



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم: العلوم الاجتماعية



تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية داخل الأسرة الجزائرية -ولاية سكيكدة أنموذجا-

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه (ل. م. د) في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:
أ. د. بومنجل فوزي

إعداد الطالبة:
سعيدة فاطمة الزهراء

أعضاء لجنة المناقشة:

العضو	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.د. كيجل مصطفى	أستاذ التعليم العالي	جامعة سكيكدة	رئيسا
أ.د. بومنجل فوزي	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة	مشرفا ومقررا
د. العيد عماد	أستاذ محاضر -أ-	جامعة سكيكدة	عضوا مناقشا
د. بودرمين محمد	أستاذ محاضر -أ-	جامعة سكيكدة	عضوا مناقشا
أ.د. ملياني نادية	أستاذ التعليم العالي	جامعة عنابة	عضوا مناقشا
أ.د. بن صويلح ليليا	أستاذ التعليم العالي	جامعة قالمة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية:

2024/2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم علم الاجتماع

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية داخل الأسرة الجزائرية - لالة سكيكدة أنه نحا -

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه (ل-م-د) في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:
أ. د. بومنجل فوزي

إعداد الطالبة:
سعيدة فاطمة الزهراء

أعضاء لجنة المناقشة:

العضو	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.د. كيجل مصطفى	أستاذ التعليم العالي	جامعة سكيكدة	رئيسا
أ.د. بومنجل فوزي	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة	مشرفا ومقررا
د. العيد عماد	أستاذ محاضر -أ-	جامعة سكيكدة	عضوا مناقشا
د. بودرمين محمد	أستاذ محاضر -أ-	جامعة سكيكدة	عضوا مناقشا
أ.د. ملياني نادية	أستاذ التعليم العالي	جامعة عنابة	عضوا مناقشا
أ.د. بن صويلح ليليا	أستاذ التعليم العالي	جامعة قالمة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية:

2024/2023



شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين

سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين،

وبعد

فإنني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي

إنجاز هذا العمل بفضل، فله الحمد أولاً وآخرأ

أما بعد:

أتوجه بالشكر خاص إلى الأستاذ المشرف: البروفيسور

بومنجل فوزي

الذي لم يبخل علي بالتوجيه والنصح

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى كل من ساهم

في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد



إهداء

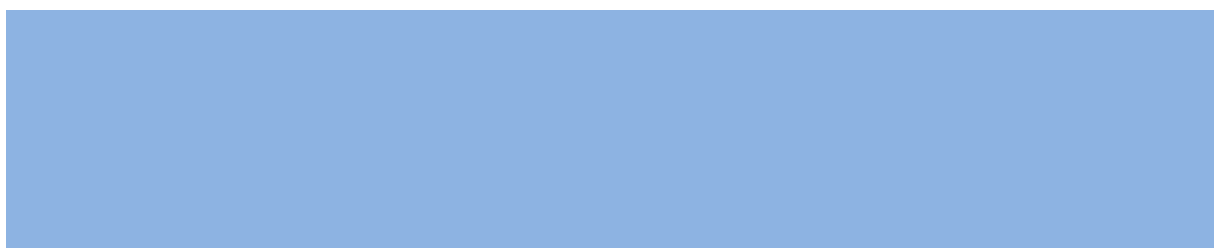
حمداً لله على هذا التخرج والنجاح

وعظيم الشكر والامتنان إلى:

أبي وأمي قرّة عيني.



ملخص الدراسة



المخلص باللغة العربية

هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والاجتماعية والثقافية لدى عينة من الأسر الجزائرية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بولاية سكيكدة ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة تم اعتماد الباحثة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة. وتكونت عينة الدراسة من (427) مفردة من خلال تطبيق أداة الاستمارة الالكترونية لجمع البيانات من المبحوثين مكونة من (65) سؤال، وقد تم معالجة هذه البيانات وتحليل استجابات المبحوثين وفق برنامج التحليل الاحصائي (spss25) .

وأظهرت النتائج أن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للأسرة الجزائرية كانت عالية، حيث أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي وجودها الفعال وسط الأسر الجزائرية عند جنس الاناث وعلى مستوى الفئة العمرية (20- 29) وفئة المستوى التعليمي الجامعي، كما أشارت النتائج إلى أن استجابات المبحوثين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كانت مرتفعة، وتساوى المحتوى الاجتماعي والثقافي والديني، وخلصت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لها انعكاسات واسعة على العلاقات الاسرية ويأتي هذا من الاستخدام المفرط لهذه الشبكات.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، القيم الدينية، القيم الاجتماعية، القيم الثقافية، الأسرة الجزائرية.

Abstract

The aim of the study to detect the impact of social networking nets on religious, social and cultural values in a sample of Algerian families social networking users in Skikda and for the purposes of the study. The researcher was adopted on the sample of the social surface approach, the sample of the study was 412 performed through the application of the electronic form of data collection of respondents from 65 questions, and these data have been processed and analysts responding responses according to the SPSSV25. The results showed that the degree of impact of social networking nets on the Algerian family of the Algerian family was high, where social networks have effective presence in the Algerian households at the sex of the female and the level of age group (29/20) and the level of the University's educational level. The results respondents to the use of social networks are high and equal to social networking and cultural and religious, and the study concluded that social networks have reversal to the broad family relations and this is from the excessive use of these networks.

Keywords: Social networks, religious values, social values, cultural values, Algerian family

فهرس المحتويات

شكر وعرهان

إهداء

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

ملخص الدراسة

مقدمة أ

الجانأ النظري

الفصل الأول: الاطار التصوري للدراسة

1-1- تحديد الاشكالية: 6

1-2- صياغة الفرضيات: 8

1-3- أسباب اختيار الموضوع: 9

1-4- أهمية الدراسة: 9

1-5- أهداف الدراسة: 10

1-6- تحديد مفاهيم الدراسة: 10

1-7- الدراسات السابقة: 16

1-8- المقاربة النظرية للدراسة: 20

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد: 25

1-2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي: 26

2-2- التقنيات الاتصالية المكونة لشبكات التواصل الاجتماعي: 28

2-3- خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي: 31

- 334-2-خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:
- 345-2-أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:
- 436-2-التأثيرات الإيجابية والسلبية للشبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة و المجتمع
- 48خلاصة:

الفصل الثالث: المنظومة القيمية

- 51تمهيد:
- 523-1-القيم حسب مختلف العلوم والفلسفات:
- 573-2-القيم وعلاقتها ببعض المفاهيم :
- 613-3-خصائص القيم:
- 633-4-أهمية القيم:
- 653-5-تصنيفات القيم:
- 663-6-وظائف القيم:
- 683-7-مكونات القيم:
- 693-8-مصادر القيم:
- 733-9-مستويات القيم :
- 753-10-الثقافة القيمية في زمن شبكات التواصل الاجتماعي
- 763-11-آفاق منظومة القيم في المجتمع الجزائري المعاصر:
- 80خلاصة:

الفصل الرابع: الأسرة الجزائرية

- 83تمهيد:
- 844-1-لمحة عن تطور الأسرة الجزائرية:
- 874-2-أنواع الأسرة الجزائرية:

89	3-4- خصائص الأسرة الجزائرية:
95	4-4- أهمية الأسرة:
96	4-5- وظائف الأسرة:
100	4-6- العوامل المؤثرة في التحولات الأسرية:
104	4-7- تغير منظومة القيم في الاسرة الجزائرية:
106	4-8- واقع العلاقات الأسرية في ظل شبكات التواصل الإجتماعي:
109	خلاصة:

الاطار التطبيقي

الفصل الخامس: الاجراءات المنهجية للدراسة

112	تمهيد
114	5-1- مجالات الدراسة:
116	5-2- مجتمع الدراسة والعينة المختارة:
116	5-3- منهج الدراسة :
117	5-4- أدوات جمع البيانات:
125	خلاصة:

الفصل السادس: تحليل البيانات وعرض النتائج

128	6-1- تحليل وتفسير البيانات:
201	6-2- عرض النتائج:
223	خاتمة:
227	قائمة المصادر والمراجع:
239	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
الجدول رقم 1:	يمثل خاصية معرفة الموقع	31
الجدول رقم 2:	أمثلة عن بعض الشبكات الاجتماعية	34
الجدول رقم 3:	يوضح أمثلة للشبكات إعلامية	41
الجدول رقم 4:	يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية	119
الجدول رقم 5:	يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية	120
الجدول رقم 6:	يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية	120
الجدول رقم 7:	يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ	121
الجدول رقم 8:	يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ	121
الجدول رقم 9:	يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ	122
الجدول رقم 10:	يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ	122
الجدول رقم 11:	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	128
الجدول رقم 12:	توزيع أفراد العينة حسب السن	129
الجدول رقم 13:	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	130
الجدول رقم 14:	توزيع أفراد العينة حسب الطبيعة السكن	130
الجدول رقم 15:	توزيع أفراد العينة حسب المؤهلات العلمية	131
الجدول رقم 16:	توزيع أفراد العينة حسب الشبكة التي يمتلكون بها حساب	132
الجدول رقم 17:	توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	133
الجدول رقم 18:	توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية التي يقضيها المبحوث أثناء تصفحه لهذه الشبكات	134
الجدول رقم 19:	توزيع أفراد العينة حسب الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	136
الجدول رقم 20:	توزيع أفراد العينة حسب محتوى الصور والفيديوهات التي يتبعها المبحوث عبر شبكات التواصل الاجتماعي	137

- الجدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القضايا في مضامين شبكات التواصل الاجتماعي 138
- الجدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب اللغة المفضلة للمبحوث أثناء استخدامه شبكات التواصل الاجتماعي 139
- الجدول رقم 23: توزيع أفراد العينة حسب المستوى اللغوي المعتمد 140
- الجدول رقم 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب اختيار نوع التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي 141
- الجدول رقم 25: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية 142
- الجدول رقم 26: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية 143
- الجدول رقم 27: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي على الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة 144
- الجدول رقم 28: يبين توزيع أفراد العينة حسب سعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين 145
- الجدول رقم 29: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته 146
- الجدول رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية 147
- الجدول رقم 31: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع 149
- الجدول رقم 32: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين 150
- الجدول رقم 33: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم 151
- الجدول رقم 34: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع 152
- الجدول رقم 35: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية 154

- الجدول رقم 36: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية ----- 155
- الجدول رقم 37: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية ----- 156
- الجدول رقم 38: يبين توزيع أفراد العينة حسب إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة - 158
- الجدول رقم 39: يبين توزيع أفراد العينة حسب تذكير شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية ----- 159
- الجدول رقم 40: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مجالاً للتعبير عن المكبوتات ----- 160
- الجدول رقم 41: يبين توزيع أفراد العينة حسب استباحة شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعياً ----- 161
- الجدول رقم 42: يبين توزيع أفراد العينة حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل ----- 163
- الجدول رقم 43: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري ----- 164
- الجدول رقم 44: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية ----- 165
- الجدول رقم 45: يبين توزيع أفراد العينة حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي ----- 166
- الجدول رقم 46: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع ----- 167
- الجدول رقم 47: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي ----- 168
- الجدول رقم 48: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية ----- 169

- الجدول رقم 49: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع ----- 170
- الجدول رقم 50: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية ----- 171
- الجدول رقم 51: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة ----- 172
- الجدول رقم 52: يبين توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء ----- 173
- الجدول رقم 53: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع ----- 175
- الجدول رقم 54: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين ----- 176
- الجدول رقم 55: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد ----- 177
- الجدول رقم 56: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية ----- 178
- الجدول رقم 57: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية ----- 179
- الجدول رقم 58: يبين توزيع أفراد العينة حسب اشعار شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع ----- 180
- الجدول رقم 59: يبين توزيع أفراد العين حسب حفاظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة ----- 181
- الجدول رقم 60: يبين توزيع أفراد العينة حسب احداث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية ----- 182
- الجدول رقم 61: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية ----- 183

- الجدول رقم 62: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تتضمن تنوعا ثقافيا من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين ----- 185
- الجدول رقم 63: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافي المحلي والعالمي----- 186
- الجدول رقم 64: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها ----- 187
- الجدول رقم 65: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها----- 188
- الجدول رقم 66: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي تهدف لحماية التراث المادي والاعتزاز به ----- 189
- الجدول رقم 67: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعادات والتقاليد والأعراف----- 191
- الجدول رقم 68: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلال احياء المناسبات والأعياد ----- 192
- الجدول رقم 69: يبين توزيع أفراد العينة حسب اظهار شبكات التواصل الاجتماعي مدى تقييد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية ----- 193
- الجدول رقم 70: يبين توزيع أفراد العينة حسب انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي ----- 194
- الجدول رقم 71: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية ----- 195
- الجدول رقم 72: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غربية والتي تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك...الخ----- 196
- الجدول رقم 73: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف ----- 198
- الجدول رقم 74: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية ----- 199

- الجدول رقم 75: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية ----- 201
- الجدول رقم 76: يمثل اختبار تي تست لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة ----- 206
- الجدول رقم 77: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للمحور الثاني شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية ----- 206
- الجدول رقم 78: يمثل اختبار تي تست لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة ----- 211
- الجدول رقم 79: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية ----- 212
- الجدول رقم 80: يمثل اختبار تي تست لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة ----- 217

فهرس الأشكال

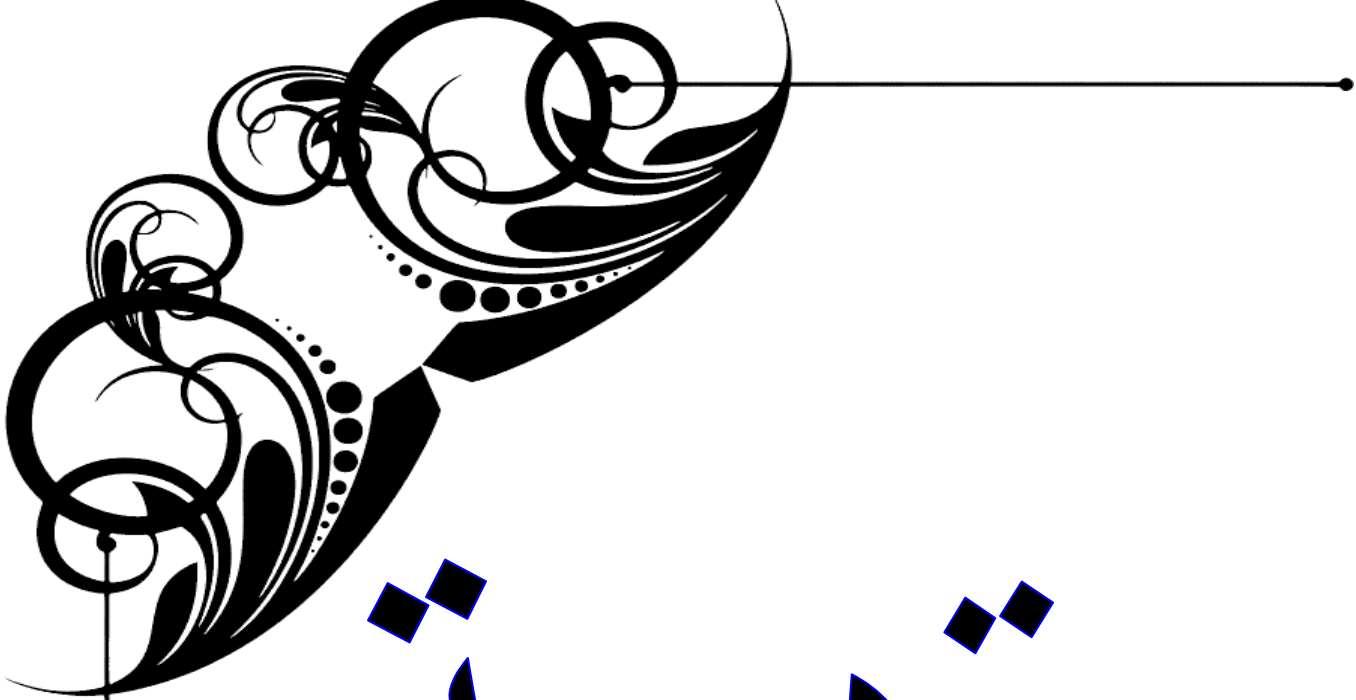
رقم الشكل	العنوان	الصفحة
الشكل رقم 1:	يوضح المكونات والعناصر الاساسية للعينة	69
الشكل رقم 2:	يبين مصادر القيم	73
الشكل رقم 3:	يبين مستويات القيم	75
الشكل رقم 4:	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	128
الشكل رقم 5:	توزيع أفراد العينة حسب السن	129
الشكل رقم 6:	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	130
الشكل رقم 7:	توزيع أفراد العينة حسب الطبيعة السكن	131
الشكل رقم 8:	توزيع أفراد العينة حسب المؤهلات العلمية	132
الشكل رقم 9:	توزيع أفراد العينة حسب الشبكة التي يمتلكون بها حساب	133
الشكل رقم 10:	توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	134
الشكل رقم 11:	توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية التي يقضيها المبحوث أثناء تصفحه لهذه الشبكات	135
الشكل رقم 12:	توزيع أفراد العينة حسب الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	136
الشكل رقم 13:	توزيع أفراد العينة حسب محتوى الصور والفيديوهات التي يتبعها المبحوث عبر شبكات التواصل الاجتماعي	138
الشكل رقم 14:	توزيع أفراد العينة حسب نوع محتويات شبكات التواصل الاجتماعي	139
الشكل رقم 15:	توزيع أفراد العينة حسب اللغة المفضلة للمبحوث أثناء استخدامه شبكات التواصل الاجتماعي	140
الشكل رقم 16:	توزيع أفراد العينة حسب المستوى اللغوي المعتمد على أي أساس تختار من تتفاعل معهم في شبكات التواصل الاجتماعي؟	141
الشكل رقم 17:	يبين توزيع أفراد العينة حسب اختيار نوع التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي	142

- الشكل رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية-----143
- الشكل رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية - 144
- الشكل رقم 20: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة-----145
- الشكل رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب سعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين-----146
- الشكل رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته-----147
- الشكل رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية-----148
- الشكل رقم 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع-----150
- الشكل رقم 25: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على البر و طاعة الوالدين-----151
- الشكل رقم 26: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم-----152
- الشكل رقم 27: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع-----153
- الشكل رقم 28: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية-----155
- الشكل رقم 29: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية-----156
- الشكل رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية-----157

- الشكل رقم 31: يبين توزيع أفراد العينة حسب اتاحة شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة ----- 159
- الشكل رقم 32: يبين توزيع أفراد العينة حسب تذكير شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية ----- 160
- الشكل رقم 33: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مجالا للتعبير عن المكبوتات ----- 161
- الشكل رقم 34: يبين توزيع أفراد العينة حسب استباحة شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعيا ----- 162
- الشكل رقم 35: يبين توزيع أفراد العينة حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي ----- 164
- الشكل رقم 36: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري ----- 165
- الشكل رقم 37: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية ----- 166
- الشكل رقم 38: يبين توزيع أفراد العين حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي ----- 167
- الشكل رقم 39: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع ----- 168
- الشكل رقم 40: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي ----- 169
- الشكل رقم 41: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية ----- 170
- الشكل رقم 42: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع ----- 171
- الشكل رقم 43: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية ----- 172

- الشكل رقم 44: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة-----173
- الشكل رقم 45: يبين توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء-----174
- الشكل رقم 46: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع-----175
- الشكل رقم 47: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين-----176
- الشكل رقم 48: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد-----177
- الشكل رقم 49: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية-----178
- الشكل رقم 50: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية-----179
- الشكل رقم 51: يبين توزيع أفراد العينة حسب اشعار شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع-----181
- الشكل رقم 52: يبين توزيع أفراد العين حسب حافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة-----182
- الشكل رقم 53: يبين توزيع أفراد العينة حسب احداث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية-----183
- الشكل رقم 54: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية-----184
- الشكل رقم 55: يبين توزيع أفراد العينة حسب تضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعا ثقافيا من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين-----186
- الشكل رقم 56: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافي المحلي والعالمي-----187

- الشكل رقم 57: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها ----- 188
- الشكل رقم 58: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها----- 189
- الشكل رقم 59: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي تهدف لحماية التراث المادي والاعتزاز به----- 190
- الشكل رقم 60: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعادات والتقاليد والأعراف----- 191
- الشكل رقم 61: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلال أعياء المناسبات والأعياد ----- 193
- الشكل رقم 62: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تُظهر مدى تقيد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية ----- 194
- الشكل رقم 63: يبين توزيع أفراد العينة حسب انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي ----- 195
- الشكل رقم 64: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية ----- 196
- الشكل رقم 65: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غربية والتي تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك...الخ-- 197
- الشكل رقم 66: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف----- 199
- الشكل رقم 67: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية ----- 200



مقدمة

مقدمة

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تحولا بارزا في بنية العلاقات الاجتماعية وشبكاتنا من خلال التأثير على القيم المجتمعية لأفراد الوطن وسلوكياتهم المختلفة، فشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب دورا كبيرا ومتعاظما في جميع المجالات خاصة منها الاجتماعية والثقافية والدينية بكل أشكالهم وأبعادهم، باعتبار أنها مرتبطة ارتباطا وثيقا بثقافة منتجها وقيمه، وبالتالي سيكون لها انعكاس على الأسرة والتنشئة الاجتماعية من خلال مضامينها ومحتوياتها الاعلامية .

فشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم من أهم منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال والأداة الأقوى في ربط أفراد المجتمع ببيئتهم الاجتماعية والثقافية والدينية وبذلك فهي معنية بصناعة النماذج السلوكية التي تصور ادوار ومهام الأفراد بهدف توجيه سلوكهم. فبروز شبكات التواصل الاجتماعي والتطور المذهل لتكنولوجيا الاعلام والاتصال دفع بالكثيرين للتساؤل عن درجة التأثير الفعلي لهذه الشبكات في الوقت الراهن في الحياة الاجتماعية ومدى تأثيرها على الأفكار والقيم والاتجاهات

والسلوك

تعتبر الأسرة بيئة هامة لتنشئة الأفراد وتعليمهم حيث يتم نقل القيم والمعتقدات والثقافة من جيل الى آخر وتعزز الانتماء والتماسك الاجتماعي، كما تختلف تركيبة الأسرة وتنظيمها من ثقافة الى أخرى ومن مجتمع الى آخر، وتعد الأسرة أيضا مؤسسة اجتماعية هامة حيث يتم فيها توزيع المهام والمسؤوليات وتقديم الدعم المادي والعاطفي. فمنذ الظهور الأول لشبكات التواصل الاجتماعي لعبت الأسرة دورا هاما في التفاعل مع هذه الشبكات والاندماج فيها، حيث تشير الاحصائيات الى أن نسبة كبيرة من الأسر الجزائرية لديها حسابات على منصات التواصل الاجتماعي لتعدد وتنوع استخداماتها.

وبناء على ما سبق ذكره قمنا بمعالجة عدة جوانب في دراستنا هذه محاولة منا تغطية نطاقها منهجيا ومعرفيا وميدانيا على النحو التالي:

الفصل الأول: وهو الاطار التصوري للدراسة أين قمنا بصياغة وابرار الهاجس وراء هذا البحث واسباب اختيار الموضوع إلى جانب الأهداف والأهمية والمصطلحات الأساسية لمتغيرات الدراسة، وكذلك عرض الدراسات السابقة ولأما النظرية المتبناة فقد استندنا إلى نظرية الحتمية التكنولوجية .

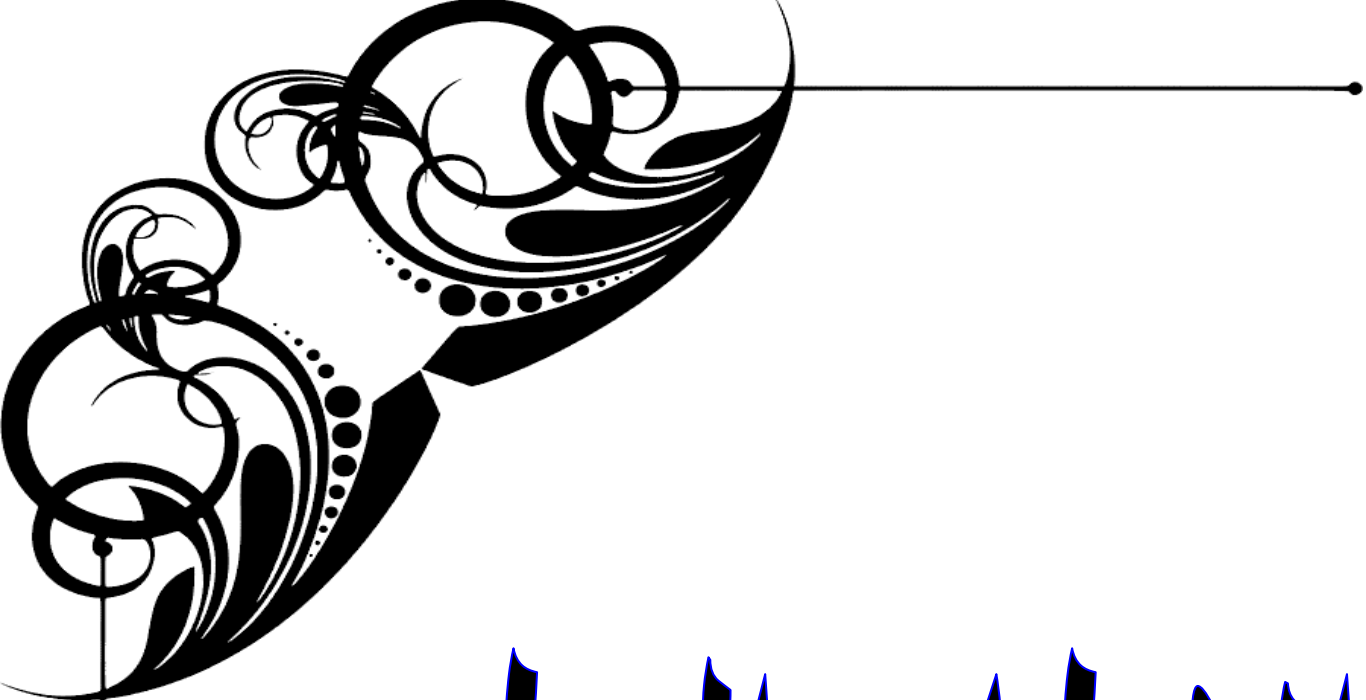
الفصل الثاني: يضم شبكات التواصل الاجتماعي والذي تم فيه التطرق إلى نشأة شبكات التواصل الاجتماعي و التقنيات الاتصالية المكونة لها ثم ذكر خصائصها ومميزاتها، أنواعها وبشيء من التفصيل تناولنا أهم هذه الشبكات والتي تم التركيز عليها باعتبارها أكثر استخداما وانتشارا .

الفصل الثالث: وقد خصص لدراسة المنظومة القيمية وتضمن تمهيدا للفصل ثم تطرقنا فيه إلى القيم حسب مختلف العلوم والتصنيفات والقيم وعلاقتها ببعض المفاهيم ثم ذكر خصائصها، أهميتها، وظائفها، مكوناتها، مصادرها، مستوياتها ثم تناولنا الثقافة القيمية في زمن الشبكات التواصل الاجتماعي وحاولنا التركيز على أهم آفاق منظومة القيمة في المجتمع الجزائري المعاصر.

الفصل الرابع: ويأتي هذا الفصل تحت عنوان الأسرة الجزائرية ويشمل هو الآخر على مجموعة من العناصر المهمة وهي كآآتي: لمحة تاريخية عن تطور الأسرة الجزائرية، أنواعها، خصائصها، أهميتها، وظائفها تطرقنا أيضا في هذا الفصل إلى العوامل المؤثرة في التحولات الأسرية داخل المجتمع الجزائري، تغير منظومة القيم في الأسرة الجزائرية وفي الأخير رصد واقع العلاقات الأسرية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الخامس: تضمن الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من خلال تحديد مجالات الدراسة ثم عينة مجتمع الدراسة، المنهج الذي تم اعتماده وهو منهج المسح الاجتماعي بالعينة الذي ينتمي للدراسات الوصفية ثم أدوات جمع البيانات وكذا الأساليب الاحصائية المعتمدة عليها للتحقق من فرضيات الدراسة.

الفصل السادس: تضمن عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل اليها من خلال الدراسة الحالية في ضوء الفرضيات والأهداف والدراسات السابقة، تم اختتمت الدراسة بخاتمة عامة وتليها قائمة المراجع والملاحق.



الإطار النظري



الفصل الأول:
الإطار التصوري للدراسة

الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة

1-1- تحديد الاشكالية

1-2- الفرضيات

1-3- أسباب اختيار الموضوع

1-4- أهداف الدراسة

1-5- أهمية الدراسة

1-6- تحديد مفاهيم الدراسة

1-7- الدراسات السابقة

1-8- المقاربة النظرية للدراسة

1-1- تحديد الاشكالية:

تعتبر الأسرة المؤسسة الاجتماعية الأولى في البناء الاجتماعي والعلاقات الإنسانية، خاصة وأن الإنسان مهما كان جنسه أو عقيدته أو لونه لا يستطيع العيش لوحده ولا تستقر حياته إلا إذا تواجد ضمن مجموعة من الأفراد يتم التعاون بينهم لتحقيق احتياجاتهم الأساسية والمتجددة حسب الزمان والمكان، ودفع ما يلحق بهم من مخاطر وتهديدات في إطار اجتماعي متماسك له مرجعية ثقافية وحضارية، وقيم ومبادئ وأهداف وطنية وإنسانية.

فترقية المجتمع والمحافظة على تماسكه وأمنه وتطوره في كل المجالات يتوقف على الأسرة بالدرجة الأولى ومدى استقرارها ومساهمتها في التنمية الاجتماعية والثقافية. كما يتوقف أيضا على طبيعة العلاقة الجدلية القائمة على التأثير والتأثر بين الأسر ومختلف الفاعلين من المجتمع المدني ومن مؤسسات ومنظمات وهيئات رسمية وطنية و دولية. وبالتالي كل أسرة اليوم تحتاج إلى الشراكة المجتمعية من خلال تعاون جميع الفاعلين لوضع آليات عمل جديدة للمحافظة على تماسك أفرادها وأمنهم واستقرارهم، وترسيخ قيم انتمائهم ووطنيتهم وفي سلوكهم الاجتماعي وتنمية وعيهم وتطوير قدراتهم لدفع عجلة التنمية الاجتماعية والثقافية في المجتمع .

إلا أن واقع الأسرة اليوم بفعل الثورة التكنولوجية التي حدثت في عالم الاتصال تواجهه رهانات وتحديات عالمية سواء من حيث تكوينها أو تعدد وظائفها المرتبطة بالأساليب التربوية والمنظومة القيمية الأساسية لبناء السلوك الإنساني والحضاري للفرد والمجتمع ثقافيا واقتصاديا، ورفع وعيه السياسي لمواكبة الأحداث والتغيرات التي يشهدها العالم، ووقاية وأمن أفرادها من مختلف الآفات الاجتماعية التي تتخر كيان الأسرة.

وباعتبار أن المنظومة القيمية هوية المجتمع وكيونته وقوة نسيجه، بحيث تتوارثها الأجيال وإن اختلفت الأزمنة والأمكنة، لكن هذه القيم قد تتعرض لهزات وأزمات قد تفقدها بريقها وقيمتها عند الأفراد المشكلون للمجتمع وقد تحل محلها منظومة قيم أخرى مناقضة ومنافية لسابقاتها، وربما تخلق سلوكيات جديدة لم تكن موجودة من قبل في ظل عولمة اتصالية، ثقافية واجتماعية عابرة للقارات استهدفت البيوت والنسيج الاجتماعي والديني بشكل كبير ومفرط. فالتغيرات والتحولت التي فرضتها الانجازات العلمية الباهرة في شتى العلوم والمعرفة، ولاسيما في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أثرت في صياغة نهج الحياة المعاصرة، وقلصت المسافات وتداخلت الأفكار والثقافات، أين أصبحت تعيش المجتمعات الإنسانية

عموما في ظل هذه الثورة التكنولوجية و ما رافقها من موجات العولمة المعلوماتية بمختلف أنواعها وأنماطها أزمات قيمية أثرت بطريقة مباشرة في الشباب وتسببت في ضياع الكثير من القيم الاجتماعية والدينية والثقافية للمجتمعات العربية وسط زحام هذا العصر نتجت عنه قيم ومفاهيم جديدة مست مبادئ وهوية المجتمع العربي الثقافية بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة.

هذا وترتبط الأسرة العربية عموما والجزائرية على وجه الخصوص بالكثير من المكونات السوسيوثقافية التي ساهمت في سياقها التاريخي برسم ملامح وطبيعة وشكل العلاقات داخل الأسرة بفعل الكثير من العوامل التي خلفها الاستعمار والعشيرة السوداء، والثورة الاتصالية والتكنولوجية.

فالمتتبع للسياق التاريخي داخل الأسرة الجزائرية يجد أنها فشلت في كل مرة في مواجهة قيم العولمة خاصة بعد ظهور الانترنت و الهاتف النقال ثم الهاتف الذكي، و من ثم شبكات التواصل الاجتماعي التي زوجت بين كل الثقافات والتوجهات والتيارات.

إن سلسلة التطورات التكنولوجية المذهلة صاحبها سلسلة من التطورات السوسيوثقافية المذهلة التي لم تجد منافسا قويا يوقف مدى جبروتها، فما استطاعت الخطابات الدينية ولا الهيمنة الذكورية، ولا المدرسة وقف هذا السيل القوي الذي أحضر معه قيما دينية وثقافية وسلوكيات مخالفة تماما عن النسق القيمي الاجتماعي الجزائري، والذي وجد مناخا حير الفاعلين داخل الأسرة، وذهول المختصين في كل المجالات خاصة علم الاجتماع والإعلام والاتصال وعلم النفس وغيرها من العلوم الأخرى.

فمما لا شك فيه أن الحوار الأسري عملية ديناميكية تمكن أعضائها على اختلاف فئاتهم العمرية من تجاوز المشكلات، وفتح فضاء النقاش والتواصل الاجتماعي والتفكير المشترك، حيث تساعد الفرد على الاندماج والتكيف وهذا من شأنه تمكين أفراد الأسرة من تحقيق الذات عبر الالتزام بالقيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافية وتجسيدها بصفة أصيلة ومبدعة.

وتشير النظريات الأكاديمية والبحوث الميدانية المرتبطة بدراسات التلقي إلى تعاظم أهمية الثورة الرقمية والاتصال الإلكتروني، بل وتتوقع ازدياد أهميته في السنوات المقبلة من القرن الواحد والعشرين أكثر من أي وقت مضى، خاصة مع بروز مقولتي "المواطن العالمي" و"القرية الكونية" للعالم الكندي مارشال ماكلوهان، حيث يرى أن وسيلة الاتصال التي يستخدمها الناس في حقبة اتصالية معينة هي أهم

من المضمون الاعلامي نفسه، فالوسيلة بحسب ماكلوهان هي التي تشكل مدركات الانسان وتؤثر في اتجاهه لأنها هي التي تحدد كيفية تلقي الفرد للمضمون الإعلامي.

وبدأت شبكات التواصل الاجتماعي في استعمار ما تبقى من فضاءات شخصية وعمومية، وخلقت علاقات افتراضية يتم بموجبها تقاسم الهواجس والانشغالات. بل وأصبح الكثيرون يبدون رأيهم و يطالبون بحقوقهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الأنستغرام ، والواتساب واليوتيوب الفايسبوك...

ومن خلال هذه الطروحات سوف نحاول قدر الإمكان من خلال هذه الدراسة معالجة المشكلة التي فحواها السؤال المحوري التالي: كيف أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية داخل الأسرة الجزائرية؟

وتتبع عن هذا السؤال أسئلة فرعية :

- 1) كيف أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية داخل الأسرة الجزائرية ؟
- 2) كيف أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية ؟
- 3) كيف أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية داخل الأسرة الجزائرية؟

1-2- صياغة الفرضيات:

تعتبر عملية صياغة الفرضيات العلمية خطوة وركيزة أساسية من ركائز البحث العلمي نظرا للأهمية العلمية والنظرية والمنهجية من خلال اخضاعها للاختبار والفحص والتقصي وتفسير العلاقة بين متغيرين أو أكثر عبر مسار عملية البحث الامبريقي، تركز عليها المعالجة الكمية والكيفية للبيانات والمعلومات النظرية والميدانية ويمكن تعريف الفرضية بأنها تفسير مقترح للمشكلة موضوع الدراسة أو كما يقول "فان دالين" هي: "تفسير مؤقت أو محتمل يوضح العوامل أو الأحداث أو الظروف التي يحاول الباحث فهمها" (عشور، 2017) وبناء على هذا يمكن صياغة فرضيات الدراسة كما يلي:

1. تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية.
2. تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للأسرة الجزائرية .
3. تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية للأسرة الجزائرية.

1-3-3- أسباب اختيار الموضوع:**1-3-3-1- الأسباب الموضوعية:**

- البحث في أبعديات الترسخ الفعلي للمنظومة القيمية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي داخل الأسرة الجزائرية.
- مواكبة سياسة الاتصال الافتراضي العالمي ضمن الثورة الرقمية.
- التعرف على المسار التاريخي للأسرة الجزائرية .
- إبراز أهم التحولات الدينية والاجتماعية والثقافية المعاصرة للأسرة الجزائرية.
- ضرورة استغلال شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة والمبادئ التي تتميز بها عن غيرها حتى لا ندوب في الحضارات الغربية التي تسعى إلى نشر القيم المادية الاستهلاكية على حساب القيم التي منبعها الدين الاسلامي في الأصل.
- كثرة وانتشار سلوكيات والمظاهر غير مقبولة لدى أفراد الأسرة الواحدة.

1-3-2- الأسباب الذاتية:

- ✓ الرغبة الشخصية في دراسة مثل هكذا مواضيع التي لها علاقة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- ✓ حرصي الشخصي في محاولة فهم آثار شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.
- ✓ محاولة سبر أغوار هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة لفهم وتحديد مضامين هذه الشبكات عبر قنواتها ورسائلها اليومية الموجهة لجميع شرائح المجتمع.
- ✓ التطلع على مدى انعكاس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي اللاعقلاني على القيم السائدة في والمجتمع.

1-4-4- أهمية الدراسة:

انطلاقا من الأهمية الكبيرة التي تكتسيها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل هذا التحول الرقمي الذي عكس حقيقة الواقع الاجتماعي فالعالم اليوم لم يصبح بمثابة القرية الكونية التي تحدثت عليها مارشال ماكلوهان وإنما أصبح عائلة واحدة يمكنها التواصل والتفاعل باختلاف الأعراق والأجناس واللغات والثقافات، لا تحدها حدود جغرافية ولا تفصلها المجالات الزمانية ولا تفرقها الهويات أنثروبولوجية فأصبحت المجتمعات عرضة لهذا المد التكنولوجي بما يحتويه من مواد وبيانات ومضامين بإمكانها

المساس بنسيجها الاجتماعي ومن تم أصبحت المنظومة القيمية رهينة هذا التحول الرقمي بما يحمله من إيجابيات وسلبيات.

1-5- أهداف الدراسة:

- 1- إبراز طبيعة المشكلة التي يعيشها مجتمعنا و شبابنا في عصر العولمة و المعلوماتية.
- 2 التركيز على دور التربية الاعلامية في تشكيل الوعي القيمي لدى الناشئة.
- 3 معرفة تأثير التنشئة الاجتماعية و أثرها على القيم الثابت في ظل التزاحم و قيم العولمة.
- 4 الكشف عن رهانات التحول القيمي في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 5 التعرف على تداعيات الانفتاح القيمي الرقمي على التواصل الأسري.
- 6 الكشف عن سبل تعزيز المنظومة القيمية وتحديد مفهوم المعايير الأخلاقية ودورها في تشكيل المنظومة القيمية لدى الاسرة الجزائرية.
- 7 مناقشة موضوع الصراع القيمي في المجتمع الجزائري وبالتحديد الأسرة الجزائرية.

1-6- تحديد مفاهيم الدراسة:

1-6-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي: Social Network

أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية ان الانسان كائن اجتماعي، وهو بطبعه وفطرته لا يستطيع اشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع أفراد من بني جنسه، فطبيعته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات. أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تكون أساسا دون تواصل الانسان مع المحيط الاجتماعي وهذا ما وفرته شبكات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي، حيث أتاحت المجال واسعا أمام الانسان للتعبير عن نفسه، ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين.

وتسعى عموما الشبكات الاجتماعية إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني، يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة في موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية، ويهدفون إلى التعارف، التعاون، التشاور، الاستطلاع والاكتشاف أو لمجرد الترفيه وتكوين

علاقات جديدة. ويعتبر الشخص المنتمي إلى هذا المجتمع عضو فاعل، أي انه يرسل، يستقبل، يقرأ، يكتب، يشارك، يسمع ويتحدث. (الاستشارات، 1431، صفحة 12) يعرف زاهر راضي: شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها". (النصر، 2016، صفحة 172)

يعرف كيم وآخرون: شبكات التواصل الاجتماعي "على أنها تلك المواقع التي تمكن المستخدمين من تكوين المجتمع الشبكي وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدمون، سواء كانوا أفراداً أو منظمات خاصة على شبكة الأنترنت، وقد يكون المجتمع الشبكي عبارة عن شبكة أو أصدقاء أو زملاء أو جماعة ما تجمعها اهتمامات مشتركة وكذلك قد يكون المحتوى المقدم من قبل المستخدمين عبارة عن صور، مقاطع فيديو، قوائم بعناوين لمواقع، لمحات عن حياة المستخدم أو نصوص مكتوبة... الخ" (وآخرون، 2016، صفحة 198)

شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمة شاملة تتيح للمتعم مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتكوين الصداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى متعلمين آخرين بالإضافة إلى تقديمها مجموعة من الخدمات مثل: المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو، التدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، وهذا التنوع من الخدمات يشير بأن شبكات التواصل الاجتماعي مجموعة متكاملة من تطبيقات الويب تم وضعها في كيان واحد يسمح بالتواصل والتبادل الاجتماعي للمعارف. (الكافي إ.، 2016، الصفحات 21-22)

كما تعرف بأنها مواقع الكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمشاركتها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات أو البحث عن هوايات واهتمامات مشتركة، صور، أفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم. (ساري، 2014، صفحة 101)

ركزت هذه التعريفات على أن شبكات التواصل الاجتماعي تقدم خدمة الاتصال والتواصل الإلكتروني للمستخدمين من أجل مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتكوين صداقات وفي نفس الوقت البحث عن اهتمامات وأنشطة لدى المستخدمين آخرين عن طريق خدمة المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والصور... الخ.

المفهوم الاجرائي:

من خلال هذه التعاريف يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع الكترونية افتراضية تقدم مجموعة من الخدمات لمستخدميها بغرض التواصل في وسط افتراضي غير متجانس.

1-6-2- مفهوم الأسرة الجزائرية

يعرف مصطفى بوتقنوش الأسرة الجزائرية بأنها وحدة إجتماعية حيث الأبناء والأحفاد لا يتكون الأسرة الأم إذ يشكلون أسرا زواجية صغيرة تابعة للعائلة ويعيشون تحت سقف واحد. (وسيلة ، 2013 ، صفحة 04)

وبناء على ما ورد في هذا تعريف مصطفى بوتقنوش يظهر قيمة الوفاء العائلي الذي يغلب على الطابع الأسري والتماسك الإجتماعي والعناية بأفرادها كوحدة مترابطة مع التضامن المتبادل بين أفرادها.

كما يعرفها على أنها مجموع الصلات المحددة إجتماعيا ، هذه الصلات قبل كل شيء دينية وحقوقية وأخلاقية وغالبا ما يكون الجد الكبير (سلطة أبوية) هو القائد الروحي للجماعة العائلة ، يحافظ على تماسكها ويرمز بذلك للسلطة الممنوحة من طرف المجتمع. (boutefnouchet, 1982, p. 23)

كما عرف بيار بورديو الأسرة الجزائرية التقليدية على أنها الخلية الأساسية والنموذج الذي صورته تنظيم البنات الإجتماعية لا تقتصر على جماعة الأزواج وذرياتهم ولكنها تضم كل الأقارب تابعين للنسب الأبوي جامعة بذلك حسب تحت رئاسة قائد واحد عدة أجيال في جمعية واتحاد حميمي. (بوعلی ، 2017 ، صفحة 437) وحسب تعريف بيار بورديو يظهر أن الأسرة الجزائرية تتجاوز مفهوم الجماعة الضيقة للأزواج والأبناء لتشمل الأقارب والأسر الموسعة والذي يعكس قيمة التضامن والتكافل الاجتماعي الذي كان يتميز به النظام الأسري.

أما العيد دبزي وروبير ديكوتر (L.Debzi et R.Descolaitres) فيعرفان الأسرة الجزائرية التقليدية بأنها جماعة منزلية تدعى العائلة مكونة من الأقارب القريبين الذين يشكلون وحدة اجتماعية، اقتصادية قائمة على علاقات الالتزام من تبعية وتعاون. (Robert, 1963, p. 22) ونلاحظ أن هذا التعريف قد أعطى أهمية بالغة للعلاقات والتفاعلات الموجودة داخل الأسرة والتي تقوم على الالتزام والتعاون بحسب السن والجنس والمكانة.

وعليه يمكن تعريف الأسرة الجزائرية أنها وحدة إجتماعية تمثل خلية أساسية في التنظيم الإجتماعي تضم أفراد ذات صلة بالدم والزواج وتتنوع في تربيتها بحسب الثقافة والتقاليد لتشمل الأمهات والآباء والطي يعكس تماسكها وترابطها القوي بين أفراد المجتمع، وتعتبر المؤسسة الناقلة للقيم والتراث والثقافي وتوفير الرعاية والدعم الاجتماعي

يعرف مصطفى الخشاب الأسرة على أنها الجماعة الإنسانية التنظيمية المكلفة بواجب استقرار وتطور المجتمع.

أما كولي يرى أن الأسرة هي الجماعات التي تؤثر على نمو الأفراد وأخلاقهم منذ المراحل الأولى من العمر وحتى يستقل الانسان بشخصيته ويصبح مسؤولا عن نفسه وعضوا فعالا في المجتمع.

فيما يعرف هارولد ثريستنس الأسرة بأنها مجموعة من المكانات والأدوار المكتسبة من خلال الزواج.

بينما بوجاردس يعتبرها جماعة صغيرة تتكون عادة من الأب والأم وواحد أو أكثر من الأطفال، يتبادلون الحب ويتقاسمون المسؤولية، وتقوم بتربية الأطفال وتوجيههم وضبطهم ليصبحوا اشخاص يتصرفون بطريقة اجتماعية

وأرنست بيرجس يعرف الأسرة بأنها مجموعة من الأشخاص ارتبطوا بروابط الزواج أو الدم أو التبني، مكونين الحياة الاجتماعية كل مع الآخر، ولكل من أفرادها دور اجتماعية خاصة بهم ولهم ثقافة مشتركة ومميزة. (حامد، معجم المصطلحات الخدمة الاجتماعية ط1، 2012، الصفحات 50-51)

فيما يكاد يجمع المتخصصون في مجال الأسرة والمجتمع أن الأسرة هي هيكل اجتماعي يتميز بطابع ثقافي مميز يختلف من مجتمع لآخر، يعمل هذا النظام السائد في الأسرة على طبع وتلقين الفرد منذ نعومة أظافره السلوك الاجتماعي المقبول ويتعلم داخلها طبيعة التفاعل مع الأفراد والعادات والتقاليد وبقية النظم الاجتماعية السائدة في المجتمع ، والأسرة تكون جزءا من النظام السياسي القائم في الدولة يستمد ديمقراطيته من هذه الخلية الاجتماعية . (مصلح، 2006، صفحة 17)

المفهوم الاجرائي:

ومن خلال هذه التعاريف يمكن اعتبار الأسرة نظام اجتماعي يتكون من زوجين وأبناء تربطهم علاقات وفقا لنسق قيمي، تتحدد فيه الأدوار والوظائف بغرض عمليات التنشئة والتوجيه.

1-6-3- مفهوم المنظومة القيمية:

القيمة لغة هي جمع قيم أي النوع من قام قيمة الانسان: قامت امرُ قيمٌ مستقيمٌ، الديانة القيمة المستقيمة ويقال "ذلك دين القيمة". (والإعلام، ط40، صفحة 773)

والاستقامة والقيمة واحدة القيم وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء، والقيمة: ثمن الشيء بالتقويم. (المصري، لسان العرب مجلد 11، ط6، 2008، صفحة 225)

وإصطلاحاً: القيمة **Valeurs** هي المنفعة الاجتماعية أو الاقتصادية، الثقافية، التعليمية للبيانات، المعلومات، المعرفة أو الحكمة. (العلاق، قاموس دار العلم التكنولوجي للمعلومات والاتصالات، ط1، 2006، صفحة 66)

ويعرفها ناصر قاسمي بأنها مجموع الأهداف الاجتماعية والنماذج المتضمنة في ثقافة ما تحدد ما هو صحيح و ما هو خطأ، ومنها قيم الحرية والعدالة والتضامن وقيم الاتصال، فهي درجة اشباع أي نشاط يقوم به أعضاء المنظمة لخدمة أهدافهم. (ناصر قاسمي، 2017، ص194)

وذهب عبد الناصر سليم حامد في معجمه مصطلحات الخدمة الاجتماعية إلى وضع تعريف للقيمة بأنها هدف اجتماعي يعتبر مقبولاً ومرغوباً فيه يضم مجموع العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو أفراد. (حامد، معجم المصطلحات الخدمة الاجتماعية، ط1، 2012، صفحة 481)

ركزت التعريفات السابقة للقيم على أنها هدف اجتماعي يحفظ للمجتمع هويته وتميزه ذلك لتغلغل القيم جوانب الحياة كافة فالمجتمعات تتمايز وتختلف عن بعضها بما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة، وتظهر القيم كعلامات فارقة وشواهد واضحة لتمييز المجتمعات عن بعضها.

وأما منظومة القيم حسب سعاد جبر سعيد تعد نسقاً أو بناءاً أو تنظيمياً شاملاً تمثل كل قيمة فيه عنصراً من عناصره، وتتفاعل هذه العناصر معاً لتؤدي وظيفة معينة بالنسبة للفرد، ويتضح من ذلك أن نسق القيم هو عبارة عن مجموعة القيم التي تنتظم في نسق متساند بنائياً متبايناً وظيفياً داخل إطار ينظمها ويشملها في تدرج خاص.

ويدخل في هذا الإطار مفردات متنوعة منها مفهوم نسقي القيم المتصور والواقعي، حيث يمكن تقسيم نسق القيم إلى نوعين الأول هو نسق القيم المتصور ويقصد به تصور الفرد لمدى أهمية كل قيمة من القيم

بالنسبة له والثاني هو نسق القيم الواقعي ويقصد به مدى تطابق هذه القيم المتصورة مع السلوك الفعلي للفرد، وهناك ما يعرف بالمفارقة القيمية وهي مدى التفاوت بين النسقين القيميين المتصور والواقعي، فيمكن اعتبارها العملية التي يتبنى الفرد من خلالها مجموعة من القيم مقابل التخلي عن قيم أخرى، والقيم التي يتبناها الفرد يحدث لها نوع من التداخل والانتظام في بناء نسق القيم. وإما اعتبارها التخلي أو تغير القيم فيقصد به تحرك وضع القيمة على هذا المتصل (التبني- التخلي) داخل النسق القيمي. فالاكتساب إذن يعني مسألة الوجود أو عدم الوجود، أما التغير فهو في الدرجة التي يتحدد بها هذا الوجود، ويتضمن إعادة توزيع الفرد لقيمه سواء على المستوى الفردي أم الجماعي . (سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، 2008، صفحة 20)

المفهوم الاجرائي:

وبالتالي يمكن اعتبار المنظومة القيمية نسقا بنائيا وظيفيا متكاملا، تتفاعل عناصره من أجل الحفاظ على المقومات الأخلاقية، الدينية، الثقافية والاجتماعية...

1-6-4- مفهوم التأثير : Effect

الأثر لغة بقيمة الشيء و الجمع آثار وأثر، وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده وتأثرته :تتبع أثره، ويقال أثر كذا وكذا وبكذا أي أتبعه إياه.

والاثر بالتحريك ما بقي من رسم الشيء، والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء وأثر في الشيء ترك فيه أثرا. (المصري، لسان العرب، مجلد 11، ط6، 2008، صفحة 52)

ويعرف **محمد جمال الفال** التأثير أنه احداث تغيرات في السلوك والتفكير نتيجة التعرض لمختلف الوسائل والشبكات ولهذا يعمل عند اجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير. (الفار، 2014، صفحة 52)

في حين عرف **جان فرانسوا دورتيه** التأثير على أنه القوة السرية التي تنتسب للكواكب في تعديلها لقدر الناس، بعد ذلك نزلت الكلمة إلى الأرض وأخذت بعدا إنسانيا لتشير إلى قدرة أي كان في تغيير أفكار الآخر وأفعاله، غالبا من دون علما منهم، حسب **جان فرانسوا** توصلنا فكرة التأثر إلى فكرة السلطة السرية تكون أكثر فعالية بقدر ما تكون لا مرئية. (دورتيه، 2009، صفحة 179)

وقد ربط بشير علاق التأثير بتأثير الشبكات **Network Effect** التي تعمل على زيادة المنفعة المتأتبة من الشبكة نتيجة لزيادة عدد مستخدميها، فالمنفعة تتزايد مع إضافة مستخدمين جدد للشبكة. (العلاق، قاموس دار العلم التكنولوجي للمعلومات والاتصالات ط1، 2006)

ويرى ناصر قاسمي ان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي هي الحالة التي تتمكن فيها شبكات التواصل الاجتماعي من تغيير مواقف الجماهير، واختياراتها، وأفكارها، وربما عقائدها و قناعاتها الفكرية وذلك من خلال المحتوى الذي تبثه يوميا، ومن خلال تقنيات التأثير التي تستعملها هذه الشبكات ووسائل الاقناع مثل المناظرات والخطابة والاعراء والاشهار.

كما يمكن أن تكون هذه الشبكات محايدة وغير مؤثرة، بل الذي يؤثر هي المضامين التي تبثها هذه الشبكات التي ليست لها أية سيطرة على هذه المضامين فهي مجرد ناقل لأحداث يومية مفروضة عليها، ومجرد ناقل لمنتوج ثقافي و اقتصادي تقدمه نخب معينة. (ناصر قاسمي، 2017، ص63)

المفهوم الاجرائي: ويمكن اعتبار التأثير عموما هو عملية التحول نتيجة منبهات خارجية هدفها تغيير سلوكات، أفكار وقيم الأفراد داخل الأسرة والمجتمع.

1-7-1- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية داخل الأسرة وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين وطنية وعربية وأجنبية وسوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات حسب المتغيرات الرئيسية للدراسة وفيما يلي نقدم عرض لهذه الدراسات:

1-7-1-1-الدراسات المحلية:

✚ دراسة غمشي الزهرة سنة (2017، 2018) أطروحة دكتوراه بعنوان رأس المال الاجتماعي الافتراضي: قراءة في سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك الشباب الجزائري) جامعة أحمد بن بلة وهران، انطلقت الدراسة من إشكالية ملخصة في السؤال التالي: ما هو الدور الذي تلعبه شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك في خلق وتنمية وتراكم رأس المال الاجتماعي لدى عينة من مستخدمي الفايسبوك الجزائريين الشباب؟ وهل

تحمل المعاني التي يضيفها هؤلاء لسلوكياتهم في شبكة التواصل الاجتماعي هذه، مؤشرات ذات دلالة اتجاه عملية خلق وتنمية وتراكم رأس مال اجتماعي افتراضي؟

تمحورت أهداف هذه الدراسة حول الوقوف على السياقات الواقعية والافتراضية لمفهوم رأس المال الاجتماعي لتحديد مفاهيمية المفهوم، كذلك البحث عن العلاقة الجدلية بين التواجد عبر شبكات التواصل الاجتماعي وما يحمله هذا التواجد من علاقات من جهة وإنتاج رأس المال الاجتماعي وتراكمه من جهة أخرى، كما تروم هذه الدراسة لبلوغ شيء من الفهم لسلوكيات الشباب وعلاقاتهم في الفايسبوك وما تحمله من معاني دالة على أطروحة رأس المال الاجتماعي من خلال عينة من الشباب الجزائري، واستخدمت المنهج الكيفي من أجل جمع المعلومات والبيانات حيث اعتمدت الدراسة على المجموعة البؤرية وشبكة التحليل وكان من أبرز نتائجها: أن البعد القيمي كمصدر لرأس المال الاجتماعي غالبا ما يرتبط بتلك العلاقات التي لها جذورها في الواقع، ولعل أكبر عائق يواجه الاتصالات الافتراضية هي أزمة الثقة التي يعززها التعدد الهوياتي والمجهولية، توصلت الدراسة أيضا إلى أن الفرد في ارتحاله نحو السياقات الافتراضية غالبا ما يسحب المنظومة القيمية التي تحكم سلوكياته وممارساته في السياق الواقعي نحو السياق الافتراضي، كذلك إذ كانت الثقة باعتبارها ابرز ما يحقق لحمة شبكات التواصل الاجتماعي هي أهم مقومات رأس المال الاجتماعي في السياق الواقعي، فإن أبرز مقومات رأس المال الاجتماعي في السياق الافتراضي هي المصالح والاهتمامات المشتركة، توصلت الدراسة إلى أن غائية رأس المال الاجتماعي صفحات الفايسبوك غاية الانضمام لشبكة الفايسبوك والتي عادة ما تكون الرغبة في البقاء على الاتصال مع الأصدقاء ومع أفراد العائلة من جهة أخرى وتحقيق الذات المستمد من علاقات الاعتراف التي يحظى بها الفرد المستخدم من جهة أخرى.

📌 دراسة مليكة غواظني (2020،2021) أطروحة دكتوراه بعنوان تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة وتأثيرها على قيم الشباب الأنترنت أنموذجا دراسة وصفية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم ولقد تمحورت إشكالية الباحثة حول: طبيعة التأثيرات التي تحدثها شبكة الانترنت على القيم الأخلاقية للشباب الجزائري؟ وقد تفرعت الإشكالية الرئيسية إلى ثلاث تساؤلات هي:

- ✓ ماهي طبيعة استخدام الشباب الجزائري للأنترنت؟
- ✓ فيما تكمن تأثيرات الانترنت المترتبة على هذا الاستخدام؟
- ✓ هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة تأثير الانترنت على قيم الشباب الجزائري ومتغير السن والمستوى التعليمي للوالدين؟

وهدفت الدراسة إلى تتبع وتحليل التأثيرات التي تحدثها تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة وخاصة الانترنت على قيم الشباب الجزائري واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي وكانت أبرز نتائجها: أن شباب الغرب الجزائري ذكورا واناثا يستخدمون الانترنت دائما بنسبة 79%، توصلت الدراسة إلى أن المرتبة الأولى لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر أهمية لدى المبحوثين كانت من نصيب موقع التشارك الاجتماعي الفيسبوك ويليه موقع الانستغرام وتويتر وهناك من أجاب بتصفح مواقع أخرى كما كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الاسم الحقيقي للمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يعزز قيمة الصدق والثقة بالنفس، بحيث أجاب أغلبية المبحوثين عن السبب وراء استخدامهم للاسم الحقيقي للولوج لهذه المواقع بأنه ليس لديهم ما يخفونه عن المتابعين والأصدقاء وهذا يدل على الشفافية وهو جزء من الاستخدام الإيجابي للفايسبوك، استنتجت الدراسة أيضا أن الانترنت تورث مستخدميها خاصية أفراد الأسرة قيمها الخاصة بواسطة العرض والطلب فهي تلبي للفرد ما يبحث عنه خاصة في المجال العلمي والمعرفي والثقافي والترفيهي وتدس في نفس الوقت قيم أخلاقية تخالف قيمه وبطريقة سلسة وهادفة من اجل اكسابه تلك القيم الأخلاقية وذلك باستخدام كل المغريات من علاقات وصور فيجد المستخدم وخاصة الفرد نفسه مضطرا وبطريقة حكيمة يستدرجه نحو التلاؤم والتكيف مع تلك القيم الأخلاقية تفرضها عليه وبالتالي يتخلى عن قيمه الأخلاقية.

1-7-2- الدراسات العربية:

🇪🇬 دراسة شيماء عبد العزيز عبد الباسط الدالي، هدى محمد إبراهيم الليثي جامعة الأزهر سنة 2016 دراسة ميدانية بعنوان أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على سلوكيات وقيم الشباب الجامعي الريفي تمحورت إشكالية الدراسة حول سؤال رئيسي ملخص فيمايلي:

✓ إلى أي درجة حدث التغيير في أي اتجاه هل إيجابي يدعم ثقافة الشباب أم سلبى يهدم الهوية الثقافية المصرية؟

وتفرعت عن السؤال الرئيسي أسئلة فرعية وهي:

- ✓ ما هي ممارسات استخدام الشباب الجامعي ذو النشأة الريفية لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة؟
- ✓ ما هي دوافع الشباب الجامعي ذو النشأة الريفية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة؟
- ✓ ماهي الآثار المترتبة من استخدام الشباب ذو النشأة الريفية لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على قيمهم وبعض سلوكياتهم؟

والتي هدفت إلى التعرف على أثر وسائل التكنولوجيا الحديثة من حيث معدل الاستخدام، أماكن الاستخدام، مدة الاستخدام اليومي، نوع المعلومات المستقاة، مجالات التأثير، طرق التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة وهدفت أيضا إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي الريفي لأساليب التواصل الاجتماعي الحديثة من حيث: الأساليب الدافعة للاستخدام والثقة في الأخبار وشكوى الأسر من استخدام الشباب لأساليب التواصل الاجتماعي الحديثة كذلك التعرف على درجة تمسك الشباب الجامعي الريفي بالقيم الثقافية (التماسك الأسري، العمل، احترام الوقت) واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي وكانت أبرز نتائجها أن غالبية المبحوثين يستخدمون الانترنت للتواصل مع الآخرين ثم البحث عن الأصدقاء القدامى وثلاثي المبحوثين لا يثقوا في الاخبار المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي وحوالي نصف المبحوثين تشكو اسرهم من استخدام الأبناء للإنترنت بسبب الخوف على صحتهم ووقتهم واهمالهم للدراسة، وأظهرت النتائج أن ثلثي المبحوثين يتأثرون دائما/ أحيانا بالقيم الوافدة والغالبية ترى أن ما يعرض على هذه المواقع يتنافى مع القيم وانها تؤدي لضياع الوقت وتعمل على نشر الرذيلة، اما ما يخص مستوى تمسك المبحوثين بقيمتي التماسك الاسري والعمل جاء متوسط بينما كان مرتفع بالنسبة لقيمة الوقت.

🇲🇵 دراسة أحمد محمد الزبون، محمد حسني أبو ملحم، عبد الله احمد العواملة سنة 2017 دراسة ميدانية بعنوان درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقيمة على المنظومة الرقيمة لطلبة كلية عجلون الجامعية جامعة الأردن تمحورت إشكالية الدراسة حول ما درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقيمة على المنظومة الرقيمة لدى عينة من طلبة كلية عجلون الجامعية؟ وهل تختلف درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة الرقيمة لدى طلبة عجلون الجامعية تبعا للاختلاف متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، المستوى التعليمي، مدة التواصل اليومية) والتي هدفت إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقيمة في تشكيل النسق الرقيمة والأخلاقي للطلبة الجامعيين هدفت كذلك للكشف عن الواقع الرقيمة للشباب الجامعي بهدف تلاشي الآثار السلبية المترتبة على سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الرقيمة وتعزيز الآثار الإيجابية المترتبة على الاستخدام الإيجابي لهذه الشبكات، سعت أيضا للتعرف على المعايير والقيم الصالحة للمواطنة الرقيمة التي تستهدفها شبكات التواصل الاجتماعي الرقيمة في هذا العالم المعاصر واعتمدت الدراسة منهج المسح الاجتماعي من خلال عينة تم اختيارها عشوائيا، وكانت أبرز نتائجها أن القيم الجمالية جاءت في المرتبة الأولى وتليها في المرتبة الثانية القيم الاقتصادية في المرتبة

الثالثة جاءت القيم الاجتماعية بينما جاءت القيم الأخلاقية في المرتبة الأخيرة، كما بينت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جميع المجالات تبعا لمتغير الجنس ولصالح الطلبة الذكور، ووجود فروق في منظومة القيم تبعا لمتغير التخصص ولصالح تخصص الخدمة الاجتماعية إضافة إلى وجود فروق تبعا لمتغير مدة التواصل اليومي ولصالح المدة الزمنية 6 ساعات فأكثر.

1-8- المقاربة النظرية للدراسة:

لقد شكلت نظرية الحتمية التكنولوجية (technological Determinisme theory) الخلفية النظرية لدراستنا، حيث تعد من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على الشعور والتفكير وسلوك الأفراد، وعلى التطور التاريخي للمجتمعات.

ويرى صاحبها "ماكلوهان مارشال" "Marshal Macluhan" أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقل عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها. فطبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل الأفراد والمجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، لذلك يفترض في نظرياته أن تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الإنسان الذي يصبح تابعا لها.

ويعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس في رأيه الأطوار الثلاثة للتطور التاريخي الإنساني.

- 1- المرحلة الشفوية: (مرحلة ما قبل التعلم أو المرحلة القبلية).
- 2- مرحلة الكتابة: التي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.
- 3- مرحلة الطباعة: والتي استمرت من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا.
- 4- مرحلة وسائل الإعلام التكنولوجية: حتى السبعينات من القرن الماضي. (فضيل دليو، 2010، صفحة 60) ومن المقولات المثيرة للجدل عند مارشال ماكلوهان الوسيلة هي الرسالة، فإنه تعتقد أن طبيعة الوسائل الإعلامية هي التي تسهم في تكوين المجتمع، ونوعيته أكثر مما تساهم فيه مضامين الرسائل الإعلامية الموجهة إليه، فتفاعله في الواقع هو مع وسيلة ومنظومة التعبير لديه تتشكل في ضوء الوسيلة الإعلامية، لا من خلال المضامين المتنوعة للرسائل الإعلامية الموجهة إليه. (سعيد، 2008، صفحة 44)

وتقوم نظرية ماكلوهان مارشال على عدة فرضيات أساسية وهي:

- 1- الوسيلة هي الرسالة.

2- تقسيم وسائل الاتصال إلى وسائل ساخنة وأخرى باردة.

3- الوسائل الاتصالية امتداد للواقع الإنساني باستخدام الحواس (اصبع، 2006، صفحة 155) ويؤكد ماكلوهان على مفاهيم مثل القرية العالمية أو العالم قرية صغيرة، الناشئة من اتساع الإعلام الإلكتروني، واعتبار عصر الثورة الإلكترونية، هو عصر القلق، لأنها أجبرت الأفراد على المشاركة بعمق بامتداد تسارع تلك الشبكات الإلكترونية في العالم أجمع.

هناك من وجه انتقادات لنظرية مارشال ماكلوهان لتبنيه مفهوم الحتمية التكنولوجية باعتباره تصور مادي حتمي يتناقض مع التصور الديني لحقيقة الإنسان والكون والحياة والذي يعتبر الماديات متغيرات تابعة فالتكنولوجيا يجب أن تكون وليدة التغيير الاجتماعي الذي يوفر لها أسباب نشأتها وهي في الواقع يجب أن تكون تلبية لمطالب المجتمع الذي تنتوع أهداف أفرادها وغايات جماعته... ومن ثمة تكون التكنولوجيا المناسبة لهذه المطالب. فالتكنولوجيا تابعة للإدارة والإنسان وليس العكس.

وفي ضوء أنه إذ لم يكن بوسع المرء أن يتفق مع ما جاء به ماكلوهان مع أفكار يسميها هو اختبارات أكثر منها نظريات إذا لم تكن الوسيلة هي الرسالة، فمن الواضح أنها أخطر من مجرد أداة لزيادة عدد الجماهير من القراء والمستمعين والمشاهدين وإذا كان من الصعب إيجاد دليل قوي لإثبات هذه الأفكار أو رفضها، فإنها على الأقل تجعلنا نتساءل عما إذا كانت وسائل الإعلام لها القدرة على تغيير الإنسان. (سعاد جبر سعيد، 2008، الصفحات 44-45)

وقد ترتب على تبني مفهوم الحتمية التكنولوجية من قبل ماكلوهان وغيره أن صنفت مراحل الحضارة الإنسانية على أساس الوسائل التكنولوجية السائدة، وهو تصور يمكن تلخيصه في ثلاث أبعاد متتالية هي على العلم أن يكتشف وعلى التكنولوجيا أن تطبق، وعلى الإنسان أن يتكيف. (فضيل دليو، 2010، الصفحات 62-63)

وانطلاقات من ذلك كانت هناك تفرقات في نظرية ماكلوهان بشأن الوسائل الإعلامية وانعكاساتها على الجمهور المتلقي، في ضوء وسائل ساخنة وأخرى باردة الذي أوجز مفهومه حولها في ما يلي:

• **الوسائل الساخنة:** ويقصد منظومة الوسائل الجاهرة المحددة نهائياً، التي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة واقعية للتجربة، فهي تقدم له المضمون الإعلامي في قالب جاهزة لا تحتاج من بدل جهد في التفكير، أو محاولات الابتكار في الفكرة أو كمال للفكرة أو اللوحة المعروضة

أمامه، فيكون متلقي سلبي أمام تلك لوسائل، تحركه فكريا كما تريد، ومن نماذج تلك الوسائل الساخنة وفق وجهة نظر ماكلوهان الكتاب المطبوع، والإذاعة والسينما.

• **الوسائل الباردة:** ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا إيجابيا في المشاركة والمعاشية والاندماج فيها، فهو جزء مهم في إكمال الفكرة والإضافة الإبداعية عليها، من خلال التفاعل والمشاركة والمساهمة في بناء الفكرة وعرضها على الملاء، زهي نمط وسائطي يعبر عن الحداثة والتطور في عمليات الاتصال، ومن نماذج تلك الوسائل الباردة وفق وجهة نظر ماكلوهان، الكتابة والتلفون والتلفزيون. (المشاقبة، 2015، الصفحات 157-158)

• لقد تناولت دراستنا إشكالية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية داخل الأسرة الجزائرية، وهوما يعزز طروحات المبادئ الأساسية التي تعد قوام نظرية الحتمية التكنولوجية للباحث "ألبرت مارشال ماكلوهان". هذه الأخيرة التي تركز على أهمية وسائل الاتصال في توجيه الأفراد وفقا لاستراتيجيات تمس جميع الأنساق الاجتماعية. فشبكات التواصل الاجتماعي تعد امتداد طبيعي للتطور المذهل الذي عرفه عالم الاتصال من خلال الوسائل والتقنيات الحديثة، فهذه التكنولوجيات لم تكفي بجعل العالم قرية واحدة، ولكن جعلته عائلة واحدة، أين أصبح الاستخدام المفرط لهذه الشبكات، وبناء علاقات افتراضية على حساب علاقات واقعية يشكل هاجسا على أساليب الاتصال داخل الأسر، والتي أثرت بطريقة أو بأخرى على التنشئة الاجتماعية وغيبت جسور التواصل الأسري. فالواقع الاتصالي اليوم وتكنولوجياته أصبح بمثابة مخدر جعل العائلة الجزائرية تعيش حالة اغتراب اجتماعي فالإبحار في الفضاء الأزرق بطرق غير عقلانية وإدمانية أفقد الأسر الجزائرية تلك القيم النبيلة سواء كانت دينية، اجتماعية أو ثقافية، والتي كانت شيمة المجتمع الجزائري الأصيل. وأصبحنا نعيش الفردانية التي تعد امتدادا للثقافة الغربية في حالة من الرضى النفسي والاجتماعي. لذلك فالانسياق في هذه الثقافة الدخيلة بإمكانه المساس بمقومات المجتمع الجزائري ونظامه الأخلاقي المبني على أسس تربوية ودينية تحدد سلوكيات وأفعال أفراد المجتمع في ظل غياب آليات رقابية لهذه الوسائل الاتصالية سواء في محتوياتها أو أبعادها. وبالتالي اعتماد هذه النظرية يعكس مدى علاقة أنظمة وشبكات الاتصال والتقدم التقني ومواكبة عصر التحول الرقمي الذي يشهده العالم هذا من جهة، ومن جهة أخرى مدى تأثير هذه التكنولوجيات الحديثة على خصوصية الثقافات المحلية، من خلال استهداف بنية الأسرة الجزائرية وشبكات العلائقية الداخلية.



الفصل الثاني:

شبكات التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

1-2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

2-2- التقنيات الاتصالية المكونة لشبكات التواصل الاجتماعي:

2-3- خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي

2-4- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي

2-5- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

2-6- التأثيرات الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة

والمجتمع

خلاصة

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بشبكات التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليه أحياناً بالإعلام التفاعلي أو الإعلام الاجتماعي أو الإعلام البديل، وتعددت هذه الشبكات وأثرت في جمهور واسع من المستخدمين وأشهر هذه الشبكات الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، جوجل+، واتس آب.

2-1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

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

في عام 1945 صاغ جون بارنز **John Barnes** والذي كان باحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر. (هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط1، 2015، صفحة 78)

وتعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور مواقع التواصل الاجتماعي أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، حيث صمم راندي كونراندز موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995 وأطلق عليه اسم "class.mates.com" وبلغ عدد مستخدميه خمسون مليون في الو.م.أ وكندا، ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانة حتى الجامعة، للربط بين زملاء الدراسة. وبهذا الحدث يسجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي. (حسنوي، صفحة 292) تلاه موقع "sex degres" سنة 1997 وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها. بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين 1999-2001. (عشية، 2010، صفحة 55)

لكن الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي كان مع سنة 2002 عندما ظهر موقع "friendster" في كاليفورنيا من قبل "jonathan.abrams" ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية ويسمى بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور وملفات الأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا. (الرعود، 2011، صفحة 33) وهو متاح بعدة لغات الإنجليزية، اليابانية، الصينية، الكورية والاسبانية. وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار العينة.

حقق هذا الموقع نجاحا باهرا دفع "Google" إلى محاولة شرائها لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من سنة 2002 ظهرت في فرنسا شبكة "sty rock" كمنصة للتدوين تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام 2007 واستطاعت تحقيق صدى وانتشار واسع لتصل حسب احصائيات 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. (الفتاح، 2003، صفحة 39)

وحصلت نقلة كبيرة جدا في شبكات التواصل الاجتماعي عام 2009 حيث ظهر موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي. وبالموازاة مع ذلك ظهر موقع الفاييبوك على يد "مارك زكربيرج" بجامعة هارفارد كمنافس وكتن ذلك سنة 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات المتطورة، مما أدى إلى ازدياد أعداد مستخدميه إلى ما يفوق 400 مليون شخص في العالم مما جعله يتفوق على المواقع الأخرى. (شقرة، 2014). الاعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، (2014، صفحة 58)

وقد هدف "مارك زكربيرج" صاحب فكرة الفاييبوك من تصميم هذا الموقع إلى أن يكون ملتقى يجمع كافة زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية، بحيث يستطيعون من خلاله تبادل الآراء والأفكار والصور. وقد تم تطوير استخدامه بحيث يسمح لكل من يريد استخدامه أيا كان موقعه، مما مكن الملايين من الأشخاص في كافة البلدان من استخدام هذا الموقع. (عبد الغفار أمين سعيد، صفحة، 34)

وتوالت بعد ذلك شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور حيث ظهر كل من "twitter" و"linkedin" لتستمر مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور.

وهناك توجه آخر يرى بأن الفترة ما بين 1997 إلى غاية 2001 هي الميلاد الحقيقي لشبكات التواصل الاجتماعي، والتي كانت تعنى بالجماعات العرقية المقيمة في الو.م.أ وكانت وجهة لها مثل "أسين أفوني" التي كان جل مشتركها من الآسيويين و "بلاك نات" التي اشترك فيها الزوج، و "ميجنت" الموجهة لأمريكا اللاتينية. هذه الشبكات كانت محصورة في الحدود الجغرافية بين العرقيات الاثنية في الدولة الواحدة. (حسناوي، صفحة 292)

وعليه فقد مرت شبكات التواصل الاجتماعي بمراحل تطويرية حيث انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير جدا ولازال انتشارها مستمرا، وما يميز هذه المرحلة هو اكتمال نمو شبكات التواصل

الاجتماعي أين تزايد عدد مستخدميها بتزايد مستخدمي الانترنت. إذ تشير احصائيات 2014 إلى أن عدد مستخدمي الانترنت في كل مناطق العالم تزايد بشكل اجمالي، حيث يقدر اليوم وجود نحو 2.5 مليار إلى 03 مليار مستخدم وهو ما يقارب نسبة 35% من سكان العالم. وهذا ما أشار إليه أيضا الاتحاد الدولي للاتصالات (ICU) كما يشير تقرير الأمم المتحدة في احصائيات عن شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت سنة 2014 أن الفاسبوك يعتبر اليوم أشهر الشبكات وأكثرها شعبية، حيث يلاحظ من الشكل 01 احتلاله للمركز الأول من حيث عدد المستخدمين الناشطين والذي وصل حاليا إلى 1184 مليون مستخدم يليه تطبيق الواتس آب (whats app) في المركز الرابع متخطيا بذلك شبكة غوغل الاجتماعية (Google +) من حيث عدد المستخدمين الناشطين الذي وصل إلى 400 مليون مستخدم. (سمير، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية-مقاربة لفهم العلاقة بين البناء والترهل، صفحة 11)

2-2- التقنيات الاتصالية المكونة لشبكات التواصل الاجتماعي:

تتكون شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي من سبعة تقنيات رئيسية وهي:

➤ **الشبكات الاجتماعية:** وهي مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثم التواصل مع الأشخاص والأصدقاء ومشاركة المحتويات وأشهرها: Fliker , Bebo , Youtube , My space ,Leaks ,Digg ,Twitter,Facebook.

➤ **المنتديات الإلكترونية:** "Forums" المنتدى هو مساحة حوار الانترنت التي يتم فيها تبادل النقاش والأفكار حول العديد من القضايا المطروحة ويتبادلون الردود والاجابات والمعلومات ونرجع تسمية المنتدى المترجمة من الإنجليزية Forum وتعني الساحة العمومية، أما التسمية العربية فقد أتت من النادي أو الندوة. وتوفر المنتديات العديد من المزايا أهمها: إضافة المواضيع العادية والتميزة، الاستفتاءات، الإعلانات، الرسائل الخاصة، النقاش الحي، الدردشة والمرفقات. (محمد سيد ريان، الاعلام الجديد، 2013، صفحة 33)

➤ **المدونات الإلكترونية:** انتشرت المدونات الإلكترونية بشكل ملحوظ على شبكة الانترنت واتخذ التدوين الإلكتروني خطا مميزا له بين المواقع الإلكترونية بحيث ترتبط ببعض بصورة مكثفة وتعيد دمج المجموعات المنفصلة والمتنوعة التوجهات في سياق أوسع مما يجعل منها مجالا عاما، ولذلك فهي من خلال مواصفات هيكلية في بنيتها تكون مجالا عاما مثاليا من حيث سهولة التصميم وانتشار برامجها،

ومن حيث محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمين التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص. كما أنها تمنح فرصاً متساوية في التواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع، كما تتميز صحافة الانترنت التي تشتهر تحت اسم المدونات بأنها من تحرير مواطنين عاديين بالدرجة الأولى، ثم من طرف صحفيين يحاولون استغلال فضاء الحرية المطلقة للتعبير عن آرائهم التي تواجه في الغالب بمقاص الرقيب في الدول العربية.

وتورد موسوعة ويكيبيديا رأياً حول المدونات الالكترونية بأنها منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس. (المنصور، 2016، الصفحات 60-64)

وتختلف هذه المدونات من حيث الإمكانيات والإطارات الفنية وهي:

- المدونات الالكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية (Link Blogs): تم نشر هذا النوع لأول مرة على شبكة الانترنت والتي تسمى (Web blog) وتحتوي على العديد من الروابط التي يوصى بزيارتها من صاحب المدونة.
- المدونات الالكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية: (Online Biary Blogs) وهي بمثابة دفتر ملاحظات، يسجل فيها مالكها ما يدور حوله، وهي عادة لا تحتوي على روابط لمواقع أخرى.
- المدونات الالكترونية التي تحتوي على المقالات (Article Blogs) وهي عبارة عن تعليقات واستعراض الأخبار والحوادث والتقارير، وهي تبتعد لحد الآن عن كتابة الملاحظات الخاصة بالأحداث التي تقتصر على مالك هذه المدونة.
- المدونات الالكترونية التي تحتوي على صور: (Photo blogs) وتقوم بعرض الصور التي يرى أصحابها بأنها ذات فائدة ومهمة لزوار الموقع. (منصور ع.، 2009، صفحة 96)
- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي: (Podcast Blogs) هي بمثابة موقع بث إذاعي يقدم مقاطع من برامج إذاعية قصيرة، وهي عبارة عن ملفات صوتية.
- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي: (Videocast Blogs) وهي أحدث ما توصلت إليه المدونات الالكترونية، فهي مماثلة إلى حد ما للبث الإذاعي لكن الاختلاف فيها أنها تكون على شكل فيديو فيلم.

- المدونات الالكترونية المنوعة: تضم هذه المدونات كافة الأنواع سألغة الذكر، ويأتي تنوعها من اسمها.
- المدونات الالكترونية الجماعية: يتولى اعدادها وكتابتها مجموعة الأشخاص، وتختص بها الشركات، المنظمات، المدارس والجامعات. (محمد سيد ريان، الاعلام الجديد، 2013، صفحة 61)

➤ **الويكيز "Wikis"**: وهي الصفحات التي تنشئها العامة عبر موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز عام (خادم تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع "ويكيبيديا"، وهذا الموقع يسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الالكترونية ذات المصدر المفتوح.

➤ **المايكرو بلوجر: "Micro bloggirs"**: وهي مواقع تجمع بين مميزات التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين دور شبكات التواصل ومميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر الأخبار الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة، وهذه التحديثات تتم إما عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع تويتر هو خير مثال على ذلك. (حالد غسان يوسف المقدادي، 2013، صفحة 25)

➤ للمستخدمين تحميل وتنزيل الأغاني والأفلام مثل موقع "آبل أي تيونز".

➤ **محتوى المجتمعات: "Content Communities"** يتيح هذا التطبيق على شبكات التواصل الاجتماعي تبادل بعض المحتويات مثل: تبادل الفيديوهات من خلال موقع اليوتيوب، وتبادل الصور من خلال موقع فليكر.

➤ **خاصية معرفة الموقع**: من بين خصائص شبكات التواصل الاجتماعي معرفة الموقع الحقيقي للمتصل من خلال الطريقة المشهورة في الهواتف الذكية والتي تقوم باستخدام خاصية "GPS" في تحديد المكان ومشاركتها على تلك المواقع، وذلك عن طريق بعض العلامات الجغرافية.

والجدول أدناه يوضح أمثلة للمواقع التي تستخدم هذه الخاصية ويبقى السبب الرئيسي في انتشار هذه الخاصية هو كثرة الهواتف الذكية وانتشار التواصل الاجتماعي الذي ظل يبعدها عن الواقع شيئاً فشيئاً. (بروك و رافي غوبثا، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع. ط1، 2017، صفحة 64)

الجدول رقم 1: يمثل خاصية معرفة الموقع

اسم الموقع	خاصية تحديد الموقع
- جوجل تيتيود google latitude	- موقع الدوائر
- جروب أون group on	- تحديد موقع المتصل
- فايسبوك بليس face book place	- التحقق وإيجاد الأصدقاء
- فورسكوير foursquare	- التحقق

2-3- خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة مميزات أهمها:

➤ العالمية (الكونية): حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتلغى فيها الحدود الدولية، إذ يستطيع الفرد في هذا العالم التواصل مع أي شخص في أي مكان، كما سمحت هذه الشبكات بتشكيل مجتمعات جديدة على اختلاف مذاهبها وانتماءاتها.

➤ التفاعلية: فالفرد عبر هذه الشبكات كما أمه مستقبل وقارئ فهو مراسل وكاتب ومشارك، فعلى عكس الوسائل التقليدية في الاعلام هناك حيز المشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ. (بارة سمير، ص، 13). فهي تشجع على المساهمة وردود الفعل في التعليقات من أي مهتم وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والمتلقي، فشبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادرا ما توجد حواجز للوصول للمحتوى والاستفادة منه. (بارني، 2015، الصفحات 69-70)

استعملت التفاعلية -كمصطلح - للمرة الأولى سنة 1954 في كتاب ولبر شرام (عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها) فهي بحق عملية اتصالية نسقية تمكن الإعلاميين من تقييم منتجاتهم الإعلامية عن طريق الردود التي تصلهم من القراء. وفي نفس الوقت هي أنماط اتصالية تمكن القارئ العادي من ابداء رأيه وتعليقاته الشخصية عن المواضيع والأحداث الجارية، وأكثر من ذلك تصنع منه متلقيا إيجابيا لا يكتفي بالتلقي السلبي للمضامين الاتصالية بل يساهم كذلك في صناعة فعل اتصالي بإرساله مقالات تنشر في أركان خاصة للرأي، أو تعليقات عن أحداث حدثت، أو يصنع لنفسه حيزا اتصاليا يطلق عليه حاليا "صحافة المواطن". ومن خصائص الوسائط المتعدد التفاعلية أنها:

- تدمج الوسائط المتعددة النص، الصوت، الفيديو والرسوم المتحركة.

- بنيتها غير خطية (السير في عرض المحتوى وفقا لرغبة المستخدم واختياره)
 - المستخدمين كمنتجين (تفاعل المستخدم مع البرنامج) أي أنها وسائط ذات طرق اتصال مزدوجة.
- (بودهان، تحولات الاعلام المعاصر، 2015، الصفحات 20-22)
- **التنوع وتعدد الاستخدامات:** حيث يستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء...الخ.
- **سهولة الاستخدام:** فشبكات التواصل الاجتماعي تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل من خلال توفير منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بالقيم والاهتمامات نفسها أن يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف أقل.
- **التوفير والاقتصادية:** إذ تعد اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل دون احتكار جماعة أو شخص ما عليها. (بارة سمير، صفحة 13)
- **المحادثة:** تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين مرسل ومستقبل أو مرسل ومستقبلين بعكس وسائل الاعلام التقليدي التي تعتمد على بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.
- **التجمع:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة حيث يربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الدينية والتعليمية...الخ.
- (الأنصاري، 2013، صفحة 21)
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، كما أنها لا تتطلب من كل المشتركين أن يستخدموا المنصة في الوقت نفسه، ففي موقع الفيسبوك مثلا ترسل الرسالة (ملف، فيديو، صورة، تسجيل) مباشرة من المرسل للرسالة إلى مستقبلها عبر خدمة "Messenger" في أي وقت دون الحاجة لتواجد المستقبل للرسالة. (الوهاب، 2005، صفحة 262)
- **الافتراضية:** ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في خلق فضاءات اتصالية افتراضية جديدة لم تكن موجودة من قبل، وسمة هذه الشبكات الأساسية هي أنها وسيلة مثلى للترابط بين الأشخاص على حد تعبير "بيرناند كونان" إذ تنقل المعلومات وتوصلها للأفراد الآخرين المتواجدين في الأطراف الأخرى من الشبكة بسرعة كبيرة وفي ظرف آني تزامني بصرف النظر عن أماكن تواجدهم. وبالتالي فشبكات التواصل الاجتماعي تعتبر ظاهرة رمزية، فالفرد يتعامل مع محتوياتها من خلال رمزية النص والصورة والفيديو وبالتالي فهي ليست حقائق بذاتها بل هي تعبير عن حقائق. فلجوء الفرد إلى العالم الافتراضي الرمزي قد

يكون تلقائياً أو الرغبة في الإفلات من الواقع المعاش. الشيء الذي تفتح أمامه باب التخيل والتأمل ومعايشة عوالم متعددة غير مطروحة في محيطه بالضرورة، وقد يكون الفرد واعياً معظم الوقت أن عالم الشبكات الاجتماعية ليس بالضرورة حقيقة وقد يخلط بين العالمين وقد يصل الحال بالفرد إلى أن العالم الافتراضي هو العالم الواقعي والحقيقي. (يامن بودهان، 2015، الصفحات 19-20)

2-4- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:

المتابع والمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي يجد أنها تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الآخر بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أبرز خدماتها:

➤ **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: (Profile Page)** من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً ومن هم أصدقائه. (ماهر، اللحام، و الكافي، 2014، الصفحات 111-112)

➤ **الأصدقاء (العلاقات): (Friends , Connection)** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، ونجد شبكات التواصل الاجتماعي تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف للقائمة.

➤ **إرسال الرسائل:** وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن متوفراً.

➤ **ألبومات الصور:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصورة مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها. (الكافي م.، 2016، الصفحات 113-114)

➤ **المجموعات:** تتيح الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، وتوفر شبكات التواصل الاجتماعي لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية

تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب الأحداث "Events" ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين. (علي ا.، 2015، الصفحات 11-12)

2-5- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

شجعت اللامركزية على نشر المعلومات في ظل تكاثر شبكات التواصل الاجتماعي حيث ساعد ذلك الأمر على فهم هذه الشبكات لاختيار ما يلائمك منها، وسوف يتم تسليط الضوء هنا على أنواع شبكات التواصل الاجتماعي أي أنواع المنصات وتعرف الشبكة على أنها اجتماع علمي لكل مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تتضمن أيضا المواقع حيث تمكنت المنصات إنشاء إدارة وتخزين المعلومات بل و القدرة اطهار المعلومة كاملة أو جزء منها وحاليا يوجد على الساحة الافتراضية المئات من الشبكات والتي تحوي بعضها الملايين من المستخدمين و البعض الآخر الألاف، وهناك العديد من الطرق لتصنيف و اكتشاف مختلف الأنواع، ولكننا اخترنا هنا الشبكات الأكثر شيوعا و استخداما أي الأفضل والذي يعتمد في تصنيفه طبقا للوظائف التي تؤديها الشبكة والمصنفة كالآتي:

2-5-1- الشبكات الاجتماعية: تعمل منصات الشبكات الاجتماعية على توطيد العلاقات الشخصية والعملية يمكن للأشخاص أن يتعرف كل منهم على الآخر ويوضح الجدول الآتي قائمة بأسماء المواقع الأكثر شهرة مع توضيح وظائفها، حيث تقوم تلك المواقع بالاستجابة للطلبات الإنسانية في التواصل والتي تدفعهم دائما للتواصل والاستمرار على تلك الشبكات لفترات طويلة من الزمن. (هيوج بروك و رافي غويثا، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، 2017، صفحة 62)

الجدول رقم 2: أمثلة عن بعض الشبكات الاجتماعية

إسم الشبكة	الوظيفة التي تقوم بها
الفيس بوك	أصدقاء ومجموعات
تويتر	متابعيين
جوجل+	محرك بحث
لينكد إن	تواصل ومحادثات
هاي فايف	تكوين أصدقاء
أوركنت	تكوين صدقات تواصل
يوكاون	محادثات

وسنتطرق إلى أهم الشبكات الرائدة في الوقت الحالي ونذكر منها:

أ- الفاييس بوك Face Book:

أطلق الفيس بوك في الرابع من شهر فيفري سنة 2004م على يد "مارك زوكربيرغ mark zuckerberg" الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه.

وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ "كتب الوجوه" التي كانت تطبع و توزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرد الطلاب شتى أنحاء العالم، فكان الهدف تأسيس شبكة إلكترونية لتقوم بعمل "كتب الوجوه" بطريقة أسهل وأوسع انتشارا وأكثر فعالية. (علي و امال كزيز، 2007، صفحة 120)

حيث اقتصر الفيس بوك في البداية على جامعة هارفارد ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات و الكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات، وفي سنة 2006م حصل تطور في شروط استخدام هذه الشبكة حيث الغي ما كان يشترط سابقا للمشارك بأن يكون يمتلك حساب بريد الكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك بريد الكتروني أن يصبح عضو شبكة الفاييس بوك. (مهدي، 2017، صفحة 12)

يستخدم الفيس بوك للتواصل الاجتماعي، ويعتبر شبكة اجتماعية الأكثر شعبية وشهرة على شبكة الانترنت وهو متاح بشكل يومي بأسلوب منظم حيث لا يواجه المستخدم الجديد صعوبة في فهمه أو استخدامه إذ أنه بإمكان أي شخص حتى لو لم يكن تقنيا أو ملما بالتكنولوجيا أن يبدأ بالنشر ومشاركة المعلومات على الفيس بوك، حيث يمكن للعضو المشترك أن يقوم باعداد نبذة عن حياته الشخصية تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف ولمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، ولذلك تشترط هذه الشبكة استعمال الأسماء الحقيقية وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب.

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذة من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره وأي صورة أو مقطع فيديو أو موسيقى يرغب في إطلاعهم عليها. (علي خليل شقرة، الاعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، 2014، الصفحات 64-65)

يتكون الفيس بوك من مجموعات تتكون من أعضاء وتصنف على أساس الإقليم والمكان والعمل، الجامعة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات أو المجموعة ثم يبدأ بالتصفح واختيار ما يناسبه،

ويكفي أن تكتب البريد الإلكتروني أو اسم احد أصدقائه في المكان المخصص للبحث ولو كان مشترك على الفيس بوك ستجده وتتواصل معه ويمكن تفصيا ذلك فيما يلي:

❖ **الملف الشخصي profil:** وهي الصفحة الشخصية للمستخدم وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو، ملاحظاته، وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها.

ومن أهم التقنيات الموجودة في البروفائل والتي يمكن الاستفادة منها هو شريط " ماذا يخطر في بالك؟" "what on your mind?" ويوجد هذا الشريط في أعلى الصفحة ويمكنك من كتابة حالتك الحالية وتظهر على حائطك الشخصي من خلال ذلك يتلقى المشترك آراء وتعليقات أصدقائه، وتبدو قوة تأثير الكتابة عند تواجد عدد كبير من الأصدقاء لدى المستخدم. (شفيق ح.، نظريات الاعلام وتطبيقاته في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، 2013، صفحة 134)

❖ **المجموعات geoups:** وهي أهم التقنيات الموجودة في الفيس بوك لقيام أي جهة أو مؤسسة أو فرد يعمل مجموعة يتم من خلالها التعرف بالأفكار الجديدة و الدعوة اليها، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها ومشاركتهم وايمانهم بالأفكار والمبادئ التي تدعو لها المجموعة، وهناك ثلاث اختيارات تمثل أنواع المجموعات:

- **مجموعة عامة:** وهي معروضة للجميع بمعنى أنه مسموح لكل شخص بالدخول ليسجل فيها.
- **مجموعة مرئية:** هذه المجموعة يظهر وصفها للجميع ولكن للانضمام اليها لابد من موافقة المسؤولين على هذه المجموعة وبعد الموافقة تبدأ المجموعة بالظهور على الصفحة.
- **مجموعة غير مرئية:** بمعنى أن هذه المجموعة لا تظهر لأي شخص على الفيس بوك، ولابد من دعوة الأشخاص للانضمام اليها من قبل المسؤولين. (خالد منصر، دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، 2017-2018، صفحة 103)

❖ **لوحة الحائط wall:** وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل إلى هذا المستخدم أ الكتابة على حائط المستخدم.

❖ **النكزة pokes:** من خلالها يمكن ارسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن اشهار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .

❖ **الصور photos:** هي التي تمكن المستخدم من تحميل الألبومات والصور من الشبكة.

❖ **الموقع أو الحالة status:** وبذلك تتيح إمكانية إبلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- ❖ **التعليقات notes:** وهي متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات. (مبارك و خضر فضل الله، 2011، صفحة 16)
- ❖ **خدمة الرسائل والدرشة (تطبيق ماسنجر Messenger):** وهو تطبيق يحمل على الهواتف الذكية ويتيح للمستخدم إرسال الرسائل الخاصة والملصقات و اجراء الدردشة مع المجموعات و اجراء مكالمات مجانية.
- ❖ **ارسال الهدايا Gifts:** توفر للمستخدمين ارسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية .
- ❖ **مساحة إعلانية Marketplace:** خاصة بالبيع والشراء ووفقا لما ذكرته شركة "كومسكور" وهي شركة متخصصة في التسويق على الانترنت فان الفايس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاها ما يتوفر من بيانات لدى جوجا وماكروسوفت. (شفيق ح.، 2013، صفحة 136)
- ❖ **البحث:** يتيح الفايس بوك إمكانية البحث عن الأشخاص و المشاركات والصور التي شاركها الأصدقاء.
- ❖ **الفيديو En direct:** يتيح الفيس بوك إمكانية عمل فيديو مباشر و مشاركته مع الأصدقاء .
- ❖ **برنامج فيس بوك Facebook Lite :** وهو برنامج يستخدم في حالة الشبكات الضعيفة في المناطق التي لا تصلها شبكة الانترنت، بحيث يستهلك بيانات أقل إلا أنه يعمل بشكل جيد.
- ❖ **التدليل:** يوجد في كل صفحة في الفيس بوك لائحة ارتباطات أفقية تسمى التدليل FOOTER من السهل التغاضي عنه ولكنه يقدم بعض المعلومات المفيدة وتتمثل في:
 - **اللغة:** تتيح للمستخدم قائمة اللغة لتحديد نوع اللغة المستخدمة و التي يرغب المستخدم في استعمالها.
 - **حول الفيس بوك:** وتشمل صفحة تعليمات حول الفيس بوك وتبين إعلانات التوظيف وغيرها من المعلومات المتعلقة بالشركة.
 - **الإعلانات:** وتقوم بربط المستخدم بمعلومات وأدوات تخص كيفية الإعلان للمعلنين. (mawdoo3، 2021)
 - **المطورون:** ويرتبط بموارد النشاء تطبيقات الفيس بوك.
 - **انشاء صفحة:** تتيح للمستخدم انشاء صفحة خاصة بمهنته أو مشروع خاص به، أو جانب آخر يرغب المستخدم بالإعلان عنه لتوطيد العلاقة مع جمهوره.
 - **المهن:** للاطلاع على المهن الموجودة في شركة الفيس بوك.

- **الخصوصية:** وتمثل مجموعة الأدوات التي تمكن المستخدم من اختيار نوع وشكل الخصوصية والسرية التي يرغب فيها.
- **الاعدادات:** تتمثل في مجموعة من الأدوات التي تساعد المستخدم في عملية تنظيم و اعداد حسابيه وفق الكيفية التي يريدها وعند الضغط عليها سوف تظهر قائمة تتيح للمستخدم صفحة اعدادات الحساب أو اعدادات الخصوصية، كما وتضم مفتاح خروج المستخدم من الشبكة أو اغلاق الحساب نهائيا.
- **الشروط والتعليمات:** ويشمل مركز مساعدة المستخدم الذي يعطي مؤشرات عن بدء العمل ومعلومات عن الأمان.
- **المساعدة:** وتضم لائحة بالشروط التي وضعتها شركة الفيس بوك لقبول عضوية المستخدم في الشبكة.
- **شريط التطبيقات:** هو شريط يضم التطبيقات العامة التي يمكن للمستخدم استعمالها و يكون مرئيا دائما وهو يحتوي على قائمة تسهل وصولك سريعا إلى تطبيقات الفيس بوك. (السعدي، 2016، الصفحات 174-176)

ب- تويتر Twitter:

بعد (140) حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل: الفيسبوك، (Twihirl, Twiterrific) (ليفنسون، 2015، صفحة 64) . (Twitbird , Twitterjox)

وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للمتابعين قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية، أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البؤيد الالكتروني وخلاصة الأحداث، وعن طريق الرسائل النصية القصيرة وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الو.م.أ وكندا والهند، بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الارسال اليه في المملكة المتحدة. (اسماعيل، 2017، صفحة 39)

ظهر موقع تويتر في أوائل سنة 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للاستخدام العام في أكتوبر 2006 وفي أبريل 2007 قامت هذه الشركة بفصل الخدمة وتكوين شركة جديدة باسم تويتر، وبدأ الموقع في الانتشار عالميا كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة ومنذ مارس 2012 أصبح موقع تويتر متوفرا

باللغة العربية، وتطور كثيرا خلال السنوات القليلة الماضية ولم يعد مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسيين، الكتاب، الرياضيين وغيرهم مع جمهورهم، كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق. (علي خليل شقرة، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، 2014، صفحة 75)

وينقسم مستخدمي تويتر إلى متابعين (Followers) هم من يقرأ ويتتبع مشاركات الآخرين سواء كانوا أفرادا أو شركات ومتبوعين (Followed) وهم من تتم قراءة مشاركتهم من قبل الآخرين.

ج- جوجل بلس Google Plus:

هو شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل وتم إطلاقها تجريبيا وفي سبتمبر 2011 أصبح متاحا لأي شخص فوق 18 عاما التسجيل بدون دعوة.

يقدم هذا الموقع خدمات مثل:

- الدوائر (Circle): وتتيح للمستخدمين القيام بعملية تقسيم الأصدقاء والأقارب في حلقات وفقا لتصنيفاتهم، فعلى سبيل المثال يمكن وضع أشخاص تنوي مقابلتهم في حلقة معا بينما يتم وضع الأقارب والأهل في حلقة خاصة بهم. كما يمكن للمستخدم أن يقوم بتحديد المعلومات التي يمكن أن تراها كل مجموعة.

- مكالمات الفيديو (Hangouts): وتضمن هذه الخدمة للمستخدم التعرف على الأشخاص الموجودين على شبكة الأنترنت، وهي تشبه إلى حد ما خدمة المحادثة المرئية، فبمجرد الانضمام إلى إحدى حلقات مكالمات الفيديو ستتمكن من الدخول في محادثة مرئية مع كل الموجودين. ومن ناحية أخرى فالخدمة مزودة بخاصية Instant Upload التي تقوم تلقائيا برفع كل الصور ومقاطع الفيديو الموجودة على الهاتف الشخصي للمستخدم إلى ملفه الشخصي في الخدمة، حيث يمكنه تحديد الأشخاص الذين يمكنهم تبادل و رؤية هذا المحتوى.

- الاهتمامات (Sparks): تتيح للمستخدم كتابة وإدخال اهتماماته لكي يتم تزويده بكافة الموضوعات ذات الصلة بما في ذلك من أخبار ومقاطع الفيديو وغيرها من أنواع المحتوى.

- المحادثات الجماعية (Huddels)

- المنتديات والصفحات.

مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل:

- صدى جوجل Google Buzz

- الملف الشخصي Google Profile (<http://www.wikipedia.org>).

من مميزات جوجل بلس الخصوصية فعند متابعة شخص معين من طرفك فأنت تراه ولكن لكي يرى هو منشوراتك لا بد أن يضيفك إلى دوائره، كما أن جوجل بلس ليس بها قبول طلبات صداقة فبمجرد إضافة شخص أو صفحة دوائر فإنك تزر منشوراتهم، وبالتالي جمعت الشبكة بين تويتر والفيسبوك ولكن حتى يكون استخدام جوجل بلس فعالا لا بد أن تكون سرعة الانترنت عالية.

بعد انطلاقه وخلال شهره الأول تجاوز عدد مستخدميه حاجز 25 مليون مستخدم، وهو ما لم يحققه الفيسبوك في بداياته ولكن بدأت جوجل تفقد صيتها شيئا فشيئا من خلال تراجع أداء الشبكة، خاصة بعد الإعلان عن الإحصائية التي أثبتت أن معدل التوقيت الذي يقضيه المستخدم لا يتجاوز الثلاث دقائق في الشهر مقابل 07 ساعات لمستخدمي الفيسبوك. (للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتماب (تويتر نموذجاً)، 1438، صفحة 38)

الشبكات الإعلامية: لقد مكنت المنصات الإعلامية مستخدميها من انشاء الوسائل الإعلامية و التي تتضمن الفيديوهات والصور والتسجيلات والنصوص من أجل توسيع قاعدة استخدام القوة الحوسبية والوصول إلى كل الأجهزة مهما كانت الإمكانيات، إذ انتشر استخدام الوسائل الدعائية بشكل ملحوظ و يوضح الجدول رقم (03) مجموعة من الشبكات الإعلامية ونوعية الدعاية المستخدمة.

تقوم تلك الشبكات الإعلامية بتوظيف إمكانيات تقنية للشبكة من أجل القيام بالتحميل أو المشاركة في خدمة ذلك الهدف فالإعلانات هي معلومات، وهذه الشبكات متخصصة في نشرها، حيث تقوم تلك الشبكات بإعطاء الفرصة للمستخدمين في انشاء ومشاركة الدعاية، وهو الأمر الذي يحافظ على انتباه أولئك المستخدمين طول الوقت، وتتبع معظم الشبكات تلك الطريقة التي تسمح لمستخدميه مشاركة المعلومات وبعض الشبكات الأخرى بإعادة انشاء تلك الدعاية كما يحلو لهم والتي تتضمن اعلام الآخرين بتواجد المتابع ويمكن للمستخدمين مشاركة ما يجدونه على الانترنت من مقالات وصور وفيديوهات، كما يتاح لهم كتابة التعليقات النصية والتي تجذب الانتباه أكثر.

الجدول رقم 3: يوضح أمثلة للشبكات الإعلامية

اسم الشبكة	نوع الدعاية
يوتيوب	فيديو
فليكر	صور
انستغرام	صور هاتف الذكي
سوشيال كالم	فيديوهات
واتساب	رسائل فورية
سناب شات	صور وتسجيل فيديو ورسومات

• معظم تلك الشبكات لديها العديد من الخصائص ولكن أخذت تشتهر بواحد منهم فقط على سبيل المثال يوتيوب والذي اشتهر بمشاركة الفيديوهات، الا أنه يحتوي على العديد من الخصائص مثل مشاركة التعليقات النصية على الفيديوهات. (هيوج بروك و رافي غويتا، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، 2017، الصفحات 62-63)

د- اليوتيوب (Youtube):

يوتيوب موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك. أسس الموقع في 14 فيفري 2005 من قبل ثلاثة موظفين سابقين من شركة باي بال هم: تشاد هيرلي، ستيف تشين وجاود كريم في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا الأمريكية، ويعمل فيه حالياً أكثر من 67 موظف وتنتشر بـ 54 لغة. (الدليمي ع.، 2011، الصفحات 194-195)

يعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان أنا في حديقة الحيوان أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب بتاريخ 23 أبريل 2005 وتبلغ مدته 18 ثانية. وبحسب موقع أليكس اليوتيوب هو ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد الفايسبوك وجوجل.

وبعد إطلاق اليوتيوب أصبح من السهل نشر الأفلام ليشاهدا المستخدمون حول العالم وأصبح العديد من الهواة ينشرون مقاطع مصورة بشكل مستمر، ولا يسمح في اليوتيوب بوضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل كما لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية، الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة، أفلام فاضحة، إعلانات تجارية أو الأفلام التي تشجع على الإجرام. (السوداني و محمد المنصور، 2016، الصفحات 119-120)

هـ- انستغرام (Instagram):

وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا أطلقت في أكتوبر سنة 2010، ويتيح للمستخدم التقاط صورة أو إضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية.

في البداية كان دعم انستغرام على الآيفون والآيباد والآيبود وفي أبريل 2012 أضيف انستغرام لمنصة الأندرويد (Android) ثم تطور 2013 ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.

من التطورات المهمة في تطبيق الانستغرام استحواذ شركة الفيسبوك في أبريل 2012 على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار، وأما عن تطور عدد المتابعين فقد حصل التطبيق في ديسمبر 2010 على مليون مستخدم وفي سنة 2011 حصل على زيادة 50% من المستخدمين ليصل العدد إلى 05 ملايين مستخدم، ثم تضاعف العدد مع إطلاق التطبيق لمنصة الأندرويد ليتخطى عدد المستخدمين 30 مليون مستخدم. ثم في ديسمبر 2014 أعلنت خدمة انستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم.

في جويلية 2011 قام مستخدمو التطبيق برفع 100 مليون صورة وفي شهر أوت من نفس السنة وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة أي بزيادة 50% خلال شهر واحد. ومع نهاية سنة 2015 تجاوز عدد المشتركين في الموقع 400 مليون شخص منهم 180 مشترك نشط شهريا، يرفعون 80 مليون صورة يوميا وبلغ مجموع الإعجابات 5.3 مليار مند إنشائه. (المشهداني و فراس محمود العبيدي، 2020، صفحة 104)

و- سناب شات (SnapChat):

وهو تطبيق رسائل مصورة وضعه إيفان شبيغل وروبرت مورفي، ويمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق التقاط الصور وتسجيل الفيديو وإضافة نص ورسومات وارسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. يعين المستخدمون مدة زمنية للقطاتهم من ثمانية واحدة إلى عشر ثوان وبعد إرسالها تبقى مدة 24 ساعة فقط، ثم تختفي من جهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات.

يصل عدد المستخدمين النشطين شهريا 200 مليون، يقضي كل واحد منهم 17 دقيقة يوميا في تصفح الشبكة، أما توزيعهم حسب الجنس فتبين أن 70% من المستخدمين هم من الإناث و 30% من الذكور،

وتصل نسبة طلبة المدارس والكليات والجامعات في الشبكة 77% في حين نسبة المستخدمين في الفئة العمرية 13 - 24 إلى 81%. (للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتز نموذج)، 1438، صفحة 39)

ي- واتس آب (Whats App):

واتس آب تطبيق مراسلات فورية ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية والفيديو والوسائط، تأسس في سنة 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويقع مقرها في سانت كلارا كاليفورنيا.

يتنافس واتس آب مع عدد من خدمات الرسائل الآسيوية مثل: (Wechat , Line, Kakaotalk) وهو متاح لكل من أي فون، بلاك بيري، أندرويد فقط وعلى أي باد بصورة غير رسمية ويتزامن مع جهات الإتصال في الهاتف، لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل.

أعلنت واتس آب أنها وصلت إلى 28 مليار رسالة واستحوذت شركة الفيسبوك على الواتس آب في 19 فيفري 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي، وأعلن الرئيس التنفيذي للشركة عن بلوغ عدد المستخدمين النشطين شهريا أكثر من 700 مليون مستخدم. (mawdoo3، 2021)

2-6- التأثيرات الإيجابية والسلبية للشبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة و المجتمع

2-6-1- التأثيرات الإيجابية للشبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة والمجتمع:

بل أدنى شك أن تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الالكترونية، أضفت بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر، بل قد يعزي البعض لها فضل تغيير حياة البشرية للأفضل، من أحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم الآثار الإيجابية الاجتماعية لها هي:

➤ **نافذة حرية مطلقة على العالم:** لقد وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص، في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجا للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم ومجانا دون الحاجة للسفر كما وفرت متنفسا للملايين من نساء وشبان العالم الثالث وخاصة في دولنا العربية للهروب من الواقع المحبط والقمع الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد.

➤ **فرصة لتعزيز الذات:** فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في مجتمعاتنا العربية حيث يتبع الشباب الأهل في تصرفاتهم وثقافتهم، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي، حيث يشعر الشباب بدواتهم الافتراضية تكبر وتتطور مع تفاعلهم مع الغير وتواصلهم مع مختلف الحضارات والثقافات الأخرى، فتتوسع آفاقهم ومداركهم أكثر مما لو بقوا رهائن محصورة في محيط العائلة والعشيرة. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، صفحة 68) حيث باتت شبكات التواصل الاجتماعي تضطلع بدور مهم في اعداد الأفراد وتنشئتهم، واكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، لما تتيحه من تفاعل الآخرين عبر الأنشطة المختلفة للجماعات التي يمكن تكوينها في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي، وتخطيها الحدود وتمكين الفرد من التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية عن طريق هذه الأنشطة والتفاعل مع الآخرين. (حسين محمد هتمي، 2015، صفحة 101)

➤ **أكثر انفتاحاً على الآخر:** إن التواصل مع الغير سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، ومع انخراطك ضمن ثقافة الانفتاح على الغير والتي تتمتع بها معظم مواقع التواصل الاجتماعي فإنك سوف تتعرف على أشخاص جدد، خاصة كون هذه المواقع توفر خاصية إضافة الأصدقاء وإرسال الرسائل للدعوة إلى تلك المجموعة أو ذلك الموقع.

➤ **منبر للرأي والرأي الآخر:** إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك الخاص، وبالتالي حرية التعبير عن رأيك وفكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالسجال مفتوح أمام حرية التعبير والغلبة لمن له الحجة الأقوى، فلا تعقيم على الآراء مما جعل مواقع التواصل أداة قوية للتعبير عن الميولات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة.

➤ **التقليل من صراع الحضارات:** فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستخدمي تلك المواقع. (المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي، 2013، الصفحات 69-70)

2-6-2- التأثيرات السلبية للشبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة والمجتمع:

كما توجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها جانبها السلبي أيضا، فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:

➤ **فقدان التفاعل الاجتماعي:** من خلال ظاهرة الاغتراب الاجتماعي التي تحدث داخل الأسرة و أفرادها وذلك أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تقوم على طابع الفردية، اد بدل أن يقوم الفرد بالنشاط التسوق وحضور برامج ترفيهية وتثقيفية في المسرح والسينما أصبح يقوم به بمفرده عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أي الانسحاب من الأنشطة الاجتماعية والثقافية والأحداث الجارية، بروز ظاهرة اللامبالاة عامة والتي تؤدي إلى إهمال العلاقات الاجتماعية مع الاسرة والأصدقاء. (خالد منصر، دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، 2017-218، الصفحات 68-72) كما يقلل من مهارات التفاعل الشخصي، فمع سهولة التواصل عبر موقع الفيسبوك أو لينكدن وغيره في مختلف الأوقات، فإن ذلك سيقلل مع الزمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة للفاسبوك، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تغلق محادثة شخص فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر. (المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي ، 2013، صفحة 71)

➤ **تأثيرات على القيم الاجتماعية:** ينشأ الأفراد في ضوء قيم اجتماعية خاصة تكون بيئة الجماعة الأولية، لكن في ضوء ما يتعرض له الأفراد خلال استخدامهم لهذه الشبكات من قيم ذات تأثير ضاغط بهدف إعادة تشكيله تبعا بما يعرف في علم النفس بتأثير الجماعة المرجعية مما يؤدي إلى محو آثار الجماعة الأولية عليه مما يفقدهم الترابط داخل جماعتهم و المحيط الذي ينتمون اليه، ويعرضهم للعزلة والنفور، ما تبثه هذه الشبكات لا يتوافق مع قيم المجتمع الإسلامي مثل: الغزو الفكري وخاصة الثقافي بالنسبة لأصحاب التفكير السطحي وادمان التواصل الالكتروني مع الاخرين مما يعزز الأفكار الهدامة و اكتساب الافراد قيم تتنافى مع قيم المجتمع والمساهمة في ضعف العلاقات الاجتماعية مع الاخرين، ونشر الاخبار والاشاعات والفتن والاقاويل الكاذبة. (منصر، دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، 2017-2018، الصفحات 68-72)

➤ ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: فالعولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين، لثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمستمدة أصلاً من ثقافة منشئها وهي الثقافة الغربية الطاغية حالياً في العالم وفق مبدأ طغيان ثقافة الأمة السائدة والمزدهرة في العالم، وتبعية ثقافة الشباب العربي المنقاد لها، كل ذلك ساهم بشكل رئيسي عبر مواقع التواصل إلى الضياع التدريجي للهوية الثقافية العربية، وهو بارز بشكل واضح إذا نظرنا إلى لغة التواصل المستخدمة بين الشباب العربي، لنجد أ اللغة الإنجليزية هي السائدة، وهذا ما يهدد اندثار الثقافة العربية إلا إذا زاد إنشاء مواقع التواصل العربية أو تلك المتحدثة باللغة العربية.

➤ انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة أو التشهير. (المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي، 2013، صفحة 73)

➤ تأثيراتها على الأسرة: ان الإدمان في استخدام هذه الشبكات يجعل الفرد يقضي أوقات أقل مع أسرته، كما يهمل واجباته الأسرية والمنزلية مما يؤدي إلى اثاره أفراد الأسرة عليه، إضافة إلى تأثير ذلك على كيان الأسرة بل وتهديد هذا الكيان بالانحلال والانهيار. (منصر، دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، 2017-2018)) الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي يسبب العديد من المشاكل الأسرية في المجتمعات الإسلامية، فخصوصية المجتمع الإسلامي بسبب ثقافته وتراثه الإسلامي، أو بسبب العادات والتقاليد القبلية فيه، يختلف عن نظيره الغربي. والدراسات المختلفة وجدت أن السبب الرئيسي في ذلك الاستخدام السيء كان وراءه الملل والفراغ، فانعدام المساهمات المجتمعية والتضييق على الشباب وقلة البنية التحتية للترفيه، والبطالة تركت الملايين من الشباب رجالاً ونساء بلا هدف في الحياة سوى التسلية عبر مواقع التواصل، والتي تعتبر النافذة الوحيدة الرخيصة نسبياً للترفيه. (المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي، 2013، صفحة 75)

➤ التأثيرات النفسية: من أهم الآثار النفسية التي نتجت عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرتان متقابلتان وهما:

• الإدمان وتضييع الكثير من الوقت: الذي يعرف بأنه حالة من الاستخدام المرضي وغير التوافقي للشبكات يؤدي إلى اضطرابات اكلينيكية وهذه الظاهرة هي نوع من الإدمان النفسي.

• رهاب شبكات التواصل الاجتماعي: هذه الحالة هي عكس الحالة السابقة حيث يسيطر على صاحبها القلق و الشعور بالخوف من استخدام الشبكات نظرا لما يخشاه من أضرارها ويتطور هذا القلق ليصبح في صورة رهاب. (الله، 2011، صفحة 20)

➤ تأثيرات عقائدية: من الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيراتها على العقائد و الشعائر الدينية و تتمثل في نشر الفتن و الشرك و الكفر في العالم الإسلامي وفقدان الهوية العربية و الإسلامية من خلال تشكيك المسلمين بدينهم و نشر الاخلاق الفاسدة و نشر أفكار و معتقدات تسيء إلى الأديان السماوية و التقاليد والأعراف السائدة.

➤ تأثيرات صحية: يشير الأطباء إلى ان الجلوس لفترة طويلة أمام الحاسب الآلي أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تسبب المتاعب الصحية التالية:

- مخاطر إصابة العيون بالإجهاد والحرق و ازدواج الرؤية والالتهابات المختلفة.
 - مخاطر تهدد العضلات والمفاصل: مثل ضعف العضلات والتهاب الاوتار وآلام في الكتف والرقبة.
 - مخاطر جلدية: مثل التقشر الحكة، كما أن هناك تأثيرات اشعاعية غير مباشرة تؤثر مستقبلا.
- (منصر، دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، 2017-2018، صفحة 13)

خلاصة:

إن نتائج مستقبل التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي مفتوحة على كل الاحتمالات، والأفضل أخذ هذه الظاهرة وتأثيرها على مجتمعاتنا العربية على أنها تطور لطريقة تفاعل المجتمع وتواصله بعضه مع بعض، وإن مستقبل التفاعل سيكون لها ولغيرها من التقنيات القادمة، وعلى هذا الأساس يجب أن تنتهياً الحكومات والمؤسسات الدينية على تهيئة البنى التحتية والخدمات المسهلة لذلك التفاعل.



الفصل الثالث: المنظومة القيمية

الفصل الثالث: المنظومة القيمية

تمهيد

- 3-1- القيم حسب مختلف العلوم والتصنيفات
- 3-2- القيم وعلاقتها ببعض المفاهيم
- 3-3- الخصائص القيم.
- 3-4- أهمية القيم.
- 3-5- تصنيفات القيم .
- 3-6- وظائف القيم.
- 3-7- مكونات القيم.
- 3-8- مصادر القيم.
- 3-9- مستويات القيم.
- 3-10- الثقافة القيمية في زمن شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3-11- آفاق منظومة القيم في المجتمع الجزائري المعاصر.

خلاصة

تمهيد:

يعتبر موضوع القيم أحد أهم المواضيع الشائكة في علم الاجتماع نظرا لمكانته الخاصة تعتبر دراستها من الأهداف الأساسية لفهم الثقافات البشرية وتوجهاتها وتفاعلها الاجتماعية وتحليل التحولات الاجتماعية والثقافية وفهم تأثيراتها على المجتمعات والأفراد، فهي تلعب دور حاسم في تعتبر القيم مجموعة من المبادئ والمعتقدات التي توجه سلوك الأفراد وتشكل الأساس لإتخاذ القرارات في توجيه سلوك الأفراد والمجتمعات.

وتشكل القيم المحور الأساسي لتكوين العلاقات الاجتماعية وتحديد قيم المجتمع وثقافته والتميز بين الصحيح والخطأ وبين الخير والشر، وخلال هذا الفصل سنحاول دراسة القيم من مختلف الإتجاهات وتحليل المفاهيم المشتركة مع تحديد خصائصها وأهميتها ووظيفتها على الصعيد الفردي والمجتمعي مع التعرف على مكوناتها والتعرف على طبيعة مصادرها ومستوياتها.

3-1-1- القيم حسب مختلف العلوم والفلسفات:**3-1-1-1- الفلسفة المثالية:**

تتصف القيم عند المثاليين على أنها ثابتة فهي لا تتغير بتغير الزمان، وهي تجسيد لمفهوم الحقيقة ومصدرها القوة العظمى، فمن وجهة نظرهم أن القيم تم إكتشافها من قبل ودونت في كتب مقدسة أو وثائق سياسية أو تم الإحتفاظ بها في المكتبات وعقول الحكماء ولذلك فهي صالحة لكل الأجيال (الزيود ، 2011، الصفحات 30-31) كما ذهب الفكر المثالي إلى القول أن القيم معطاة وليست إعتبارية، وأنها إذا كانت معطاة فهي ليست معطاة للحس، حيث إنقسموا إلى طائفتين طائفة الأولى ترى أن الحس ثابت ومسؤول على إلتقاط ما تبعثه الأشياء الخيرة والحسنة، أما الطائفة الثانية فتري أن العقل هو الذي يميز بين القيم (محمد، 2002، صفحة 46)، فمن وجهة نظر المثاليين أن القيم توصل لها العلماء عن طريق الإيحاء ولا يجوز الشك، بل يجب أخذها والعمل بموجبها دون جدال، فالمثاليون يجمعون القيم المثالية العليا في ثلاثية الحق والخير والجمال، فقيمة الخير تتمثل في السلوك وقيمة الحق تتمثل في المعرفة وقيمة الجمال تتمثل في الوجدان. (الزيود ، 2011، صفحة 31) وعليه فتفسير الإتجاه المثالي للقيم أنها قيم جوهرية ومطلقة لا يمكن لإستغناء عنها فهي بمثابة قواعد أساسية يستند إليها الفرد أو المجتمع في إتخاذ قراراتهم وتوجيه تصرفاتهم، وأن القيم تشكل أساسا أخلاقيا يحكم تصرفات البشر ويوجهها نحو الخير والجمال والحقيقة.

3-1-2- الفلسفة الواقعية:

يرتبط إسم الفلسفة الواقعية بالفيلسوف اليوناني أرسطو الذي إنطلق من فكرة أن المادة قائمة بذاتها ومستقلة عن العقل، ويرى الواقعيون أن القيم يستدل عليها عن طريق الحواس والتجربة لأنها صادرة من الواقع المحسوس أنها متغيرة وغير ثابتة (الحصموتي ، 2019، صفحة 26)، وأنها نسبية ومطلقة في آن واحد ومصدرها العقل، وللقيم سلم ثابت، ويرى الواقعيون أن الإنسان يستطيع أن يكتشف القيم بإستخدام أساليب علمية وخطوات علمية، مما يعني ضرورة إستخدام العقل، وتقوم فكرة الفلسفة الواقعية على أن مصدر كل الحقائق في هذا الواقع، فلا يستبقي الحقائق في الحدس والإلهام وإنما تأتي من هذا العالم الذي نعيش فيه عالم الواقع أي عالم التجربة والخبرات اليومية. (اليمني ، 2018، صفحة 117)

فالفلسفة الواقعية لها نظرتها المغايرة للقيم عن الفلسفة المثالية ،فالواقعيون يتفقون على أن القيم موضوعية وذات أساس دائم ،كما يتفق الكلاسيكون الواقعيون وعلى رأسهم أرسطو بأن هناك قانونا خلقيا كليا ملزما لجميع البشر بإعتبارهم كائنات عاقلة ويمكن إدراك هذا القانون بالعقل ،أما الواقعيون العلميون فنجد أنهم يرفضون أي نوع من القيم خارج حدود الطبيعة والعالم الحسي الذي يعيش فيه الإنسان (وجبهة ، دون تاريخ ، صفحة 78) ،والقيم عند الواقعيون إجتماعية تحقق للإنسان سعادة ومنفعة وتكون بمثابة المحفز له على العمل والنجاح لتحقيق الذات. (الحصموتي ، 2019 ، صفحة 26) وعليه فتفسير الواقعيون للقيم يرون أن القيم تنشأ نتيجة التفاعلات الإجتماعية والثقافية في المجتمع وأنها في حالة ديناميكية تتغير وفقا الظروف الاجتماعية والثقافية وتتأثر بالسياق الإجتماعي والثقافي.

3-1-3- القيم من منظور علماء الإجتماع:

ولكن مع ظهور دراسة وليام توماس وفلوريان زنانيكي حول الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا أصبح علماء الإجتماع يستخدمون مفهوم القيم إستخداما متزايدا وسرعان ما أصبحت القيم تمثل موضوعا من الموضوعات التي يهتم بها علماء الإجتماع إلى درجة أن صاغو العديد من النظريات السوسولوجية حولها ،وأعتبروها محدد من محددات السلوك الإنساني ومفتاح فهم الثقافة الإنسانية. (محمد، 2002 ، صفحة 89)

كانت بداية تناول القيم من منظور إجتماعي يعود للمدرسة الفرنسية وخاصة عند "إميل دوركايم" والذي حدد مكونات الظاهرة بأنها نظم إجتماعية تتصف بالضبط والإجبار والإلزامية والعموم ،كما أنها تتكون من مجموعة من الرموز الإجتماعية والقيم والأفكار والمثل ،وحسب دوركايم فإن مصدر القيم هنا يعود لضمير الجمعي (المجتمع) والذي له دور في تحديد الضبط في المجتمع كما يؤكد أن دور النسق القيمي هو تحديد السلوك الإجتماعي. (السيد ، 2009 ، صفحة 22)

ومن علماء الإجتماع الذين كان لهم إسهام في تناول القيم من الناحية السوسولوجية نجد أوغيست كونت يتناول القيم من منظور سوسولوجي إقتصرت دراسته السوسولوجية على دراسة وتحليل الواقع المحسوس ومعالجته بمناهج البحث التجريبي ،وحسب وجهة نظر أوغيست كونت أن القيم نسبية وليست مطلقة كما ذهب إليها أصحاب المذهب المثالي ،بل هي حقائق واقعية يتفاعل معها الإنسان. (بوشلوش ، 2008 ، صفحة 58)

أما "ماكس فيبر" فيفسر القيم من منظور الفعل الإجتماعي فحسب نظره أن الفعل هو عبارة عن سلوك إنساني يحمل معنى وهذه الفعل يتشكل من القيم الكامنة لدى الفرد وتبدو نتيجة الفعل منطقية حسب سلوك الأفراد والجماعة ،فحسب تفسير ماكس فيبر يرى أن الفعل لا يمكن تفسيره إلا بإرجاعه للقيم المحركة له والدافعة إليه ،وهذا ما يجعل من القيم تتباين وتتفاوت حسب تباين وتفاوت الأفعال ،فحسب ماكس فيبر فإن القيم تعود لتفاعل الإجتماعي . **Source spécifiée non valide.**

أما تالكوت بارسونز فيفسر القيم في كتابه النسق الإجتماعي بقوله " القيمة عنصر في النسق الرمزي المشترك مقبول في المجتمع ويؤدي وظيفته بإعتباره معيار أو قاعدة للإختيار بين بدائل الموجات التي تنفتح ذاتيا في الموقف " ويعرفها أنها المعايير التي تحكم بها كون الشيء مرغوبا فيه أو غير مرغوب فيه. (talkott, 1964, p. 12)

ويفسر تالكوت بارسونز للقيمة فإنه يرى أن القيم موجّهات وتلك الموجّهات توجه إلى جوانب من موجّهات الفعل التي تلزم الفرد للمحافظة على معايير معينة ومقاييس ومعايير الإختيار عندما يكون في موقف طارئ يسمح له بالإختيار ،وحيثما يكون الفاعل مجبرا على الإختيار فإن تلك الموجّهات قد تلتزمه بمعايير معينة تساعد على إختياره ،غير أن تالكوت بارسونز في تحليله هذا لم يهتم بالقيمة كموجّهات لفعل الفاعل ،ولكنه كان مهتما بتأثيراتها على النسق الإجتماعي ككل. (النجاني، 2021/2020)

3-1-4-الإتجاه الاقتصادي : عرض الدكتور رفعت عوضي خمس قضايا توضح علم الاقتصاد من القيم أولها أن تأسيس هذا للعلم أي علم الاقتصاد يعود إلى آدم سميث كان رجوع صدى لرجال الصناعة ،ثانيا كون النظرية الكلاسيكية للاقتصاد تحيزت لطبقة رجال الأعمال والرأسمالية ،ثالثا أن نظرية مالتس المشهورة دعت إلى إطلاق الحروب والمجاعات والأوبئة على الشعوب الأخرى لإعادة التوازن للعالم فكانت خادمة للإستعمار ورابع القضايا المتعلقة بالقيم في علم الاقتصاد هي أنه علم تشاؤمي والقضية الخامسة تمويل التنمية الاقتصادية في العالم الثالث من البطالة المقنعة ثم تعميم القيم الغربية على العالم العام عبر العولمة (نادية ، 2011 ، صفحة 440)،كما تعامل بعض علماء الاقتصاد مع مفهوم القيم بأساليب مختلفة فأحيانا يستخدمونها كمرادف الثمن وأحيانا أخرى تظهر عن التبادل أو الاختيار والتفصيل وترتيب السلع ،وكذلك فالقيمة في علم الاقتصاد تشير إلى شيء مرغوب أي له منفعة والتي بدورها تستطيع أن ترضي وتلبي المطالب الإنسانية . (السيد ، 2009 ، صفحة 26)

ويرى علماء الإقتصاد، أنه سواء قلنا القيمة أو قلنا الثمن فإن قولنا يبقى مجرد تعبير عن علاقة بين أشياء مطروحة في السوق للمبادلة ولا يمكن بأية حال أن يكون تعبير عن معايير كمية تقبل الجمع والطرح بحيث يستطاع القول مثلا أن بلدا ما قد زاد ما ينتجه من قيم بمعنى زادت رفاهية أهله، ذلك لأن أي زيادة هي زيادة في التكلفة، وإن رفعت من مقدار القيمة المنتجة فإنها لا يمكن بحال أن تعتبر رفعا من مستوى الرفاهية، وقد تم إستخدام مفهوم القيمة بمعان مختلفة في المذاهب الإقتصادية المختلفة. (عبد اللطيف، 1992، صفحة 51)

3-1-5- الإتجاه النفسي: تحتل القيم أهمية كبيرة في علم النفس لما لها من علاقة وثيقة بالشخصية وترجع أهمية القيم في علم النفس إلى الدراسات التي أجراها إثنين من علماء النفس الأول هو السيكولوجي الألماني "إدوارد سبرانجر" الذي قدم عام 1928 كتاب بعنوان أنماط الرجال بين فيه أن الناس أنماط يتوزعون حسب ستة أنماط تبعا لسيادة والقيم واحدة منهم، والعالم الثاني هو السيكولوجي الأمريكي لويس ترستون والذي نشر عام 1954 مقالا بعنوان قياس القيم قدم فيه تصورا لمعالجة القيم من منظور نفسي (بن عثمان، 2016، صفحة 67)، كما فسر العالم النفسي جون ديوي القيم على أساس الرغبة والميول حيث يرى أن القيم هو ما نميل إليه ما ينتج عن النشاط الموجه وهو ما يرتبط بالرغبة والميول التي توافق الحكم عليه بعد فحص العلاقة التي يعتمد عليها الشيء المحبوب، أما المحبة العابرة فهي تحدث دون علم عالم أو كيف تحدث ولأي غرض تهدف (الجموعي، 2014، صفحة 77).

ولعل أهم نظرية نالت رواجاً لدى السلوكيين نظرية رالف بارتون بييري الذي إعتبر أن الإهتمام بأي شئ يجعل هذا الشئ ذا قيمة، فالإهتمام في نظر بييري يعد المصدر الأساسي والسمة المميزة والدائمة في جميع القيم على إعتبار أنه من الخصائص المميزة للعقل البشري قبول بعض الأشياء ورفض البعض الآخر فعلميا الرفض والقبول تتضمن حالا نزوعية ووجدانية تجاه الموضوعات المختلفة بالإقدام أو الأحجام عليها يحبها ويكرهها، وكلها حالات توصف بأنها أفعال أو ميول ناتجة عن إهتمام معين تجاه مجمل القيمة يعتبر الشيء ذا قيمة إذا إتصفت بفعل إهتمام ويختصر بييري فكرته هذه بالمعادلة (س) ذو قيمة - هناك ب: (س). (غربي ع.، 2022-2023، صفحة 91)

فالقيم حسب التفسيرات التي قدمها علماء النفس هي عبارة عن ميول ورغبات وإتجاهات تتبع من نفس الفرد، فهي ذات منطلق فردي، فحسب الإتجاه النفسي يميل إلى دراسة القيم على أنها قيم فردية، كون الإتجاه النفسي هو علم يمثل الفرد بؤرة إهتمامه.

3-1-6-الإتجاه البرجوازي: ينظر أصحاب هذا الإتجاه للقيم على أساس المنفعة ،وعلى رأسهم "فريديريك إنجلز" وأن القيم في المجتمع البرجوازي هي قيم الإنتفاع فقط وهي عبارة عن قيم تنظر للشخص بمقدار ما يملك فقط وتحترمه في ضوء ملكيته وليس كونه كائن ،فالرأسمالي الذي يعتبر العامل على أنه عامل لا يأخذه بعين الإعتبار إلا لأنه في حاجة إلى عمله ،والعامل يتخذ من الرأسمالي الموقف ذاته بالضبط فهو بالنسبة له ليس شيئاً سوى غذاء والعامل بالنسبة للرأسمالي ليس شخصاً ينبغي إحترامه وليس إنساناً وإنما مثله مثل غيره من الكائنات يتعاطف معها لأنه مخلوق دافع (السيد ، 2009 ، صفحة 25).

3-1-7-الإتجاه السلوكي: ينظر أصحاب هذا الإتجاه للقيم من منظور الحاجة ،وعلى رأسهم " دافيد مكلياند" والذي فسر في كتابه الشهير مجتمع الإنجاز بين التنمية الإقتصادية والقيم ،حيث ذهب إلى أن المجتمع المتخلف إذا أراد البدء في تنمية نفسه إقتصادياً فلا بد له من دعم الشعور بالحاجة إلى الإنجاز لدى الأفراد من خلال التربية والتنشئة الإجتماعية وتشجيع المجتهدين والمجددين والدخول في ساحة العمل الإقتصادي ،هذا بالإضافة إلى تغيير القيم والمعايير التقليدية التي يكون بعض منها مثبطة وإستبدالها بقيم مستحدثة وإيجابية تدفع بشدة عجلة التحديث الإقتصادي. (السيد ، 2009 ، صفحة 26)

يقرر السلوكيين وعلى رأسهم هل وسكر وهوفلانند أن المرء يغير قيمته وأحكامه وسلوكه على وفق ما يترتب على سلوكه من إحساس بالألم عند الإشباع وهذا نتيجة للعقاب أو إحساسه بالمتعة نتيجة المكافأة والسلوك القيمي المرغوب .

3-1-8-الإتجاه الثقافي للقيم : يؤكد أصحاب هذا الطرح على البعد الثقافي للقيم على إعتبار أن القيم تعد منتجات صقافية تصدر عن بنية الواقع الإجتماعي ،وهذا التصور يعبر عنه بتريم سوركين من خلال نظريته السوسيولوجية التي مفادها أن التفاعل الثقافي والاجتماعي كوحدة أن تحلل إليها الظواهر الاجتماعية ،ذلك أن التفاعل ينطوي على مكونات مترابطة ترابطاً وثيقاً وهي الشخصية بإعتبارها مجموع المعاني والقيم والمعايير الموجودة لدى الشخصيات المتفاعلة بإعتبارها كذلك مجموع الوسائل التي تنشئ هذه المعاني وتجعلها إجتماعية تقوم بتوصيلها. (غربي ع. ، 2022-2023 ، صفحة 92)

3-2-2- القيم وعلاقتها ببعض المفاهيم :

3-2-1- القيم والأخلاق :

مصطلح الأخلاق بصفة عامة يشير إلى مدى تطبيق الأفراد لما يؤمنون به من قيم وأعراف والتقاليد التي يتعارف عليها أفراد المجتمع ما حول ما هو خير وحق وعدل في تنظيم أمورهم في هذا المجتمع من خلال القيام بسلوك معين في موقف هي الإطار العام الموجه للسلوك البشري . **Source** *spécifiée non valide*، كما عرفها الغزالي رحمه الله ب هيئة في النفس راسخة، عنها تصدر الأعمال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية، كما عرفها العلماء بأنها مجموعة من المعاني والصفات المستقرة في النفس وفي ضوئها وميزاتها يحس الفعل في نظر الإنسان أو يفلح ومن ثم يقدم عليه أو يحجم عنه. (هادي ، 2009، صفحة 12)

بين الدكتور طارق السويدان أن الإختلاف بين القيم والأخلاق يكمن في أن القيم متعلقة بالفرد ،أما الاخلاق فهي متعلقة بالمجتمع يقول (عندما نتحدث عن الإنسان فإننا نتحدث عن قيم هذا الإنسان ،ولكن عندما نتحدث عن المجتمع فإننا نتحدث عن أخلاق ذلك المجتمع. (السودان ، 2021، صفحة 22) فالقيم تتمثل في تلك المبادئ والإتجاهات التي يؤمن بها الفرد ويستند إليها في حياته ،أما الأخلاق ترتبط بالتصرفات والسلوكيات الصحيحة.

3-2-2- القيم والمبادئ:

يوضح (Stephen Covey) الفرق بين القيم والمبادئ على أن المبادئ هي مجموعة من القوانين الدائمة التي لا تتغير ،وهي ذات طابع عالمي ،بينما القيم داخلية وذاتية وربما تتغير مع الوقت ، المبادئ هي شيء بديهي نابع عن الأفراد وهو جزء من التقاليد لأنها تتعلق بالسلوك البشري ،أما القيم فهي المعتقدات التي يوضحها الأفراد ربما تقال عليها أفكار أو قضايا ولكنها تتغير مع مطالب وإحتياجات الأفراد والإعتقاد . (أسماء ، 2019، صفحة 56) فالمبادئ تعكس قوانين وقواعد ثابتة يمكن أن يلتزم بها الفرد في حياته بينما القيم تعتب عن المعتقدات والأوليات الشخصية التي قد تختلف من شخص إلى آخر.

3-2-3- القيم والعادات:

العادات هي أحد المعايير الإجتماعية المكتسبة على أداء عمل من الأعمال حركيا كان أم ذهنيا أو وجدانيا بطريقة آلية مع السرعة والدقة والإقتصار على الجهود وذلك كعادة السياحة ،وعادة ضبط

النفس وعادة التفكير بالأسلوب. (أسماء ، 2019، صفحة 57) فالعادات المتعلقة بالفرد والتي يؤمن بها بينما العادات هي التصرفات المتكررة التي يقوم بها الفرد أو المجتمع بشكل تقليدي دون التأكيد على القيم.

أ-القيم والمعايير:

لا شك أن التصور الذي ساد حول القيم والمعايير في تراث علم الاجتماع كان يميل إلى ربط المصطلحين ببعضهما، فقد استخدم للدلالة على تلك التصورات الثقافية المشتركة حول ما هو مرغوب، وقد حاول علماء نظرية الفعل (وبخاصة سملر في مؤلفه السلوك الجمعي) التفرقة بين مفهومي القيم والمعايير، فالقيم هي تصورات عما هو مرغوب فيه على مستوى أكثر عمومية، على حين أن المعايير هي تصورات حول نفس الشيء ولكن على مستوى الخصوصية، أما بارسونز فان التميز الذي أقامه بين القيم والمعايير يعتمد أساسا على الخصوصية أو عمومية الممارسة، فما يعد مرغوبا فيه من أعضاء المجتمع ويحدد على أساس مقولات عامة تدخل في نطاق القيم، وما يحدد في ضوء مقولات خاصة أو نوعية يدخل ضمن فئة المعايير، ويمكن القول اذا كانت القيم والمعايير تختلطان على المستوى الواقعي فانه من الضروري أن نكون على وعي بالفارق التحليلي بينهما.

فالقيم تتضمن التفضيلات الإنسانية وهي الأساليب المفضلة لتوعية الناس نحو فئات محددة للخبرة الإنسانية، بينما المعايير تتضمن تصورات إنسانية من الواجبات والالتزامات، هي قواعد السلوك في مواقف معينة وباختصار فان القيم تحدد التفضيلات الاجتماعية بينما المعايير تعين القواعد والالتزامات الاجتماعية. (نورهان منير حسن فهمي، 2008، ص95)

ب-القيم والمعتقدات:

هناك من الباحثين من يرى أن القيم هي مجموعة من المعتقدات يتمسك بها الأفراد والمجتمع ويحكمون من خلالها على الأشياء بالقبح أو الحسن، وهنا من يفرق من الباحثين بين القيم والمعتقدات كما يلي:

✓ تنقسم المعتقدات إلى ثلاثة أنواع وصفية وهي التي توصف بالصحة أو الزيف، وتقييمية أي التي يوصف على أساسها موضوع الاعتقاد بالحسن أو القبح، أو أمره ونهاية حيث يحكم الفرد بمقتضاه على بعض الوسائل أو الغايات بجدارة الرغبة أو عدم الجدارة، ويرى "روكيتش" أن القيمة من النوع الثالث الأمر

والناهي فهي معتقد ثابت نسبيا، ويحمل في فحواه تفضيلا شخصيا أو اجتماعيا لغاية من غايات السلوك. (بوعطيط سفيان، 2012، 2011، ص 69، 70).

✓ المعارف في القيم تتميز عن باقي المعارف الأخرى بالخاصية التقويمية، حيث يختار الفرد في ضوء تقويمه ما هو مفضل أو غير مفضل بالنسبة له، فهي ليست مرادفة للمعتقدات وإنما تدور حول المعتقدات التي يتبناها الفرد.

ج-القيم والاتجاهات:

أكد البعض أن هناك إختلاف بين الإتجاه قيمة والقيم كون أن القيم هي الوصول إلى مستوى العقيدة والعقيدة هي مبدأ ثابت وراسخ وليس رغبة كالإتجاه الذي يعتبر مجرد حاجة عرضية في ظروف معينة (اليمني ، 2018 ، صفحة 185) ،أما الطرح الثاني الذي يؤكد وجود إرتباط بين القيم والإتجاه ،يرى أن القيم والاتجاهات ترتبط إرتباطا مباشرا ،فالاتجاه هو مجموع استجابات القبول أو الرفض إزاء موضوع أو فكرة معينة ،قد تتبلور هذه الاتجاهات الجزئية في السلوك الاجتماعي والنفسي للأفراد ،وبالتالي يصل الفرد إلى مستويات أو معايير للسلوك فيقرر بنفسه نوع العمل الذي يود أن يكون عليه في المستقبل ،ويتأكد بنفسه من أي الأشياء والأمور التي تستحق الإهتمام والإنتباه ،وهكذا يصل الفرد لمجموعة من الطرق لتحديد مستوياته إلى تكوين مثله العليا ،وحينها تعمم هذه المستويات والمثل العليا وتأخذ إطارا معيناً تصبح قيمة. (طلعت، 2010، صفحة 464) ويؤكد هذا الطرح عبد الرحمن فحسب نظره أن القيمة هي تنظيم للخبرة تنشأ في موقف تفاضلي وتنمو وتتناسق حتى تصبح وحدة معمارية ثابتة تقريبا في الضمير الاجتماعي للفرد ،في حين أن الإتجاه هو تنظيم للخبرة من نوع خاص يلون سلوك الفرد ،والفرد لا يكون مزود بأي قيمة عند ولادته تجاه أي موضوع خارجي بل يكتسب قيمه في سياق إحتكاكه بمواقف كثيرة ومتباينة في بيئة يكون لها تأثير عليه فيكون لديه بعض الإتجاهات الخاصة التي تتجمع بعد ذلك فيما يسمى بالقيم. (محمود ، 2020 ، صفحة 153)

د-القيم والدوافع:

هناك فرق بين الدوافع والقيمة ،فالدافع حالة من التوتر أو إستعداد داخلي يسهم في توجيه السلوك نحو غاية معينة أو هدف أنا القيمة فهي عبارة عن التصور القائم خلف هذا الدافع فالتوقع المنخفض لقيمة الإنجاز يترتب عليه تقلص في السلوك الموجه نحو الإنجاز ،أما التوقع المرتفع لقيمة الإنجاز فيؤدي إلى زيادة هذا السلوك. (الرابغي ، 2015 ، صفحة 123)

ه- القيمة والاهتمام:

يعد الإهتمام مظهرا المظاهر من العديدة للقيمة ،فظهر إهتمامات معينة لدى الفرد إنما يكشف بزوغ قيم معينة ترتبط بهذه الإهتمامات ،كما أن الإهتمام يعد مفهوما أضيق من القيمة حيث يرتبط الإهتمام بالتفضيلات المهنية التي لا تستلزم الوجوب أو الإلتزام في حين ترتبط القيمة بضرب من ضروب السلوك المثالية أو غاية من الغايات ويستلزم الوجوب. (الحصوتي ، 2019، صفحة 32)

وهناك من العلماء من يرى أن القيم هي إهتمامات ومن بينهم بري الذبيرى أن القيم هي إهتمام أي إهتمام بشيء معين فالشيء الذي نهتم به هو الذي يمثل لنا قيمة ومعنى ذلك أن الشيء ليس قيمة في ذاته وإنما يكتسب قيمة من خلال إهتمامنا به. (علي ع.، 2010، صفحة 133)

و- القيمة والحقيقة:

يؤكد بعض الباحثين أن هناك فرقا بين القيمة والحقيقة في أغلب الأحيان ، فالحقيقة يمكن التأكد منها ولا يوجد إختلاف في ذلك في حين أن القيمة عكس ذلك ،نظرا لأنها مرتبطة بالفرد ولا يوجد إتفاق ثابت حولها ،فقد تختلف من شخص إلى آخر. (الحصوتي ، 2019، صفحة 32) فالقيم تعتمد على المعتقدات الشخصية وتحكم كيف يرى الفرد الأمور ، أما الحقيقة تمتلك وجود مستقلا وعتبر عن الحقائق الموجودة بشكل واضح بغض النظر عن الآراء الفردية.

ي- القيم والحاجة:

يعرف مصطلح الحاجة حسب ماسلو أنها قوة تستمر في إثارة دوافع الناس في كل زمان ومكان وعند الإشباع فإنها تحركه نحو الإنتقال إلى حاجة أخرى أعلى منها مستوى. (السامراني ، صفحة 16)

و اعتبر أن مفهوم القيمة مكافئ لمفهوم الحاجة، كما تصور بعض العلماء أن للقيمة أساسا بيولوجيا يقوم على الحاجات الأساسية للفرد، إذ لا يمكن أن توجد قيمة لدى الفرد إلا إذا كانت لديه حاجة معينة يسعى إلى تحقيقها أو اشباعها، فالحاجات الأساسية هي التي تحدد للفرد اختياراته ومن ثم فهي "قيم بيولوجية أولية" تتحول فيما بعد، ومع نمو الفرد إلى "قيم اجتماعية".

ومن جانب آخر يفرق بعض العلماء بين الحاجة والقيمة إذ يرون أن القيم تحتوي أو تتضمن تمثيلات معرفية لحاجات الفرد أو المجتمع لذلك فهي تختص بالإنسان وحده دون سائر الكائنات، في حين توجد الحاجات لدى جميع الكائنات الحية من انسان وحيوان. (ماجد زكي الجلاذ، 2013، ص24)

3-3-3- خصائص القيم:

تعتبر القيم تلك المبادئ والمعايير التي توجه تصرفات الأفراد وتشكل أساس إتخاذ القرارات وهي تشمل جملة من خصائص تتمثل في:

3-3-1- القيم أساسية :

في حياة كل إنسان سوي، فهي بمثابة مرشد وموجه لكثير من النشاط الحر والإرادي للإنسان، القيم تصطبغ بالصبغة الاجتماعية، وتنطلق من إطار إجتماعي. (الختاتنة ، 2010، صفحة 255)

3-3-2- القيم مكتسبة وليست موروثه:

حيث يكتسبها الفرد إكتسابا ذاتيا من المعتقدات التي يؤمن بها ذاتيا أو من خلال ما يتوارثه عن المجتمع فهي حصيلة خبرة وتفاعل مع الجماعة. (الخرزاعلة، 2009، صفحة 51)

3-3-3- القيم إنسانية:

بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم وهذا ما يميزها عن الحاجات التي تخص البشر وغيرهم. (الزيود ، 2011، صفحة 25)

3-3-4- القيم تسلسلية أو ترتيبية:

تترتب القيم لدى كل الفرد ترتيبا هرميا، يعرف بالسلم أو الإطار أو النسق القيمي وعلى قيمة هذا النسق تكون القيمة الغالبة على سلوك الفرد. ويحاول الفرد تحقيق القيم التراتبية جميعا، ولكن في حالة حدوث تعارض بينها فإنه يخضع بعضها للبعض الآخر وفقا لترتب خاص به، والقيم هنا ترتيبها لا يكون ثابتا، بل تتبادل المراكز فيما بينها تبعا لظروف الفرد. (مسعود ، 2014، صفحة 157)

3-3-5- القيم غير مرتبطة بزمن معين:

فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل وهي بهذا المعنى تبتعد عن معنى الرغبات والميول التي ترتبط بالحاضر فقط. (الزيود ، 2011، صفحة 25)

3-3-6- القيم التقويمية:

القيم ذات طبيعة تقويمية يقوم بها الفرد وتنتهي بإصدار الحكم على شيء أو موضوع أو موقف ما أو إتخاذ قرار بشأن تفضيل أو إنتقاء لسلوك معين إزاء ذلك الشيء أو الموضوع أو الموقف. (مسعود ، 2014، صفحة 157)

3-3-7- القيم الضدية:

تمتلك القيم صفة الضدية فكل قيمة ضدها مما يجعلها قطبا إيجابيا وقطبا سلبيا ،فالقطب الإيجابي يتمثل في القطب السالب ما يمكن أن نسميه (ضد القيمة ،أو عكس القيمة). (الزيود ، 2011 ، صفحة 25)

3-3-8- الواقعية:

ويقصد بالقيم الواقعية أنها تتعامل مع واقع معاش ومحسوس في الحياة الإنسانية ،وهذه الخاصية للقيم تدعو إلى ماينبغي أن يكون عليه سلوك الفرد حيث لها التأثير على قراراته في الحياة ،فكلما كان الإنسان واقعيا في تصرفاته ومعاملاته ومقراراته كلما كانت رؤيته للحياة أكثر واقعية وصفاء . (الغامدي ، 2010 ، صفحة 63)

➤ تتميز القيم بصعوبة إقتلاعها:

وذلك لأن الفرد بعد أن ينتقي قيمة يتمسك بها ويعلى من شأنها ،ويسعى لتجسيدها في سلوكياته إذ بمرور الزمن يجد نفسه تطبه بها وأصبح سلوكه محتكما بها ،لذا يصعب تغييرها بعدها أو التخلي عنها.33 وتظهر وجود القيمة لدى الفرد من خلال وجود مجموعة من المؤشرات التي تساعد في فهم مدى إعتزاز الفرد بالقيم وتشكل هذه المؤشرات جزءا من صورة أوسع تظهر كيف يتفاعل الفرد مع قيمه ومعتقداته في حياته اليومية وتتمثل هذه المؤشرات في: (العدوان ، 2023 ، صفحة 59)

■ **الأهداف:** وتعتبر الأهداف قيمة هامة توجه حياتنا ويمكن أن تكون قيمة ،فالفرد يسعى لتحقيق أو ممارسة ما يعتبره هاما وقيما .

■ **الطموح :** حيث أنه في حالة ما كان الهدف بعيد المنال أو لم تتوقع إنجازها ،ويعكس الطموح هنا مدى التحفيز والرغبة في تحقيق النجاح والتقدم نحو الأهداف .

■ **الإتجاه:** وهو دلالة على وجود القيمة، وهنا الإتجاه يحدد مسار حياة الفرد سواء في مجاله المهني أو الشخصي أو في مجال العلاقات مع الآخرين .

■ **الاهتمام:** فالإهتمام بالشيء وبذل العناية من أجله وتكراره يدل على كمون القيمة في هذا الشيء ،وهو يعكس إهتمام الفرد بمجال أو شيء معين والسعي لإشباعه .

■ **المشاعر:** حيث يشير بالشعور بالسعادة أو الضيق إلى ما إذا كان الفرد يقع تحت تأثير قيمه أولا .

■ **الاعتقاد:** أي ما يقرره الفرد معتقدا فيه ،ويمكن أن يرتفع ليقوم مقام القيمة ،ويظهر الإعتقاد هنا في إعتقاد الفرد في المبادئ والقناعات التي يتبناها ويؤمن بها وكيف تؤثر عليه .

■ **المشكلات أو القلق:** وتظهر في مدى تأثير الفرد بالقيم التي يتبناها على كيفية معالجة المشكلات والتحديات التي تواجهه في حياته اليومية.

3-4-4- أهمية القيم:

تتجلى أهمية القيم في تقدم المجتمعات ورفقيه وتربية أبنائه وتنميته ،كونها عنصر فعال في أي مجال سواء كان إقتصادي أو إجتماعي أو سياسي لأن موضوعها هو علاقة الإنسان بالكون الذي يعيش فيه ،معتبراً أن تماسك المجتمع مسبق على وحدة قيمة وإنتشارها وتوافقها ويدونها بعم الصراع.

وتبرز أهمية القيم على المستوى الفردي والجماعي في أنها تهيئ للأفراد إختبارات معينة تحدد السلوكيات الصادرة عنهم ،وبمعنى آخر تحدد شكل الإستجابات ،كما تلعب دوراً في تشكيل شخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح وتعطي للفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق الإيجابيين ،وتحقيق الرضا عن نفسه لتجاوبه مع الجماعات في مبادئها وعقائدها الصحيحة كما تحدد للفرد الإحساس بالأمان ،وتعطي له الفرصة في التعبير عن نفسه ،بل وتساعده على فهم العالم المحيط به ،وتوسيع إطاره المرجعي وتوجهه نحو الخير والإحسان ،كما أنها تعمل على ربط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه ،لأنها تربط سلوكه وتصرفاته بمعايير وأحكام يتصرف في ضوءها وتشير القيم إلى الكيفية التي . (الدليمي ع.، 2012)

3-4-1- على المستوى الفردي:

تتجلى أهمية القيم على المستوى الفردي تتمثل أهميتها في النقاط التالية:

■ تلعب القيم دوراً فعالاً في تحقيق التكيف والتوافق النفسي والاجتماعي للأفراد ،كما يؤدي دوراً هاماً في عمليات الإرشاد والعلاج النفسي الذي يهدف إلى تعديل السلوك ،وعليه فإن فقدان الإنسان للقيمة يؤدي إلى فقدان التوازن النفسي والاجتماعي ،ومن ثم يؤدي إلى الشعور بضياح وما يصحبه من قلق وتوتر . (رزوقي، 2022، صفحة 194)

■ كما تتبع أهمية القيم في كونها محددة للسلوك الإنساني الصحيح فكلما إستشعر الفرد أهمية الصدق على سبيل المثال فإن ذلك يعد إكتساباً لقيمة فضلى وبالتالي يتحدد من خلال هذا الإستشعار سلوك سوي يسمو بين الأفراد. (الغامدي ، 2010، صفحة 54)

■ أنها تهيئ للأفراد إختيارات معينة للسلوك الصادر عن قيم وأخلاقيات في المواقف المختلفة؛

- تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه ،لأنها تربط سلوكه وتصرفاته بمعايير وأحكام يتصرف على ضوءها وعلى هديها؛
- تشير القيم للكيفية التي سيتعامل بها الإنسان في المواقف المستقبلية كما تساعده على التفكير فيما ينبغي أن يفعله إتجاه تلك المواقف والأحداث ،وتحدد له الأساليب والوسائل التي يختارها بالإضافة إلى تفسير السلوك الصادر عنها؛
- أنها تحقق له الإحساس بالأمن والأمان وتعطي له الفرصة في التعبير عن نفسه بل تساعده على فهم العالم المحيط به وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته؛
- تمنح للفرد القدرة الكافية على التكيف والتوافق وتحقيق الرضا عن نفسه وتجاوبه مع الجماعة في مبادئها وعقائدها الصحيحة. (حصة ، 2017 ، صفحة 272)
- تعد القيم من المرتكزات الرئيسية لشخصيته فمن خلالها يتم فهم السلوك من خلال الاستعانة بنظامه القيمي ،كما تعد القيم من أهم مصادر الإحساس الواعي لدى الفرد بالذات والآخرين. (الزيود ، 2011 ، صفحة 25)

3-4-2- على المستوى الجماعي:

- أما على المستوى الجماعي تتمثل أهميتها في النقاط التالية:
- تنفر المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات والشهوات الطائشة.
- يمكن إستخدام القيم في مجال التوجيه والإرشاد النفسي وفي إنتقاء الأفراد الصالحين لبعض المهن مثل علماء الدين ورجال التربية والاختصاصيين النفسيين والمسلحين الاجتماعيين وغيرهم.
- تحافظ على المثل العليا والمبادئ المستقرة في المجتمع وتدعم التماسك الإجتماعي والنبات النسبي في الحياة الإجتماعية. (عامر ، 2018 ، صفحة 88)
- للقيم أهمية بالغة في ربط أجزاء الثقافة بعضها ببعض فتربط العناصر
- كما أورد "العواض" أهمية القيم في المجتمع تتمثل في الآتي:
- تحافظ على المجتمع وتماسكه وتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومنظومة المبادئ الثابتة المستقرة.
- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الإختبارات الصحيحة التي تسهل على الإنسان حياتهم وتحافظ على المجتمع وإستقراره وتوحيده.
- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات والشهوات الطائشة

■ تتوقف قوة المجتمع وتماسكه إلى حد كبير على وحدة القيم فكلما زادت وحدة القيم وزاد تماسكه كلما زاد ارتباطهما. (العتيبي ، 2016 ، صفحة 123)

3-5-5- تصنيفات القيم:

3-5-5-1- من حيث بعد الوضوح : حيث أشار خليفة في هذا التصنيف كما يلي :

■ قيم عامة العمومية: ذات درجة عالية من الإنتشار والشيوع بين أفراد المجتمع.

■ قيم خاصة: ترتبط بفئة معينة من أفراد المجتمع (كرجال الدين أو العلماء أو رجال السياسة... الخ.

3-5-5-2- من حيث بعد النوع: صنف نوال عمر القيم وفقا لمجالات الحياة المختلفة لستة فئات تتمثل في

: (السيد ، 2009 ، صفحة 42)

■ القيم النظرية والفكرية: وهي التي تعني بإبراز الجوانب النظرية التي تكون محلا للإهتمامات أصحاب الإتجاهات الفلسفية والإهتمامات النقدية والحكاية.

■ القيم الاقتصادية: تتمثل في النتائج العملية والفوائد المئة ،وقد عرف "آدم سميث" القيمة الاقتصادية

بأنها مقدار ما ترتديه من منفعة لتحقيق الرغبات والحاجات الإنسانية أي أنها تتجه إلى الشؤون المادية .

■ القيم الاجتماعية: وتشمل الأعمال الخيرية ،وحب عمل الخير.

■ القيم السياسية: وتشمل مظاهر النفوذ والسلطة والسيطرة ومدى القدرة على التأثير.

■ القيم الجمالية: وتشمل الجانب الفني للجمال والتنسيق.

■ القيم الدينية: وهي القيم التي تكرم الفرد بصفته إنسانا واتخذت من المضمون الروحي الذي يهدف إلى

تحقيق العدل

3-5-5-3- من حيث بعد المقصد وتنقسم لنوعين هما: (الصديق ، 1996 ، صفحة 31)

■ قيم رسائليه: تعتبر وسائل وغايات.

■ قيم غائية: أي تعتبر غائبة في حد ذاتها.

3-5-5-4- من حيث بعد الشدة :

■ القيم الملزمة: والمقصود هنا درجة الإلتزام بها ويكون جزاء من يخالفها شديدا وهي غالبا ما تتعلق

بالمصلحة العامة ومنها القيم المتعلقة بالمعتقدات الدينية.

■ **القيم التفصيلية:** وهي القيم التي يفضل أن تكون ولا تكون جزء من يخالفها شديداً أو صارماً ومن أمثلتها إكرام الضيف، إحترام الجار .

■ **القيم المثالية:** وهي القيم التي يرجى أن تكون والتي يطلع الناس إلى تمثيلها في سلوكهم ولكن لا يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم وبصورة كاملة ومنها الزهد في الدنيا والإيثار .

3-5-5- من حيث ديمومتها:

كالقيم العابرة التي تزول بسرعة مثل الموضات والبدع والنزوات ،ويقبل على مثل هذه القيم شريحة المراهقين بالدرجة الأولى ،ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية والقيم الدائمة التي تدوم زمناً طويلاً وتمتد جذورها في أعماق التاريخ ويعتقد أنها ترتبط بالقيم الروحية. (بلمادي ، صفحة 08)

3-6- وظائف القيم:

فصل أبو العينين 1988 وظائف القيم لمحورين هما:

➤ على المستوى الفردي:

- تزويد الفرد بشعور في التوجيه الداخلي التابع من صميم الذات .
- تمكن الفرد من ضبط النفس وتحديد توقعاته من الآخرين.
- تعد وسيلة للحكم على سلوك الأفراد.
- تزود الفرد بالوعي اللازم لمعرفة الأمور وللتمييز بين الصواب و الخطأ أو المرغوب والمفروض الأخلاقي وغير الأخلاقي فهي جوهر خلق الفرد ودافع إلى الخير .
- تشكل إطاراً عامة للجماعة ونمطاً من أنماط الرقابة الداخلية في حركتها ومعايير تصرفها . (عوض ، 2008)

■ تساعد الفرد على تحمل المسؤولية والشعور بإحساس الرضا

■ تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين ،كما أنها تعد هدف بحد ذاته يسعى الأفراد لبلوغه وتحقيقه.

■ تعد القيم باعثاً لحب العمل والانجاز . (الصعوب ، 2020 ، صفحة 46)

كما حدده عيسى مجموعة من الوظائف للقيم تعمل على تشكيل الكيان النفسي للفرد كونها: (الختاتنة ، 2010 ، صفحة 256)

■ تزود الفرد بالإحساس بالغرض مما يقوم به وتوجهه نحو تحقيقه؛

- تهيئة الأساس للعمل الفردي والعمل الجماعي الموحد؛
- تتخذ كمرجع للحكم على سلوك الآخرين؛
- تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود الفعل؛
- تخلق للفرد الإحساس بالصح أو الخطأ؛
- توفر الوسائل المطلوبة لتحديد جدارة الأفراد والجماعات، فهي تساعد الفرد على معرفة موقعه في المجتمع على أساس تقويم الناس به؛
- تساعد القيم على تركيز إهتمامهم على العناصر المادية المرغوبة والضرورية، فقيمة الأشياء ليست في ذاتها فحسب، بل هي نتيجة لما يضيفه المجتمع عليها من إهتمام وتثمين؛
- تساهم القيم في توجيه الناس في إختيار الأدوار الاجتماعية والنهوض بها، كما تشجعهم على القيام بالأعباء المسندة إليهم بشكل ينسجم وتوقعات المجتمع.

على المستوى الاجتماعي:

- تحافظ على التماسك الاجتماعي والأخلاقي للمجتمع من خلال تحديدها أهدافه ومثله العليا والمبادئ الثابتة والمستقرة والتي توفر الثبات والتماسك اللازم لممارسة حياة إجتماعية سليمة، فكلما زادت وحدة القيم في المجتمع كلما زاد تماسكه وترابطه وضعفت فرص تفككه وإهتزاز قيمه الاخلاقية. (علاء، 2010)
- وتأسيسا على ما تقدم فإن الوظائف الفردية والجماعية للقيم تتكامل فيما بينها لتؤدي مايلي:
- بناء الذات الإنسانية القادرة على التوافق والتكيف الإيجابي مع الظروف الحياتية مما يجعله قادرا على أداء دور الحضاري المطلوب منه سواء إتجاه مجتمعه أو إتجاه ذاته وهذا على أساس ما يتوافق مع قدراته وإمكانياته.
- تعطي للمجتمع السمات والخصائص التي تميزه عن غيره من المجتمعات الأخرى. (علاء، 2010)
- كما حدد "مساعد المحيا" عددا من وظائف القيم وهي: (الدليمي ع.، 2012)
- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية الأهداف الجمعية وتحدد المسؤولية.
- للقيم دور كبير في بناء الشخصية.
- تعمل القيم على إعطاء توجيه وتنظيم للفعل، فعندما يتطلب الإختيار سواء على المستوى الفردي أو الجمعي، تعمل القيم كمعايير لإختيار في الأفعال والأهداف.

- تعمل القيم على إستمرار المجتمع وتنظيمه وضبطه إجتماعيا وتجعل أنماط الأفعال المتصلة بها دائمة وعامة بين أعضائها.
- المحافظة على البناء النظام الإجتماعي.
- المساعدة على التكيف مع الأوضاع المستجدة.

3-7-7-3- مكونات القيم

3-7-7-3-1- المكون الوجداني:

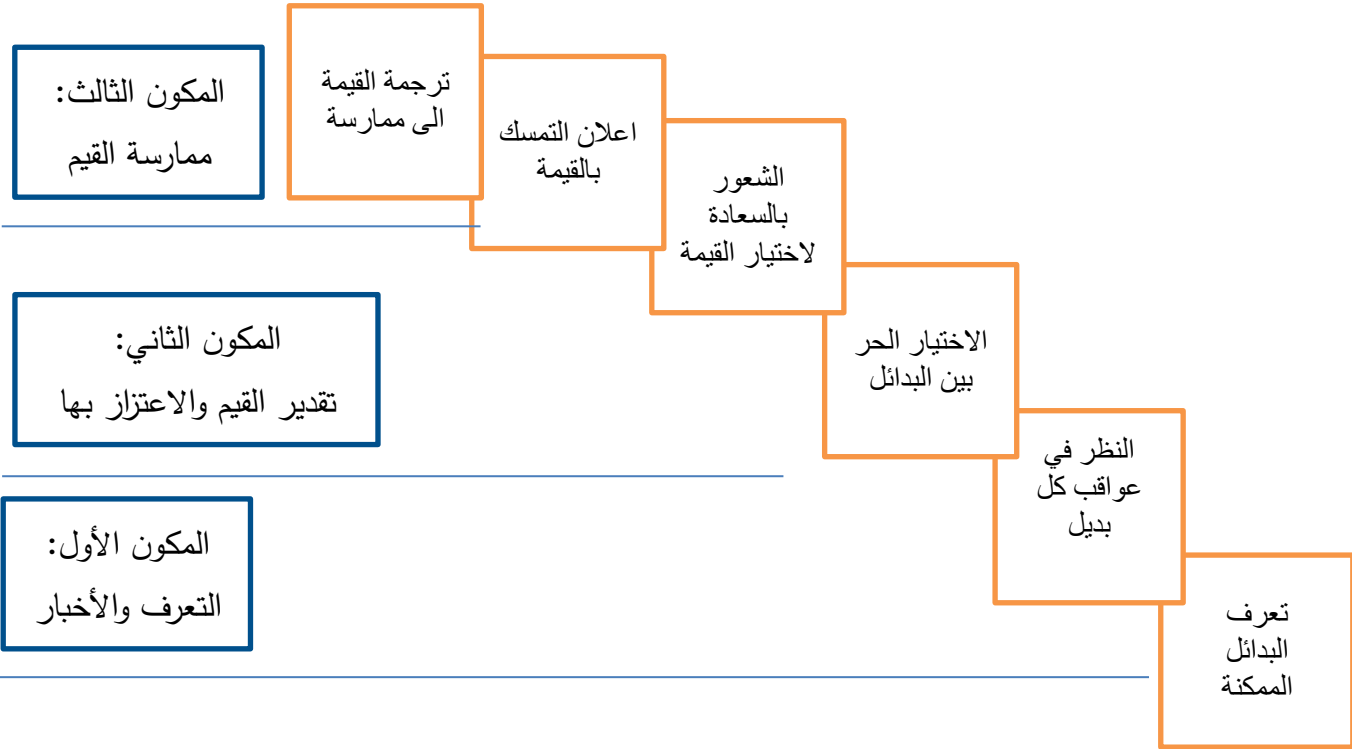
ومعياره التقدير الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والإعتزاز بها والشعور بالسعادة لإختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ، ويعد التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجة المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما : الشعور بالسعادة لإختيار القيمة ، وإعلان التمسك بالقيمة على الملأ. (علاء، 2010، صفحة 85)

3-7-7-3-2- المكون المعرفي:

ومعيار هذا المكون الإختيار ، أي إنتقاء القيمة من أبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب إنتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية إنتقائه بكاملها ، وهذا يعني أن الإنعكاس اللاإرادي لا يشكل إختيارا يرتبط بالقيم ويعتبر 'الإختيار' المستوى الأول في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ، ويتكون الإختيار هنا من ثلاث درجات أو خطوات متتالية هي إستكشاف الأبدال الممكنة ، النظر في عواقب كل بديل ، ثم الإختيار الحر. (العدوان ، 2023 ، صفحة 123)

3-7-7-3-3- المكون السلوكي:

ومعياره الممارسة والعمل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة والممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك وتعد ممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم وتتكون من خطوتين متتاليتين وهي ترجمة القيمة إلى ممارسة أو بناء نمط قيمي. (علاء، 2010، صفحة 85)



الشكل رقم 1: يوضح المكونات والعناصر الأساسية للبيئة

3-8-8-3- مصادر القيم:

3-8-1- الدين:

يعد الدين مصدرا أساسيا للعديد من القيم التي تستند إلى تعاليم القرآن الكريم والسنن النبوية الشريفة وتنتشر هذه القيم في الأسرة والمدرسة والمجتمع، ويؤدي الدين دورا في ترسيخ القيم وتغيير بعضها ومثال على ذلك عندما إنشر الإسلام في المجتمع أحدث تغييرات كثيرة سواء على الصعيد النفسي والاجتماعي وساهم في إنتشار قيم إخالقية وإجتماعية موجبة كالتعاون والتآخي والصدق والاحترام والالتزام ونهى عن قيم سالبة كإحتقار المرأة، وعند الحديث عن الدين كمصدر من مصادر القيم وجب ذكر ثلاث أسماء من العلماء الذين لهم أسهام في مناقشة هذا الطرح، حيث تناول إيميل دوركايم في كتابه المعرفة في العلوم الاجتماعية الدين حيث يرى أن الدين عبارة عن التضامن الاجتماعي ووحدة المجتمع إذ يرى دوركايم أن الدين هو مصدر كل ما نعرف من ثقافة عليا وأنه منبع كل الأشكال الثقافية المثالية، فالأديان عموما هي عبارة عن مجموعة من القيم تحدد سلوك الفرد وتوجهه بمجموعة من الأوامر الاجتماعية التي تتولى إيصال هذه السلوكيات الاجتماعية إلى الفرد.

وعليه فوظيفة الدين هي جعل الناس يرغبون في القيام بما يتوجب عليهم القيام به بأية طريقة كانت وتتمثل وظيفة الدين في غرس القيم الاجتماعية والتنوع المعروف في القيم بين الثقافات المختلفة

3-8-2- الأسرة:

تعرف الأسرة بأنها تجمع إجتماعي قانوني لأفراد إتحدوا بروابط الزواج والقرابة، وهم في الغالب يشاركون بعضهم البعض في منزل واحد ويتفاعلون تفاعلا متبادلا، طبقا لأدوار إجتماعية محددة تحديدا دقيقا وتدعمها ثقافة عامة وهي ثقافة الأسرة والتي تشتق من قيم وعادات وأنماط السلوك ومقومات حياتها (الغرابية، 2012، صفحة 110)، وتشير نظرية اريكسون لمراحل النمو النفسي والإجتماعي إلى علاقة الفرد القوية بأسرته، وتبدأ هذه العلاقة أولا مع الأم ثم تتسع لتشمل كل من الأب والأخوة والجيران والأقارب والأصدقاء والتي من خلالها يكتسب الفرد قيمهم من خلال التعايش والتفاعل معهم. (مؤيد، 2011، صفحة 43)

3-8-3- جماعة الرفاق:

تعتبر جماعة الرفاق أحد الأوساط الاجتماعية، وهي إحدى المؤسسات الهامة والفعالة التي تساهم في نقل القيم للفرد كونها تعطيه مساحة كبيرة من الحرية في بنائها وحمايتها وتنظيمها وتشعره بالثقة بنفسه ومكانته، وتتألف جماعة الرفاق من مجموعة من الأفراد متقاربين في العمر يتلقون من الحين والآخر بحكم وجودهم في نفس الحي أو نفس المدرسة أو الجامعة أو النادي.. إلخ حيث يزاولون أنشطة مشتركة (الزيود، 2011، صفحة 82)، ومن وجهة نظر الباحثة فإن جماعة الرفاق كمجتمع فرعي تساعد على نقل القيم من خلال تبادل أفرادها المعتقدات والقيم المشتركة، وهذا يعود لتفاعل المستمر والمتكرر بين الجماعة والذي يمكن بتوحيد القيم وتبادل الأفراد تجاربهم وآرائهم هو ما يؤدي إلى خلق رؤية مشتركة حول القيم، علاوة على ذلك يقوم جماعة الرفاق بتبادل المعرفة والخبرات، ومن الجدير بالذكر أن هذه العمليات قد تكون غير مرئية أحيانا حيث يتم التأثير على الفرد على مستوى تحت وعليه ويمكن أن يستمر هذا التأثير طوال حياته.

3-8-4- المدرسة:

تعتبر المدرسة المؤسسة التعليمية الثانية الأكثر أهمية بعد الأسرة، فالطفل يخرج من مجتمع الأسرة المتجانس إلى مجتمع كبير أقل تجانسا وهي المدرسة، هذا الإتساع في المجال الاجتماعي وتباين

الشخصيات التي يتعامل معها الطفل تزيد من تجاربه الاجتماعية وتدعم إحساسه بالحقوق والواجبات وتقدير المسؤولية بالإضافة إلى تعليمه سلوكيات جديدة. (الختانتة ، 2010، صفحة 121)

فهي نقطة الالتقاء لعدد كبير من العلاقات الاجتماعية المتداخلة المعقدة وهذه العلاقات الاجتماعية تعتبر المسالك التي يتخذها التفاعل الاجتماعي والقنوات التي يجري فيها التأثير الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية المركزة في المدرسة، كما يمكن تحليلها على أساس الجماعات المتفاعلة فيها، وأهم مجموعتين هما مجموعة من المدرسين ومجموعة التلاميذ ولكل من المجموعتين جماعات مختلفة تمثل المجتمع الكبير في إنسجامه وتفككه، والأثر الاجتماعي الذي تمارسه المدرسة هو نتيجة تأثير هذه الجماعات على الفرد وعلى شخصيته، (منصور ع.، 2014، صفحة 178) كما المدرسة بثقافة خاصة هذه الثقافة التي تكون في جزء منها من خلق التلاميذ من أعمار مختلفة وفي جزء آخر منها من خلق المدرسين والأنماط السلوكية المعقدة التي تتركز حول المدرسة هي جزء من ثقافتها أيضا، وهذه الثقافة الخاصة هي الوسيلة الفعالة في إرتباط الشخصيات المكونة للمدرسة بعضها البعض. (منصور ع.، 2014، صفحة 178)

وأشير أن المدرسة تلعب دور حيوي في ترسيخ القيم وإكساب قيم جديدة وهذا من خلال العديد من الآليات التعليمية والمنهاج الدراسي المقرر أضف على ذلك أنها تعتبر محيط لتفاعلات الاجتماعية داخل البيئة المدرسية حيث تشجع على الاحترام والتعاون والتسامح وتحمل المسؤولية وتعزيز قيم المواطنة بالإضافة إلى تعزيز القيم الإبداعية والإجتهد والتفوق.

3-8-5 وسائل الإعلام - (MASS MEDIA):

وحسب ما أكدت الدراسات حول وسائل الإعلام كمصدر من مصادر القيم أكدت أن النمو العقلي والإنفعالي والاجتماعي للأطفال المراهقين يتأثر بدرجة كبيرة بما يتلقونه من مواد تقدمها وسائل الإعلام والاتصال ، (الجموعي، 2014، صفحة 80)، فقد أصبحت تنافس المؤسسات التربوية بل يمكن أن نقول أنها تتفوق عليها حيث أنها تظهر كل يوم بتقنية جديدة وميزات وأساليب جديدة، مما جعل المؤسسات التربوية بوسائلها التقليدية تفقد سيطرتها على سلوكيات الأفراد، بالنظر إلى الدور الذي تلعبه كل من المؤسسات التربوية نجد أنها تسعى لتحقيق التعليم والتعلم وخدمة المجتمع والتواصل لإقامة العلاقات الاجتماعية الحفاظ على المبادئ والقيم التي يؤمن بها وتنميتها والحفاظة عليها، إلا أن الإعلام يتفوق على هذه المؤسسات وهذا من خلال ما له من مميزات من حيث الوقت والمكان وأسلوب الوصول

للمستقبل وطريق التشويق و دورها الكبير في غرس القيم وتنميتها . (رجب محمد ، 2014 ، صفحة 240)

كما أن لوسائل الإعلام تأثير كبير على المعرفة الإجتماعية والسلوك وبالتالي على ترتيب القيم والاتجاهات والأفعال المرتبطة بها ،بما تعرضه من مشاهد ومواقف وفقرات ترفيهية ومحاضرات وندوات إلى غير ذلك من النشاطات فتقدم بذلك للناس القدوة الحسنة و الإقناع العقلي العاطفي والخبرات الكثيرة والمفيدة

3-8-6- الثقافة المجتمعية:

تعرفت على أنها معرفة مكتسبة تتمثل في السلوك الواعي للإنسان فردا وجماعة تتطوي على جانب معياري في تعامله مع الوجود بأجزائه المختلفة ،و يعرفها الدكتور عزمي طه السيد أحمد في كتابه الثقافة والثقافة الإسلامية على أنها معرفة عملية مكتسبة تتطوي على جانب معياري وتتجلى في السلوك الواعي للإنسان فردا وجماعة في تعامله في الحياة الاجتماعية مع الوجود بأجزائه المختلفة. (الشيراري ، 2010، صفحة 37)

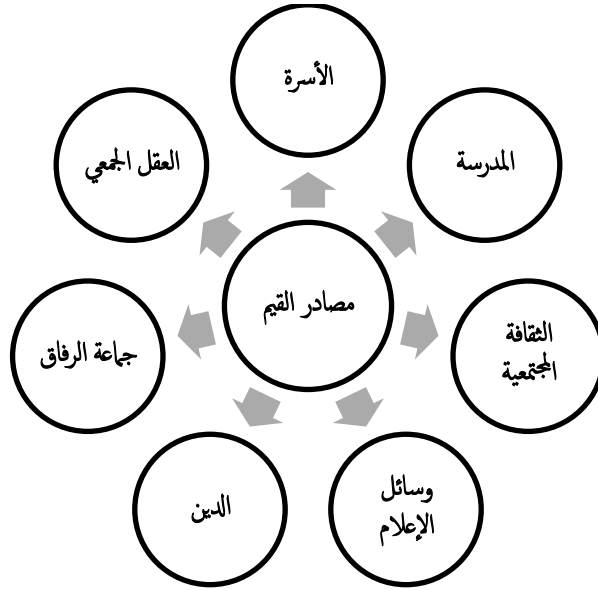
وتعرف اليونيسكو عام 2001 إذ تعرف الثقافة على أنها جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعنا بعينه أو فئة إجتماعية بعينها وتشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة ، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات ، وعن طريقها يهتدي الفرد إلى القيم ويمارس الإختيار بينها ،وهي وسيلة تساعد الإنسان على التعبير عن نفسه والتعرف على ذاته وإعادة النظر في إنجازاته والبحث عن مدلولات جديدة وإبداع أعمال يتفوق فيها على نفسه. (كنانة ، 2017 ، صفحة 13)

ويرى نجد مالك بن نبي أن الثقافة تتجلى في الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لا شعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه ،إذ تعد المحيط الذي يشكل فيها الفرد طباعه. (عاصي، 2022، صفحة 19) ،فهي كل أساليب الحياة التي قام بها ويقوم بها الإنسان ويتعلمها ويعلمها وينقلها إلى الأجيال المختلفة ويشترك فيها مع غيره من أعضاء المجتمع ،وهي تشمل على كل أنماط السلوك والعادات والتقاليد والأفكار والمعتقدات والقيم والمثل العليا والمحرمات وجميع الأساليب الثقافية واللغة وكل أساليب الإتصال والفنون والآداب والأشياء المادية الناتجة

عنها ،وقد عرفها الدمرداش أنها ذلك النسيج الكلي المعقد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والقيم وأساليب التفكير والعمل وأنماط السلوك ،وكل ما يبني عليه من تجديلات وإبتكارات.

3-8-7- العقل الروحي:

والذي يعد حصيلة التجارب والرؤى والنظرة الكونية وسعة الفكر أو محدوديته وكيفية فهم الفرد للقيم والفلسفة العامة السائدة على الأرض وتأثرها بالسلوك الإجتماعي والأحداث الطارئة ،ونمط التربية والوضع الاقتصادي والرؤية الاجتماعية ..إلخ. (الختاتنة ، 2010، صفحة 252)



الشكل رقم 2: يبين مصادر القيم

3-9- مستويات القيم :

يمكن التمييز بين ثلاث مستويا للقيم تتمثل في:

أ-القيم الإلزامية :وتشمل هذه القيم الفرائض والنواهي ،وبهذا فهي تضم فيها قيما ذات قدسية يلتزم بها الفرد ثقافة معينة على المجتمع الإلتزام بها وتنفيذها بقوة وحزم سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام أو عن طريق القانون.

ب-القيم التفضيلية: وتشمل القيم يشجع المجتمع أفرادها التمسك بها ،لكنه لا يلزمهم مراعاتها والإلتزام بها والعقاب لمن لايفعل ذلك.

ج-القيم المثالية: وهي قيم يجد الإنسان إستحالة في تحقيقها بصورة كاملة على الرغم من أنها كثيرة ما تؤثر تأثيرا بالغ القوة في توجيه سلوك الأفراد مثل القيم التي تدعو إلى مقابلة الإساءة بالإحسان .
(علاء، 2010، صفحة 97)

ويرى "كراشول" أن إكتساب القيم يحدث عبر عمليات متسلسلة على نحو هرمي ذات خمس مستويات وهي (أسماء ، 2019، صفحة 67):

➤ **مستوى الاستقبال Receptional level**: ويشير هذا المستوى إلى مرحلة وعي المتعلم وحساسيته بالمثيرات المحيطة به ورغبة في إستقبالها وضبط إنتباهه وتوجيهه نحو مثيرات معينة دون غيرها لأهميتها في نظره.

➤ **مستوى الإستجابة response level**: ويتعدى المتعلم هذا المستوى مجرد الإنتباه إلى الاندماج في الموضوع أو الظاهرة أو النشاط مع الشعور بالارتياح لذلك.

➤ **مستوى التقييم evaluation level**: يعطي المتعلم قيمة أو تقدير للأشياء أو الظواهر أو الأفكار ويسلك سلوكا متسقا وثابتا إزاء بعض الموضوعات يجعلنا نستنتج أن لديه قيمة معينة.

➤ **مستوى التنظيم organization level**: مستوى تنظيم القيم يقف فيه المتعلم على العلاقات المتبادلة بين مختلف القيم ويعيد تنظيمها في منظومة قيمية مبنية ترتيب هذه القيم ومدى سيادة كل منها على القيم الأخرى.

➤ **مستوى الوسم بالقيم characterization level**: وهنا تنتهي عملية إذابة القيم في الإنسان، حيث يستجيب فيه المتعلم إستجابة متسقة للمواقف المشحونة بالقيم وفقا للقيم التي يتبناها ويعتقد بها ،وفي هذا المستوى يتم إصدار السلوك دون إستثارة للإنفعالات ويصبح الشخص موسوم القيمة تدل على نمط سلوكه وحياته ،أي يوصف بالصدق أو الكذب أو الحكمة أو الاندفاع نتيجة للتوافق بين قيمة وسلوكه أو بين أعماله وما يؤمن به.



الشكل رقم 3: يبين مستويات القيم

3-10- الثقافة القيمية في زمن شبكات التواصل الإجتماعي

نتيجة لتغيرات التي أحدثها التطور التكنولوجي والعلمي في وسائل الاتصالات العلمية وزيادة التقدم في التنمية الثقافية ، والتي أحدثت تغير في الإيديولوجيات الجديدة للثقافة داخل المجتمع ، حيث تجاوز تأثير العولمة على الجانب الإقتصادي والسياسي وتعدى ذلك للبعد الثقافي ، وهو ما يعتبر عامل مساعد على إلغاء الهوية الثقافية التي يتشرب بها مجتمع في الأسرة أو القبيلة والمؤسسات الاجتماعية والدخول في تطبيع هوية أخرى والتوجه نحو تغير الثقافة بشكل عام. (لطيفة ، 2009 ، صفحة 104)

كما يسرت وسائل الإعلام والاتصال التبادل ووسعت من دائرة العلاقات الاجتماعية والهاتف والانترنت 3 وكل وسائل الاتصال الحديثة جعلت العالم قرية صغيرة فتزوجت الثقافات واختلطت الأجناس والقيم ، ولهذا كان لها إنعكاس على طبيعة العلاقات داخل الأسرة (بوعطيط ، 2011-2012 ، صفحة 135)

فالقنوات الفضائية هي وسيلة من وسائل الإختراق الثقافي الذي يستهدف السيطرة على الإدراك وإختطافه وتوجيهه ، وبالتالي سلب الوعي والهيمنة على الهوية الثقافية والفردية والجماعية ، وتعطيل فاعلية العقل وتكييف المنطق والتشويش على نظام القيم وتوجيه الخيال وتنميط الذوق وقولبة السلوك وتكريس نوع معين من الإستهلاك لنوع من المعارف والسلع والبضائع. (الهزاني ، 2014 ، صفحة 136)

كما أثرت العوملة الثقافية على القيم من خلال ثقافة اللغة ،حيث أصبح هناك طغيان للغات الأجنبية على حساب اللغة العربية في الأسرة والمدرسة والجامعة والإعلام والتأليف ويخبل للسامع أن اللغة العربية تعجز مفرداتها على وصف المشاهد أضف إلى ذلك تراجع قيمة الإنتماء للأمة القومية العربية لدى المواطن العربي من خلال إذابة هذا الإنتماء وإستبداله نظريا بالإنتماء بالمجتمع الإنساني والذي ساهم في تغير القيم العربية المتمثلة في العادات والتقاليد واللغة وطريقة اللباس وحتى طريقة التفكير. (نهى ، دون تاريخ ، صفحة 122)

3-11- آفاق منظومة القيم في المجتمع الجزائري المعاصر:

يتصدر موضوع القيم مكانا رفيعا ، في أحاديثنا وفي جوانب سلوكنا اليومية، كما يشغل مساحة كبيرة في الدراسات الاجتماعية ولا سيما الثقافية وخاصة في الدين والفن وناهيك عن ذلك العلوم والفلسفة . وتماشيا مع ما تم ذكره فقد تصدت الثقافة لهذه القيم، بوجه عام وكشفت عن مضمونها ومقاصدها وأظهرتها لتكون في متناول الناس جميعهم، باعتبارها تحكي المثل العليا التي تنعكس على مسيرة المجتمع وطموحاته والتطور، ويبرز أثر هذه القيم اذا تحققت في موضوعات مادية يمكن أن يفهمها الجميع، وتكون المجموع الكلي للآراء والأفكار الدينية والخلقية والأيدولوجية وخاصة الاجتماعية وغيرها التي تحدد معالم المجتمع الجزائري.

وتنوعت القيم وتتعدد بقدر ما تتعدد المجالات، التي تنطلق منها فنجد القيم الدينية، القيم الأخلاقية، القيم الثقافية والقيم الاجتماعية، ويكون الانسان في هذه القيم بصفة فردا في الأسرة، ومواطنا في أمة، وعضو في مجتمع انساني يرتبط كماله بكمال المجموع الذي ينتمي اليه مع احتفاظه بفرديته واستقلال شخصيته، ففي حقل الدين الذي له من العمر ما عاشت الإنسانية نفسها نجد الأفكار والمشاعر والآمال التي تستمر متوهجة في صدر المؤمن لما تحمله من قيم سامية كونها تعبر عن موقف قيمي صريح، واذا كان الدين عن "انشتاين" هو الذي يرسم الغاية فان العلم هو الذي يزودنا بمعرفة الوسيلة التي تساهم في بلوغ تلك الغاية، وأن الدين هو الذي تقويم الفكر والفعل الإنساني، والعلم عنده يصبح معقدا بغير الدين، ويغدو الدين أعمى من دون العلم.(عبد الرؤوف فضل الله، 2001، ص401-402)

فاذا تأملنا حالة الفضاء الثقافي الجزائري فسوف نجد أنفسنا أمام ثقافة غير متجانسة متراسة في بنائها، نظرا لتلك التحولات الاجتماعية التي لم تكن مواتية لهذه الثقافة فقد دفعت إلى بروز عدة ظواهر وتتمثل

الظاهرة الأولى في عجز ايدولوجيات التحديث والتنمية عن دعم الثقافة العامة للمجتمع الجزائري، وتتمثل الظاهرة الثانية التي أضعفت الثقافة العامة في خضوع عناصر هذه الثقافة لتحولات هي الأخرى تتناقض مع ذاتها من الداخل، وتشير الظاهرة الثالثة إلى تأسيس حالة قيمية تتعدد في إطارها منظومات القيم التي تشكل بنية الثقافة العامة، حيث أصبح لكل منظومة قيمية فاعليتها في نطاق قطاع من البشر، لأنها تكون فعالة وقادرة على توجيه سلوكياتهم وقد أدى هذا التعدد إلى اضعاف القدرة الضبطية هذه المنظومات جميعها، التي كانت تشكل الرافد الأساسي لتعليم الصغر مبادئ الدين لتصبح معيارهم في تحديد الحلال والحرام، وتراجعت قدرة الأسرة النووية الصغيرة عن المساهمة في التنشئة القيمية للأبناء، لأن مؤسسات أخرى غير مؤهلة في كثير من الأحيان أصبحت تشاركها في أداء هذه المهمة.

وقد تمثل الحصاد النهائي لتأثير التحولات في بنية الثقافة والقيم في ظهور حالة الأنومي وهي حالة تشير إلى ضعف القيم أو افتقاد المجتمع للمعايير والقيم المشتركة المتفق عليها. في هذا الإطار تعد حالة الأنومي حالة من الفراغ الثقافي الذي لا بد أن يمتلئ بأي ثقافة أو أي منظومات قيمية ولقد امتلأ فعلا بمنظومات قيمية ذلت طابع سلبي في غالبها، فقد ظهرت الثقافات القيم الفردية ما دامت ثقافة المجتمع العامة قد تآكلت، ونعني بالقيم الفردية تلك القيم التي تتخلى عن معايير الصواب والخطأ والحلال والحرام لتحل محلها معايير المنفعة والمصلحة الشخصية، بالإضافة إلى ذلك برزت ثقافة الجنس والغرائز. وقد كان من الطبيعي أن ينعكس ذلك على القيم المنظمة للحياة الأسرية فقد برزت القيم الفردية لتحكم التفاعل الأسري لتحل محل قيم الجماعة ولم تعد الأسرة وحدها هي مؤسسة التنشئة الاجتماعية، حيث تزايدت مساحة وجود البشر خارج نطاق الأسرة ماديا أو معنويا على حساب تقلص مساحة وجودهم مع بعضهم البعض، وسقطت عن الأسرة وجود قيم أو معايير أو حتى اهتمامات مشتركة، لقد أصبح أفراد الأسرة يعيشون مع بعضهم كأنهم في مركز أو دائرة ظهورهم إلى بعضهم البعض ووجوههم شطر محيط الدائرة يصاحب ذلك انعدام الود والتفاعل المشترك بينهم. (علي محمود أبوليلة، 2014، ص 243-245)

المتغيرات الداخلية المسؤولة عن تفكيك الأسرة الجزائرية:

(1) تأثير التحولات الاجتماعية على البناء الأسري: وسنتطرق إلى التطور الذي عرفته الأسرة في بنيتها وفي وظيفتها وفي ذلالتها:

التحول من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية: والأسرة تدعى بالأسرة "الأصلية" لأن مسؤولية الحفاظ على تراث الأسرة ونقلها من الجيل الحاضر إلى الجيل اللاحق عليه تؤول إليها والمسؤولية الأكبر بل والأوحد،

ولأسرة الممتدة أو الأصلية جملة من المهام التي كانت تقوم بها. (عبد اللطيف، بريش، 2001، ص 299-301)

(2) تأثير المتغيرات الداخلية على بناء الأسرة ووظائفها: ويمكن القول أن هذه الصراعات والتناقضات داخل الأسرة الواحدة لا بد وأن يثمر عنها بعض التداعيات المختلفة أهمها:

✓ ما تؤدي إليه الاتجاهات المتناقضة إلى مناخ أسري مضطرب في علاقات أفرادها، مناخ يفتقد الأمن والاستقرار الأسري.

✓ الآثار السلبية لتباين الآراء على جنوح الأحداث والمراهقين واحتمالية انحرافهم عن كل ما هو مقبول.

✓ انتشار ما يعرف بجرائم العقوق داخل الأسرة الواحدة أو ما يعرف علمياً بجرائم جنس المحرمات.

✓ تفشي جرائم اعتداء الأبناء على ذويهم لعوامل مختلفة.

✓ انعكاس ذلك على مظاهر التسرب المدرسي والهروب والنزاعات الأسرية والطلاق. (منال، محمد عباس، 2019، ص 161)

(3) تأثير الثقافة ومنظومات القيم على بناء الأسرة.

✍ تأثير المتغيرات الخارجية على الأسرة الجزائرية:

➤ تأثير الهجرة المؤقتة على بناء الأسرة: ولقد أثرت الهجرة الخارجية المؤقتة على الأسرة في المجتمعات التي هاجرت منها من جوانب عديدة، من هذه الجوانب تدفق بعض الدخل الناتج عن العمل في الهجرة لإشباع حاجات الأسرة انتقل بها من المستوى المتوسط الشائع لإشباع الحاجات إلى المستوى الاستهلاكي، ثم المستوى الترفيهي، فشاركت بفاعلية في ثقافة الاستهلاك حيث اندفعت الأسرة العربية وخاصة الجزائرية في المجتمعات الفقيرة إلى سوق الاستهلاك ونتيجة لذلك حدث تحول في القيم والاهتمامات.

أثرت الهجرة على تآنيث الأسرة في الأقطار التي هاجرت منها، فغالبية الإباء المهاجرين ذهبوا للحصول على المال الذي يبسر الحياة للأبناء في ظل نوعية الحياة المترفة، وبقيت الأمهات ترعى الأسرة، وهي صاحبة القرار فيما يتعلق بشؤونها حيث تآكل دور الأب كبعد عاطفي في بناء شخصية الزوجة والأبناء.

➤ بروز ظواهر سلبية على ساحة الأسرة.

➤ تأثير انهيار الأبنية العائلية على الأمن القومي

➤ تأثير متغيرات العولمة على الأسرة.

➤ مظاهر الانهيار الاسري في المجتمع الجزائري. (علي محمود أبوليلة، 2014، ص 258- 281)

➤ دور الاختراق الثقافي على الطفولة والشباب كمكون رئيسي في الأسرة: هناك عوامل عديدة تؤدي إلى تأثر أفراد المجتمع وخاصة الشباب بسلوك مجتمع آخر أي المجتمع الغربي، وقد يكون هذا التأثير مرتبط بعامل التقليد الأبله والآلي لكل ما هو غريب بدون وعي أو تمحيص لما هو مفيد ونافع منها وما هو ضار وفساد، وقد يكون التأثير ناتج نتيجة الفوضى في استخدام الأدوات التكنولوجية المعاصرة بشكل عشوائي مما ينعكس ذلك على كثير من أنماط السلوك لأفراد الأسرة والمجتمع ككل ومن مظاهر الاختراق الثقافي نذكر:

- الترويج لسلوكيات وأفعال متأثرة بالغرب.
- المظهر والأكل كأسلوب حياة جديدة.
- اللامبالاة وعدم تحديد أهدافهم المستقبلية.
- العزلة الاجتماعية والانطواء على الآخرين.
- نشر ثقافة العنف لدى المراهقين.
- إدمان شبكات التواصل الاجتماعي: ويقسم يونج الإدمان إلى خمسة أنواع هي: ادمان الفضاء الجنسي، ادمان العلاقات السبيرية، إلزام الأنترنت، الافراط المعلوماتي، ادمان ألعاب الكمبيوتر الزائد عن الحد. (منال، محمد عباس، 2019، ص 174 - 185)

خلاصة:

ومن خلال ما سبق نرى أن القيم تختلف بشكل كبير من إتجاهات فلسفية وبيكولوجية وسوسيولوجية ،وترى هذه الأخيرة أن لها دوراها الحاسم في توجيه وتشكل سلوك الاجتماعي وبناء المجتمعات فهي عبارة عن معايير وثقافة مشتركة توجه تصرفات الأفراد وتحدد ما هو مقبول وما هو غير مقبول في المجتمع ،كما تعتبر العامل الرئيسي الذي من خلاله يمكن فهم التغيرات الاجتماعية سواء على الصعيد الفردي أو الاجتماعي ،بالإضافة إلى أن القيم تعتبر أحد العناصر الفعالة في تشكيل الهويات الثقافية والتوجهات السياسية والاقتصادية في المجتمعات ،غير أن التغير القيمي الذي شهده المجتمع الجزائري عامة والأسرة الجزائرية الحديثة خاصة أمر لا يختلف فيه ويتجلى بوضوح في المنظومة الحالية والذي نجم عن هذا التغيير ظهور العديد من القيم والمظاهر والسلوكيات الجديدة..

عامل بها الإنسان في المواقف المستقبلية وتساعد الإنسان في التكيف وتحدد له الأساليب والوسائل.



الفصل الرابع: الأسرة الجزائرية

الفصل الرابع - الأسرة الجزائرية

✍ تمهيد:

- 4-1- لمحة عن تطور الأسرة الجزائرية.
- 4-2- أنواع الأسرة الجزائرية
- 4-3- خصائص الأسرة الجزائرية .
- 4-4- أهمية الأسرة
- 4-5- وظائف الأسرة.
- 4-5- العوامل المؤثرة في التحولات الأسرية داخل المجتمع الجزائري.
- 4-6- تغير منظومة القيم في الأسرة الجزائرية.
- 4-7- واقع العلاقات الأسرية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي.

✍ خلاصة

تمهيد:

تعتبر الأسرة وحدة إجتماعية تتألف من أفراد يشتركون في العيش تحت سقف واحد وتكون ذات تفاعلات اجتماعية وعاطفية، وتعتبر المؤسسة الأولى التي ينشأ ويتربص فيها الطفل كونها تلعب دورا حيويا في تكوين شخصية وتنمية الافراد وتتنوع تركيبتها ووظائفها حسب الثقافة والتقاليد وتعتبر مصدرا للرعاية والدعم الاجتماعي .

وفي هذا الفصل سنتناول موضوع الأسرة الجزائرية وذلك بعرض نشأتها ومراحل تطورها وأهم خصائصها ووظائفها .

4-1-1-4- لمحة عن تطور الأسرة الجزائرية:

4-1-1-4- المرحلة الأولى مرحلة ما قبل الإستعمار 1830: وهي مرحلة ما قبل الاستعمار والتي يعود تاريخها ما قبل سنة 1830م، أي قبل دخول الإستعمار الفرنسي وإحتلاله للجزائر، وقد تميزت الأسرة في هذه الفترة بنظام القبيلة أو العشيرة حيث أعتبرت وحدات إجتماعية للمجتمع الجزائري التقليدي آن ذاك (صغير، 2022)، و القبيلة حسب ابن خلدون تعرف بالعصبية " قال " وذلك لأننا قدمنا إن العصبية بأنها تكون الحماية والمدافعة والمطالبة وكل المطالبة وكل أمر يجتمع عليه وقدمنا إن الآدميين بالطبيعة الإنسانية يحتاجون في كل إجتماع إلى وازع وحاكم يزرغ بعضهم البعض فلا بد أن يكون متغلبا عليهم بتلك العصبية وإلا لم تتم قدرته على ذلك، وهذا التغلب هو الملك فهو أمر زائد على الرئاسة لأن الرئاسة إن سؤدد وصاحبها متبرع وليس عليهم قهر في أحكامه، وأما الملك فهو التغلب والحكم بالقهر وصاحب العصبية إذا بلغ إلى رتبة طلب ما فوقها فإذا بلغ رتبة السؤدد والإتباع ووجد السبيل إلى التغلب والقهر لا يتركه لأنه مطلوب للنفس ولا يتم إقتدارها عليه إلا بالعصبية التي يكون بها متبوعا " (عصام، 2014، صفحة 16) أي الرابطة الاجتماعية الطبيعية التي تجمع بين مجموعة متجانسة من البشر بصلة الولاء وتدفعهم جميعا إلى الحركة والفعل والبناء والدفاع عن النفس ضد عدوان الغير "، أما العشيرة فتعرف بأنها مجموعة من الأفراد تنحدر من نسب واحد ولها جد مشترك والإنتماء إليها يكون إما عن طريق النسب الأبوي أو النسب الأمي ولا يكون عن طريق النسبي. (صغير، 2022)

كما أن المجتمع الجزائري في هذه المرحلة عبارة عن مجموعة من القبائل والعشائر، تتميز بحياة جماعية واسعة الحيز الزماني والمكاني، إذ يوجد على رأس كل قبيلة أو عشيرة شيخا يرأسها أو يحكمها، ويكون كبير السن كونه يكون أكثر حكمة لتمثيل الجماعة التي يقودها، فالأب هو المسؤول عن تسيير الشؤون المالية والروحية، وتتمركز السلطة فيها على يد شيخ القبيلة فهو المسؤول بالدرجة الأولى على توزيع الأدوار والوظائف وفك النزاعات التي تحدث داخل القبيلة والمتكفل بترويج أفرادها فيستشيرونه في كل الأمور المتعلقة بالحياة الأسرية قبل القيام بأي أمر يخصهم (معمر، 2021-2022، صفحة 108) كما إتسم المجتمع الجزائري في هذه المرحلة بمظاهر النمو الإقتصادي لاسيما في قطاع الزراعة ذلك أن الجزائر كانت تتصف بأنها بلد زراعي وإقتصادها يستمد من النشاط الزراعي وتربية المواشي، أما الواقع الإجتماعي فقد كان يتميز في مرحلة ما قبل الإستعمار بلازدواجية بين الحياة الحضرية والبدوية

،غير أن الحياة الحضرية ليست مدينة بوجه الحضرة بل ريفية إلى حد كبير ،بحيث أن البلد ريفي مع وجود دائم لتجمعات سكنية مدينية. (هرندي ، 2021 ، صفحة 78)

نستج أن الأسرة الجزائرية في مرحلة ما قبل الإستعمار تميزت بطابعها القبلي والتماسك بالعشيرة والقبيلة كمصدر يستمد منها القوة ،كما تميزت بالعلاقات الإجتماعية على نحو يعكس قيم التضامن والتعاون الإجتماعي داخل هذه البنية الإجتماعية.

4-1-2-مرحلة الاستعمار من 1830-1962 :أدى دخول الإستعمار الفرنسي للمجتمع الجزائري إلى العديد من التغيرات الاجتماعية المختلفة فقد عمدت السياسة الإستعمارية إلى تفكيك النظام القبلي من أجل تحطيم روح الجماعة والعلاقات العائلية المدعمة بالملكية الجماعية وتحرير الفلاح الجزائري من العلاقات القرابية التي تنسجها القبيلة أي تقليص الوحدة القرابية للفرد الجزائري ،وعليه حلت الملكية الفردية محل الملكية الجماعية. (مالكي ، 2011 ، صفحة 49)

وقد كانت لثورة الجزائرية دورا حاسم في إحداث التغيير في النظام الأسري ،حيث بدأت الأسرة تتجدد نتيجة المستجدات الإقتصادية والثقافية والاجتماعية المفروضة من طرف الإستعمار ،كما تعد الثورة الجزائرية أحد العوامل الديناميكية في تغيير وضعية الأسرة ،وذلك من خلال تغيير الأدوار والمكانات خاصة مكانة المرأة بحيث خرجت من المنزل وأصبحت تشارك في العمل الثوري وهو أحد العوامل التي أحدثت تغيرا جذريا في المجتمع الريفي. (بن قسيمة ، 2020-2021 ، صفحة 79)

وقد عمل الإستعمار الفرنسي وسياساته الظالمة على إحداث تغيرات سوسيوثقافية وسياسية مست النسق الإجتماعي العام وأدى هذا بالضرورة إلى التأثير على الأنساق الفرعية الأخرى ومنها الأسرة ،فمن الناحية السياسية عملت السلطات الإستعمارية على تفكيك النظام القبلي بحرمان القبائل والعشائر من مصدر رزقها وحياتها المتمثل في الأرض التي تشكل المورد الإقتصادي وأساسا لتضامن الإجتماعي ،فلم يكن الهدف من إغتصاب الأراضي هو تجويع وإفقار الشعب الجزائري ،بل تعدى ذلك لتحطيم الروح الجماعية والعلاقات العائلية والإسلامية المشجعة والمدعمة للملكية الجماعية، فبعد القرار الذي جاء به ورائي" الذي صدر عام 1873 نص على تشكيل الملكية الفردية ،وهو ما ترتب عليه إنعكاسات على العلاقات الاجتماعية والتي حرمت الفلاح الجزائري من العلاقات القرابية ،وفي هذا الخصوص يقول عدي الهوري " إنحصرت العلاقات الاجتماعية في حدود العلاقات الفردية والمجتمع لم يعد ذلك الكل المبني

الهرمي، بل مجموعة من الأفراد لمتصافين إلى بعضهم البعض". (اليمين و عوفي مصطفى ، 2017 ،
صفحة 59)

ومنه يمكن القول أن الأسرة الجزائرية في المرحلة الاستعمارية يغلب عليها الطابع التقليدي حيث تميزت بالهيكل الواضح والمتمحور حول القيم والتقاليد الثقافية ومدى إهتمامها بالعامل الاقتصادي وكانت القيم الدينية والاجتماعية هي المؤثرة وبشكل كبير في تنظيم الحياة العائلية آن ذاك.

4-1-3-المرحلة الثالثة مرحلة ما بعد الإستعمار: بعد الإستقلال الجزائري وخروج الإستعمار شهد المجتمع الجزائري بعد الإستقلال عدة تغيرات شملت التحضر والتصنع والتحديث والتي تعد أبرز العمليات الإجتماعية الكبرى التي عرفها المجتمع الحديث المادي الجزائري ، وكان لها الأثر الكبير على الأسرة وعلى قواعدها بالرغم من أن الفترة الاستعمارية أرست قواعد التحديث المادي في الجزائر وهذا بإنشاءها المدن أو الضواحي الحديثة على الطراز الأوربي ومحاولة إحداث بعض التغيرات وإضفاء الطابع الرأسمالي على الإقتصاد وتعميم نظام الأجور والتعامل النقدي وفتح بعض المناجم وإنشاء المدارس والمعاهد ..إلخ ، إلا أن هذه التغيرات لم تمس جميع فئات المجتمع الجزائري التي ساهمت في تحمل الآثار النفسية والاجتماعية والاقتصادية فظلت فقيرة ومحرومة.

وبعد الإستقلال بدأت تتلاشى الأسرة التقليدية وتحل محلها الأسرة النووية الحديثة وذلك من خلال:

- **البعد الوظيفي:** تقلص وظائف الأسرة التقليدية إقتصادية ،تربوية ،إجتماعية ونتج عنه مبدأ التخصص وتقسيم العمل الذي سيطر على المجتمع الحديث.
- **البعد البنائي:** وهذا نتيجة لتطور التكنولوجي وصعوبة الوظائف رغم تقلصها ،أدى ذلك إلى تحول الكثير من الكماليات إلى ضروريات للمعيشة المعاصرة بل أصبح من الصعب على الأسرة الحديثة تحقيق الإشباع المتعددة الأبعاد الأمر الذي أدى إلى تقلص بنائي من حيث أعداد أفرادها.
- **البعد القرابي:** الرابطة الدموية وهي محور العلاقة القائمة بين أفراد الأسرة والمتمثلة في نظام الإنتساب المزدوج بمعنى إحتفاظ الأب والأم بحق النسب من نقل الإسم والإرث المادي والمعنوي لأبنائهم مع الإحتفاظ بسلطة تسيير شؤون الجماعة الأسرية ولذلك إتخذت العلاقات الأسرية إتجاها مغايرا عما كانت عليه مما أدى إلى البحث عن بناء إجتماعي جديد وهو البناء النووي. (همال، 2018 ، صفحة 79)

كما إستمرت عمليات النزوح من الريف إلى المدينة بعد الإستقلال ،بل وإزدادت عدته نظرا للظروف التي سادت في الريف الجزائري أثناء فترة الثورة التحريرية ،وسياسة تجميع السكان في مناطق

جغرافية الأمر الذي نتج عنه بعد إنتهاء العمليات العسكرية في المناطق الريفية تحرك سكاني شديد بين الريف والمدن وبين المدن نفسها، (الدوري، 1986، صفحة 23) وقد أشارت نتائج بعض الدراسات إلا أنه تبعا لحركة النزوح من الريف إلى المدينة كانت بداية لتفقد الأسرة الجزائرية شكلها من أسرة ممتدة يصل عدد أفرادها من 40 فرد وأكثر لتتجه إلى شكل جديد وهي الأسرة النووية وكانت كبداية لإستمرار هذا النوع من الأسر في المدن الجزائر. (مالكي ، 2011، صفحة 49)

كما أن هناك أحداث كان له إنعكاس سلبي على مختلف القطاعات والأنظمة ومنها الأسرة فحسب مصطفى بوتشونوفت كانت بداية التسعينات مسرحا لأحداث درامية شملت كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والأمنية بصفة عامة ،فقد كانت بمثابة أزمة تقاومت بطريقة قسوى وهو ما إعتبر سببا في إلحاق خسائر مادية وبشرية زعزت المجتمع بصفة عامة والأسرة الجزائرية بصفة خاصة. (boutefnouchet2, p. 272)

ونتيجة لذلك كله فقد تغير نمط نظام الأسرة الجزائرية بعد الإستقلال في النظام العشائري إلى النظام الأبوي إلى نظام أسرة الذي يتكون من الزوج والزوجة والبناء ،والتي تكون مستقلة إقتصاديا عن الأسرة الأم وحسب محمد السويدي فإن الإنتقال الذي شهدته الأسرة بعد الإستقلال هو في الحقيقة إنتقال شكلي بحسب حافظت على بعض المظاهر الجوهرية للعائلة التقليدية الممتدة ،المتتمثلة في الإنجاب وقيم الشرف والسلطة الأبوية المطلقة. (الحبيب ، 2012، صفحة 07)

إلا أنها مازالت تشكل الوحدة الاجتماعية الأساسية في البناء الإجتماعي ،وتقوم بأداء وظائف عديدة ومتنوعة في آن واحد ،منها ما تعلق بتأسيس الروابط الاجتماعية والحفاظ عليها ومن ثم الحفاظ على النوع البشري من الناحية البيولوجية والثقافية ،ومنها ما يخص السند العاطفي والاقتصادي الذي لاغنى عنه لنمو وتطور أفرادها ومشاركتهم في حياتهم كأعضاء فاعلين ،كما تمثل من جهة ثانية الوعاء الحافظ للثقافة بكل مكوناتها المادية واللامادية ،وتقوم بتثريتها من خلال نقلها من مجتمع إلى مجتمع آخر عبر التاريخ. (هرندي ، 2021، الصفحات 82-83)

4-2-أنواع الأسرة الجزائرية:

تنقسم الأسرة كنظام إلى عدة أقسام متنوعة تتمثل في:

- أ. أسرة نواة **family atomistic**: يتميز هذا النموذج من الأسرة بصغر حجمها فعادة ما تتكون من زوجة وزوجة وأبناء وتتميز بدرجة عالية من التحرر الواضح في الضبط السري، وتعلو فيه المصلحة الفردية على المصلحة الجماعية، وحسب علماء الاجتماع الحضري أن هذا النموذج من الأسرة هو الأكثر إنتشاراً في المجتمعات الحضرية الحديثة. (عصام ، 2014 ، صفحة 140)
- ب. أسرة زواجية **family conjugal** : وهي أحد نماذج التنظيم الأسري التي تكون العلاقات الأسرية فيها قائمة على محور العلاقة بين الزوج والزوجة أكثر من قيامها على العلاقات الدموية، ويضم هذا النموذج الزوجة والزوجة وأبنائها غير المتزوجين، وإذا ضمت هنا الأسرة أقارب فإن دورهم يكون ثانوي ولا يمكن أن تتحول إلى أسرة ممتدة. (عصام ، 2014 ، الصفحات 140-141)
- ت. الأسرة المرافقة **family companionship**: وهي الأسرة التي يقوم السلوك فيها على العاطفة والإتفاق المتبادلين بين الأعضاء وقد وصفها كل من "أونست بيرجيس" و "هارفي لوك" بأنها نموذج مجرد أو نمط مثالي في مقابل النمط المثالي للأسرة النظامية. (جهان ، 2022 ، صفحة 03)
- ث. أسرة مركبة **family compound** : التي تتكون من أسرتين نوويتين أو أكثر تربطهم علاقات إجتماعية أساسها الأب المشترك الذي تزوج من عدة نساء وشكلوا عوائل نووية مترابطة. (دحماني، 2005-2006 ، صفحة 41) ، ويظهر هذا النوع من الأسر في المجتمعات التي تسمح بتعدد الزوجات ، وبالرجوع لتعريف عاطف غيث للأسرة يعرفها على أنها الوحدة الأساسية للتنظيم الأسري ، وهي تتألف من زوجين وأبنائهما ، وقد تكون مستقلة أو جزء من الأسرة الكبيرة ، ويعتبر الزوج الذي تكون له زوجتان وعضو في أسرتين نوويتين وأحياناً يستخدم مصطلح الزواجية بدلاً من الأسرة النووية (صغير، 2022 ، صفحة 47)
- ج. أسرة قرابية دموية **family consanguine** : وتقوم على القرابة الدموية بين الآباء والأبناء أو بين الزوجة والإخوات أكثر من العلاقة القائمة بين الزوجة والزوج ، بمعنى عموم العلاقة الدموية القرابية على العلاقة الزوجية وعادة ما تتحول إلى أسرة ممتدة. (عصام ، 2014 ، صفحة 141)
- ح. أسرة التوجيه **family of orientation** : وتسمى أيضاً أسرة المولد وهي تشير إلى الأسرة النووية التي ولد وتربى فيها الفرد. (عصام ، 2014 ، صفحة 142)
- خ. أسرة زواجية **family of marriage** : وتسمى بأسرة النسل وهي أسرة نووية يوكنها الفرد من خلال الإنجاب. (عصام ، 2014 ، صفحة 142)
- د. الأسرة المشتركة المتصلة **family joint** : ويستخدم هذا المصطلح لوصف أشكال الأسرة الممتدة وتتكون من أسر نووية ترتبط فيما بينها بروابط قرابية . (عصام ، 2014 ، صفحة 142)

تتنوع أنواع الأسرة الجزائرية وفقا للتقاليد والعادات فمن خلال إطلاعنا على مختلف الدراسات والبحوث، كان هناك صعوبة لدى الباحثين والعلماء المهتمين بهذا المجال في تحديد نوع محدد للأسرة الجزائرية فالبعث يتحدث عن أسرة ممتدة ومركبة والبعث الآخر يتحدث عن أنواع أخرى، وكان هناك نوعين أكثر تكرر ناتج عن دراسات إستقرائية في مختلف المناطق الريفية والحضرية في الجزائر . (addi, 2009, p. 45) فعلى سبيل دراسة مصطفى بوتشنوفت للعائلة الجزائرية قسم الأسرة إلى قسمين العائلة التقليدية والعائلة الحديثة وهما: (دبلة ، د.ت، صفحة 54)

• **الأسرة البطريقية** : ويكون فيها الأب أو الجد هو القائد الروحي للجماعة العائلية، ويعتبر هو المنظم لأمر تسير التراث الجماعي، وله مرتبة خاصة تسمح له بالحفاظ على نظام الحكم وتماسك الجماعة المنزلية.

• **الأسرة الكناتية**، ويكون النسب فيها ذكري، والإنتماء أبوي وإنتماء المرأة أو الأم يبقى إنتماؤها لأبيها، والميراث ينتقل في خط أبوي من الأب إلى الإبن الأكبر عادة حتى يحافظ على صفة للإقسام للتراث، ويقول بوتشنوفت بواسطة الإكناتية يرتبط الأفراد بأواصر جد وثيقة ونقام بينهم علاقات قوية ومنسجمة. (دبلة ، د.ت، صفحة 23)

و نجد الباحث (OUSSEDIK : 1988) حدد خمسة أنواع للأسرة الجزائرية تم التوصل إليها بعد دراسة قام بها في مناطق الجزائر العاصمة وتتمثل في: (oussedik, 1988, p. 45)

• **عائلة أبوية جديدة ممتدة (la famille méo patriacal étendue)**: وهي التي تتكون من زوجين، وأبناء، وأبناء متزوجون، وأحفاد.

• **عائلة زوجية (la famille conjugale)**: وهي تتكون من الزوجين والأبناء.

• **عائلة الأبوية المختزلة (méo patriacale)**: تتكون من زوجين وأطفال غير متزوجين.

• **عائلة زوجية محدودة (la famille conjugale réduite)**: وهي الأسرة التي يعيش أطفالها مع أحد الوالدين وهذا حسب الحالة العائلية أرمل أو مطلق.

4-3- خصائص الأسرة الجزائرية:

تتميز الأسرة الجزائرية بخصائص وسمات عامة تشترك فيها مع نظيراتها في الوطن العربي، كما أنها تتميز بخصائص وسمات أخرى أوجدتها ظروف تاريخية وثقافية، واجتماعية واقتصادية أضافت عليها طابع الخصوصية وقد عرفت الأسرة العربية عدة تغيرات وتحولات خاصة في وقتنا الحاضر، وكذا

هو الحال بالنسبة للأسرة الجزائرية التي مرت بمراحل متعددة في نشأتها وتطورها ، ومنه تأثرت وظيفتها في ظل هذه التغيرات (مالكي ، الخصائص السوسولوجية للأسرة الجزائرية -التقليدية والحديثة-، 2011، صفحة 71) وهو ما أدى إلى تغير خصائصها بين ماكنت عليها وما أصبحت عليه حاليا وسنحاول الفصل بين كل من الخصائص التقليدية والخصائص الحديثة للأسرة الجزائرية فيمايلي:

4-3-1- من الناحية البنائية: الأسرة الجزائرية التقليدية هي أسرة ممتدة موسعة تتركب من خليتين أساسيتين أو أكثر وتضم أكثر من جيلين إثنين فتشمل الأجداد والآباء والأحفاد ،يقيم هؤلاء في سكن واحد مشترك ويمكن أن يضم هذا الإمتداد كل من أسرة الأب التي تمثل النواة وأسرة أبناءه المتزوجين (مجبري) ،وعليه فالأسرة التقليدية الجزائرية تميزت بحجمها الكبير والذي يتألف من الوالدين وعدد كبير من الأبناء وربما الأجداد ويرتبط ذلك من خلال القيم الاجتماعية التقليدية التي كانت تشجع على الإنجاب وتعزز الأسرة الكبيرة كمؤشر على الرخاء والإستقرار .

أما في الأسرة الحديثة نجد تغير في خاصية البنائية من حيث حجمها تتكون من الزوج والزوجة وأبنائهم غير المتزوجين ،بالإضافة إلى أنها أسرة بسيطة تدير شؤونها بنفسها وتبحث عن الإستقلالية والإنفراد في السكن ،كما تميل إلى التقليل من عدد الأفراد من خلال تنظيم النسل ويتمركز هذا النوع من الأمر في المناطق الحضرية ويرجع ذلك إلى الهجرة من الريف للمدينة بحثا عن فرص العمل وتحسين الاوضاع الاجتماعية والاقتصادية. (عباس، 2018، الصفحات 33-34)

4-3-2- من ناحية العلاقات القرابية: كانت العلاقات القرابية في الأسرة التقليدية الجزائرية قوية و متماسكة ومبنية من إنحدار النسب إذ كانت العلاقات القرابية بين الأب وعائلته الأصلية وبين الأم وعائلتها الأصلية تتقدم على العلاقة العائلية الداخلية التي تربط الزوج بزوجه أو تربط الزوج بأبنائه أو تربط الزوجة بأبنائها (دبلة ع.، 2014، صفحة 120) ،وما يميز العلاقات القرابية التقليدية إتسامها بالقوة والترابط وثيق بين أفرادها وهذا يظهر من خلال طبيعة العلاقات التفاعلية اليومية والتضامن بين أفرادها داخل الأسرة والذي يعزز تقدير العلاقات القرابية وإحترامها ،إذ تعتبر العلاقات القرابية مصدرا للدعم الاجتماعي والعون في الظروف الصعبة.

أما في الأسرة الحديثة أصبحت العلاقات القرابية تتسم بالضعف نظرا لكونها تسند إلى الجانب الرسمي والمصلي ،فالزيارات مثلا أصبحت في المناسبات وهذا بسبب ميل الاسرة الحديثة نحو الاستقلالية الفردية ،وهذا ما أكده دوركايم أن الاسرة الحديثة هي وحدة قرابية منعزلة نسبيا ،كما أن هناك

تغير على صعيد العلاقات الداخلية بين أعضاء الجيل الواحد، فبعدما كانت العلاقات الأسرية في العائلة التقليدية تتمحور حول علاقة الخضوع أي خضوع الصغير للكبير والمرأة تخضع للرجل، أصبحت في الأسرة الحديثة تتسم بالمساواة والعدالة أكبر، كما تتميز هذه الأسرة بفقدان الكثير من التقاليد والقيم التي كانت تلعب دور أساسي في وحدة وتماسك العدالة التقليدية، لهذا أصبحت العلاقات القرابية ضعيفة ومفككة في بعض الأحيان (عباس، 2018، صفحة 33)، كما أصبحت أغلب العلاقات قائمة على التجارة والتبادل والمنفعة وهي علاقات ظرفية ثانوية تنتهي بإنهاء المنفعة والمصلحة بعيدا عن علاقات النسب والقرابة والدم وأصبحت علاقات القرابة علاقات ثانوية، أضف إلى الأوضاع التي يعيشها المجتمع الجزائري وتحسن في أوضاعه الإقتصادية والتعليمية والاجتماعية وهو ما يعتبر عاملاً لظهور الفوارق الطبقيّة، ومكانة الفرد داخل المجتمع تعتمد على منجزاته المالية والسياسية والشخصية على خلاف ما كانت عليه سابقاً (جموعي، 2016/2017، صفحة 100) و يفسر بوتشوف نقطة التغير " إن نقطة إنفصال في العائلة الممتدة تحدث عندما يكبر أبناء العم، ويخشى الآباء من العلاقات الجنسية مع بنات العم، وهذا ما يدفعهم للبحث عن سكن فيظطر الأب تزويج الإبن وإسكانه معه، أما فيما يخص الشبكة العائلية تستمر إلى غاية وفاة الأب لتتقسم بعد ذلك إلى عدة شبكات "" (ابحري، 2008-2009)، (صفحة 45)

4-3-3- من حيث الوظيفة تتميز الأسرة التقليدية الجزائرية بوظيفة التنشئة، تنشئة أطفالها منذ الولادة وتستمر هذه التنشئة مدى الحياة حيث يتم تربيتهم على إحترام الآخرين وحبهم وفعل الخير، فتربي الذكور على الرجولة والمسؤولية وتربي الإناث على الحياء والعطف. (صغير، 2022، صفحة 50) هذه الخاصية تعكس القيم التقليدية التي كانت تعتمدها الأسرة الجزائرية التقليدية في تربية أبنائها من خلال تعزيزها قيم الحياء والرجولة، كما أن الأسرة التقليدية هي التي كانت مؤولة عن تربية أفرادها وتوفير لهم الرعاية الاجتماعية والاقتصادية والتربوية.

بعد تطور الأسرة الحديثة وما صاحبها من ظهور الأسرة النووية أصبحت هناك مؤسسات أخرى تساعد على التنشئة الاجتماعية كالروضة والمدرسة والتي يقضي فيها الطفل أغلب أوقاته بعيدا عن أفراد أسرته، غير أن هذا لا ينفي أن التنشئة الاجتماعية تقتضي عدم الخروج عن العادات والتقاليد. (صغير، 2022، صفحة 50) تحولت وظيفة الأسرة الحديثة من ناحية التنشئة الاجتماعية حيث أصبحت تعتمد على مؤسسات التنشئة الاجتماعية من حضانة وروضة والمدرسة والذي يعكس التحول نحو توفير بيئة

تعليمية مبكرة وتفهم أعمق لإحتياجات الأطفال في مراحلهم الأولى ،كما أن غياب المرأة عن التربية نتيجة خروجها للعمل والذي أثر على الروابط العاطفية والتطور النفسي للأطفال ولذا وجب توفير بيئة داعمة والإعتناء بتواجد شخص يحل محل الأم لضمان الرعاية الشاملة والتنمية السليمة.

4-3-4-أما من ناحية الزواج فقد تميزت الأسرة التقليدية بالزواج الداخلي إذ لا يمكن للفتاة أو الشباب أن يختار شريك حياته بنفسه ،ويكون الأب والأم هم المسؤولان عن هذا الزواج ،كونه يسعى إلى تمتين روابط بين أفراد العشيرة والقبيلة مع إبقاء الميراث بحوزة الأسرة ويقوم في هذا الصدد "عبد الغاني المغربي" "والواقع أن الضعالة أعني بها الزواج بين أفراد الجماعة الأصلية يبدو ضروري في المجتمع الغربي ،فهي تعتبر ضرورة في الواقع لا مسألة موصى بها فقط ففي هذه الحالة يتعلق الأمر يتعلق الأمر بقرابة العصب الثنائية ،أي قرابة من جانب الأم وقرابة من جانب الأب الذي ليس هو سوى ابن العم الشقيق لزوجته " على عكس الزواج الخارجي تسعى الجماعة من خلاله إلى كسب مصالح إجتماعية وإقتصادية من جماعات خارجية أخرى. (صغير ، 2022 ، صفحة 50)

وأكد مصطفى بوتشونوف أن الزواج المبكر كان يشكل القيمة الأساسية ومن وجهة نظره أن الثقافة السائدة في المجتمع التقليدي تجعل الفتاة تخشى أن تبقى مدة طويلة عزباء ،فالعزوبية وفق النظرة الإجتماعية السائدة هي بمثابة خطر من ناحية الوقوع في أعمال غير شرعية أو تقدم المرأة في السن فتصبح غير قادرة على القيام بدورها الاجتماعي والمتمثل في الإنجاب (تريكي ، 2017 ، صفحة 94) أما في الأسرة الحديثة تتميز بحرية الإختيار وإتخاذ القرارات وخاصة في أمور الزواج فكل شاب أو فتاة حرة في إختيار الشاب المناسب لها وهذا وفق معايير مسطرة فرضها المجتمع عليهم وأيضاً وفق ما يساعد في تنظيم حياتهم مستقبلاً (صغير ، 2022 ، صفحة 50) إضافة لتغير نظرة الشباب لزواج وهذا بسبب تعقد الأوضاع الإجتماعية والإقتصادية ،وترك الحرية لشباب في إختيار الزوجة بناء على المستوى التعليمي والحب والثقافة دون تدخل الأهل في ذلك (بوثلجة ، 2021 ، صفحة 224)

كما ساهم التدفق الإعلامي جراء التطور التكنولوجي كالأنترنيت والقنوات الفضائية والوسائط المتعددة في إحداث تغيرات في ظاهرة الزواج ،فالترويج لنظرة الحداثة وتحقيق الذات خاصة لدى المرأة من خلال جعل الزواج آخر شيء والتركيز على العمل وتحقيق الإكتفاء المالي وإشباع الحاجات المادية مثل السيارة ومنزل وضمان وظيفة لتحقيق المكانة الإجتماعية ،والتشجيع على العلاقات الجنسية خارج الزواج من خلال نشر الإباحية في وسائل الإعلام والترويج لصيغ جديدة وأطر أخرى تجمع بين الرجل والمرأة خارج

الإطار التقليدي للزواج كالعشيق والزواج العرفي المشوه (تريكي، 2017، صفحة 94) وحسب هواري عدي أن مظاهر الزواج داخل الأسرة الجزائرية شهدت تحول من خلال ربط العلاقة بين الإناث والذكور مخالفين بذلك التعاليم الدينية التي لا تسمح بمثل هذه العلاقات بل وتنبذها، وتعتبر هذه الظاهرة أحد التحولات التي شهدتها المجتمع والتي أصبحت تزامم العادات والتقاليد والأعراف في مجال الزواج، ويعود مصدر هذه العلاقات إلى البرامج التلفزيونية والقنوات الأجنبية أدى ذلك إلى التقليد في غياب تام لكل من القيم والمبادئ والرقابة الأسرية والاجتماعية لهذه العلاقات التي تنتهي في بعض الأحيان بالزواج وفي أحيان أخرى تنتهي بعلاقات غير شرعية أو بتشويه صورته المعني على أقل تقدير. (بلق ، 2014/2015، صفحة 40)

إضافة إلى كل ماسبق بروز ظاهرة تأخر الزواج لدى الفتيات الجامعيات وهذا بسبب مستواهن التعليمي الاتي يجدن صعوبة في الزواج حيث لا تقدم أحد لخطبتهن وهذا راجع لرفض الرجال الزواج منهم والقبول على فتيات أقل منهن من حيث المستوى التعليمي وأقل منهن سنا أيضا وهو ما يدفع بهن إلى البحث عن قرين خارج دائرة القرية والمعارف والذي يفسر ظاهرة الزواج الخارجي . (حبيب ، 2012، صفحة 10) وكباحثة أضيف إلى أن هذا التغير الذي شهدته الأسرة الحديثة في مجال الزواج زاد التحرر الاجتماعي والتغيرات في القيم والثقافة والتي إنعكست في حرية إختيار الشريك بعيدا عن زواج الأقارب وتعدد الخيارات وتوسيع مجالات الاختيار الشخصي في الزواج.

4-3-5- من الناحية الاقتصادية تميزت الأسرة التقليدية بالإكتفاء الذاتي ،حيث كانت تعتمد على الزراعة بغرض تلبية إحتياجاتها ويكون الأب هو المسؤول على تلبية هذه الإحتياجات (صغير، 2022، صفحة 50) ،وكان نمط الإنتاج في الأسرة التقليدية قائم على أنها وحدة إنتاجية وإستهلاكية معا ،ونجد علماء الاجتماع يطلقون عليها مصطلح نعت الأسرة المقاومة ،حيث يقول أحد الباحثين " لقد كانت حقا مقاولة رب الأسرة أو بالأحرى رئيس الأسرة هو رئيس المقاومة وأعضاء الأسرة هم أنفسهم العاملون فيها ،ويتقاضى البعض منهم أجرا بكيفية أو بأخرى في حين أن البعض الآخر وعلى رأسهم النساء لا يتقاضى عن عمله أجرا. (دحماني، 2005-2006، صفحة 102)

أما الأسرة الحديثة فقد شهدت تحولات من الناحية الاقتصادية وهذا يعود لتنوع حاجياتها فكل فرد يجب أن يلبي حاجياته بنفسه خاصة مع التطور الإقتصادي الذي شهده العالم في القرن الأخير والذي يعتمد على مبدأ تقسيم العمل ،أصبح من الصعب على أن يكون فرد واحد مسؤولا على جميع أفراد الأسرة

(صغير، 2022، صفحة 50) وفي تحليلي كباحثة أشير أن التغيير الذي طرأ على الأسرة من الناحية الإقتصادية يعزى إلى التطورات الاقتصادية والتكنولوجية التي أحدثت تنوعاً في الحاجات الإستهلاكية أدى لتغيير أنماط الإنفاق لتشمل إحتياجات حديثة كما لعبت التكنولوجيا وبشكل جزئي سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالمنتجات وتشجيع التنوع في الحاجات الإستهلاكية وتوفير وسائل عرض وشراء أكثر تنوعاً وفعالية.

4-3-6 من ناحية السلطة: كان النظام الأسري في الأسرة التقليدية قائم على خضوع المرأة خضوعاً مطلقاً لسلطة الذكور، أي كان أختاً أم زوجاً أم أباً وإلى مصادر الحرية والوجود والتشكيك في عقل المرأة وأهليتها ومصادرة وجودها الإجماعي والسياسي والتعامل معها بوصفها كائناً معطلاً يتوقف وجوده على وجود الرجل (هندي، 2021، صفحة 35) فالنظام الأسري التقليدي كان يعكس تفاوتاً في توزيع السلطة بين الجنسين والذي كان قائم على خضوع المرأة لسلطة الرجل والذي يكون ناتجاً عن طبيعة القيم التي كانت سائدة آن ذاك والتي تظهر الرجل بدور السلطة والمرأة بدور التابع كما يكون ناتجاً عن توزيع غير عادل للفرص وإعتقادات أن المرأة مكانها المنزل وليست قدراتها في العمل والسلطة والقيادة كسلطة الرجل.

أما الأسرة الجزائرية الحديثة فقد شهدت تحولات من ناحية السلطة وهذا يعود لتغيير في المداخل، حيث أصبحت اليوم المداخل من قبل الأبناء الذكور وهو ما يفقد الأب سلطته في أخذ قرارات الميزانية المالية للعائلة ويحافظ فقط على سلطته بشكل رمزي والسلطة الحقيقية تكون للأب والأبناء، وبالتالي يصبح الابن الأكبر هو رئيس العائلة وبالتالي يعيد إنتاج السلطة الأبوية. (ابحري، 2008-2009)، (صفحة 45) وأضيف كباحثة أن السبب في تغيير نمط السلطة في الأسرة الحديثة كان نتيجة التحولات في توزيع السلطة وإتخاذ القرارات من الهياكل التقليدية حيث كانت السلطة تتمركز في يد كبير العائلة كونه هو المصدر الوحيد لدخل لكن في الوقت الحالي أصبح هناك تعاون بين أفراد الأسرة الواحدة وزيادة المشاركة في سوق العمل والذي ساعد على تحسين المداخل وتوسيع إمكانيات الحياة الإقتصادية للأسرة.

4-3-7 من ناحية الدور و المكانة: لكل فرد مكانة داخل الأسرة لا يمكن أن يتعدها، فالزوجة مثلاً لا يمكن أن تشارك الزوج في الطعام ولا يمكن للأبناء أن يطلبوا حاجاتهم من الأب مباشرة بل بواسطة الأم التي تنقل طلباتهم إلى الأب، كما لا يمكن للولد أن يدخل أمام والده أو يجلس مثلاً ويتركه قائماً، ويتبع الزوج بعض السلوكيات للمحافظة على مكانته وهيئته في بيته كأن يكون عابس الوجه أمام الأبناء

والزوجة بل تصل العلاقة بينهم وفقا للتقاليد إلى أن تكون هذه العلاقة ضيقة تقف عند الضرورة فقط، فالرجل لا يجتمع إلى النساء ولا يتحدث إليهن والتنظيم المنزلي كله يقع على عاتق النساء في تحضير الأكل، غسل الملابس رعي الغنم والنسيج... إلخ، فالزوجة لا تتادي زوجها إلا ب "هو" والزوج يقول لها "هي" أو "يامرا". (فرحات ، 2009-2010، صفحة 123)

كما كانت المرأة في الأسرة التقليدية لا يسمح لها بالخروج من منزلها خاصة بعد زواجها سوى لزيارة القبر، فهي تبقى داخل بيتها وبيت أطفالها (فرحات ، 2009-2010، صفحة 124) ومحافظة على الحاجز السميكة الذي يرتكز على فكرة المحافظة على البقاء الأخلاقي والجسدي للمرأة وإعتبار مهتمها مقتصرة على التنظيم المنزلي من طبخ وغسيل وغيره من الشؤون المنزلية المختلفة، كما تبرز مكانتها كلما كان لها عدد كبير من الأولاد الذكور، فهم محط إهتمام الأسرة الجزائرية. (مالكي ، 2011، صفحة 49)

ومن ملامح التغيير في المكانة هو منح مكانة متساوية لجميع أفراد العائلة من حق إيداء الرأي والمناقشة الحرة وإستقلال الشخصية، وأصبحت العلاقات بين الزوجين يسودها مشاركة أوسع بين الطرفين وإضطلاع الزوجة بمهام خارج المنزل، كما أصبحت المرأة تكتسب أدوار جديدة والذي جعل إختيارها لدورها جد معقد إلى حد كبير، وذلك نتيجة تعرضها إلى ضغوط قوى عديدة، فهي من ناحية تخضع لضغط التقاليد والطبيعة البيولوجية التي تدفعها في إتجاه الأعمال المنزلية والأمومة. (هرندي ، 2021، صفحة 96)

وفي الأسرة الحديثة فإن مكانة الفرد تتحدد من خلال المستوى التعليمي والمهنة والدخل وغيرها (عباس، 2018، صفحة 09)، أضف إلى الأوضاع التي يعيشها المجتمع الجزائري وتحسن في أوضاعه الإقتصادية والتعليمية والاجتماعية وهو ما يعتبر عامل لظهور الفوارق الطبقيّة، ومكانة الفرد داخل المجتمع تعتمد على منجزاته المالية والسياسية والشخصية على خلاف ما كانت عليه سابقا. (جموعي ، 2016/2017، صفحة 100)

4-4- أهمية الأسرة:

للأسرة أهمية بالغة في عملية التنشئة للأبناء من أجل الوصول إلى تنشئة سليمة تنعكس على البناء الإجتماعي وتبرز أهمية الأسرة في النقاط التالية:

* كما تتجلى أهمية الأسرة في كونها المسؤولة عن عملية التطبيع عن طريق تنمية العواطف الإجتماعية في الصغر والمحافظة عليها في الرشد، كما تعتبر نسق لنقل الثقافة إلى الأعضاء، وعن طريقها يكتسب الطفل خبراته في المشاركة الإجتماعية وإتجاهاته نحو تحقيق المركز الإجتماعي كونها تمارس عملية إدماج الأطفال في مراكزهم التي تحكم تفاعلهم مع الآخرين، كما تظهر أهمية الأسرة في عملية الضبط الاجتماعي التي تعمل على تحقيق التجانس، فعندما ينمي الطفل إدراكه الذاتي فإن ذلك يجعله يبني معتقداته وميوله. (الغزي ، 2017، صفحة 24)

4-5- وظائف الأسرة:

وحسب ما جاء في مؤلف "طارق كمال" الأسرة ومشاكل الحياة العائلية صنف الوظائف إلى أربعة وظائف رئيسية وهي:

4-5-1- الوظيفة البيولوجية:

وتتلخص وظيفة الأسرة البيولوجية في الإنجاب وما يسبقه من علاقات جنسية ضرورية لإستمرار الكائن الإنساني فهي المسؤولة عن حفظ النوع البشري وما يتصل به من مسؤوليات إنجاب الأطفال ورعايتهم جسديا وصحيا (كزيز ، 2000، صفحة 13) ، فالأسرة تتفرد بشرعية العلاقة الجنسية دينيا وقانونيا في مختلف البلاد فتوفر لكلا الزوجين حاجاته البيولوجية في بناء العلاقة الجنسية وتكاملها وما يترتب على ذلك من إستقرار الزوجين وإشباع رغباتهما، وينبثق من هذه الوظيفة جزئية مهمة تتمثل في عملية الإنجاب فهي أهم قيمة داخل الأسر (إسلام ،، صفحة 161) والقيمة الإنجابية من وجهة نظر سوسيولوجية تتموقع من منطلق سفلي أصل الوجود والتي من خلاله تصبح ضرورة بإعتبارها تشكل سبب الوجود وأداة المحافظة على ديمومة النسل وبقاء السلالة، كما أن الخصوبة هي مرادف الإنتاج لما توفره من وسائل الإنتاج التي تضمن البقاء. (تريكي، 2017، صفحة 94) ، وقد شهدت هذه الوظيفة تغيرا في الأسرة الجزائرية الحديثة من خلال تقلص ظاهرة الإنجاب وهي أهم ما يميز الأسرة الحالية الحديثة صغر حجمها والإكتفاء بالحد الأدنى وتحاشي العدد الكبير من المواليد، وخاصة في الأسر التي تكون فيها المرأة عاملة خارج المنزل، وتعود الأسباب الحقيقية إلى التغير الذي أصاب البنية الإجتماعية هو خروج المرأة للعمل ودعوات الحرية الجنسية التي بدأت في البلاد الغربية وصولا إلى مجتمعا الحالي. (إبراهيم، 2023، صفحة 11)

4-5-2- الوظيفة النفسية:

وتتمثل في الحاجات النفسية المتعلقة بالحب والأمن والتقدير وهذا لا يمكن توفيره إلا في كنف الأسرة كونها المكان الأول الذي يجد فيه الفرد الحب والحنان العاطفي، فهي النسق الأول الذي يتزعرع فيها الطفل وهي الخلية الأولى المسؤولة عن إشباع الحاجات النفسية كالحاجة للأمن والتقدير والحب، وهذه الإحتياجات لا تجد مجالاً لإشباعها سوى عن طريق الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، ونجاح الأسرة في تحقيق هذه الوظيفة يتوقف على الجو النفسي الذي يوفره الوالدين لأبنائهم في حياتهم الأسرية من تجارب وعلاقات طيبة، وتهيئة الصحة النفسية. (الخفاف، 2020، صفحة 252)

4-5-3- الوظيفة التربوية :

وتتمثل في تنشئة الفرد في سنواته الأولى على وجه الخصوص والتي تعتبر المرحلة الأولى التي يتم فيها تطبيع الطفل إجتماعيا وتعويدته على مختلف النظم الاجتماعية (التغذية، الإخراج، الحياء، التربية الحسنة والإستقلالية) وإعطائه مكانته ودوره المناسب وتعريفه بذاته وتنمية مفهومه لنفسه وبناء ضميره وتعليمه المعايير الاجتماعية ليعرف حقوقه وواجباته التي تساعده على الصحة النفسية والتكيف مع الوسط الإجتماعي (benamar, 2010, p. 57)، وحدد عالم الإجتماع الأمريكي وملك الموظفين تالكوت بارسونز أن الأسرة لها دورين رئيسيين هما التنشئة الاجتماعية الأولية وتحقيق الإستقرار في شخصية الطفل، والتنشئة الاجتماعية الأولية هي العملية التي يتعلم بها الأطفال المعايير الثقافية للمجتمع ويولدون وينشأون فيه وهذه العملية تجري خلال السنتين الأولى من حياة الفرد، فالأسرة تعتبر الساحة الرئيسية التي تتم فيها تنمية الشخصية البشرية، وهنا الإستقرار والتوازن التي تصل إليه الشخصية يعود للإستقرار الأسري في الأدوار. (أنتوني، 2005، صفحة 253)

فبعدها كانت وظيفة الأسرة الجزائرية تنشئة وتربية الأطفال من أهم الوظائف المحورية بتسخير كل جهودها وإمكاناتها المادية والمعنوية للقيام بذلك، فكانت التنشئة الاجتماعية تقع على عاتقها بتربية أبنائهم حتى سن النضج إلا أن التغير الذي مس النسق الأسري ساهم في تغيير هذه الوظيفة ونقلها لمؤسسات أخرى خارج المنزل كالمدارس والحاضانات والروضة والنوادي والسنما ووسائل الإعلام وغيرها، أضف إلى ذلك خروج المرأة للعمل وغيابها عن المنزل لساعات طويلة وتضارب الأدوار بين الأم والأب ساهم في إحداث مفارقات عديدة في هذه الوظيفة بين الماضي وما أصبحت عليه في الوقت الراهن. (بوحنيكة، 2020، صفحة 44)

4-5-4- الوظيفة التعليمية :

كان الأسلوب السائد في التربية داخل الأسرة الجزائرية متصف بالصرامة، وكان الهدف من ذلك هو تكوين شخصية الطفل قائمة على الأعراف والتقاليد والقيم التي يتشبع بها المجتمع وإعادة إنتاجها وترسخها لتبقى ثابتة وحسب المفاهيم الذكر يتم تربيته على الرجولة والمروءة والحشومة والكرامة والإحترام، أما الإناث فيتم تربيتهم على الحشمة والإحتجاب وإحترام الذكور وطاعتهم، مع تلقين اللغة العربية والدين وحب الوطن وكرهية المستعمر، وعدم الخضوع له مهما كانت الظروف، كما كانت هذه المهام منوطة لكبار السن كونهم أكثر حكمة ويقوم بها الجد الأكبر أو الأب أو الأقارب الأكبر سناً. (بوحنيكة، 2020، صفحة 44)

بعد تطور الأسرة الحديثة وما صاحبها من ظهور الأسرة النووية أصبحت هناك مؤسسات أخرى تساعد على التنشئة الإجتماعية كالروضة والمدرسة والتي يقضي فيها الطفل أغلب أوقاته بعيدا عن أفراد أسرته، غير أن هذا لا ينفي أن التنشئة الإجتماعية تقتضي عدم الخروج عن العادات والتقاليد (صغير، 2022، صفحة 53) ومع إنتشار التعليم وانتشار المدارس والجماعات وتوفر وسائل النقل والتكنولوجيا سلبت من الأسرة وظيفة التعليم نجد أن الأسرة الجزائرية تولي أهمية خاصة لتعليم الأبناء والحصول على الشهادة العلمية، بل أضحت الشهادة شرط أساسي وأصبحت أغلب الأسر موافقة على تعليم أبنائهم دون التمييز بين الذكور والإناث لذا أصبحت الفتاة تتصدر مشعل التعليم وأثبتت جدارتها في جميع المستويات دون أن تجد عائقا في ذلك مقارنة عما كانت عليه. (جموعي، 2016/2017، صفحة 100/99)

وهذا يعكس التحول نحو توفير بيئة تعليمية مبكرة ونقهم أعمق لإحتياجات الأطفال في مراحلهم الأولى، كما أن غياب المرأة عن التربية نتيجة خروجها للعمل والذي أثر على الروابط العاطفية والتطور النفسي للأطفال ولذا وجب توفير بيئة داعمة والإعتناء بتواجد شخص يحل محل الأم لضمان الرعاية الشاملة والتنمية السليمة، وقد تحدث معن خليل العمر في كتابه التفكك الاجتماعي عن التغير الذي أصاب الأسرة العربية فقال: "عند الحديث عن تغير وظائف الأسرة فإننا نقصد فقدان بعض وظائف الأسرة، ونعني بالوظائف تلك الأنشطة التي يؤديها الأعضاء في ممارستهم لأدوارهم المنوطة بهم أو التي اكتسبوها والتي ورثوها أيضا"... بدأ التغير الاجتماعي بإبدال وتعديل هذه الوظائف، إذ أخذها من الأسرة وقدمها إلى مؤسسات أخرى متخصصة فيها... فالوظيفة الاقتصادية مثلا أخذت من الأسرة بسبب عدم بقائها كوحدة رئيسية للإنتاج (مع استثناء الأسر الريفية). (بقاجة، 1990، الصفحات 214-215)

4-5-5- الوظيفة الاقتصادية:

وشهدت الوظيفة الاقتصادية تغير في الأسرة الجزائرية الحديثة وهذا بتغير المصادر والموارد المالية وممارسة المرأة للعمل المأجور خارج البيت ،فأصبح عمل المرأة خارج البيت مقابل أجر لم يعد يعتبر إنجرافا إجتماعيا أو دينيا كما كان عليه سابقا بل أضحي أمرا عاديا نتيجة الدوافع التي ساهمت في خروجها والعمل على إعالة عائلتها في حالة قلة الدخل العائلي ،كما تغير الإستثمار في العائلة الجزائرية بعد أن كان الإستثمار العائلي هو الشكل الوحيدة لتنمية العائلية نجد أنه أخذ بعدا آخر في الوقت الرهن والذي يعتمد على أطراف خارج العائلة والأقارب. (دراوش، صفحة 87)

4-5-6- التربية الايمانية:

إن كل مولود يولد على فطرة الاسلام والتوجه الى الله، لكن التأثر بالجماعة التي ينتمي اليها من شأنها أن تعزز هذا التوجه الاسلامي المبني على الفطرة الانسانية، وإما أن ينحرف الى توجه ودين آخر حسب توجه الاسرة الديني وعليه يتمثل "دور الاسرة في ضرورة تنمية الجانب الايماني والارشاد الى الايمان وغرس روح الخشوع والتقوى والعبودية لله تعالى، الى جانب تنمية روح المراقبة لله سبحانه في جميع التصرفات والحركات، تعليم النشئ القرآن الكريم والأذكار الشرعية، وتلقينه كافة التكاليف الشرعية التي تزيد وترسخ الايمان إذ بلغ سن الرشد". (الخواش ، 1421هـ، صفحة 76)

فالأسرة المصدر الأول والأساسي الذي يتعلم منه الأبناء الأمور الدينية كالصلاة والصوم وقراءة القرآن والكتب الدينية والأخلاق الحميدة ،وكيفية معاملة الناس بالحسنى ومساعدة الفقراء والضعفاء ،فالأسرة الصالحة هي من تغرس في نفوس أطفالها الدين وحبه. (الغرايبة ، 2012، صفحة 21)

4-5-7- التربية الاخلاقية القيمية:

إن الاخلاق في الاسلام تبنى على التربية الايمانية الصحيحة والقويمة حيث نجد العديد من النصوص الدينية التي تدل على ارتباط الاخلاق بالعقيدة يقول الله تعالى في (سورة العنكبوت: 30) " وأقم الصلاة إن الصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر) وإذا ارتبطت الاخلاق بالايمان والتربية الاسرية الصحيحة تنتج لنا أفرادا صالحين كما اوجد الاسلام في تعاليمه مجالا واسعا للتطبيق العلمي، "إذ لا يقتصر التوجيه الاسلامي على جانب النظري المتمثل في الوعظ والخطب، بل يتسع ليشمل جانب الممارسة والعلاقة البينية بين الأفراد". (الخواش ، 1421هـ، صفحة 76)

4-5-8- الوظيفة الترفيهية:

تقوم الأسرة بوظيفة الترفيه من خلال إقامة الحفلات في المناسبات الاجتماعية وممارسة الهويات المختلفة والقيام بالرحلات المختلفة وذلك لتخفيف من المتاعب النفسية التي تنتج عن العمل (هلا ، 2009، صفحة 128) وتغيرت هذه الوظيفة حيث أصبحت لا تقتصر على الأسرة بل سلبت منها من قبل تنظيمات متخصصة مثل النوادي الرياضية والاجتماعية والملاعب الرياضية إضافة إلى أماكن الترفيه كالسينما والفنادق والمطاعم وغرف الدردشة وغرف المساج والتي تلبي رغبات الجميع فالعولمة بمؤسساتها خلق بدائل للأسرة ووظائفها التقليدية. (الجعافرة ، 2020 ، صفحة 202)

ومن خلال ما تم طرحه نرى أن الأسرة في العصر الحالي تعاني من أزمة حادة في مسؤولياتها ووظائفها ، فلم تعد ذلك النسق الشمولي المتعدد الوظائف من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والتربوية بل دورها أصبح محدودة وأصبحت عبارة عن نظام مفتوح على مصراعيه يتعرض لموجهة من التغيرات السوسيوثقافية تزامنت مع تطور شبكات التواصل الاجتماعي وظهور الإعلام الجديد.

4-6-العوامل المؤثرة في التحولات الأسرية:

إن التطورات التي طرأت في المجتمعات الحديثة أحدثت تغيرات ديمغرافية وثقافية وإجتماعية وإقتصادية والذي إنعكس على نمط الأسرة الداخلي والظروف التالية هي التي تعتبر نقطة تحول للأسرة الجزائرية والتي تمثل في النقاط التالية:

- قلة الموارد المادية المتاحة للتنشئة الاجتماعية .
- الأزمات والمشاكل النفسية و الاجتماعية والإقتصادية التي عانى منها الإرهاب والأزمة الاقتصادية جراء العشرية السوداء .
- الإستخدام الهائل لتكنولوجيا داخل الأسرة الجزائرية.
- الإنتقال من المنزل الكبير " dar kbira " إلى سقف الفردية.
- دخول المرأة إلى سوق العمل بعدما كانت قبل ذلك مشاركتها في هذا النوع من النشاط محظورا عليها.
- إنخفاض حجم الأسرة
- تقسيم الأدوار بين الرجال والنساء. (Chahrazad doulahia,, 2017, pp. 17-18)

4-6-1- الحراك الجغرافي: بعد التخريب والدمار الذي شهده المجتمع الجزائري جراء الإستعمار وما خلف من آثار سلبية ورائه ،دفعت الجزائر لتبني سياسة التصنيع بغرض النهوض بإقتصادها وإعادة إصلاح ما تم تخريبه طوال الحقبة الإستعمارية ،هذه السياسية كانت بمثابة النقلة التي أحدثت تغييرات واسعة صابحها ظهور الحراك الإجتماعي الذي كان ضرورة مرافقة للتحويل في البيئة الإنتاجية وبيئة قوة العمل والتحول من القطاع الزراعي إلى القطاع الصناعي وهو ما ساهم في الحراك المكاني والانتقال من الريف إلى المدينة. (عباس، 2018، صفحة 36)

أدى ذلك لتقليص حجم الأسرة بالرغم من محاولة أفرادها للحفاظ على طابعها التقليدي المتمسك بالروابط القرابية الصميمة ،وهذا ما نلاحظه في المناطق المتخلفة التي تحيط بالمدن الكبيرة خصوصا الأحياء القصديرية حيث توجد الأسرة الممتدة من أصل ريفي والتي تبقى لفترة معينة محافظة على طابعها التقليدي المتمسك بالروابط القرابية الصميمة ، وعلى علاقتها الأصلية ولكنها لا تلبث إلى أن تتجه لتأخذ النمط الفردي. (السويدي، دون تاريخ، صفحة 87)

4-6-2- التحضر: حسب علماء الاجتماع فإن الحياة الحضرية والحياة في المدينة تأثر على نمط الأسرة من حيث البناء والسلطة ومن حيث وظائفها التقليدية كالتربية والضبط الاجتماعي والدفء العاطفي لأفرادها فمن حيث البناء أو الحجم نجد أن المدينة التي تضم المؤسسات الصناعية والتجارية تستخدم الفرد المهاجر إليها على أساس كفاءته وقدراته دون أي إعتبار للجنس أو السلالة أو القرابة أو غيرها ،كما هو الحال في الريف ، كما تسمح المدينة للعائلة بالتحرك في السلم الاجتماعي والاقتصادي من الأسفل إلى الأعلى أو العكس كما قد تدفعه للتحرك الأفقي أو الجغرافي فيغير من مكانه الجغرافي تحت ظروف فرص العمل بعكس الحال في الريف الذي يجعله مرتبط بقطعة أرض معينة وبمجال جغرافي خاص الأمر الذي يدفع بالعلاقات الأسرية للنزوح نحو الفردية ومن ثم نقص حجمها من كونها أسرة ممتدة تتعدد أجيالها إلى أسرة محدودة العدد غالبا ما تقوم على الزوج والزوجة وأبنائها الصغار ونادرا ما تضم والدي الزوجين أو أحدهما. (السويدي، دون تاريخ، صفحة 91)

4-6-3- التغيير في الأدوار المكانية: قبل التعرف على أسباب تغير الأدوار والمكانة وجب التعرف على هذين المصطلحين وإبراز العلاقة بينهما ،ف نجد تعريف الدور حسب تالكوت بارسونز في كتابه هيكل النظام الإجتماعي أنه "السلوك المتوقع من الفرد في مواقفه الإجتماعية وفي إطار العلاقات الإجتماعية التي يشارك فيها" (Talcott, 1937)، أما مفهوم المكانة فيشير إلى المركز الذي يشغله الفرد في النسق

الاجتماعي كما يشير أيضا إلى المكانة التي يشغلها الفرد والمرتبطة بالمحددات كالمستوى التعليمي والسن والمهنة ومستوى الدخل .

ونتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية التي أحدثتها الثورة الصناعية الأثر البالغ على إعادة تشكيل البنية الاجتماعية وتركيبية الدور ،وباعتبار المرأة هي جزء من المجتمع تقوم بأدوار محددة فقد انعكس عليها هذا التغير وخاصة في مجال العمل والذي يعتبر جهد ذهني أو عضلي يهدف به الإنسان إلى إيجاد أي شئ يسد حاجاته الأساسية من الطعام والشراب والمأوى (عبد المجيد ، 2015 ، صفحة 62)، فقد أضحت دور المرأة يتعدى كونها ربة بيت وأم إلى عاملة خارج المنزل تشغل وظيفة معينة وهو ما يعتبر عامل يعدد من أدوارها خروجها للعمل واستغلال كفاءتها.

4-6-4- التحولات السياسية: أسهمت التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع الجزائري عقب الإستقلال تغيرات كثيرة مست مختلف الأنظمة والميادين ومن بينها الأسرة ،إذ عملت هذه التحولات السياسية على سن قوانين للمحافظة على كرامة الإنسان وحماية حقوقه وحرياته ،بعد أن عاش فترة من الإستعمار ساد فيها الإستبداد وانتهاك الحريات ، وعملت هذه التحولات على منح الحقوق لكل من الرجل والمرأة ،والمساواة بين الجنسين في المشاركة السياسية وهذا بعد صدور ميثاق طرابلس 1962 وميثاق الجزائر 1972 ودستور 1976. (عواشيرية، صفحة 125)

إضافة إلى تبني السياسة الجزائرية مجانية التعليم وإجباريته والذي أفرز آثار متعددة على الأسرة وأهمها إعادة النظر في أدوار النساء وإثبات مكانة المرأة داخل المجتمع الجزائري والسماح لها بمزاولة التعليم بمختلف أطواره ،وبالتالي منافسة الرجل في المؤسسات الصناعية ،حيث أصبحت المرأة تخرج لوحدها وتقطع مسافات طويلة من أجل مسيرتها التعليمية أو عملها خارج المنزل الذي سمح لها بالإختلاط بالذكور . (الحبيب ، 2012 ، صفحة 07)

وكباحثة أشير إلى أن الجزائر بعد إستقلالها كان هدفها هو حماية مواطنيها وعدم التمييز بين الجنسين الذكر والأنثى ومن بين هذه القوانين قانون الأسرة والذي كان الهدف منه هو تنظيم العلاقات الأسرية وحماية حقوقها وبما في ذلك حقوق المرأة في الزواج والطلاق والميراث وحقوق الأمومة والأبوة وخروج المرأة للعمل ومشاركتها في الحياة العملية والسياسية وهي كانت بمثابة عامل أساسي لتغير الأسرة والذي مس نشاطها الإقتصادي الأسري وتحول في ادوارها ومسؤولياتها كما أثر على العلاقات الاجتماعية والقيم التي كانت سائدة داخلها.

4-6-5-العوامل الاقتصادية: أدت العوامل الاقتصادية دورا مهما في تفسير التغير الأسري داخل الأسرة الجزائرية، فالمهنة والأجر يكسبان الشخص مكانة رهيبة في المحيط الأسري والاجتماعي، لأن العمل ومصدر الدخل والحصول على السلع والسكن يترك أثارا كبيرة في بناء المجتمع ووظائفه بصورة عامة، والأسرة بصورة خاصة. (الربيعي، 2020، صفحة 166) ويتوافق هذا مع طرح مصطفى بوتشنوفت حيث يرى أن العامل الاقتصادي يعتبر عامل أساسي لتغير بنية الأسرة المنحدرة من عائلة موسعة من خلال ربطه نظام القيم وأشكال العلاقات القرابية، كما يرى بوتشنوفت أن الأسرة المنحدرة من أسرة موسعة واجهت ظروف دفعت الأبناء والأمهات للخروج للعمل المأجور والذي قد يؤهلهم إلى منافسة الأب في تغطية نفقات هذه العائلة. (خروبي، 2022، صفحة 59)

وأشير كباحثة أن العامل الاقتصادي في الوقت الراهن في البلاد ساهم في زيادة الفجوة الاقتصادية بين الطبقات الاجتماعية، وتركيز الأسرة على تلبية إحتياجاتها الأساسية والتي تمثلت في (السكن - والغذاء - والرعاية الصحية والتحول من النمط الزراعي إلى النمط الصناعي وغزو التكنولوجيا جميع الميادين أثر بطبيعته على نمط الأسرة وعلى ديناميتها الداخلية بحيث تطلب منها التكيف مع التغيرات في البيئة الاقتصادية وهو ما أدى إلى الإنحراف عن قيم التعاون والتضامن الذي كان يسود في المجتمع الجزائري.

4-6-6-العوامل القيمية: تؤدي العوامل القيمية دورا في التغير الذي يحدث في إطار الأسرة التي تتأثر بالمحيط القيمي الاجتماعي الذي تعيش فيه، وقد بينت بعض الدراسات السوسولوجية أن ظهور العلاقات الرسمية التعاقدية قد أثر في طبيعة العلاقات القيمية القرابية التي تراجعت عما كانت عليه في الأسرة التقليدية وأبرز التغيرات القيمية سنتطرق إليها في العنصر التالي. (الربيعي، 2020، صفحة 167)

4-6-7-العوامل التكنولوجية: تلعب وسائل الإعلام كمؤسسة هامة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية دورا بالغ في تكوين اتجاهات وصياغة القيم الاجتماعية وقولبة الشخصية والسلوك لدى الشباب عموما، بل وتغييرها في أحيان كثيرة، ومن بين مؤيدي هذه الفكرة نجد العسكري الذي أكد أن معظم علماء الاجتماع المعاصرين يتفقون على أن ثورة تكنولوجيا عصر المعلومات والعملة قد غيرت سلوكيات وقيم المجتمع ككل إن لم تكن قلبتها رأسا على عقب (الزيود، 2011، صفحة 131)، والأسرة أحد هذه المؤسسات التي طرأت عليها تغيرات نتيجة غزو التكنولوجيا لها وهذا من خلال ماتوفره التكنولوجيا من

فرص لقضاء أوقات الفراغ داخل المنزل وخارجه كجهاز التلفاز أو الهاتف أو الحاسوب فهي توفر الراحة والرفاهية لأعضاء الأسرة بعيدا عن الحوار والنقاش ، كما أدت بصورة أو بأخرى عن الإبتعاد عن النقاشات العائلية (فالأسرة التقليدية كانت في أوقات الفراغ تقضي أوقاتها في الإستماع بروايات وحكايات شعبية يقدمها كبار السن والأجداد لأحفادهم والتي تنمي فكرة الخيال وتمدهم بالخيار والمعارف والكشف عن التجارب والخبرات في الحياة الإجتماعية وبسبب التكنولوجيا خلقت تزامم عليها ، فأصبح الأفراد يبتعدون عن هذه النقاشات). (الربيعي ، 2020 ، الصفحات 164-165)

ويؤكد عويدات في قوله "لقد ترتب على الثورة المعلوماتية حدوث تغير إجتماعي متسارع في القيم والمعايير والمؤسسات والعلاقات الإجتماعية والإفتتاح الإعلامي الثقافي والحضاري العالمي بفضل وسائل الإعلام السريعة ،وهنا نقف الأسرة حائرة بين الحفاظ على القيم والمعايير التقليدية السائدة الموروثة أو الإنتقال للقيم الغربية الناجمة عن العولمة والمعلوماتية التي غزت العالم بما تمتلكه من تقنيات وأساليب إغواء (طبال ، 2012 ، صفحة 410)

4-7- تغير منظومة القيم في الاسرة الجزائرية:

يقصد القيم الأسرية بشكل عام المبدأ أو المستوى التي تعتبر ثمينة أو مرغوبا فيها والتي تساعد على تحديد ما إذا كانت بعض الموضوعات جيدة أو رديئة حسنة أم سيئة صحيحة أم خاطئة ،مفيدة أم عديمة ،هامة أم غير هامة ،فهي الثابتة للشيء التي يقدر بها ويرغب فيها ويعمل من أجلها فهي بمثابة مرجعية وخلفية للأسرة يتم نقلها من جيل إلى جيل آخر (حسين ، 2019 ، صفحة 84) ،وتتصب القيم داخل الأسرة الجزائرية حول الشرف إذ تعتبر أهم قيمة لها مكانتها الخاصة ،وفي هذا الصدد يقول محمد شقرون " فالرأسمال الرئيسي الذي كان ينظم العلاقات بين أفراد الجماعات في الجماعات العربية هو العرض (l' honneur) أو ما يسمى بالحرمة ،زيادة على ذلك المروءة وهي المناطق المقدمسة والمحرمة لعالم الرجال التي بواسطتها يكونون قابلين للإنجراح وهذه القيم يتم تداولها وإعادة إنتاجها من جيل إلى جيل آخر والتي تمثل جذور الشخصية العربية والإسلامية ككل (العماري ، صفحة 433) ،وقد أوضحت الباحثة أمال عبد الحميد محمد مفهوم الشرف فحسب وجهة نظرها أنه يختلف بين المرأة والرجل فالنسبة للرجل يتمثل الشرف في الرجولة بمعنى أن الشرف عنده يتعلق بخصائص الشخصية من كونه رجلا شهما وشجاع وملتزم بالكلمة ولا يتلفظ بألفاظ ذات مدلولات جنسية إضافة إلى أن يكون حسن السمعة في نطاق مجتمعه وخارجه ،أما بالنسبة للمرأة فالشرف عندها يقوم على خاصية مورفولوجية يجب المحافظة عليها

وهذا بإبقاء الفتاة بكرًا حتى تتزوج، وحتى تكون الأسرة ذات سمعة جيدة ولها مكانة إجتماعية داخل المجتمع الذي تنتمي إليه لذا يجب أن تحافظ على هذه القيمة. (بلحيدى ، 2020 ، صفحة 149)

ويقصد بالحشمة حسب دراسة أبو لغذ عن الإحتشام في المجتمع التقليدي بمعنى الشعور بالخجل والحياء الذي يمتلك الفرد في مجلس الأقوياء، كما يعني أيضا سلوك الطاعة النابع من هذا الشعور، وعند المرأة هو الستر والغطاء واللبس المحتشم والحركات الرامزة للتحشم مثل غض البصر والإمتناع عن الضحك الزائد والكلام الكثير، ولكن هذه الصورة أصبحت تختلف إلى حد كبير في المجتمعات المعاصرة بعد أن نشأت إمكانية الإختلاط بين الذكور والإناث وكما ذكرنا سابق فإن الإختلاط يكون في مختلف المرافق (أماكن العمل، المواصلات، ومكان التعلم)، كما ترى فاطمة المرنيسي أن العزلة بين الشباب من الجنسين قد بدأت تنهار في الريف والحضر، و أشار ديفيز إلى أن الذكور والإناث أصبحوا يختلطون ببعضهم البعض أكر من ذي قبل يقيمون علاقات صداقة قد تؤدي إلى علاقات أكثر شخصية فيما بينهم وبدون علمهم وقد تنتهي هذه العلاقات بالزواج. (فريق ، 1994 ، صفحة 08)

وأضيف كباحثة أن مواقع التواصل الإجتماعي وما تعرضه من محتوى قد يقلل من قيم الحشمة والإحترام لدى الفرد، كما تؤثر على الصورة الذهنية للمتلقي وتعزز بعض السلوكيات غير الملائمة وطمس هوية الفرد، كما أن الهوس بالشهرة وتحقيق الأرباح وزيادة عدد المتابعين من بين العوامل التي تجعل من الفرد يتناسى قيمه ومبادئه ونشر محتوى غير ملائم أو يتنافى مع القيم الاجتماعية والاخلاقية والذي من أجله يضحى بالحشمة والرجولة من أجل بلوغ مساره.

القيم الجماعية: القيم الجماعية في النسق الأسري الجزائري كانت منتشرة في الأسرة الممتدة إذ تعتبر الجماعية القيمة العليا وهي عكس الفردية وتتمثل في شعور أعضاء الأسرة بالوحدة والتكامل التام مع بعضهم البعض في العمل، بحيث يصبح نتاج العمل ملكا شائعا للأسرة، فضلا عن رغبة أعضائها وحرصهم على دوام وبقاء الأسرة ككل بغض النظر عن المصالح والإهتمامات الفردية (عربي ، 2022 - 2023 ، صفحة 96) ، وهذا ما أكده بيار بورديو الذي يرى أن في المجتمع الريفي يسود الضبط الإجتماعي وتبعية الفرد للجماعة قوية جدا، فالحياة الجماعية تخنق الحياة الفردية، فهناك إرادة لتقديم الغير وتكريس النفس للغير فالفرد هو كائن من أجل الآخرين، وهو كذلك كائن من خلال غيره فلا يمكنه أبدا أن يفضل مصيره الشخصي ومصير أبنائه عن المصير المشترك للعائلة الجماعية (تريكي، 2017 ، صفحة 86) كما تطرق بوتشونوفت في دراسته للأسرة الجزائرية فحسبه أن فن العيش في المجتمع

الجزائري يقوم على أساس إحترام الغير على نحو تختفي فيه الفردانية نفسها لصالح المصالح الجماعية، فنمط العيش هذا يجعل الفرد في مرتبة ثانوية ويجعله يكون أكثر حرصا على المطابقة الظاهرية لسلوكه وهذا لديمومة التضامن الإجتماعي الذي له أهمية كبيرة عند الفرد ويشكل أولوية مطلقة بالنسبة له (boutefnouchet, 1982, p. 53)

وبناءً على دراستنا للأسرة الجزائرية وتتبع مراحل تطورها وتسليط الضوء على مميزاتها وخصائصها نجد أن العوامل التي تبرز القيمة الجماعية داخل الأسرة الجزائرية تتمثل في السكن المشترك والذي يعزز الروابط الإجتماعية وتعميق التفاعل الأسري وتمكين أفراد الأسرة من مشاركة الحياة اليومية مع بعضهم وتبادل الخبرات والتجارب بشكل مباشر والذي بدوره يساهم في تعزيز وتقوية العلاقة الاجتماعية الأسرية، مع التعاون الجماعي في القيام بالأعمال المنزلية والمساهمة في تحمل المسؤولية، ونمط العائلة الأبوية التي يحتل فيها الأب الموقع المركزي في إتخاذ القرارات وإحتكار السلطة والحرية في تصريف شؤون الأسرة، وتعتبر هذ العوامل المرآة العاكسة لبروز القيمة الإجتماعية في الأسرة الجزائرية التقليدية والتي تتجلى في مفاهيم التعاون والتضامن والتبعية.

إلا أن التغير الذي شهده المجتمع العربي ككل والجزائري خاصة ساهم في إحداث تغير مس المنظومة القيمة وخاصة القيمة الجماعية ،فمع بروز شبكات التواصل الإجتماعي أحدثت تقلص القيم القيمة الإجتماعية وهذا يعود لغياب الرقابة الأسرية للأبناء حيث أصبح لكل فرد هاتف أو حاسوب أو أيباد والذي يمكنهم من الولوج للعام الافتراضي خاصة شبكات التواصل الإجتماعي والذي حد من التفاعل اليومي،فتصح لشبكات التواصل الإجتماعي بات يومي وبشكل مستمر،فقد نجحت في الإستحواذ على عقول وسلوكيات الأفراد(بعون ، 2021، صفحة 130)وقد أكد الباحث عبد الكريم تفرقنت في بحثه المعنون ب العلاقات الإجتماعية في ضوء موقع التواصل الإجتماعي إلى كون الشبكات تساهم في تعزيز القيم الفردية والشعور بالذات،وتنامي رغبة في الوحدة والشعور بالعزلة،كما ساهت في تراجع قيم الترابط والنمو الإجتماعي والمميزات الإنفعالية للفرد داخل أسرته ومحيطه. (بعون ، 2021، صفحة 130)

4-8-واقع العلاقات الأسرية في ظل شبكات التواصل الإجتماعي:

ويقصد بالعلاقات الأسرية هي تلك العلاقات التي تجمع بين أفراد الذي تربطهم رابطة الدم والقربان وتبدأ بين الزوجين ثم تتسع لتشمل الأولاد والأقارب،وتتقسم العلاقات الأسرية إلى قسمين علاقات داخلية

وعلاقات خارجية، فالداخلية تشمل تلك العلاقات بين أفراد الأسرة الواحدة، أما العلاقات الخارجية فهي تلك الروابط الدموية التي تكون بين أفراد الأسرة الخارجية وأقاربها. (سليمة ، 2020 ، صفحة 187)

العلاقات الأسرية الداخلية: ولوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة دور آخر في تغيير الأسرة الجزائرية ويتمثل في غزوها لها وفتر الدفاء العائلي بحيث أصبح الأبناء يقضون ساعات طويلة أمام أجهزة الكمبيوتر أو التلفاز عوض الحوار ومناقشة مواضيع مع أوليائهم وهو ما أدى لفقدان الاتصال الأسري وضعف العلاقات الأسرية (دلولة ، دون تاريخ، صفحة 364)، هذه الأخيرة كانت نتاج التطورات السريعة التي نعيشها في الوقت الراهن والتي ضعفت بسببها العلاقات الاجتماعية مقارنة عما كانت عليه في الماضي، بل واتسعت لتضم أفراد الأسرة الواحدة وخفت العلاقات القرابية التي كانت تربط الأهل والأقارب وندرت الزيات بل أصبحت شبه منعدمة ما عدا في المناسبات أو الأحران. (يحيوي ، 2011 ، صفحة 254)

كما ساهمت وسيلة التلفاز والذي تعتبر أحد الوسائل الإعلامية الأكثر فعالية ولها تأثيرها القوي على المشاهد، الشاشة الصغيرة التي تدخل ضمن البرامج المفضلة للأسرة ويتم تكيف وقت الفراغ بالنسبة لكثير من الناس حسب البرامج المفضلة، ولا يقتصر تأثير الرسالة الإعلامية التلفزيونية على مشاعر المشاهدين ومخاطبة عواطفهم وإيجاد حالة من المشاركة الوجدانية لدى المستقبل (معوض ، 2019 ، صفحة 200)

العلاقات الأسرية الخارجية: كما أثرت الوسائل الإعلامية في تقليص العلاقات القرابية وعدم التكيف مع الآخرين وعدم فتح مجالات الحوار والتفاعل مع المجتمع والأسرة، وبالرغم من أهميتها في تقريب بين المجتمعات والحضارات إلا أنها ساهمت أيضا في إقصاء أفراد الأسرة عن عادات أصيلة وحميدة سائدة في الماضي وكانت بمثابة الذراع الواقي لبقاء السلوك الأسري (عوفي ، 2016 ، صفحة 462)، ومع ظهور الأنترنت صاحبها تمزق في هذه العلاقات ومنتج عليه إنزلاق في النسق الأسري وإنعدام التفاعل وجها لوجه بل أصبحت العلاقات سطحية داخل الأسري الأسرة الجزائرية التقليدية

الزيارات فقد كانت تهدف إلى اللقاء وجها لوجه معهم وتبادل أطراف الحديث فيما بينهم لمعرفة الأخبار الخاصة بهم والإطمئنان على أحوالهم الشخصية والإطلاع على مستجداتهم الخاصة بهم، وتكون مثل هذه الزيارات متواصلة ومتكاثفة بين الأقارب وأبنائهم وإخوتهم، وتساهم هذه الزيارات المتبادلة بتوفير الجو العائلي المناسب والتخلص من مشاعر الإشتياق والعزلة . (دبلة ع.، 2014 ، صفحة 122)

إلا أن هذه الزيارات في الوقت الراهن تكاد تكون منعدمة حيث أصبحت تقتصر على المكالمات الهاتفية أو التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتداول الأخبار بين الأقارب.

خلاصة:

ومن خلال ما سبق نرى أن الأسرة الجزائرية تعتبر مؤسسة إجتماعية مهمة تتميز بعد خصائص تميزها عن غيرها من الأسر فهي مصدر الدعم العاطفي والاقتصادي والاجتماعي والتعليمي للفرد، وباعتبارها نسق مفتوح فإنها تأثرت بمجموعة من العوامل كانت ممهدة لتحولها من الطابع التقليدي إلى الطابع الحديث، أثرت هذه العوامل على المنظومة القيمة الأسرية من خلال التحفيز على التحولات الثقافية الأسرية وفي طبيعة العلاقات الاجتماعية والاقتصادية التي كانت تستند إليها الأسرة التقليدية وتحول نظرة الأسرة من القيم التضامنية الإجتماعية إلى القيم المادية الفردية، وقد كانت لشبكات التواصل الإجتماعي الأثر الفعال في تحديث العلاقات الأسرية أدى لتغير نمط التواصل بين أفرادها وتأثيرها على ديناميكيات العلاقات العائلية وتقليل الخصوصية مما جعلها في صراع نحو تحديد هويتها كمنظمة والحفاظ على توازنها الاجتماعي والعاطفي.

الإطار التطبيقي





الفصل الخامس:

الاجراءات المنهجية للدراسة

الفصل الخامس: الاجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

1-5- مجالات الدراسة

2-5- مجتمع الدراسة والعينة المختارة

3-5- منهج الدراسة

4-5- أدوات جمع البيانات

خلاصة

تمهيد

بعد الانتهاء من عرض الإطار النظري وتحديد فروض الدراسة سأحاول إلقاء الضوء على الجانب التطبيقي للدراسة من توضيح المنهج المستخدم فيها، والعينة التي تم اختيارها. ثم عرض مجموعة الأدوات المستخدمة لجمع البيانات ثم توضيح النتائج لكل فرضية من خلال جداول والتعليق عليها وشرحها إحصائياً. والخروج باستنتاج عام حول الدراسة .

5-1-1-مجالات الدراسة:

5-1-1-المجال الزمني: هو المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة في شقيها النظري والميداني، من خلال رصد أهم الفترات الزمنية بمختلف مراحلها، انطلاقا من فكرة ضبط الموضوع والموافقة عليه في الفترة الممتدة من 2018 / 2019 حيث قمنا بمرحلة جمع البيانات والمعطيات الخاصة بموضوع البحث من مصادر ومراجع تليها مرحلة البناء النظري للإشكالية المبدئية في الفترة الممتدة 2019 / 2020 وتحديد الفروض وأسباب اختيار الموضوع ووضع أهداف الدراسة وأهميتها، وصولا لمرحلة انجاز الفصول النظرية لمتغيرات الدراسة في الفترة الممتدة من 2020 / 2021، ثم استقصاء الميدان وتصميم الاستمارة وتوزيعها واسترجاعها في الفترة الممتدة من 2021 / 2022 وآخر مرحلة في البحث كانت للتحليل والتفسير وعرض النتائج المتحصل عليها خلال الفترة الممتدة من 2022 / 2024.

5-1-2-المجال المكاني: يتعلق بالمكان الذي جرت به الدراسة الميدانية، حيث يتطلب على الباحث التحديد الجغرافي الدقيق للمكان من حيث حدوده الجغرافية، حيث أنجزت الدراسة الميدانية بإقليم ولاية سكيكدة من خلال المجموعات الافتراضية التي تعنى بالقضايا ومستجدات سوسيوثقافية، تم رصد (09) مجموعات افتراضية موزعة عبر دوائر وبلدياتها، حيث تعتبر ولاية سكيكدة احدى المدن الجزائرية الواقعة في الجهة الشرقية من الجزائر باعتبارها قطب سياحي واقتصادي هام يمتد الشريط الساحلي لولاية سكيكدة على مسافة 140 كلم وهو الأطول على المستوى الوطني، تميزه الخلجان خاصة خليج سطورة والقل وفي مقابل ذلك وجود غابات موازية للشواطئ، تقدر مساحتها بـ 4137,68 كلم يحددها البحر الأبيض المتوسط شمالا ولاية عنابة شرقا وولاية جيجل غربا، ويحدها من الجنوب ولاية قالمة وقسنطينة وولاية ميلة، يفوق عدد سكانها 1500000 نسمة تعتبر نقطة تدفق لكل الولايات التجارية المجاورة وكذلك هي محور تجاري بين الجوانب الأربعة (شرق، غرب، جنوب، شمال).

5-2- مجتمع الدراسة والعينة المختارة:

هو الاطار الذي يحتوي على مجال العينة، والمتمثل في الأسر القاطنة بمدينة سكيكدة والتي تتوفر فيها شروط تتناسب وعينة البحث التي تتطلب الخصائص التالية:

✓ أسر تنتمي للوسط الحضري وشبه حضري والريفي.

✓ أسر تمتلك حسابات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ أسر تتكون من اب وام واولاد .

قمنا بتوزيع الاستمارة الالكترونية داخل المجموعات الافتراضية المعنية بالدراسة وبعد فترة زمنية تم استرجاع (427) استمارة الكترونية والتي شكلت لنا مجموع مفردات العينة والتي تتمثل في العينة المتاحة أو العرضية. ان اللجوء لهذا الصنف من المعاينة يتم عندما لا يكون أمامنا أي اختيار حيث لا نستطيع فيها أن نحصي في البداية مجتمع البحث المستهدف ولا اختيار العناصر بطريقة عشوائية أي سحب عينة من مجتمع البحث حسبما يليق بالباحث (أنجرس، منهجية البحث في العلوم الانسانية، 2006)

في هذا النوع من العينات يحق لعناصر مجتمع الدراسة الأصلي حرية الاختيار في المشاركة بحيث لا يكون هناك تحديد مسبق لمن تشملهم العينة حيث يوافق هؤلاء على المشاركة في الدراسة وذلك ضمن شروط تضمن تمثيلا معقولا لمجتمع الدراسة. (عيشور، 2017، صفحة 239)

5-3- منهج الدراسة :

ويقصد به الأساليب العلمية الصحيحة، التي يتبعها الباحثون؛ من أجل الكشف والتقصي والتعمق والتحليل؛ لإجلاء الالتباس والتشكك والغموض الذي يحيط بظاهرة معينة، وفي النهاية التوصل للنتائج المدعومة بالقرائن والبراهين. (الحسين، 2021، صفحة 2)

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كلفياً بوصفها وتوضيح خصائصها، وتعبيرها كلفياً بوصفها رقمياً بما يوضح حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى، وهذا المنهج لا يهدف إلى وصف الظواهر ووصف الواقع فحسب، بل يتعداه إلى الوصول لاستنتاجات تسهم في فهم الواقع وتطويره.

وأهم ما يميز هذا النوع من البحوث أنه يوفر بيانات عن الواقع الفعلي للظاهرة، كما أنه يقدم في نفس الوقت تفسيراً واقعياً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة تساعد على قدر معقول من التنبؤ للظاهرة على الجانب الآخر، يعاني هذا الأسلوب من بعض العيوب أهمها سمة التحيز الشخصي للباحث عند جمعه

البيانات المختلفة حول الظاهرة الأمر الذي قد يؤدي إلى الحصول على بيانات غير دقيقة لا يمكن أن تؤدي إلى نتائج موضوعية يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة. (عبيدات وآخرون ، 1998، ص47).

يندرج تحت هذا النوع من البحوث الوصفية منهج المسح الاجتماعي الذي تم استخدامه في الدراسة عن طريق العينة حيث يعتبر أحد الناهج الرئيسية المستخدمة بكثرة في البحوث الوصفية يستخدم من أجل وصف وتصوير الظاهرة كليا عن طريق معلومات مقننة يتم تحليلها وتفسيرها ويعرف كذلك على أنه الدراسة العلمية لظواهر اجتماعية موجودة في جماعة معينة ومكان معين. (غربي ع.، 2009) وفي هذه الحالة يتم الاكتفاء فقط بدراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والامكانيات المتوفرة لدى الباحث.

5-4- أدوات جمع البيانات:

5-4-1-الملاحظة: يتطلب البحث العلمي جمع معلومات حول الظاهرة أو المشكلة التي يتناولها الباحث من خلال المشاهدة أو المراقبة باتباع نسق علمي صحيح بهدف التقصي والتحري ومن تم التوصل للعلاقات بين المتغيرات وفهم الظاهرة بأسلوب دقيق (علي غربي، 2009، ص110،111ص) اعتمدنا على الملاحظة المنظمة في رصد أهم التحولات التي عرفتها الأسرة الجزائرية في ظل التحولات الرقمية التي عملت على تخدير أفراد المجتمع من خلال الاستخدامات المفرطة للشبكات التواصل الاجتماعي في غياب آليات رقابية لمحتوياتها، وأصبح الفضاء الأزرق ملاد معظم الأسر الجزائرية شكل ما يصطلح عليه الاغتراب الاجتماعي وفنور في العلاقات داخل الاسرة الشيء الذي دفعنا للبحث عن أهم انعكاسات هذه الظاهرة على الفرد والمجتمع.

5-4-2-المقابلة: يقوم فيها الباحث بطرح التساؤلات التي يحتاج للإجابة عنها من قبل المبحوثين وذلك من خلال حوار لفظي أو على شكل استبيان لفظي قد يكون بين شخصين أو أكثر وتتم هذه الكيفية عند الحاجة إلى معرفة انطباعات الأفراد حول موضوع أو قضية معينة أو عند القيام بالدراسات الاستطلاعية، والحوار يتم عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة من طرف الباحث موجهة للأشخاص المعنيين بالبحث وهي تفاعل لفظي يحاول فيه الباحث الحصول على معلومات أو آراء أو معتقدات شخص أو أشخاص بالإضافة إلى بعض البيانات الموضوعية (علي غربي، 2009، ص116،117)

وبغية الالمام بالموضوع والتأكد من مدى سلامة الاختيار الأمثل لمشكلة الدراسة، قمنا بمقابلات مفتوحة مع بعض أفراد الأسر المقربين والتي كان عددها (15) أسرة التي أكدت على أهمية المشكلة وكانت لنا

دافعا في الماضي قدما للسير أغوار هذه الظاهرة التي أثرت في البنية الأساسية للأسرة الجزائرية، حيث تضمنت أسئلة المقابلة تساؤلات شككت هاجس بالنسبة للباحثة تمثلت فيما يلي:

✓ هل يمتلك الأولياء هواتف ذكية ؟

✓ هل يمتلك الأبناء هواتف ذكية؟

✓ هل يحتوي المنزل على شبكة الويفي؟

✓ ماهي الشبكات التي تفضل استخدامها في حياتك اليومية ؟

✓ ماهي دوافعك لاستخدام هذه الشبكات؟

✓ ماهي المدة الزمنية التي تقضيها اثناء تصفحك لهذه الشبكات؟

✓ ماهي الفضاءات التي من خلالها تتصفح شبكات التواصل الاجتماعي (المنزل، الشارع، مقهى

الانترنت، المكتب)؟

✓ ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي (دائما، احيانا، نادرا)؟

✓ هل محتويات شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على مقومات الأسرة؟

✓ هل استخدامات هذه الشبكات أحدثت فتور في العلاقات الأسرية ؟

✓ هل استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على سلوكيات وممارسات أفراد الأسرة؟

✓ في اعتقادك هل هناك تأثير لاستخدامات شبكات التواصل على البناء الاجتماعي؟

✓ حسب رأيك ما مدى تأثير هذه الشبكات الافتراضية على الأسرة الجزائرية؟

5-4-3-الاستمارة: تستعمل الاستمارة لجمع المعلومات من المبحوثين بواسطة أسئلة مكتوبة يقدمها

الباحث لمعرفة اتجاهات ونوايا ودوافع مفردات مجتمع الدراسة وفقا لمحاوّر تشكل من تساؤلات أو

فرضيات البحث.(علي غربي، 2009، ص123،118)

✍️ **الدراسة الاستطلاعية وتصميم الاستمارة النهائية:**

بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة والموافقة المبدئية عليها من طرف المشرف تم عرضها على مجموعة

من المحكمين باختلاف درجاتهم العلمية قصد تقصي جوانب النقص في الاستمارة وما مدى مطابقة

الأسئلة الواردة ضمن محاور الاستمارة مع فرضيات الدراسة، كذلك النظر في الجانب الشكلي من خلال

ترتيب وتصنيف الأسئلة حسب كل محور، وأيضا ومن اجل قياس الصدق الظاهري أو ما يعرف بقياس

صدق المحكمين، حيث قمنا بعرضها على ستة محكمين ينتمون لجامعة 20 أوت 1955 سكيكدة كما

هو مبين:

اسم المحكمة	الجامعة التي تنتمي اليها	اسم المحكمة	الجامعة التي تنتمي اليها
هادفي سمية مامنية سامية بورويس وردة	جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة	موهوب كلثوم مرداسي فاطمة هدهوب نجيبة	جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة

وبعد الانتهاء من عملية التحكيم التي من خلالها وجهت لنا مجموعة من الملاحظات حيث قمنا بتعديل بعض الأسئلة وحذف البعض منها بناء على الملاحظات المقدمة واطافة أسئلة جديدة وتغيير في صياغة بعضها والعبارات، بعدها توصلنا لصيغة النهائية للاستمارة كما هو موضح في ملحق الاستمارة. تعد الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولية التي تساعد الباحث على إلقاء نظرة شاملة من أجل الإلمام بجوانب دراسة موضوعه، حيث كانت في بداية الأمر عبارة عن مجموعة من الاقتراحات لبلورة وضبط الموضوع، كما تهدف إلى معرفة مدى صلاحية أداة جمع البيانات، وذلك بقياس صدقها وثباتها وبالتالي تحديد الصورة النهائية لها قبل التطبيق النهائي على عينة موضوع دراستنا. والمتمثل في 32 مفردة. و للدراسة الاستطلاعية خصائص سيكومترية يمكن حصرها فيما يلي:

المحور الاول: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية

الصدق:

و للتحقق من صدق الأداة تم الاعتماد على طريقة صدق الاتساق الداخلي:

الجدول رقم 4: يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية

الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط
1	.518**	7	.734**	13	.826**
2	.588**	8	.705**	14	.820**
3	.491**	9	.683**	15	.625**
4	.603**	10	.730**	16	.529**
5	.769**	11	.661**	17	.449**
6	.590**	12	.608**		

المصدر : من اعداد الباحثة بناء على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بلغت ما بين (0.449) في العبارة 17 في حدها الادنى و(0.826) في حدها الاعلى امام العبارة 13 وجاءت كل العبارات دالة عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا ما يدل على وجود اتساق داخلي بين عبارات كل متغير مع الدرجة الكلية .

المحور الثاني: شبكات التواصل والقيم الاجتماعية

الجدول رقم 5: يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية

الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط
1	.572**	7	.839**	13	.491**
2	.734**	8	.829**	14	.705**
3	.718**	9	.723**	15	.776**
4	.776**	10	.756**	16	.327*
5	.771**	11	.634**	17	.287*
6	.719**	12	.741**		

المصدر : من اعداد الباحثة بناء على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بلغت ما بين (0.287) في العبارة 17 في حدها الادنى و(0.839) في حدها الاعلى امام العبارة 7 وجاءت كل العبارات دالة عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا ما يدل على وجود اتساق داخلي بين عبارات كل متغير مع الدرجة الكلية .

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية

الجدول رقم 6: يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية

الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط
1	.675**	6	.810**	11	.766**
2	.474**	7	.834**	12	.747**
3	.725**	8	.775**	13	.606**
4	.786**	9	.639**	14	.532**
5	.753**	10	.742**	15	.447*
				16	.795**

المصدر : من اعداد الباحثة بناء على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان قيمة معامل الارتباط بيرسون بلغت ما بين (0.447) في العبارة 15 في حدها الادنى و(0.834) في حدها الاعلى امام العبارة 7 وجاءت كل العبارات دالة عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا ما يدل على وجود اتساق داخلي بين عبارات كل متغير مع الدرجة الكلية
 الثبات:

-حساب الثبات بطريقة ألفا كرونباخ:

و قد تم حساب ثبات الاداة بهذه الطريقة وكانت النتيجة كما هو مبين في الجدول التالي:

المحور الاول: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية

الجدول رقم 7: يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ

الفقرة	الثبات	الفقرة	الثبات	الفقرة	الثبات
1	.903	7	.896	13	.893
2	.901	8	.897	14	.893
3	.903	9	.898	15	.900
4	.900	10	.896	16	.906
5	.895	11	.899	17	.893
6	.902	12	.900		

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن معامل ثبات الاداة وفق معادلة ألفا كرونباخ كان ما بين

(0.893- 0.906) وهي قيمة دالة مما يؤكد تمتع المحور بمستوى جيد من الثبات

المحور الثاني: شبكات التواصل والقيم الاجتماعية

الجدول رقم 8: يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ

الفقرة	الثبات	الفقرة	الثبات	الفقرة	الثبات
1	.919	7	.910	13	.920
2	.914	8	.910	14	.915
3	.914	9	.915	15	.913
4	.912	10	.913	16	.925
5	.912	11	.916	17	.927
6	.915	12	.915		

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن معامل ثبات الاداة وفق معادلة ألفا كرونباخ كان ما بين (0.910-0.927) وهي قيمة دالة مما يؤكد تمتع المحور بمستوى جيد من الثبات

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية

الجدول رقم 9: يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ

الفقرة	الثبات	الفقرة	الثبات	الفقرة	الثبات
1	.915	7	.910	13	.911
2	.922	8	.912	14	.919
3	.913	9	.916	15	.920
4	.911	10	.913	16	.925
5	.912	11	.912		
6	.910	12	.913		

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن معامل ثبات الاداة وفق معادلة ألفا كرونباخ كان ما بين

(0.910-0.25) وهي قيمة دالة مما يؤكد تمتع المحور بمستوى جيد من الثبات

الجدول رقم 10: يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
المحور الاول: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية	17	0.905
المحور الثاني: شبكات التواصل والقيم الاجتماعية	17	0.920
المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية	16	0.920
معامل الثابت العام	50	0.963

المصدر : من اعداد الباحثة بناء على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن معامل ثبات الاداة وفق معادلة ألفا كرونباخ كان مساويا ل

($\alpha = 0.96$) وهي قيمة دالة مما يؤكد تمتع المقياس بمستوى جيد من الثبات.

ولتفعيل أهداف البحث وتحليل البيانات المجمع اعتمدنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة وذلك باستخدام برنامج الإعلام الآلي المسمى: الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له اختصارا (spss25) ،ومر بإصدارات متتابعة إلى أن وصل إلى إصداره الحالي (السواح، 2006،

الصفحات 155-156) ، كما استخدمنا برنامج الإعلام الآلي Excel من أجل رسم وتمثيل الأعمدة البيانية والدوائر النسبية.

▪ **المعالجة الإحصائية:** استخدمنا في تحليل بيانات الدراسة العديد من المفاهيم المرتبطة بالإحصاء الوصفي والاستدلالي، نبرر أهمها في ما يلي: (فهمي، 2005، صفحة 186)

✓ **التكرارات والنسب المئوية:** للتعرف التفصيلي على الصفات الشخصية لأفراد عينة الدراسة وتحليلها.
المتوسط الحسابي (Mean): وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرات الاستمارة .

✓ **الانحراف المعياري (Standard déviation):** وذلك بغية التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو بعد، ويوضح أيضا التشتت في استجابات أفراد الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها أما في حال كانت قيمته أكبر من أو تساوي الواحد فهذا يعني تشتت الإجابات وعدم تركزها، كما أنه يفيد أيضا في ترتيب العبارات أو الفقرات لصالح الأقل تشتتا عند تساوي المتوسط الحسابي المرجح بينهما. (حسن عبد الرازق و وآخرون، 2002، صفحة 115)

✓ **معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha (a):** وذلك بغية تقدير ثبات الدراسة، حيث يؤخذ هذا العامل قيما تتراوح بين الصفر والواحد، وكلما اقترب الواحد الصحيح فهذا يعني ثباتا أكبر للدراسة. (عبد الفتاح، 2008، صفحة 536)

وتضع أوما سيكاران قاعدة عامة للتعامل مع هذا المعامل مفادها الآتي:

• إذا كان معامل ألفا كرونباخ أقل من (0,6)، فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ضعيف، الأمر الذي يلزم إعادة النظر في أداة الدراسة .

• إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0,6-0,7)، فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات مقبول .

• إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين (0,7-0,8)، هذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات جيد .

• إذا كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0,8)، فهذا يعني أن الدراسة تتمتع بثبات ممتاز .

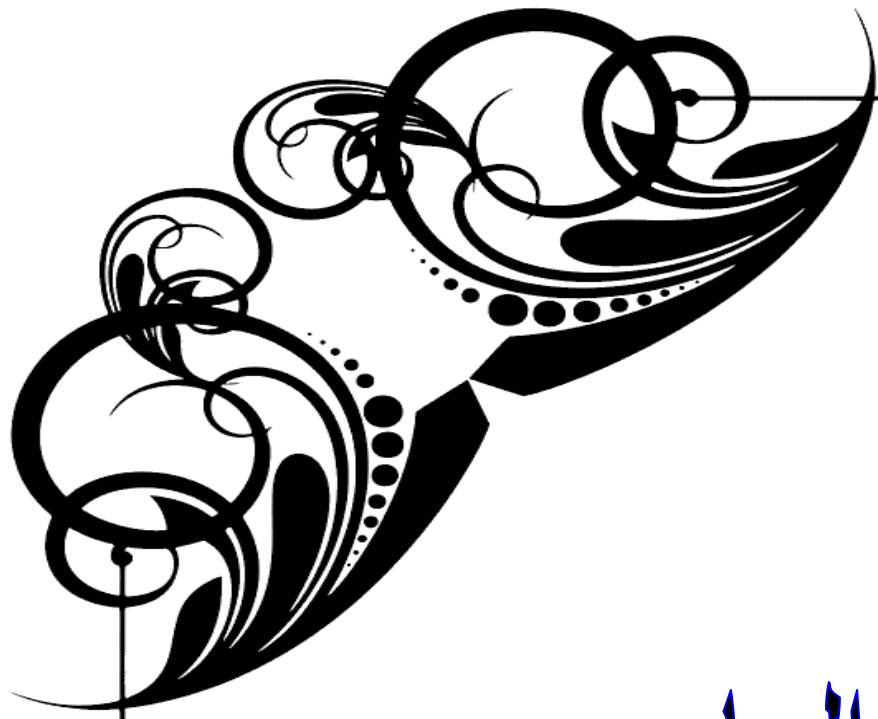
✓ **معامل الارتباط لبيرسون:** بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، كما أنه يتوافق مع الاختبارات المعلمية، ويستخدم لدراسة خاصية ثبات مقياس ليكرت، .

وعموما تضمنت الاستمارة النهائية 65 سؤال موزعة على 5 محاور هي:

- ✓ المحور الاول: البيانات الشخصية تضمن 5 أسئلة.
- ✓ المحور الثاني: دوا فع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتضمن 10 أسئلة.
- ✓ المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية وتضمن 17 عبارة.
- ✓ المحور الرابع: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية وتضمن 17 عبارة.
- ✓ المحور الخامس: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية وتضمن 16 عبارة.

خلاصة:

لقد تضمن هذا الفصل منهجية البحث وإجراءاته الميدانية التي قمنا بها من خلال التجربة الاستطلاعية تماشياً مع طبيعة البحث العلمي ومتطلباته العلمية حيث تطرقنا في بداية الفصل إلى استخدام المنهج وإلى مجتمع الدراسة، ثم الدراسة الاستطلاعية وذلك لتوضيح الهدف، العينة، الحدود الزمانية والمكانية والأدوات المستخدمة وإلى الخصائص السيكومترية، ثم الدراسة الأساسية للإشارة إلى عدة خطوات علمية أنجزت تمهيداً للتجربة الأساسية التي تضمنت أيضاً العينة، مجالات الدراسة، أهم الأدوات ثم الوسائل الإحصائية المستخدمة في البحث.



الفصل السادس:

تحليل البيانات وعرض النتائج

الفصل السادس: تحليل البيانات وعرض النتائج

6-1- تحليل النتائج

6-2- عرض النتائج

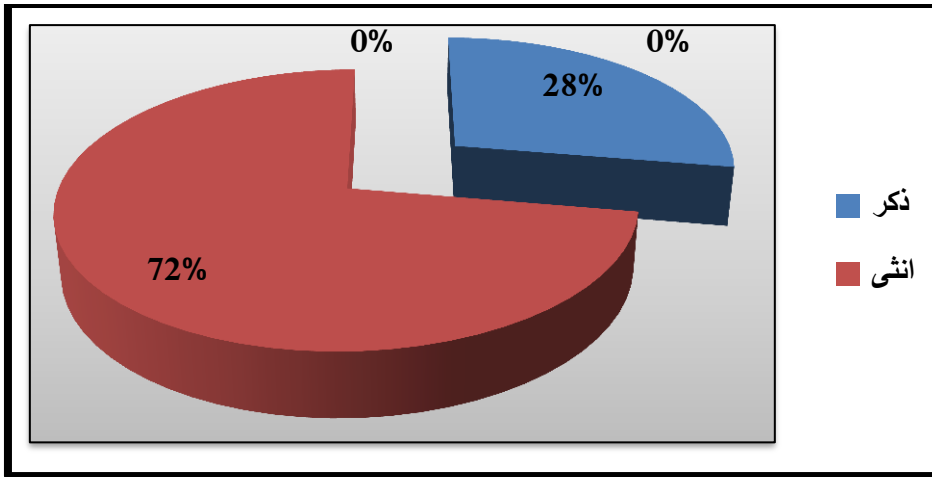
6-1- تحليل وتفسير البيانات:

الجدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الفئة
27.6	118	ذكر
72.4	309	انثى
100	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل نسبة اجابات فئات العينة بالنسبة لفئة الجنس ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى أن فئة الاناث نالت أعلى نسبة إجابات العينة بنسبة 72.4% بتكرار 309 تكرار، في حين كانت نسبة الذكور أقل منها بنسبة 27.6% بتكرار 118 مفردة.

وتشير هذه الاحصائيات إلى ارتفاع نسبة الاناث على الذكور في العينة هذا ما يدل على اكتساح المرأة جميع مجالات الحياة ومواكبتها التطور التكنولوجي الحاصل في العالم من خلال الفضاء الافتراضي وولوج عالم الرقمنة في كل الميادين التعليم، التعلم، العمل، التسوق وغيرها للاعتماد الكلي اليومي لهذه الشبكات من طرف المرأة لما لها من دوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في حياتها اليومية.



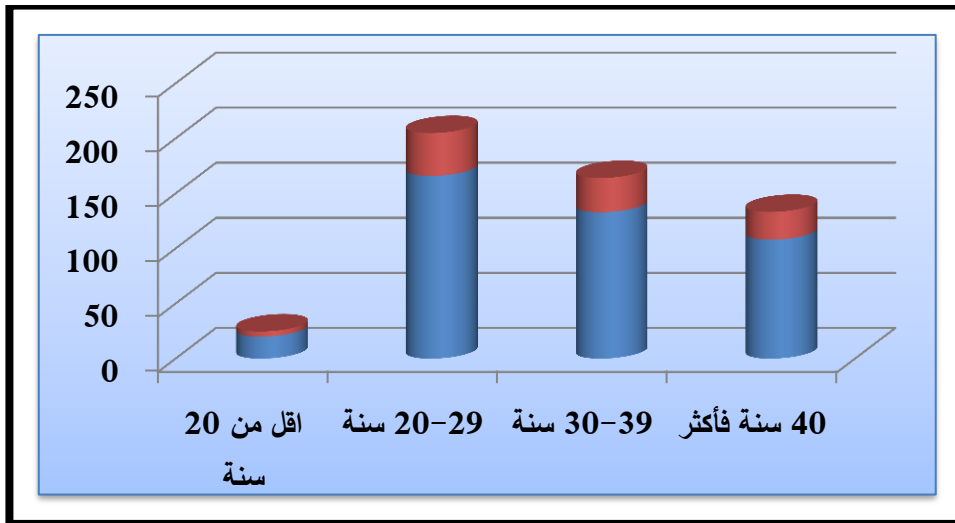
الشكل رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب السن

الفئة	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	20	4.7
20-29 سنة	166	38.9
30-39 سنة	133	31.1
40 سنة فأكثر	108	25.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل نسبة فئة السن ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى أن النسبة العالية في الجدول كانت لفئة العمري من 29- إلى 30 سنة بنسبة 38.9% تليها فئة 30 سنة إلى 39 سنة بنسبة 31.1% لتأتي فئة 40 سنة فما أكثر بنسبة 25.3% وأما فئة أقل من 20 سنة بنسبة فقدت بـ 4.7%.

من خلال هذه النسب نلاحظ أن فئة الشباب هي الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي بحيث تتيح هذه الأخيرة فرصة متابعة كل الأحداث والتحويلات التي يشهدها العالم مختصرة الجهد والوقت وتسمح بالتفاعل دون الحواجز الجغرافية حسب العالم الكندي مارشال ماكلوهان الذي اعتبر العالم قرية صغيرة، حيث أن هذه شبكات قربت المسافات وقلصت الأزمنة. كما سمحت بإنشاء هويات افتراضية للتواصل مع الآخرين. ضف إلى ذلك أن هذه الفئات العمرية في معظمها ليست لها أي التزامات أسرية ما يجعلها تقضي معظم أوقاتها في الإبحار في الفضاء الأزرق.



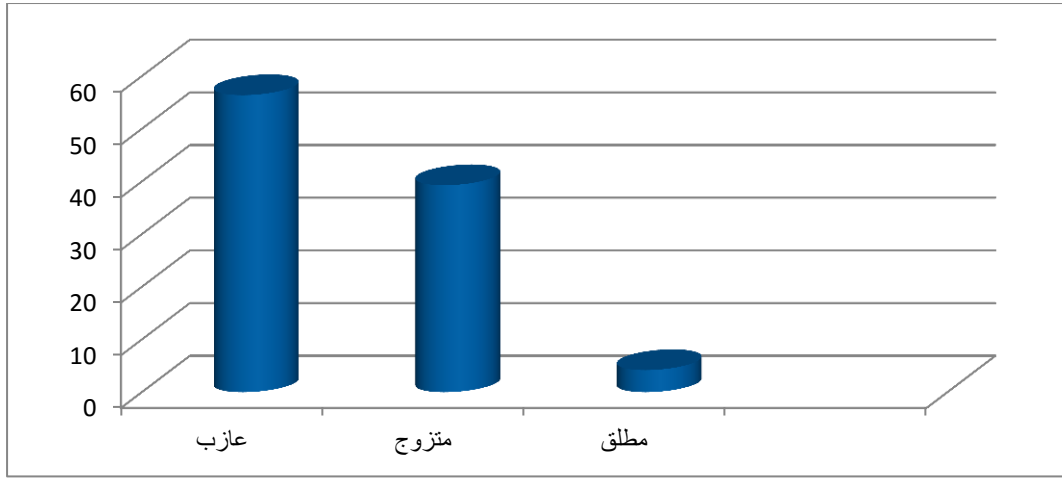
الشكل رقم 6: توزيع أفراد العينة حسب السن

الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
عازب	241	56.4
متزوج	168	39.3
مطلق	18	4.2
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين لنا الحالة الاجتماعية لفئات العينة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان فئة العزاب بنسبة عالية قدرت بـ 56.4% تليها فئة المتزوجين بنسبة 39.3% وفي الاخير فئة المطلقين بنسبة 4.2%.

كون العزاب ليست لهم مسؤوليات او انشغالات او ارتباطات تحول دون الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي مما يساهم هذا العامل في سهولة التنقل بين المواقع و كذا التحدث مع جميع الاصناف بكل اريحية وبناء علاقات افتراضية غالبا ما يكون لها تأثير مباشر في سلوك الأفراد.



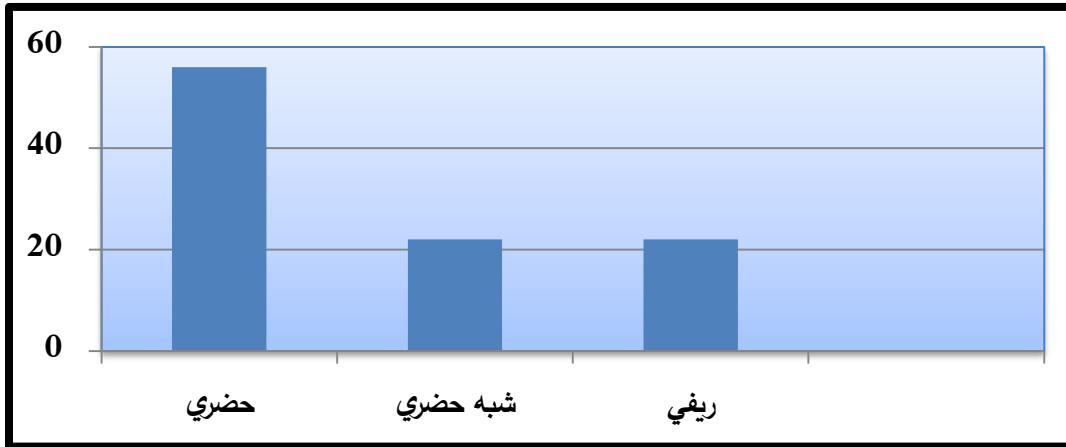
الشكل رقم 7: توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الجدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب الطبيعة السكن

الفئة	التكرار	النسبة
حضري	239	56.0
شبه حضري	94	22.0
ريفي	94	22.0
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين طبيعة السكن الاجتماعي لفئات العينة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى أن فئة السكن الحضري تمثل أعلى نسبة قدرت بـ 56.0% تليها فئة شبه الحضري وفئة السكن الريفي بنفس النسبة قدرت بـ 22.0%.

و لعل ذلك راجع إلى أن مجتمع المدينة يتميز بكونه النسبي عن مجتمع الريف والشبه حضري ضف إلى ذلك فحياة المدينة تتسم باستقلالية إلى حد لا يقتصر تأكيد الفردانية وحدها وإنما يمتد إلى المسؤولية وتحملها، كذلك ان اتساع حجم المجتمع الحضري وكبره وارتفاع معدلات التغير بين سكانه سببا في اتساع نطاق التفاعل بالنسبة للفرد والجماعة، وهكذا تغلب العلاقات غير الشخصية والمؤقتة والعرضية فميزة التفاعل الاختياري عند سكان المدن فرضتها المصالح المشتركة التي لا يعتمد أصحابها على أساس القرابة أو النشأة وإنما على المنفعة الشخصية.



الشكل رقم 8: توزيع أفراد العينة حسب الطبيعة السكن

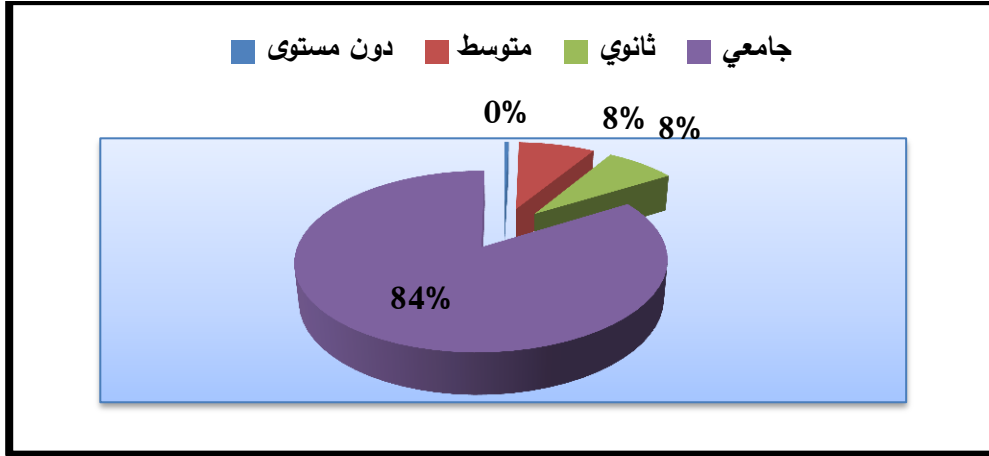
الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب المؤهلات العلمية

النسبة	التكرار	الفئة
0.5	2	دون مستوى
8.2	35	متوسط
7.5	32	ثانوي
83.8	358	جامعي
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين فئة المؤهلات العلمية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى أن فئة المؤهل الجامعي هو الذي حاضر بقوة بنسبة 83.8% تليها فئة المؤهل المتوسط

بنسبة 8.2% لتأتي فئة الثانوي بنسبة 7.5% وفي الاخير فئة دون المستوى بنسبة ضئيلة جدا بنسبة 0.5%.

ما يؤكد امتلاك فئة الجامعيين القدرة والتقنية والمؤهل في التحكم في هذه الشبكات الاتصالية ضف إلى ذلك كثرة ترددهم لاستخدامها والولوج في حيثياتها والتطلع على مستجداتها. خلافا للفئات الأخرى التي يعتبر تحكمها في هذه التقنيات متباين نسبيا.



الشكل رقم 9: توزيع أفراد العينة حسب المؤهلات العلمية

المحور الثاني: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

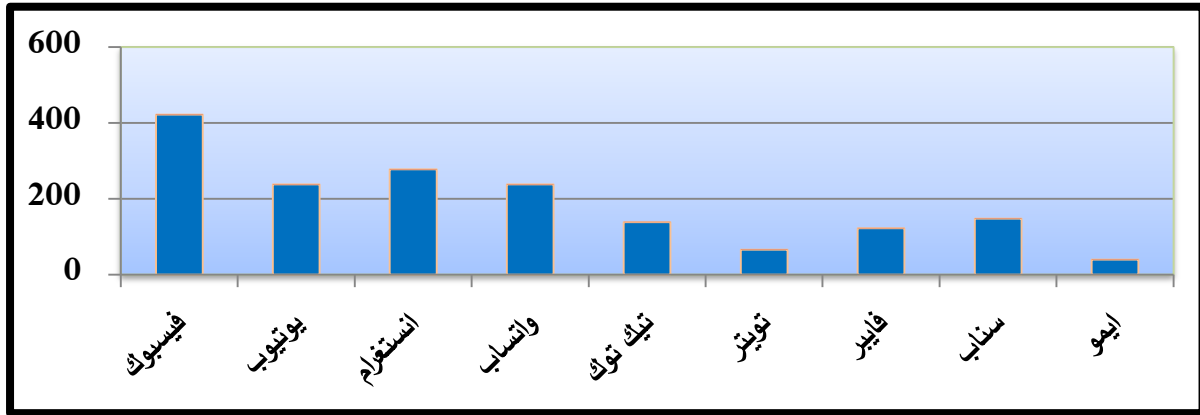
الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب الشبكة التي يمتلكون بها حساب

النسبة	التكرار	الفئة
25.0%	422	فيسبوك
14.1%	238	يوتيوب
16.4%	278	انستغرام
14.1%	238	واتساب
8.2%	138	تيك توك
3.9%	66	تويتر
7.2%	122	فايبر
8.8%	148	سناب
2.4%	40	ايمو
100.0%	1690	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين الشبكة الاجتماعية التي يمتلكها فئات العينة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان اعلى نسبة تعبر عن شبكة الفيسبوك بنسبة 25.0% و تليها شبكة الانستغرام بنسبة 16.4% لتأتي فئتي اليوتيوب و الواتساب بنفس النسبة قدرت ب 14.1% وقد سجلت نسبة 8.8% لكل من الفئتين التيك توك وفئة السناب شات. فئة الفاير بنسبة 7.2% ثم فئتي الإيمو والتويتز بنسبة 3.9%.

تؤكد احصائيات هذا الجدول أن شبكة الفيسبوك تأتي في مقدمة الشبكات التي تقبل عليها الأسر الجزائرية بكثرة ويرجع ذلك لما له من شهرة بينها في الدول النامية. وان العدد الهائل لمستخدميها لخير دليل على ذلك.

و هذا ما يبين ان كل مفردات العينة يمتلكون حسابا على الفيسبوك، وتبقى هذه النتيجة خاصة بالأسر والمجتمع الجزائري، حيث تشير الاحصائيات إلى أن دول المشرق والخليج يتابعون وبدرجات عالية جدا شبكة تويتز والانستغرام بنسب قد تضاهي نظراءها في الدول الغربية ضف إلى ذلك فامتلاك المستخدمين لأكثر من تطبيق يعكس حب التطلع وإمكانية استخدام كل هذه التطبيقات لإشباع حاجاتهم للمعلومة .



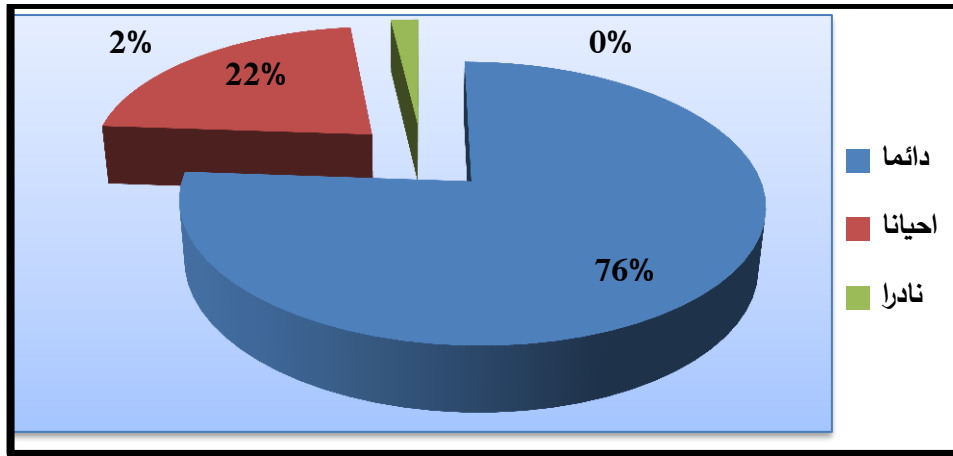
الشكل رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب الشبكة التي يمتلكون بها حساب

الجدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفئة
76.1	325	دائما
22.0	94	احيانا
1.9	8	نادرا
100.0	427	المجموع

من الجدول اعلاه الذي يبين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان النسبة العالية كانت لفئة الاستخدام الدائم بنسبة 76.1% تليها فئة احيانا بنسبة 22.0% وفي الاخير فئة الاستخدام النادر بنسبة 1.9%.

ويرجع ارتفاع نسبة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بصورة دائمة من أجل التواصل والتفاعل مع العائلة والأصدقاء أو لقضاء الوقت الفراغ أو لمشاهدة فيديوهات بل وأصبحت ملاذ لهم في كل حين. حيث يعتقد البعض أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على الاسترخاء وعدم الشعور بالوحدة واستخدامها يلبي حاجة الفرد في المعلومات والتطلع على ثقافات الآخر ومسايرة الاحداث بما يجعله عنصرًا فاعلا افتراضيا يمكن أن يقدم قيمة مضافة.

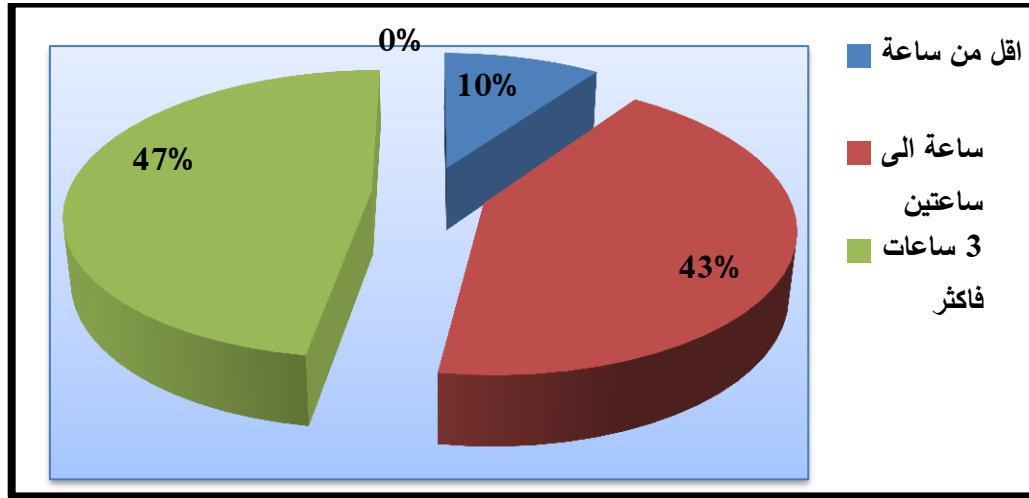


الشكل رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية التي يقضيها المبحوث أثناء تصفحه لهذه الشبكات

الفئة	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	42	9.8
ساعة إلى ساعتين	182	42.6
3 ساعات فاكثر	203	47.5
الجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه الذي يبين المدة الزمنية التي يقضيها الفرد يوميا أثناء تصفحه لهذه الشبكات ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان النسبة العالية كانت لفئة 3 ساعات فأكثر بنسبة 47.5% وتليها فئة ساعة إلى ساعتين بنسبة 42.6% وفي الاخير فئة اقل من ساعة بنسبة 9.8%. وهو ما يدل على الاستخدام هذه الأرقام تؤكد الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي حيث بدأت هذه الشبكات كوسيلة للتواصل مع العائلة والأصدقاء حتى أصبحت ملاذا لهم ما جعلهم يستخدمونها في كل حين مما أدى إلى الإدمان لدى فئة كبيرة منهم وهذا ما أكدته إجابات مفردات العينة بنسبة فقد زادت شعبية هذا الاستخدام بشكل ملحوظ خلال العقد الماضي ليتحول هذا الاستخدام للشبكات التواصل الاجتماعي إلى ادمان الكتروني وهو نوع من الاعتماد النفسي والسلوكي على هذه الشبكات، فحسب إحصائية تم الإشارة إليها في مجلة Business Insider أن الكثير من الأفراد خاصة المراهقين (13- 18) سنة يقضون حوالي 9 ساعات يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وذلك أكثر من ساعات النوم والدراسة أو التعلم وغيرها من الأنشطة حتى يصل البعض إلى أنه لا يستطيع قضاء ساعة كاملة دون تصفح هذه الشبكات.



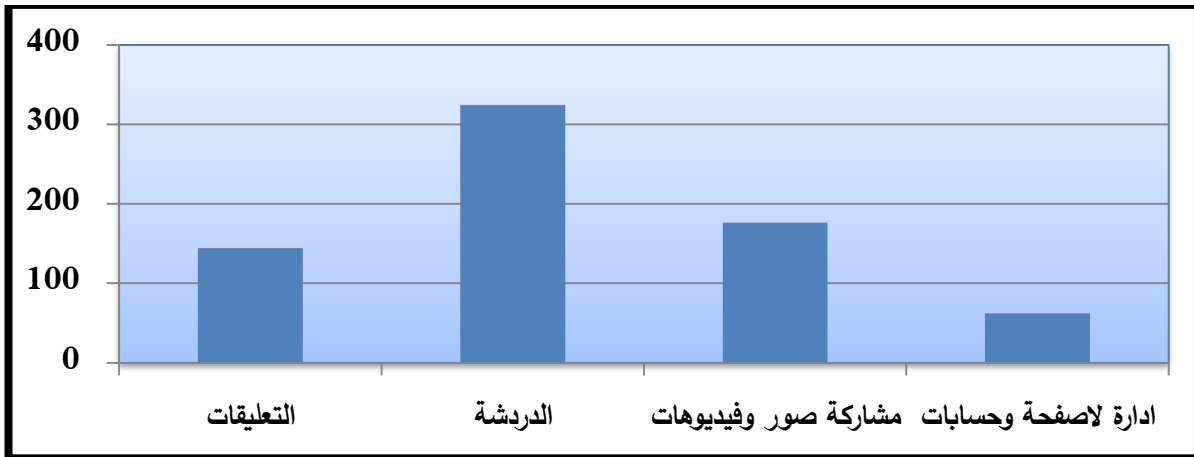
الشكل رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية التي يقضيها المبحوث أثناء تصفحه لهذه الشبكات

الجدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفئة
20.4%	144	التعليقات
45.9%	324	الردشة
24.9%	176	مشاركة صور وفيديوهات
8.8%	62	ادارة الصفحة وحسابات
100.0%	706	الجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يبين الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان النسبة العالية تستخدمه لغرض الدردشة بنسبة 45.9% تليها مشاركة الصور والفيديوهات بنسبة 24.9% لتأتي التعليقات بنسبة 20.4%، وفي الاخير ادارة الصفحة والحسابات بنسبة 8.8%.

هذه الأرقام توحى أن لشبكات التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع التواصل الفوري والمباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تتيح ذلك كالفيسبوك والانستغرام وغيرها من التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مستخدم حول العالم عبرها ، وتعد سهولة الاتصال ميزة مضافة لهذه الشبكات فظهورها أدى إلى الاستغناء عن تلك الطرق الكلاسيكية في التواصل كخطوط الهواتف الأرضية والبريد العادي... .
مكون فضاءات افتراضية اتواصل والتفاعل دون حواجز.



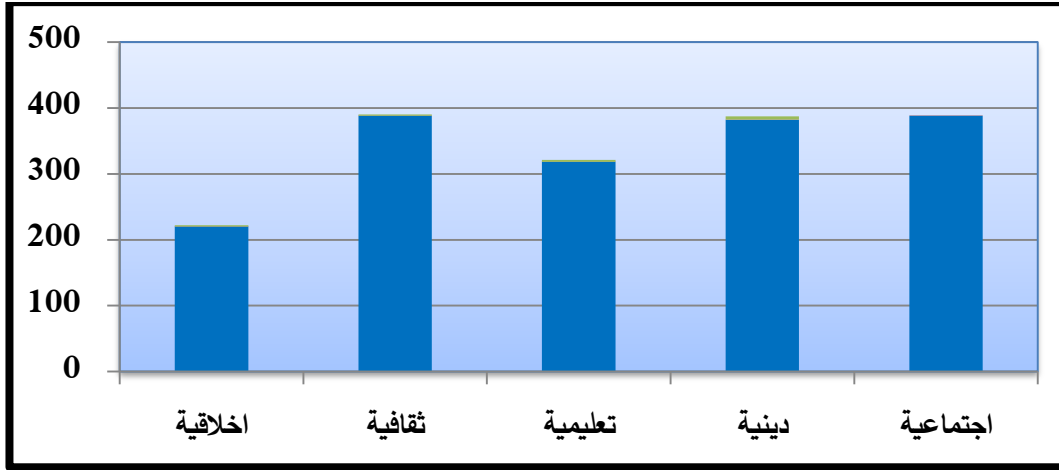
الشكل رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب الغرض من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 20: توزيع أفراد العينة حسب محتوى الصور والفيديوهات التي يتبعها المبحوث عبر شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفئة
13.0%	220	اخلاقية
22.9%	388	ثقافية
18.8%	318	تعليمية
22.5%	382	دينية
22.9%	388	اجتماعية
100.0%	1696	الفئة

من خلال الجدول اعلاه الذي يبين محتوى الصور والفيديوهات التي تتبع عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة 22،9% من مفردات العينة تتابع المحتوى الثقافي والاجتماعي تليها المحتويات الدينية بنسبة 22،5% ثم المحتويات التعليمية بنسبة 18،8% لتأتي في الأخير نسبة 13% للمحتويات الأخلاقية.

هذه الأرقام أن يؤثر التقدم التكنولوجي أثر وبشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا فكلما ازداد هذا التقدم كلما تغير نمط حياة الأشخاص. ومع الاعتماد المتزايد على الانترنت أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جزءا أساسيا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في كل مجالات الحياة فهناك محتويات اجتماعية، ثقافية، دينية، تعليمية أخلاقية، اقتصادية سياسية هذا ما أكدته إجابات مفردات العينة بنسبة حوالي 65% لكل من المحتوى الثقافي والاجتماعي والديني والتي تعد بؤر اهتمام الأشخاص في استخدامها لهذه الشبكات بغرض توظيفها في أشكال التنشئة الاجتماعية والتواصل الثقافي واكتساب خبرات وتجارب الآخرين وما إلى ذلك من مجالات تعليمية ودينية غالبا ما تشكل هواجس بالنسبة للمستخدمين .



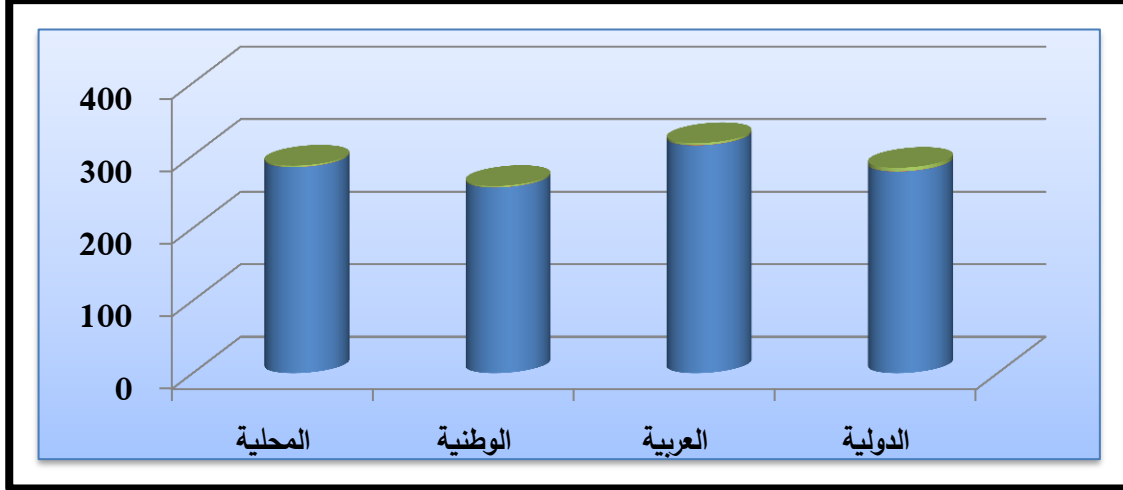
الشكل رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب محتوى الصور والفيديوهات التي يتبعها المبحوث عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القضايا في مضامين شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفئة
25.1%	284	المحلية
22.6%	256	الوطنية
27.7%	314	العربية
24.6%	278	الدولية
100.0%	1132	النسبة

من خلال الجدول اعلاه الذي يبين طبيعة القضايا التي يتابعها المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان بنسبة 27.7% تتابع القضايا العربية تليها وفي التالي نسبة 25.1% للقضايا المحلية فنسبة 24.6% تهتم بالأمور الدولية، ثم في الاخير بنسبة 22.6% تولى اهتمامها بالقضايا الوطنية.

كل هذه الدلالات الإحصائية تعبر عن مدى اهتمام المستخدمين بالقضايا الإقليمية والمحلية والوطنية بنسب متفاوتة تعكس حاجة الفرد للمعلومات حول كل الأمور التي تمكنه من التطلع على كل الاخبار وتحيينها مهما كانت طبيعتها في ظل هذا التعظيم الإعلامي الذي يسعى في التحكم وتوجيه الاخبار بما يتناسب وسياسته الاتصالية.

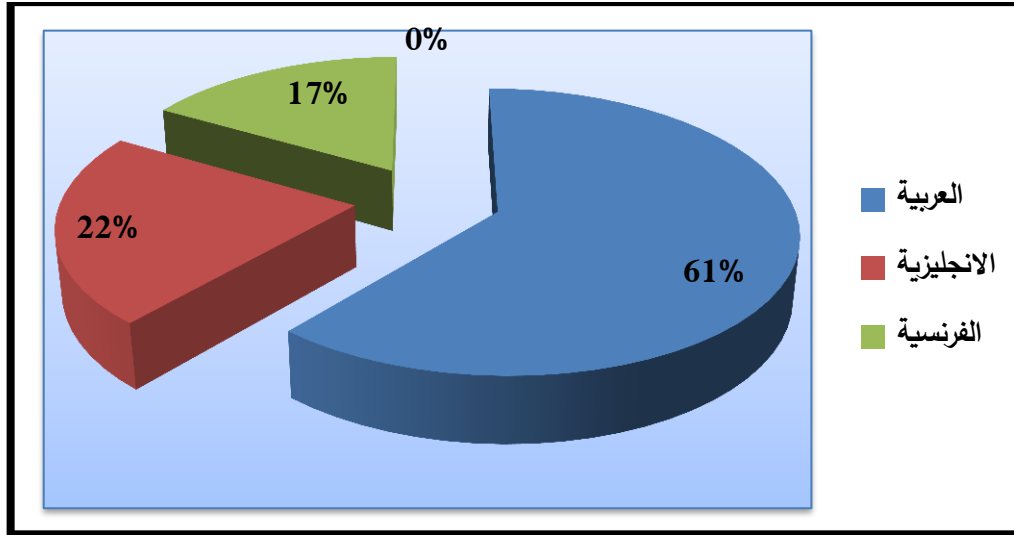


الشكل رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب نوع محتويات شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب اللغة المفضلة للمبحوث أثناء استخدامه شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفئة
61.3%	368	العربية
22.0%	132	الانجليزية
16.7%	100	الفرنسية
100.0%	600	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يبين نوع اللغة المفضلة لديك أثناء استخدامك شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان النسبة العالية كانت تستخدم اللغة العربية بنسبة 61.3% في حين اللغتين الاجنبيتين الإنجليزية والفرنسية فاستخدامهما جاء بنسب متفاوتة 22.0% و 16.7% على التوالي. حيث تعتبر اللغة العربية لغة حياة وعلم وفكر فهي من الثوابت التي لا يمكن المساس بها والعنصر الرئيسي والمكون الأساسي للهوية الوطنية والعربية والإسلامية بالإضافة إلى أن اللغة العربية لغة رسمية في كل دول الوطن العربي.

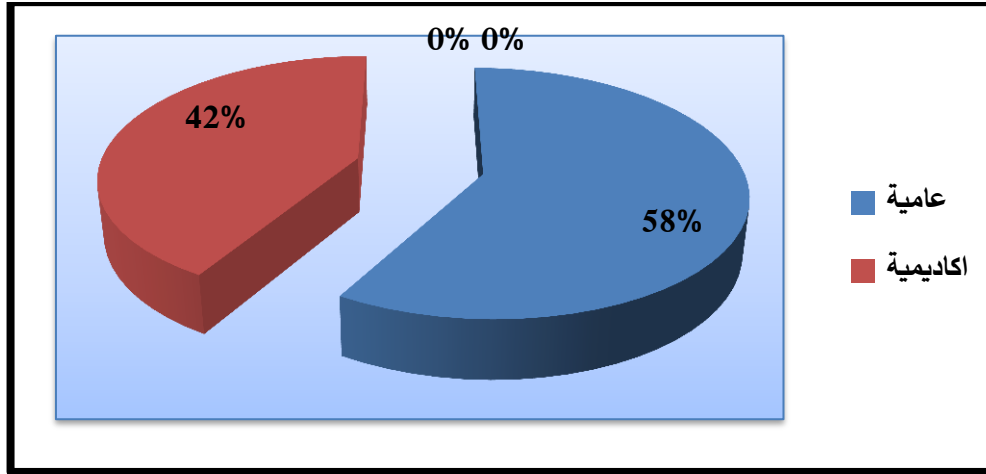


الشكل رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب اللغة المفضلة للمبحوث أثناء استخدامه شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 23: توزيع أفراد العينة حسب المستوى اللغوي المعتمد

النسبة	التكرار	الفئة
58.5%	290	عامية
41.5%	206	اكاديمية
100.0%	496	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين المستوى اللغوي المعتمد ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة استخدام اللغة العامية هي 58.5% مقارنة بالمستوى الاكاديمي بنسبة 41.5%. تظهر هذه الاحصائيات عدم امتلاكهم مهارات اللغة العربية مما يدفع بالمستخدمين استعمال بدائل لها نفس المفاهيم وتسهل التفاعل منها العامية كون العلاقات الافتراضية لا تخضع لمقومات علمية ولا لهويات معلومة تمتلك مؤهلات معينة ، وقد انتقلت عدوى الكتابة بالعامية إلى المثقفين على حد سواء رغم أنهم قادة الفكر في المجتمع.

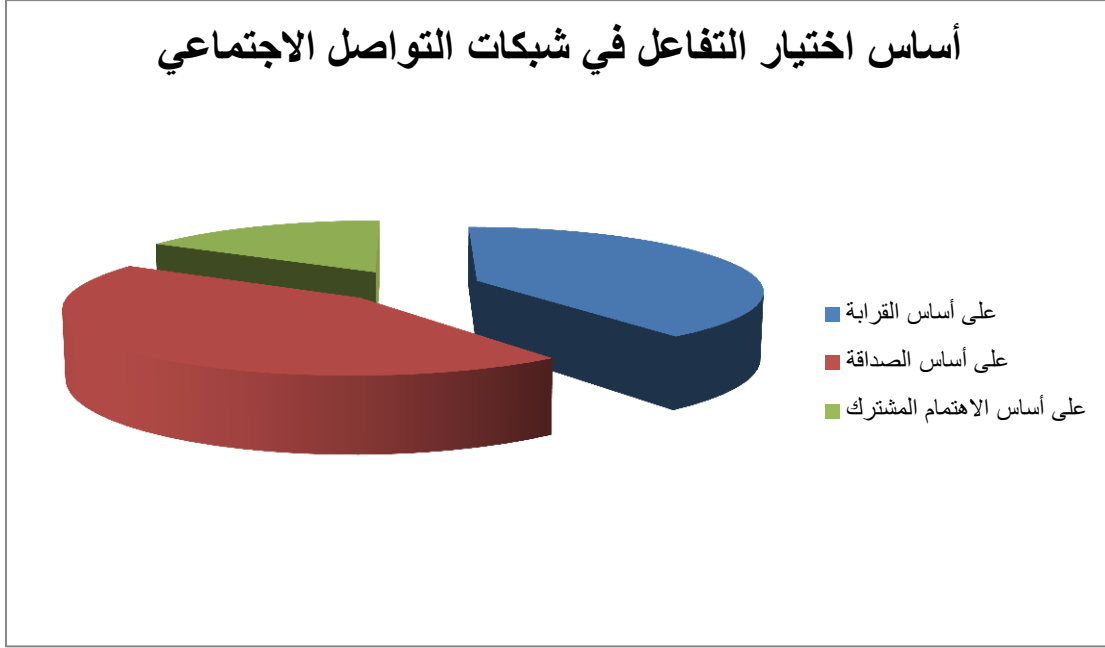


الشكل رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب المستوى اللغوي المعتمد على أي أساس تختار من تفاعل معهم في شبكات التواصل الاجتماعي؟

الجدول رقم 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب اختيار نوع التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة
على أساس القرابة	170	39,8
على أساس الصداقة	187	43,7
على أساس الاهتمام المشترك	70	16,5
المجموع	427	100.0%

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يتفاعلون مع شبكات التواصل الاجتماعي على اساس الصداقة حيث بلغت نسبتهم 43.7، تليها نسبة 39.8 على اساس القرابة، بينما نسبة 16.5 يتفاعلون على اساس الاهتمام المشترك. هذا التفاوت النسبي دليل على أن مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عقلائي لاختياره نوعية وطبيعة التفاعل خاصة وأن هذه الفضاءات تتيح فرصا لبناء علاقات افتراضية تمكن تبادل التجارب والخبرات ومن تم اكتساب مهارات جديدة في تسيير حياتنا اليومية خاصة وان هذه الشبكات قلصت المسافات ومنتت العلاقات وكونت الافراد وجعلتهم عناصر فاعلة ومؤثرة بإمكانها تقديم إضافات.



الشكل رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب اختيار نوع التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي

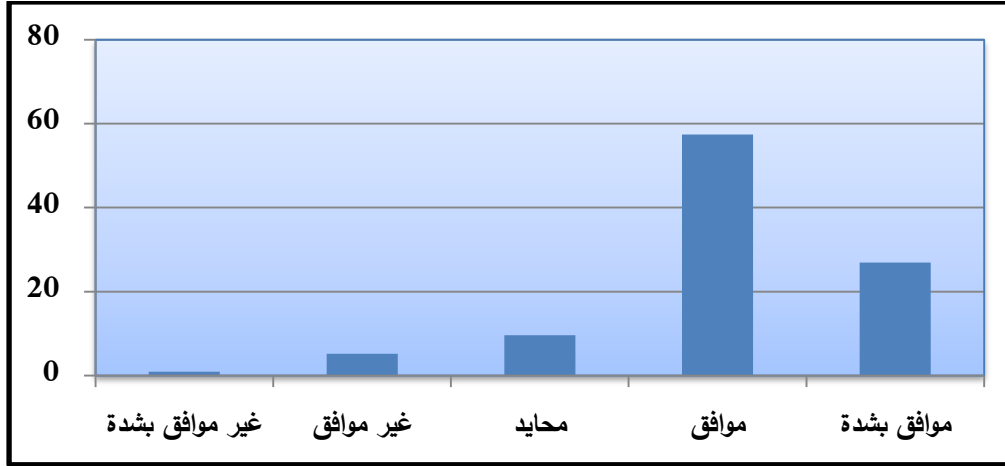
المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية

الجدول رقم 25: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية

النسبة	التكرار	الفئة
26.9	115	موافق بشدة
57.4	245	موافق
9.6	41	محايد
5.2	22	غير موافق
.9	4	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 57.4% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 26.9% ثم فئة محايد بنسبة 9.6% وتأتي فئة غير وافق بنسبة 5.2% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 0.9%.

ما يؤكد أن هناك استراتيجية اتصالية تتبناها شبكات التواصل الاجتماعي الهدف منها استمالة المستخدم من خلا تبيان أهمية الممارسة الدينية في الحياة النفسية للفرد لما تجليه من راحة وسكينة وثبات ضف إلى ذلك التعريف بأهم التوجهات والاتجاهات التي يمكن أن يستلهمها من خلال المعتقد في جوانبه الأخلاقية وسلوكياته اليومية.



الشكل رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية

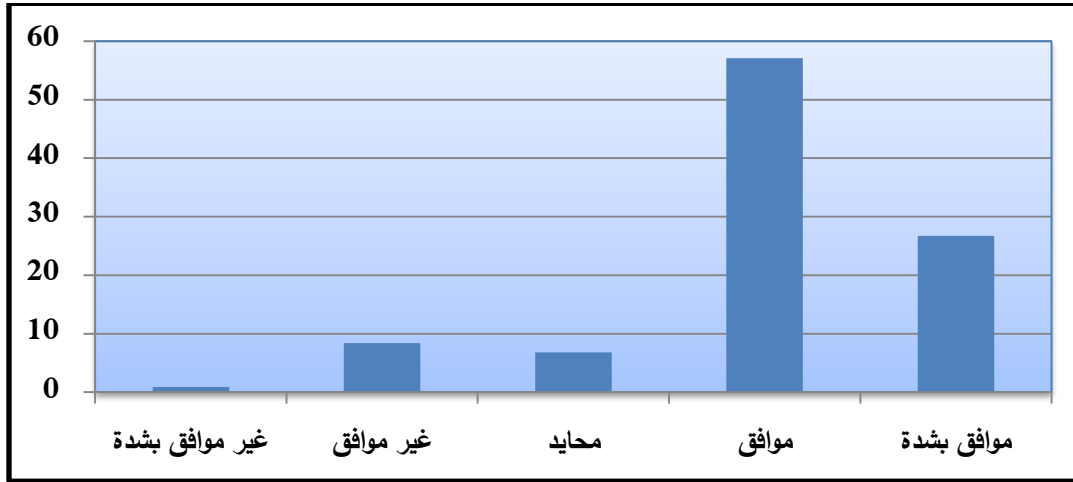
الجدول رقم 26: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	114	26.7
موافق	244	57.1
محايد	29	6.8
غير موافق	36	8.4
غير موافق بشدة	4	0.9
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عمل شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التعريف بالسيرة النبوية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق تعمل شبكات التواصل الاجتماعي بالتعريف بالسيرة النبوية بنسبة 57.1% تليها فئة موافق بشدة بنسبة

26.7% ثم فئة غير موافق بنسبة 8.4% وتأتي فئة محايد بنسبة 6.8% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 0.9%.

حيث تبقى خصال وسمات الرسول (ﷺ) بمثابة المقومات التي ما ان اتبعناها فلن نضل أبدا فالرسول صلى الله عليه وسلم هو منظومة خلقية كانت له قدرة تنبؤيه لواقعنا اليوم، لذلك فعوامل الزمان والمكان والظروف المناخية والفيزيائية لم ولن تكون حاجزا في الاقتداء بالرسول (ﷺ) والالتزام بتوجيهاته والتي تعد نبراس لمساواتنا الاجتماعية.



الشكل رقم 20: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية

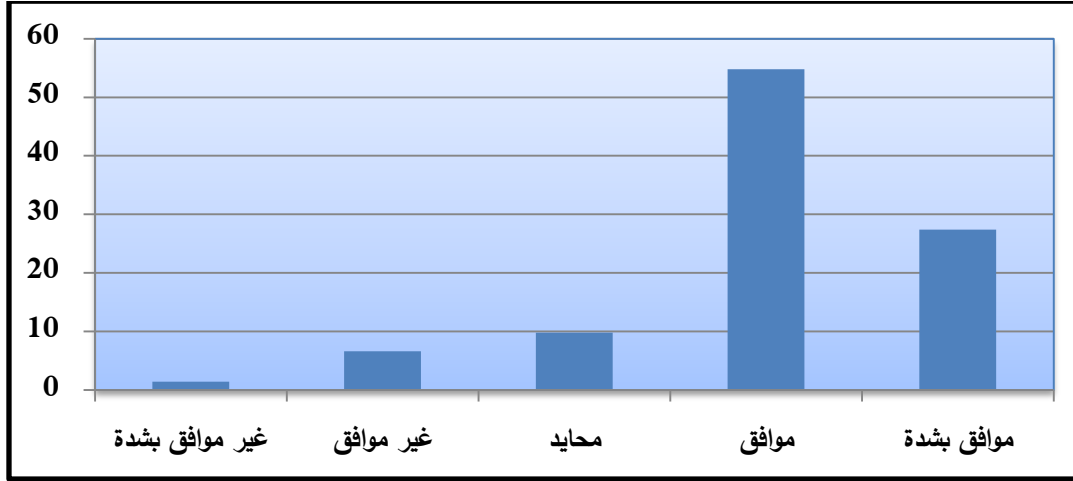
الجدول رقم 27: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي على الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة

النسبة	التكرار	الفئة
27.4	117	موافق بشدة
54.8	234	موافق
9.8	42	محايد
6.6	28	غير موافق
1.4	6	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي على الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق

بنسبة 54.8% تليها فئة محايد بنسبة 9.8% ثم فئة غير موافق بنسبة 6.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 1.4%.

ما يعكس أن هناك استجابة جماهيرية كبرى للاطلاع على مقومات المعتقد لما يلعبه من دور في تحقيق تطلعات الذات والنفس البشرية والارتقاء إلى ما تسمو له كتب الفقه والعقيدة في تحقيق الارتياح النفسي وضبط للسلوك والالتزام بتعاليم الدين حتى يكون الفرد فاعلا وفعالا وقويا داخل المجتمع.



الشكل رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة

الجدول رقم 28: يبين توزيع أفراد العينة حسب سعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين

النسبة	التكرار	الفئة
23.2	99	موافق بشدة
56.4	241	موافق
10.1	43	محايد
8.0	34	غير موافق
2.3	10	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

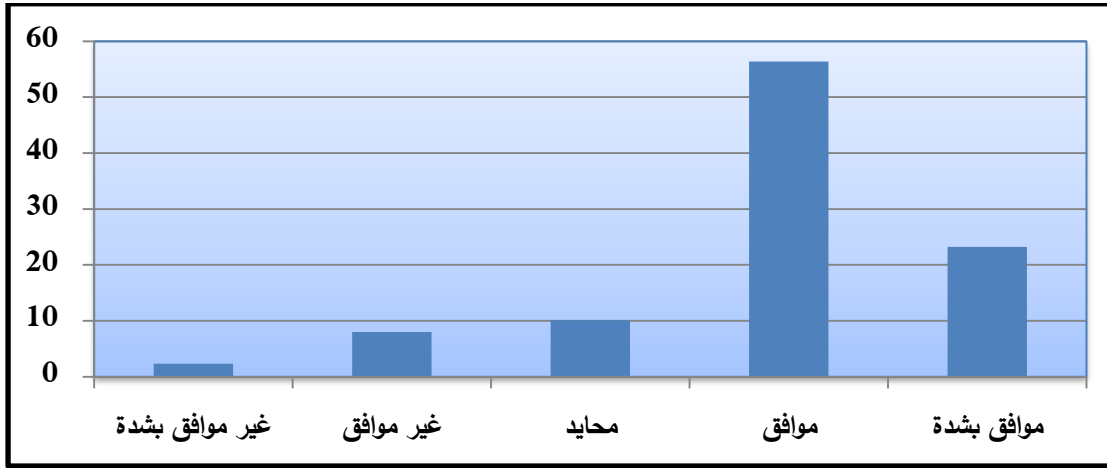
من خلال الجدول اعلاه والذي يبين سعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 56.4%

تليها فئة موافق بشدة بنسبة 23.2% ثم محايد بنسبة 10.1%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 8.0% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 2.3%.

هذا يدل على أن الدين يبقى بمثابة نظام اجتماعي، اقتصادي، أخلاقي، سياسي يحدد الحقوق والواجبات والالتزام بتعاليمه مؤشر منظم ومرتز ووظيفته تحقيق الرفاه الاجتماعي.

لذلك فالتقيد بتعاليمه لتحقيق الكثير من العمليات الاجتماعية كالعدالة والتربية والتكوين والتعليم وكل الأشياء الإيجابية التي بإمكانها تكوين مجتمع نوعا ما نموذجي.

و هذا ما يفسر أيضا ان شبكات التواصل الاجتماعي تسعى للتعريف بأحكام الدين و نشر القيم الدينية كونها اصبحت حديث الجميع مما يجعلهم يشاركونها للتفاعل مع بقية المجتمع .



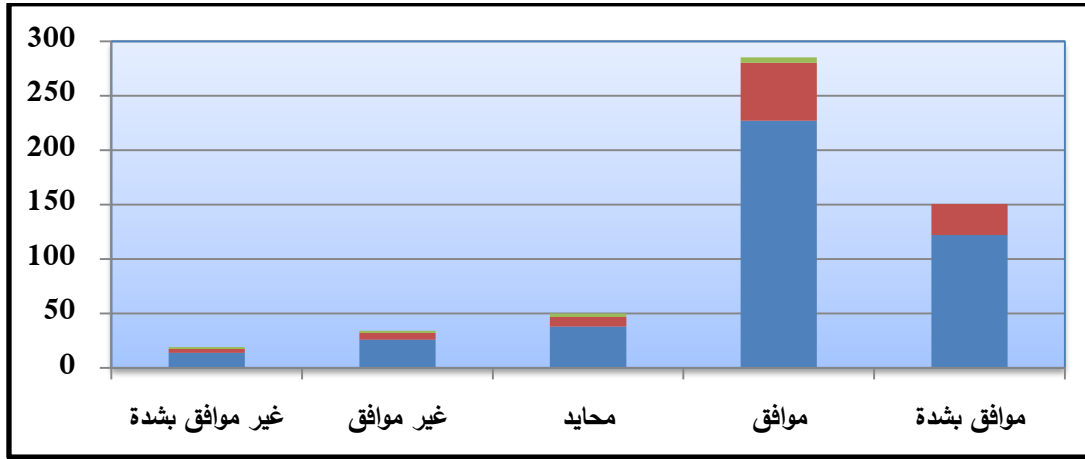
الشكل رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب سعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين

الجدول رقم 29: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	122	28.6
موافق	227	53.2
محايد	38	8.9
غير موافق	26	6.1
غير موافق بشدة	14	3.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 53.2% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 28.6% ثم محايد بنسبة 8.9%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.1% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 3.3%.

نفس الدلالات ما يعكس هنا توجه العائلات في تربية أبنائها على حفظ القرآن وتلاوته من خلال المدارس القرآنية والكتاتيب والحلقات داخل المساجد وهو ما كان دافعا لتبني شبكات التواصل الاجتماعي لهذه السياسة الاتصالية حتى تحقق أكبر المشاهدات والمتابعات في اطار تفاعلي افتراضي من خلال تنظيم المسابقات والاعتماد على مؤثرين دينيين في مجال تكوين أحكام الترتيل.



الشكل رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته

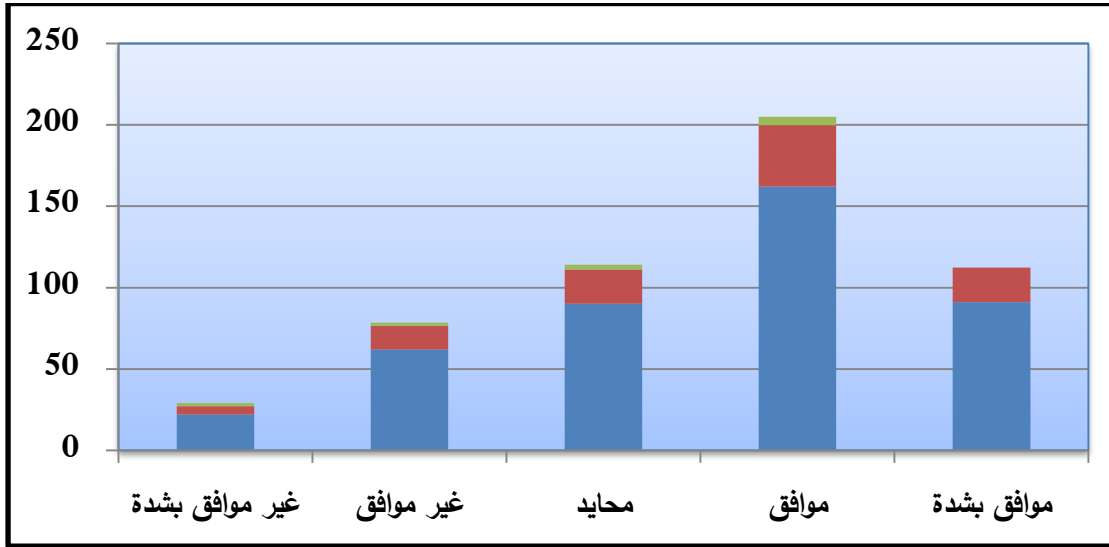
الجدول رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	91	21.3
موافق	162	37.9
محايد	90	21.1
غير موافق	62	14.5
غير موافق بشدة	22	5.2
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 37.9% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 21.3% ثم محايد بنسبة 21.1%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 14.5% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 5.2%.

هذه الشواهد تبين نوع التباين حول هذه القيمة ما يعبر على أن مفردات العينة الذين أجابوا بموافق وموافق بشدة يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي حتى ان يُجهل مصدرها فهي تراعي الحقوق الاجتماعية من خلال تبيان هذه القيمة تناسبيا حسب أنظمة الدولة أين يمكن أن يكون هناك تقليد إيجابي ومن تم إمكانية اسقاطها على المجتمعات النامية.

في حين أن الفئة المحايدة والتي شكلت نسبة معتبرة وكانت لها وجهة نظر بعدم التعليق إن هذه الشبكات تحقق وتجسد إعلاميا هذه القيمة حسب تباين المجتمعات. وتبقى نسبة غير موافق وغير موافق بشدة تعبر عن تمسكها بأن شبكات التواصل الاجتماعي دخيلة في عالم الاتصال ولا ترقى إلى تحقيق هذه القيمة النبيلة التي تحقق العدالة والمساواة.



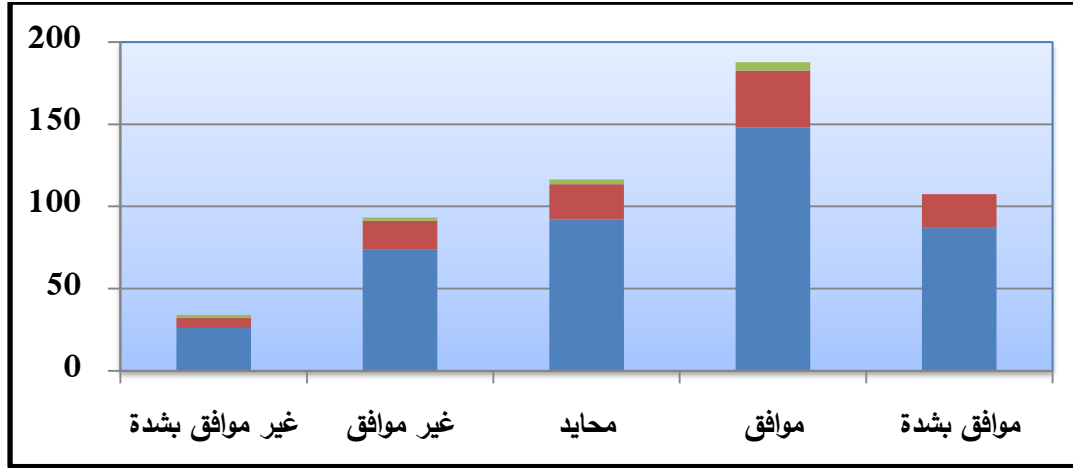
الشكل رقم 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية

الجدول رقم 31: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع

النسبة	التكرار	الفئة
20.4	87	موافق بشدة
34.7	148	موافق
21.5	92	محايد
17.3	74	غير موافق
6.1	26	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تحديد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 34.7% تليها فئة محايد بنسبة 21.5% ثم موافق بشدة بنسبة 20.4%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 17.3% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 6.1%.

ما يعكس تلك النظرة الإيجابية لمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال مفردات العينة الدين أجابوا بموافق وموافق بشدة والتي مثلت أكثر من 55،1% على أساس أن محتوياتها تصب في تقديم قوالب أخلاقية إيجابية تعمل على تماسك أفراد المجتمع وتوجيه سلوكهم وفق ما يمليه النظام الديني، في حين سجلت نسبة 21،5% الفئة التي التزمت الحياد تبقى تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين لا يمكن فهم أهدافه كون منبعه أجنبي يمثلته قوى الشمال، يبدأ أن نسبة 23،4% من مفردات العينة عبرت عن توجهها السلبي لمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي التي لم ترقى في محتوياتها لقيم وتوجيه سلوك الأفراد وفق نظام أخلاقي مرده استراتيجية دينية ملزمة، حيث تبقى هذه الشبكات تحمل قيم الا تعبر عن واقعهم الاجتماعي.



الشكل رقم 25: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع

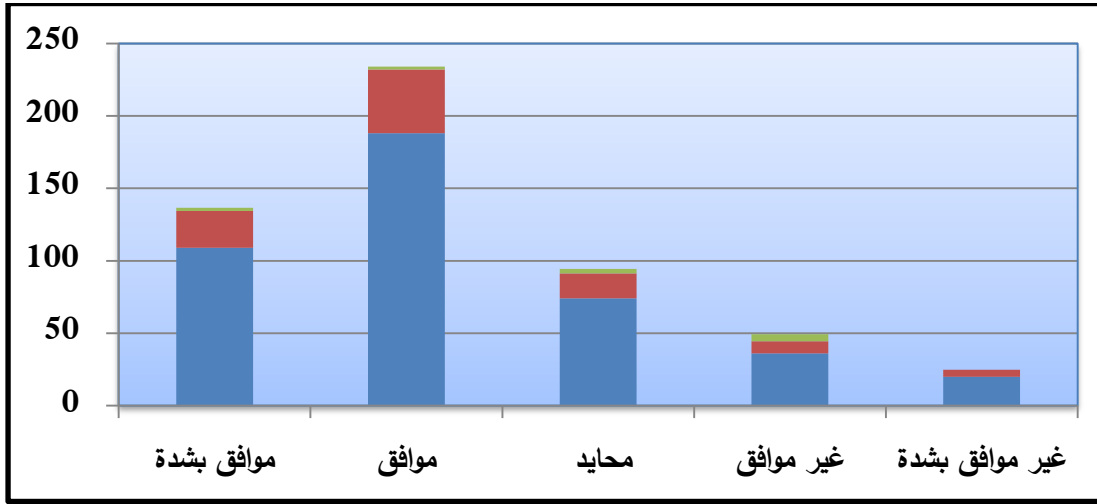
الجدول رقم 32: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحدد شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين

النسبة	التكرار	الفئة
25.5	109	موافق بشدة
44.0	188	موافق
17.3	74	محايد
8.4	36	غير موافق
4.7	20	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تحدد شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 44.0% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 25.5% ثم محايد بنسبة 17.3%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 8.4% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 4.7%.

تبقى هذه القيمة سمة كل المجتمعات سواء كانت متقدمة أو نامية على اختلاف دياناتها، فقد طالبت كل ديانات المعمورة بضرورة البر بالوالدين هذا ما عكسته هذه الاحصائيات التي مثلت حوالي 70% التي ترى أن هذه الفضائل تروج لهذه القيمة لهذه القيمة النبيلة تُسمى وعيا ديني وأخلاقي واجتماعي. إلا أن من التزم الحياد يبقى يعبر عن رأيه تجاه مضامين هذه الشبكات التي لم ترقى في

اعتقاده إلى تكوين نمطية في التعريف في بعض القيم الدينية. بالمقابل فأولئك الذين عبروا عن موافقتهم بنوع من الرفض بنسبة 12،1% ترى أن هذه الشبكات لم تعطي هذه القيمة.



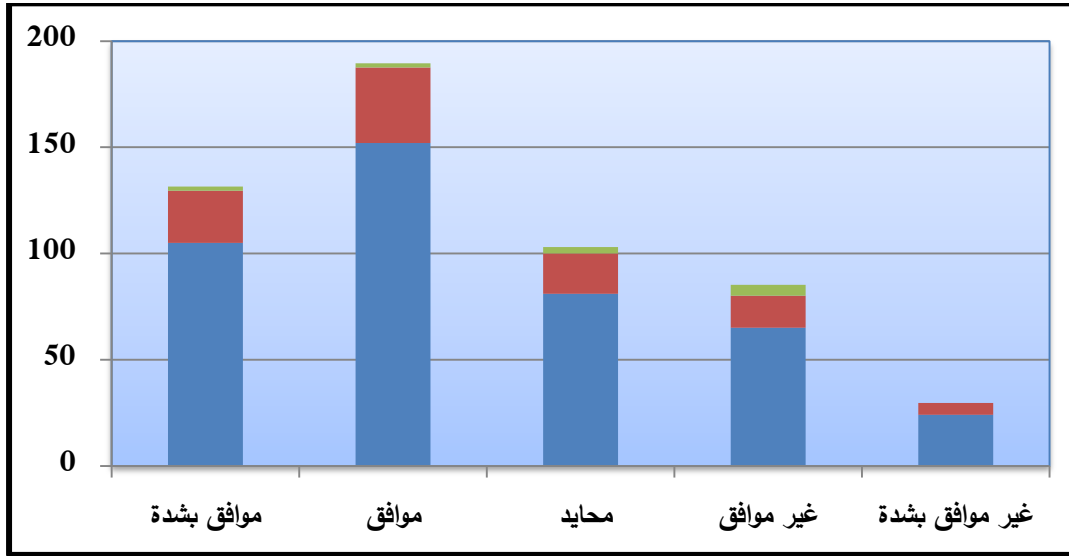
الشكل رقم 26: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين

الجدول رقم 33: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم

النسبة	التكرار	الفئة
24.6	105	موافق بشدة
35.6	152	موافق
19.0	81	محايد
15.2	65	غير موافق
5.6	24	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 35.6% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 24.6% ثم محايد بنسبة 19.0%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 15.2% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 5.6%.

يمكن القيام بقراءة عكسية لهذه الأرقام في ظل هذا التحول الكبير الذي عرفته العلاقات الأسرية بفعل الاستخدامات ألا عقلانية لشبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبح الفرد يرى فيها فضاء لتعزيز هذه القيمة على خلاف الحضور الفيزيقي له، ومثلت نسبة 60,2% موافقتها له، القيمة الافتراضية على حساب بعدها الواقعي، في حين أن 20,8% ترى أن هذه القيمة تعتبر حلقة مفقودة في مضامين شبكات التواصل الاجتماعي التي تشجع العلاقات الافتراضية على حساب العلاقات الواقعية، وأما من التزم الحياد بنسبة 19% تبقى مواقفه ثابتة تجاه هذه الشبكات ووظائفها الظاهرة والكامنة.

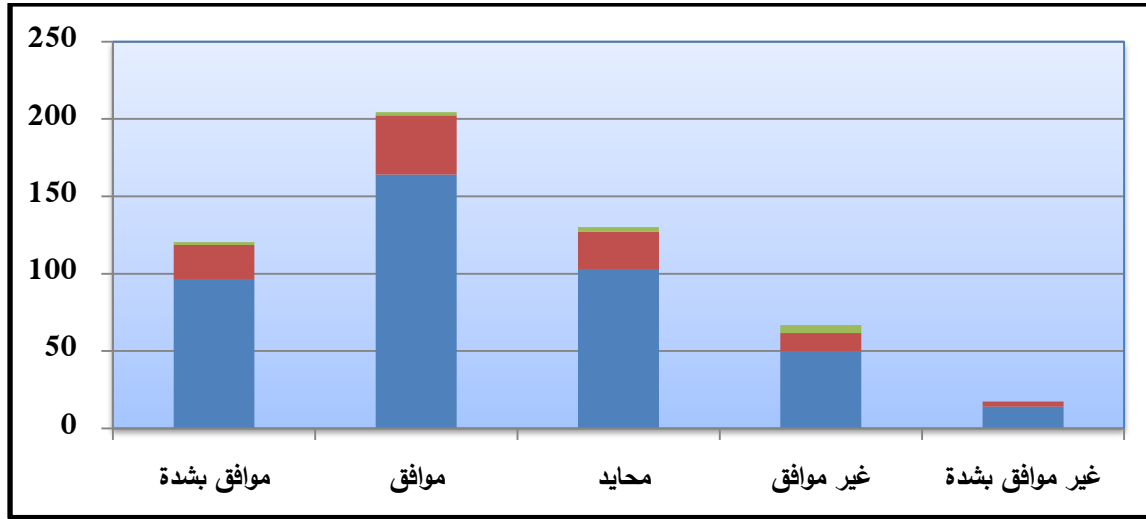


الشكل رقم 27: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم

الجدول رقم 34: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع

الفئة	النسبة	التكرار
موافق بشدة	22.5	96
موافق	38.4	164
محايد	24.1	103
غير موافق	11.7	50
غير موافق بشدة	3.3	14
المجموع	100.0	427

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 38.4% تليها فئة محايد بنسبة 24.1% ثم موافق بشدة بنسبة 22.5%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 11.7% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 3.3%. ما يمكن تسجيله من خلال هذه الأرقام هو بروز فئة المحايد بنسبة 24.1% ما يعكس نوع من المرونة في تجسيد شبكات التواصل الاجتماعي لتبيان هذه القيمة التي تحافظ على طبيعة العلاقات بين الأفراد وتحقيق نوع من التوافق الاجتماعي بنية تقديم نماذج عبر هذه الوسائط تعبر عن مدى التزام الدول عبر أنظمتها وسياساتها التاريخية بهذه القيمة الأخلاقية التي تحافظ على تماسك المجتمع هذا إن دل على شيء انما يدل على نوع من التحفظ لفئة المحايد لمدى تسويق شبكات التواصل الاجتماعي لهذه القيمة. وتبقى نسبة الموافقين تعبر دوما عن نظرهم الإيجابية لمضامين هذه الشبكات، كما أن نسبة 16% التي عبرت عن عدم موافقتها حول هذه القيمة من خلال هذه الشبكات ما يعكس تبني صورة عكسية سلبية عبر هذه الشبكات التي لا تراعي خصوصيات المجتمعات. و لعل ذلك راجع إلى قيم التضامن و التعاون المتبادلة داخل المجتمع مما ساهم في انشاء رابطة قوية تعدى صيتها الشارع إلى مواقع التواصل الاجتماعي .



الشكل رقم 28: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع

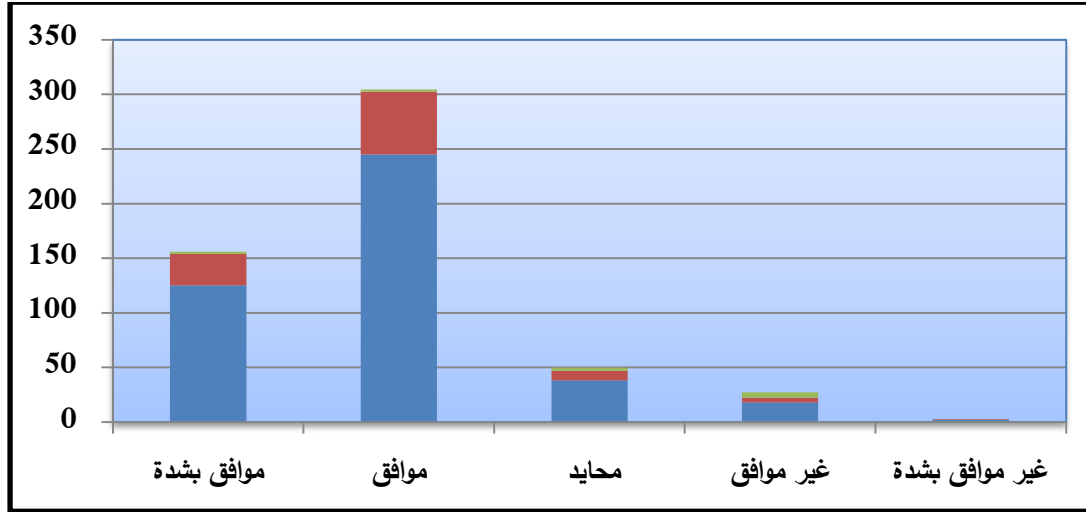
الجدول رقم 35: بين توزيع أفراد العين حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	125	29.0
موافق	245	57.4
محايد	38	8.9
غير موافق	18	4.2
غير موافق بشدة	2	0.5
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 57.4% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 29.0% ثم محايد بنسبة 8.9%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 4.2% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 0.5%.

هذه الأرقام تعكس بجلاء القيمة النبيلة التي تجدها في كل المجتمعات وهي قيمة التعاون والمشاركة الاجتماعية حيث تعبر عن الوعي الاجتماعي والإنساني تجاه الأشخاص والطبيعة والحيوانات... الخ، فالتحسيس بقيمة التضامن الإنساني دليل على الشيء الإيجابي في النفس البشرية والتي تعكس حالتها الطبيعية لذلك نرى أن شبكات التواصل الاجتماعي كمنبر اعلامي عالمي عملت وتعمل من أجل التحسيس والتجنيد الاجتماعي بقيمة التضامن والتطوع والمشاركة كونهم قيم أساسية للحفاظ على الكينونة السريرة الصادقة الصافية للذات البشرية.

و هذا ما يبين ان شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على التعبئة الاجتماعية للقيم في الافراد و ساعد في تجديد جميع العلاقات الاجتماعية و ذلك من خلال الحملات التطوعية و التضامنية .



الشكل رقم 29: يبين توزيع أفراد العين حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية

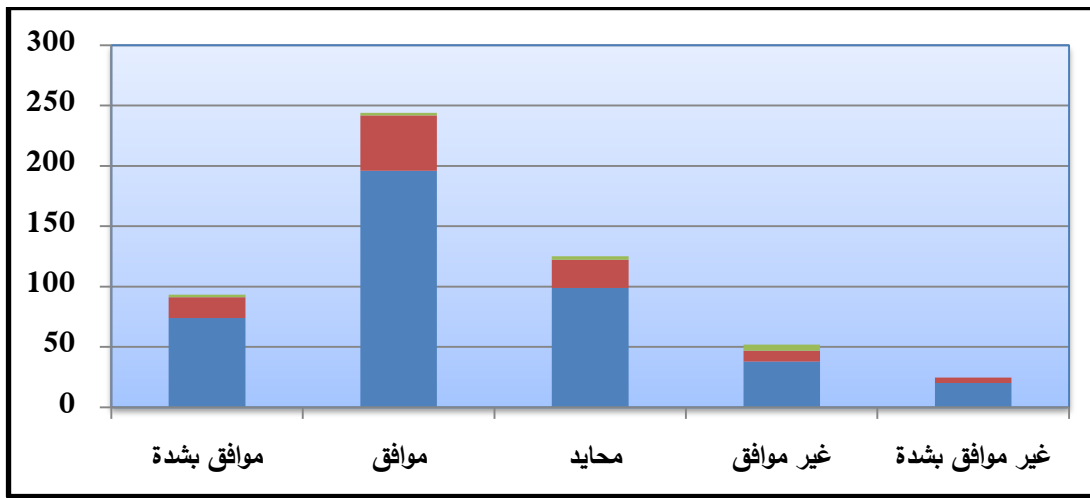
الجدول رقم 36: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية

النسبة	التكرار	الفئة
17.3	74	موافق بشدة
45.9	196	موافق
23.2	99	محايد
8.9	38	غير موافق
4.7	20	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 45.9% تليها فئة محايد بنسبة 23.2% ثم موافق بشدة بنسبة 17.3%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 8.9% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 4.7%.

تحمل هذه الأرقام نوع من التباين ما يعبر عن وجود خصوصيات اجتماعية تلتزم ببعض الطقوس الدينية في ممارستها، يبقى قبولها وتبنيها حصري على هذه المجتمعات لذلك فان شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على التنوع في التعريف بالخصوصيات الثقافية ذات المعالم الدينية الخاصة بكل المجتمعات خاصة

في جانبيها العقائدي حتى تستقطب أكبر عدد من المشاهدين وتحقق نوع من الرضا لدى المشاهدين، و لعل ذلك راجع إلى سهولة التواصل و نقل المعارف الدينية و الاخلاقية و الاجتماعية مما ساهم في ممارسة الطقوس الدينية و الشعائر و تداول ذلك في مختلف وسائل التواصل الاجتماعية، هذا ما عبرت عليه أكبر نسبة 63،2% بالإيجاب في حين أن من التزم بالحياد يعبر عن أولئك الذين يلتزمون ويمارسون الطقوس والشعائر الدينية، أما نسبة 13،6% ترى أن الفضاءات الافتراضية فشلت في التعريف بهذه القيمة كونها تحمل في طياتها ومضامينها استراتيجية إيديولوجية تسعى إلى تحقيق أهداف مسطراً قبلاً.



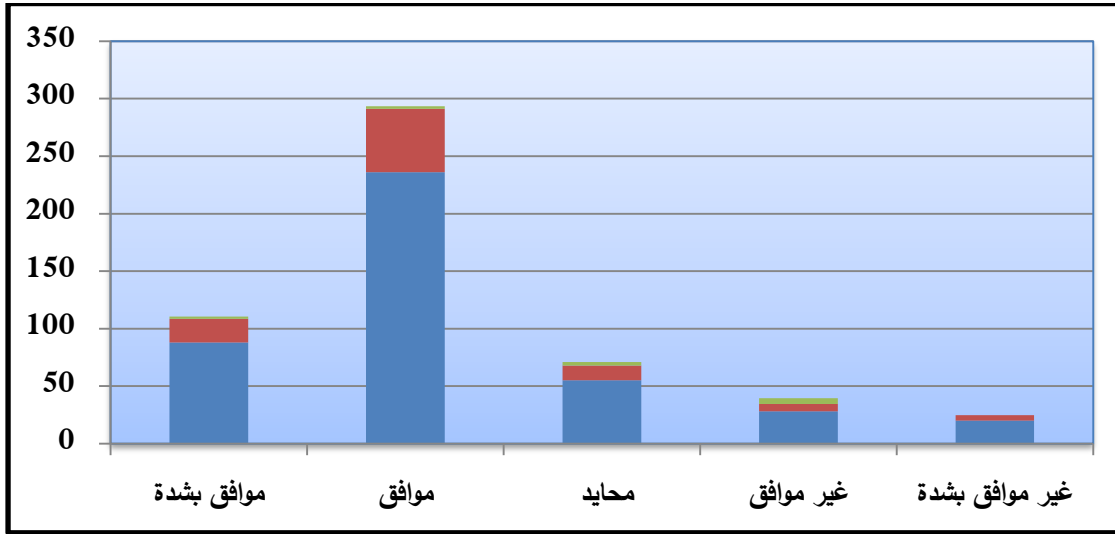
الشكل رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية

الجدول رقم 37: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	88	20.6
موافق	236	55.3
محايد	55	12.9
غير موافق	28	6.6
غير موافق بشدة	20	4.7
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 55.3% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 20.6% ثم محايد بنسبة 12.9%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 4.7%.

كل هذه الأرقام تؤكد أن هناك استراتيجية اتصالية تعمل من خلالها شبكات التواصل الاجتماعي على خلق نوع من التفاعلية الافتراضية من خلال التركيز على محتوياتها ولعل أهم البرامج الدينية حسب ما أكدته معظم مفردات العينة بنسبة 76% كونها على دراي أن طيبة هذه البرامج تمس الجانب الروحي للأشخاص، صنف إلى ذلك فتح جسور التواصل لخلق جو تفاعلي يمكن من الاستفسار على كل الأمور الدينية التي تطرح الكثير من التساؤلات لدى مستخدمي هذه الشبكات، و لعل ذلك راجع إلى سهولة تداول الشرائع الدينية في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي مما شجع الافراد على نقلها فيما بينهم . في حين سجلنا نسبة 13% الذين التزموا الحياد مقابل 11% الذين عبروا أن شبكات التواصل الاجتماعي خالية من أي مضامين تشجع على التفاعل للاطلاع أكثر على الأمور الدينية من خلال تنوع البرامج.



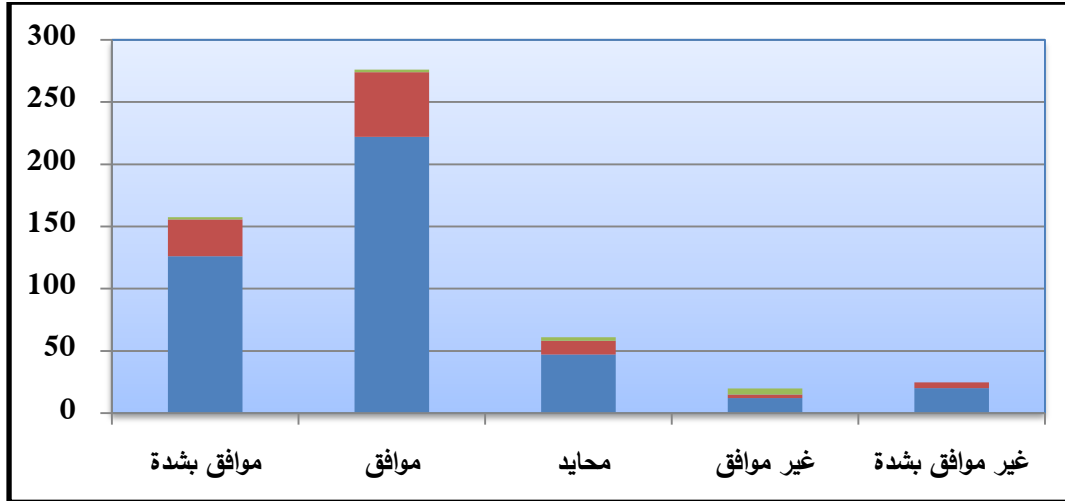
الشكل رقم 31: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية

الجدول رقم 38: يبين توزيع أفراد العينة حسب اتاحة شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة

النسبة	التكرار	الفئة
29.5	126	موافق بشدة
52.0	222	موافق
11.0	47	محايد
2.8	12	غير موافق
4.7	20	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين اتاحة شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 52.0% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 29.5% ثم محايد بنسبة 11.0%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 2.8% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 4.7%.

هذه الاحصائيات تؤكد مما لا يطرح أي شك في استقطاب المشاهدين الدليل على ذلك التعمد في اختيار شخصيات دينية مؤثرة واعطائها مجالات لتدخل وخير دليل وهو ما تم تأكيده بنسبة 81،5% ما يعزز تلك النماذج الاتصالية الخطية التي تشترط في المرسل قوة الشخصية والمؤهلات العلمية والتأهيل والكاريزمية التي تمكن من استمالة المشاهد بتأثير في سلوكه وأفكاره كما تم تسجيل نسبة 11% من المحايدون الذين يرون أن هذه الفضاءات الافتراضية تبقى تتسم بالضبابية ويصعب الحكم على مضامينها، في حين تم تسجيل نسبة ضئيلة تتمثل في 7،5% التي وقفت على الحد النقيض.



الشكل رقم 32: يبين توزيع أفراد العينة حسب اتاحة شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة

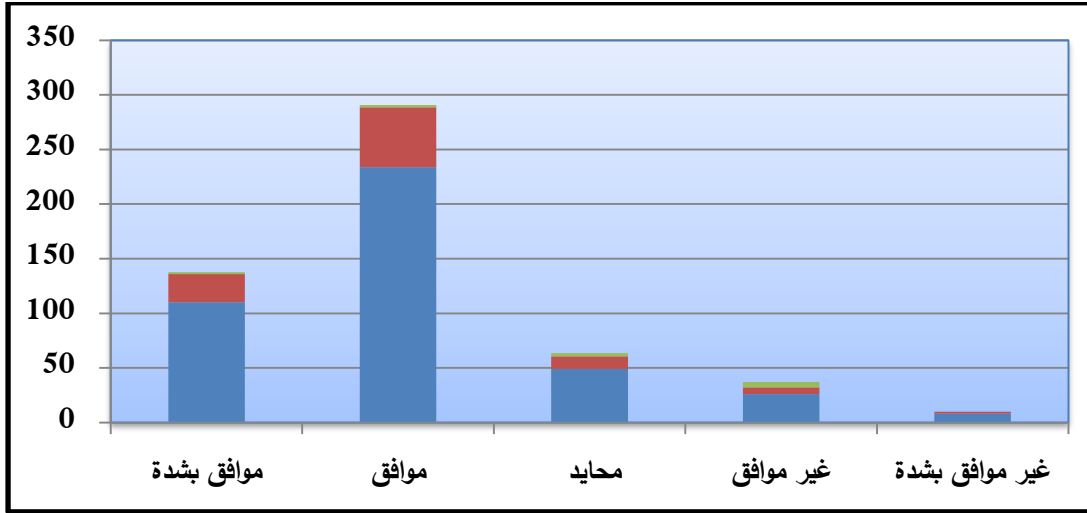
الجدول رقم 39: يبين توزيع أفراد العينة حسب تذكير شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية

النسبة	التكرار	الفئة
25.8	110	موافق بشدة
54.8	234	موافق
11.5	49	محايد
6.1	26	غير موافق
1.9	8	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تذكير شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 54.8 تليها فئة موافق بشدة بنسبة 25.8% ثم محايد بنسبة 11.5%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.1% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 1.9%.

كل هذه الأرقام تؤكد أن معظم مفردات العينة أصبحوا يستقون المعلومات من هذه الفضاءات الافتراضية بدلا من المصادر الرسمية حتى فكرة التطلع على الآخر حول كيفية ممارسته لطقوسه الدينية

أصبحت تشكل نوع من التواصل الثقافي وهذا بمعدل 80,6%، وقد التزمت نسبة 11,5% حياد مقابل 8% عدم موافقتها احتواء هذه الشبكات على أشياء توحى حول كيفية حاحياء المناسبات الدينية.



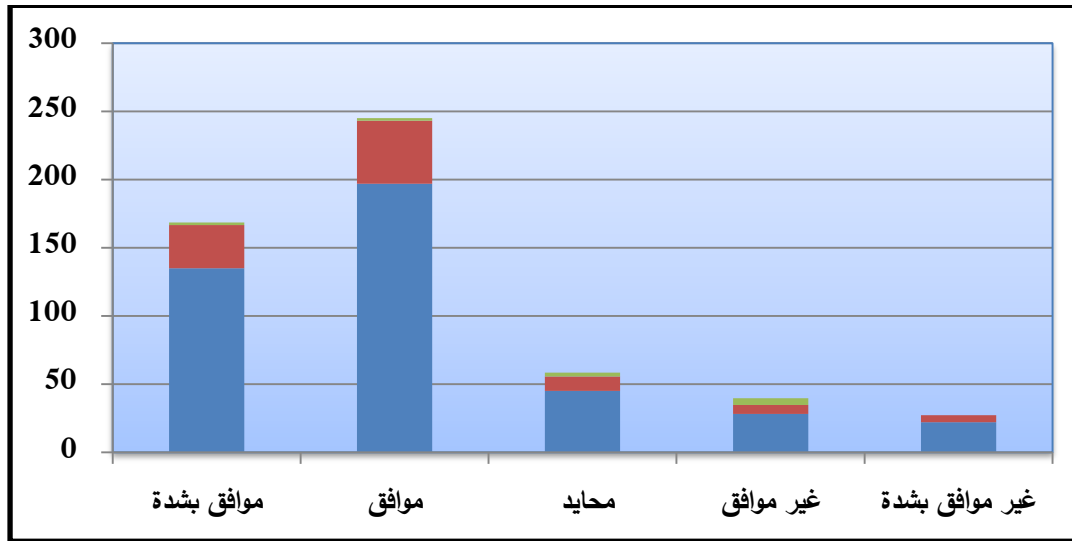
الشكل رقم 33: يبين توزيع أفراد العينة حسب تذكير شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية

الجدول رقم 40: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مجالاً للتعبير عن المكبوتات

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	135	31.6
موافق	197	46.1
محايد	45	10.5
غير موافق	28	6.6
غير موافق بشدة	22	5.2
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مجالاً للتعبير عن المكبوتات ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 46.1% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 31.6% ثم محايد بنسبة 10.5%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 5.2%.

هذه الإحصاءات تعبيراً واضحاً لطرح القائل "أنه ما يصعبه يمكن كتابته" حول أن الاتصالات المباشرة غالباً ما يكتنفها التحفظ، مرتبطاً عموماً بأسباب موضوعية لكن اختيار الفضاء الأزرق يعد مجالاً لتعبير عن كل المكبوتات حسب ما أكدته مفردات العينة بنسبة 78% فكثيرة هي الضوابط الاجتماعية التي تعد عائقاً أو حاجزاً أمام الكثير من المظاهر السلبية نتيجة وضعها في خانة الطابوهات التي يكون انعكاسها أثر مباشر على الفرد والمجتمع لهذا تصبح هذه الشبكات مرآة عاكسة لكل الظواهر الباثولوجية (المرضية) التي يصعب بمكان ما الحديث عنها بطريقة مباشرة.



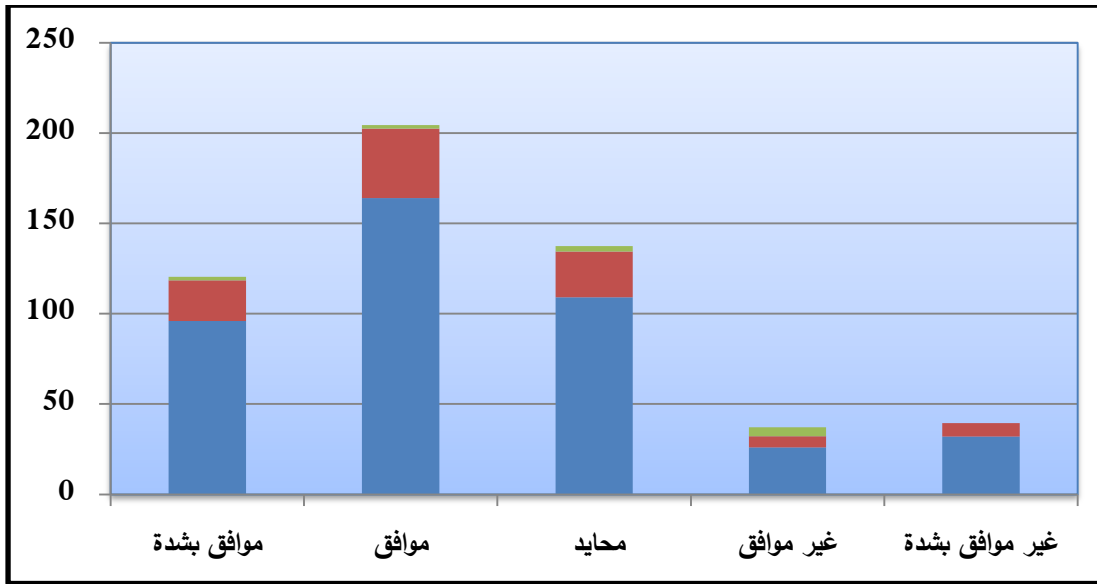
الشكل رقم 34: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مجالاً للتعبير عن المكبوتات

الجدول رقم 41: يبين توزيع أفراد العينة حسب استباحتها شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعياً

النسبة	التكرار	الفئة
22.5	96	موافق بشدة
38.4	164	موافق
25.5	109	محايد
6.1	26	غير موافق
7.5	32	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تستبج المحظور اجتماعيا ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 38.4% تليها فئة محايد بنسبة 25.5% ثم موافق بشدة بنسبة 22.8%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.1% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 7.5%.

أكد أنه في ظل غياب آليات رقابية على محتويات هذه الشبكات سواء عن طريق قوانين تحظر الممنوع أو تطبيقات تسمح بحجب المحظورات أمام هذا تبقى شبكات التواصل الاجتماعي تستبج المحظور اجتماعيا حيث يشعر الأبناء بأنهم مقيدون بما يمليه عليهم آبائهم في الواقع، فما بين رغبة الآباء نحو تنشئة الأبناء وفق المعايير والقيم الأصيلة وبين ميل الأبناء نحو التجديد والانفلات من القيود التي يفرضها الآباء حسب ما أكدته نسبة 61% وقد التزم 25,5% الحياد أمام 13,6% وقفوا على النقيض ويرون ان هذه الشبكات تتحكم في مضامينها ولا تستبج المحظور اجتماعيا.



الشكل رقم 35: يبين توزيع أفراد العينة حسب استباجة شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعيا

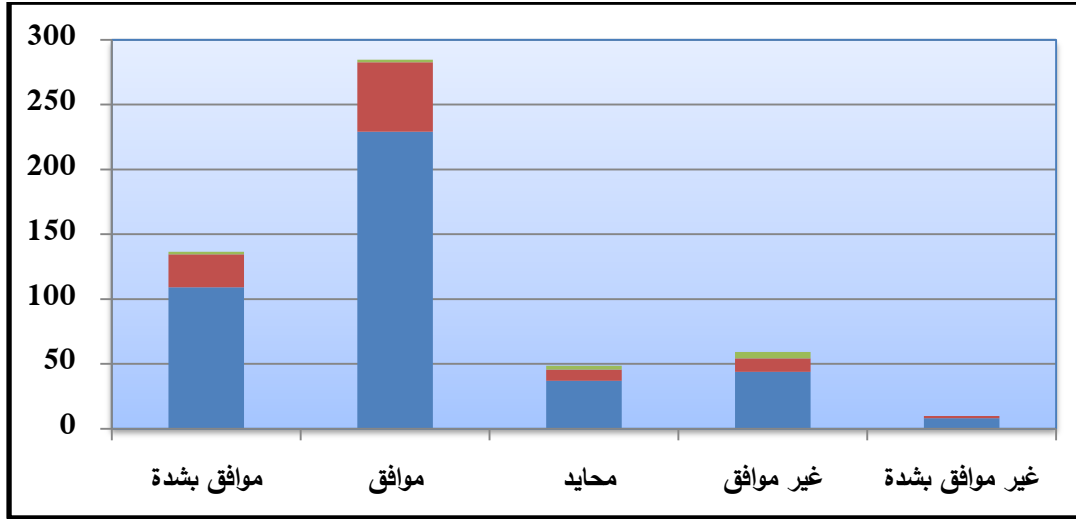
المحور الرابع: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية

الجدول رقم 42: يبين توزيع أفراد العينة حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل

النسبة	التكرار	الفئة
25.5	109	موافق بشدة
53.6	229	موافق
8.7	37	محايد
10.3	44	غير موافق
1.9	8	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 53.6% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 25.5% ثم محايد بنسبة 8.7%، وتأتي فئة غير موافق بنسبة 10.3% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 1.9%.

تكاد تجمع مفردات العينة أن دور شبكات التواصل الاجتماعي مثلها مثل وسائل الاتصال التقليدية التي تقرر أن العملية الاتصالية مهمتها الأولى والأخيرة هي الفعل التواصلية وذلك بنسبة 79،1% فالغرض دائما هو خلق ديناميكية تفاعلية افتراضية، بالمقابل التزمت نسبة 8،7% الحياد مقابل 12،2% التي تؤكد أن العملية الاتصالية تسير في اتجاه خطي وعبرت عن عدم موافقتها على أن هذا النوع الجديد من الاتصال لا يحقق الفعل التواصلية الذي تحققه وسائل الاتصال التقليدية.



الشكل رقم 36: يبين توزيع أفراد العينة حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي

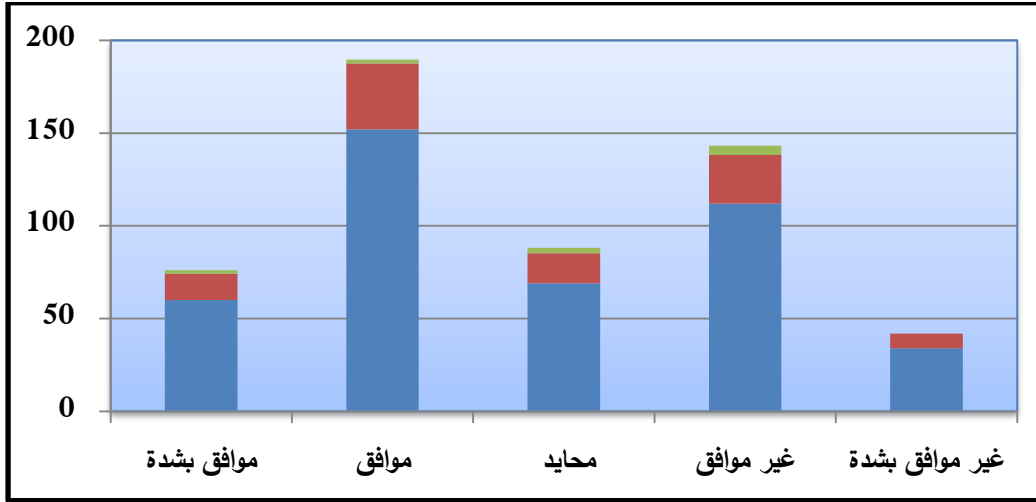
الجدول رقم 43: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري

الفئة	النسبة (%)	التكرار
موافق بشدة	14.1	60
موافق	35.6	152
محايد	16.2	69
غير موافق	26.2	112
غير موافق بشدة	8.0	34
المجموع	100.0	427

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 35.6% تليها فئة غير موافق بنسبة 26.2% ثم محايد بنسبة 16.2%، وتأتي فئة موافق بشدة بنسبة 14.1% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 8.0%.

تؤكد هذه الأرقام مرة أخرى أن منبع هذه الاستراتيجية الاتصالية الجديدة التي في عموميتها لأجنبية أو غريبة بالأحرى، هذه الأخير التي تشجع على الفردانية حلى حساب التفاعل الاجتماعي، حيث سجلنا أن أقل من 50% من مفردات العينة ترى أن هذه الشبكات تشجع على الحوار الأسري بالمقابل عبرت

نسبة حوالي 30% عن عدم وافقتها لهذا الطرح وترى أن مضامين هذه الشبكات خالية من أي مؤشرات أو محتويات تعمل على خلق جسور تواصل أسري، والتزمت نسبة 16،2% الحياد وهي نسبة معتبرة إذ أن محتويات هذا النوع من الاتصال الرقمي يقدم نماذج فعالة وفاعلة لحوار أسري إيجابي.



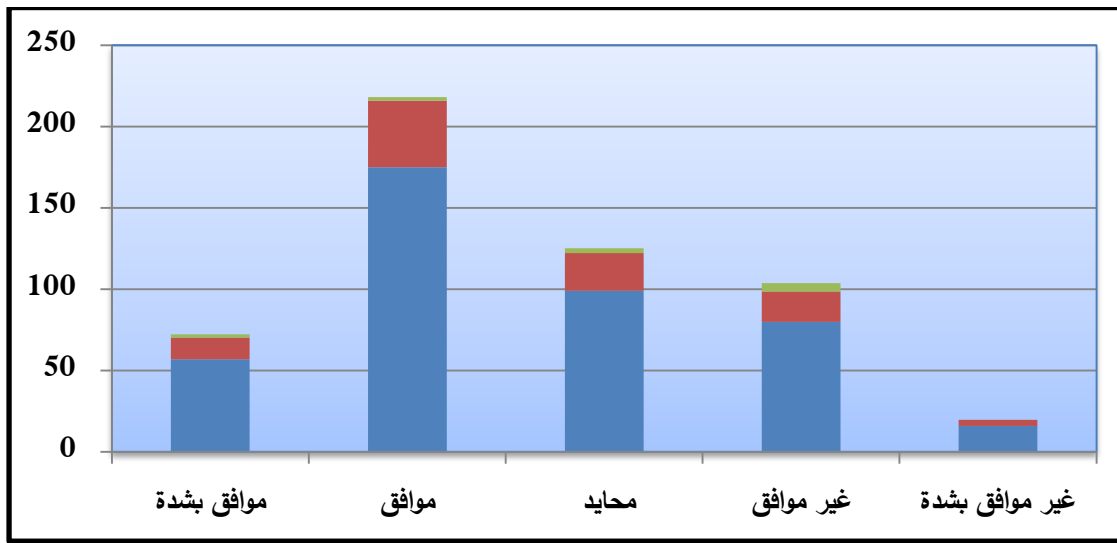
الشكل رقم 37: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري

الجدول رقم 44: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	57	13.3
موافق	175	41.0
محايد	99	23.2
غير موافق	80	18.7
غير موافق بشدة	16	3.7
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 41.0% تليها فئة محايد بنسبة 23.2% ثم غير موافق بنسبة 18.7%، وتأتي فئة موافق بشدة بنسبة 13.3% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 3.7%.

سجلنا نوع من التقارب حول هذه القيمة الاجتماعية بين موافق وغير موافق ومحايدين، حيث أن أولئك الذين يوافقون على أن هذه القيمة هي إحدى مضمين هذه الشبكات مؤثر على احترام النظام الاجتماعي مهما كانت طبيعته، فالمجتمع هو مزيج من الأنساق الفرعية التي تحدد أدوارها ووظائفها بعناية بالحفاظ على توازنها بصفة خاصة وتوازن النسق العام بصفة عامة. وقد عبرت نسبة 23,2% عن عدم الادلاء بأي اتجاه سلبي أم إيجابا حول مدى بروز هذه القيمة في محتويات هذه الشبكات، بينما نسبة 22,4% أكدت عدم موافقتها لهذا الطرح والذي ينمي اتجاهها السلبي لأهداف هذه الشبكات الظاهرة منها والكامنة وتشجيعها للاغتراب الاجتماعي.



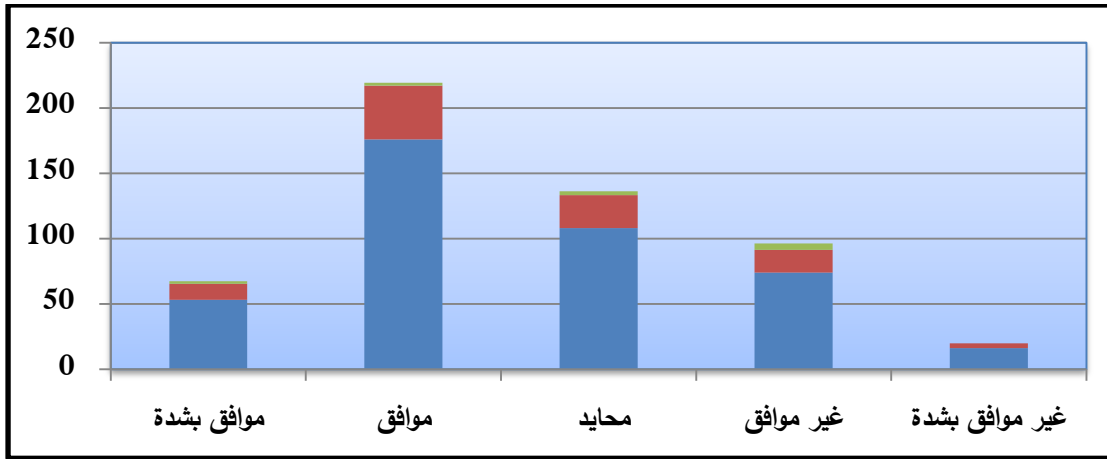
الشكل رقم 38: يبين توزيع أفراد العينة حسب تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية

الجدول رقم 45: يبين توزيع أفراد العين حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	53	12.4
موافق	176	41.2
محايد	108	25.3
غير موافق	74	17.3
غير موافق بشدة	16	3.7
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 41.2% تليها فئة محايد بنسبة 25.3% ثم غير موافق بنسبة 17.3%، وتأتي فئة موافق بشدة بنسبة 12.4% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 3.7%.

هذه الأرقام تؤكد خصوصيتها للمجتمعات وطبيعتها أنظمتها خير دليل على ذلك إجابات مفردات العينة حول هذه القيمة والتي عكست مدى التزامها من عدمه بالتزام الضبط الاجتماعي وهو ما يؤكد أن مضامين هذه الشبكات قد أثرت على الضمير الجمعي الموجه الأساسي لسلوكيات الأفراد داخل المجتمع، هذا ما يبين انسلاخ الأفراد عن عاداتهم وتقاليدهم وهوياتهم والانسياق وراء التقليد الأعمى في غياب الالتزام بالضبط الاجتماعي الذي يعد أساس الخصوصية والهوية الثقافية والاجتماعية للأفراد.



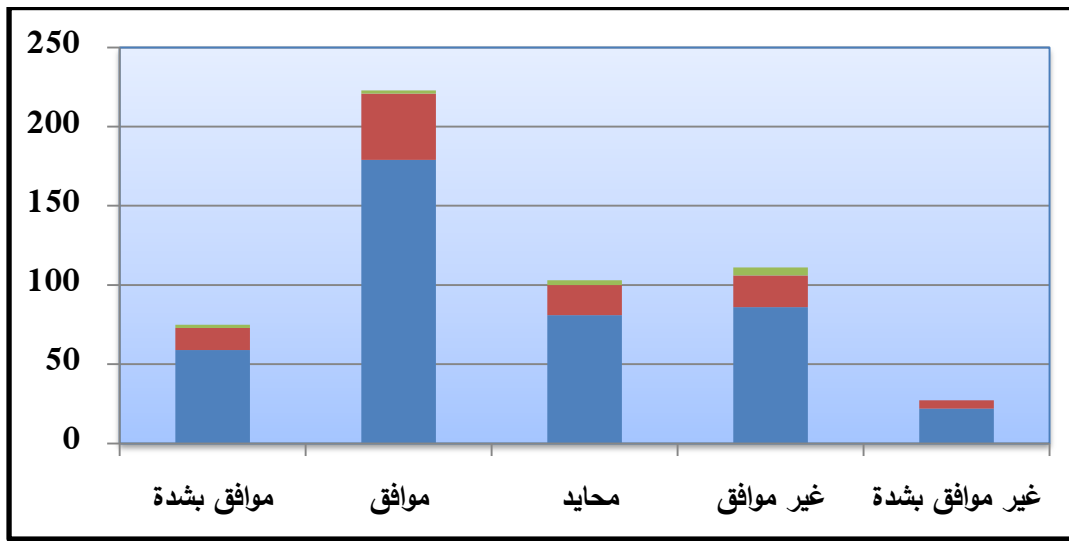
الشكل رقم 39: يبين توزيع أفراد العين حسب تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي

الجدول رقم 46: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	59	13.8
موافق	179	41.9
محايد	81	19.0
غير موافق	86	20.1
غير موافق بشدة	22	5.2
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 41.9% تليها فئة غير موافق بنسبة 20.1% ثم محايد بنسبة 19.0%، وتأتي فئة موافق بشدة بنسبة 13.8% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة 5.2%.

هذه الأرقام في عموميتها تؤكد شعار القائل "أن وطنية الأفراد وتحضرهم مرتبط بمدى التزامهم بواجباتهم وحقوقهم المدنية داخل المجتمع" فشبكات التواصل الاجتماعي الحديثة تراعي هذه القيمة وتشجع على نشرها على نطاق واسع حتى يكون هناك مواطن مدني يمكنه تقديم قيمة مضافة داخل مجتمعه.



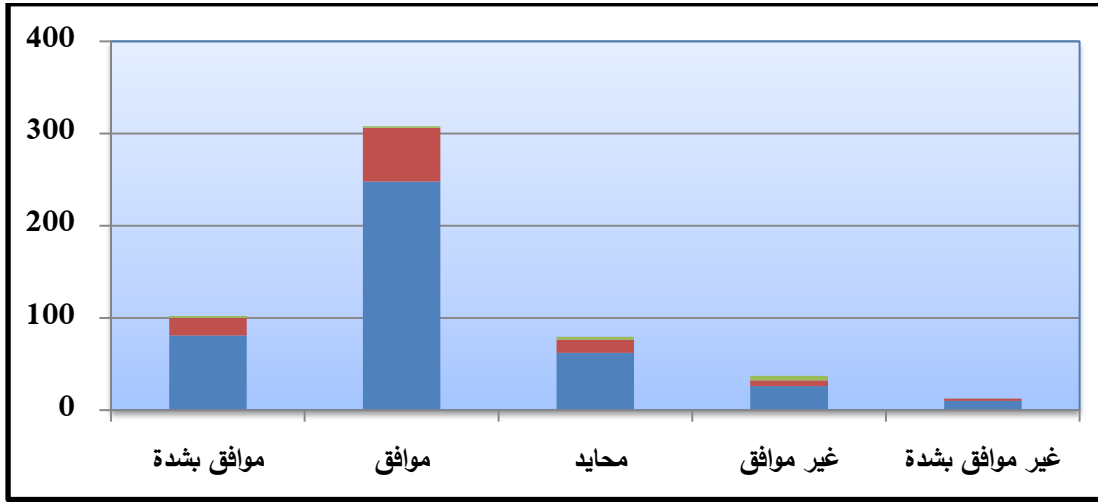
الشكل رقم 40: يبين توزيع أفراد العينة حسب مراعاة شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع

الجدول رقم 47: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	81	19.0
موافق	248	58.1
محايد	62	14.5
غير موافق	26	6.1
غير موافق بشدة	10	2.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 58.1% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 19.0% ثم فئة محايد بنسبة 14.5% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.1% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 2.3%.

هذه القيم الاجتماعية محل اهتمام كل المجتمعات ثقافات سياساتها وحتى دياناتها، حيث يعتبر التكافل والتضامن قيمتان أساسيتان هو ما تراعيه شبكات التواصل الاجتماعي في محتوياتها بغرض التحسيس بهذه القيمة وتجنيد الأفراد لاكتساب مثل هذه السلوكيات الإيجابية وهوما وافقت عليه معظم مفردات العينة بنسبة تقارب 80%.



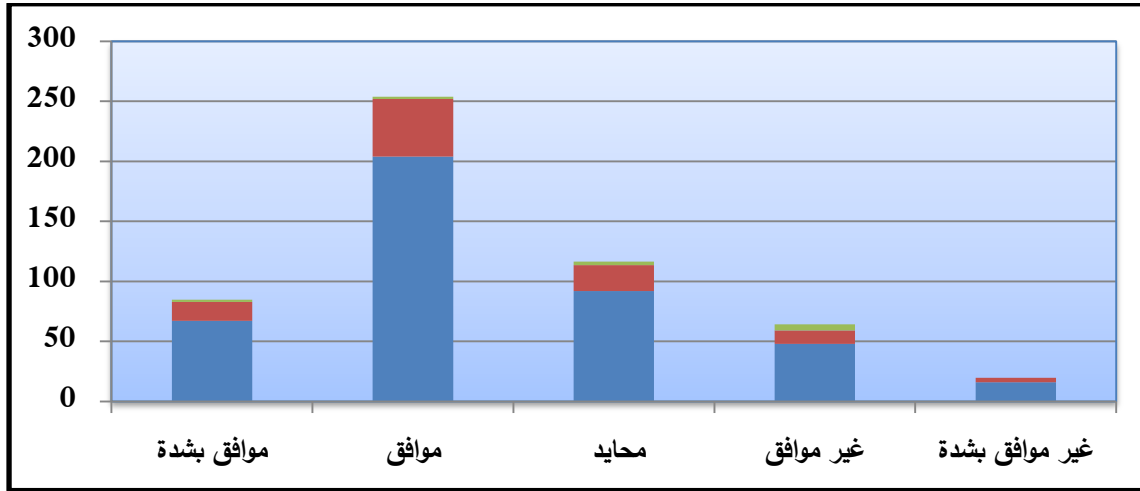
الشكل رقم 41: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي

الجدول رقم 48: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	67	15.7
موافق	204	47.8
محايد	92	21.5
غير موافق	48	11.2
غير موافق بشدة	16	3.7
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين حث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 47.8% تليها فئة محايد بنسبة 21.5% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 15.7% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 11.2% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.7%.

هذه الأرقام المتباينة تعكس رؤية الفرد لنظامه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي فنسبة 63.5% التي توافق على هذا الطرح حيث تؤكد على المطلب التاريخي الذي عكسته أنماط التفكير القديمة لتجسيد هذه القيمة الهادفة التي تعبر عن توازن المجتمع التي تجلت بعد الثورة الفرنسية وأصبحت مطلبا جماهيريا عالميا هذا ما بينته نماذج الاعلام الجديد في سياستها التواصلية.



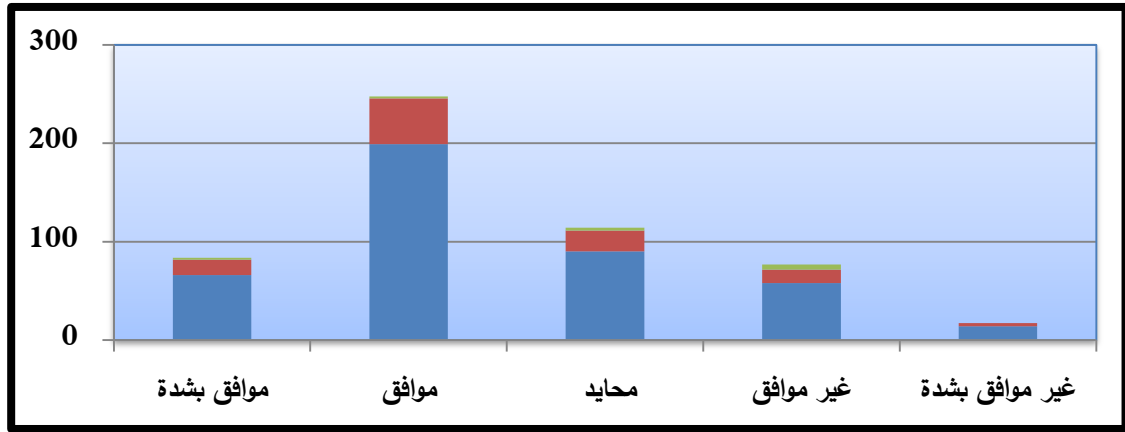
الشكل رقم 42: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية

الجدول رقم 49: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	66	15.5
موافق	199	46.6
محايد	90	21.1
غير موافق	58	13.6
غير موافق بشدة	14	3.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 46.6% تليها فئة محايد بنسبة 21.1% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 15.5% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 13.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.3%.

ان موافقة 62,1% على ظهور وتداول مثل هكذا قيم على نطاق واسع داخل شبكات التواصل الاجتماعي كدليل على أهمية هذين القيمتين في الحفاظ على تماسك المجتمع وفقا لسلم هرمي تحدد فيه الأدوار وترعى فيه الحقوق ويساعد على تجنب الكثير من الظواهر السلبية التي تكمل على تكوين اختلالات دخيلة لذلك التواصل الافتراضي وفقا لمفردات هذه العينة فضاء لتكريس القيم الإيجابية التي تشجع على المواطنة وتحقق الرفاه الاجتماعي.



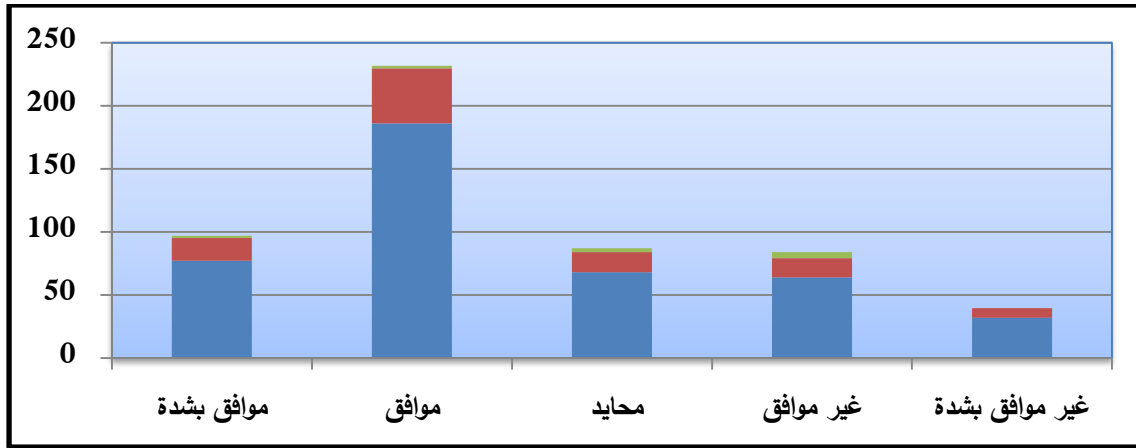
الشكل رقم 43: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع

الجدول رقم 50: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	77	18.0
موافق	186	43.6
محايد	68	15.9
غير موافق	64	15.0
غير موافق بشدة	32	7.5
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 43.6% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 18.0% ثم فئة محايد بنسبة 15.9% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 15.0% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 7.5%.

حتى وان أبدت 22,5% عن عدم موافقتها لهذا الطرح والتزم البعض بالحياد فالواقع الاجتماعي يؤكد ان الأسرة الجزائرية تتبنى الطرائق ونماذج التنشئة الاجتماعية التي تروج لها شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بتوافر مختصين في تواصل افتراضي يُعلمون الآباء أحدث طرق التنشئة الاجتماعية الإيجابية والفعالة للأبناء في محيطهم الأسري بالإضافة طرح هذه الشبكات خبرات وتجارب للكثير من المجتمعات التي لها باع كبير في هذا المجال.



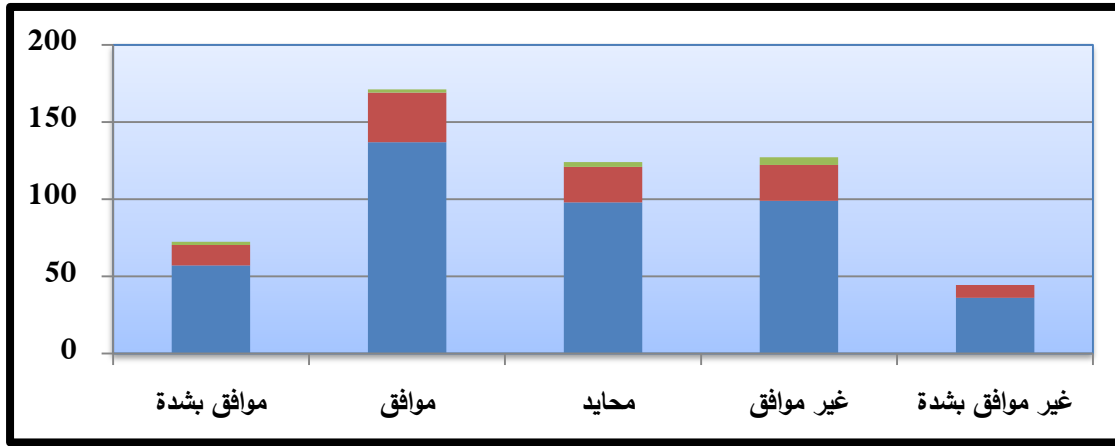
الشكل رقم 44: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية

الجدول رقم 51: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	57	13.3
موافق	137	32.1
محايد	98	23.0
غير موافق	99	23.2
غير موافق بشدة	36	8.4
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 32.1% تليها فئة محايد بنسبة 23.0% ثم فئة غير موافق بنسبة 23.2% وتأتي فئة موافق بشدة بنسبة 13.3% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 8.4%.

تباينت هذه الأرقام وأكدت على ظهور اختلالات داخل وظائف الأسرة ما يعكس تأثير الاستخدامات المفرطة لهذه الشبكات على دور ووظيفة كل فرد داخل الأسرة وشجعت في بروز فتور في العلاقات العائلية وهو ما أكدته الأرقام الإحصائية ويؤشر على ضرورة دق ناقوس الخطر كون توازن النسق الأسري مرتبط بمدى الالتزام بالأداء الوظيفي لعناصرها.



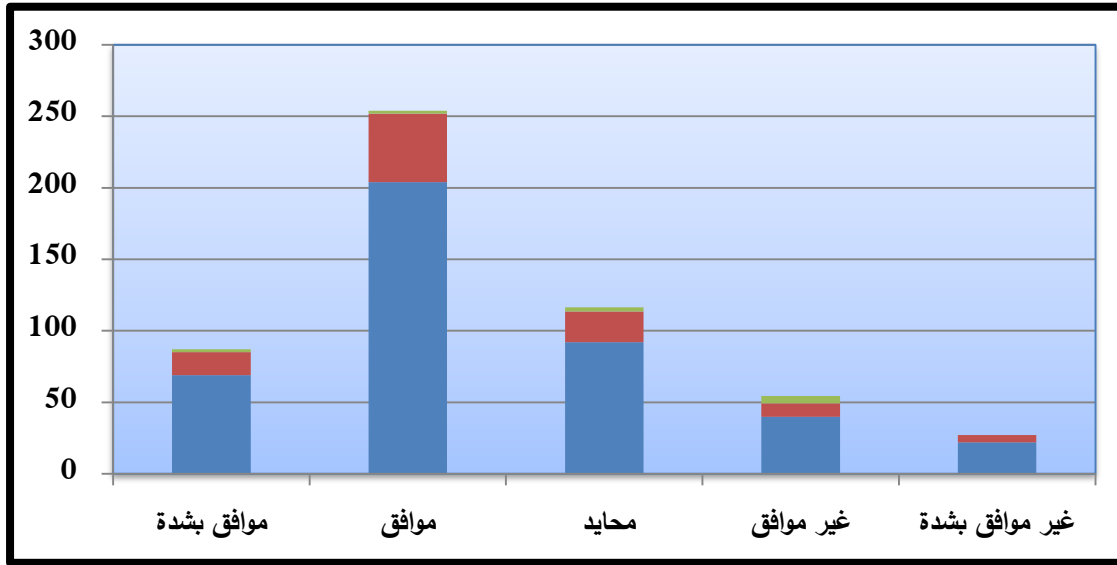
الشكل رقم 45: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة

الجدول رقم 52: يبين توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	69	16.2
موافق	204	47.8
محايد	92	21.5
غير موافق	40	9.4
غير موافق بشدة	22	5.2
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين ترسيخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 47.8% تليها فئة محايد بنسبة 21.5% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 16.2% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 9.4% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 5.2%.

من خلال اجابات مفردات العينة بالموافقة على هذا الطرح بنسبة 64% خير دليل على أن مضامين هذه الشبكات تراعي الكثير من الخصوصيات الاجتماعية ومن تم توجه مضامينها لتبيان كل الأشياء التي تعزز الشعور بالانتماء للمجتمع وذلك من خلال العروض المتواصلة لسياقات التاريخية لهذه المجتمعات وحتى يبقى الفرد على اطلاع واسع بالمراحل التاريخية التي مر بها مجتمعة وبالتالي المحافظة على هذه المكتسبات. من جهة أخرى فان المحايد بنسبة 21,5% التي تشكل حوالي 25% من مفردات العينة يبقوا يضعون حدود فاصلة بين التوجه العام لهذه الشبكات والاحساس بالانتماء، مقابل 14,6% الذين يقفون على الحد النقيض ولا يوافقون على هذا الطرح كون الإحساس بالانتماء هو خيار ذاتي نفسي الا أن شبكات التواصل الاجتماعي لها استراتيجيات وأهداف تمس المجتمعات سواء على المدى المتوسط أو البعيد.



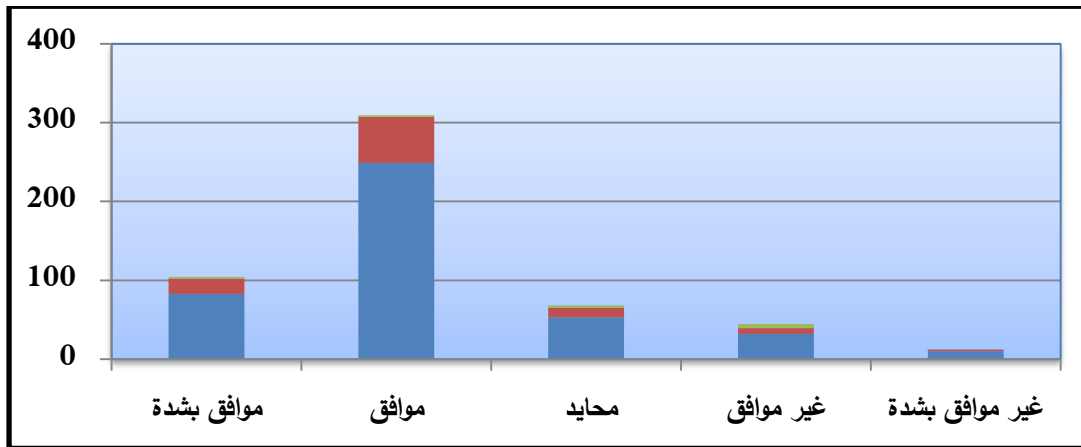
الشكل رقم 46: يبين توزيع أفراد العينة حسب ترسيخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء

الجدول رقم 53: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	83	19.4
موافق	249	58.3
محايد	53	12.4
غير موافق	32	7.5
غير موافق بشدة	10	2.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 58.3% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 19.4% ثم فئة محايد بنسبة 12.4% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 7.5% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 2.3%.

ان الشيء الذي لا يختلف فيه اثنان هو أن المشكلات الاجتماعية لها روااسب تاريخية الا أن توصيفها مرتبط بالتحويلات التي تعرفها المجتمعات حتى أن أسبابها ودوافعها تبقى مرتبطة بهذه المجتمعات وأنظمتها وهو ما جعل هذه المشكلات أهم محتويات شبكات التواصل الاجتماعي لما لها من بعد اجتماعي يسعى من خلاله المتخصصون والمهتمون لإيجاد آليات عملية للحد منها والتحكم فيها وهذا ما اجابت عليه معظم مفردات العينة بنسبة 77,7%.

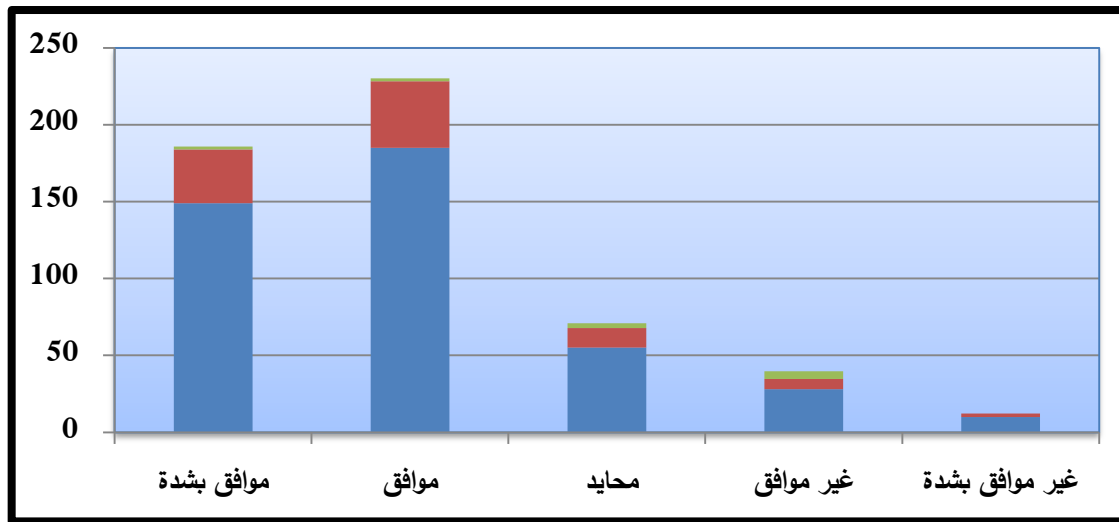


الشكل رقم 47: يبين توزيع أفراد العينة حسب تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع

الجدول رقم 54: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين

النسبة	التكرار	الفئة
34.9	149	موافق بشدة
43.3	185	موافق
12.9	55	محايد
6.6	28	غير موافق
2.3	10	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 43.3% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 34.9% ثم فئة محايد بنسبة 12.9% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 2.3%. هذه الأرقام لا تترك مجالاً لشك كون عملية استقطاب المستخدمين لها كم كبير لا يكون الا من خلال أولئك الذين لديهم قدرة على توجيه المشاهد والمجتمع على حد سواء ومن تم استعمال المؤثرين المتخصصين لما لهم من كاريزما وقوة الشخصية والتكوين والمؤهلات ما يسمح لهم بالتأثير في المستخدمين وهو ما أكدته نسبة 78,2% .

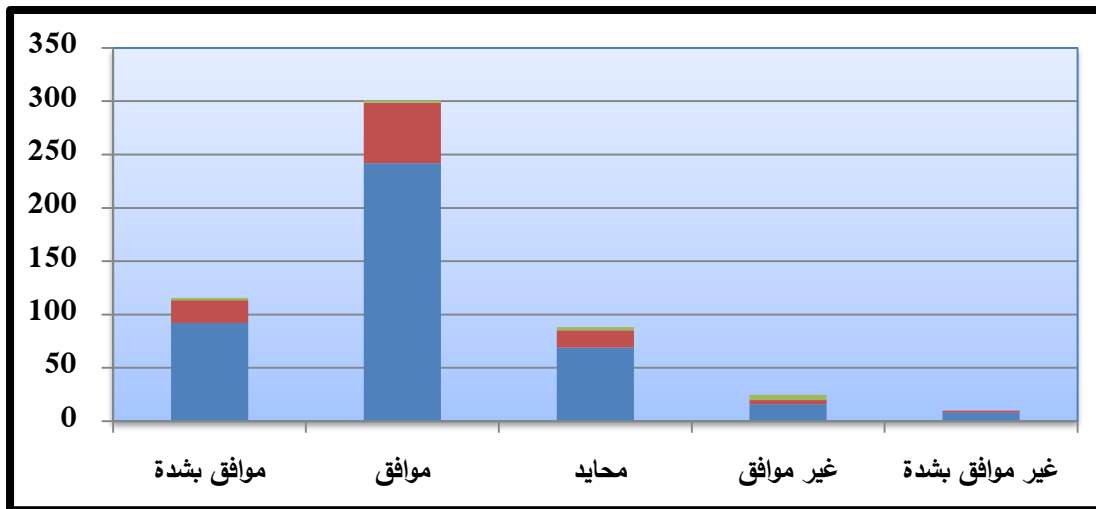


الشكل رقم 48: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين

الجدول رقم 55: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد

النسبة	التكرار	الفئة
21.5	92	موافق بشدة
56.7	242	موافق
16.2	69	محايد
3.7	16	غير موافق
1.9	8	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 56.7% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 21.5% ثم فئة محايد بنسبة 16.2% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 3.7% في الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 1.9%. هذا ما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي هي حقيقة فضاءات لتفاعل والتواصل الايجابيين تجاه كل قيمة إيجابية يعرفها المجتمع لذلك دأبت هذه الشبكات التركيز على عمليات التحسين والتجنيد تجاه كل القضايا التي تهم الفرد والمجتمع وتعمل على استقرارهما خاصة كل ما ارتبط بالمساندة والتأييد والتضامن والتكافل من أجل مجتمع مستقر مكتفي خالي من أي مشكلات مرضية.



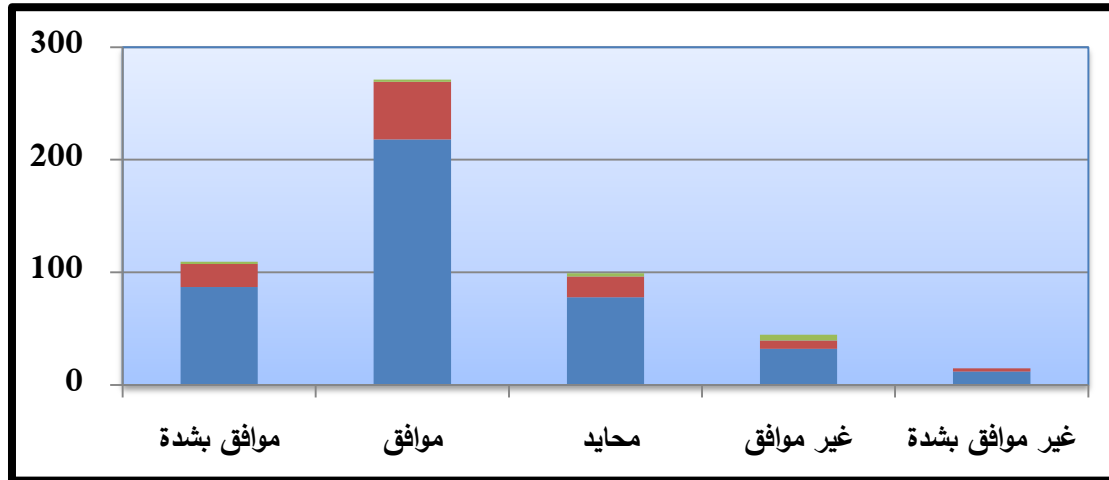
الشكل رقم 49: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد

الجدول رقم 56: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية

النسبة	التكرار	الفئة
20.4	87	موافق بشدة
51.1	218	موافق
18.3	78	محايد
7.5	32	غير موافق
2.8	12	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 51.1% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 20.4% ثم فئة محايد بنسبة 18.3% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 7.5% في الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 2.8%.

حتى وان أخذت العائلات أبعاد جديدة في سلوكياتها اليومية خاصة في كل ما ارتبط بالمناسبات والاحتفالات، فالجو التفاعلي كقيمة إيجابية عكفت عليها شبكات التواصل الاجتماعي حتى أحيانا في البث المباشر لتوحي بمدى وجود لحة أسرية أساسها علاقات إيجابية، ضف إلى ذلك هناك تقاسم للجو الاحتفالي مع أولئك الذين تعذر عليهم الحضور وهذا ما أكدته مفردات العينة بنسبة 71,5%.

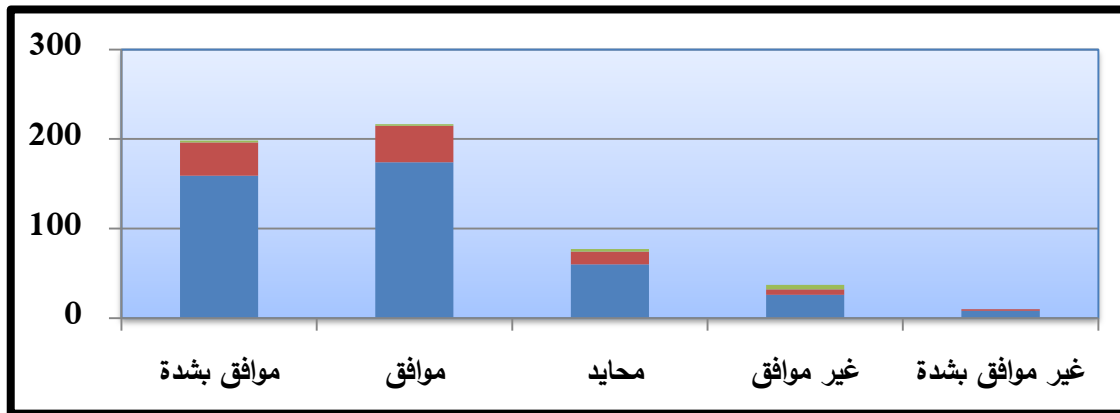


الشكل رقم 50: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية

الجدول رقم 57: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	159	37.2
موافق	174	40.7
محايد	60	14.1
غير موافق	26	6.1
غير موافق بشدة	8	1.9
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 40.7% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 37.2% ثم فئة محايد بنسبة 14.1% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.1% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 1.9%. هذه الأرقام تؤكد على ضرورة مواكبة هذا التحول الذي عرف عالم الاتصال خاصة فيما ارتبط بجانبه العلائقي لذلك حرصت شبكات التواصل الاجتماعي على تكوين علاقات افتراضية لا تؤمن بالحدود الجغرافية ولا بالمجالات الزمانية والمكانية فقلصت المسافات وكونت لعلاقات على اختلاف اللغات والجنسيات والمعتقدات وهو ما أكدته غالبية عينة الدراسة بنسبة 77،9% في حين نسبة ترفض مثل هذا الطرح وتعتبر أن العلاقات الواقعية أكثر عمقا وأكثر ثمانية في النسيج الاجتماعي في حين العلاقات الافتراضية ليست لها روابط ولا قوانين الاجتماعية تحدد طبيعتها والتزمت نسبة 14،1% الحياد كون لكل من العلاقات الافتراضية والواقعية خصوصية ومجال معين.



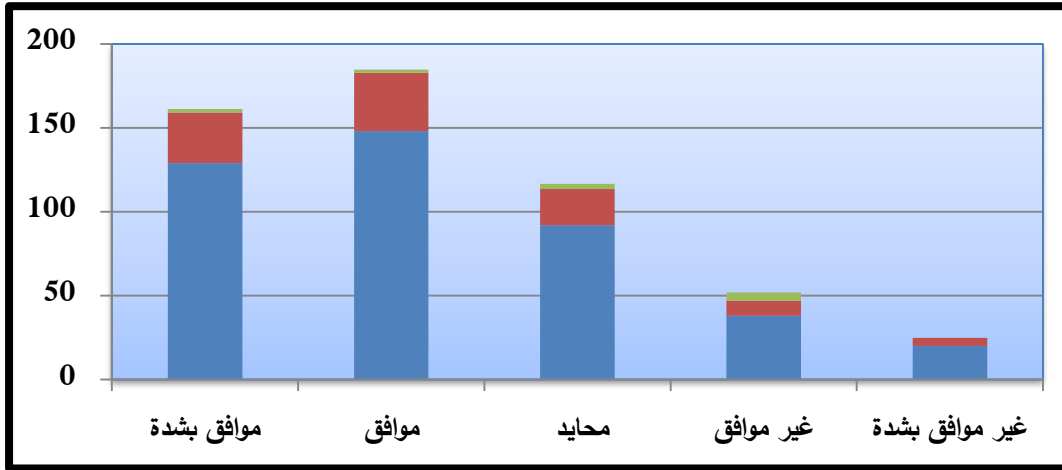
الشكل رقم 51: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية

الجدول رقم 58: يبين توزيع أفراد العينة حسب اشعار شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع

النسبة	التكرار	الفئة
30.2	129	موافق بشدة
34.7	148	موافق
21.5	92	محايد
8.9	38	غير موافق
4.7	20	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تُشعر الفرد بالعزلة داخل المجتمع ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 34.7% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 30.2% ثم فئة محايد بنسبة 21.5% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 8.9% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 4.7%.

ان نسبة 64,9% التي تؤكد شعور الفرد بالعزلة داخل المجتمع جراء استخدامات الفضاء الأزرق بين الكثير من الفروقات في شتى مجالات الحياة بين معظم المجتمعات، فواقع هذه الأخيرة يعكس كبيعة أنظمتها الاجتماعية والاقتصادية بما يحقق الاكتفاء والرفاه الاجتماعي، فالتطلع على الواقع المعيشي في الكثير من المجتمعات المتطورة يشعر الفرد في الدول النامية بالعزلة عن هذا العالم والذي غالبا ما تكون انعكاساته سلبية على نفسية الفرد وتطلعاته مما يتسبب في عزله ورفضه لواقعه اليومي وهو ما أكدته نسبة 64,7% من مجموع مفردات العينة، فيما ارتأت نسبة 13,6% أن هناك قوانين طبيعية تحطم المجتمعات إما متطورة وإما نامية والنامية تسعى أن تكون متطورة وبالتالي الإحساس بالعزلة من خلال الاطلاع عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن العالم الآخر لا يعبر عن واقع الفرد داخل مجتمعه. فيما التزم 21,5% الحياد كدليل آخر أن التطلع على الآخر وما وصل اليه من تقدم ورقي لا يشعر الفرد حتما بالعزلة، وربما يكون بمثابة حافز لتقليد كل ما هو إيجابي للنهوض بالمجتمعات النامية.



الشكل رقم 52: يبين توزيع أفراد العينة حسب اشعار شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع

المحور الخامس: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية

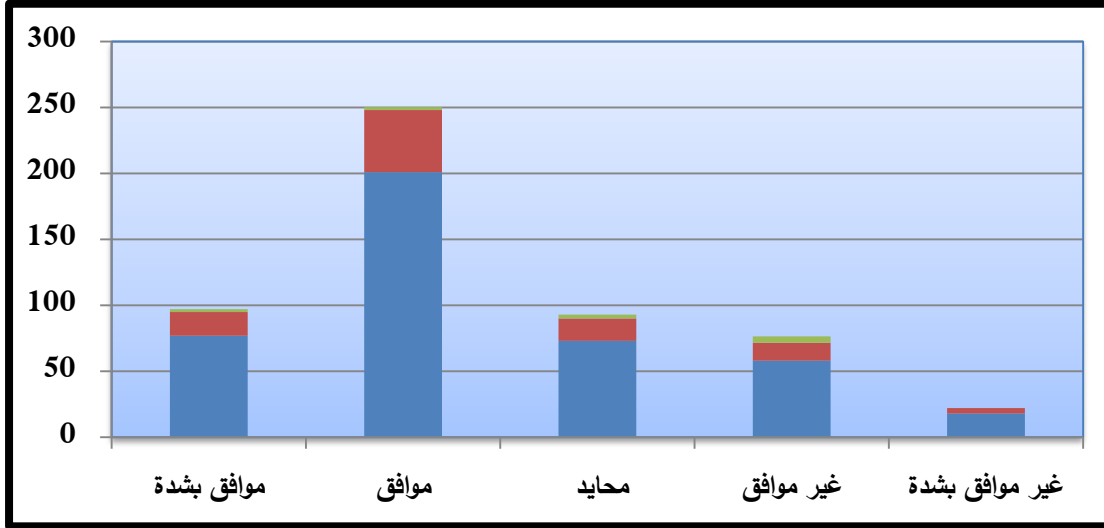
الجدول رقم 59: يبين توزيع أفراد العين حسب حفاظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة

النسبة	التكرار	الفئة
18.0	77	موافق بشدة
47.1	201	موافق
17.1	73	محايد
13.6	58	غير موافق
4.2	18	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين حفاظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 47.1% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 18.0% ثم فئة محايد بنسبة 17.1% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 13.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 4.2%.

هذه الأرقام تؤكد أن الاستراتيجية التي تتبناها هذه الشبكات تعمل على استقطاب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، وما تنوع لعات صفحاتها وإمكانية الإبحار في جغرافيتها لدليل كبير على أنها تعمل على

اشباع حاجات المستخدمين على اختلاف ألسنتهم وهو ما أكدته نسبة 65,1% الذين عبروا عن موافقتهم لهذا الطرح حتى أن هناك من خلال استخدامات هذا الفضاء فرص تغيير اللغات بغية فهم ثقافات وخصوصيات تلك المجتمعات التي تستخدم لغات غير لغات الآخر.



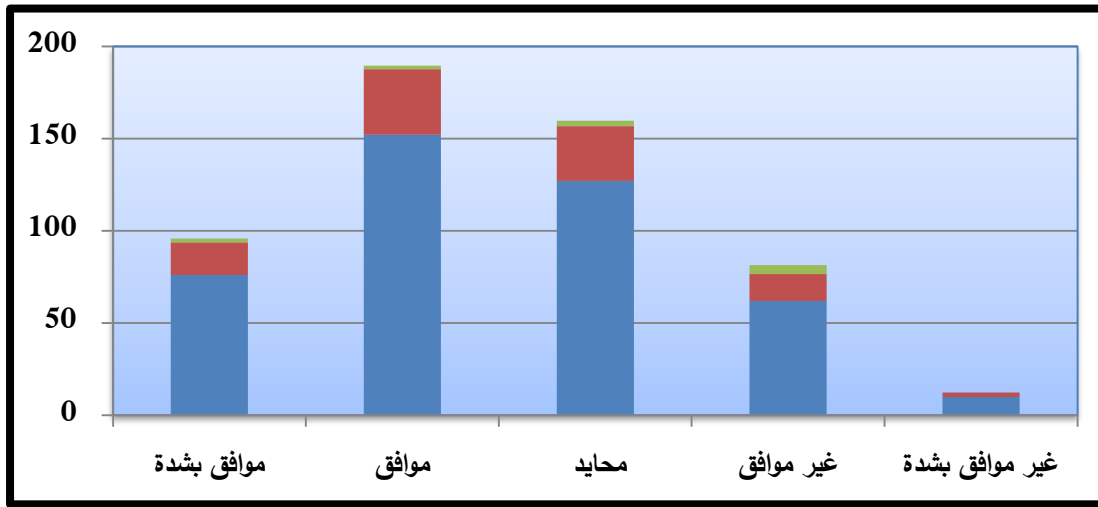
الشكل رقم 53: يبين توزيع أفراد العين حسب حافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة

الجدول رقم 60: يبين توزيع أفراد العينة حسب احداث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية

النسبة	التكرار	الفئة
17.8	76	موافق بشدة
35.6	152	موافق
29.7	127	محايد
14.5	62	غير موافق
2.3	10	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين احداث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 35.6% تليها فئة محايد بنسبة 29.7% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 17.8% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 14.5% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 2.3%.

هذه الأرقام الإحصائية تؤكد محاولات مضامين هذه الشبكات المساس والهوية الوطنية وذلك عن طريق عرض الكثير من البرامج التي توحى في ظاهرها نوع من التواصل الثقافي ولكن من باطنها تسعى إلى تغيير ثقافتها وخصوصيتها المرتبطة تجاهها نحو وطنيتها وقيمها التي لها ارتباطات تاريخية تعزز ضرورة التمسك بالهوية في ظل العالم الافتراضي الذي لا يؤمن بالمجالات الزمكانية ويحاول تحقيق تلك الشمولية أحادية الاتجاه تصب فيما يعبر عنه بالغزو الثقافي وفرض نمط واحد يؤثر على كل المقومات الوطنية حتى وان اتخذ أبعاد أخرى بمصطلحات أخرى كالتواصل والانفتاح كلها مصطلحات تعكس واقع هذه الشبكات.



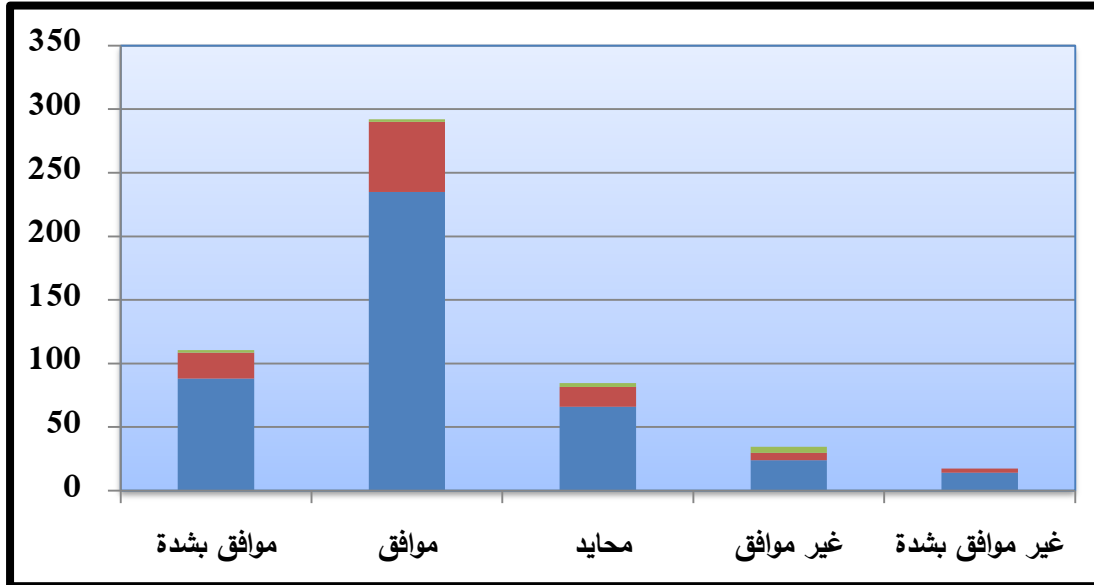
الشكل رقم 54: يبين توزيع أفراد العينة حسب أحداث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية

الجدول رقم 61: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية

النسبة	التكرار	الفئة
20.6	88	موافق بشدة
55.0	235	موافق
15.5	66	محايد
5.6	24	غير موافق
3.3	14	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 55.0% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 20.6% ثم فئة محايد بنسبة 15.5% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 5.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.3%.

مما لا يدعو لشك فان محتويات هذه الفضاءات الافتراضية ذات طابع اعلامي ومن تم تسعى لتبيان ثقافات المجتمع من خلال تمسكها بعاداتها وتقاليدها وأعرافها وحتى كيفية المحافظة عليها وهذا ما تم تأكيده بنسبة 75,6% من مجموع مفردات العينة الذين وافقوا على هذا الطرح، في حين تم تسجيل 8,9% ممن عبروا عن عدم موافقتهم وذلك أسباب سوسيوثقافية من جهة واقتصادية من جهة أخرى خاصة وأن هذه السياقات سعت إلى تكريس قناعات لدى المجتمعات النامية إلى ضرورة التقيد بها بما خلفته ثقافة المستعمر في حين التزمت نسبة 15,5% الحياد لعدم وجود تقاطعات بين المجتمعات التي تنتمي اليها هذه الشبكات والمجتمعات التي تستخدمها.



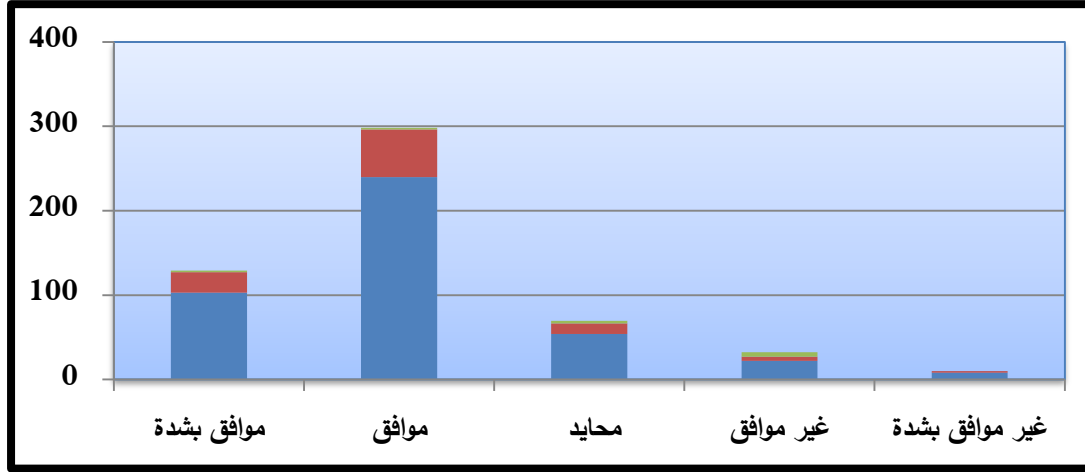
الشكل رقم 55: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية

الجدول رقم 62: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تتضمن تنوعاً ثقافياً من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين

النسبة	التكرار	الفئة
24.1	103	موافق بشدة
56.2	240	موافق
12.6	54	محايد
5.2	22	غير موافق
1.9	8	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تتضمن تنوعاً ثقافياً من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 56.2% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 24.1% ثم فئة محايد بنسبة 12.6% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 5.2% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 1.9%.

ان نسبة 80,3% التي وافقت هذا الطرح تعكس نظرتها الموضوعية تجاه مضامين هذه الشبكات التنوع الثقافي هو قيمة إيجابية تسمح بالتطلع على الآخر في كل بعد من أبعادها، حتى وان كانت هناك قواسم مشتركة بين الكثير من المجتمعات في ثقافتها المحلية وبروز نوع من السبق لتأكيد الكثير من الممارسات الثقافية وأحقيتها في الموروثات قبل الآخر لأسباب غالباً ما ارتبطت بثقافة المستعمر، ومن تم أصبحت هذه الشبكات منابر للتعريف بالعادات والتقاليد والتراث المادي واللامادي لتأكيد الخصوصيات الثقافية لهذه المجتمعات.



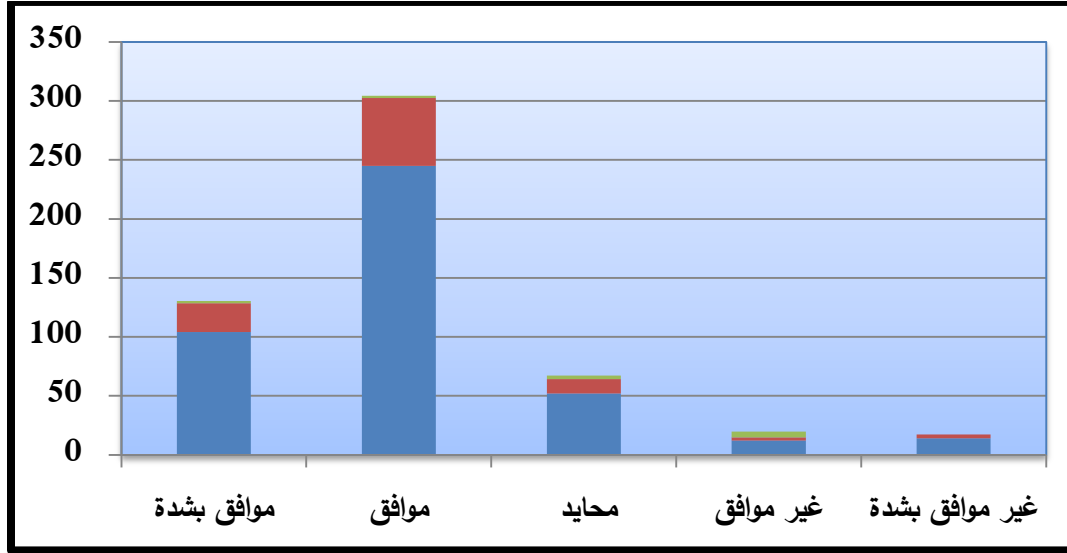
الشكل رقم 56: يبين توزيع أفراد العينة حسب تضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعاً ثقافياً من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين

الجدول رقم 63: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافي المحلي والعالمي

النسبة	التكرار	الفئة
24.4	104	موافق بشدة
57.4	245	موافق
12.2	52	محايد
2.8	12	غير موافق
3.3	14	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافية المحلي والعالمي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 57.4% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 24.4% ثم فئة محايد بنسبة 12.2% وتأتي فئة غير موافق بشدة بنسبة 3.3% وفي الاخير فئة غير موافق بنسبة قدرت بـ 2.8%. ان سمة هذه الشبكات هي العالمية وفكرة التفاعل والتواصل هي هدفها الأول والأخير وبالتالي التبادل والتواصل الثقافيين ومحليين والعالميين هي قيمة إيجابية تسمح للفرد الولوج إلى عمق المجتمعات والتطلع على خصوصيتها الثقافية وحتى محاولة تلك الثقافات المحلية إلى العالمية عن طريق استخدام

تقنيات وقوالب ذات بعد اقناعي تأثيري يحتم على الآخر التطلع ومتابعة ثقافات هذه المجتمعات وهو في حالة من الرضا النفسي لهذ فالفضاء الأزرق عموما استطاع تكوين الكثير والكثير من العلاقات الافتراضية في اطار تبادلات ثقافية لا تؤثر عليها الحدود الجغرافية كل هذا الطرح أكدته غالبية مفردات العينة بنسبة 81،8% في حين عارضت نسبة 6،1%.



الشكل رقم 57: يبين توزيع أفراد العينة حسب تشجيع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافي المحلي والعالمي

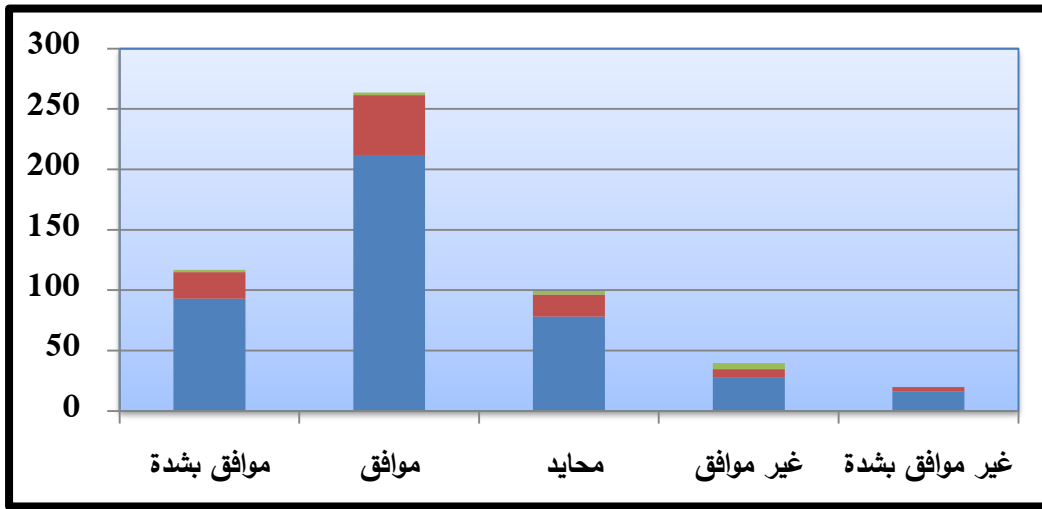
الجدول رقم 64: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	93	21.8
موافق	212	49.6
محايد	78	18.3
غير موافق	28	6.6
غير موافق بشدة	16	3.7
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين ورواده ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة

موافق بنسبة 49.6% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 21.8% ثم فئة محايد بنسبة 18.3% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 6.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.7%.

فنظرا لغياب آليات رقابية وتطبيقات وقائية وعدم القدرة في التحكم في أعمار المستخدمين وتكوينهم وثقافتهم هو ما دفع بنسبة 71،4% إلى تأكيد هذه القيمة التي تنمي عن عقلا واعى حكيم يستطيع انتقاء ما هو ضروري لإشباع حاجاته الثقافية والابتعاد عن كل ما بإمكانه احداث اختلالات في نظامه الثقافي خاصة كثرة وتنوع البرامج التي يمكن أن تتضمنها هذه الشبكات خاصة تلك التي تمس بعض الطابوهات عند الآخر.



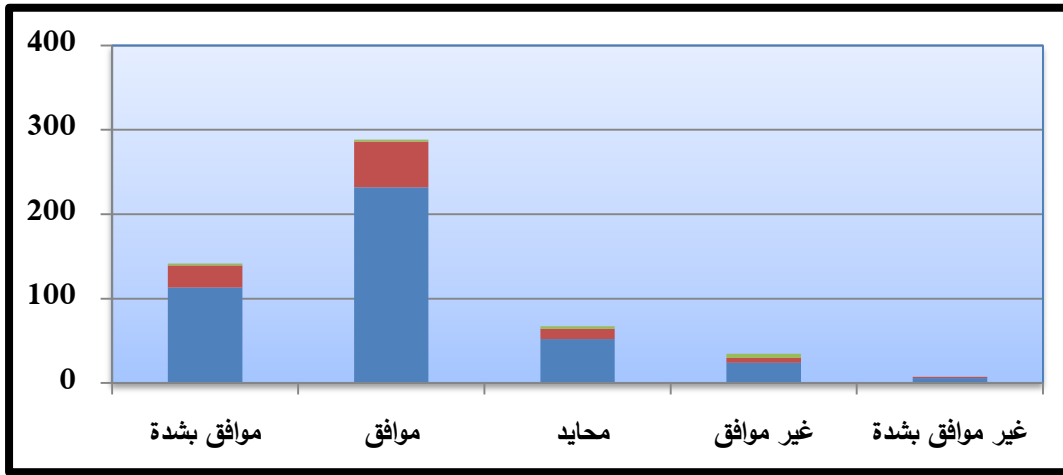
الشكل رقم 58: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها

الجدول رقم 65: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	113	26.5
موافق	232	54.3
محايد	52	12.2
غير موافق	24	5.6
غير موافق بشدة	6	1.4
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 54.3% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 26.5% ثم فئة محايد بنسبة 12.2% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 5.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 1.4%.

مرة أخرى تؤكد غالبية مفردات العينة 80.8% أن هذه الفضاءات تمكن الكثير من المستخدمين من نشر ثقافتهم المحلية والحديث عن الثقافة المحلية يجرنا حتما للحديث عن التراث المادي واللامادي سواء ارتبطت بمحميات مادية أو غير مادية مرتبطة بالغناء والرقص والمسرح وكل أنواع الأطباق المحلية بالإضافة إلى تباين كيفية ممارستها لطقوسها الخاصة بالعادات والتقاليد.



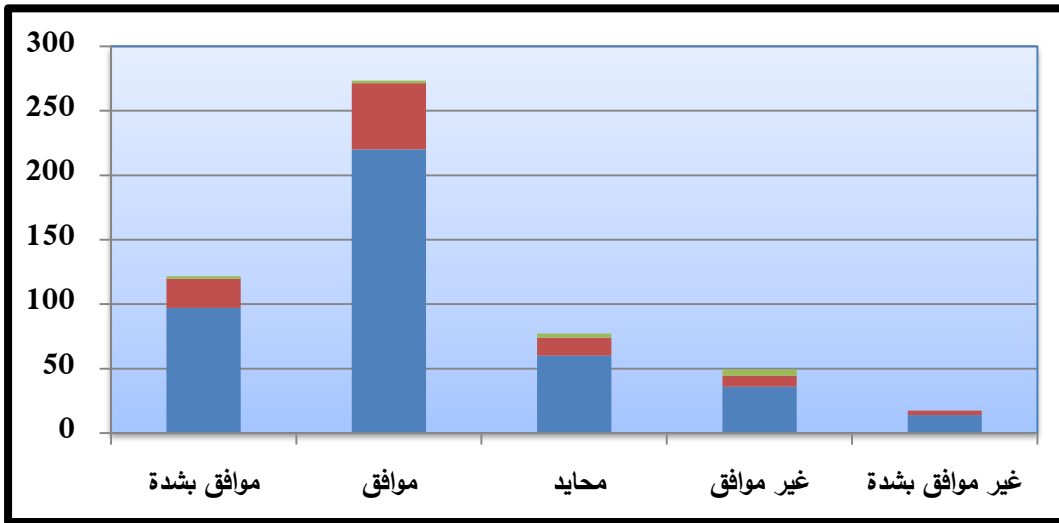
الشكل رقم 59: يبين توزيع أفراد العينة حسب عمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها

الجدول رقم 66: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي تهدف لحماية التراث المادي والاعتزاز به

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	97	22.7
موافق	220	51.5
محايد	60	14.1
غير موافق	36	8.4
غير موافق بشدة	14	3.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي تهدف لحماية التراث المادي والاعتزاز به ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 51.5% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 22.7% ثم فئة محايد بنسبة 14.1% لتأتي فئة غير موافق بنسبة 8.4% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.3%.

لقد أصبحت هناك الكثير من الممارسات الجديدة في استقطاب السياح عن طريق استغلال شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالكثير من المناطق الأثرية التي تحمل أبعاد تاريخية تخلق نوع من الشغف لزيارتها ومن تم دأب الكثير من المؤثرين الاجتماعيين على استخدام الكثير من التقنيات باستخدام مؤثرات صوتية وفيديوهات تبين هذه الأماكن التي تعزز بعدها التاريخي وكيفية حمايته من العوامل الطبيعية التي يمكن أن تؤثر على هندسته، وقد نجحت حقيقة هذه الشبكات في التعريف بالكثير من المناطق التي يصعب التعرف عليها أو حتى الوصول إليها وأصبحت اليوم قبلة للكثير من السياح من مختلف بقاع العالم.

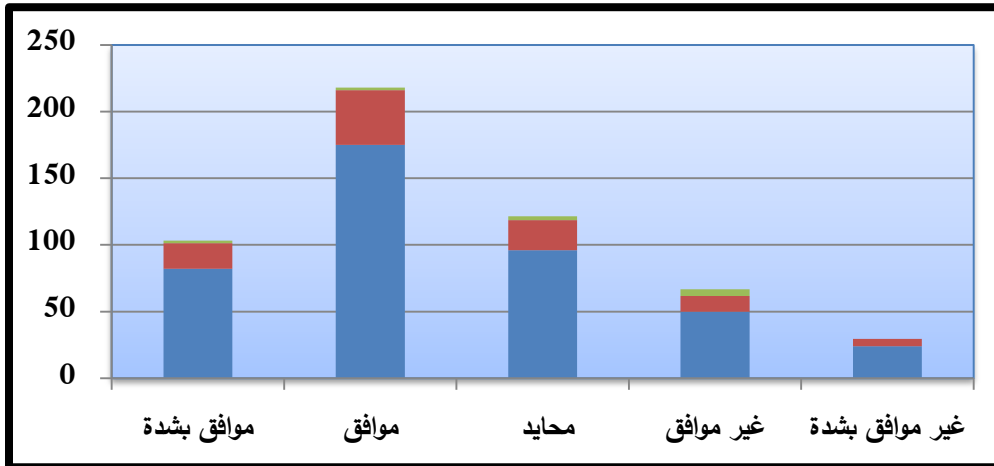


الشكل رقم 60: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي تهدف لحماية التراث المادي والاعتزاز به

الجدول رقم 67: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعبادات والتقاليد والأعراف

النسبة	التكرار	الفئة
19.2	82	موافق بشدة
41.0	175	موافق
22.5	96	محايد
11.7	50	غير موافق
5.6	24	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعبادات والتقاليد والأعراف ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 41.0% تليها فئة محايد بنسبة 22.4% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 19.2% لتأتي فئة غير موافق بنسبة 11.7% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 5.6%. تبقى هذه القيمة مرتبطة بالمستخدم فهو من يحاول تكريس ثقافة الالتزام والديمومة والاستمرارية في الحفاظ على هذه الموروثات من خلال حث أفراد مجتمعه بضرورة التمسك بها واحيائها في حينها، وبالتالي هذا التباين في الأرقام يعكس الاختلاف حول هذه القيمة الآن هذا الفضاء الأزرق بإمكانه التأثير في أفكار وسلوكيات مستخدميه، ومن تم إمكانية ابعادهم عن ممارسة طقوسهم بحكم هذا التحول الذي عرفه العالم حول التواصل الثقافي ومحاربة تمييع تلك الثقافات المحلية.



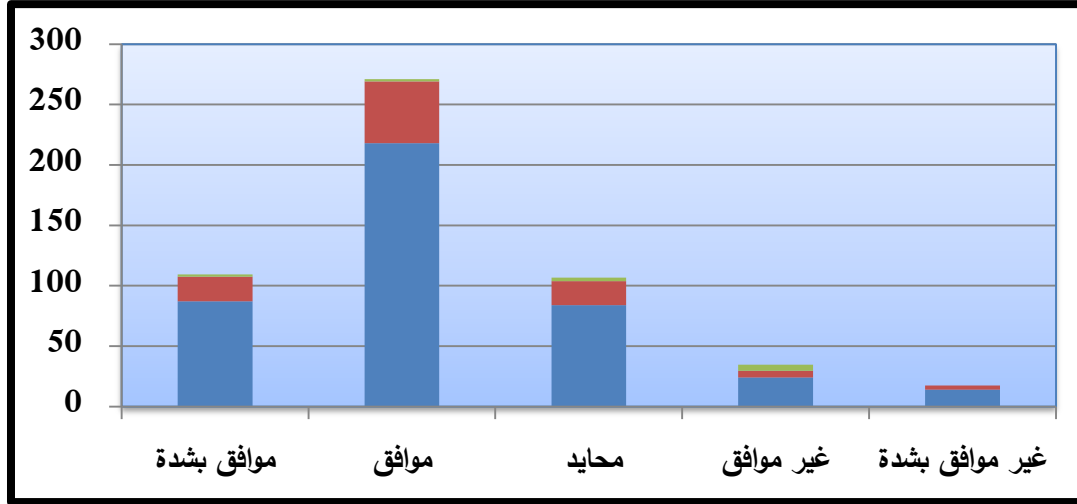
الشكل رقم 61: يبين توزيع أفراد العينة حسب حث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعبادات والتقاليد والأعراف

الجدول رقم 68: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد

النسبة	التكرار	الفئة
20.4	87	موافق بشدة
51.1	218	موافق
19.7	84	محايد
5.6	24	غير موافق
3.3	14	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 51.1% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 20.4% ثم فئة محايد بنسبة 19.7% لتأتي فئة غير موافق بنسبة 5.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.3%.

هذه الأرقام الإحصائية تعبر عن الاستخدام العقلاني لهذه الشبكات وبالتالي عدم اعتبار أن هذه الشبكات العالمية بمثابة السيف الجارف الذي تبني واعتماد آليات عملية تحافظ على ممارسة الطقوس المحلية الثقافية لأجل تكوين هوية ثقافية لا يمكن فصلها عن بعدها السوسيوثقافي وفي العموم تبقى مهمة المستخدم الذي عليه التثبيت بمقومات هويته ونشرها على نطاق واسع على أن يكون مستهدفها من قبل ثقافات أخرى وهذا من خلال ما أقرته نسبة 71,5% في حين أن المحايد بنسبة 19,7% يعتقدون حتما أن هناك حلقات مفقودة بين سياسة هذه الشبكات ومقومات هذه المجتمعات. وعلى هذا النقيض سجلت 8,9% التي تؤكد أن هذه الشبكات تعمل على طمس الهوية المحلية لا تشجع على ضرورة ممارسة الطقوس خلال المناسبات والأعياد.



الشكل رقم 62: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد

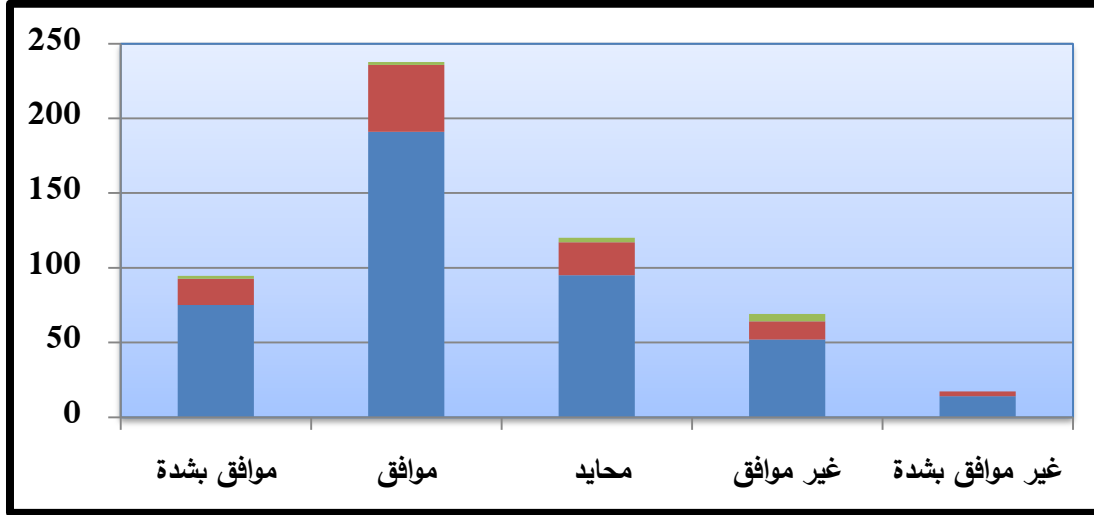
الجدول رقم 69: يبين توزيع أفراد العينة حسب اظهار شبكات التواصل الاجتماعي مدى تقيد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	75	17.6
موافق	191	44.7
محايد	95	22.2
غير موافق	52	12.2
غير موافق بشدة	14	3.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تُظهر مدى تقيد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 44.7% تليها فئة محايد بنسبة 22.2% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 17.6% لتأتي فئة غير موافق بنسبة 12.2% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 3.3%.

تبقى هذه الأرقام دائما تعكس مدى تثبت الفرد بأصالته وهويته الثقافية في ظل هذه الثقافة الغربية التي أصبح لها تأثير كبير في سلوك الافراد لذلك فنسبة 62,3% التي رافقت على هذه القيمة تستغل هذه

الفضاءات الافتراضية للتعريف باللباس التقليدي كأحد مقومات الأنثروبولوجيا الثقافية، فيما تجد 15,5% لم توافق على هذا الطرح وانطلقت من هذا الواقع المعيشي الذي يعكس مدى تأثر الأفراد بالثقافات الغربية وأصبحنا لا نرى اللباس التقليدي الا في القليل من المناسبات عند القلة القليلة من الأشخاص.



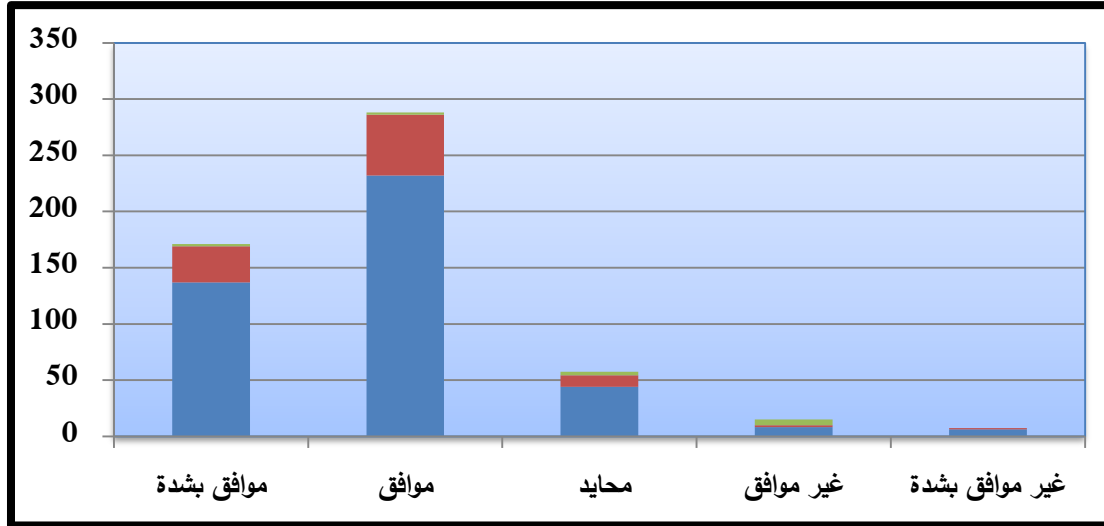
الشكل رقم 63: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تُظهر مدى تقييد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية

الجدول رقم 70: يبين توزيع أفراد العينة حسب انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي

النسبة	التكرار	الفئة
32.1	137	موافق بشدة
54.3	232	موافق
10.3	44	محايد
1.9	8	غير موافق
1.4	6	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 54.3% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 32.1% ثم فئة محايد بنسبة 10.3% لتأتي فئة غير موافق بنسبة 1.9% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 1.4%.

هذه الاحصائيات والتي تكاد تجمع على هذا الطرح بنسبة 86،4% تعتبر أن فكرة انشاء قنوات افتراضية خاصة بالطبخ وصناعة الحلويات للتعريف بكل ما هو محلي هو نوع من التنافس حول من له الأولوية والشرعية التاريخية في تبني مثل هذه العادات وهذا النوع من الأطباق التي أصبحت تصنف داخل منظمة اليونسكو ضف إلى ذلك فهي تعكس موروثات ثقافية تعبر عن خصوصية معينة والتي غالبا ما تكون لها أبعاد خافتها المستعمرات وتناقلتها الثقافات.



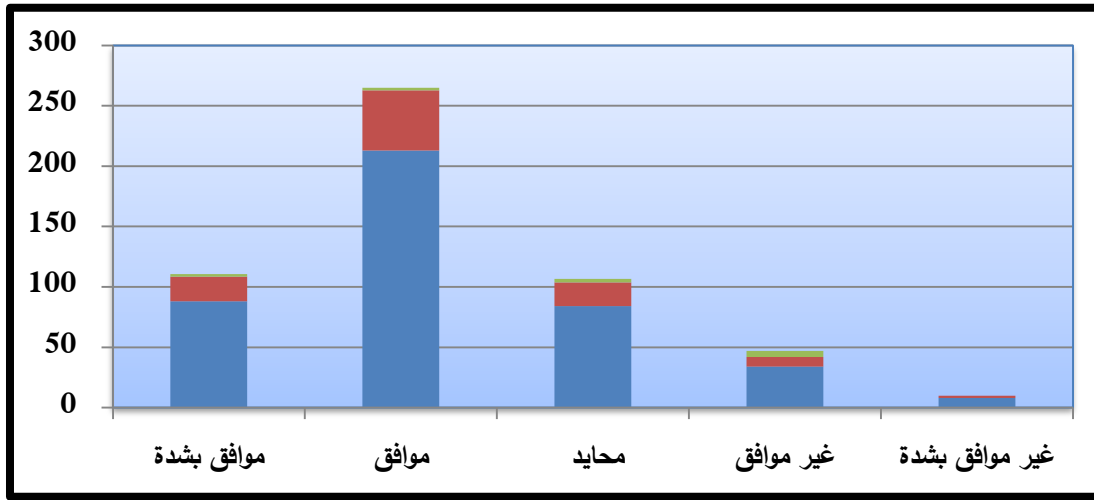
الشكل رقم 64: يبين توزيع أفراد العينة حسب انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي

الجدول رقم 71: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية

النسبة	التكرار	الفئة
20.6	88	موافق بشدة
49.9	213	موافق
19.7	84	محايد
8.0	34	غير موافق
1.9	8	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة في الجدول نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت

لصالح فئة موافق بنسبة 49.9% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 20.6% ثم فئة محايد بنسبة 19.7% وتأتي التالي فئة غير موافق بنسبة 48.0% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 1.9%. ان الحديث عن الفن الشعبي يوقفنا عند محطة أساسية هي أن واقع المجتمعات يمكن التعبير عليه من خلال الفن الشعبي الذي يعكس خبرات وتجارب الكثير لواقع مليء بالمظاهر السلبية فالفن الشعبي ليس نتاج تكوين أكاديمي علمي يدرس في الجامعات ولكنه تشخيص للهوية الثقافية المحلية غالباً ما تجده على لسان فئات شعبية توارثته عبر أجيال ويحمل توصيف فعلي لواقع الأفراد داخل المجتمعات، وهذا ما تجلى في احصائيات من وافقوا هذا الطرح بنسبة 71,5% لذلك يبقى الفن الشعبي سفير لثقافة المحلية ان أحست تداوله على نطاق واسع عبر شبكات التواصل الاجتماعي.



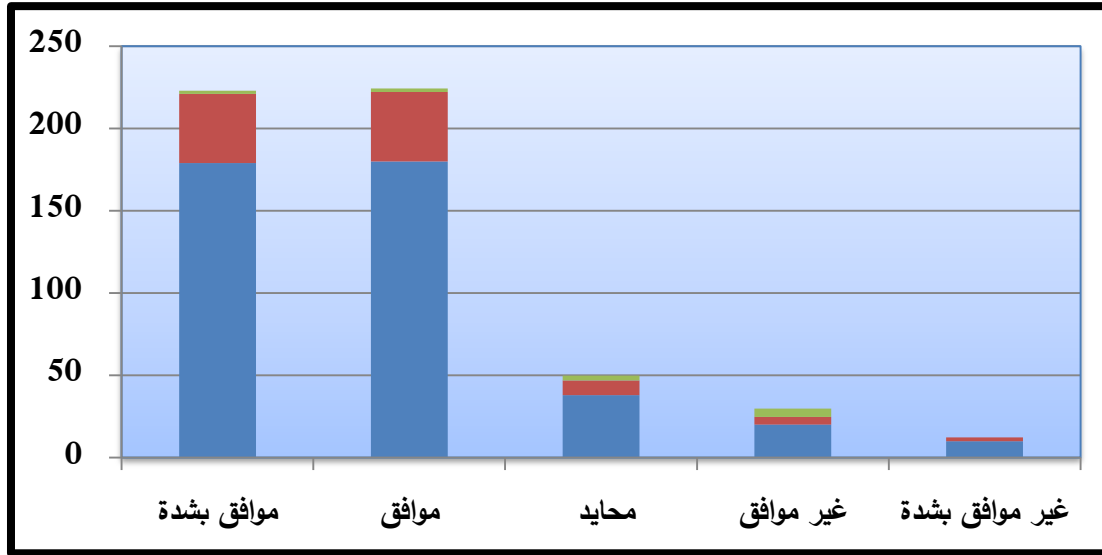
الشكل رقم 65: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية

الجدول رقم 72: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غربية والتي تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك.... الخ

الفئة	التكرار	النسبة
موافق بشدة	179	41.9
موافق	180	42.2
محايد	38	8.9
غير موافق	20	4.7
غير موافق بشدة	10	2.3
المجموع	427	100.0

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غربية تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 42.2% تليها فئة موافق بشدة بنسبة 41.9% ثم فئة محايد بنسبة 8.9% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 4.7% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 2.3%.

كل هذه الأرقام تكاد تجمع بنسبة 84،1% أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على سلوك الأفراد خاصة لدى فئات عمرية محددة غالبيتها شباب، ففي ظل ما يصطلح عليه بالتواصل الثقافي وكثرة البرامج والأفلام وعالم الموضة نجد الكثير من يرون في هذا العالم الاتصالي الجديد فرصة لمواكبة هذا التحول حتى في الأفكار والسلوك، وما واقع المجتمعات اليوم لخير دليل على ولوج تلك الثقافات الغربية في الممارسات اليومية وسلوك الكثير وانصهار الثقافات المحاية فيها.



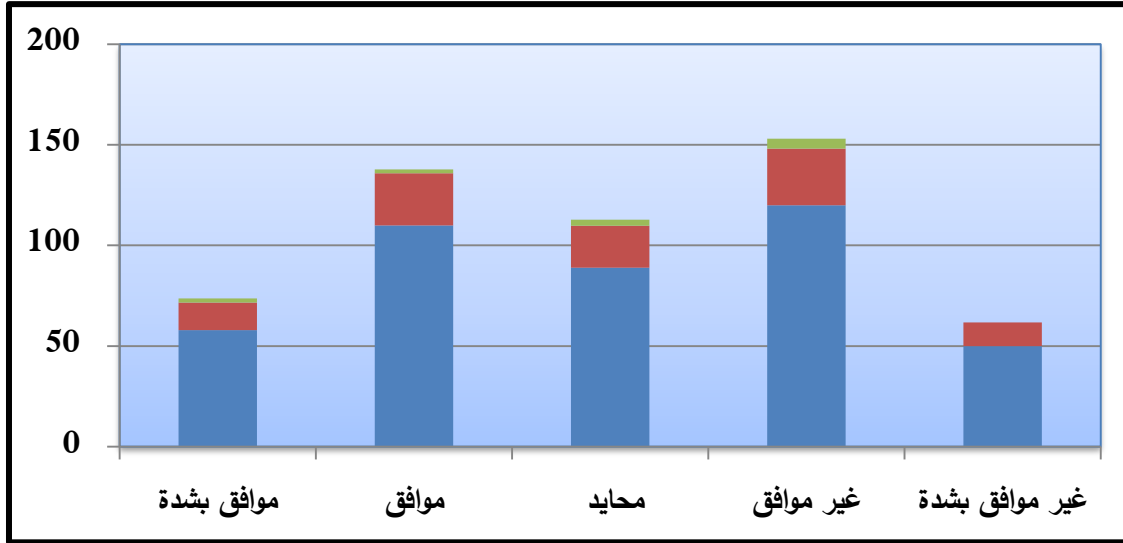
الشكل رقم 66: يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غربية والتي تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك.... الخ

الجدول رقم 73: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف

النسبة	التكرار	الفئة
13.6	58	موافق بشدة
25.8	110	موافق
20.8	89	محايد
28.1	120	غير موافق
11.7	50	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة غير موافق بنسبة 28.1% تليها فئة موافق بنسبة 25.8% ثم فئة محايد بنسبة 20.8% وتأتي فئة موافق بشدة بنسبة 13.6% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 11.7%.

هذا التباين في الأرقام الإحصائية يعبر عن مدى ضبابية الكثير من المفاهيم خاصة أنها تتجلى في أفكار أفراد المجتمع وبالتالي صعوبة تحديد المصطلح يبقى يحمل الكثير من الدلالات فهناك مجموعة كبيرة من الأفراد ترى أن من يتمسك بخصوصيته الثقافية في ظل هذه المجتمعات الافتراضية يعكس جمودها وعدم قبوله لهذا التحول الذي فرض على المجتمعات، حيث يعتبرونهم ذو أفكار رجعية ليست لهم القابلية لبناء علاقات افتراضية تمكن من التكيف مع هذا الواقع الجديد وهذا ما أكدته نسبة 39,4%. وعلى الحد النقيض عبرت نسبة 39,8% عن عدم موافقتها هذا الطرح وترى أن التمسك بالعادات والتقاليد هو مطلب جماهيري يمكن من مواجهة هذه الثقافات الغربية التي تستهدف عمق المجتمعات وتسعى إلى خلق الكثير من الاختلالات داخلها.



الشكل رقم 67: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف

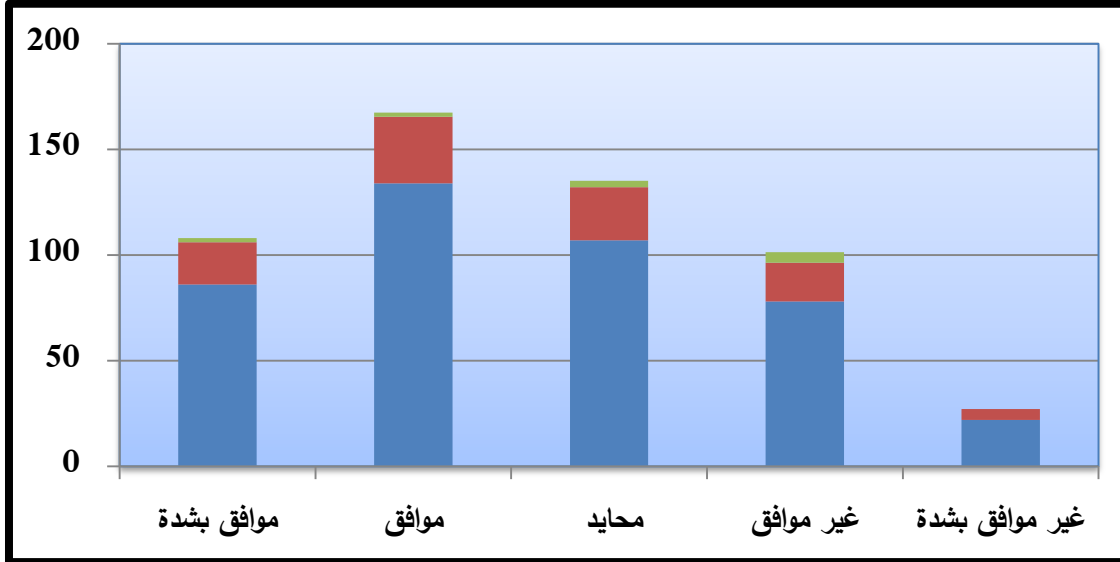
الجدول رقم 74: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية

النسبة	التكرار	الفئة
20.1	86	موافق بشدة
31.4	134	موافق
25.1	107	محايد
18.3	78	غير موافق
5.2	22	غير موافق بشدة
100.0	427	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين أن مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية ومن خلال الشواهد الكمية الواردة نرى ان نسبة اجابات فئات العينة كانت لصالح فئة موافق بنسبة 31.4% تليها فئة محايد بنسبة 25.1% ثم فئة موافق بشدة بنسبة 20.1% وتأتي فئة غير موافق بنسبة 18.3% وفي الاخير فئة غير موافق بشدة بنسبة قدرت بـ 5.2%.

هذه الاحصائيات وتباينها تعكس تلك العلاقة الارتباطية بين تكوين علاقات الافتراضية والمحافظة على الضوابط الثقافية وهو ما استلزم إعادة النظر في الكثير من المفاهيم هذا ما عكسته نسبة 51,5%

التي ترى في أن التحضر بمفهومه الحديث في ظل هذا العالم الافتراضي هو تعدي على الضوابط الثقافية خاصة وأن هذه الأخيرة هي تعبير عن ضمير جمعي يحدد كل ما هو مباح وكل ما هو محظور وما سلوكيات الأفراد التي تعتقد أنها متحضرة قد تجاوزت كل الخطوط الحمراء للهوية الثقافية.



الشكل رقم 68: يبين توزيع أفراد العينة حسب أن مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية

6-2- عرض النتائج:

6-2-1- عرض النتائج في ضوء الفرضيات:

6-2-1-1- عرض النتائج في ضوء الفرضية الأولى: تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية انطلاقاً من مخرجات spss 25 الخاصة بالفرضية الأولى والتي مفادها تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية وانطلاقاً من اعتمادنا على الأسلوب الكمي في التحليل من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذا مستوى الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية، من خلال العبارات الدالة على كبيعة العلاقة بين المتغيرين، حيث تم تسجيل ما يلي:

الجدول رقم 75: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية

الاتجاه العام	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية
موافق	2	.8096	4.04	1 تعمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية.
موافق	3	.8707	4.00	2 تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيره النبوية.
موافق	4	.8734	4.00	3 تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة.
موافق	9	.9242	3.90	4 تسعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين.
موافق	6	.9565	3.97	5 تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته.
موافق	16	1.129	3.55	6 تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية.
موافق	17	1.170	3.45	7 تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع.

8	تحث شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين.	3.77	1.066	11	موافق
9	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم.	3.58	1.174	15	موافق
10	تحث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع.	3.65	1.053	12	موافق
11	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية.	4.10	.7621	1	موافق
12	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية.	3.62	1.021	13	موافق
13	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية.	3.80	.9915	10	موافق
14	تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة.	3.98	.9701	5	موافق
15	تذكر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية.	3.96	.8860	7	موافق
16	تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً للتعبير عن المكبوتات.	3.92	1.069	8	موافق
17	تستبح شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعياً.	3.62	1.122	14	موافق
	المجموع العام	3.82	0.20	/	مرتفع

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss25

يتضح من خلال الجدول (75) وجود علاقة ارتباطية بين شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية وهو ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح اذا بلغ (3.82)، بانحراف معياري قدره (0.20) مما يشير إلى وجود تباين كبير في اجابات افراد عينة الدراسة حول ما جاء في هذا المحور.

وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول يمكن ترتيب الفقرات المشكلة للمحور الاول شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية تنازلياً من الاتجاه الاقوى إلى الاقل بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي :

- جاءت الفقرة رقم 11 التي تضمنت تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية .في المرتبة الاولى من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.10) بانحراف معياري قدره (0.76)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية

- جاءت الفقرة رقم 1 التي تضمنت تعمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية. في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.04) بانحراف معياري قدره (0.80)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية

- جاءت الفقرة رقم 2 التي تضمنت تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية. في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.04) بانحراف معياري قدره (0.87)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية

- جاءت الفقرة رقم 3 التي تضمنت تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة في المرتبة الرابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.00) بانحراف معياري قدره (0.87)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة

- جاءت الفقرة رقم 14 التي تضمنت تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ

- المتوسط الحسابي المرجح لها (3.98) بانحراف معياري قدره (0.97)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة
- جاءت الفقرة رقم 5 التي تضمنت تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.97) بانحراف معياري قدره (0.95)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته
- جاءت الفقرة رقم 15 التي تضمنت تذكر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية. في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.96) بانحراف معياري قدره (0.88)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تذكر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية
- جاءت الفقرة رقم 16 التي تضمنت تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجالا للتعبير عن المكبوتات. في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.92) بانحراف معياري قدره (1.06)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجالا للتعبير عن المكبوتات.
- جاءت الفقرة رقم 4 التي تضمنت تسعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.90) بانحراف معياري قدره (0.92)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تسعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين
- جاءت الفقرة رقم 13 التي تضمنت تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.80) بانحراف معياري قدره (0.99)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية
- جاءت الفقرة رقم 8 التي تضمنت تحث شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين. في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.77) بانحراف معياري قدره (1.06)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحث شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين

- جاءت الفقرة رقم 10 التي تضمنت تحث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع . في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.65) بانحراف معياري قدره (1.05)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع
- جاءت الفقرة رقم 12 التي تضمنت تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية. في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.80) بانحراف معياري قدره (0.99)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية
- جاءت الفقرة رقم 17 التي تضمنت تستيح شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعيا في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.62) بانحراف معياري قدره (1.12)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تستيح شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعيا
- جاءت الفقرة رقم 9 التي تضمنت تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.58) بانحراف معياري قدره (1.17)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم
- جاءت الفقرة رقم 6 التي تضمنت تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.55) بانحراف معياري قدره (1.12)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية
- جاءت الفقرة رقم 7 التي تضمنت تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع. في المرتبة السابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.45) بانحراف معياري قدره (1.17)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع

وحتى نتأكد من مدى صدق الفرضية من عدمه قمنا باختبار تي تست (test t) للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة حيث حصلنا على النتائج حسب ما هو مدون في الجدول رقم (66).

الجدول رقم 76: يمثل اختبار تي تست لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة

الدالة	α 0.05	sig	df	المتوسط النموذجي	T- test	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
دال	0.05	0.00	426	51	110.6	12.13	64.98	427	المحور الاول

- المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان المتوسط الحسابي للمحور الاول بلغ 64.98 بانحراف معياري 12.13، بينما قيمة T 110.6 عند درجة حرية 426، وقيمة الدلالة المعنوية 0.00 عند مستوى الدلالة 0.05، والمتوسط النموذجي 51، وبما ان قيمة الدلالة المعنوية اقل من مستوى الدلالة 0.05 فان هذا دال احصائيا، وبما ان المتوسط الحسابي اكبر من المتوسط النموذجي فان هذا يعني ان شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الدينية للأسرة الجزائرية بدرجة كبيرة وهو ما يؤكد صدق الفرضية الأولى.

6-2-1-2- عرض النتائج في ضوء الفرضية الثانية: تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية

انطلاقا من مخرجات spss 25 الخاصة بالفرضية الثانية والتي مفادها تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية وانطلاقا من اعتمادنا على الأسلوب الكمي في التحليل من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذا مستوى الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية، من خلال العبارات الدالة على طبيعة العلاقة بين المتغيرين، تم تسجيل ما يلي:

الجدول رقم 77: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة للمحور الثاني شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية

الاتجاه العام	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية	
موافق	4	.9571	3.90	تركز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي.	1

2	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري	3.21	1.206	16	احيانا
3	تحدد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية.	3.41	1.054	13	موافق
4	تركز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي.	3.41	1.031	14	موافق
5	تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع.	3.39	1.108	15	احيانا
6	تشجع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي.	3.85	.8770	5	موافق
7	تحث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية.	3.60	1.002	9	موافق
8	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع.	3.57	1.012	11	موافق
9	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية.	3.49	1.167	12	موافق
10	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة.	3.18	1.179	17	احيانا
11	ترسخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء.	3.60	1.030	10	موافق
12	تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع.	3.85	.8991	6	موافق
13	تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين.	4.01	.9760	2	موافق
14	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد.	3.92	.8313	3	موافق
15	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية.	3.78	.9464	7	موافق
16	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات	4.05	.9614	1	موافق

				افتراضية على حساب العلاقات الواقعية.	
موافق	8	1.115	3.76	تُشعر شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع.	17
متوسط	/	0.27	3.65	المجموع العام	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss25

يتضح من خلال الجدول (77) وجود علاقة ارتباطية بين شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية وهو ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح اذ بلغ (3.65)، بانحراف معياري قدره (0.27) مما يشير إلى وجود تباين كبير في اجابات افراد عينة الدراسة حول ما جاء في هذا المحور .

وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول يمكن ترتيب الفقرات المشكلة للمحور الثاني تنازلياً من الاتجاه الاقوى إلى الاقل بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي :

- جاءت الفقرة رقم 16 التي تضمنت تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية. في المرتبة الاولى من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.05) بانحراف معياري قدره (0.96)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية.

- جاءت الفقرة رقم 13 التي تضمنت تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين. في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.01) بانحراف معياري قدره (0.97)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين

- جاءت الفقرة رقم 14 التي تضمنت تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد. في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.92) بانحراف معياري قدره (0.83)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالباً ما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد

- جاءت الفقرة رقم 1 التي تضمنت تركيز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي في المرتبة الرابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.90) بانحراف معياري قدره (0.95)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تركز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي
- جاءت الفقرة رقم 6 التي تضمنت تشجع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.85) بانحراف معياري قدره (0.87)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تشجع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي.
- جاءت الفقرة رقم 12 التي تضمنت تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.85) بانحراف معياري قدره (0.89)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع.
- جاءت الفقرة رقم 15 التي تضمنت تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية. في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.78) بانحراف معياري قدره (0.94)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية
- جاءت الفقرة رقم 17 التي تضمنت تُشعر شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.76) بانحراف معياري قدره (1.11)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تُشعر شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع
- جاءت الفقرة رقم 7 التي تضمنت تحث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي

- المرجح لها (3.60) بانحراف معياري قدره (1.00)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحث شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية.
- جاءت الفقرة رقم 11 التي تضمنت ترسخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرشح لها (3.60) بانحراف معياري قدره (1.03)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما ترسخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء.
- جاءت الفقرة رقم 8 التي تضمنت تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع. في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرشح لها (3.57) بانحراف معياري قدره (1.01)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع.
- جاءت الفقرة رقم 9 التي تضمنت تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية. في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرشح لها (3.49) بانحراف معياري قدره (1.16)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية.
- جاءت الفقرة رقم 3 التي تضمنت تحدد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية. في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرشح لها (3.41) بانحراف معياري قدره (1.05)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحدد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية.
- جاءت الفقرة رقم 4 التي تضمنت تركز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرشح لها (3.41) بانحراف معياري قدره (1.03)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تركز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي.
- جاءت الفقرة رقم 5 التي تضمنت تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ

المتوسط الحسابي المرجح لها (3.39) بانحراف معياري قدره (1.10)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع.

- جاءت الفقرة رقم 2 التي تضمنت تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.21) بانحراف معياري قدره (1.20)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري.

- جاءت الفقرة رقم 10 التي تضمنت تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة. في المرتبة السابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.18) بانحراف معياري قدره (1.17)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة.

و لتأكد من مدى صدق الفرضية من عدمه قمنا باختبار تي تست (test t) للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة حيث حصلنا على النتائج حسب ما هو مدون في الجدول رقم (68)

الجدول رقم 78: يمثل اختبار تي تست لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة

الدالة	α 0.05	sig	df	المتوسط النموذجي	T- test	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	المحور الثاني
دال	0.05	0.00	426	51	105.6	12.14	62.05	427	

- المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss

- نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان المتوسط الحسابي للمحور الثاني بلغ 62.05 بانحراف معياري 12.14، بينما قيمة T 105.6 عند درجة حرية 426، وقيمة الدلالة المعنوية 0.00 عند مستوى الدلالة 0.05، والمتوسط النموذجي 51، وبما ان قيمة الدلالة المعنوية اقل من مستوى الدلالة 0.05 فان هذا دال احصائيا، وبما ان المتوسط الحسابي اكبر من المتوسط النموذجي فان هذا يعني ان شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الاجتماعية للأسرة الجزائرية بدرجة كبيرة وهو ما يؤكد صدق الفرضية الثانية.

6-2-1-3- عرض النتائج في ضوء الفرضية الثالثة: تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية

انطلاقاً من مخرجات spss 25 الخاصة بالفرضية الثالثة والتي مفادها تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية وانطلاقاً من اعتمادنا على الأسلوب الكمي في التحليل من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذا مستوى الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية، من خلال العبارات الدالة على طبيعة العلاقة بين المتغيرين، تم تسجيل ما يلي:

الجدول رقم 79: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية

الاتجاه العام	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية
موافق	12	1.060	3.61	1 تحافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة.
موافق	14	1.019	3.51	2 تحدث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية.
موافق	6	.9258	3.84	3 تعد شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية.
موافق	5	.8614	3.95	4 تتضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعاً ثقافياً من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين.
موافق	4	.8795	3.96	5 تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافية المحلي والعالمي.
موافق	10	.9791	3.79	6 تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها.
موافق	3	.8598	3.98	7 تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها.
موافق	7	.9847	3.81	8 تهدف مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على حماية التراث المادي والاعتزاز به.

9	تحت شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعادات والتقاليد والأعراف.	3.56	1.097	13	موافق
10	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد.	3.79	.9385	8	موافق
11	تُظهر شبكات التواصل الاجتماعي مدى تقييد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية.	3.61	1.015	11	موافق
12	انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي.	4.13	.7795	2	موافق
13	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية.	3.79	.9216	9	موافق
14	تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غريبة تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك....الخ	4.16	.9384	1	موافق
15	التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف.	3.01	1.246	16	احيانا
16	مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية.	3.43	1.151	15	موافق
	المجموع العام	3.75	0.28	/	مرتفع

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss25

يتضح من خلال الجدول (79) وجود علاقة ارتباطية بين شبكات التواصل والقيم الثقافية وهو ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح اذ بلغ (3.75)، بانحراف معياري قدره (0.28) مما يشير إلى وجود تباين كبير في اجابات افراد عينة الدراسة حول ما جاء في هذا المحور. وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول يمكن ترتيب الفقرات المشكلة للمحور الثالث شبكات التواصل والقيم الثقافية تنازليا من الاتجاه الاقوى إلى الاقل بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي :

- جاءت الفقرة رقم 14 التي تضمنت تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غريبة تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك....الخ. في المرتبة الاولى

من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.16) بانحراف معياري قدره (0.93)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غريبة تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك....الخ

- جاءت الفقرة رقم 12 التي تضمنت انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي. في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (4.13) بانحراف معياري قدره (0.77)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي

- جاءت الفقرة رقم 7 التي تضمنت تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها. في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.98) بانحراف معياري قدره (0.85)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها

- جاءت الفقرة رقم 5 التي تضمنت تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافية المحلي والعالمي في المرتبة الرابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.96) بانحراف معياري قدره (0.87)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافية المحلي والعالمي

- جاءت الفقرة رقم 4 التي تضمنت تتضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعا ثقافيا من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.95) بانحراف معياري قدره (0.86)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تتضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعا ثقافيا من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين

- جاءت الفقرة رقم 3 التي تضمنت تعد شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.84) بانحراف معياري قدره (0.92)، وهذا ما

يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تعد شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية

- جاءت الفقرة رقم 8 التي تضمنت تهدف مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على حماية التراث المادي والاعتزاز به. في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.81) بانحراف معياري قدره (0.98)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تهدف مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على حماية التراث المادي والاعتزاز به

- جاءت الفقرة رقم 10 التي تضمنت تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.79) بانحراف معياري قدره (0.93)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد

- جاءت الفقرة رقم 13 التي تضمنت تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.79) بانحراف معياري قدره (0.92)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية

- جاءت الفقرة رقم 6 التي تضمنت تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.79) بانحراف معياري قدره (0.97)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها

- جاءت الفقرة رقم 11 التي تضمنت تُظهر شبكات التواصل الاجتماعي مدى تقيد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية. في المرتبة الحادية عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.61) بانحراف معياري قدره (1.01)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تُظهر شبكات التواصل الاجتماعي مدى تقيد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية

- جاءت الفقرة رقم 1 التي تضمنت تحافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة. في المرتبة الثانية عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.61) بانحراف معياري قدره (1.06)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة
- جاءت الفقرة رقم 9 التي تضمنت تحث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعادات والتقاليد والأعراف. في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.56) بانحراف معياري قدره (1.09)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعادات والتقاليد والأعراف
- جاءت الفقرة رقم 2 التي تضمنت تحدث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.51) بانحراف معياري قدره (1.01)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما تحدث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية
- جاءت الفقرة رقم 16 التي تضمنت مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.43) بانحراف معياري قدره (1.15)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، غالبا ما مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية
- جاءت الفقرة رقم 15 التي تضمنت التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.01) بانحراف معياري قدره (1.24)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف.

و لتأكد من مدى صدق الفرضية من عدمه قمنا باختبار تي تست (test t) للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة حيث حصلنا على النتائج حسب ما هو مدون في الجدول رقم (80)

الجدول رقم 80: يمثل اختبار تي تست لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط النموذجي للعينة

الدالة	α 0.05	sig	df	المتوسط النموذجي	T-test	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
دال	0.05	0.00	426	48	117.23	10.57	60.00	427	المحور الثالث

- المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss

- نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان المتوسط الحسابي للمحور الثالث بلغ 60.00 بانحراف معياري 10.57، بينما قيمة T 117.23 عند درجة حرية 426، وقيمة الدلالة المعنوية 0.00 عند مستوى الدلالة 0.05، والمتوسط النموذجي 48، وبما ان قيمة الدلالة المعنوية اقل من مستوى الدلالة 0.05 فان هذا دال احصائيا، وبما ان المتوسط الحسابي اكبر من المتوسط النموذجي فان هذا يعني ان شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الثقافية للأسرة الجزائرية بدرجة كبيرة وهو ما يؤكد صدق الفرضية .

6-2-2- عرض نتائج الدراسة في ضوء الأهداف:

6-2-2-1- من خلال نتائج الدراسة يبدو أن الهدف الأول تحقق بدرجة كبيرة حيث أنه يمكن القول أن إفرزات العولمة المعلوماتية أنتجت مجتمعا افتراضيا استجاب بطريقة طوعية لمحتويات التكنولوجيا الرقمية. كما أفقدت أفرادهم معظم القيم الدينية والاجتماعية والثقافية وبالتالي يمكن القول أن العولمة نجحت إلى حد بعيد في سياستها من خلال استراتيجياتها الاتصالية التي أثرت في سلوك وأفكار مستخدمي تكنولوجياها.

6-2-2-2- يمكن القول أن الهدف الثاني لم يتحقق بنسبة كبيرة فالتربية الإعلامية فشلت في تشكيل الوعي القيمي لدى الناشئة والواقع يثبت ذلك من خلال الاغتراب الذي أصبحت تعيشه هذه الأخيرة التي انسلخت بشكل كبير عن قيمها وانسأقت وراء كل ما تحويه هذه التكنولوجيا من أمور سلبية أثرت على مقوماتها وتنشئتها الاجتماعية وبدأت بشكل جلي في سلوكها واتجاهها.

6-2-2-3- يتضح أن الهدف الثالث أيضا لم يتحقق في ظل نتائج الدراسة حيث أن فتور العلاقات داخل الأسرة والاختلالات في الوظائف داخلها يؤكد بشكل قطعي أن التنشئة الاجتماعية لم تستطع مواكبة وموائمة تجليات العولمة من خلال مراقبة استراتيجياتها والتعامل معها بنوع من المرونة فوجدت الأسر نفسها رهينة هذه التكنولوجيات التي غيرت النسق القيمي وأثرت على بعض الثوابت بنسب متفاوتة.

6-2-2-4- لقد تحقق الهدف الرابع بشكل كبير فالواقع المعيش يفرض على الأسر في ظل هذه التكنولوجيات الرقمية الكبيرة من الرهانات والتي عكستها نتائج الدراسة من خلال مواكبة التحول الذي يشهده عالم الاتصال حيث أصبح يؤمن بالمجالات الزمكانية واخترق كل الأنظمة الاجتماعية التي أصبحت ملزمة بإيجاد آليات عملية للتكيف مع هذه التكنولوجيا الرقمية وفقا لخصوصياتها الثقافية والدينية والاجتماعية...الخ.

6-2-2-5- يظهر جليا من خلال نتائج الدراسة أن الهدف الخامس تحقق بنسبة كبيرة فالأسرة كنظام اجتماعي هي أيضا عرضة لامتدادات التكنولوجيا الرقمية التي شكلت علاقات افتراضية ذات خصوصية ثقافية مغايرة تماما لطبيعة التنشئة الاجتماعية التي تفرضها العادات والتقاليد والأعراف. ومن تم فالتواصل الأسري مرتبط بهدف تحكم أفرادها في هذه التكنولوجيات حتى يستطيع المحافظة على مقوماته ونسيجه الاجتماعي.

6-2-2-6- ان نتائج الدراسة تؤكد بشكل قطعي وجود تأثيرات على المنظومة القيمية داخل الأسرة الجزائرية سواء ما تعلق بالقيم الاجتماعية، الدينية، الثقافية وما المعايير الأخلاقية الا صورة للقيم الاجتماعية والثقافية في شكلها السلوكي كون النسق الثقافي للمجتمع هو الموجه الحقيقي للنظام الأخلاقي فكلما تأثر النظام الثقافي الا وأثر بطريقة مباشرة على النظام الأخلاقي لذلك يمكن الحكم بأن هذا الهدف قد تحقق بدرجة كبيرة.

6-2-2-7- أكد أن هذا الهدف يفتح المجال أمام الكثير من المتخصصين في مجال السوسيولوجيا وعلوم التربية إلى ضرورة تحديد مفهوم القيم ومدى تداخلها وتجادبها نتيجة مؤثرات خارجية غالبا ما تكون مادية. وما الجزائر الا احدى هذه المجتمعات التي عليها اعادة النظر في الكثير من المفاهيم حول القيم في ظل هذه التكنولوجيات الاتصالية التي تعمل على اختراق كل مقومات المجتمع الثقافية والدينية والاجتماعية...الخ.

6-2-3- عرض النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة سجلنا العديد من الاختلاف مع دراستنا من حيث تحديد المتغيرات والأبعاد والمؤشرات التي تم اعتمادها في كل موضوع ، بالإضافة إلى نوعية الأهداف وطبيعة المناهج وكيفية اختيار العينات، حيث لاحظنا استخدام المناهج الكمية تارة واستخدام المناهج الكيفية تارة أخرى حتى في كيفية توظيف الأدوات الإجرائية التي كلفت وطبيعة البحوث، زد على ذلك كيفية اختيار العينات حيث هناك من حاول التعميم وهناك من حاول التخصص وفقا لخصوصيات مجتمعات الدراسة يمكن رصدها فيما يلي:

وفقا لمخرجات دراستنا الميدانية التي تمثلت في مجموعة من النتائج اتفقت مع بعض الدراسات السابقة واختلفت مع أخرى

أوجه الاختلاف:

- دراسة غمشي الزهرة : خلصت هذه الدراسة إلى وجود أزمة ثقة يعززها التعدد الهوياتي والمجهولية، كما أن الدراسة توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أهم مقومات الرأسمال الاجتماعي الواقعي في حين تبين من خلال دراستنا أن شبكات التواصل هي أحد سمات التكنولوجيا الرقمية التي تحمل خصائص مغايرة تماما لواقعنا فهي تسعى من خلال محتوياتها إلى التأثير في النسيج الاجتماعي الذي تستمد الأسرة أهم معالم التنشئة الاجتماعية.

ومن نتائج الدراسة اهتمام المستخدم بصفحة الفايسبوك فقط، في حين دراستنا توصلت إلى استخدام العديد من التطبيقات يعد الفايسبوك واحد منها فقط.

- دراسة غواظني مليكة: أغلبية أفراد العينة يستخدمون هوياتهم الحقيقية خلافا لدراستنا التي أكدت أن مفردات العينة غالبا ما يستخدمون هويات افتراضية مجهولة، كما أن الدراسة خلصت إلى أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم المسؤولون عن طبيعة المادة المراد الاطلاع عيها لإشباع حاجاتهم العلمية والثقافية... الخ الا أنه أحيانا يتخلل هذه المحتويات ومضات اشهارية تمس المنظومة الأخلاقية يجد المستخدم نفسه ملزم للتعامل بنوع من المرونة والحكمة. في حين توصلت دراستنا إلى أن هناك نوايا مبية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي تهدف إلى المساس بالمنظومة الدينية والثقافية والاجتماعية والتي يعد النظام الأخلاقي أحد صورها.

- دراسة شيماء عبد العزيز عبد الباسط الدالي، هدى محمد إبراهيم الليثي : خلصت نتائج الدراسة إلى تحديد أهم مظاهر التأثير السلبي للشبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب ذوي التنشئة الريفية كضياع الوقت ونشر الرذيلة. في حين توصلت دراستنا إلى التأثير المتباين السلبي والايجابي على مضامين شبكات التواصل الاجتماعي كما اختلفت الدراستين في تحديد سمات وخصائص مفردات مجتمع البحث والتي انعكست في إجابات المبحوثين.

- دراسة أحمد محمد الزبون، محمد حسني أبو ملحم، عبد الله احمد العواملة :لقد توصلت الدراسة إلى كشف كل الآثار الإيجابية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي في حين خلصت دراستنا إلى أن محتويات شبكات التواصل الاجتماعي أثرت بالسلب والايجاب حسب طبيعة المعلومة المطلوبة ومدى تأثيرها على منظومة القيم داخل الأسرة بالإضافة إلى طبيعة اجابات مفردات العينة التي اختيرت بطريقة عشوائية كما وأثرت في الحكم على مدى صدق أو نفي الفرضيات في حين كانت إجابات مجتمع بحثنا واضحة المعالم كون الاختيار جاء مبنيًا على مجموعات فايسبوكية معلومة، كما توصلت الدراسة إلى تحديد معايير قيمة المواطنة الرقمية التي تعد امتداد للقيم السياسية في حين أن دراستنا لم تعتمد على مثل هذه القيم.

أوجه التشابه:

- دراسة غمشي الزهرة: اتفقت الدراستين أن هناك أثر للشبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية الاجتماعية خاصة فيما تعلق بالعلاقات كقيمة ضف إلى ذلك كشف العلاقة الارتباطية بين شبكات التواصل الاجتماعي وعملية بناء علاقات اجتماعية افتراضية كما وتعد قيمة العلاقات الاجتماعية مصدر الرأسمال الاجتماعي الافتراضي وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراستنا كون العلاقات الواقعية تأثرت بفعل استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى انسياق الفرد نحو العالم الافتراضي وتحول جذري في سلوكياته وممارساته الواقعية التي تعد امتداد طبيعي للمنظومة القيمية.

- دراسة غواظني مليكة: هناك اتفاق بين نتائج الدراستين من كون مفردات مجتمع البحث يستخدمون أكثر من تطبيق في شبكات التواصل الاجتماعي.

- دراسة شيماء عبد العزيز عبد الباسط الدالي، هدى محمد إبراهيم الليثي: لقد توصلت الدراستين إلى تحديد أبعاد ومؤشرات نفس المتغيرات وهما منظومة القيم وتكنولوجيا الاتصال كمدة الاستخدام ونوع المعلومات ومجالات التأثير، كما توصلت أيضا الدراستين إلى احداث تكنولوجيا الاتصال أثرا بالغا في سلوك وتوجه مفردات العينة.

- دراسة أحمد محمد الزبون، محمد حسني أبو ملحم، عبد الله احمد العوامل : خلصت الدراستين أيضا إلى تحديد الأبعاد الحقيقية لمتغيرات الدراسة وهما شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم ومن تم تبيان مظاهر الآثار السلبية المترتبة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.



خاتمه

خاتمة:

لقد أكدت دراستنا أن للشبكات التواصل الاجتماعي تأثير كبيراً على خصائص وتركيبية النواة الأساسية والمتمثلة في الأسرة، سواء من الجانب الاجتماعي المتعلق بالعلاقات والأدوار والسلطة والمكانات، أو من الجانب الثقافي المتعلق بالقيم والمبادئ والمعايير واللغة والسلوك، حيث ساهمت في توجيه الأسر الجزائرية نحو أنماط معينة تختلف عما كانت عليه سابقاً، خاصة مع الصراعات الفكرية والأيدولوجية الداخلية، وتجاذب تيارات فكرية إقليمية وعالمية خارجية.

هذا ما ساهم في تشكل العديد من القضايا البارزة مثل مشكلة الهوية، وانقلاب القيم، وتغير الأدوار ليجد الفرد نفسه في خضم هذا الزخم والصراع الثقافي يعيش في حالة اغتراب فرضت عليه هذه التكنولوجيا الاتصالية الجديدة بما تحمله من قيم مغايرة تماماً لمكتسبات تنشئته الاجتماعية.

فاذا تأملنا حالة الفضاء السوسيوثقافي الجزائري فسوف نجد أنفسنا أمام ثقافة غير متجانسة مترابطة في بنائها، نظراً لتلك التحولات الاجتماعية التي لم تكن مواتية لهذه الثقافة فقد دفعت إلى بروز عدة ظواهر، حيث أصبح لكل منظومة قيمية فاعليتها في نطاق قطاع من الأفراد، وقادرة على توجيه سلوكياتهم.

وقد كان من الطبيعي أن ينعكس ذلك على القيم المنظمة للحياة الأسرية فقد برزت القيم الفردية لتحكم التفاعل الأسري لتحل محل قيم الجماعة ولم تعد الأسرة وحدها هي مؤسسة التنشئة الاجتماعية، مما فسح المجال أمام هذه الوسائط الاتصالية لتكون بمثابة الموجه والمقوم الثاني في اكتساب الأفراد قيم جديدة غالباً ما تتصارع القيم القديمة وتكون تجلياتها واضحة المعالم في أفكارهم وسلوكهم.

ونتيجة لهذه التجاذبات خلصت دراستنا إلى جملة من النتائج العامة يمكن حصرها فيما يلي:

✓ ان شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر بمثابة منصة للتعبير عن الدين وممارساته من خلال التعريف بالمعتقدات الدينية والاطلاع على كتب الفقه والعقيدة، وتشجع كذلك على حفظ القرآن وتلاوته بالإضافة إلى توفيرها الموارد الدينية والمعرفية والإرشادية مما يعزز ممارسة الطقوس الدينية في حياتهم اليومية. كما تعمل أيضاً على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية حيث يمكن للأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي مشاركة المعتقدات والقيم الدينية والتجارب الروحية.

✓ ضعف الوازع الديني وهذار راجع إلى تعارض بعض التيارات الفكرية مع القيم والمبادئ الدينية التي يعتنقها الفرد وتعدد في الثقافات والمعتقدات والأفكار والتشعب بالمحتوى العالمي حيث أدى التعرض الدائم لهذ المحتوى إلى تقليل الانخراط الفردي في ممارسات دينية. ومن أسباب ضعف الوازع الديني كذلك استباحة شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعيا.

✓ تأثرت العلاقات الاجتماعية بشكل كبير حيث أحدثت هذه الشبكات تغييرات جذرية في طرق التواصل والتفاعل بين الأفراد، اذ أصبح بإمكان الأفراد التواصل مع بعضهم البعض بسهولة وسرعة كبيرة عبر منصات التواصل الاجتماعي حيث يمكن للأشخاص الاتصال والتفاعل مع أصدقائهم وأفراد عائلاتهم وزملائهم من أي مكان وفي أي وقت. كما يتيح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للأفراد مشاركة المعلومات والتجارب الشخصية من خلال نشر صور وفيديوهات ومقالات عن حياتهم واهتماماتهم وخبراتهم مما يتيح التواصل والتعلم من الآخرين وتوفير فرص للتواصل والتفاعل. مع ذلك هناك تأثيرات سلبية حيث توصلنا إلى أن الاستخدام المفرط للشبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى انعزال الأفراد عن العالم الحقيقي وتقليل الاتصال الواقعي كذلك اذى الانغماس المستمر في العالم الافتراضي إلى تقليل الوقت المخصص للتفاعل الاجتماعي المباشر والتواصل الحقيقي مع الآخرين.

✓ ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي وبشكل كبير في التفكك الاسري من خلال انقسام الوقت والاهتمام حيث توصلنا أن انشغال الأفراد في استخدامهم للشبكات التواصل الاجتماعي لفترات طويلة وصلت لحد الإدمان مما أدى إلى انقسام الوقت بين الواقع الافتراضي والواقع الحقيقي حيث تسبب ذلك في تراجع أداء المهام والأدوار حسب كل فرد مما خلق صدمات وتوترات و مشاكل عائلية .

✓ تمسك أفراد الأسر بهويتهم الثقافية رغم الانغماس الكبير في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث توصلنا إلى أن الأفراد الأسرة الجزائرية مازالوا محافظين على عاداتهم وتقاليدهم من خلال المشاركة في الأنشطة والمناسبات التي تعززها وانشاء صفحات ومجموعات تروج للثقافة المحلية والتاريخ والأعراف المعمول بها، أيضا من خلال ارتداء الملابس التقليدية والزي الوطني في المناسبات الخاصة والأحداث الثقافية، بالإضافة إلى التشجيع على المشاركة في الأنشطة المجتمعية والعمل التطوعي التي تزيد من تعزيز الثقافة وتعمل على المحافظة على التراث المادي للمجتمع.

✓ وجود نوع من الغزو الثقافي والاعتراب في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فهاتين الظاهرتين تنشأ نتيجة التطور التكنولوجي الهائل والانتشار الواسع للشبكات التواصل الاجتماعي في عصرنا الراهن على ثقافات جديدة كما أدى كل من الغزو الثقافي والاعتراب إلى فقدان التنوع الثقافي والتمايز

في الثقافات عبر العالم وبرزت ثقافة واحدة ألا وهي الثقافية الغربية على حساب باقي ثقافات المجتمعات الأخرى وهذا ما يسمى بالاستعمار الثقافي الذي يؤدي إلى فقدان الثقافة الأصلية. ✓ وقد سمحت هذه الدراسة إلى فتح آفاق بحثية جديدة أمام المهتمين بالظاهرة الاتصالية والاجتماعية لعل أهمها:

- البحث في مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والسياسية والاقتصادية داخل المجتمع.
- تحليل مضامين التكنولوجيا الرقمية وآثارها على المجتمع الجزائري.
- مواقع التنشئة الاجتماعية في الجزائر واستخدامات الذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية.
- مشكلة الهوية الوطنية في ظل الاعلام الرقمي.

A decorative flourish in the top left corner, featuring intricate black and white scrollwork, floral motifs, and a series of small dots along a curved path. A horizontal line extends from the right side of the flourish across the top of the page, and a vertical line extends downwards from the left side.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ- المعاجم والقواميس

1. ابن منظور الافريقي المصري، لسان العرب، مجلد 11، دار صادر، ط6، 2008، بيروت لبنان.
2. عبد الناصر سليم حامد، معجم المصطلحات الخدمة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ط1، عمان الأردن.
3. عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، ط1، 2006، عمان الأردن.
4. محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، عمان الأردن.
5. خليل أحمد خليل، معجم المصطلحات الاجتماعية، دار الفكر اللبناني للطباعة والنشر، 1995، ط1، بيروت.

6. ناصر قاسمي، (2017) مصطلحات أساسية في علم الاجتماع والاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية.

ب- الكتب

7. إبراهيم لطفي طلعت. (دون تاريخ). مدخل إلى علم الاجتماع. القاهرة: مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
8. أحمد طاهر مسعود. (2014). علم الاجتماع العام. عمان_الأردن، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
9. أسماء عبد الرحمن حسين. (2019). مجالات الأطفال في تنمية القيم الأخلاقية للأطفال. مصر: القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
10. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي. (2016)
11. إسماعيل محمود علي. (2015). الاعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية. ط1. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.

12. امتثال حسن عبد الرزاق وآخرون، (2002)، مبدئ الاحصاء الوصفي، الدار الجامعية الاسكندرية، مصر.
13. أنيس عبد المجيد. (2015). إدارة العلاقات الإنسانية: مدخل سلوكي تنظيمي. عمان -الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
14. بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2015.
15. بشير العلاق، قاموس دار العلم التكنولوجي للمعلومات والاتصالات، دار العلم للملايين للتأليف والترجمة والنشر، ط1، 2006، بيروت لبنان.
16. بول ليفنسون. (2015). أحدث وسائل الاعلام الجديدة. (هبة ربيع، المترجمون) مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
17. جان فرانسوا دورتيه، ترجمة جورج كتورة، كلمة ومجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2009.
18. حسان العقاب خليل مجبري. (بدون تاريخ). الحتليل السوسيولوجي لتطور الأسرة الجزائرية منذ الإستقلال إلى يومنا هذا.
19. حسن السوداني، محمد المنصور. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجمهور المتلقين. الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.
20. حسنين شفيق. (2013). نظريات الاعلام وتطبيقاته في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
21. حسين محمد هتيمي. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
22. حلمي خضر ساري. (2014). التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات. ط1. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر.
23. حلمي خضر ساري. (2014). التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات. ط1. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر.

24. خالد بن محمد الرباعي. (2015). عادات العقل ودافعية الإنجاز. عمان_الأردن: مركز دبيونو لتعليم التفكير.
25. خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي-. عمان، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
26. خولة عبد الحميد دبله. (د.ت). دور التصدع الأسري المعنوي في ظهور الإغتراب النفسي لدى المراهق -دراسة حالة لبعض المراهقين. عمان -الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع.
27. دارن بارني. ت. أنور الجمعاوي. (2015). المجتمع الشبكي. ط1. بيروت: المركز العربي للأبحاث
28. رعد مهدي، ضمياء سالم داود، حيدر معن رزوقي. (2022). التدريس وأهدافه. مصر: القاهرة: دار الكتب العلمية.
29. زيد سليمان، أحمد عيسى داود العدوان. (2023). الدراسات الاجتماعية وأساليب تدريسها. عمان: الأردن: دار اليازوري العملية.
30. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، جدار المكتبات العالمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 44.
31. سعد سلمان المشهداني، فراس محمود العبيدي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة. ط1. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
32. شفاء صلاح الصعوب. (2020). الصراع القيمي المؤدي إلى جرائم الموجهة ضد النساء على أساس النوع الاجتماعي. عمان: الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع.
33. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2006، ص 155.
34. طارق السودان. (2021). حصاد العمر. الكويت: دار الفكر للنشر والتوزيع.

35. عباس علاء. (2010). نحو رؤية فلسفية تربوية للقيم في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة. عمان: الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
36. عبد الباسط محمد عبد الوهاب. (2005). استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإداي والتلفزيوني-دراسة تطبيقية وميدانية-.المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع.
37. عبد الحميد أحمد علي. (2010). التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية التربوية. بيروت _لبنان: مكتبة حسن العصرية.
38. عبد الرحمن بن علي الغامدي. (2010). قيم المواطنة لدى طلاب الثانوية وعلاقتها بالأمن الفكري. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
39. عبد الرحمن حسين أبو الهيجاء عوض. (2008). القيم الجمالية والتربية. عمان: الأردن: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
40. عبد الرحمن حسين أسماء. (2019). مجالات الأطفال ؛ وتنمية القيم الأخلاقية للأطفال. مصر: العربي للنشر والتوزيع.
41. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
42. عبد الكريم علي عبد الكريم خليفة حسن اليماني. (2018). القيم في الفكر التربوي الإسلامي. عمان_ الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
43. عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة. (2009). الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة. عمان_ الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.
44. عز عبد الفتاح (2008)، مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام (SPSS)، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، المملكة العربية السعودية.
45. عصام منصور. (2009). المدونات الإلكترونية عصر جديد للمعلومات. الكويت: كلية التربية الأساسية

46. عطوي مليكة، عبد الجليل حسناوي.
47. علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي). عمان: دارأسامة لنشر والتوزيع.
48. علي غربي ابحديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط2، 2009 دار الطباعة والنشر والتوزيع الفائز ،قسنطينة الجزائر.
49. علياء سامي عبد الفتاح. (2003). دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي. ط1. القاهرة: دار العامل العربي للنشر والتوزيع.
50. عمار بوحوش، و محمد الذنبيات. (1999). مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
51. فاطمة السعدي همال. (2018). الطفل والألعاب الإلكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة -بين التسلية وعمق التأثير. عمان: دار الخليج للنشر والصحافة.
52. فضل عبد الله الربيعي. (2020). التغير الاجتماعي: مقدمة في المفهوم والنظرية. بغداد: العراق: بيت الحكمة للنشر.
53. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 60.
54. فيصل أبو عشية. (2010). الإعلام الإلكتروني. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
55. فيصل محمود الغرايبة. (2012). العمل الاجتماعي مع الأسرة والطفولة. عمان -الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
56. قاسم محمد كريم الحصموتي. (2019). القيم في الكتب المدرسية. عمان: دار ابن النفيس للنشر والتوزيع.
57. كريمة هرندي. (2021). العائلة الجزائرية: بحث في العلاقات، الخصائص والتغيير. عمان -الأردن: در ألقا للوثائق للنشر والتوزيع.

58. ماجد الزيود. (2011). الشباب والقيم في عالم متغير. عمان _ الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
59. ماهر عودة الشمايلة. محمود عزت اللحام. مصطفى يوسف الكافي. (2014). تكنولوجيا الاعلام والاتصال. ط1. الأردن: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
60. مجاهد عادل نهى. (دون تاريخ). التربية على قيم المواطنة العالمية لمواجهة مجتمع المخاطر. الإسكندرية: مصر: دار التعليم الجامعي.
61. محسن سامي، فاطمة عبد الرحيم النوايسة الختاتنة. (2010). علم النفس الإجتماعي. عمان: الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
62. محمد القاسمي وآخرون. (2016)
63. محمد جلال سليمان الصديق. (1996). دور القيم في نجاح البنوك الإسلامية. مصر : القاهرة: مكتبة المعهد للنشر والتوزيع.
64. محمد سيد ريان. (2013). الاعلام الجديد. ط1. القاهرة: مركز الأهرام للنشر والتوزيع.
65. محمد شامل فهمي، (2005)، الإحصاء بلا معاناة: المفاهيم والتطبيقات باستخدام SPSS. المملكة: معهد الإدارة لعامة، الرياض.
66. محمد صادق اسماعيل. (2017). الاعلام الأمني والشائعات عبر شبكات التواصل. الرياض: دار جامعة نايف للنشر.
67. محمد طارق هارون. (2017). الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية. ط1، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
68. محمد عبد البديع السيد. (2009). تأثير القنوات الفضائية في قيم الأسرة المصرية. مصر: القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
69. مدحت محمد أبو النصر. (2016). علم اجتماع الاتصال والاعلام. ط1. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

70. مركز المحتسب للاستشارات. (1438). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجا). الرياض، المملكة العربية السعودية.
71. مروة صلاح مهدي. (ب ت). تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية. عمان، الأردن.
72. مصطفى يوسف الكافي. (2016). الاعلام التفاعلي. ط1. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
73. المنجد في اللغة والاعلام، ط40، دار المشرق بيروت، 2003، بيروت لبنان.
74. منصور طلعت. (2010). أسس علم النفس العام. مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.
75. منصور يحي نبهان عصام. (2014). علم الاجتماع المعاصر. الأردن - عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
76. مهدي صالح السامراني. (بت)، نظريات الغرائز والدوافع والحوافز والحاجات الإنسانية. عمان: الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
77. موريس أنجرس، (2006)، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية. الجزائر: دار القصة للنشر .
78. مؤيد نصيف جاسم السعدي. (2016). الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي -دراسة في موقع الفاييس بوك-. ط1. الجزائر: دار ألفا للنشر والتوزيع.
79. نادر شعبان السواح، (2006). مبادئ الإحصاء الوصفي باستخدام spss. الإسكندرية: الدار الجامعية.
80. نادية فرحات. (2009-2010). الأسرة الجزائرية بين القيم التقليدية وقيم الحداثة.
81. نورة بنت عبد الله الهزاني. (2014). المرأة العربية بين الماضي والحاضر. الأردن _ عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
82. نيماء الحسين ، (2021). مفهوم المنهج. العراق: جامعة الكوفة.
83. هيوغ بروك، رافي غوبتا، ت، عاصم سيد عبد الفتاح. (2017). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع. ط1. القاهرة: العربية للتدريب والنشر.

84. وائل مبارك خضر فضل الله. (2011). أثر الفابيس بوك على المجتمع. السودان.

85. يامن بودهان. (2015). تحولات الاعلام المعاصر. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

ج- الأطروحات والرسائل الجامعية

86. أمال صغير. (2022). التحولات الأسرية وتأثيرها على العلاقات القربانية في الجزائر. أطروحة

مقدمة لنيل شهادة دكتورال.م.د في علم الاجتماع العائلي. غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة: الجزائر.

87. بارة سمير. تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية-

مقاربة لفهم العلاقة بين البناء والترهل-. ورقة: جامعة قاصدي مرباح.

88. الحاجة بوتلجة. (2021). الأسرة النووية والروابط القربانية في الوسط الحضري مسكن إجتماعي

بمدينة 1900. رسالة لنيل شهادة الدكتوراه .

89. خالد منصر. (2017 2018). دور مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة

لدى الشباب الجامعي. باتنة: جامعة باتنة.

90. رزيقة بن قسيمة. (2020-2021). المشكلات الأسرية وديناميكية التغيرات السوسيواقتصادية في

الأسرة الجزائرية. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علم الاجتماع العائلي. غير منشورة . كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة: الجزائر.

91. سليمان دحماني. (2005-2006). ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية العلاقات. رسالة مقدمة لنيل

شهادة ماجستير في الأنثروبولوجيا. غير منشورة.، الجزائر: كلية الأدب والعلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان.

92. سماح معمر. (2021-2022). تعدد الزوجات وتأثيره على الاستقرار الأسري : دراسة ميدانية

بمدينة باتنة أنموذجاً. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علم الاجتماع العائلي . كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة : الجزائر.

93. صيرة اجري. (2008-2009). العنف العائلي: عينات من عنف الرجل ضد المرأة دراسة ميدانية في ولاية الجزائر. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص جنائي. غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر.

94. فرج الله صورية بوعلي وسيلة. (09-10 أبريل، 2013). الصراع حول القيم الاجتماعية في الأسرة الجزائرية: دراسة إستطلاعية على عينة من المراهقين بثنائية محمد العربي بن مهدي بسكرة. الملتقى الوطني حول الإتصال وجودة الحياة في الأسرة.

95. محمد السويدي. (دت)، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيوولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري المعاصر. بن عكنون: الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

96. ناصر محمد الأنصاري. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر. رسالة ماجستير. كلية الاعلام. جامعة الشرق الأوسط.

د - المجلات:

97. حسان تريكي. (2017). تغير القيم الأسرية في المجتمع الجزائري المعاصر: دراسة تحليلية. مجلة الرواق (العدد 09).

98. حنان مالكي. (2011). الخصائص السوسيوولوجية للأسرة الجزائرية - التقليدية والحديثة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر) (العدد 22).

99. رجب جهان. (2022). الأسرة بين الأمس واليوم. مجلة فكر الثقافية، www.fikrmag.com.

100. ساحي علي، أمال كزيز. (2007). تأثير الفيس بوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية. تندوف، الجزائر: مجلة العلوم الإنسانية.

101. السعيد عواشيرية. (دت). الأسرة الجزائرية ... إلى أين ؟، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية.

102. شعبان اليمين، و عوفي مصطفى. (2017). الأسرة الجزائرية عبر التاريخ: الثابت والمتغير. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (العدد 22).

103. الطيب العماري. (دت). التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري وإشكالية الهوية. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الإجتماعية في ظل التحولات السوسيو ثقافية في المجتمع الجزائري .
104. عبد الحسيب جمال رجب محمد. (2014). دور المؤسسات التربوية في تفعيل القيم الخلقية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لضبط إستخدامهم لها. مجلة كلية التربية جامعة بني سويف (العدد 02).
105. عمر عباس. (2018). الأسرة الجزائرية والتغير الإجتماعي. مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية (العدد 28).
106. فاطمة الزهراء، محمد حمداوي بلحيدي. (2020). القيم الأسرية الجزائرية بين الثبات والتغير قيمتا الجامعية والشرف. مجلة التدوين، المجلد 17 (العدد 15).
107. قحطان عبد الرحمان، السويدي محمد الدوري. (1986). الأسرة الجزائرية : النزوح وأثره على بناء الأسرة. مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 01 (العدد 01).
108. مفيدة بن عيسى محمد المهدي خروبي. (جانفي، 2022). البنية العائلية من الجماعة إلى الفرد قراءة سوسولوجية لتغيرات العائلة الجزائرية. مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرياح :ورقلة (الجزائر).
109. مومن بكوش الجموعي. (2014). القيم الإجتماعية، مقارنة نفسية - إجتماعية. مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية جامعة الوادي (العدد الثامن).
110. نورالدين بوالشرش. (2020). الأسرة الجزائرية وتغير منظومة القيم - قراءة سوسولوجية - مجلة التميز الفكري للعلوم الإجتماعية والإنسانية (العدد 03).
111. وسيلة بوعلي. (2017). مظاهر التسلط الأبوي في الأسرة الجزائرية من وجهة نظر الأبناء المراهقين. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (العدد 30).

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

112. addi, h. (2009). **femme famille et lien social en Algérie.**
113. benamar, A. (2010). **Ecole famille quels modèles éducatifs** , actes du colloque national organisé par l'équipe du projet de recherche /crac :Ecole /famille : complémentarité. ignorance ou divergence les 28 et 29 septembre 2010 au cracs .
114. boutefnouchet, m. (1982). **la famille algérienne. évolution et caractéristique récentes** ,N.E.D.
115. boutefnouchet2, **M. system sociale et changement en Algérie OPU.**
116. Chahrazad doulahia. (2017). **la socialisation de genre dans la famille the structure of social action. united states of america : new york: free press algérienne** , Eude empirique dans la ville de Skikda. ,comme exigence , partielle de la maitrise en sociologie .
117. oussedik, f. (1988). **Femmes et fécondité en milieu urbain.** FNUAP Éditions. CREAD.
118. Talcott, p. (1937)..

ثالثا: المواقع الالكترونية

119. <http://www.mawdoo3.com>01 يوم / 02/17:30 على الساعة: 2021
120. <http://www.wikipedia.org>01 يوم / 02/17:30 على الساعة: 2021



الملاحق



الملاحق

ملحق رقم -1- دليل المقابلة

- ✓ هل يمتلك الأولياء هواتف ذكية ؟
- ✓ هل يمتلك الأبناء هواتف ذكية؟
- ✓ هل يحتوي المنزل على شبكة الويفي؟
- ✓ ماهي الشبكات التي تفضل استخدامها في حياتك اليومية ؟
- ✓ ماهي دوافعك لاستخدام هذه الشبكات؟
- ✓ ماهي المدة الزمنية التي تقضيها اثناء تصفحك لهذه الشبكات؟
- ✓ ماهي الفضاءات التي من خلالها تتصفح شبكات التواصل الاجتماعي (المنزل، الشارع، مقهى الانترنت، المكتب)؟
- ✓ ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي (دائما، احيانا، نادرا)؟
- ✓ هل محتويات شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على مقومات الأسرة؟
- ✓ هل استخدامات هذه الشبكات أحدثت فتور في العلاقات الأسرية ؟
- ✓ هل استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على سلوكيات وممارسات أفراد الأسرة؟
- ✓ في اعتقادك هل هناك تأثير لاستخدامات شبكات التواصل على البناء الاجتماعي؟
- ✓ حسب رأيك ما مدى تأثير هذه الشبكات الافتراضية على الأسرة الجزائرية؟

ملحق رقم -2- مخرجات spss للدراسة الاستطلاعية

Correlations

		1س	2س	3س	4س	5س	6س	7س	8س	9س	10س	11س	12س
1س	Pearson Correlation	1	.684**	.728**	.533**	.409*	.224	.224	.342	.185	.115	.502**	.596**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.020	.218	.218	.055	.312	.532	.003	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
2س	Pearson Correlation	.684**	1	.790**	.389*	.408*	.077	.168	.541**	.342	.233	.737**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.028	.020	.676	.358	.001	.055	.199	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
3س	Pearson Correlation	.728**	.790**	1	.641**	.383*	.234	.066	.346	.150	.072	.577**	.545**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.030	.198	.721	.053	.413	.697	.001	.001
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
4س	Pearson Correlation	.533**	.389*	.641**	1	.725**	.433*	.323	.207	.246	.185	.253	.304
	Sig. (2-tailed)	.002	.028	.000		.000	.013	.071	.255	.175	.310	.162	.091
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
5س	Pearson Correlation	.409*	.408*	.383*	.725**	1	.525**	.560**	.370*	.471**	.456**	.302	.240
	Sig. (2-tailed)	.020	.020	.030	.000		.002	.001	.037	.007	.009	.093	.186
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
6س	Pearson Correlation	.224	.077	.234	.433*	.525**	1	.630**	.335	.389*	.663**	.121	.036
	Sig. (2-tailed)	.218	.676	.198	.013	.002		.000	.061	.028	.000	.508	.846
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
7س	Pearson Correlation	.224	.168	.066	.323	.560**	.630**	1	.427*	.446*	.727**	.328	.270
	Sig. (2-tailed)	.218	.358	.721	.071	.001	.000		.015	.011	.000	.067	.134
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
8س	Pearson Correlation	.342	.541**	.346	.207	.370*	.335	.427*	1	.700**	.605**	.647**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.055	.001	.053	.255	.037	.061	.015		.000	.000	.000	.001
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
9س	Pearson Correlation	.185	.342	.150	.246	.471**	.389*	.446*	.700**	1	.668**	.371*	.344
	Sig. (2-tailed)	.312	.055	.413	.175	.007	.028	.011	.000		.000	.037	.054
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
10س	Pearson Correlation	.115	.233	.072	.185	.456**	.663**	.727**	.605**	.668**	1	.343	.291
	Sig. (2-tailed)	.532	.199	.697	.310	.009	.000	.000	.000	.000		.055	.106
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
11س	Pearson Correlation	.502**	.737**	.577**	.253	.302	.121	.328	.647**	.371*	.343	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.162	.093	.508	.067	.000	.037	.055		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
12س	Pearson Correlation	.596**	.675**	.545**	.304	.240	.036	.270	.569**	.344	.291	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.091	.186	.846	.134	.001	.054	.106	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
13س	Pearson Correlation	.214	.369*	.273	.544**	.805**	.427*	.595**	.459**	.595**	.585**	.413*	.474**
	Sig. (2-tailed)	.240	.038	.130	.001	.000	.015	.000	.008	.000	.000	.019	.006
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
14س	Pearson Correlation	.152	.278	.158	.479**	.754**	.467**	.637**	.524**	.656**	.630**	.338	.332
	Sig. (2-tailed)	.407	.124	.389	.005	.000	.007	.000	.002	.000	.000	.058	.064
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
15س	Pearson Correlation	.492**	.576**	.492**	.130	.241	.173	.371*	.524**	.298	.405*	.723**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.004	.479	.184	.344	.037	.002	.097	.021	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
16س	Pearson Correlation	-.023-	.012	-.074-	.262	.358*	.105	.494**	.250	.233	.347	.329	.103
	Sig. (2-tailed)	.902	.949	.689	.147	.044	.568	.004	.168	.200	.051	.066	.574
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
17س	Pearson Correlation	.047	-.015-	-.109-	.189	.371*	.273	.322	.016	.200	.274	.059	.077
	Sig. (2-tailed)	.796	.937	.552	.300	.037	.131	.072	.930	.273	.129	.748	.674
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
المحور 3	Pearson Correlation	.518**	.588**	.491**	.603**	.769**	.590**	.734**	.705**	.683**	.730**	.661**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

Correlations

		13س	14س	15س	16س	17س	المحور 3
1س	Pearson Correlation	.214	.152	.492**	-.023-	.047	.518**

	Sig. (2-tailed)	.240	.407	.004	.902	.796	.002
	N	32	32	32	32	32	32
2س	Pearson Correlation	.369*	.278	.576**	.012	-.015-	.588**
	Sig. (2-tailed)	.038	.124	.001	.949	.937	.000
	N	32	32	32	32	32	32
3س	Pearson Correlation	.273	.158	.492**	-.074-	-.109-	.491**
	Sig. (2-tailed)	.130	.389	.004	.689	.552	.004
	N	32	32	32	32	32	32
4س	Pearson Correlation	.544**	.479**	.130	.262	.189	.603**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.479	.147	.300	.000
	N	32	32	32	32	32	32
5س	Pearson Correlation	.805**	.754**	.241	.358*	.371*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.184	.044	.037	.000
	N	32	32	32	32	32	32
6س	Pearson Correlation	.427*	.467**	.173	.105	.273	.590**
	Sig. (2-tailed)	.015	.007	.344	.568	.131	.000
	N	32	32	32	32	32	32
7س	Pearson Correlation	.595**	.637**	.371*	.494**	.322	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.037	.004	.072	.000
	N	32	32	32	32	32	32
8س	Pearson Correlation	.459**	.524**	.524**	.250	.016	.705**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.002	.168	.930	.000
	N	32	32	32	32	32	32
9س	Pearson Correlation	.595**	.656**	.298	.233	.200	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.097	.200	.273	.000
	N	32	32	32	32	32	32
10س	Pearson Correlation	.585**	.630**	.405*	.347	.274	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021	.051	.129	.000
	N	32	32	32	32	32	32
11س	Pearson Correlation	.413*	.338	.723**	.329	.059	.661**
	Sig. (2-tailed)	.019	.058	.000	.066	.748	.000
	N	32	32	32	32	32	32
12س	Pearson Correlation	.474**	.332	.669**	.103	.077	.608**
	Sig. (2-tailed)	.006	.064	.000	.574	.674	.000
	N	32	32	32	32	32	32
13س	Pearson Correlation	1	.882**	.439*	.451**	.379*	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.010	.032	.000
	N	32	32	32	32	32	32
14س	Pearson Correlation	.882**	1	.431*	.511**	.435*	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.003	.013	.000

	N	32	32	32	32	32	32
15س	Pearson Correlation	.439*	.431*	1	.202	.122	.625**
	Sig. (2-tailed)	.012	.014		.266	.505	.000
	N	32	32	32	32	32	32
16س	Pearson Correlation	.451**	.511**	.202	1	.620**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.010	.003	.266		.000	.002
	N	32	32	32	32	32	32
17س	Pearson Correlation	.379*	.435*	.122	.620**	1	.449**
	Sig. (2-tailed)	.032	.013	.505	.000		.010
	N	32	32	32	32	32	32
المحور 3	Pearson Correlation	.826**	.820**	.625**	.529**	.449**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.010	
	N	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	18س	19س	20س	21س	22س	23س	24س	25س	26س	27س	28س	29س	
18س	Pearson Correlation	1	.734**	.436*	.401*	.606**	.258	.664**	.559**	.376*	.359*	.188	.186
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.023	.000	.153	.000	.001	.034	.044	.304	.309
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
19س	Pearson Correlation	.734**	1	.640**	.598**	.472**	.472**	.727**	.513**	.450**	.447*	.265	.395*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.006	.006	.000	.003	.010	.010	.143	.025
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
20س	Pearson Correlation	.436*	.640**	1	.525**	.499**	.422*	.679**	.515**	.523**	.528**	.424*	.463**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000		.002	.004	.016	.000	.003	.002	.002	.016	.008
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
21س	Pearson Correlation	.401*	.598**	.525**	1	.735**	.382*	.547**	.656**	.619**	.690**	.432*	.440*
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.002		.000	.031	.001	.000	.000	.000	.013	.012
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
22س	Pearson Correlation	.606**	.472**	.499**	.735**	1	.417*	.655**	.804**	.576**	.789**	.400*	.399*
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.004	.000		.018	.000	.000	.001	.000	.023	.024
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

23س	Pearson Correlation	.258	.472**	.422*	.382*	.417*	1	.585**	.495**	.310	.359*	.561**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.153	.006	.016	.031	.018		.000	.004	.084	.044	.001	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
24س	Pearson Correlation	.664**	.727**	.679**	.547**	.655**	.585**	1	.764**	.549**	.668**	.479**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.001	.000	.006	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
25س	Pearson Correlation	.559**	.513**	.515**	.656**	.804**	.495**	.764**	1	.701**	.766**	.556**	.470**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.003	.000	.000	.004	.000		.000	.000	.001	.007
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
26س	Pearson Correlation	.376*	.450**	.523**	.619**	.576**	.310	.549**	.701**	1	.605**	.459**	.412*
	Sig. (2-tailed)	.034	.010	.002	.000	.001	.084	.001	.000		.000	.008	.019
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
27س	Pearson Correlation	.359*	.447*	.528**	.690**	.789**	.359*	.668**	.766**	.605**	1	.474**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.044	.010	.002	.000	.000	.044	.000	.000	.000		.006	.004
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
28س	Pearson Correlation	.188	.265	.424*	.432*	.400*	.561**	.479**	.556**	.459**	.474**	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.304	.143	.016	.013	.023	.001	.006	.001	.008	.006		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
29س	Pearson Correlation	.186	.395*	.463**	.440*	.399*	.720**	.638**	.470**	.412*	.501**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.309	.025	.008	.012	.024	.000	.000	.007	.019	.004	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
30س	Pearson Correlation	-.091-	.098	.103	.292	.261	.615**	.296	.437*	.302	.335	.303	.574**
	Sig. (2-tailed)	.619	.595	.574	.105	.148	.000	.100	.012	.093	.061	.092	.001
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
31س	Pearson Correlation	.033	.336	.392*	.516**	.414*	.830**	.445*	.500**	.408*	.392*	.494**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.859	.060	.026	.002	.018	.000	.011	.004	.020	.027	.004	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
32س	Pearson Correlation	.478**	.677**	.682**	.695**	.539**	.538**	.704**	.501**	.495**	.519**	.414*	.612**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.003	.004	.002	.019	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

33س	Pearson Correlation	-.029-	.143	.273	.082	.055	.237	.062	.028	.074	.113	.185	.380 [†]
	Sig. (2-tailed)	.874	.433	.131	.654	.765	.191	.737	.879	.689	.537	.311	.032
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
34س	Pearson Correlation	.041	.245	.010	.053	-.073-	.398 [†]	.069	.009	.120	-.105-	.171	.318
	Sig. (2-tailed)	.824	.176	.959	.775	.691	.024	.708	.962	.513	.566	.349	.077
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
المحور 4ر	Pearson Correlation	.572 ^{**}	.734 ^{**}	.718 ^{**}	.776 ^{**}	.771 ^{**}	.719 ^{**}	.839 ^{**}	.829 ^{**}	.723 ^{**}	.756 ^{**}	.634 ^{**}	.741 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

Correlations

		30س	31س	32س	33س	34س	المحور 4ر
18س	Pearson Correlation	-.091-	.033	.478 ^{**}	-.029-	.041	.572 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.619	.859	.006	.874	.824	.001
	N	32	32	32	32	32	32
19س	Pearson Correlation	.098	.336	.677 ^{**}	.143	.245	.734 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.595	.060	.000	.433	.176	.000
	N	32	32	32	32	32	32
20س	Pearson Correlation	.103	.392 [†]	.682 ^{**}	.273	.010	.718 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.574	.026	.000	.131	.959	.000
	N	32	32	32	32	32	32
21س	Pearson Correlation	.292	.516 ^{**}	.695 ^{**}	.082	.053	.776 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.105	.002	.000	.654	.775	.000
	N	32	32	32	32	32	32
22س	Pearson Correlation	.261	.414 [†]	.539 ^{**}	.055	-.073-	.771 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.148	.018	.001	.765	.691	.000
	N	32	32	32	32	32	32
23س	Pearson Correlation	.615 ^{**}	.830 ^{**}	.538 ^{**}	.237	.398 [†]	.719 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.191	.024	.000
	N	32	32	32	32	32	32
24س	Pearson Correlation	.296	.445 [†]	.704 ^{**}	.062	.069	.839 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.100	.011	.000	.737	.708	.000
	N	32	32	32	32	32	32
25س	Pearson Correlation	.437 [†]	.500 ^{**}	.501 ^{**}	.028	.009	.829 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.012	.004	.003	.879	.962	.000
	N	32	32	32	32	32	32
26س	Pearson Correlation	.302	.408 [†]	.495 ^{**}	.074	.120	.723 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.093	.020	.004	.689	.513	.000

	N	32	32	32	32	32	32
27س	Pearson Correlation	.335	.392*	.519**	.113	-.105-	.756**
	Sig. (2-tailed)	.061	.027	.002	.537	.566	.000
	N	32	32	32	32	32	32
28س	Pearson Correlation	.303	.494**	.414*	.185	.171	.634**
	Sig. (2-tailed)	.092	.004	.019	.311	.349	.000
	N	32	32	32	32	32	32
29س	Pearson Correlation	.574**	.707**	.612**	.380*	.318	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.032	.077	.000
	N	32	32	32	32	32	32
30س	Pearson Correlation	1	.690**	.251	.209	.264	.491**
	Sig. (2-tailed)		.000	.165	.252	.144	.004
	N	32	32	32	32	32	32
31س	Pearson Correlation	.690**	1	.605**	.347	.312	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.051	.082	.000
	N	32	32	32	32	32	32
32س	Pearson Correlation	.251	.605**	1	.177	.034	.776**
	Sig. (2-tailed)	.165	.000		.332	.851	.000
	N	32	32	32	32	32	32
33س	Pearson Correlation	.209	.347	.177	1	.572**	.327
	Sig. (2-tailed)	.252	.051	.332		.001	.068
	N	32	32	32	32	32	32
34س	Pearson Correlation	.264	.312	.034	.572**	1	.287
	Sig. (2-tailed)	.144	.082	.851	.001		.111
	N	32	32	32	32	32	32
المحور 4	Pearson Correlation	.491**	.705**	.776**	.327	.287	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.068	.111	
	N	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	35س	36س	37س	38س	39س	40س	41س	42س	43س	44س	45س
35س	1	.221	.420*	.521**	.702**	.707**	.598**	.451**	.467**	.453**	.614**
36س	.221	1	.318	.368*	.144	.186	.297	.388*	-.116-	.450**	.204

	Sig. (2-tailed)	.225		.077	.038	.432	.308	.099	.028	.527	.010	.262
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
37س	Pearson Correlation	.420*	.318	1	.440*	.539**	.554**	.606**	.409*	.524**	.499**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.017	.077		.012	.001	.001	.000	.020	.002	.004	.001
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
38س	Pearson Correlation	.521**	.368*	.440*	1	.586**	.709**	.703**	.737**	.527**	.560**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.002	.038	.012		.000	.000	.000	.000	.002	.001	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
39س	Pearson Correlation	.702**	.144	.539**	.586**	1	.809**	.742**	.462**	.572**	.325	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.432	.001	.000		.000	.000	.008	.001	.070	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
40س	Pearson Correlation	.707**	.186	.554**	.709**	.809**	1	.773**	.622**	.628**	.427*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.308	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.015	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
41س	Pearson Correlation	.598**	.297	.606**	.703**	.742**	.773**	1	.765**	.632**	.443*	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.099	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.011	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
42س	Pearson Correlation	.451**	.388*	.409*	.737**	.462**	.622**	.765**	1	.555**	.627**	.515**
	Sig. (2-tailed)	.010	.028	.020	.000	.008	.000	.000		.001	.000	.003
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
43س	Pearson Correlation	.467**	-.116-	.524**	.527**	.572**	.628**	.632**	.555**	1	.429*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.007	.527	.002	.002	.001	.000	.000	.001		.014	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
44س	Pearson Correlation	.453**	.450**	.499**	.560**	.325	.427*	.443*	.627**	.429*	1	.451**
	Sig. (2-tailed)	.009	.010	.004	.001	.070	.015	.011	.000	.014		.010
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
45س	Pearson Correlation	.614**	.204	.579**	.734**	.662**	.649**	.652**	.515**	.621**	.451**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.262	.001	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.010	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
46س	Pearson Correlation	.465**	.392*	.394*	.656**	.454**	.533**	.577**	.712**	.365*	.823**	.444*
	Sig. (2-tailed)	.007	.027	.026	.000	.009	.002	.001	.000	.040	.000	.011

	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
س47	Pearson Correlation	.458**	.338	.490**	.653**	.454**	.574**	.728**	.764**	.407*	.641**	.520**
	Sig. (2-tailed)	.008	.058	.004	.000	.009	.001	.000	.000	.021	.000	.002
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
س48	Pearson Correlation	.107	.565**	.368*	.400*	.206	.223	.300	.360*	.028	.561**	.284
	Sig. (2-tailed)	.559	.001	.038	.023	.257	.219	.095	.043	.879	.001	.115
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
س49	Pearson Correlation	.201	.250	.482**	.232	.499**	.476**	.462**	.330	.303	.231	.380*
	Sig. (2-tailed)	.271	.167	.005	.201	.004	.006	.008	.065	.091	.203	.032
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
س50	Pearson Correlation	.086	.311	.362*	.116	.121	.095	.064	.133	.117	.514**	.189
	Sig. (2-tailed)	.638	.083	.042	.529	.509	.605	.729	.469	.523	.003	.301
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
المحور 5 ر	Pearson Correlation	.675**	.474**	.725**	.786**	.753**	.810**	.834**	.775**	.639**	.742**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

Correlations

		س46	س47	س48	س49	س50	المحور 5
س35	Pearson Correlation	.465**	.458**	.107	.201	.086	.675**
	Sig. (2-tailed)	.007	.008	.559	.271	.638	.000
	N	32	32	32	32	32	32
س36	Pearson Correlation	.392*	.338	.565**	.250	.311	.474**
	Sig. (2-tailed)	.027	.058	.001	.167	.083	.006
	N	32	32	32	32	32	32
س37	Pearson Correlation	.394*	.490**	.368*	.482**	.362*	.725**
	Sig. (2-tailed)	.026	.004	.038	.005	.042	.000
	N	32	32	32	32	32	32
س38	Pearson Correlation	.656**	.653**	.400*	.232	.116	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.023	.201	.529	.000
	N	32	32	32	32	32	32
س39	Pearson Correlation	.454**	.454**	.206	.499**	.121	.753**
	Sig. (2-tailed)	.009	.009	.257	.004	.509	.000
	N	32	32	32	32	32	32
س40	Pearson Correlation	.533**	.574**	.223	.476**	.095	.810**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.219	.006	.605	.000

	N	32	32	32	32	32	32
41س	Pearson Correlation	.577**	.728**	.300	.462**	.064	.834**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.095	.008	.729	.000
	N	32	32	32	32	32	32
42س	Pearson Correlation	.712**	.764**	.360*	.330	.133	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.043	.065	.469	.000
	N	32	32	32	32	32	32
43س	Pearson Correlation	.365*	.407*	.028	.303	.117	.639**
	Sig. (2-tailed)	.040	.021	.879	.091	.523	.000
	N	32	32	32	32	32	32
44س	Pearson Correlation	.823**	.641**	.561**	.231	.514**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.203	.003	.000
	N	32	32	32	32	32	32
45س	Pearson Correlation	.444*	.520**	.284	.380*	.189	.766**
	Sig. (2-tailed)	.011	.002	.115	.032	.301	.000
	N	32	32	32	32	32	32
46س	Pearson Correlation	1	.740**	.577**	.178	.302	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.330	.093	.000
	N	32	32	32	32	32	32
47س	Pearson Correlation	.740**	1	.449**	.474**	.284	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.006	.115	.000
	N	32	32	32	32	32	32
48س	Pearson Correlation	.577**	.449**	1	.240	.398*	.532**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010		.186	.024	.002
	N	32	32	32	32	32	32
49س	Pearson Correlation	.178	.474**	.240	1	.571**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.330	.006	.186		.001	.000
	N	32	32	32	32	32	32
50س	Pearson Correlation	.302	.284	.398*	.571**	1	.447*
	Sig. (2-tailed)	.093	.115	.024	.001		.010
	N	32	32	32	32	32	32
المحور 5	Pearson Correlation	.747**	.795**	.532**	.606**	.447*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.010	
	N	32	32	32	32	32	32

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		المحور 3	المحور 4	المحور 5	الكل
المحور 3	Pearson Correlation	1	.813**	.700**	.911**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	32	32	32	32
المحور 4	Pearson Correlation	.813**	1	.740**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	32	32	32	32
المحور 5	Pearson Correlation	.700**	.740**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	32	32	32	32
الكل	Pearson Correlation	.911**	.938**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	17

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1س	62.0313	88.547	.469	.903
2س	62.0938	87.572	.542	.901
3س	62.1563	88.330	.434	.903
4س	62.2500	85.742	.546	.900
5س	62.1250	82.629	.730	.895
6س	62.7500	83.032	.508	.902
7س	62.7500	79.935	.674	.896
8س	62.2500	82.387	.650	.897
9س	62.5313	81.805	.620	.898
10س	62.5938	82.378	.682	.896
11س	61.9688	85.902	.617	.899
12س	62.4063	84.959	.546	.900
13س	62.3125	81.254	.794	.893
14س	62.0938	81.572	.787	.893
15س	62.0000	86.065	.575	.900
16س	62.2813	83.564	.431	.906

17س	62.4063	85.539	.344	.909
-----	---------	--------	------	------

RELIABILITY

32س 31س 30س 29س 28س 27س 26س 25س 24س 23س 22س 21س 20س 19س 18س/VARIABLES=
34س 33س

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	17

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
18س	58.7500	120.323	.503	.919
19س	59.1875	115.964	.685	.914
20س	59.1875	117.254	.669	.914
21س	59.4375	114.125	.731	.912
22س	59.4375	114.254	.725	.912
23س	58.6563	120.814	.683	.915
24س	58.9688	114.612	.810	.910
25س	59.1875	113.060	.794	.910
26س	59.1875	113.577	.662	.915
27س	59.4688	115.225	.709	.913
28س	58.8438	121.684	.586	.916
29س	58.5938	122.507	.714	.915
30س	58.5938	123.991	.427	.920
31س	58.6875	120.802	.666	.915
32س	58.8438	118.265	.742	.913
33س	58.6563	126.878	.245	.925
34س	58.8125	127.383	.196	.927

RELIABILITY

49س 48س 47س 46س 45س 44س 43س 42س 41س 40س 39س 38س 37س 36س 35س/VARIABLES=
50س

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
35س	58.9688	94.805	.609	.915
36س	58.6250	100.306	.392	.922
37س	58.4063	96.959	.681	.913
38س	58.2813	96.531	.753	.911
39س	58.2500	96.387	.713	.912
40س	58.5000	92.710	.771	.910
41س	58.2500	95.484	.806	.910
42س	58.2500	97.097	.741	.912
43س	58.7188	95.822	.569	.916
44س	58.3125	98.673	.708	.913
45س	58.6563	95.201	.724	.912
46س	58.0625	98.448	.712	.913
47س	58.4375	95.415	.760	.911
48س	58.2188	100.370	.466	.919
49س	59.3438	94.814	.518	.920
50س	58.8125	99.641	.347	.925

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	50

ملحق رقم -3- الاستمارة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علم الاجتماع

استمارة حول:

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمة داخل الأسرة الجزائرية -ولاية سكيكدة أنموذجاً-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (ل.م.د.) في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:

أ. د. بومنجل فوزي

إعداد الطالبة:

سعيدود فاطمة الزهراء

ملاحظة:

نرجو من سيادتكم الإجابة على محاور الاستمارة بالتأني بعد قراءتها، علماً بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها تستخدم لغرض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة. ولكم منا جزيل الشكر.

السنة الجامعية: 2023/2022

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية:

1. الجنس:

ذكر	أنثى

2. السن:

أقل من 20 سنة	من 20-29	من 30-39	40 سنة فأكثر

3. الحالة الاجتماعية:

عازب (ة)	متزوج (ة)	مطلق (ة)	أرمل (ة)

4. طبيعة السكن:

حضري	شبه حضري	ريفي

5. المؤهلات العلمية:

دون مستوى	متوسط	ثانوي	جامعي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

6. هل تمتلك حسابات عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم	لا

إذا كانت اجابتك بنعم ماهي الشبكة التي تمتلك بها حساب؟

	الفايس بوك	الواتساب	الفايبر
	اليوتيوب	التيك توك	سناپ شات
	الأنستغرام	تويتر	إيمو

أخرى تذكر:

7. هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

دائما	أحيانا	نادرا

8. ماهي المدة الزمنية التي تقضيها يوميا أثناء تصفحك لهذه الشبكات؟

أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين	ثلاثة ساعات فأكثر

هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لغرض؟

التعليقات	الدرشة	مشاركة صور وفيديوهات	إدارة صفحات وحسابات

أخرى تذكر

ما هو محتوى الصور والفيديوهات التي تتبناها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

أخلاقية	اجتماعية	ثقافية	تعليمية	دينية

أخرى تذكر

9. هل تتابع محتويات شبكات التواصل الاجتماعي؟

المحلية	الوطنية	العربية	الدولية

10. ماهي اللغة المفضلة لديك أثناء استخدامك شبكات التواصل الاجتماعي؟

العربية	الإنجليزية	الفرنسية

أخرى تذكر

11. ما هو المستوى اللغوي المعتمد؟

عامية	أكاديمية

12. على أي أساس تختار من تتفاعل معهم في شبكات التواصل الاجتماعي؟

على أساس القرابة	على أساس الصداقة	على أساس الاهتمام المشترك

أخرى تذكر

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية.

الرقم	العبارات	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية.					
2	تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيرة النبوية.					
3	تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة.					
4	تسعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين.					
5	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته.					
6	تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية.					
7	تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع.					
8	تحث شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين.					
9	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم.					
10	تحث شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع.					
11	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية.					
12	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية.					

					13 تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية.
					14 تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة.
					15 تذكر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية.
					16 تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجالا للتعبير عن المكبوتات.
					17 تستبح شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعيا.

المحور الرابع: شبكات التواصل والقيم الاجتماعية.

الرقم	العبارات	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تركز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي.					
2	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري					
3	تحدد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية.					
4	تركز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي.					
5	تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع.					
6	تشجع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي.					
7	تحت شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية.					
8	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع.					
9	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية.					
10	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة.					
11	ترسخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء.					
12	تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع.					

					تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين.	13
					تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجنيد.	14
					تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية.	15
					تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية.	16
					تُشعر شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع.	17

لمحور الخامس: شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الثقافية.

الرقم	العبارات	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تحافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة.					
2	تحدث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية.					
3	تعديشبيكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية.					
4	تتضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعا ثقافيا من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمين متخصصين.					
5	تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافية المحلي والعالمي.					
6	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها.					
7	تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها.					
8	تهدف مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على حماية التراث المادي والاعتزاز به.					
9	تحت شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعادات والتقاليد والأعراف.					
10	تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلل احياء المناسبات والأعياد.					
11	تُظهر شبكات التواصل الاجتماعي مدى تقيد					

					الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية.
					12 انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي.
					13 تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية.
					14 تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غريبة تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك... الخ
					15 التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف.
					16 مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية.

ملحق رقم -4- مخرجات spss الخاص بالدراسة

Frequency Table

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	118	27.6	27.6	27.6
	انثى	309	72.4	72.4	100.0
Total		427	100.0	100.0	

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من 20 سنة	20	4.7	4.7	4.7
	20-29 سنة	166	38.9	38.9	43.6
	30-39 سنة	133	31.1	31.1	74.7
	40 سنة فأكثر	108	25.3	25.3	100.0
Total		427	100.0	100.0	

الحالة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	عازب	241	56.4	56.4	56.4
	متزوج	168	39.3	39.3	95.8
	مطلق	18	4.2	4.2	100.0
Total		427	100.0	100.0	

السكن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	حضري	239	56.0	56.0	56.0
	شبه حضري	94	22.0	22.0	78.0
	ريفي	94	22.0	22.0	100.0
Total		427	100.0	100.0	

المؤهلات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دون مستوى	2	.5	.5	.5
	متوسط	35	8.2	8.2	8.7
	ثانوي	32	7.5	7.5	16.2
	جامعي	358	83.8	83.8	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

س1 Frequencies

	Responses			
		N	Percent	Percent of Cases
س1 ^a	اذا كانت اجابتك بنعم ماهي الشبكة التي تمتلك بها حساب؟ فيسبوك	422	25.0%	100.0%
	يوتيوب	238	14.1%	56.4%
	انتغرام	278	16.4%	65.9%
	واتساب	238	14.1%	56.4%
	تيك توك	138	8.2%	32.7%
	تويتر	66	3.9%	15.6%
	فايبر	122	7.2%	28.9%
	سناب	148	8.8%	35.1%
	ايمو	40	2.4%	9.5%
Total	1690	100.0%	400.5%	

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دائما	325	76.1	76.1	76.1
	احيانا	94	22.0	22.0	98.1
	نادرا	8	1.9	1.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

المدة الزمنية التي تقضيها يوميا أثناء تصفحك لهذه الشبكات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من ساعة	42	9.8	9.8	9.8
	ساعة إلى ساعتين	182	42.6	42.6	52.5
	3 ساعات فأكثر	203	47.5	47.5	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Frequencies2س\$

	Responses	N	Percent	Percent of Cases
س2 ^a تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لغرض التعليقات		144	20.4%	44.4%
الدرشة		324	45.9%	100.0%
مشاركة صور وفيديوهات		176	24.9%	54.3%
ادارة لاصفحة وحسابات		62	8.8%	19.1%
Total		706	100.0%	217.9%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Frequencies3س\$

	Responses	N	Percent	Percent of Cases
س3 ^a محتوى الصور والفيديوهات التي تتبناها عبر شبكات التواصل الاجتماعي اخلاقية		220	13.0%	56.7%
ثقافية		388	22.9%	100.0%
تعليمية		318	18.8%	82.0%
دينية		382	22.5%	98.5%
اجتماعية		388	22.9%	100.0%
Total		1696	100.0%	437.1%

Frequencies4س\$

	Responses	N	Percent	Percent of Cases
س4 ^a تتابع محتويات شبكات التواصل الاجتماعي- المحلية		284	25.1%	90.4%
الوطنية		256	22.6%	81.5%
العربية		314	27.7%	100.0%
الدولية		278	24.6%	88.5%
Total		1132	100.0%	360.5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Frequencies5س\$

	Responses	N	Percent	Percent of Cases
س5 ^a اللغة المفضلة لديك أثناء استخدامك شبكات التواصل الاجتماعي- العربية		368	61.3%	100.0%

الانجليزية	132	22.0%	35.9%
الفرنسية	100	16.7%	27.2%
Total	600	100.0%	163.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$6س Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
6س ^a	المستوى اللغوي المعتمد- عامية	290	58.5%	100.0%
	اكاديمية	206	41.5%	71.0%
Total		496	100.0%	171.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بالمعتقدات الدينية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	4	.9	.9	.9
	غير موافق	22	5.2	5.2	6.1
	محايد	41	9.6	9.6	15.7
	موافق	245	57.4	57.4	73.1
	موافق بشدة	115	26.9	26.9	100.0
Total		427	100.0	100.0	

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالسيره النبوية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	4	.9	.9	.9
	غير موافق	36	8.4	8.4	9.4
	محايد	29	6.8	6.8	16.2
	موافق	244	57.1	57.1	73.3
	موافق بشدة	114	26.7	26.7	100.0
Total		427	100.0	100.0	

تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الاطلاع على كتب الفقه والعقيدة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	6	1.4	1.4	1.4
	غير موافق	28	6.6	6.6	8.0
	محايد	42	9.8	9.8	17.8

موافق	234	54.8	54.8	72.6
موافق بشدة	117	27.4	27.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تسعى شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بأحكام الدين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	10	2.3	2.3	2.3
غير موافق	34	8.0	8.0	10.3
محايد	43	10.1	10.1	20.4
موافق	241	56.4	56.4	76.8
موافق بشدة	99	23.2	23.2	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على حفظ القرآن وتلاوته

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	26	6.1	6.1	9.4
محايد	38	8.9	8.9	18.3
موافق	227	53.2	53.2	71.4
موافق بشدة	122	28.6	28.6	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق الاجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	22	5.2	5.2	5.2
غير موافق	62	14.5	14.5	19.7
محايد	90	21.1	21.1	40.7
موافق	162	37.9	37.9	78.7
موافق بشدة	91	21.3	21.3	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحدد شبكات التواصل الاجتماعي طبيعة السلوك للحفاظ النظام الأخلاقي داخل المجتمع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	26	6.1	6.1	6.1
غير موافق	74	17.3	17.3	23.4
محايد	92	21.5	21.5	45.0

موافق	148	34.7	34.7	79.6
موافق بشدة	87	20.4	20.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحت شبكات التواصل الاجتماعي على البر وطاعة الوالدين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	20	4.7	4.7	4.7
غير موافق	36	8.4	8.4	13.1
محايد	74	17.3	17.3	30.4
موافق	188	44.0	44.0	74.5
موافق بشدة	109	25.5	25.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز صلة الرحم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	24	5.6	5.6	5.6
غير موافق	65	15.2	15.2	20.8
محايد	81	19.0	19.0	39.8
موافق	152	35.6	35.6	75.4
موافق بشدة	105	24.6	24.6	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحت شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الاحترام والتسامح والصدق بين أفراد المجتمع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	50	11.7	11.7	15.0
محايد	103	24.1	24.1	39.1
موافق	164	38.4	38.4	77.5
موافق بشدة	96	22.5	22.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على التعبئة الاجتماعية من خلال الحملات التطوعية والتضامنية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	2	.5	.5	.5
غير موافق	18	4.2	4.2	4.7
محايد	38	8.9	8.9	13.6

موافق	245	57.4	57.4	71.0
موافق بشدة	124	29.0	29.0	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ممارسة الطقوس الدينية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	20	4.7	4.7	4.7
غير موافق	38	8.9	8.9	13.6
محايد	99	23.2	23.2	36.8
موافق	196	45.9	45.9	82.7
موافق بشدة	74	17.3	17.3	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل مع البرامج الدينية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	20	4.7	4.7	4.7
غير موافق	28	6.6	6.6	11.2
محايد	55	12.9	12.9	24.1
موافق	236	55.3	55.3	79.4
موافق بشدة	88	20.6	20.6	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة متابعة الشخصيات الدينية المؤثرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	20	4.7	4.7	4.7
غير موافق	12	2.8	2.8	7.5
محايد	47	11.0	11.0	18.5
موافق	222	52.0	52.0	70.5
موافق بشدة	126	29.5	29.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تذكر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احياء المناسبات الدينية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	8	1.9	1.9	1.9
غير موافق	26	6.1	6.1	8.0
محايد	49	11.5	11.5	19.4

موافق	234	54.8	54.8	74.2
موافق بشدة	110	25.8	25.8	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً للتعبير عن المكبوتات

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	22	5.2	5.2	5.2
غير موافق	28	6.6	6.6	11.7
محايد	45	10.5	10.5	22.2
موافق	197	46.1	46.1	68.4
موافق بشدة	135	31.6	31.6	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تستجيب شبكات التواصل الاجتماعي المحظور اجتماعياً

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	32	7.5	7.5	7.5
غير موافق	26	6.1	6.1	13.6
محايد	109	25.5	25.5	39.1
موافق	164	38.4	38.4	77.5
موافق بشدة	96	22.5	22.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تركز شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية التواصل الاجتماعي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	8	1.9	1.9	1.9
غير موافق	44	10.3	10.3	12.2
محايد	37	8.7	8.7	20.8
موافق	229	53.6	53.6	74.5
موافق بشدة	109	25.5	25.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على تفعيل الحوار الأسري

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	34	8.0	8.0	8.0
غير موافق	112	26.2	26.2	34.2

محايد	69	16.2	16.2	50.4
موافق	152	35.6	35.6	85.9
موافق بشدة	60	14.1	14.1	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأدوار الاجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	16	3.7	3.7	3.7
غير موافق	80	18.7	18.7	22.5
محايد	99	23.2	23.2	45.7
موافق	175	41.0	41.0	86.7
موافق بشدة	57	13.3	13.3	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تركز شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التقيد بآليات الضبط الاجتماعي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	16	3.7	3.7	3.7
غير موافق	74	17.3	17.3	21.1
محايد	108	25.3	25.3	46.4
موافق	176	41.2	41.2	87.6
موافق بشدة	53	12.4	12.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تراعي شبكات التواصل الاجتماعي الحقوق والواجبات المدنية داخل المجتمع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	22	5.2	5.2	5.2
غير موافق	86	20.1	20.1	25.3
محايد	81	19.0	19.0	44.3
موافق	179	41.9	41.9	86.2
موافق بشدة	59	13.8	13.8	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على التكافل والتضامن الاجتماعي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	10	2.3	2.3	2.3
غير موافق	26	6.1	6.1	8.4

محايد	62	14.5	14.5	23.0
موافق	248	58.1	58.1	81.0
موافق بشدة	81	19.0	19.0	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحت شبكات التواصل الاجتماعي على العدالة الاجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	16	3.7	3.7	3.7
غير موافق	48	11.2	11.2	15.0
محايد	92	21.5	21.5	36.5
موافق	204	47.8	47.8	84.3
موافق بشدة	67	15.7	15.7	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على مراعاة مبدأ المساواة والتعاون داخل المجتمع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	58	13.6	13.6	16.9
محايد	90	21.1	21.1	37.9
موافق	199	46.6	46.6	84.5
موافق بشدة	66	15.5	15.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الاجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	32	7.5	7.5	7.5
غير موافق	64	15.0	15.0	22.5
محايد	68	15.9	15.9	38.4
موافق	186	43.6	43.6	82.0
موافق بشدة	77	18.0	18.0	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة تأدية النشاطات العائلية لكل فرد من أفراد الأسرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	36	8.4	8.4	8.4
غير موافق	99	23.2	23.2	31.6

محايد	98	23.0	23.0	54.6
موافق	137	32.1	32.1	86.7
موافق بشدة	57	13.3	13.3	100.0
Total	427	100.0	100.0	

ترسخ مضامين شبكات التواصل الاجتماعي الشعور والاحساس بالانتماء

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	22	5.2	5.2	5.2
غير موافق	40	9.4	9.4	14.5
محايد	92	21.5	21.5	36.1
موافق	204	47.8	47.8	83.8
موافق بشدة	69	16.2	16.2	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي بالمشكلات الاجتماعية المرتبطة بالفرد والمجتمع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	10	2.3	2.3	2.3
غير موافق	32	7.5	7.5	9.8
محايد	53	12.4	12.4	22.2
موافق	249	58.3	58.3	80.6
موافق بشدة	83	19.4	19.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال بعض المؤثرين الاجتماعيين المتخصصين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	10	2.3	2.3	2.3
غير موافق	28	6.6	6.6	8.9
محايد	55	12.9	12.9	21.8
موافق	185	43.3	43.3	65.1
موافق بشدة	149	34.9	34.9	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة الاجتماعية من خلال التحسيس والتجديد

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	8	1.9	1.9	1.9
غير موافق	16	3.7	3.7	5.6

محايد	69	16.2	16.2	21.8
موافق	242	56.7	56.7	78.5
موافق بشدة	92	21.5	21.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي من خلال المشاركة في المناسبات والاحتفالات العائلية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	12	2.8	2.8	2.8
غير موافق	32	7.5	7.5	10.3
محايد	78	18.3	18.3	28.6
موافق	218	51.1	51.1	79.6
موافق بشدة	87	20.4	20.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على بناء علاقات افتراضية على حساب العلاقات الواقعية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	8	1.9	1.9	1.9
غير موافق	26	6.1	6.1	8.0
محايد	60	14.1	14.1	22.0
موافق	174	40.7	40.7	62.8
موافق بشدة	159	37.2	37.2	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تُشعر شبكات التواصل الاجتماعي الفرد بالعزلة داخل المجتمع.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	20	4.7	4.7	4.7
غير موافق	38	8.9	8.9	13.6
محايد	92	21.5	21.5	35.1
موافق	148	34.7	34.7	69.8
موافق بشدة	129	30.2	30.2	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحافظ شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخداماتها على اللغة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	18	4.2	4.2	4.2

غير موافق	58	13.6	13.6	17.8
محايد	73	17.1	17.1	34.9
موافق	201	47.1	47.1	82.0
موافق بشدة	77	18.0	18.0	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحدث استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي اختلال في المحافظة على الهوية الوطنية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	10	2.3	2.3	2.3
غير موافق	62	14.5	14.5	16.9
محايد	127	29.7	29.7	46.6
موافق	152	35.6	35.6	82.2
موافق بشدة	76	17.8	17.8	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعشبكات التواصل الاجتماعي فضاء للتنشئة الثقافية من خلال ما يعرض من محتويات ثقافية محلية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	24	5.6	5.6	8.9
محايد	66	15.5	15.5	24.4
موافق	235	55.0	55.0	79.4
موافق بشدة	88	20.6	20.6	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تتضمن شبكات التواصل الاجتماعي تنوعا ثقافيا من حيث المحتوى الهادف والبناء من طرف مستخدمي متخصصين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	8	1.9	1.9	1.9
غير موافق	22	5.2	5.2	7.0
محايد	54	12.6	12.6	19.7
موافق	240	56.2	56.2	75.9
موافق بشدة	103	24.1	24.1	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تشجع شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التبادل والتواصل الثقافية المحلي والعالمي.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	12	2.8	2.8	6.1
محايد	52	12.2	12.2	18.3
موافق	245	57.4	57.4	75.6
موافق بشدة	104	24.4	24.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على أهمية الوعي الثقافي للمستخدمين وروادها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	16	3.7	3.7	3.7
غير موافق	28	6.6	6.6	10.3
محايد	78	18.3	18.3	28.6
موافق	212	49.6	49.6	78.2
موافق بشدة	93	21.8	21.8	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة المحلية بكل أشكالها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	6	1.4	1.4	1.4
غير موافق	24	5.6	5.6	7.0
محايد	52	12.2	12.2	19.2
موافق	232	54.3	54.3	73.5
موافق بشدة	113	26.5	26.5	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تهدف مضامين شبكات التواصل الاجتماعي على حماية التراث المادي والاعتزاز به.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	36	8.4	8.4	11.7
محايد	60	14.1	14.1	25.8
موافق	220	51.5	51.5	77.3
موافق بشدة	97	22.7	22.7	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تحت شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة الالتزام بالعبادات والتقاليد والأعراف

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	24	5.6	5.6	5.6
غير موافق	50	11.7	11.7	17.3
محايد	96	22.5	22.5	39.8
موافق	175	41.0	41.0	80.8
موافق بشدة	82	19.2	19.2	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تؤكد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة ممارسة الطقوس الثقافية خلال احياء المناسبات والأعياد

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	24	5.6	5.6	8.9
محايد	84	19.7	19.7	28.6
موافق	218	51.1	51.1	79.6
موافق بشدة	87	20.4	20.4	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تُظهر شبكات التواصل الاجتماعي مدى تفيد الفرد بلباسه التقليدي كأحد الموروثات الثقافية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	14	3.3	3.3	3.3
غير موافق	52	12.2	12.2	15.5
محايد	95	22.2	22.2	37.7
موافق	191	44.7	44.7	82.4
موافق بشدة	75	17.6	17.6	100.0
Total	427	100.0	100.0	

انتشار القنوات الافتراضية الخاصة بالطبخ وصناعة الحلويات التقليدية للتعريف بكل ما هو محلي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	6	1.4	1.4	1.4
غير موافق	8	1.9	1.9	3.3
محايد	44	10.3	10.3	13.6
موافق	232	54.3	54.3	67.9
موافق بشدة	137	32.1	32.1	100.0
Total	427	100.0	100.0	

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفن الشعبي سفير للثقافة المحلية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
Valid	غير موافق بشدة	8	1.9	1.9	1.9
	غير موافق	34	8.0	8.0	9.8
	محايد	84	19.7	19.7	29.5
	موافق	213	49.9	49.9	79.4
	موافق بشدة	88	20.6	20.6	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد من خلال اكتسابه وتبنيه للثقافات غربية تظهر من خلال اللباس، قصة الشعر، السلوك... الخ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
Valid	غير موافق بشدة	10	2.3	2.3	2.3
	غير موافق	20	4.7	4.7	7.0
	محايد	38	8.9	8.9	15.9
	موافق	180	42.2	42.2	58.1
	موافق بشدة	179	41.9	41.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

التمسك بالعادات والتقاليد في المجتمعات الافتراضية مؤشر للرجعية والتخلف

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
Valid	غير موافق بشدة	50	11.7	11.7	11.7
	غير موافق	120	28.1	28.1	39.8
	محايد	89	20.8	20.8	60.7
	موافق	110	25.8	25.8	86.4
	موافق بشدة	58	13.6	13.6	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

مفهوم التحضر من خلال العلاقات الافتراضية هو تعدي على الضوابط الثقافية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
Valid	غير موافق بشدة	22	5.2	5.2	5.2
	غير موافق	78	18.3	18.3	23.4
	محايد	107	25.1	25.1	48.5
	موافق	134	31.4	31.4	79.9
	موافق بشدة	86	20.1	20.1	100.0
	Total	427	100.0	100.0	