

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري

### دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

#### The role of social networking sites in changing the value system of Algerian society A field study of a sample of social media users

نصيرة بلحوسين<sup>1</sup>

belhocine.nacera@univ-dbkm.dz

تاريخ الاستلام: 2024/06/26 تاريخ القبول: 2024/08/15 تاريخ النشر: 2024/09/15

Received: 26/06/2024 Accepted: 15/08/2024 published: 15/09/2024

#### الملخص:

تسعى دراستنا إلى تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، فمواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على المنظومة القيمية لمستخدميها، وذلك من خلال إحداث تغييرات جذرية سواء على مستوى طريقة التفكير أو العلاقات الاجتماعية فيما بين مكونات مجتمعاتها. ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بالاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك بالاستعانة بأداة الاستمارة الالكترونية التي تم توزيعها على عينة الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من مختلف شرائح المجتمع الجزائري. ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في إحداث تغيير في المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، ويكون هذا التغيير إما ايجابيا عن طريق جلب قيم جديدة تساعد في تماسك أفراد المجتمع، أو سلبيا بحيث تروج لنماذج جديدة من القيم التي تحدث خللا في مكونات المجتمع، وتسبب في تفككه. كلمات مفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي - مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي - القيم - المنظومة القيمية.

#### Abstract:

Our study seeks to shed light on the role played by social networking sites in changing the value system of Algerian society. Social networking sites greatly affect the value system of their users, by bringing about radical changes, whether at the level of the way of thinking or the social relations between the components of its society. To achieve the objectives of the study, we relied on the descriptive approach, using the electronic questionnaire tool that was distributed to the study sample of Social media users from various segments of Algerian society.

To achieve the objectives of the study, we relied on the descriptive approach, using the electronic questionnaire tool that was distributed to the study sample of social media users from different segments of Algerian society. Among the most important results reached is that social media sites have a major role in bringing about change in the value system of Algerian society, and this change is either positive by bringing new values that help in the cohesion of members of society, or negative in that it promotes new models of values that cause an imbalance in the components of society, and cause its disintegration.

**Keywords:** social networking sites - social media users - values - value system.

(1) جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر).

## مقدمة:

### هيكل الدراسة:

من أجل توضيح عناصر الدراسة وشرحها قمنا بتقسيمها إلى محورين أساسيين، وهما: المحور الأول المعنون بالإطار المنهجي للدراسة الذي قدمنا فيه بتقديم عام لإشكالية، والتساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، ثم أهمية والهدف من الدراسة، والمنهج المتبع في الدراسة، وأدوات جمع البيانات، ومجتمع وعينة الدراسة.

أما المحور الثاني المعنون بالإطار التطبيقي، والذي قمنا فيه بجمع استمارة الكترونية التي تم توزيعها على عينة الدراسة، ثم تفرغ الاستمارة باستخدام البرنامج الإحصائي sspss، وبعدها قدمنا القراءة الكمية والكيفية لتلك المعطيات، لنختم هذا المحور بتقديم عرض عام لأهم النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة.

### المحور الأول: الإطار المنهجي

#### الإشكالية:

شهدت المجتمعات الإنسانية في السنوات الأخيرة من هذا القرن إقبالا كبيرا على التكنولوجيات الحديثة بمختلف وسائله وتطبيقاته، ومن بين هذه الوسائل التي أحدثت ثورة في حياة البشر نذكر شبكة الانترنت التي حولت العالم إلى قرية صغيرة مختلقة بذلك الحدود الجغرافية والثقافية والسياسية للدول والشعوب.

فالانترنت أتاحت لمستخدميها عدة ميزات منها إمكانية الحصول على كم هائل من المعلومات في مختلف المواضيع والمجالات، والتواصل مع الآخرين في مختلف دول العالم، ومن بين أهم التطبيقات المسهلة للتواصل والاتصال نجد شبكات التواصل الاجتماعي التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، وأتاحت ظهور المجتمع الافتراضي الذي له خصوصياته تميزه عن المجتمع الواقعي، فمواقع التواصل الاجتماعي مكنت مستخدميها من تبادل المعلومات والأفكار والآراء عن مختلف الأحداث والوقائع التي يشهدها العالم، ومع هذا التواصل المتبادل هناك تبادل لمجموعة من المضامين عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي تحمل في طياتها منظومة قيمية قد تكون غريبة عن بعض المجتمعات، قد تحدث تغيير جذري في المجتمعات الإنسانية. فمواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير مباشر على المنظومة القيمية للمجتمع سواء من ناحية التعريف بقيم المجتمعات والثقافات المختلفة أو من ناحية إحداث تغيير وجلب قيم قد تكون غريبة عن مستخدمي هذه المواقع قد تسبب اغتراب اجتماعي وتشكل خطر على القيم الأصلية للمجتمعات المحلية.

ومن خلال ما سبق نطرح الإشكال التالي: ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير المنظومة القيمية

### للمجتمع الجزائري؟

وتندرج تحت هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:

- 1- ماذا نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هو تعريف القيم؟ وما هو مفهوم المنظومة القيمية؟
- 3- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين؟

#### 4- ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع الجزائري؟

##### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في كونها تسلط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، سواء من ناحية الحفاظ على القيم السائدة أصلاً في المجتمع، أو من ناحية تغييرها بشكل جذري أقل ما يقل عن القيم الوافدة عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أنها قيم غريبة عن مجتمعتنا. فمواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى إحداث تغيير في القيم وطرق التفكير والأعراف والتقاليد وطرق النظر إلى الأمور والحكم على الأحداث في المجتمعات الإنسانية عموماً والعربية والإسلامية خصوصاً، هذا ما جعلنا نخصص هذه الدراسة من أجل معرفة الكيفية التي تؤثر فيها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية الجزائرية سواء بالسلب أو الإيجاب.

##### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

- 1- تقديم خلفية نظرية للمصطلحات التالية: مواقع التواصل الاجتماعي، القيم، المنظومة القيمية.
- 2- معرفة عادات وأنماط استخدام المجتمع الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة أسباب ودوافع الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين.
- 4- معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير أو دعم المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري.

##### المنهج وأدوات البحث:

###### أولاً المنهج:

استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي لكونه المناسب لمثل النوع من الدراسات، فالمنهج الوصفي يساعد الباحث لتقديم وصف شامل للظاهرة المراد دراستها، وذلك بجمع المعلومات التي يحتاجها لفهم الظاهرة من مصادرها الأساسية والثانوية، وقد استخدمناه في الشق النظري وذلك بتحديد مفهوم مصطلحات الدراسة، كذا في الشق التطبيقي، وذلك من خلال القيام بالمسح الشامل لمجتمع البحث ثم لعينة الدراسة، وذلك بإعداد استمارة بحثية مكونة من مجموعة من الأسئلة، ثم توزيعها على مفردات العينة، ثم تفرغ المعطيات في شكل أرقام ونسب مئوية، وأخيراً القيام بقراءة كمية وكيفية لهذه البيانات المتحصل عليها.

###### ثانياً: أدوات جمع البيانات:

قمنا بالاختيار أداة الاستمارة لكونها الأداة الأنسب لدراستنا، وقد قمنا بإعداد استمارة الكترونية مكونة مجموعة من الأسئلة موزعة على ثلاثة محاور أساسية، وهي:

**المحور الأول: البيانات الشخصية:** يحتوي على العناصر الآتية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة.

**المحور الثاني: المعنون بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:** يتكون من خمسة أسئلة، ويهدف هذا المحور لمعرفة أهم المواقع التي يقبل عليها المبحوثين، والفترات الزمنية لتصفح هذه المواقع من طرف المبحوثين، دون إن ننسى أسباب الإقبال على الاستفادة من مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.

**المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع:** يتكون من سبعة أسئلة، ويهدف هذا المحور لمعرفة الكيفية التي تؤثر بها مواقع التواصل الاجتماعي على المجال القيمي للمجتمعات سواء من الناحية الإيجابية والسلبية.

### ثالثا: مجتمع البحث

يتكون مجتمع بحثنا من كافة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الوطني بمختلف شرائحه الاجتماعية، وبمختلف مستوياتهم العمرية، والعلمية، والمهنية.

### رابعا: العينة:

وقد تم اختيار العينة المتاحة المتوفرة في إطار العينات غير الاحتمالية، والتي حدد حجم العينة للبحث بـ 100 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.

### تحديد مفهوم مصطلحات الدراسة:

### أولا: شبكات التواصل الاجتماعي

هي مصطلح يطلق على: " مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة .. الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخر ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. " (شعشوع، 1433/1434، صفحة 15)، وعرفت أيضا بأنها: "عبارة عن مجموعة من البرامج والأدوات على الانترنت يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى، والآراء والأفكار والخبرات، ووجهات النظر عبر وسيلة تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين المجموعات من الناس عبر الانترنت. (اليوسف، 2016/2017، صفحة 8)

ومن خلال ما سبق يمكن تقديم التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو كالتالي:

- 1- مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال، والتكنولوجيا، والخصائص، التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بعلاء حالات الفردية، والتخصص.
- 2- منظومة من الشبكات الالكترونية، التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين، لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.
- 3- أنواع الإعلام الرقمي الذي في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة، والفيديو، والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له عملية الإنتاج والعرض. (الحراشة، 2015، صفحة 7)

### ثانيا: القيم

لقد اختلف الباحثون في المجالات المختلفة في توضيح وتعريف مفهوم القيم، وسنوجز أبرزها:

أ- القيم هي: "مجموعة من المعتقدات والتصورات المعرفية والوجدانية والسلوكية الراسخة يختارها الإنسان بحرية بعد تفكير وتأمل، ويعتقد بها اعتقاداً جازماً تشكل لديه منظومة من المعايير يحكم بها على الأشياء بالحسن أو بالقبيح أو القبول أو بالرد، ويصدر عنها سلوك منتظر يتميز بالثبات والتكرار الاعتزاز".

ب- القيم هي: "حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محددًا المرغوب فيها والمرغوب عنه من السلوك".

ج- القيم هي: "مجموعة من المعتقدات والمبادئ الكافية لدى الفرد التي تعمل على توجيه سلوكه وضبطه وتنظيم علاقاته في المجتمع في جميع نواحي الحياة". (حميد، 2012، صفحة 29، 30)

أما "سعيد بومعيرة" فيعتبرها: "تلك المبادئ والقواعد التي تعمل على تنظيم حياة الفرد والناس في المجتمعات العربية الإسلامية، ويتم تعلمها عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة كالأُسرة والمدرسة ووسائل الإعلام". (توهامي، 2022، صفحة 24)

### ثالثاً: المنظومة القيمية

يمكن تعريف المنظومة القيمية على أنها: "مجموعة الأحكام المعيارية التي تكون لدى الفرد عن طريق تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية وتتجسد القيم عبر الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة". (مصطاف، 2018، صفحة 24)، أو يمكن القول بأنها: "مجموعة المعايير والأحكام التي تمثل تنظيمات معيارية لأحكام عقلية وانفعالية مرتبطة بمضامين واقعية، يستند إليها أفراد المجتمع في تنظيم حياتهم وتوهمهم للحكم على الأقوال والأفعال والمواقف الاجتماعية للأفراد والجماعات المحيطين، من خلال انفعالهم وتفاعلهم مع المواقف المختلفة". (الأغا، 2018، صفحة 128)

## المحور الثاني: الإطار التطبيقي

سنقوم في هذا المحور بقراءة كمية وكيفية للمعطيات الإحصائية المتحصلة عليها بعد عملية تفرغ الاستمارات. الجدول رقم 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	
45 %	45	ذكر
55 %	55	أنثى
100 %	100	المجموع الكلي

يتبين لنا من معطيات الجدول أن الإناث قد احتلن الصدارة بنسبة 55 بالمئة، يليهن الذكور بنسبة 45 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن نصف عينة مجتمع البحث هم من فئة الإناث.

الجدول رقم 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	
4%	4	ثانوي
8%	8	ليسانس
32%	32	ماستر
56%	56	دكتوراه
100%	100	المجموع الكلي

يتبين لنا من خلال الجدول أن الذين لديهم مستوى دكتوراه قد احتلوا الصدارة وذلك بنسبة 56 بالمئة، يليهم الذين لديهم مستوى ماستر بنسبة 32 بالمئة، ثم الذين لديهم مستوى ليسانس بنسبة 8 بالمئة، وأخيرا الذين لديهم مستوى ثانوي بنسبة 4 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن أغلبية مفردات العينة لديهم مستوى جامعي بدءا بحاملي شهادة الدكتوراه (الدراسات العليا) مروراً بالماستر انتهاءً بالليسانس.

الجدول رقم 3: توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	
29%	29	18 إلى 26 سنة
40%	40	27 إلى 35 سنة
31%	31	36 فما فوق
100%	100	المجموع الكلي

يتبين لنا من خلال الجدول أن المرحلة العمرية الممتدة من 27 إلى 35 سنة قد احتلت الصدارة وذلك بنسبة 40 بالمئة، تليها المرحلة العمرية 36 سنة فما فوق بنسبة 31 بالمئة، وأخيرا المرحلة العمرية الممتدة من 18 إلى 26 سنة بنسبة 29 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات السابقة أن أعمار الباحثين تتراوح ما بين 27 سنة إلى 36 سنة فما فوق، أي هم من فئة الشباب.

الجدول رقم 4: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرار	
51%	51	طالب جامعي
21%	21	أستاذ جامعي
13%	13	أعمال حرة
15%	15	بدون عمل
100%	100	المجموع الكلي

يتبين من خلال الجدول أن الطالب الجامعي قد احتل الصدارة بنسبة 51 بالمئة، يليه الأستاذ الجامعي بنسبة 21 بالمئة، ثم الذين ليس لديهم عمل (بدون عمل) بنسبة 15، وأخيرا الذين لديهم أعمال حرة بنسبة 13 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن غالبية مجتمع البحث هم من الطلبة الجامعيين، والأساتذة الجامعيين. الجدول رقم 5: يبين أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	
2%	2	البحث عن الصداقات
14%	14	الترفيه عن النفس
15%	15	التواصل الاجتماعي
64%	64	الحصول على المعلومات في ميدان مختلفة
5%	5	معرفة ثقافة الشعوب الأخرى
100%	100	المجموع الكلي

يتبين من خلال الجدول أن دافع الحصول على المعلومات في ميادين مختلفة قد احتل الصدارة بنسبة 64 بالمئة، يليه دافع التواصل الاجتماعي بنسبة 15 بالمئة، ثم دافع الترفيه عن النفس بنسبة 14 بالمئة، ثم دافع معرفة ثقافة الشعوب الأخرى بنسبة 5 بالمئة، وأخيرا دافع البحث عن الصداقات بنسبة 2 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين تراوحت بالدرجة الأولى بالرغبة في الحصول على المعلومات في ميادين مختلفة والتواصل الاجتماعي مع الآخرين. الجدول رقم 6: يبين كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية للمجتمع

النسبة المئوية	التكرار	
86%	86	موافق
13%	13	محايد
1%	1	معارض
100%	100	المجموع الكلي

يتبين من خلال الجدول أن الإجابة بموافق قد احتلت الصدارة بنسبة 86 بالمئة، تليها الإجابة محايد بنسبة 13 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 1 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن غالبية المبحوثين يرون أن استخدام مواقع التواصل يؤثر بشكل كبير على القيم المجتمعية للمجتمع عموما، والمجتمع الجزائري خصوصا.

الجدول رقم 7: يبين التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد

النسبة المئوية	التكرار	
59%	59	موافق
34%	34	محايد
7%	7	معارض
100%	100	المجموع الكلي

يتبين من خلال الجدول أن الإجابة بموافق قد احتلت الصدارة بنسبة 59 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 34 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 7 بالمئة.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن ما يفوق نصف المبحوثين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على أفكار وسلوكيات الأفراد المستخدمين لها.

الجدول رقم 8: تأثير الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على إحداث تغيير قيمي للأفراد

النسبة المئوية	التكرار	
83%	83	موافق
12%	12	محايد
5%	5	معارض
100%	100	المجموع الكلي

يتبين لنا من خلال الجدول أن الإجابة بموافق قد احتلت الصدارة بنسبة 83 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 12 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 5 بالمئة.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن غالبية المبحوثين يعتبرون أن الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يسبب بشكل واضح على إحداث تغيير قيمي لمستخدمي هذه المواقع.

الجدول رقم 9: القيم الجديدة التي ظهرت في المجتمع تزامنا مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	
31%	31	الانفتاح غير مشروط على القيم الجديدة
6%	6	الفردانية والأنانية
10%	10	ظهور طرق جديدة في الكلام واللباس
5%	5	قلة الاحترام والتقدير
2%	2	نبذ العادات والتقاليد الأصلية
46%	46	نقص التواصل بين أفراد الأسرة
100%	100	المجموع الكلي



يتبين لنا من خلال الجدول أن قيم نقص التواصل بين أفراد الأسرة قد احتلت الصدارة بنسبة 46 بالمئة، تليها قيم الانفتاح غير مشروط على القيم الجديدة بنسبة 31 بالمئة، ثم قيم ظهور طرق جديدة في الكلام واللباس بنسبة 10 بالمئة، ثم الفردانية والأنانية بنسبة 6 بالمئة، ثم قلة الاحترام والتقدير بنسبة 5 بالمئة، وأخيرا قيم نبذ العادات والتقاليد الأصلية بنسبة 2 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن أهم القيم الجديدة التي ظهرت في المجتمع الجزائري نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نجد كل من قيم نقص التواصل بين أفراد الأسرة، والانفتاح غير مشروط على القيم الجديدة.

الجدول رقم 10: الكيفية التي تؤثر بها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية للمجتمع حسب متغير الجنس

	ذكر		أنثى	
	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
موافق	40	% 88.88	46	% 83.63
محايد	4	% 8.88	9	% 16.36
معارض	1	% 2.22	0	0
المجموع الكلي	45	% 100	55	% 100

يتبين لنا من خلال الجدول أن الذكور قد احتلت عندهم الإجابة بموافق الصدارة بنسبة 88.88 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 8.88 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 2.22 بالمئة. أما الإناث فقد احتلت الصدارة عندهن الإجابة بموافق بنسبة 83.63 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 16.36 بالمئة. نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن هناك إجماع بين كل من الذكور والإناث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على القيم المجتمعية للمجتمع الجزائري.

الجدول رقم 12: التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد حسب متغير الجنس

	ذكر		أنثى	
	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
موافق	28	% 62.22	31	% 56.36
محايد	13	% 28.88	21	% 38.18
معارض	4	% 8.88	3	% 5.45
المجموع الكلي	45	% 100	55	% 100

يتبين لنا من خلال الجدول أن الذكور قد احتلت الصدارة عندهم الإجابة بموافق بنسبة 62.22 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 28.88 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 8.88 بالمئة.

أما الإناث فقد احتلت الصدارة عندهن الصدارة الإيجابية بموافق بنسبة 56.36 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 38.18 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 5.45 بالمئة.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه آراء الذكور والإناث حول قضية التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات أفراد المجتمع الجزائري تراوحت ما بين الموافقة والتزام الحياد.

الجدول رقم 13: الكيفية التي تؤثر بها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية للمجتمع حسب متغير المهنة

أستاذ جامعي		طالب جامعي		أعمال حرة		بدون عمل	
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار
100%	21	86.27%	44	76.92%	10	73.33%	11
0	0	13.72%	7	15.38%	2	26.66%	4
0	0	0	0	7.69%	1	0	0
100%	21	100%	51	100%	13	100%	15

يتبين لنا من خلال الجدول ما يلي:

فيما يخص الأستاذ الجامعي قد احتلت الصدارة عندهم الإجابة بموافق وذلك بنسبة مئة بالمئة.

أما الطالب الجامعي فقد احتلت الصدارة عنده الإجابة بموافق بنسبة 86.27 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 13.72 بالمئة.

أما أصحاب الأعمال الحرة فقد احتلت عندهم الصدارة الإجابة بموافق بنسبة 76.92 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 15.38 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 7.69 بالمئة.

أما الذين هم بدون عمل فقد احتلت الصدارة عندهم الإجابة بموافق بنسبة 73.33 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 26.66 بالمئة.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن هناك إجماع بين الأستاذ الجامعي والطالب الجامعي وأصحاب الأعمال الحرة والذين هم بدون عمل على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على القيم المجتمعية للمجتمع الجزائري.

الجدول رقم 14: التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد حسب متغير المهنة

بدون عمل	أعمال حرة		طالب جامعي		أستاذ جامعي		
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
	%40	6	%46.15	6	%37.25	19	موافق 10
	%40	6	%38.46	5	%45.09	23	محايد 9
	%20	3	%15.38	2	%17.64	9	معارض 2
المجموع الكلي	%100	15	%100	13	%100	51	21

يتبين لنا من خلال الجدول ما يلي:

فيما يخص الأستاذ الجامعي فقد احتلت الصدارة عنده الإجابة بموافق بنسبة 47.61 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 42.85 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 9.52 بالمئة.

أما الطالب الجامعي فقد احتلت عنده الصدارة الإجابة بمحايد بنسبة 45.09 بالمئة، تليها الإجابة بموافق بنسبة 37.35 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 17.64 بالمئة.

أما الذين لديهم أعمال حرة فقد احتلت عندهم الصدارة الإجابة بموافق بنسبة 46.15 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 38.46 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 15.38 بالمئة.

أما الذين ليس لديهم عمل فقد احتلت الصدارة عندهم كل من الإجابتين موافق ومحايد بنسبة 40 بالمئة، تليهما الإجابة بمحايد بنسبة 20 بالمئة.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن آراء كل من الأستاذ الجامعي والطالب الجامعي وأصحاب الأعمال الحرة والذين بدون عمل حول التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد في المجتمع الجزائري قد تراوحت ما بين الموافقة والتزام الحياد.

الجدول رقم 15: التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد حسب متغير المهنة

بدون عمل	أعمال حرة		طالب جامعي		أستاذ جامعي		
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
	%46.66	7	%76.92	10	%62.74	32	موافق 10
	%40	6	%23.07	3	%31.37	16	محايد 9
	%13.33	2	0	0	%5.88	3	معارض 2

المجموع الكل	21	%100	51	%100	13	%100	15	%100
-----------------	----	------	----	------	----	------	----	------

يتبين لنا من خلال الجدول ما يلي:

فيما يخص الأستاذ الجامعي فقد احتلت عنده الصدارة الإجابة بموافق بنسبة 47.61 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 42.85 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 9.52 بالمئة.

أما الطالب الجامعي فقد احتلت الصدارة عنده الإجابة بموافق بنسبة 62.74 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 31.37 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 5.88 بالمئة.

أما أصحاب الأعمال الحرة فقد احتلت عندهم الصدارة الإجابة بموافق بنسبة 76.92 بالمئة، تليها الإجابة محايد بنسبة 23.07 بالمئة.

أما الذين ليس لديهم عمل فقد احتلت الصدارة عندهم الإجابة بموافق بنسبة 46.66 بالمئة، تليها الإجابة بمحايد بنسبة 40 بالمئة، وأخيرا الإجابة بمعارض بنسبة 13.33 بالمئة.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن آراء كل من الأستاذ الجامعي والطالب الجامعي وأصحاب الأعمال الحرة والذين بدون عمل حول التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد في المجتمع الجزائري قد تراوحت ما بين الموافقة والتزام الحياد.

### النتائج العامة للدراسة:

من بين أهم النتائج المتصل إليها خلال هذه الدراسة ما يلي:

- نستنتج أن نصف عينة مجتمع البحث هم من فئة الإناث.
- نستنتج أن أغلبية مفردات العينة لديهم مستوى جامعي بداء بحاملي شهادة الدكتوراه (الدراسات العليا) مروراً بالماستر انتهاءً بالليسانس.
- تبين لنا أن أعمار المبحوثين تتراوح ما بين 27 سنة إلى 36 سنة فما فوق، أي هم من فئة الشباب.
- غالبية مجتمع البحث هم من الطلبة الجامعيين، والأساتذة الجامعيين.
- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين تراوحت بالدرجة الأولى بالرغبة في الحصول على المعلومات في ميادين مختلفة والتواصل الاجتماعي مع الآخرين.
- غالبية المبحوثين يرون أن استخدام مواقع التواصل يؤثر بشكل كبير على القيم المجتمعية للمجتمع عموماً، والمجتمع الجزائري خصوصاً.
- نستنتج أن ما يفوق نصف المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على أفكار وسلوكيات الأفراد المستخدمين لها.

- غالبية الباحثين يعتبرون أن الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يسبب بشكل واضح على إحداث تغيير قيمي لمستخدمي هذه المواقع.
- أهم القيم الجديدة التي ظهرت في المجتمع الجزائري نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نجد كل من قيم نقص التواصل بين أفراد الأسرة، والانفتاح غير مشروط على القيم الجديدة.
- هناك إجماع بين كل من الذكور والإناث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على القيم المجتمعية للمجتمع الجزائري.
- نستنتج آراء الذكور والإناث حول قضية التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات أفراد المجتمع الجزائري تراوحت ما بين الموافقة والتزام الحياد.
- هناك إجماع بين الأستاذ الجامعي والطالب الجامعي وأصحاب الأعمال الحرة والذين هم بدون عمل على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على القيم المجتمعية للمجتمع الجزائري.
- نستنتج أن آراء كل من الأستاذ الجامعي والطالب الجامعي وأصحاب الأعمال الحرة والذين هم بدون عمل حول التأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد في المجتمع الجزائري قد تراوحت ما بين الموافقة والتزام الحياد.
- نستنتج أن آراء كل من الأستاذ الجامعي والطالب الجامعي وأصحاب الأعمال الحرة والذين هم بدون عمل حول التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على أفكار وسلوكيات الأفراد في المجتمع الجزائري قد تراوحت ما بين الموافقة والتزام الحياد.

### خاتمة:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها، وتحليل البيانات والمعطيات المتحصل عليها يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في إحداث تغيير في المنظومة القيمية للمجتمعات عموماً والمجتمع الجزائري خصوصاً، ويكون هذا التغيير إما إيجابياً عن طريق جلب قيم جديدة تساهم في تطور المجتمع نحو الأفضل وتبني قيم إنسانية وأخلاقية تساعد على تماسك أفراد المجتمع، أو قد يكون سلبي بحيث تروج لنماذج جديدة من القيم التي تحدث خللاً في مكونات وعلاقات أفراد المجتمع الواحد، وتؤدي إلى التخلي عن القيم القديمة الأصلية للفرد على حساب تبني قيم وافدة قد تسبب في تلاشي وتفكك المجتمع.

وللإشارة فإن التغيير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي بشقيه الإيجابي والسلبي يرجع إلى طريقة وطبيعة استخدام هذه المواقع من طرف المستخدمين، فلا يمكننا التركيز فقط على الجانب السلبي الذي يريد البعض الترويج له من ثمة الدعوة لإغلاق أو حجب مواقع التواصل الاجتماعي عن أفراد المجتمع بمختلف أعمارهم، فهناك دوماً عدة جوانب إيجابية وسلبية لأي وسيلة إعلامية سواء القديمة منها (الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون) أو الجديدة (الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي).

وفي الختام يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات ذات الطابع الإرشادي من أجل ضمان الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، وهي كالتالي:

- دعم الدور الإيجابي للمواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص تعريف المستخدمين بأهم القيم الإيجابية الموجودة في المجتمع من جهة، ومن جهة أخرى السعي للتصدي للقيم الوافدة التي يسعى أصحابها لخلق قيم هجينة تمكنهم في المستقبل من اختراق ناعم للنسيج القيمي للمجتمعات العربية وبالتالي السيطرة عليها.
- القيام بدورات ذات بعد تكويني للذين لديهم أمية رقمية بغية تمكينهم من الاستخدام الأحسن لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تقديم حصص توعوية عبر وسائل الاعلام السمعية البصرية تهدف لتوعية المواطنين بالطرق المثلى للولوج الى مواقع التواصل الاجتماعي بدءا بكيفية انشاء حساب شخصي في هذه المنصات، مروراً بالطرق المثلى لحماية حساباتهم من القرصنة، انتهاء بالكيفية التي يتم بها ابلاغ الجهات المختصة في حالة اكتشاف مواقع تنشر مضامين مخالفة لقيم المجتمع الجزائري.
- انشاء مؤسسات وطنية ذات طابع رقابي مهمتها القيام بمراقبة المضامين التي يتم عرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اصدار عقوبات ردعية لكل من ينشر أو يثبت مضامين منافية للقيم العامة للمجتمع الجزائري .
- عقد ملتقيات وندوات علمية توعوية للمستخدمين على مستوى الجامعات والمدارس بكل أطوارها (الابتدائي، المتوسط، الثانوي) لإرشاد المواطنين لاستخدام الامثل لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل دعم الايجابي منها، والحد من السلبي.
- ضرورة التركيز على دور الأسرة والمؤسسات التربوية في توجي التلاميذ نحو الطرق المثلى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يتماشى مع قيم مجتمعهم، وبالتالي ضمان اكتساب هؤلاء التلاميذ مناعة فكرية تمكنهم من التعرف على المضامين الحاملة لقيم متعارضة مع القيم الدينية والأخلاقية لمجتمعاتهم.
- السعي الى انشاء مواقع عربية عامة وجزائرية خاصة من جهة للإفلات من السيطرة العالمية من طرف ملاك مؤسسات هذه المواقع، ومن جهة أخرى لضمان بروز مواقع ذات طابع عربي اسلامي تنشر فيها مضامين تتماشى مع قيم مجتمعاتنا.

## المصادر والمراجع:

### أولاً: الرسائل الجامعية

- 1- أسماء عصام محمد اليوسف، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة اليرموك، 2016/2017.
- 2- حنان بنت شمشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيس بوك والتويتر نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 1433، 1434.
- 3- محمد عارف الحراشنة، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في الأردن 2011-2014، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، معهد بين الحكمة، جامعة آل البيت الأردن، 2015.

### ثانياً: مقالات علمية

- 4- الأغا هاني عبد القادر، دور القولة الثقافية في تشكيل المنظومة القيمية لدى الطلبة المراهقين بمحافظات غرة وتصور مقترح لضبط ذلك الدور، مجلة القدس المفتوحة، الأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، المجلد 8 العدد 24، 2018.
- 5- توهامي أمال، البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية دراسة تحليلية لقانون الإعلام العضوي 2012، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 9، العدد 1، 2022.
- 6- عادل عبد الرزاق مصطفى، زينة سعد نوشي، استخدام وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي (دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد)، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 10، العدد 42، 2018.
- 7- كواكب صالح حميد، دور الأسرة العراقية في غرس المنظومة القيمية لدى أبنائها، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 38، 2012.
- 1 Asmā' 'Iṣām Muḥammad al-Yūsuf, Ta'thīr Shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā'ī 'alā al-'Alāqāt al-usarīyah fī Muḥāfazat arbd, Risālat muqaddimah li-nayl shahādat al-mājistīr, Kullīyat al-Ādāb, Qism 'ilm al-ijtimā'ī wa-al-Khidmah al-ijtimā'īyah, Jāmi'at al-Yarmūk, 2017/2016.
- 2-Ḥanān bint sh'shw', Athar istikhdām Shabakāt al-tawāṣul al-iliktrūnīyah 'alā al-'Alāqāt al-ijtimā'īyah "al-fīs Būk wāltwtir namūdhan" dirāsah maydānīyah 'alā 'ayyīnah min ṭālibāt Jāmi'at al-Malik 'Abd al-'Azīz bi-Jiddah,
- 3-Muḥammad 'Ārif al-Ḥarāḥishah, Athar mawāqī' al-tawāṣul al-ijtimā'ī 'alā al-mushārakah al-siyāsīyah fī al-Urdun 2011-2014, Risālat muqaddimah li-nayl shahādat al-mājistīr fī al-'Ulūm al-siyāsīyah, Ma'had bayna al-Ḥikmah, Jāmi'at Āl al-Bayt al-Urdun, 2015.
- 4-al-Aghā Hānī 'Abd al-Qādir, Dawr alqwlḥ al-Thaqāfīyah fī tashkīl al-Manzūmah al-Qiyāmīyah ladā al-ṭalabah al-murāḥiqīn bmḥāfzāt Ghazzah wa-taṣawwur muqtarah li-ḍabṭ dhālika al-Dawr, Majallat al-Quds al-Maftūḥah, al-Abḥāth wa-al-Dirāsāt al-Tarbawīyah wa-al-nafsīyah, al-mujallad 8n al-'adad 24, 2018
- 5-Tūhāmī Amāl, al-Bu'd al-qiyaṁī lmmārsh al-I'lāmīyah fī al-Jazā'ir min khilāl al-tashrī'āt al-I'lāmīyah dirāsah taḥlīlīyah li-Qānūn al-I'lām al-'uḍwī 2012, al-Majallah al-Dawliyah lil-Ittiṣāl al-ijtimā'ī Jāmi'at 'Abd al-Ḥamīd ibn Bādīs Mustaghānim, al-mujallad 9, al-'adad 1, 2022.
- 6-'Ādil 'Abd al-Razzāq Muṣṭāf, Zaynah Sa'd nwshy, istikhdām wasā'il al-I'lām al-raqmī wa-ta'thīruhā 'alā binā' al-Manzūmah alfymyḥ lil-mujtama' al-'Irāqī (dirāsah maydānīyah 'alā 'ayyīnah min Jumhūr Madīnat Baghdād), Majallat al-bāḥith al-I'lāmī, al-mujallad 10, al-'adad 42, 2018.
- 7-Kawākib Ṣāliḥ Ḥamīd, Dawr al-usrah al-'Irāqīyah fī Ghars al-Manzūmah al-Qiyāmīyah ladā abnā'hā, Majallat al-Buḥūth al-Tarbawīyah wa-al-nafsīyah, al-'adad 38, 2012.