



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة



اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم  
الاجتماعية

دراسة مسحية على عينة من المدونين على موقع الفايستوك

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

إشراف الأستاذة:

مسعودة بايوسف

من إعداد الطالبين:

عبد الوهاب مدّور

نسيم عبد الليدوم

أجيزت ونوقشت يوم: 2019/06/26

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
أمينة طرابلسي	أستاذة مساعدة أ	جامعة ورقلة	رئيسا
مسعودة بايوسف	أستاذة محاضرة ب	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
عبد القادر قندوز	أستاذ محاضر ب	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2019/2018

الحمد لله رب العالمين عمدا كثيرا طيبا مباركا، الذي وفقنا للإنجاز هذا العمل  
المتواضع.

أهري هذا العمل إلى روح أُمي الطيبة الطاهرة رحمها الله تعالى.  
إلى من عمل بكد لنصل إلى هنا والدي الغالي.  
إلى من عوضت لنا حنان الأم زوجة أبي الغالية.  
إلى أغلى ما أملك إخوتي وأخواتي.  
إلى رفيقة وربي من تقاسمت معي برضا مصاعب الحياة، خطيبتي.  
إلى صديقي الذي كان وائما سندرا لي أخي عبد الوهاب مدور.  
إلى كل أصدقائي وزملائي.  
إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد للإنجاز هذا العمل.



إلى والدي الكريمين أطال الله في عمرهما  
إلى زوجتي التي وقفت معي وشجعتني على المضي قدما.  
إلى ابني آدم، وإلى ابنتي ألفة.  
إلى إخوتي وأخواتي.  
إلى زميلي وصديقي نسيم.  
إلى زملائي في الدراسة والعمل.  
إلى جميع أصدقائي.  
إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي.

عبد الوهاب

الحمد لله وأئماً وأبداً فهو الموفق والمستعان، والصلاة والسلام على نبينا  
محمد وعلى آله وصحبه وسلم. برؤية نشكر الله عز وجل ونحمده حمداً كثيراً  
على توفيقه لنا في إتمام هذه المذكرة، ولا يسعنا إلا أن نتقدم بحمدي الشكر إلى  
الأستاذة المشرفة "

### مسعودة باب يوسف

التي أعانتنا وشجعتنا كثيراً، بما قرمته لنا من توجيهات ونصائح طيلة إشرافها  
لنا، فكانت مثالا للجبر والتفاني.

كما نتقدم بأسمى معاني الشكر إلى كافة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال  
على ما أمروه لنا من معلومات ومساعدة ونخص بالذكر:

محمّد الطيّب الزاوي، عبد القادر قندوز، لبنى سوبقات، عبد الرحمن  
صالح، مسعود قانز، نزيهان حفيان.

وون أن ننسى جميع زملائنا الذين أفادونا بملاحظاتهم ونصائحهم.

وفي الأخير نشكر كل من ساهم معنا وساعرنا من قريب أو بعيد في إنجاز  
هذه المذكرة.

وختاماً نعوذ بالله أن يوفقنا ويسرّ خطانا.

## فهرس المحتويات

I.....	إهداء
II.....	شكر و عرفان
III.....	فهرس المحتويات
V.....	فهرس الجداول
VII.....	ملخص الدراسة:
أ.....	مقدمة

### الجانب المنهجي

#### الفصل الأول: الجانب المنهجي

3.....	أولاً- إشكالية الدراسة:
4.....	ثانياً- التساؤلات الفرعية:
5.....	ثالثاً- أهمية الدراسة:
5.....	رابعاً-أسباب اختيار الموضوع:
6.....	خامساً- أهداف الدراسة:
6.....	سادساً- تحديد المفاهيم والمصطلحات الإجرائية للدراسة:
10.....	سابعاً- الدراسات السابقة:
19.....	ثامناً- المدخل النظري:
27.....	تاسعاً- نوع الدراسة ومنهجها:
28.....	عاشراً- أدوات جمع البيانات:

أحد عشر - مجتمع البحث وعينة الدراسة: ..... 29

إثنا عشر - مجالات الدراسة: ..... 31

### الجانب التطبيقي

#### الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

عرض وتحليل نتائج الدراسة ..... 34

النتائج العامة: ..... 48

خاتمة اقتراحات وتوصيات ..... 52

قائمة المراجع: ..... 54

الملاحق ..... 60

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم
34	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
35	توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية	02
35	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
36	توزيع أفراد العينة حسب أهم المصادر التي يعتمدون عليها للوصول إلى القيم التي يكتبون حولها.	04
37	توزيع أفراد العينة حسب نوعية القيم التي يتابعونها من خلال المصادر المعتمدة.	05
38	توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب المعتمد في التدوين	06
39	توزيع أفراد العينة حسب أهم القيم التي يتم التركيز عليها في المنشورات	07
40	توزيع أفراد العينة حسب أهم الظواهر السلبية التي يتم محاربتها من خلال منشوراتهم.	08
41	توزيع أفراد العينة حسب أهم معايير اختيار المصادر وفق متغير الجنس	09
42	توزيع أفراد العينة حسب نشرهم حول القيم الاجتماعية وفق متغير الفئات العمرية	10
43	توزيع أفراد العينة حسب نوعية القيم الاجتماعية التي يتابعونها وفق متغير المستوى التعليمي	11
44	توزيع أفراد العينة حسب الهدف من انتقائهم للقيم الاجتماعية التي ينشرونها وفق متغير الجنس.	12
45	توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على الفايسبوك للتدوين وفق متغير السن	13
46	توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الذي يعتمدونه في التدوين وفق متغير المستوى التعليمي.	14

## فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم
34	دائرة تمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
35	دائرة تمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية	02
35	دائرة تمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
36	أعمدة بيانية تمثل أهم المصادر التي يعتمد عليها المدونون للوصول إلى القيم التي يكتبون حولها.	04
37	أعمدة بيانية تمثل نوعية القيم التي يتابعونها من خلال المصادر المعتمدة.	05
38	أعمدة بيانية تمثل الأسلوب المعتمد في التدوين	06
39	أعمدة بيانية تمثل أهم القيم التي يتم التركيز عليها في المنشورات	07
40	أعمدة بيانية تمثل الظواهر السلبية التي يتم محاربتها من خلال المنشورات.	08
41	أعمدة بيانية تمثل معايير اختيار المصادر وفق متغير الجنس	09
42	أعمدة بيانية تمثل القيم الاجتماعية التي تنشر وفق متغير الفئات العمرية	10
43	أعمدة بيانية تمثل نوعية القيم الاجتماعية التي يتابعها المدونون وفق متغير المستوى التعليمي	11
44	أعمدة بيانية تمثل الهدف من انتقاء المدونين للقيم الاجتماعية التي ينشرونها وفق متغير الجنس.	12
45	أعمدة بيانية تمثل اعتماد المدونين على الفايسبوك للتدوين وفق متغير السن	13
46	أعمدة بيانية تمثل الأسلوب الذي يعتمد في التدوين وفق متغير المستوى التعليمي.	14



## ملخص الدراسة:

**الدراسة بعنوان:** اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية. دراسة مسحية على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك.

تهدف الدراسة للبحث في كيفية اعتماد المدونين الجزائريين على الفيسبوك في نشر القيم الاجتماعية من خلال دراسة مسحية على عينة منهم، وهذا بمعرفة المصادر التي يتعمدون عليها للوصول للقيم، وكذا معرفة مدى اعتمادهم على الفيسبوك لنشر القيم، وأيضا معرفة أهم القيم التي ينشرونها عبر الفيسبوك، ومن هو جمهورهم المستهدف من خلال منشوراتهم. وأما الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو محاولة تسليط الضوء على نظرية الحتمية القيمة للباحث الجزائري عبد الرحمان عزي.

المنهج المستخدم: المنهج المسحي.

العينة: 79 مدون على موقع الفيسبوك.

أدوات الدراسة: الملاحظة والاستبيان الإلكتروني.

**النتائج المتوصل إليها:** أغلب المدونين يعتمدون على الإنترنت كمصدر أول للقيم التي يهتمون بها، ويعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في نشر القيم وهذا لما توفره من خصائص ومزايا مكنته من احتلال مكانة معتبرة في صدارة المصادر المعتمدة لدى مختلف المستخدمين، ورصدنا أيضا أن أغلب القيم التي ينشرونها هي قيم اجتماعية، ثقافية ودينية. مما يعكس حسهم ووعيهم الاجتماعي واهتمامهم بالقضايا الاجتماعية، وأن تفاعل جمهورهم مع منشوراتهم يتراوح بين المتوازن والإيجابي  
الكلمات المفتاحية: الاعتماد، المدونون، الفيسبوك، النشر، القيم الاجتماعية.

### **The summary:**

The study entitled: The reliance of Algerian bloggers on social networking sites in the publishing of social values. A survey of a sample of bloggers on Facebook.

The study aims to study how Algerian bloggers rely on Facebook in publishing social values through surveying a sample of them. This is by knowing the sources they rely to reach to the values, as well as the extent to which they rely on Facebook to publish the values and also to know the most important values they publish via Facebook, and their target audience through their publications. The main objective of this study is to try to spotlight The Value Media Determinism Theory of of Algerian researcher Abderrahmane Azzi.

Methodology: Survey Methodology.

Sample: 79 Blogger on Facebook.

Study tools: observation and electronic questionnaire.

Results: Most bloggers rely on the Internet as the first source of values they care about. They rely on social networking sites, especially Facebook, to publish values. This is because of the characteristics and advantages that enabled it to occupy a prominent position in the top sources relied by different users. We also observed that most of the values they publish are social, cultural and religious values. Reflecting their sense and social awareness and interest in social issues, and that the interaction of their audience with their publications ranges from balanced and positive

Keywords: Reliance, Bloggers, Facebook, Publishing, Social Values.

مقدمة

## مقدمة:

بعد الانتشار الكبير والواسع للوسائط الجديدة وظهر مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها من طرف جميع الفئات العمرية، أصبح هذا العالم فعلا قرية صغيرة كما تنبأ له مارشال ماكلوهان، أي أن الاتصال متاح للجميع في كل وقت وفي كل مكان، فأصبح المستخدمون قادرون على بناء علاقات صداقة وعمل مع من يريدون ومهما كانوا بعيدين عنهم، وهو ما يمكنهم من التعرف على عاداتهم، تقاليدهم، معتقداتهم وحتى مختلف الأمور الخاصة التي لا تظهر للعيان، وهو ما يجعل المستخدمين عرضة للتأثر بأصدقائهم ونماذجهم الذين يختلفون معهم في عدة أمور؛ كاللغة، الهوية، الدين، الثقافة، العادات والتقاليد.

إن الاستعمال الرهيب للوسائط الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تمثل آخر للواقع الذي يعيشه الأفراد، إنه العالم الافتراضي الذي أصبح يتواجد فيه هؤلاء الأفراد أكثر من تواجدهم في الواقع، فقد أعطى هذا العالم للمستخدمين فرصا كبرى للإبحار والمشاركة والتفاعل، وهو ما كانوا يفتقدونه في الواقع.

ولأن الجزائريين ليسوا في منأى عن هذا التحول الكبير، فقد ظهرت فضاءات افتراضية اتسمت بالتفاعلية والنشاط سواء كانت بالنقاشات، البث المباشر، التدوين والتعليقات على كل ما سبق. وهو ما جعل مستخدمي هذه الفضاءات الافتراضية يلجؤون إلى مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الجديد، وكذا تلقي ونشر رسائل إعلامية هادفة.

إلا أن العديد من المفكرين والمختصين في المجال الإعلامي وفي مجال الوسائط الجديدة، تطرقوا إلى الكثير من المخاطر الناتجة عن استخدام هذه الوسائط خاصة فيما يتعلق بجانب القيم، حيث أكد الدارسون على شدة تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية خاصة الفايسبوك على القيم بصفة عامة، والقيم الاجتماعية بصفة خاصة. وينطلق هؤلاء الدارسون من ثلاث مواقف.

موقف إيجابي يرى بأن استخدام الفايسبوك بوابة للانفتاح، والتمازج الثقافي، وتبادل العلوم والمعارف، وموقف سلبي يرى بأن تأثير الفايسبوك سلبي لأن مضامينه ليس لها

ضابط، ولا حارس بوابة يختار ما يصلح للنشر. وأما الموقف الثالث فهو توافقي بين الموقعين، يرى أن استخدام الفايسبوك ينفع ويضر، أي أنه يحمل الداء والدواء، لهذا يجب ترشيد وتوجيه المستخدمين خاصة الشباب والمراهقين.

وتمت هذه الدراسة ضمن إطار نظريتين هما: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تبحث في المصادر التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال للوصول إلى المعلومات والرسائل التي ينشرونها، واعتماد الجماهير أيضا على مختلف الوسائط للوصول إلى ما يبحثون عنه.

وأما النظرية الثانية فهي الحتمية القيمية للباحث الجزائري عبد الرحمان عزي، الذي أكد على أهمية القيم في العملية الإعلامية خاصة في المجتمعات العربية الإسلامية المهددة بالانسلاخ عن هويتها وقيمها بتأثير الإعلام الغربي، لهذا فهو يدعو إلى بعث الجانب القيمي في كل العمليات الاتصالية والإعلامية وهذا من أجل إعلام هادف وذو قيمة وهو ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذه الدراسة مستعينين بما توصل إليه الباحثون في هذا المجال.

وتمحورت دراستنا حول اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في نشر القيم الاجتماعية. وحول الموضوع تطرقنا إلى عدة نقاط في فصلين.

الفصل الأول: وفيه تناولنا الجانب المنهجي للدراسة ابتداء بالإشكالية، التساؤلات، فأهمية الموضوع وأسباب اختياره، ثم تحديد المصطلحات والمفاهيم والدراسات السابقة، وبعدها المدخل النظري، فيليه نوع الدراسة ومنهجها ثم أدوات جمع البيانات، فمجتمع البحث والعينة، وأخيرا مجالات الدراسة.

الفصل الثاني: وفيه تطرقنا إلى عرض وتحليل البيانات، النتائج العامة التي تجيب على تساؤلات الدراسة.

الجانب المنهجي

## الفصل الأول: الجانب المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة.

ثانياً: التساؤلات.

رابعاً: أهمية وأسباب اختيار الموضوع.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: تحديد المصطلحات والمفاهيم الإجرائية.

سابعاً: الدراسات السابقة.

ثامناً: المدخل النظري

تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها

عاشراً: أدوات جمع البيانات

أحد عشر: مجتمع البحث والعينة

إثنا عشر: مجالات الدراسة

إن تحديد مشكلة أي بحث تعتبر خطوة أساسية وهامة من خطوات المنهج العلمي ولا يمكن الاستغناء عنها في مجال البحث العلمي حيث يعطيها الباحثون الاهتمام الأكبر. وبواسطة تحديد مشكلة البحث تحديدا علميا ومنهجيا وبصياغة واضحة تسهل لنا كل الخطوات المنهجية اللاحقة للبحث. ويعتبر الإطار المنهجي مهما لأي دراسة كونه يعطي لمحة أو فكرة أساسية عن الموضوع محل الدراسة.

### أولا- إشكالية الدراسة:

شهد عالمنا قفزات كبيرة وسريعة في ميدان الاتصالات الحديثة وأجهزتها، فأصبح عالمنا المعاصر يسمى بعصر المعلومات. أو المرحلة الخامسة للإعلام وهذا بظهور الإنترنت. حيث بدأت وسائل الإعلام التقليدي تتراجع وتفقد سيطرتها شيئا فشيئا. فكلما تطورت تكنولوجيا وتقنيات الاتصال، زاد اهتمام الجمهور بها.

أتاحت الإنترنت الكثير من الخدمات لمستخدميها، وتمكنت من تحويل العالم إلى قرية صغيرة، كما تنبأ له مارشال ماكلوهان. ولعل أهم ما ميز الجيل الأول منها هو البريد الإلكتروني، المنتديات، والمواقع الإخبارية...

بعد ظهور الجيل الثاني للإنترنت ظهرت خاصية المشاركة والتبادل، حيث مكن المستخدمين من استعمال المدونات، الويكي، الشبكات الاجتماعية. ولعل أهم شيء ميز الجيل الثاني هو المدونات الإلكترونية ومواقع والتواصل الاجتماعي التي مكنت المستخدم من عرض يومياته وأفكاره وتعليقاته على مختلف الأحداث المحلية والدولية بتسلسل زمني. ومما ساهم في إنجاح وبروز المدونات الإلكترونية هو سهولة استخدامها والتعامل معها تقنيا. فيمكن تقسيمها إلى أقسام مختلفة.

لعبت الأحداث العالمية دورا كبيرا في رواج المدونات وتحويلها إلى ظاهرة حقيقية، وهذا نظرا لما توفره من معلومات لا تعرضها وسائل الإعلام المختلفة التي تنتقي الأخبار وفق سياستها وحسب رغبة حارس البوابة. وأيضا ظهور المدونات المتخصصة التي تقدم حولا وأبحاث للطلبة والباحثين.

في بداية الأمر، لم تلق المدونات راجا كبيرا في الجزائر كما هو الحال أيضا في مختلف الدول العربية نظرا لتأخر ظهورها، وقلة مستخدمي الإنترنت، وأيضا عدم الاهتمام

بها من قبل المختصين. لكن هذا لا يعني انعدامها. فالمدونات موجودة لكنها غير فعالة، والقليل فقط منها يتم تحديثها.

بعد الرواج الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفايسبوك، وإطلاق الجيل الثالث وبعدها الرابع للإنترنت، وانتشار الوسائط الجديدة خاصة الهواتف النقالة واللوحات الإلكترونية، كثر استعمال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك الذي أصبح متنفس الجميع. الجميع يلجؤون إلى الفايسبوك للتدوين وعرض يومياتهم، أفكارهم وآرائهم. أصبح الكثير من الجزائريين يدونون بصورة غير مسبقة، سواء كانوا مختصين أو غير مختصين. وهو ما جعل الفايسبوك معرضا ومصبا لمختلف الأفكار والقيم، كل حسب مستواه.

إن الملاحظ للواقع الاجتماعي المعاش في الجزائر، يجد أن لمواقع التواصل الاجتماعي صدى كبيرا في الحياة الاجتماعية، وتلعب أهمية معتبرة في تفكير الأفراد وسلوكياتهم. ففي مقدمة هذه المواقع نجد الفايسبوك لما يحتويه من مضامين وتطبيقات تساهم في تبني قيم اجتماعية جديدة أو تعزيز قيم سابقة. هذه القيم الاجتماعية يمكنها أن تكون قيما إيجابية تتماشى مع طبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده، أو قيما سلبية تتنافى مع طبيعة المجتمع.

فالدارس لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك وتأثيراتها كما يرى عبد الرحمان عزي، يجب عليه أن يركز على القيم. فإذا اتفقت مع طبيعة المجتمع اعتبرت قيما إيجابية، وإذا ما تنافت مع طبيعة المجتمع اعتبرت قيما سلبية. فالمدون الواعي المنقرف الذي يملك حسا وطنيا ودينيا يحرص على نشر كل ما هو مفيد من قيم تهدف إلى التوعية والإصلاح. ومن هنا نتساءل: **كيف يعتمد المدونون الجزائريون على موقع الفايسبوك**

## لنشر القيم الاجتماعية؟

ثانيا- وتدرج تحته التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هي أهم المصادر التي يعتمد عليها المدونون الجزائريون للوصول إلى القيم التي ينشرونها؟

2- ما درجة اعتماد المدونين الجزائريين على الفايسبوك لنشر القيم الاجتماعية؟



- 3- ما هي أهم القيم الاجتماعية التي يتم نشرها عبر الفايسبوك؟  
4- كيف يتفاعل جمهور المدونين الجزائريين مع منشورات المدونين؟

### ثالثا- أهمية الدراسة:

يعتبر البحث العلمي بمناهجه وإجراءاته من الأمور الضرورية لأي حقل من حقول المعرفة فقد أصبح الإلمام بهذه المناهج المختلفة والقواعد الواجب إتباعها بدء من تحديد مشكلة البحث ووصفها بشكل إجرائي ومرورا بإختيار منهج وأسلوب لجمع المعلومات وانتهاء بتحليل المعلومات وإستخلاص النتائج من الأمور الأساسية في العلوم الطبيعية والاجتماعية والإنسانية.

وتكمن أهمية دراستنا هذه كونها تدرس موضوع القيم الإجتماعية في إطار نظرية الحتمية القيمية، والتي صنفنا من قبل جمعية الصحافة والاتصال الجماهيري الأمريكية من بين الأفكار الكبرى في القرن الواحد و العشرين، المنسوبة للأستاذ عبد الرحمان عزي، حيث تعتبر هذه النظرية من أهم النظريات التي تدرس متغير القيم وأبعادها التي تناولها في مؤلفه منهجية الحتمية القيمية في الإعلام تماشيا مع موضوع دراستنا تم إختيار البعد الاجتماعي للقيم نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر (التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، التسامح) ومن هذا المنطلق تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة مدى اعتماد المدونين الجزائريين على موقع الفايسبوك في نشر القيم الاجتماعية، وتسليط الضوء على الجانب القيمي وعلاقته باعتماد المدونين الجزائريين على الفايسبوك.

### رابعا-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع بحثنا لم يكن من باب الصدفة أو الفراغ، بل كان وليد أسباب ذاتية وموضوعية والتي تمثلت على النحو التالي:

#### 1- الأسباب الذاتية:

➤ الرغبة في الاطلاع على نظرية الحتمية القيمية في الإعلام والفهم الجيد لها ومعرفة أحدث ما كتب حولها.

☞ معرفة اعتماد المدونين الجزائريين على موقع الفايسبوك في نشر القيم الإجتماعية لدى المجتمع الجزائري.

## 2- الأسباب الموضوعية:

☞ يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات خاصة المتعلقة بالمدونين الجزائريين وكذا الجانب القيمي في الدراسات الإعلامية.

☞ انتشار استخدام الفايسبوك بشكل كبير بين أوساط المجتمع مما جعله موضوعا خصبا للدراسة.

☞ الرغبة في إثراء مكتبة الكلية بدراسة جديدة ليجعل منها مرجع للطلبة والباحثين.

## خامسا- أهداف الدراسة:

إن الغاية من كتابة البحوث في شكل رسائل جامعية أو أطروحة هي تعويد الباحث أو الطالب على التنقيب عن الحقائق واكتشاف آفاق جديدة من المعرفة، في مواضيع يظهر شغفه بها وحببه للتعلم فيها والمساهمة في خدمة المعرفة الإنسانية.

تهدف دراستنا هذه إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت كالاتي:

☞ معرفة المصادر التي يستقي منها المدونون الجزائريون القيم الاجتماعية التي ينشرها المدونون.

☞ معرفة أسباب اعتماد المدونين الجزائريين على الفايسبوك لنشر القيم.

☞ التعرف على كيفية تفاعل جمهور المدونين مع المنشورات.

☞ ويتمثل الهدف المحوري في محاولة الكشف عن القيم الاجتماعية التي ينشرها المدونون.

## سادسا- تحديد المفاهيم والمصطلحات الإجرائية للدراسة:

تتجلى الحقائق والأشياء في المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البيئة الواحدة وبذلك تكتسب قيمتها، إذ تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور التي تعبر عنها. فتعتبر المفاهيم

في الواقع تصورات ذهنية لمجموعة متنوعة من الظواهر التي نريد ملاحظتها،<sup>1</sup> وهي بناءات لغوية وتركيبات لفظية تسهم في بناء التركيبات الأكبر مثل التعميمات والنظريات العلمية التي تشرح أو تفسر الظواهر العلمية،<sup>2</sup> لهذا اعتبر تحديد المفاهيم من بين أهم الخطوات الجوهرية التي إستوجب على الباحث أن يوليها إهتماما كبيرا في دراساته وبحوثه، حيث يبدأ أولا بتحديد إطاره النظري من خلال مراجعة القواميس والمعاجم ليقوم فيما بعد بإعطاء التعريف العلمي الشائع لدى الباحثين ثم تحديد معناه الإجرائي المستخدم في البحث، ليلجأ في بعض الأحيان إلى وضع معاني إجرائية خاصة للمصطلحات المستخدمة نظرا لخصوصية ارتباطها بمجالات استعمالية محلية محددة أو لندرة استعمالها مما يتطلب منه العمل على ضبط معناها الخاص المقصود في الدراسة.<sup>3</sup> إن إيجابية المفاهيم تكمن في كونها تسمح لنا باستيعاب التعقيدات التي تحيط بالحالة المدروسة في مختلف مظاهرها الملموسة، ويمكننا في نفس الوقت من الدخول في دراسات تحليلية وتركيبية<sup>4</sup>. وبناء على ما سبق ارتأينا أن نضبط مفاهيم هذه الدراسة:

### 1-الاعتماد: لغة: من الفعل اعتمد يعتمد اعتمادا، بمعنى الاتكال والثقة والرجوع إلى.

إجرائيا: نقصد به التبعية، الدرجة أو المنزلة التي يعطيها المدونون لمصادر القيم الاجتماعية، ومدى تبعيتهم لها للوصول إلى جماهيرهم.

1 - نادية عاشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، د. ط، مؤسسة حسين راس للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017. ص: 61

2 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط:2، عالم الكتب، القاهرة، 2004. ص-ص 19-20.

3- أحمد بن مرسي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط:3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2007، ص:84.

4- بول باسكون: إرشادات عملية لإعداد الرسائل والاطروحات الجامعية، ترجمة أحمد عريف، مطابع الأطلس، الرباط، 1981.

**2- المدونات الإلكترونية:** المدونة تعني سجل الشبكة، وهي دفتر يوميات إلكتروني.<sup>1</sup> يعرفها محمد عبد الحميد أنها عبارة عن مركز للأراء ووجهات النظر في كل الموضوعات والأفكار.<sup>2</sup>

إجرائيا: هي تطبيق من تطبيقات الانترنت والتي يلجأ إليها المستخدمون للاستفادة مما تقدمه من معلومات ومواد مفيدة في مختلف المجالات.

**3- التدوين الإلكتروني:** كلمة تدوين هي اسم الفعل من دون يدون بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الإنجليزية Blogging ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الانترنت من خلال برامج خاصة، وهو شكل من أشكال الحديث من الكتابة الصحفية الافتراضية، ونشر القصص والتجارب الشخصية، والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسة الجماعية منها والفردية.<sup>3</sup>

إجرائيا: هو عملية تواصلية عبر الإنترنت تشمل جميع الممارسات التي يقوم بها المدون بإضافة مواد مختلفة قد تكون نصا، صورة أو فيديو... والرد على تعليقات زوارها وهو بذلك يحمل طابعا تواصليا فريدا وبعده اجتماعيا مميذا قد يحمل أبعادا أخرى تتوافق مع الهدف من التدوين.

**4- المدون:** هو الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من سجل من الأحداث والسير الذاتية والرأي على صفحة إلكترونية.<sup>4</sup> والمدونون هم الأشخاص الذين يكتبون المدونات وينفذون برامج التدوين.<sup>5</sup>

1- جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 109

2- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص: 264

3- جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، مرجع سبق ذكره. ص: 110.

4- جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، مرجع سبق ذكره. ص: 110.

5- موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد؛ تطور الأداء والوسيلة والوظيفة (سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الأول) جامعة بغداد. بغداد، 2011 ص: 30.

**5- النشر الإلكتروني:** يعني نشر المعلومات التقليدية الورقية عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسبات وبرامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات وتوزيعها ونشرها. النشر الإلكتروني يحوي كل أشكال أوعية المعلومات غير الورقية.<sup>1</sup>

**إجرائيا:** هو النشاط أو العملية التي يقوم بها المدون في حسابه أو مدونته لكي يوصل أفكاره لمتابعيه.

**6- مواقع التواصل الاجتماعي:** هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه المواقع الموجودة على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء؛ ويمكن أن تشمل المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش... الخ<sup>2</sup>

**7- الفايسبوك:** أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعية شعبية في العالم، أنشئ عام 2004 من طرف "مارك زوكربيرغ" حينما كان طالبا في جامعة هارفارد. في البداية اقتصر على الأفراد الذين لديهم بريد إلكتروني في الجامعة، ثم جرى فتحه للجمهور عن عمر 13 سنة فأكثر، مع نهاية 2009 صرح الموقع عن وجود أكثر من 300 مليون مستخدم لهذا الموقع، وفي نهاية 2010 كان هنالك 600 مليون مستخدم.<sup>3</sup> وهو موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم، ويمكن لأي شخص إنشاء حساب له بسهولة وبدون مقابل مادي، ويهدف الموقع للربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة، ويمكن للمشاركين في الموقع الاشتراك في شبكات كثيرة كالمعاهد، الجامعات، أماكن العمل ويمكنهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم.<sup>4</sup>

1 - محمد علي أبو العلا: التوثيق الإعلامي والنشر الإلكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، كفر الشيخ، 2013، ص: 60.

2 - ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر 2012، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الكويت 2012/2013 ص: 20

3 - محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين؛ الفايسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، 2011. ص: 21.

4 - ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر 2012، مرجع سبق ذكره، ص: 10

إجرائيا: الفايسبوك من بين أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في الجزائر، حيث أصبح يستقطب جميع الفئات العمرية التي تستخدمه في شتى المجالات من تعليم، تجارة، تثقيف، دعاية... الخ

**8-القيم: لغة:** قيم، يقيم، قيم الشيء أي اعتنى به وحافظ عليه. وهي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو صحيح أو مرغوب.

**القيم الاجتماعية:** يرى أحمد بدوي أن القيم الاجتماعية تعني الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتأخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد لما يصنع من موجّهات السلوك أو تغييره أهدافا لها. وهي أيضا مجموعة من الاتجاهات العقلية التي يكون فيما بينها جهاز شبه مقنن يستخدمه في قياس وتقدير المواقف الاجتماعية.<sup>1</sup> ويرى فاروق احمد الدسوقي أن القيم هي موجّهات السلوك وضوابطه، وهي حارسه الأنظمة وحامية البناء الاجتماعي، فخطرها في حياة المجتمعات عظيم.<sup>2</sup>

القيم الاجتماعية إجرائيا: هي مجموعة من الاتجاهات والسلوكيات والعادات التي يتفق عليها الأفراد. ويعملون على ترسيخها وتثبيتها في المجتمع.

### سابعا- الدراسات السابقة:

باعتبار أن موضوعنا من بين المواضيع الجديدة بحكم حداثة التخصص، إذ أن معظم الدراسات نجدها تتناول مواقع التواصل الاجتماعي أو القيم الاجتماعية، وبالتالي تعثرنا في إيجاد دراسات تطرقت لنفس موضوع دراستنا. وفيما يلي عرض لما توصلنا إليه من دراسات سابقة مشابهة لدراستنا الموسومة باعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية. من خلال عرض الدراسات التي تناولت إحدى المتغيرات المتعلقة بما سيتم التطرق إليه في دراستنا (الاعتماد، المدونون، مواقع التواصل الاجتماعي، القيم الاجتماعية).

1 - أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، 1993. ص: 262.

2 - مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفزيونية، ط1، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1993 صص 39-40.

## الدراسات الأجنبية:

**الدراسة الأولى** لـ: بروس ايتلين وآخرون في جوان 2009 بجامعة هارفارد الأمريكية، بعنوان: **رسم خرائط عالم التدوين: السياسة والثقافة والمعارضة**. حيث قامت مجموعة من الباحثين المنتمين إلى جامعة هارفارد الأمريكية بدراسة حول التدوين العربي بتكتلاته، ومجتمعاته التدوينية، قام الباحثون بتحديد 35 ألف مدونة عربية نشطة واعتمدوا على ثلاثة طرق لاكتشاف التجمعات التدوينية العربية وهي:

- 1- تحليل الروابط والوصلات لمعرفة كيفية ترابط التجمعات التدوينية العربية.
  - 2- تحليل كمية استخدام بعض المصطلحات.
  - 3- توزيع استبيانات على بعض مدوني هذه المدونات.
- وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية<sup>1</sup>:
- المدونون العرب في مجملهم ذكور من فئة الشباب وأعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل المصري.
  - المواضيع تدور حول التدوين الشخصي والتجربة الذاتية.
  - التدوينات الدينية تتركز على التجارب والأفكار الدينية بشكل فردي، ولا يوجد انتقاد للأديان الأخرى بشكل عام.
  - تدوينات قضايا الإرهاب تتركز في التكتل الشامي باللغة الإنجليزية.
  - حقوق الإنسان لها شعبية كبيرة في التكتلات، والتجمعات التدوينية العربية مقارنة بكتابات أخرى.
  - التجمعات التدوينية العربية معظمها ترتبط بوصلات لمقاطع من اليوتيوب أغلبها حول الأحداث السياسية الإقليمية إضافة إلى روابط مع مقالات ويكيبيديا.
  - أكثر المواقع الإخبارية التي ترتبط بها التدوينات العربية هي بالدرجة الأولى الجزيرة ثم BBC وبعدهما العربية.

**الدراسة الثانية** لـ: ساره بيدرسون وكارولين ماكافي 2006/2005 في بريطانيا، **الاختلافات الجنسية في التدوين البريطاني**. كان الهدف من هذه الدراسة هو تقديم لمحة

1 -Bruce Etling & others: **Mapping the Arabic logsphere : Politics, Culture, and Dissent**, Berkman Center Research No. 2009-06 p-p: 14-15.

عن المدونات البريطانية واضحة في الاعتبار أن غالبية البحوث الأكاديمية المنشورة عن المدونات كانت تقوم على ممارسات المدونات الأمريكية فقط. واعتمدت الدراسة في جانبها الميداني على 48 مدونة بريطانية (نسائية - رجالية) وزعت على أصحابها استمارة استبيان حول ممارساتهم ومواقفهم التدوينية في الفترة ما بين 2005-2006. وقد أسفرت هذه الدراسة عن النتائج التالية<sup>1</sup>:

- تتراوح أعمار النساء من (19-65) والرجال (20-64)، ومتوسط عمر النساء (34) والرجال (35).

- تبين أن المرأة أكثر استخداماً للمدونات وأكثر اهتماماً بها، بينما يحرص الذكور على تفعيل خدمة الإشراف على التعليقات.

- الرجال يقضون وقتاً مع المدونات أقل بالنسبة للنساء وتدون النساء أكثر من الرجال.

- أن التدوين لدى الجنسين (المرأة والرجل) يمثل نشاطاً كبيراً لملء أوقات الفراغ.

- أن النساء كانوا يستخدمون المدونات كمتنفس لأعمالهم الإبداعية.

- أن معدل الرضا تساوى بين الرجال والنساء بالنسبة لتدويناتهم.

**الدراسة الثالثة ل: دان لي بعنوان: لماذا تدون؟ عام 2005** جامعة ماركات بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي رسالة ماستر في الفنون من جامعة ماركات بالولايات المتحدة الأمريكية. تستكشف هذه الدراسة أنماط التدوين، واقع التدوين، ودور الدوافع بالإضافة إلى الخصائص الديموغرافية كمحرك للسلوك التدويني. اختارت الباحثة عينة مكونة من المدونين الناشطين (المدونات التي تحتوي على أقل من تدوينتين ولم يتم تحديثها قبل أسبوعين تحذف من العينة) المتحدثين باللغة الانجليزية والذين لا تقل أعمارهم عن 18 سنة، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها<sup>2</sup>:

- هناك سبعة دوافع للتدوين في هذا البحث: التوثيق الذاتي، تطوير مهارة الكتابة، التعبير عن الذات، جاذبية الوسيط الإعلامي، تمضية الوقت والتنشئة الاجتماعية. باستثناء تمضية

1 - Sarah Pedersen and Caroline Macafee: **Gender Differences in British Blogging**, Journal of Computer-mediated Communication, International Communication Association, 2007. p-p: 14-72,14-92.

2 Dani Li: **Why do you blog. A uses and gratifications inquiry into bloggers motivations**, master thesis of arts, Marquette University, Milwaukee, Wisconsin, August 2005. p: 145



الوقت، فإن كل الدوافع الست الأخرى قد صدقت إلى حد كبير من طرف المدونين. ومعظم هذه الدوافع ترتبط باعتدال عموماً، تبين أن بعض الدوافع لها علاقة باستعمال معين للمدونات: فالتوثيق الذاتي هو مؤشر لإدارة التعليقات، تقديم الذات وتوقع القراء. دافع تطوير مهارة الكتابة هو مؤشر لتقديم الذات وتوقع القراء.

- وجدت الدراسة اختلافات جنسية في العديد من سمات التدوين، فدافع المعلومات يوجد بدرجة أعلى عند الرجال بينما النساء فكانت دوافع التعبير الذاتي والتوثيق الذاتي وتمضية الوقت عندهم بنسبة أكبر.

- بالإضافة إلى الجنس، يلعب متغير العمر أيضاً دوراً في تحفيز الناس على التدوين. فالدوافع كالتعبير الذاتي، التوثيق الذاتي وتمضية الوقت لها علاقة سلبية بمتغير العمر. - كما وجدت الدراسة أن المستوى التربوي لا علاقة له بأي تحفيزات لممارسة التدوين لدى العينة المدروسة.

**الدراسة الرابعة ل: بوني نارديف وآخرون، لماذا ندون؟** عام 2003 في الولايات المتحدة الأمريكية، أجريت هذه الدراسة<sup>1</sup> في الفترة من أبريل وحتى جوان عام 2003 بالولايات المتحدة الأمريكية وقد أجريت المقابلات مع المبحوثين للتعرف على المعلومات الديموغرافية وعاداتهم التدوينية والأفكار المتبلورة لديهم عن التدوين ومدى استخدامهم لوسائل الإعلام، وتم الحصول على المعلومات من خلال أسلوب التحليل الكمي للمضمون والوظائف التي تقوم بها المدونات وكذلك من خلال المقابلات مع المبحوثين وأجريت هذه المقابلات مرتين على الأقل مع كل مبحوث مع متابعتهم شخصياً سواء عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية.

وبلغت عينة الدراسة (23) مفردة منهم (16 ذكور) و(7 إناث) ممن تتراوح أعمارهم بين (19-60). **وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:**

- الدوافع الرئيسية الخمسة للتدوين هي: توثيق حياة الفرد، التعليق وعرض الآراء، التعبير عن المشاعر، التعبير وكتابة الأفكار، تشكيل المنتديات والمحافظة على المجتمع ولكن كل هذه الدوافع متداخلة.

1 - Bonnie A.Nardif & others: **Why we blog**, Communications of ACM, 2004/vol.47. No. 12 p: 2

-محتوى المدونات ينبثق أساسا من الأنشطة اليومية للصحف من خلال التعليقات الجادة على أهم القضايا.

-وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الباحثين برصد هذه الظاهرة وذلك لنموها الملحوظ ونظرا للتغيرات التي أضافتها على المجتمعات.

### التعليق على الدراسات التي أجريت حول المدونات الأجنبية:

الدراسات السابقة الغربية التي توفرت لدينا كانت في المجتمع الأمريكي ودراسة واحدة في المجتمع البريطاني. ودراسة في المجتمع العربي، والملاحظ أن هذه الدراسات التي اهتمت بشكل عام باستكشاف طبيعة الممارسات التدوينية من طرف المدونين ومحاولة التعرف على دوافع التدوين لديهم وكذا اهتماماتهم التدوينية وطريقتهم في التعامل مع وسائل الإعلام والإعلانات وغيرها كانت في مرحلة متقدمة نوعا ما، ثم تلتها دراسات أكثر تعمقا في دراسة الموضوع من خلال التركيز على نوع معين من المدونات أو التركيز على دراسة الخطاب لدى بعض المدونين. وتلتقي هذه الدراسات بدراستنا في الشق المتعلق بالتدوين خاصة فيما يتعلق بدوافع التدوين ومصادر ما يتم تدوينه.

### الدراسات العربية:

الدراسة الأولى ل: أحمد حسين في عام 2009، بجامعة الملك سعود في الرياض بالسعودية، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال. والتي تم عرضها في مؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعي وتتلخص الدراسة في محاولة الباحث دراسة مضمون المدونات العربية وما تحمله من آراء ووجهات نظر وقضايا معبرة عن هموم الشباب، ثم دراسة مجتمع المدونين ومعرفة دور هذه المدونات التي يكتبونها ويسجلون فيها آرائهم سواء في التعبير عن همومهم وهموم مجتمعاتهم، أو في تحقيق نواياهم، وكذلك معرفة الدوافع وراء لجوء الشباب لإنشاء تلك المدونات، ومعرفة المشكلات التي تواجههم، والوقوف على دور المدونات في تحقيق الذات وحرية التعبير لدى المدونين. وتتلخص نتائج هذه الدراسة في:

- القضايا الاجتماعية حظيت بأولوية اهتمام المدونين ثم تليها القضايا السياسية ثم القضايا الدينية والقضايا التكنولوجية والأدبية فالعاطفية على التوالي وأخيرا الفنية وهو ما يعكس

مستوى الوعي لدى المدونين بقضايا مجتمعهم خاصة وأن مستواهم التعليمي مرتفع و 80% منهم من الشباب، 65 % منهم ذكور.

- احتل المدونون المصريون والسعوديون الصدارة في مجال التدوين.
- أوضحت الدراسة أن أسباب لجوء المدونين إلى التدوين تتمثل في: ليقراً الآخرون أفكارهم وآرائهم ثم التعبير عن أفكارهم ثم ليمارسوا حريتهم ثم التواصل مع الآخرين.
- أشارت الدراسة إلى أن أهم الموضوعات التي تشغل اهتمامات المدونين هي ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية في بلدانهم، ثم الخواطر والتأملات، والقضايا السياسية، كما أظهرت الدراسة أن 76.6% من المدونين يعلنون عن هويتهم الحقيقية بذكر أسماءهم الصريحة في مدوناتهم، في حين أن 28.2 % منهم يفضلون الكتابة بأسماء مستعارة. أوضحت الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 58.7 % يواجهون مشكلات أثناء قيامهم بالتدوين تمثلت في السجن، والتهديد، والمنع من السفر، وحجب المدونة، والتحذير من الكتابة في بعض الموضوعات، والمراقبة الأمنية<sup>1</sup>.

### التعليق على الدراسات التي أجريت في العالم العربي:

تؤكد هذه الدراسة على الاهتمام المتزايد بظاهرة التدوين الإلكتروني في العالم العربي وزيادة الإقبال عليها تصفحا وممارسة. وتكاد تجمع على الخصائص الديموغرافية للمدونين العرب من حيث المستوى التعليمي المرتفع. والملاحظ أيضا أن هناك اختلافا في الدوافع المؤدية لعملية التدوين التي توصلت إليها الدراسات في المجتمعات العربية، حيث نجد الدافع الاجتماعي الأول في الدراسة. وتلتقي هذه الدراسة العربية بدراسنا حينما تناولت الهدف الاجتماعي للتدوين، وإبراز الوعي الوطني والاجتماعي للمدونين.

### الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى لـ: رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 2018/2017.

1 - زعيم نجود: التدوين الإلكتروني في الجزائر الواقع والتحديات، منكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2012/2011. ص: 24

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر القيم (الاجتماعية، الدينية، العلمية، الجمالية، السياسية والاقتصادية) في السلوك الاجتماعي للشباب الجزائري مع عائلاتهم وداخل الجامعات التي يدرسون فيها وفي المحيط العام الذين يعيشون فيه. وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث اعتمد فيها الباحث على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وقد تم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان. حيث شملت العينة المبحوثة 400 مفردة من شباب جامعة باتنة 1 أختيروا بالطريقة العنقودية. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج<sup>1</sup> كان أهمها كثافة استخدام صفحات الفايسبوك من قبل شباب جامعة باتنة 1، وكانت القيم الاجتماعية والدينية أكثر القيم حضورا في الصفحات الفايسبوكية حسب المبحوثين، كما أظهرت النتائج ارتفاعا في أنماط السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1.

وسجلت النتائج التحليلية للدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القيم في صفحات الفايسبوك والسلوك الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس. كما بينت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذه الأنواع من القيم وأنواع السلوك الاجتماعي، وأشارت النتائج أيضا إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين أنواع القيم في صفحات الفايسبوك وأنماط السلوك الاجتماعي، حيث كانت القيم الدينية أكثر القيم تأثيرا في أنماط السلوك الخاص بشباب جامعة باتنة 1.

**الدراسة الثانية ل: دراسة سهيلة بضيف بعنوان المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباعات** وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تمت مناقشتها في جامعة باتنة للموسم الجامعي 2010/2009.

تركزت إشكالية الدراسة حول استخدامات المدونين الجزائريين للمدونات الإلكترونية، ودوافعهم لإنشائها من جهة واستخدامات وإشباعات قراء المدونين. واعتمدت الباحثة في

1 - رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 2017/2018. ص: 2.

دراستها على منهج المسح الوصفي، واستخدمت الملاحظة والاستبيان كأداة لجمع البيانات. وقد توصلت الباحثة إلى نتائج نذكر منها<sup>1</sup>:

- 47.25% من أفراد العينة بدأوا التدوين من مدة سنة إلى 3 سنوات.
- 63,29% يملكون مدونة واحدة ولا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في درجة التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- 35.77% من أفراد العينة يفضلون التدوين في المنزل و42.86% يقضون ساعة إلى ساعتين في التدوين كما أن 41.85% من أفراد العينة يدونون ليلا.
- 26.84% من المدونين يعتمدون على مواقع الإنترنت كمرجع للتدوين و42.31% يقرؤون مدونات غيرهم.
- 48.03% من أفراد العينة يردون على التعليقات التي تصلهم حسب أهميتها، و43.42% يردون عليها حسب الظروف، في حين أن نسبة 8.55% لا يردون عليها أبدا. واستخلصت الدراسة أن دوافع التدوين لدى الذكور ترفيهية بالدرجة الأولى، ثم تأتي الدوافع الإجتماعية في الدرجة، في حين أن العكس صحيح بالنسبة للإناث.

**الدراسة الثالثة ل: السعيد بومعيزة: أطروحة دكتوراه، 2006/2005، البلدية، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب<sup>2</sup>.** انطلق الباحث من إشكالية تتمحور حول مدى تأثير وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، بمنطقة البلدية. وقد اعتمد الباحث السعيد بومعيزة في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، وبالإضافة إلى المنهج إعتد على استمارة استبيان وتمثلت في 500 استمارة بصفة قصدية على بعض الشباب الذكور والإناث، أما نوع العينة فقد إختار عينة من النوع غير الاحتمالي.

وقد توصل الباحث السعيد بومعيزة في هذه الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها<sup>3</sup>

1 - سهيلة بضياف: المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2010/2009. ص:ص: 323-330.

2 - السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه، جامعة البلدية، 2006/ 2005

3- سمير لعرج: دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 2007/2006. ص:ص: 43-44.

-يوافق كل من الذكور والإناث على أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بالقيم، لكن الإناث أكثر اعتقاداً في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح والتقوى، وتقدير العلم والعلماء والديمقراطية والعدل.

-كلما كان المستوى التعليمي أدنى لدى الشباب، إلا واعتبروا وسائل الإعلام مصدراً لتعزيز القيم عندهم، وكلما كان المستوى التعليمي للشباب أعلى إلا وكان اعتقادهم أقل في قدرة وسائل الإعلام على جعلهم يرتبطن ببعض القيم أكثر.

-يعتقد كل من الذكور والإناث بأن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط أكثر بقيم البعد النفسي.

-الذكور أقل اعتقاداً من الإناث في قدرة وسائل الإعلام على جعلهم يرتبطن بقيم البعد الاجتماعي، والإناث أكثر اعتقاداً من الذكور في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم البعد الاجتماعي.

-إن ذوي المستوى التعليمي الأدنى أقل اعتقاداً في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز قيم الأبعاد النفسية والاجتماعية، وأن ذوي المستوى التعليمي الأعلى أقل اعتقاداً في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز القيم ذات البعدين الاجتماعي والديني.

-القيم التي نالت أهمية قصوى لدى المبحوثين هي: الطموح والأمن الوطني والتقوى، والالتزام الديني، والعدل، والقيم التي كانت مهمة عند المبحوثين هي: احترام الذات، التفتح، الالتزام بالفرائض الدينية، وتقدير العلم والعلماء، والديمقراطية والمسؤولية.

**تبرز علاقة الدراستان الأولى والثالثة** بدراستنا أنها تدرس متغير القيم وهذا المتغير أهم متغير في دراستنا، وكانت استقادتنا من هذه الدراستين بشكل كبير في الجانب المنهجي والتطبيقي حيث تم الرجوع إليهما لتحديد القيم الاجتماعية. وأما الدراسة الثانية فتلتقي بدراستنا في دوافع وعادات التدوين.

## ثامنا- المدخل النظري:

تتعدد المقاربات والنظريات العلمية التي يستند إليها الباحثون في مجالات الدراسات الإعلامية، حيث طبيعة الموضوع والمتغيرات التي يشتمل عليها، هي التي تفرض على الباحث الاستناد إلى مقترب علمي دون آخر، وهذا بغية إعطاء بعد نظري للبحث، انطلاقاً من نظرية علمية أصل لها في الغالب مجموعة من الكتاب والمفكرين في مجال علوم الإعلام والاتصال وغيرها من العلوم الاجتماعية... لأن عملية الانطلاق في أي بحث علمي توجب على الباحث الإلمام بمدخل متعددة لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته، وفي هذه الحالة على الباحث أن يتمكن جيداً من تحديد المدخل النظرية المناسبة لدراسة الجمهور. ومن خلال ما سبق تبين لنا أنه من الأنسب أن نستند في موضوعنا هذا على نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام في دراستنا.

**1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:** من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الإعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور؛ إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات. إن تأثرنا بهذا النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فحسب بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور. وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال.<sup>1</sup>

## فرضيات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.

1 - مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط:2، دار النهضة العربية، بيروت، 2010. ص: 227

- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجمعيات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور.
- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثر بما يتعلمه الفرد من المجتمع. ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي، وتختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة تبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات من أخبار.<sup>1</sup>

### ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

**الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجمعيات والمنظمات أهدافهم المختلفة الشخصية أو الاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو منظمات أو جمعيات أخرى.

**المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم تتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع في مصادر المعلومات هي: جمع المعلومات، تنسيق المعلومات، نشر المعلومات.<sup>2</sup>

### أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

- 1- **الفهم:** مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها

1 - منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط:1 دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012. ص: 213.

2- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 214



- 2- **التوجيه:** ويشتمل على توجيه العمل مثل أن تقرر ما تشتري وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة
- 3- **التسلية:** وتشتمل التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما.<sup>1</sup>

**الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:** يرصد ديفلير وساندر روكيتش مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية والآثار السلوكية. وسوف نعرضها فيما يلي:

**أولاً- الآثار المعرفية:** وهي: 1- الغموض 2- تكوين الاتجاه 3- ترتيب الأولويات 4- اتساع المعتقدات 5- القيم

**ثانياً- الآثار الوجدانية:** وهي: 1- الفتور العاطفي 2- الخوف والقلق 3- الدعم المعنوي والاعتزاز

**ثالثاً- الآثار السلوكية:** وهي: 1- التنشيط 2- الخمول<sup>2</sup>

### الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>3</sup>

- يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام واستقبالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

1- منال هلال المزاهرة: المرجع نفسه، ص 218

2- محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر، ط:1، القاهرة، 2010. ص-ص: 304-306.

3- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص: 233.

- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، إلا أنه وللأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل، أو أنها تؤثر على الأفراد حيث أن الأفراد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرها.

- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساسا الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال روكيتش ترى أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.

-معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائيا بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال: قد يتعرض الفرد لفترة طويلة إلى مشاهدة التلفزيون، في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية، أو في موضوع ما.

قمنا بتوظيف هذه النظرية إطارا نظريا في دراستنا من خلال تطبيق فروضها لفهم درجة اعتماد المدونين على مصادر القيم التي ينشرونها، وأيضا لفهم العلاقة بين المدونين وجمهورهم. فكما يوحي اسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد المتبادل، فالمدونون يعتمدون على الفايسبوك للوصول إلى القيم والأخبار، وأيضا للوصول إلى جمهورهم ومحاولة التأثير فيهم، هذا من جانب، ومن جانب آخر نجد اعتماد الجمهور على الفايسبوك للوصول إلى القيم التي يتم نشرها.

## 2- نظرية الحتمية القيمية

**التعريف بصاحب النظرية:** تحصل المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي على شهادة الليسانس في الصحافة من جامعة الجزائر عام 1977 وعلى شهادة الماجستير في الصحافة عام 1980 وعلى الدكتوراه في سوسيولوجيا الإعلام عام 1985 من جامعة نورث تكساس بأمريكا.

نشأة نظرية الحتمية القيمية ومفاتيح فهمها: رغم أن جل دراساته منذ أول دراسة كتبها عندما عاد إلى الجزائر عام 1985 تميزت باستتاده إلى انتمائه الحضاري<sup>1</sup> إلا أن عبد الرحمان عزي صرح بأنه بدأ فعليا تحديد مسار نظريته بتقديم النظرية الاجتماعية الغربية الحديثة وتكييفها مع الواقع الجديد وعلاقتها بالاتصال في كتابه: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية<sup>2</sup>، أما عن تسميتها بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام فيعود الفضل في ذلك إلى طالبه وزميله في جامعة الشارقة الأستاذ والدكتور نصير بوعلي، وذلك بعد معارضتها للحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان في دراسة مهمة قام خلالها بمقارنة قيمة بين النظريتين.<sup>3</sup> كما أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كبنية تتضمن عناصر البناء التالية: علوم الإعلام والاتصال كمادة خام، الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن 20 كمادة مستوردة، التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية، القرآن الكريم بمثابة الإسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام وأسبقية النظرية ككل على الجزء. فنظرية الحتمية القيمية في الإعلام هي ذلك الكل المركب من دراسات وأبحاث نظرية عبد الرحمان عزي ويستحيل فهمها مالم يكن هناك إلمام بعدد معتبر من دراساته التي تزيد عن 50 دراسة تنطلق كلها تقريبا من إشكالية واحدة هي كيفية فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية فهما قيميا وحضاريا.

تتضح هذه النظرية أكثر عند إمعاننا النظر في العلاقة التي تحكم دراسات عبد الرحمان لأن ذلك سيقود إلى التغلغل في الدواخل وتوليد المعاني العميقة للنظرية، وتعتبر القيمة هي الحلقة أو العلاقة بنيويا إلى تمسك أبحاث المفكر وتجعلها مساقط لا تتحرك إلا ضمن دائرة النظرية.<sup>4</sup>

1 - نصير بوعلي: الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، د.ط، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2005. ص: 7.

2 - عبد الرحمان عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية، ب. ط، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص: 15.

3- Nassir Bouali: **Lectures sur la Théorie; Déterminisme de la Valeur Morale de L'information**, La Bibliothèque Iqraa, Constantine, Algérie, 2009: p-p: 7-18.

4 - نصير بوعلي: مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مقاربة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، مؤسسة كنوز الحكمة، 2009. ص-ص: 144-149.

**افتراضات وركائز النظرية:** تنطلق ركائز النظرية في الإعلام من افتراض أساسي:

يعتبر الإعلام رسالة، وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا، و بالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة او تناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر، كان التأثير السلبي أكثر.<sup>1</sup> ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمان بالإضافة إلى المخيال الإعلامي (في مقابل الرأي العام)، والزمن الإعلامي، والرأسمال الإعلامي الرمزي، والوضع والخيال والتمعقل (من إستخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمية وغيرها.<sup>2</sup>

**أهم الركائز المبدئية التي تقوم عليها النظرية فتمثل حسب عبد الرحمان عزي في:**<sup>3</sup>

- أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.
- أن يكون الاتصال تكامليا فيتضمن الاتصال السمعي البصري والمكتوب والشفوي الشخصي مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا.
- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الانسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو.

1 - عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ط:1 مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (28) بيروت، 2003. ص: 122.

2 - نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة أقرأ، ب ط، الجزائر، 2009. ص: 129.

3 - عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره. ص-ص: 143-144.

## مفاهيم النظرية:

**الواقع:** يعرف في اللغة عما حدث وثبت ومنه. وقع، يقع، وقوعا.

**الخيال:** يتجلى في مستواه الأعلى في الأبنية الدينية، ويرمز في مفهوم الكاتب إلى سعي الإنسان بالسمو بفعله وقيمه إلى الحقيقة المرتبطة بالمعتقد.

**الأنظمة المخيالية:** وهي الأنظمة التي ينتجها الإنسان انطلاقا أو ابتعادا عن الخيال، وتكون أنظمة فرعية. والإعلام كمحتوى ورسالة يعتبر إحدى هذه الأنظمة المخيالية.

**التمثيل:** ما ينتجه الإنسان من أبنية، إذا ارتبط بالأبنية الدينية كان موجبا، إذا ابتعد عنها كان سلبيا.

**التموضع:** وهو الوضع الذي في معظمه غير سوي.

**التمعقل:** هو الإرتقاء عن طريق البنية الذهنية العقلية هو عملية الانتقال من التموضع إلى التمثيل.

**الرأسمال القيمي:** يتعلق الرأسمال القيمي بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية، التي تشكل هويته وانتمائه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية، وينتمي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع، الذي يتضمن الحراك الاجتماعي التاريخي في العلاقة القيمية والتضاد بين الخير والشر، إن على مستوى القول (الرمزي) أو الفعل (السلوك الفردي والاجتماعي)، ونظريا يكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كل من الرأسمال المادي والرأسمال الرمزي، فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة للرأسمال أساس البناء الحضاري<sup>1</sup>.

**المخيال الإعلامي:** حالة تتضمن المشاعر النفسية الاجتماعية والتي بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي الإسلامي عامة عن محتويات وسائل الاتصال من جهة وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى.

1 - عبد الرحمان عزي وآخرون: **ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع**، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (57)، ط 1، بيروت لبنان، 2008، ص، ص، 95-108.

**الرأسمال الرمزي:** يتعلق الرأسمال الرمزي بالإعلام عامة وبالفضائيات على وجه التحديد برمزياتها وينتمي الرأسمال الرمزي إلى مجال الاستقطاب، أي أنه فضاء واسع برموزه، وتتداخل فيها الكثير من المصالح والاعتبارات، ويصعب تثبيته من دون البناء المستمر والمعاودة.<sup>1</sup>

**المكان الإعلامي:** يعتبر المكان الإعلامي ذلك الحيز الجغرافي البيئي الرمزي الذي تروج له وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، حيث تعمل هذه الأخيرة على تكوين أنماط من الصور المكانية، التي تكون خارج دائرة الواقع المعيشي للفرد، فتدخل عليه مكانا رمزيا متباعدا ومألوفا مع كثرة الاعتماد على هذه التكنولوجيات، يقول عزي عبد الرحمان: إن كثرة استخدام وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال خاصة التلفزيون وشبكة الإنترنت يؤدي إلى نوع من الاغتراب عن المكان المعيشي والتعلق بالمكان المألوف الجديد الذي تعرضه هذه التكنولوجيات كالأفلام والمسلسلات والإعلانات بصفة عامة.<sup>2</sup>

**الزمن الإعلامي:** يعتبر الزمن الإعلامي ظاهرة رمزية، فالفرد يتعامل مع محتويات وسائل الإعلام من خلال رمزية النص والصورة والفيديو، ويعني ذلك أنها ليست حقائق وإنما تعبير عن تلك الحقائق أي مستوى آخر من هذه الحقائق والمعبر عنها لغويا أو عن طريق الرموز أو الصورة.<sup>3</sup>

**مقياس (ع، س، ن) للإعلام والقيم:**<sup>4</sup> أداة بحث انطلاقا من نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وتخص دراسة أثر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على قيم المجتمع بأبعادها الإيمانية والاتصالية والزمنية والمكانية واللسانية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية والسياسية

1 - سهام قدور: الأبعاد القيمية في الثقافة العربية، دراسة وصفية تحليلية في مضمون مجلة العربية، مذكرة ماستر في علوم

الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2014، 2015، ص، ص، 20-21.

2 - نصير بوعلي: المفاهيم في المنظومة المعرفية الإعلامية عند عزي عبد الرحمان في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط:1، مكتبة إقرأ، الجزائر، 2009. ص: 143.

3 - عبد الرحمان عزي: الإعلام وتكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط:1، دار

المتوسطة للنشر، تونس، 2009. ص: 28.

4 - مقياس (ع، س، ن) للإعلام والقيم في دراسة الجمهور وتحليل المضمون أصحاب هذا المقياس الدكتور عزي عبد الرحمان، الدكتور سعيد بومعيزة، الدكتور نصير بوعلي.

والجمالية والإنسانية على مستوى المواقف والسلوكيات اعتمادا على أساليب دراسة الجمهور، تحليل المضمون.<sup>1</sup>

تم الاعتماد على نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كونها تخدم موضوع دراستنا التي تناولت جانبا من جوانبها، كونها تعد ذات منطلق فكري اجتماعي عربي إسلامي، انطلاقا من نشر القيم الاجتماعية من طرف المدونين الجزائريين عبر الفايسبوك في ظل دور هذه الوسائط الجديدة التي جاءت كفضاء للتعبير الحر وبديلا للإعلام القديم دون إقصائه، كما اعتمدنا على إبراز ارتباط الشباب أكثر من غيرهم بالوسائط الجديدة نتيجة لعنصر التفاعل المباشر الغائب نسبيا في الوسائل الأخرى.

### تاسعا- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج دراستنا هذه ضمن **البحوث الوصفية** التي تهدف إلى وصف الظواهر من خلال جمع المعلومات والملاحظات المتعلقة بها، والتعرف على هذه الظواهر المدروسة في وضعها الطبيعي الذي تنتمي إليه. تقول مي العبد الله: يهدف هذا النوع من الدراسات إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة.<sup>2</sup> إن البحث الوصفي لا يقف عند حدود الظاهرة، وإنما يذهب إلى أبعد من ذلك، فيحلل ويفسر ويقارن ويقيم بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة.<sup>3</sup>

فهذه الدراسة تحاول وصف اعتماد المدونين الجزائريين وصفا دقيقا وشاملا، وتتطلب مثل هذه الدراسة استخدام **المنهج المسحي** الذي يعتبر الأنسب والملائم للدراسات الوصفية بصفة عامة، من خلال مسح كل المعلومات ذات العلاقة بالمكونات الأساسية للظاهرة.

يعرف الباحث ذوقان عبيدات المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب

1 - عبد الرحمان عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقياس (ع، س، ن) للإعلام والقيم، ط:1، دار المتوسطة للنشر، تونس 2013. ص: 28.

2 - مي العبد الله: **البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2011، ص: 174.

3 - رحيم يونس كرو العزاوي: **مقدمة في منهج البحث العلمي**، ط1، دار دجلة، عمان، 2008، ص: 97.

قوتها وضعفها.<sup>1</sup> ويعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية ب: la méthode d'enquête على أنه منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.<sup>2</sup>

### عاشرا- أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، والتي تعرف على أنها الوسيلة التي يستعين بها الباحث في جمع البيانات اللازمة والمتعلقة بموضوع البحث،<sup>3</sup> وللإجابة على التساؤلات الفرعية لدراستنا اعتمدنا على أداتين لجمع البيانات هما الملاحظة العلمية والاستبيان.

**الملاحظة:** تعتبر أداة ضرورية في البحث العلمي، وهي مشاهدة مقصودة، دقيقة، وهادفة، وهي رؤية منظمة ممزوجة باهتمام بالظاهرة.<sup>4</sup> وتعرف الملاحظة بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة للسلوكيات، الظواهر، المشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم، مخطط وهادف.<sup>5</sup> واستعملنا أداة الملاحظة من خلال تتبع منشورات المدونين على موقع الفايسبوك ومحاولة استخلاص القيم التي تتضمنها هذه المنشورات

**الاستبيان (الاستمارة):** يعتبر تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة، ولأن صيغ الإجابة تحدد مسبقا، هذا يسمح بالمعالجة الكمية للبيانات.<sup>6</sup> وهو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة مُعدة بدقة، ترسل إلى عدد كبير من أفراد مجتمع البحث الذين يكونون

1 - مي العبد الله: البحث في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص: 258.

2 - مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص: 165.

3 - أحمد بدر: مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، د. ط، دار المريخ للنشر والتوزيع، السعودية، 1999. ص: 48

4 - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص: 285.

5 - بلقاسم سلطانية وحسان الجيلاني: أسس المناهج الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص: 18.

6 - مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مرجع سبق ذكره، ص: 174.



العينة الخاصة بالبحث.<sup>1</sup> وقد صممتنا استبيان دراستنا بعد الاطلاع على عدد من البحوث والدراسات. وقمنا بعرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين،<sup>2</sup> وهذا بعد موافقة المشرف ثم تعديلها وإدراج ملاحظات المحكمين واقتراحات الأساتذة المشرفة تم التوصل إلى شكلها النهائي، وقمنا بتوزيعها إلكترونياً. وقد تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني الذي يتميز عن الاستبيان الورقي بمجموعة من المزايا من بينها:

- سهولة وسرعة التعبئة وسهولة نشره أو إرساله في شكل رابط.
- سرعة الحصول على النتائج، وتكلفة أقل من الطريقة الورقية.
- إمكانية تحليلية أكبر باستخدام رسوم توضيحية وجداول تحليلية.

وقد اشتمل الاستبيان المصمم في دراستنا هذه على المحاور الآتية: محور البيانات الشخصية اشتمل على 3 أسئلة: النوع، السن ثم المستوى التعليمي. **المحور الثاني:** اشتمل على 6 أسئلة تهدف إلى معرفة المصادر التي يعتمد عليها المدونون الجزائريون للوصول إلى القيم التي ينشرونها. **المحور الثالث** واحتوى على 5 أسئلة تهدف إلى معرفة درجة اعتماد المدونين الجزائريين على الفايسبوك لنشر القيم. ثم **المحور الرابع** الذي احتوى على 4 أسئلة تهدف إلى معرفة أهم القيم الاجتماعية التي يراعيها المدونون في منشوراتهم عبر الفايسبوك. وأخيراً **المحور الخامس** الذي احتوى على 7 أسئلة تهدف إلى معرفة مدى تفاعل جمهور المدونين الجزائريين مع منشورات المدونين

### أحد عشر - مجتمع البحث وعينة الدراسة:

انطلاقاً من موضوع الدراسة الذي يبحث في اعتماد المدونين الجزائريين على الفايسبوك لنشر القيم الاجتماعية، تم تحديد مجتمع البحث والعينة.

1 - ربحي مصطفى عليان: **البحث العلمي**، د.ط، بيت الأفكار الدولية، عمان، د.ت، ص: 115.

2 - الأستاذ محمد الطيب الزاوي من جامعة ورقلة، الأستاذ عبد الرحمان صالح من جامعة ورقلة، الأستاذة لبنى سويقات من جامعة ورقلة.

**مجتمع البحث:** يعرف الباحثون مجتمع البحث على أنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً، والتي نركز عليها الملاحظات.<sup>1</sup> وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية. ويعرف بأنه جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها.<sup>2</sup> ومجتمع البحث في دراستنا هذه يتمثل في جميع المدونين الجزائريين الذين يعتمدون على الفايسبوك في نشر القيم.

**عينة البحث:** لا يتم اللجوء إلى اختيار عينة من مجتمع البحث إلا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على سائر أفراد المجتمع.<sup>3</sup> ولقد دلت كثير من البحوث على أن العينة إذا اختيرت اختياراً ممثلاً للمجتمع الذي يؤخذ منه، تؤدي إلى توفير كثير من الجهد سواء بالنسبة للباحث أو بالنسبة للمبجوثين، وفي نفس الوقت، تكون النتائج قريبة من النتائج التي نحصل عليها لو أجرينا البحث على جميع أفراد المجتمع.<sup>4</sup> والعينة هي جزء من المجتمع الذي نجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.<sup>5</sup>

فالعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولوية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.<sup>6</sup> والعينة القصدية هي عينة غير احتمالية يكون فيها الاختيار كفيقي قصدي من قبل الباحث للمبجوثين إستناداً إلى أهداف بحثه.<sup>7</sup> بحيث يختار الباحث مفردات ستفيده

1 - موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط:2، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص: 299.

2 - محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، ط:2، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2004، ص: 71.

3 - محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، المرجع نفسه، ص: 71.

4 - عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص: 140.

5 - رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي مرجع سابق، ص: 161.

6 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، د. ط، عالم الكتب الحديث، القاهرة، مصر، 2000، ص: 133.

7 - معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر، ط1، الأردن، 2004، ص: 208.

وتمثل مجتمع البحث، ويقرر الباحث بصفة مسبقة تحديد عدد مفردات العينة كما يراها ملائمة للدراسة.<sup>1</sup>

تم الاعتماد على العينة القصدية في دراستنا كون طبيعة الموضوع تفرض علينا اختيار المبحوثين المتمثلين في المدونين الجزائريين الذين ينشرون القيم الاجتماعية عبر الفايسبوك دون غيرهم لتحقيق أهداف الدراسة. لهذا قمنا بإرسال الاستبيان إلى كل المدونين الذين ينشرون قيما اجتماعية عبر حساباتهم وصفحاتهم في الفايسبوك، وهذا بعد ملاحظتنا لمنشوراتهم.

وعليه فقد اخترنا عينة قصدية تتكون من 79 مفردة من المدونين الجزائريين الذين ينشرون قيما اجتماعية عبر الفايسبوك.

### اثنا عشر - مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، ولقد اتفق الكثير من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي لكل دراسة ثلاثة حدود رئيسية، وهي: المجال الجغرافي، المجال الزمني، والمجال البشري.<sup>2</sup>

**1-المجال المكاني:** ويقصد بالمجال المكاني، النطاق الجغرافي الذي تم فيه إجراء الدراسة الميدانية، والمجال المكاني في دراستنا يتمثل في موقع الفايسبوك الذي يعتبر مجالا افتراضيا.

**2-المجال الزمني:** وهي المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة حيث أجريت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2019/2018، وهي موزعة بين الدراسة النظرية والدراسة الميدانية ومرحلة تفريغ البيانات وتحليلها وهذا ابتداء من شهر نوفمبر 2018 إلى غاية جوان 2019 وهذا بعد الموافقة على موضوع البحث من طرف اللجنة العلمية للكلية، ولكن البداية الفعلية

1 - عاطف عدلي العبد عبيد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، مرجع سبق ذكره. ص: 142.

2 - محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، د. د، الإسكندرية، 1985. ص: 30.

للبحث كانت في شهر فيفري، وقد كان التركيز على الجانب النظري للدراسة من خلال جمع المراجع من كتب وملتقيات ودراسات... الخ. ثم جاءت مرحلة الدراسة الميدانية في بداية شهر ماي حيث قمنا بتوزيع استمارة أولية على (03) أساتذة لتحكيمها واختبار ما فيها من نقص وأخطاء، وبعدها تم إعداد الاستمارة النهائية وضبطها وتعديل بعض الأسئلة وتغيير أخرى وأرسلت إلكترونيا على عينة البحث الذين أجابوا عليها في الفترة ما بين 27 إلى 29 ماي 2019. ثم بدأت مرحلة جمع وتبويب وتفريغ البيانات لنصل في الأخير إلى آخر مرحلة وهي تحليل وتفسير البيانات واستخلاص نتائج الدراسة ومناقشتها.

**3-المجال البشري:** يعتبر المجال البشري للدراسة المجتمع الأصلي الذي تطبق على أفراده مختلف الوسائل لجمع البيانات الموضوعية والواقعية، ويتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة كل المدونين الجزائريين الذين يعتمدون على الفايسبوك في نشر القيم.

يعد الإطار المنهجي من أهم الأركان الأساسية والرئيسية لأي دراسة علمية أكاديمية لأنها تعتبر بمثابة المدخل أو الانطلاقة للموضوع محل الدراسة. ومن خلال هذا الفصل فقد تطرقنا إلى تحديد الإشكالية وتساؤلاتها، وكذا أهداف وأسباب اختيار الموضوع وأهميته يليها تحديد المصطلحات الأساسية بالإضافة إلى الدراسات السابقة والمقاربة النظرية وبعدها تطرقنا إلى نوع الدراسة ومنهجها، الأدوات المستخدمة في جمع البيانات ثم مجتمع البحث وأخيرا الإطار المكاني، الزماني والبشري.

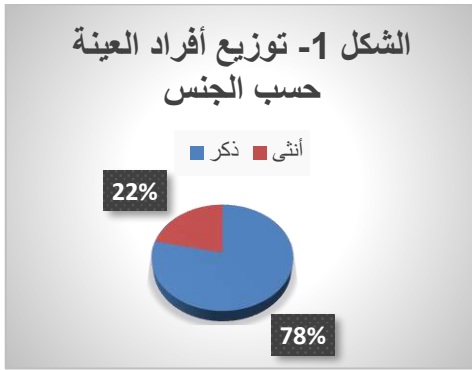
الجانب التطبيقي

## عرض وتحليل نتائج الدراسة

يتناول هذا الإطار تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للبيانات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم إرسالها إلكترونيا إلى المدونين، والتي استرجعنا منها 79 استمارة، والتي تم تفريغها باستعمال برنامجي اكسل Excel و SPSS. وبعدها قمنا بترميز الإجابات وتبويبها في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية مع إضافة تعليقات وتفسيرات.

## الجدول البسيطة

## 1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس



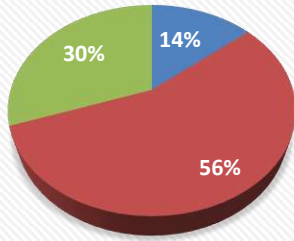
النسبة	التكرار	
78,5%	62	ذكر
21,5%	17	أنثى
100%	79	المجموع

يمثل الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

نلاحظ أن غالبية المدونين الجزائريين ذكور، بنسبة 78.5%، بينما نسبة الإناث 21.5%. وما يبرر ذلك هو أن معظم المدونين من الذكور، وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الجزائري، الذي يفرض بعض القيود على الإناث، وهو ما توصل إليه بروس إيتلين وآخرون من جامعة هارفارد عام 2009 في دراستهم حول المدونات العربية.

الشكل 2- توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

■ أقل من 25 سنة ■ من 25 إلى 35 سنة ■ أكثر من 35 سنة



2-توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

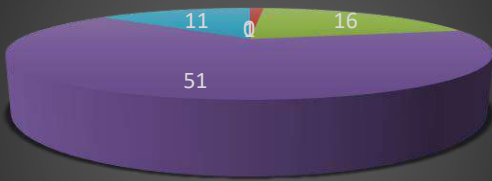
النسبة	التكرار	
13,92%	11	أقل من 25 سنة
55,70%	44	من 25 إلى 35 سنة
30,38%	24	أكثر من 35 سنة
100%	79	المجموع

يمثل الجدول رقم (2) توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

نلاحظ أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم من 25 إلى 35 سنة بنسبة 55,70%، بعدها فئة أكثر من 35 سنة بنسبة 30,38%، ثم فئة أقل من 25 سنة بنسبة 13,92% بالمائة. هذه النسب تعكس مدى تعلق الشباب الجزائري بالوسائل الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي وهي الفئة الأكثر استعمالا لهذه المواقع وهو ما ذهب إليه عبد الرحمان عزي في نظريته الحتمية القيمة.

3- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

الشكل 3- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



■ ابتدائي ■ متوسط ■ ثانوي ■ جامعي مرحلة التدرج ■ جامعي مرحلة ما بعد التدرج

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
00%	00	ابتدائي
1,26%	01	متوسط
20,26%	16	ثانوي
64,55%	51	جامعي
13,9%	11	جامعي مرحلة ما بعد التدرج
100%	79	المجموع

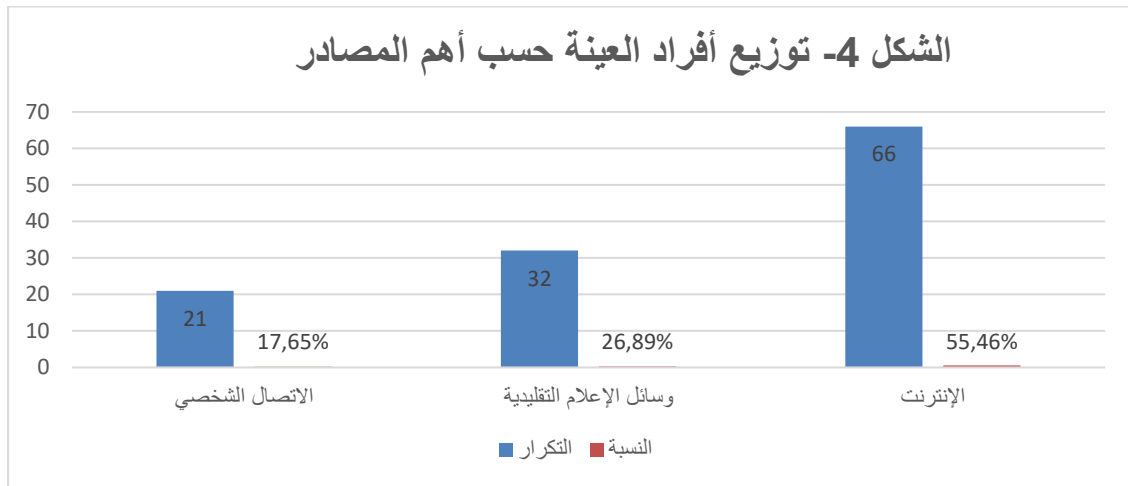
يمثل الجدول رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

نلاحظ أن غالبية أفراد العينة ذو مستوى جامعي وأكثر بما يقارب 75% وهو ما يعكس أن المدونين الذين ينشرون حول القيم الاجتماعية في الجزائر من الطبقة المتعلمة، وهو ما يعكس أيضا اهتمامهم بهذا المجال. ونلاحظ أن 20,26% من العينة ذو مستوى ثانوي. بينما لم نسجل أي مدون دون مستوى.

4- توزيع أفراد العينة حسب أهم المصادر التي يعتمدون عليها للوصول إلى القيم التي يكتبون حولها.

النسبة	التكرار	
17,65%	21	الاتصال الشخصي
26,89%	32	وسائل الإعلام التقليدية
55,46%	66	الإنترنت
100%	119	المجموع

يمثل الجدول رقم (4) توزيع أفراد العينة حسب أهم المصادر



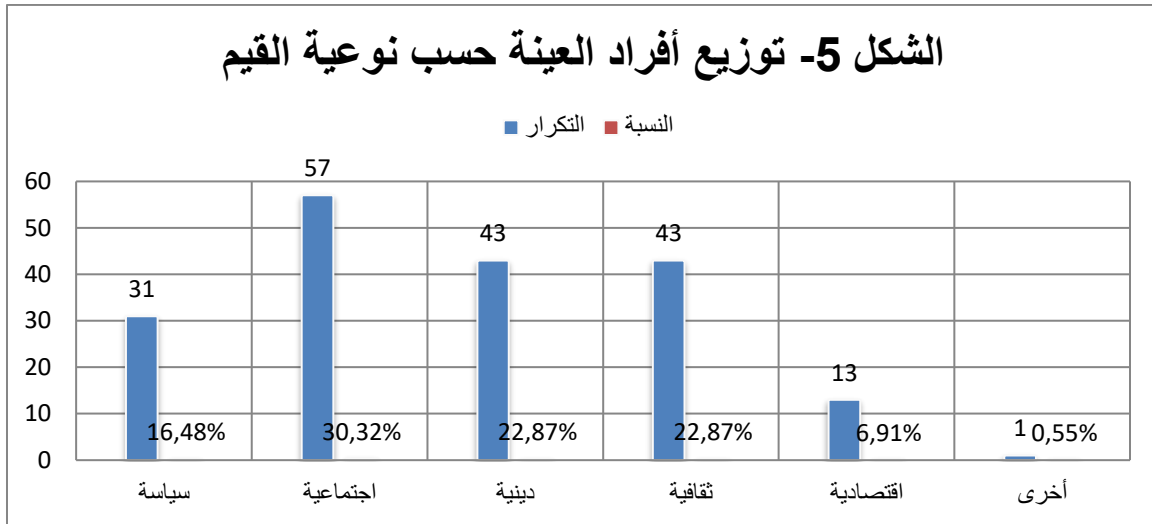
نلاحظ أن ما نسبته 55,46% من المدونين الجزائريين يعتمدون على مصدر الإنترنت للوصول إلى القيم الاجتماعية التي يكتبون حولها، بينما يعتمد 26,89% منهم على وسائل الإعلام التقليدية للوصول إلى القيم التي يكتبون حولها، أما نسبة 17,65% منهم يستعينون بالاتصال الشخصي. نجد بأن غالبية العينة تعتمد على مصدر الإنترنت نظرا لما تتيحه من تسهيلات وسرعة في النشر. ويرجع ذلك إلى الدور الذي تلعبه الشبكة العنكبوتية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في كل مجالات الحياة. وهو ما توصلت إليه الباحثة سهيلة بضياف في دراستها بأن المدونين يعتمدون على مواقع الإنترنت كمرجع للتدوين.



5- توزيع أفراد العينة حسب نوعية القيم التي يتابعونها من خلال المصادر المعتمدة.

النسبة	التكرار	
16,48%	31	سياسية
30,32%	57	اجتماعية
22,87%	43	دينية
22,87%	43	ثقافية
6,91%	13	اقتصادية
0,55%	1	أخرى
100%	188	المجموع

يمثل الجدول رقم (5) توزيع أفراد العينة حسب نوعية القيم

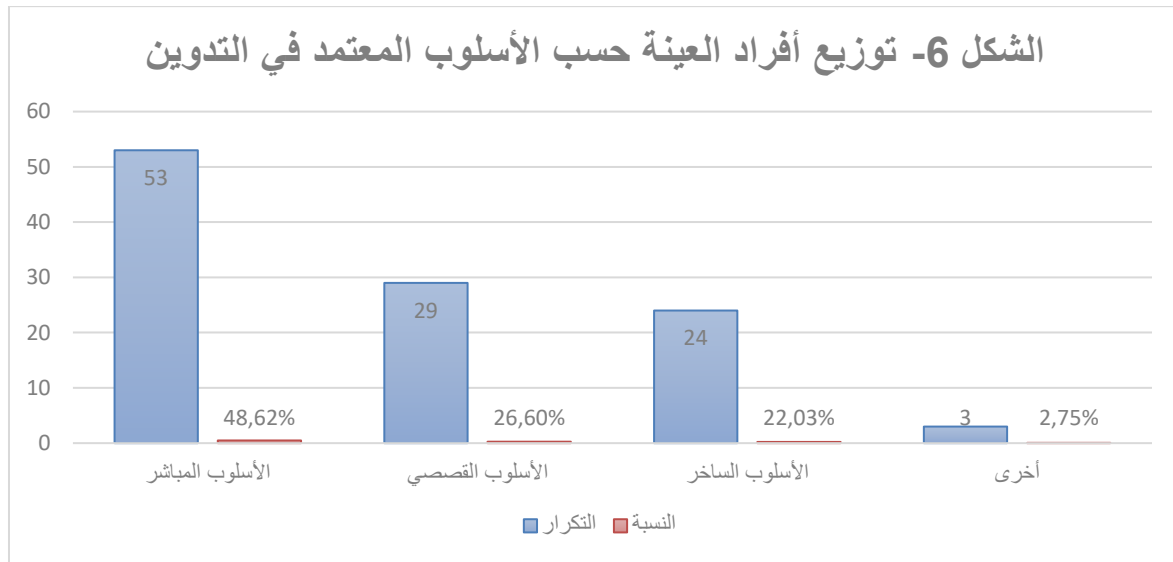


نلاحظ أن نسبة 30,32% من أفراد العينة يتابعون في المصادر التي يعتمدون عليها قيما اجتماعية، بينما تساوت كل من القيم الدينية والثقافية بنسبة 22,87%، أما القيم السياسية قدرت نسبتها بـ: 16,48%، كما سجلت القيم الاقتصادية نسبة 6,91%، أما قيم أخرى فنسبتها 0,55%. ومن خلال النسب التي سجلت نجد بأن أغلب أفراد العينة يعتمدون على مصادر ذات قيم اجتماعية ودينية وثقافية كما افترضته نظرية الحتمية القيمية. وهو أيضا ما توصل إليه الباحث رمزي جاب الله في دراسته العام الماضي.

## 6- توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب المعتمد في التدوين

النسبة	التكرار	
%48,62	53	الأسلوب المباشر
%26,60	29	الأسلوب القصصي
%22,03	24	الأسلوب الساخر
%2,75	03	أخرى
%100	109	المجموع

يمثل الجدول رقم (6) توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب المعتمد في التدوين

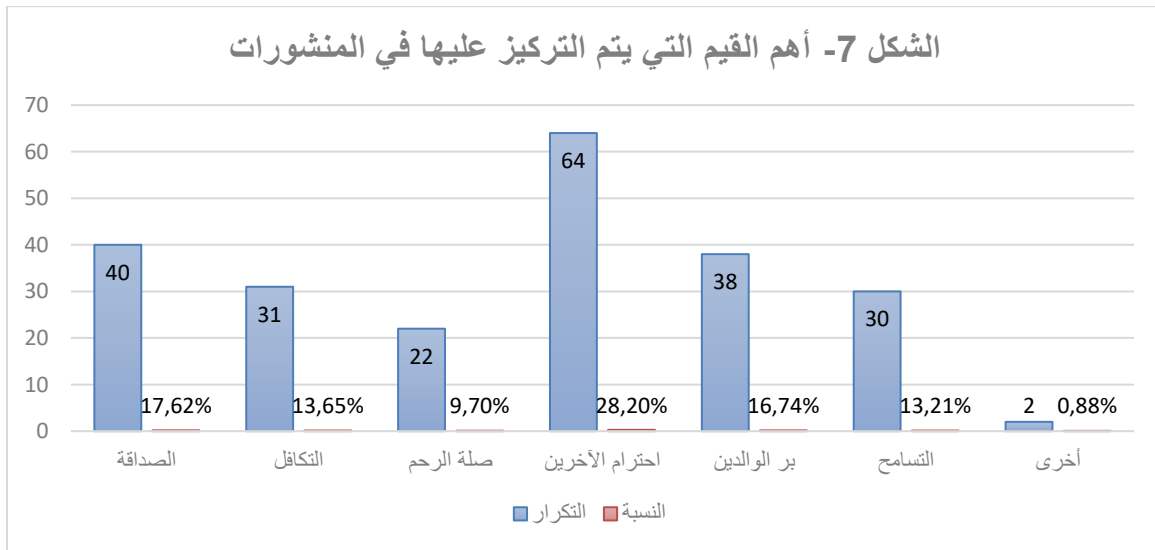


نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن أفراد العينة يعتمدون على الأسلوب المباشر بنسبة %48,62 في نشر القيم، بينما نجد أن نسبة %26,60 اعتمدوا على الأسلوب القصصي، أما ما قدر بـ: %22,03 هم الذين اعتمدوا على الأسلوب الساخر في نشر القيم الاجتماعية. ويرجع اعتماد الأسلوب المباشر في التدوين نظرا لأهمية المواضيع المتعلقة بالقيم، ولكي لا تحتل تأويلات أخرى.

7- توزيع أفراد العينة حسب أهم القيم التي يتم التركيز عليها في المنشورات

النسبة	التكرار	
17,62%	40	الصدقة
13,65%	31	التكافل
9,70%	22	صلة الرحم
28,20%	64	احترام الآخرين
16,74%	38	بر الوالدين
13,21%	30	التسامح
0,88%	2	أخرى
100%	227	المجموع

يمثل الجدول رقم (7) توزيع أفراد العينة حسب أهم القيم التي يتم التركيز عليها في منشوراتهم

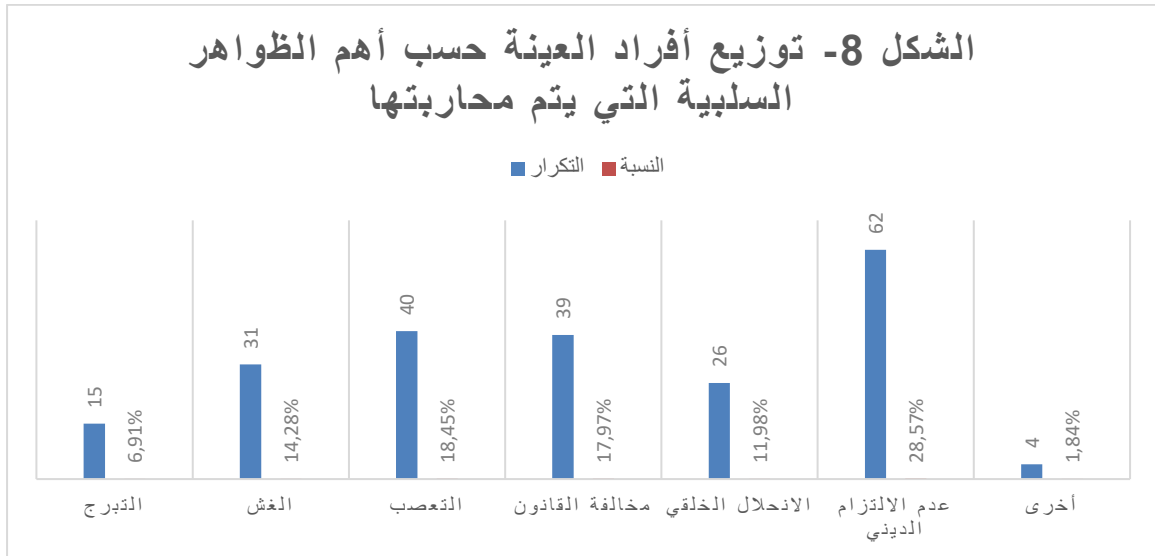


نلاحظ بأن أهم قيمة تم التركيز عليها من قبل أفراد العينة هي احترام الآخرين بنسبة 28,20%، بينما جاءت بعدها قيمة الصدقة التي قدرت نسبتها بـ: 17,62%، أما قيمة بر الوالدين فسجلت نسبة 16,74%، كما قدرت نسبة قيمة التكافل بـ 13,65%، أما نسبة 13,21% فتمثلت في قيمة التسامح، أما بالنسبة لصلة الرحم قدرت نسبتها بـ: 9,70%.

8- توزيع أفراد العينة حسب أهم الظواهر السلبية التي يتم محاربتها من خلال منشوراتهم

النسبة	التكرار	أهم الظواهر السلبية
6,91%	15	التبرج
14,28%	31	الغش
18,45%	40	التعصب
17,97%	39	مخالفة القانون
11,98%	26	الانحلال الخلقي
28,57%	62	عدم الالتزام الديني
1,84%	04	أخرى
100%	217	المجموع

يمثل الجدول رقم (8) توزيع أفراد العينة حسب أهم الظواهر السلبية التي يحاربونها

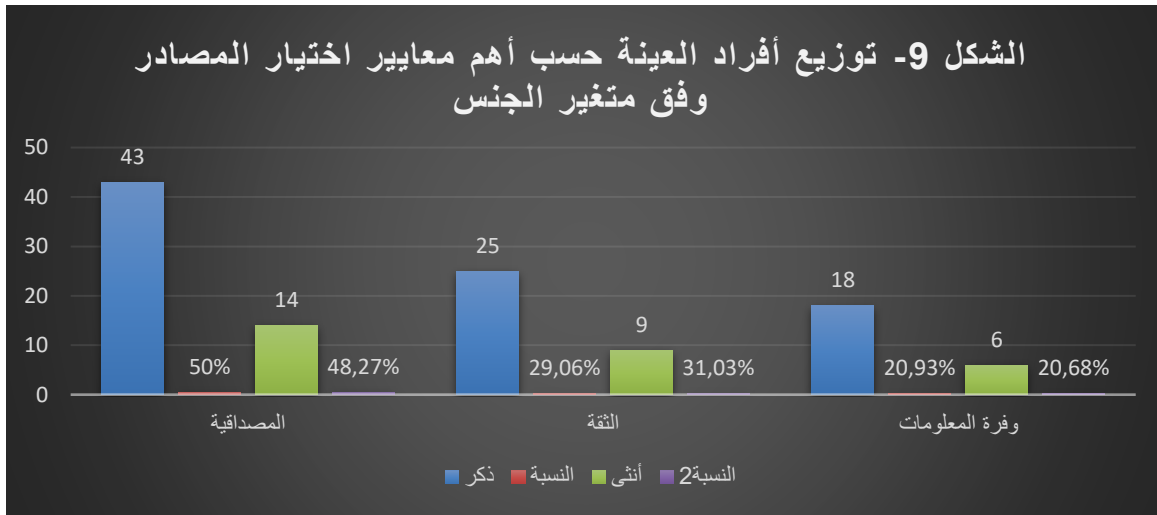


نلاحظ بأن الكثير من المدونين يحاربون ظاهرة عدم الالتزام الديني أين ظهر ذلك بنسبة 28,57%، تلتها ظاهرة التعصب التي قدرت نسبتها بـ: 18,45%، بينما سجلت ظاهرة مخالفة القانون نسبة 17,97%، أما ما نسبته 14,28% فتمثلت في ظاهرة الغش، بينما سجلت ظاهرة الانحلال الخلقي نسبة 11,98%، أما ظاهرة التبرج فقد قدرت نسبتها بـ: 6,91%، أما باقي الظواهر السلبية الأخرى سجلت نسبة 1,84% المتمثلة في: الجرائم الاقتصادية بأنواعها، التخلف الاجتماعي، الظلم الممارس ضد الأنثى في المجتمع، التقليد الأعمى. ويرجع الاهتمام بالقيم الدينية نظرا للمكانة الكبيرة التي يحتلها الدين لدى المجتمع الجزائري.

## 9- توزيع أفراد العينة حسب أهم معايير اختيار المصادر وفق متغير الجنس

مجموع النسب	مجموع التكرارات	النسبة	أنثى	النسبة	ذكر	
%49,57	57	%48,27	14	%50	43	المصداقية
%29,56	34	%31,03	9	%29,06	25	الثقة
%20,87	24	%20,68	6	%20,93	18	وفرة المعلومات
%100	115	100	29	%100	86	المجموع الكلي

يمثل الجدول رقم (9) توزيع أفراد العينة حسب أهم معايير اختيار المصادر وفق متغير الجنس



نلاحظ من الجدول بأن أهم المعايير التي يتم الاعتماد عليها لاختيار المصادر هي المصداقية أين تشابهت الاختيارات عند الذكور والإناث، حيث قدرت نسبتها بـ: 50% لدى الذكور و 48,27% لدى الإناث، ونجد بأن معيار الثقة جاء في المرتبة الثانية بنسبة 31,03% لدى الإناث و 29,06% لدى الذكور. أما معيار وفرة المعلومات فجاء أخيراً، حيث سجل نسبة 20,93% لدى الذكور و 20,68% لدى الإناث. إن أغلب أفراد العينة من الجنسين اختاروا معيار المصداقية، ذلك راجع لتحري الصدق في المعلومات لنشر القيم

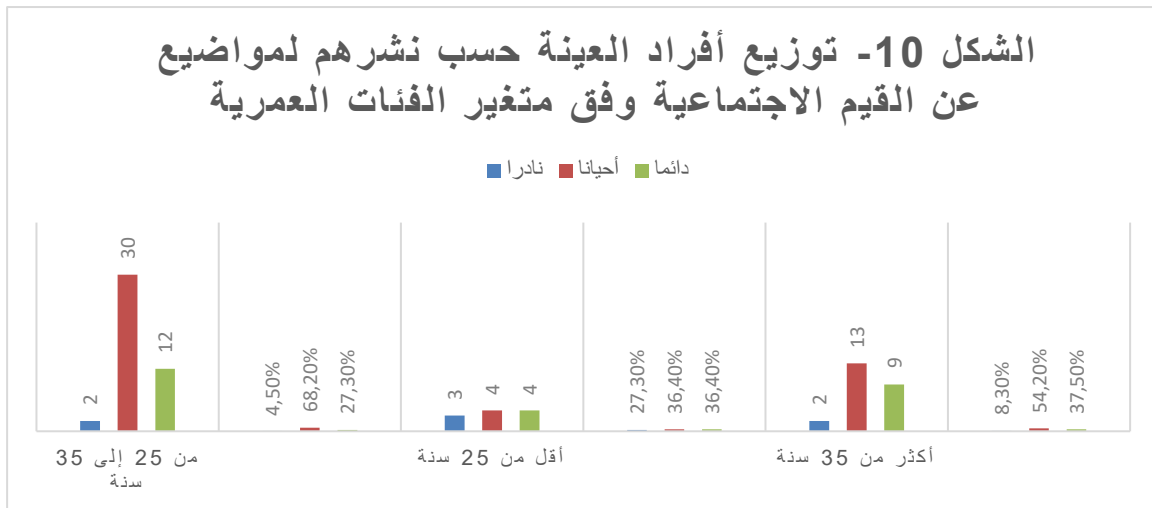
الاجتماعية. وأيضا للرواج الكبير للأخبار الكاذبة والإشاعات، وهو ما يستدعي تحري المصادقية.

10- توزيع أفراد العينة حسب نشرهم حول القيم الاجتماعية وفق متغير الفئات العمرية

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	
44	2	30	12	من 25 إلى 35 سنة
100,0%	4,5%	68,2%	27,3%	
11	3	4	4	أقل من 25 سنة
100,0%	27,3%	36,4%	36,4%	
24	2	13	9	أكثر من 35 سنة
100,0%	8,3%	54,2%	37,5%	
100,0%	7	47	25	المجموع

يمثل الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب نشرهم لمواضيع عن القيم الاجتماعية

وفق متغير الفئات العمرية



نلاحظ من خلال الرسم البياني الممثل أعلاه أن أفراد العينة المنتمين للفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة ينشرون أحيانا مواضيع عن القيم الاجتماعية بنسبة 68,20%، بينما ما نسبته 27.30% ينشرون دائما، أما نادرا قدرت نسبتها 4,50%، أما بالنسبة للفئة العمرية

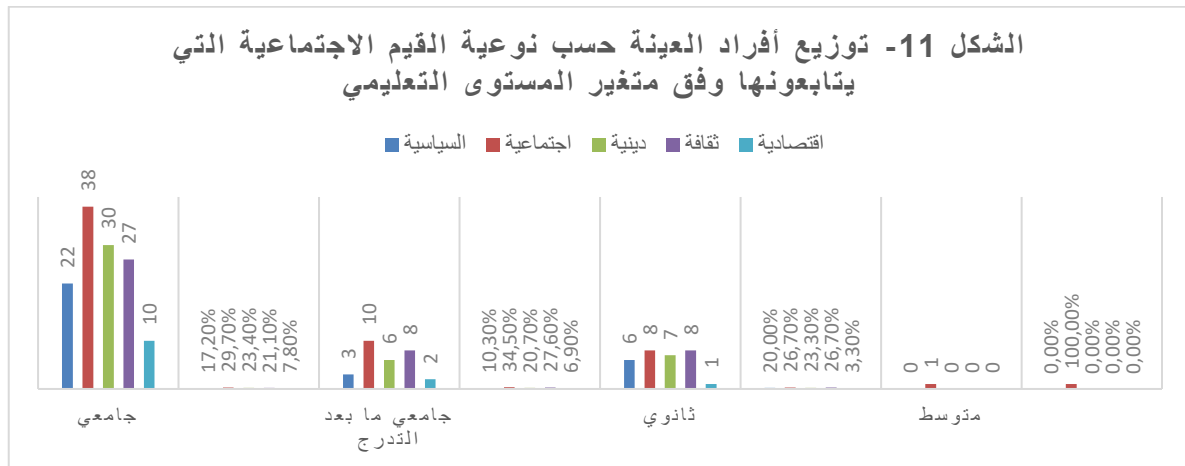
الأكثر من 35 سنة فينشرون أحيانا بنسبة 54,20%، أما دائما قدرت نسبتها بـ: 37,50%، بينما نادرا قدرت نسبتها بـ: 8,30%، أما الفئة العمرية أقل من 25 فتساوت في النسبة المقدرة بـ: 36,40% بين من ينشرون دائما وأحيانا، وبلغت نسبة الذين لا ينشرون حول القيم الاجتماعية 3,79%. ومن خلال ما سبق يتضح بأن نسب نشر المواضيع المتعلقة بالقيم الاجتماعية متقاربة لدى الفئات العمرية لأفراد العينة خاصة لدى الذين تفوق أعمارهم 25 سنة.

### 11- توزيع أفراد العينة حسب نوعية القيم الاجتماعية التي يتابعونها وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع	أخرى	اقتصادية	ثقافة	دينية	اجتماعية	السياسية	
128	1	10	27	30	38	22	جامعي
100%	0,8%	7,8%	21,1%	23,4%	29,7%	17,2%	
29	0	2	8	6	10	3	جامعي ما بعد التدرج
100%	0,0%	6,9%	27,6%	20,7%	34,5%	10,3%	
30	0	1	8	7	8	6	ثانوي
100%	0,0%	3,3%	26,7%	23,3%	26,7%	20,0%	
1	0	0	0	0	1	0	متوسط
100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	
100%	1	13	43	43	57	31	المجموع

يمثل الجدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب نوعية القيم الاجتماعية التي يتابعونها

### وفق متغير المستوى التعليمي

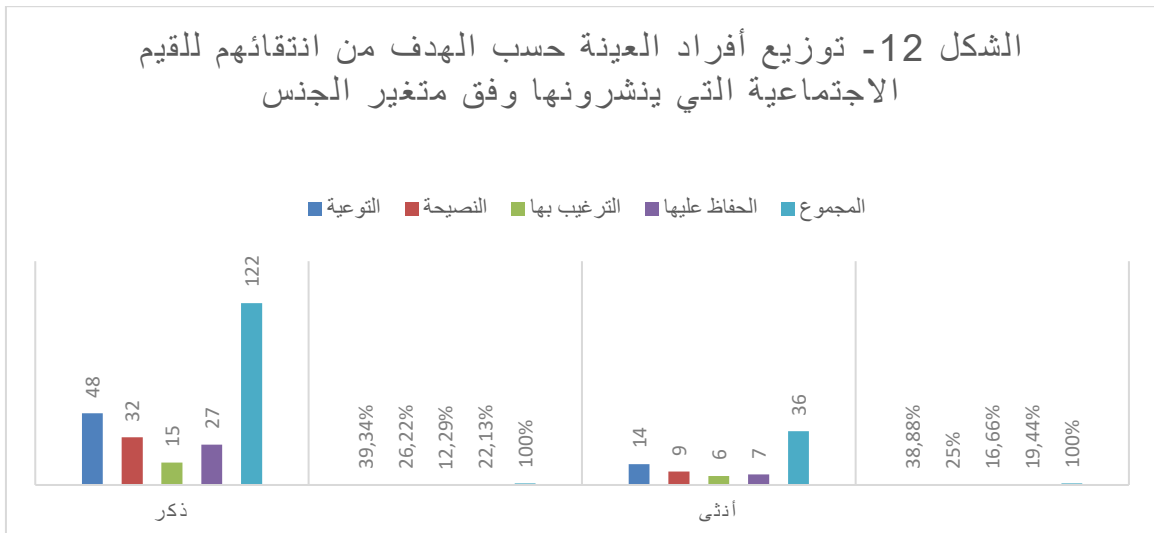


يتضح لنا من خلال الجدول أن القيم الاجتماعية سجلت أعلى نسب لدى أفراد العينة مقارنة بمتغير المستوى التعليمي، حيث نجد بأن المستوى الجامعي يعتمدون على مصادر تمتاز بهذه النوعية من القيم بنسبة 29,70%، وقدرت نسبة القيم الاجتماعية لدى المستوى الجامعي ما بعد التدرج بـ: 34,50%، أما الثانوي فنسبته هي: 26,70%. بينما تقاربت نسب القيم الدينية والثقافية لمستوى أفراد العينة أين نجد ما أن نسبتها تنحصر بين 20 و30% لدى جميع المستويات، وهو ما يعكس مستوى الوعي لدى المدونين بقضاياهم الاجتماعية والدينية، وهو ما توصل إليه الباحث أحمد حسين عام 2009.

12- توزيع أفراد العينة حسب الهدف من انتقائهم للقيم الاجتماعية التي ينشرونها وفق متغير الجنس.

المجموع	التوعية	النصيحة	الترغيب بها	الحفاظ عليها	المجموع
122	48	32	15	27	ذكر
%100	%39,34	%26,22	%12,29	%22,13	
36	14	9	6	7	أنثى
%100	%38,88	%25	%16,66	%19,44	
158	62	41	21	34	المجموع
100,0%	39,2%	25,9%	13,3%	21,5%	

يمثل الجدول رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب الهدف من انتقائهم للقيم الاجتماعية التي ينشرونها وفق متغير الجنس.



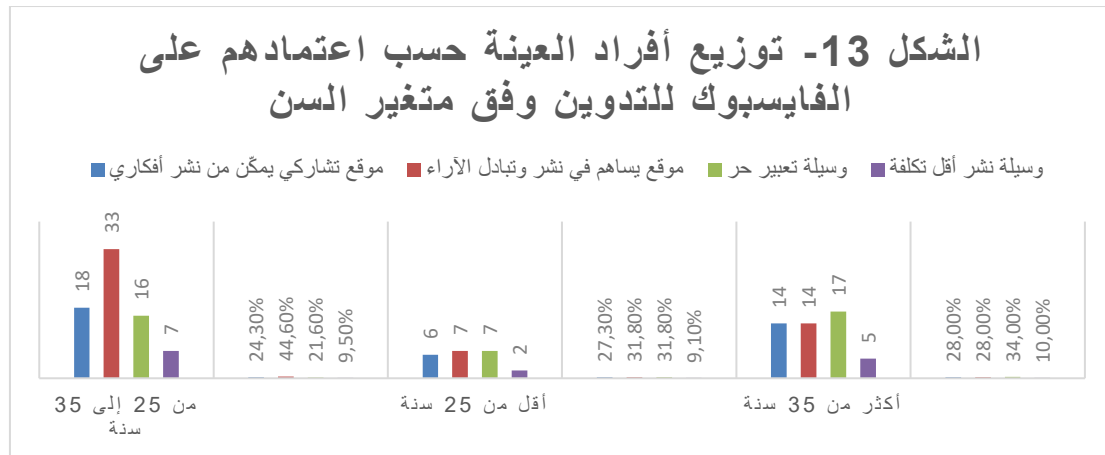


نلاحظ أن ترتيب أهداف انتقاء القيم متشابه لدى الذكور والإناث، حيث جاءت التوعية في المرتبة الأولى بنسبة 39,34% لدى الذكور و 38,88% لدى الإناث، وجاءت النصيحة ثانية بنسبة 26,22% لدى الذكور و 25% لدى الإناث.، ثم هدف الحفاظ على هذه القيم بنسبة 21,9%، وأخيرا جاء هدف الترغيب بهذه القيم بنسبة 13,3% وهو ما يعكس تقارب الرؤى والأهداف والرغبة في توعية الآخرين.

### 13- توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على الفايسبوك للتدوين وفق متغير السن

المجموع	وسيلة نشر أقل تكلفة	وسيلة تعبير حر	موقع يساهم في نشر وتبادل الآراء	موقع تشاركي يمكن من نشر أفكار	
74	7	16	33	18	من 25 إلى 35 سنة
%100	9,5%	21,6%	44,6%	24,3%	
22	2	7	7	6	أقل من 25 سنة
%100	9,1%	31,8%	31,8%	27,3%	
50	5	17	14	14	أكثر من 35 سنة
%100	10,0%	34,0%	28,0%	28,0%	
146	14	40	54	38	المجموع

يمثل الجدول رقم (13) توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على الفايسبوك للتدوين وفق متغير السن.

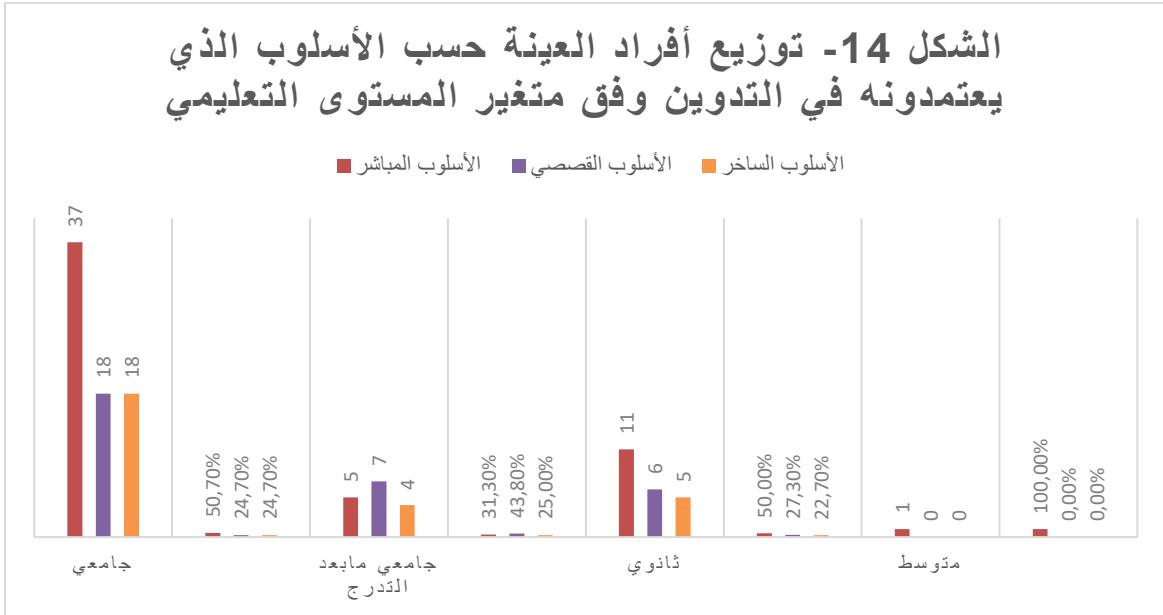


يتضح لنا من الجدول أن المدونين الذين تبلغ أعمارهم ما بين 25 و 35 سنة يعتمدون على الفايسبوك للتدوين لأنه موقع يساهم في نشر وتبادل الآراء بنسبة 44,60%، وأما 30% من المدونين الذين تبلغ أعمارهم 35 سنة فما فوق قالوا بأنهم يعتمدون على الفايسبوك لأنه وسيلة تعبير حر. وجاء خيار كل من "موقع تشاركي يمكن من نشر أفكاره ووسيلة تعبير حرة" متقاربين. واحتل أخيرا خيار "وسيلة أقل تكلفة" لدى جميع الفئات، ويرجع هذا إلى رغبة المدونين في إيصال أفكارهم للآخرين، وأيضا لما يوفره الفايسبوك لحرية في التعبير.

14- توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الذي يعتمدونه في التدوين وفق متغير المستوى التعليمي.

المجموع	الأسلوب الساخر	الأسلوب القصصي	الأسلوب المباشر	
50	18	18	37	جامعي
64,1%	24,7%	24,7%	50,7%	
11	4	7	5	جامعي ما بعد التدرج
100,0%	25,0%	43,8%	31,3%	
16	5	6	11	ثانوي
100,0%	22,7%	27,3%	50,0%	
1	0	0	1	متوسط
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
78	27	31	54	المجموع

يمثل الجدول رقم (14) توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الذي يعتمدونه في التدوين وفق متغير المستوى التعليمي.



نلاحظ أن الأسلوب المباشر هو الأسلوب الأكثر اعتماداً من طرف المدونين خاصة لدى فئة المستوى الجامعي والمستوى الثانوي، في حين فئة مستوى ما بعد التدرج يعتمدون على الأسلوب القصصي أكثر. ويلاحظ أيضاً أن الأسلوب الساخر لا يعتمده المدونون بصورة كبيرة، وهذا من أجل إيصال أفكارهم كما هي، دون أن تحتمل تفسيرات أخرى.

## النتائج العامة:

- 31,65% من المدونين الجزائريين ينشرون دائما عبر صفحاتهم مواضيع عن القيم الاجتماعية، بينما نجد ما نسبته 59,50% من المدونين ينشرون أحيانا.
- أكبر نسبة من المدونين يعتمدون على الإنترنت كمصدر للوصول إلى القيم التي ينشرونها بنسبة 55,46%، بينما وسائل الإعلام التقليدية قدرت نسبتها 26,89%، أما الاتصال الشخصي فنسبته 17,65.
- أغلب المدونين يعتبرون أن أهم معيار لاختيار المصادر هو المصداقية بنسبة 49,13%، ثم تأتي الثقة بنسبة 29,31%، أما معيار وفرة المعلومات قدرت نسبته 20,70%.
- تأتي نوعية القيم التي يتابعها المدونون من خلال المصادر القيم الاجتماعية بنسبة 30,32%، وتأتي القيم الدينية مع الثقافية بنفس النسبة 22,87%، أما القيم السياسية فتبلغ 16,48%، وأخيرا القيم الاقتصادية بنسبة 6,91%.
- يرى أغلب المدونين بأن طريقة معالجة المصادر لهذه القيم متقاربة بنسبة 51,90%، بينما يرى 44,30% بأنها مختلفة، أما ما نسبته 3,80% متشابهة.
- 75,95% من المدونين يعتمدون على هذه المصادر بشكل متوسط، أما نسبة 18,98% يعتمدون بشكل قوي.
- 36,25% من المدونين يقومون بالتدوين على الفايسبوك كونه موقع يساهم في نشر وتبادل الآراء، بينما 26,85% منهم يعتمدون عليه كونه وسيلة تعبير حر وموقع تشاركي يمكن من نشر أفكارهم، أما نسبة 9,39% من المدونين اعتبروها وسيلة نشر أقل تكلفة.
- جميع المدونون يرون بأن الفايسبوك فضاء مناسب لنشر القيم الاجتماعية.

- يعتمد المدونون على نشر بعض القيم الاجتماعية في منشوراتهم بنسبة 37,97%، أما نسبة 31,64% أغلب منشوراتهم تتعلق بها، بينما 21,51% فنصف منشوراتهم تتعلق بالقيم، أما 8,88% منهم فقل ما ينشرون عن هذه القيم.

- 48,68% من المدونين يعتمدون على الأسلوب المباشر في منشوراتهم، و 26,60% منهم يعتمدون على الأسلوب القصصي، في حين أن 22,03% منهم يعتمدون على الأسلوب الساخر.

- يعتمد المدونون على الصور والنصوص في منشوراتهم بنسبتين متقاربتين فهم على التوالي 38,36% و 37,74%، في حين أن 19,50% منهم يعتمدون على الفيديو، وأما الأيقونات والرموز فلا يعتمدونها إلا 4,40% منهم.

- أهم قيمة اجتماعية يركز عليها المدونون في منشوراتهم هي احترام الآخرين بنسبة 28,20%، وبعدها تأتي القيم الأخرى بالترتيب: الصداقة، بر الوالدين، التكافل، التسامح ثم صلة الرحم.

- 39,25% من المدونين يهدفون إلى التوعية، و 25,95% منهم يهدفون إلى نصح الآخرين، وأما 21,51% منهم فإنهم ينشرونها للحفاظ عليها، في حين 13,29% من المدونين فيرغّبون فيها.

- أهم الظواهر السلبية التي يحاربها المدونون من خلال منشوراتهم بالترتيب هي: عدم الالتزام الديني، التعصب، مخالفة القانون، الغش، الانحلال الخلقي ثم التبرج.

- الغرض من النشر عن هذه الظواهر السلبية هو التنبيه لانتشارها الواسع، بيان خطورتها ثم الحث على محاربتها، وقد جاءت بنسب متقاربة.

- المدونين يستهدفون جمهورهم والمتمثل في الشباب بنسبة 38,65%، المسؤولين وأصحاب القرار بنسبة 32,77%، ثم الأهل والأصدقاء بنسبة 26,05%.
- أغلب المدونين يسمحون بالتعليق على جميع منشوراتهم بنسبة 93,67%، وقليل منهم يسمح بالتعليق على بعض منشوراتهم بنسبة 6,33%.
- 72,15% من المدونين يتابعون تعليقات جمهورهم بصفة دائمة، و 17,73% منهم فغالبا ما يتابعونها، وأما 8,86% منهم فيتابعونها أحيانا. في حين ليس هناك أي مدون لا يتابع تعليقاتهم نهائيا.
- 57,72% من المدونين يتواصلون مع جمهورهم بالرد على تعليقاتهم، و 30,72% منهم يتواصلون معهم عبر الماسنجر، في حين 8,94% يلتقونهم شخصيا.
- أغلب المدونين لا يعرفون إن كان هناك من يعتمد على منشوراتهم كمصدر للمعلومات بنسبة 77,90%، وأما الآخرون أكدوا على أن منشوراتهم تعتمد عليها مواقع إلكترونية، وسائل الإعلام وطلبة العلم والباحثين.
- 54,44% من المدونين يقولون بأن الجمهور يتفاعل مع منشوراتهم بشكل متوازن، في حين أن 44,30% منهم قالوا بأن تفاعل جماهيرهم إيجابي، ومدون واح فقط قال بأن تفاعل جمهوره سلبي.
- 54,44% من المدونين يعتبرون أحيانا تفاعل الجمهور مع منشوراتهم مقياسا لنجاحهم وفشلهم، و 35,44% لا يعتبرونها أبدا مقياسا لذلك، بينما 10,12% منهم فدائما يتخذونه مقياسا لنجاحهم وفشلهم.

الخاتمة

## خاتمة

من خلال هذه الدراسة الموسومة باعتماد المدونين الجزائريين على موقع الفاييسبوك في نشر القيم الاجتماعية؛ حاولنا البحث عن كيفية لجوء المدونين إلى الفاييسبوك الذي أصبح مصدرا رحبا لنشر المعلومات والأخبار المختلفة في نشر القيم الاجتماعية التي لها دور مهم في تماسك ووحدة المجتمعات، هذه القيم التي أكد الباحث الجزائري عبد الرحمان عزي على أهميتها ووجوب مراعاتها ودراستها أكثر من دراسة الوسيلة في حد ذاتها. وفي دراستنا هذه رصدنا أن المدونين الجزائريين يعتمدون على الوسائط الجديدة للإعلام كمصدر أساسي للوصول إلى كل ما يدونونه، وهذا لما توفره من خدمات وميزات لا توفرها غيرها من المصادر. وأن هؤلاء المدونين يعتمدون على الفاييسبوك لنشر الأفكار والقيم لأنه واسع الانتشار ووسيلة تعبير حر، حيث لا يوجد هناك قيود ولا حراس بوابة. ورصدنا أيضا كيف يتفاعل جمهور هؤلاء المدونين بمختلف المنشورات وإمكانية اعتمادها كمصدر لهم. وأهم نقطة تم رصدها تكمن في مدى اهتمام هؤلاء المدونين بالقيم الاجتماعية والدينية والثقافية وهو ما يعكس وعيهم بقضاياهم المهمة. غير أن ما توصلنا إليه يحتاج إلى مزيد من البحث والتحليل لاستكمال مكانم النقص في دراستنا. وفي الختام تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة من أجل الرقي بالعلم والمعرفة

## الاقتراحات والتوصيات:

- الاهتمام بموضوع القيم الاجتماعية لما لها من دور كبير في وحدة المجتمعات.
- البحث والاهتمام بنظرية الحتمية القيمية.
- استغلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسبوك في البحث العلمي، وفي نشر كل ما هو مفيد.



# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

القواميس:

01- أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.

الكتب العربية:

02- أحمد بدر: مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، د. ط، دار المريخ للنشر والتوزيع، السعودية، 1999.

03- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

04- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

05- بلقاسم سلاطينة وحسان الجيلاني: أسس المناهج الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.

06- بول باسكون: إرشادات عملية لإعداد الرسائل والاطروحات الجامعية، ترجمة أحمد عريف، مطابع الأطلس، الرباط، 1981.

07- جاسم رمضان الهلالي: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

08- ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي، د. ط، بيت الأفكار الدولية، عمان، د.ت.

09- رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008.

10- عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

11- عبد الرحمان عزي: الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، دار المتوسطة للنشر، تونس، 2009.

- 12- عبد الرحمان عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية، د. ط، دار الأمة، الجزائر، 1995.
- 13- عبد الرحمان عزي وآخرون: ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (57)، بيروت، لبنان، 2008.
- 14- عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (28) بيروت، 2003.
- 15- عبد الرحمان عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقياس (ع، س، ن) للإعلام والقيم، ط1، دار المتوسطة للنشر، تونس، 2013.
- 16- محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، د. م، 2004.
- 17- محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، الإسكندرية، 1985.
- 18- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- 19- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ب ط، عالم الكتب الحديث، القاهرة، مصر، 2000.
- 20- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 21- محمد علي أبو العلا: التوثيق الإعلامي والنشر الإلكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، كفر الشيخ، 2013.
- 22- محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010.
- 23- محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين؛ الفايسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، 2011.
- 24- مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

- 25- مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفزيونية، ط1، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1993.
- 26- معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر، ط1، الأردن، 2004.
- 27- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 28- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- 29- موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد؛ تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، (سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الأول)، جامعة بغداد، بغداد، 2011.
- 30- مي عبد الله: البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2011.
- 31- مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 2010.
- 32- نادية عاشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، د. ط، مؤسسة حسين راس للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017.
- 33- نصير بوعلي: الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، د. ط، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2005.
- 34- نصير بوعلي: المفاهيم في المنظومة المعرفية الإعلامية عند عزي عبد الرحمان في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، مكتبة اقرأ، الجزائر، 2009.
- 35- نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، د. ط، مكتبة اقرأ، الجزائر، 2009.

#### المذكرات:

- 36- السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه، جامعة البلدية، 2005 / 2006.
- 37- جمال الزرن: المدونات وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، ع 130، 2007، متاح

على <http://jamelzran.jeeran.com/archive/2007/7/280497.html>

- 38- رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها في السلوك الإجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 2018/2017.
- 39- زعيم نجود: التدوين الإلكتروني في الجزائر الواقع والتحديات، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2012/2011.
- 40- سمير لعرج: دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 2006 / 2007.
- 41- سهام قدور: الأبعاد القيمية في الثقافة العربية، دراسة وصفية تحليلية في مضمون مجلة العربية، مذكرة ماستر، جامعة بسكرة، 2015/2014.
- 42- سهيلة بضيف: المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2010/2009.
- 43- ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر 2012، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الكويت 2012/2013.

#### المجلات:

- 44- نصير بوعلي: مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مقارنة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، مؤسسة كنوز الحكمة، 2009.

#### المراجع الأجنبية:

- 45- Bonnie A.Nardif & others: Why we blog, Communications of ACM, 2004/vol.47. No. 12.
- 46- Dani Li: Why do you blog, A uses and gratifications inquiry into bloggers motivations, master thesis of arts, Marquette University, Milwaukee, Wisconsin, August 2005.
- 47- Sarah Pedersen and Caroline Macafee: Gender Differences in British Blogging, Journal of Computer-mediated Communication International Communication Association, 2007.
- 48- Bruce Etling & others: Mapping the Arabic logsphere : Politics, Culture, and Dissent, Berkman Center Research No. 2009.

- 49- Nassir Bouali : Lectures sur la Théorie; Déterminisme de la Valeur Morale de L'information, la bibliothèque Iqraa, Constantine, Algérie, 2009.

الملاحق

08/06/2019

اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية دراسة على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك

## اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية دراسة على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك

في إطار إنجاز بحث علمي في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة؛ نضع بين أيديكم هذا الاستبيان بهدف الحصول على المعلومات اللازمة للبحث، ولهذا نرجو منكم الإجابة على الأسئلة و هذا باختيار الإجابة المناسبة. تأكدوا أن معلوماتكم ستبقى محفوظة، وهذا ما تقتضيه أمانة البحث العلمي. ملاحظة: يمكنكم اختيار أكثر من إجابة بالنسبة للأسئلة التي تحتمل أكثر من إجابة. شكرا على مشاركتكم لإتمام هذا البحث

مطلوب\*

### دراسة على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك



### المحور الأول: البيانات الشخصية

1.

\* الجنس

حدد دائرة واحدة فقط.

ذكر أنثى 

2.

\* السن

حدد دائرة واحدة فقط.

أقل من 25 سنة من 25 إلى 35 سنة أكثر من 35 سنة



08/06/2019

اعتماد المدونين لجزء كبير من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية دراسة على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك

3.

المستوى التعليمي \*

حدد دائرة واحدة فقط.

ابتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي

جامعي ما بعد التدرج

### المحور الثاني: المصادر التي يعتمد عليها المدونون الجزائريون للوصول إلى القيم التي ينشرونها

4.

هل تنشر عبر صفحتك مواضيع عن القيم الاجتماعية؟ \*

حدد دائرة واحدة فقط.

دائما

أحيانا

نادرا

5.

ما هي أهم المصادر التي تستعين بها للوصول إلى القيم التي تكتب حولها؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

الاتصال الشخصي ( اللقاء مع الأشخاص)

وسائل الإعلام التقليدية: (تلفزيون، إذاعة، الصحف، الكتب والمجلات)

الإنترنت: (مواقع التواصل الاجتماعي، منونات، مواقع إخبارية)

أخرى:

6.

ما هو معيار اختيارك للمصادر؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

المصداقية

الثقة

وفرة المعلومات

أخرى:

7.

ما هي نوعية القيم التي تتابعها من خلال المصادر المعتمدة؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

سياسية

اجتماعية

دينية

ثقافية

اقتصادية

أخرى:

08/06/2019

اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية دراسة على عينة من المدونين على موقع الفايسبوك

8. كيف ترى طريقة معالجة هذه المصادر للقيم التي تتابعها؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.

مختلفة

متقاربة

متشابهة

9. كيف تقيم اعتمادك على هذه المصادر في استقاء القيم الاجتماعية التي تكتب حولها؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.

ضعيف

متوسط

قوي

### المحور الثاني: درجة اعتماد المدونين الجزائريين على الفايسبوك لنشر القيم

10. لماذا تقوم بالتدوين عبر الفايسبوك؟ \*  
حدد كل الإجابات المناسبة.

وسيلة تعبير حر

موقع تشاركي يمكن من نشر أفكاره

وسيلة نشر أقل تكلفة

موقع يساهم في نشر وتبادل الآراء

أخرى:

11. هل تعتقد أن الفايسبوك فضاء مناسب لنشر القيم الاجتماعية؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.

نعم

لا

12. ما حجم منشوراتك التي تتعلق بالقيم الاجتماعية؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.

أغلب المنشورات

نصفها

بعضها

القليل منها

13. ما هو الأسلوب الذي تعتمد في التدوين؟ \*  
حدد كل الإجابات المناسبة.

الأسلوب المباشر

الأسلوب القصصي

الأسلوب الساخر

أخرى:

08/06/2019

اعتماد المدونين لجزء كبير من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية دراسة على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك

14.

ماهي أشكال النشر التي تعتمد عليها؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

- الصور  
 الفيديو  
 النصوص  
 الأيقونات والرموز

### المحو الثالث: أهم القيم الاجتماعية التي تراعيها في منشوراتك عبر الفيسبوك

15.

ما هي أهم القيم التي تركز عليها في منشوراتك؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

- الصداقة  
 التكافل  
 صلة الرحم  
 احترام الآخرين  
 بر الوالدين  
 التسامح  
 أخرى:

16.

ماهو الهدف من انتقائك للقيم التي تقوم بنشرها؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

- اتوعية  
 النصيحة  
 الترويح بها  
 الحفاظ عليها  
 أخرى:

17.

ما هي أهم الظواهر السلبية التي تحاربها من خلال منشوراتك؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

- التبرج  
 العنصرية  
 التعصب  
 مخالفة القانون  
 الانحلال الخلقي  
 عدم الالتزام الديني  
 أخرى:

18.

ما هو الغرض لنشرك عن هذه الظواهر السلبية عبر الفيسبوك؟ \*

حدد كل الإجابات الملائمة.

- التنبيه لانتشارها الواسع  
 بيان خطورتها  
 البحث على محاربتها  
 أخرى:

### تفاعل جمهور المدونين الجزائريين مع منشورات المدونين

19. من هو الجمهور المستهدف من خلال منشوراتك؟ \*  
حدد كل الإجابات الملائمة.
- الأهل والأصدقاء  
 الشباب  
 المسؤولين وأصحاب القرار  
 أخرى:
20. هل تسمح بالتعليقات على منشوراتك؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.
- نعم، كل المواضيع  
 بعض المواضيع  
 لا
21. كيف تتابع تعليقات جمهورك؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.
- دائما  
 غالبا  
 أحيانا  
 نادرا  
 أبدا
22. كيف تتواصل مع جمهورك؟ \*  
حدد كل الإجابات الملائمة.
- بالرد على تعليقاتهم  
 عبر الماسنجر  
 اللقاء الشخصي  
 أخرى:
23. هل سبق وأن تم الاعتماد على منشوراتك كمصدر للمعلومات في؟ \*  
حدد كل الإجابات الملائمة.
- مواقع إلكترونية  
 وسائل الإعلام  
 بحث علمي أكاديمي  
 لا أعرف  
 أخرى:
24. كيف تقيم تفاعل جمهورك اتجاه منشوراتك؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.
- إيجابي  
 سلبي  
 متوازن

08/06/2019

25.

اعتماد المدونين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الإيجابية دراسة على عينة من المدونين على موقع الفيسبوك  
هل تتخذ من تفاعل الأفراد مع منشوراتك مقياسا للحكم بنجاحك أو فشلك؟ \*  
حدد دائرة واحدة فقط.

دائما

أحيانا

أبدا

مدعوم من  
 Google Forms

جدول رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب نشرهم لمواضيع عن القيم الاجتماعية عبر صفحاتهم

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	25	%31,65
أحيانا	47	%59,50
نادرا	07	%8,85
المجموع	79	%100

جدول 2: ما هو معيار إختيارك للمصادر؟

ماهو معيار إختيارك للمصادر؟	التكرار	النسبة
المصداقية	57	%49,13
الثقة	34	%29,31
وفرة المعلومات	24	%20,70
أخرى	1	%0,86
المجموع	116	%100

جدول رقم 3: كيف ترى طريقة معالجة هذه المصادر للقيم التي تتابعها؟

كيف ترى طريقة معالجة هذه المصادر للقيم التي تتابعها؟	التكرار	النسبة
مختلفة	35	%44,30
مقارنة	41	%51,90
متشابهة	03	%3,80
المجموع	79	%100

جدول رقم 4: كيف تقييم اعتمادك على هذه المصادر في استقاء القيم الاجتماعية التي تكتب حولها؟

النسبة	التكرار	كيف تقييم اعتمادك على هذه المصادر في استقاء القيم الاجتماعية التي تكتب حولها؟
%5,07	04	ضعيف
%75,95	60	متوسط
%18,98	15	قوي
%100	79	المجموع

جدول رقم 5: لماذا تقوم بالتدوين على الفايسبوك؟

النسبة	التكرار	لماذا تقوم بالتدوين على الفايسبوك؟
%26,85	40	وسيلة تعبير حر
%25,50	38	موقع تشاركي يمكن من نشر أفكار
%9,39	14	وسيلة نشر أقل تكلفة
%36,25	54	موقع يساهم في نشر وتبادل الآراء
%2,01	3	أخرى
%100	149	المجموع

جدول رقم 6: هل تعتقد أن الفايسبوك فضاء مناسب لنشر القيم الاجتماعية؟

النسبة	التكرار	هل تعتقد أن الفايسبوك فضاء مناسب لنشر القيم الاجتماعية؟
%98,74	78	نعم
%1,26	01	لا
%100	79	المجموع

جدول رقم 7: ما حجم منشوراتك التي تتعلق بالقيم الاجتماعية؟

النسبة	التكرار	ما حجم منشوراتك التي تتعلق بالقيم الاجتماعية؟
31,64%	25	أغلب المنشورات
21,51%	17	نصفها
37,97%	30	بعضها
8,88%	07	القليل منها
100%	79	المجموع

جدول رقم 8: ماهي أشكال النشر التي تعتمد عليها؟

النسبة	التكرار	ماهي أشكال النشر التي تعتمد عليها؟
38,36%	61	الصور
19,50%	31	الفيديو
37,74%	60	النصوص
4,40%	07	الأيقونات والرموز
100%	159	المجموع

جدول رقم 9: ماهو الهدف من انتقائك للقيم التي تقوم بنشرها؟

النسبة	التكرار	ماهو الهدف من انتقائك للقيم التي تقوم بنشرها؟
39,25%	62	التوعية
25,95%	41	النصيحة
13,29%	21	الترغيب بها
21,51%	34	الحفاظ عليها
100%	158	المجموع



جدول رقم 10: ما هو الغرض لنشرك عن هذه الظواهر السلبية عبر الفايسبوك؟

النسبة	التكرار	ما هو الغرض لنشرك عن هذه الظواهر السلبية عبر الفايسبوك؟
%34,84	46	التنبيه لانتشارها الواسع
%31,81	42	بيان خطورتها
%31,08	41	الحث على محاربتها
%2,27	03	أخرى
%100	132	المجموع

جدول رقم 11: من هو الجمهور المستهدف من خلال منشوراتك؟

النسبة	التكرار	من هو الجمهور المستهدف من منشوراتك؟
%26,05	31	الأهل والأصدقاء
%38,65	46	الشباب
%32,77	39	المسؤولين وأصحاب القرار
%2,53	03	أخرى
%100	119	المجموع

جدول رقم 12: هل تسمح بالتعليقات على منشوراتك؟

النسبة	التكرار	هل تسمح بالتعليقات على منشوراتك؟
%93,67	74	نعم كل المواضيع
%6,33	05	بعض المواضيع
%00	00	لا
%100	79	المجموع

جدول رقم 13: كيف تتابع تعليقات جمهورك؟

النسبة	التكرار	كيف تتابع تعليقات جمهورك؟
%72,15	57	دائما
%17,73	14	غالبا
%8,86	07	أحيانا
%1,26	01	نادرا
%00	00	أبدا
%100	79	المجموع

جدول رقم 14: كيف تتواصل مع جمهورك؟

النسبة	التكرار	كيف تتواصل مع جمهورك؟
%57,72	71	بالرد على تعليقاتهم
%30,89	38	عبر الماسنجر
%8,94	11	اللقاء الشخصي
%2,45	03	أخرى
%100	123	المجموع

جدول رقم 15: هل سبق وأن تم الاعتماد على منشوراتك كمصدر للمعلومات في؟

النسبة	التكرار	هل سبق وأن تم الاعتماد على منشوراتك كمصدر للمعلومات في؟
%10,46	09	مواقع إلكترونية
%4,65	04	وسائل الإعلام
%5,81	05	بحث علمي أكاديمي
%77,90	67	لا أعرف
%1,18	01	أخرى
%100	86	المجموع

جدول رقم 16: كيف تقيم تفاعل جمهورك اتجاه منشوراتك؟

النسبة	التكرار	كيف تقيم تفاعل جمهورك اتجاه منشوراتك؟
%44,30	35	إيجابي
%1,26	01	سلبي
%54,44	43	متوازن
%100	79	المجموع

جدول رقم 17: هل تتخذ من تفاعل الأفراد مع منشوراتك مقياسا للحكم بنجاحك أو فشلك؟

النسبة	التكرار	هل تتخذ من تفاعل الأفراد مع منشوراتك مقياسا للحكم بنجاحك أو فشلك؟
%10,12	08	دائما
%54,44	43	أحيانا
%35,44	28	أبدا
%100	79	المجموع