

استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالتغير في القيم بحث ميداني

م.د. موج علي حسين
جامعة بابل – كلية الآداب – قسم علم الاجتماع
art.mouj.ali@uobabylon.edu.iq

ملخص البحث:

شهد المجتمع المعاصر توسعاً غير مسبوق في استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية، حتى أصبحت جزءاً بنوياً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات، ووسيطاً أساسياً في إنتاج المعاني، وتبادل الرموز، وتشكيل الاتجاهات والمواقف، ولم يعد دور هذه المواقع مقتصرًا على التواصل وتبادل الأخبار، بل امتد ليؤثر في منظومة القيم الاجتماعية والثقافية والأخلاقية، ولاسيما لدى فئة الشباب التي تعد الأكثر انخراطاً في الفضاء الرقمي. فالمجتمعات البشرية تمر الآن بالعديد من مظاهر التطور والتقدم في أغلب المجالات سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو في مجال التكنولوجيا، ولعل أبرزها هو التقدم التكنولوجي الذي قد يكون سبباً في تقدم وتغير المجالات الأخرى، فمن خلال التقدم التكنولوجي تغيرت أنماط كثيرة في المجتمع ومن أهمها نمط القيم الاجتماعية وأشكالها. فالمعرفة التقنية المتجددة وما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة وطرق في العمل غير مسبوقة لم تعرفها البشرية من قبل، وما فرضته ثورة الاتصالات من سرعة بالغة وسعة المعلومات ونقلها بسرعة فائقة من مجتمع إلى آخر ونماذج متعددة من الأفكار والثقافات جميعها أدت إلى أشكال مختلفة من التغييرات في الحياة الفكرية والعادات والقيم الاجتماعية التي كان لها دور كبير في تضارب الأفكار بين الآباء والأبناء وصولاً إلى صراع القيم بين الأجيال.

الكلمات الافتتاحية: مواقع الشبكات الاجتماعية، التغير، القيم

The use of social networking sites and its relationship to changes in values: a field study

Dr. Mouj Ali Hussein

University of Babylon – College of Arts – Department of Sociology

Abstract: Contemporary society has witnessed an unprecedented expansion in the use of social networking sites, to the point that they have become an integral part of the daily lives of individuals and groups, and a fundamental medium for producing meaning, exchanging symbols, and shaping trends and attitudes. The role of these sites is no longer limited to communication and news sharing; it has extended to influencing the system of social, cultural, and moral values, particularly among young people, who are the most engaged in the digital sphere. Human societies are currently experiencing numerous developments and advancements in most fields, whether economic, political, social, or technological. Perhaps the most prominent of these is technological progress, which can be a catalyst for advancement and change in other areas. Through technological advancement, many patterns in society have changed, most notably the patterns and forms of social values. The ever-evolving field of technology, with its unprecedented tools, relationships, and work methods, coupled with the communications revolution's rapid pace and vast information dissemination from one society to another, along with the diverse range of ideas and cultures it has generated, have all led to various changes in intellectual life, customs, and social values. These changes have significantly contributed to the clash of ideas between parents and children, ultimately resulting in a generational conflict of values.

Keywords: Social networking sites, change, values

مقدمة البحث:

يعد الانترنت من أهم وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة التي تنقل الأفكار والآراء والثقافات العالمية بكل أبعادها، ومنها الظواهر السلبية التي تؤدي إلى تغيير في القيم والاتجاهات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمعات، وقد ينتج عنها صعوبة النوعية لتغيير سلوك الأفراد، والتأثير والتأثر بهذه التقنية، وبخاصة قيم الأفراد واتجاهاتهم، لأنها بمثابة نظام الأمان لأي نظام اجتماعي. فان منظومة القيم الاجتماعية أصبحت عرضة ومهددة لمخاطر استعمال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، التي تمكنت بواسطة الغرب المخترعون الاصليين ان يسيطوا على عقول وأفكار ولغة المستخدمين لهذه المواقع، وقد يؤدي ايضاً الى تغيير قيمهم وعاداتهم وتغيير سلوكياتهم وأفكار دينهم وديناهم التي توارثوها جيلاً بعد جيل والتحكم والسيطرة عليهم كما يجب.

ويُعد التغيير الاجتماعي ظاهرة تحدث في كافة المجتمعات ولا ترجع لعامل واحد بل لعدة عوامل. فالتغيير يترك أثراً على القيم الاجتماعية ولكن بدرجات متفاوتة، فهناك قيم تتأثر بسهولة بعوامل التغيير، وهناك قيم تقاوم التغيير في ظل الظروف والمتغيرات التكنولوجية وما يحدثه التطور السريع من ضياع الكثير من القيم الاجتماعية وسط زحام هذا العصر، كان من نتيجة ذلك إدخال مفاهيم جديدة لا تتناسب مع واقعنا ومجتمعنا واختفاء الكثير من قيمنا المستمدة من ديننا ومن تراثنا الثقافي وتلاشيها نسبياً، لذلك فإن المجتمعات في حاجة إلى تدعيم بعض القيم الاجتماعية التي كانت قد تلاشت ومحاولة إحيائها من خلال المؤسسات الاجتماعية المحيطة بها.

وتحظى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي باهتمام بالغ من قبل أفراد المجتمع العراقي، لكونها تجمع بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكاراً ورؤى مختلفة، متقاربة أو موحدة أحياناً، ما أثر على تلك الشبكات وزادتها غنى، وجعلت من الصعب جدا على الرقابة الوصول إليها، أو السيطرة عليها، أو لجمها في حدود معينة، وهو ما يعطي شعوراً أكيداً بتأثيرها على القيم أياً كان نوعها. فيحدث تغيير قيمي حسب تطور الثقافة.

المبحث الأول: الإطار النظري للبحث

أولاً: إشكالية البحث وتساؤلاته

شهد المجتمع المعاصر تحولات اجتماعية وثقافية متسارعة بفعل الانتشار الواسع لاستعمال مواقع الشبكات الاجتماعية، التي أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد، ولاسيما فئة الشباب. وقد أسهم هذا الاستعمال المكثف في إعادة تشكيل أنماط التفاعل الاجتماعي، وطرق التواصل، وأساليب التعبير عن الرأي، مما انعكس بصورة مباشرة أو غير مباشرة على منظومة القيم الاجتماعية السائدة. فقد تتعرض القيم في كافة المجتمعات إلى

التغيير المستمر والمجتمع العراقي من ضمن هذه المجتمعات، وهذا التغيير يكون من خلال ما يطرأ على المجتمع من تغييرات يرافقها ظهور حاجات ومتطلبات جديدة وتنامياً مستمراً لتوقعات الأفراد، إلا أن هذا التغيير أدى إلى التذبذب وعدم الاستقرار في القيم الموروثة والمكتسبة على حد سواء، والى عدم قدرة الشباب على الانتقاء والاختيار لما هو صواب أو خطأ بين القيم المتصارعة بل ويعجز على تطبيق ما قد يؤمنون به من قيم، مما سبب أزمة قيمية لها أثر كبير في دفع الشباب للتمرد على قيم المجتمع ومعتقداته، فبعد أن كانت القيم تمثل الحلول للمواقف التي تواجههم في مسيرة حياتهم، وتبين لهم الاتجاهات السليمة للسلوك أصبحت تمثل مركز صراعهم مع ذاتهم ومع كبار السن الذين يتمسكون بقيم لم تعد تواكب العصر من وجهة نظر الأبناء، وهذا بدوره سبب كافي لتنامي ظاهرة الصراع القيمي.

ومع زيادة استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية الذي يشهده المجتمع العراقي، وبدءاً بمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وواتس وتويتر و إنستغرام وتليكرام و تيك توك، وغيرها من المواقع والتطبيقات التي تلقى إقبالاً كبيراً بين أفراد المجتمع، وخاصة في ظل ما تشهده مدينة الحلة من تحولات اجتماعية

ومادية وثقافية وتطور في التعليم والاقتصاد والإعلام بأنواعه، كان لها الأثر البالغ في اختلاف وجهات النظر وتعارض القيم بين كلا من الجيلين المختلفين في الفكر والثقافة والنظرة للمستقبل وفي اعتناق القيم، فكل هذه الأمور تؤدي بدون شك إلى إحداث تغيير ملحوظ في قيم المجتمع. ومن ثم فإن الإشكالية الرئيسية للبحث تتمثل في محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة بين استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية وبين التغيير الذي يطرأ على القيم لدى الأفراد داخل المجتمع. وتتحدد في التساؤل الرئيسي وهو محاولة التعرف على العلاقة بين استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالتغيير في القيم. وينبثق منه عدة تساؤلات فرعية وهي:

- 1- ما طبيعة العلاقة بين استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية والتغيير في القيم الاجتماعية لدى افراد المجتمع؟
- 2- ما أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استعمالاً من قبا افراد مجتمع الدراسة؟
- 3- ما أنماط استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية(زمن الاستعمال، أهدافه، طبيعة المحتوى المتابع)؟
- 4- ما أبرز مظاهر التغيير في القيم الاجتماعية المرتبطة باستعمال مواقع الشبكات الاجتماعية؟
- 5- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في التغيير القيمي تعزى الى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)؟

ثانياً: أهداف البحث

هذا ويهدف البحث الراهن إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على مستوى استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية لدى أفراد مجتمع البحث.
- 2- تحديد أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شيوعاً واستخداماً بين المبحوثين.
- 3- الكشف عن أنماط استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث مدة الاستعمال، وأهدافه.
- 4- الكشف عن ملامح التغيير الاجتماعي في القيم الاجتماعية المرتبطة باستعمال مواقع الشبكات الاجتماعية.
- 5- التعرف على الفروق في التغيير القيمي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية(الجنس، العمر، المستوى التعليمي).

ثالثاً: أهمية البحث

إن من أبرز ما شهده العالم أخيراً من تطور علمي وتكنولوجي ما يسمى شبكات التواصل الاجتماعي ونظراً لما تتضمنه هذه الشبكات من مميزات كثيرة أدى ذلك إلى اتجاه معظم الشعوب لهذه الشبكات والتي كانت شبكات سبباً في العديد من التغييرات التي شهدتها الأفراد والمجتمعات مؤخراً. ويصفونها بضرورة من ضروريات الحياة الاجتماعية ذاتها، وفي ظل التطورات التكنولوجية التي طرأت على التواصل وأدت إلى وجود كم هائل من المعلومات والمعارف يثار السؤال حول تأثير الثورة الرقمية، ونمو شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد، وعلى علاقاتهم وعلى تفكيرهم، واحتمالات تغيير أفكارهم، وقيمهم، واتجاهاتهم، وقناعاتهم والتي ستعكس حتماً على أنماط سلوكهم أثناء تعاملهم في المجتمع الواقعي. فبقدر وحدة القيم في المجتمع يكون تماسكه، وبقدر تفاوت القيم يكون تفكك المجتمع ويأخذ التفكك الاجتماعي الناتج عن التباين القيمي أشكالاً مختلفة منها، ومن هنا فوجود أنساق مشتركة من القيم داخل المجتمع أمر مهم جداً. وفي أثناء عمليات التدعيم والتحويل والتغيير للقيم فيما تقدمه مواقع الشبكات الاجتماعية من برامج لا بد من أن يصاحب ذلك بعض الآثار والنتائج السلبية ومن أبرزها تغييرا في القيم، فالسبب الرئيسي لتغيير القيم هو اختلاف الثقافة حيث أن أسلوب الثقافة الذي يتبناه الابن يختلف عن أسلوب ثقافة الأب وعليه يحصل التعارض في القيم. وعليه، يسعى هذا البحث إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين مواقع الشبكات الاجتماعية في إحداث التغيير القيمي داخل المجتمع، واتجاهها، وحدود تأثير استعمال. ومن ناحية أخرى استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية قد تتدخل وتحدث تغييراً في تكوين قيم واتجاهات قد تختلف تماماً عن قيم واتجاهات الآباء أو الجيل السابق، الأمر الذي يعمق التغييرات البنوية في المجتمع، أي التغييرات في العلاقات السائدة بين الأعضاء والجماعات، فقد جاءت أهمية هذا البحث

لتسليط الضوء أكثر على هذه الظاهرة انطلاقاً من تحليلها من قبل المختصين في هذا المجال والبحث في طرق الوقاية منها ومعالجتها.

رابعاً: مفاهيم البحث

1- مفهوم الشبكات الاجتماعية:

تعرف الشبكات الاجتماعية هي مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي (صادق ع.، 2008، صفحة 218).

إن شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع اجتماعية إلكترونية على الانترنت تتيح لمستخدميها إنشاء مدونات إلكترونية، وإجراء المحادثات، وإرسال الرسائل، كما تتيح مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات، وتيسر للمستخدمين نشر الملفات (عبدالعزیز، 2006، صفحة 22).

وتعرف أيضاً بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (الدليمي، عبد الرزاق محمد؛، 2011، صفحة 183)

في حين عرفها كل من " بويد M.Boyd والسون B.Ellison " بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال (B. Ellison; , M. Boyd, 2007, p. 211)

ومن بين أهم التعريفات أنها خدمات توجد على شبكة الويب، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدود، يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً (Ellison & Boyd, 2007, p. 2)

هذا ويشير التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي: بأنها مواقع على شبكة الإنترنت تتيح لمستخدميها التواصل مع آخرين وتفتح لهم مجالاً للتعارف والحوار مع أشخاص لديهم اهتمامات وهوايات مشتركة من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مكوناً بذلك مجتمعاً إلكترونياً ذو طبيعة افتراضية.

2- مفهوم التغيير:

يشير جورج لند برج على أن مفهوم التغيير يشير إلى الاختلاف في أي شيء يمكن ملاحظته في فترة زمنية، وبالتالي يعكس تأثيره على المجتمع و أنماطه المختلفة (Lindberg, George ;, 1993, p. 76)

ويعرف "الهوراي" التغيير الاجتماعي بأنه كل تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية سواء كان ذلك في البناء أو في الوظيفة خلال فترة زمنية محددة (الهوراي، عادل مختار؛، 1995، صفحة 28).

ويشير " جونسون " إلى أن التغيير الاجتماعي ما هو إلا تغيير في بناء النظام الاجتماعي من حالة كان فيها ثابتاً نسبياً، كما أن هذه التغييرات البنائية ناتجة في الأساس من تغييرات وظيفية في البناء الاجتماعي وصولاً إلى بناء أكثر كفاءة وأكثر مقدرة على أداء الإنجازات (Johnson , H, 1992, p. 3).

ويعرف التغيير الاجتماعي إجرائياً بأنه كل التغييرات التي تحدث في البناء الاجتماعي في المجتمع العراقي بما يتضمنه من أنساق ونظم وظواهر وعلاقات وقيم ومعايير اجتماعية.

3- مفهوم القيم:

يحتل مفهوم القيم أهمية كبيرة في العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها أحد العوامل الأساسية التي تكون سلوك الفرد، حيث تقوم القيم بمجموعة من الوظائف الأخلاقية والاجتماعية فهي تحقق التضامن الاجتماعي الذي يعد ظاهرة أخلاقية (زايد , أحمد ;، 1994، صفحة 52)

وفي قاموس انجلش وانجلش: القيم كل ما يشير إلى ما هو مرغوب فيه من الجماعة والقيم نتائج اجتماعي حيث يحدد كل مجتمع، الأنماط القيمية المختلفة في الحياة وتكون ملزمة للفرد والجماعة، بل وللمؤسسات الاجتماعية أيضاً (بسيوني ، 1990، صفحة 9) .

والقيم في قاموس علم الاجتماع تعني أي موضوع أو حاجة أو اتجاه أو رغبة، ويستخدم المصطلح في معظم الحالات حينما تظهر علاقة تفاعلية بين الحاجات والاتجاهات والرغبات من جهة والموضوعات من جهة أخرى (غيث، 1995، صفحة 505)

ويضيف "توجار ينوف" إلى تعريف القيم بأنها تلك الظواهر والأبعاد التي يترتب عليها فائدة في الحياة والثقافة والمجتمع بالذات أو طبقة معينة وهذه الفائدة قد تكون على المستوى الواقعي أو المثالي (Phili.T, 1989, p. 343) .

وتعد القيم هي الحكم الذي يصدره الشخص علي شيء ما مهتدياً بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحددها مرغوب فيه والمرغوب عنه من أنماط السلوك (عبد القادر ، 2013، صفحة 19) .

وتعرف القيم إجرائياً بأنها مجموعة من القيم والمعايير التي يصنعها مجتمع ما وينشرها الفرد نتيجة تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة، وكلما سادت تلك القيم في المجتمع كلما ساد بين أفراده الود والتفاهم والتعاون فيما بينهم .

خامساً: الموجّهات النظرية للبحث(نظرية الغرس الثقافي):

يعرف المختصون الغرس الثقافي بأنه ما تفعله الثقافة في المجتمع لأن الثقافة هي الوسيلة التي يعيش ويتعلم منها الإنسان، ومن خلال هذه الثقافة يتم غرس الأفكار والقيم والمعتقدات الشائعة بين الناس (مكاوي ، 2000، صفحة 250). كما أن الغرس حالة خاصة من عملية أوسع وهي عملية التنشئة الاجتماعية، وتعتبر عملية الغرس نوعاً من التعلم العرضي الناتج عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وخاصة التلفزيون، حيث يتعرف الجمهور علي حقائق الواقع الاجتماعي نتيجة التعرض لوسائل الاتصال كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام ولأسيما التلفزيون لفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بان العالم الذي يراه على شاشات التلفزيون ما هو إلا صورة مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه (حجاب ، 2010، صفحة 307) . وتنطلق نظرية الغرس الثقافي من مجموعة من الفروض حول العلاقة بين التعرض الكثيف لمحتوى وسائل الإعلام وتكوين المفاهيم والتصورات والمعتقدات لدى الجمهور، حيث يركز الفرض النظري للغرس الثقافي على أن تكرار التعرض لصورة الواقع الحقيقي في وسائل الإعلام- خاصة التلفزيون - وما يرتبط بهذا العالم من أفكار، يؤدي إلى إدراك الأفراد لهذه الصور والأفكار بطريقة متشابهة لتلك التي عرضتها وسائل الإعلام (R. D. Winner, 2000, p. 398)

وتعتبر نظرية الغرس المكون الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية، والذي كان هدفها إقامة التحليل التجريبي على تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على البيئة الثقافية، حيث ترى النظرية أن التلفزيون من بين وسائل الإعلام الأخرى يعد الركيزة الثقافية المركزية للمجتمع (Morgan, 2009, p. 83)

تقوم النظرية على فرض رئيسي مفاده "أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونوا أكثر إدراكاً لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصورة الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الاجتماعي أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة" (سيد، 2013، صفحة 247)، وهناك خمس فروض فرعية للنظرية تتمثل في الآتي: وهي أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقة الجماهيرية التي تربط عناصر الوجود معاً، وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الإعلام. وأن التلفزيون مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وأن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع. وحيث يقدم التلفزيون عالماً متمثلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي تصور من خلال التلفزيون، ويؤكد وجود ارتباط بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين عن

الواقع الاجتماعي، بحيث تتشابه ادراكات كثيفي المشاهدة ويظهرون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطهم بالعالم الموضوعي (J.Baranl, 2002, p. 391).

وتتميز نظرية الغرس الثقافي بقدرتها على الجمع بين خصائص النظريات الذهنية من حيث قدرتها على وصف الظاهرة وتفسيرها والتنبؤ بنتائجها، وذلك من خلال خصائص النظريات المنهجية من خلال احتوائها على خطوات منهجية ثابتة ومنظمة، وكذلك استخدامها لأدوات بحثية تمكنها من الوصول إلى نتائجها والتأكد من تحقيق فروضها. ويستمد هذا البحث إطاره النظري من نظرية الغرس الثقافي والتي يقوم فرضها الرئيسي على أن هناك علاقة إيجابية بين متابعة وسائل الاتصال لساعات طويلة وإدراك الفرد مع وسائل الاتصال كلما سيطرت على مصدر معلومات الفرد وتسليته ووعيه عن طريق تقديم نماذج وأنماط سلوك، كان من المحتمل أن يتبنى هذا الفرد مفاهيم عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع ما تقدمه وسائل الاتصال عن الحياة والمجتمع خاصة ما يتكرر عرضه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

ورأت الباحثة ملائمة نظرية الغرس الثقافي لموضوع البحث نظراً لاهتمامها بقياس الآثار التي تترتب على استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية ومن أبرزها تغييرا في القيم، والاستفادة منها حيث ان هذه النظرية تركز على أن وسائل الاتصال كأحد القنوات التي تساهم في تكوين المعتقدات عن العالم الحقيقي، وأن عملية الغرس الثقافي تذهب أبعد من مجرد اكتساب معرفة، فهي عملية تبدأ بافتراض أن المعلومات التي يتم الحصول عليها من وسائل الإعلام يستخدمها الفرد لبناء مفهوم الواقع الاجتماعي وهو بدوره يؤدي إلى تمثيل معلوماتي وسلوكي أكثر، ويركز تحليل الغرس على رصد مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع، كما تساهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد بطريقة تتفق مع معظم القيم والأعراف المتكررة وكذلك الصور الذهنية التي تتضمنها هذه الوسائل.

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها

أولاً: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدين الأخيرين، خاصة مع انتشار الإنترنت، حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي سرعان ما أصبحت إفرزاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية ولعل من أهم إفرزات هذا العالم الذي لا يكاد يستقر على حال ما أصبح يعرف بشبكات التواصل الاجتماعية التي يشترك عبرها ملايين الناس كل حسب اهتماماته وميوله (شفيق، الإعلام الجديد الإعلام البديل، تكنولوجيايات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، 2011، صفحة 180).

وكان لشبكة الإنترنت فضلاً في نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، الذي وجه الى أكبر فئة من عامة الناس، وترجع النشأة الأولى للإنترنت إلى وكالة المشروعات وللأبحاث المتقدمة Advanced Research Project Agency التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية عام 1969 لخدمة الأغراض العسكرية، وقامت فكرتها على أساس أنها شبكة لامركزية، لتفادي تعطلها إذا حدث أي توقف أو تلف لبعض أجهزة الحاسب أو خطوط الاتصال، فيستمر الاتصال بين بقية الأجهزة اعتماداً على الخطوط السليمة (محمد، 2010، صفحة 23).

تعد الشبكات التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك (جرار، 2012، صفحة 37).

كما مثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً تاريخياً، نقل الاعلام الى افاق غير مسبوقه وأعطى للمستخدمين فرصا للتواصل اكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود وبلا رقابة، كما اعطى قنوات للتعاطي المباشر والحي الفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار الرسالة الاعلامية لينقلها الى مدى اوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محلو وخبراء الاعلام والاتصال (محمود، 2011، صفحة 14).

ولذا حظيت مواقع التواصل الاجتماعي بمعدلات استخدام مرتفعة وتطورت كوسيلة مؤثرة لتبادل المحتويات الإعلامية والرسائل، وتشكيل جماعات افتراضية وبناء علاقات إجتماعية أو علاقات مهنية (Laine, 2010, p. 4). والمراقب للأوضاع الاجتماعية السائدة يدرك بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدأ يأخذ منحيا خاصا، وبدأ يتجه في طريقه للتأثير على البناء الاجتماعي للمجتمعات الإنسانية، كما أدى إلى الانتشار السريع والفعال لأنماط من القيم الغربية في الفن والملبس والمأكل والتسلية والتي تحمل رؤية محددة للعالم تختلف اختلافا جذريا مع رؤية المجتمعات غير الغربية (عبدالله، 1999، صفحة 55). حيث أثبتت العديد من الدراسات أن مستخدمي تكنولوجيا المعلومات قد سجلوا انخفاضا في معدلات التفاعل الأسري، والدائرة الاجتماعية المحيطة مع علاقة مباشرة في معدل الوقت الذي يقضونه باستخدام الانترنت، فإذا تم قضاء كل اليوم، على سبيل المثال، في استخدام الانترنت، فإن النتيجة الحتمية لذلك هو تقلص الدائرة الاجتماعية للفرد والإصابة بالوحدة والتعاسة، والبقاء دون أصدقاء (Decca, 1998, p. 13).

ثانياً: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي

هناك مجموعة من الغايات الأساسية التي تسعى شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحقيقها منها: غايات دينية أخلاقية، وغايات تجارية (D.E و WhittKower، 2010). وغايات سياسية: من خلال الدعاية والتحريض والتجيش، وقد عايش العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد عربي إلي آخر ومن مدينة إلى أخرى، وغايات تعليمية: من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات، فمواقع التواصل الاجتماعي ليست شرا كلها بطبيعة الحال، وغايات ترفيهية (المقدادي، 2013، صفحة 24). وغايات أدبية، وغايات نفسية اجتماعية: للخروج من العزلة وسعياً إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية؛ وسوف نلاحظ لاحقاً أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة لمن لا يجيدون التعامل مع الآخرين في الواقع لأنها تجنبهم حرج التواصل وجها لوجه (صادق م، 2008، صفحة 99) وغايات عاطفية: قد تنتهي تلك المواقع إلى التأسيس لعلاقات عاطفية منها ما ينتهي بالزواج في الواقع، غير أن العلاقات التي تبدأ من الفضاء الافتراضي تظل تتهددها الأكاذيب والأوهام ما لم تخضع لاختبارات العالم الواقعي (Turkle; Sherry, 2011).

ثالثاً: أنماط شبكات التواصل الاجتماعي

وفيما يتصل بأنماط شبكات التواصل الاجتماعي فقد قسمت إلى شبكة الإنترنت online وتطبيقاتها: مثل الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، المدونات، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني تمثل المنظومة الرابعة تضاف إلى المنظومات الكلاسيكية الثلاث، وهي تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهواتف الذكية، والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها (قادري ح، 2016، صفحة 134). ويتكون الفيسبوك من مجموعات من الشبكات تتألف من أعضاء، وتصنف على أساس الإقليم، ومكان العمل والجامعة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التطبيقات أو المجموعات ثم يبدأ بالتصفح، واختيار ما يناسبه ويكفي أن تكتب البريد الإلكتروني أو اسم أحد أصدقائك في المكان المخصص للبحث ولو كان مشترك على الفيسبوك ستجده وتتواصل معه (حسنين، 2013، صفحة 183).

أما تويتر "Twitter" فهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي وهو تطبيق رقمي يسمح لملايين من المستخدمين من الناس في جميع أنحاء العالم بالبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملائهم من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم، والهواتف النقالة (قادري، 2016، صفحة 134). وهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له ويمثل تويتر شبكة معلومات أنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن؟" Whats happening now، ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور (Bellin, 2012, p. 331).

وتأتي لينكد ان LinkedIn: كموقع اجتماعي مهني يسمح للممارس بنشر سيرته الذاتية على المباشر، ويتكون شبكة مهنية تسمح للتواصل مع أفراد يمارسون مجالاً مماثل أو أقرب إلى الميدان الذي يهمننا، وهو أحد المواقع المصنفة ضمن شبكات التواصل الإعلامية على شبكة الشبكات الإنترنت (tufekci, 2008, p. 81).

اليوتيوب: ومن خصائصه أنه عام ومجاني فمن خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويحية وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط، وسهولة الاستعمال من قبل العامة (ابراهيم ، 2017، صفحة 181)

ويأتي واتساب (بالإنجليزية: Whats App): من أكثر مواقع التواصل في العراق. حيث انتشر استخدام الواتس اب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي، ويسهم الواتس اب كذلك في تداول الأخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد (ابراهيم الشاعر، 2015، صفحة 66).

أما موقع إنستغرام Instagram أو إنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها. ففي البداية كان دعم إنستغرام على الآي فون، والآي باد، والآي بود تاتش، في أبريل 2012 إضافة إنستغرام دعم لمنصة الأندرويد Android 2.2 أو أعلى. يتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي. في يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين (Engaging , 2008, p. 4).

تيك توك Tik Tok: يُعدُّ تطبيق تيك توك Tik Tok من أبرز منصات التواصل الاجتماعي الحديثة القائمة على إنشاء مقاطع الفيديو القصيرة ومشاركتها عبر شبكة الإنترنت، إذ يتيح لمستخدميه إنتاج مقاطع مرئية مصحوبة بالموسيقى أو المؤثرات الصوتية أو النصوص والمرشحات الرقمية، ثم نشرها والتفاعل معها من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة والمتابعة. ويقوم التطبيق أساساً على فكرة المحتوى السريع ذي الطابع البصري، الأمر الذي جعله من أكثر المنصات تأثيراً في أنماط الاتصال الرقمي المعاصر، ولا سيما بين فئات الشباب والمستخدمين المهتمين بالمحتوى الترفيهي والتعليمي والثقافي (Abidin C. , 2025, p. 58).

تعود بدايات التطبيق إلى شركة بايت دانس ByteDance الصينية، إذ أطلقت الشركة تطبيقاً مشابهاً داخل الصين باسم دوين Douyin سنة 2016، ثم أطلقت النسخة الدولية منه باسم تيك توك Tik Tok في أيلول/سبتمبر 2017، بوصفه منصة مخصصة لمقاطع الفيديو القصيرة خارج السوق الصينية. وقد ساعد دمج تطبيق Musical.ly مع تيك توك سنة 2018 على توسيع انتشاره عالمياً، خصوصاً أن Musical.ly كان قائماً هو الآخر على مشاركة مقاطع الأداء والمزامنة الصوتية والمقاطع الموسيقية القصيرة (Xu Chen and Jing Zeng, 2021, pp. 229–253).

ويتميز تيك توك بجملة من الخصائص التفاعلية، من أبرزها: صفحة لك For You التي تعتمد على نظام توصية يقترح للمستخدم مقاطع تتناسب مع اهتماماته وتفاعلاته، وإمكان إنشاء الفيديوهات وتحريرها، وإضافة الأصوات والموسيقى والوسوم Hashtags، واستخدام المرشحات والمؤثرات، فضلاً عن الرسائل المباشرة، والبيث المباشر، والتعليقات، والمشاركة، والمتابعة. كما يسمح التطبيق للمستخدمين باكتشاف الاتجاهات الرائجة أو ما يعرف بالترندات، والمشاركة في التحديات الرقمية، مما يجعله منصة تجمع بين الترفيه والتسويق والتعليم والتأثير الاجتماعي في آن واحد (Zulli, 2022, pp. 1872–1890).

ومن هنا لم يعد تيك توك مجرد تطبيق للترفيه أو مشاركة المقاطع القصيرة، بل أصبح فضاءً رقمياً واسعاً للتأثير في الرأي العام وصناعة المحتوى ونشر الأخبار والاتجاهات الثقافية والاستهلاكية، كما أصبح أداة مهمة لدى صناعات المحتوى والمؤسسات التجارية والإعلامية في الوصول إلى الجمهور بطريقة سريعة ومباشرة. وعلى الرغم من ذلك، فإن استخدامه أثار نقاشات متعددة تتعلق بالخصوصية، وأمن البيانات، وتأثير المحتوى القصير في أنماط التلقي والانتباه، ولا سيما لدى الفئات العمرية الأصغر (Abidin, C., 2025).

ويمثل البريد الإلكتروني E-Mail: خدمة سريعة وسهلة لتبادل الرسائل تغني عن استخدام البريد التقليدي، حيث يمكن من خلاله إرسال الرسائل (الإلكترونية) من وإلى أشخاص آخرين، وقد تكون نصاً مكتوباً أو صوتياً أو فيديو أو صوراً خلال فترة بسيطة، حيث تحفظ الرسائل الواردة في صناديق بريد المستخدمين ليطلعوا عليها في الوقت الذي يشاؤون، مع إمكانية إرسال رسالة إلى عدة أشخاص في نفس الوقت (حسن، 2009، صفحة 15).

رابعاً: الدور الاجتماعي لشبكات التواصل الاجتماعي:

لقد كان لشبكات التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في حياة المجتمعات حيث أصبحت من ضروريات الحياة في الوقت الراهن للجميع وتؤثر بشكل كبير على المجتمع بكل طوائفه ومختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها بالنظر إلى الاستخدام المكثف لها حول العالم. كما أضفت بعداً إيجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر، ولكن مثلما يوجد آثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإن لها آثاراً سلبية أيضاً فهي سلاح ذو حدين، وفيما يلي عرض لأهم آثارها:

لقد كان لشبكات التواصل الاجتماعي دوراً واضحاً في المجال السياسي: لعبت إلى جانب دورها الاجتماعي، دوراً أساسياً وفعالاً بهذه الثورات، وتحولت من كونها مواقع للتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات وتكوين الصداقات، وتبادل الطرائف والأحاديث الجانبية، إلى مواقع يستغلها مرتادوها ونشطواؤها للتداول السياسي بغية التعبير عن واقع حياتهم، وظروف معيشتهم وهمومهم المشتركة (إبراهيم، 2012، صفحة 13).

وعن دورها الاجتماعي فيتمثل فيما ساهمت به شبكات التواصل الاجتماعي في تسهيل الحياة الاجتماعية بين المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعية بينهم (Ben, 2009, p. 35) كما أدت شبكات التواصل الاجتماعي إلى ظهور قيم اجتماعية جديدة وغريبة عن مجتمعنا في ضوء ما يتعرض الفرد خلال تجواله في الإنترنت (حسنين، 2013، صفحة 215) وهي تمثل ساحة لنشر القيم الغربية والتي تؤثر على المستخدمين خصوصاً الأقل ثقافة والأكثر استخداماً للإنترنت بغرض التسلية. فتؤدي إلى تغير السلوكيات واكتساب صفات غير حميدة من خلال التواصل وربط العلاقات مع أناس مجهولين يتسمون بالأخلاق السيئة، ويتصرفون بطريقة مخالفة لعادات وتقاليد المجتمع.

المبحث الثالث: القيم خصائصها وأهمتها وتصنيفها ومكوناتها ومصادرها ووظائفها

للقيم الاجتماعية أهمية كبيرة فهي تعتبر مشتقة من التفاعل بين الأفراد، وهي بمثابة المبادئ التي تضبط سلوك الأفراد وترسم طريق يسيرون عليه في أدائهم لواجباتهم ودورهم في المجتمع الذي ينتمون إليه. فالقيم تؤثر في فهمنا العميق وبناء مجتمعنا وعلى الرغم من اختلافها من مجتمع لمجتمع ومن شخص لآخر إلا أنها تعتبر مرجعية قوية لما هو خاطئ وصحيح ولما هو مقبول ومرفوض في المجتمع. وقد تحدث لهذه القيم مجموعة من التغيرات نتيجة للتغيرات التي تطرأ على المجتمع سواء عن طريق التحديث المباشر أو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي. ففي الفترة الأخيرة شهدت المجتمعات اهتماماً بمواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص في المجتمع العراقي من فئة المراهقين لكلا الجنسين، حيث زاد اهتمام المراهق بها وبالتواصل من خلالها وتبادل الأفكار والحديث والتعرف على الشعوب الأخرى أو الانفتاح على ثقافتهم وقيمهم.

أولاً: خصائص القيم وأهمتها وتصنيفها

وتعبر القيم عن الرغبات والأهداف المتفق عليها اجتماعياً، والتي تدخل في عمليات التعلم والتنشئة الاجتماعية. فالقيم والمعرفة ينبعان من إطار واحد رغم تنوع الظروف الاجتماعية. وطالما أن القيم تعبر عن أهداف معينة، فإن الأهداف – بالتالي – قيم لما ينبغي إنجازه من خلال نسق القيم السائد (Makerjee, 1995, p. 23)

وتوجد ثلاثة جوانب أساسية للقيم هي: الجانب الفكري أو الذهني، والجانب الوجداني، والجانب التوجيهي أو التنظيمي. فهي مجموعة من الأفكار المشتركة التي تدور حول ما هو مرغوب فيه، والتي يرتبط بها أعضاء الجماعة وجدانياً، بحكم تمثلهم إياها بفعل عمليات التنشئة الاجتماعية التي تسهم في تنظيم السلوك وتوجيهه (السالموطي، 2001، صفحة 121).

وعن أهمية القيم فإنها تمثل العمود الفقري في استقرار الحياة الاجتماعية وفي غيرها للمجتمعات الإنسانية مما يجعلها غاية سامية ينبغي أن نكافح من أجلها، فهي على المستوى الفردي تساهم في تحديد تفضيلات الأفراد للأشياء وترسيخ معتقداتهم الدينية والثقافية المرغوبة، كما أنها أيضاً تجعل للإنسان الخلق قيمة ومنزلة ومكانة بين الناس وتجعله متميزاً بالصبر والثقة بالنفس ويتمتع بقوة الإرادة (المنعم، 2008، الصفحات 227-228)، كما تمثل إطاراً مرجعياً لتصرفات الفرد واختياراته في المواقف الحياتية، حيث تتحدد شخصية الفرد وسلوكه تبعاً لمحددات بيولوجية ونفسية واجتماعية. وهناك تصنيفات عديدة للقيم تشتمل على: القيم الدينية: وتشمل العبادات واحترام تعاليم الدين وأحكامه وعباداته. كل هذه الأمور إذا ما تم توضيحها للطفل (نازلي، 2001، صفحة 72)، والقيم الأخلاقية (عويس، 1990، صفحة 89). والقيم السياسية (زكي، 2010، صفحة 43)، والقيم الاقتصادية (ماجد، 2006، صفحة 25).

وعليه ترى الباحثة أنه يمكن التركيز على البعد الثقافي للقيم على اعتبار أن القيم عموماً هي "منتجات ثقافية" تصدر عن البناء الاجتماعي الواقعي. إذ يوجد تلازم ضروري بين القيمة والسلوك. حيث تتجلى القيم في أشياء مرغوب فيها، أو أهداف ينبغي التوصل إليها، أو توازن تسعى إلى تحقيقه. فالقيم ذات خاصية دافعية قوية طالما أنها تمثل الحاجات والرغبات. وبالرغم من أنها تتأثر بتوقعات المجتمع أو معاييرها، فإنها تختلف من شخص لآخر. وهذا التنوع يجعل الأشخاص يبدون كأشكال فردية عند الاستجابة للدوافع الاجتماعية.

ثانياً: مكونات القيم ومصادرها ووظائفها

تعد القيم الاجتماعية مهمة في عملية التطور والتقدم لأنها تقدم الأساس المنطقي للمعايير والأحكام الخاصة للسلوك البشري، فالقيم تتسم بالنسبية والانتظام والاستمرارية، إضافة إلى إمكانية حدوث صراع قيمي بين هذه القيم، فالقيم معتقدات مصدرها الثقافة والتفاعل الثقافي الاجتماعي بين الأفراد وبين خبرات حياتية معينة. فهي التي تحدد أنماط التفضيل والاختيار بين البدائل المتاحة.

ومما لا شك فيه أن القيم هي المحدد الأساسي لسلوك الفرد، بالإضافة إلى أنها مجموعة من المعايير تنتبثق من المجتمع الذي يعيش فيه الفرد، وعليه أن يتمسك بها ومن يخالفها يعتبر مخالفاً للمثل العليا في المجتمع، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بتجاربه وخبراته، وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف (الجزار، 2008، صفحة 96).

والقيم إما أن تستمد مفاهيمها من مجرد العقل من حيث حاجة الإنسان إليها، وتحقيقها لمصالحه الذاتية، انطلاقاً من اكتشاف الفرد لحاجته إليها أو تستمد من مثل عليا ومصادر خارجية تخاطبه بها وتقنعه بحاجته إليها، وبخاصة بالنسبة للقيم المتغيرة التي تعبر عن حاجات شخصية، بحيث تصبح القيم منارات للسلوك السليم الذي يعبر عن سمو في المواقف والميول والاستعدادات (William, 2000, p. 89)

والفرد يكتسب ويمتص الكثير من القيم السائدة في الوسط الثقافي الذي يعيش فيه، ويمكن عن طريق التفاعل داخل الجماعة تعديل وإكساب القيم والاتجاهات، وللجماعة القدرة على إكساب الفرد والسلوك الاجتماعي المرغوب فيها (M.E, 1997, p. 31).

ومن الوظائف المباشرة للقيم توجيه الأفعال الإنسانية أو أفعال الأفراد في المواقف التي يتعرضون لها في حياتهم هي الوظيفة الدافعية، والوظيفة التوافقية فلكل مرحلة عمرية نسق من القيم تتميز به عن غيرها من المراحل طبقاً للخصائص المعرفية والوجدانية والسلوكية لها، ويؤدي هذا النسق في حاله توافقه إلى

تحقيق توافق الفرد مع القواعد والمعايير الاجتماعية والأخلاقية السائدة في المجتمع (حسين، 2006، صفحة 87). ولا يمكن في ظل نظام سليم للقيم أن تتراجع هذه القيم أو تنحدر نحو الأسفل، فالتراجع والانحدار محكوم بسيطرة التخلف على العقول، وهذا خطر يجب التنبيه إليه، لأن الرؤية الإنسانية هي نتاج تصورات يفرضها الواقع، وعندما يرتقي هذا الواقع ترتقي الرؤية الإنسانية بشكل عام.

ثالثاً: تأثير التطور التكنولوجي على القيم

إن سرعة انتشار تكنولوجيا الاعلام والاتصال وسهولة استخدامها جعلها تضطلع بأدوار أكبر داخل المجتمعات الإنسانية، من خلال نقل أنماط وقيم وسلوكيات جديدة الى أفراد المجتمعات الأصلية، وهذا بفضل منظومة تكنولوجية متطورة، يتجلى تأثيرها على طبيعة العلاقات بين الافراد، وداخل الجماعات، وهذا عن طريق التخلي عن القيم التقليدية، وتبني قيم جديدة تعمل على تشكيل أنماط تفكير وسلوكيات مختلفة معرفياً ووجدانياً وأخلاقياً، تهدد البنية القيمية للمجتمعات خصوصاً منها التقليدية والمحافظة. الأمر الذي تتطلب معه إعادة فحص النسق القيمي الموجود، حيث بدأت كثير من القيم في الانتشار لدى الشباب وخاصة تلك المرتبطة بالسلام والمحبة واحترام البيئة وحمايتها، وبدأت الدعوة إلى قيم إنسانية جديدة كاحترام الحياة والمسئولية تجاه الأجيال القادمة وحماية البيئة، وبات من المؤلف فهم أن هذه القيم وغيرها عناصر أخلاقية يبني عليها الضمير العام للقيم الإنسانية كلها (أسامة، 2002، صفحة 29).

المبحث الرابع: الإطار المنهجي للبحث

1- نوع البحث: لما كان البحث يهدف إلى بيان استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالتغير في القيم، لذا فإن نوع هذا البحث يتحدد في الدراسة الوصفية.

2- منهج البحث: وتمشيا مع البحث الحالي وأهدافه تم استخدام المسح الاجتماعي بالعينة، لكونه الأنسب لدراسة الاتجاهات والآراء والمواقف لدى فئة واسعة من المبحوثين.

3- مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث الميداني في مستخدمي صفحات التواصل الاجتماعي في مجموع الوحدات التي تسعى الباحثة للحصول على بيانات منها بناء على ذلك فإن مجتمع البحث يتمثل في الأفراد أو الشباب الجامعيين أو طلبة الجامعات، وتم اختيار قسم الأقسام الداخلية التابعة لجامعة بابل في مدينة الحلة لتطبيق البحث الميداني فيها، حيث تم توزيع الاستمارة على عينة مكونة من (150) مفردة اناث والذكور، باستخدام أسلوب العينة العشوائية. وبعد تفرغ استمارات الاستبيان تبين أن عدد (123) استمارة فقط صالحة من (150) استمارة. فبالتالي عينة البحث تتألف من (123) مفردة فقط.

4- أداة الاستبيان: اعتمدت الباحثة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالقسم الميداني للبحث، وتم توزيعها على أفراد مجتمع البحث. وقد راعيت في بناء استمارة الاستبيان مجموعة من المعايير وهي: علاقتها بموضوع البحث وعدم خروجها عن إطاره - تحريرها بصيغ سهلة وواضحة - ترتيب الأسئلة وفق تسلسل منطقي.

- اختبار صدق الاستمارة:

- تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة وهو التأكد من أن جميع أسئلة الأداة تدور حول الظاهرة موضوع البحث، وأنها صيغت بلغة المبحوثين وان كلماتها وألفاظها سهلة.

- تم قياس الصدق عن طريق الصدق الظاهري للاستمارة من حيث قدرتها على الإجابة على فروض البحث وتساؤلاته وللتحقق من ثبات الاستمارة قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي على عينة نسبتها 10% من عينة الدراسة (10 مبحوثين) وقد تطابقت إجابات المبحوثين مع الإجابات الأولى التي أدلوا بها في تطبيق الاستمارة للمرة الأولى بنسبة 98% مما يعنى ارتفاع معدل ثبات وصلاحية الاستمارة.

5- مجالات البحث:

أ- المجال البشري: حدد المجال البشري للبحث مجموعة، حيث تم أخذ عينة 123 مفردة من الطلاب الساكنين في الأقسام الداخلية التابعة لجامعة بابل في مدينة الحلة، وقد روعي عند اختيار عينة البحث أن تكون ممثلة لمجتمع البحث.



ب- **المجال المكاني:** من خلال الهدف الأساسي للبحث الراهن والذي يتمثل في استعمال شبكات التواصل الاجتماعي الاجتماعية وعلاقته بالتغير في القيم، حيث تم الاتفاق على اختيار قسم الأقسام الداخلية التابعة لجامعة بابل في مدينة الحلة لكي تكون المجتمع الخاص بالبحث .

ج- **المجال الزمني:** يتمثل في الفترة التي استغرقتها البحث الميداني وبالتحديد مرحلة جمع البيانات بمجتمع البحث فقد أجري البحث في الفترة ما بين 2024-2-24 حتى 2024-4-27 .

6- **الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:** قامت الباحثة بعرض وتحليل بيانات وصف العينة،

$$100 \times \frac{\text{التكرارات}}{\text{المجموع الكلي}}$$

في جداول تكرارية بسيطة تحتوي على التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، وهي:
المبحث الخامس: (تحليل نتائج البحث ومناقشتها)
أولاً: خصائص عينة البحث:

الجدول رقم (1) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب متغير النوع

النوع	ك	%
ذكور	58	47
إناث	65	53
المجموع	123	100

يمثل الجدول السابق طريقة توزيع العينة حسب النوع، حيث نلاحظ زيادة طفيفة للإناث بـ 53% مقابل 47% للذكور، وهذه الزيادة يمكن ان نرجعها لتجاوب الطالبات أكثر من الطلبة، أثناء توزيع أسئلة الاستمارة، وايضاً الاختلاف يأتي وفقاً لأعداد الطلاب حيث تمثل أعداد الإناث ببعض الكليات أكثر بكثير من الذكور مثل كلية الآداب، ومن خلال ذلك تتضح نتيجة الفروق بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (2) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب متغير السن

السن	ك	%
من 19 إلى 21	46	37.4
من 21 إلى 23	39	31,7
من 23 إلى 25	31	25.2
من 25 فأكثر	7	5,7
المجموع	123	100

لقد ضمت عينة المبحوثين مختلف الأعمار من 19 سنة إلى 25 سنة، تم تقسيمها الى اربع فئات رئيسية، ارتأينا انها ستساعدنا أثناء القيام بالتحليل، حيث تمثل الفئة من (19 الى 22 سنة) نسبة 37.4% من المبحوثين، في حين تمثل الفئة الثانية من (من 21 إلى 23 سنه) نسبة 31,7%، كما تبين أن هناك نسبة 25.2% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 23 إلى 25 سنة، كما تتراوح نسبة 5,7 % من 25 سنة فأكثر. حيث تم تجميع الاستجابات من طلاب الجامعة والتي تتراوح أعمارهم ما بين 19 سنة و25 سنة، ويعتبر هذا السن المتوسط لأعمار طلاب الجامعة والذين تمت عليهم الدراسة، وقد جاء هذا التقسيم على أساس أن الطلبة يبدأ من 19 سنة، لا يزالون في مرحلة الشباب التي تتميز بأنماط سلوك تتميز بالعاطفة والاندفاع والاستخدام الكبير لمختلف تكنولوجيات الاعلام والاتصال، مقارنة بالطلبة الأكبر سنا الذين يعتبرون أكثر نضجا من حيث الاهداف المسطرة في الحياة ونظرتهم الى تكنولوجيات الاعلام والاتصال وطريقة استخدامها.

الجدول رقم (3) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة

مكان الإقامة	ك	%
منطقة حضرية	80	65.1
منطقة ريفية	43	34.9
المجموع	123	100

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا بأن نسبة 65.1% من عينة المبحوثين يقطنون في وسط حضري، في حين ان نسبة 34.9% تعيش في مناطق ريفية، ويتضح من خلال الجدول السابق أن أعداد الطلاب المقيمين في الحضر أكثر من الطلاب المقيمين في المناطق الريفية، وذلك وفقاً للاستجابات التي قدمتها عينة البحث. حيث يمكن أن يكون اختلاف مكان الإقامة أثر على انماط استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال والتصور العام حولها.

جدول (4) توزيع العينة من حيث نوع الكلية

نوع الكلية	العينة	
	ك	%
نظرية	70	56.9
عملية	53	43.1
المجموع	100	100

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 56.9% من أفراد العينة بكليات نظرية، ونسبة 43.1% منهم بكليات علمية، ويتضح من خلال النتائج أنه تم أخذ الكليات النظرية والكليات العملية في البحث من أجل الوصول إلى أي مدى تؤثر نوع البحث على الاستجابات المقدمة من عينة البحث، وقد جاءت نسبة الكليات النظرية أكثر في عدد العينة، وذلك بسبب أن الكليات النظرية أعداد طلابها أكثر من طلاب الكليات العملية.

جدول (5) الاداة المستخدمة عند الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي (أكثر من استجابة)

المجموع		الاداة المستخدمة عند الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي
ك	%	
71	17,7	الكمبيوتر المنزلي
308	77	الهاتف المحمول
69	17,2	اللاب توب
98	24,5	التابلت أو ipad

تظهر نتائج الجدول السابق أن هناك نسبة 17,7% من المبحوثين يستخدمون الكمبيوتر المنزلي في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي ، ونسبة 77% من المبحوثين يستخدمون الهاتف المحمول ، ونسبة 17,2% من العينة يستخدمون اللاب توب في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي ، أخيراً نسبة 24,5% يستخدمون التابلت و ipad .

توضح نتائج الجدول السابق أن أغلبية عينة البحث يؤكدون على أنهم يستخدمون الهاتف المحمول في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي لأن جميع الأفراد أصبحوا يمتلكون هواتف محمولة مع اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية، فأساليب التواصل يستخدمها الأطفال والمراهقين والشباب والراشدين

وكبار السن أي كافة فئات أفراد المجتمع العمرية، وأيضا كافة طبقات المجتمع محدودة الدخل وذوى الدخل المرتفعة.

جدول (6) أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها عينة البحث (أكثر من إستجابة)

العينة		أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
ك	%	
123	39.6	فيسبوك
112	36	انستغرام
76	24.4	تيك توك

تظهر نتائج الجدول السابق أن هناك نسبة 39.6% من المبحوثين يرون أن موقع الفيسبوك هو من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهناك نسبة 36% من عينة البحث يرون أن انستغرام هو أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 24.4% يرون أن تيك توك هو أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

توضح نتائج الجدول السابق أن أغلبية عينة البحث يؤكدون على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك والتيك توك وانستغرام وغيرها من المواقع، والتي تتيح التواصل مع الأصدقاء والزملاء وتقوية الروابط إقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من شرائح المجتمع المختلفة لما تحققه من تفاعل اجتماعي يشير إلى العمليات الإدراكية والوجدانية الانفعالية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمنيا ومكانيا، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر، وتعتبر الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك والتيك توك وانستغرام مواقع يتواصل من خلالها ملايين البشر تجمعهم اهتمامات مشتركة.

جدول (7) توزيع أفراد العينة وفقا عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميا

العينة		توزيع أفراد العينة وفقا عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميا
ك	%	
3	2.4	أقل من ساعة
11	8.9	من 1-2 ساعة
58	47.2	4 ساعات
34	27.7	6 ساعات
17	13.8	7 ساعات فأكثر
123	100	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق أن هناك نسبة 2.4% من عينة البحث يقضون أقل من ساعة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهناك نسبة 8.9% من المبحوثين يقضون من 1-2 ساعة يوميا، ونسبة 47.2% يقضون أربع ساعات يوميا، ونسبة 27.7% من عينة البحث يؤكدون أنهم يقضون 6 ساعات يوميا على تلك المواقع، ونسبة 13.8% يقضون أكثر من 7 ساعات على تلك المواقع يوميا.

تظهر نتائج الجدول السابق أن أغلبية عينة البحث يقضون أكثر من ست ساعات يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يستطيع أي فرد أن يغمس لفترات طويلة جدا ويبحر في صفحاته بسهولة ويسر دون أن

يشعر كم من الوقت قد مضى، وهذا يشير إلى اتساع نطاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واعتبارها سمة مميزة لهذا العصر، ولقد عمل الإنترنت على تغيير المفاهيم التقليدية للاتصال، حيث صارت ممارسة يومية من قبل الافراد، خصوصا مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، والتي ساهمت في تغيير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم في بيئة افتراضية، تجمعهم وفقا لميولاتهم واهتماماتهم.

الجدول رقم (8) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب متغير الدوافع الاجتماعية والثقافية للاستخدام (أكثر من إستجابة)

الدوافع الاجتماعية والثقافية للاستخدام	ك	%
يصعب عليّ الاستغناء عن هذه المواقع لفترة طويلة	15	12,2
تساعدني هذه المواقع على التعبير عن آرائي بحرية	19	15,4
أستخدمها للتعرف على ثقافات وأفكار جديدة	26	21,1
أستخدمها لتكوين صورة عن توجهات المجتمع	28	22,8
ألجأ إلى هذه المواقع للحصول على المعلومات بسرعة	35	28,5
المجموع	123	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب المبحوثين من حيث متغير الدوافع الاجتماعية والثقافية للاستخدام، فجاءت في المرتبة الأولى ألجأ إلى هذه المواقع للحصول على المعلومات بسرعة فبلغ عدد أفراد 35 مبحوثاً بنسبة 28.5%، وجاءت في المرتبة الثانية أستخدمها لتكوين صورة عن توجهات المجتمع فبلغ عدد أفراد 28 مبحوثاً بنسبة 22.8%، وجاءت في المرتبة الثالثة أستخدمها للتعرف على ثقافات وأفكار جديدة فبلغ عدد أفراد 26 مبحوثاً بنسبة 21.1%، وجاءت في المرتبة الرابعة تساعدني هذه المواقع على التعبير عن آرائي بحرية فبلغ عدد أفراد 19 مبحوثاً بنسبة 15.4%، وجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة يصعب عليّ الاستغناء عن هذه المواقع لفترة طويلة فبلغ عدد 15 مبحوثاً بنسبة 12.2%.

تظهر نتائج الجدول السابق أن كل عينة الدراسة يؤكدون على أن مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين، وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمال وهو ما يجعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء، وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة، والتي أصبح المجتمعات تعاني منها معاناة شديدة فقد ساعدت على انتشار العنف والجريمة وساهمت كثيراً في تفكك العديد من الأسر وغيرت فكر الشباب.

جدول (9) رؤيتك للتأثيرات الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية(اكثر من استجابة)

المجموع		رؤيتك للتأثيرات الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية
ك	%	
316	79	تساعدنا على ممارسة السلوك الجيد
90	22,5	تساعدنا على أهمية التعاون
6	1,5	تساعدنا على أهمية مشاركة الآخرين في الأفراح
107	26,7	تساعدنا على مشاركة الآخرين في الأحزان
90	22,5	تساعدنا في تحقيق الأمان وتساعدنا على زيادة الانتماء للوطن
77	19,2	تساعدنا على تحمل المسؤولية وإثبات الذات

توضح نتائج الجدول السابق أن هناك نسبة 79% من المبحوثين يرون ان مواقع التواصل تنمي القيم الاجتماعية من خلال ممارسة السلوك الجيد، كما أن هناك نسبة 22,5% تؤكد أن مواقع التواصل تساعد على أهمية التعاون، وهناك نسبة 1,5% يرون أن مواقع التواصل تساهم في تنمية القيم الاجتماعية من



خلال مساعدتهم في مشاركة الآخرين في الأفراح، ونسبة 26,7% يؤكدون أنها تساعد على مشاركة الآخرين في الأحزان، وهناك نسبة 22,5% يرون أن مواقع التواصل تعمل على تنمية القيم الاجتماعية من خلال تحقيق الأمان وتساعد على زيادة الانتماء للوطن، وأخيراً نسبة 19,2% تساعد مواقع التواصل على تحمل المسؤولية وإثبات الذات.

تظهر نتائج الجدول السابق أن مواقع التواصل تنمي القيم الاجتماعية من خلال ممارسة السلوك الجيد و تساعد على أهمية التعاون كما تساهم في تنمية القيم الاجتماعية من خلال مساعدتهم في مشاركة الآخرين في الأفراح و مشاركة الآخرين في الأحزان، كما تعمل مواقع التواصل على تنمية القيم الاجتماعية من خلال تحقيق الأمان وتساعد على زيادة الانتماء للوطن و تحمل المسؤولية وإثبات الذات، حيث تعددت القيم التي تم اكتسابها من شبكات التواصل الاجتماعي وكان في مقدمة القيم الإيجابية؛ المشاركة والإيجابية في الحوار، التعبير عن الرأي، التقيف، التواصل مع الآخرين، وهناك بعض المجموعات التي تحت الشباب على العمل التطوعي كالحفاظ على البيئة.

جدول (10) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب متغير التغيير في القيم (أكثر من إستجابة)

المجموع		كيف أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في التغيير في القيم
ك	%	
33	10.4	أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في طبيعة علاقاتي الاجتماعية
56	17.6	أرى أن هذه المواقع غيرت مفهوم الصداقة لدى كثير من الناس
76	23.9	ساهمت هذه المواقع في إضعاف التواصل الأسري المباشر
66	20.8	عززت هذه المواقع من النزعة الفردية لدى المستخدمين
87	27.3	أسهمت هذه المواقع في إعادة تشكيل معايير القبول الاجتماعي

توضح نتائج الجدول السابق أن هناك نسبة 10.4% من عينة البحث يرون كيف أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في التغيير في القيم هي أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في طبيعة علاقاتي الاجتماعية، ونسبة 17.6% من المبحوثين يرون أن أرى أن هذه المواقع غيرت مفهوم الصداقة لدى كثير من الناس، وهناك نسبة 23.9% من عينة البحث يرون أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في التغيير في القيم هي ساهمت هذه المواقع في إضعاف التواصل الأسري المباشر، وهناك نسبة 20.8% من عينة البحث يرون عززت هذه المواقع من النزعة الفردية لدى المستخدمين، وأخيراً نسبة 27.3% من عينة البحث يؤكدون على أنها أسهمت هذه المواقع في إعادة تشكيل معايير القبول الاجتماعي.

جدول رقم (11) توزيع عينة المبحوثين حسب التغيير في القيم الأخلاقية والثقافية (أكثر من استجابة)

الخيارات	ك	%
أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في بعض قناعاتي الأخلاقية	13	6.4
أصبحت بعض السلوكيات التي كنت أرفضها أكثر قبولا بسبب تكرار رؤيتها	15	7.4



9.3	19	تسهم هذه المواقع في نشر أنماط ثقافية مغايرة للقيم المحلية
10.8	22	تؤثر هذه المواقع في طريقة الحكم على الصواب والخطأ
13.7	28	ساعدت هذه المواقع على تراجع بعض العادات الاجتماعية التقليدية
21	43	أرى أن المحتوى الرقمي يؤثر في الذوق العام والسلوك الثقافي
16.2	33	أدت هذه المواقع إلى زيادة تقبل الاختلاف الثقافي
15.2	31	أسهمت هذه المواقع في تغيير معايير الاحتشام أو اللياقة الاجتماعية
100	204	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب إجابات عينة المبحوثين حسب التغيير في القيم الأخلاقية والثقافية بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (أن المحتوى الرقمي يؤثر في الذوق العام والسلوك الثقافي) فبلغ عدد أفراد الفئة 28 مبحوثاً بنسبة 21%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (أدت هذه المواقع إلى زيادة تقبل الاختلاف الثقافي) فبلغ عدد أفراد الفئة 33 مبحوثاً بنسبة 16.2%، وجاءت في المرتبة الثالثة آراء المبحوثين (أسهمت هذه المواقع في تغيير معايير الاحتشام أو اللياقة الاجتماعية) فبلغ عدد أفراد الفئة 31 مبحوثاً بنسبة 15.2%، وجاءت في المرتبة الرابعة آراء المبحوثين (ساعدت هذه المواقع على تراجع بعض العادات الاجتماعية التقليدية) فبلغ عدد أفراد الفئة 28 مبحوثاً بنسبة 13.7%، وجاءت في المرتبة السادسة آراء المبحوثين (تؤثر هذه المواقع في طريقة الحكم على الصواب والخطأ) فبلغ عدد أفراد الفئة 22 مبحوثاً بنسبة 10.8%، وجاءت في المرتبة السابعة آراء المبحوثين (تسهم هذه المواقع في نشر أنماط ثقافية مغايرة للقيم المحلية) فبلغ عدد أفراد الفئة 19 مبحوثاً بنسبة 9.3%، وجاءت في المرتبة الثامنة آراء المبحوثين (أصبحت بعض السلوكيات التي كنت أرفضها أكثر قبولاً بسبب تكرار رؤيتها) فبلغ عدد أفراد الفئة 15 مبحوثاً بنسبة 7.4%، وجاءت في المرتبة التاسعة والأخيرة آراء المبحوثين (أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في بعض قناعاتي الأخلاقية) فبلغ عدد أفراد الفئة 13 مبحوثاً بنسبة 6.4%.

أوضحت نتائج البحث أن المصدر الأساسي للقيم عند الأفراد هو ثقافة المجتمع الذي ينشؤون ويعيشون فيه، وأن مصدر هذه الثقافة السائدة في مجتمع ما هو تاريخ ذلك المجتمع وتراثه الذي نقل عن طريق التربية والتنشئة من جيل إلى جيل وأن هذه التنشئة أو التربية هي وسيلة أي جماعة في المحافظة على قيمها الأساسية سواء في الجيل الواحد أو بنتابع الأجيال كما أنها تسهم في تعديل وتطوير ما يحتاج منها إلى تعديل وتطوير. **الجدول رقم (12) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب التغيير في قيم الهوية والانتماء (أكثر من إستجابة**

الخيارات	ك	%
أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في شعوري بالانتماء إلى المجتمع	26	11.3
أسهمت هذه المواقع في إعادة تشكيل رؤيتي لهويتي الشخصية	36	15.6
أشعر أن هذه المواقع تعزز أحياناً الانبهار بالثقافات الأجنبية	38	16.4
ساعدتني هذه المواقع على إعادة النظر في كثير من القيم السائدة	32	13.9
تسهم هذه المواقع في تكوين اتجاهات جديدة لدى الشباب	22	9.5
تؤثر هذه المواقع في مواقف الأفراد من قضايا المجتمع	19	8.2
أرى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت مرجعاً في تحديد ما هو مقبول أو مرفوض	17	7.4
تسهم هذه المواقع في إحداث تغييرات قيمية واضحة داخل المجتمع	41	17.7
المجموع	231	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب إجابات عينة المبحوثين حسب التغيير في قيم الهوية والانتماء بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (تسهم هذه المواقع في إحداث تغييرات قيمية واضحة داخل المجتمع) فبلغ عدد أفراد الفئة 41 مبحوثاً بنسبة 17.7%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (أن هذه المواقع تعزز أحياناً الانبهار بالثقافات الأجنبية) فبلغ عدد



أفراد الفئة 38 مبحوثاً بنسبة 16.4%، وجاءت في المرتبة الثالثة آراء المبحوثين (أسهمت هذه المواقع في إعادة تشكيل رؤيتي لهويتي الشخصية) فبلغ عدد أفراد الفئة 36 مبحوثاً بنسبة 15.6%، وجاءت في المرتبة الرابعة آراء المبحوثين (ساعدتني هذه المواقع على إعادة النظر في كثير من القيم السائدة) فبلغ عدد أفراد الفئة 32 مبحوثاً بنسبة 13.9%، وجاءت في المرتبة الخامسة آراء المبحوثين (أثرت مواقع الشبكات الاجتماعية في شعوري بالانتماء إلى المجتمع) فبلغ عدد أفراد الفئة 26 مبحوثاً بنسبة 11.3%، وجاءت في المرتبة السادسة آراء المبحوثين (تسهم هذه المواقع في تكوين اتجاهات جديدة لدى الشباب) فبلغ عدد أفراد الفئة 22 مبحوثاً بنسبة 9.5%، وجاءت في المرتبة السابعة آراء المبحوثين (تؤثر هذه المواقع في مواقف الأفراد من قضايا المجتمع) فبلغ عدد أفراد الفئة 19 مبحوثاً بنسبة 8.2%. وجاءت في المرتبة الثامنة والأخيرة آراء المبحوثين (أرى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت مرجعاً في تحديد ما هو مقبول أو مرفوض) فبلغ عدد أفراد الفئة 17 مبحوثاً بنسبة 7.4%.

الجدول رقم (13) يمثل توزيع عينة المبحوثين حسب اعتقادهم في إيجابية القيم الغربية المنفتحة

الخيارات	التكرارات	%
نعم	59	48
لا	64	52
المجموع	123	100

من خلال الجدول السابق نجد نسبة 52% من المبحوثين لا تثق في القيم الغربية وتعتبرها قيم سلبية ودخيلة على مجتمعنا يجب عدم تبنيها، أو التفاعل معها وهذا بسبب اختلاف الثقافة والدين خصوصاً، حيث يعتبرون بانها قيم هدامة للمجتمع من خلال الدعوة للتححرر من جميع القيود الدينية والثقافية والقفر على القوانين الاخلاقية، وتكريس الفردية التي صارت تحكم العلاقات الاسرية، حيث أخذ التنافس بين الافراد يتنامى على حساب الترابط الاسري، بالإضافة الى تقييد سلطة الوالدين في تربية أبنائهم، في حين أن نسبة 48% من المبحوثين يرون بأن القيم الغربية هي قيم ايجابية إذا أحسنا اختيارها وتطبيقها على أرض الواقع، ويبررون ذلك بتقدم الدول الغربية في شتى المجالات العلمية والاقتصادية والثقافية، من خلال تطبيقهم للقوانين واحترامهم للقيم الانسانية والمسؤولية والالتزام، مقابل الازمات الموجودة في الدول العربية والاسلامية التي تنتبى بعض القيم المشتركة.

جدول رقم (14) توزيع عينة المبحوثين حسب الأسباب الموضوعية التي ساهمت في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب

الخيارات	التكرارات	%
كثرتها وتنوع خدماتها	19	15.4
تلبيةها لرغبات وحاجات الشباب	25	20.3
الفراغ الذي يعاني منه الشباب	20	16.3
حب الشباب مسايرة عصر تكنولوجيا الاتصال والموضة	46	37.4
العزلة والتهميش ضعف محتوى الإعلام المحلي	13	10.6
المجموع	123	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب المبحوثين الشباب من حيث الأسباب الموضوعية التي ساهمت في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (حب الشباب مسايرة عصر تكنولوجيا الاتصال والموضة) فبلغ عدد أفراد الفئة 46 مبحوثاً بنسبة 37.4%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (تلبيةها لرغبات وحاجات الشباب) فبلغ عدد أفراد الفئة 25 مبحوثاً بنسبة 20.3%، وجاءت في المرتبة الثالثة آراء المبحوثين (الفراغ الذي يعاني منه الشباب) فبلغ عدد أفراد الفئة 20 مبحوثاً بنسبة 16.3%، وجاءت في المرتبة الرابعة آراء المبحوثين (كثرتها وتنوع خدماتها) فبلغ عدد أفراد الفئة 19 مبحوثاً بنسبة 15.4%، وجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة آراء المبحوثين (العزلة والتهميش ضعف محتوى الإعلام المحلي) فبلغ عدد أفراد الفئة 13 مبحوثاً بنسبة 10.6%.

تظهر نتائج الجدول السابق أن المبحوثين يؤكدون على أن أسرهم تشكو منهم من كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونشاطاتهم في المناسبات العائلية بدأت تقل بسبب انشغالهم لمواقع التواصل، كما أن يرون أن مواقع التواصل تسمح لي الدردشة والتكلم بصراحة وجرأة مع أفراد أسرهم أكثر من وجها لوجه وتفاعلهم مع أفراد وأسرة بدأ يقل منذ استخدامهم لمواقع التواصل، كما ساهمت مواقع التواصل زيارتهم لأقاربهم بدأت تتراجع عما سبق قبل الاستخدام لها وساعدتهم هذه المواقع في التواصل مع أقاربهم المضمنين خارج البلد، ولا ينكر أحد مدى مساهمة وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة فيما حدث للأسر بل وفي جميع المجتمعات على مستوى العالم. فأصبحت الأسرة تعاني الكثير والكثير من المشكلات الاجتماعية مثل التفكك الأسري والتطرف والعنف وزادت نسب الجريمة بشكل كبير وملحوظ وهو ما أدى إليه انتشار وسائل الاتصال الحديثة كالمبيوتر والتلفاز والعديد من الوسائل الأخرى التي أصبحت تحيط بنا من كل اتجاه، مما أدى إلى تغير فكرهم وارتباطهم بأسرهم وهو ما عمل على اتساع الفجوة بينهم وبين آبائهم مما انعكس بالسلب على المجتمعات.

جدول رقم (15) توزيع عينة المبحوثين حسب رأيك هل ما يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وصور يتوافق مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية

الخيارات	التكرارات	%
نعم	78	63.4
لا	45	36.6
المجموع	123	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب المبحوثين الشباب من حيث ما يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وصور يتوافق مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (نعم) فبلغ عدد أفراد الفئة 78 مبحوثاً بنسبة 63.4%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (لا) فبلغ عدد أفراد الفئة 45 مبحوثاً بنسبة 36.6%.

وجاء الانترنت وارتبط ارتباطاً وثيقاً بالشباب أكثر من غيره من وسائل الاعلام التقليدية، ففيه وجد الشباب متنفساً للأمل والأحلام والطموحات، وقدم ابواباً عديدة للتواصل مع الآخرين والحصول على المعلومات من شتى مصادرها وطريقاً للتعبير عن كل الآمال والأحلام.

جدول رقم (16) توزيع عينة المبحوثين حسب سبب توافق مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية

الخيارات	التكرارات	%
تقديم محتوى يدعو إلى الخير والفضيلة	9	11.5
تدعيم قيم وعادات وتقاليد المجتمع	12	15.4
تحافظ على اللغة العربية	15	19.2
تثري المعارف والثقافات المحلية	19	24.4
تفتح آفاق واسعة للبحث والاكتشاف والتعلم	23	29.5
المجموع	78 = ن	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب المبحوثين الشباب من حيث سبب توافق مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (تفتح آفاق واسعة للبحث والاكتشاف والتعلم) فبلغ عدد أفراد الفئة 23 مبحوثاً بنسبة 29.5%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (تثري المعارف والثقافات المحلية) فبلغ عدد أفراد الفئة 19 مبحوثاً بنسبة 24.4%، وجاءت في المرتبة الثالثة آراء المبحوثين (تحافظ على اللغة العربية) فبلغ عدد أفراد الفئة 15 مبحوثين بنسبة 19.2%، وجاءت في المرتبة الرابعة (تدعيم قيم وعادات وتقاليد المجتمع) فبلغ عدد أفراد الفئة 12 مبحوثين بنسبة 15.4%، وجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة آراء المبحوثين (تقديم محتوى يدعو إلى الخير والفضيلة) فبلغ عدد أفراد الفئة 9 مبحوثين بنسبة 11.5%.

جدول رقم (17) توزيع عينة المبحوثين حسب عدم توافق مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية

الخيارات	التكرارات	%
تقديم محتوى يدعو إلى الرذيلة والجنس	11	24.4
تقديم قيم جديدة على أنها أساس الحضارة والتقدم	14	31.1
تقدم صور وصفحات تشجع على العنف والجريمة	4	8.9
تقدم برامج تحطم القيم السائدة واللغة العربية	7	15.6
تقدم صفحات تزرع الشك والإحباط لدى الشباب	9	20
المجموع	45 = ن	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب المبحوثين الشباب من حيث عدم توافق مواقع التواصل الاجتماعي مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (تقديم قيم جديدة على أنها أساس الحضارة والتقدم) فبلغ عدد أفراد الفئة 14 مبحوثاً بنسبة 31.1%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (تقديم محتوى يدعو إلى الرذيلة والجنس) فبلغ عدد أفراد الفئة 11 مبحوثين بنسبة 24.4%، وجاءت في المرتبة الثالثة آراء المبحوثين (تقدم صفحات تزرع الشك والإحباط لدى الشباب) فبلغ عدد أفراد الفئة 9 مبحوثين بنسبة 20%، وجاءت في المرتبة الرابعة آراء المبحوثين (تقدم برامج تحطم القيم السائدة واللغة العربية) فبلغ عدد أفراد الفئة 7 مبحوثين بنسبة 15.6%، وجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة آراء المبحوثين (تقدم صور وصفحات تشجع على العنف والجريمة) فبلغ عدد أفراد الفئة 4 مبحوثين بنسبة 8.9%.

الجدول رقم (18) توزيع عينة المبحوثين حسب نظرهم لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية

الانحلال الخلقي وضعف القيم الدينية	التكرارات	%
نعم	79	64.2
لا	44	35.8
المجموع	123	100

ان الشباب يملكون اتجاهات جد ايجابية تجاه الدين وهذا ما يقودنا الى معطيات الجدول السابق حيث يعتبر 64.2% من المبحوثين بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا كبيرا على المنظومة القيمية للمجتمع، حيث يعتبرون بان الصفحات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إضعاف الوازع الديني حيث أن التعرض الدائم لهذه الصفحات يساهم في تغيير النظرة الى بعض العادات والقيم الدخيلة ويجعلها اكثر قبولا مع مرور الوقت، بل ويجعل من التصور الخاص بالقيم الدينية التقليدية على انها قيم سلبية تساهم في انغلاق المجتمع وتخلفه. في حين أن 35.8% من المبحوثين يعتقدون بان مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر في القيم الدينية، بل هي عامل مساعد على الالتزام بالدين من خلال متابعة الصفحات الدينية واختيار التي تتوافق مع القيم المحلية للمجتمع، مع فرض رقابة على الانترنت وحصرها في الجانب العلمي والاكاديمي فقط، بل ويرجعون السبب الى المجتمع في حد ذاته من حيث قابليته للانحلال والتخلي عن قيمه عن طريق اللامسؤولية واللامبالاة وانسحاب مؤسسة الاسرة عن دورها في التنشئة الاجتماعية.

تحيل مسألة التدين الى رؤى ومواقف الشباب، فيما يرتبط بثنائية المقدس والمدنس، الحلال والحرام، وقد تزامن ذلك مع دخول الفضائيات على اختلاف برامجها، خصوصا مع بروز مسألة التدين كظاهرة قيمية لها انعكاساتها على المستويات الاجتماعية والثقافية والسياسية.

الجدول رقم (19) توزيع عينة المبحوثين حسب نظرهم لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة والديموقراطية والانتماء وحس النقد الايجابي للأفراد

تعزير قيم المواطنة والديموقراطية والانتماء	التكرارات	%
نعم	75	61
لا	48	39

المجموع	123	100
---------	-----	-----

جاءت معطيات الجدول السابق ان نسبة 61% من المبحوثين يرون بأن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في رفع مستوى الوعي السياسي والمدني للأفراد، وهذا من خلال الصفحات السياسية والثقافية المختلفة، بالإضافة الى أن ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي تعطي نوع من التدريب والممارسة على اساليب الحوار البناء. في حين ان 39% من نسبة المبحوثين يرون عكس ذلك، بل يهتمون مواقع التواصل الاجتماعي بانها سبب رئيسي في غياب الوعي والتحضر، ويسبب الخراب وغياب الاستقرار وفي العديد من القيم والعادات الاجتماعية.

الجدول رقم (20) يوضح تكرارات ونسب عينة البحث وفقاً لآراء المبحوثين من حيث الاطلاع على قيم وثقافات المجتمعات الأخرى

الخيارات	التكرارات	%
موافق	67	54.5
إلى حد ما	31	25.2
غير موافق	25	20.3
المجموع	123	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تكرارات ونسب المبحوثين الشباب من حيث الاطلاع على قيم وثقافات المجتمعات الأخرى دون اكتسابها او جعلها تآثر على قيم المجتمع المحلي، فجاءت في المرتبة الأولى آراء المبحوثين (موافق) فبلغ عدد أفراد الفئة 67 مبحوثاً بنسبة 54.5%، وجاءت في المرتبة الثانية آراء المبحوثين (إلى حد ما) فبلغ عدد أفراد الفئة 31 مبحوثاً بنسبة 25.2%.

المبحث السادس: النتائج والتوصيات

أولاً: نتائج البحث:

- 1- أسفرت نتائج الدراسة أن نسبة 53% من أفراد العينة اناث، ونسبة 47% منهم ذكور، وهذا الاختلاف يأتي وفقاً لأعداد الطلاب حيث تمثل أعداد الإناث ببعض الكليات أكثر بكثير من الذكور، ومن خلال ذلك تتضح نتيجة الفروق بين الذكور والإناث .
- 2- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 37.4% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين (19 الى 22 سنة)، كما تبين أن هناك نسبة 31,7% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين (من 21 إلى 23 سنة)، كما 25.2% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 23 إلى 25 سنة، كما تتراوح نسبة 5,7% من المبحوثين أكبر من 25 عاماً فأكثر، ويعتبر هذا السن المتوسط لأعمار طلاب الجامعة والذين تمت عليهم البحث.
- 3- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 34.9% من أفراد العينة يقيمون بالريف، ونسبة 65.1% منهم يقيمون بالحضر، ويتضح من خلال الجدول السابق أن أعداد الطلاب المقيمين في الحضر أكثر من الطلاب المقيمين في المناطق الريفية وذلك وفقاً للاستجابات التي قدمتها عينة البحث .
- 4- بينت نتائج الدراسة أن نسبة 56.9% من أفراد العينة بكليات نظرية، ونسبة 43.1% منهم بكليات عملية، ويتضح من خلال النتائج أنه تم أخذ الكليات النظرية والكليات العملية في البحث من أجل الوصول إلى أي مدى تؤثر نوع الدراسة على الاستجابات المقدمة من عينة البحث، وقد جاءت نسبة الكليات النظرية أكثر في عدد العينة، وذلك بسبب أن الكليات النظرية أعداد طلابها أكثر من طلاب الكليات العملية.
- 5- أسفرت نتائج الدراسة أن أغلبية عينة البحث يؤكدون على أنهم يستخدمون الهاتف المحمول في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي لأن جميع الأفراد أصبحوا يمتلكون هواتف محمولة مع اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية.



6- أن أغلبية عينة البحث يؤكدون على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك والتيك توك واستغرام وغيرها من المواقع، والتي تتيح التواصل مع الأصدقاء والزملاء وتقوية الروابط إقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من شرائح المجتمع المختلفة لما تحققه من تفاعل اجتماعي.

7- أظهرت نتائج البحث أن أغلبية عينة البحث أن أغلبية عينة البحث يقضون أكثر من ست ساعات يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يستطيع أي فرد أن ينغمس لفترات طويلة جدا ويبحر في صفحاته بسهولة ويسر دون أن يشعر كم من الوقت قد مضى، وهذا يشير إلى اتساع نطاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فأصبحت الهواتف والإنترنت هي سمة هذا العصر .

8- أسفرت نتائج البحث أن أغلبية عينة البحث يؤكدون على أن مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين، وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمال.

9- أسفرت نتائج البحث أن مواقع التواصل تنمي القيم الاجتماعية من خلال ممارسة السلوك الجيد وتساعد على أهمية التعاون، كما تعمل مواقع التواصل على تنمية القيم الاجتماعية من خلال تحقيق الأمان وتساعد على زيادة الانتماء للوطن و تحمل المسؤولية وإثبات الذات، حيث تعددت القيم التي تم اكتسابها من شبكات التواصل الاجتماعي وكان في مقدمة القيم الإيجابية؛ المشاركة والإيجابية في الحوار، التعبير عن الرأي، التقدير، التواصل مع الآخرين.

10- كما أظهرت عينة البحث وجود تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للشباب، وكذلك قيم المواطنة والديموقراطية والانتماء وحس النقد الإيجابي للأفراد.

11- كما أكد أغلب عينة البحث عدم إيجابية القيم الغربية المنفتحة. كما أن الاستخدام المستمر لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من تعويد الأفراد على العزلة والخلة النقيض من التفاعل الاجتماعي والتشجيع على الكسل والخمول.

12- كما أكد أغلب عينة البحث بأن ما يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وصور يتوافق مع قيمنا السائدة الثقافية والاجتماعية وذلك لأنها تثري المعارف والثقافات المحلية وتفتح آفاق واسعة للبحث والاكتشاف والتعلم، وآخرون لا تتوافق مع قيم مجتمعنا لأنها تقدم صفحات تزرع الشك والإحباط لدى الشباب وتقديم محتوى يدعو إلى الرذيلة والجنس.

ثانياً: توصيات البحث: في ضوء النتائج السابقة توصلت الباحثة إلى مجموعة من التوصيات وهي:

- 1- العمل على نشر الوعي لدى فئة الشباب الجامعي حول دور وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية شخصياتهم وإرشادهم إلى الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- ضرورة ترشيد استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للعمل على الحد من أثارها السلبية قدر المستطاع وما تخلفه من أضرار اجتماعية على محيط العلاقات الاجتماعية.
- 3- التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية من أجل العمل على خدمة القضايا المجتمعية .
- 4- التعامل بمسؤولية وجدية مع شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها احد أشكال الإعلام الجديد، وأنها تلعب دورا مهما في تشكيل وعي الشباب وتؤثر بشكل كبير على توجهاته وآرائه وأفكاره المختلفة.
- 5- إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها المختلفة على الشباب .
- 6- نشر الوعي بأهمية التماسك الأسري والحرص على الجلوس والحوار مع الأهل وترشيد الاستخدام لتلك الشبكات الاجتماعية حتى لا تؤثر على التواصل الاجتماعي مع الأسرة.
- 7- تعليم القيم يتطلب إشراك الشاب في القيام بأدوار اجتماعية تتمثل فيها القيم والمبادئ الأخلاقية والثقافية للمجتمع، والبعد عن المتناقضات والازدواجية في إلقاء الأوامر من قبل الكبار.
- 8- توصي الباحثة بالاهتمام بهذا المجال بالدراسة والتحليل في ضوء متغيرات مختلفة وفي فئات وقطاعات عمرية مختلفة لمعرفة المزيد من أسباب الصراع القيمي بين الأجيال.



المصادر

1. Laine , M. (2010). *Effects of group categories on the structure of on line social networks*. University of Kansas: published M.S Lawrence , Kansas.
2. Zulli, D. J. (2022). "Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*.
3. Abidin, C. (2025). *Crystal Abidin, TikTok and Youth Cultures*. Emerald Publishing Limited.
4. Abidin, C. (2025). *Crystal Abidin, TikTok and Youth Cultures*. Emerald Publishing Limited.
5. Engaging , D. (2008). *the Youtube google- eyed generation , Strategies for using Web 2.0 in teaching and learning The Electronic journal of learning Vol 6 ,N P:' 2. he Electronic journal of learning*.
6. M.E, H. (1997). *Groups in social group Work. Application of Small groups: Theory and Research to Social Work Practice*. N.Y.
7. Makerjee, R. (1995). *A General Theory Society, in: Paljit Singh (ED.), The Frontiers of Social Science,, London: Macmillan Published*.
8. Mezrich , B. (2006). *theAccidental Billionaires : The Founding Of Facebook Atale Of sex ,Money , Genius and Betrayal,r (Vol. 2)*. USA ,Ancho.
9. tufekci, Z. (2008). - *Zenep tufekci , " can you see me now ? : Andience and discosure regulation in online social Network sites " Vol 28 , No 1 , February*. In Bulletin of Science , Technology & Society.
10. William, D. (2000). *Families and Religions, Conflict and change in Modern Society*. London: Macmilan Published.
11. Xu Chen and Jing Zeng, D. (2021). "The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*.
12. B. Ellison; , M. Boyd. (2007). *Social Network Sites: Definition, History and ScholarShip*. Journal of Computer-Mediated Communication International Communication Association.
13. Bellin. (2012). *Facebook , twitter , and the uncertain futureof present sense impressions*. ,University of Pennsylvania Law Review.
14. Ben, M. (2009). *theAccidental Billionaires : The Founding Of Facebook Atale Of sex ,Money (Vol. 2)*. USA ,Anchor: Genius and Betrayal.

- Facebook and Philosophy: Whats on your .(2010) WhittKower. و D.E.١٥
USA: Open Court. Mind.
- 16.Decca , A. (1998). Sad, Lonely: Long off and get out! *New Statesman*.
- 17.Ellison, & Boyd. (2007). *Social Network Sites Definitions, History and scholarship*. University Of California, Berkeley.
- 18.J.Baranl. (2002). *Introduction to Mass Communication media literacy and cultura*. New York.
- 19.Johnson , H. (1992). , *Sociology Asystembatic Tntroduetion* (Vol. 2).
- 20.Lindberg, George ;. (1993). *Socialgy Horpes*. Raw Publication NY.
- 21.Morgan, M. (2009). *cultivation analysis and media effects ,the sage handbook of media processes and effects*. los angeles.
- 22.Phili.T, C. (1989). *Marxist ethical theory in the Sovit*. Union-Reidel publishing co.
- 23.R. D. Winner. (2000). *Mass Media Research An Introduction*. New York: Wads worth publishing company.
- 24.Turkle; Sherry. (2011). *Alone Together: Why we Expect More From Technolgy and Less From Each Other*.
٢٥. إسماعيل نازلي. (2001). *نازلي إسماعيل، الإنسان والقيم، دار الثقافة للنشر*. القاهرة: دار الثقافة للنشر.
٢٦. الجلال ماجد زكي. (2010). *تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة، عمان الأردن . عمان ، الأردن: دار المسيرة*.
٢٧. الدليمي, عبد الرزاق محمد;. (2011). *الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية*. الأردن: دار وائل للنشر.
٢٨. الزيود ماجد. (2006). *الشباب والقيم في عالم متغير*. الأردن: دار الشروق.
٢٩. الهواري, عادل مختار;. (1995). *قضايا التغير والتنمية الاجتماعية . الأسكندرية : دار المعرفة الجامعية*.
٣٠. حسن عماد مكاوي . (2000). *نظريات الاعلام*. القاهرة : مركز جامعة القاهرة .
٣١. حسنين شفيق. (2011). *الإعلام الجديد الإعلام البديل ,تكنولوجيات جديدة فى عصر مابعد التفاعلية (المجلد 1)*. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
٣٢. حسنين شفيق. (2013). *سيكولوجية الإعلام الجديد, ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية فى الناس*. القاهرة: دار فكر للطباعة والنشر والتوزيع.

٣٣. حسين باهي أسامة. (2002). - أسامة حسين باهي، فلسفة القيم رؤية فلسفية في عالم متغير من منظور. القاهرة: مجلة تربية الأزهر.
٣٤. حليلة قادري. (2016). التواصل الاجتماعي. عمان: الدار المنهجية لنشر والتوزيع.
٣٥. خالد غسان المقدادي . (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. الأردن: دار النفائس.
٣٦. خالد وليد محمود. (2011). شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. بيروت ، لبنان: دار مدارك للنشر.
٣٧. زايد , أحمد .; (1994). المدخل النظري في دراسة القيم. قطر: مركز الوثائق والدراسات الانسانية.
٣٨. سلوى السيد عبد القادر . (2013). الأثروبولوجيا والقيم . الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية .
٣٩. سيد عويس. (1990). حديث عن الثقافة، بعض الحقائق الثقافية المصرية المعاصرة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
٤٠. سيد فاروق حسن. (2009). التحدث على الإنترنت , الدرشة (المجلد 2). القاهرة: دار هلا للنشر والتوزيع.
٤١. شفيق حسنين. (2013). سيكولوجية الإعلام الجديد, ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الناس. القاهرة: دار فكر وفن للنشر والتوزيع.
٤٢. صلاح الدين بسيوني . (1990). القيم في الاسلام بين الذاتية والموضوعية . القاهرة : دار الثقافة للنشر .
٤٣. عاطف غيث. (1995). قاموس علم الأتماع. الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية .
٤٤. عباس مصطفى صادق . (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات (المجلد 1). عمان ، الأردن: دار الشروق للنشر والطباعة.
٤٥. عبد الخالق عبدالله . (1999). العولمة "جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها". عالم الفكر.
٤٦. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني (المجلد 1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
٤٧. عزة عبدالعزيز . (2006). مصداقية الأعلام العربي والمفاهيم المعايير. مصر: دار العربي للنشر والتوزيع.
٤٨. علوش إبراهيم . (2012). التحولات والثورات الشعبية في العالم العربي , الدلالات الواقعية , والأفاق المستقبلية (المجلد 1). عمان: مركز دراسات الشرق الأوسط.
٤٩. علي احمد سيد. (2013). التأثيرات النفسية لوسائل الاعلام . الرياض: دار الزهراء .
٥٠. علي حجازي ابراهيم . (2017). التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد (المجلد 1). دار المعترف للنشر والتوزيع.
٥١. عمر حسين. (2006). نظرية القيمة. القاهرة: دار المعارف.



٥٢. قادري. (2016). *التواصل الاجتماعي*. عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
٥٣. ليلي احمد جرار. (2012). *لفيسبوك والشباب العربي*. عمان: مكتبة الفلاح.
٥٤. محمد منير حجاب . (2010). *نظريات الاتصال*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
٥٥. محمد الجزار . (2008). *القيم في تشكيل السلوك الإنساني*. القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
٥٦. محمد النوبي محمد . (2010). *إدمان الإنترنت في عصر العولمة (المجلد 1)*. عمان: دار صفاء.
٥٧. محمد عبدالله عبد المنعم. (2008). *الأنساق القيمية لدى الشباب الجامعي في ضوء المستجدات العالمية "دراسة ميدانية"*. مجلة مستقبل التربية العربية.
٥٨. مصطفى غسان صادق. (2008). *الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"*. الأردن: دار الشروق.
٥٩. نبيل السمالوطي. (2001). *البناء النظري لعلم الاجتماع*. القاهرة: دار الكتب الجامعية.