

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الاعلام والاتصال



تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب
المجتمعات المحلية الجزائرية
دراسة وصفية على عينة من الشباب في واقتون

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

تحت إشراف الأستاذة

كريمة لمعوش

إعداد الطالبين

فريد بوصلاح

سامي ريان حمالحاج

العام الدراسي: 2025/2024

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تنيسر السبل وتكفل الجهود بالنجاح

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الفاضلة كريمة لمعوش، مشرفتنا الكريمة التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها السديدة وملاحظاتها القيّمة، فكانت خير داعم وخير موجه خلال إعداد هذه المذكرة. فلك منا كل الاحترام والامتنان.

ولا يفوتنا أن نقدم بالغ الإمتنان إلى كافة أساتذة وطاقم قسم الاتصال الجماهيري على كل ما قدّموه من علم ودعم طيلة سنوات التكوين.

كل الشكر موصول إلى عائلتنا التي كانت ولا تزال مصدر قوتنا، وإلى كل من شجعنا وساندنا في هذه المسيرة.

إلى كل من كان له بصمة، مهما كانت صغيرة، في هذا العمل، شكرًا من القلب.

إهداء

إلى كل من كان سبباً في وصولي إلى هذه اللحظة...
إلى أمي التي كانت الدعاء الصادق، والسند في كل حين
وإلى أبي، الذي علّمني بصمته كيف يكون الثبات.
إلى إخوتي، من شاركوني لحظات التعب والفرح دون ملل.
إلى أستاذتي كريمة لمعوش، التي لم تبخل عليّ بتوجيه أو دعم، فكانت بحق خير من رافقني
في هذا المشوار العلمي.
إلى كل من ساعدني، دعمني، صبر معي، وشجّعني...
إلى أولئك الذين لا تُكتب أسماؤهم، لكن تُحفر آثارهم في القلب...
إليكم جميعاً... أهدي ثمرة هذا المشوار، عرفاناً وامتناناً لا يوفيه الكلام.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين.
الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه استطعنا إنجاز هذا العمل المتواضع، الذي
كان ثمرة تعب ومثابرة طوال مشوار دراسي طويل.

نهدي هذا العمل أولاً إلى والدينا الأعزاء، الذين لولا دعاؤهم ودعمهم وتضحياتهم لما بلغنا
هذا المقام، وإلى أساتذتنا الكرام الذين لم يبخلوا علينا بعلمهم وتوجيهاتهم.
كما نهديه إلى كل من كان لنا عوناً وسنداً، من أصدقاء وأقارب، وإلى من شاركونا لحظات
التعب والاجتهاد والنجاح.

ونخص بالإهداء أنفسنا: نحن حموالحاج سامي ريان وفريد بوصلاح، عرفاناً بمثابرتنا
وإصرارنا، رغم كل الصعوبات، على بلوغ هذا الهدف.
نسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن يكون خطوة مباركة في مسيرتنا
المستقبلية.

خطة الدراسة

مقدمة

الشكر

الاهداء

ملخص الدراسة

الإطار المنهجي:

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

أسباب إختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

منهج الدراسة

أدوات الدراسة

مجتمع البحث وعينته

تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة

الدراسات السابقة

الخلفية النظرية

خلاصة الفصل

الجانب النظري:

الفصل الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس: مواقع التواصل الاجتماعي الصعوبات والتحديات

المبحث السادس: القضايا التي تثيرها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السابع: الاستخدامات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثامن: دور العولمة المعلوماتية في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: القيم الدينية والثقافية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم القيم

المبحث الثاني: تعريف القيم الدينية

المبحث الثالث: مصادر وخصائص القيم الدينية

المبحث الرابع: أهمية القيم الدينية

المبحث الخامس: مفهوم القيم الثقافية

المبحث السادس: مكونات القيم الثقافية

المبحث السابع: وظائف القيم الثقافية

المبحث الثامن: أهمية القيم الثقافية

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: ماهية الشباب

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الشباب

المبحث الثاني: خصائص الشباب

المبحث الثالث: حاجيات الشباب

المبحث الرابع: أهمية الشباب في المجتمع

المبحث الخامس: مشكلات الشباب في المجتمع

خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي:

تمهيد

التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة

التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة

عرض نتائج الجزئية للدراسة

عرض النتائج العامة لدراسة

حدود الدراسة

الخاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة

عرف العالم خلال السنوات الأخيرة تطوراً رقمياً متسارعاً، مسّ مختلف مجالات الحياة البشرية، وأحدث تحولات جوهرية في أنماط التفاعل الاجتماعي، وأنماط التفكير، وطرق اكتساب المعرفة. ومن أبرز تجليات هذا التحول، بروز وسائل الإعلام الرقمي وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الواقع اليومي للأفراد والمجتمعات على اختلاف خلفياتهم الثقافية والدينية. لقد خلقت هذه المنصات فضاءً مفتوحاً للتعبير والتفاعل والتأثير، متجاوزة حدود الزمان والمكان، ومحدثة بذلك نوعاً من "العولمة الثقافية الرقمية" التي باتت تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في القيم والمعتقدات والسلوكيات. تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك"، "إنستغرام"، "تويتر"، و"تيك توك" أدوات فاعلة في صياغة الرأي العام، وتشكيل الوعي الاجتماعي، ونقل الثقافة العالمية، كما أنها أصبحت منصات لتبادل الأفكار والآراء، وللتأثير المتبادل بين المجتمعات والأفراد. غير أن هذا التطور التكنولوجي لم يكن دائماً ذا طابع إيجابي، إذ ظهرت إلى جانبه تحديات حقيقية تمسّ البنية القيمية للمجتمعات، وخصوصاً في ما يتعلق بالمجتمعات المحلية التي تتميز بخصوصيتها الثقافية والدينية، والتي قد تجد نفسها في مواجهة مضامين ومحتويات تتنافى أو تتصادم مع منظومتها الأخلاقية وهويتها الحضارية.

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مزدوجاً في المجتمع، حيث يمكنها أن تكون وسيلة فعالة لتعزيز القيم الدينية والثقافية من خلال نشر الوعي والتثقيف، وتشجيع الحوار البناء بين الأفراد من خلفيات متنوعة. فهي تتيح للناس فرصة التعرف على تراثهم الديني والثقافي، ونشر القصص والأمثلة التي تعزز التسامح والاحترام المتبادل. في المقابل، قد تسهم هذه المواقع في زعزعة هذه القيم عند استغلالها لنشر معلومات مغلوطة أو صور مشوهة، أو عندما تصبح منصة للصراعات الفكرية أو التمرر الإلكتروني، مما يؤدي إلى تفكك النسيج

الاجتماعي وضعف الهوية الثقافية والدينية. لذا، يتطلب الأمر وعيًا جماعيًا لاستخدام هذه المنصات بشكل مسؤول يدعم القيم الإيجابية ويحمي المجتمع من التأثيرات السلبية.

وفي هذا السياق، تبرز فئة الشباب كأكثر فئة عمرية استخدامًا وتفاعلًا مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يجعلهم في مرمى التأثير المباشر للمحتويات التي تقدمها هذه المنصات. فالشباب، بحكم مرحلتهم العمرية وطبيعة تطلعاتهم، يكونون في طور تشكيل هويتهم الفكرية والثقافية والدينية، ما يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بما يُعرض عليهم من أنماط حياة، وقيم جديدة، ورموز ثقافية قد تختلف جذريًا عن السياق المحلي الذي ينتمون إليه. وهذا ما يطرح تساؤلات ملحة حول طبيعة هذا التأثير، ودرجة عمقه، وأبعاده على المدى البعيد، خصوصًا فيما يتعلق بالمحافظة على القيم الدينية والثقافية للمجتمعات المحلية.

من هذا المنطلق، تأتي هذه المذكرة لتتناول بالدراسة والتحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى شباب المجتمعات المحلية في الجزائر، من خلال محاولة فهم آليات التأثير، وتحديد مدى تغير أو ثبات تلك القيم في ظل هذا الانفتاح الرقمي المتسارع. كما تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على بعض مظاهر التفاعل السلبي والإيجابي بين الشباب والمحتوى الرقمي، بالإضافة إلى رصد التغيرات السلوكية والفكرية الناتجة عن هذا التفاعل، بما يساعد في بناء تصورات واضحة حول كيفية التوفيق بين الحفاظ على الهوية الثقافية والدينية والانخراط في العالم الرقمي الحديث.

إن هذه الإشكالية تكتسي أهمية بالغة في ظل تصاعد الحديث عن التغيرات القيمية، والتحديات التي تواجهها المجتمعات في سبيل حماية خصوصيتها وهويتها في عصر العولمة الرقمية، وهو ما يجعل هذه الدراسة مساهمة في النقاش الأكاديمي حول التفاعل بين التكنولوجيا والهوية الثقافية والدينية.

وقد تم تقسيم المذكرة إلى ثلاثة فصول رئيسية:

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

يتناول هذا الفصل نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، وخصائصها، وأنواعها، نماذجها، الصعوبات والتحديات، القضايا التي تثيرها، الاستخدامات الإيجابية والسلبية، وأخيرا دور العولمة المعلوماتية في ظهور الشبكات.

الفصل الثاني: القيم الدينية والثقافية:

يسلط الضوء على مفهوم القيم عامة ثم بدأنا بالقيم الدينية ، و مصادرها وخصائصها، وأهميتها تطرقنا بعدها للقيم الثقافية بمفهومها، مكوناتها، وظائفها و أهميتها.

الفصل الثالث: ماهية الشباب

يناقش هذا الفصل تعريف فئة الشباب وخصائصه، حاجياته، أهميته في المجتمع و مشكلاته.

والجانب التطبيقي قد جاء في الفصل الرابع تناولنا فيه التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة من الشباب في ولاية تيزي وزو .

المبحث الأول: تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب الجداول البسيطة

المبحث الثاني: تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب الجداول المركبة

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية

الخاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

ملخص:

تتناول هذه الدراسة موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى شباب المجتمعات المحلية الجزائرية، في ظل التغيرات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، والتي أثرت بشكل واضح على أنماط التفاعل الاجتماعي والقيمي خاصة لدى فئة الشباب.

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحول القيم الدينية والثقافية عند الشباب، مع التركيز على شباب ولاية تيزي وزو كنموذج للدراسة. وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية مكونة من 50 فرداً بعد تصفية البيانات، وتم تحليلها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- لمواقع التواصل الاجتماعي دور مزدوج، فهي تسهم أحياناً في تعزيز القيم الدينية والثقافية من خلال نشر المعرفة الدينية والثقافية الإيجابية.
- في المقابل، تساهم هذه المواقع أحياناً في نشر قيم وسلوكيات دخيلة قد تؤدي إلى زعزعة الثوابت الدينية والثقافية لدى الشباب.
- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في نمط تفكير وسلوك الشباب بدرجات متفاوتة وفقاً لعوامل اجتماعية وثقافية متعددة.
- وعي الشباب ومهاراتهم في استخدام وسائل التواصل تلعب دوراً محورياً في مدى تأثرهم إيجاباً أو سلباً بهذه المنصات.
- تلعب الأسرة والمؤسسات التربوية والثقافية دوراً أساسياً في تعزيز قيم الحماية الذاتية لدى الشباب أثناء استخدامهم لهذه الوسائل.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الدينية، القيم الثقافية، الشباب، المجتمعات المحلية.

Résumé :

Cette étude traite de l'impact des réseaux sociaux sur les valeurs religieuses et culturelles des jeunes des communautés locales algériennes, dans un contexte de transformations numériques accélérées qui affectent clairement les modes d'interaction sociale et les systèmes de valeurs, particulièrement chez les jeunes.

L'objectif de cette recherche est d'examiner la relation entre l'usage des réseaux sociaux et l'évolution des valeurs religieuses et culturelles chez les jeunes, en prenant comme échantillon les jeunes de la wilaya de Tizi Ouzou.

La recherche s'est appuyée sur la méthode d'enquête par questionnaire, administré à un échantillon aléatoire de 50 participants après traitement des données, avec une analyse statistique réalisée à l'aide du logiciel SPSS.

Les principaux résultats de l'étude sont les suivants :

- Les réseaux sociaux jouent un double rôle : ils contribuent parfois à renforcer les valeurs religieuses et culturelles en diffusant des contenus éducatifs et enrichissants.
- Inversement, ces plateformes peuvent également véhiculer des valeurs et des comportements étrangers susceptibles de fragiliser les repères religieux et culturels des jeunes.
- L'impact des réseaux sociaux sur les modes de pensée et de comportement des jeunes varie selon plusieurs facteurs sociaux et culturels.
- La conscience et les compétences des jeunes dans l'utilisation des réseaux sociaux jouent un rôle central dans leur exposition positive ou négative à ces plateformes.
- La famille et les institutions éducatives et culturelles ont un rôle essentiel dans le développement de mécanismes d'autoprotection des jeunes face aux influences des réseaux sociaux.

Mots-clés : réseaux sociaux, valeurs religieuses, valeurs culturelles, jeunesse, communautés locales.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- أسباب إختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- منهج الدراسة
- 6- أدوات الدراسة
- 7- مجتمع البحث الدراسة وعينته
- 8- تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة
- 9- الدراسات السابقة
- 10- الخلفية النظرية

1- إشكالية الدراسة:

يلعب الاتصال دورا مهما في حياة البشر لأنه الوسيلة الأساسية للتعبير عن الأفكار والمشاعر، مما يساهم في بناء العلاقات الاجتماعية والتفاهم بين الناس. كما يساعد الاتصال في تبادل المعلومات ونقل الخبرات، وهو ضروري في مختلف مجالات الحياة كالتعليم والعمل والتعاون المجتمعي. وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة فرصا وامكانات جديدة في مجال التواصل، حيث تعددت أشكالها ووسائلها و تأثيراتها فغيرت العديد من المفاهيم والأدوات . ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة، ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد، الذي تعد الأنترنت من أهم وأبرز مظاهره، فهذه الأخيرة لم تعد تقتصر فقط على نقل المعلومات وإنما أصبح لها العديد من الادوار والتأثيرات في جميع مناحي الحياة، حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الإتصال الإنساني بنقل انشغالات الأفراد و أفكار بعضهم البعض عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي، التي تعتبر منظومة شبكات إلكترونية تربط بين المشتركين ، بإنشاء مواقع خاصة بهم ، فالصفحات الخاصة الي ينشأها المستخدمون على مواقع التواصل تربطهم مع أفراد آخرين لهم نفس الاهتمامات ، وبذلك أصبحت من أشهر مواقع الأنترنت وأكثرها انتشارا على سطح الأرض حيث تمس كافة المجتمعات على اختلافها النامية منها والمتقدمة والسائرة في طريق النمو. لقد كسرت هذه المواقع القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار و الأخبار و طورت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغاتهم وبيئاتهم وديانتهم، ليصبح الإتصال السريع محركا أساسيا وقويا بين الناشطين السياسيين والإجتماعيين والإقتصاديين وغيرهم.

يعود نجاح هذه المواقع في استقطاب الجماهير لكونها مست كل الفئات العمرية خاصة الفئة الأكثر عرضة لها وهي فئة الشباب عامة، حيث نجحت في التعبير عما يكنه الشباب بداخلهم متأثرين بثقافة العصر والانفتاح على كل الثقافات العالمية، ولكنها في المقابل أداة

خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الأحداث ونشر الشائعات .لأن ذلك ينعكس سلبا على الفرد والمجتمع ويهدد عاداته وتقاليده وقيمه وثقافته المحلية.

ان الإفراط في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي أصبح يهدد القيم الثقافية والدينية، حيث تشكل هذه الظاهرة تحديا معقدا يمس جوهر التماسك الإجتماعي والهوية الثقافية للفرد وقد يؤدي الى تغييرات جذرية في أنماط السلوك والعلاقات والتفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع ويُعدّ الشباب من أهم الفئات في المجتمع المحلي، فهم يمثلون طاقة حيوية ومحركاً أساسياً للتنمية والتغيير. يمتلك الشباب قدرات وإمكانات كبيرة يمكن توظيفها في خدمة المجتمع، سواء في مجالات العمل أو التطوع أو الإبداع. كما يُعتبر وعيهم ومشاركتهم في القضايا المحلية عاملاً مهماً في بناء مستقبل أفضل، فهم جسر بين الحاضر والمستقبل، ويُعوّل عليهم في تحقيق التنمية المستدامة وبناء مجتمع متماسك ومزده وقد كانت التحديات التي يطرحها الإستعمال المفرط لمواقع التواصل الإجتماعي سببا كافيا للإهتمام بهذه الظاهرة ومحاولة دراستها ومعرفة تأثير هذه المواقع الإجتماعية في القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية الجزائرية، وقد تمحورت اشكالية البحث حول التساؤل الرئيسي التالي :

كيف تؤثر مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الدينية والثقافية للشباب في ولاية تيزي وزو ؟ وللإجابة على هذا التساؤل قمنا بتفكيكه إلى مجموعة من الاسئلة الفرعية التالية:

- ما أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب في المجتمعات المحلية؟
- إلى أي مدى تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في ولاية تيزي وزو؟ وكيف تتجلى هذه التغيرات؟
- ما هي العوامل الاجتماعية والثقافية التي تُحدد طبيعة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الشباب؟
- ما هو الدور الذي يلعبه وعي الشباب ومهاراتهم في التعامل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي في الحفاظ على هويتهم الثقافية والدينية؟

- هل تختلف تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الشباب المختلفة داخل المجتمع المحلي الواحد؟

- ما نوع المحتوى الديني والثقافي الذي يتعرض له الشباب على هذه المنصات؟
- كيف ينظر الشباب إلى التوازن بين الانفتاح على العالم والحفاظ على الهوية الثقافية والدينية؟

2- أسباب اختيار الموضوع :

يسعى كل باحث إلى الوصول لحلول منطقية للمشاكل التي تواجهه وتكون ممكنة التطبيق على أرض الواقع، وذلك لا يتم إلا من خلال الاختيار الجيد للموضوع، ومن الأسباب التي دفعتني لدراسة هذا الموضوع ما يلي :

أ- الأسباب الذاتية :

- تزويد مكتبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو ببحث جديد حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الدينية والثقافية للشباب في المجتمعات المحلية.
- الميل الشخصي إلى هذا النوع من المواضيع يعتبر من أهم الأسباب التي دفعتني إلى دراسة، خاصة وأنه متعلق بمواقع التواصل الاجتماعي ذات التأثير الواضح على المجتمع.
- رغبتما الشخصية في معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والدينية للشباب في المجتمعات المحلية الجزائرية.
- رغبتنا في تزويد المكتبة الجامعية لجامعة مولود معمري بتيزي وزو ببحث جديد حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم وثقافة المجتمعات المحلية الجزائرية.

ب- الأسباب الموضوعية :

- الاهتمام المتزايد للشباب بمواقع التواصل الاجتماعي والإدمان عليها.
- انتشار واسع لوسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب، مما يهدد كيان ووجدان المجتمعات المحلية الجزائرية، وتهدد استقرارها وأمنها.

- أهمية تأثير التكنولوجيا على الهوية المجتمعية.
- رصد التغيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في أنماط تفكير وسلوك الشباب.
- تحليل دور المحتوى الرقمي المتداول عبر منصات التواصل في تعزيز أو تآكل الهوية الثقافية والدينية لدى الشباب في المجتمعات المحلية.

3- أهداف الدراسة :

- معرفة كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الدينية الثقافية للشباب في ولاية تيزي وزو .
- اكتشاف العلاقة الموجودة بين أنماط استخدام الشباب في ولاية تيزي وزو لوسائل التواصل الاجتماعي وسلوكياتهم الاجتماعية .
- تحديد العوامل الاجتماعية والثقافية التي ساعدت في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والاجتماعية للشباب في ولاية تيزي وزو .
- الوصول لنتائج ملموسة تسمح لنا بصياغة توصيات عملية لتعزيز الوعي الرقمي والحفاظ على الهوية الثقافية والدينية للشباب في المجتمعات المحلية.
- تأتي الدراسة لتعبئة هذا الفراغ البحثي بتقديم إطار نظري وتحليلي متكامل يمكن من مقارنة النتائج واستخلاص توصيات عملية تتناسب مع متطلبات المجتمعات المحلية.

4- أهمية الدراسة:

في ظل التطور التكنولوجي السريع والانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، بات من الضروري دراسة تأثيرها على جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية والدينية. تُعدّ هذه الدراسة مهمة للغاية، إذ تسلط الضوء على العلاقة المعقدة بين الاستخدام الرقمي لوسائل التواصل الاجتماعي وتشكل القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في المجتمعات المحلية.

تشهد المجتمعات المحلية تحولات اجتماعية وثقافية ملحوظة نتيجة الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي، التي أصبحت محوراً رئيسياً لتبادل المعلومات والأفكار بين أفراد المجتمع، وخاصةً الشباب منهم . حيث يتفاعل الشباب مع هذه الوسائل بشكل يومي ويستهلكون كمّاً هائلاً من المحتويات الرقمية مما يجعل لهذه المنصات تأثيراً مباشراً وغير مباشر على توجهاتهم معتقداتهم سلوكياتهم . وفي هذا السياق، حددنا أهمية هذه الدراسة في عدة نقاط هي :

فهم التحول القيمي :

تُعد هذه الدراسة فرصة لإكتشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية التي تشكّل هوية الأفراد وتراكماتهم الثقافية عبر الزمن في المجتمع المحلي. فمن خلال استقصاء الآثار المترتبة على التفاعل الرقمي، يمكن فهم الفجوة التي قد تنشأ بين القيم التقليدية والقيم الجديدة التي يتبناها الشباب نتيجة لتعرضهم لمحتويات ثقافية واجتماعية متنوعة. ويساهم هذا الفهم في رسم صورة واضحة حول التحديات الجديدة التي يواجهها المجتمع اليوم للحفاظ على هويته الثقافية في عصر العولمة الرقمية .

إثراء البحث العلمي وتعبئة الفجوة المعرفية :

بالرغم من كثرة الدراسات التي تناولت جوانب عدة من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي إلا أن هناك نقصاً ملحوظاً في الدراسات التي تركز بشكلٍ دقيق على العلاقة بين هذه الوسائل والقيم الدينية والثقافية للشباب.

تقديم توصيات لصانعي القرار:

يُمكن لنتائج الدراسة أن تُشكل مصدر معلومات ثري لصانعي السياسات في مجال التربية والثقافة والإعلام، مما يساعدهم على صياغة استراتيجيات وبرامج توعوية تهدف إلى تقوية الروابط الدينية والثقافية، والحفاظ على التراث والتقاليد المحلية في ظل التحديات التي

تقرضها البيئة الرقمية. كما يُعتبر هذا البحث مرجعاً عملياً يسهم في تصميم آليات دعم تُعزز الوعي الرقمي لدى الشباب وتوجههم نحو الاستخدام البناء لهذه الوسائل .

تعزيز الوعي المجتمعي والقدرة على التكيف :

مع تزايد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح من الضروري أن يكون لدى أفراد المجتمع، وخاصة الشباب، وعي كافٍ بمحتوى هذه الوسائل وتأثيرها على حياتهم وقيمهم. فتُعد هذه الدراسة بمثابة دعوة لتوجيه الجهود نحو تعزيز الثقافة الرقمية، بحيث يتمكن الشباب من التمييز بين المحتوى الإيجابي والسلبي، والاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه الوسائل دون أن تفقد عناصر الهوية الثقافية والدينية الجوهرية .

التفاعل بين الحداثة والتقليد :

يمثل صراع الحداثة مع التقاليد موضوعاً مركزياً في الحياة المعاصرة. وتساهم هذه الدراسة في تحليل كيفية تداخل وترابط العناصر الحديثة (مثل التواصل الرقمي) مع العناصر التقليدية (مثل القيم الدينية والثقافية الراسخة) في المجتمع المحلي. يُمكن بهذا التحليل أن يظهر مدى إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتحفيز التجديد الثقافي وتحديث القيم، بشرط وجود وعي نقدي وثقافي يُساعد في المحافظة على جوهر الهوية الاجتماعية.

بالتالي، فإن دراسة "تأثير تواصل الاجتماعي في القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية" ليس مجرد بحث أكاديمي نظري، بل هو جهد متكامل لفهم أحد أهم التحديات المعاصرة التي تواجه المجتمعات، وتقديم حلولٍ مستندة إلى بيانات تحليلية موثوقة تساعد في مواجهة التحولات الرقمية دون التضحية بالقيم التي تشكل أساس الهوية المجتمعية.

5- منهج الدراسة وأدواته :

تتنمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر كما هي في الواقع، من خلال جمع البيانات والمعلومات وتحليلها بهدف الوصول إلى فهم دقيق لطبيعتها وخصائصها، دون التدخل في تغييرها أو التأثير عليها. وتركز هذه الدراسات على الإجابة عن أسئلة تتعلق بـ «ماذا؟» و«كيف؟» تحدث الظاهرة، مما يساعد في تكوين صورة شاملة عنها تمهيداً لدراسات أعمق أو لاتخاذ قرارات مبنية على بيانات واقعية.

وقد استخدمنا فيها المنهج المسحي. فالمنهج هو طريق يسلكه الباحث ليصل به الى الحقيقة او المعرفة. فهو بذلك ينتمي إلى علم الاستمولوجيا ويعني علم المعرفيات أو نظرية المعرفة ومن هنا قد برزت هناك عدة تعريفات للمنهج نذكرها فيمايلي:

ويعتبر أيضا طريقة يصلها الإنسان الى الحقيقة والمعرفة وهو بذلك تنتمي الى علم الأستمولوجيا ويعني علم المعرفيات او نظري المعرفة.

كما يعرف المنهج أيضا هو مجموعة القواعد اليقينية والبسيطة التي تتضمن لمن يراها بدقة الا يفترض أبدا الصدق فيما هو كاذب، وأن يصل إلى علم صحيح بكل ما يمكن العلم به. وأما الهدف الأسمى من المنهج بالنسبة إليها فهو " توجيه العقل بالكيفية التي تسمح بأن يصدر أحكاما صارمة وصادقة على كل الموضوعات التي تمثل له.¹

والمنهج يعتبر العمود الفقري لتصميم البحوث الاجتماعية والإعلامية لأنه يسمح بتحديد المفاهيم وشرح المعاني الاجرائية وتحديد المفاهيم وتحديد منهج البحث.²

تتعدد تعريفات المنهج المسحي وتختلف باختلاف الفلسفات العلمية التي ترتبط بجمع البيانات وتحليلها والأهداف المرجوة منها، فهناك من يعرف المسح الاجتماعي " محاولة منظمة لتحليل وتأويل وتسجيل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة أو المنطقة، والمسح يركز على قطاع عرضي من الحاضر ولفترة من الزمن كافية للدراسة والهدف منه

¹ عبد المنعم حنفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص17.

² عمار يوحوش، مناهج، البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 2001، ص5.

الحصول على مجموعات من البيانات المصنفة وتأويلها والتعميم انطلاقاً منها، كل ذلك بهدف ترشيد التطبيق العملي في المستقبل القريب. كما عرفه عدد من العلماء على انه:

- تعريف يولين يونج : ان المسح الاجتماعي هو عبارة دراسة للجوانب المرضية للأوضاع الاجتماعية القائمة في منطقة جغرافية محدودة وهذه الأوضاع لها دلالة اجتماعية ويمكن قياسها ومقارنتها بأوضاع أخرى يمكن قبولها كنموذج وذل كقصد تقديم برامج إنشائية للإصلاح الاجتماعي.¹

- تعريف هويتتي : يرى بان المسح الاجتماعي محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعية أو جماعة أو بيئة معينة وهو ينصب على الوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما انه يهدف الى الوصول الى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتصميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل وخاصة في الاغراض العلمية. فالمسح الاجتماعي وان كانت تغلب عليه الصفة العلمية الا ان بعض المسوح تنصب على الجانب النظري والأمثلة على ذلك كثيرة ومتعددة.²

6- أدوات الدراسة :

يحتاج الباحث لعدة أدوات بحثية في جمع المادة اللازمة لموضوع دراسته، حيث تعبر هذه السبل المنتهجة لجمع البيانات والمعلومات عن ظاهرة معينة تساعد على انجاز الدراسة وتحقيق الاهداف المنشودة من موضوع البحث، وهناك أداة رئيسية يحددها الباحث تكون متوافقة مع المنهج والطريقة المنهجية المعتمد عليها في الدراسة، لكن هذا لا يمنع من الاعتماد على أكثر من أداة في جمع المادة العلمية. حسب ما يتطلبه موقف جمع المادة التي تفيد موضوع الدراسة، وقد استعنا في هذه الدراسة بالاستبيان والتحليل الاحصائي (SPSS)

¹ د. محفوظ جودة، أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية، دار زهران، 1997، ص74.
² عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم النفسية و التربوية، دار النمير، 2006، ص112.

أ - الاستبيان:

هي وسيلة بحث على شكل مجموعة من الأسئلة يقدمها الباحث للأفراد عينة الدراسة للإجابة عليها للوصول الى النتائج المرجوة من البحث ويجب ان يخضع هذا الإستبيان لمجموعة من الشروط التي يجب على الباحث احترامها.¹

يعرف الإستبيان على انه مطبوع يحتوي على اسئلة موجهة الى عينة حول موضوع أو موضوعات الدراسة بالتحديد، ويعتمد بناء الاستمارة على المعلومات النظرية الخاصة بموضوع الدراسة، لأن أسئلة الإستمارة لا توضع بشكل عشوائي.²

وهو يتضمن مجموعة من الأسئلة بهدف الحصول على استنتاجات من اجابات أفراد العينة المختارة وتعد كذلك طريقة من طرق البحث العلمي في استجماع المعلومات والمعطيات، وتفرغها في استنتاجات كمية وكيفية ومن ثم فهو عبارة عن مجموعة من الاسئلة المتنوعة في طلبها وقصرها، وقد رتبت ترتيبا منطقيا عضويا.³

وتعد استمارة الاستبيان بحق، أهم أداة تستخدم في مجال البحوث الإجتماعية والإنسانية الميدانية، فقد استخدمناها لأنها أداة تمكن من جمع المعلومات الخاصة بالموضوع المدروس وقد حاولنا أن تكون الاسئلة واضحة بعيدة عن أي تعقيد من خلال اتباع الاجراءات المنهجية التي تخضع لها عملية إعداد استمارة الاستبيان وهي كما يلي:

الصياغة الميدانية لأسئلة الاستمارة، والتنوع بين الاسئلة المغلقة والمفتوحة التي تترك للمبحوث حرية الاجابة دون أي قيد أو توجيه، وذلك لإرتفاع مستوى أي مستوى تقصد أفراد العينة وبالتالي قدرتهم على إبداء الرأي. كما اعتمدنا على الأسئلة متعددة الإختيارات التي تسمح للمبحوث باختيار إجابة أو أكثر مع مراعاة امكانية وجود اجابات خارج الأنماط

¹ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هوما، الجزائر، 2002، ص194.

² محمد، أساليب اعداد و توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1995، ص150.

³ مصطفى حسين باهي، أدوات التقويم في البحث العلمي، المكتبة النجلو المصرية، 2007، ص88.

المحددة بترك حرية الإجابة ببدائل أخرى خارج الاجابات المحتملة بالاشارة لقد تمحورت استمارتنا في ثلاث محاور رئيسية وكل محور يتكون من مجموعة من الأسئلة :

- **البيانات الشخصية:** وهي لأفراد العينة وقد احتوت على المعلومات الشخصية من الجنس والعمر .

- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام الشباب في ولاية تيزي وزو المواقع التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثاني:** دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في ولاية تيزي وزو.

- **المحور الثالث:** تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والدينية للشباب في ولاية تيزي وزو.

ب - أدوات تحليل البيانات:

استخدمنا التحليل الاحصائي الذي هو برنامج SPSS

لتحليل البيانات الكمية من خلال :

إحصائيات وصفية (التكرار، النسب المئوية، المتوسطات والانحرافات المعيارية)

برنامج التحليل الإحصائي SPSS هو أداة قوية تستخدم لتحليل البيانات وإجراء الدراسات

الإحصائي في مجالات مختلفة مثل العلوم الاجتماعية والطبية وعلوم الأعمال. يساعد هذا

البرنامج الباحثين والمحللين على فهم وتحليل البيانات بطرق دقيقة وفعالة.

يقدم برنامج SPSS واجهة سهلة الاستخدام تسمح للمستخدمين بإدخال وتحليل البيانات

وإجراء الاختبارات الإحصائية بكل سهولة. يتضمن البرنامج مجموعة متنوعة من الأدوات

والوظائف التي تساعد في تحليل البيانات، مثل الاختبارات الإحصائية، والرسوم البيانية،

وتكوين النماذج، وإنشاء تقارير مفصلة.

7- مجتمع الدراسة وعينته:

أ- مجتمع البحث :

تعد عملية اختيار مجتمع البحث من الخطوات الهامة في أي دراسة فهو المجتمع الذي ستطبق عليه الدراسة من خلال أدوات البحث. فمجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات¹. كما يعرف على أنه ذلك المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، و يمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث الى دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، و الذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف.² ويمثل مجتمع البحث في دراستنا شباب ولاية تيزي وزو الذين أخذنا منهم 100 مفردة بطريقة عشوائية لكن للأسف الشديد استرجعنا منها 50 فقط. ولم نستطع توزيع نسخ أخرى لأنه فات الأوان والوقت لم يكن في صالحنا.

ب- عينة الدراسة:

إن اختيار العينة التي تطبق عليها الدراسة تعتبر من اهم الاعمال التي يقوم بها الباحث لأنها تسهل على الباحث مشقة دراسة المجتمع الأصلي بسبب عدده وانتشاره بشرط أن تكون جزء من المجتمع الأصلي، فالعينة هي عبارة عن مجموعة من الأفراد والظواهر التي تشكل المجتمع الأصلي للدراسة حيث يتم اختيارها بطريقة معينة، ومن خلالها يتم تعميم النتائج التي يتم الحصول عليها من مجتمع الدراسة الاصلي وكذلك هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيار عشوائيا او منظما.

¹ مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص289.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط7، عالم الكتب، دار النشر و توزيع و طباعة، القاهرة، مصر، 2010، ص130.

فتعتبر العينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين، وتستخدم العينة لتسهيل عملية البحث وريح الوقت والجهد، ومنه نحن في دراستنا المعنون " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والدينية لشباب المجتمعات المحلية في الجزائر " اخترنا العينة العشوائية التي هي طريقة لأخذ العينات بشكل عشوائي من المجتمع، ويكون لكل عنصر من عناصر المجتمع نفس احتمالية الظهور فتكون هذه الطريقة بمثابة تمثيل للمجتمع بأكمله مبتعدة عن التحيز. وتعتبر العينة العشوائية أكثر طرق جمع البيانات شيوعاً، لأنها بسيطة وتتوصل لاستنتاجات غير متحيزة.¹

وعليه قمنا بتوزيع 100 استمارة واسترجعنا 50 استمارة، وتم إلغاء 50 استمارة لعدم استكمال الإجابة عليها من طرف الشباب ولاية تيزي وزو حيث أصبح عدد الاستمارات الباقية 50.

8- تحديد المفاهيم:

- التأثير:

- لغة:

تأثراً تأثر به أو منه حصل فيه منه أثر، تتبع أثره، ظهر فيه الأثر.²

- اصطلاحاً:

العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء و أفكار وسلوكيات معينة أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير.³

- التعريف الإجرائي للتأثير:

يُقصد بالتأثير التغير الكمي أو النوعي الذي يطرأ على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في المجتمعات المحلية نتيجة تعرضهم المستمر لمحتوى منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

¹ Definition of random sampling , economictimes , indiatimes , retrived 2/2/2022. Edited.

² جبران مسعود، الرائد الصغير، معجم أبجدي للمبتدئين، دار العلم للمالين، بيروت، ط1، 1982، ص144.
³ دمي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الإتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، ص80.

ويتمثل هذا التغيير في تبني أنماط سلوكية أو معتقدات أو مواقف جديدة، أو في تراجع أو تعديل بعض الممارسات والقناعات التقليدية المرتبطة بهذه القيم، بفعل التفاعل مع المضامين الرقمية المنتشرة عبر هذه الشبكات.

يتم قياس هذا التأثير من خلال أدوات البحث المعتمدة مثل الاستبانات والمقابلات وتحليل المضمون، بهدف رصد مستوى التحولات في تلك القيم قبل وبعد التعرض للمحتوى، مع مراعاة الفروقات بين الأفراد وفقاً لمستوى التعرض ونوع المحتوى المستهلك.

ونقصد بالتأثير في دراستنا تلك التغيرات التي قد تظهر في قيم الشباب بعد تعرضهم للمضامين الدينية و الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- وسائل التواصل الإجتماعي :

- التواصل:

- لغة:

بالرجوع إلى مادة وصل، فإن الواو والصاد واللام أصل واحد يدل على ضم شيء إلى شيء حتى يعلقه و الوصل ضد الهجران والتواصل ضد التصارم، الوصل: الرسالة ترسلها الى صاحبك

واستنادا على ذلك يتضح أن المراد بالتواصل لغة :

الاقتران والاتصال والصلة والإلتئام والجمع والإبلاغ والاعلام.¹

- إصطلاحا:

يرى د-عمر نصر الله: بأن التواصل هو « :علاقة بين فردين على الأقل كل من هما يمثل ذات نشيط والذي ترتاح إليها لنفس، أن التواصل يعني بناء علاقة بين فردين أو دولتين أو مجتمعين مما يحقق المنفعة المتبادلة بين الطرفين ».²

¹ ماجد رجب العيد سكر، التواصل الاجتماعي (أنواعه، ضوابطه، أثاره، و معوقله)، بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول في درجة الماجيستر في التفسير و علوم القرآن، كلية أصول الدين، قسم التفسير و علم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011، ص8.
² المرجع السابق، ص8.

ورد تعريفه في منتدى ابن حزم الالكترونية بأنها عملية نقل الأفكار والتجارب، و تبادل المعارف و المشاعر بين الندوات والأفراد والمجتمعات قد يبنى عن الموافقة أو على المعارضة و في الموسوعة الحرة الالكترونية : المفهوم الالي للتواصل هو عملية تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات و المشاعر عبر وسائط متنوعة لفظية وغير لفظية كالكلام، والإيماءات و الكتابة أو بواسطة رموز ذات دلالات لدى الأطراف المشاركة فيها.¹

يمكن لتبادل فهم مصطلح التواصل من خلال النقاط التالية :

- عملية تفاعل بين الأفراد.
 - تهدف إلى تبادل المعلومات والأفكار والتعبير عن الحاجات و الرغبات .
 - التواصل لا يحدث بدون مرسل المعلومات ومستقبل لها .
 - التواصل يكون إما لفظيا (من خلال اللغة) أو غير لفظي من (خلال الإيماءات) أو الصور أو اللغة المكتوبة أو الاثارة أو أي طريقة أخرى.
- ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تقنية تسهل تبادل الأفكار والمعلومات من خلال التواصل بين المجتمعات الافتراضية .وهي تعتمد بشكل رئيسي على وجود الإنترنت المتصل بأجهزة الحاسوب، أو الأجهزة اللوحية، أو الهواتف، وتمكّن المستخدمين من الوصول بسرعة إلى المحتوى الذي قد يكون معلومات شخصية. أو مستندات أو مقاطع فيديو، أو صور.

التعريف الإجرائي :

بناءا على التعاريف السابقة لمفهوم التواصل نستخلص ان التواصل هو جميع أشكال التفاعل وعمليات تبادل المعلومات، والآراء، والأفكار والمشاعر والمواقف والاتجاهات بين الأفراد و المجموعات سواء كان ذلك بشكل مباشر من خلال اللقاء الشخصي او التواصل اللفظي أو

¹عزيز رشيد، وسائل التواصل الاجتماعي و أثرها على الفرد و المجتمع، ص2، [pdf, www//https.edu.academic](https://www.pdf.edu.academic)

عن طريق الوسائط، و يراد به في دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي اي التواصل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا منصة الفيسبوك التي تعتبر نموذجا لدراستنا حيث تمثل فضاءً رقمياً تفاعلياً يتيح للمستخدمين نشر المحتوى، تبادل الأفكار، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية والدينية. وبما أن الفيسبوك يعد من أبرز المنصات المستخدمة من قبل الشباب الجزائري، فإنه يشكل مرجعاً أساسياً لدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى هذه الفئة. تعتمد الدراسة على تحليل التفاعلات، المشاركات، والمحتوى المنشور داخل هذه المنصة، لتحديد كيف يؤثر هذا التفاعل الافتراضي على تشكل القيم الدينية والثقافية في السياق المحلي الجزائري، مع التركيز على تأثير الشباب في مجتمعهم بهذه المنصة.

- الشباب :

- لغة:

يقصد به الفتاء والحداثة، شب يشب شبابا وشبية و في حديث : تجوز شهادة الصبيان على الكبار وينشبون أي يستشهد من شب منهم و كبر إذا بلغ، و الشباب جمع شاب و كذلك الشبان¹.

و معنى الشباب أيضا في معجم الوسيط هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة و الشباب هو الحداثة². ورد في قاموس Larousse باللغة الفرنسية أن الشباب يعني:

- فترة من حياة الإنسان تتوسط مرحلة الطفولة و الكهولة .

- ضفة الشباب في مرحلة من مراحل حياتها أي عندما يكون شابا.

¹ ابن المنظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر، بيروت، ط1، 1990، ص480.
² معجم الوسيط، الجزء الأول، المكتبة الإسلامية للطباعة و النشر و التوزيع، تركيا، ص470.

- مرحلة تطور فيها الإنسان في سلوكياته وحالاته .يكتشف فيها الاشياء الجديدة حوله مادية كانت أو معنوية ¹.

اصطلاحا:

هناك صعوبة في ايجاد تحديد واضح لهذا المفهوم وعدم الاتفاق على تعريف واحد و ذلك لإختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف واختلاف وجهات النظر الباحثون متباينة الاتجاهات في تعريف مفهوم الشباب منها ².

الاتجاه الزمني والعمرى :

هو الاتجاه الذي يُعرّف الشباب كفئة عمرية تتراوح ما بين 15 إلى 30 سنة، حيث يُنظر إليهم خلال هذه المرحلة على أنهم في طور الاستعداد لأداء وظائفهم المختلفة، سواء على الصعيد الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي، ويُتوقع منهم خلالها اكتساب المهارات والخبرات التي تمكّنهم من الاندماج الفعّال في المجتمع.

الاتجاه البيولوجي:

يحدد أصحاب هذا الاتجاه مرحلة الشباب على أساس اكتمال نمو البناء العضوي والوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان سواء كانت عضوية داخلية أو خارجية.

الاتجاه النفسي:

الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد في سن معينة و انما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فأنت شاب بمقدار ما تشعر به من حيوية والحماس و الحركة .

¹المية صابر، الحملات الاعلانية في باقة mbc و دورها في التوعية الدينية للشباب (دراسة ميدانية على عينة من الشباب ولاية سطيف)، لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاعلام و الإتصال و العلاقات العامة كلية الحقوق، قسم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، 2010، ص25-26.
²المرجع السابق، ص2.

الاتجاه الاجتماعي:

و هو الذي يرى أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تاهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية و يؤدي دورا من أدوار في بنائه و تنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي¹.

و يرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من ننراوح سنهم بين (15 سنة إلى 25 سنة) و يبنون آرائهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفيسيولوجي أو العضوي بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمال تاما ، و بالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة و المراهقة و الرجولة الكاملة .

و الشباب ليس مجرد مرحلة زمنية تبدأ في الخامسة عشر والعشرين أو ما قبلها بقليل بعدد آخر من السنوات حيث يكتمل النمو الجسمي و العقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظيفته المختلفة .إنما هو مجموعة من الخصائص في الموصفات التي ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار عند نضرنا إلى مرحلة الشباب وهي في كل الأحوال مرحلة لا تنفصل عن بقية مراحل العمر و بخاصة مرحلة الطفولة والمراهقة، فالشباب لا يمثل مرحلة نمو مفاجئ ، إنما هو استمرار لعملية التنشئة الاجتماعية التي تبدأ بمرحلة الطفولة المبكرة فتستمر خلال مراحل الحياة².

التعريف الإجرائي لشباب :

يشير مفهوم الشباب الى تلك الفئة العمرية الفتية الحيوية النشطة والقادرة على أداء دورها في المجتمع، تتمتع بمجموعة من الميزات و الخصائص الفيزيولوجية والنفسية والعقلية و التي تتحدد غالبا من سن 18 الى ما فوق ، والمواكبة للتطورات التكنولوجية ومختلف التطورات الحاصلة في العالم والمجتمع الذي يعيش فيه.

¹ المرجع السابق، ص26.

² محمد الفاتح و آخرون، إشكالية الواقع و رؤى المستقبل، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2013، ص28-64.

- المجتمعات المحلية :

المجتمع المحلي (بالإنجليزية Local Community) : يُشير مفهوم المجتمع المحلي، بشكل عام، إلى مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة، ويشتركون معاً في الأنشطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويَكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات حكم ذاتي تسودها قيم عامة يشعرون بالانتماء إليها. ومن أمثلة المجتمع المحلي: المدينة، والمدينة الصغيرة، والقرية. وعلى الرغم من أن المجتمع المحلي يشكل وحدة جغرافية محلية، يوفر لسكانها السلع والخدمات، فليس من الضروري أن يتحدد بحدود قانونية، كما هو الحال في المدينة وليس بالضرورة، أيضاً، أن يمثل كياناً سياسياً مستقلاً. وقد يُستخدم مصطلح «المجتمع المحلي» مرادفاً لمصطلحات أخرى، مثل: المجتمع، والتنظيم الاجتماعي، والنسق الاجتماعي، إلا أن كثيراً من الدارسين يتفقون على أنه يشير إلى منطقة محلية محددة لها طابع خاص. أي أن المجتمع المحلي، كما يقول بارسونز، هو «تجمع الفاعلين في منطقة محددة بصورة تتيح ظهور الأنشطة اليومية المشتركة.» ويتضمن هذا التعريف تفاعل الأفراد في إطار نظامي محلي معقد، يقدم خدمات أساسية للأفراد، مع الأخذ في الاعتبار أن المجتمع المحلي ليس وحدة مستقلة ذاتياً بالضرورة.

ويُشير مفهوم المجتمع المحلي كذلك إلى الجماعات الإنسانية، التي تُصنّف وفقاً لُبعد الإقامة في إقليم محدد والتشابه في اللون والسُنن وغيرها. تكتسب هذه الأبعاد قيمتها من حيث ارتباطها بنسق التفاعل. ويحدد ليندرج هذا النوع من المجتمعات على أساس أبعاد ثلاثة، هي: الزمان، والمكان، والتفاعل. هذا في الوقت الذي يشير فيه ماكيفر إلى أن المجتمع المحلي هو «منطقة تسود فيها حياة مشتركة. سواء كانت قرية أو مدينة صغيرة. بحيث تتميز هذه الحياة المشتركة بمجموعة خصائص تجعلها متميزة عن المناطق الأخرى».¹ وعلى الرغم مما أُثير في هذه المسألة، إلا أن لهذه العناصر عُدّت محكات

¹ احمد صلاح خطاب، كتاب دراسة المجتمع المحلي، دار النشر كنانة اونلاين، 2006

أساسية. لتحديد مفهوم المجتمع المحلي وانعكاساته الواقعية حاول لويس وبرت تعريف المجتمع المحلي بشكل أكثر تحديداً، بأنه «يتميز بموقع جغرافي إقليمي يتوزع من خلاله الأفراد و الجماعات و الأنشطة، وبما يسوده من معيشة مشتركة تقوم على أساس الاعتماد المتبادل بين الأفراد».

وقد حظي التصور العام الذي قدمه أموس هاولي لتعريف المجتمع المحلي، بقدر كبير من القبول من جانب علماء الاجتماع . وفيه يؤكد أن « المجتمع أكثر من مجرد تنظيم لعلاقات التكافل بين الأفراد، وأن الحياة الجمعية تشتمل على قدر من التكامل النفسي و الأخلاقي، إلى جانب التكامل التكافلي أو المعيشي، وأنه يتعين على الباحث أن ينظر إلى الجوانب النفسية والأخلاقية، على أنها مظاهر متكاملة، و ليست مختلفة. خاصة وأن الأنشطة المعيشية وما يرتبط بها من علاقات تكافلية تتداخل وترتبط بمجموعة المشاعر والأحاسيس وأنساق القيم والمعايير الأخلاقية وغير ذلك من موجهات السلوك و التفاعل اليومي¹».

التعريف الإجرائي للمجتمعات المحلية:

مجموعة من الأفراد والأسر والمؤسسات التي تتواجد ضمن حدود جغرافية محددة وتتشاطر في خصائص اجتماعية وثقافية واقتصادية معينة .وفي إطار دراسة" تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية"، يتم تحديد المجتمعات المحلية وفقاً للمعايير التالية :

- الحدود الجغرافية :

تُحدد المجتمعات المحلية بناءً على مساحة جغرافية واضحة، سواء كانت منطقة سكنية في مدينة أو قرية أو منطقة إدارية محددة . يُمكن استخدام الخرائط والإحصاءات السكانية لتحديد هذه الحدود بدقة .

¹ لسيد عبد العاطي، علم الاجتماع الحضري (مدخل نظري) الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.

و في هذه الدراسة، يُقصد بالمجتمع المحلي مجتمع ولاية تيزي وزو الجزائرية، والذي يتميز بوحدة جغرافية وثقافية واجتماعية محددة، تتجسد في التراث الثقافي والعادات والتقاليد المحلية المتوارثة، واللغة الأمازيغية واللهجة المحلية، والنظم الاجتماعية والاقتصادية القائمة على المؤسسات المحلية (كالمدارس والمراكز الصحية والإدارات البلدية)، إلى جانب الشعور المشترك بالانتماء والهوية الجماعية بين أفرادها، والمشاركة في الفعاليات والمناسبات التقليدية، ضمن إطار تنظيمي تديره السلطات المحلية والإدارية بالولاية.

- تعريف القيم الدينية:

تعددت مفاهيم القيم الدينية حيث تعريفها **وضحة علي السويدي (1989)** بأنها معايير تعبر عن الإيمان بمعتقدات راسخة مشتقة من مصدر ديني إسلامي تملي على الإنسان بشكل ثابت اختياره أو نهجها لسلوكي في المواقف المختلفة التي يعيشها أو يمر بها، وهي إيجابية صريحة أو ضمنية يمكن استنتاجها من السلوك اللفظي وغير اللفظي¹.

ويوضح التعريف أن مصدر القيم هو الدين وأن السلوك يشمل القول والفعل ، كما توجه القيم سلوك الأفراد التي تتبع منهم لأنها ثابتة وملزمة ، والمراد بها هنا القيم الدينية الإسلامية ويعرفها **ماكس فيبر** بأنها "مجموعة من التصديقات السيكولوجية المتولدة عن الاعتقاد الديني والممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي الذي يلتزم به الفرد². كما يعرفها **الجبلاطي والتونسي** د.ت ، (483 بأنها المبادئ السليمة ومجموعة الفضائل التي هي وليدة الدين الصحيح لتوجيه سلوك الإنسان³.

ويعرف البعض القيم الدينية على أنها نوع من أنواع القيم تخص جانب معين من اهتمامات الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري ومعرفة أصل الإنسان ومصيره وأن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه ولذلك يحاول أن يربط نفسه بهذه القوة بصورة ما .

¹السويدي، وضحة علي، القيم الدينية في الأسرة المسلمة، دار القلم، الكويت، 1989.

²نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص29.

³ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطائفة واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة، ط1، الأردن، 2007، ص55.

ونجد في هذا التعريف نوع من الحصر والتقيد فالقيم الدينية أشمل من ذلك" فهي تؤثر تأثيرا عظيما على أنساق القيم الأخرى ، فالقيم السياسية يجب أن تؤسس علي القيم الدينية وكذلك النظم التعليمية وكل أنشطة الإنسان يجب أن تعكس القيم الدينية .

ويعرف ماجد زكي الجلال القيم الدينية على أنها: " مجموعة من المثل العليا والغايات والمعتقدات والتشريعات والوسائل والضوابط والمعايير لسلوك الفرد والجماعة ، مصدرها الله عز وجل وهذه القيم هي التي تحدد علاقة الإنسان وتوجهه إجمالاً وتفصيلاً مع الله تعالى ومع نفسه ومع البشر والكون وتتضمن هذه القيم غايات ووسائل ."

ويرى جابر قميحة (1984) أن القيم الدينية عبارة عن مجموعة الأخلاق التي تصنع نسيج الشخصية، الإسلامية، وتجعلها متكاملة. قادرة على التفاعل الحي مع المجتمع وعلى التوافق مع أعضائها وعلى العمل من أجل النفس والأسرة والعقيدة .

التعريف الإجرائي:

أنها الإلتزام الأسرة بتعليم دينهم لتستقيم الحياة، فيكون المجتمع متماسكاً، يسمو فوق الضغائن بالإيمان والمودة والرحمة والعفة والصبر.

-القيم الثقافية :

- مفهوم الثقافة :

- لغة :

تعني الحذق، والفهم، وسرعة التعلم. وقد ذكر ابن منظور في "لسان العرب" أن من معاني كلمة "تُفِّ" أن يكون الشخص فطناً وذكياً، كما في حديث الهجرة: "وهو غلام لئن يرك"، أي أنه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه، وذو فطنة وذكاء.

- اصطلاحاً:

معرفة مقومات الأمة الإسلامية العامة بتفاعلاتها في الماضي والحاضر، من دين، ولغة وتاريخ، وحضارة، وقيم، وأهداف مشتركة بصورة واعية هادفة.¹

- مفهوم القيم الثقافية :

مجموعة عناصر من تاريخ، ودين، وسياسة نتيجة استقرارها وتفاعلها مع مختلف العناصر المحيطة بها.

التعريف الإجرائي للقيم الثقافية:

يُقصد مجموعة المعتقدات والمعايير والسلوكيات المستقرة التي تشكل جزءاً من ثقافة المجتمع المحلي في ولاية تيزي وزو، والتي تستمد جذورها من العادات والتقاليد الأمازيغية، والموروث الديني والاجتماعي، والطقوس الاحتفالية، واللغة واللهجة المحلية، إضافة إلى التقاليد الأسرية والعلاقات الاجتماعية التي تحدد أنماط التفاعل بين الأفراد وتوجه سلوكهم في الحياة اليومية. وتُقاس هذه القيم من خلال مدى تمسك الشباب بها أو تأثرهم بها في ضوء تعرضهم لمحتويات وسائل التواصل الاجتماعي التي قد تعزز أو تضعف هذه القيم التقليدية.

9 - الدراسات السابقة :

- دراسة الأولى:

دراسة وسام طایل البشابشة المعنونة ب دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي إشعاتها، رسالة دكتوراه، جامعة البترا، كلية الصحافة والاعلام 2013/2012.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الاشباع والدافع من استخدام طلبة الجامعات الأردنية المواقع التواصل الاجتماعي حيث اندرجت تحتها مجموعة من التساؤلات الفرعية:

¹ عبد العزيز، محمد ققطب، مفاهيم يجب أن تصحح، دار الشروق، القاهرة، 1979.

- ما علاقة متغير النوع بالاستخدامات والاشباعات المحققة؟
- ما علاقة متغير المرحلة الدراسية بالاستخدامات والاشباعات المحققة؟
- ما علاقة متغير العمر بالاشباعات المتحققة؟
- وقدم الباحث مجموعة من الأهداف منها:
- هو فهم كيفية استخدام الطلبة المواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية المواقع التواصل الاجتماعي.
- إعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، نظراً ملائمة لمثل هذا النوع من المواضيع حيث يتيح وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها وتفسيرها. ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم تطبيق البحث على عينة مكونة من 90 طالباً جامعياً.
- أما فيما يخص أدوات جمع البيانات، فقد استعان الباحث بكل من الملاحظة والمقابلة إضافة إلى استمارة استبيان وُزعت على الطلبة، احتوت على 30 سؤالاً موزعاً على أربعة محاور.
- وقد أفضت نتائج الدراسة إلى ما يلي:
- جاء الدافع الأول لاستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل مع الأهل والأقارب بنسبة 89.174%، يليه الترفيه والاستخدام لأغراض دراسية بنسبة 79.80%، ثم البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة 78.59%.
- أما بخصوص الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تحقيقها من خلال هذه المواقع، فقد تبين أن :
- 86.21% من الطلبة يرون أن هذه المواقع تخلق جواً اجتماعياً وتتيح فرصاً للتواصل بين الزملاء.
- 81.06% أكدوا أنها تُحقق لهم إشباعاً معرفياً عبر تبادل الأفكار الجديدة.
- 80.72% أفادوا بأنها تزودهم بمعلومات متنوعة عن العالم.
- 80.48% أشاروا إلى أنها تُشبع لديهم رغبة حب الاستطلاع.

- 77.81% اعتبروا أن مواقع التواصل تساعدهم في الحصول على معرفة في

مواضيع خارج تخصصهم الأكاديمي.

- **أوجه التشابه:**

تشترك دراسة وسام طایل البشاشة المعنونة بـ "دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها" مع دراستنا "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية في الجزائر" في تركيزهما على مواقع التواصل الاجتماعي كموضوع رئيس، كما أن الدراستين اعتمدتا على المنهج الوصفي كإطار منهجي لتحليل الظاهرة المدروسة.

- **أوجه الاختلاف:**

ركزت الباحثة وسام طایل البشاشة في دراستها على موقعي فيسبوك وتويتر، ما يُبرز اختلافاً بين دراستنا. كما اعتمدت الباحثة في منهجيتها على المنهج الوصفي التحليلي، وهو ما ينسجم جزئياً مع المنهج المتبع في دراستي، مع اختلاف في نطاق الموضوع والاتجاه التحليلي.

- **الدراسة الثانية:**

دراسة سهام بوقلوف المعنونة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال تخصص دراسات جماهيرية 2017-2018 جامعة الجزائر 3 كلية علوم الاعلام والاتصال.

تمحورت إشكالية الدراسة حول ما هو أثر استخدام موقع الفيسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين حيث اندرجت تحت مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- الأثر الذي يخلفه هذا الاستخدام على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين.

- مدى ارتباط المراهقين بقيمهم الأصيلة في ظل الممارسة الافتراضية.

- طبيعة استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك.

- أهم الآثار التي تمس المنظومة القيمية.

وقدمت الباحثة مجموعة من الأهداف منها:

- التعرف على طبيعة استخدام المراهقين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

- الكشف عن مدى ارتباط المراهقين الجزائريين بمنظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية التي تشكل البنية التحتية التي يستند عليها المراهق في تنشئته تنشئة سوية، ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية، عند استخدامهم لموقع الفيسبوك.

- تشخيص الفروقات في آثار استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على المراهقين الجزائريين بناء على العديد من المتغيرات.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، المنهج المسحي، واستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث احتوت على 61 سؤالاً موزعاً على ثلاث محاور، وتم انتقاء فقط مستخدمي موقع الفيسبوك من بين مواقع التواصل الاجتماعي بشكل قصدي، وقد تم معالجة هذه البيانات وتحليل استجابات المبحوثين وفق برنامج التحليل الإحصائي (SPSS 22 v).

وقد افضت نتائج الدراسة الى ما يلي:

أشارت النتائج إلى أن استجابات المبحوثين نحو أثر موقع الفيسبوك على منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية بالنسبة لإجمالي البعد العام للمتوسطات الحسابية مرتفع ما يعني وجود أثر على القيم الأخلاقية والاجتماعية.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وارتباطهم بقيمهم الأخلاقية والاجتماعية.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية.

- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس و السن في استخدام موقع الفيسبوك وأبعاد منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية.

كما تأكد لنا من خلال معالجة المعطيات الميدانية، أن العديد من القيم الأخلاقية والاجتماعية، قد انسحب ارتباطها الوثيق بسلوكيات المبحوثين في العالم الواقعي اقتصرها على مجرد منشورات يتم تبادلها عبر العالم الافتراضي، ما يعني درجة بعد المراهقين عن الارتباط بقيم دون أخرى اصطبغت بطابع افتراضي، بمعنى أن التمسك بالقيم غير مفعّل على مستوى الممارسة في الواقع بحيث أخذ منحى افتراضي قد يشكل نوعا من الإنسلاخ على المدى البعيد.

- أوجه التشابه:

تشابهت دراسة الباحثة سهام بوقلوف المعنونة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية مع دراستنا المعنونة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية في الجزائر فكلتا الدراستان تناولتا مواقع التواصل الاجتماعي واعتمدنا أيضا على نفس المنهج الذي هو المنهج المسحي.

- أوجه الاختلاف:

اختلفت دراسة الباحثة سهام بوقلوف مع دراستنا حيث ركزت على أثر استخدام موقع الفيسبوك على منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى فئة المراهقين الجزائريين المتمدرسين، اما دراستنا ركزنا على القيم الدينية والثقافية وتأثرها بهذه المواقع بصفة عامة.

وقد أفادتنا هذه الدراسة دراسة في توجيه وتحليل موضوع دراستنا حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية الجزائرية. فقد قدمت الدراسة العديد من الإضاءات المهمة التي أسهمت في تعزيز فهمنا للآثار المحتملة لاستخدام الفيسبوك على القيم الشبابية في الجزائر. أولاً، أكدت نتائج الدراسة على التأثير الواضح للفيسبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية للمراهقين الجزائريين، وهو ما يتقاطع مع دراستنا التي تهتم بتحليل التأثير ذاته على القيم الدينية والثقافية. كما أظهرت نتائج الدراسة أن التفاعل الافتراضي عبر الفيسبوك قد يؤدي إلى انفصال بين القيم الممارسة في الواقع وبين تلك التي يتم تبنيها أو التعبير عنها في العالم الافتراضي، مما يعزز فرضية وجود تأثيرات سلبية على القيم التقليدية للشباب الجزائري في ظل الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، ساعدتنا الدراسة في تحديد المنهجية المناسبة لدراستنا، حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي وأداة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وهو ما أتاح لنا إمكانية تبني أدوات بحثية مماثلة لضمان دقة وموضوعية النتائج. علاوة على ذلك، قدمت الدراسة دليلاً على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بناءً على متغيرات مثل الجنس و السن، مما أتاح لنا فرصة دراسة كيفية تأثير هذه المتغيرات في تفاعل الشباب مع الفيسبوك وأثرها على القيم الدينية والثقافية. بناءً على ذلك، فإن دراسة بوقلوف قد أسهمت في بناء إطار منهجي قوي يوجه دراستنا نحو فهم أعمق لآثار الفيسبوك على الشباب الجزائري من خلال التركيز على الفروقات الفردية في استخدام المنصات الاجتماعية وعلاقتها بالقيم الثقافية والدينية.

- الدراسة الثالثة:

دراسة نومار مريم ناريمان بعنوان: استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال تخصص الإعلام و

التكنولوجيا والاتصال الحديثة، منشورة، قسم العلوم الانسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة
2011/2012

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول التعرف على مدى استخدام مواقع شبكات الاجتماعية
حيث ركزت الباحثة في دراستها على الإشكالية التالية:
ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية وتندرج تحت
مجموعة تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين؟
 - ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام المجتمع الموقع الفيسبوك؟
 - كيف يؤثر الانسجام على العلاقات الاجتماعية؟
- وقدمت الباحثة جملة من الأهداف تذكر منها :
- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام أو الاتصال في حياة الآخرين
 - التعرف على أهم الخدمات التي توفرها الشبكات الاجتماعية
- واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، نظراً لملائمته لطبيعة الموضوع
حيث يركز هذا المنهج على الوصف والتحليل والتفسير. ونظراً لضخامة حجم المجتمع
الأصلي لجأت الباحثة إلى استخدام أسلوب المسح بالعينة المتاحة، التي تكونت من 12
مفردة من الطلبة الجامعيين. أما فيما يخص أدوات جمع البيانات، فقد استخدمت الباحثة أداة
الملاحظة والتي تُعد من الوسائل الأساسية لجمع المعلومات، بالإضافة إلى استمارة استبيان
تضمنت سؤالاً واحداً موزعاً على أربعة محاور.
- وقد أفضت هذه الإجراءات المنهجية إلى عدة نتائج، من أبرزها:
- تحظى مواقع التواصل الاجتماعي بقبول واسع وتفاعل كبير من قبل المستخدمين حول
العالم، وتطرح العديد من القضايا المتنوعة.
 - توفر هذه المواقع فضاءً افتراضياً يسمح للمستخدمين بالتفاعل ضمن مجتمع رقمي.

- أظهرت الدراسة أن غالبية المشاركين من طلبة مرحلة اليسانس، بنسبة بلغت 10.00%
- **أوجه التشابه:**

تشابهت دراسة الباحثة مريم نورمان ناريمان المعنونة باستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية مع دراستنا المعنونة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية في الجزائر فكلتا الدراستان تناولتا مواقع التواصل الاجتماعي واعتمدنا أيضا على المنهج الوصفي وايضا في الفئة المستهدفة في كلا الدراستين الشباب أو الطلبة الجامعيين، باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي.

- **أوجه الاختلاف:**

اختلفت دراسة الباحثة مريم نورمان ناريمان مع دراستنا حيث تركّز على العلاقات الاجتماعية وتأثيرها باستخدام مواقع التواصل أما دراستنا ركزنا على القيم الدينية والثقافية وتأثيرها بهذه المواقع.

10- **الخلفية النظرية:**

تمهيد:

لقد أحدثت الثورة الرقمية نقلة نوعية في أنماط التواصل الإنساني، حيث برزت مواقع التواصل الاجتماعي كمنصات فاعلة في الحياة اليومية، لا سيما لدى فئة الشباب. فقد تحولت وسائط مثل "فيسبوك"، "إنستغرام"، "يوتيوب" و"تيك توك" إلى فضاءات بديلة للقاء والتفاعل والتعبير وتشكيل الرأي، وهو ما منحها دوراً متعاضداً في التأثير على البنى الاجتماعية والثقافية للمجتمعات، خاصة تلك التي تتسم بطابع محلي وتقليدي، كالمجتمع الجزائري وفي ظل هذا الحضور الطاغي والمكثف لوسائط التواصل الاجتماعي، يثور جدل متزايد بشأن انعكاساتها على منظومة القيم، خصوصاً القيم الدينية والثقافية التي تُشكّل العمود الفقري لهوية الشباب في المجتمعات المحلية. إذ تشير العديد من الدراسات إلى أن

الاستخدام المكثف والمستمر لهذه المنصات قد يُساهم في إعادة تشكيل التصورات والممارسات الثقافية، بل وقد يؤدي أحياناً إلى تبني أنماط ثقافية وسلوكية مغايرة، وربما متناقضة مع الخصوصيات الدينية والاجتماعية المحلية.

وفي محاولة لفهم هذا التأثير المركّب والعميق، تستند هذه الدراسة إلى مقاربتين نظريتين رئيسيتين. أولهما نظرية الاستخدامات والإشباع التي تتيح فهماً لكيفية اختيار الأفراد، وخصوصاً الشباب، لمنصات التواصل الاجتماعي، بناءً على دوافعهم النفسية والاجتماعية، والحاجات التي يسعون إلى إشباعها من خلال تفاعلهم مع المحتوى الرقمي. أما الثانية، فهي نظرية الغرس الثقافي، التي تركز على التأثير التراكمي لوسائل الإعلام في تشكيل إدراك الأفراد للواقع، وما قد تُنتجه من قيم وصور نمطية يمكن أن تؤثر في المرجعيات الثقافية والدينية لدى المستخدمين، لا سيما على المدى الطويل.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا الفصل إلى بناء خلفية نظرية متكاملة تمهّد لتحليل التأثيرات المحتملة لوسائل التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى الشباب الجزائري، من خلال تسليط الضوء على الأطر النظرية التي تساعد على فهم التفاعلات المعقّدة بين الإعلام الرقمي والهوية القومية في السياق المحلي.

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

تمهيد:

تُعَدّ نظرية الاستخدامات والإشباع من أبرز النظريات الاتصالية التي ساهمت في نقل الاهتمام من وسائل الإعلام إلى الجمهور، وذلك من خلال تركيزها على الأفراد باعتبارهم عناصر فاعلة في عملية الانتقاء والتفاعل مع الوسائط الإعلامية. فقد أتاحت هذه النظرية مقارنة جديدة لفهم طبيعة العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والمستخدم، حيث تنطلق من فرضية أساسية مفادها أن الجمهور يتجه إلى وسائل الإعلام المختلفة بدافع تلبية حاجات معينة، سواء كانت معرفية، عاطفية، اجتماعية أو ترفيهية. وفي سياق تطور وسائط الإعلام وظهور

منصات التواصل الاجتماعي ك"فيسبوك"، "إنستغرام"، و"تيك توك"، اكتسبت هذه النظرية أهمية متجددة، خصوصاً في تفسير كيفية تفاعل المستخدمين مع هذه المنصات، والغايات التي يسعون إلى تحقيقها من خلالها. وبالنظر إلى الفئة الشبابية، لا سيما في المجتمعات المحلية الجزائرية، فإن استخدام هذه الوسائط بات يتجاوز البعد الترفيهي ليشمل أبعاداً ثقافية ودينية قد تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على منظومة القيم السائدة. وفي ضوء ما سبق سيتناول هذا المبحث نظرية الاستخدامات والإشباعات من حيث نشأتها وتطورها، أبرز مفاهيمها ومكوناتها، وكذا الفروض التي تستند إليها، مع محاولة إسقاطها على موضوع هذه الدراسة المتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في السياق الجزائري المحلي، بهدف فهم أعمق لدوافع الاستخدام وطبيعة الإشباعات التي تحققها هذه المنصات وما قد ينجم عنها من تحولات قيمية.

1- التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات:

الاستخدام في اللغة : من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً. ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام وأما الإشباعات في اللغة : فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شيعي الذراع من النساء هي ضخمتة، وثوب شبيع الغزل أي كثيره وشبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك.

ونظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية وأورد مساعد المحيا تعريفاً اصطلاحياً لمفهوم النظرية على أنه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية للمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي : " افتقار الفرد أو شعوره بنقص في

شيء ما يحقق تواجه حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية " وذكر أن الدافع هو "حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.¹

- أصول ونشأة نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

إن البحث حول استعمال وسائل الإتصال تحت عنوان (الإستعمالات والرضا أو الإستخدامات والإشباعات) جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بالوسائل ؟ بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور ؟ ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات إستخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الإتصال "هيرتا - هيرزج" وجود خمسة إحتتمالات للجمهور من برامج المسابقات هي : تنافسية تربوية التقدير الذاتي، رياضية إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة النصيح، ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "استثمان" دوافع الإهتمام بالإستماع للموسيقى الجادة والراديو ، و "لازرسفيلد" و "وولف" فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة، بينما لاحظ "بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة الراحة الإعتبار والإتصال الإجتماعي، ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا - هيرزج" عام 1944، والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية. وفي عام 1945 فقد تمكن "بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالا للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.²

¹ صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد الطبعة الأولى ، مؤسسة طيبة لنشر و التوزيع القاهرة 2012 صفحة 61.

² بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص85.

3- فروض نظرية الاستخدامات والإشبعات:

فروض نظرية الاستخدامات والإشبعات تستند هذه النظرية إلى مجموعة من الافتراضات هي:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، وأن استخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم أهداف تعبر عن دوافع نفسية وحاجات فردية.

- الارتباط بين رغبة الجمهور في إشباع حاجة معينة والاختيار من بين وسائل الاعلام الوسيلة معينة يرجع إلى الجمهور نفسه، ويتأثر تحديد الوسيلة بالفروق الفردية للجمهور.

تفترض النظرية أن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية والمضمون الذي يشبع رغباته وحاجاته وبذلك فالأفراد يستخدمون وسائل الاتصال، وليست هي من تستخدمهم.

- يستطيع الجمهور تحديد دوافعه واهتماماته والإشبعات التي تعود عليه من التعرض، وهو الذي يستطيع ان يغذي الباحثين بالصورة الفعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.

- تفترض هذه النظرية انه يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع عن طريق استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس عن طريق محتوى الرسائل الاتصالية التي تقدمها الوسائل المختلفة.

- يتجه الجمهور النشط إلى إكمال بنية احتياجاته عن طريق وسائل اتصال أخرى، مما يخلق حالة تنافسية بين مختلف الوسائل التقليدية والحديثة كالمواقع الإلكترونية التي باتت تلبي معظم الإشبعات بالنسبة للكثير من المتلقين¹.

4- أهداف النظرية الاستخدامات والإشبعات:

يرى الدليمي وسلطان أن نظرية الاستخدامات والإشبعات تسعى من خلال الفروض تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية:

- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال باعتباره فردا نشطاء

¹ عمل الحمد الحجابي نظريات الاتصال ، الطبعة الأولى نشر ذاتيا من قبل المواقف نفسه العراق 2024 صفحة 50.

- فهم الواقع التعرض الوسيلة معينة من وسائل الاتصال.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم العملية الاتصالية الجماهيرية.
- وأشار المكتوي والسيد إلى أن "آلان روبن" يريد الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي ، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي في البناء ، ويكون لاحظة سلوك الأفراد عدد استخدامهم وسائل الاتصال هو الأنشطة ، وتكون النتائج الخط السلوك الفردي في علاقته مع كل من : وسائل الاتصال والمحتوى ، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف¹.

5- عناصر النظرية الاستخدامات والإشباعات:

تبلورت العناصر الأساسية المدخل الاستخدامات والإشباعات في العناصر التالية:

- الجمهور النشط:

افتترضت النظريات القديمة أن الجمهور متلق سلبي، حتى ظهر مفهوم الجمهور العميد الايجابي، الذي بحث عما يريد التعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلبي احتياجاته والمضامين التي تحقق اشبعاته.

وتوصلت الدراسات إلى مجموعة من العناصر التي تحدد نوعية الجمهور النشط وهي:

- **الانتقائية:** وهي القرار الذي يتخذه الجمهور المستهلك بشأن استخدامه للوسيلة، بل تتعداه إلى استمرارية هذا الاستخدام مع اختياره المحتوى الذي يتفق مع رغباته.

- **المنفعة:** تهدف عملية انتقاء المستهلك لمحتوى معين إلى إشباع حاجات ودوافع معينة.

- **العمدية:** يسعى المستهلك لانتقاء محتوى معين بهدف تدعيم قيم ورؤى خاصة به بشكل عمدي مقصود.²

¹ عبد الرزاق محمد أحمد الدليمي دراسات وبحوث في الإعلام الطبعة: الطبعة الأولى دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان، الأردن 2015 صفحة 148-149.

² نفس المرجع صفحة 96-97.

- النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

يرى العديد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية لحالة العقلية وأنها تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدفاع والهدف والوظيفة، وهي ليست تعريفات محددة فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات وأن المدخل يعتبر الجمهور مجرد كائنات غريزية تهدف للطبع والبحث عن الحاجة والإشباع فقط كما أن المدخل لم يفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت عند المشاهدة والارتكاس نحو المضامين الرديئة استجابة لرغبة الفئة العريضة من الجمهور التي تحبذ الرداءة والسطحية. يصور المدخل الجمهور على انه نشط وفعال وعنيد، ولا تزال هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط الفعال، كما أن هذه الفكرة لا تتفق نموذج المجتمع الجماهيري ولا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا ام وسيطا، أم مستقلا وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي الاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحقق اشباعا لهذه الحاجات.¹

8- الرد على الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

دافع باحثو الاستخدامات والاشباعات عن المدخل بأنه ليس مدخل وظيفيا بطبيعته وأن مصادر التغيير سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام أو في تنظيم محتوى هذه الوسائل. فالتناقض بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور وبين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام اعلامي حريص على استجابة للواقع الذي يعمل فيه. أما بالنسبة لقضية غموض افتراض الجمهور النشط فقد تم التغلب عليها من خلال تقسيم إيجابية الجمهور الى ثلاث مراحل تتمثل في الانتقاء قبل التعرض والاحترام اثناء التعرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض. فقد أشار منظورا هذا

¹ صالح محمد عبد الحميد، "الإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات النظرية"، الطبعة الأولى، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012 الصفحة 60.

المدخل إلى أنه لا يمكن تناول عناصر هذين المفهومين بطريقة منفصلة وإنما بطريقة متكاملة تختلف باختلاف العوامل الديموغرافية للفرد¹.

- إسقاط نظرية على موضوع الدراسة:

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع إحدى النظريات الاتصالية الكلاسيكية التي تهتم بتحليل العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام من منطلق تفاعلي، حيث يُنظر إلى الجمهور بوصفه فاعلاً نشطاً في اختيار الوسيلة الإعلامية بناءً على حاجاته الخاصة، وليس مجرد مستقبل سلبي للرسائل الإعلامية. ظهرت هذه النظرية في ستينيات القرن العشرين، وارتبط تطويرها بأعمال باحثين بارزين أمثال "إليهو كاتز وبلومر وجوريفيتش"، الذين ركزوا على دراسة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بهدف تحقيق إشباع نفسي واجتماعي ومعرفي. وفي سياق هذه الدراسة المعنونة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية الجزائرية"، تم اعتماد هذه النظرية كإطار نظري لتحليل أنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وفهم تأثير هذا الاستخدام على منظومتهم القيمية، لا سيما القيم الدينية والثقافية. تنطلق الدراسة من إشكالية أساسية مفادها: "كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية للشباب في ولاية تيزي وزو؟" ومن هنا، توفر نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلاً علمياً لفهم هذا التأثير من خلال التركيز على دوافع الاستخدام المختلفة، والتي تشمل الإشباع المعرفي (اكتساب المعلومات)، الإشباع الوجداني (الترفيه، التسلية)، الإشباع الاجتماعي (التواصل، بناء العلاقات)، والإشباع الشخصي (تعزيز الصورة الذاتية، التعبير عن الرأي) وفقاً لهذه النظرية، فإن الشباب في ولاية تيزي وزو لا يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي اعتباطياً، بل بدافع تلبية حاجات محددة تتعلق بالواقع الاجتماعي والثقافي الذي يعيشونه. وبالتالي، فإن أنماط استخدامهم لهذه الوسائط الرقمية — سواء كانت منصات مثل فيسبوك، إنستغرام تيك

¹ نفس المرجع صفحة 61-62.

توك، أو يوتيوب تسهم في تشكيل مواقفهم واتجاهاتهم، وقد تؤدي إلى تحولات جزئية أو كلية في أنساقهم القيمية. فعلى سبيل المثال، قد يسهم الاستخدام المكثف للمحتوى الترفيهي الغربي في تراجع بعض القيم الثقافية التقليدية، أو يؤدي التعرض المتكرر لمحتوى ديني غير موثوق إلى خلق ارتباك في الفهم الديني. ومن هذا المنطلق، تتيح هذه النظرية فهماً معمقاً للعلاقة بين أنماط الاستخدام والإشباعات المحققة من جهة، وبين التحولات القيمية للشباب من جهة أخرى. إذ يمكن القول إن نوع المحتوى المتابع، ودوافع استهلاكه يلعبان دوراً محورياً في التأثير على تمثلات الشباب للقيم الدينية والثقافية، سواء من خلال تبني مواقف جديدة أو إعادة تشكيل الهوية الفردية والجماعية. وعليه، فإن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة يساعد على استكشاف العلاقة بين الاستخدامات الهادفة للشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وسلوكهم الاجتماعي، مع التركيز على مدى تأثرهم بالمضامين الرقمية في جوانبهم القيمية. كما تسمح هذه النظرية بتقديم تفسير علمي للتحولات في مواقف الشباب القيمية، من خلال الربط بين حاجاتهم الاتصالية وسلوكهم الإعلامي، وهو ما يعزز من أهمية البحث في سبيل صياغة توصيات عملية تعزز من الوعي الرقمي وتحافظ على الهوية الثقافية والدينية في المجتمعات المحلية.

المبحث الثاني: نظرية الغرس الثقافي

تمهيد :

في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الفضاءات الرقمية التي تؤثر في تشكيل وعي الأفراد، لاسيما فئة الشباب. هذه المنصات لم تعد تقتصر على وظيفة الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، بل تحولت إلى مصدر أساسي لتلقي المعاني، وتكوين المواقف، وإعادة إنتاج القيم والمعايير. وبالخصوص في السياق الجزائري، يشهد الشباب في ولاية تيزي وزو إقبالا متزايداً على استخدام هذه الوسائط، مما يطرح تساؤلات جوهرية حول التأثيرات المحتملة لهذا الاستخدام

على منظومتهم القيمية، الدينية والثقافية. تُستند هذه الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي لفهم الأثر التراكمي الذي يمكن أن تحدثه المضامين الرقمية المتكررة على تصورات الشباب لقيمهم الأصلية. إذ تفترض النظرية، كما صاغها جورج جرينر، أن الاستهلاك المكثف والمتواصل لرسائل إعلامية متماثلة من حيث البناء والمضمون يؤدي إلى ترسيخ صورة رمزية معينة عن الواقع، قد تُغرس تدريجياً في وعي الأفراد على أنها واقع فعلي. وبناءً على هذا المنطلق، يُمكن القول إن التعرض المتواصل للمحتوى الرقمي عبر مواقع مثل فيسبوك، إنستغرام أو تيك توك، قد يسهم في خلق فجوة بين المرجعيات الثقافية والدينية التقليدية للشباب، وبين القيم المستوردة أو المعولمة التي تُروّج بشكل متكرر في هذه الفضاءات. من هذا المنظور، تهدف الدراسة إلى تحليل كيف يمكن للمحتوى المتكرر عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن يؤدي إلى تآكل تدريجي لبعض القيم الثقافية أو الدينية، أو إلى إعادة تشكيلها بصورة مغايرة للسياق المحلي. كما تحاول رصد العلاقة بين كثافة التعرض للمضامين الرقمية وتمثل الشباب لهويتهم الدينية والثقافية، لفهم ما إذا كانت وسائل التواصل تؤدي دوراً في "غرس" قيم جديدة تُنافس أو تحل محل القيم التقليدية داخل المجتمعات المحلية.

- التعريف بنظرية الغرس الثقافي:

هذه النظرية تعلقة بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف و الجريمة في المضامين التلفزيونية و تطورت و نتج عنها أن اكتشف ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تنغرس فيه قيم وتصورات تجعله يتبناها و يظن انها فعلا ما يحدث بالواقع و بالتالي تغرس فيه لا شعوريا فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره ونظرته حسب ما يتلقاه من التلفزيون و مغايرة تماما للواقع و المتلقي بتقبل ما يبث له على انه تعبير حقيقي للواقع ، لكونه غير واع بعملية صنع هذا الواقع ، بل ام وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية ، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية اجتماعية تهدف الى دراسة تأثير التلفزيون على الامريكيين وكان هذا في الستينات والسبعينات ، وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها

الرئيسي هو جورج جرينر ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية انما هم أسرى الواقع المصنوع هذا وانهم يتصرفون و يعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي.¹

– نشأة وظهور نظرية الغرس الثقافي:

ظهرت هذه النظرية في سبعينات القرن الماضي وتذهب إلى أن مداومة التعرض للتلفزيون لفترات طويلة تنمي لدى الفرد اعتقاداً أن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون هو صورة متطابقة مع العالم الواقعي الذي يعيشه، ويُعد جورج جرينر أبرز المنظرين لهذه النظرية الإعلامية. ويرى منظر و نظرية الغرس أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثاراً على إدراك الناس للعالم الخارجي، وخاصة الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة وبالتالي فإن الصور الذهنية السائدة لدى جماعة ما تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية. ويطرح جرينر مفهوماً موازياً للغرس الثقافي هو الإنماء الثقافي ويمكن وصف الإنماء بأنه العملية التي تقوم بها الثقافة في مجتمع ما، والثقافة هي ذلك الكل المركب من الفنون والعلوم والعادات والتقاليد والعلوم والفنون والديانة، والقانون والمهارات واللغة، والموسيقى والسلوك. ويمكن وصف عملية الإنماء أنها نوع من التعلم العرضي بدون وعي وتخطيط نتيجة التعرض لوسائل الاتصال حيث يتعرف الفرد على حقائق الواقع الاجتماعي التي تصبح جزءاً من الصورة الذهنية المكونة لديه.²

– افتراضات نظرية الغرس الثقافي:

تفترض النظرية ان الاشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو لا يشاهدون (قليلو المشاهدة)، ويرى واضعو النظرية ان وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثار قوية على ادراك الناس للعالم الخارجي ، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة.

¹ عبد الحفظ عواجي صلوى نظريات التأثير الإعلامية د/ن 2015 ص صفحة 26.

² عبد الحميد، صلاح محمد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة، عالم الكتب، 2012، ص. 156-157.

وخلصت النظرية الى ان الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة فانهم يعتقدون أن ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من واقع وأحداث وشخصيات فإنها تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة وأرض الواقع وفي الحياة¹.

– أسس نظرية الغرس الثقافي:

أولاً: يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس مقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى فالتلفزيون هو الوسيلة الأكثر إنتشاراً حتى الآن لساعات طويلة خلال اليوم، وتمد الأطفال برموز وتصورات وتسهم في تنشئتهم الاجتماعية المبكرة، بينما تلعب الوسائل الأخرى دورها بعد أن يكون الطفل قد اكتسب القيم والعادات والاهتمامات في منزله بمشاركة دور التلفزيون، وبذلك يظهر واضحاً تأثير التلفزيون على الطفل، بنتيجة خصائص التلفزيون المميزة الجاذبة، ووجود التلفزيون داخل المنزل، يساعد على قيام الأسرة على دعم انتقاء الطفل للمواد التي يتعرض لها.

ثانياً: تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة يرتبط الغرس كعملية ثقافية بتماسك النسق المعرفي والقيمي الموجود في المجتمع. ويرى باحثون أن الأفكار والقيم والسمات التي تظهر في البرامج والمواد التلفزيونية، هي في حقيقة الأمر منسجمة، ومتناغمة، ومتسقة مع بعضها، ولا تعارض بينها ولا تناقض أو تنافر، وذلك تفسيره إلى أن هذه المواد التلفزيونية تعبر عن سياسات القائمين على هذه الوسائل والذين يهدفون إلى الوصول إلى أكبر جمهور مستهدف دون إحداث اختلافات ، فالتلفزيون أصبح يلعب دور البائع الذي يوزع الصور والأفكار التي تعد راسخة وسائدة في الثقافة الشعبية وبذلك أصبح التلفزيون غير منفصل عن الثقافة السائدة بل هو نفسه ذلك الاتجاه السائد.

ثالثاً: تحليل المضمون للمواد الإعلامية من أهم مفاتيح فهم عملية الغرس يرى جرينر وزملاؤه أن الأسئلة الاستطلاعية أو الاستكشافية غير المعمقة لا تصح في عملية الغرس بل

¹ عبد الحافظ عوجي صلوي، نفس المرجع السابق صفحة 27.

يجب استخدام أسئلة مسح مستخدمة تعكس المضامين المختلفة في المواد التلفزيونية. وفي سبيل الوصول إلى ذلك فإن عملية التحليل من خلال استخدام أسئلة مسح ضمن استبيان تعكس ما يقدمه التلفزيون في رسائله باعتبارها أفكار للغرس لجماعات كبيرة من المشاهدين لفترات طويلة، مع التركيز على المشاهدة بشكل كلي عام ودون الخوض في التفصيل.

رابعاً: يركز الغرس على دور التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة إن المهمة الرئيسية لتحليل الغرس هي تحديد إلى أي مدى يمكن لرسالة معينة أن تسهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد، بطريقة تتفق مع معظم القيم والصور الذهنية التي تتضمنها هذه الرسائل.

خامساً: تحليل المضمون يهتم بتدعيم الاستقرار والانسجام في المجتمع توصل عدد من العلماء أن تأثير وسائل الإعلام الأساسي يميل إلى الحفاظ على المعايير بدلاً من تغييرها. ويذهب جرينر وزملاؤه إلى أن التلفزيون يقوم حالياً بدور شيخ السائدة القبيلة أو رجل الدين كراوي للقصص والأساطير، كذلك فإن التلفزيون هو أكثر الوسائل ترويجاً للصور الذهنية والثقافة الشعبية¹.

- الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

- تعاني النظرية من قصور كونها تنظر إلى التأثير التلفزيوني بشكل عام من خلال ساعات المشاهدة دون النظر إلى نوعية البرامج التي تتم مشاهدتها .

- لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى مثل المتغيرات الديمغرافية و ركزت على كثافة التعرض بشكل أساسي.

- إن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس عند المشاهدين يمكن أن ترجع إلى بعض محتوى مواد أو برامج التلفزيون، ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج كذلك فإن هذه

¹ ماني عمر الحسيني ، الاعلام و المجتمع ، اطفال في ظروف صعبة ووسائل اعلام المؤثرة ط1 عالم الكتب ، القاهرة 2005 ص صفحة 96-99.

العلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد التلفزيون، وإنما قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.

- ذكر بعض النقاد أن بعض المبحوثين قد يبالغون في الأرقام، كالمبالغة في تقديرهم الساعات مشاهدتهم للتلفزيون، أو المبالغة في عدد مرات حصول ظاهرة معينة كالطلاق والجريمة في المجتمع.¹

6- إسقاط النظرية الغرس الثقافي على موضوع الدراسة:

تُعدّ نظرية الغرس الثقافي من النظريات التفسيرية المهمة في حقل الدراسات الإعلامية، إذ توفر إطاراً مفاهيمياً لفهم العلاقة بين التعرض المستمر لوسائل الإعلام، وتشكّل التصورات الذهنية والقيم لدى الأفراد على المدى الطويل. وقد طور جورج جرينر هذه النظرية في سياق تحليل التأثير التراكمي للتلفزيون، إلا أن تطبيقاتها توسّعت لاحقاً لتشمل مختلف الوسائط ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً للتشابه في آليات التعرض المستمر والمتكرر للمضامين. في سياق هذه الدراسة، التي تتناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في ولاية تيزي وزو، فإن نظرية الغرس الثقافي تُمكننا من فهم كيف يمكن للاستهلاك المكثف والمتواصل لمحتوى رقمي، كثيراً ما يكون ذا طابع معلوم أو يحمل أنماطاً ثقافية مغايرة، أن يؤدي إلى غرس تدريجي لقيم وتصورات قد تتعارض مع المرجعيات الثقافية والدينية المحلية. فالشباب، بصفتهم الفئة الأكثر تفاعلاً مع هذه المنصات، يصبحون أكثر عرضة لتشكيل رؤية جديدة للواقع، قد تتأثر بما يتكرر أمامهم من صور وأنماط سلوكية وعلاقات اجتماعية، يتم تقديمها على أنها طبيعية أو مرغوبة. وتفترض النظرية أن هذا التعرض المتكرر لا يؤدي إلى التأثير اللحظي أو المباشر، وإنما يحدث تحولاً بطيئاً ولكنه عميق في نظرة الأفراد إلى أنفسهم وإلى مجتمعهم. وبذلك، يمكن أن تُسهّم مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل مفهوم الهوية الدينية أو الثقافية لدى الشباب من

¹ محمد يونس وظائف الإعلام الإسلامي، القاهرة 1998 صفحة 20.

خلال جعلهم ينظرون إلى القيم الأصلية على أنها تقليدية أو غير مواكبة، في مقابل تفضيل أنماط ثقافية جديدة أكثر تحرراً أو فردانية. من هذا المنظور، فإن التأثيرات التي قد تفرزها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لا ترتبط فقط بنوعية المحتوى، بل كذلك بمدى كثافة التعرض له وطبيعته المتكررة والموجهة، مما يجعل من هذه الوسائط فاعلاً ثقافياً قد يتجاوز دوره الترفيهي إلى دور غرس قيم وسلوكي فعلي. وهنا تتجلى أهمية النظرية في تحليل العلاقة المعقدة بين الإعلام الرقمي والتحول الثقافي في المجتمعات المحلية. وبالتالي، يُمكن اعتبار نظرية الغرس الثقافي أداة تحليلية فعّالة في دراسة التغيرات القيمية التي قد تطال فئة الشباب في ولاية تيزي وزو، خاصة في ظل عالم رقمي تتزايد فيه وتيرة الانفتاح الثقافي والرمزي، ويصبح فيه الإعلام الجديد مجالاً لغرس معانٍ اجتماعية جديدة قد تؤثر في تماسك الهوية الدينية والثقافية للشباب.

خلاصة:

تُساهم كلّ من نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي في تقديم رؤية تكاملية لفهم طبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما فيسبوك، على المنظومة القيمية الدينية والثقافية لدى الشباب في المجتمعات المحلية. فمن جهة، تنطلق نظرية الاستخدامات والإشباعات من فرضية أن الشباب لا يستهلكون المحتوى الرقمي بشكل عشوائي، بل بدافع تلبية حاجات متعددة مثل التفاعل الاجتماعي، التعبير عن الرأي، أو البحث عن الهوية والانتماء. وبالتالي، فإن نوعية الدوافع وأنماط الاستخدام تلعب دوراً محورياً في تحديد مستوى التأثير على القيم والمعتقدات. أما من جهة أخرى، فإن نظرية الغرس الثقافي تركز على التأثير التراكمي والمتكرر للمحتوى الإعلامي، وتقتض أن الانغماس المستمر في مضامين رقمية. غالباً ما تعكس ثقافات وقيماً وافدة أو نماذج حياة مغايرة يمكن أن يؤدي إلى تآكل تدريجي في التصورات التقليدية المرتبطة بالدين أو الانتماء الثقافي. فمواقع التواصل، من خلال المحتوى المرئي والمكتوب والمتداول، تُعيد تشكيل الواقع في ذهن المستخدم، مما قد يُفضي إلى تغييرات في المرجعيات القيمية وسلوكيات الأفراد. ومن هذا المنطلق، فإن دمج النظريتين يُظهر أن التأثير القيمي لمواقع التواصل الاجتماعي ليس مجرد نتيجة لكمية الاستخدام، بل يرتبط بشكل وثيق بالغايات النفسية والاجتماعية التي تدفع الشباب نحو هذه الوسائط، إضافة إلى طبيعة المحتوى الذي يتفاعلون معه باستمرار. وبذلك، يمكن القول إن تفاعل الشباب في ولاية تيزي وزو مع مواقع التواصل الاجتماعي يتم ضمن ديناميكية مزدوجة: دوافع داخلية ترتبط بالبحث عن الإشباع، وضغوط ثقافية خارجية تُمارس من خلال المحتوى المتكرر، مما قد يُساهم في إعادة تشكيل مفاهيم الهوية والانتماء لدى هذه الفئة.

الجانب النظري

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث : أنواع وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع : نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس : مواقع التواصل الاجتماعي الصعوبات والتحديات

المبحث السادس : القضايا التي تثيرها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السابع : الاستخدامات الإيجابية والسلبية للمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثامن : دور العولمة المعلوماتية في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة، حيث أصبحت وسيلة اجتماعية للتواصل والتعارف وتبادل المعرفة والمعلومات والأخبار، وتحقيق مختلف الإشباعات لمستخدميها. ويأتي في مقدمتها مواقع مثل "فيسبوك"، "تويتر"، "يوتيوب"، وغيرها. تعتبر هذه المواقع من أكبر المنصات التي تضم أكبر عدد من المشتركين ضمن تطبيقاتها من جميع الأعمار والفئات، وخاصة فئة الشباب والمراهقين. وفي هذا الصدد، سنعرض في هذا الفصل:

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، ومميزاتها، نماذج استخدامها، الإيجابيات والسلبيات لهذه المواقع، والخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

المبحث الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

في سنة 1954، صاغ الباحث "جون بارنز" (John Barnes) من جامعة لندن مصطلح "الشبكات الاجتماعية" للإشارة إلى أنماط من العلاقات التي تتجاوز المفاهيم التقليدية الشائعة، حيث استخدم المصطلح لوصف أنماط العلاقات التي يتناولها علماء الاجتماع مثل القبائل والعائلات.

وفي سبعينيات القرن الماضي، ظهرت بدايات أولى للوسائل الاجتماعية الإلكترونية، تمثلت في شبكات تعتمد على ربط آلاف الوحدات الطرفية بجهاز حاسوب رئيسي يمثل مركزاً للبيانات ومصدراً للمعالجة. ومع منتصف السبعينيات، ومع ظهور الإنترنت، بدأت ملامح أولى لمواقع التواصل الاجتماعي في شكلها الحديث. وكان من أوائل هذه المواقع موقع "Classmates.com" الذي أُطلق سنة 1995، وهدف إلى إعادة ربط الأصدقاء وزملاء الدراسة الذين تفرقوا بسبب ظروف الحياة المهنية. هذا الموقع أتاح للأفراد إمكانية التواصل إلكترونياً مجاناً.

وفي عام 1997، أُطلق موقع "SixDegrees.com"، وقد استمد اسمه من نظرية "ست درجات من الانفصال" المقتبسة من تجربة أجراها عالم النفس الأمريكي "ستانلي ميلغرام" (Stanley Milgram). وقد مكّن الموقع المستخدمين من إنشاء ملفات شخصية وتكوين قوائم أصدقاء، كما أتاح منذ عام 1998 تصفح هذه القوائم.

ثم توالى ولادة العديد من الشبكات الاجتماعية ما بين عامي 1999 و¹2001. إلا أن الانطلاقة الحقيقية لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت مع سنة 2002، حين ظهر موقع "Friendster" الذي حقق نجاحاً ملحوظاً، وتلاه في النصف الثاني من العام موقع

¹ حسين محمود هثيمي : العلاقات العامة والشبكات التواصل الاجتماعي . دار أسامة لنشر و التوزيع. الأردن عمان ط1، 2015 ص79-88

"Skyrock" الفرنسي، الذي بدأ كمنصة للتوين قبل أن يتحول إلى شبكة اجتماعية متكاملة سنة 2008.

وفي عام 2005، برز موقع "MySpace" الأمريكي كأحد أوائل وأشهر الشبكات الاجتماعية عالمياً، وبدأ معه موقع "Facebook" في الانتشار، خاصة مع العام 2007 إلى جانب مواقع أخرى كـ "Twitter" و "YouTube"، مما رسّخ ظاهرة المواقع الاجتماعية كموضوع بحثي في مجالات متعددة مثل الهوية والخصوصية، ورأس المال الاجتماعي وسلوكيات المراهقين.¹

المبحث الثاني : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتها على توفير مساحة كبيرة للفرد للتعبير عن ذاته ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، فالإنسان بطبيعته كائن اجتماعي لا يستطيع العيش بمعزل عن محيطه. وقد أكدت العديد من الدراسات والبحوث أن الإنسان لا يمكنه إشباع حاجاته النفسية والبيولوجية إلا من خلال التفاعل الاجتماعي. ومن هنا، تبرز خصائص محددة لمواقع التواصل الاجتماعي، منها:²

1 - العالمية :

تتجاوز هذه المواقع الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن لأي فرد في أي بقعة من العالم التواصل بسهولة مع آخرين في أقصى الأرض، مما يكرّس مبدأ الانفتاح العالمي.

¹ أحمد كاظم ختوش : مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في قطاع التعليم الجامعي . كلية الطب البيطري جامعة قاسم الخضراء نموذجاً، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 8 العدد 3، 2018، ص ص 201-202

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل و السلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، ط1، 2015، ص 67

2- التفاعلية :

لا يقتصر دور المستخدم على التلقي فحسب، بل هو مشارك وفاعل، يرسل ويعلق وينشر في مقابل النمط التقليدي للإعلام القديم مثل الصحف والتلفزيون، الذي كان يفرض على المتلقي دوراً سلبيًا.¹

3- التنوع وتعدد الاستعمالات :

يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لنشر المعرفة، والكاتب للتفاعل مع قرائه، مما يجعلها متعددة الأغراض ومفتوحة أمام مختلف الفئات.²

4- سهولة الاستخدام:

تتميز بواجهات بسيطة، وتجمع بين النصوص والرموز والصور، مما يسهل عملية التفاعل والمشاركة.

5- التوفير والاقتصادية :

الاشتراك واستخدام هذه المنصات غالباً ما يكون مجانيًا، مما يجعلها متاحة حتى لذوي الدخل المحدود، دون حاجة لإمكانات مالية كبيرة.

إضافة إلى هذه المميزات التي سبق ذكرها هناك ميزات أخرى حصرتها الدكتورة بشرى جمال الراوي في النقاط التالية:

- زوال تأثير الحدود المكانية في تكوين المجتمعات الافتراضية، إذ يمكن التواصل مع الآخرين في أي وقت ومن أي مكان.

¹ توتاي الصليحة: المرجع السابق، ص81

² المرجع السابق، ص81-82

- ومن توابعها أيضا أنها تنتهي إلى عزلة، فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتب على الفيسبوك عن الزيارات من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهك كل فرد من أفرادها في عالمها الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الانتباه والاهتمام.¹

- لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الالتزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.
- أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

- تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية لأن من يرتدونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم له أكثر من حساب.²

المبحث الثالث : أنواع وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي

1- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

تتعدد تقسيمات الشبكات تبعا للخدمة المقدمة أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:

تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

¹ المرجع السابق، ص 82

² المرجع نفسه ص 83

1-1- شبكات شخصية الشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل Facebook

1-2- شبكات ثقافية تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل (library thing) .

1-3- شبكات مهنية تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة مثل : (LinkedIn)

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضا هي:

-شبكات تتيح التواصل الكتابي.

-شبكات تتيح التواصل الصوتي.

-شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

هناك تقسيم ثالث يقسم الشبكات :

الإجتماعية إلى قسمين:

أ- شبكات داخلية خاصة:

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية، أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين

وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة (linkedin) .

ب - شبكات خارجية عامة:

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صممت خصيصا لكسب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة Facebook.¹

2- خدمات الشبكات الاجتماعية:

هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء والمشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة أحداث حياتك المهمة مع من تحب بسهولة، تستطيع نشر الأخبار ومشاركتها أيضا ، والاختلاف الخدمات المقدمة اختلفت طبيعة الشبكة واستعمال مستخدميها.

3 - أنواع الشبكات الاجتماعية حسب الخدمة:

- مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها (Facebook Myspace).

- المدونات تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة (blogger) و يوجد ما يسمى التدوين الصغر plurk-twitter.

¹ سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقج للشبكات الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الجرسات و الأبحاث، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، 1432هـ، ص10

- الويكي wiki وهذه المشاركة المعلومات بين المستخدمين (Wikipedia) أشهرها وغيرها الكثير في مختلف المواضيع حتى الأفلام قد يوضع لها.
- المرتبط بالعمل: شبكات، تجمع، صناع، أعمال، أصحاب الشركات والعاملين بها (Linkedin)
- مشاركة الفيديو : youtube تسمح برفع ومشاركة مقاطع الفيديو والتعليق عليها تقيمها.
- مشاركة الصورة : تسمح برفع ومشاهدة ومشاركة الصور وإنشاء معرض الصور الشخصية ويستطيع الآخرون رؤية الصور والتعليق عليها (flickr).¹
- البودكاست: تسمح بتسجيل مقاطع الصوتية بصيغة mp3 ورفعها ومن ثم مشاركتها المستخدمين (podcast).²

المبحث الرابع : نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

1 - الفيسبوك:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيسبوك إلى صاحبه مارك زوكربيرج mark Zuckerberg حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، وفي عام 2004 أطلق Zuckerberg الفيسبوك وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجع Zuckerberg على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس قانونية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيسبوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر Zuckerberg أن يفتح أبواب موقعه امام

¹ محمد يحيى الغاريفي، الشبكات الإجتماعية pdf نقل من الموقع، 2014 http://books-library on line ص8
² المرجع السابق، ص8.

كل من يرغب في استخدامه وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، اذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007. أما التسمية Facebook فمرجعها ينسب إلى اسم الدليل الذي تستعمله بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيها أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب حيث يقدم الفيسبوك مجموعة من الخدمات لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتبعها الفيسبوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيسبوك أن يثبت المناسبات العامة التي تخصه وعائلته ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها.¹

2- فوائد وإيجابيات موقع الفيسبوك :

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات :

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الاعتبار عن البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين. وكذلك يمكن للفيسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

¹ حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك و التويتر نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، 1433هـ -1434هـ، ص31.

- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك يمكن أن يتواصل معهم ويطلع على أخبارهم وأفكارهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.¹

3- سلبيات التعامل مع موقع الفيسبوك:

هناك سلبيات ظهرت أثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفيسبوك يمكن إنجازها فيما يلي:

1- إضعاف العلاقات و المهارات الإجتماعية:

وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمع او مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأمر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال.

2- انتهاك خصوصية المشتركين:

حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا، وكذلك أي تعليقات أو مشاركات ممكن أن تصل إلى الشخص الخطأ بطريقة أو بأخرى كان يكون ذلك عن طريق أصدقاء الأصدقاء أو الاختراق. لذلك فإن الأمان الحقيقي هو عدم نشر ما لا تر من الجميع الاطلاع عليه.

¹ أ. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار سامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط1.

3- استغلال هذه المواقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية :

يمكن الجهات كثيرة أن تستغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات و صور ومشاركات قد تجمل أصحابها عملاء لهجات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.¹ فقد أكد تقرير نشرته صحيفة " الحقيقة الدولية " في عددها رقم (111) الصادر يوم 4/2008/9 تحت عنوان " العد الخفي " أن الثورة المعلوماتية جعلت من عالما قرية صغيرة، وأن هذه الثورة إضافة إلى الثورات الأخرى جعلت تلك القرية محكومة من قوة غير مركزية تتخذ من بعد التطور وخاصة " الأنترنت التفاعلي " قوة لتغيير العالم.²

2- تويتر :

هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له وكانت بدايات ميلاد هذا الموقع عام 2006 عندما أقدمت شركة (obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة العامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليها (تويتر) وذلك في أبريل عام 2008 وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفورة رمزا له، ويسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكتفا لتفاصيل كثيرة.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء من كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة

¹ المرجع السابق، ص 69-71.

² المرجع السابق، ص 27

فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريون أم بعيدون هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة.¹

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائما وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وكل الإجابات الفورية بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة كالإستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جدا وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم العامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضا معرفة ما يفعله أصدقائه ومعارفه الذين يهمهم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم، ويقدم موقع تويتر تعريفا مقتضيا له بأنه: " خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضا ببعض عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة السؤال واحد بسيط هو ماذا تفعل الآن؟".²

3- الأنستغرام Instagram :

هو تطبيق مجاني يعزز الاتصالات السريعة عبر الصوت بحيث يتيح لمستخدميه التعليق عليها أو تسجيل الإعجاب بها ويعتبر من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي وتعود بداية الأنستغرام إلى 2010 فيما توصل إلى تطبيق يعمل على النقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ثم عرضها ونشرها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.³

4- واتساب whatsapp :

هو أحد أنواع التواصل الاجتماعي يتميز هذا الموقع بخدمة مراسلات فورية والتي من خلالها يتم إرسال الرسائل الأساسية للمستخدمين وتتمثل في إرسال الصور والرسائل

¹ حنان بنت شعشوع: المرجع السابق، ص32.

² المرجع السابق، ص32.

³ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص64.

الصوتية والمكتوبة والفيديو، ولقد تأسس موقع الواتساب في عام 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم وكلاهما موظفين سابقين في موقع yahoo بحيث يتنافس واتساب مع العديد من خدمات الرسائل مثل (vechat.kahaotalk.lin).

وقد تم إرسال عشر مليارات رسالة يومية على الواتساب في 2012 و 2013 أعلنت واتساب على تويتر على أنها قد وصلت سجلاتهم اليومية الجديدة إلى 27 مليار رسالة واستحوذت شركة فيسبوك على واتساب في 19 فبراير 2014 بمبلغ يقدر بـ 19 مليار دولار أمريكي والواتساب ل يتميز بانها متاح لكل من أجهزة محمول الشخصية ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف ويترجح الواتساب حسب الإحصائيات على قائمة التطبيقات الذكية من حيث الاستخدام والتنزيل على الأجهزة.¹

4- يوتيوب youtube :

هو موقع اجتماعي على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين بمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني وقد تأسس اليوتيوب سنة 2005 بواسطة 3 موظفين الذين يعملون في شركة باي بال (pay pal) وهم تشاد هيرلي (أمريكي) وستيف (نايواني) وجاد و كريم

(بنغالي) بحيث ترك جادو كريم رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا بمثابة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي والجدير بالذكر أن مولد يوتيوب قد شهدته مدينة menlopark في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وتم إطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام، ويعتمد يوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية أروبي فلاش ويشمل الموقع على مقاطع متنوعة ومتعددة من أفلام

¹ مركز المحتسب للاستشارات دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نمونجا، دار محتسب لنشر و التوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط1، 1438هـ، ص39-40.

السينما والتلفزيون، والفيديو والموسيقى كما قامت Google في 2006 بشراء الموقع مقابل 65.1 مليار دولار أمريكي.¹

المبحث الخامس : مواقع التواصل الاجتماعي الصعوبات والتحديات

رقم الخدمات الكبيرة التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين إلى أنها تواجه عددا من الصعوبات والتحديات التي تنعكس في الغالب سلبا على المستخدم منها:²

1- ضعف الإنتاجية:

اعتاد الكثير من الأفراد استخدام وسائل التواصل لتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وتوسيعها، إلا أن ذلك قد يؤدي في كثير من الأحيان إلى إهدار الوقت والانشغال عن العمل أو الدراسة. ولهذا السبب، تعتبر هذه المواقع غير مرغوبة في بيئات العمل التي تعتمد على الانضباط والإنتاج.

2- صعوبة المغادرة:

على الرغم من توفر خيارات حذف الحسابات أو الانسحاب من الشبكات، فإن الكثير من المستخدمين يجدون صعوبة كبيرة في الانفصال التام عن هذه المنصات. وقد تسبب هذا التعلق القسري في قلق متزايد لدى فئة من المستخدمين بشأن مستقبل بياناتهم الرقمية.

3- انعدام الخصوصية وضعف الأمان:

أصبحت الشبكات الاجتماعية عرضة للاستغلال التجاري، حيث يمكن بيع بيانات المستخدمين الشخصية لأطراف ثالثة. كما أن الملكية الفكرية للمواد المنشورة مثل الصور

¹ أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة الماجستير، قسم البحوث و الدراسات الإعلامية، 2013، ص75.

² عيد الله ممدوح مبارك الرعود، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر و من جهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص50.

والمقالات والفيديوهات تظل مهددة بالاختراق أو النسخ، نتيجة لضعف أدوات الحماية، مما يجعل هذه المنصات هدفاً سهلاً لمجرمي الإنترنت.

4- إنعدام الهوية الحقيقية:

لا يمكن التحقق بشكل دقيق من الهوية الحقيقية للمستخدمين على هذه الشبكات، لأن التفاعل يتم غالباً دون التواصل الجسدي أو التعبيرات غير اللفظية. وبالتالي، يصعب تكوين صورة كاملة عن سلوك وشخصية الأفراد عبر الوسائط الرقمية فقط.

5- الشرعية والتماثل :

مكنت هذه الشبكات بعض الجهات غير الرسمية من تضليل المستخدمين، عن طريق النصب أو الاحتيال أو استخدام الحسابات المزيفة. وهو ما يشكل تهديداً على سلامة الفضاء الرقمي ويثير إشكاليات تتعلق بشرعية بعض التفاعلات والممارسات.¹

6- تزيف المحتوى:

نظراً لتعدد مصادر المحتوى وسهولة نشر المعلومات، أصبح تقييم مصداقية المواد المنشورة على الإنترنت أكثر صعوبة مقارنةً بوسائل الإعلام التقليدية. هذا التدفق الحر وغير المنتظم للمعلومات قد يؤدي إلى انتشار الشائعات أو الأخبار المفبركة، ويؤثر من يعتمد عليها.

7- المراقبة والحجب :

تمتلك الحكومات وأجهزتها الاستخباراتية قدرات واسعة على مراقبة هذه المنصات، وقد تلجأ أحياناً إلى حجبها أو فرض رقابة صارمة عليها. وفي بعض الحالات، قد تتحول وسائل

¹ عيد الله ممذوح مبارك الرعود، المرجع السابق، ص50-51.

التواصل الاجتماعي نفسها إلى أدوات للرصد والتجسس تُستخدم لجمع المعلومات عن المستخدمين.¹

المبحث السادس : القضايا التي تثيرها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1 - الهوية :

أصبحت مسألة الهوية من أهم الإشكالات التي صاحبت الاستخدام المتزايد لمنصات التواصل الاجتماعي، إذ يعبر البعض عن هويتهم الحقيقية بكل وضوح، بينما يختار آخرون التخفي وراء شخصيات وهمية أو هويات مصطنعة، لأغراض متعددة.²

وتنشأ في هذه الفضاءات الافتراضية تجارب تفاعلية يظن البعض أنها "افتراضية فقط"، لكنها في الواقع تؤثر في الحياة اليومية للفرد. فعلى هذه المنصات، يستطيع المستخدم أن يُقدّم نفسه بهوية مغايرة تمامًا لهويته الأصلية، كأن يدّعي أنه من جنس أو دين أو عمر مختلف، بل ويطور علاقات شخصية مبنية على هذه الهوية المفترضة.

في هذا السياق، تُعد الهوية الإلكترونية معيارًا يُعتمد عليه في تقييم مصداقية المعلومات وفاعلية الاتصال. كما أنها تمثل حجر الأساس في بناء الثقة بين الأفراد في البيئات الرقمية، ما يجعلها من أبرز القضايا الجدلية المرتبطة بمواقع التواصل.

1 - الخصوصية:

تشير الخصوصية إلى حق الأفراد في حجب أو تحديد كمية المعلومات التي يتم مشاركتها عنهم. فهناك بيانات شخصية مثل الاسم الكامل، رقم الهاتف، مكان العمل، البريد الإلكتروني، وغيرها، تُنشر عند التسجيل في هذه المواقع.

¹ عيد الله ممدوح مبارك الرعود، المرجع السابق، ص51.

² مريم ناريمان نومان، مرجع السابق، ص72.

وقد أفرز الاستخدام المتسع لهذه المنصات مشاكل تتعلق بتأمين هذه البيانات، لا سيما في ظل غياب سياسات خصوصية صارمة في بعض المواقع. فغالبًا ما يكون الأمان والخصوصية ليسا أولوية لدى ملاك هذه المنصات، ما يعرض المستخدمين لمخاطر تسريب المعلومات أو اختراق الحسابات.

كثير من الأفراد لا يدركون حجم الجمهور الذي يمكن أن يطلع على بياناتهم، مما قد يؤدي إلى تبعات خطيرة، خاصة إذا تم استغلال هذه المعلومات لأغراض تجارية أو غير قانونية.¹

2- العزلة الاجتماعية:

يحذر العديد من التربويين والمتخصصين في علم النفس من مخاطر الإدمان على الإنترنت، والذي يتجلى في تراجع العلاقات الاجتماعية الواقعية، وازدياد الشعور بالوحدة والاضطرابات النفسية مثل الاكتئاب والقلق. ويؤثر هذا الأمر بشكل خاص على المراهقين وطلاب الجامعات.

فالإنغماس الشديد في العالم الافتراضي يدفع الكثير من الأفراد إلى الانسحاب من تفاعلهم مع محيطهم الواقعي، مما يؤدي إلى ضعف الروابط الأسرية والاجتماعية. وبدلاً من قضاء الوقت مع العائلة والأصدقاء وجهاً لوجه، يُفضل المستخدمون التفاعل مع مجتمعات إلكترونية تتشكل وفق اهتمامات مشتركة، وغالبًا ما تكون مؤقتة وضعيفة.

ومع تَوَكُّن ما يُعرف بـ"المجتمع الافتراضي"، تبرز العلاقات الرقمية كبديل للعلاقات الواقعية، وهو ما قد يؤدي في نهاية المطاف إلى عزلة نفسية واجتماعية تهدد تماسك الأفراد داخل مجتمعاتهم الفعلية.²

¹ أحمد يونس محمد حمودة، المرجع السابق، ص72.

² أحمد يونس محمد حمودة، المرجع السابق، ص72-75.

المبحث السابع : الاستخدامات الإيجابية والسلبية للمواقع التواصل الاجتماعي

1- الاستخدامات الإيجابية للمواقع التواصل الاجتماعي

يمكن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

1-1- الاستخدامات الاتصالية والشخصية:

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء، في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، وبرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم.

ويمكن من خلال هذه مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة، والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

1-2- الاستخدامات التعليمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً متزايد الأهمية في دعم التعليم الإلكتروني وتوسيع نطاقه. فهي تتيح تواصلًا فعالاً بين الطلبة والمعلمين، وحتى بين المدرسة وأولياء الأمور. كما تكسر القيود الزمنية والمكانية التي تفرضها المدارس التقليدية، وتُسهم في تفعيل النقاشات والمشاركات، وتراعي الفروق الفردية بين المتعلمين.¹

¹ أحمد يونس محمد حمودة، المرجع السابق، ص68.

1-3- الاستخدامات الحكومية :

لجأت العديد من المؤسسات الحكومية إلى توظيف مواقع التواصل كوسيلة مباشرة للتفاعل مع المواطنين، مما أسهم في تحسين جودة الخدمات وتقليل التكاليف. تُستخدم هذه الشبكات في نشر التعليمات، تأكيد المواعيد، استقبال الشكاوى والمقترحات، وتوفير تغذية راجعة فورية تساهم في تطوير الأداء المؤسسي.¹

1-4- الاستخدامات الإخبارية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية من مصادر الأخبار لكثير من روادها وبصياغة المرسل نفسها بعيدا عن الرقابة، ما يجعلها ضعيفة من حيث المصادقية، نظرا لما يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة، بغرض التأثير على الرأي العام.

1-5- الاستخدامات الدعوية:

فتحت الشبكات الاجتماعية أبوابا واسعة أمام الدعاة والمصلحين لنشر القيم الدينية والأخلاقية على نطاق عالمي. وتمتاز هذه الوسيلة بالانتشار السريع، وقلة التكاليف، والقدرة على كسر الحواجز التقليدية التي تفرضها بعض وسائل الاعلام الرسمية. كما أنها تتيح تواصلًا مباشرًا مع مختلف الثقافات والشعوب، سواء من المسلمين أو من غيرهم.²

2- الاستخدامات السلبية للشبكات الاجتماعية:

رغم الفوائد العديدة، إلا أن هذه الشبكات قد تُستخدم في سياقات ضارة وخطيرة، ومن أبرز الاستخدامات السلبية ما يلي:³

¹ المرجع السابق، ص15.

² عيد الرحمان ابراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص68-69.

³ سلطان المسفر المبارك الصاعدي، المرجع السابق، ص16.

1-1- بث الأفكار الهدامة والدعوات المنصرفة والتجمعات الفاسدة :

وهذا يحدث خلا أمنيأ وفكريأ، وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الإأتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم وأعاونهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئأ بل هي للعلم والتدمير وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات ودول لها أهداف تخريبية.

1-2- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء:

تعد مسألة الإباحية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة. لقد ذكرت وزارة العدل الأمريكية في دراسة لها أن تجارة الدعارة والإباحية تجارة رائجة جدا هذا يبلغ رأس مالها ثمانية مليار دولار ولها أوامر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة، وتجارة الدعارة هذه تشمل وسائل عديدة كالكتب والمجلات وأشرطة الفيديو والقنوات الفضائية الإباحية والأترنت، وتقيد الإحصاءات الاستخبارات الأمريكية (FBI) أن تجارة الدعارة هي ثالث أكبر مصدر دخل للجريمة المنظمة بعد المخدرات والقمار.

1-3- التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل والابتزاز والتزوير :

وهي أخلاقيات تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات.

قد يكون الابتزاز أخلاقي : بصور أو مقاطع فيديو خاصة أخذت كرها وغضبا وهي من أكثر صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالي من قبل أشخاص أو من قبل عاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الفصل، فقد تكون معه معلومات فيسأوم صاحب المؤسسة أو الشركة على تلك المعلومات. والتزوير من أكثر

جرائم نظم المعلومات انتشارا على الإطلاق ويتم التزوير في صور شتي منها على سبيل المثال: إدخال بيانات خاطئة أو تعديل البيانات الموجودة.¹

1-4- انتهاك الحقوق الخاصة والعامة :

تتمثل هذه الانتهاكات في اختراق الخصوصية الشخصية، أو استغلال السمعة الرقمية لأفراد أو مؤسسات. وقد يشمل ذلك استخدام الأسماء أو الصور دون إذن، أو التلاعب بالمحتوى المنسوب لأشخاص حقيقيين بهدف الإساءة أو التضليل.²

المبحث الثامن : دور العولمة المعلوماتية في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

لقد شهدت عقود الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين تركيزا ملحوظا على موضوع المعرفة وعلاقتها بثورة التكنولوجيا والاتصالات من ناحية وعلاقتها في المجتمع المعلوماتي من ناحية أخرى، وقد جاء ذلك مصاحبا للوي الكامل بالأهمية الوظيفية للمعرفة " والنواتج بدوره عن تطفل تقنيات المعلومات والاتصالات في بنية الحياة الاجتماعية وتحكمها بشكل عضوي في شبكة العلاقات الاجتماعية للإنسان المعاصر، مما ساعد على ظهور مفهوم "مجتمع المعلومات " هذا إلى جانب عوامل دولية أخرى أهمها ظاهرة العولمة التي حملت لنا معها مفهوم المجتمع المعلوماتي وهو " المجتمع الذي نتج فيه لكل فرد فرصة الحصول على معلومات موثقة من أي شكل ولون ومذهب واتجاه ومن أي دولة من دول العالم دون استثناء عبر شبكات المعلومات الدولية بغض النظر عن البعد الجغرافي وبأقصى سرعة وفي الوقت المناسب للمشاركة في عملية التبادل الإعلامي³ ، كما تم تعريفه بأن المجتمع الذي تتكامل فيه نشاطات وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التقليدية، وتتسع فيه إمكانات جمع وحفظ واعداد ونشر المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية من خلال التكامل مع شبكات الاتصال والمعلومات الإلكترونية الرقمية الدولية دائمة التطور والنمو والاتساع والتي تشكل بالنتيجة

¹ المرجع السابق، ص16-17.

² المرجع السابق، ص18.

³ حنان بن شعشوع، المرجع السابق، ص22.

وسط اعلامي مرئي ومسموع ينشر معلوماته عبر قنواته التي تشمل حتى وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التقليدية من خلال شبكات الاتصال والمعلومات المحلية والإقليمية والدولية.

وقد نالت ظاهرة العولمة وتجلياتها الاتصالية والمعلوماتية والثقافية اهتماما كبيرا لتأثيرها على وظائف الاتصال والإعلام في مجتمع المعلومات حيث تقوم على الارتباط الشديد بين دول العالم عبر استخدام تكنولوجيا الاتصال وقد أدى ذلك إلى تحويل العالم بطابعه المادي إلى عالم رقمي وافتراضي حيث انتقلت كافة مجالات الحياة لتأخذ طابعا رقميا يدور في فلك الفضاء الإلكتروني كما شهد العالم اتجاه انتشار الموجة الديمقراطية والتوجه نحو اقتصاد السوق وكان لذلك انعكاسات هي القيم والمعتقدات والأفكار وكنتيجة لذلك تضاعل دور الحدود السياسية لتصبح مؤشرا على "أراضي الدول" فقط حيث ساعدت العولمة على الثورة الإعلامية وتنوع وسائل الاتصال الجماهيري فنحن نعيش اليوم عصر التكنولوجيات والمعلومات والتواصل الاجتماعي، كما نعيش مجتمع المعلومات الذي يعتمد على إستثمار التكنولوجيات الحديثة في انتاج المعلومات الوفيرة لإستخدامها في تقديم الخدمات على نحو السريع والفعال.¹

فالعولمة إذا هي تجسيد للتطورات الحياتية والفكرية والتكنولوجية المتلاحقة التي تؤدي إلى انكماش العالم من حيث الزمان والمكان وبالتالي زيادة وعي الأفراد بهذا الانكماش فهي حقيقة حياة جديدة لم تبرز سوى خلال عقد التسعينات من القرن العشرين وبالتالي فإن علاقة العولمة بكل من ثورة المعلومات وثورة وسائل الاتصال وثورة الحاسبة الإلكترونية هي علاقة تبادلية من حيث السبب والنتيجة، ويظهر ذلك حسب ما أورده بعض المفكرين فيما يلي:

حدوث نمط من التفاعلية الجديدة بين قطاع الاتصال والمعلومات وبين سائر القطاعات الإجتماعية وهو ما أنتج "مجتمع المعلومات اتسعت الأنشطة الإعلامية الاتصالية متخطية

¹ المرجع السابق، ص 22-29.

الحدود القومية بحيث أضحت المجتمعات المختلفة وثيقة الاتصال ببعضها البعض وهو ما يسمى بدبلوماسية الاتصال الإلكتروني.

وكنتيجة لنتامي ظاهرة العولمة ظهر مفهوم الإعلام الجديد إعلام التواصل الاجتماعي كمفهوم يتمحور حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين الشخص والصوت والصورة في ملف واحد والذي يشارك فيه القارئ أو المتلقي أو الجمهور بصورة عامة بدلال يكون مستقبلا للرسالة الإعلامية فقط متأثرا بمضمونها حيث أدى التطور التكنولوجي دورا فعالا ومهما في إضفاء ما يعرف بالتفاعلية على هذا النوع من الإعلام فأصبح بإمكان الجمهور التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه بل أصبح هذا المستفيد في بعض الأحيان هو صانع المادة الغيرية نصا وصورة وتعليقا ومن ثم أصبح مشاركا حقيقيا في العمل الإعلامي ومن أهم أدوات الإعلام الجديد مواقع الشبكات الاجتماعية التي استطاعت أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية المعبرة، ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت هذه الشبكات أن تتفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة وتنقل الحدث أول بأول ومن مكان حدوثه، ومن دون شك فإن وسائل الإعلام الجديدة تؤدي بجدارة مهمة الترويج للقيم الثقافية للعولمة ونشرها في مختلف مناطق العالم فهي قادرة على تحقيق مبادئ العولمة لتنميط ثقافات الشعوب وقادرة على تجسيد ما يرمي إليه الإعلام الغربي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.¹

واستنادا على ما سبق يمكن القول بأن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة خاصة فيما يتعلق بظهور شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ المرجع السابق، ص 29.

خلاصة الفصل:

يُعالج هذا الفصل التحول الكبير الذي شهدته وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها أدوات للتفاعل الإنساني في العصر الرقمي. يتناول نشأة هذه المواقع، انطلاقاً من بداياتها المبكرة وصولاً إلى ظهور منصات كبرى كـ"فيسبوك" و"تويتر". كما يوضح الخصائص البنوية لهذه الوسائل، كالعالمية، والتفاعلية، وسهولة الاستخدام، إضافةً إلى تصنيفاتها حسب طبيعة الاستخدام والخدمات التي تقدمها. ويتطرق إلى أبرز النماذج العالمية لهذه المنصات، مع تحليل إيجابياتها وسلبياتها من منظور اجتماعي وثقافي. ويُختتم الفصل بتشخيص التحديات المرتبطة بالاستخدام الواسع لهذه الوسائل، مثل قضايا الخصوصية، والهوية الرقمية، وتأثيرات العولمة المعلوماتية على المجتمعات المحلية. يظهر من هذا الطرح أن مواقع التواصل أصبحت فاعلاً مركزياً في تشكيل الفضاء العام، وأداة لإعادة بناء الروابط والعلاقات الاجتماعية، لكنها في الوقت ذاته تثير إشكاليات معقدة أخلاقياً وثقافياً.

الفصل الثاني

القيم الدينية والثقافية

الفصل الثاني: القيم الدينية والثقافية

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم القيم

المبحث الثاني : تعريف القيم الدينية

المبحث الثالث : مصادر و خصائص القيم الدينية

المبحث الرابع : أهمية القيم الدينية

المبحث الخامس : مفهوم القيم الثقافية

المبحث السادس : مكونات القيم الثقافية

المبحث السابع : وظائف القيم الثقافية

المبحث الثامن : أهمية القيم الثقافية

تمهيد:

تُعد القيم من الركائز الأساسية التي تقوم عليها المجتمعات، حيث تمثل الإطار المرجعي الذي يُنظم سلوك الأفراد ويوجههم نحو ما يُعتبر صوابًا أو خطأ. وتتبع أهمية القيم الدينية والثقافية من دورها في الحفاظ على هوية الأفراد والمجتمعات واستقرارها. في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، تظهر الحاجة إلى التمسك بهذه القيم أكثر من أي وقت مضى، خاصة في مواجهة التحديات الناتجة عن العولمة والانفتاح التكنولوجي. يُعالج هذا الفصل المفاهيم الأساسية للقيم، ويُعرّف القيم الدينية والثقافية، ويُبرز مصادرها وخصائصها ووظائفها، إضافة إلى أهميتها في بناء الفرد والمجتمع.

المبحث الأول : مفهوم القيم

1 - القيم لغة:

"جمع، مفردة القيمة، وأصله الواو، لأنه يقوم مقام الشيء والاستقامة والاعتدال يقال: استقام له الأمر"¹، والقيمة "الثن الذي يعادل المتاع، ودرجة الأهمية النسبية له"². والقيم جمع، مفردا القيمة، وقد جاء في لسان العرب " والقيمة: واحدة القيم، وأصله الواو، لأنه يقوم مقام الشيء. والقيمة ثمن الشيء بالنقويم، تقول: تقاوموه فيما بينهم، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته فقد استقام لوجهه. ويقال: كم قامت ناقتك ؟ أي كم بلغت"³.

ومما ورد يتبين أن لفظ القيم قد تضمنت المعاني الآتية:

- دلت على معنى الاستقامة وفي هذا السياق يقول الله سبحانه وتعالى: (إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلتي هِيَ أَقْوَم)⁴

- القيمة، كقوله سبحانه وتعالى: (فِيهَا كُتِبَ قِيَمَة)⁵

- معنى الثبات والدوام على الشيء. الثمن والتقدير وذلك حين نحدد ثمن السلعة ونقدرها.

2 - مفهوم القيم في الاصطلاح :

تعرف بانها " معايير منظمة للسلوك الإنساني، مصدرها القرآن الكريم والسنة النبوية، ثابتة لحماية المقاصد الشرعية، مؤثرة على اتجاهات ورغبات واهتمامات الفرد والمجتمع " (الشريف، ١٤٢٥هـ، ٣١). في حين نجد أن (الصالح، ١٤٢٤هـ، ٨٠) عرفها بأنها " مجموعة المعايير المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية والتي أمر الإسلام بالالتزام بها وأصبحت محل

¹ (الجوهري، 1399 هـ، 376 هـ).

² (مسعود، 1978م 1241 هـ).

³ (ابن منظور، 1423 هـ، 7 ج، 547).

⁴ (الإسراء: ٩).

⁵ [البينة: ٣].

اعتقاد واتفاق لدى المسلمين لأحكامهم في كل ما يصدر عنهم من أقوال وأفعال تنظم علاقتهم بالله تعالى وبالكون والمجتمع وبالإنسانية جمعاء".

تعرفها بأنها " مبادئ وقواعد منظمة للسلوك الإنساني مستمدة من القرآن والسنة يسير عليها الفرد فتحدد اتجاهاته وميوله، وتضبط سلوكه لتوجهه للخير والفضيلة، وتعينه على التكيف مع الغير، فتستقيم من خلالها حياته، وتتنز شخصيته، ويحسن تعامله مع مجتمعه على نحو يحقق الغاية من وجوده في هذا العالم على أكمل وجه".

وفي ضوء ما سبق يتبين أن القيم الإسلامية دستور متكامل مستمد من الدستور الرسمي للإسلام وهو القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، بما يعني أن هذه القيم ربانية المصدر تنظم علاقات الإنسان بنفسه وبغيره من بني جنسه وبغيره من سائر المخلوقات، كما أنها تنظم علاقته بالكون وبخالقه جل وعلا، وتهدف في النهاية إلى استقرار المجتمع أفراداً وجماعات وتحقيق السعادة لهم في الدنيا والآخرة.

المبحث الثاني : تعريف القيم الدينية

يمكن تعريف القيم الدينية بأنها كل المعايير التي حددها الدين الإسلامي، والتي توجه سلوك الفرد، وتجعل منه فرداً صالحاً في المجتمع الذي يعيش فيه، كما أنها من باب أولى تحسن من علاقته بربه تعالى، وتوفر له الطمأنينة والسلام الداخلي. والقيم الدينية تمثل ديننا الحنيف، إنه "... ثقافة و أخلاق وتربية، يعالج مجتمعات في أحوالهم الوجدانية، عواطفهم التي يريدونها أن تكون نبيلة بفضل تلك التربية الدينية، والتي لها صلة بنصوص تكمن غايتها في بث العقائد الصحيحة في نفوس المتعلمين، وتطهير قلوبهم من الأوهام الشائعة، كذلك غرس الفضائل والأخلاق الحميدة، والعادات الصالحة في نفوسهم".¹

¹ عبد العليم إبراهيم، دت، الموجه الفني لمدرسي اللغة العربية وأدائها، دار المعارف، مصر، ص 340.

والقيم الدينية "... تشكل الإطار المرجعي لضبط السلوك وترشيد علاقة الإنسان بذاته و المجتمع، وتشمل العبادات والإيمان بالقوى الغيبية والثقافة الدينية، وإدراك أهمية الدين في الحياة والتعاون، ودعم القيم الدينية يقصد به ارتقاء وتقوية القيم الروحية التي تنعكس عمليا على سلوك الفرد من حيث الالتزام بالأدوار والمسؤوليات والواجبات الفردية والاجتماعية¹، وإذا التزم الفرد باتباع القيم الدينية فإنها ستعكس بالإيجاب على علاقته بخالقه تعالى وعلى سلوكياته وعلى علاقاته بمن حوله. ولقد حدد الاسلام القيم الأخلاقية السليمة والفضائل النبيلة التي يجب على أي فرد أو جماعة أو مجتمع الالتزام بها، وبعد هذا الهدي المحدد للقيم الأخلاقية يصبح واجب المفكرين والمصلحين الاجتهاد في شرح وتفصيل تلك القواعد، ودعوة الناس إلى الالتزام بما شرعه الله تعالى لعباده، وبما جاء في سيرة النبي الكريم² ومن هنا يبرز دور الأئمة والمصلحين في بيان هذه القيم للناس وحثهم عليها، وذلك بإبراز دورها في الحياة، وإجاباتها في المجتمع.

المبحث الثالث : مصادر و خصائص القيم الدينية

وللقيم الدينية مصادر عديدة، منها: القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، والإجماع والقياس، وهذا تفصيل كل واحدة منها:

1- القرآن الكريم:

وهو المصدر الأول الذي تتبع منه القيم الدينية، أن له الدستور الذي وضعه الله تعالى لعباده في الأرض، وحدد فيه الأوامر والنواهي التي يجب على العباد اتباعها، والقيم الدينية منها ما هو صريح وواضح في القرآن الكريم، مثل قيمة الصدق، التي حث عليه الله تعالى في كثير من المواضع في كتابه العزيز، ومنها قوله تعالى: " واجعل لي لسان صدق في

¹ نورهان منير حسن فهمي (1999) القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،
² موزة أحمد راشد العبار، 2008 م، القيم الأخلاقية بين الفكرين الإسلامي والغربي في عصر العولمة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ص117.

الآخرين ¹، وقوله سبحانه: " أولئك الذين صدقوا وأولئك هم المتقون " ² ، وقوله أيضا: " فليعلمن الله الذين صدقوا وليعلمن الكاذبين " ³، ففي هذه المواضع نجد أن الله تعالى يجعل من اتباع قيمة الصدق أمرا لعباده المسلمين، ملا له من فضل عليهم في الدنيا والآخرة.

وهناك قيم أخرى لم تذكر صراحة في القرآن الكريم، بل هي مفهومة من سياق آياتها الكريمة، ومنها قيمة السعادة، ونجد ذلك في قوله تعالى: " إن الذين قالوا ربنا الله ثم استقاموا تتنزل على هم الملائكة ألا تخافوا ولا تحزنوا وأبشروا بالجنة التي كنتم توعدون " ⁴ ، فالسعادة لم تذكر بصريح العبارة في الآية الكريمة، وأشار إليها بقوله تعالى: " ولا تحزنوا وأبشروا بالجنة "، ونجد ذلك في قوله تعالى: " وقالوا الحمد لله الذي أذهب عنا الحزن إن ربنا لغفور شكور " ⁵، وفي قوله سبحانه: " الذي أذهب عنا الحزن " دليل على شعورهم بالسعادة والاطمئنان، و هناك آية أخرى تدل على استحسان السعادة والفرح ما دام المسلم يوكل أمره لخالقه عزوجل، وذلك في قوله تعالى: " إذ يقول لصاحبه لا تحزن إن الله معنا " ⁶، فمن كان الله تعالى معه حق لها الفرح والسعادة و استبشر بالخير.

2- السنة النبوية الشريفة:

والسنة النبوية الشريفة هي المصدر الثاني الذي يبين لنا أهم القيم الدينية التي دعا إليها ديننا الحنيف، والسنة النبوية كما هو معروف هي كل ما ورد عن الرسول صلى الله عليه وسلم من قول وفعل وتقرير، أي كل ما ورد عنه بصريح اللفظ، وبطريق العمل والفعل وبصيغة الاستحسان ما رآه أفعال صحابته رضوان الله تعالى عنهم. ومن أهم القيم التي دعا إليها الرسول صلى الله عليه وسلم في أحاديثه: قيمة الرفق، وفيه يقول عليه الصلاة والسلام: " يا عائشة ارفقي فإن الله إذا أراد بأهل بيت خيرا دلهم على باب الرفق " (مسند الإمام

¹ (القرآن الكريم، السورة الشعراء، الآية 84)

² (القرآن الكريم، السورة البقرة، الآية 177)

³ (القرآن الكريم، السورة العنكبوت، الآية 03)

⁴ (القرآن الكريم، السورة فصلت، الآية 30)

⁵ (القرآن الكريم، السورة فاطر، الآية 34)

⁶ (القرآن الكريم، السورة التوبة، الآية 40)

أحمد) ، ومن القيم الدينية التي دعا إليها قيمة الصدق، وفيه يقول صلى الله عليه وسلم: " التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين و الشهداء " (رواه الترمذي)، ومن القيم كذلك قيمة الرحمة، حيث يقول عليه أفضل الصلاة والتسليم: " وإنما يرحم الله من عباده الرحماء " (رواه البخاري).

3- الإجماع :

وظهر الإجماع بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم وانقطاع الوحي عن الناس، وظهرت بعد ذلك ظروف تستدعي التصرف فيها، ولكن لم يرد فيها أمر شرعي، وهنا ظهر الإجماع الذي يعرف بأنه: "...اتفاق جميع المجتهدين من المسلمين في عصر من العصور بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم على حكم شرعي في واقعة، قال الله تعالى: " وإذا جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به ولو رده إلى الرسول و أولي الأمر منهم لعلمه الذين يستنبطونه منهم " ¹، فإذا ثبت الإجماع حول حادثة بذاتها فإنها تندرج ضمن السلم القيمي الحاكم للجماعة المسلمة وأفرادها. ²

4- القياس:

والقياس شبيها الجماع في أنه ظهر بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم، ولكنه يختلف معه في أنه يعتمد فيه على النظر في حدث وقع في عهد النبي صلى الله عليه وسلم وبث في أمره عليه صلوات الله وسلامه، ولذلك قيل أنه: " إلحاق واقعة لم يرد في حكمها نص والإجماع بواقعة أخرى ثبت حكمها بأحدهما إشتراكهما في علة الحكم التي تدرك بمجرد معرفة اللغة العربية بل الإجتهد ³

¹ (القرآن الكريم، السورة النساء، الآية 83)

² الإمام محمد أبو زهرة، 1948م، الشافعي حياته و عصره و أدأؤه و فقهه، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص231.

³ شلبي محمد مصطفى، 1403هـ-1983م ، أصول الفقه الإسلامي، الدار الجامعية للطباعة و النشر، لبنان، ج1، ص203.

1 - خصائص القيم الدينية :

القيم الدينية الإلهية المصدر فإن لها مجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من القيم حيث يمكن حصرها فيما يلي:¹

- الواقعية :

- تستجيب القيم الدينية للفطرة الإنسانية تحقق في مجموعها توازنا بين مطالب المادة و الروح و بين مطالب الفرد والمجتمع و بين مطالب الدنيا و الآخرة، قال الله تعالى " وابتغ فيما آتاك الله الدار الآخرة ولا تنسى نصيبك من الدنيا و أحسن كما أحسن الله إليك"²

- الثبات :

القيم الدينية ليست نسبية فهي لا ترتبط بالمصالح.

- الشمولية :

القيم الدينية شاملة لجميع شؤون الحياة الإنسانية و تنظيم جميع علاقات الإنسان.³

- الاتساق :

ان للقيم الدينية خاصية هامة تتميز بها المجتمعات الاسلامية عن غيرها من المجتمعات الغير الاسلامية وهو أنها ترتبط ببعضها البعض وتتفاعل فيما بينها و لا يمكن فصل قيمة عن قيمة فهي إذا مترابطة ومتماسكة فيما بينها.

¹ حمود عطا حسين، عقل المرجع السابق، ص 69-70

² (سورة القصص).

³ بن منصور، دور القيم الدينية في التنمية، ماجستر في علم الاجتماع الديني بآتنة 2010، ص 56.

المبحث الرابع : أهمية القيم الدينية

القيم الدينية تُعتبر من أهم الأسس التي تُشكل هوية الأفراد والمجتمعات، فهي تُوجه السلوك الإنساني نحو الصلاح والخير، وتُساهم في تحقيق التوازن بين الحياة الروحية والمادية. تتبع أهمية القيم الدينية من دورها الكبير في تعزيز الأخلاق والسلوك الإيجابي، حيث تُشجع على التمسك بمبادئ الصدق، الأمانة، العدل، الرحمة، والإحسان.

كما تسهم القيم الدينية في تحقيق التماسك الاجتماعي، حيث توفر إطاراً أخلاقياً مشتركاً يُعزز التعاون بين أفراد المجتمع، ويُقلل من النزاعات. هذه القيم تُرسخ فكرة التكافل الاجتماعي من خلال دعوة الأفراد إلى مساعدة المحتاجين والعناية بالضعفاء، مما يُعزز الروابط الإنسانية.

بالإضافة إلى ذلك، تُساعد القيم الدينية الأفراد على تحقيق السلام الداخلي، حيث تُعزز الروحانية والارتباط بالخالق، مما يُوفر السكينة والطمأنينة النفسية. وعلى الصعيد الخارجي، تسهم هذه القيم في نشر التسامح وتعزيز التفاهم بين الثقافات المختلفة، مما يُساهم في تحقيق السلام العالمي.

وفي ظل التحديات التي تواجه المجتمعات اليوم، مثل العولمة وتغير القيم الاجتماعية، تُصبح القيم الدينية أداة فعالة للحفاظ على الهوية الثقافية والدينية. تعزيز التعليم الديني ونشر الوعي بأهمية هذه القيم يُعدّان خطوات ضرورية لمواجهة التأثيرات السلبية، وضمان استمرارية القيم الأصيلة في الأجيال القادمة.

القيم الدينية ليست مجرد قواعد، بل هي دعامة رئيسية لبناء مجتمع قوي ومتوازن، قادر على مواجهة التحديات، وتحقيق تطلعاته بروح من التعاون والسلام.

المبحث الخامس : مفهوم القيم الثقافية

هي الملامح الثقافية الواحدة التي تشكلت في إطار جغرافي بشري متميز عن غيره، وبأسهام الفئات الاجتماعية المختلفة، وتصبح هذه القيم الثقافية نتاجا لفاعلية هذه الأمة، وتعبيرا عن شخصياتها القومية، وهويتها الحضارية، وإبداعها الفكري والمادي المستمر، كما أنها ذلك الكل المركب الذي يحتوي على المعرفة، والاعتقاد، والفن، والأخلاق، والقانون والعادات والتقاليد، وأي قدرات أخرى تكتسب بواسطة الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع.¹

كما أنها مجموعة من المعتقدات، والأفكار، والمبادئ، والمعايير، والأسس الثقافية التي تربط الفرد بهويته، وتربط المجتمع بتقاليده وتنظم العلاقات بينهم، أي أنها عبارة عن نموذج منظم ومتكامل من التصورات والمفاهيم الصريحة أو الضمنية يحدد ما هو مرغوب فيه ثقافيا، ويؤثر في اختيار الأهداف، والأساليب والوسائل الخاصة بالفعل في جماعة أو مجتمع ما وهذا النموذج يتكون من عناصر ومكونات الثقافة، وهي كالأتي: قيم دينية، واجتماعية، وأخلاقية واقتصادية وعلمية، وجمالية، وأسرية وسياسية.²

كما تعرفها زينب عرفات بأنها عبارة عن أحكام، ومعايير، واتجاهاتها، ودوافع، ومعتقدات تكتسب من خلال مؤسسات تنشئة وتربية الطفل في صورة صريحة، أو ضمنية، بهدف ضبط وتوجيه ودفع سلوكه في الاتجاه الذي يرغبه المجتمع ويرتضيه لأفراده، وتكون مستمدة من العقيدة، والتقاليد والأعراف، وتحظى بقبول غالبية أفراد المجتمع، وتقاس من خلال مظاهر السلوك، وبذلك تمثل جزءا أصيلاً من المجتمع (زينب عرفات) 74 2006.

وهي أيضاً من المفاهيم الشائعة في مختلف العلوم الاجتماعية، والإنسانية الاقتصادية؛ لأنها قيم تنتمي لعالم واقعي، كما أنها غايات أهداف ينبغي أن يسعى الإنسان إلى تصنيفها، وهي ليست من نتاج العقل وحده، بل ترتبط بالأخلاق والدين، (Pertou 2008,121)

¹ حاتم هلاوي، 2007 (381)

² علياء عبد الفتاح، 2003 41.

المبحث السادس : مكونات القيم الثقافية

- مكونات القيم الثقافية، وهي كالتالي:

- المكون المعرفي:

يشير المكون المعرفي إلى المعرفة والأفكار التي يمتلكها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم. يشمل هذا المكون الطرق التي يفهم بها الأفراد الحقائق، القيم، والمفاهيم الثقافية التي تحدد نظرته للكون ولحياة. المعرفة لا تقتصر على المعلومات الجافة فقط، بل تشمل أيضاً الرموز، الأساطير، والنظريات التي يتبناها المجتمع لتفسير الظواهر والمفاهيم. هذا المكون يساعد على تشكيل الهوية الثقافية، ويؤثر في كيفية تفسير الأفراد للأحداث التي تحدث في بيئتهم¹.

جوانب المكون المعرفي:

- 1- اللغة: تعد اللغة أداة حيوية في نقل الأفكار والمعتقدات الثقافية بين الأفراد. كما أنها تُعتبر إحدى الركائز الأساسية التي تحدد كيفية التفكير والتواصل داخل المجتمع.
- 2- المعتقدات والمفاهيم: تشمل المعتقدات الدينية، الفلسفية، أو الثقافية التي يلتزم بها الأفراد داخل المجتمع.
- 3- المعارف العلمية والفنية: كيف يرى المجتمع التقدم العلمي والفني وكيف يتم دمج هذا التقدم ضمن القيم الثقافية.
- 4- التصورات الرمزية: مثل الأساطير، القصص الشعبية، والأمثال التي تستخدم لتعريف قيم معينة.

¹ Tylor, E. B. Primitive Culture, London: Jhon Murray, Vol 1, page 1, 1871.

– المكون الوجداني:

يشمل الاستجابات العاطفية التي تنشأ عن القيم الثقافية وتؤثر في كيفية إدراك الأفراد للعالم من حولهم. العواطف لا تتشكل في فراغ، بل هي جزء من إطار ثقافي أوسع يتضمن الرموز، المعتقدات، والنماذج الثقافية التي توجه كيف يشعر الأفراد ويتصرفون.

النقاط الأساسية التي تندرج تحت المكون الوجداني:

1- المشاعر الجمعية: القيم الثقافية تساهم في خلق مشاعر جماعية مثل الفخر الوطني، الانتماء الاجتماعي، والاعتزاز بالتراث. هذه المشاعر تلعب دوراً في توحيد الأفراد داخل المجتمع وتعزز من هويتهم الثقافية.

2- الانفعالات المرتبطة بالعادات والتقاليد: كثير من العادات والتقاليد الثقافية ترتبط بعواطف خاصة، مثل الاحتفال بالعيد أو المشاركة في الطقوس الدينية. يمكن أن يشعر الأفراد بالفرح، الحزن، أو التفاؤل بناءً على هذه الممارسات.

3- التعاطف والتفاعل الاجتماعي: القيم الثقافية تساعد في تشكيل كيف نخبر التعاطف تجاه الآخرين. قد تكون المجتمعات أكثر ميلاً لتشجيع العواطف التي تتعلق بالتضامن الجماعي، مثل التعاون والمساعدة المتبادلة¹.

4- التأثير على العلاقات العاطفية: القيم الثقافية تحدد أيضاً كيف يُنظر إلى الحب، الصداقة، الأسرة، والعلاقات الشخصية. على سبيل المثال، في بعض الثقافات يُقدّر الحب الرومانسي بشكل كبير، بينما في ثقافات أخرى قد تكون العلاقات الأسرية هي المحور الرئيس في العاطفة والولاء.

¹ العواد، عبد الله، الثقافة و المجتمع: دراسة في علم الاجتماع الثقافي، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 2014، ص 124-126.

5- **التحكم في العواطف:** بعض الثقافات تشجع على قمع أو تنظيم العواطف مثل الغضب أو الحزن، بينما في ثقافات أخرى يمكن أن يُسمح للأفراد بالتعبير عن مشاعرهم بحرية أكبر. هذا يختلف باختلاف القيم الثقافية التي تحدد السلوك العاطفي المقبول.

6- **التأثير على الهوية الشخصية:** العواطف المرتبطة بالقيم الثقافية تلعب دوراً كبيراً في بناء الهوية الشخصية. كيف يشعر الأفراد تجاه أنفسهم وأمام الآخرين يعتمد إلى حد كبير على القيم العاطفية التي يتبنونها في ثقافتهم.

- المكون السلوكي:

وهذا الجانب يشمل الأنماط السلوكية التي يتبناها الأفراد في المجتمع، وهي تصرفات تتعلق بمعتقداتهم الثقافية. هذه السلوكيات لا تنشأ من فراغ، بل هي نتاج مباشر للمعتقدات والقيود والحرية التي تسمح بها الثقافة. مثلاً، في بعض الثقافات قد يُشجع الناس على التصرف بطريقة متواضعة ومهذبة، بينما في ثقافات أخرى قد يُشجع الأفراد على التعبير عن أنفسهم بحرية وبلا تردد¹.

جوانب المكون السلوكي:

1- **الطقوس والممارسات اليومية:** تتضمن الطقوس الاجتماعية مثل التحية أو الممارسات العائلية مثل كيفية التعامل مع الوالدين أو الأطفال. على سبيل المثال، في بعض الثقافات يُعتبر الجلوس على الأرض أو تقديم الطعام بشكل جماعي جزءاً من سلوكيات محترمة في الأوقات الاجتماعية.

2- **الممارسات الدينية:** يؤثر المكون السلوكي في كيفية ممارسة الديانات المختلفة. في الثقافات الدينية، يمكن أن تشمل السلوكيات مثل الصلاة، الصوم، الذهاب إلى الكنيسة أو المسجد، أو التزام تعليمات دينية معينة.

¹ Edward Tylor, Culture Primitive, Vol 1, 2 edition, New York, originally published 1871, page 1.

3- الممارسات الاجتماعية والجماعية: يشمل ذلك كيفية الاحتفال بالمناسبات الاجتماعية أو الوطنية، مثل المشاركة في الاحتفالات، الأفراح، أو حتى في المظاهرات. تُعتبر هذه السلوكيات جزءًا من التعبير الجماعي عن القيم الثقافية.

4- التفاعل الاجتماعي: يشمل سلوكيات الاحترام، التعاطف، التعاون، والتفاعل اليومي بين الأفراد في المجتمع. في بعض الثقافات، يُعتبر التواصل المباشر والمفتوح أمرًا ضروريًا، بينما في ثقافات أخرى يُفضل السلوك المتحفظ والمحافظة على المسافة.

5- التقاليد الأسرية: السلوكيات المتعلقة بكيفية تربية الأطفال أو تنظيم الحياة الأسرية تمثل أيضًا مكونًا سلوكيًا. على سبيل المثال، قد تجد أن في بعض الثقافات يُشجع الآباء على فرض الانضباط على أبنائهم بطريقة صارمة، بينما في ثقافات أخرى يُشجعون على الحرية والاستقلالية في اتخاذ القرارات.

المبحث السابع : وظائف القيم الثقافية

تعد القيم الثقافية من الركائز الأساسية التي تشكل بنية المجتمع وتؤثر بشكل عميق في سلوك الأفراد وعلاقاتهم. هذه القيم لا تقتصر على المعتقدات والأفكار فقط، بل تؤدي إلى مجموعة من الوظائف المتعددة التي تساهم في استقرار المجتمع وتنظيمه وتوجيهه نحو أهداف مشتركة. ومن خلال هذه الوظائف المتنوعة، تساهم القيم الثقافية في تعزيز التماسك الاجتماعي وتحقيق التقدم على مختلف الأصعدة. سنستعرض أبرز هذه الوظائف وأهميتها في الحياة اليومية¹.

- تزويد الأفراد بمعنى الحياة:

تعمل القيم الفردية كدليل داخلي يمد الشخص بشعورٍ بالانتماء والغرض من الوجود، إذ يكتسب الفرد من خلالها رؤية واضحة لما هو مهم بالنسبة له. فعندما يؤمن الإنسان بقيمة

¹ Michael B. Parry, Culture, Society, and Development, London, 2005, page 89.

الصدق مثلاً، يشعر بأن حياته أكثر وضوحاً واتزاناً، ويجد في التمسك بالصدق مبرراً لأفعاله اليومية. هذا الشعور بالغرض يساعده على مواجهة التحديات وتجاوز الصعوبات بثبات وقوة إرادة.

– المساعدة على التنبؤ بسلوك صاحبها:

تمثل القيم الفردية إطاراً ثابتاً يمكن الاعتماد عليه للتوقع المسبق لسلوك الفرد في مواقف مختلفة. فإذا علمنا أن شخصاً يقدر قيمة التعاون، فإننا نتوقع منه مساعدة زملائه والمشاركة الفعالة في العمل الجماعي. وبالعكس، فإن الشخص الذي يفضل النجاح المادي فوق كل شيء قد يتصرف بأنانية أو تنافسية أكثر في المواقف المشابهة.

– استخدامها كمعايير يقاس بها العمل ويُقيم بها السلوك:

تُستخدم القيم الفردية كذلك كأسس للتقييم الذاتي وللآخرين، فهي توفر مقياساً لمراقبة مدى توافق الأفعال مع المعتقدات. فعندما يقوم الفرد بتقييم ذاته، يقيس أفعاله وفق قيمه كمثال: (هل كنت مُنصفاً؟ هل حافظت على وعودي؟). وفي المجتمعات الصغيرة أو فرق العمل، يُقيم الأشخاص بعضهم بعضاً اعتماداً على مدى التزام الآخرين بنفس القيم، ما يعزز الثقة والتفاهم.

– تزويد الفرد بالإحساس بالغرض وتوجيههم نحو تحقيقه:

لا تقتصر القيم على تحديد معايير السلوك فحسب، بل تمتد لتكون دافعاً قوياً يعمل على توجيه الفرد نحو تحقيق أهدافه طويلة الأمد.¹

فالفرد الذي يؤمن بقيمة الإبداع، على سبيل المثال، يخصص وقتاً وجهداً أكبر لتطوير مهاراته وإنتاج أفكار جديدة، ويضع لنفسه أهدافاً واضحة تتوافق مع هذا المبدأ. وهكذا تتحول القيم إلى قوى داخلية تدفع إلى الإنجاز والتطوير الشخصي.¹

¹ محمد العطار ، القيم الثقافية و المجتمع ، القاهرة ، 2004 ، ص89

- تهيئة الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد:

تمثل القيم الثقافية مجموعة من المبادئ المشتركة التي توحد تصرفات الأفراد ضمن المجتمع، فتعمل كهيكل مشترك يربط بين مختلف أفرادهم. فمثلاً، تقدير الضيافة في بعض الثقافات يضمن ترحيباً موحداً بالضيوف وزوار البيت أو القرية، ويقوي بذلك الروابط الاجتماعية. وعندما يتبنى المجتمع قيماً مثل العدالة أو المساواة، تنعكس هذه القيم في تنظيم القوانين والأنظمة التي تحكم العلاقات بين الناس.

- التنفيذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين:

لا يقتصر دور القيم الثقافية على توجيه السلوك الفردي، بل تصبح معياراً خارجياً يُستخدم للحكم على تصرفات الآخرين. فإذا خالف شخص ما قيمةً مجتمعيةً متفقاً عليها، فإن المجموعة تصدر حكمها عليه سواء بالموافقة أو الاستنكار، وقد يتعرض لاستجابات اجتماعية تتراوح بين التنبيه والضغط لتصحيح الخطأ أو حتى العقاب في بعض الأحيان.

- تمكين الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود أفعالهم:

توفر القيم الثقافية إطاراً للاستنباط بتصرفات الآخرين وتوقع ردود أفعالهم. فعندما يعرف الفرد أن مجتمعه يثمن التعاون والوفاء بالعهود، فإنه يتوقع موقفاً إيجابياً من الآخرين عند عرضه تعاوناً أو طلبه وعداً. هذا التنبؤ يسهل عملية التواصل ويقلل من حالات سوء الفهم والنزاع، لأن كل طرف يستند إلى مجموعة مشتركة من التوقعات والمعايير.

- تنمية إحساس الفرد بالصواب والخطأ:

تعمل القيم الثقافية على ترسيخ أحكام مشتركة حول ما هو مقبول وما هو مرفوض في المجتمع، فتصبح لدى الأفراد قدرة فطرية على التمييز بين الصواب والخطأ بناءً على المعايير الجماعية. ويزداد هذا الإحساس قوة عندما تحظى القيم بثناء المجتمع وتكريمه لمن

¹ محمد العطار، نفس المرجع، ص 90

يلتزم بها، والعقوبة أو الرفض لمن يخالفها، مما يعزز الضمير الجماعي لدى الفرد ويدفعه للمحافظة على انسجامه مع مجموع القيم السائدة.

المبحث الثامن : أهمية القيم الثقافية

أوضح كل من محمد العطار (2009)، فتحي يوسف (2001)، جبريل العريش (2015)، محمد العطار (2004)، رزق ابراهيم (2011)، حسنين عبد المقصود (2002) صالح هندي ومفيد كتيب (2008) أن القيم الثقافية تنحصر أهميته في الآتي:

- تمكن الفرد من ضبط نفسه، وتحديد توقعاته من ردود فعل الآخرين.
- لها دور في التوجيه والإرشاد النفسي.
- تؤثر على قدرات الأفراد الإبداعية والابتكارية.
- تساعد على ربط أجزاء الثقافة ببعضها البعض.
- تساعد على إصدار الأحكام حول سلوك الفرد.
- تشكل إطاراً عاماً للجماعة ومعايير تصرفاته.
- تساعد الأفراد على الحفاظ على قيمهم وثقافتهم.
- تساعد على التفاعل الإيجابي في المجتمع تفاعلاً اجتماعياً اقتصادياً وثقافياً وعلمياً.
- تهدف إلى تعديل السلوك وفقاً للدين والعرف والتقاليد.
- تؤدي دوراً مهماً في خلق بيئة تربوية مناسبة بين الأفراد في المواقف المختلفة.
- تساعد في ربط أجزاء الثقافة ببعضها البعض.
- تعمل كمعيار أساسي يوجه سلوك الأفراد.

- تمثل معيار اتفاق ورضا من الجميع.
- تساعد على التنبؤ بسلوك الطفل في المواقف المختلفة.
- تؤدي دورا فعالا في التوافق النفسي والاجتماعي للأفراد والنمو المعرفي للطفل.

خلاصة الفصل:

يناقش هذا الفصل الإطار المفاهيمي والنظري للقيم بوصفها محددًا أساسيًا للسلوك الاجتماعي. يبدأ بتأصيل لغوي واصطلاحي للقيم، مع تركيز خاص على القيم الدينية المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية، ويبرز مصادرها (كالقياس والإجماع)، وخصائصها كالواقعية والثبات والشمول. كما يوضح دور القيم في تحقيق التوازن بين الروح والمادة وتعزيز هوية الأفراد والمجتمعات. ثم ينتقل إلى تحليل القيم الثقافية بوصفها جزءًا من المنظومة الرمزية للمجتمع، موضحًا مكوناتها المعرفية والوجدانية والسلوكية، ووظائفها في تنظيم الحياة الاجتماعية وتحديد معايير الحكم الأخلاقي وتوجيه سلوك الأفراد. يُبرز الفصل أهمية هذه القيم في الحفاظ على التماسك الاجتماعي، والتفاعل الحضاري الإيجابي، ومواجهة تحديات العولمة، باعتبارها دعائم أساسية لبناء مجتمع متوازن قائم على التسامح والاحترام المتبادل.

الفصل الثالث

ماهية الشباب

الفصل الثالث : ماهية الشباب

تمهيد

المبحث الأول : تعريف الشباب

المبحث الثاني : خصائص الشباب

المبحث الثالث : حاجيات الشباب

المبحث الرابع : أهمية الشباب في المجتمع

المبحث الخامس : مشكلات الشباب في المجتمع

تمهيد:

يُعد الشباب من أهم الفئات الاجتماعية، باعتبارهم القوة الحية والطاقة المتجددة التي يُعول عليها في بناء الحاضر وصياغة المستقبل. ويمثل فهم طبيعة هذه الفئة وديناميكياتها ضرورة لفهم كيفية تفاعلها مع مستجدات العصر، لا سيما في ظل التغيرات الاجتماعية والثقافية التي فرضتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة. يتناول هذا الفصل المفاهيم المرتبطة بالشباب، السمات المميزة لهم، التحديات التي يواجهونها، ودورهم في المجتمع، مع التركيز على علاقتهم بالقيم ومواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء التغيرات الثقافية والدينية التي يعرفها العالم المعاصر.

المبحث الأول : تعريف الشباب

يعد مفهوم الشباب من المفاهيم التي استقطبت الكثير من الباحثين والمفكرين من مختلف التخصصات كما هو شأن الكثير من المفاهيم في العلوم الاجتماعية. الأمر الذي يفسر تعدد المقاربات التي تناولت تعريف الشباب باعتباره يشير إلى فئة لها نشاط وفعالية في بناء المجتمع. الشباب هي مرحلة جديدة في مسار الحياة بين المراهقة والبلوغ، تسمى بشكل مختلف "مرحلة ما بعد المراهقة"، "الشباب" أو مرحلة البلوغ الناشئة خلال هذا الوقت، يكون الشباب متحررين نسبياً من مسؤوليات الكبار وقادرين على استكشاف خيارات على المستوى الشخصي و المهني وهي الفترة الحرجة من التحولات عندما ينتقل الفرد من خلال طور الطفولة والمراهقة إلى مرحلة البلوغ ، إنه وقت العاصفة والضغط التي يتم خلالها تفكيك شخصية الطفولة، وتتشكل شخصيات جديدة.

وتقع مرحلة الشباب تقليدياً ما بين سن الثانية عشرة والرابعة والعشرين، وتُقسم إلى ثلاث فترات: المراهقة المبكرة (12-14)، المتوسطة (15-17)، والمتأخرة (18-24). ويتم خلالها إعادة تشكيل الشخصية وتفكيك الملامح الطفولية استعداداً للدخول في عالم الكبار.¹

يُعرّف الشباب كذلك بأنهم الفئة القادرة على التفاعل النشط مع القيم والأفكار الجديدة، واستيعاب المتغيرات، والتكيف معها. وتمتد أعمارهم حسب بعض الدراسات من 15 إلى 25 عاماً، وهي المرحلة التي تتبلور فيها التحولات الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية، لتقودهم إلى مستوى معين من النضج والاستقرار النسبي²

وعرف عبد الله بوجلال الشباب بأنها فئة اجتماعية لها ميزاتها وخصائصها التي انفردت بها بقية الفئات العمرية الأخرى، و يأتي في مقدمة تلك السمات بالإضافة إلى عامل السن الجراة

¹ محمد الفاتح حمدي، استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال و الإعلام الحديثة و انعكاساتها على قيمهم الثقافية و الاجتماعية، مذكرة ماجستير، كلية الصحافة و الإعلام، جامعة باتنة، الجزائر، ص64.

² علي ليلة ، و آخرون، الشباب القطري، إهتماماته و قضاياها، الوثائق و الدراسات الشبانية، جامعة قطر، 1991، ص67.

الديناميكية وحب الاطلاع و الرغبة في التغيير و القلق على المستقبل و حب الظهور ورفض الواقع والإقبال على الجديد من الأفكار والقيم وأنماط السلوك وغيرها...¹ "الشباب في القرآن الكريم: تناول القرآن الكريم موضوع الشباب في كثير من الإستعمال كلمة 'فتية' بدل الشباب و هو يشير إلى أهم انجزاتها لصالح الأمة الإسلامية :

فتحدث عن سيدنا إبراهيم عليه السلام (الفتى)، حيث يقول الله تعالى (فجعلناهم جذاً إلا كبيراً لهم لعلهم إليها يرجعون قالوا من فعل هذا بألهتنا إنه لمن الظالمين، قالوا سمعنا فتى يذكرهم يقال له إبراهيم).

لقد سجل القرآن الكريم لمسة تقدير لثلة من الشباب المؤمن على مر الزمان دعانا الله في شأنهم إلى التمثيل بعملهم والأخذ بمنهجهم حيث قال الله تعالى (نحن نقص عليك نبأهم بالحق إنهم فتية آمنوا بربهم و زناهم هدى) و هم فئة من الشباب الذين آووا إلى الكهف لينجو بإيمانهم و جعل الله قصتهم عنواناً لسورة قرآنية ألا وهي سورة الكهف² (51)

"وحسب علماء الاجتماع فإن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دور أو أدوار في بنائه حينما يحاول الشخص من احتلال مكانة أداء دور في السياق الاجتماعي وفق معايير التفاعل الاجتماعي.

"تبدأ مرحلة الشباب والمراهقة كما تسمى في بعض الكتابات بتخطي مرحلة بلوغ الحلم أو اكتمال النضج الجنسي بلوغ القدرة على التناسل و تيقظ الحاجة الجنسية .ويحدث ذلك عند سن الخامسة عشر أو قبلها بقليل و تغطي مرحلة الشباب مدة عشر سنوات تقريبا فتنتهي في الخامسة و العشرين أو ما حولها فمصطلح بلوغ الحلم يشير إلى الناحية الجنسية من النضوج أو الارتقاء والتي تتمثل في اكتساب القدرة على القذف عند الذكر و الحيض عند الأنثى بالإضافة إلى الخصائص الجنسية الثانوية .أما مصطلح المراهقة أو بداية النضوج

¹ السعيد بومعيرة، آخر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراة، قسم الإعلام، جامعة 3، 2006، ص178
² (سورة الكهف51).

البدني و العقلي والنفسي والاجتماعي، فمعناه أشمل من معنى البلوغ وتبدأ مرحلة المراهقة. التي تغطي بضع سنوات حول سن الخامسة عشرة، بالبلوغ.

وتشهد بداية مرحلة الشباب اقتراب شكل الجسم ووظائفه من آخر درجات النضج ومن الناحية النفسية يكاد عمر الفرد العقلي يصل إلى قمته و يتيقظ إحساس الشخص بأنه لم يعد صغير ويطالب بتوقف معاملته على انه صغير و من الناحية الاجتماعية يتأكد اعتراف الآخرين بأن الشخص لم يعد طفلاً، و إن كانوا يترددون في الاعتراف به كرجل، وبداية الشباب بهذا نقطة تحول.

وبهذا هناك اختلاف بين كثيرين من الكتاب والدارسين حول حدود مرحلة الشباب فثمة من يحددون بدايتها بسن الثالثة عشر ويطلقون عليها حتى سن الواحد والعشرين على الأقل مرحلة المراهقة وهناك من يبدأها بأربعة عشر و يحدد فترتها الأولى بنهاية الثامنة عشرة ويصل بفترتها الثانية أو المتأخرة إلى سن السابعة والعشرين و يرى آخرون أن تغطي الفترة من سن السابعة عشرة حتى السابعة والعشرين أو ما بعدها بل إن بعض الباحثين الذين يبدئون بها عند الخامسة عشرة يصلون بنهايتها إلى حدود الثلاثين.

المبحث الثاني : خصائص الشباب

لكل مرحلة عمرية خصائصها التي تميزها عن غيرها، فالشباب له خصائص وسمات تزيد من أهميته داخل المجتمع، ويعد مصدر من مصادر التغيير الاجتماعي لأنهم يتطلعون باستمرار إلى تبني ما هو جديد وأكثر الفئات تقبلاً للتطور والتغير وأكثرهم تكيفاً مع منتجات التكنولوجيا و لهم استعداد كبير للإبداع والابتكار وبالتالي فإن إيمان الشباب بالتغيير ظاهرة موضوعية و مطلوبة يدعم ذلك أنهم أقل ارتباطاً بالواقع القائم و أكثر إمكانية من استيعاب المتغيرات المتجددة.

الشباب مرحلة الرغبة في رسم المستقبل لأن المستقبل هو الأمل الذي ينتظره الشباب وبما أن ملامحه تتحدد في الحاضر يطالب هؤلاء الكبار بضرورة المشاركة في بنائه. الفئة الأكثر انفتاحاً على العالم و الذي يفسر هذه الخاصية هو قدرة الشباب على التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة.

الشباب فئة عمرية غير متجانسة فهي مثلها مثل كل المراحل العمرية الأخرى تجمع بين فئات مختلفة وذلك لاختلاف جنسها طبيعة مجتمعها مستواها التعليمي الثقافي والاجتماعي.

الشباب مرحلة التكليف وتحمل المسؤولية لأنها المرحلة التي يكلف فيها الفرد، بصورة مباشرة بأداء أدوار اجتماعية معينة، نتيجة نموه العقلي الذي بلغه وخبرته المكتسبة. وان التمرد الذي يبديه الشباب في بعض من سلوكه لتعبير على أنه قادر على تحمل المسؤولية مثله مثل الكبار و انه لم يعد ذلك الطفل الذي لا يقوى على فعل شيء.

الشباب مرحلة قابلة للتوجيه كثير ما ينظر الكبار للشباب على أنهم أفراد مثيرين للمشكلات فهم لا يتحدثون إلا عن مشاكل الشباب و عن تمردهم و إنفعالاتهم و عن أحلامهم الزائدة و طموحاتهم غير الواقعية، وعن عنفهم و عدوانيتهم و انحرافهم أو عن مخلفاتهم للأعراف والتقاليد وانتهاكهم للقيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية.

1- الخصائص الجسمية :

تبدأ مظاهر النضج الجسدي بالظهور، كزيادة الطول والوزن، ونمو العضلات، واكتمال البنية الجسدية، فضلاً عن التغيرات الفيزيولوجية التي تميز مرحلة البلوغ. ويصبح الجسم أكثر قدرة على مقاومة الأمراض ويبلغ ذروته من حيث القوة والنشاط.¹

¹ نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999 ص245.

- الإهتمام بالمظاهر:

حيث يهتم الشباب في هذه المرحلة بمظهره و شعبيته و مستقبله وميله للجنس الآخر، واتساع علاقته الاجتماعية.

- الرفاهية:

التي تعني شدة حساسية الشباب الانفعالية المختلفة ،وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة والاختلال اتزانه الغددي الداخلي.

- الحدة والعنف:

يميل بعض الشباب في هذه المرحلة إلى الاستجابة الانفعالية الحادة، إذ قد يثور لأسباب بسيطة أو تافهة نتيجة تضخم المشاعر وضعف القدرة على التحكم الانفعالي. وتُعزى هذه الظاهرة إلى التغيرات الهرمونية والنفسية المتسارعة، إضافة إلى عدم اكتمال نضج مراكز الضبط العقلي، ما يجعل بعضهم يلجأ إلى أساليب عدوانية أو عنيفة للتعبير عن مشاعره أو رفضه للواقع المحيط به.

ويظهر ذلك في التوتر الزائد، الانفعال المفرط، سرعة الغضب، أو حتى السلوك الجسدي العدائي، وقد تكون هذه الاستجابات غير متناسبة مع حجم الموقف الحقيقي، وهو ما يتطلب توجيهًا نفسيًا وتربويًا من الأسرة والمجتمع للمساعدة في تطوير آليات الضبط الذاتي لدى الشباب.¹

2- الخصائص النفسية:

تُعد المرحلة الشبابية فترة صراع داخلي مستمر بين الذات الفردية والتوقعات الاجتماعية. إذ تبدأ الشخصية في التمايز وتكوين الهوية، ما يُولد لدى الشباب حاجة قوية لإثبات الذات

¹ ماجد الزبيد، الشباب و القيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، 2006، ص38.

مقابل محيط لا يُراعي دائماً هذا التحول. وتكمن المسألة الجوهرية خلال هذه الفترة في حدة التوتر بين "من أنا؟" و"ماذا يريد المجتمع مني؟".

يميل كثير من الشباب والشابات إلى تبني الصور النمطية التي تُسقطها الثقافة والمجتمع عليهم، مثل وصفهم بالتمرد، أو الهروب من الالتزام المدرسي أو العائلي، أو التصرفات المتطرفة. وبفعل هذا الضغط المجتمعي، تتولد لديهم نزعة رفض للواقع الاجتماعي وميول نحو الانفصال أو مقاومة القيم المفروضة، لا سيما تلك التي تُقيّد حرية التعبير أو الاختيار.

وغالبا ما تتأزم العلاقة بين القيم المجتمعية الراسخة واحتياجات الشباب الفردية، ما يُنتج حالة من النفور، عدم الرضا، أو حتى التمرد. في مثل هذه السياقات، قد يلجأ الشباب إلى بناء بدائل قيمية، سواء عبر الانخراط في مجموعات غير رسمية، أو تشكيل أنماط ثقافية فرعية تعكس تصوراتهم الخاصة للحياة والمعنى.

هذا التوتر لا يُعد سمة مرضية بحد ذاته، بل قد يكون مؤشراً على حيوية فكرية وشعور داخلي بالاستقلال والكرامة، وهو ما يجب أن يُوجّه عبر الحوار، والاعتراف بشرعية التعبير الذاتي، وتوفير المساحات الملائمة للمشاركة والتفاعل المجتمعي الإيجابي.

- الكآبة:

يشعر الشباب في تلك الفترة بالإنطواء والحيرة محاولاً بذلك كتم انفعالاته ومشاعره من المحيطين به.

- التهور والانطلاق:

حيث يندفع الشباب وراء انفعالاته بسلوكيات شديدة التهور والسرعة وقد يلوم نفسه بعد أدائها و تبدوا علامة من علامات سذاجته البريئة في المواقف العصبية التي لم يألّفها من قبل،

وأيضاً صورة من صور تحقيق شدة الموقف المحيط به ووسيلة لتهيئة التوتر النفسي في مثل هذه المواقف الغريبة عليه.¹

3- الخصائص العقلية:

يمرّ الشباب في هذه المرحلة بنمو ملحوظ على الصعيد الفكري والعقلي، حيث تتسم أفكارهم بطابع من الخيال، والجرأة، والميل إلى المغامرة الذهنية. ويظهرون اعتزازاً واضحاً بقدراتهم العقلية ورغبة في التعبير عن آرائهم المستقلة. ورغم هذا النضج المتزايد، فإنهم قد يبدون أحياناً قابليين للتأثر أو الإيحاء، خاصة في غياب الخبرة الكافية. كما تتسم هذه المرحلة ببقطة عقلية حادة، تدفع الشاب إلى البحث عن المعرفة والمعلومات من مصادر موثوقة، وإلى التمسك بحرية التفكير والاستقلالية العقلية في تكوين القناعات واتخاذ المواقف.²

4- الخصائص الاجتماعية:

يمتاز الشباب في هذه المرحلة بقدرتهم الكبيرة على التغيير والنمو، بالإضافة إلى تحررهم من القيود التقليدية. ويُعتبر هذا التفسير شائعاً بين خبراء التربية وعلماء الاجتماع، رغم أنه ليس مقبولاً بشكل كامل بينهم. تعتمد الفكرة الأساسية على أن الكبار غالباً ما يخطئون عندما يظنون أن لديهم الخبرة الكافية لتوجيه الشباب، إذ يستغلون مواقع السلطة لتقييد حريات الشباب وتقليد التقاليد التي لم تعد تتناسب مع متطلبات العصر الحديث. كما أنهم ينكرون أهمية معرفة الشباب بمكانتهم، وحتى مرحلة المراهقة المعاصرة لا يعترفون بها بشكل كامل.³

نستخلص من ذلك أن مرحلة الشباب ليست مرحلة نمو مفاجئ، بل هي مرحلة انتقالية تسبقها مرحلة الطفولة المبكرة التي تؤثر فيها بشكل مباشر عملية التنشئة الاجتماعية. لذا،

¹ نورمان منير حسن فهمي، مرجع سابق، ص 248-249.

² المرجع نفسه، ص 250.

³ فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عبد بدر، دار الوفاء للطباعة والنشر - 2007 - ص 132.

فإن مرحلة الشباب تمتلك مقوماتها النفسية والجسدية والعقلية والاجتماعية الخاصة بها. وفهم هذه المرحلة وطبيعتها يمكننا من التعرف على الاحتياجات الحقيقية للشباب والعمل على تلبيتها، مما يساعد في تفادي المشاكل المستقبلية التي قد تواجههم.¹

المبحث الثالث : حاجيات الشباب

الشباب هم طاقة المجتمع ومرحلة الشباب مرحلة لإشباع الحاجات و هذه الحاجات ليست مجرد أحوال نفسية أو جسمية يشعر بها الفرد فحسب بل هي في الوقت نفسه دوافع السلوك بمعنى أنها قوة دافعة و حاملة على العمل والنشاط وبذل الجهد لإشباع وإرضائها.

" حسب الدراسات البيولوجية والنفسية هناك ارتباط بين حاجات الشباب في حالة إشباعها أو عدم إشباعها، خاصة في المجتمع المعاصر الذي يتحكم أكثر إلى القيم الملموسة أو المادية و أهم الحاجات إثارة لمشكلات الشباب في المجتمع الحديث.

- الحاجات إلى تأمين المستقبل:

- هذا النوع من الحاجات يرتبط به مجموعة الحاجات الفرعية تزيد فعالية لانتقال الشباب ومرورهم لمرحلة النضج وهي الحصول على وظيفة وتوفير الدراسة و التدريب الذين يؤهلان الفرد الشاب للحصول على هذه الوظيفة مع النجاح فيها والارتقاء خلال المسار المهني.

- توفير التعليم بمارحله المختلفة بحيث يوفق بين حاجات و حاجات الشباب.

- الحاجة إلى التوجيه المهني حيث يشعر الشاب العامل بالتوافق بين قدراته و مهنته بالمقارنة مع زملائه في العمل الحاجة إلى تكافؤ و تساوي الفرص.

¹ على ليلة، الشباب العربي وراثة التغيير من داخل التراث، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية - 2005 - ص 59.

- الحاجة إلى الزواج وتكوين أسرة:

ولكي تنتشع هذه الحاجة أو تلبي يجب أن تتوفر مجموعة من الشروط أو الظروف الاجتماعية المادية والنفسية والتربوية أهمها توفير أو تحقيق الأمن الاقتصادي للشباب وتأمينه على مستقبله ومستقبل عائلته.

- تشجيع المجتمع والدولة للمتزوجين بالوسائل المادية والمعنوية، تلقين التربية الجنسية للشباب و إمدادهم بحقائق و التزامات الحياة الزوجية و التغلب عليها أو تجاوزها.

- الحاجة إلى مثل عليا وقيم واضحة وقيادة واعية: وتقتضي هذه الحاجة وضوح أهداف الدولة خاصة ما تعلق بقضايا التعليم و الاقتصاد و السياسة.

- الحاجات الاجتماعية:

يحتاج الشباب في هذا إلى اعتراف المجتمع بتخطيه مرحلة الطفولة والانتماء إلى جماعة الراشدين، كما يحتاج الشاب وفق هذا الاحتياج الاجتماعي إلى جماعة الراشدين وأيضا إلى الشعور بدوه في المجتمع ليحس بأنه ذو فائدة لمجتمعه وتأتي الحاجة الأهم في هذا السياق إلى أيضا إلى الحاجة إلى التوجيه والإرشاد حيث أنه بمساعدة المحيطين بالشباب من أسرة ومدرسة وأصدقاء يستطيع الشباب تلبية جميع احتياجاته وانجاح المرحلة التي يمر بها.¹

- الحاجة إلى قوة الولاء والانتماء.

- الحاجة إلى قادة كفاءة متخصصين على درجة عالية من الولاء و الانتماء إلى الوطن.

- الحاجة إلى أرشاد وتوجيه هادف واعي من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية.

- الحاجة إلى الدعم الشخصي ودعم القدرات الإبداعية:

- توفير و تهيئة وسائل إستثمار وقت الفراغ.

¹ أحمد محمد موسى، لشباب بين التهميش و التشخيص، المكتبة المصرية للنشر و التوزيع - مصر، ط1، 2009، ص27.

- تنظيم أوقات الفراغ لاستغلال المواهب الخاصة ولم ازولة الهويات الشخصية الأمر الذي يفتقر إلى المهنية و هذا بينته نتائج دراسة عثمان سيد احمد محمد خليل حول الشباب و أوقات الفراغ.

- حاجة الشباب إلى المشاركة:

لأن مشاركة الشباب في قضايا المجتمع والحياة العامة تشكل المحور الأساس في عمليات التنمية والتطوير التي تنعكس على حاضر المجتمع ومستقبله هذا المحور الذي يتطلب من المجتمع تهيئة أرضية و أسباب بناء قدرة الشباب على المشاركة بالتدريب والتأهيل والتوجيه هذه القضية تقتضي فتح المجال أمام الشباب لإطلاق طاقاته وتحسيسه بالثقة في قدراته على العمل والإنتاج والمشاركة وفقا لسياسة وطنية متكاملة تعمل خلالها جميع القطاعات حسب المهتمين بالشباب.¹

وفقا للرؤية الحديثة لتحديد حاجات الشباب ودوره في التنمية والأمن الإنساني فإن هذه الحاجات تتلخص في الحاجة إلى التعبير الابتكاري والحاجة إلى المنافسة والحاجة إلى الإنتماء وخدمة الآخرين والحاجة إلى ممارسة خبرات جديدة و الحاجة إلى الشعور بالأهمية بالأمان و الحاجة إلى الحرية و النشاط و كذا الحاجة إلى المخاطر والمغامرة.

المبحث الرابع : أهمية الشباب في المجتمع

الشباب من أهم العناصر الأساسية لتقدم الشعوب و المجتمعات، وهم أهم عناصر التنمية و مصدر القوة و الحيوية وسر التقدم وأساس بناء النهضة و عمادها و قوتها فهم قادة المستقبل و بناء الحضارة ففي سلمهم آية وفي النوائب هم بواريد لهذا الوطن قهم سده المنيع وهم صناع أمل الأمة وهم من يلبي نداء النهضة في كافة الأصعدة.

¹ كتاب الشباب و المشاركة السياسية، youth and political participation، من إعداد: M.K.Sutherland and A.P.S.Sherry.

يعتبر الشباب في أي مجتمع إنساني عن الفئة العمرية التي تتميز بمستوى عال من الحيوية والنشاط لما تتميز به من خواص دينامية متفردة، وترجع أهمية الشباب اجتماعيا في جوانب أخرى إلى كونهم أكثر فئة اجتماعية رغبة في التجديد والمبادرة لذا هناك من يعتبرها أساس ومنطلق التغيير والتجديد في المجتمع.

يتجه الشباب بحكم تكوينهم النفسي باتجاه عكسي مضمونه رفض المعايير والمستويات والتوجيهات والأنماط السلطوية الممارسة من قبل الكبار وصولا إلى اتخاذهم مواقف عدائية نحوهم ومراد ذلك بالأساس إلى مضمون الذات الاجتماعية عند الشباب إذ يلاحظ أن هناك مضمون مثالي في هذه الذات مرجعيته تعود إلى محتويات التربية وعملية التنشئة التي مر بها الشباب.

إن حاجات الشباب ورغبتهم في التغيير والتجديد والتجاوز إلى حد رفض كل ما هو تقليدي يجعل من المجتمع مطالب حسب توجهات الشباب بالتوافق و التلائم مع رغبتهم وما يقتضيه نسقهم الثقافي الجديد، لأنها ستساهم بدرجة معينة في دعم أو دحض بعض القيم والمعاني واحلال الجديد منها في سياق متصل مع الثقافة السائدة في المجتمع.

تتضح أهمية الشباب كذلك من خلال تعزيز عملية و آلية الاندماج في النظم الاجتماعية القائمة و الموجودة في المجتمع لدعم و استغلال طاقاتهم في تجديد و تغيير هذه النظم دون حدوث انهيارات أو اختلالات ممكنة الحدوث وذلك لتجاوز مشكلة الانتماء لديهم.

لم يعد ينظر إلى الشباب اليوم على اعتبار انه صانع للمستقبل فحسب بل أصبحت النظرة إليه على أساس انه فاعل اجتماعي و مؤثر في صناعة الحاضر حتى و إن تراوحت تقييمات ذلك التأثير بين السلبية حينا والايجابية حينا آخر.

المبحث الخامس : مشكلات الشباب في المجتمع

الشباب هم عصب الأمم، وهم نصف الحاضر و كل المستقبل ولذلك فإن معرفة مشاكلهم في الوقت الحاضر و محاولة القضاء عليها أمر ضروري وهام و لهذا الأمر أجريت الكثير من الدراسات للتعرف على مشكلات الشباب وقدمت هذه الأبحاث قوائم من المشكلات نستعرض بعضها فيما يلي :

- المشكلات الصحية :

تشغل اللياقة البدنية ذهن الشباب و ما يرتبط بها فهو يريد أن يعرف مقدار و نوع الغذاء الصحي له و معرفة العوامل التي تؤثر في نشاطه ، و ما يؤدي إلى زيادة الوزن أو نقصه و على عدم حصوله على رعاية صحية كاملة.

- المشكلات المدرسية:

مشكلة التفاهم مع أعضاء هيئة التدريس عدم الميل إلى مادة دراسية أو أكثر مما يؤدي إلى التوتر والقلق.

- عدم تناسب المناهج الدراسية لقدرات التلاميذ أو اهتمامهم مما يؤدي إلى مشاعر الإحباط لديهم.

- عدم القدرة على تنظيم الأوقات بين الدراسة والراحة والترفيه.

- عدم وجود الترفيه والإرشاد التربوي لتوجيه الطلاب إلى التخصص المناسب و الكلية المناسبة التي تواكب قدراتهم.¹

¹ الكتاب youth and education : problems and perspectives، من تأليف P.G.Apter.

- المشكلات الأسرية:

- تؤكد دراسات عديدة وجود علاقة قوية بين التوافق أو التكيف، لذلك توجد الدراسات الخاصة بمشكلات الأسرة إهتمام ملحوظا بمشكلات توافق الشخصية بدلا من كونها نظاما يقوم على الضبط الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية ومن المشكلات الأسرية نجد مثلا تصدع الأسرة بانفصال الوالدين بالطلاق أو الترميل ما يؤثر سلبا على الشباب.¹

- سوء العلاقة بين الشاب ووالديه مما يشعره بأنه منبوذ أو مكروه منهم مما يؤدي إلى اكتساب السلوك العدواني .

- عدم إعطاء الابن حقه في الحرية و اختيار أصدقائه والتدخل في شؤون الشاب حتى الشخصية منها.

- نقص المصروف وعدم الإكتفاء المادي.

- المشكلات الاجتماعية:

- نقص خبرة الشباب في الاحتكاك الاجتماعي والتعامل مع المواقف الاجتماعية المختلفة.

- عدم الإلمام بالمعايير والقيم السائدة في المجتمع حتى يعمل على الالتصاق بها وعدم الخروج عن مسيرتها.

- قلة عدد الأصدقاء أو عدم تكوين صداقات جديدة مما يؤدي إلى حالات الإنطواء .

- شعور الشباب بعدم أهميته في جماعة الأصدقاء و إحساسه بعدم قبوله اجتماعيا.

- مشكلة البطالة وعدم الحصول على عمل.

- الإقدام على الزواج ومشكلاته.²

¹ محمد محمود المهدي، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، اسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2005 ، ص 306-307.

² الكتاب social problems of adolescents، من تأليف D.S, Coleman.

- المشكلات النفسية:

- وهي المشاكل المرتبطة مشاعر الخوف والخجل والارتباك التي يعاني منها الشباب عند مواجهة المواقف المختلفة أو عند التحدث مع الآخرين.¹
- الشعور بالقلق ونقص الثقة بالنفس، وعدم القدرة على تحمل المسؤولية والخوف منها.
- عدم قدرته على السيطرة على انفعالاته العارمة، والتي تتسم بالتقلب المستمر في المواقف المختلفة.
- سهولة الاستثارة والحساسية الزائدة و عدم المبالاة في بعض المواقف.
- الخجل و الحياء و عدم قدرته على مواجهة الآخرين نتيجة التدليل و التسامح المفرط في التنشئة الأولى داخل السيارة.
- عدم القدرة على التصرف في المواقف المفاجئة و شعوره بالإثم لأقل عمل يقوم به.
- **المشكلات الجنسية :**

- نقص المعلومات عن الحياة الجنسية و النمو و الدور الجنسي في الحياة.
- مشكلة الكبت الجنسي و كيفية إزاحته طبقاً للمعايير السائدة في المجتمع.
- كيفية التخلص من بعض الانحرافات الجنسية.

- المشكلات الدينية :

لا يمكن أن ينمو الإطار الديني الأخلاقي لدى الشباب في يوم وليلة فلا بد من ضوابط لكي تساعده في بناء هذا الإطار ويصادف الشباب بعض المشاكل في هذا الطريق: حاجة المراهق للتوجيه والإرشاد الديني للتعرف على أمور الدين

¹ سيد صبحي ، الشباب وأزمة التعبير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - 2001 - ص9-10.

الحنيف ومعرفة الفرائض والشعائر الدينية معالجة النقص لديه في معلوماته الدينية لتعريف الصواب من الخطأ حتى لا يقع فريسة أفكار دينية متطرفة بعيدة عن أمور الدين الحنيف و التي لا تتنافى ومعايير المجتمع.

- إبعاده عن التعصب الديني ومساعدته بالبحث عن توازن بين الإلتزام والتحرر والإنفتاح.

- مشكلات العمل:

- النقص الشديد في المعلومات عن المهن.
- القلق الذي يصيب الشاب نتيجة خبراته و تدريبه عن العمل الذي يلحق به أو يميل اليه.
- الضغوط التي يواجهها الشاب في العمل سواء من رئيسه أو الزملاء.
- قلة الأجر الذي يتقاضاه من العمل فلا يستطيع من هذا الأجر سد احتياجاته ومتطلباته وطموحاته للإرتقاء و تكوين أسرة و الزواج.

خلاصة الفصل :

يركز هذا الفصل على فئة الشباب من زاوية اجتماعية وسوسولوجية، بوصفهم القوة الفاعلة في التحولات المجتمعية المعاصرة. يبدأ بتعريف شامل لمفهوم "الشباب"، مع تتبع تطوره بين الطفولة والنضج، وتحديد خصائصه النفسية والاجتماعية التي تجعله أكثر تأثراً بالتحولات القيمة والتكنولوجية. يتناول الفصل أيضاً الحاجيات الأساسية للشباب (كالهوية، الانتماء، المشاركة، الطموح)، ودورهم الحيوي في التنمية والإبداع والتغيير. كما يناقش التحديات التي تعترضهم، مثل البطالة، والتهميش، وفقدان التوجيه القيمي، خاصة في ظل تأثيرات الإعلام الرقمي والتغيرات الثقافية السريعة. يُختتم الفصل بالتأكيد على ضرورة تمكين الشباب ودعمهم بالقيم الدينية والثقافية التي تضمن لهم التوازن والاستقرار والمشاركة الفعالة في الحياة العامة.

الإطار التطبيقي

تمهيد

يُعد الجانب التطبيقي من أهم محطات البحث العلمي، إذ يُترجم الإطارين النظري والمنهجي إلى ميدان الواقع، مما يتيح للباحث اختبار ما تم التوصل إليه نظريًا من خلال الدراسة الميدانية. وفي إطار دراستنا الموسومة بـ: "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية الجزائرية"، حاولنا سبر آراء عينة من الشباب المنتمين إلى ولاية تيزي وزو، وذلك من أجل الوقوف على الكيفيات التي تُسهم بها هذه المنصات الرقمية في إعادة تشكيل القيم الثقافية والدينية لدى هذه الفئة.

لقد تمحورت إشكالية البحث حول السؤال الرئيس الآتي: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية للشباب في ولاية تيزي وزو؟. وللإجابة عنه، تم اعتماد المنهج المسحي كونه الأنسب لتحليل الظواهر الاجتماعية الراهنة، كما تم توظيف أداة الاستبيان بهدف جمع البيانات من عينة ميدانية مكونة من 50 شابًا تم اختيارهم بشكل عشوائي من مختلف مناطق ولاية تيزي وزو.

وقد استغرقت الدراسة التطبيقية فترة زمنية امتدت من ديسمبر 2024 إلى أبريل 2025، وهي مدة كافية أتاحت للباحث إمكانية جمع المعطيات وتحليلها لفهم طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحولات القيم الدينية والثقافية لدى الشباب.

يستعرض هذا الفصل النتائج الميدانية المتوصل إليها، وتحليلها وفقًا للإشكالية المطروحة، في محاولة لرصد الاتجاهات السائدة وتفسيرها في ضوء ما تم التطرق إليه نظريًا.

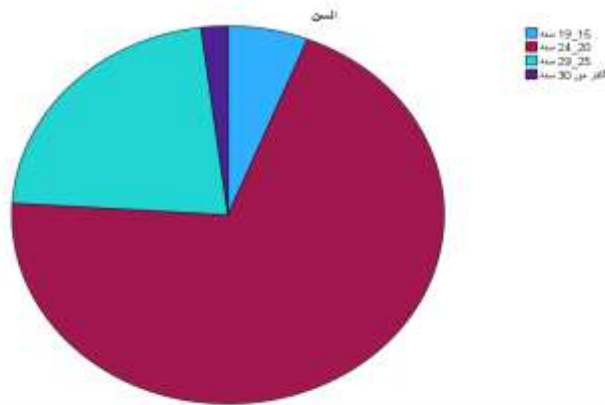
-التحليل الكمي والكيفي للجداول

أ-التحليل الكمي والنوعي للجداول البسيطة

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 15 إلى 19 سنة	3	6%
من 20 إلى 24 سنة	35	70%
من 25 إلى 29 سنة	11	22%
أكثر من 30 سنة	1	2%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السن



يبين لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث وجدنا أن النسبة الكبيرة هي للفئة العمرية (20 إلى 24 سنة) قد قدرت بنسبة 70% ، وبعدها نجد الفئة العمرية (من 25 إلى 29 سنة) بنسبة 22%، حيث تتسم هاتين الفئتين بالحيوية والنشاط مع الفضول في التطلع على القيم الدينية والمعرفية والثقافية، وبعدها الفئة العمرية (من 15 إلى 19 سنة) بنسبة 6%، وهي ذات نضج نفسي وعقلي محدود، وبالتالي تحتاج إلى التعرف على مختلف القيم الدينية والثقافية الصحيحة من أجل تكوين شخصياتهم، وفق أسس

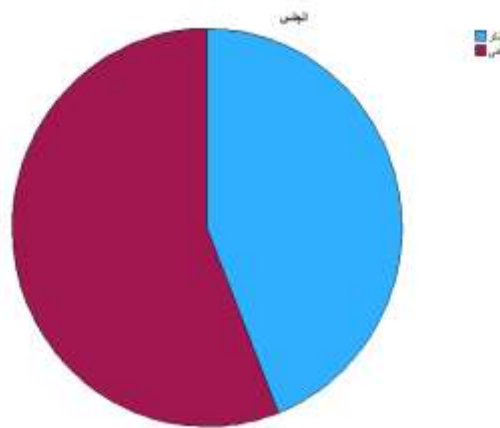
صحيحة من خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ثم نجد الفئة الأخيرة التي هي (أكثر من 30 سنة) بنسبة 2%، وهي ذات مستوى عال من النضج النفسي والعقلي، حيث يسمح لها ذلك بتدعيم رصيدها الديني والمعرفي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

منه نستنتج أن الفئة العمرية بين (20 إلى 24 سنة) هم الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة وذلك لتلبية مختلف إحتياجاتهم ورغباتهم مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، التي تعتمد عليها بنسبة أقل وهذا يعود للجذب الموجود في فئة الشباب نحو محتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	22	44%
أنثى	28	56%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس



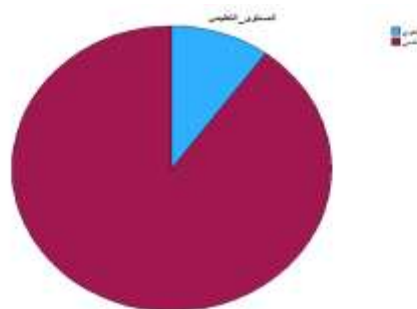
يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الإناث التي بلغت نسبتهن 56%، في حين نجد النسبة لدى الذكور قليلة، التي تمثل 44%، وقد كانت نسبة الإناث هي الأكبر مقارنة بالذكور.

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا وجود تقارب في النسب لدى الأفراد المبحوثين من الذكور والإناث، وهذا يعود إلى كون العينة قصدية، وهذا بهدف التعرف على اتجاهات وآراء الأفراد المبحوثين من الذكور والإناث حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية بكل موضوعية ومصداقية من أجل الوصول إلى نتائج صحيحة ودقيقة من خلال المقارنة والتحليل والشرح الصحيح والسليم. وهذا يكون من خلال منح وفسح المجال للتعبير بكل حرية وديمقراطية وشفافية لهاتين الفئتين من الأفراد المبحوثين وهذا من أجل القيام بالمقارنة والتحليل والشرح وتحقيق الفهم الشامل للإحاطة بهذه الدراسة من شتى الجوانب خاصة مع وجود فروقات فردية من حيث الوعي والنضج العقلي.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	0	0%
ثانوي	5	10%
جامعي	45	90%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي



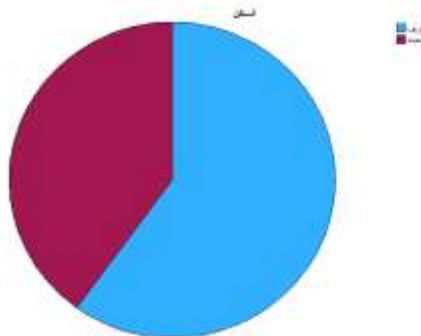
من خلال معطيات الجدول أعلاه، يظهر لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يمثلون النسبة العالية التي تمثل 90%، حيث تتسم بمستويات تعليمية عالية وكبيرة تتيح لها إختيار المحتويات الدينية والثقافية المناسبة والهادفة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 10%، وهي ذات مستويات تعليمية متوسطة، ولكنها تختار المضامين الدينية والثقافية التي تتناسب مع مستوياتها التعليمية والثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي أخير الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة، بنسبة 0%، وهي ذات مستويات تعليمية محدودة وهذا ما يفسر غيابها على مستوى عينة دراستنا الحالية .

منه نستنتج بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، هو الغالبون على مستوى عينة دراستنا الحالية الذين يتمتعون برصيد علمي عال وكبير يتيح لهم الإطلاع على المضامين الدينية والثقافية بشكل صحيح وسليم على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السكن

السكن	التكرار	النسبة المئوية
الريف	30	60%
المدينة	20	40%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السكن



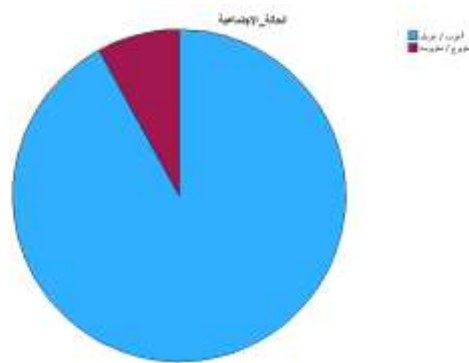
من خلال معطيات الجدول أعلاه، يظهر لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الساكنين في الريف بنسبة تمثل 60%، حيث تتسم الحياة في الريف بالهدوء والسكينة، مما يتيح لهم تصفح مواقع التواصل الاجتماعية بكل تركيز وتمعن، وفي ثاني الترتيب، نجد بقية الأفراد المبحوثين الساكنين في المدينة بنسبة تمثل 40%، حيث تتسم المدينة بتوفر المرافق العمومية المختلفة من مكتبات ومساجد، ومع ذلك يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تدعيم ثقافتهم الدينية والثقافية وفق أسس صحيحة وسليمة.

منه نستنتج بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الساكنين في الريف، هم الذين يستخدمون بشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاستفادة من المضامين والمحتويات الدينية بشكل صحيح وسليم وهذا نتيجة نقص المرافق العمومية، مما يسمح لهم بالاستفادة من المضامين الدينية والثقافية.

الجدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
92%	46	أعزب (ة)
8%	4	متزوج (ة)
100%	50	المجموع

الشكل رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية



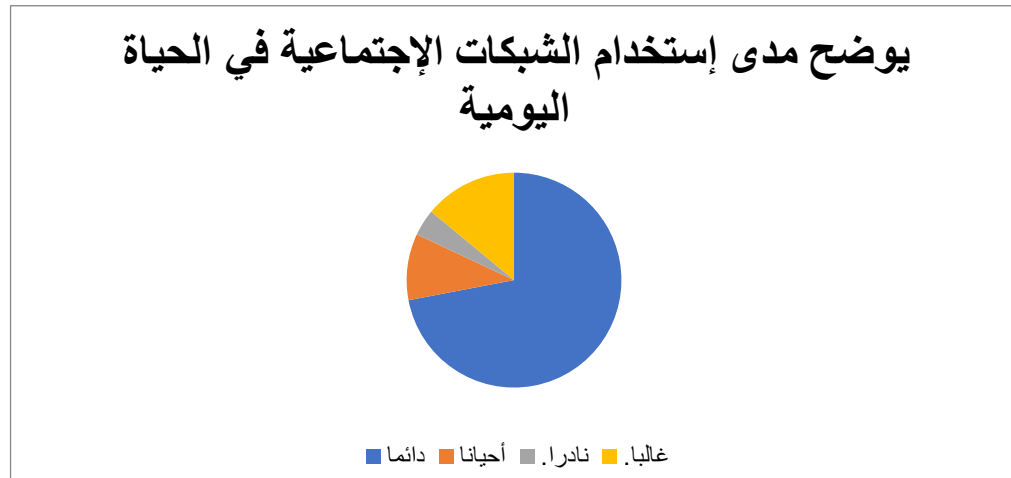
يتبين لنا من خلال بيانات الجدول أن غالبية أفراد عينة الدراسة من فئة العزاب، يمثلون النسبة العالية، التي تمثل 92%، حيث يمتلكون الوقت الكافي واللازم لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كونهم لديهم فراغ وليس لديهم مسؤوليات وواجبات أسرية تجاه الأولاد والزوجة، من أجل الإستفادة من لمضامين والمحتويات الدينية والثقافية، في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين من فئة المتزوجين التي تمثل 8%، وهي ذات مسؤوليات وأعباء أسرية كبيرة، وهذا ما يفسر نسبتها القليلة في إستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، من أجل الإستفادة من المحتويات الدينية والثقافية فيها.

منه نستنتج بأن غالبية أفراد عينة الدراسة من فئة العزاب، هم الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل الإستفادة من المضامين والمحتويات الدينية، التي تسمح لهم بتشكيل شخصياتهم الدينية وبناء ثقافة صحيحة وسليمة.

الجدول رقم 06: يوضح إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
72%	36	دائما
10%	5	أحيانا
4%	2	نادرا
14%	7	غالبا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 06: يمثل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية



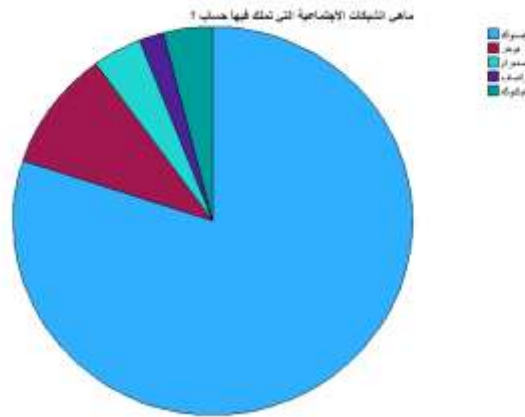
من خلال بيانات الجدول أعلاه، يتضح أن أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، تكون بصفة دائمة بنسبة تمثل 72% وفي ثاني الترتيب، نجد غالباً، بنسبة تمثل 14%، حيث يدل هذا على أنهم مدمنين على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاستفادة من مختلف المضامين الدينية والثقافية وفي ثالث الترتيب، نجد أحيانا بنسبة تمثل 10%، متى تسنى لهم للوقت الكافي واللازم من أجل الإطلاع على المضامين الدينية والثقافية، وفي أخير الترتيب، نجد نادراً بنسبة تمثل 4% وهذا يعود إلى توفر بدائل ووسائل أخرى من أجل الاستفادة من مختلف المضامين والمحتويات الدينية والثقافية .

منه نستنتج بأن أغلبية الأفراد المبحوثين، يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، تكون بصفة دائمة، وهذا مؤشر إيجابي يدل على رغبتهم في تلبية إحتياجاتهم المعرفية والدينية وبناء شخصية متكاملة الجوانب وتدعيم مستوى رصيدهم العلمي والثقافي والديني.

الجدول رقم 07: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أهم الشبكات الاجتماعية التي يمتلكون فيها حساب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	40	80%
تويتر	5	10%
إنستغرام	2	4%
واتساب	1	2%
تيك توك	2	4%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 07: يمثل أهم الشبكات الاجتماعية التي يمتلكون فيها حساب



من خلال بيانات الجدول أعلاه، يتضح لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن الفيسبوك، يعد من أهم الشبكات الاجتماعية التي يمتلكون فيها حساب، بنسبة تمثل 80% كون هذا الموقع يعد الأكثر إستخداما وشعبية من أجل الإستفادة من مختلف المضامين والمحتويات الدينية، وفي ثاني الترتيب، نجد التويتر بنسبة تمثل 10%، وفي ثالث الترتيب نجد الأنستغرام والتيك توك، بنسب متساوية تمثل 4% لكل واحد منهما، وفي

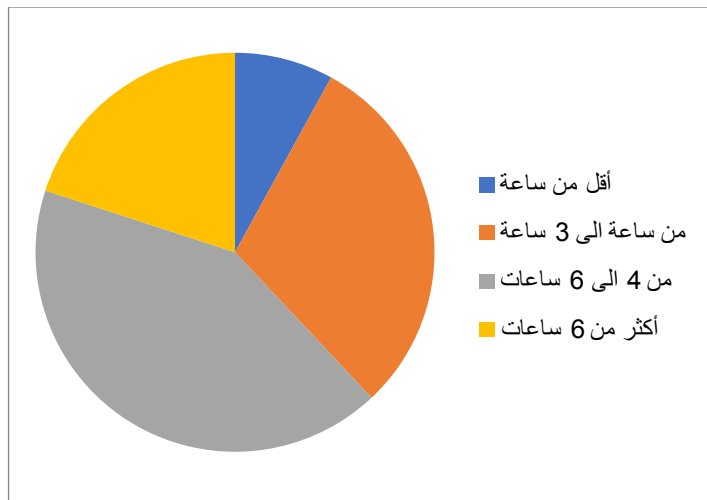
أخير الترتيب نجد الواتساب بنسبة تمثل 2%، وهذه المواقع الأقل إستخداما لدى المبحوثين، نتيجة توفرها على العديد من المعلومات الدينية والثقافية .

منه نستنتج بأن الفايسبوك، يعد من أهم الشبكات الاجتماعية التي يمتلك المبحوثون فيها حساب، الذي يتيح تقديم معلومات دينية وعلمية يستفيد منها الأفراد المبحوثين في حياتهم اليومية .

الجدول رقم 08: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول المدة الزمنية الساعات التي يقضونها في إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	4	8%
من ساعة الى 3 ساعات	15	30%
من 4 إلى 6 ساعات	21	42%
أكثر من 6 ساعات	10	20%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 08: يمثل التوزيع النسبي لعدد الساعات اليومية التي يقضيها الأفراد المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يقضون وقتًا معتبرًا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا، حيث احتلت المدة الزمنية من 4 إلى 6 ساعات المرتبة الأولى بنسبة 42%، أي ما يعادل 21 فردًا من أصل 50 مفردة، وهو ما يعكس التعلق الكبير بهذه الوسائط، لا سيما لدى فئة الشباب، حيث يُستغل هذا الوقت في الترفيه متابعة المؤثرين، أو حتى في البحث عن محتوى ديني وثقافي.

تليها الفئة التي تقضي من ساعة إلى 3 ساعات يوميًا بنسبة 30%، أي ما يعادل 15 فردًا، وهي نسبة لا يُستهان بها، وتشير إلى استخدام معتدل نسبيًا، قد يعكس نوعًا من التوازن بين العالم الرقمي والانشغالات اليومية الأخرى، سواء كانت دراسية أو مهنية.

أما الفئة التي تقضي أكثر من 6 ساعات على هذه المنصات فتتمثل 20% (أي 10 أفراد)، مما يدل على استخدام مكثف قد يصل إلى حد الإفراط، الأمر الذي يمكن أن تكون له آثار سلبية على الصحة النفسية والجسدية إن لم يُرافقه وعي تنظيمي للوقت.

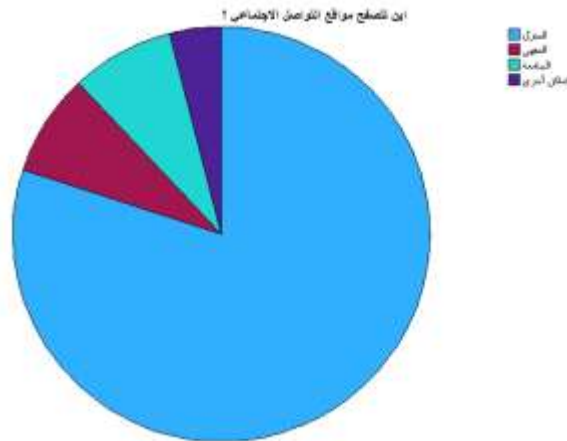
وأخيرًا، تمثل الفئة التي تقضي أقل من ساعة يوميًا نسبة 8% فقط، أي 4 أفراد، وهي الفئة الأقل استخدامًا، والتي من المحتمل أن يكون لها انشغالات أخرى أو مواقف سلبية من وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن خلال هذا التوزيع نلاحظ أن حوالي 62% من العينة يقضون أكثر من 3 ساعات يوميًا على مواقع التواصل، ما يعكس انتشارًا واسعًا لهذه الوسائط في الحياة اليومية، ومدى تأثيرها في تشكيل الرصيد المعرفي، الثقافي والديني، خاصة في ظل الاعتماد المتزايد عليها كمصدر رئيسي للمعلومة والتفاعل.

الجدول رقم 09: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	40	80%
المقهى	4	8%
الجامعة	4	8%
أماكن أخرى	2	4%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 09 : يمثل التوزيع النسبي لأماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن المنزل يعد من أهم أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة تمثل 80%، وهذا بحثاً عن الخصوصية والإستقلالية في تصفح مختلف المضامين الدينية والثقافية بتركيز وتمعن كبير من أجل إكتساب ثقافة دينية وعلمية واسعة، كما يتيح التفاعل والتواصل مع أفراد الأسرة في إطار جو من الدفء والحوار والنقاش الهادف، وفي ثاني الترتيب نجد المقهى والجامعة بنسب متساوية تمثلان 8% لكل واحد منهما، حيث يتيح لهم تبادل وجهات النظر والآراء

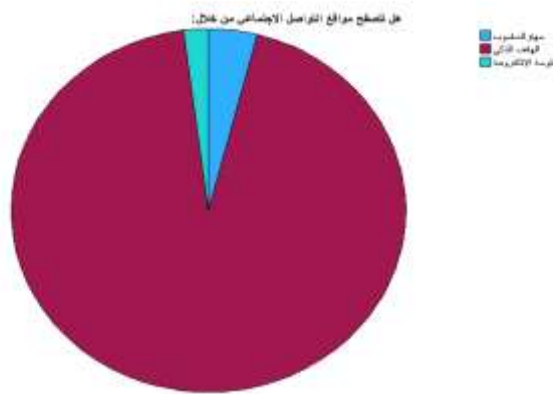
والأفكار مع الآخرين حول مختلف المضامين الدينية والثقافية في إطار ديمقراطي تشاركي فعال، وفي أخير الترتيب نجد الأماكن الأخرى، بنسبة تمثل 4% مثل الشوارع والأسواق والأرصفة ودور الراحة والتسلية مثل الحدائق.

منه نستنتج بأن على أن المنزل، يعد من أهم أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تصفح المضامين الدينية والثقافية بشكل جيد، مما يسمح لهم رصيد علمي وديني عال، يفيدهم في حياتهم اليومية والاجتماعية بشكل كبير.

الجدول رقم 10: يمثل نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
جهاز الحاسوب	2	4%
الهاتف الذكي	47	94%
لوحة الالكترونية	1	2%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 10: يمثل نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن معظم الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في الهاتف الذكي بنسبة تمثل 94%، حيث يحتوي على العديد من المزايا والتطبيقات، كما أنه متوفر لدى أغلبية الشباب وسهل حمله مما يتيح لهم سهولة تصفح مختلف المضامين الدينية والثقافية بشكل

جيد ومناسب، وفي ثاني الترتيب نجد جهاز الحاسوب، بنسبة تمثل 4%، سواء كان محمولا أو ثابتا، مما يجعلهم يطلعون المضامين الثقافية والدينية المفيدة لتكوين شخصياتهم الدينية وتدعيم رصيدهم الثقافي، وفي أخير الترتيب نجد اللوحة الإلكترونية، بنسبة تمثل 2%، وهي سهلة الإستعمال ويمكن أخذها لأي مكان، مما يضمن لهم إكتساب معلومات دينية وثقافية مفيدة وسليمة لهم.

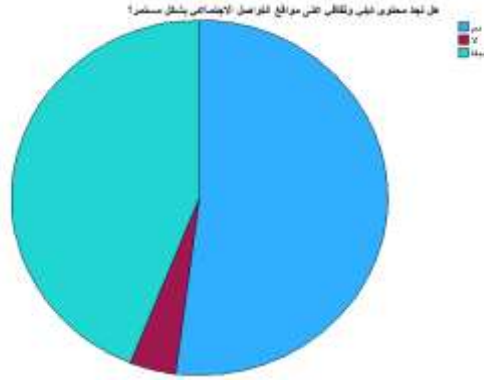
منه نستنتج في الأخير على أن نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في الهاتف الذكي، الذي يتوفر لدى معظم الشباب كونه يتسم بمميزات ذات جودة عالية من حيث الصوت والصورة وتوفره على العديد من المعلومات الدينية والثقافية التي تساهم في تكوين شخصياتهم بشكل سليم ومتكامل وتكون تلك المعلومات الدينية والثقافية مفيدة لهم ولغيرهم في المجتمع.

المحور الثاني: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في ولاية تيزي وزو

الجدول رقم 11: يمثل مدى توفر المحتوى الديني والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	52%
لا	2	4%
أحيانا	22	44%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 11: يمثل مدى توفر المحتوى الديني والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر



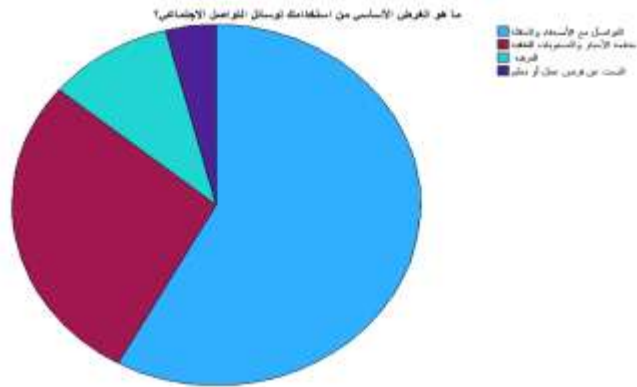
يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه على أن معظم الأفراد المبحوثين، يؤكدون توفر المحتوى الديني والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر، بنسبة تمثل 52%، وهذا مؤشر جيد يساهم في إمداد الشباب بمختلف المضامين والمعلومات الدينية بشكل متواصل من خلال إستخدام مؤثرات صوتية وبصرية وعقلية ومنطقية، وفي ثاني الترتيب، نجد أحيانا بنسبة تمثل 44%، أي أن هناك نقص في المعلومات والمضامين الدينية والثقافية، مما يجعلهم يبحثون عن بدائل أخرى وطرق أخرى من أجل إكتساب المعلومات الدينية والثقافية، وفي أخير الترتيب نجد بقية الأفراد المبحوثين ينفون ذلك بنسبة تمثل 4% وهذا لوجود مضامين تتعلق بالتسلية والأخبار والرياضة والفن، مما يتوجب توفير المضامين والمحتويات الدينية والثقافية بشكل متواصل من أجل ضمان إكساب الشباب لرصيد ديني وعلمي جيد وسليم.

منه نستنتج توفر المحتوى الديني والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر وهذا يعكس على أن القائمين على مستوى هذه الصفحات يعملون على تحيين مختلف المضامين والمعلومات والثقافية، التي تسمح للشباب بتكوين شخصياتهم الدينية والثقافية وفق قاعدة صحيحة وسليمة.

الجدول رقم 12: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الغرض الأساسي	التكرار	النسبة المئوية
التواصل مع الأصدقاء والعائلة	29	58%
متابعة الأخبار والمحتويات الثقافية	14	28%
الحصول على معلومات دينية	0	0%
الترفيه	5	10%
البحث عن فرص عمل أو تعليم	2	4%
أخرى	0	0%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 12: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن غالبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن التواصل مع الأصدقاء والعائلة، يعد من أهم أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة تمثل 58%، في جو من الدفء والحميمية والسؤال عن الأحوال والنقاش حول مختلف المواضيع والمسائل في إطار أخوي تفاعلي وفي ثاني الترتيب، نجد متابعة

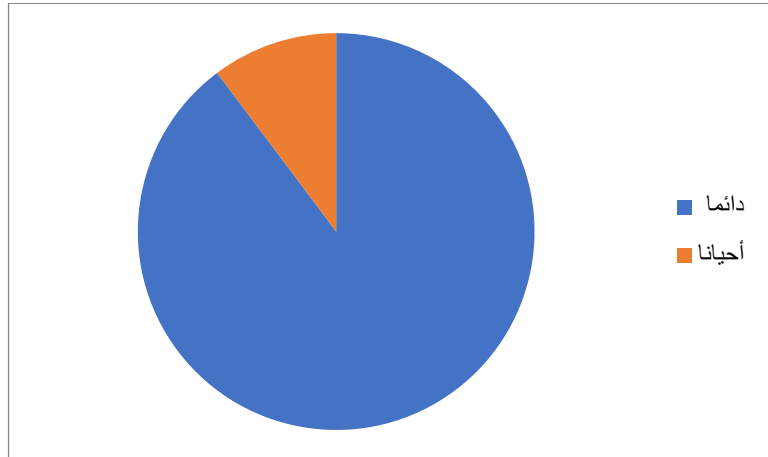
الأخبار والمحتويات الثقافية، بنسبة تمثل 28%، من خلال متابعة مختلف المستجدات والأخبار الوطنية والدولية والمحتويات التي تتعلق بالثقافة من خلال الإطلاع على مختلف التظاهرات الفنية مثل المهرجانات الغنائية وندوات فكرية تستضيف كبار الأدباء والمبدعين في الأدب والفكر، وفي ثالث الترتيب نجد الترفيه، بنسبة تمثل 10%، من خلال الإستماع للأغاني وتصفح المسرحيات والفيديوهات التي تسمح بالتقليل من الضغوطات النفسية والترويح عن النفس والبعد عن الروتين والملل، وفي رابع الترتيب، نجد البحث عن فرص العمل والتعليم، بنسبة تمثل 4%، من خلال عروض الشغل المنشورة التي تبحث عن عاملين، أو الإنخراط في برامج التعليم من أجل إكتساب مهارات ومعلومات جديدة في مختلف الميادين الاقتصادية والتكنولوجية، وفي أخير الترتيب نجد الحصول على معلومات دينية بنسبة تمثل 0%، وهذا يعد مؤشر سلبي على عدم وجود إهتمام لدى الشباب لمتابعة المضامين الدينية أو وجود نقص فيها، مما يتوجب على القائمين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي نشر المضامين الدينية بشكل متواصل ودائم .

منه نستنتج بأن التواصل مع الأصدقاء والعائلة، يعد من أهم أغراض من إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساهم في تكريس التماسك الاجتماعي وتقوية العلاقات المبنية على الحوار والنقاش والتفاعل في إطار مبني على الإحترام والتقدير والدفع والحميمية.

الجدول رقم 13: يمثل آراء الافراد المبحوثين حول إسهام المحتوى الديني والثقافي في المواقع التواصل الاجتماعي في دعم رصيدهم المعرفي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	14	28%
أحيانا	36	72%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 13: يمثل التوزيع النسبي لأراء الافراد المبحوثين حول إسهام المحتوى الديني والثقافي في المواقع التواصل الاجتماعي في دعم رصيدهم المعرفي



يتضح من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن تعرضهم المستمر لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في دعم رصيدهم المعرفي من الناحية الدينية والثقافية، حيث أجاب 72% منهم بـ"أحياناً"، أي ما يعادل 36 فرداً من أصل 50 مفردة مما يدل على أن استخدامهم لهذه المواقع يتم بشكل انتقائي أو مرتبط بظروف معينة، سواء من حيث نوعية المحتوى أو فترات التصفح.

أما النسبة الأقل، والمقدرة بـ28% (أي 14 فرداً) فقد عبّروا عن اعتقادهم بأن هذا التأثير حاصل دائماً، وهو ما يعكس مستوى أعلى من التفاعل المنتظم والإيجابي مع المحتوى الثقافي والديني على هذه المنصات.

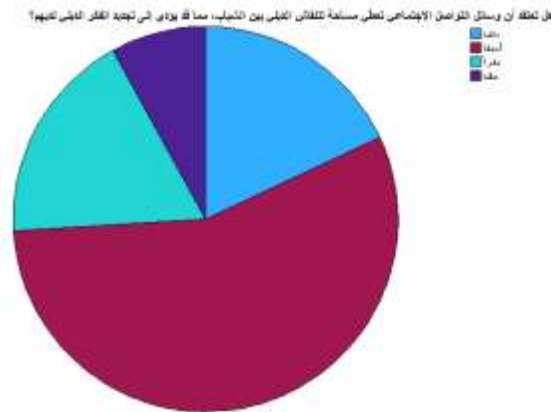
ومن خلال هذا التوزيع، يمكن القول إن هناك وعياً عاماً بأهمية ما يُعرض على هذه الوسائط، ولكن تبقى نوعية المحتوى والانخراط الشخصي من بين العوامل المحددة لمدى استفادة الفرد منه. فالفئة التي ترى بأن التأثير حاصل دائماً قد تكون أكثر انتقائية في اختيار الصفحات أو الحسابات التي تتابعها، في حين أن الفئة التي أجابت بـ"أحياناً" ربما تنتقل بين محتويات ترفيهية وأخرى معرفية، مما يجعل أثرها أقل انتظاماً.

وبالتالي، نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدراً معرفياً مرناً، تتفاوت فعاليته حسب طريقة الاستخدام ودرجة وعي الفرد، مما يبرز أهمية التوجيه الإعلامي والتربوي في هذا المجال.

الجدول رقم 14: يوضح ان كان أفراد العينة يعتقدون بأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للنقاش الديني بين الشباب، من أجل تجديد الفكر الديني لديهم

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	9	18%
أحياناً	28	56%
نادراً	9	18%
غالباً	4	8%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 14: يمثل حول مدى اعتقاد الشباب بأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للنقاش الديني بين الشباب، من أجل تجديد الفكر الديني لديهم



من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون بأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للنقاش الديني بين الشباب، من أجل تجديد الفكر الديني لديهم أحياناً بنسبة تمثل 56%، وهذا حسب طبيعة المواضيع المطروحة، والتي تكون أحياناً يتاح

فيها النقاش والتعبير، وفي ثاني الترتيب نجد دائما ونادرا، بنسبة تمثل 18%، دائما وهذا من وجود تفاعل وتواصل بين مختلف الشباب في النقاش الدائم حول المواضيع الدينية، التي تتعلق بتقديم الفتاوي والنصائح والإرشادات الدينية، ونادرا، يدل على عدم وجود نقاش وتواصل بين الشباب مما يؤثر على عدم تجديد فكرهم الديني حول بعض المغالطات المتعلقة بالدين الإسلامي وفي أخير الترتيب نجد غالبا بنسبة تمثل 8%، حيث يساهم ذلك في ترقية مستوى النقاش والحوار وفي بناء إجماع عام حول مختلف القضايا والمسائل الدينية المطروحة، مما يساهم في الأخير في بناء وعي ديني سليم بعيدا عن البدع والخرافات والمغالطات التي تشوهه.

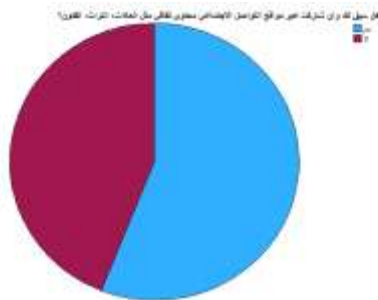
منه نستنتج بأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للنقاش الديني بين الشباب، من أجل تجديد الفكر الديني لديهم أحيانا، مما يتطلب تكثيف النقاش والحوار والتواصل بين الشباب بشكل دائم، مما يسمح في الأخير في بناء تربية إسلامية قويمه وصحيحة.

الجدول رقم 15: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول مدى مشاركتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	56%
لا	22	44%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 15: يمثل حول مدى المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي

مثل العادات، التراث، الفنون



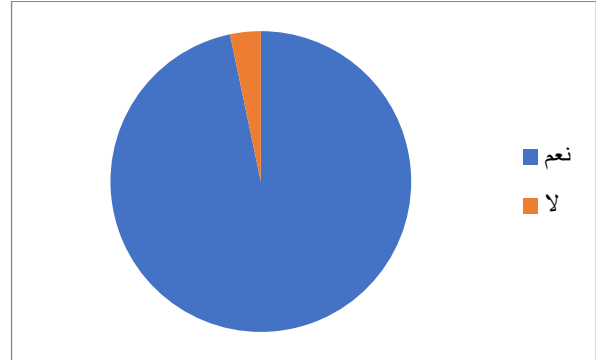
يظهر لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه على أن معظم الأفراد المبحوثين، يؤكدون المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون، بنسبة تمثل 56%، وهذا يدل دلالة كبيرة على وجود حيوية ونشاط لديهم في التفاعل مع مختلف المواضيع التي تعنى بالهوية الوطنية من لغة ودين والوطن وعادات وتقاليده وتراث المادي مثل المخطوطات والنقوش القديمة، والتراث الشفوي مثل الأشعار والأمثال والحكم، مما يعزز التماسك الكبير بمختلف مقومات الهوية الجزائرية، في حين ينفي بقية الأفراد المبحوثين ذلك بنسبة تمثل 44%، وهذا يدل على عدم وجود إهتمام وحرص في التفاعل والنقاش حول المواضيع التي تعنى بالهوية الوطنية والثقافية، نتيجة إهتمامهم بمضامين أخرى مثل الرياضة والفن والتسلية.

منه نستنتج بأن أغلبية المبحوثين مشاركين عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون، وهذا يعكس بشكل كبير أنهم فعالين وناشطين في الاهتمام بمختلف المقومات الثقافية والتراثية التي تزخر بها الجزائر، والعمل على تعريفها وتقديمها في أحسن صورة.

الجدول رقم 16: يمثل اراء الأفراد المبحوثين حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقيم الدينية و الثقافية بين الشباب

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	94%
لا	3	6%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 16: يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقيم الدينية و الثقافية لدى الشباب



يتضح من خلال الجدول أن الغالبية الساحقة من أفراد العينة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية بين الشباب، حيث أجاب 94% منهم بـ"نعم"، أي ما يعادل 47 فردًا من أصل 50 مفردة، وهو ما يدل على إدراك عام وواسع للدور التوعوي لهذه الوسائط، خاصة في ظل تزايد المحتوى الهادف المنتشر عبر المنصات الرقمية، مثل الفيديوهات التثقيفية، الخطب القصيرة، والمشاركات التي تتناول موضوعات دينية وثقافية بأسلوب عصري وجذاب.

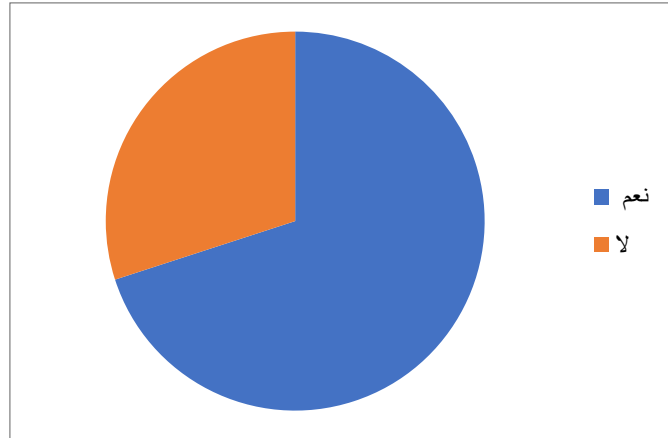
في المقابل، عبّر 6% فقط من العينة (أي 3 أفراد) عن عدم اعتقادهم بوجود تأثير واضح لهذه الوسائط في نشر القيم والوعي، وهو ما قد يُعزى إلى تجارب شخصية محددة، أو إلى نوعية المحتوى الذي يتعرضون له، والذي قد يكون بعيدًا عن المجال الثقافي أو الديني. ويشير هذا التوزيع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت قناة فاعلة ومؤثرة في تشكيل وعي الشباب، ليس فقط من الناحية الترفيهية أو الاجتماعية، بل أيضًا من الجوانب المعرفية والقيمية، وهو ما يدعو إلى دعم هذا التوجه عبر تشجيع إنتاج ونشر المحتوى الهادف، وضمان وصوله إلى أكبر شريحة ممكنة من المستخدمين.

المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والدينية للشباب في ولاية تيزي وزو

الجدول رقم 17: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية والثقافية المحلية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	%88
لا	6	%12
المجموع	50	%100

الشكل رقم 17: يمثل التوزيع النسبي لآراء المبحوثين حول مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية والثقافية المحلية



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن معظم الأفراد المبحوثين، يؤكدون مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية والثقافية المحلية، بنسبة تمثل 88%، من خلال المضامين التي تبرز مقومات الدين الإسلامي، التي تدعو للعدالة والمساواة والتسامح والتآخي والوحدة، ومختلف مكونات الهوية الوطنية من لغة وعادات وتقاليد وتراث مادي ومعنوي، مما يؤدي إلى تقوية أسس الوحدة والتماسك والترابط بين أفراد المجتمع، في حين ينفي بقية الأفراد المبحوثين ذلك بنسبة تمثل 12%، وهذا يمثل مؤشر سلبي، يؤثر على

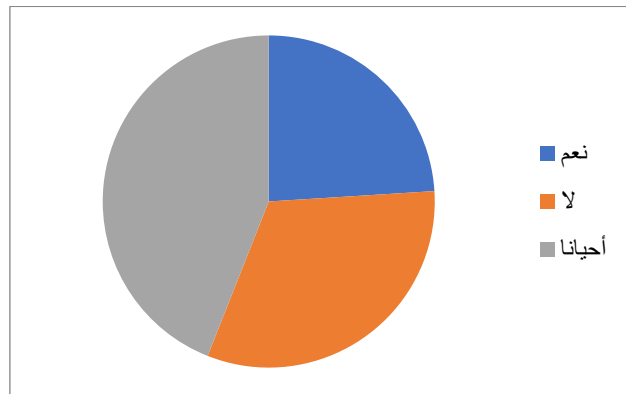
تكوين شخصية الشباب مما يجعلوهم يبحثون عن بدائل أخرى من أجل تنمية وعيهم الديني والثقافي مثل المساجد والمتاحف ودور الثقافة.

منه نأكد مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية والثقافية المحلية وهذا يدل على وجود مجهودات كبيرة من طرف القائمين بمواقع التواصل الاجتماعي في بناء مجتمع قوي ومسلم ومنقف وفق أسس صحيحة وسليمة.

الجدول رقم 18: يبين صعوبة التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	24%
لا	16	32%
أحيانا	22	44%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 18: التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول صعوبة التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي



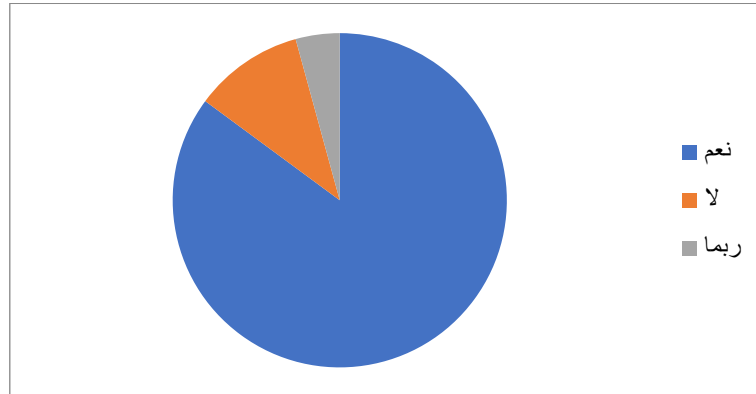
من خلال بيانات الجدول، نلاحظ أن أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون وجود صعوبة في التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة تمثل 44%، وهذا بوجود مضامين متشابهة وغير واضحة، مما يتوجب على الشباب الجزائري، ضرورة إستشارة ذوي الخبرات والتجارب من أجل تكريس الوعي والتدين الصحيح وفي ثاني الترتيب نجد بقية الأفراد المبحوثين، ينفون ذلك بنسبة تمثل 32%، وهذا يدل على تمييزهم الصحيح والسليم وإطلاعهم على المضمون الثقافي والديني المفيد وغير المفيد مما يسمح لهم بتكوين شخصية دينية وعلمية قوية وسليمة، وفي أخير الترتيب نجد وجود صعوبة في التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة تمثل 24%، خصوصا لدى الشباب المبتدئين والجدد، الذين يجدون مضامين ومحتويات دينية وثقافية غير واضحة وغير مفيدة، تؤثر على مستوى تكوين شخصياتهم الدينية والثقافية

منه نستنتج في الأخير وجود صعوبة في التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا، وهذا يتطلب على القائمين بهذه الصفحات للتواصل الاجتماعي أن يعملوا على توضيح تلك المضامين والمحتويات الثقافية والدينية بشكل صحيح من إكساب الشباب للمعلومات الدينية والثقافية الصحيحة والسليمة.

الجدول رقم 19: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام الشباب بالقيم الدينية و الثقافية في مجتمعهم

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	32%
لا	9	18%
ربما	25	50%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 19: يبين توزيع النسبي لأراء المبحوثين حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام الشباب بالقيم الدينية و الثقافية في مجتمعهم



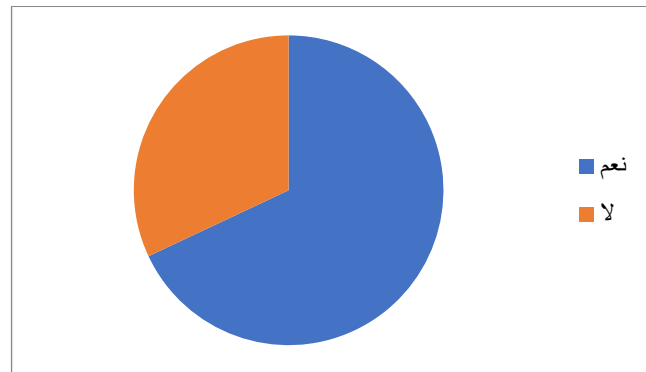
من خلال معطيات الجدول أعلاه، يظهر لنا أن بعض الأفراد المبحوثين، يؤكدون بأن الشباب في المجتمع أصبحوا أكثر إهتماما بالقيم الدينية والثقافية بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة تمثل 32%، وهذا من خلال المواضيع الدينية المطروحة، التي تتسم بالجودة العالية والسليمة، مما يساهم في حرصهم على الإهتمام بالقيم الدينية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وفي ثاني الترتيب نجد بقية الأفراد المبحوثين ينفون ذلك بنسبة تمثل 18%، وهذا يعد إلى كون تلك المضامين لا ترقى إلى مستوى فهمهم أو إستيعابهم كما أنها لا تتناسب مع تغيرات المجتمع وعلى مستوياتهم العلمية، وفي أخير الترتيب نجد ربما بنسبة تمثل 50%، لعدم توضيح الرؤية لديهم وتوفرهم على معايير وأسس تسمح لهم بالتعبير عن آرائهم

منه نستنتج بأن الشباب في المجتمع أصبحوا أكثر إهتماما بالقيم الدينية والثقافية بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتيح لهم نشر مضامين ومحتويات دينية وثقافية مفيدة وسليمة تساهم في تكوين شخصياتهم وفق أسس صحيحة وتتسم بالكثافة والتنوع، نظرا لما كتبتها لمختلف تغيرات وتحولات المجتمع، التي تتجه للمواضيع والقضايا التي تمس بفتة الشباب

الجدول رقم 20: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول تأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية و الثقافية في مجتمعهم

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	%68
لا	16	%32
المجموع	50	%100

الشكل رقم 20: يمثل التوزيع النسبي لآراء المبحوثين حول تأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية و الثقافية في مجتمع



يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً سلبياً على القيم الدينية والثقافية في المجتمع، حيث أجاب %68 من المشاركين بـ"نعم"، أي ما يعادل 34 فرداً من أصل 50 مفردة. يشير ذلك إلى وجود وعي نسبي بالمخاطر المحتملة التي قد تحملها هذه المنصات، خاصة فيما يتعلق بالمحتويات التي قد تتعارض مع القيم المتجذرة في المجتمع، كالمظاهر غير اللائقة أو الرسائل المبطنّة التي تضعف الانتماء الثقافي والديني.

في المقابل، صرّح %32 من أفراد العينة أي ما يعادل 16 فرداً بعدم اعتقادهم بوجود تأثير سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي في هذا الجانب، وهو ما قد يعكس ثقة هؤلاء الأفراد في

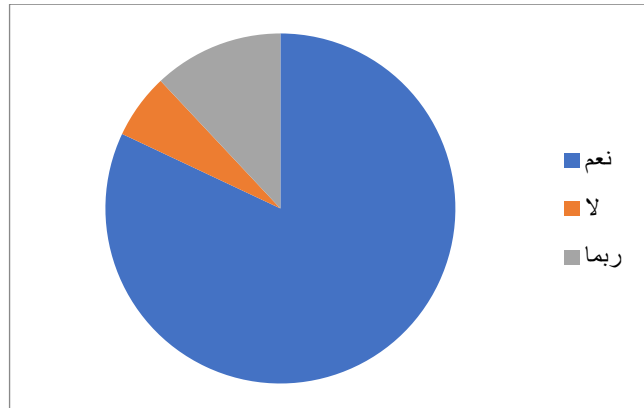
قدرتهم على الانتقاء الواعي للمحتوى، أو اعتقادهم بأن التأثير الإيجابي يفوق السلبي من حيث التفاعل والتبادل الثقافي والديني.

وبشير هذا التوزيع إلى أن هناك تبايناً في الرؤى اتجاه الأثر الثقافي والديني لهذه الوسائط إلا أن الغالبية تميل إلى الحذر من انعكاسات الاستخدام غير المنضبط لها. وهو ما يعزز أهمية التوجيه الإعلامي والتربوي لترشيد الاستخدام، وتعزيز الوعي لدى الشباب بمخاطر بعض المحتويات، إلى جانب دعم المحتوى الذي ينسجم مع القيم الأصيلة للمجتمع.

الجدول رقم 21: يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المحتوى الديني و الثقافي للحفاظ على الهوية الثقافية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	82%
لا	3	6%
ربما	6	12%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 21: يمثل التوزيع النسبي لآراء المبحوثين حول ضرورة تعزيز المحتوى الديني و الثقافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على الهوية الثقافية



يتبين من خلال الجدول أن هناك إجماعاً شبه كلي من قبل أفراد العينة على أهمية أن تقدّم مواقع التواصل الاجتماعي مزيداً من المحتوى الديني والثقافي الذي يسهم في الحفاظ على مقومات الهوية الثقافية، حيث عبّر 82% من المشاركين 41 فرداً من أصل 50 مفردة عن تأييدهم لهذا التوجه. تعكس هذه النسبة العالية إدراكاً متزايداً بين الشباب بأهمية التوازن بين الانفتاح على العالم الرقمي والحفاظ على الأصالة الثقافية والدينية، في ظل ما يشهده الفضاء الإلكتروني من محتويات متباينة قد تُضعف من الهوية الثقافية إذا لم تُقابل بخطاب رقمي هادف.

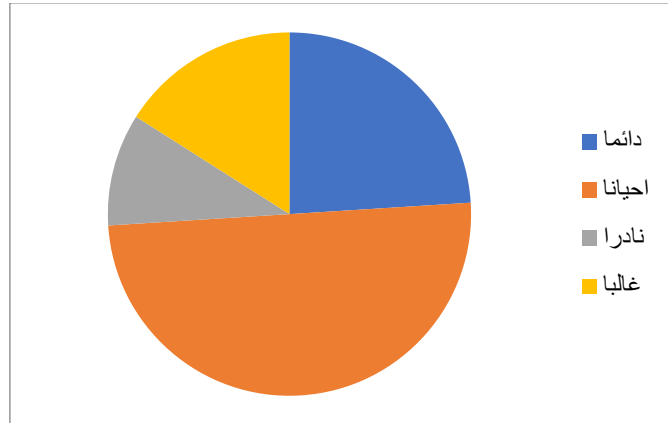
في المقابل، عبّر 6% فقط (3 أفراد) عن عدم تأييدهم لهذا الطرح، وقد يعود ذلك إلى قناعتهم بأن الحفاظ على الهوية لا يتوقف على طبيعة المحتوى في المنصات الرقمية، أو إلى اعتقادهم بضعف تأثير هذه الوسائط مقارنة بوسائل أخرى كالأسرة أو المؤسسات التعليمية. بينما أبدى 12% (6 أفراد) موقفاً متردداً، أجابوا بـ"ربما"، ما يدل على وجود قدر من التذبذب أو الحياد في الموقف تجاه هذه المسألة.

ويشير هذا التوزيع بوضوح إلى رغبة قوية في استثمار مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للحفاظ على الهوية الثقافية، من خلال تعزيز المحتوى المفيد والملتزم بالقيم الدينية والثقافية، وهو ما يستدعي دعم صانعي المحتوى الجادّ، وتحفيز المبادرات الرقمية التي تخدم هذا التوجه الواعد في أوساط الشباب.

الجدول رقم 22: يبين أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي الى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	12	24%
أحيانا	25	50%
نادرا	5	10%
غالبا	8	16%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 22: يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول ما اذا كان الإستخدام المستمر لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي الى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية



من خلال بيانات الجدول أعلاه، يتضح لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستمرار يؤدي إلى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية، بنسبة تمثل 50%، وهذا نظرا لإيمانهم عليها بشكل متوسط وليس بشكل كبير، وفي ثاني الترتيب، نجد بصفة دائمة بنسبة تمثل 24%، وهذا يدل على إيمانهم عليها نسبيا، مما يؤثر على ممارسة العبادات والشعائر الدينية، من خلال إهمالها وتأخيرها، وفي ثالث الترتيب نجد غالبا، بنسبة تمثل 16%، وهذا للوقت ما يعبر عن الوقت المحدد الذي يقضونه عبر

هذه المواقع التي قد تؤدي إلى ضياع الوقت الكبير والتأثير على ممارسة العبادات، وفي آخر الترتيب، نجد نادرا بنسبة تمثل 10%، وهذا يدل على الإستخدام العقلاني والسليم لهذه لمواقع التواصل الإجتماعي وعدم تأثيره على ممارسة الشعائر الدينية .

منه نستنتج بأن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستمرار يؤدي إلى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية أحيانا لدى الشباب مما يتوجب عليهم أن يستخدموها بشكل سليم وعقلاني لضمان تجسيد التدين الصحيح والسليم.

ب- التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة

الجدول رقم 06: يوضح علاقة متغيرات الجنس، السن حول مدى إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية

الجنس	دائما		أحيانا		نادرا		غالبا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	14	28%	3	6%	1	2%	4	8%	22	44%
أنثى	22	44%	2	4%	1	2%	3	6%	28	56%
المجموع	36	72%	5	10%	2	4%	7	14%	50	100%
السن	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
15-19 سنة	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%	3	6%
20-24 سنة	26	52%	5	10%	1	2%	3	6%	35	70%
25-29 سنة	6	12%	0	0%	1	2%	4	8%	11	22%
أكثر من 30 سنة	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
المجموع	36	72%	5	10%	2	4%	7	14%	50	100%

من خلال الجدول المتعلق بمتغير نلاحظ أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الإناث، يؤكدن على أن إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون بشكل دائم بنسبة تمثل 44%، في حين نجد النسبة لدى الذكور منخفضة تمثل 28%.

يمكن تبرير النسبة العالية لدى الإناث إلى كونهن يتسمن بالفضول وحب الإطلاع على مختلف المضامين الدينية والثقافية من أجل تنمية شخصياتهن الدينية وتدعيم الرصيد المعرفي، مقارنة بالذكور الذي لهم ميولات أخرى مثل الرياضة أو الأفلام.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يظهر فيه أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة)، يؤكدون على أن مدى إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون بشكل دائم، بنسبة تمثل 52%، وفي ثاني الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، حيث تتسم هاتين الفئتين بنضج نفسي ومعرفي متوسط وهم بحاجة إلى إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم يعكس إيمانهم في الإستفادة من المعلومات والمضامين الدينية، وفي ثالث الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 15 سنة إلى 19 سنة)، بنسبة تمثل 6%، وهي ذات نضج وإدراك معرفي ناقص، مما يتوجب عليها الإطلاع على المضامين الدينية للإستفادة من المعلومات والمضامين الدينية بشكل دائم، من أجل تكوين وعي ديني قوي ورصيد علمي هائل، وفي أخير الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية أكثر من 30 سنة، بنسبة تقدر بـ 2%، وهي ذات نضج نفسي ومعرفي كبير يكون الإستخدام لهذه المواقع التواصل بهدف تدعيم وتعزيز رصيدها العلمي والديني بشكل كبير .

وفي ثاني الترتيب، نجد غالبا، حيث يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الذكور وفق متغير الجنس، يؤكدون على أن مدى إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون بشكل غالب بنسبة تمثل 8%، في حين نجد النسبة لدى الإناث تمثل 8%.

يمكن تبرير النسبة العالية لدى الذكور إلى كونهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للإستفادة من المضامين العلمية والدينية بشكل جيد وحسن، التي تتسم بالوضوح والدقة، دون أن نقلل من المبحوثين من الإناث في تدعيم رصيدهن المعرفي والديني بشكل سليم وقويم. أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يظهر فيه أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، يؤكدون على أن إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون بشكل دائم، بنسبة تمثل 8%، وفي ثاني الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة)، بنسبة تمثل 6% حيث يحتوي على حيوية ونشاط مع وجود إدراك ومضج معرفي متوسط، مما يجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي غالبا من أجل التزود بالمعلومات الدينية والثقافية، التي تسمح لهم باكتساب مقومات دينية عالية، وفي ثالث الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 15 سنة إلى 19 سنة) والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية أكثر من 30 سنة، بنسب صفرية متساوية تقدر بـ 0% لكل واحدة منهما، حيث يمكن تبرير النسبة الصفرية لدى الفئتين إلى كونهما تستخدمان مواقع التواصل الاجتماعي دائما، من أجل إكتساب المعلومات الدينية والثقافية وتتسم هاتين الفئتين بنضج نفسي ومعرفي يتراوح بين الناقص والكبير.

وفي ثالث الترتيب، نجد أحيانا، حيث يتضح لنا من خلال الجدول المتعلق بمتغير الجنس بأن أغلبية الأفراد المبحوثين الذكور، يؤكدون على أن إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون أحيانا، بنسبة تمثل 6%، في حين نجد النسبة لدى الإناث تمثل 4%.

يمكن تبرير النسب المتقاربة لدى الذكور والإناث إلى كونهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للإستفادة من المضامين العلمية والدينية بشكل قليل، نتيجة وجود ميولات وإهتمامات أخرى مثل التسلية والرياضة، وهذا لا يساهم بشكل كبير في زيادة مستوى الوعي الديني والرصيد العلمي لهم.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يظهر فيه أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة)، يؤكدون على أن مدى إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون أحياناً، بنسبة تمثل 8%، وهي ذات وعي ونضج نفسي وعقلي متوسط ولها إهتمامات وميولات أخرى، مما يؤثر على إكتساب القيم والمضامين الدينية والعلمية بشكل كبير وفي ثاني الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، والأفراد المبحوثين (من 15 سنة إلى 19 سنة)، والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من أكثر من 30 سنة)، بنسب صفرية تقدر بـ 0%، لكل واحدة منها، ويمكن تبرير النسب الصفرية إلى كونهم مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم وكبير من أجل الإستفادة من المضامين الدينية والعلمية المفيدة والسليمة.

وفي رابع الترتيب، نجد بشكل نادر، حيث يتضح لنا من خلال متغير الجنس على أن الأفراد المبحوثين من الذكور والإناث، يؤكدون إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية بشكل نادر، بنسب متساوية تمثل 2%، لكل واحدة منهما

حيث تعكس هذه النسب عدم إهتمام وتركيز الذكور والإناث على تصفح المواقع التواصل الاجتماعي، من أجل الإستفادة من المضامين العلمية والدينية بشكل كبير، مما يؤثر على بناء شخصياتهم الدينية وتنمية الرصيد المعرفي.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يظهر فيه أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة)، يؤكدون على أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون نادراً بالنسبة تكون 2% والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، يؤكدون على أن إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون نادراً، بنسب متساوية تمثل 2%، وهما ذات نضج نفسي ومعرفي متوسط، مما يؤثر على إكتسابهم للقيم الدينية والثقافية السائدة في المجتمع، نتيجة إستخدامهم النادر لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد الأفراد المبحوثين (من 15 سنة إلى 19 سنة)، والأفراد

المبحوثين من الفئة العمرية (من أكثر من 30 سنة)، بنسب صفرية تقدر بـ0%، لكل واحدة منها، وهاتين الفئتين ذات نضج نفسي ومعرفي يتراوح بين الناقص والكبير، حيث تستخدم هاتين الفئتين مواقع التواصل الاجتماعي دائماً وغالبا من أجل إكتساب القيم الدينية والعلمية المفيدة .

الجدول رقم 08: يوضح العلاقة بين متغيرات المستوى التعليمي، السن ومدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا

المستوى التعليمي	أقل من ساعة		من ساعة إلى 3 ساعات		من 4 إلى 6 ساعات		أكثر من 6 ساعات		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
متوسط	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
ثانوي	0	0%	2	4%	3	6%	0	0%	5	10%
جامعي	4	8%	13	26%	18	36%	10	20%	45	90%
المجموع	4	8%	15	30%	21	42%	10	20%	50	100%
السن	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
15-19 سنة	0	0%	1	2%	2	4%	0	0%	3	6%
20-24 سنة	4	8%	9	18%	14	28%	8	16%	35	70%
25-29 سنة	0	0%	4	8%	5	10%	2	4%	11	22%
أكثر من 30 سنة	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%
المجموع	4	8%	15	30%	21	42%	10	20%	50	100%

من خلال بيانات الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي، يتضح لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا من 4 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة تمثل 36%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى الثانوي، بنسبة تمثل 6%، وفي أخير الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى المتوسط بنسبة تمثل 0%.

منه نستنتج بأن الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، هم الأكثر تصفحا لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال 4 و 6 ساعات من أجل الاستفادة من المضامين والمحتويات الدينية، حيث يتسمون بمستويات تعليمية عالية، من أجل تعزيز مستوى معارفهم العلمية والدينية أما الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة، فهم أقل مستوى تعليمي ومع ذلك يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من المحتويات الدينية والعلمية، أما النسبة الصفرية لدى الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة، فتعود إلى عدم وجود هذه الفئة على مستوى دراستنا الحالية .

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يتضح لنا فيه أن غالبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة) يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا من 4 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة تمثل 28%، وفي ثاني الترتيب، نجد الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، بنسبة تمثل 10%، وفي ثالث الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 15 سنة إلى 19 سنة)، بنسبة تمثل 2%، وفي أخير الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة)، بنسبة صفرية تمثل 0%.

منه نستنتج بأن الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة) والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، تتسم بالنضج والإدراك النفسي

المتوسط والحيوية والحماس من أجل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من 4 إلى 6 ساعات لإكتساب المعارف والقيم الدينية السليمة

أما الأفراد المبحوثين (من 15 سنة إلى 19 سنة)، فهم ذوي مستوى من النضج والإدراك المعرفي والنفسي وهذا ما يفسر قضائهم لأكثر وقت لتصفح مواقع التواصل من أجل التزود بالمعلومات الدينية والثقافية، أما النسبة الصفرية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة) نفسرها إلى عددهم المحدود وإلى تمتعهم بالنضج والوعي الديني والمعرفي.

وفي ثاني الترتيب، نجد من ساعة إلى 3 ساعات، حيث يتضح من خلال الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة تمثل 26%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى الثانوي، بنسبة تمثل 4%، وفي أخير الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى المتوسط بنسبة تمثل 0%.

منه نستنتج بأن الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يتمتعون برصيد علمي كبير ويعملون على تدعيم معارفهم العلمية الدينية من خلال تصفح المضامين الدينية والثقافية بشكل متوسط، أما باقي الفئات الأخرى من ذوي المستوى الثانوي، فهي ذات مستوى متوسط ومحدودة العدد، أما الأفراد من ذوي المستويات المتوسطة، فهي غائبة على مستوى عينة دراستنا الحالية.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يتضح لنا فيه أن غالبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة) يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة تمثل 18%، وفي ثاني الترتيب، نجد الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، بنسبة تمثل 8%، حيث تتسم هاتين الفئتين بنضج نفسي ومعرفي متوسط ومقبول وحيوية وديناميكية من أجل متابعة المضامين الدينية والثقافية لتكوين

شخصياتهم بشكل سليم، وفي ثالث الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 15 سنة إلى 19 سنة)، الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة)، بنسب صفرية تمثل 0%، لكل واحدة منهما، حيث تتسمان بنضج وإدراك معرفي ونفسي من ناقص وكبير، ونفسر النسب الصفرية إلى محدودية عددهما على مستوى دراستنا الحالية.

وفي ثالث الترتيب، نجد أكثر من 6 ساعات، حيث يتضح من خلال الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا أكثر من 6 ساعات بنسبة تمثل 20% في حين نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى الثانوي والأفراد المبحوثين من ذوي المستوى المتوسط بنسب صفرية تمثل 0%، لكل واحدة منهما.

منه نستنتج بأن الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، من ذوي الرصيد العلمي الكبير، الذي يجعلهم يقضون أكبر وقت في تصفح المضامين الدينية والثقافية من أجل تدعيم مستوى معارفهم ومعلوماتهم، أما الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة والثانوية لا تقضي أكبر وقت ممكن في مواقع التواصل الاجتماعي للإستفادة من المضامين الدينية والثقافية نتيجة محدودية مفرداتها ونقص مستوياتها التعليمية والعلمية.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يتضح لنا أن غالبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة) يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا من أكثر من 6 ساعات بنسبة تمثل 16%، وفي ثاني الترتيب، نجد الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، بنسبة تمثل 4%، حيث تتسم هاتين الفئتين بنضج نفسي ومعرفي وإدراك مقبول وحيوية متوسطة، من أجل متابعة المضامين الدينية والثقافية بشكل مفرط وكبير وفي ثالث الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 15 سنة إلى 19 سنة)، الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة)، بنسب صفرية تمثلان 0%، حيث

يتراوح إدراكهم المعرفي والنفسي بين الناقص والمعتبر، إضافة إلى محدودية عدد مفردات هاتين الفئتين .

وفي رابع الترتيب، نجد أقل من ساعة، حيث من خلال الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا هو أقل من ساعة بنسبة تمثل 8% في حين نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى الثانوي والأفراد المبحوثين من ذوي المستوى المتوسط بنسب صفرية تمثل 0%، لكل واحدة منهما.

منه نستنتج بأن الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يتسمون بمقومات علمية كبيرة، لكنهم يقضون وقتا أقل في متابعة المضامين الدينية والثقافية، وهذا ما يفسر عددهم الكبير، أما الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة والثانوية لا تقضي أكبر وقت ممكن في مواقع التواصل الاجتماعي للإستفادة من المضامين الدينية والثقافية، مما يؤثر على تكوينها الديني والثقافي.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، يتضح لنا أن غالبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة) يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا هي أقل من ساعة، بنسبة تمثل 8%، وفي ثاني الترتيب، نجد الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 29 سنة)، والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 15 سنة إلى 19 سنة)، والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة)، بنسب صفرية تمثل 0% .

منه نستنتج غالبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 سنة إلى 24 سنة) وهي ذات حيوية ونشاط وحماسة وإدراك نفسي متوسط، في حين نفسر النسب الصفرية لدى بقية الأفراد المبحوثين من الفئات العمرية الأخرى إلى محدودية هذه المفردات وقضائها لأكثر وقت لمتابعة مضامين مواقع التواصل الاجتماعي للإستفادة من المضامين والمعلومات الثقافية والدينية.

الجدول رقم 13: يبين علاقة المتغيرات الجنس ، المستوى التعليمي باعتقاد المبحوثين أن تعرضهم المستمر لمحتوى المواقع الاجتماعية قد دعم رصيدهم المعرفي من الناحية الدينية و الثقافية.

المتغيرات		دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الجنس	ذكر	7	14%	15	30%
	إناث	7	14%	21	42%
	المجموع	14	28%	36	72%
المستوى التعليمي	متوسط	0	0%	0	0%
	ثانوي	3	6%	2	4%
	جامعي	11	22%	34	68%
	المجموع	14	28%	36	72%

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بمتغير الجنس أن أغلبية المبحوثين يؤكدون تعرضهم أحيانا لمحتوى المواقع الاجتماعية قد دعم رصيدهم المعرفي من الناحية الدينية والثقافية أحيانا بنسبة 42% للإناث مما يعادل 21 أنثى أما بالنسبة للذكور 30% مما يعادلها 15 ذكر.

يظهر لنا من خلال الجدول بمتغير الجنس أن الإناث أكثر تدينا من الذكور نتيجة تأثير تنشئتهم الاجتماعية وارتباطهن بالقيم واندفاعهن للمشاعر الروحية والعاطفية كما تبين أن

الذكور خاصة الشبان يستفادون معرفيا من المحتوى الديني والثقافي عبر وسائل التواصل لكن بآليات تختلف عن الإناث.

أظهرت نتائج الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي أن أغلبية المبحوثين الذين يمتلكون مستوى جامعي يعتقدون أن تعرضهم أحيانا لمحتوى المواقع الاجتماعية يدعم رصيدهم المعرفي من الناحية الدينية والثقافية أحيانا بنسبة قدرت 68% حيث تنسم هذه الفئة بالرصيد العلمي والمعرفي حيث يبحثون عن المحتوى المفيد للقضايا الأكاديمية والدينية وينتقون ما يستحق وقتهم ويحللونه بعمق ،لتليه مستوى ثانوي بنسبة 4% حيث لدى هذه الفئة قابلية للاستفادة العلمية والدينية والثقافية بشرط أن يكون الاستخدام مقصورا على ما يلبي فضولهم ويستدعي تفكيرهم لا مجرد استهلاك ترفيهي سطحي.

وفي الترتيب الثاني نجد أن أغلبية أفراد العينة الذين يؤكدون أن تعرضهم المستمر لمحتوى المواقع الاجتماعية يدعم رصيدهم المعرفي من الناحية الدينية والثقافية دائما حيث يرى أغلبية المبحوثين حسب متغير الجنس بنسبة متساوية قدرت ب 14% بالنسبة للذكور والإناث.

من خلال الجدول المتعلق بمتغير الجنس فنلاحظ أن الذكور يميلون إلى استخدام المواقع الاجتماعية للترفيه والعلاقات لكن عند التوجه للمعرفة الأكاديمية والدينية يصبحون أكثر اعتمادا وتمييزا وقد يستفيدون بشكل أكبر من المضمون النوعي مما ينتج عنه نمو معرفي دائم في الفهم الديني والسلوك الأخلاقي حيث يتمتعون بذكاء إجتماعي داخلي يمكنهم من ضبط استخدامهم الرقمي فتنشئ المنصات لديهم دعم دائم للتعلم والفكر ، أما الإناث فتوظف المنصات بصورة أشمل للتعلم والمشاركة الثقافية ويظهون وعيا نقديا مماثلا بنفس القدر أو أكثر من الذكور حيث يستخدمون هذا الوعي لإستبعاد المحتوى ذي الجودة المنخفضة ما يحسن من القيمة المعرفية المستمرة التي يحصلون عليها.

من خلال الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي إن فئة مستوى جامعي يؤكدون أن استعمالهم للمواقع الإجتماعية يزيد من رصيدهم المعرفي ، الديني والثقافي بنسبة قدرت ب 22% حيث تتسم هذه الفئة بالإنفتاح مما يجعلهم أكثر قدرة على استقبال محتوى ديني وثقافي متنوع مما يعزز وعيهم وتسامحهم الثقافي ويمكننا القول أن فئة المبحوثين ذوي مستوى جامعي يحولون المواقع الإجتماعية إلى مصدر دائم وفعال لتعزيز رصيدهم المعرفي الديني والثقافي من خلال استخدامهم لهذه الوسائل بوعي نقدي ومنظم يدعم هوية قوية وفهما معمقا لقضايا العصر ، لتليها فئة مستوى ثانوي بنسبة قليلة قدرت ب 6% حيث تتسم هذه الفئة بوعي نقدي مبكر وتفاعل ثقافي ثابت ومتنوع وكذا مهارات شخصية متطورة حيث يحولون المواقع الإجتماعية من مجرد وسيلة ترفيه إلى مصدر معرفي يعزز الفهم الديني للثقافة والتنوع ويطور مهاراتهم الشخصية والإجتماعية.

الجدول رقم 16: نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية هل تجد المبحوثين أن مواقع التواصل الإجتماعي تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية بين الشباب

المتغيرات الدراسية	الإجابة	نعم		لا		مجموع	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
السن	19-15 سنة	3	6%	0	0%	3	6%
	20-24 سنة	34	68%	1	2%	35	70%
	25-29 سنة	9	18%	2	4%	11	22%
	أكثر من 30 سنة	1	2%	0	0%	1	2%
	المجموع	47	94%	3	6%	50	100%
الجنس	ذكر	19	38%	3	6%	22	44%
	أنثى	28	56%	0	0%	28	56%
	المجموع	47	94%	3	6%	50	100%

متوسط	0	%0	0	%0	0	%0
ثانوي	5	%10	0	%0	5	%10
جامعي	42	%84	3	%6	45	%90
المجموع	47	%94	3	%6	50	%100

تشير نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا فاعلا في تعزيز الوعي بالقيم الدينية والثقافية لدى فئة الشباب.

حسب الجدول المتعلق بمتغير السن نلاحظ أن فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم (20-24 سنة) أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل واضح في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية بنسبة قدرت ب 68% حيث تعد هذه الفئة من أكثر الفئات استخداما للمواقع مثل فايسبوك ، إنستغرام ، يوتيوب وتيك توك وتتفاعل بانتظام مع المحتوى الديني والثقافي سواء عبر المتابعة والمشاركة وحتى صناعة المحتوى وتكون هذه الفئة في مرحلة إنتقالية بين المراهقة والنضج ما يجعلهم أكثر تأثرا بالمحتوى القيمي والديني ويسعون لتحديد لمواقفهم الفكرية والدينية والاجتماعية ، لتليه الفئة العمرية (25-29 سنة) بنسبة 18% حيث تعتبر هذه الفئة في مرحلة النضج والاستقرار النسبي أي غالبا ما تكون هذه الفئة قد أنهت دراستها الجامعية أو منهم من بدأوا حياتهم المهنية مما يمنحهم نوعا من الإستقلال الفكري والاجتماعي ولديهم وعي أكبر بالقيم الدينية والثقافية وتكون لديهم مواقف أكثر وضوحا إتجاه القيم الدينية والثقافية إما بالتمسك بها أو من خلال نقاش عقلاني حولها ويظهر لديهم توازن بين التمسك بالقيم التقليدية والانفتاح على الخطاب العصري الممتز مما يجعلهم أكثر قدرة على نقد المحتوى وتمييز الجيد من السيئ أما فئة (15-19 سنة) بنسبة 6% حيث تعيش هذه الفئة مرحلة حساسة من بناء الهوية وتعد سنواتهم في تكوين التصورات حول الدين القيم والانتماء الثقافي ويتأثرون بسهولة بالمحيط والمحتوى الرقمي نظرا لقلة الخبرة والنضج

المعرفي ويعدون من أكثر الفئات ارتباطا يوميا بهذه المنصات وخاصة تيك توك ، إنستغرام والسناپ شات ويتابعون محتويات ذات طابع ترفيهي وشخصي لكنهم يتعرضون أيضا لمضامين دينية وثقافية دون رقابة أو فلترة واضحة وفي الأخير فئة (أكثر من 30 سنة) بنسبة 2% حي هذه الفئة غالبا ما تكون قد وصلت إلى درجة من النضج والإتزان ولديها رؤية مستقرة تجاه القيم الدينية والثقافية العديد منهم متزوجون أو لديهم مسؤوليات أسرية مما يوجه إهتمامهم نحو المحافظة على منظومة القيم داخل الأسرة والمجتمع .

فيما يتعلق بمتغير الجنس فنلاحظ أن أغلبية المبحوثين من الإناث يؤيدون أن مواقع التواصل الإجتماعي تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية بين الشباب بنسبة قدرت ب 56% مما يعادل 28 أنثى حيث تميل العديد من الإناث إلى متابعة المحتوى بالقيم الدينية (كالحجاب، الحياء، الأخلاق) والمحتوى الثقافي المرتبط بالهوية كالتقاليد والأسرة ولديها دور فعال في نشر القيم حيث تشارك في إعادة نشر أو إنتاج محتوى يروج للقيم الدينية والثقافية إما عبر المنشورات أو الفيديوهات خصوصا على منصات مثل إنستغرام وفيسبوك ، أما فئة الذكور فنسبتهم قدرت ب 38% مما يعادل 19 ذكر، حيث يظه بعض الدور اهتماما بالمحتوى الديني والثقافي خاصة في المناسبات (رمضان ، الأعياد والأحداث الوطنية) .

أما فيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي فنلاحظ أن فئة مستوى جامعي يؤيدون فكرة أن مواقع التواصل تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية لدى الشباب بنسبة قدرت ب 84 % حيث يتسم أصحاب هذه الفئة بوعي نقدي أعلى بالمحتوى القيمي حيث يظهرون قدرة أكبر على تحليل المحتوى الديني والثقافي المعروض على مواقع التواصل ويميلون لطرح تساؤلات نقدية بدلا من التلقي العفوي ويجمع العديد بين التمسك بالقيم الأساسية (الدينية والثقافية) والانفتاح على الخطابات الجديدة التي تتناول هذه القيم بلغة عقلانية وحديثة أما

فئة مستوى ثانوي فتؤيد الفكرة بنسبة 10% حيث غالبا ما تستخدم هذه الفئة مواقع التواصل بكثافة لكن بدرجة أقل وعيا بموثوقية المحتوى أو خلفياته الفكرية والدينية .

وفي الجهة المقابلة من الجدول نجد فئة المبحوثين التي تنفي مساهمة مواقع التواصل في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية لدى الشباب .

نلاحظ حسب الجدول المتعلق بمتغير السن أن أغلبي المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم (25-29 سنة) تنفي ذلك بنسبة 4% في حين ربما سبق لأفراد هذه الفئة أن تعاملوا مع محتوى رقمي غير موثوق أو غير جاد مما جعلهم يفقدون الثقة في فعالية المنصات كأداة لبناء الوعي القيمي وغالبا ما يكون لديهم إهتمام بالقيم من زاوية واقعية لا تنظيرية أي لا يرفضون القيم لكنهم يميلون لربطها بالحياة اليومية والممارسة العملية ويشعرون أن المحتوى القيمي على مواقع التواصل منفصل عن واقعهم أو ملعب، أما فئة (20-24 سنة) فتتنفي ذلك بنسبة 2% حيث تعتبر هذه الفئة من أكثر الفئات العمرية استخداما لمواقع التواصل لكن غالب لأغراض الترفيه ، التواصل ، ومتابعة المؤثرين وليس لاكتساب دينية أو ثقافية.

أما فيما يتعلق بمتغير الجنس فنلاحظ أن أغلبية من فئة الذكور التي قدرت نسبتهم 6% مما يعادل 3 ذكور ينفون مساهمة مواقع التواصل في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية لدى الشباب، حيث تنسم هذه الفئة بنظرة واقعية أو سلبية تجاه محتوى القيم على مواقع التواصل حيث يرى عدد من الذكور أن مواقع التواصل تستخدم في الغالب للتسلية أو الجدل العقيم لا لنشر القيم أو ترسيخ الوعي خاصة في ظل نقشي المحتوى الساخر والعنيف أحيانا ويتفاعلون غالبا مع ما هو رائج (ترند، تحديات، مواضيع مثيرة) ما يضعف فرص تأثرهم بالمحتوى القيمي الذي يتماشى مع سرعة التفاعل أو الترفيه المطلوب.

أما فيما يخص الجدول المتعلق بالمستوى التعليمي فنلاحظ أن فئة مستوى جامعي ينفون مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية لدى الشباب بنسبة

قدرت ب 6% حيث تتسم هذه الفئة بنظرة نقدية إلى المحتوى الرقمي القيمي أي تميل إلى تفكيك وتحليل الخطاب المعروض على مواقع التواصل ولا تتقبله بسهولة وغالبا ما ترى أن الطرح الديني والثقافي في السوشيال ميديا يفتقر إلى العمق والجودة وينتقدون المؤثرين الغير متخصصين أي يرفض عدد كبير من هذه الفئة أن يقدم المحتوى الديني والثقافي من قبل أشخاص غير مؤهلين علميا أو شرعيا ما يجعلهم يشكون في جدول المنصات في هذا المجال.

الجدول رقم 21 : في اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الإجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع

المتغيرات الدراسية	الاجابة	نعم		لا		مجموع	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الحالة الإجتماعية	أعزب - عزباء	30	60%	16	32%	46	92%
	متزوج/ متزوجة	4	8%	0	0%	4	8%
	المجموع	34	68%	16	32%	50	100%
	ذكر	47	94%	3	6%	50	100%
	المجموع	28	56%	0	0%	28	56%
	متوسط	47	94%	3	6%	50	100%
السن	15-19 سنة	2	4%	1	2%	3	6%
	20-24 سنة	23	46%	12	24%	35	70%
	25-29 سنة	8	16%	3	6%	11	22%
	أكثر من 30 سنة	1	2%	0	0%	1	2%
	المجموع	34	68%	16	32%	50	100%

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع .

حسب متغير الحالة الاجتماعية نلاحظ أن فئة العينة (أعزب-عزباء) تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع بنسبة قدرت ب 60% حيث تتخبط هذه الفئة بشكل مباشر وكثيف في مواقع التواصل أي هم من أكثر الفئات استخداما لمواقع التواصل، حيث تمثل بالنسبة لهم وسيلة ترفيه وتفاعل اجتماعي وتعويض عن الفراغ العاطفي والاجتماعي هذا الإنخراط يجعلهم أكثر إحتكاكا بالمحتوى السلبي والمنفلة القيمي وما يفسر إدراكهم لتأثيره السلبي الواضح وفي الأخير يمكننا القول أن فئة (أعزب-عزباء) تعتبر من أكثر الفئات تفاعلا مع المحتوى الرقمي وأكثرها حساسية تجاه التغيرات القيمية ، ما يجعلها تدرك بوضوح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تؤثر سلبا على الدين، الثقافة، العلاقات الاجتماعية المستقرة وتسهم أحيانا في تكريس أنماط سلوكية تتعارض مع الهوية القيمية للمجتمع . أما فئة (متزوج-متزوجة) تؤكد ذلك بنسبة قدرت ب 8% غالبا هذه الفئة ما يبذون حساسية أكبر تجاه كل ما قد يهدد استقرار الأسرة أو يشوه القيم التي يبنون عليها علاقتهم الزوجية وتربية أبنائهم وهذا الحرص يجعلهم ينتقدون بشدة المحتوى الذي يشجع على الإنحلال، التمرد أو التفكك الأسري.

حسب متغير السن فإن أغلبية المبحوثين من الفئة العمرية (20-24 سنة) يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع بنسبة قدرت ب 46% حيث تعد هذه الفئة من أكثر الفئات العمرية تواجدا على المنصات الرقمية وبالتالي فهي الأكثر احتكاكا بالمحتوى المتنوع بما فيه السلبي أو المخالف للقيم ولديهم وعي متزايد بآثار مواقع التواصل الاجتماعي رغم الإنخراط فيها أي رغم اندماجهم اليومي في العالم الرقمي يظهر لدى عدد منهم إدراك واع للتأثيرات السلبية على الدين، الثقافة والسلوك الاجتماعي لتليها فئة (25-29 سنة) بنسبة 16% حيث تتميز هذه الفئة بعقلية أكثر وعيا مقارنة بالفئات

الأصغر ما يمكنها من رصد وتحليل التغيرات القيمية التي تحدث بسبب مواقع التواصل وخاصة في محيطهم العلمي والاجتماعي ويرى الكثير منهم أن مواقع التواصل تروج لثقافة سطحية مادية تبتعد عن القيم الحقيقية حيث يقاس النجاح بالمتابعة والمظهر بدل الأخلاق والهوية، كما تعد هذه الفئة من أكثر الفئات وعيا وقلقا من التأثيرات القيمية لمواقع التواصل بحكم نضجها الفكري واحتكاكها المباشر بواقع العمل، العلاقات وتكوين الأسرة، أما فئة (15-19 سنة) تؤكد ذلك بنسبة 4% حيث تعد هذه الفئة من أكثر الفئات القابلة للتأثر بالمحتوى بحكم صغر السن ومرحلة التكوين وتعد هذه الفئة الأكثر هشاشة من حيث البنية القيمية والنفسية ما يجعلها سريعة التفاعل والإنبهار بالمحتوى المنتشر على مواقع التواصل وفي الأخير يمكننا القول أن فئة (15-19 سنة) تعد الأكثر تأثرا سلبيا بمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لهشاشة الوعي القيمي، غياب التوجيه والإنغماس التام في العالم الرقمي ويظهر تأكيد المبحوثين لهذا التأثير أن المجتمع يدرك الخطر القيمي المحدق بهذه الفئة مما يحتم التدخل العاجل لتقوية الحضانة التربوية والدينية لديهم سواء عبر الأسرة، المدرسة أو المحتوى الرقمي البديل وفي الأخير فئة (أكثر من 30 سنة) بنسبة 2% بحكم النضج العمري والتجربة الحياتية تمتلك هذه الفئة رؤية فاحصة وواعية لتأثيرات مواقع التواصل وتترك كيف ساهمت هذه المنصات في إضعاف المنظومة القيمية التقليدية للمجتمع وترى هذه الفئة أن كثيرا من المؤثرين لا يقدمون نموذجا يقتدى به بل يروجون لقيم تتعارض مع الأخلاق، الاحترام والعقيدة .

وفي ضوء ما سبق يتضح أن أغلب المبحوثين باختلاف فئاتهم العمرية والاجتماعية والتعليمية يجمعون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع وقد عبرت كل فئة بطريقتها عن هذا القلق مما يعكس وعيا متزايدا بضرورة حماية الهوية القيمية في ظل الإنفتاح الرقمي والدعوة إلى تعزيز دور الأسرة والمؤسسات التربوية والإعلام الهادف في مواجهة هذا التأثير وضبطه.

وفي الجهة المقابلة من الجدول فئة المبحوثين الذين ينفون كون مواقع التواصل الاجتماعي سببا مباشرا في تراجع القيم الدينية والثقافية داخل المجتمع.

حسب الجدول المتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية فإن فئة المبحوثين من فئة (أعزب-عزباء) ينفون أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع بنسبة قدرت ب 32% حيث تتسم هذه الفئة باندماج طبيعي مع بيئة رقمية يعتبرونها واقعية أي يرى الكثير من هذه الفئة أن مواقع التواصل أصبحت جزءا من الواقع المعاصر ولا يرون فيها خطرا مباشرا على القيم بل يعتبرونها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر منها أداة لهدم الأخلاق ويرجح هؤلاء المبحوثون أن مواقع التواصل تستخدم كذلك في نشر الوعي والتثقيف الراقي وهو ما يغفل في التقييمات السلبية.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن فنلاحظ أن فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم (20-24 سنة) ينفون أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع بنسبة 24% حيث تتسم هذه الفئة بوعي انتقائي قائم على التفاعل الإيجابي أي كثير من أفراد هذه الفئة يختارون بعناية نوعية المحتوى الذين يتابعونه ويفضلون الحسابات الهادفة ما يجعلهم يعتقدون أن المشكلة ليست في المنصة بل في كيفية الاستخدام الفردي ويشير عدد منهم إلى أن السوشيال ميديا تحتوي أيضا على محتوى ديني تثقيفي وإنساني ويؤمنون أن هذا الجانب يساهم في ترسيخ القيم لا هدمها، لتليها فئة (25-29 سنة) بنسبة 6% تتسم هذه الفئة بموقف متوازن بين الحداثة والقيم أي غالبا ما تسعى هذه الفئة إلى التوفيق بين التقدم الرقمي والمحافظة على القيم ولا ترى أن مواقع التواصل خطرا جوهريا بل تعتبرها فضاء مفتوحا فيه الإيجابي والسلبي كما يعتقدون أن القيم تتأثر بدرجة الوعي الشخص بنفسه لا بالمواقع بحد ذاتها ، لذا فإن التأثير السلبي من وجهة نظرهم لا يعود للمنصات بل لسوء الاستخدام فقط وفي الأخير فئة (15-19 سنة) بنسبة قدرت ب 2% حيث تعتبر هذه الفئة من الجيل الرقمي الخالص إذ نشأ أفرادها مع السوشيال ميديا منذ

الطفولة مما جعلهم يعتبرون هذا العالم جزءا طبيعيا من حياتهم اليومية لا يشكل تهديدا بل بيئة مألوفة.

الجدول رقم 22: حسب رأي المبحوثين هل يجب على مواقع التواصل الاجتماعي أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي المفيد للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية

المتغيرات	نعم	لا	ربما	المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
المستوى التعليمي	0	%0	0	%0
متوسط	4	%8	0	%0
ثانوي	37	%74	6	%12
جامعي	41	%82	6	%12
المجموع	41	%82	6	%12
السن	1	%2	1	%2
19-15 سنة	29	%58	4	%8
24-20 سنة	10	%20	1	%2
29-25 سنة	1	%2	0	%0
أكثر من 30 سنة	40	%80	3	%6
المجموع	37	%74	6	%12
الحالة	37	%74	6	%12
أعزب	46	%92	0	%0

الإجتماعية	/عزباء							
	متزوج/							
	متزوجة							
المجموع	41	82%	3	6%	6	12%	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي أن أغلبية المبحوثين الذين يمتلكون مستوى جامعي يقرون بأنه يجب على مواقع التواصل الإجتماعي أن يقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي المفيد للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية بنسبة قدرت ب 74%

حيث تتميز هذه الفئة بوعي ثقافي أعلى ويتميزون بإدراك أوسع لأهمية الهوية والانتماء خصوصا في ظل التأثيرات الغربية والرقمية المتزايدة ويرون أن الحفاظ على الهوية لا يتطلب الإنغلاق بل تقديم محتوى ثقافي وديني جذاب ينافس المحتوى السطحي المنتشر.

وفي الأخير يمكننا القول أن فئة مستوى جامعي تطالب بوعي بتعزيز المحتوى الديني والثقافي في منصات التواصل وتعتبره ضرورة لمواجهة طمس الهوية الثقافية في ظل العولمة الرقمية، لتليها فئة مستوى ثانوي بنسبة قدرت ب 8% حيث تعبر غالبية هذه الفئة عن موافقتها على ضرورة تعزيز المحتوى الديني والثقافي حيث تتسم هذه الفئة بارتباط قوي القيم الدينية والعائلية ويميلون إلى إعتبار المحتوى الديني والثقافي وسيلة للحفاظ على الأصالة والتقاليد التي نشأوا عليها وتبدي هذه الفئة دعما واضحا لتعزيز المحتوى الديني والثقافي في وسائل التواصل وتراه وسيلة ضرورية للحفاظ على القيم لكن هذا الموقف غالبا ما يكون مدفوعا بالتنشئة الإجتماعية والتأثير العاطفي أكثر من التحليل العقلاني النقدي .

أما الجدول المتعلق بمتغير السن فنلاحظ أن أغلبية المبحوثين من الفئة العمرية (20-24 سنة) يؤيدون بشدة حول ضرورة أن تقدم مواقع التواصل الاجتماعي محتوى دينيا وثقافيا مفيدا للحفاظ على الهوية الثقافية بنسبة قدرت ب 58% حيث تعتبر هذه الفئة في مرحلة إنتقالية بين التكوين والوعي المجتمعي أي غالبا في الجامعة أو بداية الحياة العملية ما يجعلهم أكثر وعيا بأهمية الهوية الثقافية والدينية في تشكيل الذات ويتميزون بالاهتمام بالهوية الشخصية والرمزية ويعتبرون الهوية الدينية والثقافية جزءا من تميزهم الذاتي في فضاء عالمي، لتليها الفئة العمرية (25-29 سنة) بنسبة 20% حيث تنتم هذه الفئة بنضج معرفي ومسؤولية اجتماعية ويميلون إلى تقييم المحتوى بناء على فائدته ويظهرون وعيا عاليا بضرورة توجيه الإعلام الرقمي نحو بناء الوعي الفردي ولديهم تجربة رقمية أوسع أي قضوا سنوات طويلة على المنصات مما يجعلهم أكثر قدرة على التمييز بين المحتوى الهادف والمشوش ، وفي الأخير الفئتين العمريتين (15-19 سنة) و (أكثر من 30 سنة) بنسبة متساوية قدرت ب 2% حيث تبدي غالبية من فئة (15-19 سنة) ميولا إيجابيا نحو المحتوى الديني والثقافي حيث تتأثر هذه الفئة بالشكل لا بالمضمون وينجذبون أكثر إلى الأسلوب البصري والتفاعلي مما يعني أن المحتوى الهادف يحتاج أن يقدم لهم بطريقة خفيفة وسريعة ويمكننا القول أن هذه الفئة تؤمن بأهمية المحتوى الديني والثقافي لكنها بحاجة إلى أساليب تقديم حديثة وتفاعلية تناسب اهتماماتها وسرعة تفاعلها وهي فئة قابلة للتوجيه بشكل كبير إذا تم استهدافها بشكل مناسب ، أما فئة (أكثر من 30 سنة) حيث تنتم هذه الفئة بنضج فكري ووعي مجتمعي ويظهر لديهم إدراك واضح للعلاقة بين الإعلام الرقمي والهوية ويعتبرون ضعف المحتوى الثقافي من عوامل تفكك القيم، كما ترى هذه الفئة أن وسائل التواصل يجب أن تحمل دورا تثقيفيا وتربويا وهي أقل انبهارا بالتقنية وأكثر تركيزا على القيمة والمضمون وتعتبر المحتوى الثقافي والديني الهادف وسيلة ضرورية للحفاظ على التوازن المجتمعي.

أما فيما يخص متغير الحالة الاجتماعية حيث عبر أغلبية أفراد العينة (أعزب - عزباء) عن رغبة واضحة في أن تقدم منصات التواصل الاجتماعي محتوى دينيا وثقافيا بنسبة قدرت ب 74% حيث تعتبر هذه الفئة في مرحلة بناء الذات والهوية كونهم في مرحلة عمرية وشخصية لم تستقر بعد فإنهم يتفاعلون مع المحتوى الذي يساعدهم على الفهم والتثبيت القيمي خاصة المحتوى الديني والثقافي الذي يقدم بطريقة موجهة وعملية ولديهم حاجة داخلية إلى الاستقرار الفكري والقيمي وبعضهم يعتبر المحتوى الهادف وسيلة لملئ الفراغ المعرفي أو الروحي ، لتليها فئة (متزوج - متروجة) بنسبة قدرت ب 8% حيث تتسم هذه الفئة بنظرة مسؤولة وعملية أي المتزوجون يربطون بين المحتوى الديني والثقافي وبين أدوارهم كأباء وأمهات ويطالبون بمحتوى هادف يخدم التنشئة السليمة ويتميزون بانتقائية في التفاعل أي لا يتابعون كل ما يعرض على مواقع التواصل بل يختارون الصفحات التي ينظر إليها على أنها موثوقة وقيمة ومفيدة للأسرة، كما تعتبر هذه الفئة المحتوى الديني والثقافي الجاد على مواقع التواصل له دور وقائي وتربوي مهم وتسعى لأن تكون هذه المنصات شريكة في ترسيخ القيم الأسرية والاجتماعية لا مجرد وسيلة ترفيه.

وفي الترتيب الثاني أغلبية المبحوثين الذين ينفون أنه يجب على مواقع التواصل الاجتماعي أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية.

حسب الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي مستوى جامعي فإن رفض أغلبية المبحوثين الجامعين لفكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية بنسبة قدرت ب 4% حيث تتسم هذه الفئة بنظرة نقدية للمحتوى النقدي ويميزون بين ما هو ترفيهي ، دعائي أو توجيهي كما تميل هذه الفئة إلى عدم تحميل وسائل التواصل مسؤولية مباشرة في الحفاظ على الهوية الثقافية لأسباب تتعلق بوعيها النقدي وتنوع اهتماماتها الرقمية وتصورها للدين والثقافة كقضايا أعمق من أن تختصر في محتوى منشور على المنصات ويفضلون مصادر رسمية أو أكاديمية

للمعلومات الدينية والثقافية ويعتبرون أن مواقع التواصل يجب أن تبقى مفتوحة ومتنوعة المحتوى وليست موجهة لهدف ثقافي وديني محدد، لتليها فئة مستوى ثانوي بنسبة قدرت ب 2 % حيث ترى هذه الفئة أن مواقع التواصل تستعمل للتسلية لا للتوجيه والتنقيف وليس لديهم وعي عميق بدور المحتوى الهادف وليس لديهم أولوية واضحة للمحتوى الديني أو الثقافي يعكس موقفهم في الغالب ضعفا في الوعي الثقافي أو عدم إدراك لأهمية الهوية الرقمية .

حسب الجدول المتعلق بمتغير السن فإن موقف أغلبية المبحوثين من الفئة العمرية (20-24 سنة) رفض فكرة أن مواقع التواصل الإجتماعي يجب أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية بنسبة قدرت ب 4% حيث يعكس سمات هذه الشريحة العمرية حيث تتميز بالإنفتاح على العالم الرقمي الحديث أي تتميز هذه الفئة بتفاعل قوي مع المحتوى المتجدد والترندات وتميل إلى استهلاك سريع ومنوع للمعلومات دون تركيز طويل على مواضيع ذات عمق ثقافي أو ديني ، لتليها فئة (15-19 سنة) بنسبة قدرت ب 2% حيث تتسم هذه الفئة بتأثير كبير للمحتوى الترفيهي أي يتفاعل أفراد هذه الفئة بشكل كبير مع الفيديوهات القصيرة ، التحديات، الألعاب والميمز ما يجعلهم أقل تعرضا أو إهتماما بالمحتوى العميق والتنقيفي ولديهم ضعف الوعي النقدي اتجاه المحتوى أي غالبا ما يستهلك أفراد هذه الفئة المحتوى بشكل تلقائي وعفوي دون تمييز دقيق بين المفيد والسطحي ما يجعلهم لا يرون أهمية توجيه المحتوى ولديهم تأثير قوي بالمؤثرين والترندات أي توجهاتهم الفكرية والثقافية تتأثر بشدة بالمؤثرين الرقميين أكثر من تأثرهم بالمحتويات الدينية.

أما فيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية حيث ترى هذه الفئة أن مسؤولية الحفاظ على الهوية لا تقع على عاتق مواقع التواصل كما أنها لا تعتبر المحتوى الديني والثقافي من أولويات استخدامها اليومية لهذه المنصات بنسبة قدرت ب 6% حيث تتسم هذه الفئة بالإستقلالية في اختيار المحتوى بحرية تامة دون الشعور بضرورة فرض توجه معين ويفضلون التنوع والإنفتاح على جميع المواضيع دون تقييد وانشغال أكبر بالترفيه والتواصل

الشخصي أي استخدام مواقع التواصل لدى هذه الفئة يكون غالبا بغرض التسلية ، تكوين علاقات ومتابعة الحياة الإجتماعية أكثر من كونه وسيلة للتنقيف أو التوجيه الديني.

وفي الأخير بالإعتماد على إجابات المبحوثين فإن الفئة التي أجابت ب "ربما" حول السؤال هل يجب على مواقع التواصل الإجتماعي أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية تعكس موقفا مترددا أو غير حاسم.

حسب متغير المستوى التعليمي مستوى جامعي فإن المبحوثين الذين أجابوا ب "ربما" يعكسون موقفا تحليليا ونسبيا نابعا من وعيهم الأكاديمي وتنوع مصادرهم المعرفية بنسبة قدرت ب 12% حيث تنسم هذه الفئة بتفكير نقدي ونسبي أي لا تنظر إلى مواقع التواصل كمنصات توعوية بالدرجة الأولى لكنها ترى أنها يمكن أن تساهم في نشر القيم إذا توفرت الجودة والأسلوب الجاذب كما تتميز بتوازن بين الإنفتاح والمحافظة أي تحاول هذه الفئة الموازنة بين الإنفتاح على الثقافة العالمية وبين الحفاظ على مقومات الهوية المحلية دون تعصب أو انغلاق.

أما فيما يتعلق بالجدول المتعلق بمتغير السن من الفئة العمرية (20-24 سنة) فإن المبحوثين الذين أجابوا ب "ربما" حول ما إذا يجب على مواقع التواصل الإجتماعي تقديم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي للحفاظ على الهوية الثقافية يظهرون موقفا مرنا ومتحفظا في آن واحد ويعكس هذا الموقف خصائص نفسية إجتماعية مميزة لهذه الفئة العمرية بنسبة قدرت ب 8% حيث تنسم هذه الفئة بوعي أولي بأهمية الهوية الثقافية أي بدأ أفراد هذه الفئة باكتساب وعي تدريجي حول المفاهيم مثل الهوية والانتماء لكنهم لم يصلوا بعد إلى موقف حاسم يجعلهم يطالبون بفرض أو تعزيز المحتوى عبر المنصات ويميلون نحو الفردية في التفكير أي يرون أن الحفاظ على الهوية مسؤولية فردية يجب تحميلها للمنصات فقط بل تتطلب اختيارا شخصيا وحرية في استهلاك المحتوى، لتليها الفئتين العمريتين (15-19 سنة)

و (25-29 سنة) بنسبة متساوية قدرت ب 2% حيث تكون فئة (15-19 سنة) عادة في طور بناء الوعي ما يجعلها غير حاسمة تجاه القضايا المرتبطة بالهوية الثقافية فهم لا يملكون رؤية واضحة بعد ويتأثرون بسرعة بالمحيط الرقمي الأسري والمدرسي وتعتبر فئة غير ناضجة بعد من حيث الموقف تجاه دور المحتوى الثقافي والديني على مواقع التواصل إنهم منفتحون على الفكرة من حيث المبدأ لكنهم يفتقرون إلى القناعة الكاملة أو التجربة الذاتية التي تدفعهم لتأييدها بوضوح لذلك هذه الفئة بحاجة إلى محتوى جذاب وتربوي موجه بلغة تناسب سنهم ووسائطهم المفضلة (كالفيديوهات القصيرة ، الرسوم المتحركة، القصص المصورة) أما فئة (25-29 سنة) فتتمثل شبابا في مرحلة النضج الوظيفي والاجتماعي ولديهم وعي أكبر بالقضايا الثقافية والدينية لكنهم أيضا واقعيون ويدركون أن مواقع التواصل ليست أفضل وسيلة لحماية الهوية خصوصا إذا لم يقدم المحتوى بشكل يناسب البيئة الرقمية.

وفي الترتيب الأخير فئة المبحوثين الذين أجابوا ب "ربما" .

حسب متغير الحالة الاجتماعية (أعزب-عزباء) فإن المبحوثين الذين أجابوا ب "ربما" نسبتهم 6% حيث يعبرون عن موقف متردد ومرن في آن واحد.

حيث تنتم هذه الفئة بمرونة فكرية عالية أي هم أكثر إنفتاحا على الرأي الآخر ويرون أن تعزيز المحتوى الثقافي والديني على المواقع التواصل أمر جيد من حيث المبدأ لكن ليس أولوية مطلقة لديهم ويتأثرون تأثير كبير بالتجربة الرقمية أي هذه الفئة تقضي وقتا طويلا على مواقع التواصل ما يجعلها تتأثر بالمحتوى العصري والترفيهي أكثر من المحتوى الموجه أو التقليدي وبالتالي ترى أن تحسين المحتوى الثقافي أمر ربما مفيدا.

عرض نتائج الدراسة:

1- عرض النتائج الجزئية للدراسة

1- أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، تكون بصفة دائمة بنسبة تمثل 72% وفي ثاني الترتيب، نجد غالبا، بنسبة تمثل 14%، حيث يدل هذا على أنهم مدمنين على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

2- أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن الفايسبوك، يعد من أهم الشبكات الاجتماعية التي يمتلكون فيها حساب، بنسبة تمثل 80% كون هذا الموقع يعد الأكثر استخداما وشعبية من أجل الاستفادة من مختلف المضامين والمحتويات الدينية،

3- أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن المنزل، يعد من أهم أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة تمثل 80%، وهذا بحثا عن الخصوصية والاستقلالية في تصفح مختلف المضامين الدينية والثقافية بتركيز وتمعن كبير.

4- أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في الهاتف الذكي بنسبة تمثل 94%، حيث يحتوي على العديد من المزايا والتطبيقات

5- أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون توفر المحتوى الديني والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر، بنسبة تمثل 52%، وهذا مؤشر جيد يساهم في إمداد الشباب بمختلف المضامين والمعلومات الدينية بشكل متواصل من خلال استخدام مؤثرات صوتية وبصرية وعقلية ومنطقية

6- أغلبية لأفراد المبحوثين، يؤكدون على أن التواصل مع الأصدقاء والعائلة، يعد من أهم أغراض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة تمثل 58%، في جو من الدفء والحميمية والسؤال عن الأحوال

- 7-أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون بأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للنقاش الديني بين الشباب، من أجل تجديد الفكر الديني لديهم أحيانا بنسبة تمثل 56%، وهذا حسب طبيعة المواضيع المطروحة، والتي تكون أحيانا يتاح فيها النقاش والتعبير
- 8-أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون، بنسبة تمثل 56%، وهذا يدل دلالة كبيرة على وجود حيوية ونشاط لديهم في التفاعل مع مختلف المواضيع التي تعنى بالهوية الوطنية
- 9-أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية والثقافية المحلية، بنسبة تمثل 88%، من خلال المضامين التي تبرز مقومات الدين الإسلامي، التي تدعو للعدالة والمساواة والتسامح والتآخي والوحدة.
- 10-أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون وجود صعوبة في التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة تمثل 44%، وهذا بوجود مضامين متشابكة وغير واضحة، مما يتوجب على الشباب الجزائري، ضرورة إستشارة ذوي الخبرات والتجارب من أجل تكريس الوعي والتدين الصحيح
- 11-أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون بأن الشباب في المجتمع أصبحوا أكثر إهتماما بالقيم الدينية والثقافية بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة تمثل 80%، وهذا من خلال المواضيع الدينية المطروحة، التي تتسم بالجودة العالية والسليمة، مما يساهم في حرصهم على الإهتمام بالقيم الدينية
- 12-أغلبية الأفراد المبحوثين، يؤكدون تأثير إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستمرار يؤدي إلى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية، بنسبة تمثل 50%، وهذا نظرا لإدمانهم عليها بشكل متوسط وليس بشكل كبير.
- 13-أغلبية الأفراد المبحوثين من الإناث، يؤكدن على أن مدى إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يكون بشكل دائم بنسبة تمثل 44%، كونهن يتسمن بالفضول

وحب الإطلاع على مختلف المضامين الدينية والثقافية من أجل تنمية شخصياتهن الدينية وتدعيم الرصيد المعرفي

14-أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون على أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا من 4 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة تمثل 36% من أجل الاستفادة من المضامين والمحتويات الدينية، حيث يتسمون بمستويات تعليمية عالية من أجل تعزيز مستوى معارفهم العلمية والدينية.

2-عرض النتائج العامة للدراسة

- من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب في المجتمعات المحلية تتمثل في موقع الفيسبوك نظرا للمواضيع الكثيرة المتاحة للطرح والنقاش فيما بينهم.
- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في ولاية تيزي وزو بشكل كبير، مما يؤدي إلى إحداث تغييرات إجتماعية ثقافية من خلال زيادة الرصيد المعرفي وبناء مجتمع مبني على التعاون والتسامح والإتحاد وفق تعاليم الدين الإسلامي وترسيخ منظومة دينية قوية من خلال تضافر جهود مختلف فعاليات المجتمع.
- تتمثل العوامل الاجتماعية والثقافية التي تحدد طبيعة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الشباب في طبيعة التنشئة الاجتماعية وإحتياجات الشباب النفسية والمعرفية إضافة إلى العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.
- الدور الذي يلعبه وعي الشباب ومهاراتهم في التعامل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي في الحفاظ على هويتهم الثقافية والدينية، يكون من خلال الإختيار والإنتقاء الأنسب للمواضيع والمضامين الدينية والثقافية، والتفاعل الإيجابي والتمحيص والنقد وتجنب المواضيع التي تدعو لخطاب الكراهية والتفرقة.
- تختلف تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الشباب المختلفة داخل المجتمع المحلي الواحد، وهذا يكون وفق المواضيع الثقافية والدينية المطروحة، التي تتوافق وتتناسب

مع إحتياجاتهم الروحية والدينية، إضافة إلى طبيعة إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإستخدام الكبير والدائم أو النادر.

- يتمثل نوع المحتوى الديني والثقافي الذي يتعرض له الشباب على هذه المنصات في الإطلاع على الدروس الدينية من قبل رجال الدين والإستماع للقرآن الكريم ومتابعة مختلف المواضيع التي تتناول هوية وعادات المجتمع مثل اللغة، التراث المادي والآثار والتراث الشفوي مثل الأمثال والحكم والأشعار.

- ينظر الشباب إلى التوازن بين الانفتاح على العالم والحفاظ على الهوية الثقافية والدينية من خلال التفتح والإحتكاك مع ثقافات وعادات المجتمعات الأخرى خصوصا الغربية منها، من دون إتباعها والتأثر بها والإنبهار والتخلي عن أصوله وعاداته المكتسبة، مما يضمن لهم الحفاظ على هويتهم الدينية والثقافية بشكل مناسب.

حدود الدراسة:

1- المجال البشري للدراسة:

إن الدراسة التي قمنا بها معنية بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية الجزائرية كعينة لدراستنا وزعنا عليهم إستمارة إستبيان حيث وزعنا 100 إستمارة و استرجعنا 50 فقط.

2- المجال المكاني للدراسة:

أجريت هذه الدراسة على مستوى ولاية تيزي وزو، حيث تم توزيع الاستبيانات على شباب من مختلف المناطق، سواء من داخل الوسط الجامعي (جامعة مولود معمري - قطب تامدة)، أو من خارجه، بهدف تحقيق تمثيل شامل لمختلف فئات الشباب في المجتمعات المحلية بالمنطقة.

3- المجال الزمني:

إنطلقت دراستنا في الفترة الممتدة من ديسمبر 2024 إلى غاية أفريل 2025.

التوصيات والإقتراحات:

- 1- ضرورة أن يمتلك الشباب وعيا نقديا عند تصفح المحتوى أي تعزيز الوعي الرقمي والديني لديهم وأن يكونوا قادرين على التمييز بين المفيد والمضلل والإهتمام بمتابعة الصفحات والمحتويات التي تعزز الأخلاق، القيم والهوية الدينية والثقافية.
- 2- يجب على فئة الشباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر محتوى إيجابي يعكس الثقافة الجزائرية والدين الإسلامي والمساهمة في حملات توعية رقمية تروج لقيم الإحترام ، الإلتناء والتسامح.
- 3- عدم الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حساب الوقت المخصص للدراسة أو العلاقات الأسرية أو العبادات.
- 4- متابعة المحتوى الهادف أي إختيار الصفحات والقنوات التي تقدم محتوى تعليمي ، ديني ثقافي أو تحفيزي والإبتعاد عن متابعة الصفحات السطحية أو التي تنشر محتوى مخالفا للقيم.
- 5- عدم مشاركة أي محتوى قبل التأكد من صحته خصوصا ما يتعلق بالدين أو الشائعات أو السخرية من الآخرين.
- 6- متابعة حسابات دينية أي اختيار شيوخا أو صفحات تنشر الدين الصحيح بشكل معتدل واضح بعيد عن الغلو أو التسيب.
- 7- إحترام الآخرين حتى في النقاشات الحادة وعدم استخدام السب، الشتم، السخرية أو الهجوم الشخصي.
- 8- تجنب المقارنات المحبطة أي أن ما تراه في مواقع التواصل ليست حقيقية فلا تقارن نفسك بصور منمقة أو حياة مثالية مزيفة.
- 9- كن أنت المؤثر بدل أن تتأثر أي شارك مقولات ملهمة، صورا دينية أو ثقافية، فيديوهات قصيرة توعوية.

- 10- عرف الآخرين بالثقافة الجزائرية أي إنشاء أو مشاركة محتوى يظهر جمال تقاليدنا الطبخ اللباس ، الشعر الشعبي ، الحكم والأمثال.
- 11- تخصيص وقت للأنشطة غير الرقمية كالرياضة، القراءة، الأعمال الخيرية، التطوع العلاقات الإجتماعية الحقيقية.
- 12- محافظة على العلاقات الواقعية المتوازنة أي لا تجعل علاقاتك الرقمية بديلة عن العائلة أو الأصدقاء الحقيقيين.

الخاتمة

تُظهر نتائج هذه الدراسة بوضوح أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت أحد العوامل الرئيسية المؤثرة في تشكيل القيم الدينية والثقافية لشباب المجتمعات المحلية في الجزائر. فقد تبين أن هذه الشبكات توفر للشباب مساحات واسعة للتفاعل مع ثقافات متعددة وتوسيع دائرة معارفهم، لكنها في نفس الوقت قد تسهم في تهديد الهوية الثقافية والدينية الخاصة بالمجتمع. كما أظهرت الدراسة أن العديد من الشباب يتعرضون لتحديات متزايدة في الحفاظ على توازن بين التأثير بالعوامل الخارجية والتمسك بقيمهم الدينية والثقافية الأصلية.

ورغم أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم فرصاً لتبادل المعرفة والآراء، فإنها تفتح أيضاً المجال لتأثيرات سلبية تتمثل في تصدير أفكار قد تتناقض مع المبادئ الثقافية والدينية السائدة في المجتمع الجزائري. كما كشفت الدراسة عن وجود فجوة بين الممارسات الثقافية والدينية التي ينتهجها الشباب في الواقع وبين ما يتم تمثيله عبر هذه الشبكات، ما يؤدي إلى تأثيرات مزدوجة على نظرتهم للحياة وتفاعلاتهم الاجتماعية.

إن التحديات التي تطرأ نتيجة لهذه التأثيرات تفرض على الجهات المعنية ضرورة وضع استراتيجيات توعوية ورقابية تساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية والدينية للشباب، مع تحفيزهم على الاستفادة من إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة تحافظ على قيم المجتمع المحلي. وبالتالي، فإن مستقبل هذه الشبكات الاجتماعية في الجزائر يجب أن يكون مرتبطاً بفهم عميق لكيفية تحقيق التوازن بين التقدم التكنولوجي والحفاظ على الهوية الثقافية والدينية.

و في الختام، تبقى الحاجة الى المزيد من الدراسات التي تتناول هذه الظاهرة بشكل أوسع و أعمق، لضمان أن يتم توجيه تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الإتجاه الذي يخدم مصلحة المجتمع و يعزز القيم الإيجابية فيه.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: القرآن الكريم

- 1- (الإسراء: ٩).
- 2- (البينة: ٣).
- 3- (الشعراء 84).
- 4- (البقرة 177).
- 5- (العنكبوت 03).
- 6- (فصلت 30).
- 7- (فاطر 34).
- 8- (سورة الكهف 51).
- 9- (التوبة 40).
- 10- (النساء 83).
- 11- (سورة القصص).

ثانياً: الكتب

- 1- عبد المنعم حنفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص17.
- 2- عمار بوحوش، مناهج، البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 2001، ص5.

- 3- د. محفوظ جودة، أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية، دار زهران، 1997، ص74.
- 4- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم النفسية و التربوية، دار النمير، 2006، ص112.
- 5- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هوما، الجزائر، 2002، ص194.
- 6- محمد، أساليب اعداد و توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1995، ص150.
- 7- مصطفى حسين باهي، أدوات التقويم في البحث العلمي، المكتبة النجلو المصرية، 2007، ص88.
- 8- مورييس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص289.
- 9- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط7، عالم الكتب، دار النشر و توزيع و طباعة، القاهرة، مصر، 2010، ص130.
- 10- جبران مسعود، الرائد الصغير، معجم أبجدي للمبتدئين، دار العلم للمالين، بيروت، ط1، 1982، ص144.
- 11- صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد الطبعة الأولى ، مؤسسة طيبة لنشر و التوزيع القاهرة 2012 صفحة 61.
- 12- بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص85.

- 13- عمار الحمد الحجامي نظريات الاتصال ، الطبعة الأولى نشر ذاتيا من قبل المواقف نفسه العراق 2024 صفحة 50.
- 14- عبد الرزاق محمد أحمد الدليمي دراسات وبحوث في الإعلام الطبعة: الطبعة الأولى دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمّان، الأردن 2015 صفحة 148-149.
- 15- صالح محمد عبد الحميد، "الإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات النظرية"، الطبعة الأولى، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012 الصفحة 60.
- 16- عبد الحفظ عواجي صلوى نظريات التأثير الإعلامية د/ن 2015 ص صفحة 26.
- 17- عبد الحميد، صلاح محمد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: عالم الكتب، 2012، ص. 156-157.
- 18- ماني عمر الحسيني ، الاعلام و المجتمع ، اطفال في ظروف صعبة ووسائل اعلام المؤثرة ط1 عالم الكتب ، القاهرة 2005 ص صفحة 96-99.
- 19- محمد يونس وظائف الإعلام الإسلامي ، القاهرة 1998 صفحة 20.
- 20- بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص85.
- 21- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل و السلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، ط1، 2015. ص67.
- 22- محمد الفاتح و آخرون، إشكالية الواقع و رؤى المستقبل، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2013، ص28-64.
- 23- محمد يحي الغويقي، الشبكات الإجتماعية pdf نقل من الموقع، <http://books-library.on line> 2014 ص 8 .

- 24- لسيد عبد العاطي، علم الاجتماع الحضري (مدخل نظري) الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.
- 25- السويدي، وضحة علي، القيم الدينية في الأسرة المسلمة، دار القلم، الكويت، 1989.
- 26- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 29.
- 27- ماجد زكي الجلال، تعلم القيم و تعليمها، تصور نظري و تطبيقي لطائق و استراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة، ط1، الأردن، 2007، ص 55.
- 28- عبد العزيز، محمد ققطب، مفاهيم يجب أن تصحح، دار الشروق، القاهرة، 1979.
- 29- صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد الطبعة الأولى ، مؤسسة طيبة لنشر و التوزيع القاهرة 2012 صفحة 61.
- 30- عمار الحمد الحجامي نظريات الاتصال ، الطبعة الأولى نشر ذاتيا من قبل المواقف نفسه العراق 2024 صفحة 50.
- 31- عبد الرزاق محمد أحمد الدليمي دراسات وبحوث في الإعلام الطبعة: الطبعة الأولى دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمّان، الأردن، 2015 صفحة 148-149.
- 32- صالح محمد عبد الحميد، "الإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات النظرية"، الطبعة الأولى، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012 الصفحة 60.
- 33- عبد الحفظ عواجي صلوى نظريات التأثير الإعلامية د/ن 2015 ص صفحة 26.
- 34- عبد الحميد، صلاح محمد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة، عالم الكتب 2012، ص. 156-157.

35- ماني عمر الحسيني ، الاعلام و المجتمع ، اطفال في ظروف صعبة ووسائل اعلام المؤثرة ط1 عالم الكتب ، القاهرة، 2005، ص 96-99.

36- محمد يونس وظائف الإعلام الإسلامي ، القاهرة 1998 صفحة 20.

37- حسين محمود هثيمي، العلاقات العامة والشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة لنشر و التوزيع، الأردن عمان، ط1، 2015، ص79-88.

38- أ. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار سامة لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط1.

39- (ابن المنظور ، 1423 هـ ، 7 ج، 547).

40- (الجوهري، 376 هـ، 1399 هـ).

41- (مسعود، 1241 هـ 1978م).

42- عبد العليم إبراهيم، دت، الموجه الفني لمدرسي اللغة العربية وأدائها، دار المعارف، مصر، ص 340.

43- نورهان منير حسن فهمي (1999) القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، دط ،المكتب الجامعي الحديث، الأسكندرية .

44- موزة أحمد راشد العبار، 2008م ، القيم الأخلاقية بين الفكرين الإسلامي و الغربي في عصر العولمة، الدار العالمية للنشر و التوزيع، مصر، ص117.

45- الإمام محمد أبو زهرة، 1948م، الشافعي حياته و عصره و أدائه و فقهه، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص231.

46- شلبي محمد مصطفى، 1403هـ-1983م ، أصول الفقه الإسلامي، الدار الجامعية للطباعة و النشر، لبنان، ج1، ص203.

- 47- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999 ص 245.
- 48- ماجد الزيود، الشباب و القيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، 2006، ص 38.
- 49- فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عبد بدر، دار الوفاء للطباعة والنشر - 2007 - ص 132.
- 50- على ليلة، الشباب العربي وراثة التغيير من داخل التراث، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية - 2005 - ص 59.
- 51- أحمد محمد موسى، لشباب بين التهميش و التشخيص، المكتبة المصرية للنشر و التوزيع - مصر، ط1، 2009، ص 27.
- 52- محمد محمود المهدي، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، اسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2005 ، ص 306-307.
- 53- سيد صبحي ، الشباب وأزمة التعبير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - 2001 - ص 9-10.
- 54- عباس مصطفى الصادق، كتاب الإعلام الجديد في مداخله، دار الشروق، صفحة 57 عمان 2008.
- 55- احمد صلاح خطاب، كتاب دراسة المجتمع المحلي، دار النشر كنانة اونلاين، 2006.
- 56- محمد العطار ، القيم الثقافية و المجتمع ، القاهرة ، 2004 ، ص 89.

ثالثاً: الرسائل الجامعية و الأطروحات

- 1- ماجد رجب العيد سكر، التواصل الاجتماعي (أنواعه، ضوابطه، أثاره، و معوقله)، بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول في درجة الماجستير في التفسير و علوم القرآن، كلية أصول الدين، قسم التفسير و علم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011، ص8.
- 2- محمد الفاتح حمدي، استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال و الإعلام الحديثة و انعكاساتها على قيمهم الثقافية و الاجتماعية، مذكرة ماجستير، كلية الصحافة و الإعلام، جامعة باتنة، الجزائر، ص64.
- 3- علي ليلة ، و آخرون، الشباب القطري، إهتماماته و قضاياها، الوثائق و الدراسات الشبانية، جامعة قطر، 1991، ص67.
- 4- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراة، قسم الإعلام، جامعة 3، 2006، ص178.
- 5- حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك و التويتر نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، 1433هـ - 1434هـ، ص31.
- 6- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر و من جهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص50.

7- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة الماجستير، قسم البحوث و الدراسات الإعلامية، 2013، ص75.

8- المية صابر، الحملات الإعلانية في باقة mbc و دورها في التوعية الدينية للشباب (دراسة ميدانية على عينة من الشباب ولاية سطيف)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإعلام و الإتصال و العلاقات العامة كلية الحقوق، قسم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، 2010، ص25-26.

9- بن منصور، دور القيم الدينية في التنمية، ماجستير في علم الاجتماع الديني باتنة 2010، ص 56.

رابعاً: مقالات و أبحاث إلكترونية

1- عزيز رشيد، وسائل التواصل الاجتماعي و أثرها على الفرد و المجتمع، ص2، pdf, [www//https.edu.academic](http://www.https.edu.academic)

2- مركز المحتسب للاستشارات دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً، دار محتسب لنشر و التوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط1، 1438هـ ص39-40.

3- سلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقجم لشبكات الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الجرسات و الأبحاث، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، 1432هـ، ص10.

خامساً: مراجع أجنبية

- 1-Tylor, E. B. Primitive Culture, London: Jhon Murray, Vol 1, page 1, 1871.
- 2-Edward Tylor, Culture Primitive, Vol 1, 2 edition, New York, originally published 1871, page 1.
- 3-Michael B. Parry, Culture, Society, and Development, London, 2005, page 89.
- 4- Definition of random sampling , economictimes , indiatices , .retrived 2/2/2022, Edited.
- 5-M.K.Sutherland and A.P.S Sherry, Youth and political Participation, Journal of Political Education 12, Number 3, 2019,page 45-68.

المصادر:

- 1- إبن المنظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر، بيروت، ط1، 1990، ص480.

المعاجم و القوامس

- 1- معجم الوسيط، الجزء الأول، المكتبة الإسلامية للطباعة و النشر و التوزيع، تركيا، ص470.

- 2- دمي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الإتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، ص80.

المجلات و الدوريات:

1- أحمد كاظم ختوش، مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في قطاع التعليم الجامعي كلية
الطب البيطري جامعة قاسم الخضراء نموذجاً، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 8
العدد 3، 2018، ص 201-202.

الملاحق

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم إنسانية
فرع العلوم الاعلام والاتصال

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية
لشباب المجتمعات المحلية في الجزائر
دراسة وصفية على عينة من الشباب في ولاية تيزي وزو

استمارة مقدمة في إطار بحث علمي ميداني لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماستر
تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إشراف الأستاذة:

- كريمة لمعوش

إعداد:

- فريد بوصلاح

- سامي ريان حموالحاج

تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في المجتمعات المحلية، لذا نرجو تعاونكم في تعبئة هذا الاستبيان الذي سيستخدم لأغراض علمية بحثية مع الحفاظ على سرية معلوماتكم نرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بأمانة وشكراً مسبقاً على حسن تعاونكم

ملاحظة

نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة على أسئلة الاستبيان بوضع علامة (X).

تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في المجتمعات المحلية، لذا نرجو تعاونكم في تعبئة هذا الاستبيان الذي سيستخدم لأغراض علمية بحثية مع الحفاظ على سرية معلوماتكم نرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بأمانة وشكراً مسبقاً على حسن تعاونكم

ملاحظة

نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة على أسئلة الاستبيان بوضع علامة (X) .

البيانات الشخصية:

1 - السن

☐ 20-24 سنة

☐ 15-19 سنة

☐ أكثر من 30 سنة

☐ 25-29 سنة.

2 - الجنس

☐ أنثى .

☐ ذكر .

3- المستوى التعليمي

☐

. الثانوي

☐

. متوسط

☐

. جامعي

4- السكن

☐

. المدينة

☐

. الريف

5- الحالة الاجتماعية

☐

. متزوج / متزوجة

☐

. اعزب / عزباء

1 - المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الشباب في ولاية تيزي وزو لمواقع التواصل الاجتماعي

7- هل تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية ؟

☐

. أحيانا

☐

. دائما

☐

. غالبا

☐

. نادرا

8- ماهي الشبكات الاجتماعية التي تملك فيها حساب ؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐

. تويتر

☐

. فيسبوك

☐

. واتساب

☐

. إنستغرام

☐

. أخرى

☐

. تيك توك

9- كم ساعة تقضي في تصفح مواقع وسائل التواصل الاجتماعي يوميا ؟

أقل من ساعة ☐ . ساعة إلى 3 ☐ ساعات

من 4 إلى 6 ساعات ☐ . أكثر من 6 ساعات ☐

10- أين تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ؟

المنزل ☐ . المقهى ☐

الجامعة ☐ . أماكن أخرى ☐

11- هل تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من خلال :

جهاز الحاسوب ☐ . الهاتف الذكي ☐

لوحة اللمسة ☐

2 - المحور الثاني : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية والثقافية لدى الشباب في ولاية تيزي وزو

12- هل تجد محتوى ديني وثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر ؟

نعم ☐ . لا ☐

أحيانا ☐

13- ما هو الغرض الأساسي من استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي ؟

(يرجى اختيار أكثر من إجابة إذا وجدت)

التواصل مع الأصدقاء والعائلة ☐

☐ . متابعة الأخبار والمحتويات الثقافية

☐ . الحصول على معلومات دينية

☐ . الترفيه

☐ . البحث عن فرص عمل أو تعليم

☐ . أخرى

-14- هل تعتقد أن تعرضك المستمر لمحتوى المواقع الاجتماعية قد دعم رصيدك المعرفي من الناحية الدينية الثقافية ؟

☐ دائماً . ☐ أحياناً .

☐ نادراً .

-16- هل تعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تعطي مساحة للنقاش الديني بين الشباب، مما قد يؤدي إلى تجديد الفكر الديني لديهم ؟

☐ دائماً . ☐ أحياناً .

☐ نادراً . ☐ غالباً .

-17- كيف ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على قيمك و هويتك الثقافية ؟

.....

-18- هل سبق لك و ان شاركت عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون ؟

☐ نعم . ☐ لا .

19- هل تجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية

بين الشباب ؟

☐

. لا

☐

. نعم

برر اجابتك في كلتا الحالتين

.....

20- حسب رأيك ما هو الخطر الذي يهدد الثقافة المحلية في ظل التدفق السريع لمحتوى

الثقافات الأخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

.....

3 - المحور الثالث : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والدينية للشباب

في ولاية تيزي وزو

21 - هل دعمت مواقع التواصل الاجتماعي قيمك الدينية والثقافية المحلية ؟

☐

. نعم

☐

. لا

برر اجابتك في كلتا الحالتين

.....

22- هل تجد صعوبة في التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على

مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐

. لا

☐

. نعم

☐

. أحيانا

بين لماذا في كل الحالات

.....

-23- أعتقد أن الشباب في مجتمعك أصبحوا أكثر اهتماما بالقيم الدينية والثقافية بفضل مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم . ☐ لا . ☐

ربما . ☐

-24- في اعتقادك هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي سلبا على القيم الدينية والثقافية في مجتمعك ؟

نعم . ☐ لا . ☐

ولماذا؟

-25- حسب رأيك هل يجب على مواقع التواصل الاجتماعي أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي المفيد للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية ؟

نعم . ☐ . ☐

ربما . ☐

-26- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستمرار يؤدي إلى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية ؟

دائما . ☐ أحيانا . ☐

نادر . ☐ غالبا . ☐

شكرا لمشاركتكم الثمينة في هذا الاستبيان
يرجى التأكد من تعبئة كافة الأقسام قبل تسليم الاستبيان

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
شكر و التقدير	
إهداء	
ملخص الدراسة باللغة العربية	
ملخص الدراسة باللغة الأجنبية	
مقدمة	أ
الإطار المنهجي	
إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	6
أسباب إختيار الموضوع	8

9	أهداف الدراسة
9	أهمية الدراسة
12	منهج الدراسة
13	أدوات الدراسة
16	مجتمع البحث الدراسة وعينته
17	تحديد المفاهيم
27	الدراسات السابقة
33	الخلفية النظرية
48	خلاصة الدراسة

	الجانب النظري
	الفصل الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي
51	تمهيد
52	نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
53	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
55	أنواع وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي
58	نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
64	مواقع التواصل الاجتماعي الصعوبات والتحديات
66	القضايا التي تثيرها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
68	الاستخدامات الإيجابية والسلبية للمواقع التواصل الاجتماعي
71	دور العولمة المعلوماتية في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي
74	خلاصة الفصل

	الفصل الثاني: القيم الدينية والثقافية
77	تمهيد
78	مفهوم القيم
79	تعريف القيم الدينية
80	مصادر و خصائص القيم الدينية
84	أهمية القيم الدينية
85	مفهوم القيم الثقافية
86	مكونات القيم الثقافية
89	وظائف القيم الثقافية
92	أهمية القيم الثقافية
94	خلاصة الفصل

	الفصل الثالث : ماهية الشباب
97	تمهيد
98	تعريف الشباب
100	خصائص الشباب
105	حاجيات الشباب
107	أهمية الشباب في المجتمع
109	مشكلات الشباب في المجتمع
113	خلاصة الفصل
	الإطار التطبيقي
115	تمهيد

116	التحليل الإحصائي وعرض النتائج
171	نتائج الدراسة
175	حدود الدراسة
175	التوصيات و الاقتراحات
177	الخاتمة
179	قائمة المصادر والمراجع
189	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
116	جدول رقم 01: توزيع أفراد العينة وفق متغير السن
117	جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس
118	جدول رقم 03: توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي
119	جدول رقم 04: توزيع أفراد العينة وفق متغير السكن
120	جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية
121	جدول رقم 06: يوضح العلاقة بين متغيرات الجنس، السن واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية؟
123	جدول رقم 07: يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال ماهي الشبكات الاجتماعية التي تملك فيها حساب ؟
124	جدول رقم 08: يوضح العلاقة بين متغيرات المستوى التعليمي، السن و مدة تصفح

	مواقع التواصل الاجتماعي يوميا
126	جدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب مكان تصفح مواقع التواصل الاجتماعي
127	جدول رقم 10: يمثل نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
128	جدول رقم 11: يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال هل تجد محتوى ديني وثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر؟
130	جدول رقم 12: يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال ما هو الغرض الأساسي من استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟
131	جدول رقم 13: يوضح العلاقة بين الجنس و المستوى التعليمي وتأثير التعرض المستمر لمحتوى المواقع الاجتماعية في دعم رصيدك المعرفي من الناحية الدينية و
133	جدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم على سؤال هل تعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تعطي مساحة للنقاش الديني بين الشباب، مما قد يؤدي إلى تجديد الفكر الديني لديهم
134	جدول رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم على السؤال هل سبق لك وان شاركت عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون؟
135	جدول رقم 16: يوضح العلاقة بين السن والجنس والمستوى التعليمي والإجابة على سؤال هل تجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية بين الشباب
137	جدول رقم 17: يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال هل دعمت مواقع التواصل الاجتماعي قيمك الدينية والثقافية المحلية ؟
138	جدول رقم 18: يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال هل تجد صعوبة في التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل

	الاجتماعي؟
139	جدول رقم 19: يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال أعتقد أن الشباب في مجتمعك أصبحوا أكثر اهتماما بالقيم الدينية والثقافية بفضل مواقع التواصل الاجتماعي؟
141	جدول رقم 20: يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية والسن والإجابة على سؤال في اعتقادك هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي سلبا على القيم الدينية والثقافية في مجتمعك
142	جدول رقم 21: يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ،السن ،الحالة الاجتماعية و الإجابة على سؤال حسب رأيك هل يجب على مواقع التواصل الاجتماعي أن تقدم مزيدا من المحتوى الديني والثقافي المفيد للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية
144	جدول رقم 22: نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية هل تجد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي بالقيم الدينية والثقافية بين الشباب
	الجدول المركبة
145	جدول رقم 01: يوضح علاقة متغيرات الجنس، السن حول مدى إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية
149	جدول رقم 02: يوضح العلاقة بين متغيرات المستوى التعليمي، السن ومدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا
154	جدول رقم 03: في اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على القيم الدينية والثقافية في المجتمع
156	جدول رقم 04: يبين علاقة المتغيرات الجنس ، المستوى التعليمي باعتقاد المبحوثين أن تعرضهم المستمر لمحتوى المواقع الاجتماعية قد دعم رصيدهم المعرفي من الناحية الدينية و الثقافية.

160	جدول رقم 05: حسب رأي المبحوثين هل يجب على مواقع التواصل الاجتماعي أن تقدم مزيداً من المحتوى الديني والثقافي المفيد للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية
-----	--

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
116	يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير السن	01
117	يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	02
118	يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي	03
119	يمثل متغير توزيع أفراد العينة وفق متغير السكن	04
120	يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية	05
122	يمثل مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية	06

123	يمثل أهم الشبكات الاجتماعية التي يمتلكون فيها حساب	07
124	يمثل التوزيع النسبي لعدد الساعات اليومية التي يقضيها الأفراد المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	08
126	يمثل التوزيع النسبي لأماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	09
127	يمثل نوع الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	10
129	يمثل مدى توفر المحتوى الديني والثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر	11
130	يمثل حول أغراض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	12
132	يمثل التوزيع النسبي لأراء الافراد المبحوثين حول إسهام المحتوى الديني والثقافي في المواقع التواصل الاجتماعي في دعم رصيدهم المعرفي	13
133	يمثل حول مدى إعتقاد الشباب بأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للنقاش الديني بين الشباب، من أجل تجديد الفكر الديني لديهم	14
134	يمثل حول مدى المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي محتوى ثقافي مثل العادات، التراث، الفنون	15
136	يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقيم الدينية لدى الشباب	16
137	يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول مدى مساهمة مواقع	17

	التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية و الثقافية المحلية	
138	التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول صعوبة التمييز بين المحتوى الديني والثقافي المفيد وغير المفيد على مواقع التواصل الاجتماعي	18
140	توزيع النسبي لأراء المبحوثين حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام الشباب بالقيم الدينية و الثقافية في مجتمعهم	19
141	يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول تاثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية و الثقافية في مجتمع	20
142	يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول ضرورة تعزيز المحتوى الديني و الثقافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على الهوية الثقافية	21
144	يمثل التوزيع النسبي لأراء المبحوثين حول ما اذا كان الإستخدام المستمر لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي الى تأخير أو إهمال ممارسة الشعائر الدينية	22