوات والأرض بالحق وطلب من الناس أن يبنوا حياتهم على الحق فلا يقولوا إلا الحق ولا يعملوا إلا الحق، فالكذب رذيلة محضة تتبني على التغلغل والفساد في نفس صاحبها وعن سلوك ينشئ الشر انشاء ويندفع إلا الإثم من غير ضرورة مزعجة أو طبيعة قاهرة، قال الرسول صلى الله عليه وسلم: " عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر والبر يهدي إلى الجنة... " رواه البخاري².

❖ الأمانة:

تعد الأمانة من أهم القيم الأخلاقية التي ترمز إلى معاني شتى مناطها جميعا شعور المرء بتبعيته في كل أمر يوكل إليه وإدراكه الحازم أنه مسؤول عنه أمام ربه على النحو الذي فصله الحديث الكريم، لقوله صلى الله عليه وسلم: " كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته فالإمام راع و مسؤول عن رعيته، والرجل راع في أهله وهو مسؤول عن رعيته، والمرأة في بيت زوجها راعية وهي مسؤولة عن رعيته، والخادم في مال سيده راع وهو مسؤول عن رعيته" رواه مسلم، ومن معاني الأمانة أيضا أن يحرص المرء على أداء واجبه كاملا في العمل الذي يناط به وأن يستنفذ جهده في ابلاغ تمام الإحسان، فالأمانة أن يخلها الرجل لشغله وأن يعني بإجادته وأن يسهر على حقوق الناس التي وضعت بين يديه فان استهان الفرد بما كلف به وان كان تافها تستتبع شيوع التفريط ثم استتراء الفساد .

ومن الأخلاق الاجتماعية التي تدل على سمو المجتمع وتماسك بنيانه أن ينشر بين المواطنين خلق الأمانة، فمن بواعث الشكوى والقلق وازدياد الخصومات والجرائم أن تكثر الخيانة في الناس فلا يأمن صديق صديقه ولا زوج زوجته ولا أب ولده، ومن المجمع عليه لدى علماء الأخلاق والنفس والاجتماع أن الأمانة من ألزم الأخلاق للفرد والجماعة على حد سواء .

ونجد أن الأمانة تنظم الاستقامة في شؤون الحياة كلها من عقيدة وأدب ومعاملة وتكافل اجتماعي وسياسة حكيمة رشيدة وخلق حسن كريم، فالأمانة بهذا المعنى وهذه الحدود سر سعادة الأمم أو شقائها ويوم كانت أمتنا من أصدق الشعوب في حمل الأمانة والوفاء بها كانت أمتنا خير أمة أخرجت للناس³.

❖ قيمة الوفاء

تعني إثارة النفس الخالصة من شوائب الهدى ويقظة القلب النقي من موافقة الشر وتجنب المهايي الأنانية والإقبال على الجود والسخاء والعطاء⁴، فإذا أبرم المسلم عهدا فيجب أن يحترمه وإذا أعطي عهدا

¹ أبي زكريا يحيى بن شرف النووي الدمشقي: رياض الصالحين، ط08، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1984، ص: 108

² أشجان محمد سليمان: تربية الشباب في المجتمع المعاصر، ط01، مؤسسة شباب الجامعة، 2009، ص : 176،180

³ مرجع نفسه، ص ص: 180،181

⁴ صهيب كمال الأغا، عبد السلام محمد نصار : م . س . د، ص: 642

فيجب أن يلزمه ومن الإيمان أن يكون المرء عند كلمته التي قالها وينتهي اليها كما ينتهي الماء عند شطآنه. ومن ثمة فلا تعهد إلا بمعروف فإذا وثق الإنسان عهدا بمعروف فليصرف همته في امضائه ما دامت فيه عين تطرفت وليعلم أن منطق الرجولة وهدى اليقين لا يتركان له مجالاً للتردد والانتشاء¹.

ويعبر عنها بورديو "بقيمة القيم" في الحياة الاجتماعية التي تنقل التقاليد أساساً بشكل شفهي عن طريق القصص والأساطير... فمن خلالها تنقل شبكة متواصلة من القيم التي تضبط سلوك الفرد وتوجه أفعاله وهذا ما يعكس تشبث المجتمع بقيمة على حساب قيمة أخرى غير أخلاقية دخيلة².

❖ قيمة الحياء:

وهو خلق نبيل يحول بين ما يتمتع به وبين فعل المحرمات وإتيان المنكرات وهو كذلك الكف والامتناع وعن كل ما لا يرضي الخالق والمخلوق، وقد روي عن النبي صلى الله عليه وسلم في قوله كذلك: "إن لكل دين خلق وخلق الإسلام الحياء" و إذا استحکم خلق الحياء في نفس المسلم صده عن كل قبيح وقاده إلى كل أمر حسن طيب، والحياء لا يأتي إلا بالخير أما إذا ضعف هذا الخلق فلن يحل محله إلا السفه والوقاحة والفحش، ويجد الإنسان نفسه أمام أبواب مفتوحة من سوء والنكر فينزل إليها، لذا قال الرسول صلى الله عليه وسلم: "إن لم تستح فافعل ما شئت" رواه الترميذي. ولنا في رسول الله أسوة في التمسك بخلق الحياء³.

ويذكر أبي زكريا في كتابه (رياض الصالحين) بأن: "حقيقة الحياء خلق يبعث على ترك القبيح ويمنع من التقصير في حق ذي حق"⁴.

ومن هذا المنظور يكون الحياء هو المقياس والحد الفاصل بين القيمة واللاقيمة فيصبح السمة التي تميز السمة الأخلاقية وهو معنى الحديث "أن لكل دين خلق"⁵.

❖ الصبغة الجيدة:

المؤمن الصادق هو الذي يتجنب الجلوس مع رفاقاء السوء والهازلين لقوله تعالى: "وَقَدْ نَزَّلَ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ أَنْ إِذَا سَمِعْتُمْ آيَاتِ اللَّهِ يُكْفَرُ بِهَا وَيَسْتَهْزَأُ بِهَا فَلَا تَقْعُدُوا مَعَهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ إِنَّكُمْ إِذَا مَثَلْتُمْ إِنَّ اللَّهَ جَامِعُ الْمُنَافِقِينَ وَالْكَافِرِينَ فِي جَهَنَّمَ جَمِيعًا"، (الآية 140)، تحت الآية الكريمة على اجتناب أصحاب المعاصي لتجنب الشبهة والاحتكام بالعقل وذلك بأن يشغل المرء بنفسه والانهماك بما ينفع من عمل هو سبيل تجنب الخوض بما يقولون.

¹ أشجان محمد سليمان: م. س. ذ، ص: 180

² حسان تريكي: ملامح نسق القيم الاجتماعية والأخلاقية السائدة في المجتمع الجزائري على ضوء دراسات بيار بورديو، جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد رقم 06، مجلة محكمة تصدر عن جامعة 08 ماي 1945، قلمة، جوان، 2011، ص ص: 242، 243

³ سميد علي حسينة: دور القيم الاجتماعية في الوقاية من الجريمة، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية السعودية، 2004، ص: 24

⁴ أبي زكريا يحي بن شرف النووي الدمشقي م. س. ذ، ص: 227

⁵ عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: الثقافة والقيم، ط01، دار الجبل، سنة 2002م، ص: 60

❖ عزة النفس:

أن النفاق باب لذل النفس والمنافق يبيع كرامته ويحقر ذاته حيث يحملها على الكذب والغش والمنافق يتعلق بالغش وينافق ويخادع ويكذب في مجالات حياته ولو أخذ المرء عزة نفسه نهجا في حياته وصان كرامته لهان نفسه عن النفاق ولربح في حياته.¹

❖ أدب الحديث:

يعتبر أدب الحديث من أجل القيم الأخلاقية والنعمة التي أنعمها الله على الإنسان وكرمها الله بها على سائر الخلق وهذا ما ذكره بها في سورة الرحمان بقوله: "الرَّحْمَانُ (1) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (2) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (3) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (4)". سورة الرحمان الآية 1 . 4، وقد بين الإسلام كيف يستفيد الناس من هذه النعمة المسداة وكيف يجعلون كلامهم الذي يتردد سحابة النهار على ألسنتهم طريقا إلى الخير المنشود فإن أكثر الناس لا ينقطع لهم كلام ولا تهتد لألسنتهم حركة².

❖ الصبر على المعصية والشهوات:

الصبر من أمهات القيم الأخلاقية التي عني بها القرآن العظيم وتكرر ذكرها في آياته لقوله تعالى: "قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا رَبَّكُمْ لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا فِي هَذِهِ الدُّنْيَا حَسَنَةٌ وَأَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةٌ إِنَّمَا يُوَفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ". الزمر الآية 10، حيث وجب الابتعاد عن المتع والشهوات والمغريات التي تؤدي إلى المعاصي لقوله تعالى: "زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ، مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَتَابِ (04)". آل عمران، ويقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "حققت الجنة بالمكاره، وحققت النار بالشهوات" رواه مسلم.

❖ بر الوالدين:

بين الإسلام حق الوالدين وحث عليه حثا كبيرا، فالبر من أسماء الله تعالى وتعني العطف على عباده ببره ولطفه ومن الأدلة على بر الوالدين في الكتاب لقوله تعالى: "وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا" الآية (23) من سورة الإسراء، ومن درجات بر الوالدين أداء حقهما المادي وهذا ليس قيمة خلقية وإنما وفاء لدين قديم مضافا إلى دين التربية، والدرجة الثانية تتجاوز حدود الحقوق بمزيد من الاحترام والرعاية³.

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: م. س. ذ، ص: 116

² مرجع نفسه، ص: 195

³ هدى علي جواد الشمري: مباحث في علم الاجتماع الإسلامي، ط01، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2011

ومن مظاهر بر الوالدين أن يكون الولد لَيِّن الجانب رحيمًا، حسن التعامل معهم بالمعاملة الحسنة والدين في القول والسرور والبشاشة عند اللقاء، وأن يرفق بهما ويرحمهما ويدعوا لهما ولا يتعالى ولو كان كافرين لقوله تعالى: "وَخَفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ، وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْنِي صَغِيرًا " الإسراء (24) ومن الآثار المترتبة على بر الوالدين ما يلي:¹

- يؤدي إلى مرضاة الله والفوز بجنته.
- هما باب لفرج الكرب وإجابة الدعاء والنجاة من المآزق الضيقة.
- يؤدي إلى البركة وطول العمر والزيادة في الرزق فعن الثوبان قال، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " لا يزيد في البركة إلا البر " رواه البخاري.
- أن البر يشعرك براحة وطمأنينة ودعائهما يفتح لك كل باب مسدود.

❖ الرحمة:

من الفضائل الخلقية وتكمن حقيقتها أنها ورقة في القلب وعاطفة جياشة تدعو صاحبها إلى بذل المعروف وإغاثة الملهوف ومنع التعدي والبغي والمشاركة في الأفراح وتنقوت مستوياتها من حيث الشخص ومن يحبهم من شخص إلى آخر، حيث أنها دائمة أو عابرة، ومن مجالاتها: "الرحمة بذوي الأرحام، الرحمة بالصغار والضعفاء... لقوله تعالى: "وَإِذَا جَاءَكَ الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِنَا فَقُلْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ كَتَبَ رَبُّكُمْ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ أَنَّهُ مَنْ عَمِلَ مِنْكُمْ سُوءًا بِجَهَالَةٍ ثُمَّ تَابَ مِنْ بَعْدِهِ وَأَصْلَحَ فَأَنَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ" الآية (54) من سورة الأنعام .

❖ الإيثار:

الإيثار من أجل الصفات الخلقية الكريمة التي يتحلّى بها الإنسان المسلم، وهو شعار للنفوس الكبيرة الساعية لخدمة الإنسانية والعاملة لتخفيف ويلات البشرية، ومن أبرز مظاهرها التبرع بالأعضاء، الكرم، المال وأجل من ذلك بذل المال في مجالات الإنفاق على الفئات المستضعفة في المجتمع كالمحتاجين، والأيتام والأرامل.

وعليه فالغاية الأسمى من منظومة القيم الأخلاقية اخضاع رغبة النفس الإنسانية لتتماشى مع المعايير والضوابط البشرية التي يقرها المجتمع وبما يتفق مع طموحاته القيمية الأخلاقية، لهذا فالأخلاق الفاضلة أو المحدودة إن كانت عند بعض الناس عزيزة فعند البعض مهانة .

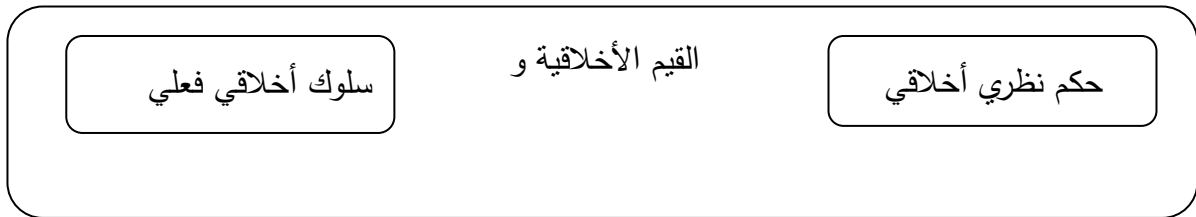
¹هدى علي الجواد الشمري ، م . س . ذ . ص ص، 172، 191

3 . أهمية القيم الأخلاقية ومعاييرها

أ . أهمية القيم الأخلاقية

- للقيم الأخلاقية أهمية كبيرة على المستوى الفردي وعلى المستوى الجماعي، إذ تعد من أهم الركائز والمقومات التي بفضلها يستقيم الفرد في مختلف مجالات حياته ونورد أهميتها في ما يلي¹ :
- ❖ يهتم الإنسان بما أودع فيه من عقل بمعرفة الحقيقة، ولكنه بما أودع فيه من الشعور يهتم بممارسة الخير فإذا كان للعلم أهمية في رقي الإنسان المادي فإن الأخلاق أكثر أهمية لأنها تهتم بالناحية الروحية للإنسان وينتظر من كل إنسان أن يكون عالماً أو أن يلم بالنظريات العلمية، لذلك فإن مسائل الأخلاق من المسائل التي يجب أن يهتم بها كل إنسان، فإن كل امرئ محتاج أن يبين تصرفاته ويبررها بالرجوع إلى مبدأ خلقي وإذا لم يتخذ الإنسان لنفسه موقفاً بالنسبة للمشكلات التي تعترض له بالسلبية فهذه الأخيرة تكون ضد القيم الأخلاقية وفي ذلك يقول باسكال : " إن السلبية هي أساس التدهور والسقوط فوق أنها نفاق وحين "
 - ❖ يتعين على كل إنسان أن يتخذ لنفسه مبدأً خلقياً يسير عليه ويقيس به تصرفاته وأفعاله ويمكن أن يتقيد الإنسان بـ الضمير الأخلاقي الذي تحكمه العادات والتقاليد والمعتقدات .
- كما تتمثل أهمية القيم الأخلاقية في عدة نقاط هي:²
- ❖ للقيم الأخلاقية دور في تماسك المجتمع وسعادته وبعده عن الفوضى والشقاء فضلاً عن دورها في أحداث التوازن وتحقيق التكيف .
 - ❖ تعمل على تنمية الوازع الديني لدى الإنسان دون أي تطرف أو مغالاة كما تعمل على تربية الضمير الإنساني وحمايته من الأنانية ونكران الذات في سبيل صالح المجتمع.
 - ❖ كما تحرص القيم على توجيه المرء شخصياً للصواب والخطأ أو غالباً أكثر مقننات الجماعة والشكل التالي يوضح القيم الأخلاقية نظرياً وتطبيقاً على أرض الواقع .

والشكل التالي يوضح القيم الأخلاقية نظرياً وتطبيقاً:³



شكل رقم (06) يوضح القيم الأخلاقية نظرياً وتطبيقاً

¹ محمد بدوي: الأخلاق بين الفلسفة وعلم الاجتماع، ط01، دار المعرفة الجامعي، الأزاريطة، 2000 ، ص ص: 86

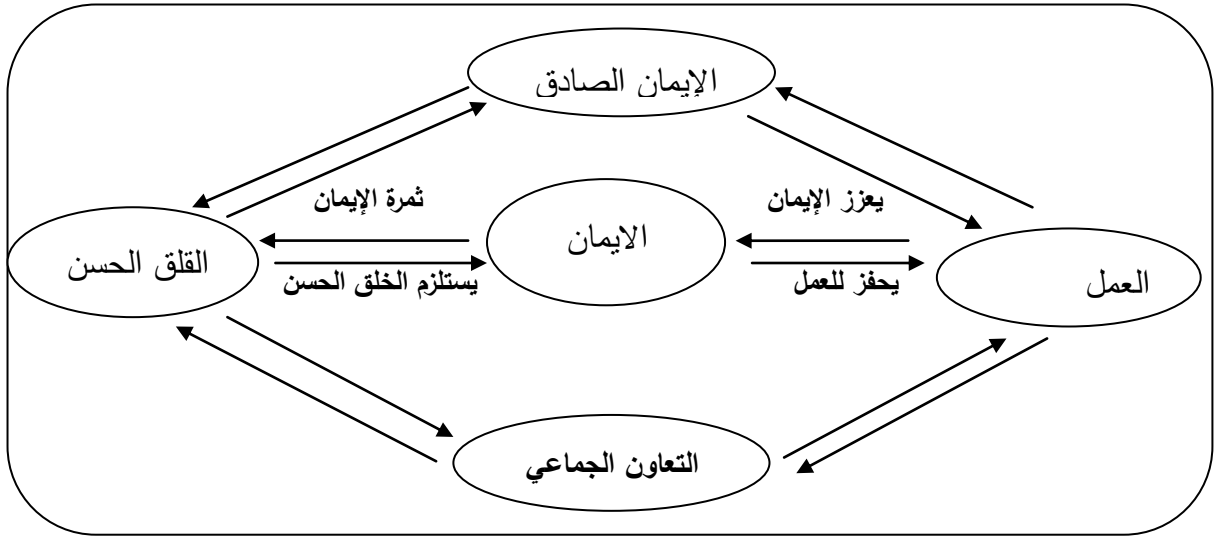
² صهيب كمال الأغا، عبد السلام محمد نصار: م . س . ذ . ص: 642

* محمد بدوي : م . س . ذ، ص: 200

وعليه فهي نظام اجتماعي يحدد الأثر الفعال للأسرة والمدرسة في تنمية النشء من النواحي الجسمية والعقلية والأخلاقية والنفسية والروحية والوطنية حتى يمكنه أن يحيا حياة سوية في البيئة التي يعيش فيها. فالقيم الأخلاقية هي تربية في حد ذاتها تكيف الفرد لكي يتماشى ويتلاءم مع تيار الحضارة الذي يعيش فيه وتزويده بالحقائق والمعلومات والنظريات الضرورية، كما أنها تمدد بالاتجاهات والمشاكل والميول والسمات الأخلاقية التي يرغب المجتمع بتزويده بها¹.

وبذلك فللقيم الأخلاقية وزن وأهمية تركز بالدرجة العليا في السلم الاجتماعي والفردى بمختلف مستوياته فهي ترتبط بكل القيم الأخرى بل كجزء لا يتجزأ منها (السياسية، الدينية، الإسلامية، الجمالية ...). ومن قال أنه يمكن أن نحصرها في زاوية معينة ؟ وبالتالي فهي معيار نقيس به أوجه التقدم والتخلف والانضباط والشر والخير ...

والشكل التالي يوضح علاقة القيم الأخلاقية بالتربية:²



شكل رقم (07) يوضح علاقة القيم الأخلاقية بالتربية

ب . معايير القيم الأخلاقية (بين النسبية والمطلقة)

جدلية النسبية والمطلقة في القيم الأخلاقية استدعت منا الأخذ بعدة منطلقات لتفسير ذلك من عدة جوانب ونذكر في ذلك ما يلي:

أن القيم الأخلاقية ليست معاني سابقة ومدركة ابتداء لجميع الناس ثم يعملون على لباسها لباسا اجتماعيا وتاريخيا يخص أوقامهم³ فهي حقائق ثابتة ما دام نظام الكون ونظام الحياة ونظام الخير والشر أمورا مستمرة ثابتة، وهي ضمن المفاهيم الإسلامية الصحيحة غير قابلة للتغيير ولا التبديل من شعب إلى شعب ولا من زمان إلى زمان والثابت في القيم الأخلاقية مرده إلى مصدرها وهو " الوحي " الذي له صلاحيته للتطبيق على

¹ عبد الرحمان محمد العيسوي: م. س. د، ص: 233

² *عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: م. س. د، ص: 337

³ طه عبد الرحمان: تعددية القيم (ما مداها ؟ وما حدودها ؟)، ط 01، جامعة القاضي عياض، مراكش، 2001، ص: 33

مر الأزمان والأوطان ومن غير الممكن أن تتحول الفضيلة إلى رذيلة والعكس صحيح¹.

وقد يقول قائل إن القيم الأخلاقية والإنسانية واضحة جذورها مشتركة ومعاييرها موثقة ولا خلاف فيها أبدا (مطلقة)، فإذا نظرنا من منظور آخر فإن هذه الأخيرة _ القيم الأخلاقية _ تكون مندمجة أصلا في اللغة الأخلاقية لقوم مخصصون، حيث تأتي ظروف خاصة كالأزمات الاجتماعية والمواجهات السياسية فتتجلى فيها هذه المعاني، ويشترك الناس جميعا في التعرف عليها أيا كانت خصوصية لغتهم الأخلاقية، ويورد طه عبد الرحمان بذلك مثالا جوهره " أننا لو شهدنا مسيرة لجمهور غير جمهورنا يحمل لافتات كتب عليها (العدل وعلى بعضها كلمة (الحق) لهمنا بالسير معهم واندفعنا في مساندتهم فهما لمرادهم واعترافا بالقيم التي يتظاهرون من أجلها ولو أننا لا نشاركهم في ثقافتهم²، نستعير في ذلك ما ذكره " ابن خلدون".
قائلا: " والواقع أن التغيير كما هو قانون الوجود فإنه أيضا قانون القيم الأخلاقية...³

وعلى ضوء ما تقدم فإن للقيم الأخلاقية وجهين اثنين أحدهما يخص كل أمة على حدى لتعلقه بثقافتها وتاريخها وبفضله تبتعد هذه القيم والثاني يشترك في أفراد الإنسانية جمعاء ولا ينكشف لهم إلا من خلال الأحداث ذات الديناميكية وعلى هذا يكون طريق ولتزام في التعامل مع التصادم القيمي هو المزوجة بين المختص والمشارك انسانيًا، مختصة اجتماعيا والمشارك الإنساني منه لا يشرف على المختص الاجتماعي ولا يؤسسه⁴.

وندعم هذا القول بحديث الدكتور علي عقلية عرسان: " بأن القيم الأخلاقية عالم تتداخل فيه الفلسفة والأخلاق والعقائد التي تعمل على تكوين المعايير والأحكام وقد تتأثر متأثرا مباشرا بالأيديولوجيا والسياسة و ببعض مفاهيم الإنسان ويقومون بذلك بالتفسير والتطبيق بالمتغيرات مع أنها أقرب إلى الثبات والديمومة من أي معطى معرفي وخلقى آخر... الخ⁵

وجوهر القول أن القيم الأخلاقية تتأرجح بين الثبات والنسبي فلا يمكن الجزم بأنها مطلقة خاصة وأننا نعيش في عالم حضاري ثقافي قيمي متغير من حين لآخر، وبذلك فإذا بقيت في حالة سكون أو كمون داخل النفس ينحصر أثرها في صاحبها ولا يتعداه، فهي ليست خصائص نفسية ذاتية وإنما هي سلوك اجتماعي عملي .

ويمكن أن نستنتج كذلك من خلال ما تقدم: أن المجتمعات العربية الإسلامية إنما تتميز بمنظومة أخلاقية قيمية ذات أبعاد اعتقادية، تستند إلى الوحي (مطلقة) وتتناغم مع الغير وتحتاج إلى معايشة وتجسيد في واقع الفعل، فحتى الرسالة المحمدية من حيث بعدها الأخلاقي كانت في الاتجاه الذي عبر عنه

¹ عبد الرحمان حسن حنيفة الميداني: الأخلاق السامية وأسسها، ط01، دار التعلم، دمشق، د س، ص: 133

² طه عبد الرحمان: م . س . ذ، ص: 34

³ عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: م . س . ذ، ص: 162

⁴ طه عبد الرحمان م . س . ذ، ص: 34

⁵ عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: م . س . ذ، ص: 129

الحديث النبوي الشريف: " إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق " وفي هذا اعتراف ضماني بوجود فضائل أخلاقية تميز المنطقة العربية وتتوافق مع الفطرة الإنسانية السليمة.

4 . مصادر القيم الأخلاقية

تختلف المصادر التي نستقي منها القيم باختلاف ثقافات المجتمع والأفراد الذين يعيشون فيها وعندما نتساءل يقول لنا: من يضع القيم الأخلاقية؟ ونرى أن هناك فئة تقول إن الإنسان الفرد هو نفسه الذي يحدد القيم، في حين أن هناك قولاً آخر يرى أن المجتمع هو الذي يضع القيم الأخلاقية، وهناك من يرى أن واضع القيم هو سلطة إلهية؟، وفيما يلي نعرض مصادر القيم الأخلاقية:

❖ الفلاسفة:

ويتجه الفلاسفة في ذلك عدة اتجاهات أهمها أنهم يرو بأن الإنسان هو الذي يحدد القيم الأخلاقية باعتباره مقياس لكل شيء وهو الذي يحدد الخير والشر والصواب والخطأ والقبيح والجميل وهو الذي جعل لأي قيمة معنى بقوله لها والزامه بها ومن ذلك يتبنى أن خالق القيمة هو مصدر التقويم وهذا المصدر هو الإنسان الفاعل¹.

❖ المجتمع:

وهناك رأي آخر يرى أن واضع القيم ومبدعها هو المجتمع وعلى رأسهم " دوركايم " فهو يرى أن الأمور الأخلاقية لها قيمة لا تقاس بسائر القيم الإنسانية ولآية ذلك أننا نضحى بأنفسنا من أجلها مما يدل على أنها لا نضير لها والعواطف الجماعية هي التي يتوافر فيها هذا الشرط الذي يخاطب ضمائرنا بلهجة مختلفة تماماً عن لهجة العواطف الفردية.

❖ الدين:

ما من شك أن الدين مصدر للقيم الأخلاقية كما تحدث عنها عزي عبد الرحمان، فالدين حين يساهم في تشكيل هذه الأخيرة لا يشكلها باعتبارها قيم نظرية مجردة ولكن باعتبارها قوى وطاقت للتوجيه والترشيد الإنساني، فالقيم الأخلاقية ينبغي أن تؤدي دورها الفاعل في المجتمع الإنساني بدءاً بإحداث التغيير اللازم في الوعي والشخصية والحركة والإنسانية انتهاءً ببناء نظام فاعل للقيم .

فالدين لا يظهر بمجرد مقولات عقديّة وأخلاقية واجتماعية ولكن كنظام حياة متكامل يظهر قيماً أخلاقية ومن أمثلة ذلك: مقاصد الشريعة التي تعبر عن أرقى معاني القيمة الإنسانية في الوجود فهي في حقيقتها تصف لنا نظاماً أخلاقياً قيماً راقياً جداً².

يقول مالك بن نبي: " إن الدور الذي يؤديه الدين في هذا المستوى الاجتماعي، يتدخل في التركيب الاجتماعي في تشكيل قيم أخلاقية متجسدة في العادات والقواعد الإدارية والمبادئ التشريعية... "

¹ فايزة أنور أبو شكري: م. س. د، ص ص: 146، 147

² عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: م. س. د، ص ص: 117، 116

ومنه العنصر الديني بصفة عامة فضلا على أنه يغذي الجذور النفسية العامة على ما بين يتدخل مباشرة في العناصر الشخصية التي تكون الأنا الواعية في الفرد وتنظيم الطاقة الحيوية¹.

❖ الأحكام القيمية:

هناك من الآراء من يقول إن منبع الأخلاق والأحكام القيمية إنما جاءت من الطبيعة الإنسانية بما فيها من مكونات وغرائز وحاجات وليس هناك أفعال أخلاقية في ذاتها، إنما هناك تفسير للأفعال الإنسانية وتقويم لها حسب طبيعة الفاعل والمقوم وما تطمح إليه هذه الطبيعة من حب السيطرة وإرادة للقول والشيء الذي يقع عليه التقويم في ذاته ليس أخلاقيا وليس مضادا للأخلاق وإنما هو على الحياد.²

مما تقدم يمكن أن نستخلص بأن مصدر القيم الأخلاقية يرجع إلى أربعة مراحل متداخلة ومكاملة

لبعضها البعض وهي:

- كأول مرحلة هي الدين الذي يعتبر بمثابة القدوة والمثل الأسمى التي ترشدنا لطريق الصواب والخطأ (ممثل بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة).
- كثاني مرحلة هي " المجتمع " وتكون هذه المرحلة متداخلة مع المرحلة الثالثة وهي الأحكام القيمية، فالمجتمع الإنساني ينزل تلك القيم الأخلاقية (الدينية) من الإطار النظري إلى الواقع الفعلي المعنوي أو المادي في شكل أحكام قيمية .
- وكأخر مرحلة هي الإنسان الذي يتخذ هذه القيم كمعيار ليحكم به على سلوكه وعواطفه معرفته (من مدركات، مفاهيم، حقائق، معارف ...).

¹عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: م. س. ذ ، ، ص: 119

²فايزة أنور أبو شكري: م. س. ذ ، ، ص: 117

❖ خلاصة الفصل

كشفت هذا التناول النظري على أهمية موضوع القيم في كونها المرشد والدليل للسلوك والتي يتم في ضوءها تفضيل تصرف على آخر، وهي بمثابة المعيار الذي يحتكم اليه الفرد في تقييم سلوكه وسلوك الآخرين من خلال ما يتميز به من خاصية الثبات والمرونة ومن ثمة انتقالها من جيل لآخر. كما استوقفنا في هذا الفصل اسهامات بعض المفكرين حول الاتجاهات المفسرة لطبيعة القيم الأخلاقية ومنبعها، تطرقنا في ذلك جملة وتفصيلا بدءا بالاتجاه الفلسفي ثم الاجتماعي فالأنثربولوجيا وصولا للمكانة العظيمة التي خولها لها القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة من خلال تربية الضمير، تربية الإرادة والفضائل تنمية الوازع الديني، والهدف الأسمى في ذلك بناء فرد صالح يحارب القيم والعواطف غير المرغوب فيها. ومنه تكوين بصيرة علمية وقناعة عقلية بالقيم الأخلاقية الإيجابية في كنف المجتمع الذي يوليها أهمية ومكانة كبيرة .

الفصل الثالث

الإعلام التقليدي والجديد وعلاقته بالقيم الأخلاقية

❖ تمهيد

▪ أولا : الإعلام التقليدي والقيم الأخلاقية

1 . الصحافة والإذاعة والقيم الأخلاقية.

2 . التلفزيون والانترنت والقيم الأخلاقية.

▪ ثانيا : الإعلام الجديد والقيم الأخلاقية

1. شبكات التواصل الإجتماعي وآثارها القيمية

والأخلاقية على الفرد.

2. شبكات التواصل الإجتماعي وقيم وأخلاقيات

الشباب الجزائري

❖ خلاصة الفصل

❖ تمهيد

حققت شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك العديد من التفاعلات والمعاملات بين الأفراد في مختلف المجالات التي أصبحت تعوض الزمن الحقيقي وتجاريه على حساب الزمن الافتراضي. هذه الأخيرة تلعب العديد من الأدوار كجزء ونسق داخل المجتمع لإشباع حاجات ودوافع الأفراد، فأى وسيلة تكنولوجية تظهر يكون لها تأثير بشكل مباشر أو غير مباشر على جميع المجالات ومنه التغيير في معتقدات وقيم البشرية التي وضعت لها قواعد متفق عليها لا يمكن تغييرها، ولنستدل على ذلك بأن فهم أبعادها لا يختصره التطور التقني في حد ذاته ويظل متعذرا ما لم ندرك حقيقة التأثير الذي يسعى القائمون عليه لتغيير قيمنا الأخلاقية.

فلا يختلف القائمون اليوم فيما بينهم على أن القيم شأنها شأن بقية الظواهر الأخرى التي تتعرض للتغيير حتى ولو بقيت بألفاظها الثابتة فإن معانيها وفي ضوء الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية...تتطور وتتغير ومن الطبيعي أن يكون صدى هذا التأثير له مخلفات وأضرار معنوية على قيمنا الأخلاقية التي تعد الواجهة لجميع أقوالنا وأفعالنا والعمود الفقري لأي مجتمع سواء أكان هذا التأثير بالإيجاب أو السلب.

لذلك سوف نسعى من خلال هذا الفصل للكشف عن جملة من العناصر تتعلق بتأثير الإعلام بما فيه الصحافة، الإذاعة، القنوات الفضائية، الأنترنت، وصولا في الأخير إلى شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) والتأثير الذي أحدثته على منظومة القيم الأخلاقية في الوطن العربي والجزائر.

أولاً: الإعلام والقيم الأخلاقية

تعتبر وسائل الإعلام من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام بل أصبحت هذه الوسائل مصدراً أساسياً للثقافة العامة لكافة فئات المجتمع فقد امتد تأثيرها إلى معظم أفراد المجتمع، عن طريق ما تقدمه من محتوى يحمل مضامين متعددة تلقى قبولاً لدى هذه الفئات، وما يقال في القنوات الفضائية يمكن أن يمتد إلى الإذاعة والصحافة أما الإعلام التكنولوجي كشبكة الانترنت والوسائط التكنولوجية فقد تجاوزت جميع الأدوار لتصبح أحد المصادر الثقافية التي يستقي منها الفرد معلوماته بما تتميز به من تجاوز لكافة العوائق، سواء كان ذلك في الوقت الذي تبث فيه المادة الإعلامية أو مجالها الجغرافي أو مجالات رقابتها ومنعها .

1. الصحافة والإذاعة والقيم الأخلاقية

أ . الصحافة والقيم الأخلاقية

تعتبر الصحافة من المؤسسات الاجتماعية والإعلامية التي كثيراً ما ساهمت في التأثير على الأفراد خاصة الشباب والأطفال منهم سوء أكان ذلك في الجانب الإيجابي أو السلبي من حياتهم ومن الجوانب التي لعبتها الصحافة في تعزيز الجانب القيمي الأخلاقي مايلي:¹

- تعريف النشء على العادات والتقاليد والأعراف المجتمعية التي توارثها المجتمع عن الأجيال السابقة وأهميتها في تنظيم المجتمع .
- تساهم الصحافة وخاصة الصحافة الدينية منها في حث النشء وتربيتهم على التمسك بالعادات والسنن والأركان من صوم وصلاة ... وفعل الخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وإفشاء السلام والإيمان والمحبة والتعاون بين أفراد المجتمع.
- وسيلة هامة لنشر مبادئ وقيم الحرية والمساواة والتعاون بين فئات المجتمع.
- تحارب الصحافة العديد من الممارسات الاجتماعية الخاطئة وبالذات بحق المرأة مثل زواج القصر والإكراه...
- تساهم الصحافة في تعزيز قيم احترام كبار السن ومساعدتهم والأخذ بأيديهم .
- تحارب الصحافة وبالذات الصحافة ذات الطابع الديني دعوات الكفر والإلحاد والزندقة وتشويه الدين والإساءة للقيم الدينية وأخلاقيات المجتمع الصحيحة.²

ب . الإذاعة والقيم الأخلاقية

للإذاعة بعد تاريخي مجتمعي مهم في خدمة الجماهير بالقدرة على التأثير في سلوكيات وقيم وأخلاقيات المجتمع، وبعبارة أخرى عامل من عوامل التغيير سواء بالسلب أو الإيجاب.

- إيجابيات الإذاعة على الجانب الأخلاقي:
- ❖ تساهم الإذاعة بشكل عام في التنشئة الاجتماعية للشباب على القيم الأخلاقية من الأمانة والصدق باعتبارها قيماً يحبها الله ورسوله أولاً ثم يدعوا المجتمع إلى اتباعها والتقيد بها من قبل المجتمع .

¹ صالح خليل الصقور: الإعلام والتنشئة الاجتماعية، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص: 190، 201.

² نفس المكان

- ❖ نبذ السلوكيات غير السوية التي تشهدها المجتمعات مثل الابتعاد عن الكذب فالكذب عادة سلوك ممقوت.
- ❖ توجه الإذاعة العديد من البرامج الدينية المليئة بالنصائح والإرشادات بالابتعاد عن المؤثرات والمشاهدات غير السوية في كافة مناحي الحياة سواء على شكل تبرج أو ممارسات جنسية أو عنف.
- ❖ تعمل الإذاعة على نبذ عقوق الوالدين والإساءة للكبار.
- ❖ تسهم الإذاعة في زرع ونشر قيم الاعتماد على الذات وزيادة الإنتاجية واحترام العمل الشريف مهما كان وتقدير الوقت.

■ سلبيات الإذاعة على الجانب القيمي الأخلاقي:

بالرغم من كل الإيجابيات التي تحظى بها الإذاعة كوسيلة إعلام جماهيري إلا أنها لا تخلو من بعض العيوب التي تتمثل أساسا في المبالغة في بث الأغاني والرقصات وبالذات السريعة والصاخبة منها ذات الهدف التجاري والمجوني سواء أكانت شرقية أو غربية والتي أثرت على الجانب السلوكي والقيمي¹.

2 . التلفزيون والإنترنت والقيم الأخلاقية:

أ. التلفزيون والقيم الأخلاقية

أصبحت القنوات التلفزيونية في متناول العديد من الأفراد بل المجتمع ككل وهو ما يشكل تحديا خطيرا على أخلاقيات الشباب والمراهقين وحتى الأطفال، وقد أخذ تأثير الشاشة الصغيرة في التغلغل إلى كل شرائح المجتمع وخصوصا الشباب منهم وعن قريب يتم إدخال تعديلات أكثر مرونة على التلفزيون وبشكل بذلك البث الفضائي أبرز مصادر التأثير على القيم الأخلاقية الأصلية للمجتمع خاصة تلك التي تحمل مضامين متناقضة مع المضامين الأخلاقية التي يتلقاها الفرد في المجتمع، بالمقابل ماتحملة من آثار إيجابية ممثلة في زيادة قدرة الأطفال على التذكر والاستيعاب وتنمي لديهم الخيال والابتكار كما تسهم في بناء شخصيتهم من خلال إعطائهم حرية الأخبار والرقابة الذاتية وتعزيز لديهم الاستقلالية والقدرة على إبداء الرأي والرغبة في الحوار من خلال محاكاة من خلال ما يقدم في التلفزيون².

وتأتي التأثيرات الثقافية على الشباب من انفتاح الفضاء أمام القنوات المختلفة منهم من يسهم ايجابا ومنهم من يؤدي إلى الانحلال الخلقي والفكري والسلوكي لدى بعض الشباب ولم يعد من الممكن السيطرة على ما تبثه القنوات الفضائية العربية منها والدولية.

ولعل من أهم الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية المستقاة من القنوات الفضائية هو تأثيرها على الهوية إذ أن كثيرا ماتبثه هذه الفضائيات يأتي من الدول الأجنبية بكل ما تحمله من قيم ومفاهيم وأساليب للحياة، وقد وعت بعض شعوب العالم خطر الإباحية التي تبثها القنوات الفضائية فأغلبية الفرنسيين قيدت

¹ صالح خليل الصقور: م. س. د ، ص ص: 178، 186 (بتصرف)

² سعيد عبد الله المهيري: تأثير الإعلام على القيم الأخلاقية، قسم الدراسات العليا التاريخية الحضارية، جامعة أم القرى

حظر بث المواد الإباحية بالتلفزيون بعد تزايد عدد الجرائم الجنسية، وقد أُجري استطلاع في الرأي أُجري في فرنسا أن ثلثي الفرنسيين يريدون منع بث العروض الإباحية عبر قنوات التلفزيون العامة والخاصة¹.

وقد أثبتت الدراسات العلمية وجود علاقة طردية بين ما يشاهد والتأثير الواضح على السلوك والعكس صحيح فمن يشاهد البرامج المثيرة للغرائز قد تكون دافعة للجروح من خلال ما يكتسبه المشاهد من قيم ومواقف تدفعه لتقمصها ومحاولة تقليدها فمعظم ما تبثه تلك القنوات يورث ضعف الإيمان بالله تعالى ويؤدي الإعراض عن طاعته وعبودية الشهوة وهذا الأمر مشاهد وملمس. فإن المشاهد المحرمة التي تعرضها تلك القنوات تضعف الإيمان وتؤدي إلى تمييع المفاهيم والثوابت الإسلامية².

إن مسألة الأخلاق الإنسانية هي لب الدين بحسب رأي الإمام الخامنئي، أن تحتل المركز الأول في الترويج الإعلامي الهادف وعن هذه الدول يقول: "إن الهوية الأخلاقية القيمة هي الهوية الحقيقية للمجتمع أي مركز الثقل في المجتمع. القطب القيمي الأخلاقي. وجميع الأمور الأخرى حول محورها".
ويضيف قائلاً "أن علينا أن نولي أهمية كبيرة للإذاعة والتلفزيون بالتخطيط في مجال نشر الفضائل الأخلاقية وتفهمها وبيانها كالأخلاقية السلوكية لأفراد المجتمع... وحفظ كرامة الإنسان... والقناعة التي تعد من أهم القيم الأخلاقية"³.

يقول عزي عبد الرحمان في هذا الصدد: "بأن أغلبية الزمن الإعلامي وسيادته يعودان إلى سيطرة البنيوية على زمن الأفراد والجماعات وذلك ما يظهر في حجم الساعات التي يقضيها الفرد مع الشاشة والحاسب وبصفة أخرى فقد تقلص زمن العلاقات الاجتماعية عمليا مع ظهور كل وسيلة إعلامية جديدة"⁴.

ب . الانترنت والقيم الأخلاقية

لعل أبرز وسائل الاتصال الحديثة تأثيرا في القيم الأخلاقية هي تلك الوسائل التقنية كشبكة الانترنت والبريد الإلكتروني فشبكة الانترنت أصبحت مصدرا مهما للوصول للمعلومات سواء أكانت معلومات متخصصة أو عامة، ومن التأثيرات الإيجابية لشبكة الانترنت ما كشفته أحد الدراسات عن بعض مواقع الشبكة " الفيسبوك " بأنها حلت محل فضاءات أخرى مثل " الماي سبايس " في التسوق والبحث عن المعلومات الثقافية المفيدة كما أتاحت الأنترنت لعدد من الأفراد مجالا للإبداع، ففي دراسة استغرقت ثلاث سنوات وشملت 800مراهق وأقاربهم حيث مولتها شركة " ماك آرثر " باسم مشروع الشباب الرقمي حيث أثبتت نتائج الدراسة مايلي:⁵

■ أن تصفح مواقع الشبكة يثير مراكز التفكير والقرار المعقد في الدماغ ولكن هناك من يرى التأثير السلبي لشبكت الأنترنت على العلاقات الاجتماعية، بما يعني تغيير في من منظومة القيم الاجتماعية وقيم العمل

¹ سعيد عبد الله المهيري، ص: 129، 134

² فاطمة حسين عواد: الإعلام الفضائي، ط01، در أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص: 174

³ الإمام الخامنئي: الإعلام، ط01، مركز نون للتأليف والنشر، بيروت، كانون الثاني، 2007، ص: 24

⁴ عبد الرحمان عزي: الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي (قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية)، مجلة المستقبل العربي

المادة متوفرة على الرابط badislounis.blogspot.com، تاريخ الزيارة 16 / 02 / 2016، على الساعة 15:33

⁵ سعيد عبد الله حارب المهيري: م. س. ذ، ص ص: 135، 141

الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا هاما في ثقافتنا، وأشار أنه بالمقابل فإن الاستخدام الفردي للحاسب والانترنت يعزز الرغبة والميل للوحدة والعزلة لدى المراهقين والشباب مما يقلل فرص التفاعل والنمو الاجتماعي والانفعال الصحي.

وبفضل هذه الشبكة فقد ظهرت بوادر نقل الثقافة من جيل إلى جيل آخر دون استخدام الورق حيث أن المحاضرات تلقى والواجبات القيمة تؤدي.

وإذا كانت هذه بعض الآثار الإيجابية لشبكة الانترنت وبخاصة في مجال التعليم فإن الاستخدام السلبي له آثار سلبية على مستوى تكوين الشخصية وتأثيرها على القيم الأخلاقية لا يمكن تجاهله، فقد ذكر موقع عالم التقنية الإلكتروني نقلا عن التقارير التي نشرها موقع ' فيرس ' أن أكثر من 45% من رسائل البريد الإلكتروني ماهي إلا عبارة عن رسائل دعائية (Span) يتم ارسالها إلى مستخدمي البريد الإلكتروني. وتتسبب هذه الرسائل حسب الموقع بخسائر سنوية بمئات الملايين من الدولارات رغم كافة المحاولات للتصدي لها.

وتسهم شبكة الانترنت في إشاعة الصفحات الإباحية فهناك أكثر من 07 ملايين موقع إباحي وبعض الصفحات الإباحية على الانترنت يزورها أكثر من 20 ألف زائر يوميا، حيث وجدت دراسة علمية أن 54% من المراهقين على شبكة My space الاجتماعية تطرقت أحاديثهم إلى موضوعات تعتبر محظورات اجتماعية ' كالجنس والكحول والعنف ...' الأمر الذي أثار قلق العلماء إلى احتمال تطور هذه السلوكيات إلى أفعال ولا يقف التأثير الأخلاقي لبعض مواد هذه الصفحات الإباحية فقط بل يمتد إلى المخدرات¹.

قال الدكتور شعل بن عبد الله القدهي في بحثه بعنوان: "المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثرها على قيم الفرد والمجتمع (انتقال الداء إلى الانترنت وتوغله في المنازل)"، أن " حجم الإقبال على شبكة الانترنت يتضاعف تقريبا كل يوم وعدد الصفحات الإباحية تقدر بنحو 23% من حجم الصفحات الكلية بالانترنت. فشركة (Play boy) الإباحية تزعم أن 47% مليون زائر يزور صفحاتها في الأسبوع الواحد ومن أبرز ما يتداول هي الصور التي تبدأ بعملية الفضول البريء ثم تتطور بعد ذلك إلى إدمان مع عواقب وخيمة كإفساد العلاقات الزوجية"².

وهذه الآثار السلبية كذلك لاستخدام الانترنت لها تأثيرها كذلك على اللغة العربية والثقافة العربية الإسلامية وأوضح الدكتور علي صلاح محمد أن حروف لغة القرآن تحولت إلى رموز وأرقام حيث أن كلمة حوار تكتب WAR وكلمة YOU تكتب U... الخ، وتفسير ذلك وجود لغة موازية للغة العربية الأصلية بالشعور بالاعتزاز لدى الشباب الأمر الذي يدفعهم إلى التمرد على النظام الاجتماعي وتكوين عالمهم الخاص بعيدا عن الآباء وأضاف بأنهم يؤلفون هذه اللغة كقناع في مواجهة الآخرين³.

¹ سعيد عبد الله حارب المهيري: م. س. ذ، ص ص: 141، 146

² خضر محمد حامد: الإعلام والانترنت، ط01، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2011، ص ص: 184، 185

³ سعيد عبد الله المهيري: م. س. ذ، ص: 147

ويلاحظ أن المؤتمرات العربية تركز على الجانب الأخلاقي والجانب الديني عند تداول مناقشة المعلومات والتي تحكم أخلاقيا استخدامها، والتي تردع أي اتجاه لدى الأفراد نحو ارتكاب جرائم نظم المعلومات (الانترنت) والتي تنتشر بسرعة كبيرة ومن ثمة التركيز على ضرورة وجود الضوابط الدينية والأخلاقية، فالذي لا وازع له ولا ضمير قد أتاحت له الفرصة لنشر ما يريد سواء بالسلب أو الإيجاب¹.

ومن المشاكل التربوية والنفسية التي تخلفها الأنترنت على القيم الأخلاقية نذكر:²

❖ الشعور بالعزلة فالمدمن هنا يغرق في عالم افتراضي يمكن أن يؤدي به إلى الانفصال عن حياه الواقعية وقد يؤدي إلى الاكتئاب والقلق والمزاجية، التقصير بالرغبة بتسديد واجبات الأهل وقلة تفاعله مع الأحداث القريبة من داخل المنزل مثلا .

❖ الشعور بالقلق والتوتر والاكتئاب والعزلة وإضعاف القدرة على القيام بدوره الاجتماعي وتعميق العزلة بين الآباء والأبناء .

❖ العلاقات العاطفية المشوهة التي تؤدي به إلى الضياع النفسي.

❖ انخفاض مستوى التحصيل العلمي بسبب تشتت الذهن عن المواضيع المطالب بها في الكلية.

ويشير جملة من المتخصصين بأن إدمان استخدام الأنترنت سيكون يوما ما كالإدمان على المخدرات بتكوين عالم خاص للشخص لذاته... الذي يغلف نفسه بعالم خاص به يضحك لوحده... يفعل لوحده... بيتسم لوحده... يتحدث مع آخر عن بعد عبر الشبكة...³

أما من وجهة أخرى فإن هذه الوسائط الإعلامية تؤدي دورا مهما في حياة الناس عامة والنشء خاصة فهي تؤثر بشكل فعال في تدعيم القيم الأخلاقية إذا توجهت توجيهها سليما، فإن وسائط الإعلام يجب أن تقوم على قيم معينة، هي قيم المجتمع الذي تعيش فيه⁴.

وبعامة فإن الزمن الإعلامي المتمثل في مختلف الوسائل الإعلامية من صحافة، إذاعة، تلفزيون انترنت يؤثر على الزمن القيمي (التمثل في القيم الأخلاقية) حسب استخدام الفرد له وحجم التعرض. ونستعير في ذلك الشعار الذي وضعته شركة مايكروسوفت لشركتها وهو ' إلى أين تريد أن تذهب ' وما نستنتجه من خلال ذلك أن الفرد هو الذي يتحكم ويقود التكنولوجيا بمعنى أن يكون قائد وليس منقاد على حساب قيمه الأخلاقية.

¹ محمد النوبي محمد علي: مقياس إدمان الأنترنت لدى طلاب الجامعات الموهوبين، ط01، دار الصفاء للنشر، عمان ، 2010م

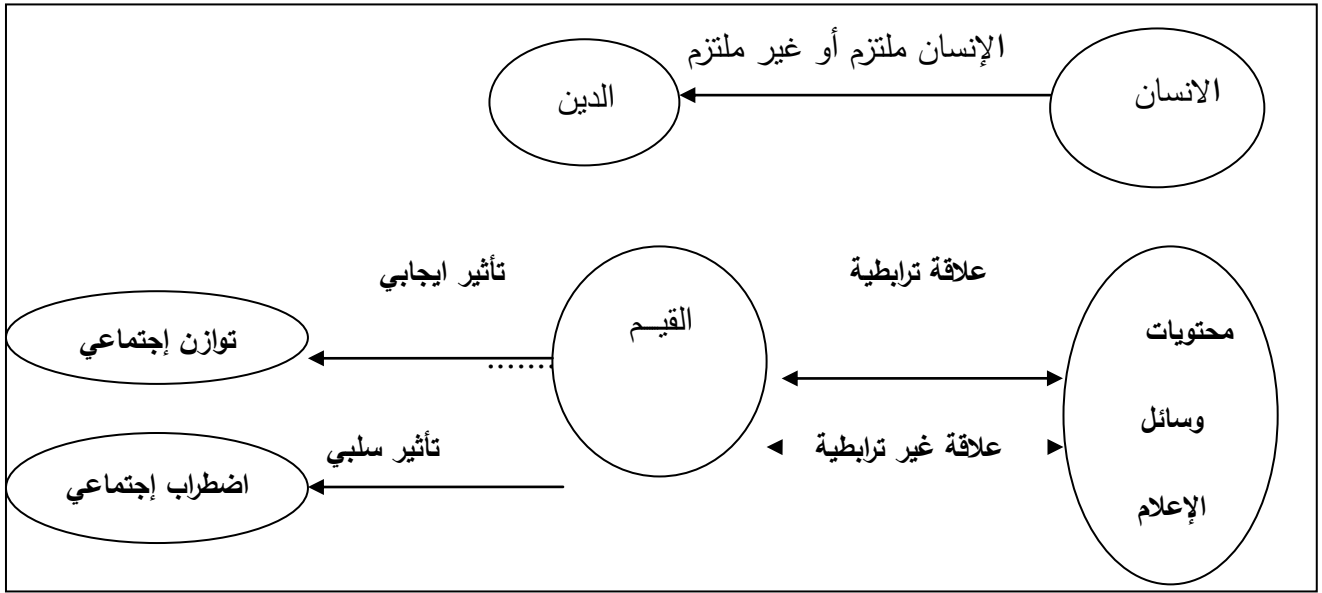
ص: 94

² محمد النوبي محمد علي: م . س . ذ ، ص ص: 95، 96

³ مرجع نفسه ، ص ص: 96، 97

⁴ صهيب كمال الأغا، عبد السلام محمد نصار: م . س . ذ ، ص: 640

والشكل التالي يوضح علاقة القيم بوسائل الإعلام في ظل نظرية الحتمية القيمة: ¹



شكل " 08 " يوضح علاقة وسائل الإعلام بالقيم الأخلاقية

ثانيا : مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الأخلاقية

1 . شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية على المجتمع

يهدف هذا الجزء إلى محاولة تقديم قراءة توضيحية نكتفي فيها بأهم الأهم حول واقع التغيير والتأثير الذي أحدثته مختلف شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع بما فيه نخبة المجتمع وهم الطلبة . لقد مثل حقل الاتصال والمعلومات على مر التاريخ المصدر المهم للقوة والسيطرة والتغيير والقدرة على امتلاك عقول الناس والجماعة بكل ما يعتريه من توجهات وقيم ومعايير وأخلاق، حيث يشهد العالم حسب كارسون: " منذ الفترة العشرين تغيرات عميقة واسعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأخلاقية ... وإن هذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها مايسمى (صراع القيم) وذلك بين معايير اجتماعية وأخلاقية قديمة وبين تلك القيم المستحدثة نتيجة للتطورات الأخيرة خاصة التطورات التكنولوجية والعلمية في مجال الإعلام ².

* بوعلي نصير : الإعلام والقيم (قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي)، ط01، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة (الجزائر)، 2005، ص: 69

² عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري: أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط01، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص: 107

ولعلّ أبرز وصف للعلاقة بين القيم والتغير ما أشارت إليه ماريا أوجست وهو: "أن العلاقة بين القيم والاتجاهات في التغيير الاجتماعي هي علاقة تبادلية ففي الوقت التي تثير فيه القيم في التغيير وتحدد مساراته، فإن التغيير يؤثر في القيم وتدرجها وأنساقها القديمة¹، ولا يخفى علينا مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع الإنساني بوصفها سلطة خامسة سواء من الناحية السلبية أو الإيجابية.

أ . الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات الشباب وقيمهم:

يتبلور تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة الأخلاقية القيمة إذ أحسن توظيفها واستغلالها، في كونها أداة تستخدم في تعزيز وترسيخ التمسك بالقيم الدينية وقيم المواطنة الصالحة وتأصيلها في نفوس الشباب، ومرتع فاضل تمارس فيه أخلاقيات التواصل والحوار مع الشعوب المختلفة في شتى أصقاع المعمورة نابذين التعسف والتعصب ضد الأيديولوجيات واللغات، مجسدين الوفاق العرقي.²

ب . الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات الشباب:

لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على أخلاقيات وقيم الشباب منها:

- ❖ **الإدمان و العزلة الاجتماعية:** لا شك أن صفحة Face book من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي اغراء فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بها الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع، مما يؤدي إلى هدر الطاقات ويبدوا الوقت بلا قيمة وخصوصا الذي يواجه الفراغ والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرابطا أمام الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عشر ساعات في اليوم الواحد.
- ❖ في ظل ذوبان الحواجز والمسافات بين الدول (مافرضته العولمة) يزداد خطر تأثير سلوكيات وأفكار غريبة منبوذة في مجتمعنا العربي وغريبة عن موروثنا القيمي الأخلاقي، ويظهر ذلك جليا في الملابس والمظهر الخارجي للشباب والعنف الذي يمارسونه لفظيا أو سلوكيا والانزواء عن محيط العائلة والأصدقاء والاكتفاء فقط بالتواصل مع أصدقاء العالم الافتراضي فيفتقرون بذلك إلى مهارات التواصل وينسونها³.
- ❖ ظهور لغة جديدة بين الشباب: تتميز هذه اللغة بأنها مصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشروهم باستمرار ويعرف تلك المصطلحات، يستخدم الشباب العربي في محادثتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مصطلحات تهدد مصير اللغة العربية إذ تحولت إلى رموز وأرقام مثل الحاء « v » ... فالإي أبن شابنا سيواصلون باللغة العربية⁴.

¹ عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري: مرجع سبق ذكره، ص 107

² أميرة غفاري: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على المنظومة الاجتماعية والأخلاقية، المادة متوفرة على الرابط <http://alorya.am/ar/journalist>

، بتاريخ 01.23.2016، على الساعة 17:15

³ علي محمد بن فتح محمد: م. س. د، ص: 06

⁴ أميرة غفاري: م. س. د، ص: 06

فلا يخفى علينا بأن مواقع التواصل الإجتماعي خاصة موقع « Face book » قد ضرب بتقاليدنا عرض الحائط حيث سمح بالتعارف بين الجنسين من العالم العربي وأصبح « Face book » اليوم أشبه بموقع تعارف وذلك دون رقابة.

في هذا الصدد يقول محمد المنصور: "... إن مستخدمي هذه المواقع يهدرون وقتنا كبيرا في عالم واقعي ويتحدثون ساعات طويلة مع أصدقاء وهميين دون قاعدة ترجى من هذه الأحاديث، وما يزيد من ذلك تعقيدا أن البعض لا يرى أي إيجابيات في المحادثات التي تجرى على شبكات التواصل الإجتماعي بل يرى العكس بل أنها تعزل الأفراد عن أسرهم وتنمي عندهم حالة الانفصال عن الواقع والشعور الدائم بالوحدة وتجعلهم يعيشون ويندمجون في عالم لا يمت بأي بصلة في الواقع، وقد يعلم المراهقون من الجنسين أساليب العنف والجريمة وينزويون في زاوية يكتنفها الغموض والتساؤل"¹.

وفي الدراسة التي قامت بها رافت محمد الجمال أستاذ مشارك بقسم الصحافة بجامعة الملك سعود الموسومة بـ ' أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب السعودي' سنة 2013، حيث كشفت الدراسة بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا على النسق القيمي والأخلاقي، وبينت الدراسة أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية وانتهت الدراسة أن مقياس النسق القيمي لدى الشباب يتسم بالثبات"².

وعلى صعيد آخر وبفعل انغماس البعض في التعرض إلى هذه المحتويات فقد أصبحت الروابط الاجتماعية وأساسا الأسرية محل تهديد خطير وحقيقي غالبا ما يؤدي إلى اضطراباتهم يكن أسوء من ذلك في انهيارها بشكل سريع، بحيث يقول في ذلك (يانيك تشاتيلينا) أحد مؤلفي كتاب 'على سرير الشبكة العنكبوتية الانترنت وأساليب الزنا المبكرة': "سرعان ما ستصبح شبكة الانترنت أبشع أشكال الخيانة فمن الجلي لنا جميعا أن أجهزة الكمبيوتر زعزعت بالفعل من استقرار العديد من العلاقات العائلية والعلاقات القيمية الأخلاقية"³.

أما عبد الله بلقزيز يقول في مقال له بعنوان (فاعلية سلطة الإعلام الخامسة) بأن: "الحاضر والمستقبل سيكونان تحت السلطة الخامسة عبر المنافذ والمواقع الإلكترونية. شبكات التواصل الاجتماعي. وقد تحول ميزان القوة من حراس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة والمتمثلة في المواطنين. وقد أثبتت الكثير من المواقع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات في الوعي الإنساني وتصرفاته ولعل السبب الأول يعود للمواطنين والإطلاع السريع على الأحداث العالمية".

¹ علي محمد بن فتح محمد: م. س. د، ص: 07

² رافت محمد الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب السعودي (دراسة ميدانية)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2013

ص: 313

³ بوعلوي نصير وآخرون: م. س. د، ص: 205

وتعتبر هذه الشبكات الاجتماعية حسبه أنها سلاح ذو حدين، ففي الوقت الذي جعلت فيه الإعلام بحاجة ماسة إلى صناعات إبداعية جديدة يواجه فيها التحديات خلف سبل جديدة للتواصل الهادف وغير الهادف¹.

وفي نفس السياق يضيف باقر النجار في بأن: "الأفراد يتفاعلون عبر قنوات جديدة من الاتصال وعبر وسائل ورموز وقيم بات يشكلها العالم الافتراضي الجديد... " ويضيف بأنه: "عالم أقرب إلى الفوضى الذي يسمح لأفراده أن يفعلوا ما يحلو لهم أن يفعلوا بدون خوف من ردة فعل الدولة ومن قمعها، أو من دون خوف من ردة فعل الجماعة ومؤسساتها الضبطية والأخلاقية، إنهم يفعلون ذلك من دون ضابط أخلاقي أو ديني، إنه العالم الذي يباح فيه الممنوع في الفعل - قول وكتابة وممارسة - ... إنه العالم الذي يساوي فيه الفعل الخيري ونقيضه والحب ونقيضه، إنه العالم الذي رغم الوجود الفيزيقي والفعلية لأفراده إلا أنه يتيح للفاعلين فيه بالتخلي عن بعضهم البعض خلف أسماء وهمية ". ويواصل وصفه لشبكات التواصل الاجتماعي بنظرة تشاؤمية قائلاً: " إنه العالم الذي يتم فيه كسر الأخلاقيات الذي يقوم عليها النظام الديني ... "2.

وذكر عبد الله بلقزيز واصفاً هذه الشبكات بأنها الفضاء الذي يتيح لأفراده التفكير في اللامسوح على الواقع، بل وفعل اللامسوح والكتابة خارج اللامألوف في الفضاء الثقافي والإيمان بما له وتعارف عليه في الواقع المعيشي، إنه نمط أقرب في سمات بنائه الاجتماعي إلى ما يسميه مانويل كاستل « مجتمع الشبكة في زمن وعصر العولمة » الذي يعبر عن نفسه ولربما يتمثل بقوة في بنائها المؤسساتي في كثير من أرجاء المعمورة... إنه الفضاء الافتراضي التخيلي الذي تتسج فيه العلاقات بين الفاعلين وفق أسس تخيلية لكنها علاقات قد لا تستمر إلا بانقالها إلى العالم الحقيقي، فعلاقات النوع الاجتماعي ونقصد بها تحديداً علاقة الرجل بالمرأة لا يمكن أن تتواصل في مجتمع غير أخلاقي، وهي الحدود التي في إطارها أصبحت العلاقات الجنسية بين الجنسين في حدود محرمة وبتحديد وقوانين جديدة. وإن أدواتها ولغتها الجديدة - نقصد شبكات التواصل الاجتماعي - احتلت مكانة الكثير من رموز ومعاني التواصل بين الجماعات وباتت اللغة المفوضة فيها ليست هي اللغة ذاتها التي نتواصل من خلالها.

أما الأستاذة سلام نجم الدين الشرابي (مديرة تحرير موقع لها أون لاين) وفي ملتقى المرأة الأول للريادة الإلكترونية الذي رعته الرئاسة العامة لرعاية الشباب، حيث أشارت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها تتيح إمكانية التواصل مما يجعلك تشعر دائماً بأنك على اتصال بمجتمع أكبر، لكن هذا التواصل العارض السهل في نطاق البيئة الإلكترونية له جوانبه السلبية كذلك على الأخلاقيات والقيم ومن أبرز هذه التأثيرات:³

¹ عبد الله بلقزيز وآخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، ط01، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، نوفمبر 2013

ص: 205

² مرجع نفسه، ص: 371

³ أمانة عبد الرحمان: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية ، المادة متوفرة على الرابط <http://www.laholine.com>

- ❖ الشعور الوهمي بالاتصال .
- ❖ تدهور التواصل الاجتماعي .
- ❖ الإدمان .
- ❖ البلطجية Cyber bullying
- ❖ انخفاض الإنتاجية وقتل الإبداع .
- ❖ التناقض بين الشخصية Online , Offline
- ❖ الخصوصية .
- ❖ الاكتئاب .
- ❖ زيادة الرذيلة .

وقد أجرت صحيفة "روناهي في تربه سبي" عدة لقاءات حول مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب والقيم الأخلاقية حيث خرجت بنتائج وهي:¹

❖ أن هناك عدد من الأشخاص يحاولون إبراز أنفسهم وملئ الفراغ لديهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك، عبر تنزيل صورهم بشكل يوم وتقمص أدوار بعيدة عن شخصيتهم واللجوء للكذب عن الدردشة مع أشخاص من خارج منطقته. والعيش بأجواء من الخيال ويعوضون بذلك ما لم يستطيعوا تعويضه بالعالم الواقعي من خلال عالمهم الافتراضي، وأن لا يمكن انكار المواقع الإباحية وأثرها السيئ واستغلالها للتحكم بقاعدة المجتمع التي هي فئة الشباب حيث أصبح معظمهم مدمنين عليها مما أدى إلى تفشي ظاهرة الانحلال الفكري والأخلاقي.

وصفوت القول فإن الفضاء السيبرني الجديد والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أثر بشكل كبير في رأس مال القيم الأخلاقية للمجتمعات خاصة العربية منها فلا يمكن أن نحدد ذلك في قضية واحدة أو اثنتين ولكن يتجاوز تأثيرها في آلاف الأشياء مثل العزلة الاجتماعية، العلاقات غير المشروعة والتفكك الأسري والتأثير على اللغة، ولا يغيب عنا الإيجابيات التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي كونها تزود الفرد بالمعلومات والمعرفة والتواصل مع الآخرين من أجل تحقيق هدف ما يعود عليه بالنفع في حياته سواء علمية أو غير ذلك وانتشار الثقافات المختلفة.

2 . شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر وقيم وأخلاقيات الشباب

يتعاضم يوما بعد يوم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الشباب الجزائري بحيث يقدر عدد مستخدمي الشبكة إلى ثلاث ملايين و 433 ألف شخص في منتصف سنة 2014، فقد أصبح البعض منهم مدمنا على متابعة ما يبث من خلالها، بل تحولت شيئا فشيئا إلى أن تكون المصدر الأول لتقافتهم وإطلاعهم على العالم الخارجي مما يستوجب التوقف عند تأثير هذه القنوات ومتابعتها باستمرار .

¹ لونا كتاني: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب بالمجتمع، المادة متوفرة على الرابط

وهذه بعض الانعكاسات:¹

أ . الانعكاسات الإيجابية:

❖ إن ما يثار من جدل حول الآثار السلبية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي على جماهيرها من الشباب الجزائري من تغيير للقيم الاجتماعية والثقافية والأخلاقية السائدة بقيم بديلة وأجنبية في المجتمعات ذات الخصوصيات الثقافية لا يمكن نفيه، إلا أن ما يقال عن الإيجابيات التي وفرتها هذه الشبكات لا يتوجب علينا إهماله.

وتتعدد الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي للشباب الجزائري والدلائل والعموم والانتشار من حيث أعداد الشبكات أو المنتسبين، يؤكد على أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام، ولعل من أبرز الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي ما يلي:²

❖ استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي للردشة وتفريغ الشحن العاطفية ومن ثمة أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.

❖ تعد مواقع التواصل الاجتماعي اعلاما بديلا، ويقصد به الموقع الذي يمارسون فيه النقد .

❖ لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساسي في التغيير في المجتمع لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي .

❖ أصبحت تشكل بفضل شبكة الانترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أماكن افتراضية وإن من بين مزاياها نهاية فويا المكان.

❖ انشاء مجموعات تدعوا للتخلي بالآداب والأخلاق مثل مجموعة القيم والأخلاق، مجموعة فتاوى دينية مجموعة...³

من هنا يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات عالمية تتيح الفرصة للشباب للتواصل فيما بينهم ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة العلاقات وغيرها من أوجه التفاعل الإيجابي التي تتم ي محيطها .

ب . الانعكاسات السلبية:

إن انضمام الشباب الجزائري إلى شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إحداث زعزعة في القيم المجتمعية، من خلال ما تبثه من رسائل تواصلية مختلفة داخل المجتمع والتي تكون في غالب الأحيان مخالفة لما هو سائد في النظام الاجتماعي الجزائري المعروف بطابعه العربي الإسلامي من عادات، تقاليد سلوكيات، معارف، أفكار، معايير، قيم إجتماعية، ثقافية، دينية، أخلاقية، وهذا ما يؤدي إلى حدوث اضطرابات متنوعة في سلوكيات وأفكار الشباب الجزائري عن طريق تنازلهم عن العديد من القيم التي منبعها

¹ سامي سفيان: شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم وأخلاقيات الشباب الجزائري، ص ص: 12، 13 ، المادة متوفرة على

الرايط <http://www.research.net> ، تاريخ الزيارة 02/27 /2016 ، على الساعة 11:18

² سامي سفيان: م. س. ذ ، ص ص: 12، 13

³ انظر الملاحق

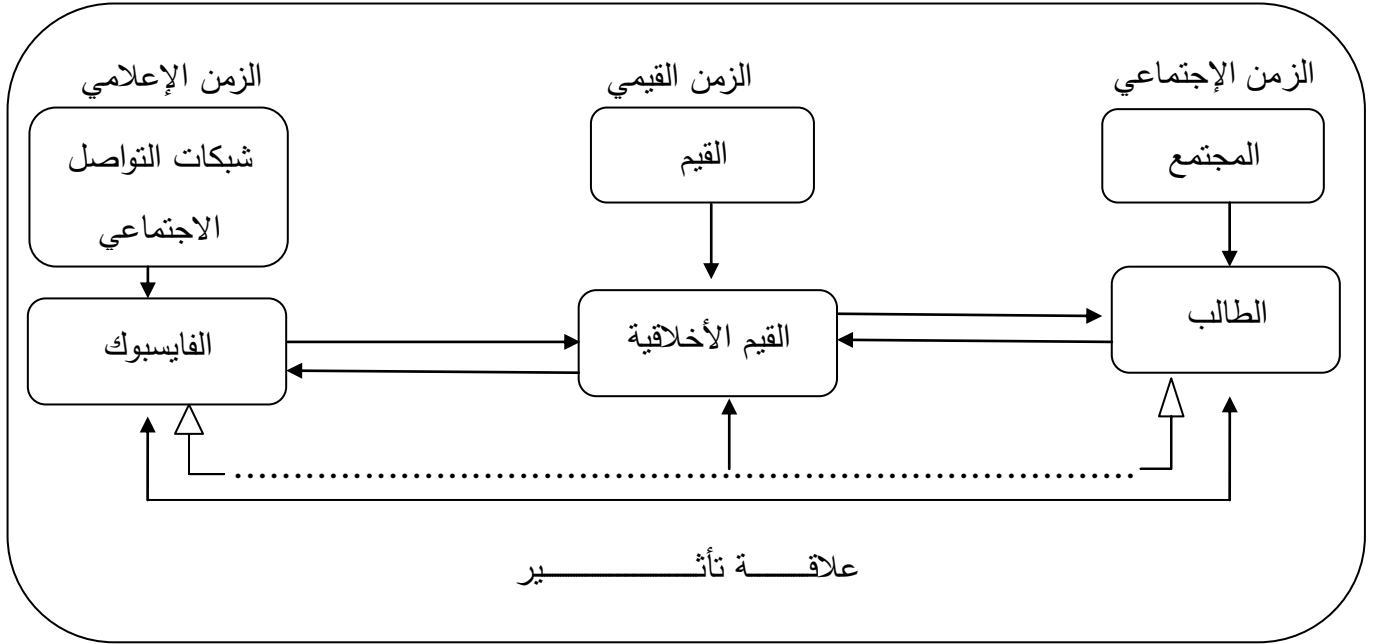
الثقافة الإسلامية، وتشربهم بجملة من القيم تحت شعار ' التقدم والعصرنة والحضارة والموضة ' وذلك عبر برامجها والتي تروج للعديد من القيم المادية والاستهلاكية من " الجنس والعلاقات الغرامية والاختلاط وحب الظهور والبروز والكذب والنفاق والجريمة والعنف والكسل وضياع الوقت ... " وغيرها من القيم الغربية المنافية لمبادئنا وثقافتنا القيمية الغربية والمستحدثة في منظومة الفكر القيمي للشباب الجزائري.

والأمر الذي زاد سلبية في بعض هذه الشبكات التواصلية الإجتماعية هو تخصيصها « CHAT » من خلال الرسائل الحينية والتواصل السمعي البصري الأمر الذي يوسع دائرة الأصدقاء من دون معرفة الأشخاص الحقيقيين المتعامل معهم ويوضح الأثر السلبي لتبني قيم ثقافية غير أخلاقية مبنية على التظاهر، ولذا نجد الكثير من صفحات شبكات التواصل الاجتماعي شهدت الكثير من التصرفات غير الأخلاقية والتي تتضمن عبارات غزل متعددة وطرق لتوزيع أرقام الجوالات وعناوين بريدية أو ما يعرف " بالترقيم "، وتزايد عدد شبكات التواصل التي تمارس هذا النوع من النشاطات، وعبر بعضها أن ما يحدث هو استثمار تجاري من خلال الرسائل والدعوات دون أن تبرر عدم وضع رقابة على الرسائل.

نجد الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي لا تنعكس فقط على قيم الشباب في سن المراهقة بل يمتد إلى المتزوجين وخاصة في السنوات الأولى للزواج مما كان السبب في العديد من حالات الطلاق في الجزائر بسبب إغراءات جنسية، ونجد أيضا لشبكات التواصل الاجتماعي في توجهاتها تطغى على مضمونها وجهة النظر الغربية بكل وضوح كالصفحة الفنية التي تروج للأغاني والأفلام الغربية والبرامج الدينية ذات الطابع الاستهلاكي للبحث عن المشاهير وهذا بالطبع ما يتنافى مع القيم الأخلاقية التي حثنا عليها الدين الإسلامي.¹

¹ سامي سفيان: م. س. ذ، ص: 13

ويمكن أن نوضح ذلك بنموذج استندنا واستعرنا في تمثيله ببعض المفاهيم المقتبسة من نظرية الحتمية القيمية وهو كالتالي:¹



شكل رقم (09) يوضح العلاقة الثلاثية بين الفاييسبوك والقيم الأخلاقية والطالب الجامعي

❖ شرح النموذج:

يوضح هذا النموذج العلاقة المتداخلة بين الفاييسبوك والقيم الأخلاقية والطالب الجامعي، حيث تأخذ فيه القيم الأخلاقية المكانة المنفردة كظاهرة تتجسد في شخصية الطالب الجامعي وكمعيار يوجه سلوكه الذي يمثل نسق يستقي منها الفرد كل معلوماته هذا من جهة، ومن جهة ثانية موقع الفاييسبوك Face book اذ يعبر هذا النموذج عن طبيعة النظام الكلي الاجتماعي والأخلاقي برمته في اطار المنظومة الثقافية والإسلامية وإذا أمعنا النظر لوجب القول أن لكل فرد خريطة ذهنية ادراكية توجه اتجاهه وأفكاره ومعتقداته وآرائه ومن ثمة أفعاله حيث تستند هذه الخريطة إلى مرجعية أساسية هي " القيم الأخلاقية الأصلية للمجتمع "، وقد انطوت القيم الأخلاقية تحت جناح الرأسمال القيمي الذي يتعلق بقيم المجتمع وأخلاقياته والتي تشكل انتماءه وهويته، إلى بيئة حضارية أصلية وينتمي الرأسمال القيمي (الزمن القيمي) إلى العلاقة القيمية والتفاعل الناتج بين الفعل السلوكي الذي يمارسه الطالب الجامعي عبر الفاييسبوك.

وفي مسعى الإشارة إلى أن الزمن الإعلامي يتمثل في ذلك المجال الوقتي المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات الفاييسبوك وحركيته - حركة الزمن - أي أن استعماله يحذو بنا في ناحية المطاف إلى استعمال الوقت ويتحدد هذا الوقت عبر الفترات فيكون استخدامه حسب دوافع وحاجات الفرد (زمن التصفح) ونستخدم مفهوم الزمن الإعلامي الجديد كآخر صيحات تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي والمتمثل في الفاييسبوك

كأداة للتأثير على الزمن الاجتماعي من خلال تغيير أنماط المعيشة والسلوك - ما يصوره الفايسبوك كعالم افتراضي - و" يستمد الرأسمال الرمزي الإعلامي قوته من رمزيته من جهة وقدرته على النفوذ إلى عقول الأفراد - الطالب الجامعي - وبيئتهم الذهنية المتمثلة في قيمهم الأخلاقية من جهة أخرى"¹.

وبذلك تم ادراج الرأسمال القيمي بوصفه الجزء الذي دونه قراءة الزمن الإعلامي وعلى هذا الأساس يكون الفايسبوك أقرب ما يكون إلى المتغير الذي يلعب الدور المؤثر في تشكيل القوالب الذهنية والانحرافات والأخلاقيات المتزايدة في أوساط الطلبة الجامعيين الجزائريين (الزمن الاجتماعي)، وبالتالي تغير هذا المنحى إلى مسار آخر أي علاقة تأثر وتأثير وبذلك يكون للفايسبوك دور مهم وأساسي في منظومة القيم الأخلاقية القيمة التي تحكم الطالب الجامعي الجزائري، إذ يصبح وسيلة لتعزيز وتثبيت القيم الأخلاقية - يصبح قائد أو منقاد - ووسيلة تتجسد من خلالها القيم، بمعنى آخر التأثير والتأثر إما بالإيجاب أو السلب إثر تصادم حاجات وموجهات الدوافع التي تختلج الفرد للإشباعها وتلك الوسائط (الفايسبوك) التي تحمل منظومة أخلاقية قيمة من جهة أخرى.

¹ عبد الرحمان عزي: الإعلام (البنيات الثقافية في المنطقة العربية ، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية)، ط01، الدار المتوسطة للنشر

❖ خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل بالبحث موضوع وسائل الإعلام بوصفها مشروعا اجتماعيا وظاهرة من الظواهر الاتصالية، التي أثرت في حدوثها تطورات اجتماعية متسارعة للمجال الواسطي من صحافة وإذاعة وتلفزيون وصولا لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) وعلاقتها بالمنظومة الأخلاقية والقيمية . فبمجيء وسائل الاتصال الجماهيري (من صحافة وإذاعة وتلفزيون) حدثت تغيرات على المجال القيمي والأخلاقي في تقديس الوسائل التكنولوجية . كما عبر عنها ماكلوهان . رهانها هو النشر والتبادل المعلوماتي بغض النظر عن الرسالة القيمية التي تحملها، تراكمت النظريات المعبرة عن هذا التأثير اللاعب الأساسي فيها هم حراس البوابة، مهمتهم زرع قيم نفعية سواء أكانت مرغوبة أم لا .

ومع بروز الأنترنت كفاعل إتصالي غيرت المعادلة إلى مجال آخر وأصبحت فيها الموازين متقلبة حيث تشكلت في ضوئها أبنية اجتماعية جديدة، احتلت فيها الكثير من الرموز والمعاني الحصة الأكبر كوسيلة للتعبير عن اللامباح وفي غطاء تجاوزت فيه شروط الأدب والأعراف والقانون التي تعرفها مجتمعاتنا وقد أشرنا للكثير من الدراسات في ثنايا هذا الفصل عن دعوة للمحرمات وانتشار الرذيلة ...

أتاحت وسائل الاتصال التكنولوجية فرصا كبيرة كتحدى للقيم الأخلاقية الأصلية الموروثة (الصدق، الأمانة الوفاء ...)، التي يكتسبها الشباب كفتة نشطة تتبنى وتسعى لتجريب كل ما هو جديد وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي هذا الفضاء السيبرني الذي فضل أن يكون أقرب إلى الزمن الاجتماعي الحقيقي، أعادت صياغته ممارسات الأفراد حسب رغباتهم وميولاتهم وحاجاتهم ... بعيدا عن القيود الاجتماعية التي تكبلهم . صحيح أنها أثرت على الجانب الأخلاقي القيمي سلبيًا إلا أننا لا ننفي الإيجابيات التي أتاحتها من الإطلاع على ثقافات العالم، تعلم لغات جديدة، ممارسات إنسانية ...

وما يسعنا إلا القول إلى أن المستخدم هو المتحكم في اشباع رغباته ولكن ليس على حساب قيمه الأخلاقية.

الفصل الرابع

ماهية الطالب الجامعي

❖ تمهيد

- 1 . خصائص الطالب الجامعي وصفاته.
- 2 . حاجات الطالب الجامعي ومشكلاته .
- 3 . التوجيه الجامعي والإرشادي للطالب الجامعي .
- 4 . الواقع القيمي والأخلاقي بين طلاب الجامعة.
- 5 . مقومات حماية الطالب الجامعي من الانحراف الأخلاقي.

❖ خلاصة الفصل

❖ تمهيد

يحظى موضوع الطالب الجامعي باهتمام العديد من الباحثين والدارسين في مختلف القضايا فالطالب ينظر إليه اليوم على أنه قاطرة المجتمع نحو التقدم، بل كنخبة مثقفة واعية تسعى الجامعة بصفتها أحد الأنساق التي تربي، تعلم، تقود، تغرس صفات وخصائص عن طريق المناهج التربوية التي تقدمه ومدى قابلية الطالب لتقبلها ومنه تكوينه نفسيا واجتماعيا ومعرفيا ومهنيا، بهدف ابرازه كفاعل اجتماعي قادر على بناء مجتمع مواكب لجميع الظروف التي تعتريه في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والتعليمي ...

الطالب الجامعي من الشباب الواعي الراشد الذي يتمتع بمسؤولية ذاتية واجتماعية، فإذا أحسن توظيف ما اكتسبه توظيفا جيدا ومتغلبا على جميع العقبات التي يتعرض لها فإننا بذلك نكاد نجزم عن فاعليته في قيادة المجتمع وانتعاش البلاد حقا .

وسيحاول هذا الفصل التعمق أكثر في مختلف النواحي التي تخص الطالب الجامعي، من خصائصه، وصفاته، حاجاته ... بالتركيز على القيم والأخلاقيات التي يتمتع بها ومقومات حمايتها.

1. خصائص الطالب الجامعي وصفاته.

أ. خصائص الطالب الجامعي.

إن الحديث عن خصائص مرحلة ما معناه التطرق لمختلف التغيرات التي تحدث فيها والتي تميزها عن بقية المراحل الأخرى في جميع جوانب النمو المختلفة: الجسمية، النفسية، الاجتماعية، وقد اهتم علم النفس بهذه التغيرات التي تطرأ على سلوك الفرد عبر مراحل نموه الزمنية المختلفة محاولاً وضعها في إطارها الملائم من حيث التفسير والفهم، وبالتالي التنبؤ بمظاهر الاختلاف والتشابه بين الأفراد وأسباب الاضطرابات التي يمكن أن تعترى مسار الارتقاء العقلي والانفعالي السليمين.¹

❖ الخصائص الجسمية:

يعتبر النمو الجسمي أهم جوانب النمو في هذه المرحلة حيث يعتبر أدق مؤشر إن لم يكن المؤشر الوحيد لهذه المرحلة، ويشتمل على مظهرين من مظاهر النمو الفيزيولوجي (التشريحي) والنمو العضوي والمقصود بالنمو التشريحي هو نمو الأجهزة الداخلي غير الظاهرة للعيان التي يتعرض لها الطالب أثناء البلوغ وما بعده ويشمل ذلك بصفة خاصة نمو الغدد الجنسية ، أما النمو العضوي يتمثل في نمو الأبعاد الخارجية للطالب كالطول والوزن والعرض والتغير في ملامح الوجه وغيرها من الظواهر التي تصاحب عملية النمو.²

وتبدو أهمية النمو الجسمي في الأثر الذي تتركه على سلوك الطالب سواء من الناحية النفسية أو الاجتماعية، بسبب علاقة الطالب مع نفسه وعلاقته بالآخرين وكلها نتاج لنظرة الطالب التي تنتقل بفضل التربية والاحتكاك بالآخرين وهذا ما يفسر لنا أن كل مجتمع له تربيته الخاصة النابعة من جذورها التاريخية وانتمائته الحضاري وواقعه المعيش المتناول مع المظاهر الداخلية والخارجية³ .

ومن جهة ثانية تعترى الطالب تغيرات تعرف بالأعراض الجنسية وتعرض هذه الأخيرة إلى نشاط الغدد الجنسية، ونضجها ولاسيما علاقتها بغيرها من الغدد حيث تتحكم الغدد النخامية وتؤثر على الغدد التناسلية وتؤدي بها للقيام بوظائفها كما تتحكم هذه الغدد في النمو أما الغدد الدرقية تتحكم في السرعة التي يمتلك بها

¹ لعمور وردة: قيم الزواج لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري

قسنطينة، 2001، ص: 115

² مرجع نفسه، ص: 116

³ شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة ويسكرة)، رسالة

دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، 2005، ص: 337

الجسم الأوكسجين.¹

❖ الخصائص العقلية:

تتطور الحياة العقلية للطالب تطورا ينحو بها نحو التمايز توطئة لإعداده للتكيف الصحيح مع بيئته المتغيرة والمعقدة، ولهذا تبدو أهمية القدرات التي تؤكد الفروق الواسعة العريضة بين الأفراد المختلفين. إن الحديث عن الخصائص العقلية معناه الحديث عن " الذكاء " الذي يعتبر من أهم الموضوعات التي درسها علم النفس، وتوجد عدة نظريات تفسر التكوين العقلي والقدرات الفعلية لدى الشباب وكانت أقدمها الفكرة السائدة بين علماء النفس التي ترى أن الذكاء وحده لا يعدو في كونه يتمثل في القدرة العامة التي تقابل القدرات الخاصة، ثم تغيرت هذه النظرة لينشأ عنها عدة نظريات تحاول تفسير الذكاء والنشاط العقلي بصورة عامة على أسس جديدة وتسمى هذه النظريات بـ " نظريات التكوين العقلي المعرفي " ²، ويمكن تحديد مميزات النمو العقلي لمرحلة الشباب (الطالب الجامعي) في ما يلي:³

❖ **ظهور الميل العقلي:** فالميل والمجهود مفصلان تماما، فكلما كان ميل الفرد قويا نحو موضوع معين كان المجهود المبذول عنه أكثر لتحقيق هذا الموضوع وكان استعداده أقوى لتقبل الأفكار والمعاني وتعلم المهارات المتصل بذلك الميل.

❖ **التأكيد على الاتجاه:** الذي يعرفه " آلبورت " على أنه حالة استعداد عقلي وعصبي تنتظم عن طريق الخبرة وتؤثر بصورة دينامية على استجابة الفرد لكل الموضوعات والمواقف التي ترتبط بها.

❖ **تمايز العمليات العقلية:** والمتمثلة في عملية الإدراك و التذكر و التفكير وعملية التحليل وغالبا ما نجد أن الميول السائدة في مرحلة الشباب أو لدى الطالب الجامعي تنتوع كما يلي (الميل إلى القراءة، الميل إلى الإستماع والمشاهدة ، الميل إلى المهنة في الإطار الاجتماعي).

■ الخصائص النفسية:

تعتبر الخصائص النفسية أحد مظاهر النمو ومكملة له في الوقت نفسه وتتأثر هذه الخصائص بالخصائص البدنية للطالب الجامعي فتم الغدد الجنسية تضعه في موقف لا يحسد عليه فهو بين انضباطه وتحكمه بين نفسه أو انصياعه للنفس وشهواتها ونتيجة لهذا نجده سريع الانفعال وكثير التقلبات في مزاجه وكثير ما ينتاب الطلبة ذلك الشعور بالخوف والقلق وحتى الاضطراب في بعض الحالات عندما يفكرون في مستقبلهم المهني مما يبعدهم عن التفاؤل والاستقرار ومن ثمة نقص الفاعلية⁴.

ويتأثر النمو النفسي لدى الطالب بالعلاقات العائلية وبالجو السائد في عائلته فأى مشاجرة تنشأ بين والديه تثير انفعالاته وتكرار يؤثر في نموه السوي الصحيح ويعوق اتزانه الانفعالي، كما نجد من جهة ثانية أن

¹ شعيباني مالك: م . س . د ، ص: 337

² خلاف بومخيلة: جمهور الطلب الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة (دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، 2007، ص: 101

³ نفس المكان

⁴ شعيباني مالك: م . س . د ، ص ص: 338، 339

معايير الجماعة تلعب دورا كبيرا في التأثير على انفعالات، الطالب حيث تختلف الاستجابة تبعا للمراحل العمرية في طفولته ومراهقته وشبابه، فبعض الأمور التي تضحك الطالب في طفولته لا تضحكه في شبابه وهكذا يجد الطالب نفسه بين اطارين مختلفين اطار طفولته واطار مراهقته، ونتيجة لهذا نجده يشعر بالحرج أمام أهله ورفقائه لشعوره باختلاف سلوكه ومثيراته وتؤثر كل هذه الأشياء في حياته فتتحوا بها أحيانا نحو الشك في أفعاله وأفعال الآخرين، وهكذا تتأثر استجابته الانفعالية للمستويات المعايير والقيم التي تفرضها الجماعة والثقافة القائمة على أفراد مختلفين¹.

■ الخصائص الروحية:

لقد دل البحث العلمي أن الطالب بوصفه انسان يتميز من الناحية الدينية بأمرين:²

❖ يتمثل الأمر الأول في روح التدين، إذ أن التدين الحق الذي ينبعث من أغوار الفطرة الإنسانية لا يقع في عهد الطفولة المسكينة وغنما يظهر في عهد وفترة الشباب ، عهد الحرية والاستقلال الفكري.

❖ أما الثاني فهو الحديث عن الحادث الديني الذي أثار اهتمام المربين منذ أقدم العصور ولا يزال، وهو أن هذا العصر هو عصر الشك في كل التقاليد وتبعاً لذلك تتفق نتائج البحوث التي قام بها أستبار كوجوس هول " على حقيقة أساسية هامة مفادها، أن مرحلة الشباب تعتبر هي المرحلة التي يظهر فيها أكثر من كل ماعداها الشعور الديني الأصيل عند الطالب وهذا لا ينكر أن شيئاً من هذا قد يحدث في مرحلة الطفولة أو المراهقة، ولكن التفتح الديني القوي المنبثق من أغوار الفطرة الإنسانية، إنما يحدث في العادة في مرحلة الشباب عند كل الجنسين وليس ثمة شك أن هذه الظاهرة تحدث تحت تأثير عوامل مختلفة، فالنمو الجسمي والعقلي والنفسي والاجتماعي له في هذه الظاهرة آثار لا سبيل إلى انكارها، وإنما الشعور الديني يستيقظ حينما يحس وقع هذه العوامل.

ومن الدلائل التي تبين ذلك ما ذهب اليه علم النفس الديني من أن ظاهرة الاهتداء والتحول إلى الدين يحدث أكثر ما بين العاشرة والخامسة والعشرين من عمر الإنسان، ففيها تحدث اليقظة الدينية بأعلى النسب وأكثر الأعداد، وتتضح من هنا أن هذه الحقيقة تشمل مرحلة الشباب، وقد أجرى 'عبد الرحمان العيسوي' بحث عن الشعور الديني حيث أعد مقياس الشعور الديني والخلقي وطبقه على عينة ضمت شبابا جامعين من الجنسين ومن النتائج التي توصل اليها البحث:³

❖ أن معظم أفراد العينة لديهم شعور بالتسامح الديني وقبول معتنقي الديانات الأخرى .

❖ الطلاب أكثر تدينا من الطالبات سواء على مستوى العقائد والقيم أو على مستوى السلوك الديني .

❖ توجد علاقة ارتباطية موجبة بين الاتجاه الديني والسلوك الديني ، فكلما زاد ايمان الفرد بالقيم الدينية زاد سلوكه قوة .

❖ معظم أفراد العينة يلمون بأركان الإسلام والذكور أطر إماما من المعرفة الدينية من الإناث.

¹ شعباني مالك: م . س . ذ، ص ، ص: 339

² لعمور وردة : م. س. ذ، ص: 121

³ مرجع نفسه، ص: 123

❖ الغالبية العظمى من أفراد العينة يؤمنون بقيم خلقية كالحق والخير والصدق ويوجد ارتباط موجب بين الدين والأخلاق.

❖ الخصائص الاجتماعية:

يقصد بالنمو الاجتماعي ذلك التغيير الذي يطرأ على عادات الفرد وقيمه واتجاهاته الاجتماعية وعلى علاقته وتصرفاته مع الآخرين، ويضيف حامد زهران بأن النمو الاجتماعي هو النمو في الذكاء الاجتماعي والقدرة على التصرف في المواقف الاجتماعية والرغبة في توجيه الذات والسعي لتحقيق التوافق الشخصي والإجماعي، وهذه الخصائص والمميزات تتمثل في:¹

❖ احساس الشباب بذاتيته ورغبته الأكيدة في اثباتها وسط الجماعة، وهو لذلك دائم القيام بأعمال تلفت الانتباه كالملابس الغريبة والتحدث بلغة خاصة مع رفاقه، رفع الصوت أثناء الحديث، الدخول في مناقشات تفوق مستواه الثقافي وخبراته السابقة، يطيل الجدل في حوارات الموضوعات بعينها دون عقيدة أكيدة، لديه حب في المجادلة.

❖ الرغبة في التحرر من سيطرة السلطة (المتتمثلة في الأسرة والوالدين ثم المعلمين والإدارة المدرسية ثم الحرس الجامعي، الأمن في الشوارع العامة) ورغبته في اختيار هواياته وقراءاته وألفاظه وملابسه.

❖ الميل للانضمام لجماعة من الرفقاء يختارها مثل عمره لأن في ذلك ارضاء ل حاجته النفسية والانفعالية كالحاجة إلى التجانس مع الآخرين الحاجة إلى الأمن والاستقرار وهنا يحاول أن يفيد نفسه بقي ونظم وأهداف الجماعة .

❖ اتساع دائرة التفاعل الاجتماعي والاهتمام بالتودد إلى الجنس الآخر مما يجعله يشارك في الندوات واللقاءات الثقافية والمسابقات الرياضية والرحلات والمعسكرات، وينظم إلى جماعات خدمة البيئة والتبرع بالدم مما يعكس رفضه للانعزالية والوحدة، فهو يحس نفسه وسط الآخرين مما ينمي رغبة في الاهتمام بمظهره ونظافته وحديثه ولبسه لكسب رضا الآخرين.

❖ يستطيع الشباب من خلال البصيرة الاجتماعية أن يدرك العلاقات القائمة بينه وبين أفراد المجتمع وأن يلمس ببصيرته آثار تفاعله مع الناس فهو دائم السعي وراء التأمل وربط العلاقات وفهم الآخرين محاولاً بذلك النفاذ إلى أعماق السلوك ويلائم بين الناس وبين نفسه.²

كما يتأثر نمو الطالب الاجتماعي في هذه المرحلة بعدة عوامل منها: 'تأثير الثقافة في عملية التنشئة الاجتماعية والتطبع الديني سواء في الثقافة المادية أو غير المادية وكذلك تأثير الأسرة (حجم الأسرة ونوعية العلاقات الأسرية والمستوى التعليمي والثقافي في الأسرة...) وجماعة الرفاق والمؤسسة التعليمية ووسائل الإعلام'³.

¹ خلاف بومخيلة: م. س. ذ، ص: 102

² مرجع نفسه، ص: 103

³ شعباني مالك: م. س. ذ. ص: 342

استنادا لهذه الخصائص المذكورة نرى أن الطالب الجامعي باعتباره تلك النخبة المهيأة في المستقبل لقيادة المجتمع في مختلف مجالاته يجب أن تتوفر لديه خصائص نفسية واجتماعية وروحية وعقلية وجسدية ... ملتحمة ومتربطة، المسؤولية في ذلك، من وجهة نظرنا ترجع بالدرجة الأولى للمؤسسات الاجتماعية (الأسرة المدرسة جماعة الرفاق ...) التي تغرس في نفسيته مبادئ روحية (العقائد والقيم) التي يؤمن بها الجماعة بحيث تعلمه حب الذات، احترامها وهذا منذ الصغر.

كما تضطلع بمهمة التوجيه والإرشاد، فمن خلال هذه المراحل يتكون لديه النمو العقلي ليميز بين الصواب والخطأ والحسن والقبيح بغض النظر عن المشاكل الأسرية التي تعوق مساره التي يجب أن يبتعد عنها، لينشأ بذلك طالب جامعي مثقف وواعي مستعد لتحمل مسؤولياته.

ب . صفات الطالب الجامعي المثالي:

تناول الدكتور سعيد جاسم الأسدي في كتابه " فلسفة التربية في التعليم الجامعي والعالي " الذي طرحه عام 2014 مجموعة من الصفات التي يجب أن تتوفر في الطالب الجامعي، نوضحها في النقاط التالية:¹

- ❖ مواظب على حضور المحاضرات
- ❖ يدرس أول بأول.
- ❖ اعداد الدروس القادمة.
- ❖ حب الجامعة واحترامها.
- ❖ كثرة وتنوع المعلومات .
- ❖ التدين والسمعة الطيبة، حسن الأخلاق والأدب.
- ❖ صداقة لزملائه.
- ❖ احترام الأستاذ و المحاضرة والنظام ومناقش جيد في المحاضرات.
- ❖ لديه تخطيط جيد للمستقبل.
- ❖ لديه مستوى عالي من الطموح وثقته بنفسه عالية.
- ❖ الكفاح والصبر والمثابرة .
- ❖ احترام الوالدين .
- ❖ أداء الواجب والمسؤولية.
- ❖ اجتماعي ومتعاون الإعتناء بحسن المظهر.
- ❖ سلامة العقل والجسم.
- ❖ حب العلم والإقبال عليه .
- ❖ الأمانة والوفاء والصداقة .
- ❖ الذكاء والتفكير العلمي .

¹ سعيد جاسم الأسدي: م . س . ذ، ص ص: 276، 277

❖ يتسم بالتسامح والمرح والتفاؤل والتواضع الإعتماد على النفس.¹

2. حاجات الطالب الجامعي ومشكلاته

أ. حاجات الطالب الجامعي

يحتاج الطالب الجامعي إلى مجموعة من الإرشادات في البيئة الجامعية التي يعيش فيها، هذه الحاجات تتنوع وتتعدد حسب العديد من الحاجيات ونذكر منها:²

❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى التقييم وعدالته:** الطالب الجامعي يحتاج إلى تقويم شمولي يهتم بالجوانب المعرفية والوجدانية والمهارية بهدف بناء قدرات تحليلية وابتكارية قادرة على الإبداع والمنافسة والتميز بمعنى أن الطالب الجامعي يحتاج إلى التلقين الذي يبنى على المعرفة وليس نقل المعلومات فحسب، كما أن الطالب يشعر بأن الاختبارات الحالية التقليدية تدعم ثقافة الإبداع وتشجيع روح الفريق في البحث العلمي لدى الطلبة، وتفرض لغة العصر إمام الطالب بمهارات وأنظمة معلوماتية متنوعة من أجل اتقانها، ومن الأسباب التي تجعل الطالب يلجأ إلى مصادر المعلومات ما يلي:³

✓ متطلبات الباحث المعاصر في سرعة الحصول على المعلومات بغرض انجاز أعماله البحثية.
✓ تقلل مصادر المعلومات البحثية من الجهود المبذولة حيث أن الوصول إلى المعلومات الموجودة في المصادر التقليدية يحتاج إلى الكثير من الإجراءات والجهود يعكس المصادر الحديثة التي تختصر كثيرا مثل تلك الجهود .

✓ الدقة المتناهية في الحصول على المعلومات ، فالمعلومات الدقيقة هي ما يحتاج اليه الطالب لمواكبة التطور والتقدم .

❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى جودة البحث:** هناك مسؤولية مشتركة بين الجامعة وبين عضو هيئة التدريس وكذا بين اشباع حاجات الطالب الجامعي فيما يخص بناء العقل الباحث، وذلك بتعليم الطلبة أصول البحث العلمي ومراحل وطرق جمع المادة وتصنيفها وتوثيقها وتحليلها وكذا ارشاد الطلبة إلى المرتجع والمصادر الأساسية لأبحاثهم.

❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى جودة المكتبة الجامعية:** مع تزايد الإنتاج الفكري وتضاعف حجم المعلومات مرات عديدة وتنوعها وتفروعها وتخصصها ومع تطور تكنولوجيا المعلومات ومستجداتها المتسارعة التي يشهدها العالم الآن، ومن بينها المكتبات الجامعية في صورتها التقليدية التي عجزت على تلبية حاجات المستفيدين، وبالتالي ظهرت حاجة ضرورية لاستخدام التقنيات المتطورة في ظل مجتمع المعرفة.⁴

¹ سعيد جاسم الأسدي: م. س. د، ص: 277

² صالح عتوتة: الحاجات الإرشادية للطالب الجامعي في ضوء معايير الجودة التعليمية الشاملة، بحث مكمل لنيل شهادة الماجستير في

علم النفس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007/2006 ، ص: 89، 90

³ محمد بن عبد الله: المنظومة التعليمية والتطلع إلى الإصلاح، ط01، دار المغرب للنشر والتوزيع ، وهران (الجزائر)، 2005

ص: 132

⁴ صالح عتوتة : م. س. د ، ص: 90

❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى جودة العلاقة بين الجامعة والمحيط المؤسسي:** يحتاج الطالب الجامعي إلى الشعور بقيمة الذات ويتحقق ارضاء هذه الحاجة بإشعار الطالب بالدور الذي يمكن أن يلعبه في خدمة وطنه وأمته وإتاحة فرصة العمل الجماعي له واشراكه في تحمل المسؤوليات المناسبة له.

فعدم ارشاد الشباب وتوجيههم ولّد الكثير من المشكلات المهنية منها: نقص التعليم والتدريب والتأهيل المهني وعدم معرفة الفرص المهنية المتاحة وكيفية الدخول فيها وكذا عدم توافرها مما أدى إلى سوء التوافق المهني، يضاف إلى هذا ظاهرة انتشار البطالة الاقتصادية والاعتماد على الآخرين فالطالب بحاجة إلى تعلم مهني مرتبط بالتطورات الفنية والتكنولوجية المتواجدة والمتوقعة في المستقبل.

❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى البيئة والعلاقات الاجتماعية:** تلعب المؤسسة الجامعية دورا مهما في اعداد الطالب الجامعي للاندماج داخل المجتمع ومساعدته على اكتشاف دوره في البيئة المحيطة به وأداء هذا الدور على أعلى مستوى من الكفاءة والفعالية، إذ أن الشباب الذين لا يقومون بأي دور في المجتمع يفشلون في الإحساس بالمسؤولية فتتبدد طاقاتهم وقد تتجه إلى اتجاهات مضادة للمجتمع لذا كلما اتصف المناخ الاجتماعي الجامعي بالمرونة والتفتح والتفهم انعكس ذلك على المتعاملين ايجابيا، كما أن الإدارة الجامعية مطالبة باستحداث بنى وهياكل تعنى بمسألة التنسيق والترتيب لربط الدارسين بالمجتمع ومواقع العمل والإنتاج¹.

❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى جودة العلاقات الأسرية الجامعية:** تعتبر الأسرة من المؤسسات الجامعية التي يتفاعل معها الفرد وتتسم علاقاته فيها بأنها من نوع العلاقات المباشرة، وهي في تأثيرها إما أن تكون مساعدة للفرد على اشباع حاجاته الجسمية والنفسية الأساسية وعلى تحقيق نمو متكامل وتحقيق تكيفه النفسي ويحتاج الطلبة الجامعيين أن تقوم برامج التربية بالجامعة على فهم الحياة الأسرية والترغيب في إقامتها ورعايتها وحمايتها وتدعيمها والقيام بالواجب نحوها في الحاضر بالنسبة للأسرة الحالية والأسرة في المستقبل وحسن القيادة والقدوة .

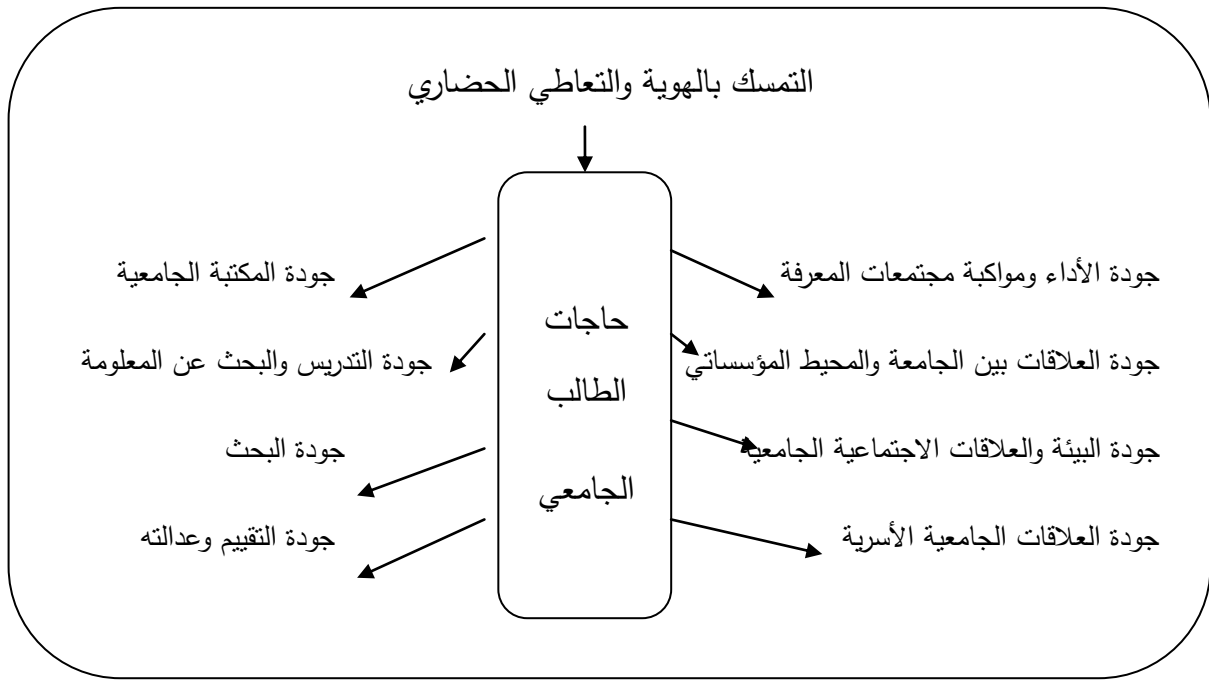
❖ **حاجات الطالب الجامعي إلى جودة الأداء ومواكبة مجتمعات المعرفة:** لقد أفرز ظهور مجتمع المعرفة جملة من التغيرات المجتمعية، بدءا من التركيز المتزايد على التأهيل والتكوين المهني وعلى البحث العلمي وعلى النظم التقنية وعلى الأنساق المتكاملة لنظم الاتصال ونقل المعلومات².

فعلى الصعيد الجامعي أثرت تقانة المعلومات على حجم وهيكله العمالة، فتقلص عددها مما خلق فرص عمل ذات الخبرة التقنية العالية فنشأت مهن ووظائف جديدة فطبيعة العلاقة الجدلية بين مجتمع المعرفة والتعليم تؤكد على ضرورة بناء مراكز متطورة للبحث العلمي فضلا عن اعطاء الأهمية الخاصة لتكوين رأس المال الفكري .

¹ صالح عتوتة: م. س. ذ، ص ص: 49، 95

² ياسر علي خرسان: العولمة والتحدي الثقافي، ط01، دار الفكر العربي، دمشق، 2001، ص: 79

والشكل التالي يوضح حاجات الطالب الجامعي¹ .



شكل رقم (10) يوضح حاجات الطالب الجامعي

وفي تصنيف آخر أجمع ثلة من المفكرين على مجموعة من الحاجات ونذكرها في النقاط التالية:²

- ❖ **الحاجة إلى الأمن:** يحتاج الطالب الجامعي إلى الشعور بالطمأنينة والأمن بالانتماء إلى جماعة الأسرة والرفاق في المجتمع، إذ أنه يحتاج إلى الرعاية في جو آمن يشعر فيه بالحماية من العوامل الخارجية المهددة ويشعره بالأمن في حاضره ومستقبله، ويجب مراعاة الوسائل التي تشبع هذه الحاجيات لدى الطالب حتى لا يشعر بالتهديد لكيانه، مما يؤدي إلى أساليب سلوكية انسحابية وعدوانية وتتضمن هذه الحاجة مايلي: الحاجة إلى الاسترخاء والراحة، الحاجة إلى التقاعد ...
- ❖ **الحاجة إلى حب القبول:** وتعتبر من أهم الحاجات الانفعالية التي يسعى الطالب إلى اشباعها فهو يحتاج لأن يشعر بأنه محبوب وأنه مرغوب فيه والطالب الذي لا يشبع هذه الحاجة فإنه يعاني من الجوع العاطفي ويشعر أنه غير مرغوب فيه ويصبح سيئ التوافق مضطربا نفسيا.
- ❖ **الحاجة إلى التقدير الاجتماعي:** يحتاج الطالب الجامعي إلى أن يشعر أنه موضوع تقدير وقبول واعتراف واعتبار من الآخرين، اشباع هذه الحاجة يمكن الطالب من القيام بدوره الاجتماعي السليم الذي يتناسب مع سنه والذي تحدده المعايير الاجتماعية التي تبلور هذا الدور، وتلعب عملية التنشئة الاجتماعية دورا هاما في اشباع هذه الحاجة .
- ❖ **الحاجة إلى تأكيد الذات:** يحتاج الطالب الجامعي إلى أن يشعر باحترام ذاته وتأكيدا، وأنه كفى يحقق ذاته ويعبر عن نفسه في حدود قدراته وإمكاناته، وهذا يصاحبه عادة احترام للآخرين ويسعى دائما للحصول على

* صالح عتوتة : م. س. ذ، ص: 96

² شعباني مالك : م. س. ذ، ص: 342

المكانة المرموقة التي تعزز ذاته وتؤكد أهميتها وهو هنا يحتاج إلى عمل الأشياء التي تبرز ذاته، كما يحتاج إلى استخدام قدراته استخداما بناء¹.

❖ **الحاجة إلى الحرية والاستقلال:** يصبو الطالب في نموه إلى الاستقلال والاعتماد على النفس وهو يحتاج إلى تحمل بعض المسؤولية الكاملة ويحتاج إلى تسيير أموره بنفسه دون معونة.

❖ **الحاجة إلى الإنجاز والنجاح:** يحتاج الطالب إلى التحصيل والنجاح والإنجاز وهو يسعى دائما عن طريق الاستطلاع والاستكشاف والبحث وراء المعرفة الجديدة، حيث يتعرف على البيئة المحيطة به حتى ينجح في الإحاطة بالعالم من حوله وهذه الحاجة أساسية في توسيع ادراك الطالب وتنمية شخصيته².

❖ **الحاجة الجنسية:** تعتبر من الحاجات الأساسية في حياة الطالب اضافة إلى الحاجات التي ذكرناها سابقا. وتتشأ الحاجة الجنسية من رغبة العقل والجنس والنفس في البحث عن شيء يلبي احتياجاتها، هذه الأخيرة قادرة على تحريك كل ملكات الطالب وإذا ما كبتت تنحرف عن مسارها الطبيعي إلى مسار آخر، ذلك أن الدافع الجنسي من أهم الدوافع الفزيولوجية التي تأثر في سلوكه تأثيرا كبيرا من وجهة التوافق والصحة النفسية ويلعب الدافع الجنسي دورا هاما في حياته ذلك أن الفترة التي يعيشها مليئة بالتغيرات الداخلية ولها آثارها على النواحي النفسية والاجتماعية³.

إن الحاجات السابقة ليست مجرد أحوال جسمية ونفسية يشعر بها الفرد فحسب بل هي دوافع للسلوك، بمعنى أنه قوة دافعة وحافلة للعمل والنشاط وبذل الجهد لإشباعها وإرضاءها، يشارك الحاجات في صفة الدافعية كثير من المفاهيم النفسية الأخرى: كالرغبات، الحوافز، الدوافع... فهذه جميعا تعبر عن القوى الديناميكية الدافعة للسلوك، وهي مرتبطة ببعضها البعض فإذا ما أثير أي دافع من شأنه أن يمهد لظهور حاجة مناسبة لها، وإذا ما تحرك الدافع وظهرت الحاجة المقابلة لهذا الدافع فإنه من غير شك تظهر الرغبة في كل ما من شأنه أن يرضي هذه الحاجة ويُشبع هذا الدافع⁴.

ويتضح من خلال ما تقدم أن الطلبة الجامعيون في مجموعهم يسعون لتحقيق مجموعة من الحاجيات وإشباعها، مثل حب القبول لدى الآخرين والشعور بالانتماء وتقبل الرأي والرأي الآخر في جو من الحرية والاستقلالية، ما يسمح لهم بالاكشاف والمعرفة والتطلع للبحث دون الخروج عن قواعد الجماعة.

¹ خلاف بومخيلة : م. س. ذ ، ص : 104

² شعباني مالك : م. س. ذ ، ص : 343

³ نفس المكان

⁴ لعمور وردة : م. س. ذ ، ص : 123

ب . مشكلات الطالب الجامعي

يتعرض الطالب الجامعي للعديد من المشكلات التي تواجهه في محيط الجامعة التي تعتبر بمثابة البيت الثاني لا من حيث التربية أو التعليم ... فهو يعاني مجموعة من أزمات تنعكس آثارها في نفسه والمجتمع، وذلك من جراء حالة عدم التكيف أو سوء التوافق مع المحيط الناتج عن الفشل في الإشباع الضروري لشخصية سوية .

وفي هذا المجال جرت دراسات عديدة تبحث في مشكلات الطالب الجامعي، ومنه ما قام به الباحث Kenneth لجمع معلومات تتعلق بالمشكلات المهنية والشخصية والتربوية التي يعانيها طلاب الجامعة وذلك من خلال خمسة وستين مرشدا يعملون في مجتمع العينة، وأظهرت النتائج أن أكثر المشكلات حدة في المجال الشخصي هي الأسرة وتقدير الذات وتحديد الأهداف ثم سوق العمل في المجال المهني وهناك ضعف المهارات ومشكلة إدارة الوقت في المجال التربوي¹ .

وبصورة عامة فإن الشباب في مرحلة التعليم العالي يعانون نقص في العلاقات الاجتماعية اللازمة لتحقيق الاستقرار والانفتاح وفي حالة عدم تحقيق هذه الرغبات فإن الشباب قد يصاب بالاكتئاب والقلق ويدخل في تجارب قائمة على المحاصرة والضياع، وبالتالي فإن البنان النفسي للشباب يتأثر بعوامل عديدة أهمها:²

❖ **العلاقات الاجتماعية:** قدرة الشباب على التفاعل مع الآخرين وفق الأطر الاجتماعية القائمة، تؤدي إلى الشعور بالقبول والرضى عن الذات بما يدفع الفرد إلى الاندماج أكثر بمحيطه الذي يوفر له الاستمرارية في عملية التوازن النفسي، وهذا ما دفع بالعالم Riggio إلى التحدث عن أهمية امتلاك الفرد للمهارات الاجتماعية منها: الاستقبال والإرسال ومهارات التنظيم وضبط معلومات الشخصية في أي موقف من مواقف التفاعل والتواصل سواء أكان لفظيا أو غير لفظي .

❖ **المناخ الجامعي ودوره:** يمثل شباب الجامعة العمود الفقري لنمو أي مجتمع فهم عصب التنمية في مختلف مجالات الحياة ولا تنمية اجتماعية من دون قوة فاعلة متوازنة نفسيا وانفعاليا، وهذه الطاقات تتمثل في طلاب الجامعة ذوي المهارات الاجتماعية والأكاديمية، فالجامعة مؤسسة اجتماعية تمثل قمة الهرم التعليمي وهي بوابة العبور إلى الحياة المهنية والاجتماعية والاقتصادية وهي تقوم بالدور المعرفي والعلمي والفكري في كل زمان ومكان³ .

¹ لآبا سليم معريس: الاكتئاب لدى الشباب، ط01، دار النهضة، العربية، بيروت، لبنان، 2010، ص: 141

² مرجع نفسه، ص: 142

³ لآبا سليم معريس: م. س. ذ. ص: 144

وقد ركزت 'قادري ميادة' في مقال لها بعنوان مشكلات الطلبة الجدد بجامعة وهران - السانيا - على مجموعة من المشاكل التي يعاني منها الطالب الجامعي إذ تراوحت بين المشاكل الشخصية والدراسية والاقتصادية وهي:¹

❖ **المشكلات الشخصية:** وتدخل ضمن اطار المشكلات النفسية والاجتماعية حيث تنحصر فيما يلي:

- ✓ الإحساس بالفراغ نتيجة عدم احالة الطالب على المكتبات أو هذا يعزى للتركيز على المحاضرات.
- ✓ عدم الإيمان بالرسالة التي يعد من أجلها والنظر إلى الكلية على أنها مصنع الشهادات للحصول على الوظيفة.
- ✓ الإحساس أحيانا باللامبالاة وعدم الانتماء والرغبة في انجاز الحد الأدنى من التكاليف ودون وجود دافع للإنجاز .
- ✓ مشكلة الخوف التي يعاني منها الكثير من الشباب في الأجواء غير المستقرة وضعف الثقة بالنفس بالإضافة إلى تشويش التفكير في مختلف القضايا التي تواجهه سواء من الناحية الدراسية أو في مجمل الحياة التي يعيشها .

ففي دراسة أجريت على 259 طالب من طلاب السنة الثانية بجامعة هارفارد Harvard تبين أن 232 طالب أي ما نسبة 90% من مجموع الطلبة الأسوياء الأصحاء لديهم مشكلات يرغبون في مناقشتها، معنى ذلك أن الغالبية العظمى من الطلبة يعانون من مشكلات نفسية من نوع أو آخر وكانت معظم المشكلات تركز حول العلاقات الأسرية أو الاجتماعية، ومن أمثلة هذه المشكلات ما يتعلق بالتكيف الاجتماعي كالشعور بالخجل والشعور بالنقص والصعوبة في إقامة الصداقات وعدم النضج وعدم الرضا عن الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الطالب .

ومن أمثلة التكيف مع الأسرة ومشكلاتها نذكر: احتقار الوالدين أو الانفصال بينهما ونقد الأسرة للطلاب ونقص التفاهم المتبادل، ومن المشكلات الأكاديمية عدم الرضا عن الجامعة والحاجة إلى العون الأكاديمي الأمر الذي يدفع لعدم تقبل الحياة الاجتماعية بما فيها من بناء صداقات وعلاقات اجتماعية وعدم تقبل النظام القيمي الموجود في المجتمع الجامعي ومنه شعوره بالوحدة والعزلة² .

❖ **المشكلات الدراسية:** يعاني الطالب الجامعي من مجموعة مشكلات دراسية أهمها:

- ✓ قبول الطالب في قسم غير راغب فيه الذي لازال في الجامعات العربية قائما على أساس المعدلات النهائية³ .
- ✓ يواجه الطلبة مشكلات فيما يخص اللغة المستخدمة في التدريس كونها لا تمثل في الغالب لغتهم الخاصة وفي بعض الحالات يكون تدريبهم السابق في حقل التدريس غير كاف، وكنتيجة لذلك ربما يصادفون بعض

¹ قادري حليلة: مشكلات الطلبة الجدد، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

جانفي 2012، ص: 93

² سعيد جاسم الأسدي: م. س. ذ، ص ص 274، 273

³ قادري حليلة: م. س. ذ، ص: 94

الصعوبة في متابعة المحاضرات وفهم المادة الدراسية وتدوين الملاحظات بالإضافة إلى ذلك ليس من السهل على هؤلاء الطلبة توجيه الإجابة عن أسئلة غير واضحة وكتابة التقارير والبحوث الفصلية.¹

✓ عدم احساس الطالب أحيانا بجدو دراسة مادة معينة أو بما سوف يدرسه من محتوى .

❖ **المشكلات المالية (الاقتصادية) :** وينحصر أهمها في:

✓ ارتفاع أثمان الكتب الدراسية.

✓ مشكلة المواصلات والإسكان والتي تجعل الطالب دائم التفكير وعاجز التفكير في الدراسة.²

نجد مثلا أن بعض الطلبة يسافرون ويقومون بعيدا عن والديهم وذلك بغرض الدراسة، إلا أنهم يقعون دائما تابعين اقتصاديا لهم الأمر الذي يكلفهم الكثير وفي بعض الأحيان عدم متابعة الدراسة الجامعية.

❖ **المشكلات المهنية:**

يواجه الشباب الجامعي اليوم تحديات صعبة أولها انهيار الطفرة الاقتصادية، وتخلى الحكومة عن دور الرعاية التي كانت تضمنها لمواطنيها وهذا التحدي مع تحديات ازدياد البطالة وتقلص فرص العمل فالطالب في كافة أنحاء العالم ولو بتفاوت يتخبط في مشاكل عويصة منها عدم ضمان المستقبل المهني المتوقع.³

حيث تشكل البطالة أحد المظاهر الكبرى للتهميش فبعد أن كانت البطالة تمس إلا فئة معينة من الشباب غير المتعلم وغير المؤهل، أصبحت هذه المشكلة تطال عددا هائلا من الشرائح الشابة وخاصة الشباب الجامعي المتعلم، مما يؤدي إلى انخفاض الروح العلمية والحماسة للاهتمام بالتعليم الجامعي والبحث العلمي وفي هذا السياق ' فالطالب لا يختلف عن الشباب البطال فهو " متشرد " لا ينتظر شيئا من المستقبل يمارس التجارة الموازية ...'⁴

لذلك يرى ألان تورين Alain Tourine بأن الطلبة: " فئة متأزمة لا تمثل حركة اجتماعية فهي لا تعبر عن صراع شامل وأساسي، لا تضع محل رهان التوجهات الثقافية الكبرى للمجتمع فهي مكبلة يخوفها من شبح البطالة وخطر السقوط الاجتماعي بالإضافة إلى الشلل الذي أصابها بسبب الأزمة الشاملة للمنظومة الجامعية واختفاء الدور التقليدي (لأنتلجيس) الناطقة باسم الشعب وباسم القيم".⁵

وبالتالي تشكل هذه العوامل (المشكلات الشخصية، الدراسية، الاقتصادية) مجموع القوى التي تؤدي إلى احساس الطالب بالاغتراب وفقدان الهدف من التعليم والشعور باليأس أمام مستقبل تهدده البطالة، هذه

¹ رواب عمار: شروط الأداء التعليمي والتكوين الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الحادي عشر، تصدر عن جامعة محمد خيضر

بسكرة، ماي 2007، ص: 53

² قادري حليلة: م. س. د. ص: 95

³ حمدوش رشيد: مسألة الرباط الاجتماعي في الجزائر المعاصرة (امتدادية أم قطيعة)، ط01، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع

الجزائر

2009، ص: 183

⁴ حمداني نسيم: الجامعة الجزائرية بين الأصالة والمعاصرة، ط01، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر 2013، ص: 207

⁵ مرجع نفسه، ص: 208

الفجوة والثغرة تكبح من ابداع الطالب و اعطاء كل ما لديه من طاقات مما يثبط من عزيمته ويزيد من فشله وهذا الفرق بين جامعاتنا العربية وجامعات العالم المتقدم .

3 . التوجيه الجامعي والإرشادي للطالب:

أوكلت الجامعات منذ نشأتها مسؤولية نقل المعرفة من جيل إلى جيل حيث أصبح التعليم العالي في الجزائر متاحا لكافة أبناء الشعب وليس حكرا على الذين يملكون المصادر المالية والقواعد الأساسية، في ظل قرار مبدأ ديمقراطية التعليم وتكافؤ الفرص بين المواطنين ومنح الطالب الفرص المتكافئة للالتحاق بقطاع العليم العالي، تسعى الجامع الجزائرية لتحقيق هدفين أساسيين وثيقي الارتباط ببعضهما البعض وهما الاستجابة لاحتياجاتها الذاتية، باستعمال عقلاني لأجهزتها الخاصة بالتربية والتسيير، الاستجابة لاحتياجات التنمية العامة للبلاد بضمان مطابقة التكوين مع الشغل¹، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال مساعدة الطالب لكي يفهم شخصيته ويعرف قدرته ويحل مشاكله في اطار التعاليم الإسلامية، ليصل إلى تحقيق التوافق النفسي والتربوي والمهني والاجتماعي، وبالتالي يصل إلى تحقيق أهدافه في اطار الأهداف العامة للتعليم في الوطن العربي عامة والجزائري خاصة، وتتجلى أوجه الإرشاد الطلابي في²:

- ❖ بحث المشكلات التي يواجهها الطالب أثناء الدراسة سواء أكانت شخصية أو اجتماعي أو تربوية والعمل على ايجاد الحلول المناسبة التي تكفل أن يسير الطالب في الدراسة سيرا حسنا وتوفر له الصحة النفسية.
- ❖ العمل على اكتشاف مواهب الطلاب وقدراتهم وميول المتفوقين وغير المتفوقين على حد سواء والعمل على توجيه واستثمار تلك المواهب والقدرات والميول فيما يعود بالنفع على الطالب خاصة والمجتمع بشكل عام.
- ❖ مساعدة الطالب على اختيار نوع التخصص والدراسة التي تناسب قدراتهم وميولهم واحتياجات المجتمع وكذلك تبصيرهم بالفرص المهنية والتعليمية وتزويدهم بالمعلومات وشروط القبول الخاصة حتى يكونوا قادرين على تحديد مستقبلهم، آخذين في عين الاعتبار اشراك أولياء الأمور في هذا القرار .
- ❖ الإسهام في اجراء البحوث والدراسات حول مشكلات التعليم في الوطن العربي على سبيل المثال مشكلة الغياب وتدني سبل النجاح.
- ❖ العمل على توعية المجتمع الجامعي (الطالب، الأستاذ، المسؤولين) بشكل عام بأهداف ومهام التوجيه والإرشاد ودوره في التربية والتعليم.³

وفي مكان آخر ليس ببعيد نذكر بما كتبه خبير التوجيه والإرشاد النفسي بمعهد التربية الأونروا باليونسكو سنة 2013م، حيث قال: "إن الشكوى العامة التي نسمعها هي أنه من السهل الشعور بالعزلة في الحرم الجامعي، فكثيرا ما يشعر الطلاب على أن قليلا من الاهتمام يوجه نحو تنميتهم الشخصية بشكل نسبي " ويضيف قائلا: " ومن خلال عملنا في مراكز الإرشاد أصبحنا ندرك أن كثيرا من الطلاب يبحثون

¹ زيبوش ياسين : تقهقر التحصيل المعرفي للطالب في الجامعة الجزائرية(دراسة ميدانية في جامعة الجزائر)، رسالة ماجستير في علم

الإجتماع الثقافي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 02، ديسمبر 2011، ص: 83

² وجدي سلطان: السلوك الطلابي (نظريا وتطبيقيا)، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2008 ، ص: 157

³ مرجع نفسه، ص ص: 157،158

عن الخدمات الإرشادية لأنهم يريدون تطوير نواحي في شخصيتهم إضافة إلى قدراتهم التفكيرية ويمكن اكتشاف الحاجيات الخاصة في الحرم الجامعي من خلال تجربة المجموعة Groups for collège students ففي موقع المجموعة يستطيع الطلاب تشكيل الأهداف واستكشاف مجالات لأنفسهم والتي حافظوا على إخفائها وسببت لهم المشاكل في العلاقات الشخصية والتعرف على العوائق الداخلية التي تعيق الإستغلال التام لقدراتهم وبالتعامل مع مشاكلهم الخاصة (الشخصية)، يمكن للطلاب تحرير أنفسهم من بعض العوائق العاطفية للتعلم ويصبحون أفضل بشكل كبير ويتعلمون مع دراستهم بشعور من الحماسة والالتزام

1... "

استوقفنا في ذلك حديث نسيمة حمداني، حيث اشترطت بأن تكون هذه الحركة الطلابية (التنظيم الطلاب) ذات نقاش حر وناصح وهادف وديمقراطي، أي أن يكون مفتوحا للجميع سواء تيارات أو أفراد وأن يكون بعيدا عن الصعوبة وادعاء امتلاك الحقيقة والحلول مع ضرورة احترام وجهات نظر الجميع والاحتكام للصراع الديمقراطي لحسم الخلافات، وأن يتم الرجوع للماضي لاستخلاص ما يفيد من أجل إعادة بناء منظومة طلابية ديمقراطية. "

والثابت تاريخيا أن الحركات الطلابية وجدت صعوبة في التأسيس كحركات مستقلة بسبب اختلاف انتمائها ومرجعياتها الأيديولوجية المتصارعة.²

وتعتبر الأنشطة الطلابية حسب "علي السيد الشخبي" أكثر عناصر العملية التعليمية في الجامعة ارتباطا بالتربية الوجدانية للطلاب، وهي عنصر مهم ومكمل للعناصر الأخرى في العملية التعليمية من أساتذة ومناهج وإدارة، ومن مميزات أنها تهتم بجمع جوانب شخصية الطالب، مع التركيز على الجانب الوجداني المتضمن للميول والدوافع والقيم والاتجاهات .

وتعتبر الجامعة البيئة والمناخ المناسب الذي يمكن للطلاب ممارسة الأنشطة من خلاله، وتطبيق مبادئ وقيم أخلاقية مثل الحرية والديمقراطية والمسؤولية والتعاون... الخ وتشمل الأنشطة الطلابية مجالات عديدة منها : الاتحادات الطلابية واللجان المختلفة والأسر والرحلات وجماعات التكافل الاجتماعي والمكثبات ومصادر المعرفة... الخ³

وللأنشطة الطلابية فوائد كثيرة فهي تساعد في تكوين شخصية الطالب الجامعي وتزويده بالأخلاقيات الإيجابية وتدريبه على القيادة الرشيدة والتبعية المستنيرة، وتحمل المسؤولية وتنمية القيم وتكوين علاقات انسانية سوية مع زملائه وأساتذته وإدارة الكلية وأعضاء المجتمع المحيط بالجامعة، ويعتمد تفعيل الأنشطة الطلابية لتحقيق أهداف التربية الوجدانية الأخلاقية على:

✓ الممارسة الحقيقية للحرية الأكاديمية للطلاب والأساتذة دال الكلية وخارجها.

✓ تطبيق مبادئ الحرية والديمقراطية في المشاركة في الأنشطة والخدمات المختلفة .

¹ مريان كوري: المجموعات (الممارسات والتطبيقات)، ترجمة سيف الدين زريقي، ط01، ناشرون وموزعون، عمان، 2013 ، ص: 420

² حمداني نسيمة : م. س. د ، ص: 212

³ علي السيد الشخبي: أفاق جديدة في التعليم الجامعي العربي، ط01، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012، ص: 452

- ✓ تحقيق مبدأ العدالة والمساواة بين الطلاب في ممارسة الأنشطة .
 - ✓ التفاعل الإيجابي المستمر بين الأساتذة والطلاب .
 - ✓ تحقيق مبدأ استقلالية الجامعة في اتخاذ قراراتها عن طريق التمويل الذاتي وتحولها إلى مؤسسات منتجة .
 - ✓ أن يتضمن تقويم الأداء الأكاديمي للطلاب ممارساتهم للأنشطة والخدمات المختلفة .
 - ✓ توفير مشرفين متخصصين ذوي معرفة وخبرة في المجالات المختلفة وتزويدها بالأجهزة والأدوات والأماكن التي تساعد في تحقيقها لأهدافها.¹
- صفوت القول، أنه إذا اعتنت الجامعة بالتربية الوجدانية للطلاب الجامعي فإنها ستبني في الغد جيلا راکزا في مبادئه وقيمه الأخلاقية وذلك بالاهتمام بمختلف المشاكل الوجدانية التي يعاني منها في محيطه .

4 . الواقع القيمي الأخلاقي بين طلاب الجامعة:

نشير في هذه الجزئية للعلاقة المطروحة والمتداخلة بين القيم الأخلاقية والطلاب الجامعي، حيث سنحاول أن نقدم رأيا للمناقشة حول ما كانت عليه القيم الأخلاقية في أدبيات التعليم الجامعي من قبل والوقت الراهن، وانعكاسها على شخصية الطالب الجامعي.

لقد ظل تطوير السلوك الأخلاقي لدى الطلاب على الدوام هدفا تقليديا للجامعات، ففي العصور الوسطى وفرت العلاقات الوثيقة بين الجامعات الأوروبية والكنيسة المسيحية والترابط المماثل والوثيقي بين مؤسسات التعليم العالي في العالم الإسلامي (من قرطبة إلى سمرقند) والإسلام، أساسا واضحا لتدريس الأخلاقيات القيمية الفحة عن طريق البعثات والوفود².

أما في العقود الأخيرة فقد أصبحت المؤسسات الجامعية عرضة للتغيير السريع، فمحراب القيم الأخلاقية التي كانت محور العمل الجماعي طغى عليها بعد جديد وهو البعد الأكاديمي الذي جعل من المعرفة وتقاليد انتاجها وطقوس العلم المميّزة المحراب الجديد، ثم جاءت قيم السوق لتلوث هذ المحراب وتفسد الكثير من ممارسات البحث العلمي بتضارب المصالح وتفشي قيمة الغش وأزمة الالتزام، وهذا ما أدى إلى طرح أسئلة محرّجة على قدرة الجامعات على تقديم الخير العام للمجتمع وتحقيق القيم التي طالما سعت الجامعات لتحقيقها مثل: قيم المساواة، الأمانة، العدل، الحرية الأكاديمية.

وفي هذا القبيل برز تيارين حول امكانية تعليم القيم الأخلاقية لطلاب الجامعة:³

❖ **التيار الأول:** طرح فيه " آرثر ثوارنز " 03 عوامل تحول دون تعلم القيم الأخلاقية وأطلق عليها بمصطلح " الخرافات الثلاث " .

✓ **الخرافة الأولى:** تتضمن الإدعاء بأن الفرد عندما يأتي إلى الجامعة تكون صفاته الأخلاقية قد تشكلت تماما ولذلك سيكون من العبث الإهتمام بتعلمها في الجامعة.

¹ علي السيد الشخبي: م. س. ذ ، ص: 453

² نعيم ابراهيم الظاهر: ادارة التعليم العالي، ط01، دارالوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 222

³ سعيد جاسم الأسدي: م. س. ذ ، ص ص: 333،335

✓ **الخرافة الثانية:** أنه ليس من مهمة أساتذة الجامعة تعليم القيم الأخلاقية بل أن مهمتهم تقتصر على تزويد الطلبة بالحقائق المتعلقة بالتخصص.

✓ **الخرافة الثالثة:** النظر إلى موضوع القيم الأخلاقية بوصفها موضوعا دينيا وتوجها أيديولوجيا محافظا، لكن دراسات النمو الخلقي عند الأفراد تؤكد على أن الفرد يمكن أن يغير من أحكامه وممارسته الخلقية في سن العليم الجامعي، بل أن معظم الدراسات أكدت على أن معظم التغيير في القيم يحدث في نهاية المرحلة الثانوية وأوائل المرحلة الجامعية وليس من العيب أن تضع الجامعات معايير أخلاقية خاصة بالسلوك الشخصي والاجتماعي والأكاديمي في الحرم الجامعي.

❖ **التيار الثاني:** يتبنى هذا الاتجاه بعض هيئة التدريس، ويرو أن القيم هي تعبيرات وميولات ذاتية لا بد من تمييزها عن الحقائق الموضوعية والتجريبية التي هي مركز التعليم الجامعي ، ويبدو أنه ليس من السهل حسبهم تصور موقف التعليم الجامعي دون بعد قيمي فلكل موضوع ولكل فعل قيمة عالية تستدعي دراسته .
ويأخذ تعليم القيم في الجامعات صورا عديدة فبعض الجامعات والكليات الشخصية تحاول أن تبني مناخا جامعيا ملتزما بالقيم والفضائل الخلقية، يسهم في بنائه كل الأفراد من فئات البيئة الجامعية جميعا الأساتذة، الطلبة، الإداريين...ومن الجامعات ما يقدم برنامجا متكاملًا من المواد الإلجبارية والاختيارية إضافة إلى النشاطات العلمي الموجهة لتعزيز السلوك القيمي لدى الجامعات بطريقة مباشرة، ومنها أن الجامعة تدرس عادة عددا من المسافات في قضايا القيم والأخلاق سواء في أبعادها النظرية أو العلمية¹.
نشير هنا إلى الدراسة التي قام به Saura , schulte وزملائه في جامعة " نبراسكا " حيث استخدمت مقياسا يتكون من عدد كبير من الفقرات، وقد أصبحت فقرات المقياس المستعمل مؤشر مهما لتنبه أعضاء هيئة التدريس والطلبة إلى العوامل التي تؤثر سلبيا على المناخ الأخلاقي في الجامعة حتى يتجنبونها وأن عليهم خلق بيئة تعلم ايجابية.

ومن خلال تناولنا لتعلم القيم الأخلاقية في موقع الجامعة وعلى الرغم من الدور الذي يجب أن تلعبه مع غيرها من المؤسسات المجتمعية في تنمية الجانب الوجداني في شخصية الفرد، فمن الملاحظ أن كثير من خريجي الجامعة وغيرهم من الشباب في الجامعة يعانون من أزمات أخلاقية قيمية بين الأجيال ودال الجيل الواحد أي بين القيم الأصيلة والقيم البديلة، ويظهر ذلك من خلال الأقمار الصناعية وشبكات المعلومات والاتصالات التي تطورت بدرجة أعلى من الدقة والتعقيد والتحويلات والتحديات التي يعيشها مجتمعنا سواء على المستوى المحلي أو القومي أو العالمي والتقدم العلمي الهائل في مختلف مجال الحياة².
وفيما يخص المظاهر الأخلاقية غير السوية المنتشرة بين الطلاب في الجامعة نذكر³:

❖ سلوكيات الطلاب وتصرفاتهم مع بعضهم البعض ومع أساتذتهم والإداريين والتي تتسم بالعنف والأنانية.

¹ سعيد جاسم الأسدي: م. س. ذ، ص ص: 336، 338

² مرجع نفسه، ص: 338

³ علي السيد الشخبي: م. س. ذ، ص ص: 353، 355

- ❖ سلوكيات بعض أعضاء هيئة التدريس التي تعبر عن غياب القدوة والنموذج الحسن الذي يجب أن يقتدي به الطلاب .
- ❖ بعض المظاهر اللاديمقراطية التي تعبر عن نفسها في بعض المواقف داخل حجرات الدراسة وخارجها.
- ❖ ضعف اقبال الطلاب على حضور المحاضرات نتيجة لعوامل كثيرة .
- ❖ قصور وضعف الوعي السلوكي بين الطلاب.
- ❖ انتشار قيم السلوك الاستهلاكي والتدين وتعاطي المخدرات والعنف والاعتزاز والمشكلات الاجتماعية.
- ❖ سطحية التفكير والعزوف عن تحصيل العلم واكتساب المعرفة .
- ❖ انتشار القيم الفردية والمادية في المجتمع الجامعي.

ويتضح مما سبق أن واقع التربية في مؤسساتنا الجامعية لا يدعو إلى التفاؤل خاصة أن سلوكيات كثير من شبابنا مازالت بعيدة بل وتزداد ابتعادا عن القيم والمبادئ والأخلاق وخاصة أن مثل هذه السلوكيات لا يمكن أن تساعد مجتمعنا في النهوض والتقدم، فالطالب الجامعي من واجبات البلد الثقافية وعلى الجامعة بالدرجة الأولى رعايته وغرس ذلك الالتزام القيمي الأخلاقي في نفسه وتكوينه على أساس من تقديس لأخلاق القيمة والحرص على تمثلها في الواقع¹.

ومما سلف ندرك الدور الذي تؤديه القيم الأخلاقية في التأثير على شخصية الفرد فإن توافرت الأخلاق في أي فرد فإنها ترفع من قدره وتجعله محبوبا من قبل المجتمع كونه يتكيف مع مرجعيتها، حيث يفترض الالتزام الأخلاقي للطالب الجامعي بتقديس النظام الجامعي واحترام التنظيمات العلمية المعمول بها واحترام الشهادة العلمية التي يحصل عليها بعد التخرج فيحصل على التطابق مع مضمونها ما يعود عليه بالنفع في المستقبل، وفي المقابل فإن غياب الالتزام الأخلاقي لدى الطالب أثناء دراسته الجامعية يجعل منه مثلا سيئا سواء في محيطه الجامعي أو في محيط دراسته العملية، فالطالب غير الملتزم بعيد عن الشعور بواجبه وبعيد عن احترام نفسه وأساتذته أو احترام زملائه أو المحيط الذي يعيش فيه .

ويؤسفنا أن نُقر أن الالتزام الأخلاقي القيمي في الجامعات الجزائرية يكاد يغيب لدى عدد كبير من الطلبة وحتى لدى بعض الأساتذة أيضا وهو ما يجعل وضع الجامعة الجزائرية يزداد ترديا بحيث أصبحت الممارسات اللا أخلاقية سلوكا شائعا بل صارت بعض الأماكن محل تنافس بين الطلبة.

5 . مقومات حماية الطالب الجامعي من الإنحراف الأخلاقي

اقترح محمد بن ترسية في كتابه "المرشد الطلابي العام " مجموع من المقومات التي يجب أن يأخذها الطالب الجامعي بعين الاعتبار، ليجتاز هذه المرحلة الحاسمة في حياته بنجاح، ندرجها ضمن النقاط التالية:²

¹ سعود فلوسي: الإلتزام الأخلاقي للطالب الجامعي وأثره في تحصيله العلمي ودوره في المجتمع، المادة متوفرة على الرابط

http:// www .starimes.com ، تاريخ الزيارة : 23 /01 /2016 ، على الساعة 16:00

² محمد بن ترسية: المرشد الطلابي العام(من الإلتحاق بالجامعة أو الكلية إلى الإندماج في الشغل)، ط01، الدار المصرية السعودية

أ . تجنب الأهواء والفسوق:

إن عالمنا يعج بالتيارات والفلسفات وإن الكثير منها يهدف في الحقيقة إلى زعزعة الشباب عن انتمائهم الحضاري ومسخ مقومات شخصيتهم، وذلك من خلال الترويج لمفاهيم تحمل في أحشائها ألوانا من الضلال والزندقة وترفع شعارات جذابة كالحرية والثقافة والتفتح والمساواة... فمعاشرة من ينتمي إلى مثل هذه الأفكار والأهواء وما أكثرهم، يؤدي إلى تقويض دعائم الانتماء الحضاري للطالب وتمجيده للنفايات الغربية على حساب قيمه الأخلاقية¹.

ونعقب بكلام الدكتورة "حمداني نسيمه" لا من باب التفنيد ولكن من باب الإضافة، بأن الأيديولوجيات هي سلع فكرية معروضة على نطاق واسع في المجتمع الحديث وبأشكال وألوان في غاية التنوع والغنى مرشحة أن تلبي هذه الحاجة المعنوية لدى الشباب، وتقدم أجوبة يقينية في عالم تكتنفه الشكوك، وتذكر بأنه يمكن اعتبار الفترة الجامعية فترة نموذجية تبلغ فيها الحاجة الأيديولوجية ذروتها لدى الشباب المتعلم والمتقف لأنها بالإضافة إلى كونها فترة اكتساب أفكار جديدة وترك أخرى، هي فترة تميز بالانفلات النسبي من الجاذبية الاجتماعية التي تمارسها إحدى المؤسسات الاجتماعية .

وعلى حد قولها "بالاستقطاب الأيديولوجي للشباب " ليست مسألة صدفة أو عفوية أو ارغام أو حتى اختيار فكري، بل هو: " عملية تتصافر على أحداثها محددات وحتميات من مستويات مختلفة، بدءا بالحتميات الاجتماعية والنفسية والثقافية وانتهاءا بحتمية آليات الاستقطاب في كل مجتمع معاصر"².

ب . عدم مصاحبة ذوي الأخلاق السيئة:

إن معاشرة رفقاء السوء والماجنين في هذا الوسط المتفتح على شتى التيارات الوافدة، يقضي على الفضائل بسرعة، وخاصة عندما يسود الاختلاط في التعليم، وتزداد خطورة المصاحبة لهذه الفئات عندما تكون داخل السكن الجامعي المعزول عن الرقابة العامة.

ج . تجنب ذوي العادات السيئة:

الكثير من العادات السيئة توجد في الوسط الطلابي الجامعي المناخ الملائم لنفسي ويأتي على رأس هذه العادات غير الأخلاقية: الغش، التدخين، ومن العادات السيئة أيضا دفع المبالغ الباهظة لاقتناء ما يستجد من الموضة، وتتبع المواقع الإباحية الآتية من الغرب...³

وخلاصة القول فإن اختيار الأصدقاء في المرحلة الجامعية له ابعاد كثيرة غير سوية، ويجب أن تقوم الصحبة على طاعة الله والأخوة في الله والتعاون لتحقيق العلوم النافعة وأن لا يكون أساسها المنافع والشهوات المادية لأن مثل تلك العلاقات تزول بانقضاء تلك المتعة الحسية وتقلب على صاحبها بالويل والهلاك، كما أكد القرآن الكريم في قوله تعالى: " يَاوَيْلَيْ لَيْتَنِي لَمْ أَتَّخِذْ فُلَانًا خَلِيلًا " سورة الفرقان الآية 27، و حتى لا يكون ذلك انعكاسا على قيمنا الأخلاقية الأصيلة.

¹ محمد بن ترسية: م. س. ذ: ص: 120

² حمداني نسيمه : م. س. ذ. ص: 202،203

³ محمد بن ترسية : م. س. ذ . ص: 120،121

❖ خلاصة الفصل

بعد الإشارة الوجيزة في هذا الفصل عن ماهية الطالب الجامعي، يمكن القول بأن انتقاله من مركز اجتماعي إلى آخر وصولاً للجامعة، في هذا الزمن من حياته ينمو ويتكون نفسياً، جسدياً، اجتماعياً، روحياً مندمجاً مع جماعات من أقرانه يكتسب من خلالها عادات وقيم وأخلاقيات جديدة متبناة في ضوء حرية واستقلالية لا متناهية .

صحيح أن الجامعة مصدر استقاء للمعلومات والمعارف، توفر له حاجاته كجودة التقييم وعدالته ومواكبة مجتمعات المعرفة ليحظى بالقبول والاحترام الاجتماعي، إلا أن ذلك لا يغنيه من التعرض للمشكلات التي تكون بمثابة عقبة في حياته مما يؤثر عليه سلباً في تحصيله الدراسي ومستقبله المهني، وهنا يأتي دور تلك الحركات والأنشطة الطلابية فبانتمائه إليها يحظى بالدعم والمساندة والإحساس بالأمان للتخفيف من المشكلات التي تواجهه .

وبالرغم من الدور الذي تلعبه هذه الحركات الطلابية إلا أن ذلك لا ينفى قابلية التغيير الذي يلحق بالطالب الجامعي من ناحية قيمه الأخلاقية، هذه السلوكيات غير السوية التي أصبحت تغطي على حياة طلابنا، من غياب دائم للمحاضرات وعدم احترام الأستاذ وسطحية التفكير والعزوف عن العلم ومصاحبة رفقاء السوء... الخ، الجامعة والمحيط الاجتماعي والتطور الحضاري هو المسؤول عنها.

الإطار التطبيقي للدراسة

❖ تمهيد

1. تفريغ البيانات وتحليلها.
2. النتائج النهائية للدراسة.
 - أ. النتائج الجزئية للدراسة.
 - ب. النتائج العامة للدراسة.
 - ج. النتائج في ضوء الدراسات السابقة.
 - د. النتائج في ضوء نظريتي الدراسة.
- . في ضوء نظرية الاستخدامات والأشباع.
- . في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
3. صعوبات الدراسة.
4. التوصيات والاقتراحات.

* خاتمة

تمهيد

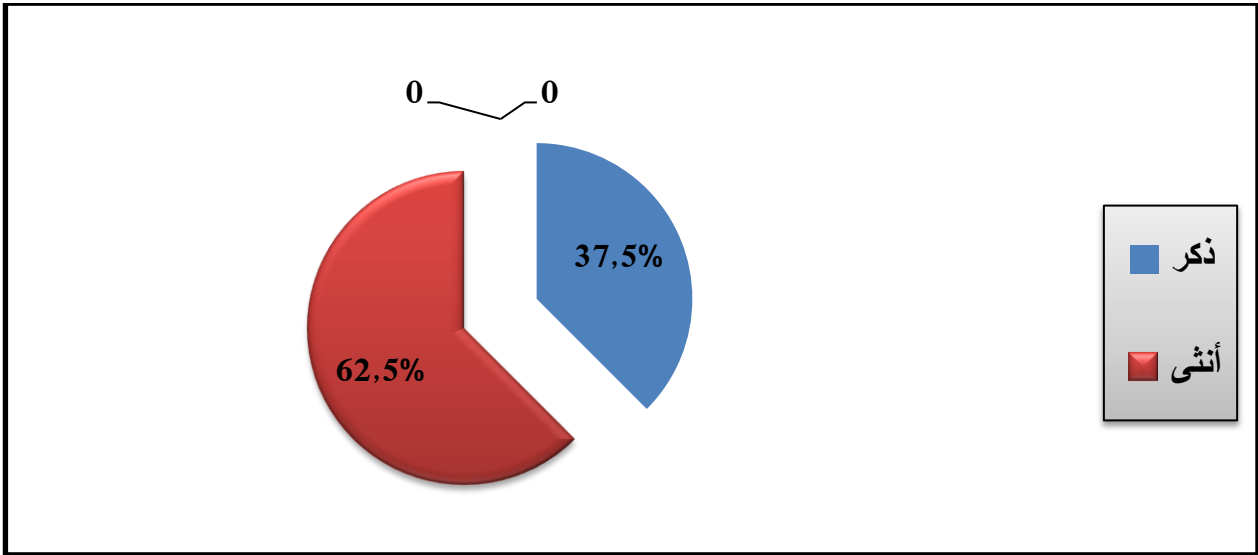
تم في هذا الفصل عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة وذلك بالنظر إلى التساؤلات المطروحة مع تفسير النتائج تفسيراً علمياً على ضوء الدراسات السابقة وبناءً على الإطار النظري للدراسة وكذا الإستعانة في ذلك بنظريتي الاستخدام والإشباع ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام، وذلك من خلال تبويب النتائج في جداول بسيطة ومركبة تتضمن التكرار والنسبة المئوية، متبعا بالصعوبات والاقتراحات وصولاً لفقرة الخاتمة.

1. تفريغ و تحليل البيانات

✓ صفات العينة:

✓ جدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
<u>37.5</u>	75	ذكر
<u>62.5</u>	125	أنثى
100	200	المجموع



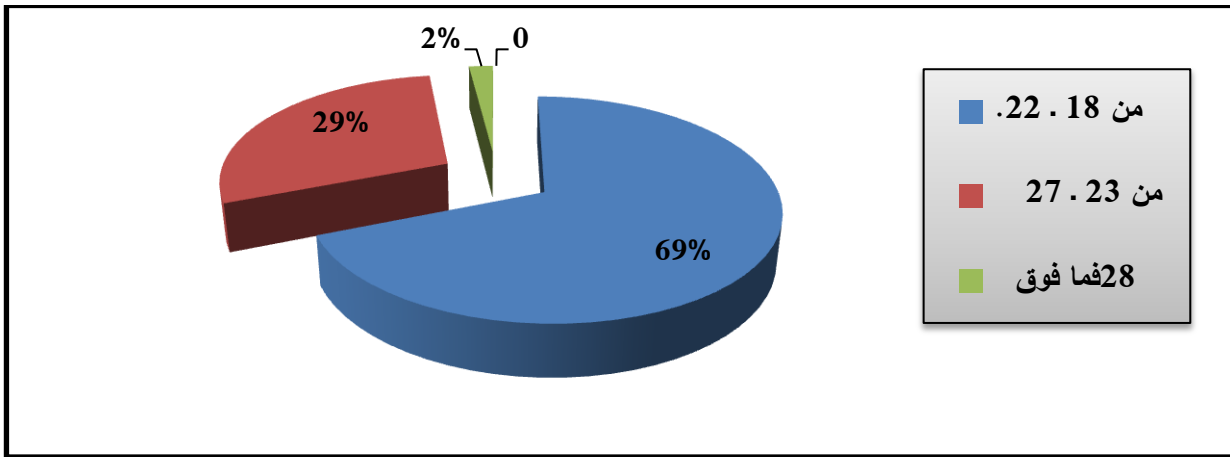
شكل رقم (11) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

- يتضح من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول أعلاه والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس، أن نسبة الإناث بلغت (62.5%) أي ما يعادل 125 مفردة، أما في ما يخص نسبة الذكور فقد سجلنا ما نسبته (37.5%) أي ما يمثل 75 مفردة، وقد نرجع تفسير هذه النتائج إلى:
- ✓ أنه من المعروف في مجتمعنا طغيان العنصر النسوي على الذكوري.
 - ✓ طريقة توزيع العينة والتي كانت عرضية، أي التوجه لكل كلية من كليات الجامعة واعطاء المبحوثين استمارة الإستبيان شرط استخدامهم لموقع الفايسبوك وحسب ملاحظتنا أن الطالبات هن الأكثر استعمالا للموقع على غرار فئة الذكور.
 - ✓ وبتسجيلنا أن الطالبات هن أكثر عددا من الذكور قد يرجع إلى أن الذكور عند حصولهم على شهادة البكالوريا غالبا ما يتوجهون إلى قطاع العمل عكس الفتيات اللواتي تلتحقن بالجامعة لاكمال دراستهن وهذا ما قد يفسر لنا ما توصلنا إليه من نتائج أعلاه.

➤ نستنتج أن فئة الطالبات أكبر عددا من الذكور.

✓ جدول رقم(02): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن.

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
من 18 . 22	138	<u>69</u>
من 23 . 27	58	29
28 فما فوق	04	<u>02</u>
المجموع	200	100



شكل رقم (12) يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

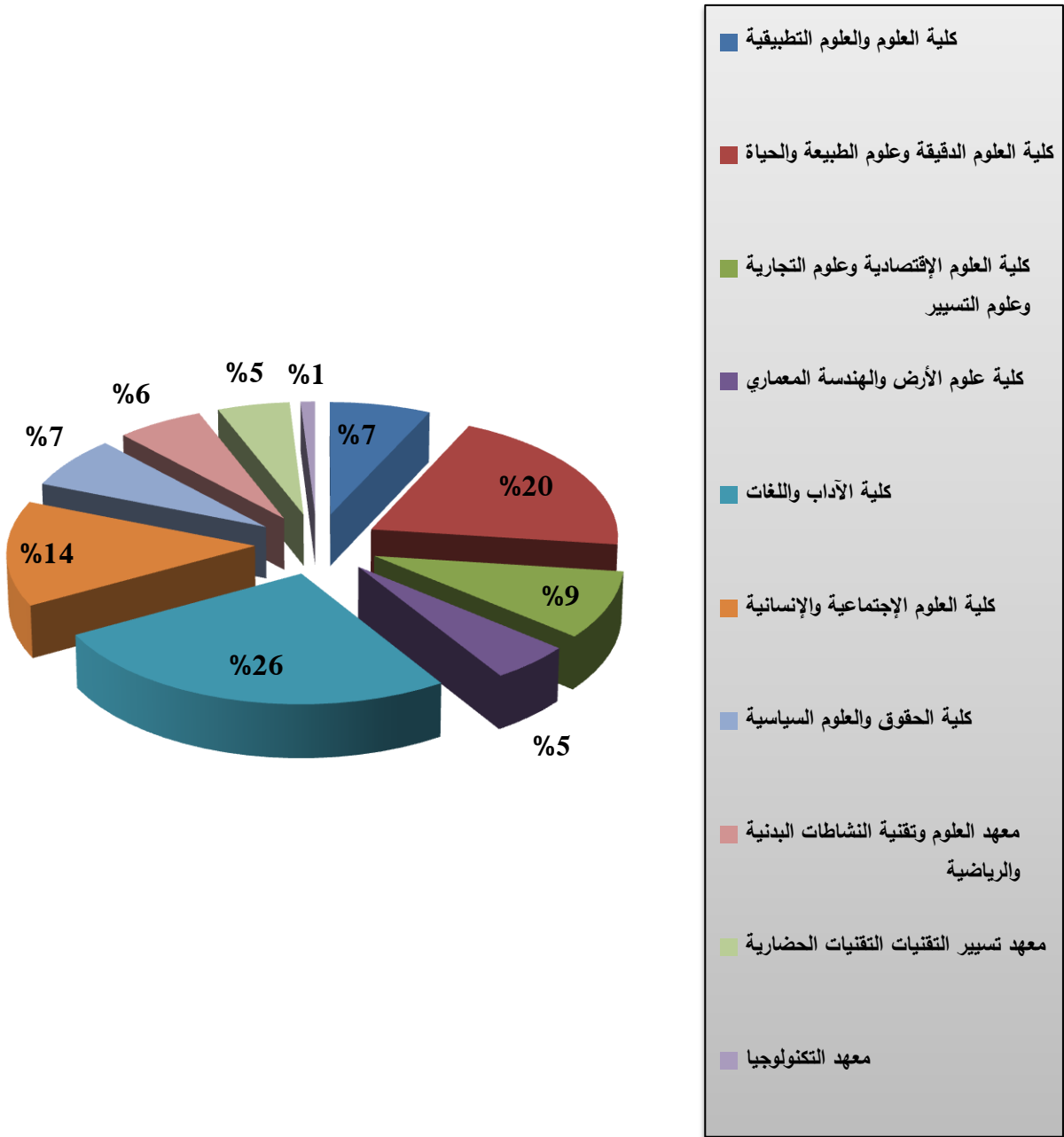
توضح نتائج الجدول أعلاه أن 138 فرد من أفراد العينة وبنسبة 69% ينتمون إلى الفئة العمرية من (18 . 22)، في حين أن 58 فرد وبنسبة 29% ينتمون إلى الفئة العمرية ما بين (27. 23)، و 04 أفراد من العينة يمثل ما نسبته 02% ينتمون إلى الفئة العمرية من 28 سنة فما فوق.

وتفسير النسبة المرتفعة من الفئة العمرية (18 . 22) قد ترجع لبنية المجتمع الجزائري، وكذلك أن هذه المرحلة التي يعيشها هؤلاء الطلبة تتطلب الكثير من الطموح في زيادة المعارف وتكوين أنفسهم وتحسين مستواهم المعرفي والثقافي والذي يفرض عليهم حب التطلع ومعرفة المجهول، وذلك من خلال استخدامهم لموقع الفايبيوك، وأن هذه الفئة يتوافق أعمارها مع سن التمدرس بالجامعة، أما الفئة المتدنية فقد نفسرها بأن طلبة الماستر والدكتوراه قلبي التواجد بالجامعة بحكم دراستهم التي تتطلب عدم التواجد المكثف.

➤ نستنتج أن أغلبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من 18 . 22 سنة.

✓ جدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب الكليات والمعاهد.

النسبة المئوية	التكرار	الكليات والمعاهد
7	14	كلية العلوم والعلوم التطبيقية
20	40	كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
9	18	كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التجارة وعلوم التسيير
5	10	كلية علوم الأرض والهندسة المعمارية
<u>26</u>	52	كلية الآداب واللغات
14	28	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية
7	14	كلية الحقوق والعلوم السياسية
6	12	معهد العلوم وتقنية النشاطات البدنية والرياضية
5	10	معهد تسيير التقنيات الحضارية
<u>1</u>	02	معهد التكنولوجيا
100	200	المجموع



شكل رقم (13) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعاهد والكليات.

نستخلص من الجدول السابق النتائج الهامة التالية:

صدارة كلية الآداب واللغات بنسبة 26% أي ما يمثل (52 مفردة)، تليها نسبة 20% لكلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة أي ما يعادل (40 مفردة)، وسجلنا في المرتبة الثالثة وبنسبة 14% لكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية أي ما يمثل (28 مفردة)، فيما تحتل كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير المرتبة الرابعة بنسبة 9%، كما أفصحت نتائج الجدول تساوي كليتي العلوم و العلوم التطبيقية وكلية

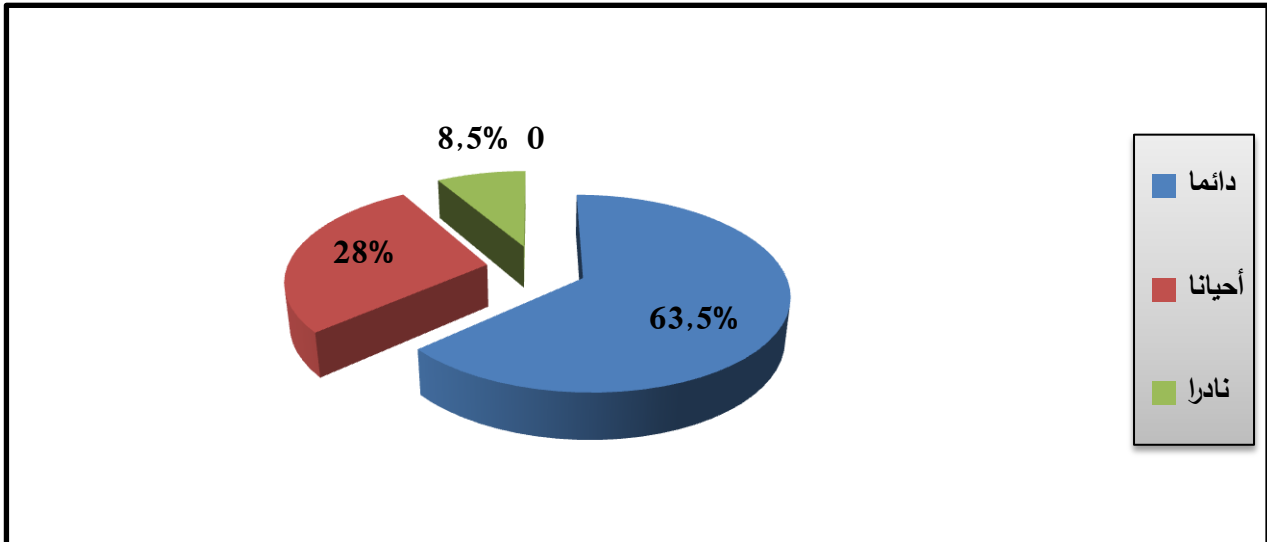
الحقوق والعلوم السياسية بنسبة 07% أي ما يمثل (14 مفردة)، فيما اشتركت نسبة 5% لكل من الكليتين التاليتين على التوالي: كلية علوم الأرض والهندسة المعمارية ومعهد تسيير التقنيات الحضارية وهذا ما يعادل (10 مفردات) ويأتي في المرتبة الأخيرة معهد التكنولوجيا بنسبة 01% .

ونفسر هذه النتائج المتحصل عليها بنوعية العينة المختارة في هذه الدراسة وهي العينة الحصصية والمعروف أن هذا النوع يقوم فيه الباحث بتحديد الحجم المناسب من العينة، ثم يقوم بتوزيع حصصها وفق المعطيات الإحصائية المتوفرة عن المجتمع المبحوث (طلبة جامعة العربي بن مهدي) وقد أسلفنا ذلك بالشرح المفصل في الجانب المنهجي للدراسة (انظر الجانب المنهجي ص ص، 12، 13).

✓ المحور الأول: عادات استخدام موقع الفايسبوك

✓ جدول رقم (04): يبين درجات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>63.5</u>	127	دائما
28	56	أحيانا
<u>8.5</u>	17	نادرا
100	200	المجموع



شكل رقم (14) يوضح درجات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجات استخدام موقع الفايسبوك حسب أفراد العينة، حيث أجابت نسبة غالبية بأنها تستخدم موقع الفايسبوك بصفة دائمة وهذا بنسبة تقدر بـ 63.5% أي ما يعادل 127 طالب.

تليها نسبة 28% أجابت بمؤشر "أحيانا" أي ما يعادل 56 طالب، مقابل 8.5 % من يستخدم موقع الفايسبوك بصفة نادرة.

وقد تعكس النسبة الغالبة من المبحوثين الدور الحيوي الذي يمكن أن يلعبه موقع الفايسبوك في تحقيق مختلف حاجات الطالب الجامعي، وتمكينه من اكتساب مهارات وخبرات ومعارف جديدة وتميزه بالمجانبة وسهولة الإستعمال، كما تبين هذه النتيجة المرتفعة إلى أن موقع الفايسبوك يحتل مكانة متميزة لدى هذه الفئة، وقد يعود ذلك إلى عدم توفرهم على وسائل تفاعلية أخرى بالصورة الكافية، ضف إلى ذلك تمكن أفراد العينة من الوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة كبيرة ومن مصادر متعددة يتيحها موقع الفايسبوك، وتؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الإستخدامات والإشباع أن الإستعدادات النفسية والعلاقات الإجتماعية والمحيط الذي يعيش فيه الفرد يساهم في اختياره للوسيلة المناسبة التي تلبي حاجاته أي ما يعرف بالإدراك الإنتقائي.

في حين قد يرجع تسجيل أقل نسبة لأفراد العينة الذين نادرا ما يستخدمون موقع الفايسبوك، إلى الإنشغال بالدراسة وعدم التفرغ له وربما اللجوء لمواقع أخرى ذات طبيعة تواصلية بغية الإطلاع وارضاء الفضول لتلبية حاجياتهم، وقد يرجع ذلك أيضا لشعورهم بالملل وأنه مضيعة للوقت، وقد يعود لعدم توفر الأنترنت.

➤ نستنتج أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة.

✓ جدول رقم (05): يبين درجات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك حسب نوع الجنس

المجموع		الجنس				الإجابة	
		أنثى		ذكر		الإجابة	
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
62	124	<u>60</u>	75	<u>65</u>	49	دائما	درجات استخدام موقع الفايسبوك
29.5	59	29	36	31	23	أحيانا	
8.5	17	<u>11</u>	14	<u>4</u>	03	نادرا	
100	200	100	125	100	75	اجمالي العينة	

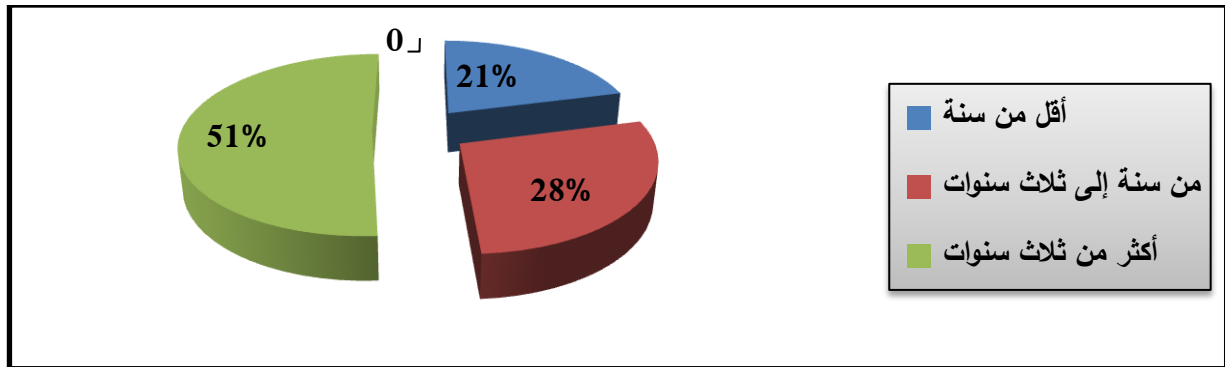
نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن أعلى النسب سُجلت لدى فئة الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة لكلا الجنسين من الذكور والإناث وذلك بنسبة تقدر بـ 65%، 60% على التوالي، في حين سجلنا أدنى نسبة في الجدول المبين أعلاه لأولئك الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة نادرة لكلا الجنسين من الذكور والإناث بنسبة مئوية تقدر بـ 04% و 11% على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين عند كلا الجنسين لاستخدامهم موقع الفايسبوك بشكل دائم إلى اهتمامهم بتكنولوجيا الإتصال ومتابعة آخر التطورات والمستجدات وكذا التعلق بهذه الوسائط التكنولوجية والإنبهار بها، على اعتبار أنها مجال حيوي قد يجدون فيه كل ما يشبع رغباتهم، وهذا ما يفسره الجدول رقم (04)، في حين يعود انخفاض نسبة المبحوثين عند كلا الجنسين لاستخدامهم موقع الفايسبوك بصفة نادرة إلى متطلبات الحياة اليومية للطالب الجامعي من انشغال بالدراسة والإرتباط بمشاغل الحياة اليومية من أعمال ومسؤوليات.

➤ نستنتج أن متغير الجنس لا يؤثر في استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك بصفة دائمة لكلا الجنسين.

✓ جدول رقم (06): يبين سنوات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الإستخدام
<u>21</u>	42	أقل من سنة
28	56	من سنة إلى ثلاث سنوات
<u>51</u>	102	أكثر من ثلاث سنوات
100	200	المجموع



شكل رقم (15) يوضح سنوات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

يتضح لنا من خلال المؤشرات الإحصائية أن 51% من أفراد العينة قد صرحوا لنا أنهم يستخدمون موقع الفايسبوك لأكثر من ثلاث سنوات، أما نسبة 28% فقد أجابوا أنهم يستخدمون موقع الفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، وفي المقابل صرحت نسبة ضئيلة من المبحوثين بتقدير 21% أنهم يستخدمون الفايسبوك لأقل من سنة.

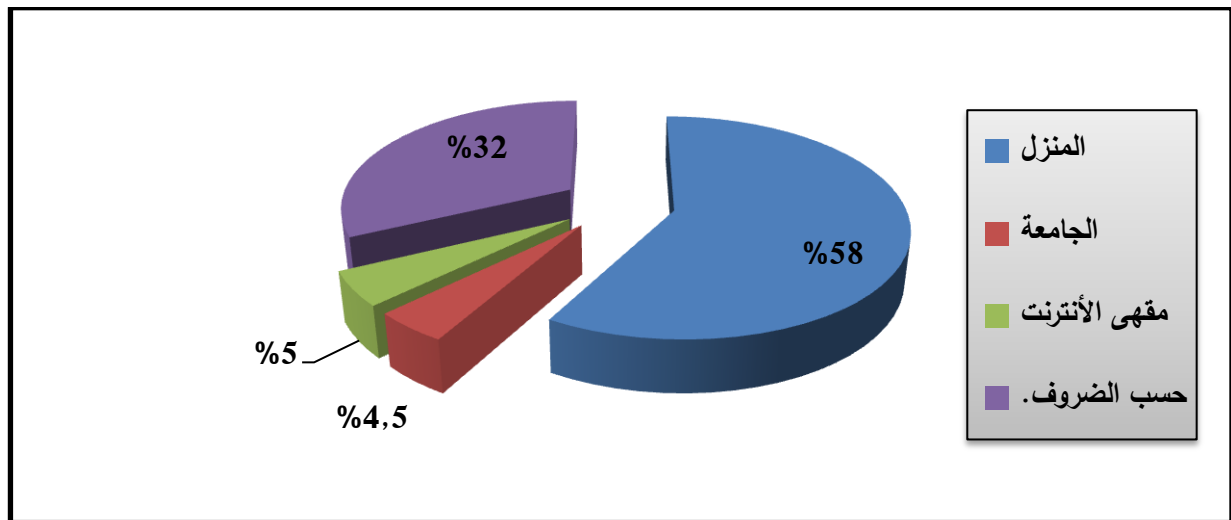
ويمكن ارجاع سبب اقبال أفراد العينة على هذا الموقع لأكثر من ثلاث سنوات بسبب زيادة انتشار الأنترنيت في المجتمع الجزائري منذ السنوات الأخيرة بصفة عامة، وذلك من خلال زيادة التطبيقات المتاحة عبر الهواتف الذكية وخاصة تقنية 3G و 4G.

وقد توحى النسبة الضئيلة التي سجلناها لدى الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك لأقل من سنة إلى عدم معرفتهم بهذا الموقع، وقد يرجع ذلك أيضا للظروف الإقتصادية والإجتماعية التي تعيشها الأسرة الجزائرية ومحدودية الدخل الشهري للفرد الجزائري فمنذ تسجيلهم بالجامعة التي فتحت لهم فضاءا للأنترنيت بدأت معرفتهم له على حسب ملاحظتنا التي رصدناها.

➤ وعموما يمكن أن نستنتج من النتائج الواردة أعلاه اقبال الطلبة على موقع الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.

✓ جدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدامهم لموقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإستخدام
<u>58</u>	116	المنزل
04.5	09	الجامعة
5	10	مقهى الأنترنيت
<u>0.5</u>	01	مكان العمل
32	64	حسب الظروف
100	200	المجموع



شكل رقم (16) يوضح مكان استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

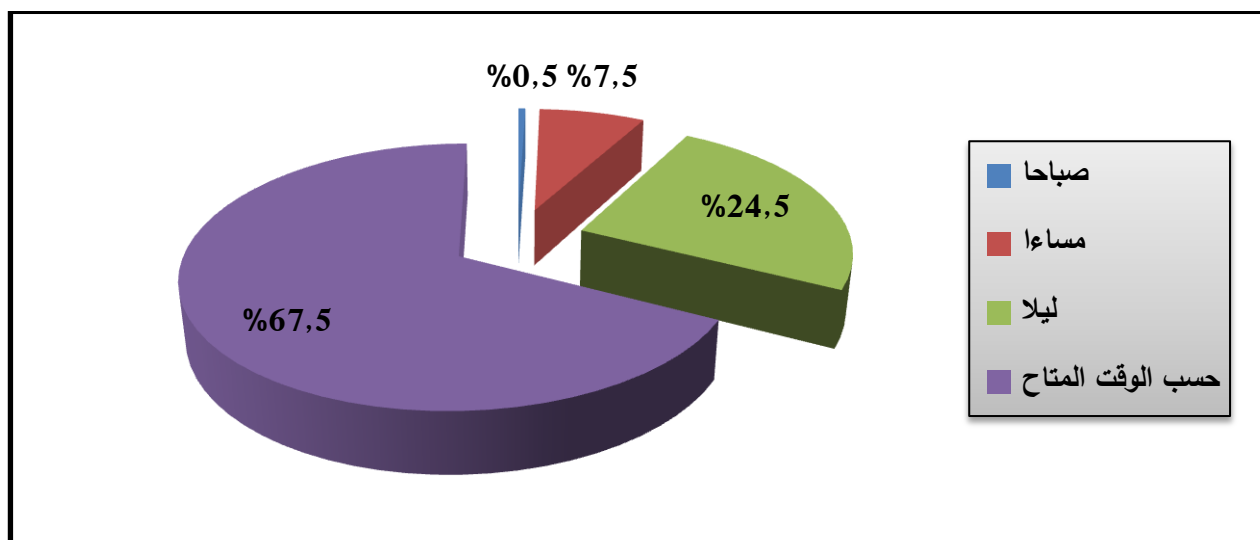
يبدو جليا من القراءة الرقمية لمعطيات الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من المبحوثين (58%) صرحوا لنا باستخدامهم لموقع الفيسبوك في المنزل، يليها مؤشر " حسب الظروف " بنسبة 32%، في ما أخذت مقاهي الأنترنيت نسبة تصفح قدرت بـ 05%، تلتها الجامعة وذلك بنسبة متقاربة قدرت بـ 04.5%، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة جدا أخذ مكان العمل نسبة 0.5% .

ويمكن تفسير النسب المرتفعة بحيازة المنزل أعلى نسبة كأفضل مكان لتصفح موقع الفيسبوك، ذلك أن المنزل هو المكان الوحيد الذي يرتاح فيه الإنسان من متاعب الحياة الدراسية و الإجتماعية، وربما هذا راجع كذلك لتوفره على شبكة الانترنت، اضافة إلى ذلك فإن أغلب العينة التي صادفتنا من الطلبة مقيمين في منازلهم، أما النسبة المتدنية من الطلبة الذين صرحوا باستخدامهم لموقع الفيسبوك في مكان العمل أي ما يعادل طالب واحد، وقد يرجع ذلك أن أغلبية عينة الدراسة من الطلبة مازالوا في طور الدراسة الجامعية هذا ما لم يسمح لهم بالاندماج في اطار العمل، وتبقى الفروق الفردية والشخصية والظروف الإجتماعية متحكمة في استخدام الفرد لوسيلة معينة حسب منظور الإستخدامات والإشباعاات.

➤ نستنتج مبدئيا أن أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك في المنزل.

✓ جدول رقم (08): يبين الفترة التي يتصفح فيها أفراد العينة لموقع الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	فترات التصفح
<u>0.5</u>	01	صباحا
7.5	15	مساء
24.5	49	ليلا
<u>67.5</u>	135	حسب الوقت المتاح
100	200	المجموع



شكل رقم (17) يوضح فترات تصفح أفراد العينة لموقع الفيسبوك.

يلعب الوقت المفضل لاستخدام موقع الفايسبوك دورا مهما لدى أفراد العينة، حيث أجاب أغلبية الباحثين وذلك بنسبة 67.5% أنهم يستخدمون موقع الفايسبوك حسب الوقت المتاح ويبدأ هذا المعدل في الانخفاض تدريجيا، حيث يفضل 24.5% من الطلبة استخدامه ليلا، وسجلت نسبة التصفح في الفترة المسائية بـ 7.5%، لتصل إلى حد أدناه 0.5% في الفترة الصباحية كوقت مفضل للتصفح. ويمكن تفسير هذه النسب بأن ذلك قد يكون راجع لتوفر الأنترنت في بيت كل فرد جزائري وكذلك توفر شريحة 3G و 4G المدعومة في الهاتف الذكي ما يسمح باستخدام الفايسبوك في الوقت المتاح لهم وبأقل التكاليف، ضف إلى ذلك أن الأنترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للإستخدام عكس الوسائل الأخرى. في حين نجد أن عددا ضئيلا من الطلبة لا يفضلون الإبحار في الموقع صباحا، وقد يرجع ذلك بأن الوقت لا يناسبهم لانشغالهم بالدراسة والذهاب للعمل أو اهتمامات أخرى عائلية. ➤ نستنتج أن أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد لاستخدام موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (09): يبين فترات تصفح موقع الفايسبوك حسب نوع الجنس

المجموع		الجنس				الإجابة	
		أنثى		ذكر			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الإجابة	
0.5	01	10	01	1	1	صباحا	فترات تصفح موقع الفايسبوك
7.5	15	8	10	7	05	مساء	
24.5	49	20	25	32	24	ليلا	
67.5	135	71	89	61	46	حسب الوقت المتاح	
100	200	100	125	100	75	اجمالي العينة	

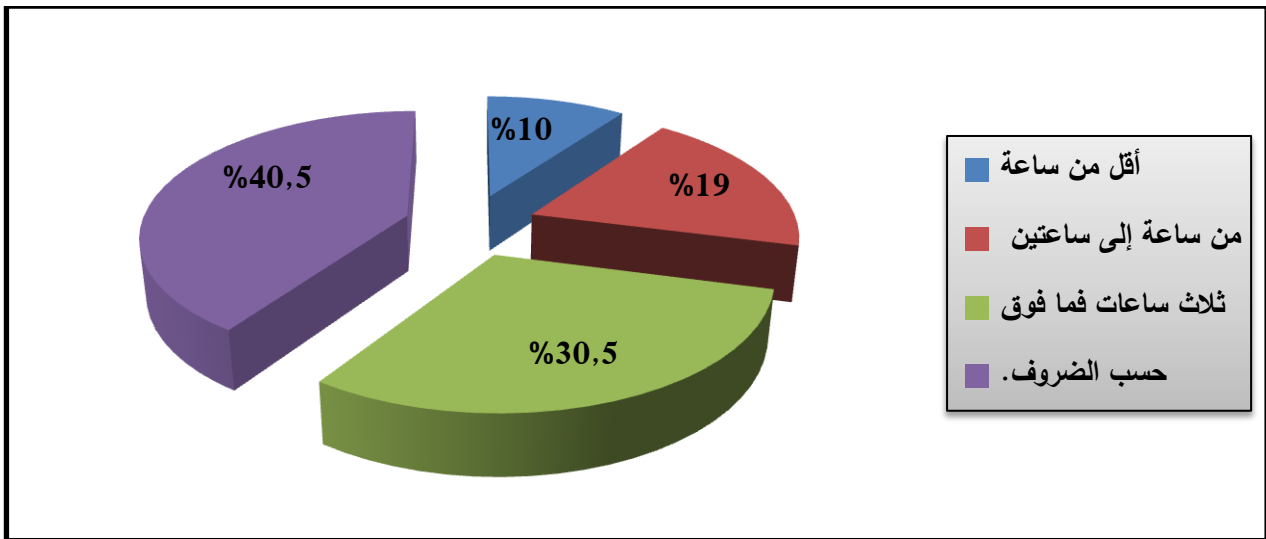
يبين الجدول أعلاه فترات تصفح موقع الفايسبوك وعلاقته بنوع الجنس، حيث سجلنا في المرتبة الأولى فترات التصفح حسب الوقت المتاح لكلا الجنسين من الذكور والإناث وذلك بنسبة تقدر بـ 61% و 71% على التوالي، بينما لاحظنا نسبة منعدمة عند الذكور عند تصفحهم لموقع الفايسبوك في الفترة الصباحية، وعند الإناث كانت أدنى نسبة للذين يتصفحون موقع الفايسبوك صباحا بنسبة مئوية تقدر بـ 1%. وقد يعود ارتفاع نسبة الباحثين عند كلا الجنسين لفترات تصفحهم لموقع الفايسبوك حسب الوقت المتاح لهم إلى: دراستهم بالجامعة، ضف إلى ذلك الحجم الساعي الذي يقضونه في شؤون الحياة اليومية من أعمال ومسؤوليات، كما يمكن ارجاع ذلك للفروق الفردية بين كلا الجنسين التي تتحكم في اهتماماتهم، مما قد يفسر استخدامهم لموقع الفايسبوك حسب الوقت المتاح لهم، في حين قد تعود النسبة المنعدمة التي

سجلناها للذكور لتصفحهم لموقع الفايسبوك صباحا والنسبة المنخفضة للإناث إلى: عدم ايجاد الأصدقاء الذين يتواصلون معهم في هذه الفترة، وكذا اهتمامات أخرى تشغلهم وتختلف من فرد لآخر.

➤ نستنتج أن متغير الجنس لا يؤثر في فترات تصفح موقع الفايسبوك لكلا الجنسين من الذكور والإناث بحيث كان تصفح الذكور والإناث لموقع الفايسبوك حسب الوقت المتاح لهم.

✓ جدول رقم (10): يبين عدد ساعات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الإستخدام
<u>10</u>	20	أقل من ساعة
19	38	من ساعة إلى ساعتين
30.5	61	ثلاث ساعات فما فوق
<u>40.5</u>	81	حسب الظروف
100	200	المجموع



شكل رقم (18) يوضح ساعات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

يعتبر الحجم الساعي أحد المؤشرات الأساسية والفعالة لكشف درجة الإقبال على استخدام موقع الفايسبوك من الحساب الكمي لعدد الساعات بشكل يومي، وفيما يخص الحجم الزمني الذي يقضيه المبحوثين من الطلبة في استخدام موقع الفايسبوك فقد تبين من خلال الجدول أعلاه أن 81 من المبحوثين أي ما يقدر بـ 40.5% يستخدمون موقع الفايسبوك حسب الوقت المتاح، ليرتفع الحجم لدى فئة أخرى تقدر بـ 30.5% لدى الفئة (من ثلاث ساعات أو أكثر في اليوم)، ثم تأتي الفئة التي تستخدم الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين بنسبة 19%، تليها نسبة 10% لأقل من ساعة.

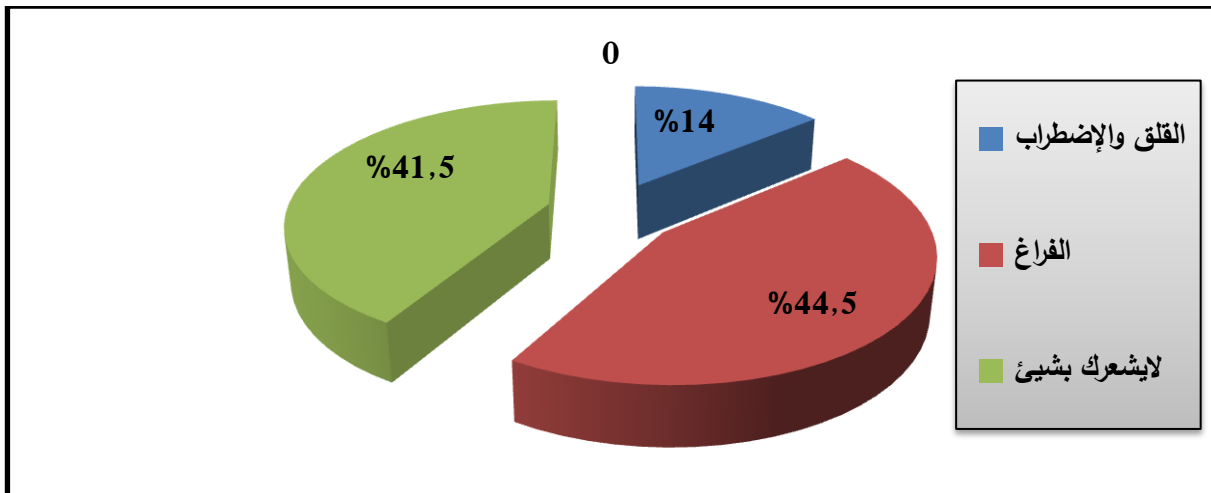
وبفحص هذه النتائج نعلل بأعلى نسبة متحصل عليها بأن أفراد العينة قد لا يكون لديهم الوقت الكافي لتصفح موقع الفايسبوك، وهذا ما فسره الجدول السابق رقم (08) وكذا لانشغالهم الدائم بالدراسة، أما

تبرير النسبة الضئيلة المتحصل عليها قد يرجع إلى الأسباب التالية:

- أن موقع الفايسبوك لا يشبع رغباتهم وحاجياتهم.
 - الإبحار في هذا الوقت القليل الضيق للإطلاع على الأخبار فقط التي تهمهم لا غير.
 - موقع الفايسبوك مجرد تضييع للوقت.
 - عدم التعود عليه، كذلك عدم توفر الأنترنيت بشكل دائم، كما نلاحظ أن أغلبية الطلبة يستخدمون الفايسبوك أكثر من ساعة يوميا في الجلسة الواحدة.
- وقد جاءت هذه النتيجة مؤيدة لنتيجة الدراسة التي أجرتها نريمان نومار والتي أسفرت هي كذلك أن 23.01% من أفراد العينة من يستخدم موقع الفايسبوك لأقل من ساعة.
- ونستنتج أن أغلبية أفراد العينة ليسوا محددين بساعات معينة لاستخدام موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (11): يبين شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الشعور المحتمل
<u>14</u>	28	القلق والاضطراب
<u>44.5</u>	89	الفراغ
41.5	83	لا يشعر بشيء
100	200	المجموع



شكل رقم (19) يوضح شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك.

تعبّر بيانات الجدول أعلاه عن شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفاييسبوك وتشير هذه البيانات إلى احتلال مؤشر " الفراغ " الصدارة بنسبة 44.5%، وبنسبة غالبية من الطلبة تقدر بـ41.5% أجابت عن مؤشر "لا يشعر بشيء"، أما النسبة الأخيرة والمتبقية فقد مثلتها نسبة 14% من أفراد العينة الذين أجابوا بأن غيابهم عن استخدام موقع الفاييسبوك لفترة يشعرهم بـ " القلق والإضطراب " .

وقد نبرر شعور أفراد العينة بشعورهم بالفراغ ذلك أنهم يسعون من خلال استخدامهم لموقع الفاييسبوك إلى اشباع حاجة معينة لي شعروا في الأخير باللذة و الارتياح، ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد مستخدماً نشطاً في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً بهذا الاستخدام، وعليه إذا قارنا كما تقول نظرية الإستخدامات والإشباع بالنتائج المتحصل عليها في الجدول قد ندرك أن إجابة الطلبة حول الشعور الذي يُحسون به جراء مقاطعتهم استخدام الفاييسبوك هو "الشعور بالفراغ"، وقد ندرك كذلك أنه المصدر الأساسي للحصول على حاجاتهم ورغباتهم التي لم توفرها لهم مصادر أخرى، وهي نتائج تشير إلى ما وصل اليه Dariaj, kussetnark D. ciniffths أن استخدام الفاييسبوك له صلة بالإنطوائية والشعور بالفراغ والوحدة،¹ وأوضحت دراسة أجريت على 1000 طالب في 12 جامعة من 10 بلدان عربية مختلفة أن 04 من خمسة طلاب أصيبوا بحالات من الإحساس بالفراغ العاطفي اثر قطع وسائل الإتصال الحديثة عنهم كموقع الفاييسبوك.²

أما النسبة المنخفضة فنفسر نتائجها في ضوء الدراسات التي تناولت منظور الإستخدامات والإشباع حيث أكدت على أن افتقار الفرد إلى أحد الحاجات النفسية الأساسية والثانوية تدفعه بطريقة حتمية إلى تبني سلوك اجابي نحو الوسائل الإعلامية (الفايسبوك)، والتي يتعرض لها بهدف اكتساب المعلومات والمعارف التي تسهم في اشباع هذه الحاجة وهذا ما يشعره بالراحة والإتزان وعدم القلق والإضطراب .

➤ ونستنتج من خلال قراءة هذه النتائج أن شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفاييسبوك هو " الفراغ " .

¹ عبد الكريم سعودي: ادمان الفاييسبوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة بشار) مجلة دراسات نفسية وتربوية، تصدر عن مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، عدد 13 ديسمبر 2014، جامعة بشار (الجزائر)

✓ جدول رقم (12): يبين شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك وعلاقته بنوع الجنس.

المجموع		الجنس				الإجابة	
		أنثى		ذكر			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الإجابة	
14	28	<u>16</u>	20	<u>10.66</u>	8	القلق الإضطراب	شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك
44	88	<u>50</u>	63	<u>34.66</u>	26	الفراغ	
41.5	83	34	42	<u>54.66</u>	41	لا يشعر بشيء	
100	200	100	125	100	75	اجمالي العينة	

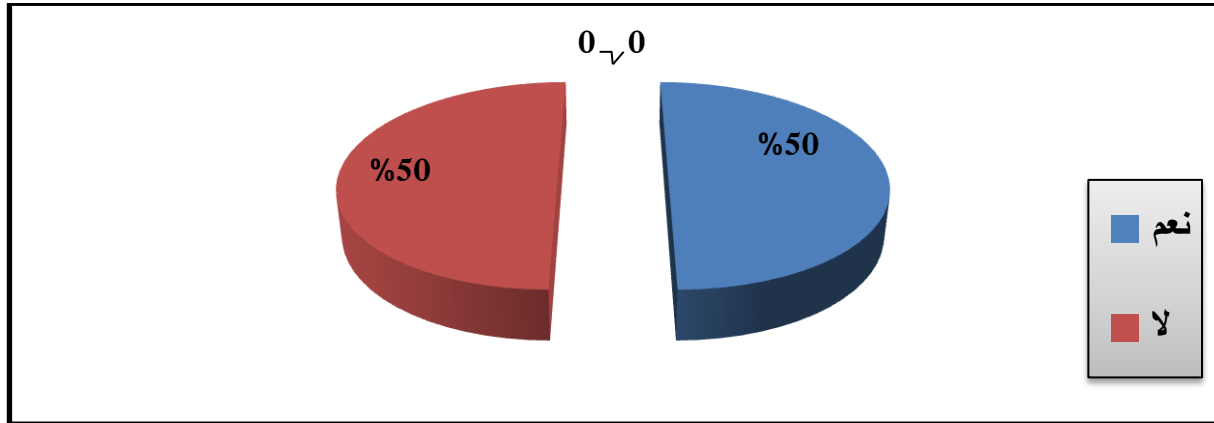
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يبين شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، أن أعلى النسب سجلناها لدى فئة المبحوثين من الذكور الذين لا يشعرون بشيء جراء عدم استخدامهم لموقع الفايسبوك وذلك بنسبة تقدر بـ 54.66%، بينما سجلنا أعلى نسبة لدى فئة المبحوثين من الإناث أنهم يشعرون جراً عدم استخدامهم لموقع الفايسبوك بالفراغ، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 50%، في حين سجلنا أدنى نسبة في الجدول المبين أعلاه لكلا الجنسين بشعورهم بالقلق والإضطراب للذكور والإناث بنسبة مئوية تقدر بـ 10.66% و 16% على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين من الذكور لعدم شعورهم بأي شيء نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك لمجالات أخرى كالجوئهم لممارسة الرياضة، أو الخروج مع الأصدقاء، ضف إلى ذلك الطبيعة الفطرية للذكور الذين عادة ما يحتكمون إلى العقل في استعمالهم لهذه الوسائل، أما ثاني نسبة مرتفعة سجلناها لدى الإناث بشعورهم بالفراغ فقد يرجع إلى: تعلقهن بهذا الوسيط إثر مكوثهن الدائم في المنزل وشعورهن بالملل، ضف إلى ذلك العزلة الإجتماعية التي تعشنها ربما في أسرتهم الأمر الذي يجعلهن تدلين بكل الأشياء التي لا يمكن الكلام عنها في الواقع للأصدقاء الإفتراضيين عبر موقع الفايسبوك، وهذا ما قد يفسر لنا شعورهن بالفراغ جراء عدم استخدامهن للموقع، في حين يعود انخفاض نسبة المبحوثين عند كلا الجنسين بشعورهم بالقلق والاضطراب لخصوصية الموقع، الذي يتيح حرية التنفيس عن المكبوتات والانشغالات والتخلص من كل الضغوط الإجتماعية، ما قد يفسر لنا شعور بعض أفراد العينة بالقلق والاضطراب.

➤ نستنتج أن متغير الجنس أثر في شعور أفراد العينة من كلا الجنسين من الذكور والإناث نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك، بحيث كان التأثير على الطالبات من حيث شعورهن بالفراغ، أما الذكور فلا يشعرون بشيء.

✓ جدول رقم (13): يبين تفضيل أفراد العينة تكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك بدلا من اكتساب أصدقاء جدد على أرض الواقع.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
50	100	نعم
50	100	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (20) يوضح مدى تفضيل أفراد العينة تكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك بدلا من اكتساب صداقات على أرض الواقع .

تظهر بيانات هذا الجدول تساوي في نسب اجابات المبحوثين حول تفضيلهم تكوين صداقات عبر موقع الفايسبوك، مع أولئك الذين يفضلون اكتساب صداقات على أرض الواقع، حيث عبر 50% من أفراد العينة أنهم يفضلون اكتساب أصدقاء جدد عبر موقع الفايسبوك، كما صرح 50% أيضا بأنهم يفضلون اكتساب أصدقاء على أرض الواقع.

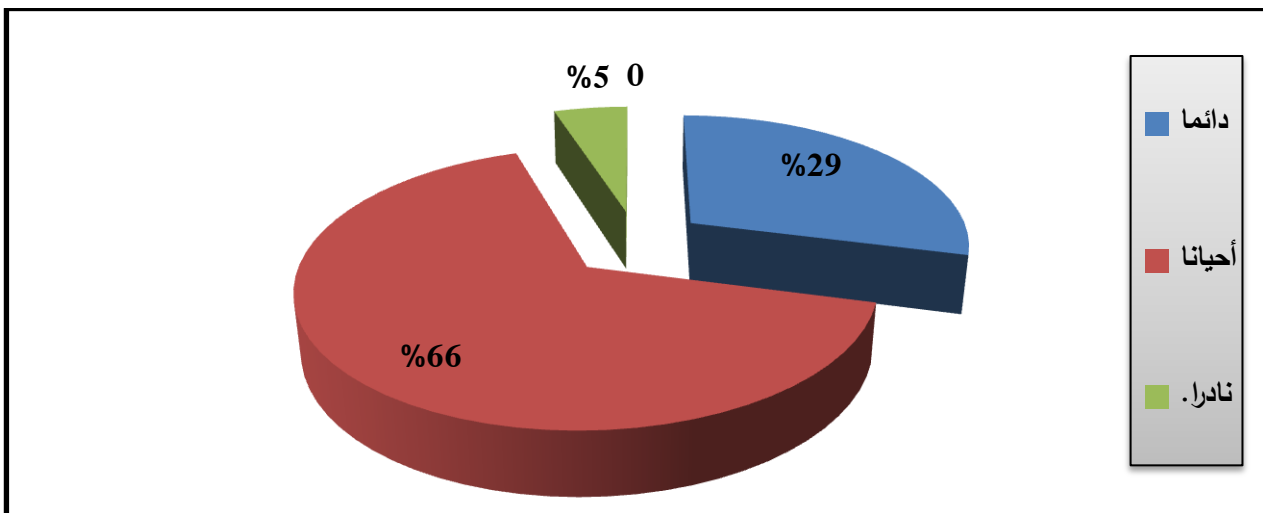
وتفسير نسبة الطلبة الذين أجابو بـ "نعم" قد يرجع بأن تفاعلهم عبر موقع الفايسبوك يكون أكثر أمانا وأكثر ارتياحية وحيوية وطمأنينة وعن طريقه يسهل اخفاء الهوية الحقيقية، وبالتالي ضمان عدم افشاء الأسرار، كما أن الفيسبوك أتاح العديد من الخصائص والمميزات مثل سمة wall الموجودة في لوحة الحائط لدى كل مستخدم بحيث يتمكن من التواصل مع الأصدقاء وبمجرد ارسال هذه الرسائل يمكن أن تقبل طلبات الصداقة (سهولة الإستعمال)، وبطريقة ما يمكن حذفه من قائمة الأصدقاء أيضا، وتفسير النتائج الطلبة

الذين أجابوا بـ " لا " على أن الصديق على أرض الواقع يكون معروف الهوية وآراءه موثوقة، كما أن معظم الأفراد يدخلون إلى الموقع بأسماء مستعارة (بهوية مجهولة) فالصداقة على أرض الواقع أفضل.

➤ نستنتج من الجدول أعلاه أن الطلبة الجامعيين يسعون إلى تكوين صداقات في الفايسبوك كما هو في الواقع المعاش.

✓ جدول رقم (14): يبين درجات تفضيل أفراد العينة تكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	خيارات المجيبين
29	29	دائما
66	66	أحيانا
05	05	نادرا
100	100	المجموع



شكل رقم (21) يوضح درجات تفضيل أفراد العينة بتكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك.

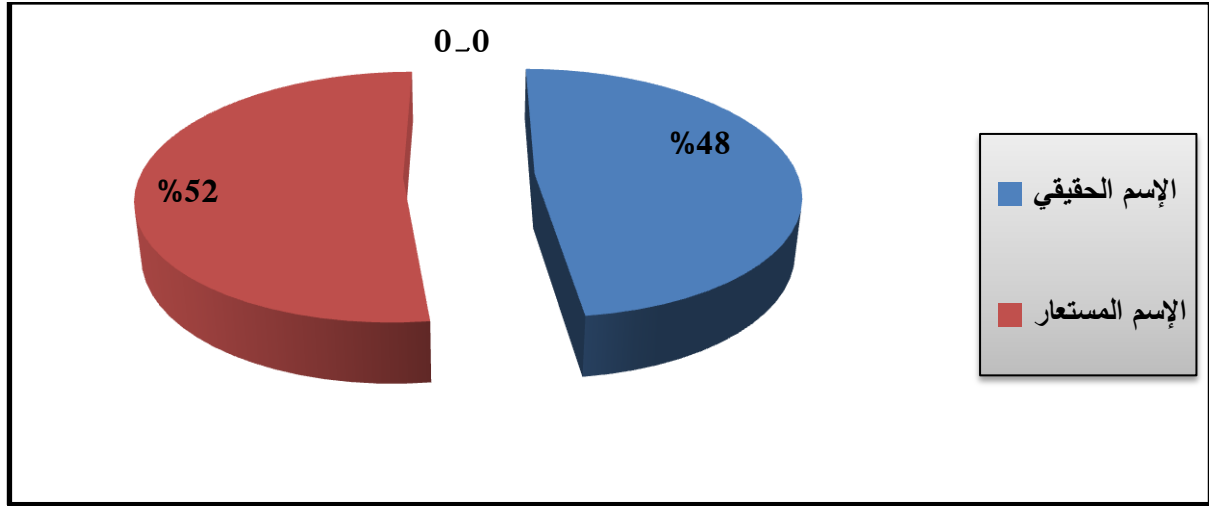
تتعلق بيانات الجدول بالطلبة الذين يفضلون تكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك، فالقراءة الكمية للجدول تبين لنا أن 66% من الطلبة أجابوا بأنهم " أحيانا " ما يفضلون تكوين صداقات افتراضية على موقع الفايسبوك، أي ما يعادل 66 طالب، تلتها نسبة 29% من الطلبة الذين أجابوا بـ " دائما " ما يفضلون أيضا تكوين صداقات على موقع الفايسبوك، أي ما يمثل 29 طالب، وسجلنا لدى فئة المبحوثين الذين نادرا ما يفضلون اكتساب صداقات على موقع الفايسبوك نسبة مئوية قدرت بـ 05%.

وقد نفسر درجة اقبال الطلبة الذين يفضلون بصفة غير دائمة اكتساب أصدقاء جدد على أرض الواقع بعدم الموثوقية في الأصدقاء عبر موقع الفايسبوك، لأنهم قد ينتحلوا عدة هويات وحتى المعلومات التي يدلون بها قد تكون مشكوك فيها، أما أفراد العينة الذين نادرا ما يكونون أصدقاء عبر موقع الفايسبوك فيمكن أن

نرجع ذلك لطبيعة الأصدقاء الذين يتم اختيارهم عبر الموقع، أو أن الأصدقاء على أرض الواقع أفضل، كما أن ذلك قد يرجع للحجم الساعي لاستخدام موقع الفايسبوك. ➤ ونستنتج أن أغلبية الطلبة أحيانا ما يفضلون اكتساب أصدقاء جدد عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (15): يبين الهوية التي يدخل بها أفراد العينة لموقع الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>48</u>	96	الإسم الحقيقي
<u>52</u>	104	الإسم المستعار
100	200	المجموع



شكل رقم (22) يوضح الهوية التي يدخل بها أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن 104 فرد من أفراد العينة أجابوا بنسبة 52% بدخولهم بأسماء مستعارة لحسابهم عبر موقع الفايسبوك، في حين يدخل 96% فرد بأسمائهم الحقيقية أي بنسبة تقدر بـ 48% لحسابهم عبر موقع الفايسبوك، ونلاحظ أن هناك تقارب في النسب. ونفسر ذلك بالتصريحات التي أفادنا بها أغلبية المبحوثين بدخولهم لموقع الفايسبوك بأسماء مستعارة وهي:

- الخوف من أن يعرف الآخرين هويتهم ومن ثمة ازعاجهم، كذلك التصرف بكل حرية أثناء التفاعل مع الآخرين، وهذا ما سجلناه في اجابات أغلبية الطالبات .
- تجنب المشاكل مع الأهل وبالتالي تجنب المراقبة المستمرة من قبلهم.
- الفايسبوك في الفترة الأخيرة أصبح يستعمل لزرع الفتن والفوضى في بعض الدول.

في حين أكد بعض الباحثين أن المجتمعات الافتراضية تفسح المجال للفرد بأنه يضع هويته محل استكشاف وتجريب أي بإمكانه أن يقدم نفسه كما يشاء وعلى النحو الذي يريده هو، وهو السلوك الذي يتعذر عليه في المجتمع الواقعي، حتى أن بعض العلماء أطلقوا على العوالم الافتراضية اسم " ورشات الهوية Identity work فالإسم المستعار يجرّد الفرد من المظهر والإنطباع الذي يكون عليه إذا استعمل اسمه الحقيقي، كما أن إخفاء الهوية يعتبره الأفراد أمراً سلبياً ينقص من مصداقية الهويات الافتراضية ويشجع على اختراق الحدود الدينية والأخلاقية¹، وقد ناقش فضيل دليوا في جزء يسير من دراسته المعنونة بـ "الهويات الافتراضية لمستخدمي الوسائط الإجتماعية " حيث تشير التوقعات إلى أن عدد سكان العالم سيبلغ في عام 2026 حوالي 08 مليارات نسمة من بينهم 03 مليارات سيكونون من مستعملي شبكة الأنترنت وبما أنه يمكن لكل واحد منهم أن يستعمل عدة هويات الكترونية تمويها ووقائية عن قصد أو سوء نية أو نسياناً، مما قد يطرح حسبه عدة مشاكل في تسيير هذه التعددية التعريفية عبر الشبكة ويؤدي إلى سن قوانين تسمح بتعدد الهويات "الميتة المتخلي عنها " بوضع سجل مدني للشخصيات الافتراضية بغية رصد ولادتها ووفياتها،² وهذا ما يبين لنا النسبة المؤوية المتحصل عليها باستخدام الاسم المستعار من طرف عينة الدراسة.

وهذا ما يتعارض مع دراسة نريمان نومان حيث وجدت أن أغلبية المبحوثين يدخلون لموقع الفايبيوك بأسماء حقيقية بنسبة 66.03% مقابل 33.96% يستخدمون شخصية مستعارة، في حين كانت اجابات الطلبة الذين صرحوا باستخدام أسماء حقيقية أن هدفهم هو المصداقية في المعاملة والتواصل مع جميع الأصدقاء وخاصة الأساتذة بالجامعة.

➤ وتأسيساً لما سبق نستنتج مبدئياً أن الإسم المستعار هو الشعار للدخول لموقع الفايبيوك وهذا ما صرح به أفراد العينة.

¹ <http://www.said.net>، تاريخ الزيارة في 16 مارس 2016، على الساعة 14:20

² محمود الفظافة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين (الفايبيوك نموذج)، المركز الفلسطيني لتنمية الحريات الاعلامية(مدى)، فلسطين، سنة 2011، ص: 39

✓ جدول رقم (16): يبين طبيعة الهوية التي يفضلها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بنوع الجنس.

المجموع		الجنس				الإجابة الإجابة	
		أنثى		ذكر			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
48.5	97	30	37	<u>80</u>	60	اسم حقيقي	الهوية التي يفضلها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك
51.5	103	<u>70</u>	88	20	15	اسم مستعار	
100	200	100	125	100	75	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه تسجيلنا لأعلى نسبة من فئة الذكور الذين يدخلون لموقع الفايسبوك بأسماء حقيقية وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 80%، بينما سجلنا في المرتبة الثانية فئة المبحوثين من الإناث اللاتي تدخلن بأسماء مستعارة لموقع الفايسبوك بنسبة مئوية قدرت بـ 70%.

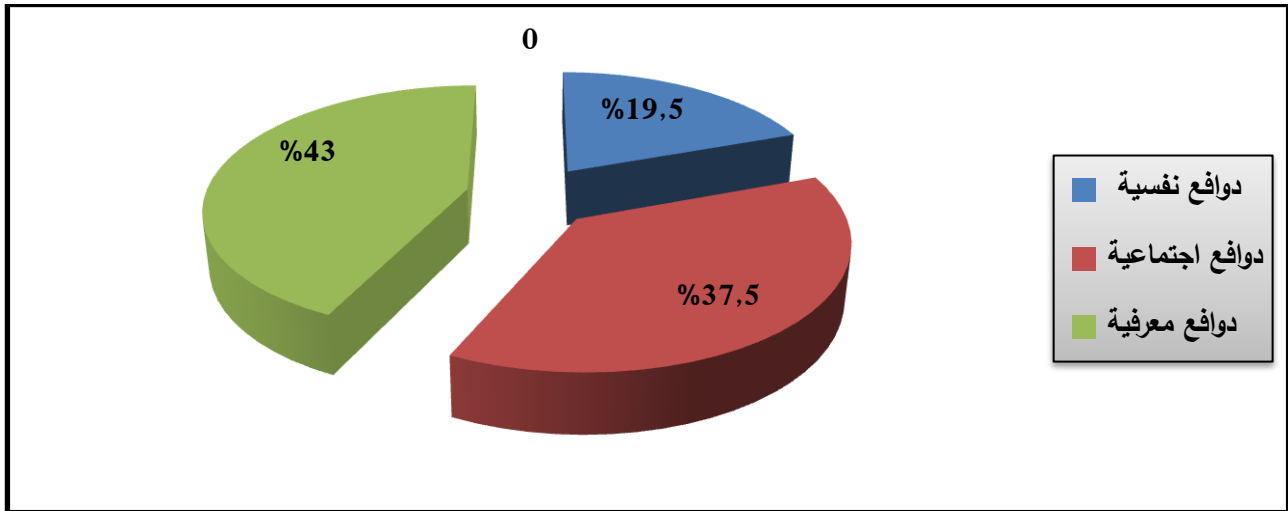
وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين من الإناث الذين يدخلون بأسماء مستعارة لموقع الفايسبوك لطبيعة الموقع في حد ذاته الذي يتواجد فيه العديد من الأفراد من مختلف الأجناس وعدم الوثوق به، هذا من جهة أما من جهة أخرى فقد يرجع ذلك لخصوصية الإسم المستعار الذي يوفر الحرية أكثر للتعبير والتصرف دون خجل أو خوف، ضف إلى ذلك تجنبهن الإزعاج والمشاكل من محيطهن الإجتماعي، في حين يعود دخول الذكور بأسماء حقيقية إلى موقع الفايسبوك لعدم تخوفهم على معلوماتهم الشخصية، ضف إلى ذلك أنهم يتعاملون مع المعلومات المطروحة عبر موقع الفايسبوك بجدية.

➤ نستنتج أن متغير الجنس أثر في طبيعة الهوية التي يدخل بها كلا الجنسين من الذكور والإناث إلى موقع الفايسبوك بحيث تدخل الإناث لموقع الفايسبوك بهوية مستعارة، بينما يدخله الذكور بهوية حقيقية.

✓ المحور الثاني: دوافع استخدام موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (17): يبين دوافع استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

دوافع الإستخدام	التكرار	النسبة المئوية
دوافع نفسية	39	19.5
دوافع اجتماعية	75	37.5
دوافع معرفية	86	43
المجموع	200	100



شكل رقم (23) يوضح دوافع استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

توضح القراءة الكمية الواردة في الجدول أعلاه صدارة الدوافع المعرفية بنسبة 43%، تليها نسبة

37.5% للدوافع الإجتماعية، وقد سجلنا في المرتبة الأخيرة الدوافع النفسية بنسبة 19.5% .

وبتحليل هذه البيانات قد توحى لنا بأن أفراد العينة باعتبارهم ينتمون إلى بيئة دراسية تجعلهم بحاجة أكثر إلى الجانب المعرفي أكثر منه اجتماعي ونفسي، فهم يجدون في موقع الفايسبوك مصدرا لاستقاء المعلومات في كل المجالات وخاصة ما يتوافق مع تخصصهم الدراسي، نظرا لاحتواء الفايسبوك على العديد من المعلومات والتي بمجرد البحث يجدونها ببسر وسهولة، مثل المجموعات والصفحات الخاصة بتحميل الكتب الإلكترونية، وكذا الملتقيات الندوات والمداخلات التي يصعب الحصول عليها عبر الوسائل التقليدية ووفقا لمنظور الإستخدامات والإشباعاات وباحتلال الحاجات المعرفية أعلى نسبة ما يعادل 86 طالب، فإن أفراد العينة مدفوعين بمؤثرات معرفية لاستخدام موقع الفايسبوك وهي الحاجات التي تنقصهم، و قد نرجع الدافع النفسي للطلبة الذين أخذوا أدنى نسبة، أن موقع الفايسبوك الملجأ الوحيد للتخفيف النفسي عن المشاكل التي يعانون منها ويستخدمون في ذلك أيضا مرجعيات أخرى .

➤ بناء على ذلك فالطالب باعتباره ينتمي إلى بيئة دراسية فهو بحاجة إلى هذا الدافع المعرفي أكثر منه نفسي.

✓ جدول رقم (18): يبين مدى استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك حسب نوع الدافع

المجموع		درجات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك						الإجابة الإجابة	
		نادرا		أحيانا		دائما			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
19.5	39	<u>12</u>	02	<u>10.71</u>	06	<u>24</u>	31	نفسية	دوافع استخدام موقع الفايسبوك
37.5	75	35	06	37.5	21	38	48	اجتماعية	
43	86	<u>53</u>	09	<u>51.78</u>	29	<u>38</u>	48	معرفية	
100	200	100	17	100	56	100	127	اجمالي العينة	

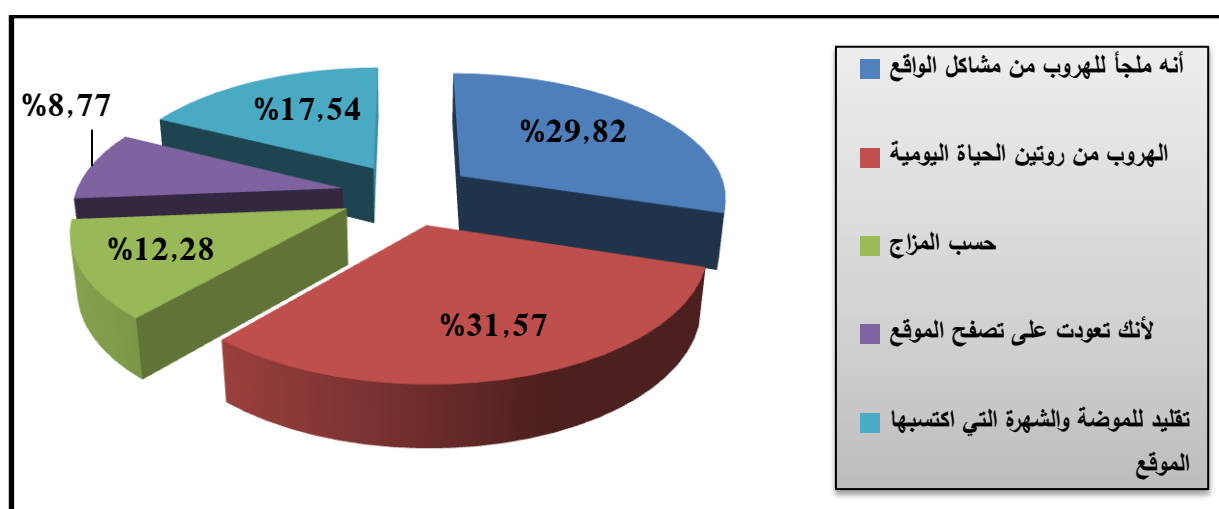
نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه والذي يوضح لنا درجات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك وعلاقته بدوافع استخدامهم لهذا الموقع، أنه جاءت في المرتبة الأولى الدوافع المعرفية، سواء أكان استخدام الباحثين لهذا الموقع بصفة دائمة أو غير دائمة - أحيانا - أو بصفة نادرة، وقدرت نسبتهم المئوية على النحو التالي: 38%، 51.78%، 53% على التوالي، بينما سجلنا أدنى نسبة في الجدول المبين أعلاه بالنسبة للباحثين الذين كان دافعهم نفسي، سواء لأولئك الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة أو بصفة غير دائمة - أحيانا - أو بشكل نادر، وقد جاءت النسب المعبرة عن ذلك على النحو التالي: 24%، 10.71%، 12%، على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة الباحثين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل دائم وبشكل غير دائم وكذا بصفة نادرة بدافع معرفي، ذلك أن استخدامهم للموقع من أجل الإطلاع واكتساب الخبرات والمعارف الجديدة وكذا من أجل التعرف على آخر الأخبار والمستجدات التي حدثت في الواقع المعيشي في مختلف المجالات والاهتمامات التي تهمهم، وكذا معرفة كل ما يتعلق بالجانب الدراسي المتعلق بتخصصهم أو تخصصات أخرى وذلك حسب حاجة الباحثين إليها والإشباع الذي يسعون لتحقيقه، أي غايتهم غاية معرفية، وهذا ما يفسره الجدول رقم (17)، في حين قد يعود انخفاض نسبة الباحثين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل دائم وبشكل غير دائم وبصفة نادرة وكان دافعهم نفسي، إلى أن دافعهم لا يكمن في اللجوء للموقع من أجل التنفيس من الضغوطات الاجتماعية التي يشعرون بها، ضف إلى ذلك وجود مصادر أخرى يلجئون إليها ومنه فغايتهم ليست نفسية.

➤ نستنتج أن كيفية التي يستخدم بها الطلبة لموقع الفايسبوك لم تأثر على دوافع اقبالهم على الموقع.

✓ جدول رقم (19) : يبين الدوافع النفسية لأفراد العينة لإستخدام موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع النفسية
29.82	17	أنه ملجأ للهروب من مشاكل الواقع
31.57	18	الهروب من روتين الحياة اليومية
12.28	07	حسب المزاج
8.77	05	لأنك تعودت على تصفح الموقع
17.54	10	تقليد للموضة والشهرة التي اكتسبها الموقع
100	57	المجموع



شكل رقم (24) يوضح الدوافع النفسية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

يلجأ العديد من الأفراد لاستخدام وسيلة معينة بدافع نفسي، وهذا ما سجلناه من خلال النسب المئوية الموضحة في الجدول أعلاه، حيث أفاد مجموعة من المبحوثين الذين يمثلون 31.75% على أنهم يستخدمون موقع الفايسبوك من أجل الهروب من روتين الحياة اليومية، في حين أجاب 29.82% من المبحوثين أنهم يستخدمونه كملجأ للهروب من مشاكل الواقع، تلتها نسبة 17.54% من المبحوثين الذين أجابوا على عبارة " تقليد للموضة والشهرة التي اكتسبها الموقع "، أما فيما يخص المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمونه حسب المزاج قد بلغت نسبتهم 12.28%، وفي المرتبة الأخيرة احتلت عبارة " لأنك تعودت على تصفح الموقع " نسبة مئوية قدرت بـ 8.77% .

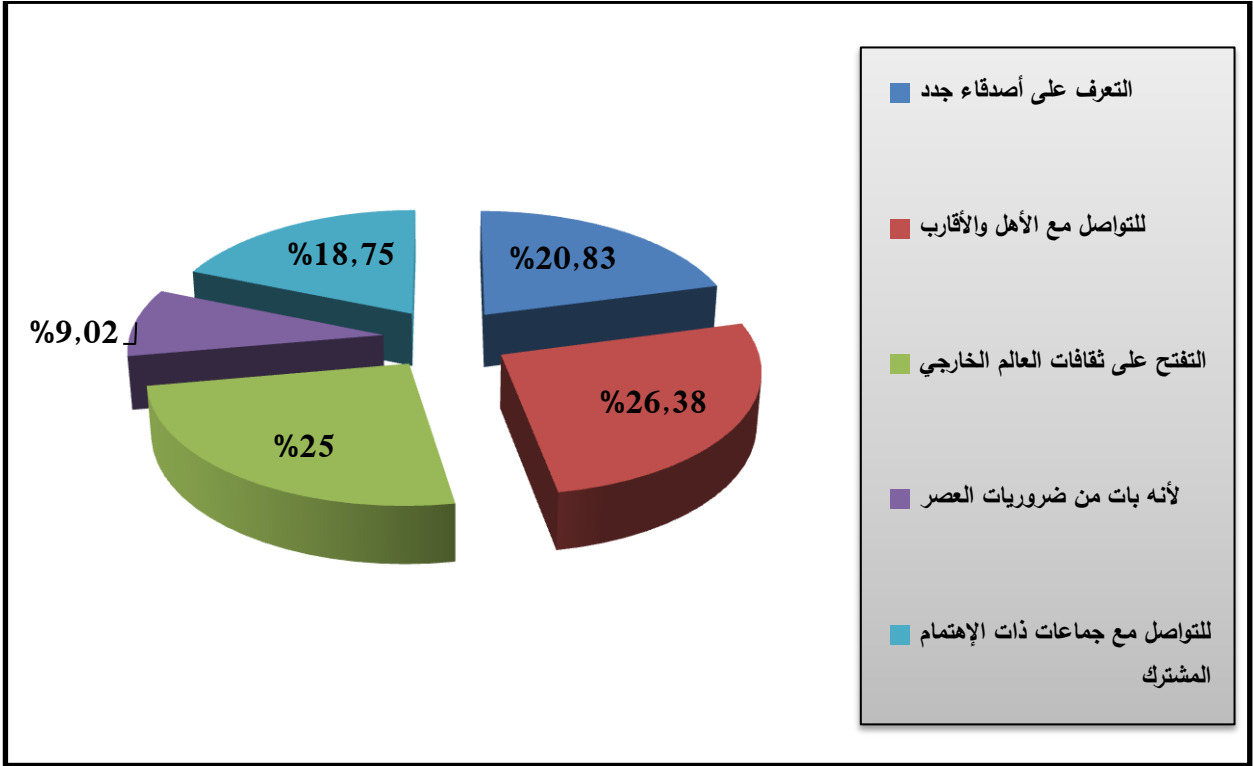
ونفسر النتائج المتحصل عليها بالدراسة بأن الهروب من روتين الحياة اليومية وكذا الهروب من مشاكل الواقع التي جاءت بنسب مقاربة (31.57%، 29.28%) هو الدافع النفسي الذي من خلاله يستخدم أفراد عينتنا موقع الفايسبوك، وقد نرجع تفسير ذلك للملل من متاعب الدراسة بشكل يومي فالطلبة يتواجدون بالجامعة من الفترة الصباحية إلى الفترة المسائية، هذا الروتين يجعلهم يلجؤون للموقع كمتنفس لهم والتخفيف

من شعورهم بالملل، ويأتي دافع الهروب من مشاكل الواقع ليؤكد لنا الخصائص التي يتمتع بها موقع الفيسبوك والتي تجعل المتلقي يعبر بكل حرية عن حالته النفسية فعن طريق شريط " ماذا يخطر في بالك؟ والذي يظهر على الحائط الشخصي لأي مستخدم يستطيع أن يعبر عن حالته النفسية كما يشاء، وبالتالي يجد من يقاسمه همومه ومشاكله في مختلف مجالات الحياة المليئة بالمشاكل والتعقيدات التي تعكر صفوهم والانتقال إلى عالم تخيلي افتراضي ولو للحظات قليلة من الشعور بالضجر وذلك دون رقابة اجتماعية. وتبريرنا للنتائج المتوصل إليها قد يرجع لما كشف عنه بلومر وزملائه وفقا لنظرية الإستخدامات والإشباعات بأن الفرد يسعى من خلال استخدام وسيلة معينة من أجل الهروب من مشتقات الروتين اليومي في الوقت المناسب. ونفس النتيجة توصل إليها كل من Macquail, blumer, brown على أثر بعض المتغيرات النفسية في إيجاد حاجات معينة لدى الأفراد وأعطانا مثلا أن الإنسان الضعيف الشخصية يسعى من خلال تعرضه لوسيلة معينة الهروب من روتين الحياة اليومية. أما النسبة المتدنية فيمكن تبريرها بما ذهب إليه Babrow بأن دافع التعرض لأي وسيلة يمكن أن يرتبط بسلوكاته اتجاه هذه الوسائل لأن السلوك الإنساني ينطلق عادة من التعود على تلك الوسيلة.

➤ وعليه نستنتج ان أغلبية الطلبة الجامعيين أجمعوا على أن دافعهم النفسي لاستخدام موقع الفيسبوك يتمثل في الهروب من روتين الحياة اليومية وكذا الهروب من مشاكل الواقع.

✓ جدول رقم (20): يبين الدوافع الإجتماعية لإستخدام أفراد العينة لموقع الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع الإجتماعية
20.83	30	التعرف على أصدقاء جدد
<u>26.38</u>	38	للتواصل مع الأهل والأقارب
25	36	التفتح على ثقافات العالم الخارجي
<u>09.02</u>	13	لأنه بات من ضروريات العصر
18.75	27	للتواصل مع جماعات ذات الإهتمام المشترك
100	144	المجموع



شكل رقم (25) يوضح الدوافع الإجتماعية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفاييسبوك.

تشير بيانات الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة والممثلة بـ 26.38% من مجموع مفردات عينة الدراسة، قد صرحت بأن الدافع الإجتماعي الأساسي الذي يدفعهم إلى استخدام موقع الفاييسبوك هو التواصل مع الأهل والأقارب وهذا بنسبة 26.38%، وبنسبة متقاربة تليها 25% من مفردات العينة الذين أجابوا على عبارة " التفتيح على ثقافات العالم الخارجي"، وبنسب متتالية 20.83%، 18.75%، 9.02% معبرة عنها العبارات التالية: " التعرف على الأصدقاء"، " التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك"، " لأنه بات من ضروريات العصر".

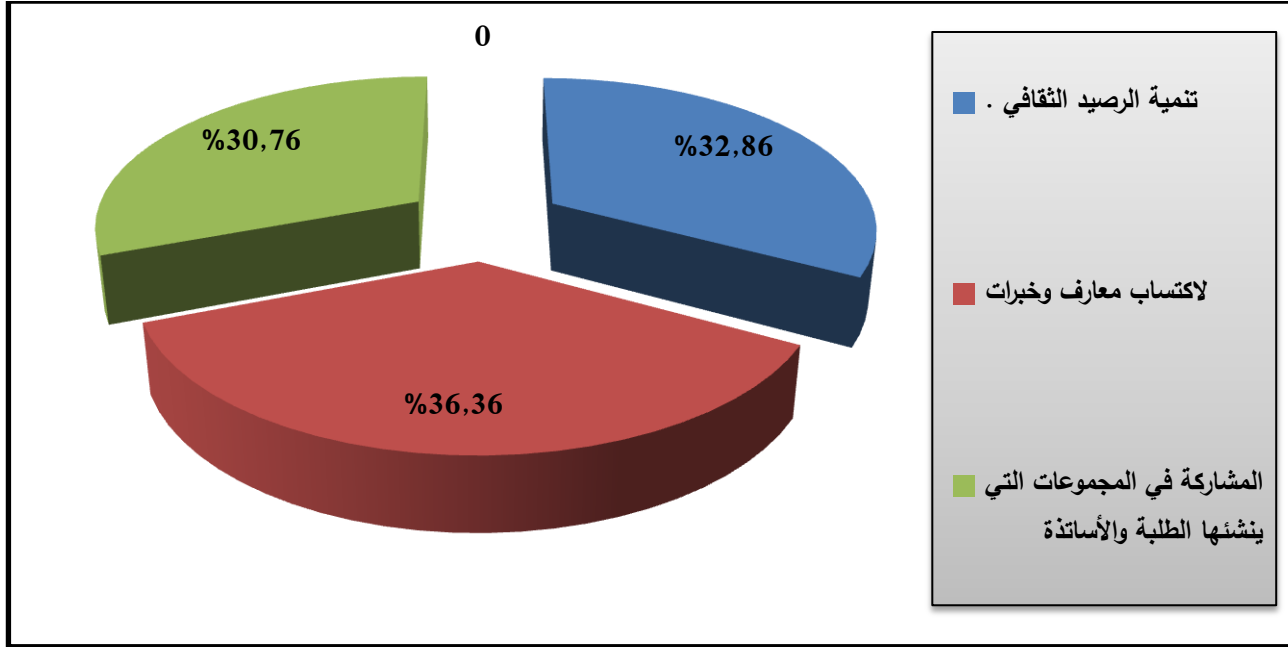
وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفاييسبوك من أجل التواصل مع الأهل والأقارب إلى أن مجاني، وهو ما يتيح لهم استعمال العبارات والأفكار للتواصل ولا يستدعي ذلك تكلفة تذكر ويمكن ارسال هدايا getes افتراضية، وتستخدم الشبكة الإجتماعية بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة لخلق علاقات اجتماعية وتوطيدها والإبقاء عليها دائماً¹، وقد نفسر الإنخفاض الذي سجلناه لدى فئة الطلبة الذين أجابوا على أن موقع الفاييسبوك لا يمثل لهم احدى ضروريات العصر إلى أن استخدامه يقتصر على مجرد التسلية والترفيه لا غير.

➤ نستنتج أن الدافع الإجتماعي لاستخدام أفراد العينة لموقع الفاييسبوك يرجع بالدرجة الأولى إلى التواصل مع الأهل والأقارب.

¹ فتحي حسين عامر: م. س. د، ص: 205

✓ جدول رقم (21): يبين الدوافع المعرفية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع المعرفية
32.86	47	تنمية الرصيد الثقافي
<u>36.36</u>	52	لاكتساب معارف وخبرات
<u>30.76</u>	44	المشاركة في المجموعات التي ينشئها الطلبة والأساتذة
100	143	المجموع



شكل رقم (26) يوضح الدوافع المعرفية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

تشير الأرقام الموجودة في الجدول أعلاه، تقارب نسب اجابات المبحوثين ووجود فروق بسيطة بينها بحيث سجلنا في المرتبة الأولى فئة المبحوثين الذين كان دافعهم المعرفي لاستخدام موقع الفايسبوك هو لأجل اكتساب معارف وخبرات وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 36.36%، وبدرجة أقل فئة المبحوثين الذين كانت تنمية رصيدهم الثقافي كدافع معرفي لاستخدام الفايسبوك وذلك بنسبة تقدر بـ 32.86%، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة تقدر بـ 30.76% جاءت فئة المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك لأجل المشاركة في المجموعات التي ينشئها الطلبة والأساتذة كدافع معرفي من الاستخدام.

وقد نبرر تقارب هذه النسب، بأن جميع الطلبة يتشاركون في جميع هذه الدوافع المعرفية، باكتسابهم معارف وخبرات، إذ أن الهدف الأول والأساسي الذي يكمن من وراء استخدام هذه المصادر هو أخذ أكبر عدد من المعلومات في جميع المجالات لتكون متنوعة وشاملة، حيث صار الموقع فضاءاً للتعرف والإطلاع على مختلف المعلومات والأخبار في شتى المجالات، فالتواصل مع الأساتذة قد يسمح لهم بالإطلاع على المحاضرات وكل ما يتعلق بدراساتهم، وقد نبرر ذلك بما توصلت إليه الكثير من الدراسات والوقائع بمدى

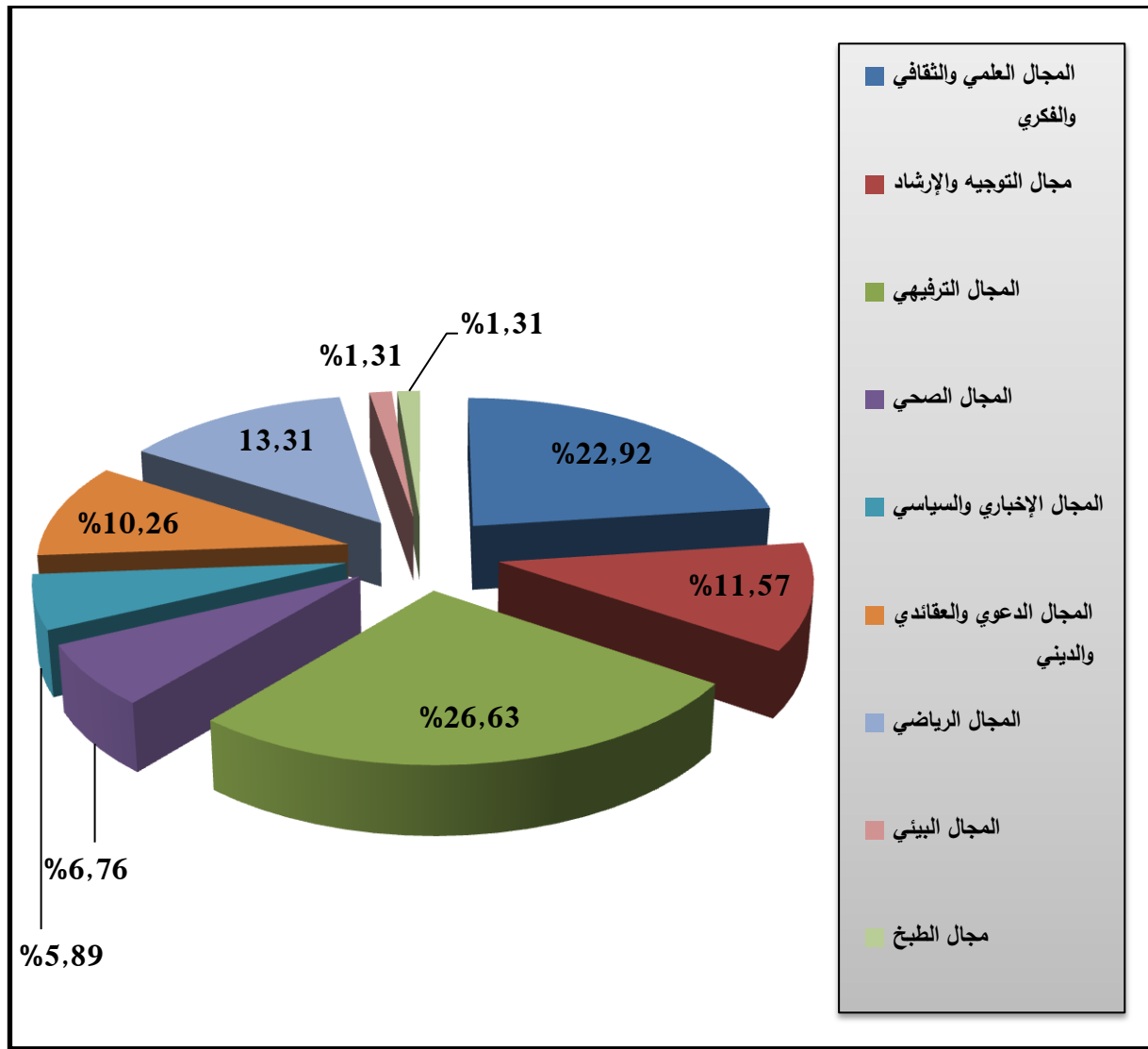
تأثير هذه الشبكات في وعي الإنسان وتصرفاته، ولعل السبب الأول يرجع إلى التفاعل مع الآخرين من أجل اكتساب معارف وخبرات للإطلاع السريع على الأحداث العالمية، ونستخلص من ذلك أن الدافع العقلاني المعرفي يعكس طبيعة السلوك الإتصالي للطالب والذي يتخذه خلال انتقائه لمجموعة المواضيع التي يرغب في تليتها.

➤ نستنتج أن الدافع المعرفي لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك هو من أجل اكتساب معارف وخبرات.

✓ جدول رقم (22): يبين المجالات التي يحرص أفراد العينة على متابعتها عبر موقع الفايسبوك¹.

النسبة المئوية	التكرار	مجالات المتابعة
22.92	105	المجال العلمي والثقافي والفكري
11.57	53	مجال التوجيه والإرشاد
<u>26.63</u>	122	المجال الترفيهي
06.76	31	المجال الصحي
5.89	27	المجال الإخباري والسياسي
10.26	47	المجال الدعوي والعقائدي والديني
13.31	61	المجال الرياضي
<u>1.31</u>	06	المجال البيئي
<u>1.31</u>	06	مجال الطبخ
100	458	المجموع

* في هذا السؤال كان للمبحوثين أن يختاروا أكثر من اجابة واحدة .



شكل رقم (27) يوضح المجالات التي يحرص أفراد العينة على متابعتها عبر موقع الفيسبوك.

يتبين من اجابات أفراد عينة الدراسة بأن المجال الترفيهي يحتل المرتبة الأولى من بين المجالات الأكثر متابعة وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 26.63%، ويليهما في المرتبة الثانية المجال العلمي والثقافي والفكري بنسبة مئوية تقدر بـ 22.92%، وفي المرتبة الثالثة المجال الرياضي بنسبة 13.31%، وفي المرتبة الرابعة مجال التوجيه والإرشاد بنسبة 11.57%، وفي المرتبة الخامسة المجال الدعوي والعقائدي والديني بنسبة 10.26%، بينما أحرز المجال الصحي نسبة تقدر بـ 6.76% و بذلك احتل المرتبة السادسة، كما سجل المجال الإخباري والسياسي المرتبة السابعة بنسبة مئوية تقدر بـ 5.89%، وفي المرتبة الثامنة المجال البيئي ومجال الطبخ بنسبة متساوية مقدرة بـ 1.31% .

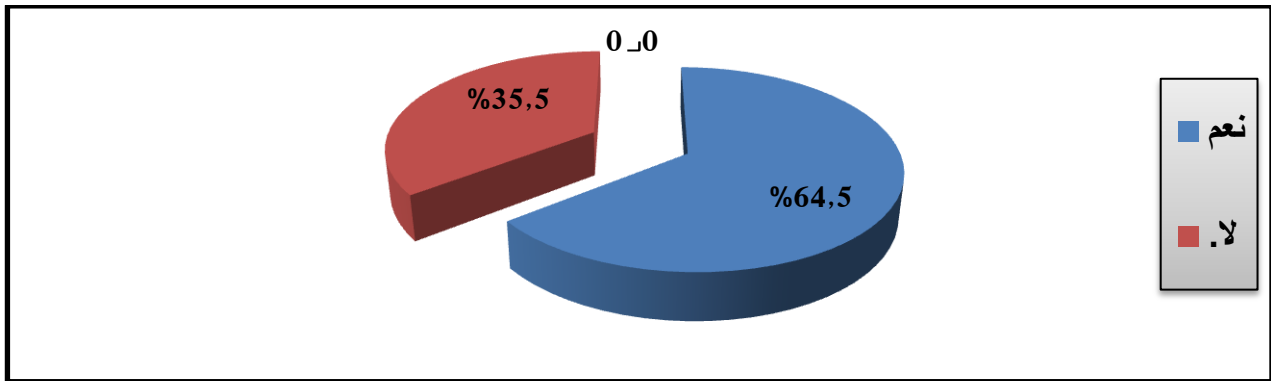
وقد نفسر احتلال المجال الترفيهي لأعلى نسبة لدى عينة الدراسة ذلك أن التسلية والترفيه أصبحت حاجة ضرورية تؤثر في البعد الإجتماعي لدى الفرد، فقد ذهب مجموعة من المتخصصين بأن التسلية هدف جوهري وسمة للمجتمعات جميعها تتخطى كونها مجرد وسيلة للتخلص من التوتر، وهي وسيلة لتعزيز البعد الإجتماعي للإنسان وتعليمه الأدوار والقواعد والقيم عن طريق التسلية مع الآخرين، فضلا عن أن زيادة

تعقيدات المجتمع تفرض زيادة اتساع مجال التسلية والترفيه في المجتمعات الافتراضية مثل موقع الفايسبوك لذلك نجد تفضيل هذا المجال أكثر على المجالات الأخرى، وباحتلال المجال العلمي والثقافي والفكري المرتبة الثانية يؤكد ما توصلنا له في الجدول رقم (21) بأن دافع أفراد العينة من استخدام الموقع هو اكتساب معارف وخبرات، أما المراتب الأخيرة التي احتلها مجال الطبخ والمجال البيئي قد نفسر ما تحصلت عليه من نسب بأن أفراد العينة من المبحوثات لا يجدن المتعة الكافية في تتبع هذين المجالين عبر موقع الفايسبوك.

➤ نستنتج أن أفراد العينة يستخدمون المجال الترفيهي أكثر عبر موقع الفايسبوك .

✓ جدول رقم (23): يوضح مدى تلبية موقع الفايسبوك لاحتياجات ورغبات أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	مدى تلبية الحاجات
<u>64.5</u>	129	نعم
<u>35.5</u>	71	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (28) يوضح مدى تلبية موقع الفايسبوك لاحتياجات ورغبات أفراد العينة.

تظهر بيانات الجدول أعلاه مدى تلبية موقع الفايسبوك لاحتياجات ورغبات أفراد العينة، حيث عبر المبحوثين بنسبة 64.5% على أن استخدامهم لموقع الفايسبوك يحقق لهم ما يحتاجونه، وتبقى نسبة 35.5% من المبحوثين الذين صرحوا بعدم استفادتهم مما يقدم عبر موقع الفايسبوك .

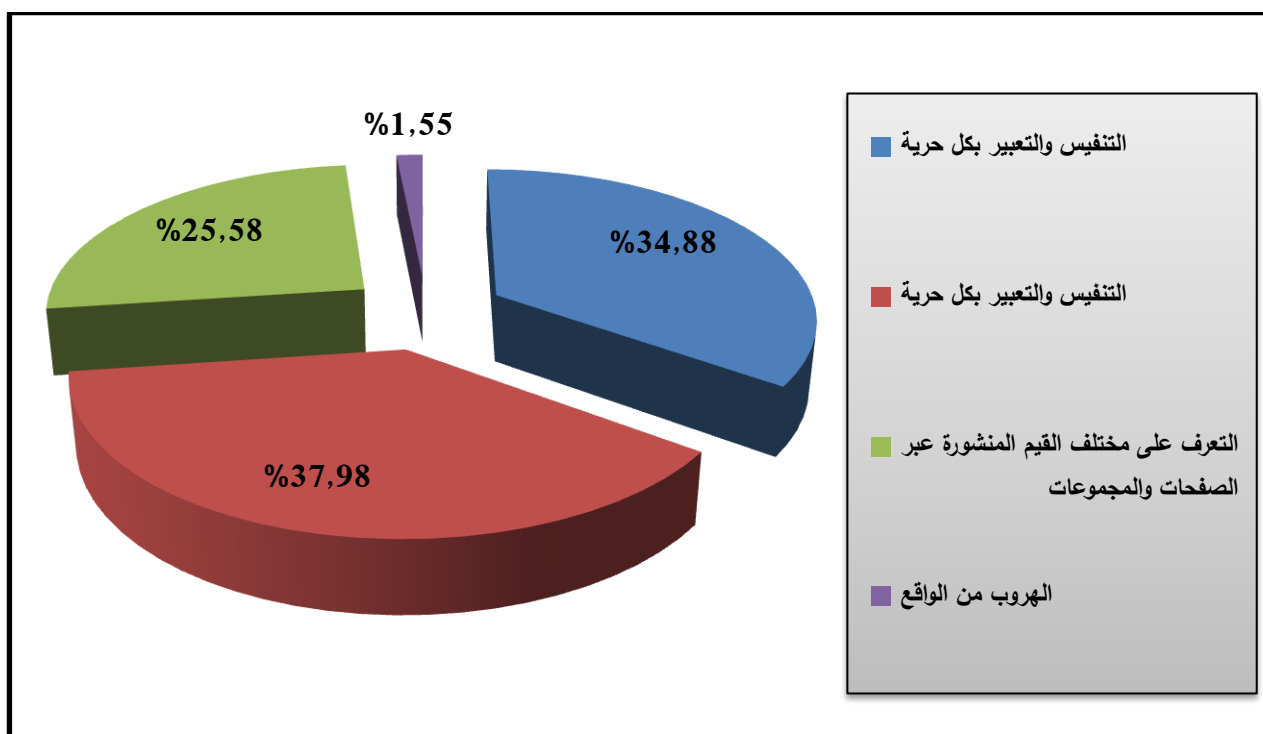
وقد نفسر اجابات الطلبة الذين أجابوا بأن موقع الفايسبوك يحقق رغباتهم، بأنهم حققوا مستوى من الإشباع لما يتيح موقع الفايسبوك من معلومات كثيرة في مختلف المجالات التي تفيد عينة الدراسة، فالفائدة التي تعود من خلال الإستخدام هو الناتج الذي من خلاله يمكن الحكم على المعلومات المتداولة في موقع الفايسبوك، ويصعب في الحقيقة تقييم هذا العائد والحكم عليه اذ لم نستطلع آراء الفئة المستهدفة بالدراسة فهو وحده يقر بالإشباع الذي يحصل عليه، فالنسبة المرتفعة تفسر بأن الطلبة هنا أعضاء باحثون نشطون عن المضمون الذي يحقق لهم رغباتهم فكلما كان مضمون معين قادر على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختياره وتعلقهم بتلك الوسيلة، وهذه النتيجة مكملة لما تحصلنا عليه في الجدول السابق رقم (17).

وتفسيرنا للنسبة الضئيلة التي أجاب عليها أفراد العينة بـ " لا " أي اجابة 71 طالب بأن موقع الفايسبوك لا يحقق حاجاتهم، بأن هناك مصادر أخرى قادرة على أن تلبي حاجياتهم، وأن هذا الموقع ماهو إلا نسخة من مصادر أخرى اعلامية.

➤ نستنتج مما سبق أن موقع الفايسبوك وسيلة لاشباع رغبات أفراد العينة.

✓ جدول رقم (24): نوع الحاجات التي يلبيها موقع الفايسبوك لأفراد العينة .

النسبة المئوية	التكرار	الحاجات المشبعة
34.88	45	التنفيس والتعبير بكل حرية
<u>37.98</u>	49	التواصل والتفاعل مع الآخرين
25.58	33	التعرف على مختلف القيم المنشورة عبر الصفحات والمجموعات
<u>1.55</u>	02	الهروب من الواقع
100	129	المجموع



شكل رقم (29) يوضح طبيعة الحاجات التي يحققها أفراد العينة لموقع الفايسبوك.

يتضح من خلال الجدول الذي يبين حاجات ورغبات المبحوثين الذين أجابوا بأن الفايسبوك يحقق لهم رغباتهم، بحيث جاءت عبارة " التواصل والتفاعل مع الآخرين" في مرتبة الأولى كحاجة يحققها لهم الفايسبوك وذلك بنسبة 37.98%، تليها نسبة 34.88% لعبارة " التنفيس والتعبير بكل حرية"، ثم بنسبة 25.58% من المبحوثين يرون بأن " التعرف على مختلف القيم المنشورة عبر الصفحات والمجموعات" هي عبارة عن اشباع يحققه لهم موقع الفايسبوك، وجاءت في المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة تقدر بـ1.55% من المبحوثين الذين يرون بأن " الهروب من الواقع" هو اشباع يتحقق لهم من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك.

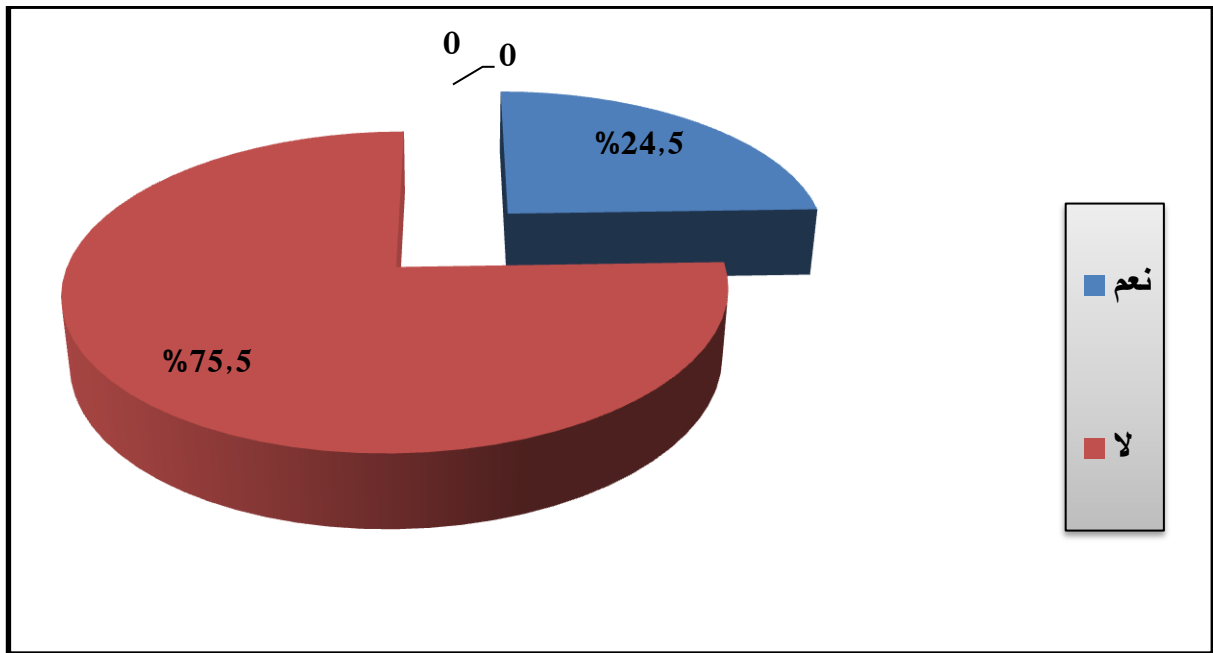
وقد تعكس النسبة المرتفعة الحاجة الإجتماعية التي يفتقرها العديد من الطلبة وهي الحاجة للتواصل والتفاعل مع الآخرين، فموقع الفايسبوك يتميز بسهولة الإستعمال وسهولة ربط شبكة العلاقات مع مختلف الأفراد عبر العالم، حيث قال الناطق باسم شركة سيتيل لأبحاث السوق الذي أجرى دراسة بعنوان " مدمني الفايسبوك" ووجد التقرير المسحي أن مجال التواصل عبر مواقع وشبكات التعارف مثل الفايسبوك تحظى بقطاع جماهيري عريض في مختلف دول العالم¹، فموقع الفايسبوك من بين أكثر الوسائل التفاعلية اهتماما من قبل الأفراد بغية مناقشة مواضيع تتعلق بمختلف الإهتمامات والرغبات وحل الكثير من المشكلات الإجتماعية كالمشكلات الأسرية والعاطفية واستشارات من أهل الخبرة والمعرفة حول القضايا صحية وأخلاقية أو ربما دينية، فالفايسبوك عبارة عن قرية كونية، وقد نفسر نسبة الهروب من الواقع بحصولها على أدنى نسبة بأن الطلبة يعيشون في محيط اجتماعي يكتنفه السكينة والهدوء والبعد عن المشاكل.

➤ ونستنتج من خلال ما سبق أنه مهما كان نوع الإشباع الذي يحصل عليه الطلبة إلا أن ما هو مؤكد أن موقع الفايسبوك يخدم أهداف أفراد العينة، بانقائهم لكل ما يحتاجونه وهذا حسب نظرية الإستخدامات والإشباع وأهم اشباع يحصلون عليه هو التواصل والتفاعل مع الآخرين.

✓ جدول رقم (25): يوضح مدى ثقة أفراد العينة فيما يقدمه موقع الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>24.5</u>	49	نعم
<u>75.5</u>	151	لا
100	200	المجموع

¹ ياس خضير البياتي : م. س. د، ص: 411



شكل رقم (30) مدى ثقة أفراد العينة فيما يقدمه موقع الفاييسبوك.

من خلال اطلاعنا على النسب الظاهرة في الجدول أعلاه يمكننا ملاحظة أن 151 مفردة من مفردات العينة لا يتقون في موقع الفاييسبوك وذلك بنسبة قدرت بـ 75.5%، أما 24.5% فإنهم يتقون في موقع الفاييسبوك.

ونفسر النتائج المتحصل عليها من خلال التصريحات التي أفادنا بها الطلبة من خلال فتح المجال للتعليق بـ " لماذا " وقد أجمع أغلبهم على:

- التخوف من استعمال المعلومات الشخصية لاغراض خارجة عن النطاق الأخلاقي أو لاغراض تجارية دعائية تنتهك قيمهم وحياتهم الشخصية وكذا عدم ثقتهم من مسيري الموقع .
- تظهر مسألة الخصوصية وهي ما يأرق العديد من أفراد العينة من مستخدمي الشبكة بتأثيرها السلبي على المدى القريب والبعيد .
- أتاح الفاييسبوك جملة من السمات من بينها امكانية التحكم في قوائم الأصدقاء وهذه السمة تدعوا للتخوف من خلال نشر أحد التعليقات غير الأخلاقية أو ما شابه.

وقد لمسنا من خلال المعلومات المقدمة من طرف الطلبة حول موثوقيتهم في موقع الفاييسبوك بأنه لا يشكل لديهم أي خطر، فيمكن للمستخدم شخصنة Personnalises تطبيقات الإطلاع على المعلومات التي يقوم بنشرها، وأن معظم الطلبة ذو مستوى عالي من الثقافة والوعي فهم لا يدرجون معلوماتهم الشخصية، وقد صمم موقعا متخصصا تحت إسم Youropen book.org غايته أن يخبرك عما يعرف الناس عنك من معلومات أتاحها موقع الفاييسبوك لكل مستخدم الانترنت، وبعبارة أخرى يطلعك على ما فرطت فيه شبكة " فاييسبوك " من معلومات كان يفترض أن تكون محفوظة وراء اسم المستخدم والرقم السري¹، وبالرغم من أن

¹ بول ليفنسون: م. س. ذ. ص: 36

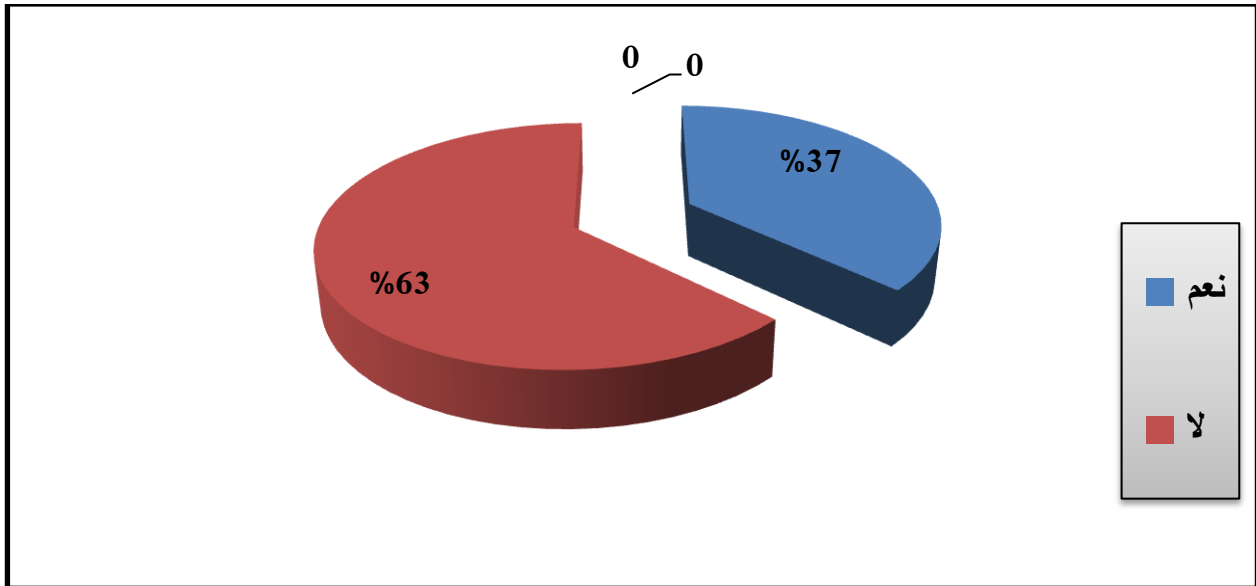
الصفحات الشخصية في الفايسبوك يمكن ان يكون فيه وصلات صوتية لصاحب الصفحة، إلا أنه ليس هناك ما يضمن أن هذه هي حقا صور وصوت من اسمه على الصفحة الشخصية، في حين يمكن ارجاع تسجيل أقل نسبة للذين يقبلون على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فية إلى عدة عوامل منها: أنه فضاء لاشباع مختلف الرغبات لدرجة ثقتهم به.

نستنتج أن أفراد العينة لا يقبلون على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فيه.

✓ المحور الثالث: مدى مساعدة المضامين المنشورة عبر موقع الفايسوك على الإرتباط بالقيم الأخلاقية.

✓ جدول رقم (26): يبين عضوية أفراد العينة في أحد المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>37</u>	74	نعم
<u>63</u>	126	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (31) عضوية أفراد العينة في أحد المجموعات الخيرية عبر موقع الفايسبوك

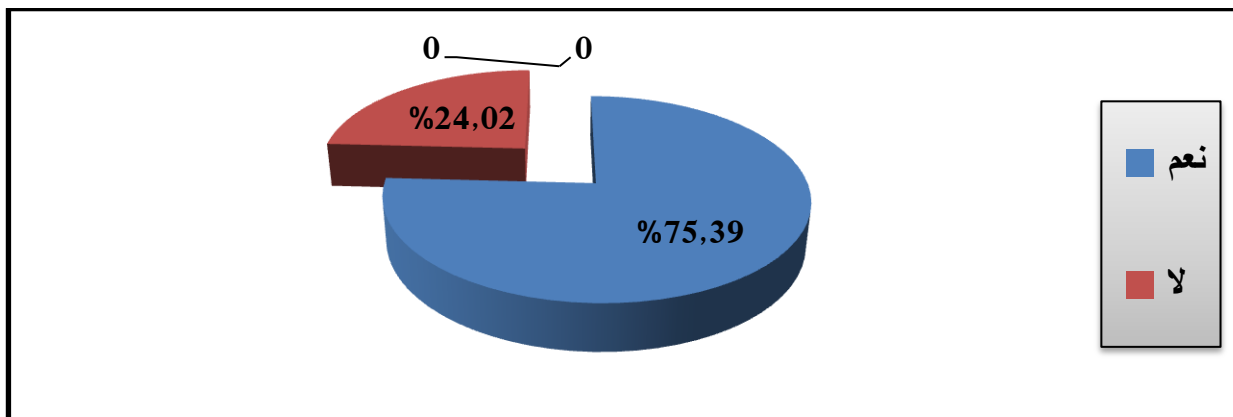
يمثل الجدول عضوية أفراد العينة في أحد المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك، إذ تبرز معطيات الجدول أن نسبة مرتفعة من أفراد العينة أجابوا بـ " لا " أي عدم عضويتهم في هذه المجموعات الخيرية، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 63% أي ما يعادل 126 فرد، في حين أجابت 37% أي ما يمثل 74 فرد في انخراطهم في هذه المجموعات.

وقد يعود هذا الإرتفاع الذي سجلناه لدى الطلبة الذين أجابوا بعدم عضويتهم في المجموعات الخيرية عبر موقع الفايسبوك لعدم اهتمامهم بنشر ثقافة العمل التطوعي، وكذا تدعيم قيم المجتمع الأخلاقية والتمثلة أساسا في قيمة التكافل الإجتماعي ومساعدة الآخرين، كما يمكن أن نرجع تفسير ذلك لاهتمام عينة الدراسة بمجالات أخرى، هذا مايدعم ما توصلنا اليه من نتائج في الجدول رقم (22) بتفضيل المجال الترفيهي على غرار باقي المجالات، ضف إلى ذلك جدة موقع الفايسبوك لدى بعض المستخدمين فلايزال البعض يستخدمه لمجرد الدردشة والتواصل مع الأصدقاء فقط الأمر الذي يحد من معرفتهم بوجود هذه المجموعات الخيرية وبالتالي عدم الإنخراط فيها وجهلهم بوجودها، بالمقابل سجلنا انخفاض ملحوظ لدى الطلبة الأعضاء في المجموعات الخيرية، وقد نرجع تفسير ذلك بمدى الوعي الذي الذي بات يحظى به هؤلاء الطلبة مؤخرا حيال ثقافة العمل التطوعي محاولين بذلك جعل المجتمع الجزائري صورة حية عن التلاحم والتراحم والتعاطف.

➤ نستنتج مما سبق أن أفراد العينة لا ينشطون بالمجموعات الخيرية التطوعية عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (27): يبين تفاعل المبحوثين مع المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>75</u>	95	نعم
<u>25</u>	31	لا
100%	126	المجموع



شكل رقم (32) يوضح مدى التفاعل مع المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك.

تحمل بيانات هذا الجدول نتائج مكملة لبيانات الجدول السابق (26)، وهو يتناول نتائج الطلبة الذين أجابوا عن عدم انتمائهم لمجموعات خيرية عبر موقع الفايسبوك، وقد طرحنا هذا السؤال لمعرفة التفاعل مع المضامين التي تنشرها هذه المجموعات على الأقل، فكانت اجابات أفراد العينة كما يلي: حيث أجابت نسبة

تقدر بـ 75.39% عن تفاعلهم مع المجموعات الخيرية، فيما أجاب بقية أفراد العينة بنسبة مئوية تقدر بـ 24.02% عن عدم تفاعلهم مع هذه المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفيسبوك.

ويمكن ارجاع ارتفاع نسبة التفاعل مع ما تنشره المجموعات الخيرية من قبل الطلبة، إلى أن الموقع أتاح العديد من الخصائص التي تمكن المستخدم من التواصل مع هذه الجمعيات باختيار زر " أعجبنى " مثلا ومنه وضع مختلف التعليقات، وهو ما يعكس بصورة غالبية أن المجتمع الجزائري يحمل جانب انساني خير من خلال التعاطف مع أخيه المسلم ولو بكلمة لقوله صلى الله عليه وسلم: " لا تحقرن من المعروف شيئا ولو أن تلقى أخاك بوجه طليق " رواه مسلم، فكثيرا ما نسمع عن حملات الفيسبوك التي تفاعل معها العديد من المواطنين مثل حملة ناس الخير وجمعيات أخرى للتبرع واعانة المرضى والمحتاجين في المناسبات والأعياد، أما نسبة 24.60% فقد أجابوا بعدم تفاعلهم مع هذه المجموعات، وتفسير ذلك قد يكون راجع لعدم تصديق هذه المجموعات من قبلهم أو لأنهم مازالو منبهرين بتجريب هذا الموقع .

➤ ونستنتج أن أفراد العينة يتفاعلون مع المضامين التي تنشرها المجموعات الخيرية عبر موقع الفيسبوك.

✓ جدول رقم (28): يبين توزيع مفردات العينة حسب درجات استخدام موقع الفيسبوك وعلاقته بالعضوية في المجموعات الخيرية.

المجموع		درجات استخدام موقع الفيسبوك						الإجابة	
		نادرا		أحيانا		دائما			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الإجابة	
37	74	12	02	21	12	47	60	نعم	مدى عضوية أفراد العينة في المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفيسبوك
63	126	88	15	79	44	53	67	لا	
100	200	100	17	100	56	100	127	المجموع	

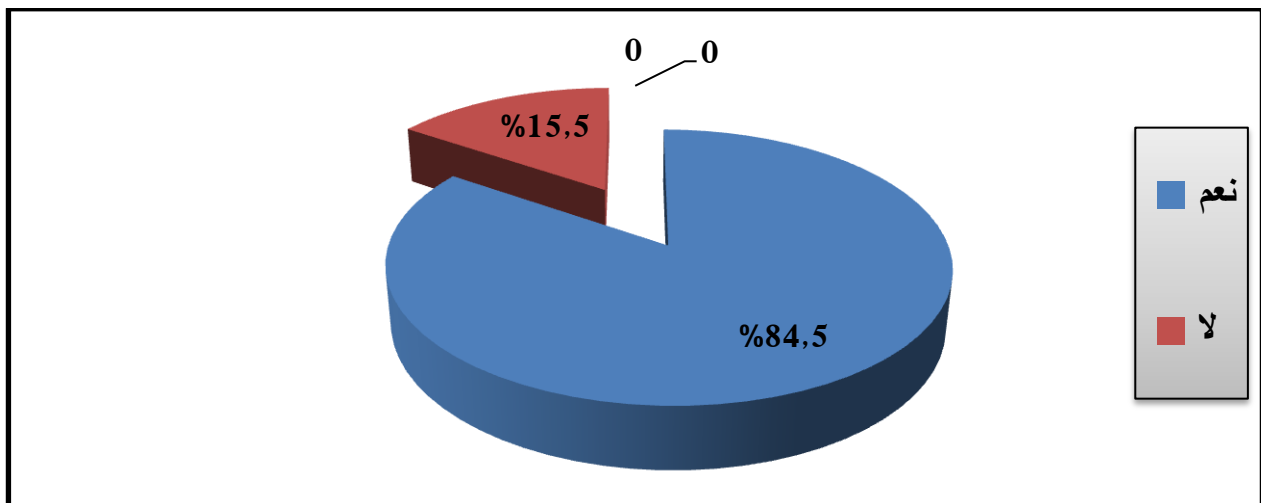
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يبين توزيع مفردات العينة حسب درجات استخدام موقع الفايسبوك وعلاقته بالعضوية في المجموعات الخيرية، أن الطلبة الذين دائماً ما يستخدمون موقع الفايسبوك أجابوا بأنهم ليست لديهم عضوية في المجموعات الخيرية وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 53%، ونفس الأمر بالنسبة للذين يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل غير دائم (أحياناً) وقدرت نسبتهم المئوية بـ 79%، أما الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة نادرة فقد سجلنا كذلك ما نسبته 88% .

وقد نفسر ارتفاع فئة المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل دائم أو بشكل غير دائم (أحياناً) وبصفة نادرة وكانوا غير أعضاء في المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك إلى: قلة وعيهم بوجود مثل هذه المجموعات الخيرية عبر موقع الفايسبوك، أو اهتمامهم بمجالات أخرى تستهويهم على اعتبار أن نموذج الإستخدامات والإشباعيات يفترض أن دور وسائل الإعلام ينحصر في مستخدميها دون غيرهم.

➤ نستنتج أن درجات استخدام موقع الفايسبوك لم يؤثر على عدم عضوية الطلبة في المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك .

✓ جدول رقم (29): يوضح مساهمة أو عدم مساهمة أفراد العينة في نشر موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>84.5</u>	169	نعم
<u>15.5</u>	31	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (33) يوضح مساهمة أو عدم مساهمة أفراد العينة في نشر موضوعات تتعلق بالآداب الأخلاق

يتبين لنا من خلال الجدول مدى مساهمة أفراد العينة في نشر موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق على صفحاتهم عبر موقع الفايسبوك وقد حصلنا على النتائج التالية:

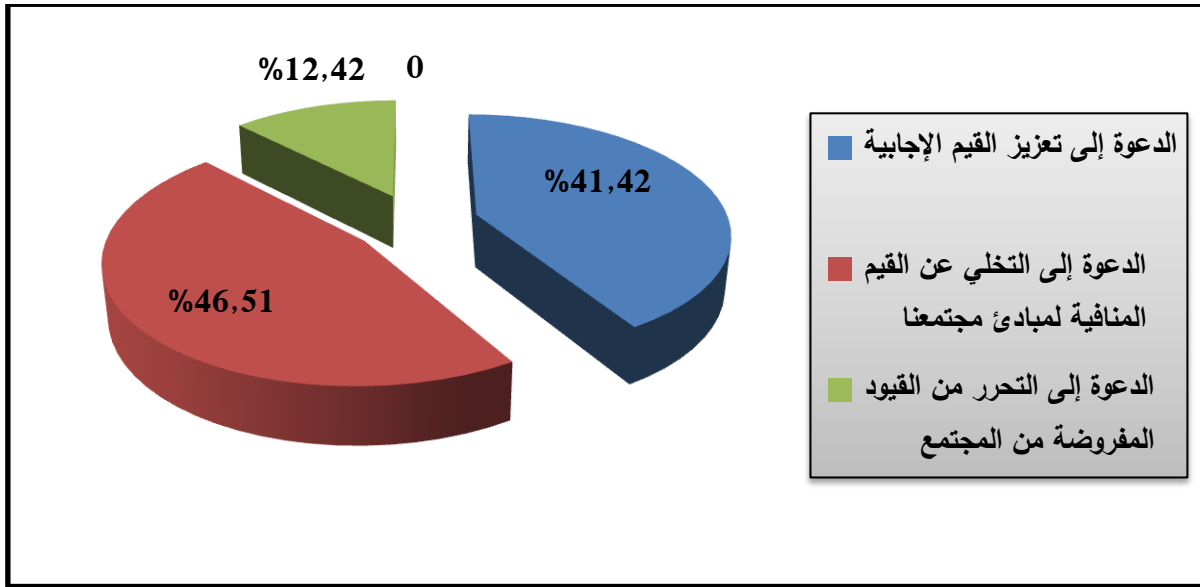
صرّح 84.5% من المبحوثين عن نشرهم لمواضيع تتعلق بالآداب والأخلاق على صفحاتهم عبر موقع الفايسبوك وهي نسبة مرتفعة، في حين نفى 31 فرد من أفراد العينة أي بنسبة تقدر بـ 15.5% بأنهم لا ينشرون موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق.

وقد يعود الإرتفاع الذي سجلناه لدى المبحوثين بنشرهم موضوعات تحث على الآداب والأخلاق بأن هذا قد يدل على حرصهم على نشر الأجر والثواب، ولأن الفرد المسلم يلتزم بالمشاركة ببعض المجموعات ونشر ما يتفق وأخلاقياته واستخدامه لهذه الشبكة مع الأخلاق والآداب الإسلامية التي حثنا عليها الدين الإسلامي للوعظ والإرشاد، ومنه تبادل الآراء والأفكار الصحيحة من خلال المشاركة في بعض المجموعات les groupes التي تدعو للتخلي بالظوابط الأخلاقية التي يجب أن يراعيها الشباب من خلال التواصل عبر موقع الفايسبوك، ومنه الإلتزام بالقيم الأخلاقية التي تتسم بالقواعد الدينية مثل آداب الحوار، و قد نفسر النسبة المنخفضة للطلبة الذين لا ينشرون موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق لاهتمامهم بالتسلية والترفيه وبأمور دنيوية قد تشغلهم كسماع الأغاني وتتبع الموضة، وهذه النتيجة تؤكد ما توصلنا إليه في الجدول رقم (22) بحيازة المجال الترفيهي لأعلى نسبة.

➤ وبناء على هذه النتائج فإن الأغلبية العظمى من أفراد عينة الدراسة ينشرون مواضيع تتعلق بالآداب والأخلاق .

✓ جدول رقم (30): نوع المضامين الأخلاقية المنشورة عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
41.42	70	الدعوة إلى تعزيز القيم الإيجابية
<u>46.51</u>	78	الدعوة إلى التخلي عن القيم المنافية لمبادئ مجتمعنا
<u>12.42</u>	21	الدعوة إلى التحرر من القيود المفروضة من المجتمع
100	169	المجموع



شكل رقم (34) يوضح نوع المضامين الأخلاقية التي ينشرها أفراد العينة عبر موقع الفاييسبوك .

أفصحت نتائج الجدول الموضح أعلاه أنّ 46.51% من أفراد العينة يؤكدون على الدعوة إلى التخلي عن القيم المنافية لمبادئ مجتمعنا الجزائري عبر موقع الفاييسبوك، وتحتل عبارة الدعوة إلى تعزيز القيم الإيجابية المرتبة الثانية بنسبة مئوية تقدر بـ 41.42%، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 12.42% على عبارة " الدعوة إلى التحرر من القيود المفروضة على المجتمع " .

وقد نرجع الإرتفاع الذي سجلناه لدى فئة الطلبة الذين أجابوا بنشرهم لمضامين تدعوا للتخلي عن القيم المنافية لمبادئنا لوعيهم بخطورة هذه الشبكات، وما يمكن أن تتضمنه من غرس قيم غير أخلاقية خاصة لدى الفئة من الأفراد غير الواعية والمنبهرة بهذا التجريب، وقد يرجع ذلك أيضا إلى أن الطالب الجامعي تشبع من العلم والمعرفة الأمر الذي يخول له مسؤولية الحفاظ وبت حملات الوعي للتخلي عن هذه القيم والسلوكيات المنشورة عبر الموقع، هذا النشر قد يكون في شكل تعليقات أو صور أو فيديوهات على صفحة المستخدمين، فقد بنى عززي عبد الرحمان نظرية الحتمية القيمية في الإعلام على أساس جوهرية وهو " حتمية القيمة " التي يجب أن تروج عبر المضامين الإعلامية، فعندما تهتز مثل هذه القيم يحدث ما يسمى " بالأزمة الهويةية الأخلاقية "، فما أضافه عززي عبد الرحمان في نموذج هو البعد الحضاري القيمي، الذي وجب الحفاظ عليه، هذا ما قد يدعم النتيجة التي توصلنا إليها وهي الدعوة للتخلي عن ما يناهز مبادئنا، أما عن أفراد العينة الذين ينشرون موضوعات تتعلق بالتحرر من القيود المفروضة على المجتمع فذلك قد يعود إلى الرقابة المفروضة على الطالبات خاصة من قبل أهلهم فبعض الأسر الجزائرية صارمة مع أبنائها في امتلاك هذه التكنولوجيات لذلك سجلنا نسبة ضعيفة لدى هذه الفئة.

➤ ونستنتج أن الموضوعات التي ينشرها أفراد العينة والمتعلقة بالأداب والأخلاق تتمحور حول الدعوة إلى التخلي عن القيم المنافية لمبادئنا.

✓ جدول رقم (31): يبين الجدول العلاقة بين امكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بفترات التصفح .

المجموع		فترات تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك								الإجابة	
		حسب الوقت المتاح		ليلا		مساء		صباحا		الإجابة	
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
84.5	169	90	121	76	37	67	10	100	01	نعم	امكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق
15.5	31	10	14	24	12	33	05	/	/	لا	
100	200	100	135	100	49	100	15	100	01	اجمالي العينة	

يبين الجدول أعلاه امكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق وعلاقته بفترات تصفح موقع الفايسبوك، أن أغلبية المبحوثين ينشرون موضوعات تحت على الآداب والأخلاق سواء في الفترة الصباحية، أو الفترة المسائية، أو الفترة الليلية، أو حسب الوقت المتاح لذلك، بنسب مئوية قدرت بـ100%، 67%، 76%، 90% على التوالي.

ويمكن أن نفسر هذا الإرتفاع الذي سجلناه لدى فئة المبحوثين بنشرهم موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق في كل الفترات وذلك بنسب متقاربة، إلى أن فترة النشر غير مرتبطة بفترة محددة، فكلما كان للمبحوث لحظات من الوقت كلما نشر موضوعات تحت على الآداب والأخلاق بغض النظر عن انشغالاتهم بالدراسة ومتطلبات الحياة الأخرى، صف إلى ذلك أن هذا النشر قد يكون مرتبط بحاجة المستخدمين أو الأصدقاء اليه بتقديم الوعظ والإرشاد أو ملاحظة سلوكيات غير أخلاقية والتنبيه اليها عبر الموقع، صف إلى ذلك أن هذا العالم الافتراضي نشط وحيوي على مدار 24 ساعة .

➤ نستنتج أن فترات تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك لا يؤثر في نشرهم لموضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك .

✓ جدول رقم (32): يبين إمكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق حسب الوقت المستغرق في تصفح موقع الفايسبوك

المجموع	ساعات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك								الإجابة		
	حسب الظروف		من ثلاث ساعات فما فوق		من ساعة إلى ساعتين		أقل من ساعة		الإجابة		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
84.5	169	84	68	80	49	97	37	75	15	نعم	إمكانية نشر موضوعات تحت على آداب والأخلاق
15.5	31	16	13	20	12	3	01	25	05	لا	
100	200	100	81	100	61	100	38	100	20	اجمالي العينة	

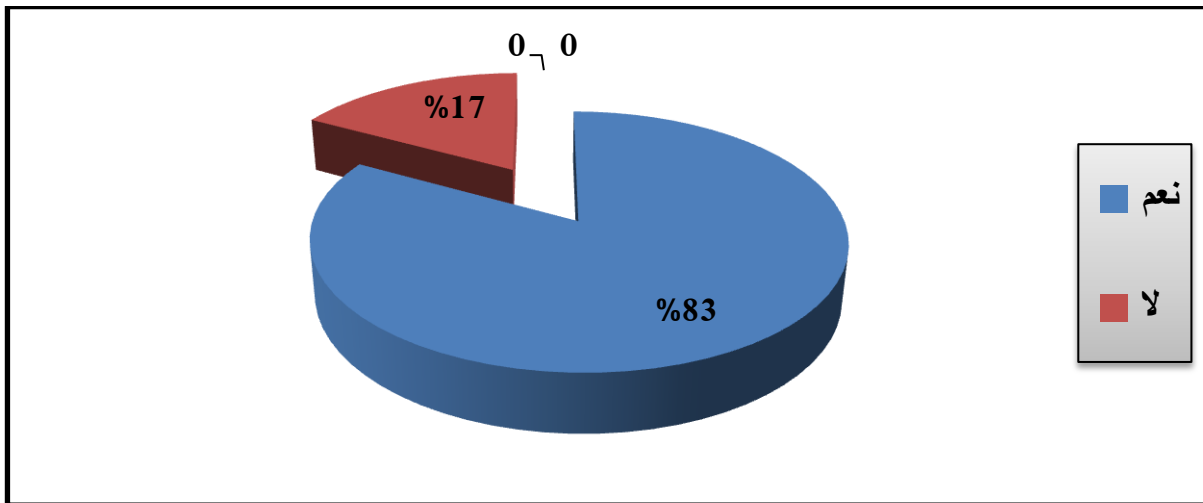
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، والذي يوضح إمكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق حسب ساعات استخدامهم للموقع، أن أغلبية المبحوثين على اختلاف مقدار استخدامهم لموقع الفايسبوك ينشرون موضوعات تحت على الآداب والأخلاق سواء بالنسبة لأولئك الذين يستخدمونه لأقل من ساعة، أو يستخدمونه من ساعة إلى ساعتين، أو من ساعتين إلى ثلاث ساعات، أو حسب الظروف، بنسب مئوية قدرت بـ 75%، 97%، 80%، 84% على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين ينشرون موضوعات تحت على الآداب والأخلاق سواء أكان الحجم الساعي المخصص للنشر أقل من ساعة أو من ساعة إلى ساعتين أو من ثلاث ساعات فما فوق أو حسب الظروف، إلى الوقت المناسب الذي يتلاءم مع المبحوث وطبيعة هذا النشر، فبعض الموضوعات تستغرق من أفراد العينة نشرها بالمقابل تفرض المناقشة والتشاور وفق ما جاءت به الشريعة الإسلامية وبالتالي تداول الأفكار بالأخذ والعطاء، وقد أشارت نظرية الحتمية القيمية إلى ذلك بأنه إذا كان هناك فائض في الرأسمال القيمي الإعلامي وحجم الساعات التي يقضيها الفرد أمام الوسيلة الإعلامية فإن هناك اشباعا قيميا بارزا، وقد نلاحظ أيضا أن بعض المواضيع البديهية التي لا يستغرق نشرها لأقل من ساعة.

➤ نستنتج أن ساعات استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك لا يؤثر في نشرهم لموضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق.

✓ جدول رقم (33): يوضح مدى التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>83</u>	166	نعم
<u>17</u>	34	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (35) يوضح مدى التجاوب مع المضامين الأخلاقية المنشورة عبر موقع الفايسبوك المتعلقة بقيمنا الأخلاقية.

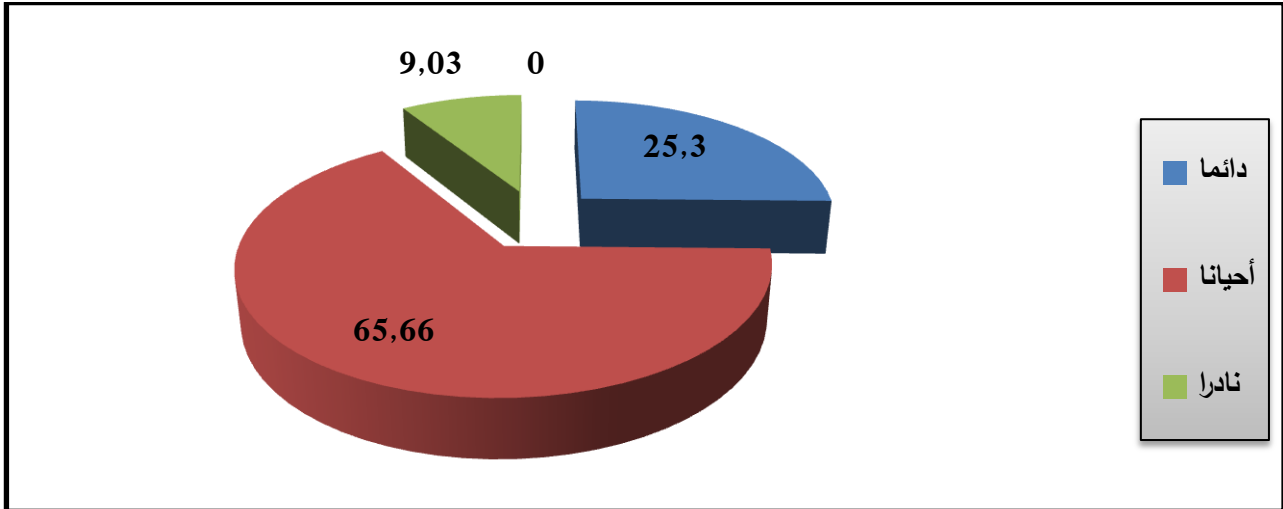
تمثل البيانات المصريح بها في الجدول أعلاه، أنّ 83% من أفراد العينة يجدون تجاوبا مع المضامين الأخلاقية التي تنشر عبر صفحاتهم في موقع الفايسبوك، في حين أجاب ما نسبته 17% من الطلبة بأنهم لا يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين أخلاقية .

وقد نرجع ارتفاع نسبة الطلبة الذين أجابوا بوجود تفاعل مع المضامين التي ينشرونها عبر موقع الفايسبوك والمتعلقة بقيمنا الأخلاقية، إلى نوعية المضامين التي ينشرونها والتي تلبي مايطمح المستخدم اليه وذلك من خلال الإجابة عن مختلف التساؤلات التي يرغب بالإستفسار عنها من مواد منشورة مجانا ومنه تحميلها، وقد يعود ذلك أيضا إلى كيفية النشر الذي يحبذه الأفراد المستخدمين، من صور وفيديوهات قادرة على الإقناع أكثر ومنه التفاعل مع المضامين التي ينشرونها، أما النسبة الضئيلة من أفراد العينة الذين قلما يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين أخلاقية على صفحاتهم عبر موقع الفايسبوك، فهذا قد يرجع لفة النشر من قبلهم من جهة ومن جهة أخرى عدم المداومة على المضامين التي ينشرونها، أو قد يرجع ذلك إلى أن محتوى هذه المضامين التي ينشرونها غير صادق.

➤ نستنتج مما سبق أن أفراد العينة يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين متعلقة بقيمنا الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (34): يبين درجات التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
25.30	42	دائما
<u>65.66</u>	109	أحيانا
<u>9.03</u>	15	نادرا
100	166	المجموع



شكل رقم (36) يبين درجات التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية.

يوضح الجدول أعلاه درجات اجابات أفراد العينة حول التجاوب الذي يحصلون عليه اثر نشرهم لمضامين قيمية أخلاقية، حيث أجاب بدرجة أحيانا، أي ما نسبته 65.66% من أفراد العينة أنهم يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين أخلاقية عبر موقع الفايسبوك وهي نسبة مرتفعة، وبدرجة " دائما " ما نسبته 25.30% وبدرجة " نادرا " ما نسبته 9.03% .

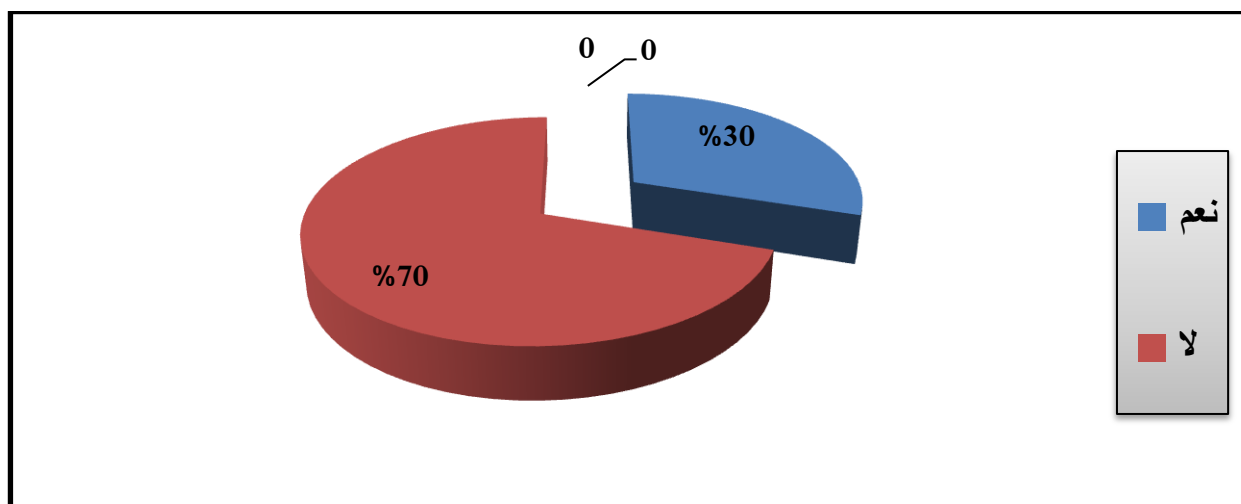
ونفسر النسبة الغالبة من الطلبة الذين أجابوا بأنهم يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين متعلقة بالآداب والأخلاق بصفة غير دائمة إلى انشغال مستخدمي الفايسبوك بمتابعة مجالات أخرى أو انشغالهم بالدراسة الأمر الذي يجعلهم غير متفاعلين مع القيم الأخلاقية بصفة دائمة، أما النسبة المتبقية

من الطلبة أي ما يمثل 15 فرد من أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم نادرا ما يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين غير أخلاقية إلى أن آخر اهتماماتهم قد تكون التجاوب مع هذه المضامين.

➤ ونستنتج أنه أحيانا ما يتم التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية.

✓ جدول رقم (35): يبين مدى تعرض أفراد العينة لنشر مضامين غير أخلاقية في صفحتهم عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>30</u>	60	نعم
<u>70</u>	140	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (37) يوضح مدى تعرض أفراد العينة لنشر مضامين غير أخلاقية في صفحتهم عبر موقع الفايسبوك .

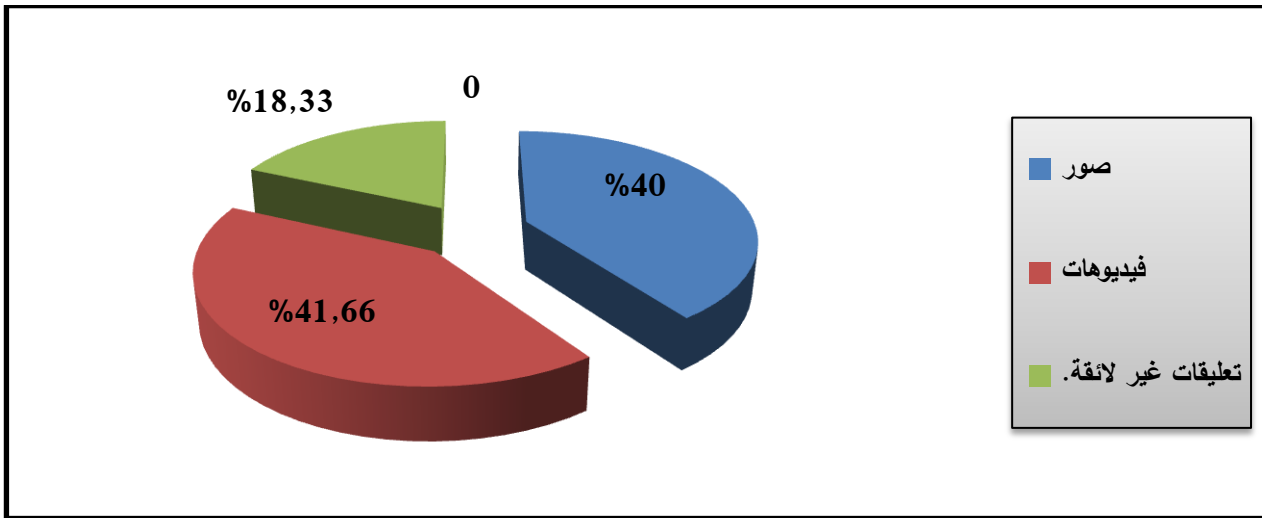
تبين بيانات الجدول أعلاه امكانية تعرض أفراد العينة لنشر مضامين غير أخلاقية عبر صفحتهم على موقع الفايسبوك، حيث نفى 70% من أفراد العينة عن عدم تعرض صفحتهم الشخصية لنشر ما يتنافى مع المبادئ الأخلاقية للمجتمع الجزائري، في حين أكد 30% من أفراد العينة إلى تعرض صفحتهم للإختراق. وقد نفسر تسجيلنا لهذا الارتفاع الملحوظ لدى فئة الطلبة الذين أجابوا بعدم تعرض صفحتهم الشخصية عبر موقع الفايسبوك للإختراق، أي ما يقدر بـ 70% مفردة، إلى أن ذلك قد يرجع لكون صفحتهم الشخصية عبر الموقع محمية ومؤمنة من أي اختراق، وهذه من الخصائص التي أتاحتها موقع الفايسبوك، ضف إلى ذلك أنهم قد لا يصادقون أشخاص غرباء الأمر الذي يعرضهم للنشر غير الأخلاقي، أما النسبة المتدنية من

المبجوثين الذين أجابوا لاختراق صفحاتهم فقد يرجع ذلك لاستغلال تطبيقات الفايسبوك مثل "المسانجر" في الآونة الأخيرة من قبل بعض الأفراد لنشر هذه السلوكيات غير الأخلاقية.

➤ نستنتج أن أغلبية أفراد العينة لا يتعرضون لنشر مضامين غير أخلاقية عبر صفحاتهم الخاصة في موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (36): المحتوى الأكثر نشرا للمضامين غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
40	24	صور
<u>42</u>	25	فيديوهات
<u>18</u>	11	تعليقات غير لائقة
100	60	المجموع



شكل رقم (38) يوضح المحتوى الأكثر نشرا للمضامين غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.

تمثل البيانات المصريح بها في الجدول أعلاه أشكال المضامين غير الأخلاقية المنشورة على صفحات أفراد العينة من قبل أحد المستخدمين، ويحتل المرتبة الأولى مؤشر " فيديوهات" وذلك بنسبة تقدر بـ 41.66%، يليها مؤشر " صور" وذلك بنسب تقدر بـ 40 %، والنسبة الأخيرة تقدر بـ 18.33% " للتعليقات غير الأخلاقية ".

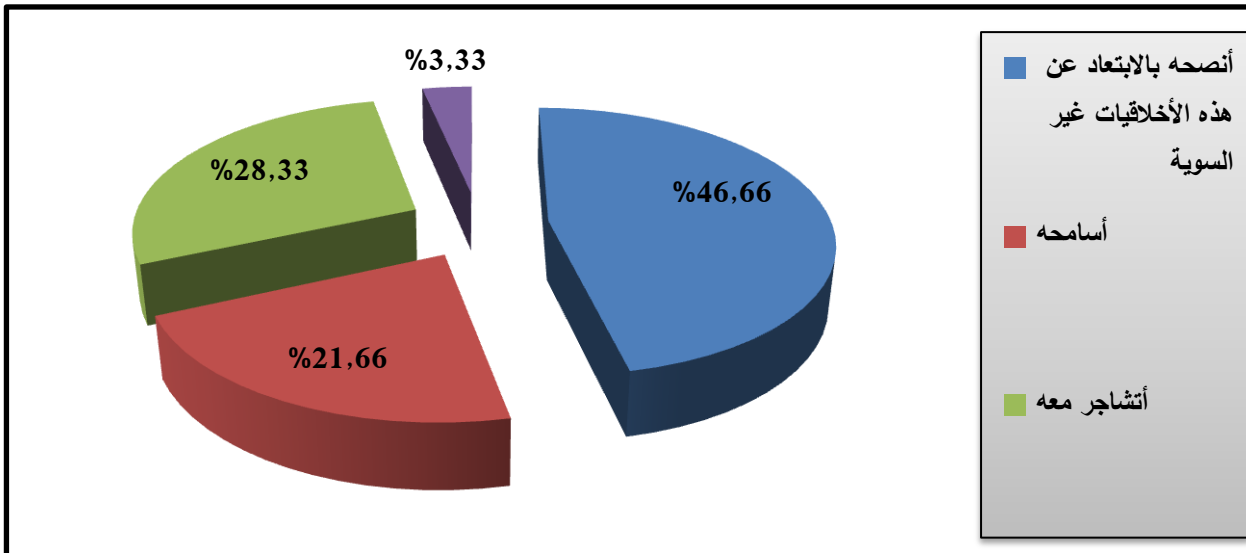
وقد تعكس النسب المرتفعة بأن محتوى الفيديو هو الأكثر نشرا للقيم الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك لما يتميز به على غرار باقي الأشكال من سهولة وسرعة وصوله لفترة قصيرة للعديد من الصفحات، حيث أظهرت دراسة من موقع social baker تفيد أن هناك أكثر من 18000 فيديو نشر من أكثر من 20.000 صفحة وهذا في جانفي 2014 احتوت على مضامين غير أخلاقية وحصلت على نصف التفاعل من

مشاركي الفايسبوك¹، هذا ما جعل هؤلاء الأفراد يعتمدون على محتوى الفيديو لسهولة ارساله للأطراف المستهدفة، وأظهرت دراسة لشركة Eversarve (2013) متعلقة بعادات وتجارب المستخدمين على الفايسبوك، أن 85% من النساء أعربن عن شعورهن بالضيق من صديقاتهن على الفايسبوك، في دراسة تم فيها استجواب 400 امرأة وذلك بنشر مضامين غير أخلاقية وكان المحتوى المستعمل هو الفايديو²، وها ما يفسر النتيجة التي توصلنا اليها، أما تفسيرنا عن النسبة المتدنية بعدم تفضيل النشر لمثل هذا الشكل لكون التعليقات تأخذ وقتا في الوصول للشخص المستهدف من النشر.

➤ ونستنتج مبدئيا أن محتوى الفيديو هو الشكل المعتمد عليه في نشر هذه القيم غير الأخلاقية.

✓ جدول رقم (37) يبين موقف أفراد العينة من اكتشاف أن أحد الأصدقاء هو المسؤول عن نشر هذه المضامين غير الأخلاقية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>46.66</u>	28	أنصح بالابتعاد عن هذه الأخلاقيات غير السوية
21.66	13	أسامحه
28.33	17	أنتشجر معه
<u>3.33</u>	02	أشهر به
100	60	المجموع



شكل رقم (39) يوضح موقف أفراد العينة من اكتشاف أن أحد الأصدقاء هو المسؤول عن نشر هذه المضامين غير الأخلاقية.

¹ www. Soial baker ، بتاريخ 10 مارس 2016م، على الساعة 13:10

² ياس خضير البياتي: م. س. د، ص: 453

يشير هذا الجدول إلى اكتشاف أفراد العينة أن أحد الأصدقاء هو المسؤول عن نشر مثل هذه المضامين غير الأخلاقية على صفحتهم الشخصية عبر موقع الفاييبوك، وغرضنا من طرح هذا السؤال هو معرفة رد فعل أفراد العينة من هذا التصرف الذي بادر به الأصدقاء، هل يتوافق مع قيم وأخلاق مجتمعنا أم لا، حيث أجاب بنسبة مئوية تقدر بـ 46.66% من الطلبة على عبارة " أنصح بالابتعاد عن هذه الأخلاقيات غير السوية "، تليها عبارة " أتشاجر معه " بنسبة مئوية تقدر بـ 28.33%، ثم عبارة " أسامحه " بنسبة مئوية تقدر بـ 21.66% وأخيرا عبارة " أشهر به " بنسبة 3.33%.

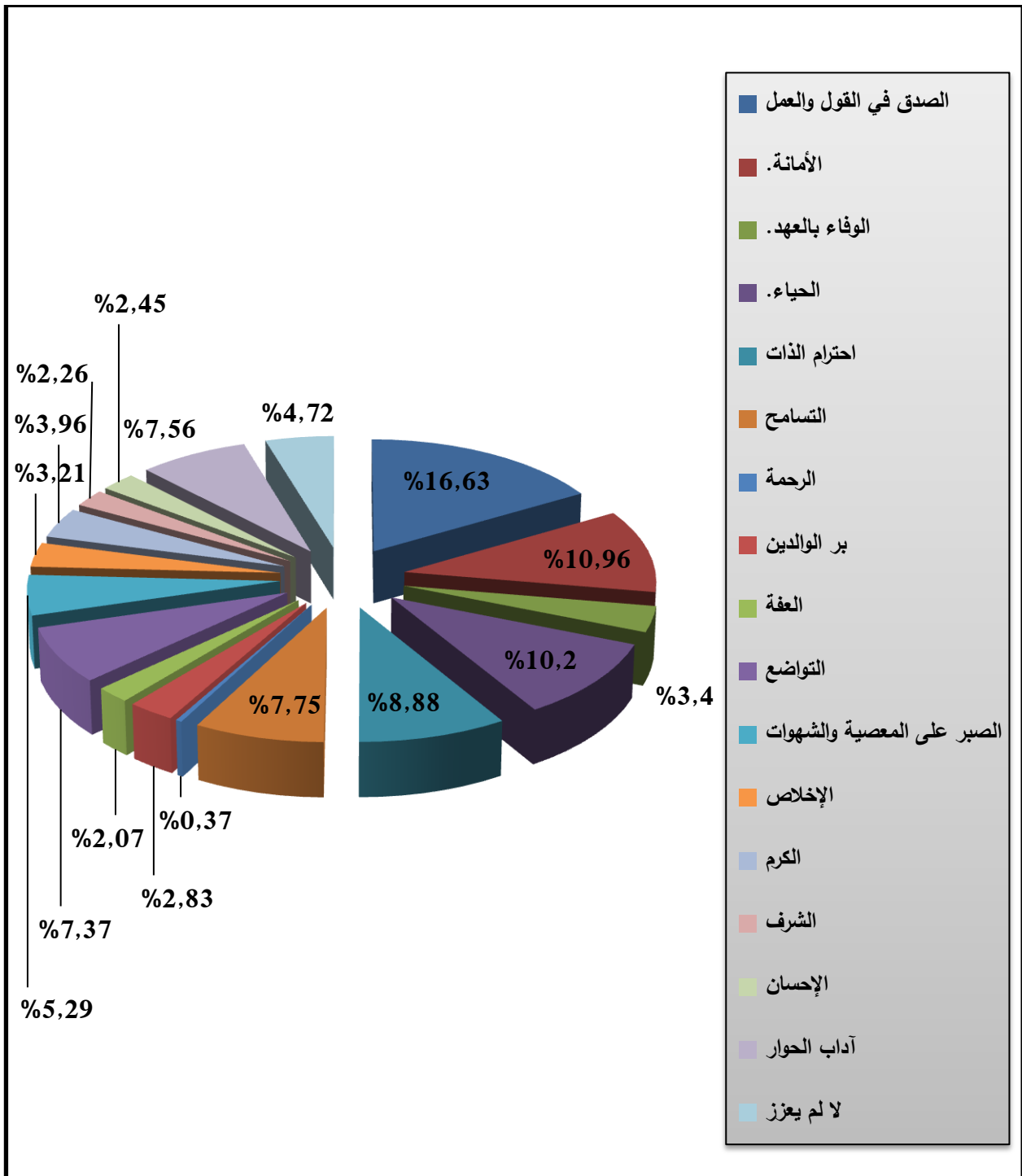
وقد نستدل على تفسير النسب الغالبة بتطبيق أفراد العينة لتعاليم الدين الإسلامي بتقديم النصيحة والتسامح التي تعتبر من أجل القيم الأخلاقية، وهذا ما فسرتة أعلى نسبة متحصل عليها، ولا يمكننا أن نستشهد في هذا المقام إلا بحديث الرسول صلى الله عليه وسلم: « الدين نصيحة » قلنا: لمن؟ قال: "الله وكتابه ورسوله ولأمة المسلمين وعامتهم"، رواه مسلم، ولقوله تعالى: " وَلَمَنْ صَبَرَ وَغَفَرَ إِنَّ ذَلِكَ لَمِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ « الشورى الآية:43، ونفسر النسبة الأخيرة بإجابة الطلبة بأن ردة فعلهم هي الإشهار بأصدقائهم وقد يرجع ذلك إلى عدم تربيتهم تربية صحيحة مشبعة بالقيم الأخلاقية التي حثنا عليه الدين الإسلامي والمكتسبة من مجتمعنا الجزائري .

➤ نستنتج أن أهم قيمة أخلاقية لازال أفراد العينة متمسكين بها هي تقديم النصيحة عبر موقع الفاييبوك.

✓ جدول رقم (38) يوضح امكانية تعزيز موقع الفاييبوك القيم الأخلاقية لدى أفراد العينة.¹

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>16.63</u>	88	الصدق في العمل والقول
<u>10.96</u>	58	الأمانة
3.40	18	الوفاء بالعهد
10.20	54	الحياء
8.88	47	احترام الذات
7.75	41	التسامح
<u>0.37</u>	02	التراحم
2.83	15	بر الوالدين
<u>2.07</u>	11	العفة
7.37	39	التواضع
5.29	28	الصبر على المعصية والشهوات
03.21	17	الإخلاص
3.96	21	الكرم
2.26	12	الشرف
2.45	13	الإحسان
7.56	40	آداب الحوار
4.72	25	لا لم يعزز
100	529	المجموع

* في هذا السؤال كان للمبحوثين أن يختاروا أكثر من اجابة واحدة .



شكل رقم (40) امكانية تعزيز موقع الفايسبوك للقيم الأخلاقية لدى أفراد العينة.

يبين الجدول أعلاه القيم الأخلاقية الإيجابية التي يمكن أن يعززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة المستهدفة بالدراسة، إذ يتضح أن النسب جاءت متقاربة ومتفاوتة بين عدة قيم وهي: صدارة قيمة الصدق في القول والعمل بنسبة تقدر بـ 16.63%، تليها قيمة الأمانة بنسبة تقدر بـ 10.96%، في حين تأتي النسب المتوسطة لكل من قيمة الحياء بنسبة تقدر بـ 10.20%، ثم قيمة احترام الذات وذلك بنسبة 8.88%، ثم قيمة التسامح بنسبة تقدر بـ 7.75%، ثم قيمة التواضع بنسبة مئوية تقدر

ب 7.37%، ثم قيمة الصبر على المعصية والشهوات بنسبة تقدر ب 05.29%، وتأتي النسب المتدنية للقيم الأخلاقية المتبقية على النحو التالي: "لا لم يعزز" بنسبة تقدر ب 4.72%، تليها نسبة 3.96% لقيمة الكرم ثم نسبة 3.40% لقيمة الوفاء بالعهد، فالإخلاص بنسبة 03.21%، تليها قيمة برالوالدين بنسبة مئوية تقدر ب 2.83%، كما سجلنا باقي القيم على النحو التالي: الإحسان بنسبة 02.45%، الشرف بنسبة 02.26%، قيمة العفة بنسبة 2.07%، وقيمة الرحمة بنسبة 0.37% .

وقد نرجع تفسير النسب الغالبة والمرتبطة بالقيم الأخلاقية الإيجابية التي عززها موقع الفايسبوك في أفراد العينة بأن قيمة الصدق التي جاءت بأعلى نسبة هي من أهم معالم المنهج التربوي في التربية الأخلاقية الذي يحمل الناس على تجنب الكذب وقول الحق، هذا الأخير يقوم على الكلمة التي منبتها الدين الإسلامي. وحسب منظور نظريتنا الحتمية القيمية في الإعلام فالصدق هو أعلى قيمة في الرسالة الإعلامية ويعني لسان الحق، لذلك تعزز لدى أفراد العينة، وقد يرجع ذلك أيضا إلى أن الصفحات والمجموعات التي ينتمي إليها أفراد العينة لم يلتصقوا منها أي منشورات تتضمن الكذب أو الإفتراء على نحو المجموعات الخدمانية كالبيع والشراء، وبمجيئ قيمة الأمانة في المرتبة الثانية قد يرجع لكونها القيمة المحورية الشاملة التي تمتلك خاصية ضبط النسق حتى لا ينحرف عن مساره الصحيح فضلا عن أنها تعطي لأي قيمة وزنها الحقيقي وفعاليتها التربوية¹، كما يمكن ربط ذلك بغياب هذه القيمة والحث عليها في الواقع وأنه عن طريق التفاعل مع الأصدقاء الافتراضيين بصفة دائمة انغرست هذه القيم في أفراد العينة، وفي المؤتمر الذي عقد بمدينة أزمير التركية في جانفي 2015 بحضور مدينة الجزائر، تحدث سمير بودينار رئيس مركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية بجدة مركزا على قيمة الأمانة بأنها أساس أخلاق الشأن العام واستشهد على ذلك بقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "لا إيمان من لا أمانة له"، رواه الترميذي²، والركيزة الأساسية التي أدرجها عززي عبد الرحمان في منظور الحتمية القيمية في الإعلام بأن يكون الإتصال دائما حاملا للقيم الروحية التي تدفع بالإنسان إلى الإرتقاء والسمو ويؤكد على أن الرسالة يجب أن تكون هادفة نافعة اذا قامت في اطار أو تصور أو فكر باسم أرضية تشكل المنطق المعرفي للتماسك لا أن تقوم هذه الرسالة باستثارة العواطف والغرائز³، ونفسر النسب المتدنية التي حصلت عليها قيمتي الرحمة والعفة بالرغم من أن قيمة الرحمة من الأخلاق النبوية العظيمة التي لها وزنها في التراحم والتآخي، إلا أنها حازت على هذه النسبة المنخفضة ونلتمس في ذلك أن مكانتها ودورها أصبح يتلاشى ويضمحل لدى أفراد العينة، وقد نرجع ذلك لغياب منشورات ومضامين حول هذه القيمة من قبل أفراد العينة والمستخدمين الآخرين، وهذه النتيجة تؤكد ما توصلنا إليه في الجدول رقم (26) بغياب العضوية في المجموعات الخيرية، أما عن قيمة العفة التي لم

¹ عبد السلام الأحمر: نحو منهجية فعالة للتربية على القيم الأخلاقية، مجلة الإحياء، تصدر عن الرابطة المحمدية للعلماء، المادة متوفرة

على الرابط: <http://www.walihyaa.ma> ، بتاريخ 15/14/2016 ، على الساعة 20:08

² نور الدين صواش: القيم الأخلاقية ، المادة متوفرة على الرابط، <http://www.hiramayazine.co>

بتاريخ 15/14/2016 ، على الساعة 20:08

³ بوعلي نصير وآخرون: م. س. ذ، ص: 49

يعززها موقع الفايسبوك هي الأخرى لدى أفراد العينة فقد نرجعه لكثرة الإختلاط بين الجنسين في موقع الفايسبوك، بحيث أن هذه القيمة أصبحت تتلاشى هي الأخرى تدريجيا وذلك بمجيبى الوسائط التكنولوجية الجديدة ."

➤ نستنتج مبدئيا أن موقع الفايسبوك عزز لدى أفراد العينة قيمتي الصدق في القول والعمل وقيمة الأمانة.

✓ جدول رقم (39): يبين نوع القيم الأخلاقية التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة وعلاقته بنوع الجنس.

المجموع		الجنس				الإجابة	
		أنثى		ذكر			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	نوع القيم الأخلاقية التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة	
16.63	88	<u>15.74</u>	51	<u>18.04</u>	37		
10.96	58	<u>11.41</u>	37	<u>10.24</u>	21	الأمانة	
3.40	18	4.62	15	01.46	03	الوفاء بالعهد	
10.20	54	<u>11.11</u>	36	<u>8.78</u>	18	الحياء	
8.88	47	10.18	33	6.82	14	احترام الذات	
7.75	41	8.02	26	7.31	15	التسامح	
0.37	02	<u>0.61</u>	02	/	/	التراحم	
2.83	15	2.46	08	3.41	07	بر الوالدين	
2.07	11	2.16	07	1.95	04	العفة	
7.37	39	7.71	25	6.82	14	التواضع	
5.29	28	4.62	15	6.34	13	الصبر	
3.21	17	3.70	12	2.43	05	الإخلاص	
3.96	21	3.70	12	4.39	09	الكرم	
2.26	12	2.16	07	2.43	05	الشرف	
2.45	13	1.54	05	3.90	08	الإحسان	
7.56	40	6.48	21	9.26	19	آداب الحوار	
4.72	25	3.70	12	6.34	13	لا لم يعزز	
100	529	100	324	100	205	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يبين نوعية القيم الأخلاقية التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة وعلاقتها بمتغير الجنس، أن المبحوثين من كلا الجنسين عزز موقع الفايسبوك لديهم القيم الأخلاقية والمتمثلة في قيمة الصدق في القول والعمل في المرتبة الأولى وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 18.04% للذكور. و 15.74% لفئة الإناث، وجاءت في المرتبة الثانية قيمة الأمانة لكلا الجنسين من الذكور والإناث بنسبة 10.24% و 11.41% على التوالي، وفي المرتبة الثالثة قيمة الحياء، حيث سجلنا لدى الذكور نسبة مئوية تقدر بـ 8.78% وعند الإناث نسبة مئوية تقدر بـ 11.11%، في حين نلاحظ نسبة منعدمة لدى الذكور في تعزيز قيمة التراحم لديهم عبر موقع الفايسبوك، وعند الإناث كانت أدنى نسبة للذين عزز موقع الفايسبوك لديهم قيمة التراحم وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 0.61%.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين من كلا الجنسين بتعزيز موقع الفايسبوك لديهم القيم الأخلاقية والمتمثلة في قيمة الصدق في القول والعمل، وقيمة الأمانة، وقيمة الحياء، إلى طبيعة الحياة الواقعية التي يعيشها هؤلاء الطلبة والتي قد تفرض عليهم اللجوء إلى هذه الوسائط للاكتساب كل ما يتعلق بهه القيم الأخلاقية، خاصة وأن موقع الفايسبوك يحوي العديد من الآراء والموضوعات التي لا يجدونها في وسائل الإعلام التقليدية ولم تتم تغطيتها بشكل موضوعي ومنظم، ضف إلى ذلك أن جماعات الرفاق الافتراضيين قد يتحلون بهذه الصفات مما يجعلها تتعزز لدى أفراد العينة بالتفاعل معهم سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون، هذا ما قد يفسر لنا تعزيز هذه القيم الأخلاقية لدى أفراد العينة، وقد تعود النسبة المنعدمة التي سجلناها لدى الذكور بعدم تعزيز موقع الفايسبوك لديهم قيمة التراحم والنسبة المنخفضة التي سجلناها لدى الإناث إلى غياب المشاركة في الصفحات والمجموعات التي تدعو لمثل هذه القيم لكلا الجنسين، ضف إلى ذلك أن العلاقات الإجتماعية في العالم الحقيقي وحتى في الأسرة الواحد قد تتميز بالتراحم فيما بينها، هذا ما قد يفسر لنا غياب هذه القيمة الأخلاقية من جهة وانخفاضها من جهة أخرى .

➤ نستنتج أن متغير الجنس لم يؤثر على نوعية القيم الأخلاقية التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة من كلا الجنسين .

✓ جدول رقم (40): يبين مدى تحقيق أفراد العينة للحاجات والرغبات من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك وعلاقته بنوع القيم الأخلاقية المعززة .

المجموع		الحاجات والرغبات المشبعة				الإجابة	القيم الأخلاقية التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك
		لا		نعم			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الإجابة	
16.63	88	16.76	29	16.57	59	الصدق في القول والعمل	
10.96	58	11.56	20	10.67	38	الأمانة	
3.40	18	4.04	07	3.08	11	الوفاء بالعهد	
10.20	54	12.13	21	9.26	33	الحياء	
8.88	47	9.24	16	8.70	31	احترام الذات	
7.75	41	8.67	15	7.30	26	التسامح	
0.37	02	∕	∕	0.56	02	التراحم	
2.83	15	2.89	05	2.80	10	بر الوالدين	
2.07	11	1.15	02	2.52	09	العفة	
7.37	39	8.09	14	7.02	25	التواضع	
05.29	28	2.31	04	6.74	24	الصبر	
3.21	17	2.89	05	3.37	12	الإخلاص	
3.96	21	4.62	08	3.65	13	الكرم	
2.26	12	2.31	04	2.24	08	الشرف	
2.45	13	1.15	02	3.08	11	الإحسان	
7.56	40	6.35	11	8.14	29	آداب الحوار	
04.72	25	5.78	10	4.21	15	لا لم يعزز	
100	529	100	173	100	356	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى النسب سجلناها لأولئك المبحوثين الذين عزز لديهم موقع الفايسبوك قيمة الصدق في القول والعمل، سواء عند الذين يرون أن موقع الفايسبوك يلبي احتياجاتهم ورغباتهم أو عند أولئك الذين يرون أن موقع الفايسبوك غير قادر على تلبية احتياجاتهم، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب 16.57%، 16.76% على التوالي، في حين سجلنا أدنى نسبة لقيمة التراحم لأولئك الذين يلبي موقع الفايسبوك احتياجاتهم ورغباتهم بنسبة تقدر ب 0.56%، بينما سجلنا أدنى نسبة لأولئك الذين لا يلبي موقع

الفايسبوك لديهم حاجياتهم ورغباتهم وعزز لديهم قيمة العفة والاحسان بنسب متساوية قدرت ب 1.15% ولاحظنا بالمقابل نسبة منعدمة لأولئك الذين يلبي موقع الفايسبوك رغباتهم بنسبة مئوية قدرت ب 0.56%.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين عزز موقع الفايسبوك لديهم قيمة الصدق في القول والعمل سواء عند الذين يحصلون على اشباع أو الذين لا يحصلون على اشباع لرغباتهم عبر موقع الفايسبوك، إلى طبيعة الأصدقاء الافتراضيين الذين يتواصلون معهم بتحليلهم بهذه الصفات الأخلاقية النبيلة، ضف إلى ذلك كثرة المنشورات حول هذه القيم بظهورها على صفحة المستخدم ومنه تعزيزها لديه، أما عن قيمة الحياء التي عززها موقع الفايسبوك هي أيضا لدى أولئك المبحوثين الذين يرون أن الموقع لا يحقق لهم رغباتهم، بأن ذلك قد يرجع إلى إلى عضويتهم في الصفحات التي تدعو إلى هذه القيمة، أما الإنخفاض الذي سجلناه لقيمة التراحم فقد يرجع ذلك إلى عدم وجود مجموعات اجتماعية تدعو لغرس هذه القيمة الأخلاقية.

➤ نستنتج أن تلبية الطلبة لاحتياجاتهم عبر موقع الفايسبوك أو عدم تلبيتها لا يؤثر ذلك في نوعية القيم المعززة لديهم .

✓ جدول رقم (41): خاص بالعلاقة بين مدى ثقة أفراد العينة بموقع الفايسبوك وعلاقته بإمكانية حماية قيمنا الأخلاقية المهددة.

المجموع		مدى ثقة أفراد العينة بموقع الفايسبوك				الإجابة الإجابة	
		لا		نعم			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
39	78	35	53	<u>50</u>	25	نعم	امكانية حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك
61	122	<u>65</u>	97	<u>50</u>	25	لا	
100	200	100	150	100	50	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن أعلى نسبة سجلناها لأولئك الذين أجابوا أنه لا يمكن حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك وكما أنهم لا يتقنون في الموقع، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب 65%، في حين سجلنا تساوي في النسب بين أولئك الذين يتقنون في موقع الفايسبوك وبالتالي بإمكانهم

حماية قيمنا الأخلاقية المهدة عبره من جهة، ومن جهة أخرى نسبة أولئك الذين يتقون في موقع الفايسبوك ولا يمكنهم حماية قيمنا الأخلاقية بنسبة مئوية تقدر ب 50% .

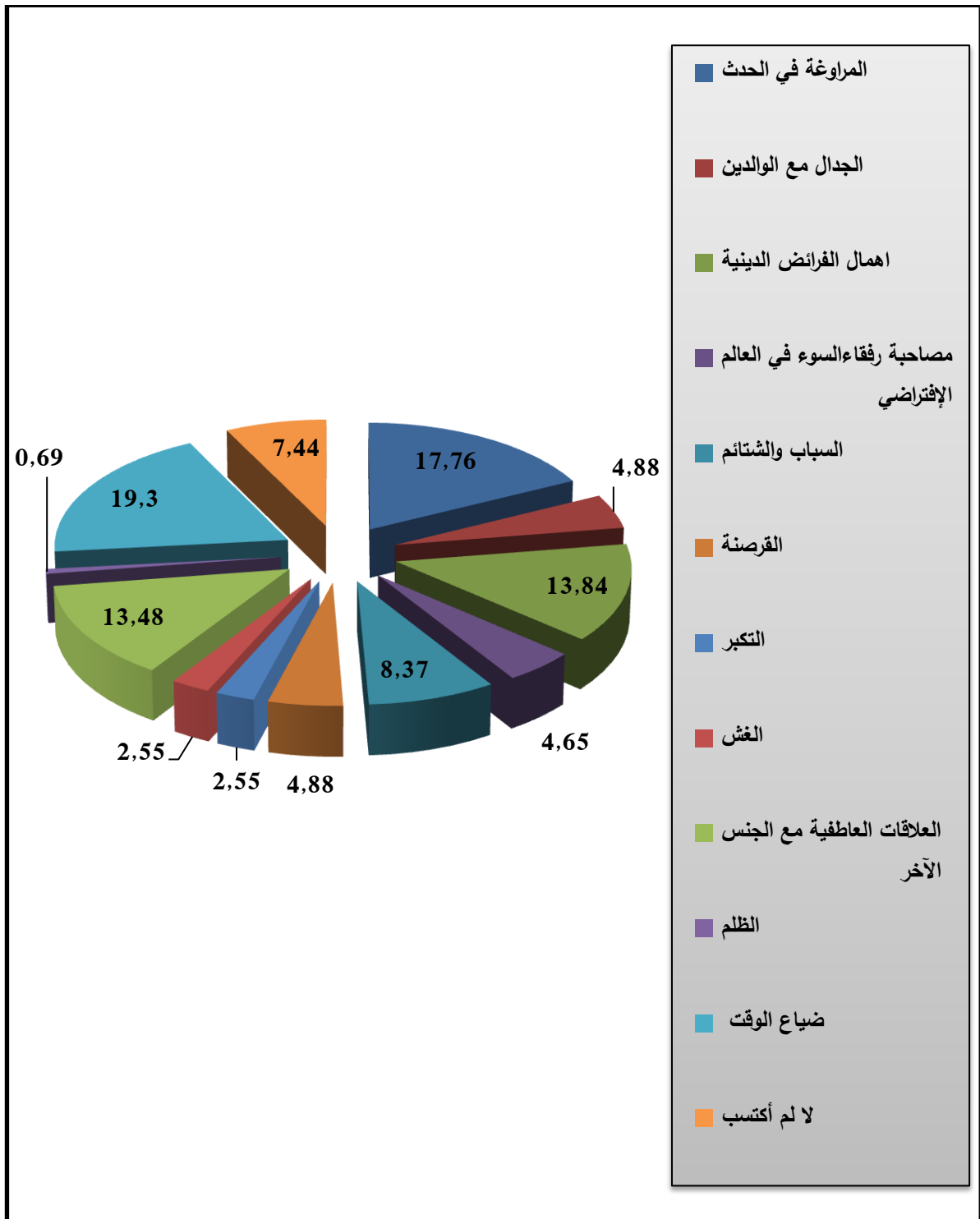
وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لا يتقون في موقع الفايسبوك وبالتالي لا يمكن حماية قيمنا الأخلاقية، إلى أنهم يعتبرون موقع الفايسبوك فضاء ومصدر للمعلومة المضللة واختفاء الهويات، الأمر الذي لا يُمكن من معرفة الأشخاص على حقيقتهم والتواصل معهم ومنه صعوبة حماية قيمنا الأخلاقية في ظل عالم رمزي لا نعرف من نخاطب عبره، في حين قد نرجع تساوي النسب بين الذين أجابوا بأنهم يتقون في موقع الفايسبوك وأنه يمكن حماية قيمنا الأخلاقية وبين أولئك الذين أجابوا بأنهم يتقون في موقع الفايسبوك ولكن لا يمكنهم من حماية قيمنا الأخلاقية، إلى أن ذلك ليست له علاقة بالثقة ولكن قد يرجع للفروقات الشخصية للأفراد وميولاتهم والوقت المتاح لديهم، ضف إلى ذلك اهتمامهم بحماية قيمنا الأخلاقية أم لا .

➤ نستنتج أن دافع ثقة الطلبة أو عدم ثقتهم في موقع الفايسبوك له تأثير على امكانية حماية قيمنا الأخلاقية المهدة عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (42): يوضح امكانية اكتساب أفراد العينة للسلوكيات غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك¹.

النسبة المئوية	التكرار	السلوكيات غير الأخلاقية
<u>17.76</u>	76	المراوغة في الحديث
04.88	21	الجدال مع الوالدين
<u>13.48</u>	58	اهمال الفرائض الدينية
04.65	20	مصاحبة رفقاء السوء في العالم الافتراضي
08.37	36	السياب والشتائم
4.88	21	القرصنة
02.55	11	التكبر
02.55	11	الغش
<u>13.48</u>	58	العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر
<u>0.69</u>	03	الظلم
<u>19.30</u>	83	ضياع الوقت
07.44	32	لا لم أكتسب
100	430	المجموع

* في هذا السؤال كان للمبحوثين أن يختاروا أكثر من اجابة واحدة .



شكل رقم (41) يوضح السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفيسبوك. يمثل الجدول أعلاه السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة اثر استخدامهم موقع الفيسبوك، حيث جاءت القيم الأخلاقية التي أدلى بها المبحوثون على النحو التالي:

احتلت المرتبة الأولى عبارة "ضياع الوقت" نسبة مئوية تقدر بـ 19.30% أي ما يعادل 83 طالب، وفي المرتبة الثانية عبارة "اهمال الفرائض الدينية" بنسبة مئوية تقدر بـ 17.76%، وفي المرتبة الثالثة عبارتي "المراوغة في الحديث" و"العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر" بنسبة قدرت بـ 13.48%، تليها في المرتبة

الرابعة عبارة السباب والشتم بنسبة تقدر بـ 08.37%، تليها عبارة " لا لم أكتسب " بنسبة 07.44%، ثم عبارة " الجدل مع الوالدين " والقرصنة " بنسبة تقدر بـ 04.88%، ثم عبارة " مصاحبة رفقاء السوء في العالم الافتراضي " بنسبة تقدر بـ 04.65%، تليها عبارة " التكبر " و " الغش " بنسبة مئوية تقدر بـ 02.55% وفي المرتبة الأخيرة عبارة " الظلم " بنسبة مئوية تقدر بـ 0.69% .

ونفسر النتائج المتحصل عليها بأن ما يقدم من طرف شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك أثر على الطرح التأسيسي للقيم الأخلاقية لما يطرحه من مشادات وتناقضات كبيرة جدا وعلى استقبال نوعية معينة من الخطابات غير الأخلاقية والوهمية، وما هو شائع اليوم كل السلوكيات غير الأخلاقية يحتذى بها كقيمة تضييع الوقت التي حصلت على أعلى نسبة (19.30%)، وهذا راجع بأن صفحة الفيسبوك صفحة مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا يؤدي بهم إلى هدر الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة، كما أن التجول بين الصفحات والتعليق على المنشورات والإعجاب بها يؤدي إلى تضييع الوقت، وهذه النتيجة تدعم ما توصلنا إليه في الجدول رقم (22) بحياسة المجال الترفيهي لأعلى نسبة كجمال يستهوي أفراد العينة، وقد يعود ذلك أيضا لما رصدته الجرائد الجزائرية مؤخرا من مظاهر سلبية كالتهمك على أشخاص وانتقادهم بطريقة جارحة، وكذا تضييع الوقت خاصة في شهر رمضان، أما عن قيمة الفرائض الدينية التي حازت هي الأخرى الدرجة الثانية (17.67%) بالتركيز على الصلاة التي تعد من أسمى الفرائض الدينية التي أصبحت بلا قيمة هي الأخرى لدى أفراد العينة الذي صرحوا بذلك، وذلك يرجع إلى التحدث مع الأصدقاء بصفة متواصلة الأمر الذي يمنعهم للقيام بهذه الفريضة إثر سماعهم الأذان، كما أن صفحة الفيسبوك صفحة مغرية جدا ناهيك عن السباب والشتم الذي أصبح مباح عبر هذا الموقع فليس هناك سبب من الأسباب يبيح للشخص أن يرمي غيره بكلمات غير أخلاقية على نحو الكذب والافتراء مهما كانت الأسباب والمبررات، ونرجع غرس هذا السلوك لدى أفراد العينة للحرية التي يتمتعون بها عبر هذا الموقع، فالرسالة الإعلامية تهدف إلى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض للفكر قد يحمل في طياته أضرار ظاهرة أو خفية وتكون مجرد " لغو " لا ينفع ولا يضر، وقد أرسى القرآن الكريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى: " يُصَلِّحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ، وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا "سورة الأحزاب الآية 71.

كما صرح أفراد العينة بأقامتهم علاقات مع الجنس الآخر وهو سلوك مذموم نهى عنه الدين الإسلامي فالأشخاص عبر موقع الفيسبوك تكون افتراضية وقد تكون حقيقتها مغايرة تماما لما تعرف به على أرض الواقع، فهؤلاء المراهقات قد يصبحن ضحايا لشبكات النصب والاحتيال وهذه الظواهر والتصرفات انغرست في سلوكيات أفراد العينة، وأصبحت صفحات الفيسبوك عبارة عن مباراة بين الشباب لمن يخترع الغريب والجديد من الألفاظ ليحصل على متابعين أكثر، وقد سجلنا في المرتبة الأخيرة قيمة الظلم وقد يرجع ذلك بأن هذا السلوك غير متقشي بين أفراد العينة، وقد يرجع كذلك للتنشئة الاجتماعية الجيدة والحصينة التي تربوا عليها.

➤ نستنتج أن السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة تتمثل في: ضياع الوقت، اهمال الفرائض الدينية، المراوغة في الحديث، العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر.

✓ جدول رقم (43): يبين السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس .

المجموع		الجنس				الإجابة	
		أنثى		ذكر		الإجابة	
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
17.67	76	17.66	47	<u>17.68</u>	29	المراوغة في الحديث	السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك
4.88	21	5.63	15	3.65	06	الجدال مع الوالدين	
13.48	58	11.65	31	16.46	27	اهمال الفرائض الدينية	
4.65	20	5.63	15	3.04	05	مصاحبة رفقاء السوء في العالم الافتراضي	
8.37	36	9.39	25	6.70	11	السياب والشنائم	
4.88	21	4.51	12	5.48	09	القرصنة	
2.55	11	2.63	07	2.43	04	التكبر	
2.55	11	1.50	04	4.26	07	الغش	
%13.48	58	11.27	30	17.07	28	العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر	
%0.69	03	<u>0.75</u>	02	<u>0.60</u>	01	الظلم	
%19.30	83	<u>20.30</u>	54	<u>17.68</u>	29	ضياع الوقت	
%7.44	32	9.02	24	4.87	08	لا لم أكتسب	
%100	430	100	266	100	164	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يبين السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، بتسجيلنا أعلى نسبة لدى فئة الذكور الذين اكتسبوا سلوك المراوغة في الحديث، وكذا سلوك ضياع الوقت عبر موقع الفايسبوك، وذلك بنسبة مئوية متساوية قدرت بـ 17.68%، بينما فئة الإناث فقد سجلنا أعلى نسبة لديهم باكتسابهن سلوك المراوغة في الحديث عبر الفايسبوك بنسبة مئوية تقدر بـ 20.30%، في حين سجلنا أدنى نسبة في الجدول المبين أعلاه للمبحوثين من كلا الجنسين الذين اكتسبوا سلوكيات غير أخلاقية والمتمثلة في الظلم، من الذكور والإناث بنسبة مئوية تقدر بـ 0.60% و 0.75% على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة الذكور باكتسابهم سلوك المراوغة في الحديث عبر موقع الفايسبوك، بأن هذه الفئة قد تجد ما يلبي رغباتها من خلال مختلف المجموعات المتاحة عبر الموقع والتي لاتجدها في العالم الواقعي. وذلك بالتعبير عما يجول بخاطرهم بكل حرية من خلال رسم أحداث خيالية واطلاعها على أصدقائهم المتفاعلين معهم، فكل ما يقال عبر هذا الموقع الافتراضي قد يصدق ولو كان كذبا، لأن الشخص المتفاعل معه وهمي، ضف إلى ذلك أن الذكور بصفتهم يحبذون المراوغة في التفاخر واعلاء شأنهم خاصة لدى الجنس الآخر. وبالتالي تضييع الوقت بالتجوال عبر صفحات الموقع والتعرف على كل ما هو جديد مما قد يدفع بهم إلى التشوق والبحث لما هو موجود في هذا العالم والانتقال من رابط لآخر ومن صفحة لأخرى لتصفح الصور والفيديوهات، أما تفسيرنا لفئة الاناث باكتسابهم سلوك المراوغة في الحديث بأنهن قد يجدن ما يشبع رغباتهن عبر هذا الموقع في كل المجالات، خاصة في الأمور العاطفية بعدم ايجاد الحرية لمناقشتها في العالم الحقيقي، ضف إلى ذلك أن الفئة العمرية من [18 . 22] تمثل فترة الحيوية والنشاط الأمر الذي يجعلهن يعتقدن أن هذا السلوك هو موضحة العصر، فمن خصائص القيم الأخلاقية هي الدينامية التي تعني تغير القيمة من فترة زمنية إلى أخرى حسب محور اهتمام الفرد لها، وما يدعم ذلك استخدامهن للاسماء المستعارة (نتيجة الجدول رقم 16) بتقديم أنفسهن على أساس أنهن من ولاية غير ولايتهن، أو دولة غير التي يقطنون بها باسم لا يعرفه أحد، وهذا ما قد يفسر لنا اكتساب أفراد العينة من الاناث لسلوك المراوغة في الحديث. وقد يعود انخفاض نسبة المبحوثين من كلا الجنسين الذين اكتسبوا سلوك الظلم، للفهم الخاطئ لبعض المنشورات التي قد تسيئ اليهم أو عدم تبنيهم لهذا السلوك غير الأخلاقي.

➤ نستنتج أن متغير الجنس أثر على اكتساب الطلبة من كلا الجنسين للسلوكيات غير أخلاقية عبر موقع الفيسبوك بحيث أن الذكور اكتسبوا سلوك المراوغة في الحديث بالإضافة لسلوك ضياع الوقت، في حين اكتسبت الاناث سلوك المراوغة في الحديث فقط.

✓ جدول رقم (44): يبين العلاقة بين مدى تفضيل الصداقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك وعلاقته باكتساب السلوكيات القيمية غير الأخلاقية.

المجموع		مدى تفضيل الصداقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك				الإجابة الإجابة	
		لا		نعم			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
17.76	76	16.17	33	<u>19.02</u>	43	المراوغة في الحديث	السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك
4.88	21	6.37	13	3.53	08	الجدال مع الوالدين	
13.48	58	9.31	19	17.25	39	اهمال الفرائض الدينية	
04.65	20	4.90	10	4.42	10	مصاحبة رفقاء السوء في العالم الافتراضي	
8.37	36	9.80	20	7.07	16	السباب والشتائم	
4.88	21	3.43	07	6.19	14	القرصنة	
2.55	11	2.45	05	2.65	06	التكبر	
2.55	11	1.96	04	3.09	07	الغش	
13.48	58	16.17	33	11.06	25	العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر	
0.69	03	<u>0.49</u>	01	<u>0.88</u>	02	الظلم	
19.30	83	<u>19.60</u>	40	<u>19.02</u>	43	ضياع الوقت	
7.44	32	9.31	19	5.75	13	لا لم اكتسب	
100	430	100	204	100	226	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه، والذي يوضح مدى تفضيل أفراد العينة للصداقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك وعلاقته باكتساب سلوكيات غير أخلاقية، بأن الذين يفضلون الصداقات الافتراضية عبر الفايسبوك اكتسبوا سلوكيات غير أخلاقية تجسدت في المراوغة في الحديث وكذا سلوك ضياع الوقت وهذا بنسب متساوية قدرت بـ 19.02%، بينما أولئك المبحوثين الذين لا يفضلون الصداقات الافتراضية اكتسبوا سلوك غير أخلاقي تجسد في ضياع الوقت بنسبة مئوية قدرت بـ 19.60%، في حين سجلنا أدنى نسبة لكلا

المبحوثين الذين يفضلون الصداقات الافتراضية، وأولئك الذين يفضلون الصداقات على أرض الواقع واكتسبوا سلوك الظلم، بنسبة مئوية قدرت بـ 0.88%، 0.49% على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يفضلون العلاقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك اكتسبوا سلوك المراوغة في الحديث وكذا سلوك ضياع الوقت إلى أن خصوصية الموقع في حد ذاته والتي يتميز بهامن خلال اخفاء الهوية ما يسمح بالكذب والافتراء عن كل مايرغبون به دون وجود معيار يحتكمون به عبر هذا الموقع لتجنب الكذب وتضييع الوقت، وتفسيرنا للمبحوثين الذين يفضلون الصداقات الحقيقية واكتسبوا سلوك تضييع الوقت، بأنهم لا يتأثرون بالأصدقاء عبر هذا الموقع بقدر ما يتأثرون بالسلمات التي أتاحتها والتي قد تلفت انتباه المستخدم وانجذابه اليها، مما قد يجعلهم يقبلون عليها بشكل دائم اليها على حساب العالم الحقيقي . وقد يعود الإنخفاض الذي سجلناه لدى كلا الجنسين باكتسابهم سلوك الظلم سواء الذين يفضلون العلاقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك أو الذين يفضلون العلاقات الحقيقية إلى التربية الحصنية والجيدة التي تربوا عليها مما قد يفسر هذا الإنخفاض.

نستنتج أن المبحوثين الذين يفضلون العلاقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك أو الذين يفضلون العلاقات الحقيقية على أرض الواقع أثر ذلك في اكتسابهم لسلوكيات غير أخلاقية عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (45): يبين العلاقة بين اكتساب أفراد العينة للسلوكيات غير الأخلاقية وهوية الدخول لموقع الفايسبوك .

المجموع		هوية الدخول لموقع الفايسبوك				الإجابة	
		الإسم المستعار		الإسم الحقيقي			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الإجابة	
17.76	76	15.94	37	<u>19.69</u>	39	المراوغة في الحديث	السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك
4.88	1	5.17	12	4.54	09	الجدال مع الوالدين	
13.48	58	15.94	37	10.60	21	اهمال الفرائض الدينية	
04.65	20	6.03	14	3.03	06	مصاحبة رفقاء السوء في العالم الافتراضي	
08.37	36	9.91	23	6.56	13	السباب والشتم	
4.88	21	5.17	12	4.54	09	القرصنة	
2.55	11	2.58	06	2.52	05	التكبر	
2.55	11	1.72	04	3.53	07	الغش	
13.48	58	12.5	29	14.64	29	العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر	
0.69	03	<u>0.86</u>	02	<u>0.50</u>	01	الظلم	
19.30	83	<u>18.53</u>	43	<u>20.20</u>	40	ضياع الوقت	
7.44	32	5.60	13	9.59	19	لا لم أكتسب	
100	430	100	232	100	198	اجمالي العينة	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يبين العلاقة بين اكتساب أفراد العينة لسلوكيات غير أخلاقية وهوية الدخول للموقع، أن اللبحوثين الذين يفضلون الدخول بهوية حقيقية عبر موقع الفايسبوك اكتسبوا سلوكيات غير أخلاقية تجسدت في سلوك المراوغة في الحديث وسلوك ضياع الوقت، وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 19.69%، و 20.20% على التوالي، بينما أولئك اللبحوثين الذين يفضلون الدخول بهوية مستعارة عبر موقع الفايسبوك، يرون أنهم اكتسبوا سلوك غير أخلاقي تمثل في ضياع الوقت، في حين سجلنا أدنى نسبة لأولئك الذين اكتسبوا سلوك الظلم سواء لفئة اللبحوثين الذين يدخلون بهوية حقيقية أو الذين يدخلون بهوية مستعارة وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 0.50% و 0.86% على التوالي.

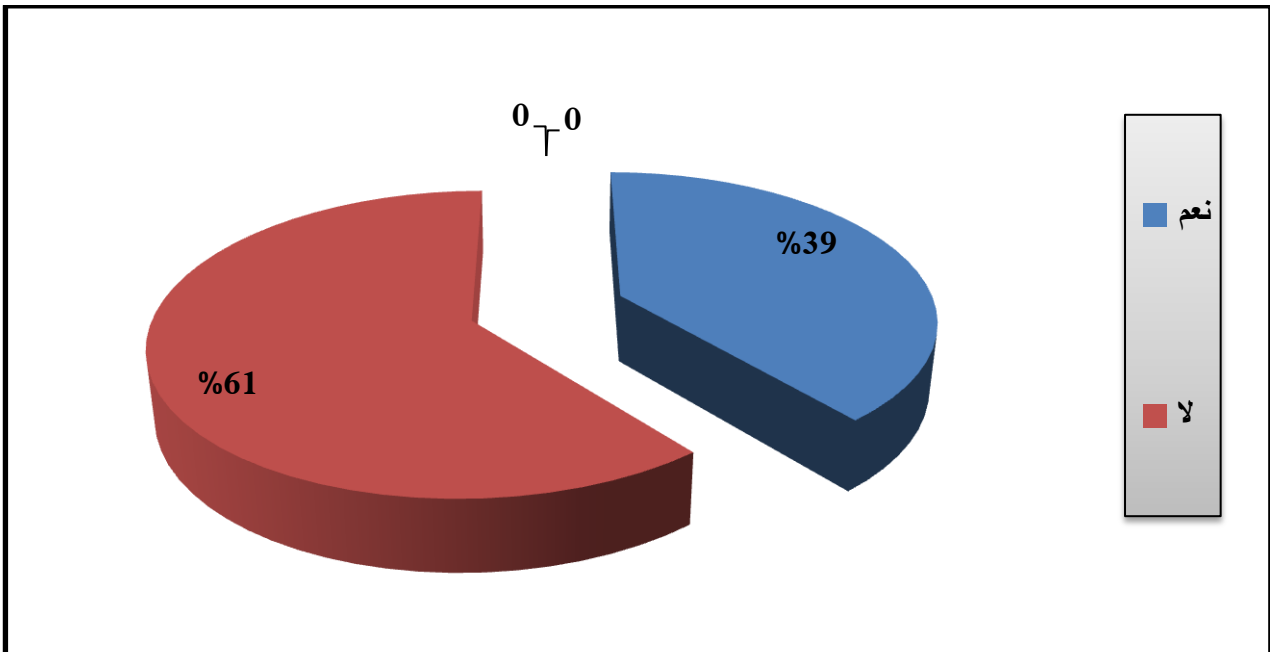
وقد يعود ارتفاع نسبة اللبحوثين الذين يدخلون بأسماء حقيقية عبر موقع الفايسبوك واكتسبوا سلوك ضياع الوقت وسلوك المراوغة في الحديث، إلى شخصية اللبحوث في حد ذاتها الذي يتحلّى بهذا السلوك

غير الاخلاقي الذي اكتسبه في الواقع الحقيقي، وباستعماله للفيسبوك وجد مجالا أكثر حرية لترسيخه، كما قد يرجع للأفراد المتعامل معهم عبر الموقع الذين تنغرس فيهم سلوكيات الكذب وملئ أوقاتهم بالتجوال في الموقع من رابط إلى رابط مما يآثر على المبحوثين اثر التعامل مع هؤلاء الأصدقاء، ضف إلى ذلك أن بيئة الفيسبوك لا تتقيد بقانون يمنع اكتساب هذه السلوكيات، ونفسر نسبة الطلبة الذين يلجأون للموقع بهوية مستعارة واكتسبوا سلوك ضياع الوقت، بأن الفيسبوك عالم تخيلي يتيح كل المصادر والمعلومات التي يحتاجها الفرد من مجموعات فنانين، وصفحات للموضة، ومعرفة أصدقاء من مختلف دول العالم، الأمر الذي يجعلهم يستعملون أسماء مستعارة والتنقل من صفحة إلى أخرى دون أن يعرف الآخرين هويتهم، وقد يعود انخفاض نسبة المبحوثين الذين اكتسبوا سلوك الظلم سواء لفئة المبحوثين الذين يدخلون بأسماء حقيقية أو بأسماء مستعارة إلى التربية والتنشئة الإجتماعية التي صقلوا عليها منذ الصغر والتي تفرض تعليم الأبناء. ضف إلى ذلك أن أبناء المجتمع الجزائري يبنذون هذا السلوك نظرا لطبيعة المجتمع المحافظة.

➤ نستنتج أن هوية الدخول لموقع الفيسبوك سواء باسم حقيقي أو باسم مستعار أثرت على اكتساب الطلبة لسلوكيات غير أخلاقية عبر الموقع.

✓ جدول رقم (46): مدى توافق الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفيسبوك مع قيمنا الأخلاقية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>39</u>	78	نعم
<u>61</u>	122	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (42) مدى توافق الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفيسبوك مع قيمنا الأخلاقية.

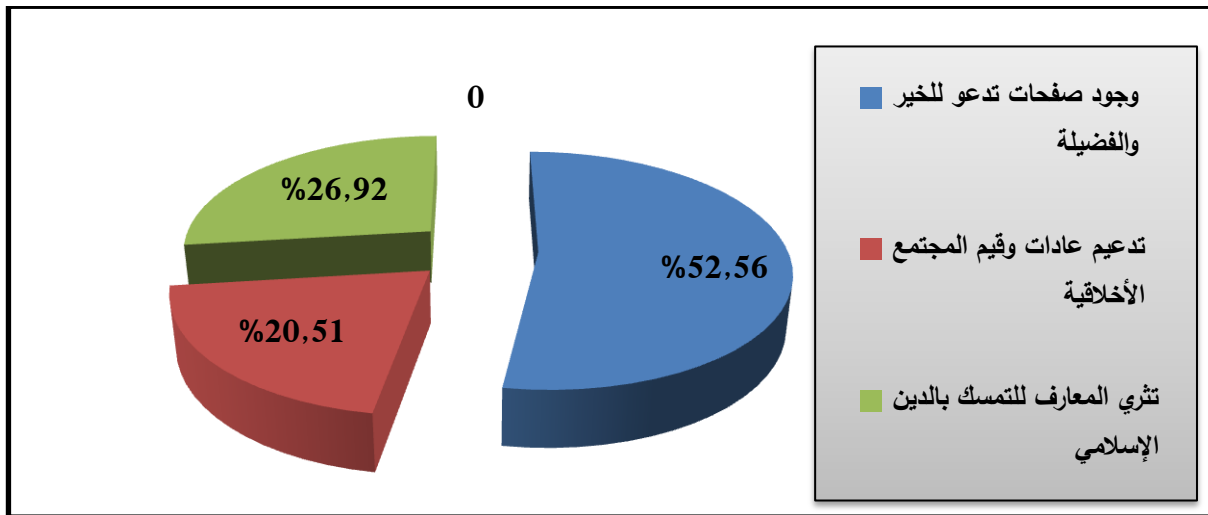
قراءة المعطيات الكمية في الجدول أعلاه يبين لنا أن 61% من المبحوثين صرحوا بعدم توافق ما ينشر من معلومات وصور عبر موقع الفايسبوك مع قيمنا الأخلاقية، وقد أجابت النسبة المتبقية من الطلبة أي ما يمثل 39 مفردة من مفردات الدراسة (39%) أن ما يعرض عبر الموقع في مجمله يتوافق وقيمنا الأخلاقية .

وقد تعكس هذه النتيجة ما توصلنا اليه في الجدول رقم (31) من انتشار سلوكيات لا أخلاقية، وهذا بطبيعة الحال قد يخص الأشخاص المراهقين حيث يجدون في هذا الموقع مكانا خاصا بعيدا عن الرقابة الإجتماعية، وكذا الدردشة مع أصدقاء غرباء ماقد يسمح لهم بنشر ما لا يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري الأخلاقية، أما الطلبة الذين نفوا احتواء صفحات الفايسبوك على سلوكيات غير سوية قد نرجع ذلك بأن موقع الفايسبوك بات يضطلع مؤخرا بمهمة اعداد الأفراد وتنشئتهم وكذا اكتساب عادات وسلوكيات صحيحة وتعزيز الثقة التامة بمقومات الأمة الإسلامية من خلال التشاور في أمور أخلاقية بالوعظ والإرشاد، ما يساهم في الحفاظ على منظومة القيم الأخلاقية.

➤ نستنتج مبدئيا أن ما يعرض عبر موقع الفايسبوك لا يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري الأخلاقية ويتنافى مع ديننا الحنيف.

✓ جدول رقم (47): يوضح أسباب موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر الفايسبوك تمثل قيمنا الأخلاقية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>52.56</u>	41	وجود صفحات تدعو للخير والفضيلة
<u>20.51</u>	16	تدعيم عادات وقيم المجتمع الأخلاقية
26.92	21	تثري المعارف للتمسك بالدين الإسلامي
100	78	المجموع



شكل رقم (43) يوضح أسباب موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر الفيسبوك تمثل قيمنا الأخلاقية.

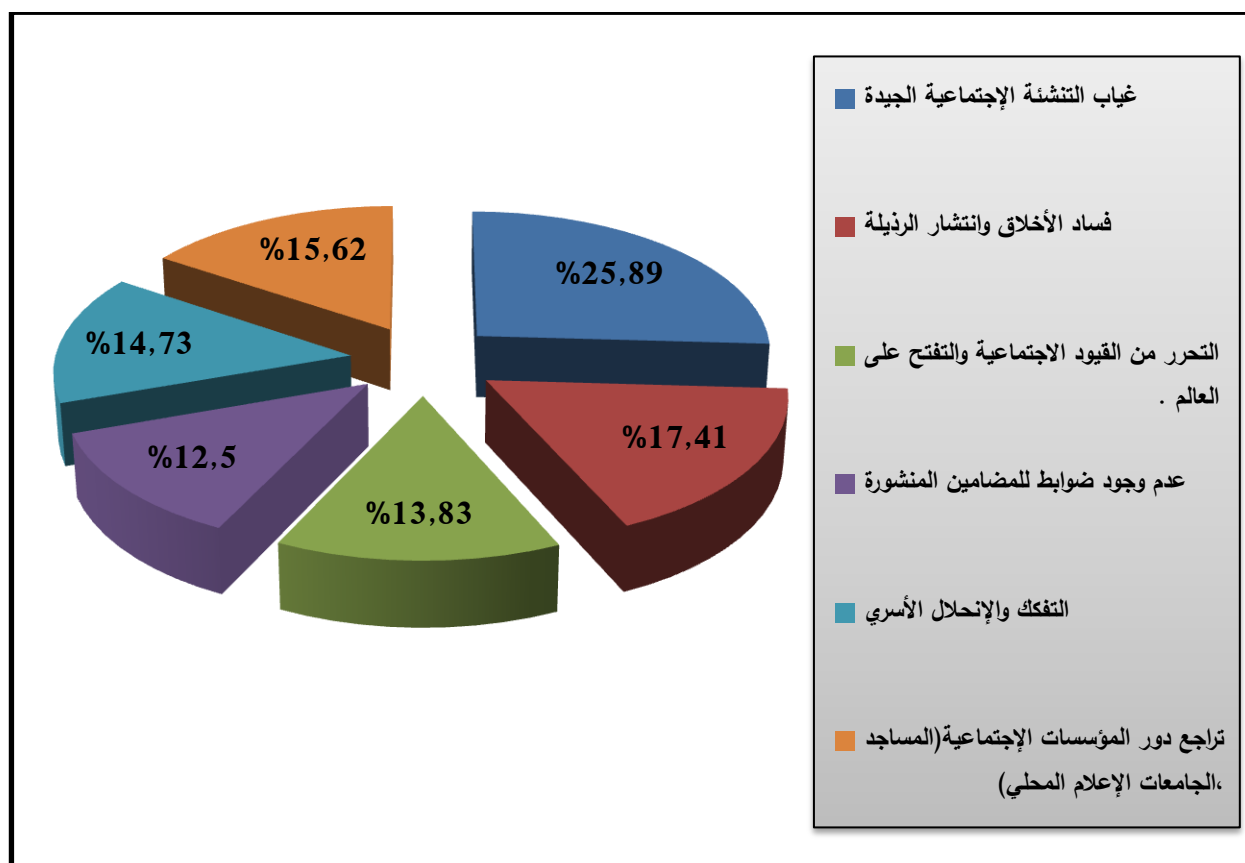
تعتبر اجابات الباحثون عن أسباب موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المتداولة عبر موقع الفيسبوك تتوافق وقيمنا الأخلاقية، حيث صرح 52.56% من الباحثين إلى أن ذلك راجع لوجود صفحات تدعو للخير والفضيلة بالدرجة الأولى، وفي الدرجة الثانية وجود صفحات تثري المعارف للتمسك بالدين الإسلامي بنسبة 26.92%، وبدرجة أخيرة عبر 20.51% من الطلبة عن وجود صفحات تدعو لتدعيم عادات وقيم المجتمع الأخلاقية .

ويمكن تفسير رأي أغلبية الباحثين، إلى وجود العديد من المجموعات المنتشرة عبر موقع الفيسبوك التي تحمل في مضامينها مرجعيات فكرية للتمسك بالقيم الأخلاقية والمشاركين بها، وتأثيرها برز مع الدرجة التي منحها لها أفراد العينة ومن بين هذه المجموعات نذكر: مجموعة أمة الإسلام، سلسلة النور ثورة الأخلاق، وللأسرة الدور أيضا في تدعيم عادات المجتمع الأخلاقية، في حين يمكن ارجاع أقل نسبة للذين صرحوا بوجود صفحات تثري المعارف للتمسك بالدين الإسلامي إلى قلة الإقبال على هذه الصفحات من قبل أفراد العينة وعدم الإطلاع عليها.

➤ ونستنتج من خلال نتائج الجدول بأن الصفحات والمجموعات التي تجذب أفراد العينة هي تلك التي تدعو لنشر الخير والفضيلة.

✓ جدول رقم (48): يبين أسباب عدم موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفيسبوك تتوافق مع قيمنا الأخلاقية¹.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>25.89</u>	58	غياب التنشئة الإجتماعية الجيدة
17.41	39	فساد الأخلاق وانتشار الرذيلة
13.83	31	التحرر من القيود الاجتماعية والتفتح على العالم
<u>12.5</u>	28	عدم وجود ضوابط للمضامين المنشورة
14.73	33	التفكك والانحلال الأسري
15.62	35	تراجع دور المؤسسات الإجتماعية(المساجد،الجامعات الإعلام المحلي)
100	224	المجموع



شكل رقم (44) يوضح أسباب عدم موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفيسبوك تتوافق مع قيمنا الأخلاقية.

* في هذا السؤال كان للمبحوثين أن يختاروا أكثر من اجابة واحدة .

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه والذي يبين أسباب عدم موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك تتعارض مع قيمنا الأخلاقية، بسجلنا لأعلى نسبة لعبارة " غياب التنشئة الإجتماعية الجيدة " وهذا بنسبة مئوية تقدر بـ 25.89%، تليها عبارة " فساد الأخلاق وانتشار الرذيلة " بنسبة تقدر بـ 17.41%، تليها عبارة " تراجع دور المؤسسات الإجتماعية "، بنسبة مئوية تقدر بـ 15.62%، ثم عبارة " التفكك والانحلال الأسري " بنسبة 14.73%، ثم عبارة " التحرر من القيود الإجتماعية والتفتح على العالم "، ثم عبارة عدم وجود ضوابط للمضامين المنشورة على الموقع " بنسبة مئوية تقدر بـ 12.5% .

وتفسير النسبة الغالبة من المبحوثين الذين أجابوا إلى أن غياب التنشئة الإجتماعية الجيدة هو السبب من وراء هذا النشر غير الأخلاقي، إلى أن ذلك قد يرجع إلى غياب التربية السليمة وانعدام رقابة الأولياء لأبنائهم جراء الإستخدام السيئ لموقع الفايسبوك، فقد ذكر الدكتور محمد عبد اللطيف خليفة بأن الأسرة أصبحت لا تؤدي دورا كما ينبغي أن يكون وبالشكل الصحيح حيث كشفت العديد من الدراسات على أن أساليب التنشئة الإجتماعية السائدة في العديد من الدول العربية أخرجت أجيالا عديمي الثقة في أنفسهم كثيري التمرد، ما يؤدي إلى استعمال هذه التكنولوجيات الحديثة وعلى رأسها الفايسبوك لتفريغ الشحن السلبية¹، فعدم قيام الأسرة بواجباتها في هذه المرحلة الحرجة من حياة الطفل يعود عليه بالسلب في شبابه من خلال التعلق بالوسيلة التي تشبع عاطفته، وقد سجلنا في المرتبة الأخيرة غياب الرقابة على المضامين المنشورة لأن في رأينا أن المستخدم هو المتحكم في ما ينشره من مضامين.

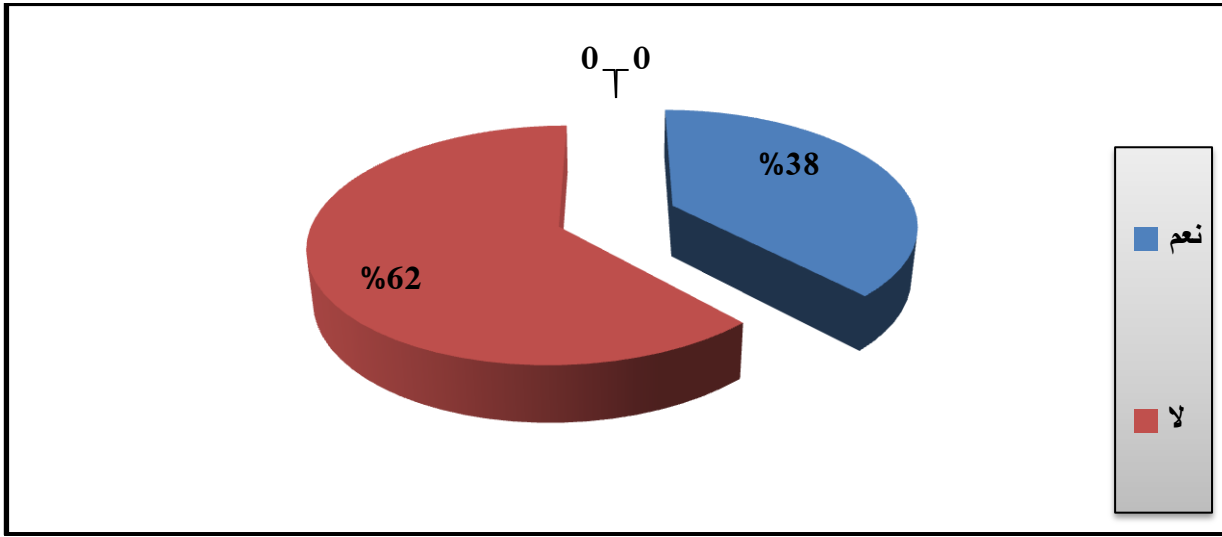
نستنتج أن السبب الأول في نشر مضامين غير أخلاقية عبر موقع الفايسبوك يرجع بالدرجة الأولى إلى غياب الدور الفاعل لمؤسسات التنشئة الإجتماعية .

¹ محمد عبد اللطيف خليفة: عقبات تربية وتنمية قيم المواطنة في العالم العربي، المؤتمر الجزائري المصري الأول حول قيم المواطنة في العالم العربي، بجامعة العربي بن مهيدي، بولاية أم البواقي (الجزائر)، يومي 08،09 مارس 2016

✓ المحور الرابع: الفايسبوك وتأثيره على القيم الأخلاقية.

✓ جدول رقم (49): يبين امكانية نشر أفراد العينة لتعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	76	<u>38</u>
لا	124	<u>62</u>
المجموع	200	100



شكل رقم (45) يوضح امكانية نشر أفراد العينة لتعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك.

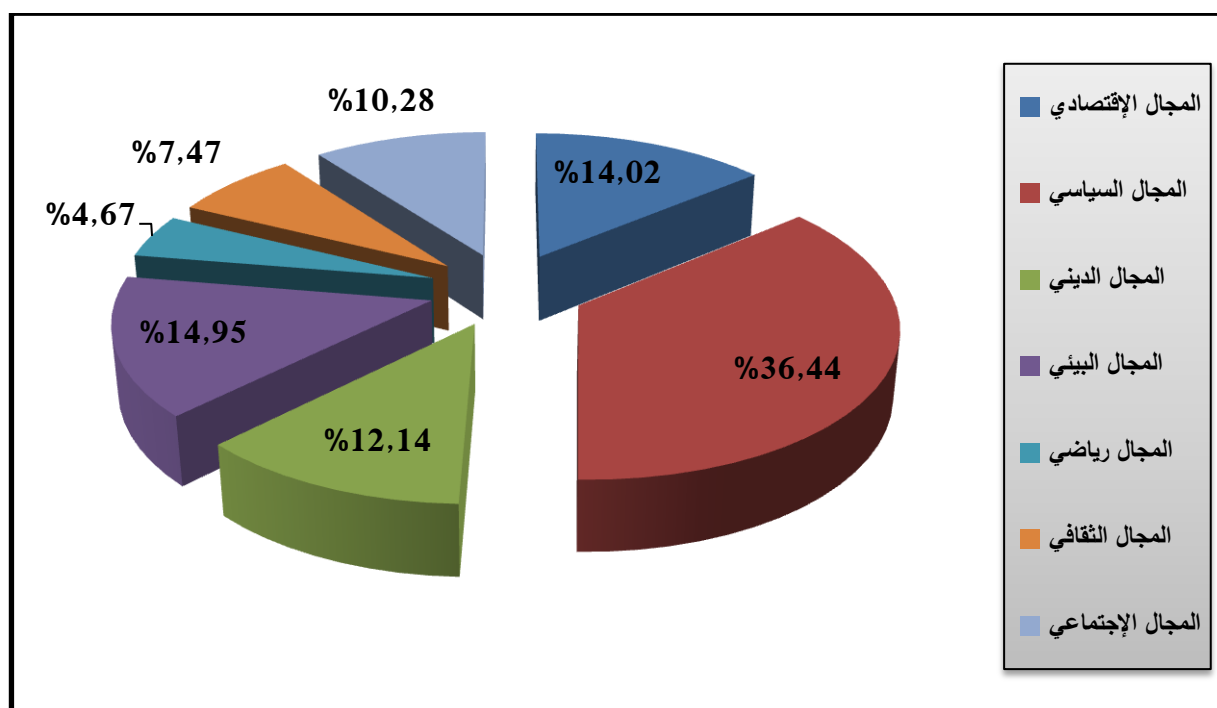
تبين معطيات الجدول أن 124 مفردة من مفردات الدراسة أي ما نسبته 62% لا ينشرون تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين، وأن نسبة 38% يشاركون في نشرها.

حيث نلاحظ ارتفاع نسبة المبحوثين الذين أجابوا عن عدم نشرهم للتعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء من الآخرين، وقد يعود ذلك لعدم اهتمامهم بهذه التعليقات والمجموعات التي تنشرها، ضف إلى ذلك أن هذه الفئة قد تعلم أن السخرية والإستهزاء صفتان مذمومتان نهى عنهما الدين الإسلامي، ويمكن تفسير ذلك أيضا بأن هؤلاء الأفراد بحكم استخدامهم للفايسبوك لمدة طويلة مما يجعلهم ينتمون لمجموعات تدعو للخير الفضيلة (نتائج الجدول رقم 47)، وبالتالي عدم نشرهم لمثل هذه القيم غير الأخلاقية، مقابل ذلك أجاب نسبة معتبرة من المبحوثين عن تفضيلهم لهذا النشر، وقد يرجع ذلك لحرية التعبير والتفاعلية التي منحها موقع الفايسبوك لكل مستخدم مما قد يسمح لهم بإبداء رأيهم دون قيد أو رقابة.

➤ نستنتج أن أغلبية أفراد العينة ينشرون تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء من الآخرين عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (50): مجالات نشر التعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	المجالات
14.02	15	المجال الإقتصادي
<u>36.44</u>	39	المجال السياسي
12.14	13	المجال الديني
14.95	16	المجال البيئي
<u>04.67</u>	05	المجال رياضي
7.47	08	المجال الثقافي
10.28	11	المجال الإجتماعي
100	107	المجموع



شكل رقم (46) يوضح مجالات نشر التعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك.

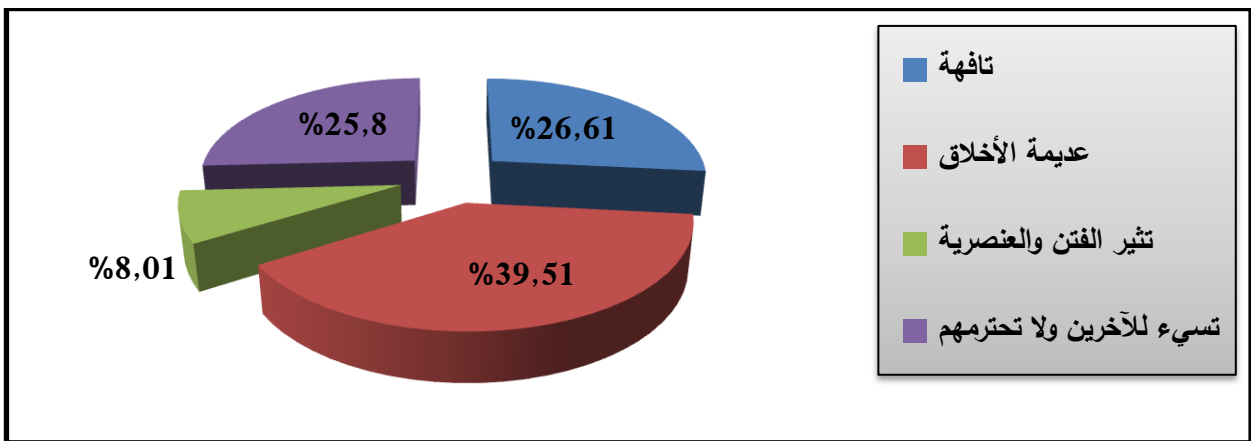
يوضح الجدول مجالات الإستهزاء والسخرية التي ينشرها أفراد العينة من خلال تعليقاتهم، إذ تبين لنا نتائج الجدول حيازة المجال السياسي لأعلى نسبة حيث قدرت بـ 36.44%، يليها المجال البيئي بنسبة 14.95%، ثم المجال الإقتصادي بنسبة 14.01%، يليه المجال الإجتماعي، فالثقافي، فالرياضي على النحو التالي 10.28%، 7.47%، 4.67% .

ونفسر حيازة المجال السياسي لأعلى نسبة والتي بلغت 36.44% من اجمالي تكرارات النسبة المئوية بأن ذلك قد يرجع للأوضاع التي يعيشها مجتمعنا الجزائري حاليا، سواء على المستوى الداخلي من تزوير محسوبة، فساد النظام، ظهور الإرهاب، ومنه التخوف من الفوضى مثل ما حدث مع البلدان العربية الشقيقة ما يجعل أفراد العينة غير راضين عن هذا الوضع القائم وبالتالي اللجوء لموقع الفايسبوك الذي يعد أرضية خصبة للتعبير وابداء الرأي بغض النظر عن الإساءة التي تخلفها، وهذا ما قد يفسر لنا اختياره كأفضل أرضية للتعليق، وقد احتل المجال الرياضي المرتبة الأخيرة على اعتبار أنه لا يستهوي أفراد العينة كثيرا لأن أغلبية أفراد عينتنا من الإناث.

➤ وتأسيسا على ذلك نستنتج أن أغلبية أفراد العينة أجمعوا على أن المجال السياسي هو المفضل لنشر التعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (51): آراء أفراد العينة في المجموعات التي تنشر تعليقات السخرية والإستهزاء عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
26.61	33	تافهة
<u>39.51</u>	49	عديمة الأخلاق
<u>8.01</u>	10	تثيير الفتن والعنصرية
25.80	32	تسيء للآخرين ولا تحترمهم
100	124	المجموع



شكل رقم (47) آراء أفراد العينة في المجموعات التي تنشر تعليقات السخرية والإستهزاء عبر موقع الفايسبوك.

يوضح الجدول أعلاه موقف أفراد العينة في المجموعات التي تقوم بنشر تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين، حيث صرحوا بأغلبيتهم بعدم نشرهم لمثل هذه التعليقات، وبالتالي تركنا لهم سؤال مفتوح بابداء آرائهم حول هذه المجموعات، وقد أجمع أغلبيتهم بنسبة تقدر بـ 39.51% أن هذه المجموعات عديمة الأخلاق، وصرح البعض الآخر بنسبة تقدر بـ 26.61% أن هذه المجموعات تافهة، كما أجاب البعض بأنها تسيئ للآخرين ولا تحترمهم وذلك بنسبة 25.80%، والنسبة الأخيرة لعبارة " تثير الفتن والعنصرية " فقد سجلنا ما يعادل 8.01% .

وقد نفسر النسبة الغالبة من إجابة أفراد العينة أن هذه المجموعات عديمة الأخلاق، بأن ذلك قد يرجع لكون أفراد العينة قد استخدموا موقع الفيسبوك لمدة زمنية الأمر الذي جعلهم يلاحظون وجود مجموعات تستغل نشر هذه التعليقات لخدمة أغراض وأهداف خفية قد تمس حتى تعاليم الدين الإسلامي، وقد ينظم إليها العديد من أفراد المجتمع الجزائري، وحسب اجابة أفراد العينة فإن هذه المجموعات باسم التسلية وتمضية الوقت (نتائج الجدول رقم 22) قد يلجأون للانضمام لهذه المجموعات وبالتالي عبروا عنها بأنها عديمة الأخلاق، بالمقابل سجلنا نسبة ضئيلة من الأفراد الذين اعتبروها مجرد اثاره للفتن العنصرية وربما ذلك قد يرجع لملاحظتهم ما ينشر من هذه التعليقات لاثارة العنصرية والفتنة مؤخرًا.

➤ ونستنتج أن هذه المجموعات التي تقوم بالسخرية بالآخرين عبر موقع الفيسبوك يعتبرها أغلبية أفراد العينة أنها عديمة الاخلاق بالدرجة الأولى.

✓ جدول رقم (52): يبين مدى نشر أفراد العينة لتعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفيسبوك حسب نوع السن.

المجموع		السن						الإجابة	
		28 فما فوق		من 23 . 27		من 18 . 22			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الإجابة	
38	76	<u>100</u>	4	33	19	38	53	نعم	امكانية نشر تعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين
62	124	/	/	<u>67</u>	39	<u>62</u>	85	لا	
100	200	100	04	100	58	100	138	اجمالي العينة	

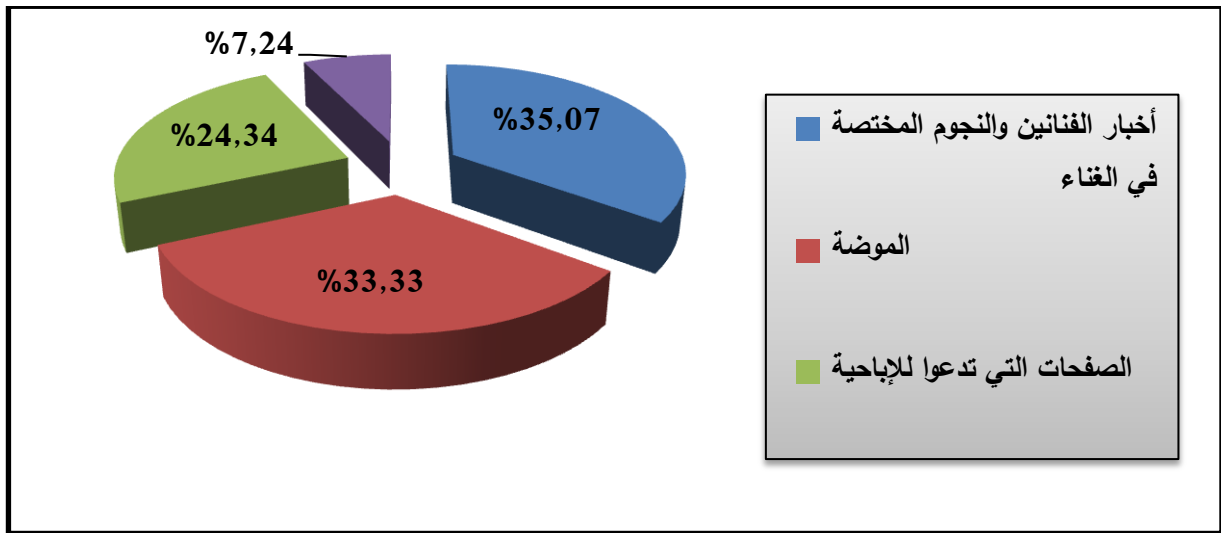
نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 18 . 22 وكذا من 23- 27 سنة، يرون بأنهم لا ينشرون تعليقات تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 62%، 67% على التوالي، بينما أجاب كل المبحوثين الذين يفوق سنهم 28 سنة بأنهم ينشرون تعليقات تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 100%.

وقد يعود ارتفاع فئة الطلبة الذين لا ينشرون تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين والمنتمين للفئة العمرية من [18 . 22] ومن [23 . 27] إلى طبيعة هذه الفئة التي لا تستهوي هذا النوع من التعليقات كذلك أن هذه الفئة غير مرتبطة بمشاغل العالم الواقعي الأمر الذي يبعدهم عن نشر هذه التعليقات، أما بالنسبة للفئة العمرية 28 فما فوق التي تنشر كلها تعليقات تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك. وقد يعود ذلك بأنهم غير راضين عن واقع المجتمع الجزائري في كل المجالات فموقع الفايسبوك منفذ يعبر من خلاله عن أهدافهم وتطلعاتهم ورأيهم وتحليلهم للأمور وكل ما يجول بخاطرهم، ففي هذه الفترة العمرية يكون الفرد المبحوث قد صقل من العلم والمعرفة وخبرات الواقع بالشكل الكافي، الأمر الذي قد يجعله ناقدا وناقما على الأوضاع، هذه الأخيرة قد يترجمها في شكل سخرية واستهزاء عبر موقع الفايسبوك، هذا ما قد يفسر لجوء هذه الفئة العمرية إلى نشر تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء من الآخرين.

➤ نستنتج أن متغير الفئات العمرية للطلبة تؤثر على نشر تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك حيث أن الفئة العمرية من 28 سنة فما فوق هي الأكثر نشرا للتعليقات التي تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين.

✓ جدول رقم (53): يبين مدى الإقبال على المجموعات والصفحات غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>35.07</u>	121	أخبار الفنانين والنجوم المختصة في الغناء
33.33	115	الموضة
24.34	84	الصفحات التي تدعو للإباحية
<u>7.24</u>	25	الدعوة للتطرف الفكري
100	345	المجموع



شكل رقم (48) يوضح مدى الإقبال على المجموعات والصفحات غير الأخلاقية عبر موقع الفيسبوك.

تشير النتائج الكمية الموضحة في الجدول أعلاه والمعنون بـ "مدى الإقبال على الصفحات والمجموعات غير الأخلاقية، إلى ملاحظة أفراد العينة بأن الصفحات الأكثر إقبالا من قبل مستخدمي الفيسبوك متمثلة في "صفحات الفنانين والنجوم المختصة في الغناء " بنسبة 35.07%، ثم متبعي الموضة بنسبة 33.33% تليها نسبة 24.34% من يقبل على الصفحات التي تدعو للإباحية، ثم الإقبال على الصفحات التي تدعو للتطرف الفكري بنسبة 7.24% .

نلاحظ ارتفاع ملحوظ لأفراد العينة الذين أجابوا عن اقبال أغلبية المستخدمين على مجموعات الفنانين والنجوم المختصة في الغناء والصفحات التي تدعو للموضة بنسب متقاربة، ويمكن تفسير ذلك بأن موقع الفيسبوك اختزال لكل الوسائل التقليدية التي يجدون فيها صعوبة لتتبع أخبار الفنانين والحصول على كل جديد يتعلق بالموضة، فموقع الفيسبوك يتميز بالمجانة وسهولة الإستعمال لتحميل مختلف الأغاني والألبومات في كل وقت (ما سجلناه من نتائج في الجدول رقم 10)، كما قد يرجع ذلك بأن هؤلاء الفنانين أصبح لديهم حسابات عبر موقع الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم الإطلاع على أخبارهم وأفكارهم وكل جديد ينشرونه، وأهم الإعلانات المجانية التي تظهر على صفحة المستخدم الأمر الذي يسهل لهم عناء التنقل لماركات المتاجر، لذلك نجد الأغلبية يقبلون على هذه الصفحات، كما نفسر حصول المجموعات الإباحية على اقبال معتبر بنسبة 24.34%، باعتبار أن المستخدم قد يقضي ساعات طويلة لتصفح شاشة الكمبيوتر بالتعارف واقامة علاقات لربما من بلدان أخرى وبالتالي اقبالهم على هذه المجموعات الإباحية التي يجد الفرد نفسه يتعامل معها بحرية، عكس العالم الواقعي وحتى باستخدام الوسائل التقليدية حيث تكون الأسرة مجتمعة فالفيسبوك هو وسيلة شخصية يتصرف وفقها الفرد كما يشاء، دون رقابة الأمر الذي يجعله يقبل على هذه الصفحات، ومن أخطر سلبيات الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي) التطرف الديني الذي قد نعتبره محاولة لتشويه معالم الحضارة الإسلامية حيث أصبحت صناعة نجوم الدعوة في هذا

الموقع صناعة قائمة بذاتها وهذا ماسجلناه من اقبال على المجموعات التي تدعوا للتطرف الديني بنسبة 7.24%.

➤ ونستنتج أن صفحات الفنانين ونجوم الغناء بالإضافة لصفحات الموضة هي التي حازت على أكبر نسبة للمتابعة عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (54): يبين العلاقة بين سنوات استخدام موقع الفايسبوك وطبيعة المجموعات غير الأخلاقية التي يتم الإقبال عليها.

المجموع		سنوات استخدم أفراد العينة لموقع الفايسبوك						الإجابة الإجابة	
		أكثر من ثلاث سنوات		من سنة إلى ثلاث سنوات		أقل من سنة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
35.07	121	<u>36.31</u>	65	33.33	31	<u>34.24</u>	25	أخبار الفنانين والنجوم المختصة في الغناء	المجموعات غير الأخلاقية التي يتم الإقبال عليها
33.33	115	31.28	56	<u>38.70</u>	36	31.50	23	الموضة	
24.34	84	25.69	46	22.58	21	23.28	17	الصفحات التي تدعوا للإباحية	
7.24	25	<u>6.70</u>	12	<u>5.37</u>	05	<u>10.95</u>	08	التطرف الديني	
100	345	100	179	100	93	100	73	اجمالي العينة	

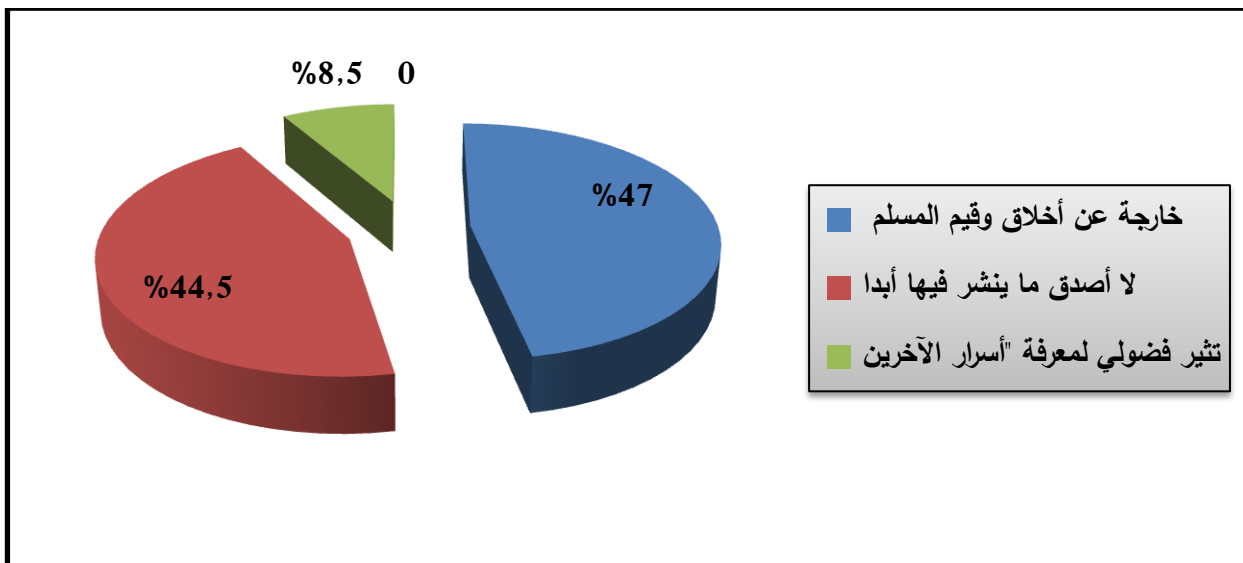
نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك لأقل من سنة وأكثر من ثلاث سنوات، يرون أن صفحات الفنانين ونجوم الغناء هي الأكثر متابعة، وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 34.24% و 36.31% على التوالي، بينما المبحوثين الذين كان استخدامهم للفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات فإنهم يرون أن صفحات الموضة هي الأكثر متابعة وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 38.70% في حين سجلنا أدنى النسب للمبحوثين سواء الذين يستخدمون موقع الفايسبوك لاقبل من سنة أو من سنة إلى ثلاث سنوات أو الذين يستخدمونه لأكثر من ثلاث سنوات ويرون أن صفحات التطرف الديني هي الأقل إقبالا وذلك بنسب مئوية قدرت بـ 10.95% و 5.37% و 6.70% على التوالي.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك لاقبل من سنة وكذا الذين يستخدمونه لأكثر من ثلاث سنوات ويرون أن الصفحات والمجموعات الأكثر متابعة هي صفحات الفنانين ونجوم الغناء إلى أن هذه الصفحات تغري الأفراد بالاقبال عليها باعتبارها تتبع أخبار الفنانين الذين تتواجد معلوماتهم عبر الروابط المتاحة عبر الموقع سواء للمستخدم حديث الاستخدام للموقع أو العكس، أما تفسيرنا للذين يستخدمون الموقع من سنة إلى ثلاث سنوات ويرون أن صفحات الموسوعة متابعة هي الأخرى، ذلك أن مدة استخدامهم للموقع تسمح لهم بأن يتعرفوا على هذه المجموعات والصفحات الأكثر شهرة بما فيه الكفاية، من أجل معرفة آخر صيحات الموسوعة متابعة وأيهم أحسن عرضا لماركات الملابس وقصات الشعر، وقد يرجع ذلك أيضا لاحتكاكهم بالأصدقاء الافتراضيين الذين يقبلون على هذه الصفحات، وقد يعود انخفاض نسبة المبحوثين الذين يقبلون على الصفحات التي تدعو إلى التطرف الديني سواء بالنسبة لأولئك الذين كانت مدة استخدامهم للموقع أقل من سنة، أو من سنة إلى ثلاث سنوات، أو الذين يستخدمونه لأكثر من ثلاث سنوات إلى الوعي الذي يتمتع به المبحوثين لعدم الإقبال على هذه الصفحات التي تدعو للمساس بالدين الإسلامي وتشويه صورة المسلمين.

➤ ونستنتج أن سنوات استخدام موقع الفايسبوك أثرت على اقبال الطلبة على المجموعات غير الأخلاقية.

✓ جدول رقم (55): يبين موقف أفراد العينة في المجموعات التي تكشف وتنشر أسرار الآخرين.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>47</u>	94	خارجة عن أخلاق وقيم المسلم
44.5	89	لا أصدق ما ينشر فيها أبدا
<u>08.5</u>	17	تثير فضولي لمعرفة "أسرار الآخرين"
100	200	المجموع



شكل رقم (49) يوضح موقف أفراد العينة في المجموعات التي تكشف وتنشر أسرار الآخرين.

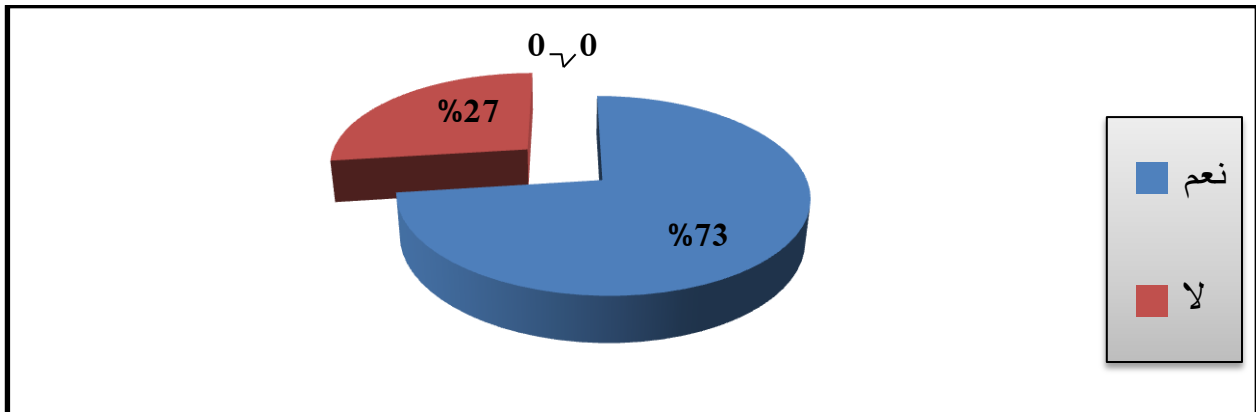
تكشف بيانات الجدول موقف أفراد العينة من المجموعات التي تنتشر أسرار الآخرين عبر موقع الفايسبوك، وقد أفصحت نتائج الجدول أعلاه عن إجابة 47% من أفراد العينة على أن هذه المجموعات مثالا للمجموعات الخارجة عن أخلاق وقيم المسلم، وأخذت عبارة " لا أصدق ما ينشر فيها أبدا " نسبة مئوية تقدر بـ 44.5%، وسجلنا في المرتب الثالثة عبارة " تثير فضولي لمعرفة أسرار الآخرين " بنسبة قدرت بـ 8.5%.

وقد نبرر نسبة الأفراد الذين أجمعوا على أن المجموعات التي تكشف وتنتشر أسرار الآخرين تكون خارجة عن أخلاق الفرد المسلم، بأن موقع الفايسبوك يتميز عن كل الوسائط الأخرى بالعامل الأكثر جذبا وهو عامل التصرف بكل حرية في النشر والإعجاب بما يطرح من مواضيع، كما أن موقع الفايسبوك عرضة للتطفل وسرقة المعلومات الشخصية للمستخدم ما قد يجعل هذه المجموعات تستغل هذه البيانات وتزويرها ومن ثمة افشائها، وهذا مايعتبره أفراد العينة أنه اساءة لأهم قيمة أخلاقية وهي قيمة حفظ الأسرار، وأن ما يدعوا اليه الدين الإسلامي منافي لهذه السلوكيات ، فالرسالة الإعلامية التي أكد عليها عزي عبد الرحمان في نظرية الحتمية القيمية هي الدعوة إلى تكوين اعلاما خاليا من الأهواء والشبهات والتضليل لقوله تعالى: " ولا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا " سورة الإسراء الآية (36)

➤ ومن نستخلص أن المجموعات التي تكشف أسرار الآخرين عبر موقع الفايسبوك يراها أفراد العينة أنها خارجة عن أخلاق وقيم المسلم.

✓ جدول رقم (56): يبين امكانية حماية قيما المهددة عبر موقع الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>73</u>	146	نعم
<u>27</u>	54	لا
100	200	المجموع



شكل رقم (50) يوضح امكانية حماية قيما المهددة عبر موقع الفايسبوك.

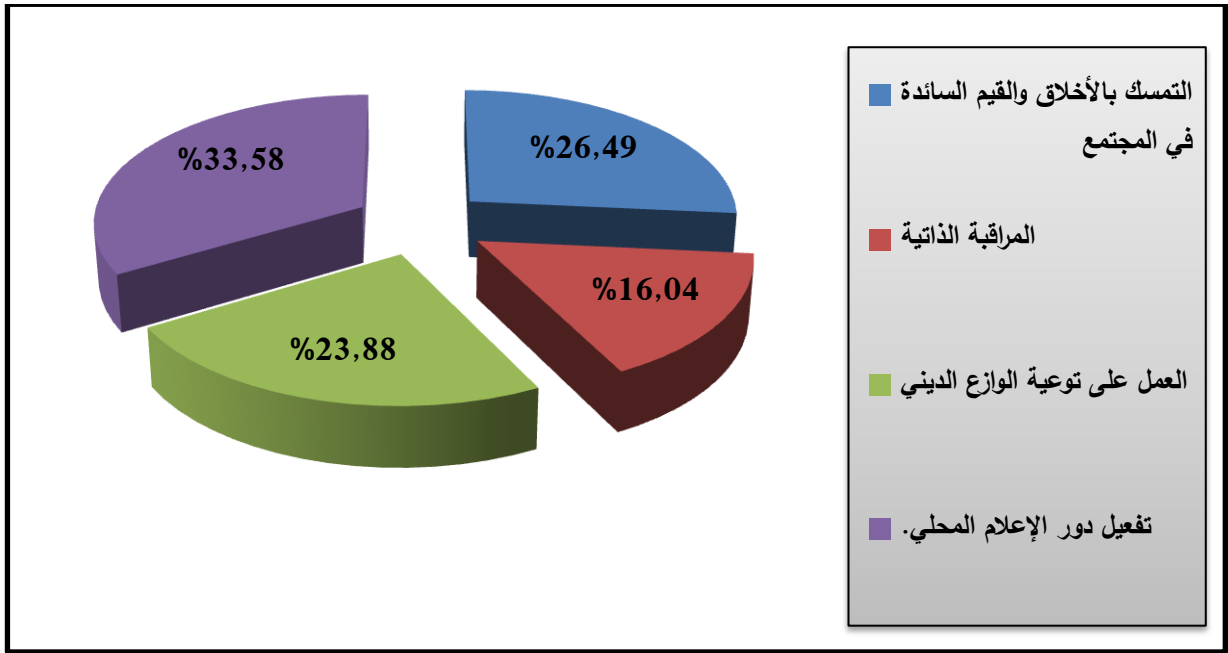
طرحنا هذا السؤال لمعرفة آراء أفراد العينة حول امكانية حماية قيمنا من مخاطر هذه الوسائط الجديدة (الفايسبوك)، هذا السؤال أجاب عنه أفراد عينة البحث حيث يرى 73% من أفراد العينة أن بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية التي تتعرض للتهديد عبر موقع الفايسبوك، في حين يرى 27% من أفراد العينة أنه لا يمكن حمايتها وحماية أنفسنا في ظل عالم تجويه الإنحرافات، عالم لا تقيدته قوانين ولا معايير.

ونعلل على ما أجاب عليه الأغلبية العظمى من أفراد العينة بأنه يمكن حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك، بأن الرسالة هي الحاملة للقيمة والمستخدم هو المتحكم فيها (قائد وليس منقاد)، أي أن أفراد العينة باعتبارهم يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة فهم قادرون على التواصل مع مختلف الأفراد ونشر مواضيع تتعلق بالأداب والأخلاق (ما سجلناه من نتائج في الدول رقم 29) فمجرد نشر ولو مضمون واحد يمكن أن يصل إلى مختلف المستخدمين ببسر وسهولة وبالتالي امكانية حماية قيمنا الأخلاقية، وبالمثل توصلت نتائج دراسة محمد الفاتح الحمدي بأن 82.32% من عينة الدراسة أبدى رأيه بإمكانية حماية قيمنا. مقابل 17.68% ممن صرح بأنه لا يمكننا حمايتها، فعزى عبد الرحمان أشار لسيادة النزعة التقنية بأنها اجتاحت كل مظهر من مظاهر الحياة ولكن يستلزم حقن القيم الأخلاقية في هذه التقنيات.

➤ ونستنتج من النتائج المتحصل عليها أنه بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (57): كيفية المحافظة على قيمنا الأخلاقية المهددة عبر الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
26.49	71	التمسك بالأخلاق والقيم السائدة في المجتمع
<u>16.04</u>	43	المراقبة الذاتية
23.88	64	العمل على توعية الوازع الديني
<u>33.58</u>	90	تفعيل دور الإعلام المحلي
100	268	المجموع



شكل رقم (51) يوضح كيفية المحافظة على قيمنا الأخلاقية المهددة عبر الفايسبوك.

يبين الجدول الموضح أعلاه خيارات المبحوثين حول العنصر الأساسي الذي يجب أن نتمسك به للحفاظ على قيمنا الأخلاقية، وقد سجلنا في المرتبة الأولى اجابات المبحوثين حول تفعيل دور الإعلام المحلي بنسبة تقدر بـ 33.58%، أما فيما يخص عنصر التمسك بالأخلاق والقيم السائدة في المجتمع فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ 26.49%، وأخذ عنصر " العمل على توعية الوازع الديني " نسبة 23.88%، وفي المرتبة الأخيرة عنصر " المراقبة الذاتية " بنسبة مؤوية تقدر بـ 16.04% .

وقد نفسر ذلك بأن العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الأخلاقية والروحية علاقة فاعلة ومتداخلة، على اعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم. وقد ذهب عالم الإتصال " لازرسفيلد وميرتون إلى " أنه من بين وظائف الإعلام تدعيم المعايير الإجتماعية فهناك فجوة بين الأخلاق العامة في المجتمع¹، وبالرغم من بعض المبادرات التي تظهر من قبل وسائل الإعلام في عملية استعادة القيمة إلا أنه ينبغي الإنتقال من ماذا نقدم؟ إلى كيف نقدم؟، ويقول أجغيم الطاهر في مقال له بعنوان "الإعلام وتنمية روح المواطنة والوعي التنموي في مجتمعنا العربي بين الطرح النظري والواقع العملي"، أن دور الإعلام هو انماء وترقية للوعي الإجتماعي والأخلاقي، وقد ذهب عزي عبد الرحمان في نظرية الحتمية القيمية إلى أنه يجب تجنيد مختلف الأجهزة الإعلامية لمواجهة الظواهر الأخلاقية التي تمس بالنظام العام والذوق الأخلاقي للمجتمع، ونفسر النسبة المتدنية من اجابات المبحوثون أن عنصر الرقابة الذاتية هو آخر عنصر يرححونه لحماية قيمنا، فهذا النوع من الرقابة الذاتية يعتمد على يقظة الضمير

¹ عبد الجبار دولة: التربية الإعلامية في مجتمع معاصر (مفهوما، مجالاتها، نتائجها)، ط01، مركز الناقد الثقافي، دمشق

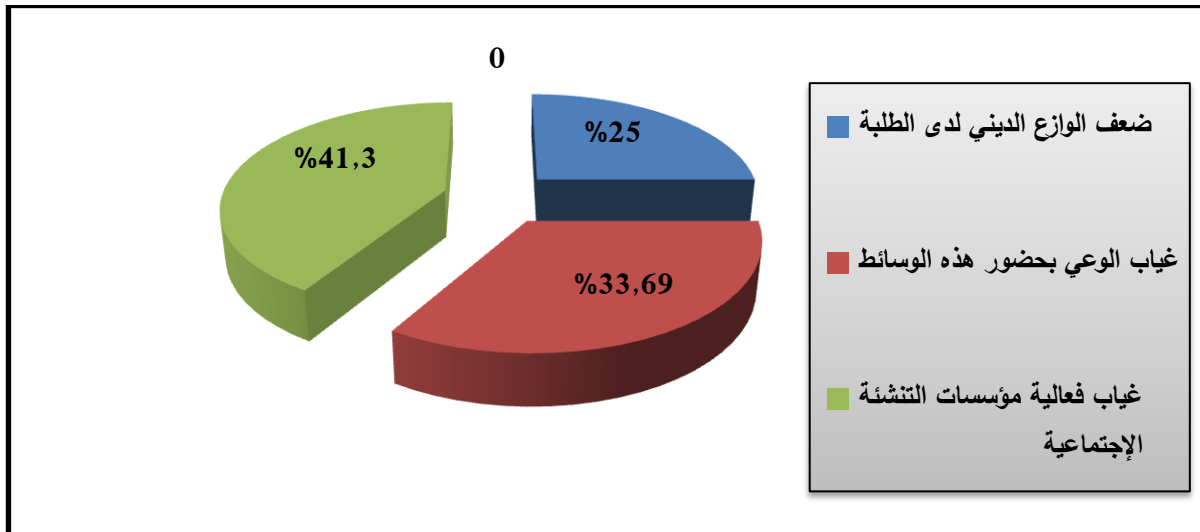
وصحوته وربطه بالخالق وهو نوع من الرقابة الوقائية التي تحول دون وقوع الخلق في الإنحراف وهي صمام الأمان ضد الفساد ويكون الفرد هو المتحكم فيها.

وقد تعارضت هذه النتيجة مع ما توصل اليه محمد الفاتح الحمدي بالتأكيد على أن حماية القيم تكون من خلال تفعيل دور المؤسسات الإجتماعية مثل الأسرة والمسجد والمدرسة والجامعة بنسبة قدرت بـ 17.86% مقابل 09.41%.

➤ نستنتج أن الطريقة التي نحمي بها قيما الأخلاقية المهتدة عبر موقع الفاييسبوك هي بتفعيل الإعلام المحلي من قنوات تلفزيونية خاصة كانت أو عامة، والإعلام المكتوب والإذاعة المحلية.

✓ جدول رقم (58): يبين أسباب عدم القدرة على حماية قيما الأخلاقية المهتدة عبر موقع الفاييسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
<u>25</u>	23	ضعف الوازع الديني لدى الطلبة
33.69	31	غياب الوعي بحضور هذه الوسائط
<u>41.30</u>	38	غياب فعالية مؤسسات التنشئة الإجتماعية
100	92	المجموع



شكل رقم (52) يوضح أسباب عدم القدرة على حماية قيما الأخلاقية المهتدة عبر موقع الفاييسبوك

يبين الجدول الأسباب التي تحول بين حماية قيما الأخلاقية المهتدة عبر موقع الفاييسبوك، وحسب ما صرح به أفراد العينة فإن السبب الأول يرجع لغياب فعالية مؤسسات التنشئة الإجتماعية وعدم القيام بدورها على أكمل وجه وذلك بنسبة 41.30% ما يمثل 38 مفردة، أما السبب الثاني فيرجع لغياب الوعي بحضور هذه الوسائط بنسبة قدرت بـ 33.69% ما يمثل 31 مفردة، أما السبب الثالث فيرجع إلى ضعف الوازع الديني لدى الطلبة بنسبة تقدر بـ 25%، أي ما يقدر بـ 23 مفردة .

وتفسير ذلك أن مؤسسات التنشئة الإجتماعية لم تعد تقوم بدورها المركزي باعتبار أن الأسرة هي النواة الأولى والوحدة الأساسية للمجتمع ودورها الرئيسي يتمثل في ترسيخ وغرس قيم مختلفة من خلال العمليات والأدوار الإجتماعية التي تقوم بها داخل المجتمع المحلي، فالأسرة الحديثة لم تعد تراقب انفلات الأبناء وانغماسهم في عالم افتراضي أفسد أخلاقياتنا بارتباط الوالدين الدائم بالعمل خاصة الأم وما تقوم به من أدوار، وهذا ما أكدته نتيجة الجدول رقم(34)، فالمؤسسات الجامعية أصبحت هي الأخرى تعج بهذه الوسائط داخل الأقسام والأروقة واستخدامها استخداما سلبيا خاصة لدة الفئة العمرية من (18 . 22) وهذا ما رصدناه من ملاحظات علمية طيلة فترة الدراسة، وتفسير السبب الثاني الذي أجمع عليه أفراد العينة بأن الإستخدام الدائم لهذه الوسائط يجعلهم يتصرفون دون وعي وقد نرجع ذلك إلى أن عالم الفايسبوك عالم تخيلي يمنح للمستخدم كل ما يشبع رغباته، وهذا ما طرحه منظري ما بعد الحداثة التي تحمل شكا في التكنولوجيات المعاصرة التي أصبحت مركز اهتمام الإنسان المعاصر إلى درجة صرفه وغيابه عن ذاته بحضورها. وضعف الوازع الديني لدى الطلبة هو محصلة غياب التنشئة الاجتماعية وغياب الوعي بحضور هذه الوسائط.

➤ نستنتج أنه من بين أسباب عدم التمكن من حماية قيمنا الأخلاقية هو غياب فعالية مؤسسات التنشئة الإجتماعية بالدرجة الأولى.

✓ جدول رقم (59): يبين امكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بامكانية حماية القيم المهددة .

المجموع		امكانية نشر موضوعات تحت على الآداب والأخلاق				الإجابة الإيجابية	
		لا		نعم			
النسبة	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
72.5	145	<u>55</u>	16	<u>75</u>	129	نعم	امكانية حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك
27.5	55	45	13	25	42	لا	
100	200	100	29	100	171	المجموع	

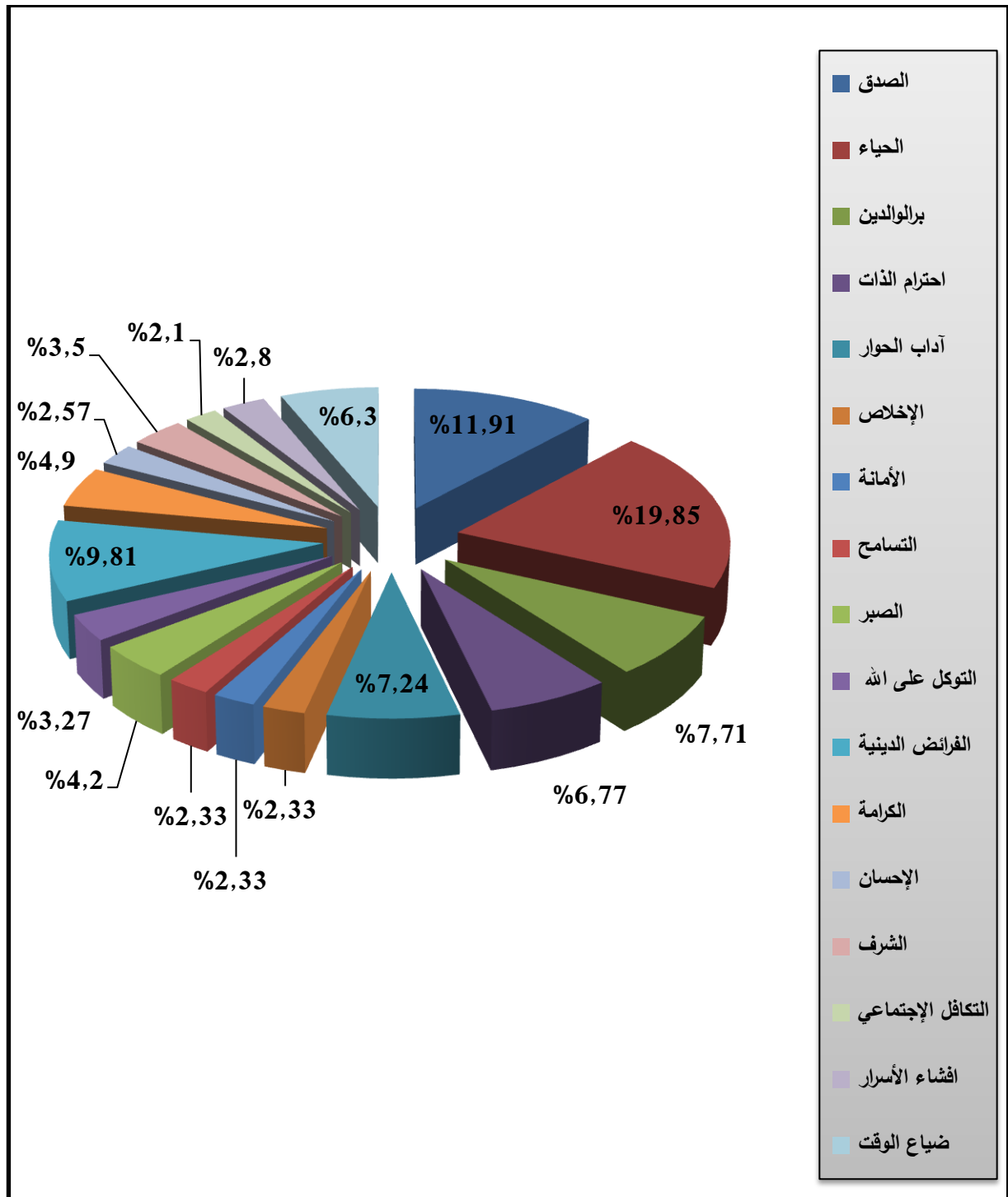
نلاحظ من خلال الجدل المبين أعلاه أن أعلى النسب سجلناها عند أولئك المبحوثين الذين يرون أنه بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك وكذا يقومون بنشر موضوعات تحت على الآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ 75%، وكذلك بالنسبة لأولئك المبحوثين الذين أجابوا أنه بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك بأنهم لا ينشرون موضوعات تحت على الآداب والأخلاق، ذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 55%.

وقد يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يرون أنه بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية ومساهماتهم في نشر موضوعات تحت على الآداب الأخلاق إلى عضويتهم في المجموعات الدينية والأخلاقية، وكذا قدرتهم على الإقناع لمن حاد عن معالم الدين الإسلامي، وكذا اجراء حملات توعية لحذف أي منشور منافي لمبادئ المجتمع الجزائري بمشاركة المجتمع الإقليمي بأكمله، ونفسر ثاني نسبة تحصلنا عليها بإمكانية حماية قيمنا الأخلاقية من أي تهديد ولكن ليس لهذه الحماية علاقة بنشر موضوعات تحت على الآداب الأخلاق إلى وجود مجموعات دعوية تقوم بمهمة الوعظ والإرشاد بارسال منشورات عبر صفحة أي مستخدم عضو فيها. ➤ نستنتج أن نشر أو عدم نشر الأفراد لموضوعات تحت على الآداب الأخلاق لا يؤثر ذلك على حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك.

✓ جدول رقم (60): نوعية القيم الأخلاقية التي تغيرت عبر موقع الفايسبوك¹.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
11.91	51	الصدق
<u>19.85</u>	85	الحياء
7.71	33	بر الوالدين
6.77	29	احترام الذات
7.24	31	آداب الحوار
<u>2.33</u>	10	الإخلاص
<u>2.33</u>	10	الأمانة
<u>2.33</u>	10	التسامح
4.20	18	الصبر
3.27	14	التوكل على الله
9.81	42	الفرائض الدينية
4.90	21	الكرامة
2.57	11	الإحسان
3.50	15	الشرف
2.10	09	التكافل الاجتماعي
2.80	12	افشاء الأسرار
6.30	27	ضياع الوقت
100	428	المجموع

* في هذا السؤال كان للمبحوثين أن يختاروا أكثر من اجابة واحدة.



شكل رقم (53) يوضح نوعية القيم الأخلاقية التي تغيرت عبر موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة.

تبرز لنا النتائج في الجدول أعلاه أصناف القيم الأخلاقية التي رأى المبحوثين حسب وجهة نظرهم وتمييزهم لما ينشر عبر موقع الفايسبوك بعد استخدام زمني له أنها غائبة وقد تمثلت أعلى نسبة لقيمة الحياء وذلك بنسبة 19.85%، وأدنى نسبة منحت لقيمة التكافل الإجتماعي بنسبة 2.10%

تعتبر قيمة الحياء هي القيمة الأخلاقية الأكثر غيابا حسب أفراد العينة وقد يرجع ذلك لكثرة الإختلاط بين الجنسين في هذا العالم الذي لاتقيدته قوانين ولا التزامات وتناول موضوعات محرمة شرعا تحت مسمى التحرر من المكبوتات الإجتماعية ، وإذا ضعف هذا الخلق حل محله السفه والوقاحة والفحش ونستشهد بقول الرسول صلى الله عليه وسلم: " إن لكل دين خلق وخلق الإسلام الحياء"، رواه مسلم أما عن احتلال قيمة التكافل الإجتماعي للمرتبة الأخيرة فهذا راجع بأن هذه القيمة بدأت تتلاشى في مجتمعنا وهذا بالدرجة التي منحها لها كل محووث وهذا ما أكدته النتيجة التي توصلنا اليها في الجدول رقم (21).

➤ نستنتج أن أهم قيمة تغيرت عبر موقع الفيسبوك والتي أجمع عليها أفراد العينة هي قيمة الحياء .

2 . النتائج النهائية للدراسة:

أ . النتائج الجزئية للدراسة:

بعد تفريغنا وتحليلنا للبيانات وتفسيرها توصلنا الى النتائج التالية:

- 1 . يستخدم الطلبة الجامعيون موقع الفايسبوك بصفة دائمة.
- 2 . يستخدم الطلبة الجامعيون موقع الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات .
- 3 . يفضل الطلبة الجامعيون المنزل كمكان لتصفح موقع الفايسبوك.
- 4 . ليس هناك وقت محدد لاستخدام الطلبة الجامعيون لموقع الفايسبوك.
- 5 . يستخدم الطلبة الجامعيون موقع الفايسبوك حسب الحجم الساعي الذي يناسبهم.
- 6 . يحس الطلبة الجامعيون بالفراغ نتيجة تخليهم عن استخدام موقع الفايسبوك.
- 7 . لا يوجد فرق بين الطلبة الذين يفضلون اكتساب أصدقاء على أرض الواقع وأولئك الذين يفضلون اكتساب أصدقاء عبر موقع الفايسبوك.
- 8 . الطلبة الذين يكتسبون صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك أحيانا ما يرجع ذلك لتكوينهم صداقات على أرض الواقع.
- 9 . يستخدم الطلبة الجامعيون موقع الفايسبوك تحت أسماء مستعارة.
- 10 . الدافع المعرفي لاستخدام موقع الفايسبوك يتمثل أساسا في اكتساب معارف وخبرات جديدة.
- 11 . الدافع النفسي لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك يتمثل في الهروب من روتين الحياة اليومي .
- 12 . الدافع الإجتماعي لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك يتمثل في التواصل مع الأهل والأقارب .
- 13 . يفضل الطلبة الجامعيون المجال الترفيهي على غرار باقي المجالات عبر موقع الفايسبوك.
- 14 . يلبي موقع الفايسبوك للطلبة الجامعيون حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين.
- 15 . لا يقبل الطلبة الجامعيون على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فيه.
- 16 . لا ينشط الطلبة الجامعيون في المجموعات الخيرية المتاحة عبر موقع الفايسبوك.
- 17 . يتفاعل الطلبة الجامعيون مع المضامين التي تنشرها المجموعات الخيرية عبر موقع الفايسبوك.
- 18 . ينشر الطلبة الجامعيون مواضيع تحت على الآداب والأخلاق على صفحاتهم عبر موقع الفايسبوك.
- 19 . تتمحور المضامين التي ينشرها الطلبة الجامعيون والمتعلقة بالآداب والأخلاق حول الدعوى للتخلي عن القيم المنافية لمبادئنا.
- 20 . يجد الطلبة الجامعيون تجاوبا مع مختلف المضامين التي ينشرونها عبر موقع الفايسبوك والمتعلقة بقيمنا الأخلاقية.
- 21 . يتم التجاوب مع المضامين الأخلاقية التي ينشرها الطلبة الجامعيون بصفة غير دائمة.
- 22 . لا يتعرض الطلبة الجامعيون للنشر الذي يستهدف ما يتنافى مع قيمنا الأخلاقية على صفحاتهم عبر موقع الفايسبوك.
- 23 . محتوى الفيديو هو الشكل المعتمد عليه لنشر مضامين غير أخلاقية .

- 24 . يبادر الطلبة الجامعيون بتقديم النصيحة للأصدقاء الذين ينشرون لهم مضامين غير أخلاقية.
- 25 . يعزز موقع الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيون قيمتي الصدق في القول والعمل وقيمة الأمانة.
- 26 . يكتسب الطلبة الجامعيون سلوكيات غير أخلاقية عبر موقع الفايسبوك تمثلت في المراوغة في الحديث وتضييع الوقت.
- 27 . ما يعرض عبر موقع الفايسبوك من صور ومعلومات لا يتوافق وقيمنا الأخلاقية.
- 28 . غياب الدور الفاعل لمؤسسات التنشئة الإجتماعية هو السبب في نشر صور ومعلومات تتعارض وقيمنا الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.
- 29 - يساهم الطلبة الجامعيون في نشر تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء عبر موقع الفايسبوك وذلك في المجال السياسي .
- 30 . يقبل الطلبة الجامعيون على صفحات الفنانين ونجوم الغناء، بالإضافة لصفحات الموضة.
- 31 - موقف الطلبة الجامعيون من المجموعات التي تكشف أسرار الآخرين هي أنها خارجة عن أخلاق وقيم المسلم.
- 32 . بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية المهدة عبر موقع الفايسبوك.
- 33 . الطريقة التي نحمي بها قيمنا الأخلاقية المهدة عبر موقع الفايسبوك تتمثل في تفعيل دور الإعلام المحلي الجزائري .
- 34 . تعتبر قيمة الحياء من أكثر القيم الأخلاقية تغيرا عبر موقع الفايسبوك.

ب . النتائج العامة للدراسة:

تعتبر النتائج العامة بمثابة محصلة أو اجابة عن التساؤلات الفرعية في ضوء الإشكالية والأهداف التي استهدفنا من خلالها معرفة عادات ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك، بالإضافة إلى معرفة ما إذا كانت المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك قادرة على أن تساعد الطلبة على الارتباط بقيمهم الأخلاقية، وبذلك نكشف عن طبيعة ونوع التأثير الذي يحدثه هذا الإستخدام، وقد جاءت هذه النتائج على النحو التالي:

➤ النتيجة الأولى: التي جاءت بناء على تساؤل ماهي عادات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك؟

والذي يحقق لنا في هذه الدراسة معرفة هذه العادات التي تكون عند جل الطلبة الجامعيين، وبناء على ما جاء في الجدول رقم (05) الذي يوضح العلاقة بين متغير الجنس ودرجات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك، والذي يؤكد على أن الطلبة يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل دائم، وكذا الجدولين رقم (08) و(10) الذين يوضحان فترات التصفح وساعات استخدام موقع الفايسبوك، والذين أثبتنا أن الطلبة يستخدمون موقع الفايسبوك حسب الظروف، بالإضافة إلى الجدولين رقم (12) و(16) الذين أفرزوا لنا العلاقة بين متغير الجنس والشعور الذي يُحس به الطلبة الجامعيين نتيجة تخليهم عن استخدام موقع الفايسبوك والذي أثبت لنا

شعور الطالبات أكثر بالفراغ، ضف إلى ذلك علاقة الجنس بطبيعة الهوية التي يلج بها الطلبة للموقع والتي أكدنا من خلالها على أن الطالبات يدخلن بأسماء مستعارة .

ومنه نستنتج أن هذه العادات تبرز من خلال أن الطلبة الجامعيون يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة، إلا أن هذا الإستخدام غير مقيد بساعة أو فترة محددة نظرا لانشغال الطلبة بالدراسة وأعمال أخرى، بالإضافة إلى أن الطالبات هن اللاتي يدخلن للفايسبوك بأسماء مستعارة، وأكثر شعورا بالفراغ نتيجة غيابهن عن استخدام الموقع.

➤ **النتيجة الثانية:** التي جاءت بناء على تساؤل تمحور حول دوافع استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك؟ والذي يحقق لنا في دراستنا هذه الهدف التالي: ألا وهو الكشف عن أسباب ودوافع هذا الإستخدام، وتأسيسا على ماجاء في الجدول رقم (18) الذي يؤكد على العلاقة بين درجات استخدام موقع الفايسبوك ودوافع الإقبال على الموقع، الذي أكدنا من خلاله أن استخدام الفايسبوك يكون بشكل دائم وبغرض معرفي، ضف على ذلك الجدولين رقم (23) و(25) الذين يوضحان امكانية تحقيق أفراد العينة لاشباعاتهم عبر الموقع ، وأنهم لا يتقنون فيما يقدمه الموقع.

نستنتج أن الطلبة الجامعيون يستخدمون موقع الفايسبوك بدافع معرفي يتمثل في اكتساب معارف وخبرات، كما أنهم يحققون مختلف الحاجات والرغبات التي يسعون اليها بالرغم من أنهم لا يتقنون في موقع الفايسبوك نظرا لتعدد المصادر غير الموثوق فيها .

➤ **النتيجة الثالثة:** مرتبطة بالتساؤل الذي نسعى من خلاله لمعرفة ما اذا كانت المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك قادرة على أن تساعد الطلبة الجامعيين على الإرتباط بالقيم الأخلاقية؟ وهو الذي يحقق لنا في دراستنا الكشف عن هذا الإرتباط، وبناء على ما جاء في الجدولين رقم (31) و(32) الذين يوضحان فترات وساعات تصفح موقع الفايسبوك وعلاقتها بنشر موضوعات تحت على الآداب والأخلاق، حيث أثبتنا أن الطلبة ينشرون موضوعات تحت على الآداب والأخلاق حسب الوقت المتاح لذلك، وكذا الجدول رقم (33) الذي يؤكد على أن أفراد العينة يجدون تجاوبا مع ما ينشرونه من مضامين قيمية أخلاقية، بالإضافة إلى الجدول رقم (39) الذي يوضح العلاقة بين متغير الجنس ونوعية القيم التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة، من خلال تعزيزهم لقيمتي الأمانة والصدق في القول والعمل.

وعليه نستنتج أن استخدام الطلبة الجامعيون لموقع الفايسبوك مرتبط بنشرهم لموضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق في الساعات والفترات التي تناسبهم، مما أدى إلى تعزيز مجموعة من القيم الأخلاقية لديهم عبر موقع الفايسبوك متمثلة في قيمتي الصدق في القول والعمل وقيمة الأمانة، كما أن ما ينشر من موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق من قبلهم يتم التجاوب معها.

ومن خلال نتائج الجدول رقم(42) الذي يؤكد على اكتساب الطلبة لسلوكيات غير أخلاقية متمثلة في قيمة المروغة في الحديث (الكذب) وقيمة ضياع الوقت، ونتائج الجدول رقم(46) الذي أكد على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك متنافية مع مبادئنا.

ومنه نستنتج أن المضامين المنشورة عبر الموقع لا تساعد الطلبة الجامعيين على الإرتباط بقيمهم الأخلاقية بقدر ما تساهم في تحييدها.

➤ **النتيجة الرابعة:** متصلة بالتسؤال الذي يتمحور حول **نوع التأثير الذي يحدثه موقع الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري**، ويحقق لنا في دراستنا هذه طبيعة هذا التأثير، وبناءا على ما جاء في الجدول رقم (52) الذي يوضح العلاقة بين متغير الفئات العمرية لدى الطلبة ومدى نشرهم للتعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين، والذي أكدنا من خلاله أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من 28 سنة فما فوق هي الأكثر نشرا للإستهزاء، وكذا الجدول رقم(54) الذي يبين سنوات استخدام الفايسبوك والإقبال على المجموعات غير الأخلاقية، وبدوره يثبت أن الصفحات الأكثر اقبالا هي صفحات الفنانين وصفحات الموسىة، صف إلى ذلك الجدول رقم (60) الذي يؤكد على أن أهم قيمة أخلاقية تغيرت عبر موقع الفايسبوك هي قيمة الحياء.

ومنه نستنتج أن الطلبة الجامعيين تأثروا باستخدام موقع الفايسبوك خاصة الفئة العمرية من 28 سنة فما فوق بنشرهم للتعليقات التي تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين، كما أنهم يقبلون على المجموعات غير الأخلاقية وعلى رأسها مجموعات الفنانين ونجوم الغناء، الأمر الذي أدى إلى تحييد أهم قيمة أخلاقية وهي قيمة الحياء، وهذا يرجع للمضامين التي يرون أنها تلبى احتياجاتهم بالتالي فالتأثير سلبي. ومن خلال نتائج الجدول رقم(56) الذي يوضح رأي الطلبة في المجموعات التي تكشف أسرار الآخرين والذين في أغلبيتهم يرون أنها خارجة عن أخلاق وقيم المسلم، ما نستنتجه أن تأثير الفايسبوك على القيم الأخلاقية يتصف بالإيجابية.

❖ التعليق على النتائج:

تبعا لما ورد في النتائج المتحصل عليها أعلاه سواء في النتائج الجزئية أو النتائج العامة، لاحظنا أن هناك نوع من التناقض في الإجابات التي أدلى بها المبحوثين، وهذا التضارب يكمن في النتيجة رقم (38) والنتيجة رقم (42)، حيث تذهب النتيجة الأولى (38) إلى أن أهم قيمة تعززت لدى أفراد العينة من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك هي قيمة الصدق، في المقابل توصلنا في نتيجة الجدول رقم (42) إلى أن السلوك غير الأخلاقي الذي اكتسبه أفراد العينة هو المراوغة في الحديث (الكذب)، وكذا نتيجة الجدول رقم (49) التي أكدت على أن الطلبة ينشرون تعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين، بالمقابل توصلنا في(نتيجة الجدول رقم 55) إلى أن أفراد العينة يرون أن المجموعات التي تكشف أسرار الآخرين خارجة عن أخلاق وقيم المسلم، مما لم يجعلنا نتوصل إلى نتائج حاسمة في النتائج العامة، بحيث انقسم التأثير بين الإيجاب والسلب، وهذا الأمر قد يرجع إلى:

✓ أن المبحوثين غير متعاونين معنا، باختيارهم أي اجابة للشطب فقط دون التمعن في قراءة السؤال.

✓ أن المبحوثين قد يتعاملون مع جزئية بمعزل عن الجزئية الأخرى.

✓ أن القيم الأخلاقية بقدر ما تعززت لدى أفراد العينة بقدر ما اكتسبوا سلوكيات غير أخلاقية، مما جعل التأثير سلبي وإيجابي في نفس الوقت، وهذا يرجع للبحوث نفسه.

ج . نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

تعتبر مقارنة نتائج الدراسة في ضوء ماتوصلت إليه الدراسات السابقة سواء أكانت دراسات مطابقة أودراسات مشابهة، بمثابة الزاوية التي نحكم من خلالها على عملنا من حيث الزمان والمكان الذي أجريت فيه. ونشير إليها في مجموعة من النقاط مثلناها في نقط التشابه، ونقاط الاختلاف.

وقد تمثلت نقاط التشابه - من حيث ما توصلنا إليه من نتائج- في:

- توصلت دراستنا إلى أن موقع الفايسبوك أحدث تأثيرا سلبيا على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين، وبالمثل توصلت دراسة رباب رأفت الجمال الموسومة بـ " أثر استخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي "إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي أحدثت تأثيرا سلبيا على النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي.
- تلقتي دراستنا مع دراسة مريم نريمان نومان المعنونة بـ " استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية " مع الجزئية التي مفادها أن موقع الفايسبوك يلبي رغبات وحاجات أفراد العينة، وهذه الحاجات تمثلت في التواصل والتفاعل مع الآخرين.
- أكدت دراستنا بالتوافق مع دراسة السعيد بومعيزة التي تناول فيها بالدراسة " أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب "على أن غالبية المبحوثين يعتقدون على أن استعمالهم لوسائل الإتصال والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الإرتباط بالقيم التي يسعون لتحقيقها.
- خلصت دراستنا إلى أن أفراد العينة لا يقبلون على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فيه، ونفس الإتجاه الذي ذهبته إليه دراسة رباب رأفت الجمال بتأكيدها عل غياب معدل الثقة في مواقع التواصل الإجتماعي.
- وافقت دراستنا دراستنا دراسة رباب رأفت الجمال من حيث أن استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يكون بشكل دائم، وهذا ما أسفرت عليه دراستنا بأن استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك يكون بشكل دائم. أما فيما يخص نقاط الإختلاف فقد تمثلت في:
- توصلت دراستنا إلى أن الطلبة الجامعيين لا يقبلون على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فيه، بينما توصلت دراسة مريم نريمان نومان إلى أن أفراد العينة يقبلون على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فيه.
- خلصت دراستنا إلى أن الدافع الأساسي لاستخدام موقع الفايسبوك تمثل في الدافع المعرفي أي اكتساب معارف وخبرات، في حين توصلت دراسة نريمان نومان إلى أن دافع الأفراد لاستخدام الفايسبوك يتمثل في الدافع الإجتماعي أي التواصل والتفاعل مع الآخرين.

د . نتائج الدراسة في ضوء نظريتي الدراسة

❖ في ضوء نظرية الإستخدامات والإشباعات:

- نقوم في هذه الجزئية بمقارنة ما توصلنا إليه من نتائج على ضوء نظرية دراستنا والمتمثلة في نظرية الإستخدامات والإشباعات، ونورد هذه النتائج كالتالي:
- ✓ تقوم نظرية الإستخدامات والإشباعات على عنصر جوهري وهو الجمهور النشط الفاعل الذي يستخدم وسيلة معينة، وهو الأمر الذي توصلت إليه دراستنا من نتائج حيث أن الطلبة الجامعيين فئة واعية تستخدم موقع الفايسبوك بشكل دائم في المنزل، أغلبيتهم تتراوح أعمارهم بين 18 . 22 سنة (نتيجة الجدول رقم 02).
 - ✓ يستخدم الأفراد وسيلة معينة وهي الفايسبوك، بحيث يستخدمونه حسب الظروف (نتيجة الجدول رقم 10) التي تساعدهم في ذلك بهوية مستعارة (نتيجة الجدول رقم 15)، وهذا راجع للفروق الفردية من شخص لآخر إذ أنهم يستخدمونه في أوقات غير محددة.
 - ✓ الطلبة الجامعيون يستخدمون موقع الفايسبوك لتحقيق أهداف مقصودة تتمثل في اكتساب معارف وخبرات (نتيجة الجدول رقم 21) من مختلف الأوعية المعلوماتية المتاحة عبر الموقع، وكذا التواصل والتفاعل مع الأهل والأقارب.
 - ✓ تفترض نظرية الإستخدامات والإشباعات بأن استعمال وسيلة معينة، يساهم في التعرف على المعايير القيمية والثقافية السائدة في المجتمع، وهذا العنصر يتناسب مع ما توصلنا إليه من نتائج، حيث أنه من بين القيم الأخلاقية التي تعززت لدى أفراد عينتنا من الطلبة هي قيمة فعل الخير (نتيجة الجدول رقم 27) والحث على الآداب والأخلاق من أمانة وصدق وهي معايير يتصف بها أفراد المجتمع الجزائري (نتيجة الجدول رقم 29).

❖ في ظل نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

- أتت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام بمجموعة من المفاهيم والعناصر التي سوف نستدل بها للوصول إلى النتائج المتوصل إليها في دراستنا:
- ✓ أن الأفراد يستخدمون وسيلة معينة نظرا للوضع الذي يعيشونه والتطورات التكنولوجية التي لحقت بالمجتمعات الأمر الذي يجعلهم يقبلون على هذه الوسيلة والمتمثلة في دراستنا بالفايسبوك، وعليه استخدمنا مفهوم النظرية وهو (التموضع)، هذا الإستخدام كان دافعه معرفي باستخدام العقل والإدراك فكان دافعهم معرفي من أجل اكتساب معارف وخبرات التي لا توفرها لهم المرجعيات الأخرى، ومن ثمة الإتجاه نحو اختيار البديل وهو موقع الفايسبوك لاكتساب ذلك (مفهوم التمعقل) في نتيجة الجدول رقم (17)
 - ✓ مفهوم المكان الإعلامي الذي طرحته النظرية والذي يتأسس على وجود وسيلة معينة، تعمل على تكوين عادات معينة، تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد، وما توصلت إليها دراستنا يحيل بدوره إلى أن الطلبة الجامعيين أصبحوا مغتربين في واقعهم الحقيقي المعاش متصلين بمكان اعلامي جديد (الفايسبوك) ويشعرون بالفراغ اثر التخلي عنه خاصة فئة الإناث، وهذا ما توصلنا إليه في نتيجة الجول رقم (12).

- ✓ تجسد مفهوم الرأسمال القيمي في دراستنا من خلال أصالة المخزون القيمي الذي يحمله الطلبة ويتجلى في سلوكياتهم، حيث توصلت دراستنا أن الطلبة الجامعيين يتفاعلون مع مختلف ما تنشره المجموعات الخيرية عبر موقع الفايسبوك (نتيجة الجدول رقم 27)، وكذا نشرهم لموضوعات تتعلق بالأداب والأخلاق (النتيجة رقم 29)، ومنه حرصهم على حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك.
- ✓ أن الزمن الإجتماعي شهد تقلصا من خلال النتيجة رقم (04) و(05) و(06) التي تثبت استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك في فترات وساعات غير محددة، وزاد بذلك من الزمن الإعلامي (الزمن الذي يقضيه الطلبة عبر موقع الفايسبوك).
- ✓ مفهوم الأخلاقيات القيمية الإعلامية المستمدة من تعاليم الدين الإسلامي والمتمثلة في قيمة الصدق التي تعززت لدى أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك (نتيجة الجدول رقم 38).
- ✓ المخيال الإعلامي الذي طرحته النظرية أصبح يتأرجح اليوم بين قيم سلبية نفعية وقيم مرغوبة ايجابية فالطلبة الجامعيون ساعدهم موقع الفايسبوك في نشر موضوعات تتعلق بالأداب والأخلاق من أجل الدعوة للتخلي عن القيم المنافية لمبادئنا، وكذا تعزيز قيمة الصدق والأمانة وهذا ما أوضحتها النتيجة رقم (29) والنتيجة (38)، بالمقابل وجدنا قيم غير مرغوب فيها اكتسبها الطلبة الجامعيون، تمثلت أساسا في المراوغة في الحديث والإستهزاء بالآخرين والإقبال على صفحات الفنانين ونجوم الغناء.

❖ صعوبات الدراسة

لا يخلوا أي بحث علمي من الصعوبات، وهذه جملة الصعوبات التي واجهتنا طيلة مسار هذه

الدراسة:

- ✓ رفض الموضوع الأول للدراسة والمتمثل في 'دور الاعلام الجديد في صناعة قيم المجتمع الجزائري' على اعتبار أن متغيراته واسعة جدا، ما حتم علينا اختيار جزئية منه لدراستها وهي القيم الأخلاقية والفايسبوك الأمر الذي أخذ وقتا لتناوله.
- ✓ ايجاد صعوبة أثناء توزيع الاستمارات على المبحوثين من الطلبة، بعدم تجاوبهم بجدية مع الموضوع المتناول خاصة وأنه يصب في جانب أخلاقي وذلك خوفا من الادلاء بالاجابات الصريحة.
- ✓ ضيق الوقت والمقدر بـ 05 أشهر مقارنة بالموضوع المدروس، الذي نعتقد أننا لم نوفيه حقه بالدراسة.
- ✓ صعوبة الحصول على المراجع، إلا بالانتقال إلى الجامعات في الولايات المجاورة.
- ✓ صعوبة الحصول على العدد الاجمالي لطلبة جامعة العربي بن مهيدي.

❖ التوصيات والاقتراحات

بعد اتمامنا لهذا العمل المتواضع خلصت دراستنا هذه لمجموعة من التوصيات التي رأينا أنه يجب الإشارة

والتنويه اليها، نذكرها كالتالي:

- ✓ يجب العمل على وضع ضوابط لاستخدام موقع الفاييسبوك بما لا يتنافى مع المبادئ الأخلاقية للشريعة الإسلامية من حيث ترشيد الاستخدام.
- ✓ نشر الوعي بين الطلبة الجامعيين بضرورة الاستفادة من مجموعات تدعوا للقيم الأخلاقية من خلال اجراء حملات توعية من حين لآخر.
- ✓ مراقبة الصفحات غير الأخلاقية التي تحاول تشويه المعالم القيمية لمجتمعنا الجزائري والإبلاغ عن أي مضمون غير أخلاقي لإدارة الموقع .
- ✓ الحث على التربية الحصينة منذ الصغر حتى يكتسب المستخدم مناعة ويكون خلفية مشبعة بالقيم الأخلاقية لتكون ممارسته لهذه الوسائط ممارسة صحيحة.
- ✓ العمل على اجراء دراسات بشأن القيم الأخلاقية لحمايتها من أي أخطار خاصة في هذا العالم الرقمي التفاعلي الذي يعج بالوسائط التقنية.

❖ ملخص الدراسة:

- انطلقت هذه الدراسة من اشكالية تمحورت حول موقع الفايسبوك كأحد الوسائط التكنولوجية الحديثة والذي أثار مجموعة من العلاقات بين الأفراد لاشباع مختلف حاجياتهم ورغباتهم، الأمر الذي قد يؤدي بالمسار بمنظومة القيم الأخلاقية للمجتمع الجزائري سواء أكانت موروثية أو مكتسبة، دون مراعاة لاحتامية الرسالة القيمية، وبذلك جاءت دراستنا للبحث في هذا السؤال المركزي:
- ما هو تأثير الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري؟
 - وقد انبثقت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية، كانت كالتالي:
 - ✓ ماهي عادات استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك؟
 - ✓ ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك؟
 - ✓ هل تساعد المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك على ارتباط الطلبة الجامعيين بقيمهم الأخلاقية؟
 - ✓ ما نوع التأثير الذي يحدثه موقع الفايسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري؟
- واستنادا لهذه التساؤلات سعينا لتحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت في: الكشف عن عادات ودوافع استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك، بالإضافة لمعرفة مدى مساعدة المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك على الارتباط بالقيم الأخلاقية، وصولا لنوع التأثير الذي يحدثه موقع الفايسبوك على قيم وأخلاقيات الطالب الجامعي.
- وتعتبر دراستنا دراسة وصفية، اعتمدنا فيها على المنهج المسحي ومنهج المسح بالعينة، أما عن نوع العينة المختارة في هذه الدراسة فقد اختيرت بأسلوب قصدي، ومن أجل أن يكون التمثيل جيدا اتبعنا طريقة العينة الحصصية باعطاء حصة كل كلية من كليات جامعة العربي بن مهيدي ما يناسبها من المفردات، ومنه بلغت عينتنا 200 مفردة، وكانت أدواتنا المعتمدة في ذلك الملاحظة واستمارة الاستبيان تكوّن الاستبيان، من 04 محاور، ضف إلى ذلك صفات العينة، موزعة على 25 سؤالا.
- أما الاطار النظري للدراسة فقد تضمن 04 فصول، الفصل الأول تطرقنا إلى ماهية شبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك، أما الفصل الثاني تناولنا فيه المتغير الثاني لدراستنا وهو القيم الأخلاقية بعد اعطاء حوصلة عن ماهية القيم، فيما عرضنا في الفصل الثالث علاقة القيم الأخلاقية سواء مع الاعلام التقليدي أو الجديد ممثلا في شبكات التواصل الاجتماعي، في حين احتوى الفصل الرابع والأخير على ماهية الطالب الجامعي والذي ركزنا فيه عن منظومة القيم الأخلاقية في الجامعة الجزائرية ومقومات حمايتها.
- أما في الاطار التطبيقي فقد قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها كليا وكيفيا، لنتحصل على 60 جدولا تنوع بين البسيط والمركب.
- وأخيرا أسفرت نتائج دراستنا على مجموعة من النتائج تمثلت في:
- ✓ الطلبة الجامعيون الجزائريون يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة، إلا أن هذا الاستخدام ليس مقيد بساعة أو فترة محددة، بالإضافة إلى أن الطالبات هن اللاتي يدخلن بأسماء مستعارة، وأكثر شعورا بالفراغ نتيجة غيابهن عنه.

- ✓ الطلبة الجامعيون يستخدمون موقع الفاييسبوك بدافع اكتساب معارف وخبرات، كما أنهم يحققون مختلف الحاجيات والرغبات عبر الفاييسبوك، بالرغم من أنهم لا يثقون فيه نظرا لتعدد مصادره.
 - ✓ استخدام الطلبة الجامعيون لموقع الفاييسبوك مرتبط بنشرهم لموضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق وتعزيز مجموعة من القيم الأخلاقية لديهم تصدرتها قيمتي الصدق في القول والعمل وقيمة الأمانة.
 - ✓ تساهم المضامين المنشورة عبر موقع الفاييسبوك على تحييد القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين الجزائريين.
 - ✓ تأثير موقع الفاييسبوك على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري هو تأثير مزدوج، سلبي وإيجابي بحيث يكمن التأثير السلبي في نشر التعليقات التي تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين لدى الفئة العمرية أكثر من 28 سنة، وإقبالهم على مجموعات الفنانين ونجوم الغناء فيما تمثل التأثير الإيجابي في رأيهم للمجموعات التي تكشف أسرار الآخرين بأنها خارجة عن أخلاق المسلم، وامكانية حماية قيمنا الأخلاقية.
- واعتمدت الدراسة على 195 مرجع، وجاءت في 281 صفحة.

فائمة الامرا جمع

✓ قائمة المصادر والمراجع

ا. قائمة المصادر

✓ القرآن الكريم

- سورة البقرة، الآية 07، 215
- سورة آل عمران، الآية 04
- سورة النساء، الآية 34، 140
- سورة الأنعام، الآية 54
- سورة الإسراء، الآية 23، 24، 36
- سورة الفرقان، الآية 27
- سورة الأحزاب، الآية 71.70
- سورة الزمر، الآية 10
- سورة الشورى، الآية 43
- سورة الحجرات، الآية 06
- سورة الرحمن، الآية 1، 4
- سورة الملك، الآية 10
- سورة الجن، الآية 19
- سورة البينة، الآية 03

اا. قائمة المراجع الورقية

✓ المعاجم والقواميس

1. ابن منظور: لسان العرب، (المجلد 01)، ط01، دار صادر، بيروت، 2005.
2. ابن منظور: معجم لسان العرب، (المجلد 01)، ط 04، دار صادر، بيروت، 2008
3. اسماعيل عبد الفتاح الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة (مصطلحات سياسية، اقتصادية اجتماعية نفسية، اعلامية)، ط01، دار الكتب، ماي. 2003.
4. جبران مسعود: الرائد (معجم ألفبائي في اللغة والإعلام)، ط03، دار العلم والملايين، بيروت (لبنان) يوليو. 2005.
5. جبران مسعود: الرائد المعجم اللغوي الأحدث والأسهل، 2008م، دار العلم للملايين، بيروت (لبنان) 2001.
6. سمير سعيد حجازي: معجم المصطلحات الحديثة (في علم النفس والإجتماع ونظرية المعرفة)، ط01 دار المكتبة العلمية، بيروت (لبنان)، سنة 2005.
7. فريد نجار: المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية، ط 01، مكتبة لبنان، 2003.

- 8 . الحمودي مأمون وآخرون: المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط01، دار المشرق، بيروت (لبنان) 2000.
- 9 . محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2014م
- 10 . محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد(02)، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2003.
- 11 . محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد(05)، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة. 2008.
- 12 . مجدي عزيز ابراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، ط01، عالم الكتب، القاهرة. 2009.
- 13 . نوال كريم زرزور : معجم ألفاظ القيم الأخلاقية وتطورها الدلالي بين لغة الشعر الجاهلي ولغة القرآن الكريم، ط01، مكتبة لبنان، بيروت، 2001.

✓ قائمة الكتب:

- 1 . ابراهيم بعزیز: تكنولوجيا الإتصال الحديثة وتأثيراتها الإجتماعية والثقافية، ط01، دار الكتب الحديث القاهرة، 2012.
- 2 . ابراهيم ناصر: التربية الأخلاقية، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- 3 . ابراهيم يحيوي، نور الدين جبالي: تأثير فضائيات الطفل على قيمهم الأخلاقية ط01 ، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 4 . أبي زكريا يحيى بن شرف النووي دمشقي: رياض الصالحين، ط08، مؤسسة الرسالة، سنة 1948.
- 5 . أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط02 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005.
- 6 . أحمد عبد الحليم عطية : الأخلاق في الفكر العربي المعاصر، ط01، دار أزياء للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 1998.
- 7 . أحمد عبد الحليم عطية: القيم في الواقعية الجديدة، ط01، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت 2010.
- 8 . احسان محمد الحسن: علم الإجتماع الديني، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 9 . اسماعيل علي السعد: الشباب والتنمية في المجتمع السعودي، ط01، دار المعرفة الجامعية، مصر 1989.
- 10 . الإمام الخاملئي: الإعلام، ط01، مركز نون للتأليف والنشر، بيروت، كانون الثاني 2007.
- 11 . شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود: مقدمة في مناهج البحث العلمي، ط01، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
- 12 . ايمان عبد الله شرف: التربية الأخلاقية للطفل، ط01، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- 13 . ايمان علي عون: الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن 2009.

14. بشير معمريّة: بحوث ودراسات متخصصة في علم النفس، ط01، منشورات الحبر، الجزائر، 2007.
15. بلال خلف السكارنة: أخلاقيات العمل، ط04، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014..
16. بول ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة، هبة ربيع، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة 2015.
17. تيسير أبوا عرجة وآخرون: وسائل الإعلام (أدوات تغيير وتعبير)، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2013.
18. حافظ فرج أحمد: التربية وقضايا المجتمع، ط01، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2003.
19. حامد عبد السلام زهران: علم النفس الإجتماعي، ط06، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
20. حسن عماد مكايوي، ليلى حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط02، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2001.
21. حسن نيازي الصيفي: أخلاقيات الإعلان في الفضائيات العربية، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع مصر، 2011.
22. حسنين شفيق: مواقع التواصل الإجتماعي (أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية)، ط01، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر، 2014.
23. حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ط01، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2014.
24. حسين عبد الحميد أحمد رشوان: علم الإجتماع الأخلاقي، ط01، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية 2005.
25. حسين محمد هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2015.
26. ذوقان عبيدات، سهيلة أبو السميد: استراتيجيات التدريس في القرن 21 (دليل المعلم والمشرّف) ط03 مركز دينونو لتعليم التفكير، مصر، 2013.
27. خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط01، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر 2008.
28. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها الاجتماعية والتقنية و الإقتصادية والدينية والسياسية في الوطن العربي والعالم)، ط01، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
29. خضر محمد حامد: الإعلام والأنترنت، ط01، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2012.
30. رشيد حمدوش: مسألة الرباط الاجتماعي في الجزائر المعاصرة (امتدادية أو قطيعة)، ط01، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

- 31 . رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، ط01، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة (الجزائر)، د س
- 32 . رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، ط01، قسم الصحافة والإعلام جامعة الأزهر، القاهرة، 2008.
- 33 . رولا عبد الرحمان الجمل: الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، ط01، مطبعة جامعة البحرين د س.
- 34 . زكريا عبد العزيز محمد: التلفزيون والقيم الإجتماعية للشباب والمراهقين، ط01، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2002.
- 35 . طه أحمد الزيدي: المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي (دراسة تأصيلية وتحليلية لأخلاقيات الإعلام في موثيق الشرف الإسلامية)، ط01، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2012.
- 36 . طه عبد الرحمان: تعددية القيم مامداها ؟ وما حدودها؟، ط01، مراكش، 2001.
- 37 . سعيد جاسم الأسدي: فلسفة التربية في التعليم الجامعي والعالى، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، 2014.
- 38 . سعيد عبد الستار مهدي المهداوي: الجوانب الأخلاقية والمهنية في تكنولوجيا المعلومات، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 39 . سلوى السيد عبد القادر ،محمد عباس ابراهيم: الأنترولوجيا والقيم، ط01، دار المعرفة الجامعية الأزاريبية، سنة 2010.
- 40 . مريان كوري، سيف الدين زريقي: المجموعات (الممارسات والتطبيقات)، مترجم، ط01، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2013.
- 41 . صالح خليل الصقور: الإعلام و التنشئة الإجتماعية، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 42 . صالح محمد الفوال: مناهج البحث في العلوم الإجتماعية، ط01، مكتبة غريب، القاهرة، 1982.
- 43 . صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، ط01، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 44 . عباس محمد الصادق: الإعلام الجديد (دراسة في مداخله النظرية)، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان 2004.
- 45 . عبد الباقي زيدان: قواعد البحث العلمي، ط01، دار الوفاء للنشر، مصر، د س.
- 46 . عبد الجبار دولة: التربية الإعلامية في مجتمع معاصر (مفهومها ، مجالاتها ، نتائجها)، ط01، مركز الناقد الثقافي، دمشق، 2009.
- 47 . عبد الرؤوف فضل الله وآخرون: الثقافة والقيم، ط01، دار الجيل، بيروت، 2002.
- 48 . عبد الرحمان سلوم الرواشدي: المقاومة الإعلامية (مفهومها، مشروعيتها، استراتيجيتها، صناعتها) ط01، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

- 49 . عبد الرحمان عزي: الإعلام (البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية) ط01، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2009.
- 50 . عبد الرحمان عزي: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط01، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 51 . عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الحتمية القيمية نحو فكر اعلامي متميز، ط01، مركز دراسات للوحدة العربية، سلسلة المستقبل العربي (28)، بيروت، 2003.
- 52 . عبد الرحمان عزي: دعوة لفهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط01، الدار المتوسطة، تونس سنة 2011.
- 53 . عبد الرحمان عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلامية، ط01، الدار المتوسطة، تونس، 2013.
- 54 . عبد الرحمان علي: الإعلام الجديد وتكنولوجيا العالم الجديد، ط01، منشورات جامعة البحرين، البحرين 2009.
- 55 . عبد الرحمان محمد العيسوي: سيكولوجية الفساد والأخلاق والشفافية، ط01، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2011.
- 56 . عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الإسلامي، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. 2012.
- 57 . عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012.
- 58 . عبد الغفار أمين سعيد: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط02، اترك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، د س
- 59 . عبد الله بلقزيز وآخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، ط01، مركز الدراسات للوحدة العربية، بيروت، نوفمبر 2013.
- 60 . عبد الله الرشدان: علم اجتماع التربية، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 61 . عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري: أثر القنوات الفضائية في القيم الإجتماعية والسياسية، ط01، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 62 . عبيدات محمد أوغضار، محمد مبيضين: منهجية البحث العلمي (القواعد، المراحل، التطبيقات) ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 1997.
- 63 . علي السيد الشخبي: آفاق جديدة في التعليم الجامعي العربي، ط01، دار الفكر العربي، القاهرة. 2012.
- 64 . علي خليل الشقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2014.
- 65 . علي ربحي محمد: ثورة الإتصال والمستقبل، ط01، دار اليمامة للنشر والتوزيع، عمان، د س
- 66 . عمار قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية (أسسه، أساليبه مفاهيمه، أدواته)، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

- 67 . عمار قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط02، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، د س.
- 68 . فاروق عبده فليه، السيد محمد عبد المجيد: السلوك التنظيمي في إدارة المسسات التعليمية، ط02، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 69 . فاطمة حسين عواد: الإعلام الفضائي، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 70 . فائزة أبو شكري: القيم الخلاقية، ط01، دار الفجر الجامعية، الإسكندرية، سنة 2008.
- 71 . فتحي حسين عامر: وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايسبوك، ط01، العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 2011.
- 72 . فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 73 . كاظم المقدادي: الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2013.
- 74 . كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور، الخصائص، النظريات)، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
- 75 . لبا سليم معريس: الاكتئاب لدى الشباب، ط01، دار النهضة العربية، بيروت، 2010.
- 76 . ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، ط01، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 77 . ماجد زكي الجلاذ: تعلم القيم وتعليمها (تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم)، ط04 عمان، 2004.
- 78 . ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف الكافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال ط01، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 79 . محمد النوبي محمد علي: مقياس ادمان الأنترنت لدى طلاب الجامعة الموهوبين، ط01، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 80 . محسن الجلوب الكنافي: الإعلام الفضائي والجنس، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 81 . محمد الجزار: القيم في تشكيل السلوك الإنساني، ط01، مركز الكتاب للنشر، مصر، 2008.
- 82 . محمد الطاهر بوشلوش: التحولات الإجتماعية و الإقتصادية وأثارها على القيم في المجتمع، ط01، دار مرابط للنشر والتوزيع والطباعة، الجزائر، 2008
- 83 . محمد الهادي: تكنولوجيا الإتصال وشبكة المعلومات، ط01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.
- 84 . محمد بدوي: الأخلاق بين الفلسفة وعلم الإجتماع، ط01، دار المعرفة الجامعية، الأزريطية. 2000.
- 85 . محمد بن ترسية، المرشد الطلابي العام (من الإلتحاق بالجامعة أو الكلية إلى الإندماج في الشغل) ط01، الدار المصرية السعودية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 86 . محمد بن صمادح التجيبي: مختصر تفسير الطبري (مذيلا بالمختار الصحيح، فضائل القرآن الكريم لابن كثير، شرح المقدمة الجزدية)، ط01، دار ابن الكثير، بيروت، 2004.

- 87 . محمد بن عبد الله: المنظومة التعليمية والتطلع إلى الإصلاح، ط01، دار المغرب للنشر والتوزيع
وهران(الجزائر)، 2005.
- 88 - محمد شحاته ربيع: علم النفس الإجتماعي، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان
2011.
89. محمد سليمان أشجان : تربية الشباب في المجتمع المعاصر، ط01، مؤسسة شباب الجامعة، 2009م
- 90 . محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط02، عالم الكتب، مصر، 2003.
91. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط01، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة
القاهرة، 2004.
- 92 . محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد، المراحل، التطبيقات)، ط02، دار وائل
للطباعة والنشر، عمان، 1999.
- 93 . محمد عبد الغاني حسن: مهارات ادارة السلوك الإنساني، متطلبات التحديث المستمر للسلوك، ط02
مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر، 2014.
- 94 . محمد عواد: مدخل إلى الإعلام الجديد، ط01، دار الحياة للنشر والتوزيع، عمان، د س
- 95 . محمد منير حجاب: الإتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، ط01، المركز العربي للتطوير
الإداري، 1989.
- 96 . محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط03، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة
2000.
- 97 . محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين (الفايسبوك أنموذجا)
المركز الفلسطيني لتنمية الحريات الإعلامية (مدى)، فلسطين، 2011
- 98 . محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي العموش: علم النفس السياسي والإعلامي ، ط01، دار الحامد
للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 99 . مرزوق عبد الحكيم العدلي: الإعلانات الصحفية (دراسة في الإستخدامات والإشباعات)، ط01، دار
الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 100 . مركز الدراسات الإستراتيجية: المعرفة وشبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني(الإصدار 39)،
جامعة عبد العزيز، سنة 2012م.
- 101 . مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني (الأسس، الآفاق، المستقبل)، الطبعة 01، دار الإعصار
للنشر والتوزيع، الأردن(عمان)، 2015.
- 102 . مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفزيونية(دراسة وصفية تحليلية مقارنة لعينة من
المسلسلات التلفزيونية العربية)، ط01، دار العاصمة للنشر والتوزيع ، 1992
- 103 . مصطفى السباعي: أخلاقنا الإجتماعية، ط01، دار الوراق، بيروت، 1999.

- 104 . مصطفى السيد أحمد: البحث العلمي (مفهومه، واجراءاته المنهجية)، ط02، دار الفلاحة للطباعة والنشر، عمان، 2003.
- 105 . مصطفى السباعي: النظام الإعلامي الجديد ، ط01، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، الكويت، 2000.
- 106 . مصطفى يوسف الكافي: الإعلام التربوي والتعليمي، ط01، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 107 . مصعب حسين الدين قتلوني: ثورات الفايبيوك (مستقبل وسائل التواصل الإجتماعي في التغيير) ط01، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014.
- 108 . منال هلال المزاهرة: نظريات الإتصال، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 109 . منى يوسف كشيك: القيم التربوية في برامج الأطفال بالفضائيات العربية في القرن الواحد والعشرين ط01، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
- 110 . نسيمة حمداني: الجامعة الجزائرية بين الأصالة والمعاصرة، ط01، دار قرطبة للنشر والتوزيع، باب الزوار (الجزائر)، د س
- 111 . نسيمة طبشوش: القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب، ط01، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 112 . نصير بوعلي: الإعلام والقيم (قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي)، ط01، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة (الجزائر)، 2005.
- 113 . نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط01، منشورات مكتبة اقرأ قسنطينة (الجزائر)، 2009.
- 114 . نعيم ابراهيم الظاهر: ادارة التعليم العالي، ط01، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 115 . هدى علي الشمري: مباحث في علم الإجتماع الإسلامي، ط01، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان 2013.
- 116 . وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفايبيوك على المجتمع، ط01، مدونة شمس النهضة، السودان 2010.
- 117 . وجدي سلطان: السلوك الطلابي (نظريا وتطبيقيا)، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 118 . وقفي السيد أحمد الإمام: البحث العلمي (اعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي)، ط01 المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
- 119 . ياس الخضير البياتي: الإعلام الجديد (الدولة الإفتراضية الجديدة)، ط01، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 120 . ياسر علي خرسان: العولمة والتحدي الثقافي، ط01، دار الفكر العربي، دمشق، 2001.
- 121 . يامين بودهان: الشباب والأنترنيت، ط01، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

✓ رسائل الماجستير والدكتوراه

1 . صالح عتوتة: الحاجات الإرشادية للطالب الجامعي في ضوء معايير الجودة التعليمية الشاملة، بحث مكمّل لنيل شهادة الماجستير في علم النفس (رسالة غير منشورة)، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2006، 2007.
2011.

2. وردة لعمور: قيم الزواج لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكمّلة لنيل درجة الماجستير، (رسالة غير منشورة)، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2001.

✓ المجلات العلمية:

1 . السعيد خبيزي: الخطر الأزرق... الفايبيوك، جريدة اقرأ، العدد 392، بتاريخ 17 إلى 3 أفريل، الجزائر 2014.

2 . حسان تريكلي: ملاحم نسق القيم الإجتماعية والأخلاقية السائدة في المجتمع الجزائري على ضوء دراسات بيار بورديو، والإنسانية، مجلة محكمة، تصدر عن جامعة 08 ماي 1945، جامعة قالمة العلوم الإجتماعية والإنسانية، العدد رقم 06، قالمة، جوان 2011.

3 . حليلة قادري: مشكلات الطلبة الجدد، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد السابع (07)، مجلة محكمة تصدر عن جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، جانفي 2012

4 . فضيل دليوا وآخرون: مجلة الباحث الإجتماعي، مجلة دورية، تصدر عن دائرة البحث الإعلامي بمعهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، د س.

✓ المنتقيات والمؤتمرات العلمية

1 . الطاهر أجعيم: الإعلام وتنمية روح المواطنة والوعي التنموي، في مجتمعنا العربي بين الطرح النظري والواقع العملي، المؤتمر الجزائري المصري الأول حول قيم المواطنة في العالم العربي، جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي (الجزائر)، يومي 8، 9 مارس 2016.

2 . محمد عبد اللطيف خليفة: عقبات تربية وتنمية قيم المواطنة في العالم العربي، المؤتمر الجزائري المصري الأول حول قيم المواطنة في العالم العربي، جامعة العربي بن مهيدي، ولاية أم البواقي (الجزائر)، يومي 8 9 مارس 2016.

III. المراجع الالكترونية

14 رسائل الماجستير والدكتوراه

1 . أحمد يونس محمد حمودة: دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية، القاهرة، ديسمبر 2013.

2. أمال رحمانى: قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلانية الغربية (دراسة سيميولوجية على عينة من الملصقات الغربية الموجهة للعرب)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، 2011.
3. السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والأخلاقيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البليلة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر 2005، 2006.
4. اليمين بن منصور: دور القيم الدينية في التنمية الإجتماعية (دراسة ميدانية حول المزابيين المقيمين بولاية باتنة)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.
5. تركي عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات (دراس مسحية على العاملين في ادارة العلاقات العامة بقطاعات وزارات الداخلية)، كلية العدالة الجنائية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014.
6. خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة (دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري بقسنطينة)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007.
7. رباب رأفت الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي " دراسة ميدانية "، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2013.
8. سميد علي حسينة: دور القيم الإجتماعية في الوقاية من الجريمة، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية السعودية، 2004.
9. سليمة دحماني: ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الأنتروبولوجيا، كلية الأدب والعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2005، 2006.
10. عبد الكريم العجمي الزباني: استخدامات وتمثلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها (الفاييبوك أنموذجا)، دراسة ميدانية على عينة من قسم طلاب الإعلام جامعة البحرين، 13 مارس.
11. عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011، 2012.
12. عبد الناصر عزوز: أثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الأسرية (دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة المسيلة)، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر (02)، الجزائر.

13 . شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة)، رسالة دكتوراه علوم في علم الاجتماع التنموية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005، 2006.

14 . مبارك زودة: دور الإعلام الإجتماعي في صناعة الرأي العام " الثورة التونسية أنموذجا"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، 2012.

15 . محمد أمين عبوب: تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنت (شبكات التواصل الإجتماعي انموذجا)، دراسة استكشافية وصفية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر (03)، الجزائر، 2011، 2012.

16 . محمد منتصر شعبان حلالة: واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الإجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.

17 . مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيرها في العلاقات الإجتماعية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة 2011، 2012.

18 . ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الإجتماعي الإلكترونية في انتخاب مجلس الأمة الكويتي (14)، رسال ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، سنة 2012.

19 . ياسين زيبوش: تفهقر التحصيل المعرفي للطالب في الجامعة الجزائرية (دراسة ميدانية في جامعة الجزائر)، رسالة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر (02) الجزائر، ديسمبر، 2011.

✓ المجلات العلمية

1 . الصادق الحمامي: كيف نفكر في مواقع الشبكات الإجتماعية؟ احدى عشرة مسألة أساسية؟، مجلة أكاديمية الشهرية، الصادرة عن جامعة منوبة (تونس)، ماي 2012.

2 . خالد بن سليمان معتوق: اتجاهات استخدام طلاب قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الإجتماعي (دراسة تحليلية)، مجلة اعلم، العدد 12، مجلة تصدر عن أم القرى، أبريل 2013.

3 . دهيمي زينب: مواقع التواصل الإجتماعي (الفيسبوك)، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة .

4 . رواب عمار: شروط الأداء التكويني الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية العدد (11)، تصدر عن جامعة محمد خيضر ببسكرة، ماي 2007.

5 . زهير عابد: دور شبكات التواصل الإجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الإجتماعي والسياسي (دراسة وصفية تحليلية)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث للعلوم الإنسانية، المجلد 26، العدد (02)

2012.

6. سالم سعيد الكندي، محمد ناصر علي الصقري: شبكات التواصل كأداة تسويقية في مؤسسات المعلومات المجلد (13)، العدد (الأول + الثاني)، 2012.
7. سحر خليفة الجبوري: الإعلام البديل ... الواقع والآفاق (دراسة نظرية في نماذج وأشكال الإعلام البديل مجلة الباحث الإعلامي، العدد (15)، مجلة تصدر عن كلية الإعلام بالجامعة العراقية، د س
8. صهيب كمال الآغا، عبد السلام محمد نصار: دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين، بمحافظات غزة، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد 16، العدد الأول تصدر عن جامعة الأزهر، غزة (فلسطين)، يناير 2008.
9. عبد السلام نجوى: أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الأنترنت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، 25، 27 ماي 1998.
10. عبد الكريم سعودي: ادمان الفاييبوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطالب الجامعي (دراسة ميدانية على طلبة بشار)، مجلة دراسات نفسية وتربوية، تصدر عن مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، جامعة بشار (الجزائر)، عدد 13 ديسمبر 2013.
11. عبد الله الزين الحيدري: الإعلام الجديد (النظام والفوضى)، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس، د س .
12. محمد خليل الرفاعي: دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، مجلة دمشق مجلد 27، العدد الأول + الثاني.
13. مها عبد المجيد صلاح: توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في مكافحة المخدرات (دراسة على موقع شبكة Face book، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، تصدر عن جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المجلد 29، العدد 57، 2012.
- ✓ **الملتقيات والمؤتمرات العلمية**
1. تقرير الإعلام الإجتماعي العربي: الإعلام الإجتماعي والحراك المدني (تأثير الفاييبوك وتويتر)، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، ماي 2011.
2. جدي رضوان: استخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الإجتماعي في عملية التغيير السياسي دراسة ميدانية تحليلية " الجزائر أنموذجا "، بحث مقدم إلى ملتقى الحوار التركي، الحوار العربي، جامعة الجزائر (03)، الجزائر، د س.
3. سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع (التحديات والفرص)، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك سعود، جدة، 2011.
4. سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي: دور شبكات التواصل الإجتماعي في خدمة العمل الإنساني بحث مقدم للملتقى العمل الإنساني، المملكة العربية السعودية، 2013.
5. علي ليلة: تأثير الفاييبوك على الثقافة السياسية والثقافية للشباب، المركز العربي للأبحاث والفضاء ورقة بحثية أقيمت في مؤتمر الفاييبوك والشباب، جامعة عين الشمس، يوليو 2009.

✓ المواقع الالكترونية

- 1 . أحمد عيساوي: رؤية تحليلية نقدية لمنهجية الحتمية القيمية في الإعلام للباحث المفكر الجزائري عزي عبد الرحمان، المادة متوفرة على الرابط [http:// www.badis lounis](http://www.badis.lounis)
2. آمنة عبد الرحمان: مواقع التواصل الإجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية ، المادة متوفرة على الرابط <http://www.alholine.com/ar/journalist>
- 3 . أمينة غفاري: مواقع التواصل الإجتماعي وآثارها على المنظومة الإجتماعية والأخلاقية ، المادة متوفرة على الرابط <http://aloroya.com/ar/ journalist>
- 4 . سامي سفيان: شبيكات التواصل الإجتماعي وانعكاساتها على قيم وأخلاق الشباب الجزائري، المادة متوفرة على الرابط <http://www.research .net>
5. سعيد عبد الله حارب المهيري: تأثير الإعلام على القيم الأخلاقية، المادة متوفرة على الرابط <http://www.shatharat.>
- 6 . سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبيكات الإجتماعي خطر؟ أم فرصة؟، المادة متوفرة على الرابط <http:// www. Conferene .new.egypt>
- 7 . شهرزاد سوفي: نموذج لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المادة متوفرة على الرابط <http://www.research .net>
- 8 . عبد السلام الأحمر: نحو منهجية فعالة للتربية على القيم الأخلاقية، المادة متوفرة على الرابط <http:// www.alihyaa.ma>
- 9 . عبد الكريم تفرقنيت: العلاقات الإجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، المادة متوفرة على الرابط <http://www.research .net>
10. عبد الرحمان عزي: الزمن الإعلامي والزمن الإجتماعي (قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية)، مجلة المستقبل العربي، المادة متوفرة على الرابط badislounis.blogspot.com
- 11 . خالد عبد الوهاب: تساؤلات حول اشكالية التنظير في علوم الإعلام والاتصال (محاولة لرصد اسهامات الباحث العربي وسياقاته في التنظير)، المادة متوفرة على الرابط <http://www.research .net>
- 12 . لونا كتاني: مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على الشباب والقيم الأخلاقية بالمجتمع، المادة متوفرة على الرابط Media .news.schannel. net
13. محمد أبو علوان: مواقع التواصل الإجتماعي لها تأثير على الشباب، المادة متوفرة على الرابط www.alrai.com
- 14 . مسعود فلوسي: الإلتزام الأخلاقي للطالب الجامعي وأثره في تحصيله العلمي، المادة متوفرة على الرابط <http:// www.startimes.com>
- 15 . ياسمين قرناني: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية بين مارشال ملكوهان وعزي عبد الرحمان <http://www.research .net>
- 16 . <http://.socialbakers.com> ، تاريخ الزيارة 09.2015 . 5 ، بتوقيت 30: 09

الأملا حاق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهدي

. أم البواقي .

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث حول:

تأثير الفايبر على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي

. أم البواقي .

معدة في إطار مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال . تخصص اتصال وعلاقات عامة .

. اشراف :

✓ اعداد الطالبة :

أ.محمد مليك

دلال عربي

ملاحظة : أمل أن تحظى هذه الاستمارة باهتمامكم وأن تتكرموا مشكورين بالإجابة عن تساؤلاتها بعناية ووضوح وذلك بوضع علامة (x) في خانة الإجابة المناسبة، علما أن اجابتم ضرورية لنا من أجل التوصل إلى نتائج علمية تساهم في تحقيق أهداف الدراسة، ونعلمكم بأن ماتدلون به من بيانات سيبقى سريريا ولن يكون خارج نطاق البحث العلمي. شاكرين لكم كريم تعاونكم في الوقت والجهد الذي تبذلونه في الإجابة عن أسئلة هذه الاستمارة .

❖ القيم الأخلاقية : هي مجموع القواعد والمبادئ والأسس الراسخة التي تحكم أفراد المجتمع الجزائري وتحدد وتضبط وتوجه تصرفاته، وهي مستمدة من القيم الدينية الإسلامية ومن القرآن الكريم مثل قيمة الصدق، الخير، الشرف ...

صفات العينة :

. الجنس : ذكر أنثى

. السن : من 22.18 من 27.23 28 فما فوق

. الكلية :

المحور الأول : عادات استخدام موقع " الفـايسبوك " .

1 . هل تستخدم موقع الفاييسبوك ؟

دائماً أحيانا نادرا

2 . منذ متى وأنت تستخدم موقع الفاييسبوك ؟

من سنة من سنة إلى سنوات أكثر من سنوات

3 . أين تتصفح موقع الفاييسبوك ؟

المنزل الجامعة مقهى الأنترنت مكان العمل حسب الظروف

4 . ماهي الفترات التي تتصفح فيها موقع الفاييسبوك ؟

صباحا مساء ليلا حسب الوقت المتاح

5 . ما هو معدل الوقت الذي تمضيه عادة لتصفح موقع الفاييسبوك بشكل يومي ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين ثلاث ساعات فما فوق

حسب الظروف

6 . غيابك عن الفايسبوك لفترة يشعرك بـ :

القلق والاضطراب الفراغ لا يشعرك بشيء

7 . هل تجد حرية أكثر في تكوين الصداقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك بدلا من اكتساب

أصدقاء جدد على أرض الواقع ؟

نعم لا

• اذا كانت اجابتك بـ " نعم " هل يكون ذلك :

دائما أحيانا نادرا

8 . هل تدخل إلى حسابك في موقع الفايسبوك باسمك الحقيقي أو باسم مستعار ؟

تفضل استخدام اسمك الحقيقي تفضل استخدام اسم مستعار

ولماذا.....

.....

المحور الثاني : دوافع استخدام موقع " الفايسبوك " ؟

9 . ماهي دوافع استخدامك لموقع الفايسبوك ؟

نفسية اجتماعية معرفية

• اذا كانت دوافعك نفسية فإنها تتمثل في :

- أنه ملجأ للهروب من مشاكل الواقع الهروب من روتين الحياة اليومية
- حسب المزاج لأنك تعودت على تصفح الموقع
- تقليد للموضة والشهرة التي اكتسبها الموقع
- أخرى تذكر.....

• اذا كانت دوافعك إجتماعية فإنها تتمثل في :

- التعرف على أصدقاء جدد . للتواصل مع الأهل والأقارب
- التفتح على ثقافات العالم الخارجي . لأنه بات من ضروريات العصر
- للتواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك

..... أخرى تذكر

• إذا كانت دوافعك معرفية فإنها تتمثل في :

• تنمية الرصيد الثقافي لاكتساب معارف وخبرات

• المشاركة في المجموعات التي ينشئها الطلبة والأساتذة

..... أخرى تذكر

10. ماهي المجالات التي تحرص على متابعتها عبر موقع الفايسبوك ؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

المجال العلمي والثقافي والفكري . مجال التوجيه والإرشاد . المجال الترفيهي

المجال الصحي . المجال الإخباري والسياسي . المجال الرياضي

المجال الديني والعقائدي والدعوي

..... أخرى تذكر

11 . هل ترى أن موقع الفايسبوك يلبي احتياجاتك ورغباتك ؟

نعم لا

• إذا كانت اجابتك بـ " نعم " فما هي الحاجات التي يلبيها لك موقع الفايسبوك؟

التنفس والتعبير بكل حرية . التواصل والتفاعل مع الآخرين

التعرف على مخلف القيم المنشورة عبر الصفحات والمجموعات . الهروب من الواقع

..... أخرى تذكر

12. هل تقبل على موقع الفايسبوك بدافع الثقة فيه ؟

نعم لا

..... برر في كلتا الحالتين

.....

المحور الثالث : مدى مساعدة المضامين المنشورة عبر الفايسبوك على الارتباط بالقيم الأخلاقية.

13 . هل تنشط بأحد المجموعات الخيرية عبر موقع الفايسبوك ؟

نعم لا

• اذا كانت اجابتك بـ " لا " فهل تتفاعل مع المضامين التي تنشرها هذه المجموعات ؟

نعم لا

14 . هل سبق لك وأن نشرت موضوعات تحت على الآداب والأخلاق على صفحتك ؟

نعم لا

• اذا كانت اجابتك " بنعم " فهل كان من خلال :

- الدعوة إلى تعزيز القيم الإيجابية
- الدعوة إلى التخلي عن القيم المنافية لمبادئ مجتمعنا
- الدعوة إلى التحرر من القيود المفروضة من المجتمع

15 . هل تجد تجاوبا مع المضامين التي تنشرها والمتعلقة بقيمنا الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك ؟

نعم لا

• اذا كانت اجابتك بـ " نعم " فهل يكون ذلك :

دائما أحيانا نادرا

16 . هل حدث وأن تعرضت صفحتك لنشر مضامين غير أخلاقية ؟

نعم لا

• اذا كانت اجابتك بـ " نعم " واصل بقية الأسئلة و اذا كانت اجابتك بـ " لا " انتقل إلى السؤال 18

• في حالة الإجابة بـ " نعم " فهل كان ذلك بنشر ؟

صور فيديوهات تعليقات غير لائقة

17 . إذا اكتشفت أن أحد الأصدقاء هو المسؤول عن ذلك، فما موقفك ؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

- أنصح بالابتعاد عن هذه الأخلاقيات غير السوية . أسامحه
- أتشاجر معه . أشهر به

18 . هل عزز موقع الفايسبوك من القيم الأخلاقية التالية لديك : (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

- الصدق في العمل والقول . الأمانة . الوفاء بالعهد . الحياء
- احترام الذات . التسامح . الرحمة . بر الوالدين . الكرم
- العفة (عفاف اللسان) . التواضع . الصبر على المعصية والشهوات
- الإخلاص . الشرف . الإحسان . آداب الحوار . لا لم يعزز

19 . منذ استعمالك لهذا الموقع، هل حدث وان اكتسبت سلوكا من السلوكات الآتية : (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

- المراوغة في الحديث . الجدل مع الوالدين . اهمال الفرائض الدينية
- مصاحبة رفقاء السوء في العالم الافتراضي . السباب والشتائم
- القرصنة . التكبر . الغش . العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر
- الظلم . ضياع الوقت . لا لم أكتسب

20 . حسب رأيك، هل ماينشر عبر موقع الفايسبوك من صور ومعلومات يتوافق مع قيمنا الأخلاقية

السائدة في المجتمع الجزائري .

نعم لا

• في حالة الإجابة بـ " نعم " ما السبب في ذلك ؟

- وجود صفحات تدعو للخير والفضيلة . تدعيم عادات وقيم المجتمع الأخلاقية
- تثري المعارف للتمسك بالدين الإسلامي
- أخرى تذكر

• في حالة الإجابة بـ " لا " فهذا يرجع إلى :

- غياب التنشئة الاجتماعية الجيدة
- فساد الأخلاق وانتشار الرذيلة
- التحرر من القيود الاجتماعية والتفتح على العالم
- عدم وجود ضوابط للمضامين المنشورة
- التفكك والانحلال الأسري
- تراجع دور المؤسسات الاجتماعية (المساجد/الجامعات/الإعلام المحلي)

أخرى تذكر.....

المحور الرابع : الفيسبوك وتأثيره على القيم الأخلاقية

21 . هل سبق لك وأن نشرت تعليقات تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين ؟

نعم لا

• اذا كانت اجابتك بـ " نعم " ففي أي مجال نشرت ؟

الإقتصادي . السياسي . الديني . البيئي .

أخرى تذكر.....

• اذا كانت اجابتك بـ " لا " فما رأيك في المجموعات التي تنتشر مثل هذه التعليقات ؟

.....
.....

22 . باستخدامك للفيسبوك لفترة زمنية، هل وجدت اقبالا على الصفحات والمجموعات التي تتضمن :

- أخبار الفنانين والنجوم المختصة في الغناء . الموضة
- الصفحات التي تدعو للإباحية . الدعوة إلى التطرف الفكري

23 . المجموعات التي تكشف وتنتشر أسرار الآخرين (سواء أكانت صادقة أو تشوه الحقائق) هل تراها :

- خارجة عن أخلاق وقيم المسلم
- لا أصدق ما ينشر فيها أبدا
- تثير فضولي لمعرفة أسرار الآخرين

أخرى تذكر.....

24 . هل ترى أنه بالإمكان حماية قيمنا الأخلاقية التي أصبحت مهددة عبر موقع الفايسبوك؟

لا

نعم

• اذا كانت اجابتك " بنعم " فهل يكون ذلك عن طريق :

- التمسك بالأخلاق والقيم السائدة في المجتمع
- المراقبة الذاتية
- العمل على توعية الوازع الديني
- تفعيل دور الإعلام المحلي
- أخرى تذكر.....

• في حالة الإجابة بـ " لا " فهذا يرجع إلى :

- ضعف الوازع الديني لدى الطلبة
- غياب الوعي بحضور هذه الوسائط
- غياب فعالية مؤسسات التنشئة الاجتماعية
- أخرى تذكر.....

25 . ما هي القيم الأخلاقية التي تراها تغيرت اليوم في مجتمعنا عبر موقع الفايسبوك ؟

.....

.....

.....

وشكرا

فهرس الجدول

رقم الجدول	عنوان الجدول	ص .
أ .	• تصنيف القيم الأخلاقية.	103
01	• توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	174
02	• توزيع أفراد العينة حسب السن.	175
03	• توزيع أفراد العينة حسب الكليات والمعاهد.	176
04	• استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	179
05	✓ استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك حسب نوع الجنس.	180
06	✓ سنوات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	181
07	✓ توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدامهم لموقع الفايسبوك.	182
08	✓ الفترة التي يتصفح فيها أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	184
09	✓ فترات تصفح موقع الفايسبوك حسب نوع الجنس.	185
10	✓ عدد ساعات استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	186
11	✓ شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك.	187
12	✓ شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفايسبوك وعلاقته بنوع الجنس.	189
13	✓ تفضيل أفراد العينة تكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك بدلا من اكتساب أصدقاء جدد على أرض الواقع.	191
14	✓ درجات تفضيل أفراد العينة تكوين صداقات افتراضية عبر موقع الفايسبوك.	192
15	• الهوية التي يدخل بها أفراد العينة لموقع الفايسبوك	193
16	• طبيعة الهوية التي يفضلها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بنوع الجنس.	195
17	• دوافع استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	196
18	• مدى استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك حسب نوع الدافع.	197
19	• الدوافع النفسية لأفراد العينة لاستخدام موقع الفايسبوك.	198
20	• الدوافع الاجتماعية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	200
21	• الدوافع المعرفية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	202

204	• المجالات التي يحرص أفراد العينة على متابعتها عبر موقع الفايسبوك.	22
206	• مدى تلبية موقع الفايسبوك لاحتياجات ورغبات أفراد العينة.	23
207	• نوع الحاجات التي يلبها موقع الفايسبوك لأفراد العينة.	24
209	• مدى ثقة أفراد العينة في ما يقدمه موقع الفايسبوك.	25
212	• عضوية أفراد العينة في أحد المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك.	26
213	• تفاعل الباحثين مع المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك.	27
215	• توزيع مفردات العينة حسب درجات استخدام موقع الفايسبوك وعلاقته بالعضوية في المجموعات الخيرية.	28
216	• مساهمة أو عدم مساهمة أفراد العينة في نشر موضوعات تتعلق بالآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك.	29
217	• نوع المضامين الأخلاقية المنشورة عبر موقع الفايسبوك	30
219	• العلاقة بين امكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بفترات التصفح .	31
220	• إمكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق حسب الوقت المستغرق في تصفح موقع الفايسبوك	32
221	• مدى التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية .	33
223	• درجات التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية.	34
224	• مدى تعرض أفراد العينة لنشر مضامين غير أخلاقية في صفحاتهم عبر موقع الفايسبوك.	35
225	• المحتوى الأكثر نشرًا للمضامين غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.	36
227	• موقف أفراد العينة من اكتشاف أن أحد الأصدقاء هو المسؤول عن نشر هذه المضامين غير الأخلاقية.	37
229	• إمكانية تعزيز موقع الفايسبوك القيم الأخلاقية لدى أفراد العينة	38
233	• نوع القيم الأخلاقية التي عززها موقع الفايسبوك لدى أفراد العينة وعلاقتها بنوع الجنس.	39
235	• مدى تحقيق أفراد العينة للحاجات والرغبات من خلال استخدامهم لموقع الفايسبوك وعلاقته بنوع القيم الأخلاقية المعززة .	40

237	• العلاقة بين مدى ثقة أفراد العينة بموقع الفايسبوك وعلاقته بإمكانية حماية قيمنا الأخلاقية المهدة .	41
238	• امكانية اكتساب أفراد العينة للسلوكيات غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك	42
242	• السلوكيات غير الأخلاقية التي اكتسبها أفراد العينة عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس.	43
244	• العلاقة بين مدى تفضيل الصداقات الافتراضية عبر موقع الفايسبوك وعلاقته باكتساب السلوكيات القيمة غير الأخلاقية .	44
246	• العلاقة بين اكتساب أفراد العينة للسلوكيات غير الأخلاقية وهوية الدخول لموقع الفايسبوك.	45
247	• توافق الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك مع قيمنا الأخلاقية.	46
249	• أسباب موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك تمثل قيمنا الأخلاقية.	47
250	• أسباب عدم موافقة أفراد العينة على أن الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك تتوافق مع قيمنا الأخلاقية.	48
253	• امكانية نشر أفراد العينة لتعليقات تحمل السخرية والإستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك.	49
254	✓ مجالات نشر التعليقات التي تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك	50
256	✓ آراء أفراد العينة في المجموعات التي تنشر تعليقات السخرية والاستهزاء عبر موقع الفايسبوك .	51
257	✓ مدى نشر أفراد العينة لتعليقات تحمل السخرية والاستهزاء بالآخرين عبر موقع الفايسبوك حسب نوع السن	52
258	✓ مدى الإقبال على المجموعات والصفحات غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.	53
260	✓ العلاقة بين سنوات استخدام موقع الفايسبوك وطبيعة المجموعات غير الأخلاقية التي يتم الإقبال عليها.	54
262	✓ موقف أفراد العينة في المجموعات التي تكشف وتنتشر أسرار الآخرين.	55
263	✓ امكانية حماية قيمنا المهدة عبر موقع الفايسبوك	56
264	✓ كيفية المحافظة على قيمنا الأخلاقية المهدة عبر الفايسبوك	57
266	✓ أسباب عدم القدرة على حماية قيمنا الأخلاقية المهدة عبر موقع الفايسبوك	58

268	✓ امكانية نشر أفراد العينة لموضوعات تحت على الآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك وعلاقتها بامكانية حماية القيم المهددة	59
270	✓ نوعية القيم الأخلاقية التي تغيرت عبر موقع الفايسبوك	60

فهرس الأشكال التوضيحية

رقم الشكل	عنوان الشكل	ص .
01	• شكل توضيحي لنموذج كاتز وزملاءه للاستخدامات والاشباكات	36
02	• شكل توضيحي لنموذج نظرية الحتمية القيمية في الاعلام.	45
03	• مخطط يوضح عناصر نظرية الحتمية القيمية في الاعلام.	46
04	• شكل يوضح تصنيف سبرانجر لأنماط القيم حسب المحتوى.	98
05	• شكل يوضح تصنيف القيم حسب معيار شدة القيمة.	99
06	• شكل يوضح القيم الأخلاقية نظريا وتطبيقيا.	120
07	• شكل يوضح علاقة القيم الأخلاقية بالتربية.	120
08	• شكل يوضح علاقة وسائل الإعلام بالقيم.	134
09	• مخطط يوضح العلاقة الثلاثية بين موقع الفاييبوك والقيم الأخلاقية والطالب الجامعي.	142
10	• مخطط يوضح حاجات الطالب الجامعي.	155
11	• شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	172
12	• شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.	173
13	• شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكليات والمعاهد.	175
14	• درجات استخدام موقع الفاييبوك.	177
15	• سنوات استخدام أفراد العينة لموقع الفاييبوك.	179
16	• مكان استخدام أفراد العينة لموقع الفاييبوك.	181
17	• فترات تصفح أفراد العينة لموقع الفاييبوك.	182
18	• ساعات استخدام أفراد العينة لموقع الفاييبوك بشكل يومي.	184
19	• شعور أفراد العينة نتيجة غيابهم عن استخدام موقع الفاييبوك.	186
20	• شكل يوضح تفضيل أفراد العينة للصدقات الافتراضية عبر موقع الفاييبوك بدلا من اكتساب أصدقاء جدد على أرض الواقع.	189
21	• درجات تفضيل أفراد العينة للصدقات الافتراضية عبر موقع الفاييبوك بدلا من	190

	اكتساب أصدقاء جدد على أرض الواقع.	
191	• الهوية التي يدخل بها أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	22
194	• دوافع استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	23
197	• الدوافع النفسية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	24
199	• الدوافع الاجتماعية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	25
200	• الدوافع المعرفية لاستخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك.	26
203	• المجالات التي يحرص أفراد العينة على متابعتها عبر موقع الفايسبوك.	27
204	• مدى تلبية موقع الفايسبوك أفراد العينة لاحتياجات ورغبات أفراد العينة.	28
206	• نوع الحاجات المشبعة.	29
208	• مدى ثقة أفراد العينة لما يقدمه موقع الفايسبوك.	30
210	• عضوية أفراد العينة في أحد المجموعات الخيرية الناشطة عبر موقع الفايسبوك	31
211	• مدى التفاعل مع المضامين التي تنشرها المجموعات الخيرية	32
214	• مساهمة أو عدم مساهمة أفراد العينة في نشر موضوعات تحت على الآداب والأخلاق عبر موقع الفايسبوك.	33
216	• نوع المضامين التي ينشرها أفراد العينة والمتعلقة بالآداب والأخلاق.	34
220	• مدى التجاوب مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة والمتعلقة بالقيم الأخلاقية.	35
221	• درجات تجاوب أفراد العينة مع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك والمتعلقة بقيمنا الأخلاقية.	36
222	• مدى تعرض أفراد العينة لنشر مضامين غير أخلاقية .	37
224	• المحتوى الأكثر نشرًا للقيم غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.	38
225	• موقف أفراد العينة من اكتشاف أن أحد الأصدقاء هو المسؤول عن نشر المضامين غير الأخلاقية.	39
228	• إمكانية تعزيز موقع الفايسبوك للقيم الأخلاقية الإيجابية لدى أفراد العينة.	40
237	• إمكانية اكتساب أفراد العينة للسلوكيات غير الأخلاقية عبر موقع الفايسبوك.	41
246	• مدى توافق الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك مع قيمنا الأخلاقية.	42
247	• أسباب توافق الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك مع قيمنا الأخلاقية.	43
249	• أسباب عدم توافق الصور والمعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك مع قيمنا	44

	الأخلاقية.	
251	• امكانية نشر أفراد العينة لتعليقات تحمل السخرية و الاستهزاء بالآخرين.	45
253	• مجالات نشر التعليقات التي تحمل السخرية و الاستهزاء بالآخرين.	46
254	• آراء أفراد العينة في المجموعات التي تنتشر تعليقات السخرية والاستهزاء بالآخرين	47
257	• مدى الإقبال على الصفحات والمجموعات غير الأخلاقية.	48
260	• موقف أفراد العينة في المجموعات التي تكشف وتنتشر أسرار الآخرين .	49
261	• امكانية حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك.	50
263	• كيفية المحافظة على قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك.	51
265	• أسباب عدم القدرة على حماية قيمنا الأخلاقية المهددة عبر موقع الفايسبوك.	52
269	• نوعية القيم الأخلاقية التي تغيرت عبر موقع الفايسبوك.	53

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ. ب	❖ مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
06	1 . اشكالية الدراسة.
06	2 . تساؤلات الدراسة.
08	3 . أسباب اختيار موضوع الدراسة.
09	4 . أهمية موضوع الدراسة.
10	5 . أهداف الدراسة.
10	6 . طبيعة الدراسة ومنهجها.
12	7 . عينة الدراسة.
14	8 . أدوات جمع البيانات.
14	أ . الملاحظة.
15	ب . استمارة الاستبيان.
16	9 . مجالات الدراسة.
17	أ . المجال البشري.
18	ب . المجال المكاني.
19	ج . المجال الزمني.
19	10 . تحديد المفاهيم والمصطلحات.
27	11 . الدراسات السابقة.
35	12 . المدخل النظري للدراسة.
36	أ . نظرية الاستخدامات والإشباع.
42	ب . نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك	
53	❖ تمهيد
54	أولاً: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
54	1 . مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ونشأتها.

58	2 . خصائص شبكات التواصل الاجتماعي وتصنيفاتها.
64	3 . التقنيات الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي.
67	4 . فوائد شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطرها.
ثانيا : مـاهية موقع الفايـسبوك	
71	1 . نشأة وتطور الفايـسبوك ومكوناته.
75	2 . سمات الفايـسبوك وآليات التواصل بين الأعضاء.
80	3 . أهمية الفايـسبوك بالنسبة للمجتمع (اجتماعيا، اقتصاديا، سياسيا).
83	4 . اجابيات الفايـسبوك وسلبياته.
87	5 . الانتقادات الموجهة للفايـسبوك.
88	6 . الفايـسبوك في العالم العربي والجزائر.
92	❖ خلاصة الفصل.
الفصل الثاني: مـاهية القيم والقيم الأخلاقية	
94	❖ تمهيد
95	أولا: مـاهية القيم
95	1 . خصائص القيم وتصنيفاتها.
104	2 . أهمية القيم ووظائفها.
108	ثانيا: مـاهية القيم الأخلاقية
108	1 . الاتجاهات المفسرة لطبيعة القيم الأخلاقية.
114	2 . تقسيمات القيم الأخلاقية وأشكالها.
121	3 . أهمية القيم الأخلاقية و معاييرها.
124	4 . مصادر القيم الأخلاقية.
127	❖ خلاصة الفصل.
الفصل الثالث: الإعلام التقليدي والجديد والقيم الأخلاقية	
129	❖ تمهيد
130	أولا : الإعلام التقليدي والقيم الأخلاقية
130	1 . الصحافة والإذاعة والقيم الأخلاقية.
131	2 . التلفزيون والانترنت والقيم الأخلاقية.
136	ثانيا: الإعلام الجديد والقيم الأخلاقية
136	1 . شبكات التواصل الاجتماعي وأثارها القيمية والأخلاقية على المجتمع.
141	2 . شبكات التواصل الاجتماعي وقيم وأخلاقيات الشباب الجزائري.

146	❖ خلاصة الفصل.
الفصل الرابع: مـاهية الطالب الجامعي	
148	❖ تمهيد
149	1 . خصائص الطالب الجامعي وصفاته.
154	2 . حاجات الطالب الجامعي ومشكلاته.
162	3 . التوجيه الجامعي والإرشادي للطالب الجامعي.
165	4 . الواقع القيمي والأخلاقي للطالب الجامعي.
168	5 . مقومات حماية الطالب الجامعي من الانحراف الأخلاقي.
170	❖ خلاصة الفصل.
الإطار التطبيقي للدراسة	
174	1 . تفرغ البيانات وتحليلها.
271	2 . النتائج النهائية للدراسة.
273	أ . النتائج الجزئية للدراسة.
274	ب . النتائج العامة للدراسة.
278	ج . النتائج في ضوء الدراسات السابقة.
279	د . النتائج في ضوء نظريتي الدراسة.
279	• في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع.
279	• في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
280	❖ صعوبات الدراسة.
281	❖ التوصيات والاقتراحات.
• ج •	❖ خاتمة.
283	• ملخص الدراسة.
287	• قائمة المراجع.
	• الملاحق.
	• فهرس الجداول.
	• فهرس الأشكال.
	• فهرس الموضوعات.