The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Arts and Human Sciences
Master Of Journalism

الجامعـــــــة الإســـلاميـة– غـزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلـيـــة الآداب والعلـوم الإنسانيـة
ماجســـــتير الـــصحـــافـــــــة

استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية "دراسة ميدانية في محافظات غزة"

Secondary Students Uses of Social Networks for Preservation of Cultural Values and Resulting from Such Uses.

"A Field Study in Gaza Governorates"

إِعدَادُ البَاحِثَة
عايدة علي أبو زايد

إِشرَافُ الدُكتُور
أيمن خميس ربيع أبو نقيرة
أستاذ الصحافة والإعلام المساعد

قُدمَ هَذا البحثُ اِستِكمَالاً لِمُتَطلباتِ الحُصولِ عَلى دَرَجَةِ الْمَاجِستِيرِ
فِي الصحافةِ بِكُلِيةِ الآدابِ فِيْ الْجَامِعَةِ الإِسلامِيةِ بِغَزة

2016م – 1438هـ

إقــرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية "دراسة ميدانية في محافظات غزة"

Secondary Students Uses of Social Networks for Preservation of Cultural Values and Resulting from Such Uses.

"A Field Study in Gaza Governorates"

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	عايدة علي أبو زايد	اسم الطالب:
Signature:	عايدة علي أبو زايد	التوقيع:
Date:	2016/08/30م	التاريخ:

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية غزة
The Islamic University of Gaza

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم: ج س غ/35/ Ref:
التاريخ: 2016/10/25م Date:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحثة/ **عايدة علي حسين أبو زايد** لنيل درجة الماجستير في **كلية الآداب/ قسم الصحافة**، وموضوعها:

استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية دراسة ميدانية في محافظات غزة

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 24 محرم 1438هـ، الموافق 2016/10/25م الساعة الحادية عشر صباحاً، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

د. أيمن خميس أبو نقيرة	**مشرفاً و رئيساً**	.....
أ.د. جواد راغب الدلو	**مناقشاً داخلياً**	.....
د. زهير عبد اللطيف عابد	**مناقشاً خارجياً**	.....

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحثة درجة الماجستير في **كلية الآداب/قسم الصحافة**.

واللجنة إذ تمنحها هذه الدرجة فإنها توصيها بتقوى الله ولزوم طاعته وأن تسخر علمها في خدمة دينها ووطنها.

والله ولي التوفيق ،،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبدالرؤوف علي المناعمة

+97082644400 +97082644800 public@iugaza.edu.ps www.iugaza.edu.ps iugaza iugaza mediaiug iugaza
P.O Box 108, Rimal,Gaza,Palestine ص.ب 108 الرمال . غزة . فلسطين

الملخص

تهدف الدراسة: إلى التعرف على واقع استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية (القيم السياسية والاجتماعية و الدينية) والإشباعات المتحققة، ودوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها، وتأثيرها على القيم الثقافية المجتمعية.

و تُعد الدراسة من البحوث الوصفية، التي استندت في مقاربتها المنهجية على منهج المسح "مسح جمهور وسائل الاعلام"، معتمدةً على نظرية الاستخدامات والإشباعات، وعلى صحيفة الاستقصاء بوصفها أداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات من طلبة الثانوية العامة.

عينة الدراسة: أجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة موزعين على محافظات قطاع غزة ما بين ذكور وإناث، في الفترة الممتدة 29-يناير وحتى 1 ابريل 2016.

نتائج الدراسة: خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الرئيسة، التي كان من أهمها وأبرزها ما أثبتت فرضيات الدراسة وهي:

1. أن درجة تحقق الإشباعات من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم السياسية والاجتماعية والدينية التي تعبر عن القيم الثقافية كانت ضعيفة، كما كانت في بعض القيم ذات مردود سلبي .
2. لا توجد علاقة بين امتلاك طالب الثانوية العامة لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي وكلا من النوع الاجتماعي، ومكان السكن والتخصص.
3. أن الإشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية عند الذكور أعلى من الإناث، وهي لا تتأثر بالتخصص الدراسي بينما تتأثر بمكان السكن .
4. أن هناك تباين واضح واختلاف بين الطلبة حول الثقة بالمعلومات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة: انبثقت عن نتائج الدراسة عدة توصيات:-

1. يجب إشراك المؤسسة الدينية والتربوية في التوعية والتنبيه على مستوى الأهل والأبناء لخطورة شبكات تواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للأبناء، وتدعيم طرق الاستخدام الآمن والايجابي لشبكات التواصل
2. ضرورة مراقبة الأهل لأبنائهم والاضطلاع على كافة شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها والمواضيع التي يضطلعون عليها خاصاً وأن معظم المبحوثين يفضلون استخدام الفيسبوك في المنزل بالدرجة الأولى.

Abstract

Study Aims: This study aims at identifying the status of the secondary school students' usage of networking for preserving cultural values, represented in the (political values, social values, and religious values) and gratification achieved. It also aims at identifying their motivations for using social networks and the reliability of its information, and the extent of its impact on the cultural values of the society.

Study Approach: This is a descriptive study that is based in its approach on the survey method "Surveying the public and media", depending on Uses and Gratification theory, a survey questionnaire as a main tool for the collection of information and data from secondary school students.

Study Sample: The study was conducted on a sample consisting of (400) questionnaires distributed on the Gaza for between males and females, in the period form 29-January to April 1, 2016.

Conclusion: The study concluded a number of findings, the most important of which were the following:

1. The degree gratification achieved from the uses of social networking sites were weak on most of the political, social and religious values, which reflect the cultural values and sometimes of negative impact.
2. There is no relationship between the possession of a secondary school student to an account on the social networking and gender, place of residence, and specialization.
3. The gratification achieved from the uses of social networking sites to keep cultural values upon male is more than female and studies specials.

4- There is a clear difference between students about trusting information on networking sites.

Recommendations: The most important recommendations of the study:

1. Religious and educational institutions should involve in increasing the awareness and alerting the parents and children to the level of danger coming from the social communication on the cultural values of the children, and to strengthen ways of safe and positive use of social networks, especially the Facebook because the vast majority have accounts on it.
2. Parents need to monitor their children on all the social networks they use and the topics they write as most of the respondents prefer to use Facebook at home in first place.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

قال تعالى:

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

صدق الله العظيم

[طه: 114]

الإهــداء

- إلى تلك الروح الطاهرة الزكية التي أكنتها حنايا النفس، روح والدي الحبيب طيب الله ثراه
- إلى نبع العطاء الدافق، ومشكاة الحنان الصادق ...أمي رعاها الله وحفظها
- إلى فلذة الكبد ومهجة الفؤاد ندى الورد والرياحين ... ابنتي الغالية
- إلى إخوتي وأخواتي الأماجد
- إلى كل من أرشدني الصواب أو أمدني بفكرة أو كتاب أو هداني حسن الجواب
- إلى جميع هؤلاء أهدي هذا البحث راجية من الله التوفيق والسداد والرشاد

شكر وتقدير

أشكر الله تعالى أن منّ عليّ بإنجاز هذا البحث، وهيأ لي الأسباب لكتابته وتجاوز الكثير من الصعاب، فالشكر لله تعالى شكر الحامدين العابدين المنيبين.

وانطلاقاً من قول النبي صلى الله عليه وسلم " لا يشكر الله من لم يشكر الناس "[1].

فاني أتقدم بأعطر باقات الشكر والامتنان إلى فضيلة الدكتور أيمن أبو نقيرة الذي تولى الإشراف على هذا البحث ولم يأل جهداً في تقديم النصح والإرشاد والتوجيه.

وكذلك الشكر موصول إلى عضوي لجنة المناقشة كل من:

الأستاذ الدكتور/ جواد راغب الدلو حفظه الله

والدكتور/ زهير عبد اللطيف عابد حفظه الله

لجهودهما الطيبة في إثراء الرسالة حتى وصلت إلى صورتها البهية.

كما أشكر كذلك قسم الصحافة والاعلام في الجامعة الاسلامية الذي أتاح لي فرصة التعلم وهيأ الجو المناسب للبحث.

كذلك أتقدم بالشكر الوارف من إدارة مدرسة شفا عمرو الثانوية للبنات لما تفضلت به من التسهيل والتيسير والمؤازرة في إنجاح هذا البحث.

كذلك الشكر موصول لجميع زميلاتي في المدرسة اللاتي لم يبخلن على بنصح صادق أو مشورة نافعة أو دعوة من القلب صادقة.

وفي الختام أسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم وأن ينفع به ويتقبله إنه سميع قريب مجيب.

الباحثة

---

(1) الترمذي، البرد والصلة (ص 954).

فهرس المحتويات

إقـرار .....أ

نتيجة الحكم على أطروحة.....ب

الملخص .....ت

Abstract .....ث

اقتباس ..... ج

الإهـداء ..... ح

شكر وتقدير ..... خ

فهرس المحتويات .....د

فهرس الجداول.....س

فهرس الأشكال.....ص

المقدمة 1

الفصل الأول الاجراءات المنهجية للدراسة 3

أولاً: أهم الدراسات السابقة.....4

ثانياً: الاستدلال على مشكلة الدراسة 25

ثالثاً: مشكلة الدراسة:.....27

رابعاً: أهمية الدراسة:.....27

خامساً: أهداف الدراسة 28

سادساً: تساؤلات الدراسة، وفروضها:.....29

سابعاً: الإطار النظري للدراسة:.....30

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها: 34

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات 36

عاشراً: المعالجات الإحصائية:.....40

حادي عشر: مجتمع الدراسة وعينتها:.....42

ثاني عشر: حدود الدراسة 44
ثالث عشر: مصطلحات الدراسة: 44
رابع عشر: تقسيم الدراسة:..... 46
الفصل الثاني شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية 47
تمهيد..... 48
المبحث الأول شبكات التواصل الاجتماعي..... 49
أولاً: الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت 52
ثانياً: ظهور شبكات التواصل الاجتماعي..... 54
ثالثاً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي 57
رابعاً: أصناف الشبكات الاجتماعية 59
خامساً: العوامل المؤثرة في الإعلام التفاعلي 60
سادساً: خدمات الشبكات الاجتماعية:..... 61
سابعاً: وظائف الشبكات الاجتماعية..... 62
ثامناً: إيجابيات الشبكات الاجتماعية 65
تاسعاً: سلبيات الشبكات الاجتماعية..... 67
عاشراً: أمثلة على بعض الشبكات الاجتماعية 68
المبحث الثاني القيم الثقافية ومكوناتها 75
أولاً: مفهوم القيم: 75
ثانياً: مكونات القيم:..... 78
ثالثاً: خصائص وسمات القيم: 79
رابعاً: وظائف القيم:..... 81
خامساً: مراحل تشكل القيم:..... 84
سادساً: الثقافة (المفهوم والمكونات والسمات والخصائص)..... 85
سابعاً: أنواع القيم الثقافية..... 89
الفصل الثالث الدراسة الميدانية وفروضها 93
المبحث الأول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة..... 94

المطلب الأول: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأسباب عدم استخدامها 94
أولا: مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي: 94
ثانيا: أسباب عدم امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي: 95
المطلب الثاني: يشمل معدل الاستخدام وعدد الساعات وقت الاستخدام وأماكن الاستخدام 97
أولاً: معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: 97
ثانياً: معدل عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: 98
ثالثاً: أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: 99
رابعاً: أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: 100
المطلب الثالث: وسائط الدخول واسم المستخدم وأسباب استخدام اسم مستعار 101
أولاً: وسائط الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي: 101
ثانياً: اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي: 102
ثالثاً: أسباب استخدام اسم مستعار على شبكات التواصل الاجتماعي: 103
المطلب الرابع : القيود وأنواعها ودرجة الثقة بالمعلومات 104
أولاً : قيود استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: 104
ثانياً: درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي: 105
المطلب الخامس: أنواع شبكات التواصل، وموضوعاتها، والتفاعل مع زملاء الدراسة، وأساليب استخدام المبحوثين لها. 106
أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون: 106
ثانياً: أهم الموضوعات التي يتابعها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي: 107
ثالثاً: التفاعل مع زملاء المدرسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي: 108
المطلب السادس: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي، ودوافع استخدامها، والقضايا الثقافية التي يطرحها المبحوثون. 110
أولاً: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي بشكل سلبي: 110
ثانياً: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: 111
ثالثاً: القضايا الثقافية التي يتم طرحها على شبكات التواصل الاجتماعي: 113

المبحث الثاني الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية 114
أولاً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية..... 115
ثانياً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية 116
ثالثاً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الدينية..... 118
رابعاً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية 120
المبحث الثالث الحكم على فرضيات الدراسة..... 122
المبحث الرابع خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها 130
أولاً: خلاصة نتائج الدراسة 130
ثانياً: توصيات الدراسة 134
المصادر والمراجع 136
أولاً: المراجع العربية..... 137
ثانياً: المراجع الأجنبية:..... 147
ملاحق الدراسة 148

فهرس الجداول

جدول (1.1): معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعد الاشباعات على القيم 37

جدول (1.2): معاملات الارتباط بين الإشباعات المتحققة على القيم، (ن=50) 38

جدول (1.3): معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمحاور الاستمارة وكل الاستمارة..... 39

جدول (1.4): معامل الثبات (التجزئة النصفية) لمحاور الاستمارة وكل الاستمارة 40

جدول (1.5): عينة الدراسة بحسب البيانات الأساسية (ن =378) 43

جدول (2.1): نوع القيم حسب المستوى 92

جدول (3.1): مدى امتلاك المبحوثين حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 378)..... 94

جدول (3.2):أسباب عدم امتلاك المبحوثين حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 37) 95

جدول (3.3): معدل استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)..... 97

جدول (3.4): معدل عدد ساعات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي..... 98

جدول (3.5): أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)..... 99

جدول (3.6): أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)..... 100

جدول (3.7): وسائط الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341) 101

جدول (3.8): اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي (ن = 341) 102

جدول (3.9): أسباب استخدام اسم مستعار في شبكات التواصل الاجتماعي (ن =117)..... 103

جدول (3.10): مدى وجود قيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341) 104

جدول (3.11): نوعية القيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 126)..... 104

جدول (3.12): درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)..... 105

جدول (3.13): شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون، (ن = 341) 106

جدول (3.14): الموضوعات الأكثر متابعة على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 341) 107

جدول (3.15): مدى متابعة زملاء المدرسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن= 341)..... 108

جدول (3.16): الموضوعات التي يتحدث حولها المبحوثون مع زملائهم ، (ن= 335)..... 109

جدول (3.17): أساليب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 341)..... 109

جدول (3.18): تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي على نحو سلبي (ن= 341) 110

جدول (3.19): دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، (ن= 341)..... 111

جدول (3.20): القضايا الثقافية التي يطرحها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 341) 113

جدول (3.21): درجات مقياس ليكرت الخماسي..... 114

جدول (3.22): درجات التحقق لفقرات بعد الإشباعات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي 114

جدول (3.23): الاشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية، (ن =341) 115

جدول (3.24): الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية، (ن =341) 117

جدول (3.25): بعد الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الدينية، (ن =341) 119

جدول (3.26): أبعاد الإشباعات على القيم الثقافية، (ن =341)..... 120

جدول (3.27): مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب النوع الاجتماعي، (ن =378) ... 122

جدول (3.28): مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب التخصص، (ن =378)..... 123

جدول (3.29): مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب مكان السكن، (ن =378) 123

جدول (3.30): تحقق الإشباعات من استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي للحفاظ على أبعاد القيم الثقافية، (ن =341) 124

جدول (3.31): نتائج اختبار ت للفرق بين متوسط درجات استجابة الذكور والإناث، (ن =341)..... 125

جدول (3.32): اختبار التباين الأحادي لمقاييس تحقق الإشباعات بحسب التخصص، (ن =341) 126

جدول (3.33): اختبار التباين الأحادي لمقاييس تحقق الإشباعات بحسب مكان السكن، (ن =341) 127

جدول (3.34): اختبار بونفيروني للفرق بين متوسط الاستجابات في بعد الإشباعات على القيم الاجتماعية، (ن =341) 127

جدول (3.35): اختبار التباين الأحادي لمقاييس تحقق الإشباعات بحسب درجة الثقة بمعلوماتها، (ن =341) . 128

فهرس الأشكال

شكل (3.1): امتلاك أفراد العينة حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 378).....94

شكل (3.2): عدم امتلاك حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي،(ن= 37).....96

شكل (3.3): أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341) 100

شكل (3.4): اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341) 102

شكل (3.5): نوعية القيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي 105

شكل (3.6): تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي على نحو سلبي (ن= 341).111

المقدمة

بدأت شبكات التواصل الاجتماعي تواكب الأحداث والتطورات الحاصلة في العالم بوجه عام، وفي المنطقة العربية على وجه الخصوص، حيث بدأت تخرج عن النمط التقليدي سواء في تصميمها أو في نقل المعلومة؛ من خلال عملية ربط صفحاتها الإلكترونية بالشبكة العنكبوتية مثل (الفيس بوك والتويتر واليوتيوب والمدونات) وعرض شرائح الفيديو وفتح المجال لتفاعل الجمهور مع بعضه بعضاً؛ كما يعتقد البعض بأنها إحدى الوسائل المؤثرة في تشكيل القيم الثقافية للجمهور ولاسيما فئة الشباب التي تعدّ من أكثر روادها ومتصفحيها على المستوى المحلي أو الإقليمي العالمي.

واتسمت شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها إحدى وسائل الاتصال الحديثة بالعديد من المزايا والخصائص الاتصالية التي يندر وجود مثيل لها في أي وسيلة أخرى، وقد استحوذت على اهتمام الشباب في المجتمع الفلسطيني بمختلف سماتهم الاجتماعية، واستخدامه على نحو متزايد، والاعتماد عليها في حياتهم اليومية بطريقة لافتة للنظر.

وفي ظل تعدد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ما بين استخدامات التواصل والتفاعل مع الآخرين والاستخدامات التعليمية والدينية والتثقيفية والإعلامية والتسويقية والترفيهية، تشكلت من خلالها جملة من التفاعلات السلوكية والثقافية المرتبطة بها، التي كان لها انعكاساتها وآثارها الواسعة على الصعيد الفردي والأسري والمجتمعية، مما أشاع أنماطاً جديدة ومتزايدة من السلوكيات والقيم الثقافية المؤثرة، في عملية التفاعل الثقافي والاجتماعي، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي.[1]

وهنا تتضح أهمية علاقة التفاعل الإلكتروني مع النشاطات الثقافية والاجتماعي التي تعد ضرورة ملحة تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة فهي تعد مصدرا من مصادر الكشف عن أفكار الشباب وإمكانياتهم وميولهم ومشاركتهم في شتى مجالات الأنشطة الثقافية والمجتمعية، فالتنمية لا يمكن أن تتم بدون إعداد الشباب، الذي هو أداة للمحافظة على القيم الثقافية التي تميز مجتمع عن مجتمعات أخرى، فبقدر ما يتوافر له من صحة وحيوية وقدرة وابتكار، وإبداعية، ومهارات مهنية وتقنية، وإحساس بالمسؤولية بقدر ما يتوفر للمجتمع القدرة الذاتية على النمو والتطور.

---

(1) المصري، مدى استخدام مدرسي الثانوية الشبكات الاجتماعية لخدمة الطلبة (ص38).

وقد تحدث لهذه القيم مجموعة من التغيرات نتيجة للتغيرات التي تطرأ على المجتمع سواء عن طريق التحديث المباشر أو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي .ففي الفترة الأخيرة شهدت المجتمعات اهتماماً بمواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص من فئة الشباب لكلا الجنسين ،حيث زاد اهتمام الشباب بها وبالتواصل من خلالها وتبادل الأفكار والحديث والتعرف على الشعوب الأخرى أو الانفتاح على ثقافتهم وقيمهم [1].

وعلى الرغم من إقبال الشباب ولاسيما طلبة الثانوية العامة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها المختلفة على البناء الثقافي وإمكانيات المحافظة عليها، لا زالت دراسة استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة على القيم الثقافية في مجتمعنا محدودة، وخصوصًا في مدى تأثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى فئة من أكثر الفئات الاجتماعية استخدامًا لها؛ لذلك ظهرت ضرورة دراسته في مجتمعنا الفلسطيني، في ضوء ذلك جاءت هذه الدراسة التي تعرضت لاستخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية؛ من أجل معرفة طبيعة هذه الاستخدامات والإشباعات المتحققة منها، ودوافع طلبة الثانوية العامة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى الثقة في مضمونها.

(1) إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب

الفصل الأول

الاجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة

هناك العديد من الدارسات السابقة التي تطرقت لموضوع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية، وفي هذا الصدد قامت الباحثة بتصنيف الدراسات السابقة الى محورين أساسين، هما: محور الدراسات التي تتعلق باستخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، ومحور الدراسات التي تتعلق بالقيم الثقافية، وتم ترتيب الدراسات من الأحدث للأقدم وهي كالآتي:

المحور الأول: دراسات تتناول الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي

1- دراسة بعنوان: "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م".[1]

تهدف الدراسة إلى رصد مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، وأسباب هذا الاعتماد وأهدافه ودوافعه، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعات في قطاع غزة؛ حيث اقتصرت الدراسة على طلبة الجامعات الثلاث الرئيسة (جامعة الأقصى، الجامعة الإسلامية، جامعة الأزهر)، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مبحوث من طلبة الجامعات الثلاث، تم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من نتائج، أهمها:

أ- تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

ب- أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات في أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م الفيس بوك، تلاه تويتر، ثم جوجل بلس.

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

ت- جاءت التأثيرات الوجدانية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، ثم التأثيرات المعرفية، وأخيراً التأثيرات السلوكية.

2- دراسة بعنوان: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014".[1]

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014م. استعان الباحثان بمنهج المسح الإعلامي باستخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الاعلام، واعتمدا على الاستبانة بوصفها أداة لجمع بيانات الدراسة، بناءً على نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتكون مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي المصري، وتم اختيار عينة الدراسة من (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن أبرز استخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية كان للمتابعة والمشاركة في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

ب- أهم الإشباعات التي تحققت لدى الشباب كانت الإشباعات السياسية، ومتابعة العملية الانتخابية، وما دار حولها من نقاشات.

ت- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

3- دراسة بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل والاشباعات المتحققة، دراسة ميدانية".[2]

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة، ودوافع استخدامها، واستندت في أساسها النظري إلى فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات، واعتمدت الدراسة منهج المسح من خلال أسلوب مسح

---

(1) شتلة، ومرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014م: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري.

(2) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل والاشباعات المتحققة: دراسة ميدانية.

جمهور وسائل الإعلام"، ويتمثل مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الجامعيين في الجامعات الفلسطينية النظامية الرئيسة الثلاث بمحافظات غزة وهي: الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، جامعة الأزهر، ولقد اختار الباحث عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مفردة، واستخدمت صحيفة الاستقصاء لجمع المعلومات من المبحوثين.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة الثقة، فكلما زادت ثقته بالوسيلة كانت درجة الفائدة لديه كبيرة منها.

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص العلمي والبرنامج الدراسي ومكان السكن، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير نوع الجامعة.

ت- يستخدم المبحوثون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة تزيد عن 3 ساعات يومياً، كما يثق طلبة الجامعات الفلسطينية بدرجة متوسطة في شبكات التواصل الاجتماعي.

4- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية.[1]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضاياه الوطنية، وأهم القضايا التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمد الباحث المنهج المسحي باستخدام أسلوبي تحليل المحتوى والمسح بالعينة، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون والاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين، واقتصر مجتمع الدراسة التحليلية على شبكة الفيس بوك، ومجتمع الدراسة الميدانية على الشباب الفلسطيني ضمن الفئة العمرية (18-35) عاماً، اشتملت عينة الدراسة التحليلية على شبكتي غزة الآن، وقدس الإخبارية، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها (426) شاباً من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

---

(1) سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية.

أ- حصلت شبكة الفيس بوك على المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية، وذلك بنسبة 93.3% تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة 49.6%.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، وتويتر) في التوعية بالقضايا الوطنية تعزى لمتغير العمر.

ت- أهم المشكلات والعقبات التي تواجه المبحوثين في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضايا الوطنية، تمثلت في انقطاع التيار الكهربائي بنسبة 74.6%، تلاها عدم الثقة بمضامين شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 58.9%.

5- دراسة بعنوان: "دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني".[1]

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع الشبكات الاجتماعية ومعرفة مدى إدراك الشباب ووعيهم لاستخدام الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح، بأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واستخدم الباحث الاستبانة بوصفها أداة لجمع البيانات، وقد تمثل مجتمع الدراسة في المجتمع الفلسطيني في محافظات قطاع غزة، وتم تطبيق الدراسة على عينة غير احتمالية قوامها (462) مفردة من الشباب المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية الذين يقعون في الفئة العمرية ما بين (18 – 35) عاماً.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن نسبة 94.6% من المبحوثين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية بوصفها مصدراً للمعلومات السياسية.

ب- إن نسبة 87.4% من المبحوثين يعتقدون بأن الشبكات الاجتماعية أسهمت في تنمية مشاركتهم نحو القضايا السياسية، وأن نسبة الثقة بهذه المعلومات جاءت متوسطة.

ت- إن الفيسبوك من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً من قبل المبحوثين، وأن المبحوثين يتابعونه بكثافة ويفضلون المواد السياسية والإخبارية.

---

(1) المصري، دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية.

6- دراسة بعنوان: "شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين".[1]

هدفت الدراسة إلى التعرف على مقومات و انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها لدى طلبة التعليم الجامعي، وأثرها على الأمن الفكري لديهم ، وتندرج الدراسة في إطار البحوث الوصفية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثان المنهج المسحي من خلال مسح جمهور وسائل الاعلام، واعتمدا على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الخليجية بمملكة البحرين، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (104) طالب وطالبة في الجامعة الخليجية بمملكة البحرين.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى الطلبة بصفة عامة بدرجة متوسطة .

ب- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات الذكور والإناث في التعليم الجامعي بمملكة البحرين على الأمن الفكري. تعزى لمتغير الجنس.

ت- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات الذكور والإناث في التعليم الجامعي بمملكة البحرين على الأمن الفكري تعزى لمتغير الجنسية.

7- دراسة بعنوان: "الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن".[2]

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، وتُعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، واتبعت المنهج المسحي واعتمدا أسلوب المسح بالعينة، واستخدم الباحثان الاستبانة أداة للدراسة لتحقيق أهدافها، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الأطفال في الفئة العمرية (15-18) الذين لديهم حسابات على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي في الأردن في حين تكونت عينة الدراسة من (276) فرداً تم اختيارهم باستخدام جداول حساب العينات الإحصائية العشوائية، ممن لديهم

---

(1) أبو خطوة، والباز، شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين.

(2) الزبون، وأبو صعيليك، الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن.

حسابٌ أو أكثر على شبكة (Facebook)، تم اختيارهمً قصديا بطريقة كرة الثلج، أي بتوزيع الاستبانة على أحد الأشخاص ويكونون منخرطين بمواقع التواصل الإلكتروني والطلب منه أن يقوم بإرشادنا إلى شخص آخر أو أشخاص يعرفهم لديهم الاهتمامات نفسها ومنخرطين بمثل هذه المواقع.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة من وجهة نظرهم توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال متابعة آخر أخبار الآخرين على الشبكة ومجاملتهم، وتعزيز وتوثيق الصداقات القائمة، وزيادة عدد الأصدقاء الذين يشتركون في الاهتمامات نفسها.

ب- إن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية تمثلت في إهدار الوقت من خلال متابعة موضوعات وألعاب غير مفيدة لساعات طويلة على شبكات التواصل، وتعارف أفراد من الجنس الآخر يرفض الكبار إقامة علاقة معهم، والإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرغبة الملحة لمتابعتها لأوقات طويلة.

ت- إن الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تكون لدى الإناث أكبر منها لدى الذكور، بينما تكون الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أكبر من الإناث، وفقاً لتقديراتهم أنفسهم.

8- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية".[1]

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلبة الجامعات الأردنية، ومعدلات استخدامها، والكشف عن مدى ثقة الطلبة بما تنشره أو تبثه شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية من أخبار ومعلومات وصور وأفلام، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدم الباحثان المنهج المسحي، بأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام ، وصمما الاستبانة لمسح آراء الطلبة، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية الآتية: (جامعة اليرموك، جامعة مؤتة، جامعة البلقاء، جامعة آل البيت، جامعة الطفيلة، وجامعة

(1) الدبيسي والطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

البترا)، واختار الباحثان عينة عددها 300 طالب وطالبة تم اختيارهم باستخدام التوزيع المتساوي من كل جامعة من الجامعات السابقة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن نسبة عالية (97%) من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الإنترنت، وقد احتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى بنسبة 83% يليه موقع تويتر بالمرتبة الثانية، ويوتيوب بالمرتبة الثالثة.

ب- إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدرا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الإلكترونية

ت- شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام، وهو ما يمثل دور التحفيز للتعبير عن مظهر من مظاهر الرأي العام.

9- دراسة بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها".[1]

تهدف الدراسة إلى التعرف على المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية ، وتعرف دور موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (Facebook) في حل المشكلات التي تواجه أولئك الطلاب، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بأسلوب مسح المحتوى، و أجريت الدراسة على طلاب التربية العملية بكلية التربية بجامعة أم القرى والبالغ عددهم (163) طالباً بالحصر الشامل، واستخدم الباحث حساب على موقع فيسبوك (Facebook)، واستمارة تحليل المحتوى، والاستبانة، أدوات للدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن الفيسبوك (Facebook) أسهم بدرجة كبيرة في حل المشكلات التي واجهت طلاب التربية العملية في أثناء مدة التربية العملية.

---

(1) الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها.

ب- إن هناك اتجاهات إيجابية لدى مجتمع الدراسة نحو استخدام الفيسبوك في حل المشكلات التي واجهت طلاب التربية العملية.

ت- عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسطات استجابات مجتمع الدراسة حول دور موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (Facebook) في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية أثناء مدة التربية العملية تُعزى إلى التخصص والمعدل التراكمي.

10- دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية".[1]

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي، في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية، وتعد من الدراسات الوصفية، استخدم الباحث منهج المسحي بأسلوب المسح بالعينة، تكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب الفلسطيني ما بين (18-35) عاماً، أجريت الدراسة على عينة حصصية غير احتمالية من الذكور والإناث والتي يبلغ قوامها (450) مبحوثا، معتمدا على الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية، إذ جاءت نسبة من يستخدمونها على نحو دائم 96.1%، وأحياناً بنسبة 3.9%، كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 93.3%

ب- إن شبكة الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً، تلاها المحادثات سكاي بي والماسنجرات، ثم اليوتيوب، ثم جوجل بلس، يتبعها التدوين المصغر مثل تويتر، يليها المنتديات، ثم المدونات، وأخيرًا موقع الصور الفليكر.

ت- ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، إذ جاءت نسبة 58.8%، من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر، ثم من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 36.6%، يليها استخدامهم لأقل من ساعة بنسبة 4.6%.

---

(1) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

11- دراسة بعنوان: "دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة". [1]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، وتعد من الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي من خلال أسلوب المسح بالعينة، واعتمد الباحث الاستبانة بوصفها أداة للدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلاب الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، في حين بلغت عينة الدراسة (311) طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- الدوافع الأكاديمية كانت السبب الرئيس وراء استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي حيث حصلت على المرتبة الأولى، يليها الدوافع النفسية الاجتماعية في المرتبة الثانية، وحلت الدوافع السياسية في المرتبة الثالثة، وحلت الدوافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي من الناحية (النفسية، الاجتماعية، الأكاديمية، الاقتصادية) لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، ما عدا (الدوافع السياسية) فكانت الفروق لصالح الذكور.

ت- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام الشباب الفلسطيني الجامعي (الأكاديمية، السياسية، الاقتصادية) لشبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجامعة ما عدا (الدوافع النفسية الاجتماعية). حيث وجدت فروق ذات دلالة احصائية في الدوافع النفسية الاجتماعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة الإسلامية وطلبة جامعة الأزهر لصالح طلبة الجامعة الإسلامية.

---

(1) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة:.

12- دراسة بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي: المواقع المفضلة وإعادة النظر في نظرية الاستخدامات والإشباعات".[1]

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الامريكية، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، استخدم الباحث المنهج المسحي بأسلوب مسح الجمهور ، واعتمدت الاستبانة لجمع بيانات المبحوثين، وتمثل مجتمع الدراسة من الجامعات الأمريكية العامة التي تقع في الغرب الأوسط من الولايات المتحدة الأمريكية، وتم إجراء الدراسة على عينة عمدية قوامها (287) طالباً وطالبة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- أهم الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: البقاء على اتصال مع الأصدقاء والأهل، والمشاركة في الصور، والمحافظة على جو من الاتصال مع العائلة، والمحافظة على الأصدقاء القدامى، والترفيه.

ب- جاء موقع الفيس بوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، وذلك بسبب سهولة الاستخدام ويسر التواصل من خلاله، والتجديد دوماً في نشاطات الأصدقاء ومعرفة أخبارهم، ثم تلاه تويتر، يليه ماي سبيس، وأخيراً لينكد إن.

ت- يستخدم الطلبة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي باستمرار.

13- دراسة بعنوان: "أثر الشبكات الاجتماعية في التواصل بين طالبات جامعة إربد، الفيس بوك نموذجاً".[2]

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الفيس بوك على الاتصالات بين طالبات جامعة إربد، وهل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط أثر استخدام الفيس بوك على الاتصالات بين الطالبات والتواصل مع أفراد المجتمع تعزى للمتغيرات الآتية (دخل الأسرة الشهري، التخصص، المستوى الأكاديمي، مكان السكن)، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي بأسلوب مسح جمهور وسائل الاعلام، وطبقت الاستبانة لتحقيق أهداف الدراسة، وكان مجتمع الدراسة من جميع طالبات جامعة إربد والبالغ عددهم (3000) طالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

---

(1) Bellarmine, Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited.

(2)Al-Kaddam, Impact of Social Networks on Interpersonal Communication of the Students University College Irbid Girls: Facebook as a Model.

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفيس بوك وعدد ساعات الاتصال بين الطالبات.

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط أثر استخدام الفيس بوك والاتصالات بين الطالبات تعزى لمتغير الدخل الشهري، والتخصص، والمستوى الأكاديمي.

ت- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط أثر استخدام الفيس بوك والاتصالات بين الطالبات تعزى لمتغير مكان الإقامة، يؤثر الفيس بوك على سلوك الطالبات في جامعة اربد.

14- دراسة بعنوان: "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي علار أنموذجاً".[1]

هدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، ولقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي بأسلوبي الملاحظة والتدريب، وطبق الباحث مقياس المسؤولية الاجتماعية، وأما مجتمع الدراسة فهم جميع الشباب من المرحلة العمرية (15-20) سنة المنتمين لمجلس شبابي علار، ويبلغ عدد الشباب المنضمين للمجلس (250) شاباً ذكوراً وإناثاً، ومن خلال ملاحظات الباحث (المدرب) واتفاق المشرفين على البرنامج التدريبي اختار الباحث(18) شاباً (9) ذكور و(9) إناث بطريقة قصدية وهم الذين خضعوا للبرنامج التدريبي وكانوا ملتزمين بالحضور طوال مدة تطبيق البرنامج على هؤلاء الشباب (قياس قبلي).

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

ب- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي.

ت- اهتمام الشباب باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية.

---

(1) عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي علار أنموذجاً..

15- دراسة بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجاً".[1]

تهدف الدراسة إلى التعرف على أسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر من خلال طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، وتعد من الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بأسلوب المسح بالعينة، واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة لجمع بيانات الدراسة، و تكون مجتمع الدراسة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة المنتظمات بالدراسة لمرحلة البكالوريوس من الكليات الآتية: (الآداب والعلوم الإنسانية، العلوم، الاقتصاد والإدارة)، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

ب- إن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة. والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا.

ت- لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، في حين جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.

16- دراسة بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على النقابيين في أربد".[2]

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في الحراك الجماهيري، المطالب بالإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي باستخدام أساليب الممارسة الإعلامية، وتكون مجتمع الدراسة من النقابيين

---

(1) الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجاً.

(2) العلاونة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري: دراسة ميدانية على النقابيين في أربد.

الأردنيين في إربد، واعتمد الباحث على الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة، والتي تمثلت في (300) مفردة من النقابيين الأردنيين في مدينة أربد.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ_ إن ما نسبته (74,7%) من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، منهم (50,6%) يستخدمون الفيسبوك، و(27,1%) يستخدمون تويتر، ثم مستخدمي موقع يوتيوب بنسبة (22,3%)، وأن دوافع استخدامهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).

ب- إن (65,6%) من النقابيين يشاركون في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

ت- تصدرت المطالبة بإصلاحات دستورية قائمة موضوعات الحراك الجماهيري، التي يشارك بها النقابيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وحصلت على ما نسبته (14,4%)، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بنسبة (14,1%).

17- دراسة بعنوان: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر".[1]

تهدف الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية، ومعرفة الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح بأسلوبي المقارنة والمسح بالعينة، واعتمدت على الملاحظة والاستبانة بوصفها أداة رئيسة، وتكون مجتمع الدراسة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، وتم اختيار عينة تتكون من 280 مفردة من مستخدمي الفيس بوك في ولايات: (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة).

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفيس بوك.

---

(1) نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر.

ب- يستخدم أغلب المبحوثين موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف.

ت- استخدام الفيسبوك يؤثر في تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم، وأصدقائهم، كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

18- دراسة بعنوان: "خصوصية المراهقين والشبكات الاجتماعية على الإنترنت".[1]

هدفت الدراسة إلى تعرف طبيعة الحياة التي يعيشها جيل الشباب من الأمريكيين، وذلك من خلال استخدامهم للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، تنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، بأسلوب مسح جمهور وسائل الاعلام، وأداة المقابلة من خلال الهاتف لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في طلاب المدارس الإعدادية والثانوية في اثنتين من المدن الأمريكية، وأولياء أمورهم، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (935) مفردة من المراهقين والمراهقات الأمريكيين، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (12-17 عاماً)، وأولياء أمورهم.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن (55%) من المراهقين الأمريكيين لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن ما نسبته (66%) من هؤلاء لا يشاركون مستخدمي الشبكات الاخرى معلوماتهم على هذه الشبكات.

ب- وإن ما نسبته (46%) من أولئك الذين يسمحون للغير بالاطلاع على معلوماتهم يزودون الغير بمعلومات مضللة لحماية أنفسهم أولاً وللمزاح والعبث وعدم الجدية ثانياً.

ت- إن غالبية المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لكي يبقوا على اتصال مع الاصدقاء أو تكوين صداقات جديدة.

19- دراسة بعنوان: " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في تسهيل إحساس الترابط بين طلاب الجامعات .[2]

هدفت الدراسة إلى تفعيل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة أو معياراً لتحديد مدى ارتباط الطلبة بالعملية التعليمية، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، حيث اتبع

---

(1) Madden, and Amand, The Privacy teens, and Social Media

(2) Dorum, and others, The Effect of Online Social Networking on Facilitating Sense of Belonging among University Students Living Off Campus)

الباحثون المنهج المسحي بأسلوب المسح بالعينة، معتمدين في الدراسة على موقع Friendfeed.com لجمع بيانات التواصل بين الطلبة ومعلميهم، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة (Leicester) في المملكة المتحدة، حيث يتم جمع بيانات التواصل بين الطلبة ومعلميهم آلياً عن طريق واجهات برمجية تتيحها هذه المواقع، وتكونت عينة الدراسة من (250) طالباً من طلبة الجامعة قسم علوم الأحياء.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- الطلبة يكونون شبكات صغيرة الحجم -٢١ فرداً في المتوسط - وذلك على الرغم من قدرتهم على التواصل مع الشبكة الأكاديمية كاملة. وهذا الحجم يعد صغيرا جدا بالمقارنة مع متوسط عدد العلاقات على الشبكات الاجتماعية Facebook، Twitter.

ب- كما توصل التحليل المجتمعي للمخطط المرئي للشبكة (algorithm detection Community)، باستخدام Gephi، إلى وجود ثلاثة مجتمعات. المجتمع الأول هو مجتمع أكثر ارتباطاً ونشاطاً أكاديمياً من الطلبة وهم الأغلبية والذين يفضلون التواصل مع أعضاء الهيئة الأكاديمية بالإضافة إلى زملائهم، يليها مجتمع الأقل ارتباطاً والذين يفضلون التواصل فيما بينهم فقط، وأخيراُ متوسطو الارتباط الذين يقفون على الحياد ويتواصلون أحياناً مع زملائهم وأحياناً مع معلميهم.

المحور الثاني: دراسات تتناول شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية:

20- دراسة بعنوان: الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على السُّلَّم القيمي للشباب.[1]

تهدف الدراسة الى تعرف تأثير وسائل الإعلام الجديد وعلى وجه الخصوص(شبكات التواصل الاجتماعي) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب، بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على منهج المسح الميداني من خلال أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، باستخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام، ويتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي، وذلك في المرحلة العمرية من (18- 35) سنة، وهي عينة عشوائية متعددة المراحل قوامها 600 مفردة، من مدينة جدة، نصفهم من الذكور والنصف الثاني من الإناث.

---

(1) كرسي نايف بن عبد العزيز ، الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على السُّلَّم القيمي للشباب.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن هناك تناميا سريعا لأعداد مدمني الإنترنت بين أوساط الشباب السعودي، واعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً أساسياً للمعلومات.

ب- إن الاهتزاز القيمي الذي أصاب الشباب السعودي ناجم عن تعرضهم المكثف للإعلام الإلكتروني، والاستخدام الخاطئ، وعدم وجود الوصاية الوالدية وضعف المناعة الأخلاقية، مما ترك آثاراً سلبية على نفسياتهم وسلوكهم الاجتماعي والأخلاقي.

21- دراسة بعنوان: "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية".[1]

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً للحصول على معلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم بعض القيم السياسية، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي من خلال أسلوبي المقارنة و المسح بالعينة، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات، ومقياس القيم السياسية، واستمارة المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة بوصفها أدوات للدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعات: (المنصورة والزقازيق وعين شمس والقاهرة)، وتم اختيار عينة قوامها (366) مفردة من مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

ب- نسبة 54.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت دائما، ونسبة 37% يستخدمونها أحياناً، وارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت لدى أفراد عينة الذكور 93.5%، في مقابل أفراد عينة الإناث 89.5%.

ت- أهم دوافع استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي أنها توفر لهم ما يحتاجون إليه من معلومات سياسية، ويعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على

(1) رفاعي، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

الموضوعات السياسية، وتوفر لهم مساحة للحرية المتاحة في التعبير عن الرأي والمشاركة السياسية.

22- دراسة بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي".[1]

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير(شبكات التواصل الاجتماعي) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول الى وضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية، وتنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، اعتمدت فيها الباحثة على المنهج المسحي، باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء ومجموعات النقاش المركزة بأسلوب المناقشة والعصف الذهني لجمع المعلومات، يتمثل مجتمع الدراسة من فئة الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من (18 – 35) سنة، ومجموعات النقاش المركزة على عينة عشوائية متعددة المراحل عبر شبكات التواصل الاجتماعي قوامها (600) مفردة من فئة الشباب السعودي.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- يستخدم معظم العينة بنسبة 86.33% شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام.

ب- أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب هي شبكة الفيس بوك حيث احتلت المركز الأول في الاستخدام (بدرجة كبيرة) بنسبة 63.5 %.

ت- معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية، وقد احتلت التويتر Twitter المركز الأول بنسبة 19.16%، تليها شبكة الفيس بوك Face Book بنسبة 5% فقط .

23- دراسة بعنوان: التكنولوجيا وتغيير القيم الثقافية والاقتصادية للموارد البشرية في المؤسسة الخاصة الجزائرية. [2]

تهدف الدراسة إلى الكشف عن ظاهرة التغييرات القيمية الاقتصادية والسياسية كعاملين بارزين متحكمين في حركة المجتمع، وتفسير مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة على تغيير قيم

---

(1) الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي: دراسة ميدانية.

(2) سعيدة، التكنولوجيا وتغيير القيم الثقافية والاقتصادية للموارد البشرية في المؤسسة الخاصة الجزائرية دراسة حالة.

وسلوك المورد البشري المتعامل مع الآلة الجديدة داخل المؤسسات الخاصة الجزائرية على اعتبار أنها مؤسسات فاعلة لها القدرة على تغيير الكفاءة المجتمعية، وتنتمي الدراسة للبحوث الوصفية، واستخدمت منهج دراسة الحالة باستخدام أسلوب المسح الشامل، اعتمدت الباحثة على الملاحظة والمقابلة المقننة والاستبانة كأدوات لجمع البيانات على العمال المتعاملين مع الوسائل التكنولوجية الحديثة المتوفرة في المؤسسة بلغت 73 مفردة .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- أثبتت فرضية أنه كلما زادت وتيرة التقدم التكنولوجي كلما أدى إلى تقدم وعي الموارد البشرية بالقيم الثقافية والاقتصادية.

ب- إن التكنولوجيا زادت من قيمة العمل لدى العامل من خلال وادارة الوقت والتكوين لهم علاقات اجتماعية والتدريب على تطوير الأداء المهني.

ت- إن عامل التكنولوجيا من العوامل التي أدت الى تجسيد الأفكار واقعياً، وسرعت عملية الانتقال من النظري إلى التجريبي وتنفيذ المهام والعمليات بدقة وفاعلية .

24- دراسة بعنوان " العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية" :دراسة على موقعي يوتيوب ,YouTube والفيس بوك "Face book.[1]

تهدف الدراسة الى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص موقعي الفيس بوك واليوتيوب في المحافظة على القيم المجتمعية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، اعتمد فيها الباحث على منهج المسح من خلال أسلوب تحليل محتوى الصفحات الشخصية والمسح بالعينة، بلغت عينة الدراسة 139 مقطع فيديو لموقع اليوتيوب والتي تعد أكثر متابعة لدى الشباب المصري، وأيضا شملت عينة الدراسة على تحليل202 (صفحة شخصية)، لطلاب الجامعات المصرية في موقع الفيس بوك، أما الدراسة الميدانية فقد أجريت على عينة عمديه من مستخدمي (الفيس بوك واليوتيوب من طلاب جامعة القاهرة، الجامعة الأمريكية، جامعة الأزهر، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا).

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

---

(1) أسعد، العلاقة بين استخدم الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعي اليوتيوب والفيسبوك.

أ- إن نسبة 97 % من طلاب الجامعة أتاح ظهور ملامحهم الشخصية profile، لجميع مستخدمي موقع الفيس بوك,face book .

ب- إن مجموعات النقاش الترفيهية في مقدمة مجموعات النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة في موقع الفيس بوك.

ت- إن مقاطع الفيديو الترفيهية والغناء والموسيقى على يوتيوب، والفيس بوك كانت الأكثر مشاهدة بالنسبة للشباب المصري، تليها المقاطع الوثائقية ومقاطع الفيديو التي تناولت القضايا الاجتماعية والأحداث السياسية.

25- دراسة بعنوان "دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية "[1].

تهدف الدراسة التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني في قطاع غزة ، وتعد من الدراسات الوصفية، اعتمد فيها الباحث على المنهج المسحي بأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة (جامعة الأزهر، والجامعة الاسلامية، وجامعة الأقصى، وجامعة فلسطين)،استخدم الباحث صحيفة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة مكونة من 492 مفردة من طلبة الجامعات الفلسطينية

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- أن الطلبة يثقون في الإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات، وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الثقافة السياسية الفلسطينية لدى المبحوثين وبنسبة تصل إلى(70%).

ب-إن للإعلام التفاعلي دوراً إيجابياً في تشكيل الثقافة السياسية لدى المبحوثين من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، بنسبة مقدارها(72.4%).

ت-أن الفيس بوك أكثر وسائل الاعلام التفاعلي استخداماً لدى المبحوثين من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، يليه اليوتيوب، وبنسب متفاوتة تويتر والمدونات.

---

(1) الشرافي، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة.

26- دراسة بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً" . [1]

تهدف الدراسة إلى تعرف أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب جامعة الملك سعود بالرياض، وعلى وجه الخصوص (تويتر نموذجاً) ودورها في تغيير القيم الاجتماعية، وبيان الآثار السلبية والايجابية المترتبة على استخدام شبكات التوصل الاجتماعي ، تعد من الدراسات الوصفية، اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الميداني بأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الملك سعود بالسعودية، تم استخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة عشوائية قوامها 2351 مبحوثاً من طلبة الجامعة على اختلاف تخصصاتهم العلمية والأدبية.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن أهم مظاهر تغير القيم الاجتماعية لدى الطلاب تمثلت في القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، ومن ثم تعزيز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة.

ب- إن الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت بالمرتبة الأولى في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، يليها الإهمال في الشعائر الدينية.

ت- إن الآثار الايجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في المرتبة الأولى بالاطلاع على أخبار البلد الذي يعيش فيه، والتعبير بحرية عن الرأي وتعلم أمور جديدة جاءت بالمرتبة الثانية.

27- دراسة بعنوان: "تأثير إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية للشباب العربي. [2]

تهدف الدراسة إلى تعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها على قيمهم الاجتماعية والأسرية، تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، تكون مجتمع الدراسة من الشباب في ثلاث دول عربية وهي (السعودية – اليمن–مصر) ، اعتمد

---

(1) الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً": دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود .

(2) الكافي، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية للشباب العربي.

الباحث على منهج المسح الميداني بأسلوب العينة المتاحة، واستخدم الباحث الاستبانة الالكترونية كأداة مناسبة لتحديد طبيعة القيم والاتجاهات المختلفة بالاستعانة ببعض أعضاء هيئة التدريس والنقاش عبر غرف الدردشة لاستكمال بيانات الاستبانة، واشتملت عينة الدراسة على (300) مفردة من الشباب العربي في الدول المذكورة باستخدام أسلوب العينة المتاحة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أ- إن أكثر من نصف العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بواقع 4ساعات فأكثر يومياً، وأن الفيس بوك هو الأكثر استخداماً من قبل الشباب العربي، يليه موقع اليوتيوب ثم تويتر.

ب- إن التأثير الأكبر لشبكات التواصل الاجتماعي على قيم التواصل الثقافي بالمرتبة الأولى، يليها قيم العلاقات الاجتماعية بالمرتبة الثانية، ثم قيم التعاون والمشاركة المجتمعية .

ت- إن انخفاض التأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم التدين بالمرتبة الأولي، يليها العلاقات الأسرية بالمرتبة الثانية.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة

1. أوجه الاتفاق:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة كونها من الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح، عدا دراسة حسني عوض(2003م)استخدم المنهج شبه تجريبي ودراسةJanice Affleck (2007)استخدم منهج دراسة الحالة.
- اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث أداة الدراسة حيث استخدمت الدراسات السابقة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات للدراسة، عدا دراسة حسني عوض(2003م)التي استخدم فيها البرنامج التدريبي للاختبار القبلي والبعدي على مجموعتين من الذكور والإناث، ودراسة هشام سكيك(2014م)، ودراسة Mary Madden, and AmandaLenhart (2007)، ودراسة ومحسن الزهراني(2013م) التي استخدمت تحليل المحتوى والاستبانة.
- إن الدراسة الحالية تعتمد على الشباب بوصفهم عينة للدراسة وهذا ما تشترك فيه مع الدراسات السابقة كونها اعتمدت على الشباب في المرحلة العمرية الممتدة من (18-35)عام، عدا دراسة حاتم العلاونة (2012م).

- اتفقت الدراسات السابقة مع الدارسة الحالية في الإطار النظري والمعرفي لاستخدامات شبكات التواصل والإشباعات المتحققة على القيم الثقافية، عدا دراسة حسني عوض (2003م) ودراسة أحمد حمودة(2013م) ودراسة ترنيم خاطر (2014م)

2. أوجه الاختلاف:

- لم تتعرض الدراسات السابقة لأثر شبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على القيم الثقافية عدا دراسة كرسي نايف بن عبد العزيز (2015م)،ودراسة أحمد رفاعي (2014)، ودراسة عمر أسعد(2011م).
- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة حيث لم تجرِ أي دراسة على طلبة الثانوية العامة، عدا دراسة Kine, Dorum (2010) التي أجريت على طلبة المرحلة الإعدادية والثانوية.
- اختلفت الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث المكان حيث لم تجرَ أي دراسة في جميع محافظات قطاع غزة.

3. استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- الاستفادة من المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي.
- الاستفادة من الإطار المعرفي المستخدم في بعض الدراسات السابقة، وذلك لصعوبة الحصول على مراجع في مجال القيم الثقافية.
- معرفة أهم القضايا التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي التي تهم الدول العربية والأجنبية.
- الاستفادة منها في تصميم الاستبانة، ووضع أسئلتها.
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة بالمقارنة بينها وبين نتائج هذه الدراسة.

ثانياً: الاستدلال على مشكلة الدراسة

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوّجه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها.

ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمعات العربية، لا بد من أن يصاحبه تغيير في "الذهنيات والعقليات"، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة. وبالمقابل كل ما يطرأ من تبدل قيمي أو مفاهيمي "ايجابي" يحدث تغييراً في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر في بناء المجتمع العربي. وتشكل تكنولوجيا الاتصال البنية التحتية لصياغة ونشر ثقافة تفرض قيمها، بهدف ضبط السلوك الإنساني بما يتلاءم مع النظام العالمي الجديد، أي عوامل إنتاج معرفي. [1]

ومن خلال دراسة استكشافية قامت بها الباحثة على طلبة الثانوية العامة واستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في المدة ما بين 1-20 نوفمبر 2015م على عينة عشوائية قوامها (20) مفردة من طلبة الثانوية العامة في محافظة رفح موزعين على مدرستين وهما (مدرسة بئر السبع الثانوية للبنين، ومدرسة شفا عمرو الثانوية للبنات)، وذلك من خلال توزيع 10 صحف استقصاء لكل مدرسة، بهدف التعرف على مدى متابعة الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، والإشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية لديهم.

وتوصلت الدراسة الاستكشافية إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

1. أن دافع استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي هو التنوع في القضايا المطروحة منها سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي، لما لها من تأثير بالغ في صقل شخصياتهم والاطلاع على الثقافات الأخرى.
2. ان استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي بدرجة أساسية هي لتوطيد العلاقات الاجتماعية، ومن ثم متابعة الأحداث والأخبار والحصول على معلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .
3. يقوم طلبة الثانوية العامة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لنشر الصور والموضوعات الثقافية على صفحاتهم وتعزيزها بين أفراد المجتمع.
4. بينت الدراسة أن من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها وسيلة للتبادل المعلومات والخبرات، والاستفادة منها في مجال الدراسة، ومن ثم معرفة الأخبار.
5. يستخدم الشباب موقع الفيس بوك أكثر من باقي شبكات التواصل الاجتماعي باعتبار ان لها دوراً بارزاً في تعزيز بعض القيم الثقافية .

---

(1) الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري (ص95).

6. إن من أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوية العامة أنها تشغلهم عن الدراسة، واكتساب عادات تتنافى مع الاسلام والمجتمع، بالإضافة الى انتهاك الحريات الشخصية.
7. أوضحت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي عززت الطلبة من تكوين صداقات افتراضية، مما كان لها تأثير سلبي على العلاقات الاجتماعية وصلة الأرحام.
8. أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على محافظة الطلبة على الصلوات الخمس في مواعيدها.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة الدراسة في التعرّف على استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية، ومدى الثقة في مضمون شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها، ومعرفة إيجابيات وسلبيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظات قطاع غزة .

رابعاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة وفقاً للاعتبارات الآتية :

1. تقديم دراسة علمية عن شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية، وهو مجال لم تتطرق له الدراسات الفلسطينية.
2. أهمية شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح لها دور مهم في شتى مجالات الحياة لدى كافة طبقات المجتمع.
3. تستمد الدراسة أهميتها من طبيعة الشريحة الطلابية من الثانوية العامة الذين جعلوا للفيس بوك ملجأ لهم في أوقات الأزمات تحت الضغوط الحياتية التي يتعرضون لها ولاسيما داخل كيان المجتمع الفلسطيني.
4. تقديم الفائدة للباحثين والمؤسسات المجتمعية الفلسطينية ككل، حول استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال تأكيد على الفرص اللازمة للطلاب

من أجل تمكينهم من المشاركة الفاعلة اتجاه القضايا المختلفة ذات الاهتمام داخل المجتمع الفلسطيني.

5. توفير دراسة علمية إعلامية تعزز ما سبقها من دراسات، وتسهم في إضافة قضية بحثية وتجربة جديدة في الدراسة والتحليل، خاصة فيما يتعلق بموضوع هام (المحافظة على القيم الثقافية).

خامساً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة على نحو أساسي التعرف على استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية، من خلال :

1. رصد أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الثانوية العامة، وما هي الأكثر استخدام لديهم.
2. التعرف على القيود المفروضة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
3. معرفة مدى ثقة طلبة الثانوية العامة في شبكات التواصل الاجتماعي.
4. التعرف على أهم الموضوعات التي يحرص طلبة الثانوية العامة على مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعية بصفة مستمرة والتي لها تأثير مباشر عليهم.
5. الكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى طلبة الثانوية العامة.
6. التعرف على دوافع استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في محافظات قطاع غزة .
7. التعرف على كيفية استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في محافظات قطاع غزة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية.

8. الكشف عن سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الثقافية لدى طلبة الثانوية العامة.

9. رصد أهم القيم الثقافية التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي وتلقي اهتماماً ملحوظاً لدى طلبة الثانوية العامة.

10. التعرف على الإشباعات المحققة لدى طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة في المحافظة على القيم الثقافية

سادساً: تساؤلات الدراسة، وفروضها:

أ. تساؤلات الدراسة:

تتمحور الدراسة حول تساؤل رئيس هو: ما هي استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية والإشباعات المتحققة؟

وانبثق عن السؤال الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:

1. ما مدى استخدام طلبة الثانوية العامة في محافظات غزة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
2. ما أسباب عدم استخدم طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
3. ما هي القيود المفروضة على طلبة الثانوية العامة في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي؟
4. ما درجة ثقة طلبة الثانوية العامة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي؟
5. ما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة؟
6. ما أهم الموضوعات الثقافية التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي وتهم طلبة الثانوية العامة؟

7. ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى طلبة الثانوية العامة؟

8. ما دوافع استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

9. ما أساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية لدى طلبة الثانوية العامة من وجهة نظرهم؟

10. ما الإشباعات التي يحققها طلبة الثانوية العامة من استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية بكافة ابعادها (الدينية والاجتماعية والسياسية)؟

ب. فروض الدراسة

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين امتلاك طلبة الثانوية العامة لحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي- التخصص- مكان السكن).
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابات طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ومدى تحقق الإشباعات من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابات طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ومدى الإشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية تعزى إلى العوامل الديمغرافية (النوع الاجتماعي- التخصص- مكان السكن).
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابات طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ومدى الإشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية تعزى إلى درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي.

سابعاً: الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات، ولقد جاء ظهور هذه النظرية في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل

الاتصال على جمهور المتلقين، وقد عرفت نظرية الاستخدامات والإشباعات بانها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، وقد أكد كاتز وهو أحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يظهر بصورة واضحة حينما نوجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور، ولقد أوضح دينيس ماكويل في مناقشته لنظرية الاستخدامات والإشباعات أن أهم ما تقوم عليه النظرية هو "الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقاً".[1]

أً: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات

تركز نظرية الاستخدامات والإشباعات على الأهداف الآتية: [2]

1. معرفة كيفية استخدام وسائل الإعلام باعتبار أن للجمهور دوافع وحاجات من وراء استخدامه لها.
2. الكشف عن حقيقة دوافع الاستخدام لوسيلة اتصال جماهيري دون أخرى.
3. الفهم العميق والغوص في عمق عمليات الاتصال.
4. معرفة الإشباعات والحاجات المطلوبة التي يسعى الجمهور لتلبيتها.
5. معرفة دور المتغيرات الوسيطة ومدى تأثيرها على الوسائل والإشباعات.

ب: فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات

يلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية: [3]

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
2. يمتلك الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل: الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها.

---

(1) الطرابشي، نظريات الاتصال (ص241).

(2) المرجع نفسه، ص 242.

(3) الغليلات، استخدامات طلبة الجامعة الأردنية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة (ص7).

4. الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، ومن ثم اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

ج: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تتشكل عناصر نظرية الاشباعات من العناصر الرئيسية التالية:

1. **افتراض الجمهور النشط:** ويرى بالمغرين (Palmagreen) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية، هي: [1]

أ. الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

ب. الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

ج. الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال.

2. **الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام:** لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم، ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثيرة من استخدامات وسائل الإعلام. [2]

3. **دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:** وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في: حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة على النحو عام، أو حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، وحاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه. يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر. أما عن الدوافع فيقسمها روبن(Robin)إلى فئتين هما: [3]

---

(1) العادلي، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباعات (ص115).

(2) حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (ص21).

(3) المرجع السابق، ص118.

3-1.الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع المعلومات.

3-2.الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.

4. **توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:** يرى (كاتز) أن التوقعات هي "الإشباعات التي يبحث عنها، وبذلك فالتوقعات تسهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين. ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب.[1]

5. **استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:** يشير (سيفن ونداهل) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً. [2]

6. **إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:** ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الإشباعات:[3]

6-1.إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعان: إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

6-2 إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعان: إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، وإشباعات شبه اجتماعية، مثل: التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.

---

(1) حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (ص118).

(2) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص 228).

(3) مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص249).

أوجه الاستفادة من نظرية الاستخدامات والإشباعات:

اختارت الباحثة نظرية الاستخدامات والإشباعات لهذه الدراسة للتعرف على:

1- حاجات الجمهور المتلقي للاتصال وكيفية إشباع هذا الحاجات من خلال إطلاعه على شبكات التواصل الاجتماعي.

2- معرفه استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وأثرها على القيم الثقافية.

3- وضع التوصيات التي تتعلق بموضوعات شبكات التواصل الاجتماعي.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

أ. **نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة بناءً على نوعية متغيراتها ومصادر معلوماتها من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي، والإشباعات المتحققة لديهم وأثرها على القيم الثقافية ، من خلال تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص دلالات مفيدة منها. [1]

ب. **منهج الدراسة:** اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي، ويعد من أنسب المناهج العلمية مواءمة للدراسات الوصفية، الذي يعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة، والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر وتقديم صورة واقعية أو أقرب ما يكون إلى الواقع من الظاهرة،[2] وللحصول على وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة من الدقة بهدف تصنيفها وتبويبها تبويبا شاملا ومحاولة تحليلها وتفسيرها، وفي إطار هذه الدراسة تم الاستعانة بالمنهج المسحي على عينة من طلاب الثانوية العامة في قطاع غزة باستخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الاعلام. [3]

---

(1) حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (ص126).

(2) عمر، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه (ص68).

(3) حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (ص127).

ت. **أداة الدراسة:** تم استخدام صحيفة الاستقصاء، وهي من أكثر الطرق شيوعاً في جمع البيانات الأولية في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية خاصة، نظراً لتنوعها وتعدد أشكالها مما يجعلها تخدم أغراضاً متعددة في البحوث المختلفة، فالاستقصاء أحد (الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة سلفاً، في إطار الموضوع الأساسي للدراسة لجمع البيانات المتعلقة بالمبحوثين، من حيث: خصائصهم وسماتهم ودوافعهم وتفاعلهم مع شبكات التواصل الاجتماعي وتصوراتهم حول القضايا التي تطرحها شبكات التواصل المختلفة للمحافظة على القيم الثقافية الفلسطينية، وتتضمن الصحيفة مجموعة من الأسئلة المغلقة ونصف مغلقة والمفتوحة، بما يحقق أغراض الدراسة وتساؤلاتها الحالية.

وتم تقسيم صحيفة الاستقصاء إلى ثلاثة أجزاء:-

1- الجزء الأول: يتضمن البيانات الأولية والرئيسة لعينة الدراسة.

2- الجزء الثاني: يحتوي على استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي.

3- الجزء الثالث: يحتوي على أبعاد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة للقيم الثقافية وتنقسم الى عدة أبعاد:

- البعد الأول: يحتوي على الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية.
- البعد الثاني: يحتوي على الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية.
- البعد الثالث: يحتوي على الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية.

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات

أ- صدق صحيفة الاستقصاء

يقصد بصدق الأداة هو قدرتها على قياس ما وضعت من أجل قياسه، مما يرفع مستوى الثقة بالنتائج،[1] وبهدف التحقق من صدق استمارة الدراسة استخدمت الباحثة ثلاثة اختبارات، وهي:

1. صدق المحكمين:

لاختبار مدى صلاحية الاستمارة لقياس استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وأثرها على القيم الثقافية والإشباعات المتحققة عرضت الباحثة الاستمارة بشكلها الأولي، على (7) محكمين[2] بهدف الحكم على صلاحيتها لقياس ما صيغت من أجل قياسه وملاءمة طول فقراتها وانسجام اتجاهات أسئلتها وترتيبها، بالإضافة إلى سلامة ووضوح صياغتها وكفاية خياراتها.

وقد استجابت الباحثة للتعديلات التي اتفق عليها غالبية المحكمين، واسترشدت ببقية التعليقات، و قامت الباحثة بإجراء التعديلات التالية على النسخة الأولية للاستمارة:

1- إلغاء بعض الفقرات من الاستبانة نتيجة التكرار او التقارب.

2- إضافة فقرات جديدة في الاستبانة لها علاقة بصلب ومحتوى الموضوع.

3- ترتيب وتنسيق فقرات الاستبانة من حيث الإجابات.

وبإجراء التعديلات السابقة أصبحت صحيفة الاستقصاء جاهزة لاختبار صدق اتساقها الداخلي وصدقها البنائي.

---

(1) عبدالحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (ص30).

(2) المحكمون هم :

1-د. أحمد الترك استاذ الصحافة والاعلام المساعد في الجامعة الاسلامية.

2-د. أحمد المغاري استاذ الإعلام ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون في جامعة الأقصى.

3- د. حسن أبو حشيش أستاذ الصحافة والاعلام المساعد في الجامعة الاسلامية.

4- د. زهير عابد أستاذ العلاقات العامة والإعلام المشارك وعميد كلية الاعلام في جامعة الأقصى.

5- د. طلعت عيسى استاذ الصحافة والاعلام المشارك ورئيس قسم الصحافة والاعلام في الجامعة الإسلامية.

6- د. ماجد التربان استاذ الاعلام المساعد ورئيس قسم صحافة في كلية الإعلام – جامعة الأقصى.

7- د. نعيم المصري أستاذ الإعلام المساعد كلية فلسطين التقنية –دير البلح

2. صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه. وعادة ما يتم التحقق من صدق الاتساق الداخلي من خلال اختيار عينة عشوائية استطلاعية حجمها (50) طالباً من طلبة الثانوية العامة من مجتمع الدراسة.وتم احتساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson's Correlation Coefficient) لكل فقرة من فقرات الأبعاد الثلاثة للإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية لكل بعد "قيم".

يعرض جدول (1.1) معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعد الإشباعات على القيم. يتضح من النتائج أن هناك ارتباطاً دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعد الاشباعات على القيم ، مما يدلل على صدق فقرات مقياس الإشباعات المتحققة.

جدول (1.1): معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لبعد الاشباعات على القيم

الفقرة	البعد	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية	الفقرة	البعد	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	الاشباعات المتحققة على القيم السياسية	0.628*	0.00	8	تابع الاشباعات المتحققة على القيم الاجتماعية	0.375*	0.01
2		0.612*	0.00	9		0.337*	0.02
3		0.399*	0.01	10		0.350*	0.02
4		0.392*	0.01	11		0.558*	0.00
5		0.419*	0.00	12		0.534*	0.00
6		0.598*	0.00	13		0.523*	0.00
7		0.447*	0.00	14		0.366*	0.00
8		0.672*	0.00	1	الاشباعات المتحققة على القيم الدينية	0.461*	0.00
9		0.697*	0.00	2		0.320*	0.03
10		0.565*	0.00	3		0.362*	0.01
11		0.651*	0.00	4		0.430*	0.00
12		0.573*	0.00	5		0.520*	0.00
13		0.474*	0.00	6		0.515*	0.00
14		0.537*	0.00	7		0.414*	0.00
15		0.430*	0.00	8		0.484*	0.00

الفقرة	البعد	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية	الفقرة	البعد	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	الاشباعات المتحققة على القيم الاجتماعية	0.691*	0.00	9		0.549**	0.00
2		0.520*	0.00	10		0.374*	0.01
3		0.430*	0.00	11		0.704*	0.00
4		0.583*	0.00	12		0.520*	0.00
5		0.421*	0.00	13		0.432*	0.00
6		0.520*	0.00	14		0.611*	0.00
7		0.335*	0.00	15		0.478*	0.00

*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).

3. الصدق البنائي

يقيس الصدق البنائي مدى الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بعد من أبعاد الإشباعات على القيم (السياسية والاجتماعية والدينية) مع الدرجة الكلية للإشباعات المتحققة. وللتحقق من ذلك قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل بعد من أبعاد الإشباعات على القيم (السياسية والاجتماعية والدينية) مع الدرجة الكلية للإشباعات المتحققة. تظهر قيم مصفوفة معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية للإشباعات المتحققة في جدول (1.2) أن هناك ارتباطاً دالاً إحصائيا عند مستوى ($\alpha = 0.05$) بين الدرجة لكل بعد من أبعاد الإشباعات على القيم (السياسية والاجتماعية و الدينية) مع الدرجة الكلية للإشباعات المتحققة، مما يدلل على الصدق البنائي بمقياس الإشباعات المتحققة.

جدول (1.2): معاملات الارتباط بين الإشباعات المتحققة على القيم، (ن=50)

م	الإشباعات المتحققة على القيم	القيم السياسية	القيم الاجتماعية	القيم الدينية	الإشباعات الكلية المتحققة
1	**القيم السياسية**	–	0.395* (0.01)	0.321* (0.03)	0.755* (0.00)
2	**القيم الاجتماعية**	0.395* (0.01)	–	0.601* (0.00)	0.808* (0.00)
3	**القيم الدينية**	0.321* (0.03)	0.601* (0.00)	–	0.806* (0.00)

*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).

لقد أثبتت اختبارات صدق استمارة الاستقصاء الثلاثة صلاحية الاستمارة لقياس أثر استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على القيم الثقافية والإشباعات المتحققة.

ب- ثبات صحيفة الاستقصاء

تشير عملية الثبات أو الاعتمادية إلى مدى تحرر المقياس الخاضع للاختبار من خطأ القياس العشوائي، والذي يمكن التحقق منه من خلال عدة طرق أهمها طريقة إعادة اختبار نفس المقياس نفسه (Test-retest reliability) بعد مدة من الزمن و للمستقصي نفسه منهم وفي الظروف نفسها التي سادت الاختبار الأول، والحصول على النتائج نفسها من خلال الارتباط بين قيم المقياس المستخدم مرتين.

هناك عدة طرق لحساب ثبات المقياس، إلا أن الباحثة اعتمدت على طريقتين وهما اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لحساب ثبات المقياس، وطريقة التجزئة النصفية (Half- Split).

1.معامل ألفا كرونباخ:

يعرض جدول (1.3) قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل إشباع من الإشباعات المتحققة وكذلك للاستمارة ككل. نجد أن جميع قيم معاملات ألفا كرونباخ إشباع من الإشباعات المتحققة وكذلك جميع فقرات الاستمارة مرتفعة (أكبر من 0.7) مما يدلل على ثبات الاستمارة.

جدول (1.3): معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمحاور الاستمارة وكل الاستمارة

م	الإشباعات المتحققة على القيم	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
1	السياسية	15	0 .817
2	الاجتماعية	14	.0737
3	الدينية	15	.0778
الاستمارة ككل		**130**	**.0840**

2. طريقة التجزئة النصفية:

في هذه الطريقة من طرق قياس الثبات يتم تجزئة فقرات الاستمارة إلى جزأين (الأسئلة ذات الأرقام الفردية، والأسئلة ذات الأرقام الزوجية) ومن ثم حساب معامل الارتباط بينهما، وقد تم تصحيح معامل الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان بروان Spearman- Brown، يحسب معامل الارتباط المعدل من خلال المعادلة الآتية:

معامل الارتباط المعدل = $\frac{2r}{1+r}$ حيث r معامل الارتباط بين الدرجات الفردية والدرجات الزوجية. يعرض جدول (1.4) قيم معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية، ويتضح أن معاملات الارتباط لجميع المحاور وكذلك لجميع فقرات الاستمارة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$). وبهذه القيم يكون الباحث قد تحقق من ثبات استمارة الاستقصاء.

جدول (1.4): معامل الثبات (التجزئة النصفية) لمحاور الاستمارة وكل الاستمارة

م	الاشباعات المتحققة على القيم	عدد الفقرات	معامل الارتباط	معامل الارتباط المعدل
1	السياسية	15	.0117	0.83*
2	الاجتماعية	14	0625	0.77*
3	الدينية	15	.0637	0.78*
الاستمارة ككل		130	.0798	0.89*

*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).

تدلل قيم اختبارات الصدق والثبات لاستمارة الاستقصاء صلاحيتها لقياس أثر استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على القيم الثقافية والإشباعات المتحققة.

عاشراً: المعالجات الإحصائية:

تم مراجعة الاستمارات المستلمة من المبحوثين من حيث اكتمال استجابتها، ومن ثم ترقيمها بشكل متسلسل تحضيراً لإدخالها إلى برنامج التحليل الإحصائي، وتم ترميز أسئلة ومتغيرات الاستمارة على نحو تسلسلي لتسهيل وضمان جودة البيانات المدخلة في برنامج التحليل الإحصائي.

وقد استخدمت الباحثة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences(SPSS) الإصدار (22) لتصميم نموذج الاستمارة و كذلك تفريغ و إدخال البيانات بعد ترميزها ليصل إلى معالجتها إحصائياً لوصف خصائص العينة والحكم على فرضيات الدراسة. وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية الآتية:

أ- **التكرارات، النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (** Frequency, Percentages, Mean and Standard deviation**):** وتستخدم لوصف التكرارات في عينة الدراسة، و ترتيب الأولويات وفي اختبار الفرضيات.

ب- **الأعمدة المستطيلة (**Bar Chart**):** واستخدمتها الباحثة لعرض التكرارات في وصف خصائص استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي.

ت- **الدائرة البيانية** (Pie Chart):واستخدمتها الباحثة لعرض التكرارات في وصف خصائص استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي.

ث- **معامل ارتباط بيرسون (**Pearson's Correlation Coefficient**):** لقياس درجة الارتباط ، واستخدمتها الباحثة لحساب الاتساق الداخلي للاستبانة و كذلك في طريقة التجزئة النصفية لقياس الثبات.

ج- **اختبار ألفا كرونباخ(**Cronbach's Alpha**)** لقياس ثبات فقرات محاور الاستمارة.

ح- **معامل ارتباط سبيرمان براون** (Spearman-Brown**)** لقياس ثبات الاستمارة بطريقة التجزئة النصفية.

خ- اختبار "ت" لعينتين مستقلتين (Independent samples T- test **):** لمعرفة ما إذا كانت متوسطات درجة التحقق للإشباعات على القيم الثقافية مختلفة بحسب النوع الاجتماعي.

د- اختبار "ت" لعينة واحدة (One Sample t-test): ويستخدم لاختبار معنوية الفرق بين المتوسط الحسابي لعينة وقيمة محددة، وقد استخدمته الباحثة في اختبار معنوية فرق المتوسط الحسابي لأبعاد الإشباعات على القيم الثقافية عن القيمة المتوسطة.

ذ- **اختبار تحليل التباين الأحادي** (One Way ANOVA): لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين أكثر من مجموعتين من البيانات. واستخدمته الباحثة لدراسة أي فروق تعزى للتخصص، مكان السكن، ودرجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي.

ر- **اختبار بونفيروني** (Bonferroni): لتحديد أي من المجموعات في تحليل التباين الأحادي يعزى إليها الفرق.

ز- **اختبار مربع كاي (Chi-squared Test)**: ويستخدم لدراسة العلاقة بين متغيرين نوعيين، واستخدمه الباحثة لدراسة العلاقة بين امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديمغرافية.

حادي عشر: مجتمع الدراسة وعينتها:

أ. **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلبة الثانوية العامة "الصف الثاني عشر بفروعه المختلفة "أي المرحلة العمرية الآتية (17-18) سنة من الذكور والإناث في محافظات قطاع غزة للعام 2016م والبالغ عددهم (27506) طالباً، وهي فئة عمرية مفعمة بالطاقة والنشاط وإمكانية اكتساب الجديد من المعارف والمعلومات والمهارات التحصيلية وتحمل المسئولية إلى جانب مرونة وعدم جمود العلاقات الإنسانية، وفضلاً عن ذلك هي مرحلة عمرية يمكنها المشاركة بفاعلية أكبر على صفحات التواصل الاجتماعي.

ب. عينة الدراسة

نظراً لكبر حجم المجتمع استخدمت الباحثة في دراستها أسلوب العينة مع مراعاة تمثيل المجتمع من حيث المتغيرات الأساسية ذات الصلة بالدراسة، وقد تم تحديد عينة الدراسة من بين طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة بالطريقة العشوائية الطبقية، بتوزيع مفرداتها على محافظات قطاع غزة التوزيع المتساوي لطلبة الثانوية العامة في قطاع غزة مع مراعاة النوع الاجتماعي والتخصص ومكان السكن.

وكان اختيار العينة على النحو الآتي:

- تم حصر عدد الطلبة الدارسين في الثانوية العامة في جميع محافظات قطاع غزة وكان عددهم (27506) طالباً وطالبة، تم اختيار (400) طالب وطالبة بطريقة عشوائية.
- تم اختيار عينة قوامها (80) مفردة لكل محافظة من محافظات قطاع غزة.
- اختيار من كل محافظة مدرستين ثانويتين (مدرسة ثانوية للبنين ومدرسة ثانوية للبنات)، على أن تشتمل الدراسة على عشر مدارس ثانوية من جميع محافظات قطاع غزة.

ونظراً لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى قياس استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية ، وذلك من

اشتمالها على متغيرات وصفية ، وفقاً لما اعتمدت عليه الدراسات الاعلامية التي تحدد حجم العينة(400) مفردة اذا كان مجتمع الدراسة يزيد عن 10000مفردة[1]، تم اجراء الدراسة على عينة من (400)مفردة من طلاب الثانوية العامة وذلك.

وأخذاً بالحسبان حالات عدم الاستجابة أو الاستجابات غير المكتملة، قامت الباحثة بتوزيع 400 استمارة لجمع البيانات. تتمثل وحدات المعاينة فيها بطلبة الثانوية العامة في محافظات قطاع غزة للعام 2016م.

ت. خصائص العينة

يعرض جدول (1.5) التوزيع النسبي لعينة الدراسة بحسب البيانات الأساسية وهي النوع الاجتماعي والتخصص ومكان السكن.

جدول (1.5): عينة الدراسة بحسب البيانات الأساسية (ن =378)

م	المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
1	**النوع الاجتماعي**	ذكر	185	%48.9
		أنثى	193	%51.1
		المجموع	378	%100
2	**مكان السكن**	الشمال	78	%20.6
		غزة	80	%21.2
		الوسطى	78	%20.6
		خان يونس	72	%19
		رفح	70	%18.6
		المجموع	378	%100
3	**التخصص**	علمي	99	%26.2
		أدبي	255	%67.5
		شرعي	24	%6.3
المجموع			**378**	**100.0**

(1) عبيد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام (ص316).

بلغ حجم العينة 378 طالباً من طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة بما نسبته (1.38%) من حجم مجتمع الدراسة، منهم 185 (48.9%) ذكور و193 (51.1%) إناث، وتوزعت عينة الدراسة بحسب مكان السكن على نحو متجانس إلى حد ما، حيث كان عدد الاستجابات على الاستبانة من محافظة غزة 80 طالباً وبما نسبته (21.2%)، تلتها محافظتا الشمال والوسطى بعدد 78 طالباً وبما نسبته (20.6%) لكل منهما، بينما مثلت كلاً من محافظتي خان يونس ورفح بنسب تقل قليلاً عن 20% لكل منها.

وتظهر النتائج في جدول (1.7) أن نحو ثلثي العينة (255) طالباً وبما نسبته (67.5%) ملتحقون في الفرع الأدبي ونحو ربع العينة (99) طالباً وبما نسبته(26.2%) ملتحقون في الفرع العلمي، بينما كان هناك (24) طالباً وبما نسبته (6.3%) ملتحقون بالفرع الشرعي.

ثاني عشر: حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يأتي:

أ. **الحد الزمني:** ونعني به تحديد الوقت الذي يستغرق في إعداد الدراسة والوقت الذي يلزم في جمع البيانات، وتم جمع البيانات في الفصل الدراسي الثاني من طلبة الثانوية العامة في المدة الممتدة من 29-يناير حتى 1-إبريل 2016م، وتم استرداد 378 استبانة من أصل 400 استبانة ما بين تالف ومفقود.

ب. **الحد المكاني:** ونعني به البيئة أو المكان المحدد التي ستجرى فيها الدراسة، ويتمثل في محافظات قطاع غزة، وتشمل: (محافظة شمال غزة، ومحافظة غزة، والمحافظة الوسطى، ومحافظة خانيونس، ومحافظة رفح).

ثالث عشر: مصطلحات الدراسة:

أ. **شبكات التواصل الاجتماعي:** يعرفها زاهر راضي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو طلاب الثانوية". [1]

---

(1) راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي (ص23).

ب. **القيم:** ارتبطت القيمة في جانبها الإيجابي بالفضائل الخلقية وفي جانبها السلبي بالنقائض أي الرذائل، وقد وردت كلمة القيمة "value" مشتقةً من الفعل اللاتيني values بمعنى (انا أقوى) ، وهذا يعني أن القيمة تحتوي على معنى المقاومة والصلابة،[1] وتعرف القيم اصطلاحاً بأنها "مجموعة من المعايير التي تحقق الاطمئنان للحاجات الإنسانية ويحكم عليها الناس بأنها حسنة ، ويحرصون على الإبقاء عليها".[2]

ت. **الثقافة:** عبارة عن "جماع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعا بعينه أو فئة اجتماعية بعينها. وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات".[3]

ث. **القيم الثقافية:** مجموعة المبادئ المادية والروحية والاتجاهات والمعتقدات والتوجهات والافتراضات الأساسية التي تلبي حاجات الإنسان وتحكم تصرفاته، وتشكل ركائز لكل ما هو سائد بين الناس داخل المجتمع، فتمنح قيمة لموضوع ما وتسلبها من موضوع آخر، وتزين سلوكاً ما وتحث الناس عليه، وتشين سلوكاً آخر وتمنع الناس منه، والقيم الثقافية صناعة إنسانية تراكمية، تنمو في المجتمع، وتتطور بحسب قوانين معينة، داخلية وخارجية مرتبطة بالوعي الاجتماعي وأنواعه المتعددة، ويمكن أن تسمى بالثقافة غير العالمة، وهي على اتصال بالثقافة العالمة المكتوبة، وتحتكم إليها في تطورها، كما تحتكم إليها عند محاولات تغييرها من الخارج، أو ما تتعرض له من أمراض. [4]

وتتبنى الدراسة التعريف الاجرائي الآتي للقيم الثقافية:

هي تلك المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة (طلبة الثانوية العامة) من مصادر اعلامية مختلفة (شبكات التواصل الاجتماعي) التي تشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم سواء كانت إيجابية أو سلبية، وقد اعتمدت الدراسة القيم الدينية والاجتماعية والسياسية في دراستها التطبيقية لأهمية هذه القيم في حياة طلبة الثانوية العامة، ولأنها هذه القيم هي أكثر القيم تأثيراً وتأثراً في هذه المرحلة العمرية.

---

(1) الجمل، القيم ومناهج التاريخ الإسلامي (ص 17).

(2) مجاور، التربية الخلقية ومسئولية المدرسة فيها (ص101).

(3) مسكين، الثقافة في زمن العولمة (ص229).

(4) الصديق، القيم الثقافية والتنمية البشرية: محاضرات في التنمية البشرية.

طلبـة الثانويـة العامـة: هـي تلك الفئـة العمريـة الممتدة مـا بين (17-18سنة) من الذكور والاناث التي تتعلم في مؤسسات تديرها وزارة التربية والتعليم العالي بغزة، وهوما يعرف بالصف الثاني عشر بفروعه العلمي والعلوم الانسانية والتعليم التجاري والصناعي والتمريضي والشرعي.

رابع عشر: تقسيم الدراسة:

قُسمت الدراسة إلى مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة، حيث جاء:

الفصل الأول: بعنوان الإجراءات المنهجية للدراسة، وتتضمن أهم الدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة وأهميتها، واهداف الدراسة، وتساؤلاتها وفروضها، ونوع الدراسة ومنهجها وأداتها، ومجتمع الدراسة وعينتها، ومصطلحات الدراسة.

وأما الفصل الثاني: بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية، وتم تقسيمه إلى مبحثين: المبحث الأول بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي: تناول مفهوم ونشأة وأنواع ووظائف وسلبيات وايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة الى الخدمات الاتصالية، أما المبحث الثاني جاء بعنوان، القيم الثقافية ويتناول مفهوم ومكونات وخصائص ووظائف القيم والثقافة والقيم الثقافية، وأما الفصل الثالث خصص للدراسة الميدانية، واشتمل على أربعة مباحث تمثلت في المبحث الأول بعنوان: التحليل الوصفي لبعد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والمبحث الثاني بعنوان: التحليل الوصفي لبعد الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، والمبحث الثالث بعنوان: الحكم على فرضيات الدراسة ، المبحث الرابع أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتوصياتها.

وفي الختام عرضت الباحثة مصادر الدراسة ومراجعها، بالإضافة إلى الملاحق.

الفصل الثانـي

شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية

تمهيد

تسهم الثورة التكنولوجية ثورة المعلومات والاتصال في تقديم الكثير من الأدوات والتقنيات والآليات التي تسهل على الإنسان الوصول الى كافة المجالات المعرفية منها والمادية بأقل تكلفة وبأسرع وقت، فقد استطاعت أن تقلص المساحة الزمنية والجغرافية وتلغي الحد الحدودي في الوصول إلى أي مكان من أي مكان وفي أي لحظة، وقد بلغت ذروة هذه الثورة بانتشار مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية التي أتاحت للأفراد كافة التأثير في المحتوى المطروح على المواقع الإلكترونية، والتعبير عن آرائهم وتشكيل رأي عام تجاه قضايا محلية أو دولية، مما أوجد بيئة مجتمعية دولية اصطلح على تسميتها بالمجتمع الفضائي.

وقد أدت هذه الشبكات أدواراً متعددة في الاتجاهات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والدينية كافة، التي استطاعت أن تثير القضايا التي تشكل اهتماماً لدى المواطنين، لتشكل رأياً عاماً محلياً دولياً تجاه هذه القضايا، مما اجتذب إليها المؤسسات الرسمية الحكومية كافة وغير الحكومية (مؤسسات المجتمع المدني)، لتؤسس صفحات لها على هذه المواقع تستطيع من خلالها اكتساب أكبر عدد من الجماهير والمؤيدين لها.

وقد استطاعت هذه المواقع التفاعلية الاجتماعية التأثير في القيم الثقافية المجتمعية السياسية منها والجمالية والاقتصادية والاجتماعية والدينية وغيرها، وبذلك تطرح دراستي في هذا الفصل إطاراً نظرياً أوضح من خلاله شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية.

ويتضمن هذا الفصل مبحثان، هما:

المبحث الأول:- شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني:- القيم الثقافية ومكوناتها.

المبحث الأول

شبكات التواصل الاجتماعي

شهدت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة تطوراً عندما تم اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية عام 1824م، واختراع التلغراف عام 1837م، وابتكار طريقة للكتابة تعتمد على استخدام "النقط والشرط"، وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا، وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر، وشكل التلغراف فيما بعد أحد أهم الوسائل في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى تطور الوسائل الإلكترونية. (1)

وقد استطاع "جراهام بل" Graham bill في عام 1867م أن يخترع الهاتف لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف؛ أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن حين تصطدم الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة الهاتف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي، وبعدها بعام ابتكر "توماس إيديسون " Tomas Edison"جهاز الفوتوغراف، وفي سنة 1887م تمكن العالم الألماني "إيميل برلنجر" Emil Berlinguer من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت. (2)

وقد بدأت فكرة الإنترنت أصلاً بوصفها فكرة حكومية عسكرية وامتدت إلى قطاع التعليم والأبحاث ثم التجارة حتى أصبحت في متناول الأفراد، ولاستخدام شبكة الإنترنت يجب أن تتوافر مجموعة من العناصر الأساسية للإنترنت وهي الشبكة العنكبوتية، ونقل الملفات، وبريد الملفات، والبريد الإلكتروني، ومجموعات الأخبار. (3)

وقد كانت التجربة الأولى في أمريكا عام 1969م حين تم توصيل حاسبات وزارة الدفاع، وبدأ كل منهم يتحدث للآخر عبر هذه الشبكة الصغيرة، وبعد نجاح هذه التجربة تم توصيل حاسبات هذه الشبكة مع جهات أخرى، ونجحت هذه التجربة أيضاً وأخذ عدد الحاسبات يتزايد، ومن هنا نشأت مجموعة من الشبكات التي امتلكتها شركات مقرها الولايات المتحدة

---

(1) مكاوي وآخرون، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص100).

(2) عبد الحسيب وآخرون، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال (ص29).

(3) عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك (ص176).

الأمريكية، وبدأت هذه الشركات بتحميل كميات كبيرة من المعلومات، يتم جمعها بواسطة متخصصين وهم أنفسهم القائمون على تعديلها المستمر. [1]

واستمرت الشبكة العنكبوتية بتطور تدريجي إلى أن وصلت إلى مرحلة تطور أساسية ما بعد العام 1990م، حيث وصلت شبكة الإنترنت في هذه المدة إلى العالمية التي مكنت الجمهور من أن يشترك فيها من جميع أنحاء العالم وسرعان ما قامت الجامعات الأمريكية بدور البرمجة وتوفير برامج التصفح Internet browsers المتوافقة مع هذا النظام الجديد للاطلاع على المعلومات المصورة، وأفلام الفيديو عبر الإنترنت؛ حيث مكنت كل شخص من أن يستخدم بسهولة كبيرة هذه البرامج دون أن يحتاج إلى أن يعرف كيف يتم انتقال المعلومات التي يحصل عليها بحرية ومجانا في بعض الأحيان.[2]

وتوالت التطورات حتى أضحى الإنترنت، مكتب بريد، وسوقا تجارية، ومكتبة، ومخزن برمجيات، ووسيلة تعليم، وتثقيف، وقراءة صحف، ومجلات، ومراكز حوار فكري وعلمي للفئات المختلفة في عدة أماكن من العالم، كل ذلك باستخدام النص الكتابي، أو الصوري، والصوتي، أو ما يسمى بالأوساط المتعددة. [3]

ولقد أدى هذا التطور التكنولوجي إلى ظهور وسائل وتطبيقات إعلامية جديدة أطلق عليها البعض اسم "التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال" وهي تشير إلى "جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بكثرة في الاتصالات"،[4] وتتضمن هذه التكنولوجيات جميع الاستعمالات التكنولوجية الحديثة من حواسيب، وشبكات للإتصالات، وأجهزة سلكية ولا سلكية. [5]

ويقصد بالوسائل الإعلامية الجديدة "وسائل الإعلام الرقمية والشبكية والتفاعلية وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام التقليدية المطبوعة والمسموعة والمرئية".[6] ومع أن الإعلام الجديد

---

(1) ريان، خدمات الانترنت (ص ص19 – 20).

(2) المرجع السابق، ص 23.

(3) لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت دراسة في الاستخدامات والإشباعات (ص54).

(4) بن سعيد و لحمر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتنمية الاقتصادية (ص287).

(5) بختي، صناعة تكنولوجيات المعلومات والإتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء (ص318).

(6) Terry Flew: New media: an introduction (pp. 9-28).

يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي: [1]

أ. التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.

ب. الفورية: ألغى الإنترنت الحواجز الزمنية، كما ألغى الحواجز المكانية، إذ إن الاتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، فالاتصال بحاسوب يقع في الصين مثل الاتصال بحاسوب يقع في المدينة نفسها.

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

ث. تفتيت الاتصال: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

ج. اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلّهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

ح. الحركية: تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.

خ. قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

د. قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع . ومثال على ذلك توصيل DVDجهاز التلفاز بجهاز الفيديو.

ذ. الشيوع والانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

---

(1) بضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والاشباعات (ص69-70)؛ ومنصور، الإعلام الجديد المفهوم والتطور، مدونة الإعلام الجديد.

ر. الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة

ز. ديمقراطية الوصول إلى المعلومات: حيث يرى بعضهم أن الانترنت تمثل العالم الجديد، حيث تتحقق الديمقراطية العالمية عبر بوابتها لتصبح برلمانا مفتوحا يعبر فيه كل من يشاء عن رأيه، ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها، وأنتج حرية الوصول إلى المعلومات والطريق السريع في الوصول إليها ثلاثة جوانب تمثلت في: [1]

- رفد أمد المجال الاتصالي بوسائل إعلام تفاعلية جديدة والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.
- تميز بأنه تفاعلي، إذ أتاح لمستعمليه مزيداً من التحكم في المعلومات وتبادلها.
- إيجاد وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية كل من مكانه.

وتعرض الدراسة هنا لعدد من القضايا والمفاهيم المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي، كما يأتي:

أولاً: الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت

قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة أو الشبكة العنكبوتية أو شبكة الانترنت العديد من الخدمات للمستهلكين، لاسيما بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال، والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية، بالصوت، والصورة، والنص المكتوب، وتتمثل أهم الخدمات فيما يلي: [2]

أ. خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail: هو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر، أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني، ومن ثم يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطي المشترك عنوانا خاصا به، يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية، والتواصل مع الآخرين، ويتميز البريد الإلكتروني بانخفاض التكلفة وإمكانية إرسال

---

(1) الشرافي، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة (ص26).

(2) أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية :دراسة ميدانية (ص21-24).

رسالة واحدة إلى العديد من الأشخاص في أماكن متفرقة من العالم في الوقت نفسه ، وإمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد، بجانب تهيئة المتلقي نفسه لقراءة الرسالة، والرد عليها في الوقت الذي يناسبه، ويمثل نظام البريد الإلكتروني العمود الفقري لشبكة الإنترنت وهو الدافع الأساسي الذي أنشئت على أساسه شبكة إنترنت.

ب. الشبكة العنكبوتية العالمية: وهي خدمة فعالة جداً على شبكة الإنترنت فهي تستعرض البيانات والمعلومات، وتملك من الصفات ما يميزها عن بقية الخدمات، بسهولة الوصول للمعلومة عن طريقها، وسهولة فهم المستخدم لها، بالإضافة إلى أنها تستطيع ربط معظم الخدمات السابق ذكرها، وفي هذه الخدمة يتم استعراض البيانات والمعلومات في صورة أو واجهة رسومية.

ت. القوائم البريدية: ويقصد بها نظام إدارة الرسائل والوثائق وتعميمها، على مجموعة من الأشخاص المشتركين في القائمة عبر البريد الإلكتروني، وتغطي القوائم مواضيع ومجالات شتى، وتتناول كل قائمة عادة موضوعا محددا، فإذا كنت تريد متابعة أخبار السباحة مثلا يمكنك الاشتراك بإحدى القوائم المتخصصة في هذه الرياضة، وتصلك تباعا النشرات الخاصة.

ث. خدمة مجموعة الأخبار : وتعد من أهم خدمات الإنترنت، وهي عبارة عن نظام حاسوبي لإيداع الرسائل العامة، والخاصة، ويعمل بنفس طريقة عمل المنتديات الإلكترونية العامة العادية، ومجموعة الأخبار يتم تشريعها وتوزيعها بالإنترنت عبر خدمة تدعى User net.

ج. خدمة نقل الملفات غير المحدودة (FTP): إن خدمة نقل الملفات تُعنى بنقل الملفات ضمن حواسب شبكة الإنترنت أي عملية النقل تكون لملفات محددة ،أما الخدمة فهي لنقل عدد كبير جداً من الملفات على نحو غير محدود داخل الإنترنت لكي يستفيد منها كل مشتركي الشبكة، بسبب أن هناك أشخاصاً يقومون بتطوير برامج تشمل مجمل مجالات الحياة المختلفة وينظمونها في ملفات ويرسلونها إلى شبكة الإنترنت.

ح. خدمة البحث: وهذه الخدمة تستخدم أساساً للبحث عن البيانات والمعلومات من خلال الصفحات الإعلامية والمواقع المنتشرة على شبكة الإنترنت.

خ. خدمة الأرشيف: وتسمى أيضاً خدمة الآركي وتأتي ضرورتها من أن هناك عدداً كبيراً من مستخدمي نقل المعطيات غير المحدودة بآلاف المواضيع والبحوث ومن هنا تأتي ضرورة أرشفتها، حيث إن هذه الخدمة هي عبارة عن تنظيم يوصلنا إلى الملفات التي نريدها بسهولة ويسر.

د. خدمة المجلات الإلكترونية: وهي من الخدمات المتاحة في شبكة الإنترنت وهي توصيل معلومات المجلات الإلكترونية والتي تعنى بمختلف مجالات الحياة إن كان هذا المجال ذا طابع تخصصي، أو مجلات ذات طابع عام.

ذ. خدمة المحادثة: تتميز شبكة الإنترنت عن غيرها من الشبكات بهذه الخدمة، وتوجد حاسبات مضافة عليها هذه الخدمة، وبواسطة العنوان الخاص لهذا الحاسب يمكن عمل محادثة مع أي شخص في العالم ، حيث يلزم لهذه المحادثة أحد برامج المحادثة المتوافرة على الشبكة.

ر. خدمة الويب: تعني كلمة الويب خيوط شبكة العنكبوت، ويقصد طبعاً بهذا التعبير هو السيطرة على مساحة واسعة من الكم، وهذا الكم هنا هو المعلوماتية، وتعتمد على ما يسمى بالنصوص الفائقة والتي تجمع كتل البيانات الضخمة المشكَّلة أصلاً على هيئة قواعد بيانات إلى شجرة هائلة من صفحات المعلومات.

ثانياً: ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

كان أول ظهور لهذه الشبكات في منتصف التسعينيات الميلادية، ففي عام 1995م صمم راندي كونرادز موقع Classmates.com وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً. بعد ذلك توالى تأسيس مواقع الشبكات الاجتماعية، إلى أن أصبحت هذه الشبكات تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت. وبرز دور هذه الشبكات الفاعل في الظروف الطارئة والأحداث العالمية، ولعل آخرها تكاتف مستخدمي هذه الشبكات لقيادة حملة تبرع كبيرة لضحايا ومنكوبي زلزال هايتي، حيث تم جمع ملايين الدولارات لضحايا هذه الكارثة من خلال هذه المواقع.[1]

وقد ظهرت في تلك المواقع خدمات مشابهة لما توجد فيه الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999م و2001م)، ومع بداية عام 2005م ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل

(1) العبود، المعلوماتية الشبكات الاجتماعية على الانترنت(102).

وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007م بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك على نحو كبير، حيث بلغ عدد مستخدميه في آخر إحصائية صادرة عن مؤسسة (We Are Social) في بداية عام 2014م أن 1148 مليون مستخدم مما يشير إلى زيادة مضطردة لهذه الشبكة لدى المستخدمين. [1]

وقد كان لازدياد انتشار تلك المواقع منذ نهاية التسعينيات من القرن العشرين ومطلع القرن الواحد والعشرين، أن استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم، كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم، كما بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها داخل الأنظمة السياسية. [2]

إلى جانب ذلك فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية، إذ إن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها الشبكات الاجتماعية هي عالمية الاهتمامات ومحلية المردود، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي وذلك عبر عدة متغيرات يمكن الوقوف عليها في النواحي الآتية: [3]

أ. المتغيرات الاجتماعية: تتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات في محورين يتمثل المحور الأول في تكوين الصداقات، بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات.

ب. المتغيرات السياسية : إن عضوية الأفراد في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي، فالشأن السياسي أصبح متغيراً أساسياً بالنسبة للشبكات الاجتماعية، إذ إن الشبكات الاجتماعية أسهمت في تأرجح التفاعلات السياسية بين عالمين الأول هو العالم الواقعي، والثاني هو العالم الموازي المتمثل في الشبكات الاجتماعية المنتشرة عبر الفضاء الرمزي، إن المردود البارز للشبكات

---

(1) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة دراسة ميدانية (ص71-72).

(2) Kirkpatrick, The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World (p35).

(3) زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيدولوجيا إلى المثويولوجيا (ص6-8).

الاجتماعية يتجلي بوضوح في النواحي السياسية ويمكن التدليل علي ذلك في ثلاثة محاور، هي:

- تعبئة الرأي العام: حيث تؤدي الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دوراً فاعلاً في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، فقد أضحت الشبكات الاجتماعية مجالاً للاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات، كما أضحت مجالاً للدعايات الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية.
- ظهور المواطنة الافتراضية: إن الشبكات الاجتماعية فتحت المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت والتي أطلق عليها المواطنة الافتراضية (Virtual citizenship) ففي ظل التوترات التي تعانيها الدولة القومية وتقلص الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها– إلى حد ما – بدأت المواطنة الافتراضية في التأثير على المواطنة الواقعية عبر المطالبة بالحقوق السياسية، وسحب القضايا من الواقع إلى المجتمع الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة لعبور وتحقيق المواطنة مع الأخذ في الحسبان أن قضايا المواطنة الافتراضية عالمية النشأة ومحلية المردود.
- تفعيل دور المجتمع المدني: تسهم الشبكات الاجتماعية وتناميها في السياقات العالمية ومردودها المحلي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث إن هناك العديد من منظمات المجتمع المدني منه علي سبيل المثال الأحزاب السياسية علي الصعيد القومي قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية، لتروج من خلال هذه الشبكات للبرامج والسياسات التي تتبناها، وهناك بعض النقابات والجمعيات الأهلية استغلت الشبكة في زيادة التواصل بين أفرادها، ودعوة المستفيدين إلي برامجها ومشروعاتها.

وبذلك يمكن القول أن لنشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي أثر كبير على النظم السياسية وعلى صعيد النظام الدولي بكماله، فقد أصبحت الحياة بكمالها لا تتطلب أكثر من جهاز حاسوب وخط اتصال نت لإنجاز كافة الأعمال اليومية ، وشراء كل مستلزمات البيت، ودفع الفواتير المستحقة على المواطن سواء للمؤسسات الحكومية أو الشركات الخاصة، بل أصبحت العديد من الوظائف لا تتطلب مغادرة البيت بقدر ما تتطلب وجود الحاسوب وخط الاتصال، وبذلك فقد جعلت العالم كله أشبه بقرية صغيرة مفتوحة على مصراعيها للجميع، لا تتطلب أذونات دخول للحصول على المعلومات أو الأشياء التي يريد الشخص الحصول عليها.

ثالثاً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت مع الويب للتواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو انتماءٍ. [1]

ويعرفها زاهر راضي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية". [2]

وتعرف بأنها: "مجموعة من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركة بإبداء رأيه، وهو أيضاً صفحة القراء في كل ما هو مطبوع، وتعقيباتهم على موادها، إضافة إلى مشاركات الجمهور في البرامج المرئية والإذاعية، ومداخلاتهم في قاعات المحاضرات والندوات، وهو أخيراً منتديات إلكترونية ملحقة بمواقع النشر الإلكتروني أو مستقلة بذاتها".[3]

كما تعرف بأنها: "تلك الشبكات التي تتيح للمستخدمين تكوين مجتمع افتراضي لهم على شبكة الانترنت، وذلك إما من خلال إعادة تكوين العلاقات الاجتماعية الموجودة أصلاً على أرض الواقع، أو من خلال تكوين علاقات جديدة ليست موجودة في الواقع، حيث تتيح لهم إمكانية البحث عن أصدقاء والتواصل معهم من خلال خدمة التدوين والنشر ومشاركة الأنشطة وتبادل المعلومات والأخبار الفورية وغيرها من الخدمات. [4]

وهي "مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل، والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات، والوسائل المقدمة مثل التعارف، والصداقة، والمراسلة والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد،

---

(1) العمران وآخرون، الويب 2 المفاهيم والتطبيقات (ص36).

(2) راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي (ص23).

(3) عبد الرازق والساموك، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة (ص27).

(4) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (ص75).

والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات". [1]

وينظر إليها بعضهم على أنها: نوع من أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته". [2]

ويعرف السون وبويد الشبكات الاجتماعية بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر". [3]

والإعلام التفاعلي (الجديد) هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر، وهما ظاهرة تفجر المعلومات، وظاهرة الاتصالات عن بعد. [4]

وبذلك يمكن تعريف الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: مجموعة المواقع الإلكترونية التي توفر مجموعة من الخدمات للمتصفحين أو مستخدمي الانترنت، بهدف تحقيق أكبر قدر من التواصل على المستوى الاجتماعي والعلاقات الشخصية، وعلى المستوى الاقتصادي والربط بين الباحثين عن فرص عمل والموظفين، أو تحقيق إشباعات أخرى تتعلق بجوانب متعددة ثقافية إخبارية اقتصادية رياضية وغيرها.

---

(1) بضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباعات (ص ص77-78).

(2) صادق، الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة (ص9).

(3) Danah, Social network sites; Definition, history and scholar ship, Journal of computer mediated communication (p..215).

(4) شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات (ص442).

رابعاً: أصناف الشبكات الاجتماعية

هناك العديد من التصنيفات للشبكات الاجتماعية يذكر، منها: [1]

أ. الشخصية: ويعتمد هذا الصنف من الشبكات الاجتماعية على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم بتبادل العديد من الصور والملفات المرئية والروابط، وهو الصنف الأكثر شهرة.

ب. العام: ويعتمد هذا الصنف من الشبكات الاجتماعية على ربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، ويمكنهم من تبادل الملفات الشخصية للمستخدمين التي تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم.

ويصنف آخرون الشبكات الاجتماعية إلى أصناف متعددة ارتباطاً بتنوع الخدمات التي تقدمها في محيط الإنترنت على النحو الآتي: [2]

أ. شبكات أساسية: وهي التي يمكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة، والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة تتمثل في المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص.

ب. شبكات عمل: وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب اهتمامه علي المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن على سيرتهم الذاتية وانجازاتهم.

ت. شبكات المميزات الإضافية: هناك بعض الشبكات تتيح الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل علي سبيل المثال في التدوين المصغر Micro blogging مثل موقع تويتر وبلارك.

ث. الشبكات العربية هناك بعض الشبكات الاجتماعية التي ظهرت مؤخرا علي الإنترنت ،ولكنها لم ترتقِ إلي مستوي الخدمات التي تقدمها الشبكات العالمية الكبرى . ومن أمثلة الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب وفايح وعربيز Arabiz التي ظهرت في عام 2009 وكانت مخصصة للعرب المقيمين في ألمانيا ثم انتشرت في الدول العربية.

---

(1) أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية: دراسة ميدانية (ص27).

(2) زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيدولوجيا إلى المثويولوجيا (ص4).

ويوجد تصنيف ثالث لأنواع الشبكات الاجتماعية تبعاً لتوجهات الشبكة وخدماتها، وهي كالآتي: [1]

أ. الشبكات الاجتماعية الشخصية: وهي مجموعة من الجهات المعروفة لفرد بعينه، والتي من المتوقع قيامه شخصياً بالتواصل معها على فترات متفاوتة قصرت أم طالت لدعم فاعليات معينة، والهدف من تلك الشبكات هو الفائدة المتبادلة بما يوفر سعة في فكرة العمل الجماعي خارج نطاق الزمالة في العمل، وهذه الآلية تستخدم بكثافة في أماكن العمل، لكنها مرنة بصورة تجعلها أداة طيعة في أنشطة خارج نطاق العمل تستمر مدداً متواصلة، فهي لا تقتصر على اتصال وقتي بهدف محدد.

ب. الشبكات الاجتماعية المهنية: وهي من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية، فهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات، كما تتضمن أيضاً ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قام بالعمل معهم، ويعد موقع Linkedln من أشهر تلك الشبكات، إذ تعتمد عليه شركات التوظيف التي بدورها تقوم بطرح سؤال في مجال احترافي، معين ومن ثم الحصول على إجابة وصاحب الإجابة الأفضل سيصبح صاحب الوظيفة.

ت. الشبكات الاجتماعية الثقافية: الشبكات الاجتماعية الثقافية تعد ثورة معلوماتية حيث تستقطب مستخدمين مثقفين من كل أنحاء العالم، ومثال على ذلك IMedix وهي خاصة بكل شخص يريد الحديث عن الصحة.

خامساً: العوامل المؤثرة في الإعلام التفاعلي[2]

أ. العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشبكات (الإنترنت) التي أصبحت وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م: دراسة ميدانية(ص80-81).

(2) تاية، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون (ص28).

التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

ب. العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات. وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم. بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

ت. العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

ث. العامل الثقافي المتمثل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: أن التطورات التقنية التي حدثت لوسائل الاتصال والإعلام في السنوات الأخيرة، قد أثرت في العلاقات المتعددة داخل المجتمع الواحد، وما شملته من قيم وعادات ومفاهيم وأنماط سلوكية وخبرات ومعارف، وكذلك في علاقة المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواء في زمن السلم أو الحرب.

سادساً: خدمات الشبكات الاجتماعية:

تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية، والدلائل على مدى العموم والانتشار من حيث أعداد الشبكات أو المستخدمين يؤكد على أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية: [1]

---

(1) زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيدولوجيا إلى المثويولوجيا (ص3-4).

أ. الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية، مثل: الاسم، والسن، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية ، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلي عالم الشخص.

ب. الأصدقاء أو العلاقات : وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي، وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

ت. إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلي الأصدقاء الذين في قائمة الشخص ، أو غير الموجودين في القائمة.

ث. ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

ج. المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة ، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات ، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.

ح. الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع face bock وتم استخدامها علي المستوي التجاري على نحو فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات الذي يحددونها ، ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.

سابعاً: وظائف الشبكات الاجتماعية

يؤدي الإعلام التفاعلي أو الشبكات الاجتماعية العديد من الوظائف التي تؤثر في كافة الاتجاهات سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو المؤسسات العامة والخاصة، فقد أصبح الإعلام التفاعلي يؤدي دوراً لا يستهان به في إحداث التأثير في اتجاهات الشرائح المختلفة في أي مجتمع، ولكن بدرجات متفاوتة مرتبطة بالظروف والآليات التي يتم استخدامه فيها، سواء على مستوى الأفراد أو المجموعات والدول، كما تؤثر وسائل الإعلام التفاعلي في صنع القرار ووضع السياسة، من خلال خلق الأزمات وافتعالها، فتستخدم الجماعات المعارضة الإعلام

التفاعلي بوصفه وسيلة أساسية للضغط على السلطات الحاكمة وذلك بواسطة المذكرات أو النشرات أو الالتماسات الموجهة إلى عدد من رجال النظام أو الحكم بهدف إقناعهم بوجهة نظرها، وهنا تؤدي فاعلية الإعلام الذي تستخدمه الجماعات الضاغطة دوراً مهماً في التأثير على الحكومة والاستجابة لمطالبها،[1] ويمكن استنباط العديد من الوظائف للإعلام الجديد وهي على النحو الآتي: [2]

1- سرعة نقل المعلومة وعدم التأخر فيها مع وضوح ذكر مصدرها.

2- وضوح المعلومة أو الخبر المنوي نقله دون لَبس، ولكن في الوقت نفسه دون إطالة مملة فنحن الآن نعيش في عصر السرعة.

3- احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح الآخر موجودًا فيه في كل مكان، وهذا يشمل التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز على نحو أعمى ممجدًا الأشخاص والهيئات بطريقة منفرة جدًّا.

4- إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي فيما يعرف بالبث المتبادل.

ويحدد (شرام) و)لاسويل) عدداً من الوظائف الرئيسة والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجد ولبر شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسة أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق تعرف العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التذوق الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم، وقد وّلد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها: [3]

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في اطار واقع وهمي أو

---

(1) الشرافي، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني "دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة (ص ص32-33).

(2) ساق الله، تقرير عن: ماهية الإعلام الجديد (مدونة الكاتب).

(3) أبو حشيش وآخرون، أوراق عمل لمساق الصحافة الاستقصائية (ص85-86)

افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

- سهولة الاتصال بالمواقع الاخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الاخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.
- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات ومن ثم تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.
- غياب المصادر وتحري المصداقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.
- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة على نحو غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.
- نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الإنترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية.. وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسب والشبكات في التعليم.
- أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.

- مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الإنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.

ثامناً: إيجابيات الشبكات الاجتماعية

تحقق شبكات التواصل الاجتماعي الكثير من الآثار الإيجابية في العديد من الجوانب، ويمكن أن نوجز أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي بالإيجابيات الآتية: [1]

أ. تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.

ب. تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفاعل.

ت. تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.

ث. تساعد على تقبل القضايا الخلافية.

ج. تحقق قدراً لا بأس به من الترفيه والتسلية.

ح. تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة.

خ. تشكل شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقاً للمعايير التي يختارها هو.

د. تؤدي دوراً هاماً في تطوير التعليم الإلكتروني، وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم مما يزيد فرص التواصل والاتصال خارج نطاق المدارس.

ذ. اتجهت الكثير من الدوائر الحكومية إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها.

ر. تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً أصيلاً من مصادر الأخبار لكثير من روادها.

---

(1) عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية التفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي: حالة الفيس بوك (ص ص37 – 38).

ز. فتحت شبكات التواصل الاجتماعي الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة.

س. تمكنت من كسر الحواجز والخطوط الحمراء التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين العاديين والمسئولين.

ش. تحولت إلى سلاح حاد لرصد ومتابعة كشف قضايا عديدة من الفساد بأشكاله كافة.

ولقد حققت وسائل الإعلام الاجتماعية إيجابيات ربما لم تستطع أن تقدمها وسائل الإعلام التقليدية بسبب محدودية الوسيلة والتفاعلية، ومنها: [1]

- لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز حاسوب، وخط إنترنت).
- أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لا يمكن تصوره حتى وقت قريب جدا.
- انتشار وجهات نظر مختلفة وحقائق منعت من قبل.
- جعلت الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا.
- مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة، ليشرع بمقابلة الأصدقاء والاتصالات عن بعد.
- عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة.
- ساعد على التغلب على "طغيان المسافة" في مجال الاتصالات، على سبيل المثال: المغتربين وأهليهم.
- يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام.
- ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدمه بوصفه منصة إخبارية في البلدان السلطوية.
- التنوع والمرونة من أدوات الإعلام الاجتماعي.
- تمكن أي فرد من إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين بسهولة.

---

(1) ساق الله، ماهية الإعلام الجديد (مدونة الكاتب).

- تقوم بوظائف الإعلام (الإخبار، الترفيه، التسويق).

تاسعاً: سلبيات الشبكات الاجتماعية

على الرغم من الإيجابيات العديدة التي اتسمت بها مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية، إلا أنه توجد العديد من السلبيات التي ارتبطت بهذه المواقع منها: [1]

1. صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
2. ضعف التحكم بالضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
3. ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
4. عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
5. تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
6. انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.
7. ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.
8. أصبح مجالاً خصباً لترويج الشائعات ونقل المعلومات غير الموثوقة التي لا تستند إلى مصادر موثوقة ومراجع معروفة .
9. عندما يكون في مجتمع محافظ كمجتمعاتنا العربية يصبح مجالا للفضح وكشف أسرار الناس والتشهير بهم والإساءة إليهم.
10. هيأت الفرصة لتصفية الحسابات الشخصية بين الأفراد والجماعات من جهة كما أسهم في إثارة النعرات القبلية وإشعال الفتن الطائفية بين أبناء المجتمع الواحد من جهة ثانية.
11. أصبح وسيلة سهلة لإيصال النتاج الرديء في المجال الثقافي والإبداعي.

---

(1) أبو حشيش وآخرون، أوراق عمل لمساق الصحافة الاستقصائية (ص ص87-88).

12. تعدد منافذ الوصول إليه وسهولة الحصول على أجهزته الذكية الحديثة أسهم في صناعة عزلة أسرية وقطيعة اجتماعية أسهمت بدورها في إذابة العلاقات الحميمية والطرق التربوية التقليدية.

كما يضيف بعض الباحثين مجموعة أخرى من السلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي وهي:[1]

- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة والمفسدة، ولاسيما أن أكثر رواد شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب مما يسهل إغراءهم وإغواءهم.
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التشهير والمضايقة والتحايل والابتزاز والتزوير.
- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء.
- انتهاك الحقوق الخاصة أو العامة للأفراد أو الشركات أو المواقع.
- إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعطل الكثير من الأعمال.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب، فقد تحولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام.
- التعرض للجرائم الإلكترونية .
- فتور الحس الأخلاقي نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار والعنف والتي من شانها أن تعود الناس على مشاهد الألم والعذاب عند البشر الأمر الذي يجعله أمراً مألوفاً.

عاشراً: أمثلة على بعض الشبكات الاجتماعية

تتعدد مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) وتتعدد خدماتها وتوجهاتها التي تقدمها للمستفيدين، وستطرح الدراسة نبذة عن عدد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بأكبر عدد من المستفيدين على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت).

أ. موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)

هو شبكة إلكترونية تساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم وأصدقاء العمل بفاعلية أكثر عبر الإنترنت، ينشئ المستخدمون ملف (Profile) لهم يتضمن غالباً صور واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة وتكوين مجموعات من الأصدقاء، ويمكن

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (ص ص 82-83).

لأي شخص الدخول إلى موقع فيس بوك والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرفهم ويثق بهم أو تعرف أشخاص جدد يستطيع (بموافقتهم) تعرف ما يسمحون له من معلومات تتعلق بهم وبأصدقائهم.[1]

وقد انطلق الفيس بوك بسرعة وقوة منقطعتي النظير، حيث استطاع التميز على المواقع الاجتماعية الأخرى، بما يقدمه لمشتركيه من تطبيقات متعددة وسهلة الاستخدام، فأحدث انقلاباً هائلاً وأسهم في قلب موازين تجلت آثارها في العديد من الأحداث السياسية والاجتماعية، وفكرة تطبيقاته تقوم على الاعتماد على الجيل الثاني من الإنترنت (web 2) لإيجاد شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من المشتركين من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والفيديو وغيرها من التطبيقات.[2]

ويتضمن الفيس بوك عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات، سمة (wall) أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، إضافة إلى تحميل الصور والألبومات وملفات الفيديو، وإرسال الملفات إلى الأصدقاء عبر المحادثات، وإجراء مكالمات الصوت والفيديو إلى جانب وجود العديد من التطبيقات كالألعاب للتسلية والتي جزء منها ألعاب جماعية، ووجود الإعلانات التجارية والأصدقاء الذين قد تعرفهم في التسهيل على الوصول إلى المعارف. [3]

لقد تحول الموقع في مراحل تطويره من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلية إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، ومنبر لعرض الأفكار السياسية، وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية، وكذلك أصبحت قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمدها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف والمجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض ليصبح مستقبلاً أكبر تجمع إلكتروني على وجه الأرض. [4]

---

(1) مختار، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق؟ (ص12).

(2) المرجع نفسه ، ص 19.

(3) جرار، الفيسبوك والشباب العربي (ص ص51 – 58).

(4) المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ص72).

ب. موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)

هو شبكة إجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء ويقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات (Tweets) عن حالتهم بجد أقصى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS)، أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون، وتظهر التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسة أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني وعن طريق الرسائل النصية القصيرة. [1]

وكلمة تويتر تعني بالإنجليزية مغرد وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود كرمز الموقع، وتقوم فكرته على ما يسمى بالتدوين المصغر، من خلال تكوين شبكة اجتماعية من الأصدقاء أو الأقارب أو المعارف على الموقع وقد ساعدت مجانية الخدمة وسهولة الموقع وعدم وجود إعلانات مزعجة وزيادة مستخدميه وموجود جهات ومؤسسات وأفراد ومراسلين وصحفيين على إنعاش الموقع وإمداداه بمعلومات سريعة وحصرية قبل أن تنتشر بالصحف ووكالات الأنباء الرسمية، وقد ظهر الموقع في أوائل عام 2006م بوصفه مشروعاً بحثياً بحثي قامت به شركة Obvious الأمريكية وذلك على نطاق ضيق وغير متاح للجميع، لكن بعد ذلك تم إطلاقه رسمياً في أكتوبر 2006م. [2]

وفي تويتر يستطيع الشخص أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عناوين ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في أنحاء العالم كافة، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبين أم بعيدين، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء بهدف التعارف والصداقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة، غير أن المدونين يرون في تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم في رفد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية. [3]

---

(1) بشير، ما هو تويتر ؟! وكيف تستفيد منه؟، (مدونة الكاتب)

(2) الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة (ص76).

(3) المشهداني، الصحافة العربية والدولية: المفهوم – الخصائص – المشاكل – النماذج – الاتجاهات (ص216-217).

ت. موقع التواصل الاجتماعي (جوجل بلس)

هي شبكة اجتماعية قريبة جداً من الفيس بوك، تقدمها شركة جوجل، وقد تم إصدار النسخة التجريبية من الموقع في 28 يونيو 2011م، وقد قامت شركة جوجل بإنشاء شبكة جوجل بلس الاجتماعية على نحو كامل بعد محاولات سابقة من الشركة في شبكات اجتماعية لم يكتب لها النجاح مثل خدمة صدى جوجل وغيرها، وقد أعلنت شركة جوجل الأمريكية أن عدد مستخدمي جوجل بلس وصل إلى 500 مليون شخص بحلول يناير 2013م، وأن عدد الصفحات التي تم إنشاؤها من خلال الموقع وصلت إلى 2.5 مليون صفحة، في حين بلغ عدد المستخدمين الذين لهم نشاط على الموقع إلى 190 مليون في 3 أيام. [1]

وتنحصر السمات الرئيسية لهذه الشبكة الجديدة في عدة وظائف هي Circles، Sparks، Hangouts، Huddle، وكذلك خدمات جديدة للهواتف. فهي تسمح للمستخدمين التواصل مع الأصدقاء والمعارف من خلال الويب أو الهواتف الذكية بطريقة سهلة وانسيابية.

فمن خلال "Circle" بإمكان المستخدمين تصنيف العلاقات الشخصية الخاصة بهم وتقسيمها في مجموعات، فليست كل العلاقات على قدم المساواة، فهناك دائرة للأصدقاء، وأخرى لزملاء العمل أو الجامعة، وأخرى للعائلة والمعارف. بالإضافة إلى إمكانية إدخال تعديلات عليها في أي وقت من خلال إضافة أو حذف أي شخص من الدائرة حسب المستخدم. وبذلك هي تختلف عن "فيسبوك" الذي يضع جميع الأشخاص في دائرة واحدة.

مزايا تواصل متعددة

مع خدمة "Sparks" تربط جوجل جميع التحديثات التي طرأت على الموضوعات المختلفة والاهتمامات والمحتويات المهمة بالنسبة لكل مستخدم وإرسالها له في الحال من صور وفيديو. فكل ما على المستخدم فعله هو القيام بإضافة جميع اهتماماته أو رؤوس الموضوعات المفضلة لديه داخل صفحة "Sparks"، ثم تقوم جوجل بتزويد المستخدم بكل ما هو جديد عن اهتماماته والموضوعات المفضلة لديه من مواقع على الإنترنت، ثم بإمكانه تبادل ومشاركة هذه الروابط والمحتويات مع أصدقائه فيما بعد.[2]

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (ص95).

(2) ساق الله، ماهية الإعلام الجديد (مدونة الكاتب).

أما "Hangout" فتحاول من خلالها جوجل حل مشكلة الدردشة عبر الفيديو، وجعلها أكثر سهولة، بحيث تتيح للمستخدمين مشاركة أصدقائهم الموجودين داخل "Circles" بدون ميعاد مسبق بالصوت والصورة والفيديو، وهي تسمح بمشاركة 10 أشخاص على الأكثر. وحسب جوجل "في حالة وقت فراغ أي شخص يمكنه أن يتشارك مع شخص آخر بكل سهولة عندما يراه داخل "Hangout" ولقائه والتحدث معه داخل دائرته". وبذلك توفر جوجل خدمة اللقاءات في أي وقت مع من تحب وجهاً لوجه.

كما تقدم جوجل خدمات أخرى للهواتف مثل إمكانية تحديد المواقع "جي بي إس" وتفعيلها على الهواتف، وتبادل الصور والرسائل النصية مع الأصدقاء والعائلة. وكذلك خاصية " Instant Upload+" أو التحميل الفوري للصور أو الفيديو، حيث تتيح للمستخدمين إمكانية رفع الصور بعد التقاطها وتحميلها داخل ألبوم الصور الخاص بالمستخدم في "جوجل بلس" داخل "الحوسبة السحابية" بحيث يستطيع المستخدم الاطلاع عليها وتبادلها في أي وقت ومن أي مكان، متاحة على جميع الأجهزة المحمولة لدى المستخدم، ولا يمكن نشرها إلا عن طريق المستخدم نفسه من خلال الضغط على زر الصور ثم إرسالها إلى قائمة من الأصدقاء الموجودين داخل "Circle" يقوم بإعدادها المستخدم بنفسه، ليكون بإمكانهم الاطلاع عليها[1].

كما قدمت جوجل خاصية "Huddle" وهي تسمح للمستخدمين إجراء محادثات نصية جماعية بين الأشخاص الموجودين في "Circle"، وبذلك يمكن تنظيم وتنسيق لقاءات جماعية بين الأصدقاء أو حتى بين أفراد العائلة بكل سهولة وأفضل من قبل.

ث. موقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب)

يعد موقع يوتيوب أهم وأشهر موقع لرفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم، يقوم على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو أذع نفسك، هذا الشعار وضع على الصفحة الأولى، ويعتبر أهم مكان على شبكة الإنترنت للمشاركة بالفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يومياً أفلاماً من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك نقل حدث ما غريباً أو مضحكاً أو مثيراً، وكثير منها تم إنتاجه لدوافع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة تهم منتج الفيلم، ويتضمن الموقع أنواعاً

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (ص97).

لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية.[1]

وكان الانطلاق الفعلي للموقع في ديسمبر 2005م بعد أن تلقى تمويلاً من (سيكوي كابي تال) حيث أصبح تشاد هيرلي المسئول التنفيذي الأول للشركة، بينما أصبح ستيف تشين رئيس قسم التكنولوجيا في شركة يوتيوب، ويتيح الموقع محتوياته للجميع كما بإمكان أي شخص إضافة مقاطع فيديو للموقع بعد التسجيل على الموقع، كما يمكن مستخدميه المسجلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتها للمفضلة ضمن صفحته الشخصية أو إرسالها للأصدقاء، كما بالإمكان إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أو المنتديات، كما يتيح الموقع عرضها على أشهر الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك، ماي سبيس، تويتر، ديغ، وغيرها. [2]

وفي أواخر عام 2006م قام عملاق الويب جوجل بالإعلان عن شراء موقع يوتيوب بقيمة (1.65) مليار دولار أمريكي، فيما يعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدها جوجل ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسيه وملكية جوجل، وقد وصل عدد من يستقبلون موقع اليوتيوب إلى ملياري زائر يومياً، ليتخطى ضعف مشاهدي القنوات الأمريكية التلفزيونية الثلاث الأكثر شعبية. [3]

ج. موقع التواصل الاجتماعي (ماي سبيس)

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، بوصفه شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، بينما يقع مقر الشركة الأم في مدينة نيويورك، وقد انطلقت هذه الشبكة الاجتماعية في أغسطس 2003م جاذبة إليها عدداً كبيراً من مستخدمي موقع Friendster بعد أن أشاعت إشاعة في تلك

---

(1) صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ص216).

(2) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية (ص74).

(3) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة :دراسة ميدانية (ص83).

المدة أن هذا الموقع يعتزم أخذ ثمن من المستخدمين لقاء التمتع بخدماته المختلفة، فقام مستخدمو موقع Friendster بالعمل على حث بعضهم للتحول إلى شبكات بديلة مثل ماي سبيس وغيرها، وقد ميز موقع ماي سبيس نفسه من خلال إضافة مميزات تحت الطلب، فسمح لمستخدميه بإضافة السمات الشخصية بهم على صفحاتهم الخاصة. [1]

ملخص القول أن ثورة المعلومات الاتصالية التي كانت ذروتها في منتصف التسعينيات من القرن العشرين شكلت نقلة نوعية في آليات الاتصال والتواصل بين كافة الأفراد والمجتمعات، والتي تسهم في تقليص الزمن والمساحة الجغرافية، بحيث أصبح الإنسان يستطيع أن يتخطى الحدود والحواجز الجغرافية ويوفر الوقت بعيداً التكاليف الباهظة التي كان يتطلبها الإنسان للحصول على المعلومات أو المنتجات.

تسهم شبكات التواصل الاجتماعي بما أتاحته من إمكانيات كبيرة في اجتذاب أعداد وصلت إلى الملايين من المستخدمين إليها، واستطاعت أن تؤثر في مجمل الحياة العامة داخل الدول، بل وصل تأثير هذه المواقع إلى كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيره كافة، مما دفع المؤسسات الرسمية وغير الرسمية كافة من إنشاء صفحات لها على هذه المواقع من أجل التأثير في الرأي العام داخل أنظمتها، ومعرفة توجهات الأفراد وآرائهم تجاه القضايا داخل الدولة.

وتتشابه شبكات التواصل الاجتماعي كثيراً في السمات والخصائص التي أنشئت من أجلها، وتتمايز فيما بينها في بعض الوظائف المتاحة للأعضاء، وبعض السمات الخاصة بالشبكات والتي تسعى للتميز بها عن الشبكات الأخرى لاجتذاب أكبر عدد ممكن من المستخدمين إلى مواقعهم، وقد استطاعت هذه الشبكات أن تصل إلى الأعمار كافة فلما تعد مقتصرة على أعمار محددة.

---

(1) خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م (ص96).

المبحث الثاني

القيم الثقافية ومكوناتها

تؤدي القيم دوراً هاماً في حياة الفرد والمجتمع على نحو عام، لما تمثله القيم من أساس في تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع، وفي نسج السلوكيات والعادات والتقاليد التي يتبناها المجتمع، كما أنها توضح طبيعة خصائص هذا المجتمع في عدة اتجاهات كالخصائص الاجتماعية والدينية والسياسية والاقتصادية والجمالية والعلمية، لذلك تطرح الباحثة في هذا المبحث مفهوم القيم الثقافية بحيثياتها ومكوناتها كافة.

أولاً: مفهوم القيم:

القيم لغة: من "قوم" و"قام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به"، والقيمة مفرد "قيم" وتعني: الثمن الذي يقوم به المتاع، أي يقوم مقامه، والجمع: القيم، مثل سدرة وسدر، وقومت المتاع: جعلت له قيمة. [1]

وفي لسان العرب، القيمة: واحدة القيم، والقيمة: ثمن الشيء بالتقويم، ونقول: القائم بالدين المتمسك به، الثابت عليه، والجمع قيم، وأمر قيم: مستقيم،[2] وقد ارتبط مفهوم القيمة لغوياً بمعنى ثمن – قدر، وقد استخدمت لمعرفة قيمة الشيء فقيمة الشيء قدره، وقيمة المتاع ثمنه، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم وفي المعجم الوسيط قيّم الشيء تقييماً أي قدره، وقد استخدمت القيمة كذلك بمعنى التعديل،[3] أما المعجم الوسيط فقد عرف القيم: من الفعل قوم، والقيمة قيمة الشيء: قدره، وقيمة المتاع: ثمنه، ويقال ما لفلان قيمة: ماله ثبات ودوام على الأمر. [4]

أما القيم اصطلاحاً فقد تعددت التعريفات التي طرحت مفهوم القيم باختلاف حقول المعرفة التي تناولتها، فعرفت القيم بأنها: مقياس أو مستوى له ثبات واستمرار لمدة زمنية يؤثر

---

(1) طهطاوي، القيم التربوية في القصص القرآني (ص39).

(2) ابن منظور، لسان العرب (ج500/2).

(3) حسين، القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية (ص 62).

(4) مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط (ص768).

في سلوك الفرد تأثيراً يتفاعل مع مؤثرات أخرى؛ لتحديد السلوك في مجال معين،[1] والقيم هي المثل العليا التي ينشدها الإنسان لذاتها ولا يلتمسها؛ لغرض يبتغيه من ورائها.[2]

وعرفت القيم بأنها "مجموعة من القوانين والمقاييس تنشأ في جماعةٍ ما، ويتخذون منها معايير للحكم على الأعمال والأفعال المادية والمعنوية، وتكون لها من القوة والتأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الإلزام والضرورة والعمومية، وأي خروج عليها أو انحراف على اتجاهاتها يصبح خروجاً عن مبادئ الجماعة وأهدافها ومثلها العليا".[3]

كما عرفت القيم بأنها مبادئ ومعايير جماعية يؤمن بها أفراد مجتمع معين وتشيع بينهم، ويعتقدون في أهميتها لاعتبارات جماعية، وأخلاقية ودينية، واتخذت سمة الإيجابية الشرعية للحكم على تصرفاتهم وسلوكاتهم في المجتمع،[4] ويرى **براي بروك** إنّ القيم عند بعض الأفراد تعني أن لديهم اتجاهات إيجابية حيال بعض جوانب الحياة وأخرى سلبية تجاه بعضها بمعنى أنّ الأفراد بحكم ما لديهم من قيم مهيؤون لاختبارات معينة دون غيرها من البدائل، فالقيم هنا تكشف عن نفسها من خلال اختبار بديل من بدائل يترجم هذه القيمة المحتضنة.[5]

كما يقصد بالقيم: "هي المعايير والقناعات التي تحكم تصرفات الإنسان وتصوراته فتوجه سلوكياته في الحياة وفقاً لمعطياتها، مما يساعد على تشكيل شخصيته وتحديد هويته التي تميزه عن الآخرين كما تستمد أصولها من المعتقدات والقناعات التي يؤمن بها أفراد المجتمع، ويتفقون عليها لتشكل بالنسبة لهم معياراً يحكمون من خلاله على الأشياء من حولهم. [6]

وعرفها الناشف بأنها: "معنى وموقف وموضع التزام إنساني أو رغبة إنسانية، ويختارها الفرد بذاته للتفاعل مع نفسه ومع الكلية التي يعيش فيها، ويتمسك بها"،[7] أما الجرادي فقد اعتبر القيم: "مفهوم صريح أو ضمني، يميز الفرد أو الجماعة ما هو مرغوب به، ويؤثر في

---

(1) قطام، دور التربية في مواجهة مظاهر صراع القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية (ص 29).

(2) نصر الدين، توظيف القيم الفلسفية في تدعيم الإنتماء لدى الشباب: دراسة ميدانية على بعض طلاب جامعة القاهرة (ص 16).

(3) أحمد، في فلسفة التربية (ص250).

(4) جبر، القيم الاجتماعية المتضمنة في كتب التربية الإسلامية للمرحلة العليا من التعليم الأساسي من الصف الخامس وحتى العاشر في الأردن (ص6).

(5) حسين، القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية (ص65)

(6) العمري، درجة ممارسة القيم لدى طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر الطلبة أنفسهم (ص1069).

(7) الناشف، القيم وطرائق تعليمها وتعلمها (ص2).

عملية الاختيار مما هو متاح من أشكال ووسائل وغايات،[1] أما السيد الشحات **أحمد حسن** يرى أن القيم " حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محدداً المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك.[2]

وهي مستوى أو مقياس أو معيار نحكم بمقتضاه ونقيس به وتحدد على أساسه المرغوب فيه والمرغوب عنه، أو القواعد التي تقوم عليها الحياة الإنسانية وتختلف بها عن الحياة الكونية كما تختلف الحضارات بحسب تصورها لها، وأيضاً تعرف بأنها حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محددا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك.[3]

والقيم من منظور إسلامي: "هي المبادئ والمثل العليا التي نزل بها الوحي، ويحدد بموجبها سلوك المؤمن، وتكون مرجع حكمه في كل ما يصدر من قول أو فعل وترتبط بالله تعالى وبالكون،[4] أما القيم من منظور اجتماعي: " فهي محصلة تفاعل الإنسان بإمكاناته الشخصية مع متغيرات اجتماعية معينة، وإنها محدد أساسي من المحددات الثقافية للمجتمع. [5]

ولقد حصرت التعريفات التي تناولت مفهوم القيم في إطار أربعة مقتربات على النحو الآتي: [6]

1. المقترب الذي ينظر إلى القيم في جوهرها كالأفكار الخالدة أو كالمطلق أو كجزء إلهي.
2. المقترب الذي يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي نسعى إلى تحقيقها أو الرغبات التي نود تلبيتها.
3. المقترب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفضيلات الموروثة أو تعلمها الفرد.
4. المقترب الذي يربط القيم بالنشاط وتحديد قيم الأفراد عن طريق تحليل النشاط.

---

(1) الجرادي، تحليل القيم المتضمنة في كتب التربية الإسلامية للمرحلة الدنيا من التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية (ص4).

(2) حسن، الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية (ص 20).

(3) الفقيه، القيم (ص4).

(4) السويدي، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية (ص29).

(5) زاهر، القيم في العملية التربوية (ص22).

(6) أبومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب :دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة (ص143).

تشير الباحثة إلى أهم النقاط التي اشتملت عليها تعريفات القيم :-

1- هي المبادئ والمثل العليا التي نزل بها الوحي.

2- مجموعة من القيم المورثة أو تعلمها الفرد من المجتمع.

3- أنها تفاعل الانسان مع المتغيرات الاجتماعية.

4- هي قناعات تحكم تصرفات الانسان وتوجه سلوكه .

5- هي المعايير التي نحكم بها على الشئ مرغوباً فيه، أو غير مرغوب فيه.

وترى الباحثة من خلال التعريفات السابقة بأن القيم من أكثر سمات الشخصية تأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي، وهي محصلة تفاعل الانسان مع متغيرات اجتماعية وثقافية معينة (شبكات التواصل الاجتماعي) ، وفي فترة زمنية معينة حيث توجه سلوك الأفراد وأحكامهم.

ثانياً: مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاثة مستويات رئيسة، هي: [1]

أ- **المكون المعرفي:** ومعياره "الاختيار"، أي انتقاء القيمة من أبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسئولية انتقائه بكمالها، وهذا يعني أن الانعكاس غير الإرادي لا يشكل اختياراً يرتبط بالقيم، ويعد الاختيار المستوى الأول في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم، ويتكون من ثلاث درجات أو خطوات متتالية هي: (استكشاف الأبدال الممكنة، والنظر في عواقب كل بديل، ثم الاختيار الحر).

ب- **المكون الوجداني:** ومعياره "التقدير" الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ، ويعد التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين، هما: (الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، وإعلان التمسك بالقيمة على الملأ).

---

(1) العاجز والعمري، القيم وطرق تعلمها وتعليمها (ص6-7).

ج- **المكوَّن السلوكي:** ومعياره "الممارسة والعمل" أو "الفعل" ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة، على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سنحت الفرصة لذلك، وتعد الممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم، وتتكون من خطوتين متتاليتين، هما: (ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمي).

ثالثاً: خصائص وسمات القيم:

هناك العديد من السمات والخصائص التي تميز القيم، من أهمها: [1]

1. نسبية: القيم ليست ثابتة ولكنها نسبية وتختلف من شخص لآخر حيث تتغير تبعاً لتطور الحياة وتختلف من زمن إلى آخر ومن مكان إلى آخر ومن ثقافة إلى ثقافة.
2. موضوعية: فالقيم تجمع بين الذاتية والموضوعية في وقت واحد وتضاد أو تنافر، فالقيم الخلقية موضوعية لأنها مستمدة من الدين فهي روح الدين وجوهره وتقوم على أسس عقدية وذاتية، وأيضاً نتيجة لاختلافات مستويات الإدراك لها نتيجة لعلاقة الإنسان بالبيئة الاجتماعية.
3. ذاتية: ويعني ذلك أنه تتعلق بالطبيعة النفسية للإنسان التي تشمل الرغبات والميول، فهي تتنافس مع الرغبات كلما زادت حدة الرغبة زادت أهمية القيم.
4. ثابتة: إن ثبات القيم يعني صعوبة تغيرها لأن جذورها ممتدة في حياة الإنسان منذ سنوات عمره الأولى، وليست كل القيم ثابتة ولكن هناك الثابت بحيث يؤدي ثباتها إلى انتظام السلوك والحياة كلها.
5. إنسانية: فالاهتمام واللذة والألم والأفكار جميعها ترتبط بالفرد والإنسان.
6. عمومية: تشكل طابعاً قومياً عاماً مشتركاً بين جميع الطبقات.
7. اجتماعية: فهي تنطلق من إطار اجتماعي محدد وعلى أساسها يتم الحكم على سلوك الأفراد لأنها تنال قبولاً من المجتمع.
8. قابلة للتغيير: بالرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي، إلا انها قابلة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية، لأنها انعكاس لطبيعة العلاقات الاجتماعية ونتاج لها.

---

(1) المصري وعبدالرؤوف، القيم التربوية والأخلاقية (ص16-18).

9. مثالية: لأنها ليست شيئاً بأي حال وإن كانت الأشياء تحملها.

10. تجربة: فوجودها لا يكون إلا بشخص، والشخص يمر بها في فعل أصيل هو فعل التقدير ولكل نوع منها تقدير خاص.

كما يضيف باحثون آخرون مجموعة أخرى من السمات والخصائص التي تمتاز بها القيم من أهمها: [1]

1. **متعلمة ومكتسبة:** أي أنها مكتسبة من خلال البيئة وليست وراثية.
2. **ذات منطق جدلي:** تمتاز القيم بشمولها لقطبين متناقضين مثل الحق والباطل والخير والشر.
3. **متسامية:** لدينا جميعا إحساس بعلو القيمة وتسامي قدرها وقد يكون علو القيم مصدرها الضمير الذي يفترض هذه القيم أو يكون مصدرها المجتمع الذي يشعره بالإلزام تجاه القيم.
4. **تتصف بالترتيب الهرمي:** هناك قيم تتفوق على غيرها وقد يلجأ الفرد لإخضاع القيم الأقل قبولا في المجتمع للأكثر قبولا.
5. **صعوبة القياس:** تتصف القيم على أنها صعبة القياس وذلك بسبب طبيعة الظواهر الإنسانية المعقدة وغير محددة التي ترتبط بها القيم.
6. **تتصف بتعددها وكثرتها:** تتميز القيم بكونها متعددة وكثيرة، ويرجع تعددها إلى كثرة حاجات الطبيعة الإنسانية، فوجود القيم الدينية والاقتصادية والاجتماعية هو استجابة لحاجات هذه الطبيعة.
7. **قوة وجدانية:** تتضح القيم في الشعور العاطفي أو الانفعالي للإنسان حيث يتجه ذلك الشعور إلى موضوع القيمة أو النفور منه.
8. **عملية إنمائية ارتقائية:** تعد القيم جزءاً من المنظومة الإنسانية، حيث تتناسب عبر مراحل عمره المختلفة وتلازمها، وتخضع لعملية النضج والنمو في الوظائف والقدرات المعرفية عند الإنسان.

كما يرى شوارتز أن من أهم خصائص القيم أنها: [2]

---

(1) حسين، نظريات في فلسفة القيم (ص 65- 75).

(2) Schwartz, S.H: Basic human, values, theory, Hebrewuni of Jerusalem, method and application (p.1)

1. معتقدات: مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالعاطفة.
2. بنية تحفزية: تشير إلى الأهداف المرغوبة وتسعى إلى تحقيقها.
3. أهداف مجردة.
4. التقييم: توجه عملية اختيار أو تقييم الإجراءات والسياسات والأشخاص والأحداث.
5. التراتبية: يتم ترتيب القيم حسب الأهمية.

وللقيم – بصورة عامة – عدة خصائص عامة نوجزها فيما يأتي: [1]

- القيم لها معان مجردة، ولكن يجب أن تتلبس بالواقع والسلوك، فالقيم يجب أن يؤمن بها الإنسان بحيث تصبح موجهة لسلوكه حتى يمكن اعتبارها قيماً.
- المعرفة بالقيم قبلية ولا تأتي فجأة، فالإدراك العقلي لا بد من توافره مع القيم، ولا بد أن يكون مصحوباً بالانفعال الوجداني.
- القيم تقتضي الاختيار والانتقاء، وهذا يقتضي أن تكون لنا حرية.
- التدرج القيمي ليس جامداً بل متحرك متفاعل، والسلَّم القيمي قد يهتز سلباً أو إيجاباً.
- تقوم القيم بعملية توجيه للفرد وسلوكه في الحياة.
- للقيم علامات فارقة "مميزة" أي أنها لها مؤشرات من خلالها نفرق بينها وبين العادات.
- القيم متداخلة مترابطة ومتضمنة، حيث إنها تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية كما أنها متضمنة من حيث التطبيق، فالعدل مثلاً قيمة سياسية وقيمة أخلاقية أيضاً.

رابعاً: وظائف القيم:

تُعد القيم من أهم مكونات الشخصية، لذلك فهي تعمل على تشكيل الكيان النفسي للفرد، من خلال قيامها بخمس وظائف أساسية كما يأتي: [2]

1. إن القيم تزود الفرد بالإحساس بالغرض مما يقوم به وتوجهه نحو تحقيقه.
2. تهيِّئ الأساس للعمل الفردي والعمل الجماعي الموحد.
3. تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين.

---

(1) العاجز والعمري، القيم وطرق تعلمها وتعليمها (ص8).
(2) عيسى، توضيح القيم أم تصحيح القيم (ص111).

4. تمكّن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود الفعل.

5. توجد لديه إحساس بالصواب والخطأ.

وللقيم وظائف عديدة في حياة الفرد والمجتمع يمكن إيجازها كما يأتي:

(أ) بالنسبة للفرد:

تهيئ القيم للفرد خيارات معينة، فتكون لديه إمكانية الاختيار والاستجابة لموقف معين، فتؤدي دوراً هاماً في بناء شخصيته، كما أن القيم تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، لذلك فهي تجعله أقدر وأصبر على التكيف كذلك فإنها تحقق للفرد الإحساس بالأمان لأنها تقويه على مواجهة ضعف النفس، والقيم تدفع الفرد لتحسين أفكاره ومعتقداته، وتساعده على فهم الآخرين من حوله، وتوسع إطاره المرجعي في فهم علاقاته مع الآخرين، كما أنها تعمل على إصلاح الفرد اجتماعياً وأخلاقياً ونفسياً وفكرياً وثقافياً ..الخ، لأن القيم وسيلة علاجية ووقائية للفرد، كما أنها تعمل على ضبط نزوات الفرد وشهواته ومطامعه، وكل هذه الوظائف يكمل بعضها بعضاً وصولاً إلى مرحلة الرضا، [1] ومن أهم وظائف القيم للأفراد ما يأتي: [2]

1. أنها تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم وبمعنى آخر تحدد شكل الاستجابات ومن ثم تؤدي دوراً في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
2. أنها تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادراً على التكيف والتوافق بصورة إيجابية.
3. تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.
4. تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.
5. تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه ومن ثم تساعده على فهم العالم من حوله وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
6. تعمل على إصلاح الفرد نفسياً وخلقياً وتوجهه نحو الإحسان والخير والواجب.

---

(1) العاجز والعمري، القيم وطرق تعلمها وتعليمها (ص12-13).

(2) صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية (ص39).

7. تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه.

(ب) بالنسبة للمجتمع:

تحافظ القيم على تماسك المجتمع، وتساعده على مواجهة التغيرات التي تحدث كما أنها تربط بين أجزاء الثقافة في المجتمع لأنها هي التي تعطي النظم الاجتماعية أساساً عقلياً، والقيم تحمي المجتمع من الأنانية والدونية الطائشة، وتزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع المجتمعات الأخرى من حوله، كما أن القيم تجعل سلوك الجماعة عملاً تبتغي به وجه الله تعالى،[1] ومن أهم وظائف القيم على مستوى المجتمع ما يأتي: [2]

1. تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة.
2. تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديدها الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ للمجتمع استقراره وكيانه في إطار موحد.
3. تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساساً عقلياً يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.
4. تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائها للوصول إليه.
5. تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده ومن ثم يسلك في ضوئها وتحدد للأفراد سلوكياتهم.

والوظائف الفردية والمجتمعية تتكامل فيما بينها وتؤدي إلى ما يأتي: [3]

أ- بناء الذات الإنسانية القادرة على التكيف الإيجابي مع ظروف الحياة لأداء دورها الحضاري المحدد.

ب-إعطاء المجتمع الشكل المميز الذي يميزه عن المجتمعات الأخرى.

---

(1) صوكو، واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية (ص ص12-13).

(2) المرجع السابق، ص40.

(3) المرجع نفسه ، ص ص12- ص 13.

خامساً: مراحل تشكل القيم:

تمر القيم قبل تكوينها بمراحل متعددة وتتكون من خلالها القيم، هذه المراحل هي: [1]

المرحلة الأولى: مرحلة جذب انتباه المتعلم نحو القيمة: أي إيقاظ الإحساس بالقيمة التي تختار بوصفها هدفاً تربوياً وهنا تستخدم الإمكانيات كافة في سبيل عرض القيمة، بقصد الاستحواذ على انتباه المتعلم وليس ضرورياً هنا أن نقدم القيمة واضحة التفاصيل، محددة المعالم، فالمهم هو جذب الانتباه كدرجة أولى لتكوين الوعي بها، وإثارة الرغبة في التلقي لتتم عملية تركيز الانتباه والمراقبة ولتأتي الاستجابة بعد ذلك.

المرحلة الثانية: مرحلة تقبل القيمة: وفي هذه المرحلة تستمر الاستجابة بدرجة تكفي لجعل الآخرين يميزون القيمة في الشخص ويكون سلوكه ثابتاً، وملتزماً بدرجة تكفي لجعله راغباً في أن يعرفه بهذا الشكل.

المرحلة الثالثة: تفضيل القيمة: وتعني هذه المرحلة أن الفرد أصبح ملتزماً بالقيمة لدرجة تجعله يتابع القيمة ويسعى وراءها ويريدها، وهنا تظهر عدة استجابات معينة تعبر عن التفضيل.

المرحلة الرابعة: الالتزام: وفي هذه المرحلة يصل الفرد إلى درجة عالية من اليقين، فيصل إلى الاقتناع والتأكيد الذي لا مجال فيه للشك ومن ثم التقبل الوجداني الكامل، ومن ثم يعمل الفرد لتقرير القيمة وتتعمق مشاركته في هذا التقرير وفي الأشياء الممثلة له.

المرحلة الخامسة: مرحلة التنظيم: ويعني في هذه المرحلة ترتيب القيم في نظام معين، حيث يأخذ في تمثيل القيم بصورة متتابعة فإنه يواجه مواقف ذات علاقة بأكثر من قيمة واحدة، وهنا تنشأ القيم في ثلاثة مجالات : (تثبيت القيم في نظام واحد، تحديد العلاقات المتبادلة بينهم، إقامة وإنشاء قيم مسيطرة ومتغلغلة).

المرحلة السادسة: مرحلة التمييز: وفي هذه المرحلة يصبح الفرد متميزاً، بحيث يصل إلى تعرف السلوك الذاتي الثابت طبقاً للقيم التي تمثلها، والتي أصبحت تسيطر على تصرفاته وتراقبها، فهي تقوم بدور الرقابة على قدر كبير من سلوكه وتصرفاته، بحيث يمكن وصفه وتقديره عن طريق هذه القيم المتغلغلة والمراقبة لسلوكه.

---

(1) أبوخريص، ثورة25 يناير وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي (ص131 –ص 132).

سادساً: الثقافة (المفهوم والمكونات والسمات والخصائص)

أ- مفهوم الثقافة

عرفت الثقافة لغة في لسان العرب: ثقف الشيء ثقفاً وثقافاُ وثقوفة: حذقة، ورجل تثقف: حاذق وفهم، وثقف الرجل ثقافة: أي صار حاذقاً خفيفاً،[1] وجاء في مختار الصحاح: ثقف الرجل من باب ظرف، صار حاذقاً خفيفاً، فهو ثقف، ومنه المثاقفة، وثقف كعضد، والثقاف ما تسوى به الرماح، وتثقيفها تسويتها، وثقفة باب فهم، وخل ثقيف أي حافظ جداً. [2]

أما الثقافة اصطلاحاً: فقد عرفها المعجم الفلسفي على أنها: "كل ما فيه استثارة للذهن، وتهذيب للذوق، وتنمية لملكة النقد والحكم لدى الفرد أو في المجتمع، وتشتمل على المعارف والمعتقدات، والفن والأخلاق، وجميع القدرات التي يسهم بها الفرد في مجتمعه، ولها طرق ونماذج عملية وفكرية وروحية، ولكل جيل ثقافته التي استمدها من الماضي، وأضاف إليها ما أضاف في الحاضر، وهي عنوان المجتمعات البشرية".[3]

وعرفت بأنها: "كل مركب يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والعرف،[4] أما عالم الأنثروبولوجيا البريطاني إدوارد تايلور فقد عرفها بأنها: "ذاك الكل المعقد الذي يشمل المعارف والفن والأخلاق والقانون"، [5] ويعرف محمد محفوظ الثقافة بأنها: "مجموعة النشاط الفكري والفني في معناها الواسع، وما يتصل بها من مهارات، او يعين عليها من وسائل، فهي موصولة بمجمل أوجه الأنشطة الاجتماعية الأخرى، ومؤثرة فيها ومتأثرة بها، معينة عليها مستعينة بها، ليتحقق بذلك المضمون الواسع لها، متمثلاً في تقدم شامل للمجتمع في كل جوانب سعيه الحضاري".[6]

وقد نظرت المنظمة العربية للثقافة والعلوم إلى الثقافة بأنها: "هي التي تنظم جماع السمات المميزة للامة من مادية وروحية وفكرية وفنية ووجدانية، وتشمل مجموعة من المعارف والقيم والالتزامات الأخلاقية المستقرة فيها، وطرائق التفكير والإبداع الجمالي والفني والمعرفي

---

(1) ابن منظور، لسان العرب (ج19/2).

(2) الرازي، مختار الصحاح (ص84).

(3) الهيئة العامة للكتاب، المعجم الفلسفي (ص 58).

(4) مذكور، معجم العلوم الاجتماعية (ص231).

(5) حريم، السلوك التنظيمي: سلوك الأفراد والمنظمات (ص245).

(6) محفوظ ، الحضور والمثاقفة : المثقف العربي وتحديات العولمة (ص19).

والتقني، وسبل السلوك والتصرف والتعبير وطرق الحياة، كما تشمل أخيراً تطلعات الإنسان للمثل العليا، ومحاولاته إعادة النظر في منجزاته، والبحث الدائم عن مدلولات جديدة لحياته وقيمه ومستقبله، وإبداع كل ما يتفوق به على ذاته". [1]

في حين عرف معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية الثقافة بأنها: " البيئة التي خلقها الإنسان بما فيها المنتجات المادية وغير المادية التي تنتقل من جيل إلى جيل آخر، فهي بذلك تتضمن الأنماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز، والذي يتكون في مجتمع معين من علوم ومعتقدات وفنون وقيم وقوانين وعادات. . . وغير ذلك".[2]

ويعرف المعجم الفلسفي الثقافة بأنها: "كل ما فيه استثارة للذهن، وتهذيب للذوق، وتنمية لملكة النقد والحكم لدى الأفراد أو في المجتمع، ويشتمل على المعارف والمعتقدات والفن والأخلاق وجميع القدرات التي يسهم فيها الفرد في مجتمعه، ولها طرق ونماذج عملية وفكرية وروحية، ولكل جيل ثقافته التي استمدها من الماضي، وأضاف إليها ما أضاف في الحاضر، وهي عنوان المجتمعات البشرية".[3]

أما عابد الجابري فقد عرف الثقافة بأنها: "هي المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة، والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده، وما ينبغي أن يعمل، وما لا ينبغي أن يعمل".[4]

ب- مكونات الثقافة

تتكون الثقافة من مقومات ثلاثة، هي: [5]

أولاً: العموميات: وتشمل جميع الأفكار والمشاعر والنواتج المشتركة بين جميع الراشدين بأحد المجتمعات. وتتضمن -إلى جانب أشياء أخرى- اللغة والدين وعلاقات القرابة والمعتقدات والقيم الاجتماعية، وهي من أكثر جوانب الثقافة مقاومة للتغيير.

---

(1) مسكين، الثقافة في زمن العولمة (ص229).

(2) بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (ص92).

(3) مجمع اللغة العربية: المعجم الفلسفي (ص58).

(4) الجابري وآخرون، ندوة وحدة الثقافة العربية وصمودها بوجه التحديات (ص298).

(5) مسعود، المدخل إلى علم الاجتماع العام (ص137).

ثانياً: الخصوصيات: وهي تلك الظواهر التي لا يشارك فيها سوى أفراد من مجموعات اجتماعية متميزة معينة، مثل: الصناعات والمهن ذات المهارة، كالأطباء والمحامين والمعلمين ورجال الدين. وهي أقل مقاومة للتغيير من العموميات.

ثالثاً: البديلات: وهي تلك الظواهر التي لا تندرج تحت العموميات أو الخصوصيات، وتتمثل في الاهتمامات والأذواق التي تتغير باستمرار، كالمودات والمجاملات، وتُعَد بديلات الثقافة أكثر جوانبها عرضة للتغيير.

ح- سمات وخصائص الثقافة

تتميز الثقافة بمجموعة من السمات والخصائص الأساسية وأهمها: [1]

1. تنشأ الثقافة في مجتمع معين، ويظهر هذا جلياً في سلوك أعضاء ذلك المجتمع.
2. الثقافة قابلة للتناقل، وعملية التناقل تقتصر على الإنسان بوصفه الكائن الوحيد الذي يبدو قادراً، بدرجة كبيرة، على أن ينقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه. وتُعد اللغة عاملاً أساسياً في هذا المجال. ولا تتضمن عملية التناقل الإجراءات والمعرفة فقط، بل تشمل، أيضاً، تهذيب الدوافع الغريزية، خلال السنوات الأولى من عمر الإنسان.
3. تتميز الثقافة بالدوام والاستمرار عبر الزمن، بسبب قدرتها على تخليد نفسها، وعلى البقاء بعد انقراض أي من الشخصيات التي تسهم فيها. ومع أن الثقافة تخرج تماماً عن نطاق التركيب الطبيعي للفرد، إلا أنها تصبح خلال مراحل نموه جزءاً من شخصيته.
4. الثقافة ميراث اجتماعي؛ فالعادات الخاصة بالنظام الثقافي تنتقل وتستمر عبر الزمن، كما يشارك فيها كل الأفراد الذين يعيشون داخل تجمعات منظمة، أو جماعات تحرص على الامتثال لتلك العادات تحت وطأة الضغوط الاجتماعية.
5. للثقافة وظيفة التوافق؛ فهي تتوافق مع البيئة الجغرافية للمجتمع ومع الشعوب المحيطة بها، كما تتوافق المطالب النفسية والبيولوجية للكائن البشري.
6. الثقافة هي ذلك الكل المركب والمعقد، الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفنون والقيم والقانون والعادات، التي يكتسبها الإنسان بوصفها عضواً في المجتمع. ويشمل ذلك الجانبَين: المادي وغير المادي.

---

(1) مسعود، المدخل إلى علم الاجتماع العام (ص135-136).

7. الثقافة تنظيم يشمل مظاهر الانفعال والأفكار والمشاعر، التي يعبر عنها الإنسان عن طريق الرموز بفضل اللغة التي يتعامل بها. وبهذه الصفة الرمزية أصبح من السّهل انتقال الثقافة.

8. الثقافة مكتسبة؛ فهي المصطلح الاجتماعي للسلوك المكتسب المتعلم. فجوهر الثقافة عند الإنسان هي التعلم تمييزاً لها عن الصفات الموروثة، وتأكيداً لقدرة الإنسان على التعلم.

9. الثقافة عقلية؛ فهي تتكون من السلوك المكتسب والفكر المكتسب لدى أفراد المجتمع. ويتمثل هذا الفكر في المعاني والمثل والأنظمة والمعتقدات.

10. الثقافة تنظيم يقوم على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، ووظيفتها توجيه سلوك هؤلاء الأفراد.

11. الثقافة مثالية وواقعية؛ فالثقافة المثالية تشتمل على الطرق التي يعتقد الناس أن من الواجب عليهم السلوك وفقها، أو التي قد يرغبون في إنتاجها، أو التي يعتقدون أنه من الواجب عليهم السلوك بمقتضاها. أما الثقافة الواقعة، فإنها تشكل من سلوكهم الفعلي. وفي الثقافات التي تجتاز تغيراً سريعاً، فإن الفاصل بين الثقافة المثالية والثقافة الواقعة آخذ بالتأكيد في الاتساع. وتؤدي هذه الفجوة إلى التخلف الثقافي.

ويضيف بعض الباحثين سمات وخصائص عامة أخرى للثقافة حددت في السمات التالية:[1]

1. تمايزها واستقلالها: عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها في حياتهم اليومية. والمقصود بذلك أن عناصر الثقافة أمور يكتسبها الإنسان بالتعلم من المجتمع الذي يعيش فيه على اعتبار أنها الإرث الاجتماعي الذي يتراكم على مر العصور بحيث يتمثل في آخر الأمر في شكل التقاليد المتوارثة، كطرائق المعيشة وأنماط الحياة وقواعد العرف والتقاليد والفنون والتكنولوجيا السائدة في ذلك المجتمع والتي يكتسبها أعضاؤها ويلتزمون بها في سلوكهم وفي حياتهم.

2. الاستمرار: وهي خاصية نابعة بالضرورة من تصور الثقافة على أنها التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة، فللسمات الثقافية قدرة هائلة على الانتقال عبر

---

(1) الطائي والفلاحي، التكوين الاجتماعي والثقافي ودورهما في التنمية المستدامة (ص16 – ص18).

الزمن، بل إن كثيرا من هذه السمات التي تتمثل بوجه خاص في العادات والتقاليد والعقائد تحتفظ بكيانها لعدة أجيال لا لشيء إلا لأنها وجدت في وقت من الأوقات .

3. التعقيد: أن الثقافة مفهوم معقد إلى أبعد حدود التعقيد نظراً لاشتمالها على عدد كبير من السمات والملامح والعناصر التي حاولت بعض التعريفات أن تذكر جانب منها، ويرجع ذلك التعقيد إلى تراكم التراث الاجتماعي عبر عصور طويلة من الزمن، وإلى استعارة كثير من السمات الثقافية من خارج المجتمع نفسه.

4. الانتشار: للثقافة القدرة على الانتشار والانتقال من مجتمع إلى آخر عبر الحدود السياسية ولا تمنعها الحدود الجغرافية، حيث نجد تشابهاً في السمات الثقافية لدى الكثير من المجتمعات المتباعدة جغرافياً وتختلف في تشكيلاتها السياسية والسلالية واللغوية.

سابعاً: أنواع القيم الثقافية

تأتي القيم على نحو إيجابي في معظم الأحيان، وفي العادة فإن الناس يصفون الشخص الجيد بأنه صاحب قيم إيجابية، وهناك علاقة وثيقة بين الثقافة والقيم، فالثقافة تنظم الاعتقادات، وهي التي تبني للشخص قيمه التي ينطلق منها في حياته، وفي الوقت نفسه فإن القيم جزء من الثقافة، والثقافة أشمل، وأعم من القيم. [1]

وبذلك فإن كل ما يمكن الحديث عنه من قيم هو جزء من الثقافة، وأنواع القيم هي نفسها أنواع القيم الثقافية، وبذلك فإن القيم الثقافية هي مجموعة المبادئ المادية والروحية والاتجاهات والمعتقدات والتوجهات والافتراضات الأساسية التي تلبي حاجات الإنسان وتحكم تصرفاته، وتشكل ركائز لكل ما هو سائد بين الناس داخل المجتمع، فتمنح قيمة لموضوع ما وتسلبها من موضوع آخر، تزين سلوكاً ما وتحث الناس عليه، وتشين سلوكاً آخر وتمنع الناس منه، والقيم الثقافية صناعة إنسانية تراكمية[2].

تنمو في المجتمع وتتطور بحسب قوانين معينة، داخلية وخارجية مرتبطة بالوعي الاجتماعي وأنواعه المتعددة، ويمكن أن تسمى بالثقافة غير العالمة، وهي على اتصال بالثقافة العالمة المكتوبة، وتحتكم إليها في تطورها، كما تحتكم إليها عند محاولات تغييرها من الخارج،

---

(1) الجامعة الإسلامية الالكترونية: محاضرات في مادة الثقافة الإسلامية، الوحدة الأولى الثقافة (موقع الكتروني).

(2) أبوجادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية (ص94).

أو ما تتعرض له من أمراض، وتبرز أهمية القيم الثقافية في الدراسات الاجتماعية على نحو واضح عندما نعلم أنها تشتمل على أنواع عدة هي: (القيم الاقتصادية، والسياسية، والدينية، والعلمية، والجمالية، والفنية). [1]

وتعددت تقسيمات أو أنواع القيم تبعاً لحالة التداخل ما بينها ، والتي يمكن تصنيفها في أكثر من نوع، وقد قسمت القيم الثقافية إلى عدة تقسيمات، وهي:

1. **تصنيف القيم حسب المحتوى:**

قسمت القيم الثقافية حسب المحتوى إلى ستة أنماط وهي: [2]

أ. **القيم السياسية:** يقصد بها اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة والسيطرة على الآخرين، أي تهتم هذه القيم الاجتماعية وبالقيادة، والقدرة على توجيه الآخرين. بالسلطة والقوة والعمل السياسي، وحل مشكلات أفراد المجتمع، حيث يتميز أصحاب هذه القيم بالعلاقات

ب. **القيم الاقتصادية:** يعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق والاستهلاك واستثمار الأموال.

ت. **القيم العلمية:** يعبر عنها اهتمام الفرد وميله لاكتشاف الحقيقة، فيتخذ اتجاهاً معيناً مثل العالم المحيط به، ويسعى وراء القوانين التي تحكم الأشياء، ويهتم أصحابها بكل ما يهم العلماء والمفكرين والفلاسفة.

ث. **القيم الجمالية:** يعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل والتنسيق، وتميز الأشخاص الذين يسود عندهم هذه القيمة بالفن والابتكار، وتذوق الجمال والإبداع الفني.

ج. **القيم الاجتماعية:** ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، ويميل إلى مساعدتهم، ويتميزون بالعطف والحنان وخدمة الغير.

---

(1) الصديق، القيم الثقافية والتنمية البشرية: محاضرات في التنمية البشرية (مدونة الكاتب)

(2) البطوش، مدى التزام طلبة الصف العاشر الأساسي بالقيم الاجتماعية الإسلامية من وجهة نظرهم وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات (ص12).

ح. **القيم الدينية:** وهي التي يعبر بها الفرد عن ميله واهتمامه بالقضايا الدينية والبحث عنما وراء الطبيعة، ومعرفة أصل الإنسان ومصيره.

2. تصنيف القيم حسب بعد المقصد: وتنقسم إلى: [1]

أ. قيم وسائلية: ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات وأهداف أبعد.

ب. قيم هدفيه وغائية: ينظر الفرد إليها على أنها غايات وأهداف في حد ذاتها.

3-تصنيف القيم حسب بعد الشدة: وتنقسم إلى: [2]

أ. قيم إلزامية: وهي التي تحدد ما ينبغي أن يكون كقيمة الولاء للوطن وقيمة الحرية الفردية.

ب. قيم تفضيلية: هي التي تحدد ما يفضل أن يكون كقيمة الطموح وقيمة النجاح في العمل.

ت. قيم مثالية: هي القيم التي يشعر الناس أن في تحقيقها تبرز صورة الكمال المحمودة للقيمة، كقيمة العدل المطلق وقيمة الإحسان بمقابلة الإساءة.

4. تصنيف القيم حسب شيوعها: وتنقسم إلى: [3]

أ. القيم العامة: وهي التي يعم انتشارها في المجتمع كله.

ب. القيم الخاصة: وهي المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة.

5. تصنيف القيم حسب وضوحها: وتنقسم إلى: [4]

أ. قيم ظاهرة وهي التي يعبر عنها الفرد باللفظ صراحة وبالسلوك.

ب. قيم ضمنية وهي تلك القيم التي تستخلص ويستدل عليها من خلال ملاحظة الاختيارات التي تتكرر في سلوك الأفراد.

---

(1) السيد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية (ص20).

(2) أبو خريص، ثورة 25 يناير وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي(ص135).

(3) السيد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية (ص20).

(4) أبوجادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية (ص56).

6. تصنيف القيم حسب بعد الدوام:

تنقسم القيم على حسب دوامها إلى قسمين: [1]

أ. القيم الدائمة: هي القيم التي تبقى زمنا طويلا مستقرة في نفوس الناس يتناقلها جيل بعد جيل وهو دوام نسبي مثل العادات.

ب. القيم العابرة: هي القيم الوقتية العارضة القصيرة الدوام السريعة الزوال مثل القيم الخاصة بالزي والتجميل عند النساء.

ويوجد تقسيم للقيم حسب المستوى، حيث يقسم إلى ثلاثة مستويات: [2]

أ- المستوى الفردي. ب- المستوى الاجتماعي. ج- المستوى الإنساني.

جدول (2.1): نوع القيم حسب المستوى

مستوى القيم	نوع القيم	مفرداتها والتي تظهر في السلوك ويمكن قياسها
المستوى الفردي	عقلية – فكرية	الذكاء – العلمية – المنطقية – الموضوعية
	نفسية وجدانية	الأنانية الغيرية، الانطوائية، الانبساطية، القلق، الخوف، الحب، الكراهية
	أخلاقية ودينية	التدين، التسامح، الخير، الفضيلة، الحرام، الحلال، الإيمان، الإلحاد، الكرم، الشجاعة
المستوى الاجتماعي	سياسية	الانتماء، الوطنية، القومية، الأثنية، المشاركة، الديمقراطية، العقيدة، العدل، القوة، الواجب، الحق، القانون
	اقتصادية	العدل، النجاح، الربح، المنفعة، المصلحة العامة الإنتاجية
	ثقافية – فكرية	التذوق، الإبداع، التغير، التطور، الثبات، التاريخية الماضوية، المستقبلية .
	دينية – أخلاقية	المقدسات الدينية، المحرمات الدينية، المناسبات الدينية، العبادات والشعائر الدينية، البطولة
المستوى الإنساني	سياسية	العالمية، القومية، السلام، العدالة، الحق، القانون
	اقتصادية	المصلحة، التبادلية، المنفعة
	ثقافية، حضارية	التطور، العلاقة مع الآخرين، النسبية التوفيقية

(1) السيد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية (ص20).

(2) مركز الدراسات والبحوث الإنسانية: في ماهية القيم وفلسفتها.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية وفروضها

المبحث الأول

استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة

المطلب الأول: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأسباب عدم استخدامها

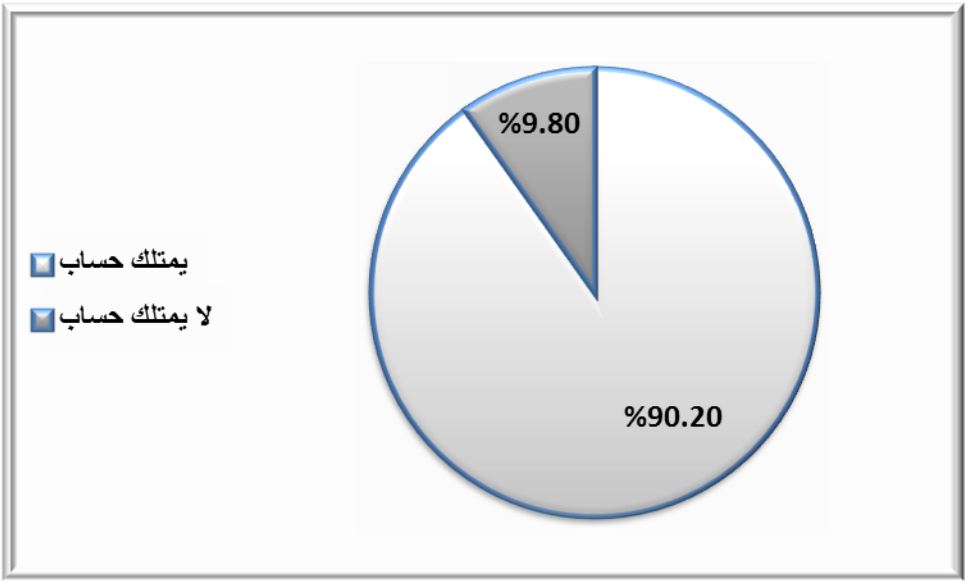
أولا: مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي:

اشتملت الاستمارة على سؤال تصفية حول امتلاك الطالب المبحوث لحساب على أي من شبكات التواصل الاجتماعي، كما هو موضح بالجدول الآتي:-

جدول (3.1): مدى امتلاك المبحوثين حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 378)

م	حالة امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	يمتلك حساب	341	%90.2
2	لا يمتلك حساب	37	%9.8
المجموع		**378**	**100.0**

تبين النتائج في الجدول السابق رقم (3.1) أن هناك 341 طالباً وبما نسبته (90.2%) يمتلكون حساباً على شبكات التواصل الاجتماعي بينما هناك 37 طالباً وبما نسبته (9.8%) فقط لا يمتلكون حسابات على تلك الشبكات، كما هو مبين في شكل رقم (3.1).



شكل (3.1): امتلاك أفراد العينة حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 378)

وترى الباحثة أن هذه النسبة المرتفعة من طلبة الثانوية العامة الذين يمتلكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية المتمثلة في تكوين الصداقات وتبادل الخبرات وغيرها من الإشباعات، قد تؤثر على السلوك الإنساني وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، وهذه النتيجة اتفقت مع دراسة "أمجد جمعة"[1] ودراسة "رباب الجمال[2] "دراسة "نعيم المصري[3]" ودراسة "أحمد حمودة[4]" التي توصلت الى ان غالبية المبحوثين يمتلكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانيا: أسباب عدم امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرض جدول (3.2) التوزيع النسبي لأسباب عدم امتلاك حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، كما هو موضح بالجدول الآتي:-

جدول (3.2):أسباب عدم امتلاك المبحوثين حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 37)*

م	أسباب عدم امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	لأنها تشغلني عن دراستي	16	%43.2
2	غير آمنة الاستخدام ولا تراعي خصوصية	15	%40.5
3	لست مقتنعاً بجدواها وأهميتها	11	%29.7
4	لا تتوفر لدي خدمة الانترنت	9	%24.3
5	ليس لدي المهارات الكافية لاستخدام هذه الشبكات	5	%13.5
6	قيود من الأهل على استخدام هذه الشبكات	5	%13.5
7	أخرى	5	%13.5

(1) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة (ص24)

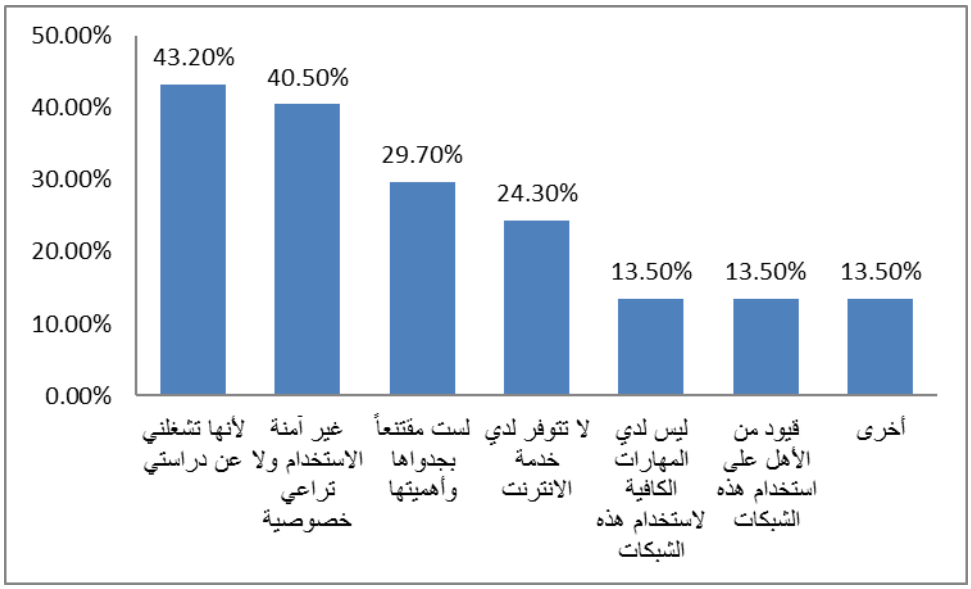
(2) الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي(ص146).

(3) المصري، دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية(ص298).

(4) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية(111)

* ومن الملاحظ : أن مجموع النسب أكبر من 100%لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة للمبحوث الواحد.

وتظهر النتائج أن 43.2% من بين من لا يمتلكون حسابات يعتقدون أنها تشغلهم عن الدراسة، و ما نسبته 40.5% اعتبروها غير آمنة الاستخدام ولا تراعي الخصوصية، في حين كان ما نسبته 29.7%غير مقتنعين بجدواها وأهميتها، وما نسبته 24.3% عدم توافر خدمة الانترنت دون امتلاكهم لحسابات، فيما عزا ما نسبته 13.5%ممن لا يمتلكون حسابات إلى عدم امتلاك المهارات الكافية لاستخدام هذه الشبكات، أو القيود المفروضة من الأهل على استخدام هذه الشبكات أو لأسباب أخرى، كما هو مبين في شكل الآتي:-



شكل (3.2): عدم امتلاك حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي،(ن= 37)

وبناء على منهجية الدراسة وهي البحث في استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على القيم الثقافية والإشباعات المتحققة تم استثناء استمارات من لا يمتلكون حسابات على شبكات التواصل والبالغ عددهم 37 طالباً من التحليل الإحصائي للعينة.

المطلب الثاني: يشمل معدل الاستخدام وعدد الساعات وقت الاستخدام وأماكن الاستخدام

أولاً: معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.3): معدل استخدام طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

م	معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	يوميا	229	%67.2
2	أكثر من مرة في الأسبوع	69	%20.2
3	مرة كل أسبوعين	22	%6.5
4	أقل من ذلك	21	%6.2
المجموع		**341**	**%100.0**

بتحليل معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتضح كما في جدول (3.3) أن نحو ثلثي العينة (67.2%) يستخدمون هذه المواقع على نحو يومي، وأن نحو خمس العينة (20.2%) يستخدمونها أكثر من مرة أسبوعياً، فيما (6.5%) من العينة يستخدمونها مرة كل أسبوعين و(6.2%) يستخدمونها أقل من ذلك.

وترى الباحثة أن ارتفاع نسبة استخدام طلبة الثانوية العامة اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي يعود للأسباب الآتية:

1. أن معظم المدارس الثانوية العامة أصبحت توظف شبكات التواصل الاجتماعي في الجوانب التعليمية.
2. أن معظم المناسبات الاجتماعية أصبحت تطرح على شبكات التواصل الاجتماعي، فأصبحت هي الوسيلة البديلة للتواصل مع العالم الخارجي في ظل ضيق الوقت لهذه المرحلة بالذات.
3. أن توفر تطبيقات على الهواتف النقالة أتاح فرصة سهولة الدخول لهذه الشبكات دون إضاعة الوقت على نحو كبير.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة "نعيم المصري[1]" ودراسة "صلاح أبو صلاح"[2] بأن غالبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على نحو يومي وهو ما يؤكد فرضية النظرية بأن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي هو جمهور نشط.

ثانياً: معدل عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.4): معدل عدد ساعات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

م	عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	أقل من ساعة	71	%20.8
2	من ساعة إلى أقل من3 ساعات	127	%37.2
3	من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات	87	%25.5
4	6 ساعات فأكثر	56	%16.4
المجموع		**341**	**%100.0**

وبتتبع لمعدل عدد ساعات الاستخدام من قبل المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، كما هو موضح بالجدول:-

تبين النتائج في الجدول السابق أن (20.8%) من العينة يستخدمونها أقل من ساعة، بينما نحو (37.2%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من 3 ساعات، وهناك نحو ربع العينة (25.5%) يستخدمونها من 3 إلى أقل من 6 ساعات، وهناك (16.4%) يستخدمونها لأكثر من 6 ساعات فأكثر، وتعزو الباحثة هذه النسبة إلى إمكانية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف النقالة في ظل توافر شبكة انترنت اللاسلكية

(1) المصري، دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية (ص165)

(2) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية (ص110)

ثالثاً: أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.5): أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

م	أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	لا يوجد وقت محدد	178	%52.2
2	المساء	107	%31.4
3	الفترة المتأخرة من الليل	27	%7.9
4	الصباح	15	%4.4
5	وقت الظهيرة	14	%4.1
المجموع		**341**	**%100.0**

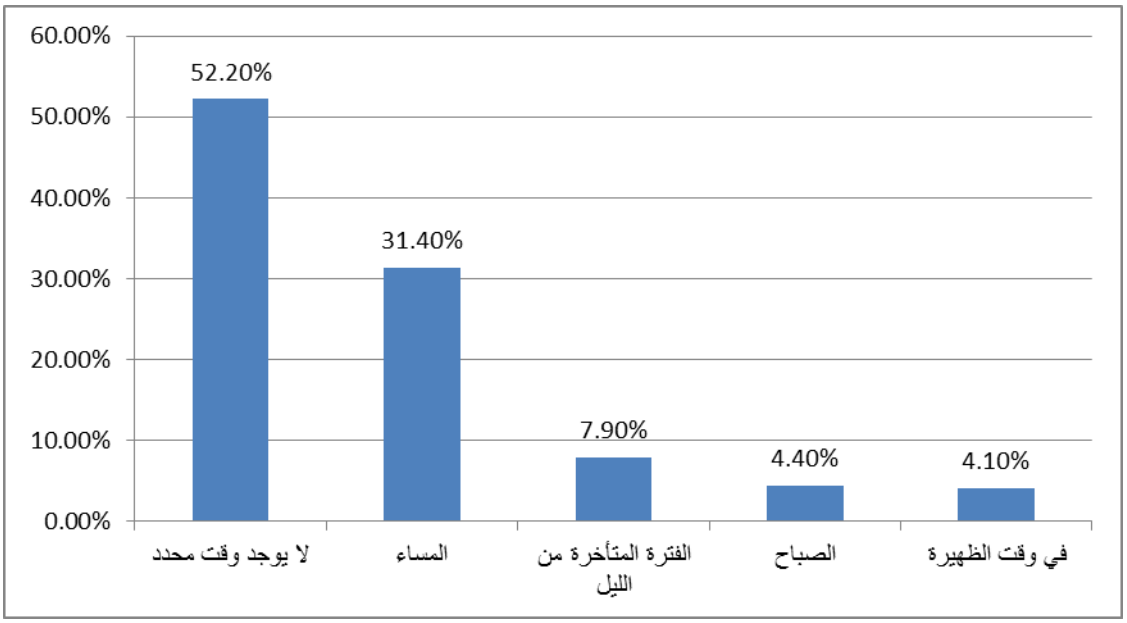
يبين جدول (3.5) أن أكثر من نصف العينة (52.2%) لا يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات محددة، ويفضل نحو ثلث العينة (31.4%) من العينة استخدامها في المساء، بينما نحو (7.9%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المدة المتأخرة من الليل كما هو مبين في شكل رقم (3.3).

وتتفق هذه النتائج مع دراسة "صلاح أبو صلاح[1]" ودراسة "أحمد حمودة"[2] بأن غالبية المبحوثين لا يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات محددة.

---

(1) أبو صلاح ،استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية (ص108)

(2) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية (ص112)



شكل (3.3): أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

وتعزو الباحثة ارتفاع نسبة الذين لا يوجد لديهم وقت محدد إلى سببين أولهما عدم انتظام التيار الكهربائي في قطاع غزة، وإلى إمكانية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف النقالة في ظل توافر شبكة انترنت لاسلكية، بينما يفضل الطلبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المساء بسبب انتظامهم في المدارس في مدة الصباح.

رابعاً: أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.6): أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

م	أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	المنزل	324	%95.0
2	الكافيتريات والمطاعم	66	%19.4
3	مقاهى الانترنت	24	%7.0
4	المدرسة	17	%5.0
5	أخرى	23	%6.7

يعرض جدول (3.6) التوزيع النسبي لأماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة من قبل طلبة الثانوية العامة، فجاء المنزل في المرتبة الأولى بالنسبة لأماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بما نسبته (95.0%)، يليه الكافتيريات والمطاعم (19.4%)، ومن ثم مقاهي الإنترنت (7.0%).

وتعزو الباحثة ارتفاع نسبة استخدام الشبكات في المنزل إلى الأسباب الآتية:-

1- لأن الأغلبية العظمى تتوافر لها شبكات الإنترنت في المنزل على نحو مستمر حتى في ظل انقطاع التيار الكهربائي، فقد أصبح الجميع يعتمد على البطارية لتشغيل الإنترنت.

2- أن الإنترنت في باقي الأماكن يعاني ضعفاً بسبب الضغط عليه من كثرة الأفراد الموجدين في المقاهي.

3- أن الوجود في الأماكن الأخرى لا يتجاوز حدود الساعة أو الساعتين على الأكثر، مما يبرر أن المعظم يفضل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من المنزل.

المطلب الثالث: وسائط الدخول واسم المستخدم وأسباب استخدام اسم مستعار

أولاً: وسائط الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي:

يعرض جدول **(3.7)** التوزيع النسبي لوسائط دخول طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (3.7): وسائط الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

م	وسائط الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	الهاتف المحمول (Mobile)	246	%72.1
2	الحاسوب المحمول (Lap top)	193	%56.6
3	الحاسوب اللوحي (Tablet & Ibad)	89	%26.1
4	الحاسوب المكتبي (Desk top)	81	%23.8

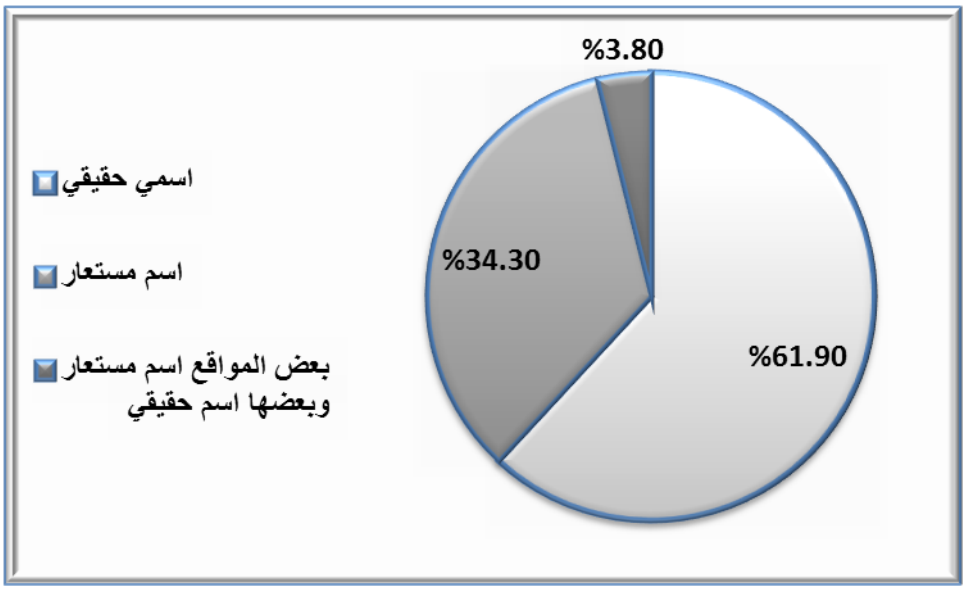
تبين النتائج في الجدول السابق بأن الهاتف المحمول يأتي في المرتبة الأولى بنسبة(72.1%)،يليه الحاسوب المحمول (56.6%)، ومن ثم مقاهي الحاسوب اللوحي (26.1%) يليه الحاسوب المكتبي بما نسبته (23.8%)، ويعزو ارتفاع استخدام الهاتف المحمول لما به من المميزات تغني الطلبة عن الدخول عبر الحواسيب الأخرى، إضافة إلى أن تطبيقات الشبكات الاجتماعية سهلت عملية الاستخدام، في ظل تعرض المتصفحات على الحواسيب لمشاكل عديدة.

ثانياً: اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.8): اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي (ن = 341)

م	اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	اسمي حقيقي	211	%61.9
2	اسم مستعار	117	%34.3
3	بعض المواقع اسم مستعار وبعضها اسم حقيقي	13	%3.8
المجموع		**341**	**%100.0**

اختلف سلوك المبحوثين من ناحية شكل ظهورهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بينت النتائج في الجدول السابق بأن ما نسبته (61.9%) أشاروا إلى أنهم يستخدموا أسماءهم الحقيقية، وأن (3.8%) يزاوجوا بين أسمائهم الحقيقية وأسماء مستعارة بحسب الموقع، بينما (34.3%) ، يستخدموا دائماً أسماءً مستعارة، وكما هو مبين في الشكل رقم **(3.4)** أيضاً.



شكل (3.4): اسم المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

ثالثاً: أسباب استخدام اسم مستعار على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.9): أسباب استخدام اسم مستعار في شبكات التواصل الاجتماعي (ن =117)

م	أسباب استخدام اسم مستعار في شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة	الرتبة
1	ظهوري المستعار يعطيني حرية في التعبير عن آرائي ووجهة نظري في القضايا المطروحة	60	%51.2	1
2	ظهور الفتاة بالهوية الحقيقية يعتبر تجاوزاً اجتماعياً	13	%11.1	2
3	التأثر بشخصيات معينة سواء تاريخية أو معاصرة وحب الظهور بأسمائها	9	%7.6	3
4	أخشى التهكم الاجتماعي والنقد اللاذع في أثناء مشاركاتي المختلفة	7	%6	4
5	أخرى	7	% 6	4
6	عدم ثقتي بقدرتي على الكتابة على نحو قوي	6	%5.2	5
7	تجنباً للمشاكل مع الأهل والأصدقاء والجيران	6	%5.2	5
8	عدم الثقة بالعالم الخارجي	5	%4.3	6
9	أمتنع عن ذكر أسباب	4	%3.4	6

يبين جدول (3.9) أن ما مجموعه 117 طالب ثانوية عامة يستخدمون أسماء مستعارة على شبكات التواصل الاجتماعي، ويعرض جدول (3.9) التوزيع النسبي والرتبة حسب الأهمية لقائمة الأسباب التي تدفع بعض المبحوثين لاستخدام أسماء مستعارة في شبكات التواصل الاجتماعي.

أهم الأسباب من وجهة نظر المبحوثين لاتخاذهم اسماً مستعاراً أنه يعطيهم حرية في التعبير عن الآراء، وذلك بنسبة(51.2%)، بينما السبب الثاني يعزى إلى نظرة المجتمع إلى ظهور الفتاة بهويتها الحقيقية يعد تجاوزاً اجتماعياً بما نسبته (11.1%)، وأما السبب الثالث فيعزى للتأثر بشخصيات أخرى بما نسبته (7.6%). الخشية من التهكم والنقد جاء في المرتبة الرابعة بينما عدم الثقة بقدرتهم على الكتابة جاءت في المرتبة الأخيرة، وترى الباحثة بأن استخدام (6%) لأسباب أخرى قد يرجع لارتكاب سلوكيات خاطئة منافية للدين الإسلامي وعادات وتقاليد المجتمع وهنا تكمن سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، أما عدم الثقة بقدرتهم

على الكتابة وتجنب المشاكل الاجتماعية جاءت بنسبة(5.2%)، (3.4%) امتنعوا عن ذكر أسباب لاستخدامهم أسماء مستعارة .

المطلب الرابع : القيود وأنواعها ودرجة الثقة بالمعلومات

أولاً : قيود استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.10): مدى وجود قيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

م	وجود قيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	لا	215	%63.0
2	نعم	126	%37.0
المجموع		**341**	**%100.0**

أفصح نحو ثلثي المبحوثين (63.0%) أنه لا يوجد أي قيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كما يظهر في جدول(3.10) . تنوعت هذه القيود من وجهة نظر المبحوثين، كما يعرض تكراراتها ونسبتها المئوية مرتبة تنازلياً في جدول (3.11).

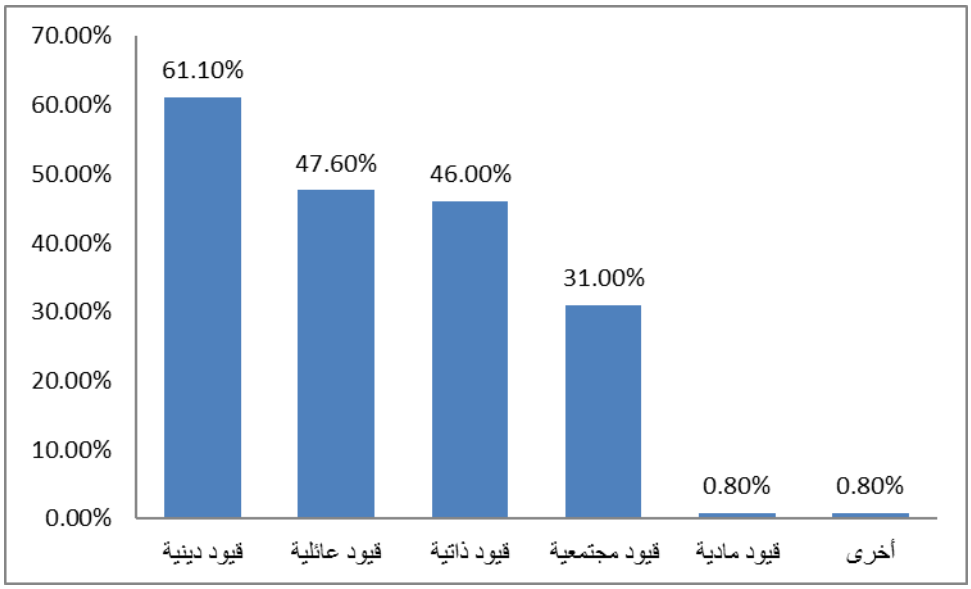
جدول (3.11): نوعية القيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 126)

م	نوعية القيود	التكرار	النسبة
1	قيود دينية	77	%61.1
2	قيود عائلية	60	%47.6
3	قيود ذاتية	58	%46.0
4	قيود مجتمعية	39	%31.0
5	قيود مادية	1	%0.8
6	أخرى	1	%0.8

تظهر النتائج في جدول (3.11) أن أكثر القيود شدة هي القيود الدينية وجاءت بنسبة(61.1%) يليها القيود العائلية بنسبة(47.6%)، من ثم القيود الذاتية بنسبة(46.0%)

فالقيود المجتمعية بنسبة(31.0%)، بينما تأتي القيود المادية في آخر ترتيب هذه القيود، كما هو مبين في شكل رقم (3.5).

ويمكن تفسير ذلك بأن شبكات التواصل الاجتماعي بها مواد معروضة نهى عنها الدين الإسلامي، التي تعد قيمه ومبادئه هي الأساس التي تنشأ عليه العائلات الفلسطينية المسلمة، والأفراد أو الأشخاص، وكذلك فإن ارتفاع القيود العائلية والذاتية هو مرتبط بالقيود الدينية.



شكل (3.5): نوعية القيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ثانياً: درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.12): درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي، (ن = 341)

م	درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	عالية جدا	44	%12.9
2	عالية	60	%17.6
3	متوسطة	217	%63.6
4	منخفضة	11	%3.2
5	منخفضة جدا	9	%2.6
	المجموع	**341**	**%100.0**

تباينت درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي كما يعرضها جدول (3.12)، حيث وصفها ما نسبته (63.6%) بأنها متوسطة، بينما نحو (3.2%)، وصفوها بأنها منخفضة

،أما من وصفوها بأنها منخفضة جداً فبلغت نسبتهم فقط (2.6%)، وكما أن (12.9%) من المبحوثون وصفوها بأنها عالية جداً .

وترى الباحثة بأن شبكات التواصل ما زالت لا تحظى بدرجة كبيرة من ثقة الجمهور نظراً لأن معلوماتها مجهولة المصدر، وانتحال الشخصيات والتزوير وانتهاك خصوصية الآخرين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "**حمودة**[1] **وأبو صلاح**"[2]، في حين أنها تختلف عن ما توصلت اليه دراسة "**رباب الجمال**"[3] بأن درجة الثقة بالمعلومات كانت منخفضة.

المطلب الخامس: أنواع شبكات التواصل، وموضوعاتها، والتفاعل مع زملاء الدراسة، وأساليب استخدام المبحوثين لها.

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون:

جدول (3.13): شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون، (ن = 341)

م	شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	فيس بوك	295	%86.5
2	يوتيوب	135	%39.6
3	جوجل بلاس	91	%26.7
4	تويتر	69	%20.2
5	المدونات	11	%3.2
6	لينكد إن	10	%2.9
7	أخرى	61	%17.9

التوزيع النسبي لشبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة في جدول (3.13) تظهر أن الغالبية الساحقة من طلبة الثانوية في قطاع غزة يمتلكون حسابات على موقع الفيس بوك (86.5%)، وما نسبته (39.6%) يمتلكون حسابات على يوتيوب، كما أن نحو ربع العينة

(1) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية (ص117)

(2) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة: دراسة ميدانية (ص112)

(3) الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي (ص165)

(26.7%) يستخدمون جوجل بلاس، ونحو خمس العينة (20.2%) يمتلكون حسابات على تويتر، بالإضافة لآخرين يمتلكون حسابات على مواقع وتطبيقات أخرى مثل المدونات بنسبة (3.2%) ولينكد إن بنسبة(2.9%)، كما أن (17.9%%) من المبحوثين يستخدمون شبكات وتطبيقات أخرى مثل صفحة فليكر وسكاي بي ماسنجر.

ويعزى ذلك الى أهمية الفيس بوك في عملية الاتصال والتفاعل التي تتم بشكل مباشر، وسرعة الرد والاستجابة للرسائل، ووجوده بأكثر من لغة، بالإضافة الى التقنيات الحديثة والمتطورة التي يمتاز بها من تحميل الملفات أنواعها كافة.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت اليه دراسة "**هشام سكيك**[1]" ودراسة "**أمجد جمعة**[2] "ودراسة "**صلاح أبو صلاح**[3]" ودراسة "**أحمد حمودة**[4]" بأن الغالبية الساحقة من المبحوثين يمتلكون حسابات على موقع الفيس بوك.

ثانياً: أهم الموضوعات التي يتابعها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.14): الموضوعات الأكثر متابعة على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 341)

م	الموضوعات	التكرار	النسبة
1	الصحية	207	%60.7
2	الدينية	189	%55.4
	الشبابية	186	%54.5
4	الاجتماعية	181	%53.1
5	التعليمية	172	%50.4
6	السياسية	141	%41.3
7	شؤون المرأة	121	%35.5
8	التسويقية	100	%29.3

(1) سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية (143)

(2) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة (ص36)

(3) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة (ص121).

(4) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية (ص118)

م	الموضوعات	التكرار	النسبة
9	الرياضية	97	%28.4
10	التكنولوجية	96	%28.2
11	الاقتصادية	81	%23.8
12	الطفل	57	%16.7
13	أخرى	32	%9.4

يعرض جدول (3.14) التوزيع النسبي للموضوعات التي يتابعها المبحوثون، فمن الواضح أن الموضوعات الصحية تتصدرها بنسبة (60.7%) تليها الموضوعات الدينية بنسبة (55.4%) فالشبابية بما نسبته (54.5%%) فالاجتماعية بنسبة(53.1%) ومن ثم الموضوعات التعليمية بما نسبته (50.4%)، بينما تأتي الموضوعات السياسية، شؤون المرأة والموضوعات التسويقية، الرياضية، التكنولوجية، الاقتصادية على نسب متابعة تتراوح ما بين (41.3% و23.8 %)، فيما كانت نسبة من يتابعون موضوعات الطفل (16.7%) لتأتي في المرتبة الأخيرة.

ثالثاً: التفاعل مع زملاء المدرسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.15): مدى متابعة زملاء المدرسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن= 341)

م	متابعة زملاء المدرسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	دائما	288	%84.5
2	أحيانا	47	%13.8
3	لا	6	%1.8
المجموع		**341**	**%100.0**

يبين الجدول السابق بأن غالبية المبحوثين (84.5%) يتواصلون مع زملاء المدرسة ويتفاعلون معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي دائما، بينما لا يتواصل ما نسبته (1.8%) من المبحوثين مع زملاء المدرسة مطلقاً عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (3.16): الموضوعات التي يتحدث حولها المبحوثون مع زملائهم ، (ن= 335)

م	الموضوعات	التكرار	النسبة
1	الحياة اليومية	249	%74.3
2	الدراسة	198	%59.1
3	موضوعات اجتماعية	67	%20.0
4	موضوعات ثقافية	47	%14.0
5	موضوعات سياسية	29	%8.7
6	أخرى	12	%3.6

ومن بين أولئك الذين يتواصلون دائماً أو أحياناً مع زملاء المدرسة والبالغ عددهم 335 طالباً وكما هو مبين في جدول (3.16) فإن موضوعات الحياة اليومية تجذب ما نسبته (74.3%) منهم يليها موضوعات الدراسة بما نسبته (59.1%)، ومن ثم الموضوعات الاجتماعية بما نسبته (20.0%) فالموضوعات الثقافية بما نسبته (14.0%)، وأخيراً الموضوعات السياسية بما نسبته (8.7%).

رابعاً: أساليب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.17): أساليب استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 341)

م	أساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	النقاشات والتعليقات	200	%58.7
2	الدردشة	164	%48.1
3	الصور	136	%39.9
4	الرسائل	83	%24.3
5	الفيديوهات	73	%21.4
6	استطلاعات الرأي	62	%18.2
7	روابط المواقع	61	%17.9
8	الكتابة على الحائط	37	%10.9
9	محادثات الصوت والصورة	36	%10.6
10	أخرى	17	%5.0

جدول (3.17) يعرض التوزيع النسبي لأساليب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، فمن الواضح أن أكثر من نصف المبحوثين (58.7%) يستخدمون النقاشات والتعليقات ، تليها الدردشة بما نسبته (48.1%) فالصور بما نسبته (39.9%) فالرسائل بما نسبته (24.3%) ومن ثم الفيديوهات بنسبة (21.4%)، بينما جاءت الكتابة على الحائط والمحادثات بالصوت والصورة بنسب استخدام نحو 10.6% لكل منها.

وترى الباحثة بان ذلك يرجع الى عدم وجود رقابة أو قيود على استخدامات الطلبة، وفقدان نوع من البرامج التعليمية والثقافية والمجدية التي تناسب هذه الفئة العمرية، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت اليه دراسة "**المصري**[1] **وأبو صلاح**[2] **.حمودة**"[3]، أن الهدف الاساسي من استخدامها هو تحقيق التسلية والترفيه وهي تعد من أبرز إشباعات شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب السادس: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي، ودوافع استخدامها، والقضايا الثقافية التي يطرحها المبحوثون.

أولاً: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي بشكل سلبي:

جدول (3.18): تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي على نحو سلبي (ن= 341)

م	تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة
1	نعم	238	%69.8
2	لا	103	%30.2
المجموع		**341**	**%100.0**

يقر أكثر من ثلثي المبحوثين (69.8%) بأن شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على نحو سلبي على تحصيلهم الدراسي، كما هو مبين في جدول (3.25) و في شكل رقم (3.6).

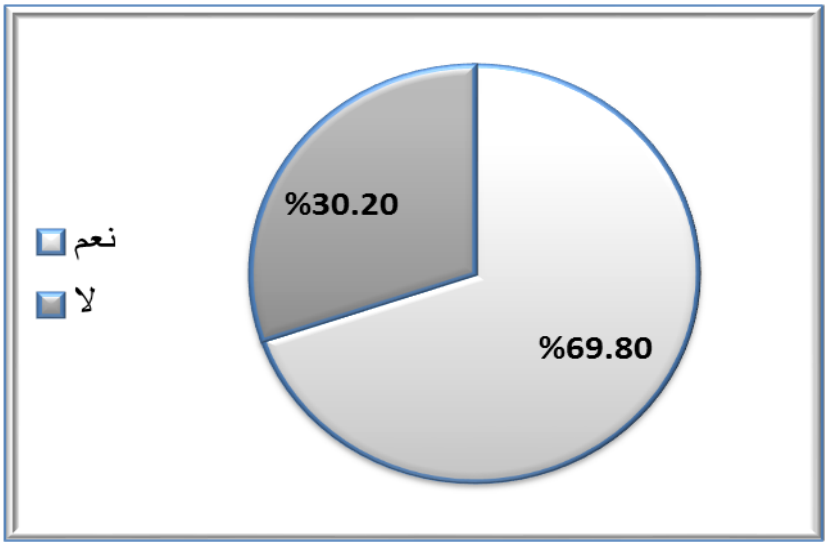
---

(1) المصري، دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية(ص124).

(2) أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة (ص124).

(3) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية(ص118).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "نعيم المصري"[1] التي توصلت الى أن من سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي هو الإدمان عليها من قبل الطلبة مما تؤدي إلى ضعف القدرة على التركيز وخلق نوع من التوتر والقلق عند الطالب مما يؤدي إلى ضعف التحصيل الدراسي.



شكل (3.6) تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي على نحو سلبي (ن= 341).

ثانياً: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.19): دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، (ن= 341)

م	الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
1	تواصل مع الأصدقاء والمعارف	192	%56.3
2	الحصول على المعلومات والمعارف العامة	156	%45.7
3	قضاء وقت الفراغ	147	%43.1
4	بناء علاقات جديدة وصداقات	129	%37.8
5	دوافع تعليمية للدراسة	111	%32.6
6	أخرى	20	%5.9

(1) المصري، دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية(ص127).

يوضح الجدول (3.19) التوزيع النسبي لدوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن أكثر من نصف العينة (56.3%) يعتبرون أن التواصل مع الأصدقاء والمعارف هو الدافع الرئيس، بينما (45.7%) اعتبروا أن الدافع هو الحصول على المعلومات والمعارف العامة، واعتبر(43.1%) من العينة قضاء وقت الفراغ هو أحد دوافع الاستخدام، بينما كانت نسبة من اعتبروا بناء علاقات جديدة وصداقات(37.8%) هي الدافع ، وحوالي ثلث العينة (32.6%) كانت الدوافع التعليمية للدراسة هي وراء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

وترى الباحثة أن انخفاض الدوافع التعليمية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من طلبة الثانوية العامة، يرجع الى إن شبكات التواصل الاجتماعي تدفع الطلبة باتجاه التصفح والمحادثات. وإضاعة الوقت على نحو كبير مما يشكل انخفاض نسبة الدوافع التعليمية للطلبة، أي أن الطلبة يفضلون الاستغناء عن شبكات التواصل لدفع ضرر أكبر من الحصول على فائدة أقل.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت اليه دراسة "**مريم نومار**[1] " بأن الدافع الأول من استخدام شبكات التواصل اجتماعي لدى المبحوثين هو التواصل مع والأصدقاء والزملاء.

وترى الباحثة بأن هذه النتائج تؤكد على أهمية تحقيق إشباعات التفاعل الاجتماعي لدى الطلبة والتواصل مع الاخرين من خلال تعزيز وتوثيق العلاقات القائمة والبحث عن أصدقاء، وهو ما تشير اليه نظرية الاستخدامات والإشباعات من أن دوافع الجمهور وتوقعاته مرتبطة بالإشباعات المتحققة في التواصل مع الاخرين والتفاعل الاجتماعي وهو ما يتفق مع دراسة "**أحمد حمودة** [2]" ودراسة " **أمجد جمعة**[3]"

---

(1) نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (ص167)

(2) حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية (ص118)

(3) جمعة، دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة (ص36)

ثالثاً: القضايا الثقافية التي يتم طرحها على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3.20): القضايا الثقافية التي يطرحها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي، (ن= 341)

م	القضايا الثقافية	التكرار	النسبة
1	الترفيهية	191	%56.0
2	الدينية	154	%45.2
3	الاجتماعية	150	%44.0
4	السياسية	93	%27.3
5	التربوية	68	%19.9
6	الاقتصادية	29	%8.5
7	أخرى	19	%5.6

يعرض جدول (3.20) التوزيع النسبي للقضايا الثقافية التي يطرحها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي، فمن الواضح أن أكثر من نصف المبحوثين (56.0%) يطرحون القضايا الترفيهية، تليها القضايا الدينية بما نسبته (45.2%) فالاجتماعية بما نسبته (44.0%) فالسياسية بما نسبته (27.3%) ومن ثم الموضوعات التربوية بنسبة (19.9%)، بينما تأتي الموضوعات الاقتصادية بنسبة (8.5%)، و نلاحظ أن ترتيب القضايا الثقافية المطروحة يتجانس إلى حد كبير مع الموضوعات التي يتابعها المبحوثون كما هو مبين في الجدول السابق، مع انخفاض في النسبة لكل موضوع نظراً لأن نسبة ما يطرحه المستخدم غالباً أقل من نسبة ما يتابعه من موضوعات على شبكات التواصل الاجتماعي

وترى الباحثة بان غالبية المبحوثين يطرحون القضايا الترفيهية يرجع الى عدة أسباب منها:-

1- عدم وجود رقابة أو قيود على استخدامات الطلبة

2- فقدان نوع من البرامج التعليمية والثقافية و المجدية التي تناسب هذه الفئة العمرية.

3- أن الهدف الاساسي من استخدام هو تحقيق التسلية والترفيه وهذه النتيجة تتفق مع أبرز اشباعات شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني

الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية

لتحديد درجات التوافر لكل فقرة من فقرات مقاييس الإشباعات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) المكون من خمس رتب تتراوح بين موافق جداً إلى معارض جداً بحيث تعطى درجة معينة لكل استجابة كما يظهر في جدول **(3.21)**.

درجات مقياس ليكرت الخماسي

جدول (3.21): درجات مقياس ليكرت الخماسي

درجة الموافقة	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً
الدرجة	5	4	3	2	1

من جدول (3.21) نجد أن مدى تدريج ليكرت الخماسي هو 4=1-5 وعدد خطواته خمسة من ثم فإن طول الفترة يساوي (0.8)، لذا يمكن تحديد درجة التحقق بناء على قيم المتوسط المرجح كما في جدول (3.22).

درجات التحقق لفقرات بعد الإشباعات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (3.22): درجات التحقق لفقرات بعد الإشباعات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الوسط المرجح	الوزن النسبي	درجة التحقق
من 1 إلى 1.79	من 20إلى 35.99	قليلة جداً
من 1.80 إلى 2.59	من 36 إلى 51.99	قليلة
من 2.60 إلى 3.39	من .52 إلى 67.99	متوسطة
من 3.40 إلى 4.19	من 68.0 إلى 83.99	كبيرة
من 4.20 إلى 5	من 84.0 إلى 100	كبيرة جداً

أولاً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية.

يعرض جدول (3.23) الإحصاءات الوصفية لفقرات بعد الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية وتشمل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي والترتيب لاستجابات أفراد عينة الدراسة، حيث تم ترتيب الفقرات بناء على الوزن النسبي للفقرات.

جدول (3.23): الاشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية، (ن =341)

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التحقق	الرتبة
1	يمارس الطلبة من خلالها المعنى الفعلي للتعددية الحزبية	3.18	1.10	63.52	متوسطة	1
2	يوظفها الطلبة في الدعوة للتضامن مع قضية سياسية	2.78	1.17	55.66	متوسطة	2
3	يدعو الطلبة من خلالها لإجراء انتخابات رئاسية وتشريعية ومحلية.	2.59	0.91	51.73	قليلة	3
4	ينتقد الطلبة عبرها السياسات الحكومية في غزة والضفة	2.42	1.21	48.33	قليلة	4
5	يستغلها الطلبة في نشر أفكارهم وتوجهاتهم السياسية	2.30	1.07	46.10	قليلة	5
6	يدعو الطلبة عبرها لتحقيق المصالحة وإنهاء الانقسام	2.28	1.28	45.51	قليلة	6
7	عززت احترام الطلبة للفصائل والتنظيمات الفلسطينية	2.23	1.05	44.69	قليلة	7
8	يعزز الطلبة عبرها مفاهيم الوحدة الوطنية	2.14	0.95	42.87	قليلة	8
9	يعتز الطلبة بالمقاومة الفلسطينية ويدعموها عبر الشبكة	2.14	1.16	42.87	قليلة	9
10	يستغلها الطلبة لفضح ممارسات الاحتلال وانتهاكاته	2.09	1.27	41.88	قليلة	10
11	يعبر الطلبة من خلالها عن رأيهم بحرية في المواقف السياسية المختلفة	2.04	0.95	40.82	قليلة	11
12	زادت شبكات التواصل من متابعة الطلبة للقضايا الوطنية والعربية	2.02	0.95	40.35	قليلة	12
13	يشارك الطلبة في تفعيل قضايا الصراع الفلسطيني الإسرائيلي كالقدس واللاجئين والأسرى..الخ عبرها	1.99	0.97	39.71	قليلة	13
14	عززت مشاركة الطلبة في تنمية الوطن وتطويره	1.98	0.95	39.59	قليلة	14

تظهر النتائج أن جميع الفقرات متحققة بدرجة متوسطة أو قليلة، حيث جاءت الفقرة " يمارس الطلبة من خلالها المعنى الفعلي للتعددية الحزبية " في الرتبة الأولى بوزن نسبي 63.52% و بدرجة تحقق متوسطة، تلاها الفقرة " يوظفها الطلبة في الدعوة للتضامن مع قضية سياسية " في الرتبة الثانية بوزن نسبي 55.66% درجة توافر متوسطة، بينما جاءت الفقرة " يشارك الطلبة في تفعيل قضايا الصراع الفلسطيني الإسرائيلي كالقدس واللاجئين والأسرى..الخ عبرها " في الرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي 39.71% بدرجة تحقق قليلة، وجاءت الفقرة " عززت مشاركة الطلبة في تنمية الوطن وتطويره " في الرتبة الأخيرة ضمن إشباعات القيم السياسية بوزن نسبي 39.59% وبدرجة تحقق قليلة.

وبذلك يمكن القول ان درجة تحقق الإشباعات من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم السياسية التي تعتبر جزءاً من القيم الثقافية كانت جميعها قليلة باستثناء الفقرتين الثانية "توظيفها للتضامن مع قضية سياسية" والتي تعبر عن قيمة التضامن، والثالثة "ممارسة المعنى الفعلي للتعددية الحزبية" التي تعبر عن قيمة التعددية فقد كانت متوسطة، وبالمجمل العام فإن درجة الإشباعات في القيم السياسية ضعيفة.

ثانياً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية

يعرض جدول (3.24) الإحصاءات الوصفية لفقرات بعد الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية وتشمل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي والترتيب لاستجابات أفراد عينة الدراسة، حيث تم ترتيب الفقرات بناء على الوزن النسبي للفقرات.

جدول (3.24): الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية، (ن =341)

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التحقق	الرتبة
1	عززت شبكات التواصل تواضع الطلبة مع الآخرين	2.92	1.34	58.42	متوسطة	1
2	يفضل الطلبة تكوين صداقات على شبكات التواصل أفضل من الصداقات المجتمعية	2.63	1.38	52.55	متوسطة	2
3	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى الإبداع لدى الأفراد	2.60	1.15	51.91	قليلة	3
4	شبكات التواصل الاجتماعي تجعل الطلبة يواجهون مشكلات الحياة بدلاً من الهروب منها	2.55	1.25	50.97	قليلة	4
5	يقلد الطلبة الثقافات الغربية عبر الشبكات	2.52	1.08	50.50	قليلة	5
6	تقلل من الدفء والترابط الاجتماعي والأسري	2.50	1.24	50.09	قليلة	6
7	تعيق شبكات التواصل الطلبة من المحافظة على التقاليد والعادات الفلسطينية	2.38	1.30	47.62	قليلة	7
8	شجعت شبكات التواصل مشاركة الطلبة الناس أفراحهم وأحزانهم	2.35	1.13	46.98	قليلة	8
9	شبكات التواصل الاجتماعي تعيق زيارة الأرحام بشكل دوري مستمر	2.29	1.28	45.87	قليلة	9
10	أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في قول الطلبة الحق مهما كانت النتيجة	2.04	0.99	40.88	قليلة	10
11	يتجنب الطلبة تجريح الآخرين وسوء الظن بهم في شبكات التواصل الاجتماعي	2.03	1.02	40.65	قليلة	11
12	تنمي شبكات التواصل إيمان الطلبة بالمساواة بين الذكر والأنثى في التعامل داخل الأسرة	1.87	0.88	37.30	قليلة	12
13	عززت شبكات التواصل استماع الطلبة إلى حديث الآخرين بأدب وبتركيز	1.85	0.89	37.07	قليلة	13
14	ترسخ لدى الطلبة تقديم العون والمساعدة للآخرين عند الحاجة	1.79	0.87	35.89	قليلة	14

وتظهر النتائج أن جميع الإشباعات متحققة على القيم الاجتماعية بدرجة متوسطة أو قليلة، حيث جاءت الفقرة " عززت شبكات التواصل تواضع الطلبة مع الآخرين" في الرتبة الأولى بوزن نسبي 58.42% و بدرجة تحقق متوسطة، تلاها الفقرة " يفضل الطلبة تكوين صداقات على شبكات التواصل أفضل من الصداقات المجتمعية " في الرتبة الثانية بوزن نسبي 52.55% درجة توافر متوسطة، بينما جاءت الفقرة " عززت شبكات التواصل استماع الطلبة إلى حديث الآخرين بأدب وبتركيز" في الرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي 37.07% وبدرجة تحقق قليلة، كما جاءت "ترسخ لدى الطلبة تقديم العون والمساعدة للآخرين عند الحاجة " في الرتبة الأخيرة ضمن الإشباعات على القيم الاجتماعية بوزن نسبي 35.89% وبدرجة تحقق قليلة.

وبذلك يمكن القول ان درجة تحقق الإشباعات من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم الاجتماعية والتي تعد جزءاً من القيم الثقافية كانت جميعها قليلة باستثناء الفقرتين الأولى "عززت شبكات التواصل تواضع الطلبة مع الآخرين" والتي تعبر عن قيمة التواضع، والثانية عشر "يفضل الطلبة تكوين صداقات على شبكات التواصل أفضل من الصداقات المجتمعية " والتي تعبر عن قيمة الترابط والتواصل المجتمعي، فقد كانت متوسطة، وبالمجمل العام فإن درجة الإشباعات في القيم الاجتماعية ضعيفة.

ثالثاً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الدينية.

يعرض جدول (3.25) الإحصاءات الوصفية لفقرات بعد الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية وتشمل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي والترتيب لاستجابات أفراد عينة الدراسة، حيث تم ترتيب الفقرات بناء على الوزن النسبي للفقر.

جدول (3.25): بعد الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القيم الدينية، (ن =341)

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التوافر	الرتبة
1	لا يتجنب الطلبة تبادل مقاطع الفيديو والصور التي تتنافى مع الدين الإسلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	3.19	1.25	63.81	متوسطة	1
2	لا يحرص الطلبة على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في شبكات التواصل الاجتماعي حفاظاً على خصوصية الآخرين	3.05	1.25	60.94	متوسطة	2
3	لا يستغل الطلبة شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالقيم الإسلامية والدين الإسلامي	2.99	1.18	59.88	متوسطة	3
4	يرفض الطلبة الصداقة مع الجنس الآخر في شبكات التواصل	2.86	1.38	57.13	متوسطة	4
5	تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على محافظة الطلبة على أداء الصلوات الخمس في مواعيدها	2.73	1.41	54.55	متوسطة	5
6	زادت شبكات التواصل الاجتماعي بريّ بوالدي وحرصي على رضاهما	2.72	1.25	54.43	متوسطة	6
7	عززت شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الاختلاط بين الجنسين ولا يجدون حرجاً في الاختلاط	2.70	1.36	53.90	متوسطة	7
8	تعزز شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة عدم انتهاك الخصوصية	2.61	1.02	52.20	متوسطة	8
9	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الطلبة للشائعات والتشهير بالآخرين.	2.58	1.32	51.61	قليلة	9
10	يقتدي الطلبة برسول الله (صلى الله عليه وسلم) في تعاملهم مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي	2.50	1.25	50.09	قليلة	10
11	تحث مواقع التواصل الاجتماعي الطلبة الابتعاد عن النفاق والكذب في التعامل مع الأشخاص	2.50	1.30	49.97	قليلة	11
12	عززت شبكات التواصل الاجتماعي قبول الطلبة الأفكار الغربية حول تحرر المرأة في لبسها والحريات الممنوحة لها	2.48	1.24	49.56	قليلة	12
13	يستغل الطلبة شبكات التواصل الاجتماعي بأسماء وهمية لكسب صداقات من الجنس الآخر	2.34	1.29	46.74	قليلة	13
14	يحافظ الطلبة في شبكات التواصل الاجتماعي على حقوق الآخرين ومعتقداتهم الدينية	2.26	1.09	45.10	قليلة	14
15	تعزز شبكات التواصل الاجتماعي مشاعر المحبة والأخوة لدى الطلبة	2.18	1.13	43.52	قليلة	15

وتظهر النتائج أن جميع الإشباعات متحققة على القيم الدينية بدرجة متوسطة أو قليلة، حيث جاءت الفقرة "لا يتجنب الطلبة تبادل مقاطع الفيديو والصور التي تتنافى مع الدين الإسلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي" في الرتبة الأولى بوزن نسبي 63.81% و بدرجة تحقق متوسطة، تلاها الفقرة "لا يحرص الطلبة على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في شبكات التواصل الاجتماعي حفاظاً على خصوصية الآخرين" في الرتبة الثانية بوزن نسبي 60.94% درجة توافر متوسطة، بينما جاءت الفقرة "يحافظ الطلبة في شبكات التواصل الاجتماعي على حقوق الآخرين ومعتقداتهم الدينية" في الرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي 45.10% وبدرجة تحقق قليلة، كما جاءت الفقرة "تعزز شبكات التواصل الاجتماعي مشاعر المحبة والأخوة لدى الطلبة" في الرتبة الأخيرة ضمن إشباعات على القيم الدينية بوزن نسبي 43.52% وبدرجة تحقق قليلة.

وبذلك يمكن القول إن درجة تحقق الإشباعات من استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي على معظم القيم الدينية والتي تعد جزءاً من القيم الثقافية كانت نصفها قليلة والنصف الآخر متوسطة، وذلك مؤشر على التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباعات اللازمة في القيم الدينية.

رابعاً: الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية

جدول (3.26): أبعاد الإشباعات على القيم الثقافية، (ن =341)

م	االبعد	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التحقق	الرتبة
1	القيم الدينية	15	2.64	0.49	52.90	قليلة	1
2	القيم السياسية	15	2.34	0.56	46.80	قليلة	2
3	القيم الاجتماعية	14	2.26	0.47	45.15	قليلة	3
الاشباعات ككل		44	2.42	0.39	48.35	قليلة	---

ولتقييم درجة تحقق الإشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية قامت الباحثة باستخدام المقاييس الوصفية لكل بعد من الأبعاد الثلاثة، وكذلك الإشباعات ككل كما يعرضها جدول (3.26)، وتظهر النتائج أن عينة الدراسة ترى أن جميع الإشباعات متحققة بدرجات قليلة، مما يشير إلى ضعف الإشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية، ففي حين كانت رتبة تحقق الإشباعات على

القيم الدينية في المرتبة الأولى بوزن نسبي (52.90%)، كانت رتبة تحقق الإشباعات على القيم السياسية في الرتبة الثانية بوزن نسبي (46.80%)، في حين كانت رتبة تحقق الإشباعات على القيم الاجتماعية في الرتبة الثالثة والأخيرة بوزن نسبي (45.15%).

أي أن الإشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية كانت ضعيفة إن لم تكن في بعض القيم ذات مردود سلبي.

ويمكن تفسير ذلك بغياب الرقابة على الطلبة في أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، فانعدام الرقابة يؤدي إلى خروج الطلبة عن القيم والمبادئ التي تنهي عن الدخول فيما هو ممنوع ومحرم دينياً، ومنبوذ مجتمعياً، فطبيعة المجتمع الفلسطيني بأنه مجتمع مسلم تجعل من القيم الاجتماعية والدينية متقاربة جداً إلى حد التداخل، إلى جانب أن المجتمع الفلسطيني هو مجتمع يمتد بجذوره إلى الدائرة العربية والتي تتسم بسمات تتقاطع مع القيم الدينية على نحو كبير كالكرم والمرؤة والشجاعة وإكرام الضيف واحترام الجار وغيرها من القيم والمبادئ، أما القيم السياسية فيمكن إيعاز ضعفها إلى حالة الوضع السياسي الفلسطيني التي أوصلت الشعب الفلسطيني عامة والطلبة خاصة في قطاع غزة إلى حالة من اليأس، في ظل الانقسام الفلسطيني الداخلي والحصار المفروض على قطاع غزة، وارتباط كافة الأوضاع المعيشية بالوضع السياسي، وافتقار النخبة الفلسطينية إلى أي حلول أو خطوات تنهي معاناة هذا الشعب.

المبحث الثالث

الحكم على فرضيات الدراسة

تتناول الدراسة في هذه الجزئية التحليل الاستدلالي لمجتمع الدراسة من خلال إجراء اختبارات الدلالة الإحصائية للحكم على فرضيات الدراسة.

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين امتلاك طلبة الثانوية العامة لحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي- التخصص- مكان السكن).

استخدمت الباحثة اختبار مربع كاي لاختبار الاستقلال بين امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي و المتغيرات الديمغرافية، تظهر النتائج في الجداول (**3.27**و**3.28** و**3.29**) أن القيمة الاحتمالية للاختبار تزيد عن 0.05 مما يدلل **على عدم وجود علاقة بين امتلاك طالب الثانوية العامة لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي و كلا من نوعه الاجتماعي، مكان السكن أو التخصص.**

وذلك يشير إلى عدم صحة الفرض الأول الذي يقرر وجود علاقة.

جدول (3.27): مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب النوع الاجتماعي، (ن =378)

هل لديك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي		النوع الاجتماعي			اختبار مربع كاي (القيمة الاحتمالية)
		أنثى	ذكر	المجموع	
نعم	التكرار	166	175	341	0.095
	النسبة	%48.7	%51.3	%90.21	
لا	التكرار	19	18	37	(0.750)
	النسبة	%51.4	%48.6	%9.79	

جدول (3.28): مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب التخصص، (ن =378)

هل لديك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي		التخصص				اختبار مربع كاي (القيمة الاحتمالية)
		علمي	أدبي	شرعي	المجموع	
نعم	التكرار	89	232	20	341	1.468
	النسبة	26.1%	68.0%	5.9%	90.21%	
لا	التكرار	10	23	4	37	(..480)
	النسبة	27.0%	62.2%	10.8%	9.79%	

جدول (3.29): مدى امتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب مكان السكن، (ن =378)

هل لديك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي		مكان السكن						اختبار مربع كاي (القيمة الاحتمالية)
		الشمال	غزة	الوسطى	خان يونس	رفح	المجموع	
نعم	التكرار	68	76	72	62	63	341	6.715
	النسبة	%19.9	%22.3	%21.1	%18.2	%18.5	%90.21	
لا	التكرار	10	5	6	4	12	37	(0.152)
	النسبة	%27.0	%13.5	%16.2	%10.8	%32.4	%9.79	

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابات طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ومدى تحقق الإشباعات من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية.

استخدمت الباحثة اختبار "ت" للفرق بين المتوسط الحسابي والقيمة المتوسطة (3)، وتظهر النتائج في جدول (3.30) أن هناك فروقاً دالة إحصائياً في المتوسط الحسابي لكل بعد من أبعاد الإشباعات والقيمة المتوسطة (3) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، بحيث يقل المتوسط الحسابي عن القيمة المتوسطة(3).

أي أن الإشباعات المتحققة لدى الطلبة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم السياسية والاجتماعية والدينية ضعيفة لأنها أقل من المتوسط المطلوب (3)

لدى جميع الطلبة دون استثناء، وبذلك فهي ضعيفة على القيم الثقافية على نحو عام والتي تتشكل منها الأبعاد الثلاثة.

وذلك يشير إلى صحة الفرض الثاني الذي يقرر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلبة الثانوية العامة ومدى تحقق الإشباعات من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية.

جدول (3.30): تحقق الإشباعات من استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي للحفاظ على أبعاد القيم الثقافية، (ن =341)

م	البعد	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	القيمة الاحتمالية
1	القيم السياسية	15	2.34	0.56	-21.83*	0.00
2	القيم الاجتماعية	14	2.26	0.47	-29.11*	0.00
3	القيم الدينية	15	2.64	0.49	-13.49*	0.00
	الإشباعات ككل	44	2.42	0.39	-27.46*	0.00

. * دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابات طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة لمدى الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية تعزى إلى العوامل الديمغرافية (النوع الاجتماعي- التخصص- مكان السكن).

أولاً:- النوع الاجتماعي

توزع المبحوثون في العينة بحسب النوع الاجتماعي إلى ذكور وإناث، وبعد التحقق من إتباع متوسطات أبعاد الإشباعات على القيم الثقافية. جدول (3.31) يعرض نتائج اختبار "ت" للفرق بين متوسطين مستقلين التي تظهر أن متوسط درجة تحقق الإشباعات للذكور تزيد عن الإناث في جميع القيم منفردة إلا أنها غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، بينما يوجد هناك فرق دالا إحصائياُ عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابة الذكور في مقياس الإشباعات ككل مقارنة بالإناث

جدول (3.31): نتائج اختبار ت للفرق بين متوسط درجات استجابة الذكور والإناث، (ن =341)

المتغير		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطين	قيمة ت	القيمة الاحتمالية
القيم السياسية	ذكور	2.36	0.57	0.034	0.568	0.061
	إناث	2.32	0.55			
القيم الاجتماعية	ذكور	2.28	0.48	0.035	0.685	0.051
	إناث	2.24	0.46			
القيم الدينية	ذكور	2.66	0.48	0.037	0.706	0.053
	إناث	2.63	0.49			
مقياس الإشباعات ككل (القيم الثقافية)	ذكور	2.44	0.39	0.036	0.837	0.042*
	إناث	2.40	0.39			

.* هناك فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

أي أن الإشباعات المتحققة للذكور من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية ككل أعلى من الإناث، وقد يعزى ذلك إلى أن استخدام الذكور لمواقع التواصل الاجتماعي أعلى بقليل من استخدام الإناث كما أن امتلاك الذكور لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من امتلاك الإناث.

ثانياً:- التخصص

لمعرفة ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائياً بين متوسطات المقاييس تعزى للتخصص استخدمت الباحثة اختبار التباين الأحادي كما تظهر نتائجه في جدول (3.32). تظهر النتائج أنه **لا توجد هناك فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات كل مقاييس تحقق الإشباعات على القيم الثقافية الثلاثة تعزى لمتغير التخصص.**

جدول (3.32): اختبار التباين الأحادي لمقاييس تحقق الإشباعات بحسب التخصص، (ن =341)

البعد		التخصص			قيمة ف	القيمة الاحتمالية
		علمي	أدبي	شرعي		
القيم السياسية	الوسط الحسابي	2.32	2.36	2.17	1.13	0.33
	الانحراف المعياري	0.49	0.59	0.41		
القيم الاجتماعية	الوسط الحسابي	2.28	2.26	2.18	0.35	0.71
	الانحراف المعياري	0.46	0.48	0.47		
القيم الدينية	الوسط الحسابي	2.62	2.66	2.55	0.61	0.54
	الانحراف المعياري	0.48	0.49	0.44		
مقياس الإشباعات ككل (القيم الثقافية)	الوسط الحسابي	2.41	2.43	2.30	0.99	0.37
	الانحراف المعياري	0.36	0.41	0.28		

ثالثاً:- مكان السكن:

لمعرفة ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائياً بين متوسطات المقاييس تعزى لمكان السكن استخدمت الباحثة اختبار التباين الأحادي كما يظهر في جدول (3.33). تظهر النتائج أن هناك **فروقاً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$) **بين متوسطات درجة تحقق الإشباعات على القيم الاجتماعية تعزى لمتغير مكان السكن.**

جدول (3.33): اختبار التباين الأحادي لمقاييس تحقق الإشباعات بحسب مكان السكن، (ن =341)

البعد		مكان السكن					قيمة ف	القيمة الاحتمالية
		شمال غزة	غزة	الوسطى	خان يونس	رفح		
القيم السياسية	الوسط الحسابي	2.27	2.36	2.39	2.48	2.20	2.38	0.05
	الانحراف المعياري	0.44	0.50	0.66	0.66	0.47		
القيم الاجتماعية	الوسط الحسابي	2.17	2.19	2.24	2.37	2.35	2.56*	0.04
	الانحراف المعياري	0.46	0.44	0.49	0.47	0.48		
القيم الدينية	الوسط الحسابي	2.52	2.69	2.71	2.66	2.64	1.59	0.18
	الانحراف المعياري	0.50	0.46	0.50	0.49	0.47		
مقياس الإشباعات ككل (القيم الثقافية)	الوسط الحسابي	2.32	2.42	2.45	2.51	2.40	1.93	0.11
	الانحراف المعياري	0.34	0.37	0.44	0.44	0.35		

. * دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (3.34): اختبار بونفيروني للفرق بين متوسط الاستجابات في بعد الإشباعات على القيم الاجتماعية، (ن =341)

المحافظة	غزة	الوسطى	خان يونس	رفح
شمال غزة	0.023	0.073	0.200*	0.186
غزة	-	0.049	0.177	0.162
الوسطى	-0.049	-	0.127	0.112
خان يونس	-0.177	-0.127	-	-0.015
رفح	-0.162	-0.112	0.015	–

. * دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط استجابات طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة ومدى الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية تعزى إلى درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (3.35): اختبار التباين الأحادي لمقاييس تحقق الإشباعات بحسب درجة الثقة بمعلوماتها، (ن =341)

البعد		درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل					قيمة ف	القيمة الاحتمالية
		عالية جدا	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا		
القيم السياسية	الوسط الحسابي	2.54	2.16	2.34	2.56	2.29	3.52*	0.01
	الانحراف المعياري	0.45	0.39	0.60	0.57	0.52		
القيم الاجتماعية	الوسط الحسابي	2.24	2.06	2.31	2.53	2.13	4.55*	0.00
	الانحراف المعياري	0.57	0.35	0.47	0.40	0.29		
القيم الدينية	الوسط الحسابي	2.82	2.66	2.62	2.44	2.64	2.18	0.07
	الانحراف المعياري	0.70	0.36	0.46	0.34	0.49		
مقياس الإشباعات ككل (القيم الثقافية)	الوسط الحسابي	2.54	2.30	2.42	2.51	2.36	2.82*	0.03
	الانحراف المعياري	0.48	0.27	0.40	0.35	0.28		

* دال إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين الأحادي نظراً لأن درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي موزعة على خمسة مستويات وهي (عالية جداً، عالية، متوسطة، منخفضة ومنخفضة جداً) وكذلك لاتباع مقاييس الإشباعات على القيم التوزيع الطبيعي. جدول (3.35) يعرض النتائج والتي يتبين منها أن هناك فروقاً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لدرجة الإشباعات المتحققة للحفاظ على القيم السياسية والاجتماعية والدينية والقيم الثقافية ككل.

أي أن هناك تبايناً واضحاً واختلافاً بين الطلبة حول الثقة بالمعلومات المطروحة على شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك يمكن تبريره أن شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات متاحة للجميع دون استثناء وأن كل ما يطرح فيها باستثناء الصفحات التابعة للجهات الرسمية الحكومية وغير الحكومية منظمات المجتمع المدني هي صادرة من أشخاص لا يمثلون جهة ثقة بالنسبة للطلبة.

المبحث الرابع

خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها

يتناول هذا المبحث عرضاً لأبرز النتائج التي أظهرتها الدراسة الميدانية، التي تناولت استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية ، كما تعرض لأهم التوصيات التي توصلت إليها الباحثة.

أولاً: خلاصة نتائج الدراسة

1. كشفت الدراسة أن 90.2%من طلبة الثانوية يمتلكون حساباً على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يؤكد انتشار استخدامها بين طلبة الثانوية العامة، بينما هناك 9.8% فقط لا يمتلكون حسابات على تلك الشبكات.
2. أشارت الدراسة الى أن عدم امتلاك بعض الطلبة لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي يعود بالمقام الأول إلى أنها تشغلهم عن دراستهم واهدار الوقت بنسبة 43.2%، في حين اعتبرها بعضهم الآخر أنها غير آمنة في الاستخدام ولا تراعي الخصوصية وذلك بنسبة (40.5%) .
3. بينت الدراسة أن غالبية الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على نحو يومي وذلك بنسبة (67.2%) وهو يعتبر استخداماً مرتفعاً، وهذا ما يؤكد فرضية نظرية الاستخدامات والاشباعات أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط، ، وأن نحو 20% يستخدمونها أكثر من مرة أسبوعياً .
4. كشفت الدراسة أن (37.2%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات ، في حين أن ربع العينة ممثلة ب(25.5%) يستخدمونها ما بين ثلاث ساعات الى 6 ساعات، ويعد استخداماً مرتفعاً بالنسبة الى هذه المرحلة العمرية.
5. أوضح أكثر من نصف المبحوثين أنهم لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات معينة ومحددة ولا يفضلون تحديد مواعيد لاستخدامها بنسبة(52.2%) ، ويعزى ذلك إلى عدم انتظام التيار الكهربائي في قطاع غزة، وإلى إمكانية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف النقالة في ظل توافر شبكة إنترنت لاسلكية، بالإضافة

لاستخدامها من أجل تحقيق وإشباع حاجات التفاعل الاجتماعي بالدرجة الأولى لدى الطلبة ، بينما يفضل الطلبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المساء وذلك بنسبة(31.4%) بسبب انتظامهم في المدارس في وقت الصباح.

6. بينت الدراسة أن المنزل أكثر أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من الطلبة وذلك بنسبة (95.5%)، تلاها الكافتيريات والمطاعم بنسبة (19.4%).

7. كشفت الدراسة أن نسبة من يستخدمون الهواتف الذكية المحمولة بوصفها وسيلة للدخول إليها نحو(72.1%)، نتيجة سهولة الاستخدام ويسر التواصل من خلال التجديد دوماً في نشاطات الأصدقاء وأخبارهم من خلال الرسائل والبعد عن القيود التي قد تكون مفروضة من قبل الأهل، وأن أكثر من نصفهم يستخدمون أسماءهم الحقيقية على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة (61.9%).

8. أشارت الدراسة أن الطلبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي باسم مستعار بنسبة (34.3%) تباينت من خلالها آراء المبحوثين حول أسباب استخدام الاسم المستعار، فكان في المرتبة الأولى أنه يعطي حرية في التعبير عن الآراء بنسبته (44.6%)، تلاها السبب الثاني يعزى إلى نظرة المجتمع إلى ظهور الفتاة بهويتها الحقيقية يعد تجاوزاً اجتماعياً بنسبته (8.5%)، السبب الثالث يعزى للتأثر بشخصيات أخرى وجاء بنسبته (4.6%). الخشية من التهكم والنقد جاء في المرتبة الرابعة بينما عدم الثقة بقدرتهم على الكتابة جاءت في المرتبة الأخيرة، ونحو (15.4%) من المبحوثين يستخدمون اسماً مستعاراً لأسباب أخرى قد يرجع لارتكاب سلوكيات خاطئة منافية للدين الإسلامي وعادات وتقاليد المجتمع وهنا تكمن سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.

9. كشفت الدراسة أنه لا توجد قيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الغالبية من الطلبة وذلك بنسبة (63%)، أما القيود على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى باقي الطلبة فقد تمثلت في القيود الدينية بنسبة (61.1%)، والعائلية بنسبة (47.6%)، والذاتية بنسبة (46%)، والمجتمعية(31%)، وآخرها القيود المادية بنسبة(.8%).

10. أوضحت الدراسة أن درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة كانت متوسطة بنسبة (63.6%)، فما زالت شبكات التواصل لا تحظى بدرجة كبيرة من ثقة الجمهور نظراً لأنها مجهولة مصدر المعلومات، وانتحال الشخصيات والتزوير وانتهاك خصوصية الآخرين.

11. كشفت الدراسة أن غالبية الطلبة يمتلكون حساباً في شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص على الفيس بوك بنسبة (86.5%) من بين شبكات التواصل الاجتماعي، ويعزى ذلك الى أهميته في عملية الاتصال والتفاعل التي تتم على نحو مباشر، وسرعة الرد والاستجابة للرسائل، ووجوده بأكثر من لغة، بالإضافة الى التقنيات الحديثة والمتطورة التي يمتاز بها من تحميل الملفات بأنواعها كافة ، تلاها اليوتيوب بنسبة(39.6%)، من ثم جوجل بلس بنسبة(26.7%)، تويتر بنسبة(20.2%)،المدونات(3.2%)،لينكد إن بنسبة(2.9%)،كما أن(17.8%) من المبحوثين يمتلكون شبكات وتطبيقات أخري فليكر وسكاى بي ماسنجر.

12. احتلت الموضوعات الصحية المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي يتابعها الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة(60.7%)، ويعزى ذلك لطبيعة وخصائص هذه المرحلة العمرية التي تعتبر اهتمامها بمظهرها العام في قمة أولوياتها، تليها الموضوعات الدينية والشبابية والاجتماعية والتعليمية بنفس الدرجة ما يقارب (55%)، ومن ثم الموضوعات السياسية والمرأة والتسويقية والرياضية والاقتصادية على نسب متتابعة ما بين (41.3%و23%)، وأقلها موضوعات الطفل التي بلغت (16%).

13. بينت الدراسة أن غالبية الطلبة يتفاعلون مع زملائهم في المدرسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بنسبة (84.5%).

14. كشفت الدراسة أن (74.3%) من المبحوثين يتفاعلون مع موضوعات الحياة اليومية وهي تعد من المواضيع التي تجذبهم، وهذا ما يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية، تليها موضوعات الدراسة بنسبة (59.1%) ومن ثم الاجتماعية بنسبة(20%) والثقافية بنسبة (14%) وأخيراً السياسية بنسبة (8.7%).

15. يقر (69.8%) أي أكثر من ثلثي المبحوثين أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على نحو سلبي على مستوى تحصيلهم الدراسي، وأن (30.2%) يرى بأنها لا تؤثر على مستواهم التحصيلي.

16. أشارت الدراسة أن (56.3%) أي أكثر من نصف الطلبة اعتبروا التواصل مع الأصدقاء والمعارف هو الدافع الاول لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهوما يتفق مع دراسة "**مريم نومار** "التي توصلت الى أن الدافع الأول من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو التواصل مع والأصدقاء والزملاء يليه الحصول على المعلومات والمعارف العامة بنسبة (45.7%)، وقضاء أوقات الفراغ بنسبة (43.1%)، يليه بناء علاقات وصداقات جديدة بنسبة (37.8%)، وآخرها الدافع التعليمي بنسبة (32.6%).

17. كشفت الدراسة الى أن اكثر القضايا التي يطرحها الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي هي القضايا الترفيهية بنسبة (56%)، تليها الدينية بنسبة(45.2%)، فالاجتماعية بنسبة(44%)، فالسياسية بنسبة (27.3%)، وأخيراً التربوية بنسبة (19.9%)، والاقتصادية بنسبة (8.5%)

18. أوضحت الدراسة أن اكثر الأساليب التي يستخدمها الطلبة في شبكات التواصل الاجتماعي هي النقاشات والتعليقات بنسبة(58.7%)، يليها الدردشة بنسبة (48.1%)، ثم الصور بنسبة(39.9)، والرسائل بنسبة (24.3%)، وأخيراً الفيديوهات بنسبة(21.4%).

19. أن درجة تحقق الإشباعات من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم السياسية والاجتماعية والدينية والتي تعبر عن القيم الثقافية كانت بوزن نسبي (48.3%) هي نسبة ضعيفة، ما يؤكد النتيجة السابقة من استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل التسلية والترفيه بالدرجة الأولى ، وتعزيز العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الأصدقاء والمعارف.

20. أن الإشباعات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية كانت ضعيفة إن لم تكن في بعض القيم ذات مردود سلبي.

21. أكدت الدراسة صحة الفرضية على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين امتلاك طلبة الثانوية العامة لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي وكل من النوع الاجتماعي، ومكان السكن والتخصص.

22. أشارت الدراسة إلى أن الإشباعات المتحققة للذكور من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية ككل أعلى من الإناث، ويعزى ذلك إلى أن استخدام الذكور لشبكات التواصل الاجتماعي اعلى قليلاً من استخدام الإناث كما أن امتلاك الذكور لحساب على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من امتلاك الإناث.

23. كشفت الدراسة هناك فروقاً ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجة الإشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية لا تتأثر بالتخصص الدراسي وتتأثر بمكان السكن.

24. كشفت الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجة الثقة بمعلومات شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لدرجة الإشباعات المتحققة للحفاظ على القيم السياسية والاجتماعية والدينية والقيم الثقافية ككل.

ثانياً: توصيات الدراسة

1. يجب إشراك المؤسسة الدينية والتربوية في التوعية والتنبيه على مستوى الأهل والأبناء لخطورة شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للأبناء، وتدعيم طرق الاستخدام الآمن والإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك لأن الغالبية العظمى يمتلكون حسابات فيه.

2. ضرورة مراقبة الأهل لأبنائهم والاطلاع على كافة شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها والمواضيع التي يضطلعون عليها.لا سيما أن معظم المبحوثين يفضلون استخدام الفيسبوك في المنزل بالدرجة الأولى.

3. ضرورة العمل على تقليل الأثر السلبي الناتج عن زيادة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، للحد من تأثيرها على تحصيلهم الدراسي من خلال استغلال أوقات االفراغ وتنفيذ الندوات التدريبية وورشات عمل في المؤسسات التعليمية على مدار العام.

4. يجب إعطاء مساحة من حرية الرأي والتعبير على شبكات التواصل الاجتماعي للحد من الأسماء المستعارة.

5. ضرورة الاستفادة من إمكانات شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في تعزيز القيم الثقافية .

6. إن درجة الثقة العالية بالموضوعات التي تطرحها شبكات التواصل توجب علينا ضرورة إعادة النظر في القيم الدينية والاجتماعية والسياسية أي القيم الثقافية ككل المطروحة في المناهج التعليمية وتعزيزها على نحو يحمي الطلبة من سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.

7. ضرورة إشراك مؤسسات المجتمع المدني في عملية تعزيز القيم الثقافية لدى الأبناء.

8. زيادة فاعلية البرامج التربوية اللامنهجية على نحو يغذي القيم الثقافية بشكل عام.

9. إشراك المؤسسات الإعلامية بأنواعها وأشكالها كافة في تعزيز القيم الثقافية لدى المجتمع على نحو عام والطلبة والأبناء على نحو خاص، إن كان لها مردود سلبي وضعيف في تعزيز القيم الثقافية.

10. ضرورة تشكيل جسم حكومي خاص لمراقبة الإعلام الجديد أو الإعلام المجتمعي أو شبكات التواصل الاجتماعي لما به من خطورة على الوضع الفلسطيني في ظل الاحتلال القائم.

11. ضرورة القيام بدراسات مشابهة لهذه الدراسة ،على شرائح المجتمع المختلفة وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وماهي الإشباعات المتحققة لاتخاذ الاجراءات المناسبة لتلافي السلبيات وتعظيم الإيجابيات.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

أحمد، لطفي بركات. (1986م). *في فلسفة التربية*. (د. ط). الرياض: دار المريخ للنشر.

أسعد، عمر. (2011م). *العلاقة بين استخدم الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية: "دراسة على موقعي اليوتيوب والفيسبوك"* (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

بختي، إبراهيم. (2005م). *صناعة تكنولوجيات المعلومات والإتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء*. ورقة مقدمة الى المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الجزائر: جامعة ورقلة.

بدوي، أحمد. (1982م). معجم *مصطلحات العلوم الاجتماعية*. ط1. بيروت: مكتبة لبنان.

بشير، محمد. (2009، 1 أغسطس). *ما هو تويتر ؟! وكيف تستفيد منه؟*. تاريخ الاطلاع:15 فبراير 2016م، الموقع: مدونة الكاتب.(http://basheer.me/?p=117,).

بضياف، سهيلة. (2009م). *المدونات الإلكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والاشباعات* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

البطوش، عبدالقادر. (2007م). *مدى التزام طلبة الصف العاشر الأساسي بالقيم الاجتماعية الإسلامية من وجهة نظرهم وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مؤتة، الأردن.

تايه، عبدالله. (2006م). *الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون*. (د.ط). رام الله: دار الماجد للطباعة والنشر.

الجابري، محمد عابد وآخرون. (1997م). *ندوة وحدة الثقافة العربية وصمودها بوجه التحديات*. (د.ط). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

أبو جادو، صالح. (1998م). *سيكولوجية التنشئة الاجتماعية*. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الجامعة الإسلامية الالكترونية (2013م). محاضرات في مادة الثقافة الإسلامية الوحدة الأولى الثقافة. تاريخ الاطلاع: 25 مارس 2016م، الموقع: (http://demo1.nusrv.com)

جبر، عصام. (1995م). *القيم الاجتماعية المتضمنة في كتب التربية الإسلامية للمرحلة العليا من التعليم الأساسي من الصف الخامس وحتى العاشر في الأردن* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الأردنية، الأردن.

الجرادي، ناجي. (1998م). *تحليل القيم المتضمنة في كتب التربية الإسلامية للمرحلة الدنيا من التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية* (رسالة ماجستير غير منشورة). *الجامعة الأردنية*، الأردن.

جرار، ليلى. (2012م). *الفيسبوك والشباب العربي*. ط1. الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

جريدة *الرياض السعودية*. (2010م، السبت 30 يناير). المعلوماتية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت. العدد(15195)، ص12.

الجمال، رباب رأفت. (2013م). *أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي: "دراسة ميدانية "* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.

جمعة، أمجد. (2013م). *دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة": الواقع والآمال*. ورقة مقدمة الى المؤتمر الدولي الأول لعمادة شئون الطلبة، غزة: الجامعة الإسلامية.

الجمل، علي احمد. (1996م). *القيم ومناهج التاريخ الإسلامي*. ط1. القاهرة: عالم الكتب.

حريم، حسين.(1997م). *السلوك التنظيمي، سلوك الأفراد والمنظمات*. ط1. عمان: دار زهرة للنشر والتوزيع.

حسن، السيد الشحات أحمد. (1988م). *الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية*. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

حسن، حمدي.(1991م). *الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام*. ط1. القاهرة : دار الفكر العربي.

حسين، حمود عطا.(2001م). *القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية. (د.ط). الرياض*: مكتب التربية العربي لدول الخليج.

حسين، سمير محمد. (1999م). *بحوث الإعلام*: الأسس والمبادئ. ط3. القاهرة: عالم الكتب.

حسين، نازي إسماعيل. (1991م). *نظريات في فلسفة القيم*. ط1. القاهرة: مكتبة الحرية الحديثة.

أبو حشيش، حسن، وآخرون. (2014م). *أوراق عمل لمساق الصحافة الاستقصائية*. (د.ط) فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة.

حمودة، أحمد يونس. (2013م). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية* (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

خاطر، ترنيم زهدي. (2015م). *اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو خريص، هاني.(2015م). *ثورة 25 يناير وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الفيوم، مصر.

أبو خطوة، السيد، والباز، أحمد. (2014م). شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي 7* (15)، 187-225.

الدبيسي، عبد الكريم ، والطاهات، زهير. (2013م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية 40* (1)، 66-81.

الرازي، محمد بن أبي بكر. (1986م). *مختار الصحاح*. ط3. القاهرة: دار الحديث.

راضي، زاهر. (2003م). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، *مجلة التربية بجامعة عمان الأهلية*، ع(15)، 23-52.

الراوي، بشرى جميل. (2012م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، *مجلة جامعة بغداد*، ع(18)، 5-23.

رفاعي، أحمد محمد.(2014م). *العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

ريان، أحمد. (2001م). *خدمات الانترنت*. ط4. الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية.

زاهر، ضياء. (1996م). *القيم في العملية التربوية*.(ط1). القاهرة: مركز الكتاب للنشر.

الزبون، محمد سليم، وأبو صعيليك، ضيف الله عودة. (2014م). الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية بالجامعة الأردنية 7* (2)، 225-251.

زكي، وليد. (2012م). *نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيدولوجيا إلى المثودولوجيا*. (*د.ط*). *القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني*.

الزهراني، محسن بن جابر. (2013م). *دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة أم القرى، السعودية.

أبو زيد، طاهر.(2012م). *دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية "دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

ساق الله، مها. (2013م، 4 أكتوبر). *ماهية الإعلام الجديد*. تاريخ الاطلاع 15 فبراير 2016م، الموقع-(http://mahasaqallah.blogspot.com/2013/10/blog-post_3286.html,)

بن سعيد، محمد، ولحمر، عباس. (2005م، 12 – 13 نوفمبر). *تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتنمية الاقتصادية*، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.

سكيك، هشام أحمد. (2014م). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

سعيدة، إعراب .(2006).التكنولوجيا وتغيير القيم الثقافية والاقتصادية للموارد البشرية في المؤسسة الخاصة الجزائرية (رسالة ماجستير غير منشورة).جامعة منتوري قسطنطينة، الجزائر.

السويدي، وضحه. (1989م). *تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية*. الدوحة: دار الثقافة.

السيد، إبراهيم السيد. (2005م). *البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز "دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية"* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الزقازيق، مصر.

شتلة، ممدوح السيد، ومرعي حنان كامل. (2015م). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري، *دورية إعلام الشرق الأوسط*، ع(11)، 1-26.

الشرافي، رامي. (2012م). *دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني "دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

الشهري، حنان بنت شعشوع. (2012م). *أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.

شيخاني، سميرة. (2010م). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. *مجلة جامعة دمشق 26*(1)،435-480.

صادق، عباس مصطفى. (2011م). *الاعلام الجديد*: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. ط1. القاهرة: البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.

صادق، عباس. (2008م). *الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*.ط1. عمان: دار الشروق.

الصديق، حسين (2009م، 15 ديسمبر). *القيم الثقافية والتنمية البشرية، محاضرات في التنمية البشرية*. تاريخ الاطلاع: 25 فبراير 2016م، الموقع: (http://asseddik.com)

الصديق، حسين. (2009م). *القيم الثقافية والتنمية البشرية، محاضرات في التنمية البشرية*. (د.ط). سوريا: جامعة حلب.

صحيفة الوسط البحرينية. (2015م، الجمعة 4 سبتمبر). مواقع التواصل الاجتماعي تحكي واقعاً من الإبداع والاستغلال والانزلاق. العدد(4745)، ص9.

الصفدي، فلاح. (2015م). *استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أبو صلاح، صلاح. (2014م). *استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

صوكو، سهام.(2009م). *واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة منتوري، الجزائر.

طايع، سامي. (2001م). *بحوث الإعلام*. ط1. القاهرة: دار النهضة العربية.

الطائي، إيمان، والفلاحي حسن. (2006م). التكوين الاجتماعي والثقافي ودورهما في التنمية المستدامة، *مجلة البحوث التربوية والنفسية بجامعة بغداد*، ع(11)، 45-83.

الطرابشي، ميرفت، عبد العزيز السيد. (2006م). *نظريات الاتصال*. ط1. القاهرة: دار النهضة العربية.

طهطاوي، سيد أحمد.(1996م). *القيم التربوية في القصص القرآني*. ط1. مصر: دار الفكر العربي.

العاجز، فؤاد، والعمري، عطيه .(1999م). *القيم وطرق تعلمها وتعليمها*. ورقة مقدمة الى مؤتمر "القيم والتربية في عالم متغير، الأردن، جامعة اليرموك.

العادلي، مرزوق. (2004م). *الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباعات*. د.ط. القاهرة : دار الفجر.

عامر، فتحي. (2013م). *وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك*. ط1. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.

عبد الحسيب، محمد تيمور. (1997م). *الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال*. ط1. القاهرة: دار الشروق.

عبد الحميد، محمد. (2000م). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. ط3. القاهرة: دار عالم الكتب.

عبد الرازق، انتصار، والساموك، صفد. (2011م). *الإعلام الجديد وتطور الأداء والوظيفة*. ط1. بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.

عبد العزيز، كرسي نايف بن. (2015)م. *الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على السُّلَّم القيمي للشباب* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.

عبدالحميد، محمد. (2010م). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*. ط1. جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع.

عبيد، عاطف عدلي العبد. (2002م). *تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام*– الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

العلاونة، حاتم سليم. (2012م). *"دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري: دراسة ميدانية على النقابيين في أربد"*، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، عمان، جامعة فيلادلفيا.

عماري، فاطمة. (2012م). *استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي: حالة الفيس بوك* (رسالة ماجستير غير منشور). جامعة الجزائر، الجزائر.

عمر، أحمد. (1994م). *البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه*. (د.ط). بنغازي: جامعة قار يونس.

العمران، حمد إبراهيم. (2009م). *الويب 2.0 المفاهيم والتطبيقات*. ط1. الرياض: جمعية المكتبات والمعلومات السعودية.

العمري، أسماء. (2015م). درجة ممارسة القيم لدى طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر الطلبة أنفسهم. *مجلة العلوم التربوية بجامعة عمان الأهلية*، *42*(3)، 1069-1090.

عوض، حسني. (2012م). *أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي علار أنموذجاً*، ورقة مقدمة إلى مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، نابلس: جامعة القدس المفتوحة.

عيسى، محمد رفيق. (1984م). *توضيح القيم أم تصحيح القيم*. ط2. الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.

الغليلات، سامر رجا. (2008م). *استخدامات طلبة الجامعة الأردنية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

الفقيه، أروى. (2012م). *القيم*. (د.ط) السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

قطام، محمود سعود. (1410هـ). *دور التربية في مواجهة مظاهر صراع القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). الجامعة الأردنية، الأردن.

لونيس، باديس. (2008م). *جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في الاستخدامات والاشباعات* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة منتوري قسطنطينية، الجزائر.

مجاور، محمد صلاح الدين. (1969م). التربية الخلقية ومسئولية المدرسة فيها، *مجلة العربي الكويتية*،ع(133)، 80 -110.

مجمع اللغة العربية. (1979م). *المعجم الفلسفي*. (د.ط). القاهرة: مجمع اللغة العربية.

مجمع اللغة العربية. (2004م). *المعجم الوسيط*. (د.ط). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

محفوظ، محمد. (2000م). الحضور والمثاقفة – المثقف العربي وتحديات العولمة. (د.ط). المغرب: دار العلم للملايين.

مختار، جمال. (2008م). *حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق؟* (د.ط). القاهرة: مترو بول للطباعة.

مذكور، إبراهيم. (1975م). *معجم العلوم الاجتماعية*. ط1. القاهرة: الهيئة العامة للكتاب.

مسعود، أحمد طاهر. (2011م). *المدخل إلى علم الاجتماع العام*. الأردن: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.

مسكين، حسين. (1999م). الثقافة في زمن العولمة، *مجلة عالم الفكر الكويتية*، *28* (2)، 220-237 .

المشهداني، سعد. (2014م). *الصحافة العربية والدولية: المفهوم – الخصائص – المشاكل – النماذج – الاتجاهات*. ط1. العين: دار الكتاب الجامعي.

المصري، إيهاب، وعبدالرؤوف، طارق. (2012م). *القيم التربوية والأخلاقية*. ط1. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

الكافي، محمد.(2015). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي: دراسة ميدانية (رسالة دكتوراة منشورة). جامعة صنعاء، اليمن.

المصري، نعيم فيصل. (2014م). دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية"، *مجلة جامعة الأزهر*،*16*(2)، 283-312.

الطيار، فهد. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا): دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الامنية و التدريب،61(30)، 193-224.

مصطفى، رانيا. (2006م). *تأثير الدراما العربية والأجنبية المقدمة في القنوات الفضائية العربية على قيم واتجاهات الشباب العربي* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.

أبو معيزة، السعيد. (2006م). *أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة* (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

المقدادي، خالد. (2013م). *ثورة الشبكات الاجتماعية*. ط1. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.

مكاوي، حسن، والسيد، ليلى. (2003م). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. ط3. القاهرة: الدار المصرية.

منصور، أحمد. (2015م، 28 أبريل). *الإعلام الجديد المفهوم والتطور، مدونة الإعلام الجديد*. تاريخ الاطلاع:15 فبراير 2016م، الموقع: (http://ahmed20151982.blogspot.com /2015/04/blog-post_28.html,)

ابن منظور، جمال الدين محمد. (2009م). *لسان العرب*. ط2. القاهرة: دار المعارف للنشر والتوزيع.

موقع مركز الدراسات والبحوث الإنسانية. (2014م). *في ماهية القيم وفلسفتها*. تاريخ الاطلاع: 28 مارس 2016م، الموقع: (http://www.cerhso.com)

الناشف، عبد الملك. (1981م). *القيم وطرائق تعليمها وتعلمها*. (د.ط). الأردن: دائرة التربية والتعليم بوكالة الغوث.

نصر الدين، ناهد،(2000م). *توظيف القيم الفلسفية في تدعيم الإنتماء لدى الشباب،"دراسة ميدانية على بعض طلاب جامعة القاهرة* (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة .

نومار، مريم نريمان. (2012م). *استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الحاج لخضر، الجزائر.

وهبة، مراد. (2007م). *المعجم الفلسفي*. ط4. القاهرة: دار قباء للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Affleck, Janice. (2007). *Memory Capsules: Discursive interpretation of cultural heritage through digital media* (Unpublished Ph.D. Thesis). University of Hong Kong, China.

Al-Kaddam, Hamza Khalil. (2013). Impact of Social Networks on Interpersonal Communication of the Students University College Irbid Girls: Facebook as a Model. C*anadian Academy of Oriental and Occidental Culture Cross-Cultural Communication*, *9* (5) 17-22.

Bellarmine, A. (2013). Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited. *International Journal of Business and Social Science*, *4* (5), 27-34.

Danah, B., & Nicole E. (2007). Social network sites; Definition, history and scholar ship. *Journal of computer mediated communication*, *13* (1), 210-230.

Dorum, Kine. (2010). *The Effect of Online Social Networking on Facilitating Sense of Belonging among University Students Living Off Campus*. UK: University of Leicester.

Flew، Terry. (2008). *New media: An Introduction*. London: Oxford University Press.

Kirkpatrick, David. (2010). *The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World*. New York: Siman 8 Sehuster.

Madden, M. & Amanda L. (2007). *Teens, Social Media, and Privacy*. Washington: Harvard University.

Schwartz, S.H. (1992). *Basic human, values, theory*. Palestine: Hebrew university of Jerusalem.

ملاحق الدراسة

ملحق (1): الاستبيان

أخي الطالب / ة

تحية طيبة وبعد،،،

تتشرف الباحثة بأن تضع بين أيديكم استبانة بعنوان:

(استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على القيم الثقافية والاشباعات المتحققة)

وذلك للحصول على درجة الماجستير في الصحافة والإعلام، مع العلم بأن هذه الاستمارة ستخضع لسرية التامة ولن توظف خارج حدود البحث العلمي.

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير ،،،

الباحثة

عايدة أبو زايد

الجزء الأول: البيانات الأساسية

النوع الاجتماعي: ☐ ذكر ☐ أنثى

التخصص: ☐ علمي ☐ أدبي ☐ شرعي

☐ تجاري ☐ مهني

مكان السكن: ☐ الشمال ☐ غزة ☐ الوسطى

☐ خانيونس ☐ رفح

الجزء الثاني: أبعاد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية

البعد الأول: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي

1- هل لديك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم ☐ لا

(إذا كانت الإجابة بـ "لا" أجب عن السؤال الثاني وسلم الاستمارة) أما إذا كانت إجابتك "بنعم" فانتقل إلى الثالث.

2- ما أسباب عدم وجود حساب لك على شبكات التواصل الاجتماعي؟ "يمكن اختيار أكثر من إجابة"

☐ لا تتوفر لدي خدمة الانترنت ☐ لأنها تشغلني عن دراستي

☐ ليس لدي المهارات الكافية لاستخدام هذه الشبكات ☐ غير آمنة الاستخدام ولا تراعي خصوصية

☐ لست مقتنعاً بجدواها وأهميتها ☐ قيود من الأهل على استخدام هذه الشبكات

أخرى، يرجى ذكرها: .....

3- ما معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ يومياً ☐ أكثر من مرة في الأسبوع ☐ مرة كل أسبوعين ☐ أقل من ذلك

4- ما عدد الساعات التي تقضيها على شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات

☐ من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات ☐ من 6 ساعات فأكثر

5- ما الأوقات المفضلة لديك عند لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ في الصباح ☐ في وقت الظهيرة ☐ في المساء

☐ الفترة المتأخرة من الليل ☐ لا يوجد وقت محدد

6- ما أماكن استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟ (بإمكانك اختيار أكثر من إجابة)

☐ المنزل ☐ المدرسة ☐ مقاهي الانترنت

☐ الكافيتريات والمطاعم ☐ أخرى، يرجى ذكرها.....

7- ما الوسائل المستخدمة في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي؟ "يمكنك اختيار أكثر من إجابة"

☐ اللاب توب ☐ كمبيوتر مكتبي ☐ الإيباد أو التابليت ☐ الهاتف المحمول

8- استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام يكون عبر:

☐ اسم مستعار ☐ اسمك الحقيقي

☐ بعض الشبكات اسم مستعار وبعضها اسم حقيقي ☐ أخرى، يرجى ذكرها .....

(إذا كانت الإجابة "اسم حقيقي" انتقل إلى سؤال رقم "9" من فضلك)

9- ما سبب استخدامك لاسم مستعار على شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ ظهوري المستعار يعطيني حرية في التعبير عن آرائي ووجهة نظري في القضايا المطروحة

☐ ظهور الفتاة بالهوية الحقيقية يعد تجاوزاً اجتماعياً

☐ التأثر بشخصيات معينة سواء تاريخية أو معاصرة وحب الظهور بأسمائها

☐ عدم ثقتي بقدرتي على الكتابة بشكل قوي

☐ أخشى التهكم الاجتماعي والنقد اللاذع أثناء مشاركاتي المختلفة

☐ أخرى، يرجى ذكرها:.....

10 – هل ثمة قيود على استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم ☐ لا

(إذا كانت الإجابة بـ"لا" انتقل إلى السؤال رقم "11" من فضلك)

11– ما هي نوعية هذه القيود: "بإمكانك اختيار أكثر من إجابة"

☐ قيود عائلية ☐ قيود مادية ☐ قيود مجتمعية

☐ قيود دينية ☐ قيود ذاتية ☐ أخرى، يرجى ذكرها .....

12– ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ عالية جداً ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة

☐ منخفضة جداً

13– ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟ (ممكن اختيار أكثر من بديل)

☐ الفيس بوك ☐ تويتر ☐ اليوتيوب

☐ جوجل بلس ☐ لينكد إن ☐ المدونات

☐ أخرى حدد: .....

14– حدد أهم الموضوعات التي تتابعها في شبكات التواصل الاجتماعي(يمكن اختيار أكثر من إجابة).

☐ السياسية ☐ الدينية ☐ الرياضية

☐ الاجتماعية ☐ الاقتصادية ☐ التعليمية

☐ التسويقية ☐ التكنولوجية ☐ الصحية

☐ الشبابية ☐ شؤون المرأة ☐ الطفل

أخرى حدد: .....

15– هل تتفاعل مع زملائك بالمدرسة وتتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم ☐ أحياناً ☐ لا

إذا كانت إجابتك (بنعم) أو (أحياناً) أجب عن السؤال رقم (15)، أما إذا كانت (لا) فانتقل للسؤال رقم (16).

16- ما الموضوعات التي تتحدث مع زملائك حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ الدراسة ☐ الحياة اليومية ☐ مواضيع ثقافية

☐ مواضيع سياسية ☐ مواضيع اجتماعية ☐ أخرى/ أذكرها:

17- هل أثر استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على مستوى تحصيلك الدراسي بشكل سلبي؟

☐ نعم ☐ لا

18- ما هي دوافع استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ دوافع تعليمية للدراسة

☐ الحصول على المعلومات والمعارف العامة

☐ بناء علاقات جديدة وصداقات

☐ تواصل مع الأصدقاء والمعارف

☐ قضاء وقت الفراغ

☐ أخرى، يرجى ذكرها:.....

19- ما أهم القضايا الثقافية التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ قضايا اجتماعية ☐ قضايا سياسية ☐ قضايا دينية

☐ قضايا تربوية ☐ قضايا اقتصادية ☐ قضايا ترفيهية

☐ أخرى حدد: .....

20- ما الأساليب التي يستخدمها طلبة الثانوية العامة في شبكات التواصل الاجتماعي؟

☐ الصور ☐ النقاشات والتعليقات ☐ الفيديوهات

☐ استطلاعات الرأي ☐ روابط المواقع ☐ الرسائل

☐ الكتابة على الحائط ☐ الدردشة ☐ محادثات الصوت والصورة

أخرى حدد: .....

البعد الثاني: الاشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية

م	الموضوع	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً
.1	يستغلها الطلبة في نشر أفكارهم وتوجهاتهم السياسية					
.2	يوظفها الطلبة في الدعوة للتضامن مع قضية سياسية					
.3	يمارس الطلبة من خلالها المعنى الفعلي للتعددية الحزبية					
.4	يدعو الطلبة عبرها لتحقيق المصالحة وإنهاء الانقسام					
.5	يستغلها الطلبة لفضح ممارسات الاحتلال وانتهاكاته					
.6	ينتقد الطلبة عبرها السياسات الحكومية في غزة والضفة					
.7	يشارك الطلبة في تفعيل قضايا الصراع الفلسطيني الإسرائيلي كالقدس واللاجئين والأسرى..الخ عبرها					
.8	يدعو الطلبة من خلالها لإجراء انتخابات رئاسية وتشريعية ومحلية.					
.9	زادت شبكات التواصل من متابعة الطلبة للقضايا الوطنية والعربية					
.10	عززت مشاركة الطلبة في تنمية الوطن وتطويره					
.11	يعبر الطلبة من خلالها عن رأيهم بحرية في المواقف السياسية المختلفة					
.12	يعزز الطلبة عبرها مفاهيم الوحدة الوطنية					
.13	عززت احترام الطلبة للفصائل والتنظيمات الفلسطينية					
.14	يعتز الطلبة بالمقاومة الفلسطينية ويدعموها عبر الشبكة					
.15	يحمل الطلبة مسئولية الحصار وما نتج عنه للمقاومة الفلسطينية					

البعد الثالث: الاشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية

م	الموضوع	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً
1.	عززت شبكات التواصل تواضع الطلبة مع الآخرين					
2.	عززت شبكات التواصل استماع الطلبة إلى حديث الآخرين بأدب وبتركيز					
3.	أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في قول الطلبة الحق مهما كانت النتيجة					
4.	شجعت شبكات التواصل مشاركة الطلبة الناس أفراحهم وأحزانهم					
5.	ترسخ لدى الطلبة تقديم العون والمساعدة للآخرين عند الحاجة					
6.	تنمي شبكات التواصل إيمان الطلبة بالمساواة بين الذكر والأنثى في التعامل داخل الأسرة					
7.	يتجنب الطلبة تجريح الآخرين وسوء الظن بهم في شبكات التواصل الاجتماعي					
8.	يقلد الطلبة الثقافات الغربية عبر الشبكات					
9.	تعيق شبكات التواصل الطلبة من المحافظة على التقاليد والعادات الفلسطينية					
10.	تقلل من الدفء والترابط الاجتماعي والأسري					
11.	شبكات التواصل الاجتماعي تعيق زيارة الأرحام بشكل دوري مستمر					
12.	يفضل الطلبة تكوين صداقات على شبكات التواصل أفضل من الصداقات المجتمعية					
13.	شبكات التواصل الاجتماعي تجعل الطلبة يواجهون مشكلات الحياة بدلاً من الهروب منها					
14.	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى الإبداع لدى الأفراد					

البعد الرابع: الاشباعات المتحققة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية

م	الموضوع	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً
.1	تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على محافظة الطلبة على أداء الصلوات الخمس في مواعيدها					
.2	يقتدي الطلبة برسول الله (صلى الله عليه وسلم) في تعاملهم مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي					
.3	زادت شبكات التواصل الاجتماعي بريّ بوالدي وحرصي على رضاهما					
.4	لا يحرص الطلبة على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في شبكات التواصل الاجتماعي حفاظاً على خصوصية الآخرين					
.5	يرفض الطلبة الصداقة مع الجنس الآخر في شبكات التواصل					
.6	عززت شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الاختلاط بين الجنسين ولا يجدون حرجاً في الاختلاط					
.7	يحافظ الطلبة في شبكات التواصل الاجتماعي على حقوق الآخرين ومعتقداتهم الدينية					
.8	تعزز شبكات التواصل الاجتماعي مشاعر المحبة والأخوة لدى الطلبة					
.9	لا يستغل الطلبة شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالقيم الإسلامية والدين الإسلامي					
.10	لا يتجنب الطلبة تبادل مقاطع الفيديو والصور التي تتنافى مع الدين الإسلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي					
.11	عززت شبكات التواصل الاجتماعي قبول الطلبة الأفكار الغربية حول تحرر المرأة في لبسها والحريات الممنوحة لها					
.12	تعزز شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة عدم انتهاك الخصوصية					
.13	تحث مواقع التواصل الاجتماعي الطلبة الابتعاد عن النفاق والكذب في التعامل مع الأشخاص					
.14	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الطلبة للشائعات والتشهير بالآخرين.					
.15	يستغل الطلبة شبكات التواصل الاجتماعي بأسماء وهمية لكسب صداقات من الجنس الآخر					

ما أهم المقترحات من وجهة نظرك التي تقدمها لشبكات التواصل الاجتماعي للمحافظة على القيم الثقافية؟

.....

.....

.....

.....

.....

انتهت الأسئلة،،،

الباحثة