



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال
تخصص سمعي بصري

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطن لدى
طلبة إعلام وإتصال

(دراسة ميدانية على طلبة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة)

إشراف الاستاذ:
ثابت مصطفى

من إعداد الطالبين:
*وفاء شائق
*شكيب زقاق

الموسم الجامعي: 2023/2022

شكر و تقدير

الحمد لله الذي وفقنا في إتمام هذا البحث المتواضع وألهمنا
الصحة والعافية أما بعد :

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه
فإن لم تستطيعوا فادعوا له)
وعلا بهذا الحديث وإعترافا بالجميل نحمد الله عز وجل ونشكره

على أن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع
ونتقدم بالشكر الجزيل إلى
الأستاذ

المشرف على مذكراتنا: ثابت مصطفى
على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات

قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة
جزاها الله خيرا
كما نتقدم بجزيل الشكر إلى جميع أساتذتنا

على كل ما قدموه لنا طيلة مسارنا الدراسي وإلى
كل الزميلات والزملاء في التخصص دون إستثناء



الإهداء :

الحمد لله والصلاة على الحبيب المصطفى
وأهله ومن وفي أما بعد :

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية
بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد بفضلته تعالى :

أهدي ثمرة جهدي إلى ...

التي على بساط الأوجاع ولدتني وبأيدي الألام ربنتي وبعيون التعب أُمي
إلى الذي لا مثيل له ، الذي علمني العطاء دون الإنتظار إلى الذي أحمل
إسمه بكل افتخار إلى قدوتي في الحياة والذي حفظه الله تعالى وأطال في
عمره أبي

إلى كل الامل والأحباب والأصدقاء

إلى كل من ساندني لإتمام عملي فجزاكم الله خيرا
إلى كل من علمني حرفا وأخذ بيدي في سبيل تحصيل العلم والمعرفة جميع أساتذتي
إلى من شاركني هذا العمل المتواضع زملاء دراستي
إلى كل من نسيه قلبي ولم ينساه قلبي

شكيب زقاق

الإهداء

إلى والدي الكريمين "" عبد القادر وسليمة "" حفظهما الله وأطال
في عمرهما وبارك فيه: شكرا شكرا شكرا...
لا يكفي شكركما

وإلى كل العائلة

إلى إخوتي وأخواتي وأصدقائي جميعا

إلى زملائي الذين لم يبخلوا علي بنصائحهم ...
إلى كل أستاذ ساعدني في رحلتي العلمية
لهم مني كل الإحترام والتقدير ...

وفاء شائق

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى طلبة إعلام وإتصال ، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي لإجراء الدراسة وقد تكونت عينة الدراسة من (70) طالب وطالبة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة وقد تم إختيارهم بطريقة عشوائية ، وتم الاعتماد على استبيان تم عرضه على مجموعة من الاساتذة لتحكيمه، وقد تم علاج ما يلي : وانبتقت الدراسة من التساؤلات التالية :

كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

1- تساؤلات الدراسة:

تندرج تحت التساؤل الرئيسي لهذه الإشكالية جملة من التساؤلات التي سنحاول الإجابة عنها من خلال الأخذ بها كمؤشرات عامة للدراسة، وقد شملت الأسئلة التالية:

1. ما هي شبكات التواصل الأكثر استخداما من طرف طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟
2. ما هي مظاهر تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة؟
3. ما هي تحديات كثيرة تواجه الطلبة في استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة المواطنة؟

كلمات مفتاحية:

شبكات التواصل الاجتماعي، تعزيز المواطنة، طلبة إعلام وإتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

Résumé de l'étude:

The study aimed to identify the role of social networks in enhancing citizenship among media and communication students, as the descriptive approach to conducting the study has been relied upon. The study sample was formed from (70) male and female students at the University of Qassedi Mirbah and Ouargla and they were chosen in a random manner, and a questionnaire was relied upon View it on a group of professors to arbitrate it, and

The following has been treated:

The study erupted from the following questions:

How do social networks contribute to enhancing the values of citizenship among media and communication students at Qassedi Merbah and Ouargla University?

1- Study questions:

Under the main question of this problem is a number of questions that we will try to answer by taking it as general indicators of the study, and the following questions included:

1. What are the most used communication networks by students of media and communication at the University of Qassedi Merbah and Ouargla?
2. What are the manifestations of the impact of social networks on the values of citizenship among the students 'audience?
3. What are the many challenges facing students in the use of social networks to enhance the culture of citizenship?

Key words:

Social networks, promotion of citizenship, media and communication students, Qassedi Merbah and Ouargla University

فهرس المحتويات

	الشكر والتقدير
أب	الإهداء
جـد	ملخص الدراسة
هـ	فهرس المحتويات
و	فهرس الجداول
ي	فهرس الأشكال
	فهرس الملاحق
	مقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة
	تحديد مشكلة الدراسة
	تساؤلات الدراسة
	فرضيات الدراسة
	أسباب اختيار الموضوع
	جدوى الدراسة وأهميتها
	أهداف الدراسة
	المفاهيم الأساسية للدراسة
	مجالات الدراسة
	المجال الجغرافي
	المجال الزمني
	مجتمع البحث وعينة الدراسة

	الإجراءات المنهجية للدراسة
	المنهج المستخدم
	الفصل الثاني : عرض ومناقش وتفسير النتائج
	المحور الأول: البيانات الديمغرافية
	المحور الثاني: بنود الاستثمار
	الاستنتاج العام
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

رقم	العنوان	الصفحة
1.	يوضح متغير الجنس	
2.	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	
3.	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية	
4.	يمثل الشبكة الأكثر استخداما من قبل أفراد عينة الدراسة.	
5.	يمثل مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي.	
6.	يمثل منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي	
7.	يمثل رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها أكثر على شبكات التواصل	
8.	يمثل هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم؟	
9.	يمثل هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك؟	
10.	يمثل إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك	
11.	يمثل هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم؟	
12.	يمثل هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعد على إنشاء صداقات جديدة؟	
13.	يمثل هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع؟	
14.	يمثل برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية؟	
15.	يمثل من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية؟	
16.	يمثل هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية؟	
17.	يمثل هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية؟	
18.	يمثل هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته؟	
19.	يمثل وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بهويته؟	
20.	يمثل هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعدا للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال؟	
21.	يمثل هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها؟	
22.	يمثل برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟	
23.	يمثل هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم	

	الثالث تؤثر سلبا عل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة؟	
24.	يمثل هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة؟	
25.	يمثل يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من ابرز مشكلات استخدامها في نشر قيم المواطنة؟	

فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1.	يوضح متغير الجنس	
2.	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص	
3.	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية	
4.	يمثل الشبكة الاكثر استخداما من قبل افراد عينة الدراسة.	
5.	يمثل مدة استخدام افراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي.	
6.	يمثل منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي	
7.	يمثل رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها اكثر على شبكات التواصل	
8.	يمثل هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم ؟	
9.	يمثل هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك؟	
10.	يمثل إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك	
11.	يمثل هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم؟	
12.	يمثل هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعده على إنشاء صداقات جديدة؟	
13.	يمثل هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع؟	
14.	يمثل برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية؟	
15.	يمثل من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية؟	
16.	يمثل هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية؟	
17.	يمثل هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية؟	
18.	يمثل هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته؟	
19.	يمثل وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز	

	بهويته؟	
20.	يمثل هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعدا للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال؟	
21.	يمثل هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها؟	
22.	يمثل برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟	
23.	يمثل هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم الثالث تؤثر سلبا على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة؟	
24.	يمثل هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة؟	

مقدمة:

25.	يمثل يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من ابرز مشكلات استخدامها في نشر قيم المواطنة؟	
-----	--	--

مقدمة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي يستخدمها الطلاب حول العالم للتعرف على آراء وأفكار الآخرين وتبادل المعرفة والخبرات، وهي تشكل مصدراً هاماً للتواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات.

وتلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تعزيز المواطنة لدى طلبة الإعلام والاتصال، إذ تمكنهم من التواصل مع مجتمعات مختلفة والاطلاع على ثقافتها وتعلم أساليب التواصل المختلفة. كما تمثل هذه الشبكات مصدراً هاماً للمعلومات والأخبار والتحديثات السريعة، مما يساعد الطلبة على البقاء على اطلاع دائم بالأحداث الجارية في العالم. ويمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى طلبة الإعلام والاتصال بالعديد من الطرق، منها تشجيع الحوار والتفاعل بين الطلبة حول القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، توفير مساحة للتعبير عن الرأي والإسهام في المناقشات العامة، نشر المعرفة والخبرات وتبادل الأفكار والمعلومات بين الطلبة، تعزيز الوعي بالقضايا الإنسانية والاجتماعية والبيئية والثقافية، وتشجيع الطلبة على المشاركة في الحملات الاجتماعية والعمل التطوعي، وتعزيز العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الأفراد والمجتمعات المختلفة.

بشكل عام، يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أداة قوية لتعزيز المواطنة لدى طلبة الإعلام والاتصال، إذ توفر لهم فرصاً للتواصل والتفاعل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل المختلفة، كما تساعدهم على البقاء على اطلاع دائم بالأحداث الجارية في العالم.

الفصل الأول: تمهيدي
تقديم موضوع الدراسة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

10. تحديد مشكلة الدراسة
11. تساؤلات الدراسة
12. فرضيات الدراسة
13. أسباب اختيار الموضوع
14. جدوى الدراسة وأهميتها
15. أهداف الدراسة
16. المفاهيم الأساسية للدراسة
 - a. مجالات الدراسة
 - b. المجال الجغرافي
 - c. المجال الزمني
17. مجتمع البحث وعينة الدراسة
18. الإجراءات المنهجية للدراسة
 - a. المنهج المستخدم
 - b. أدوات جمع البيانات
19. المداخل النظرية للدراسة
20. الدراسات السابقة

إشكالية الدراسة:

إن ما خلفته الثورة التكنولوجية الحديثة من آثارا ايجابية كبيرة خاصة على ثقافة المواطنة تعد قفزة طويلة المدى للتطور السريع في حياتهم مما سهلت عملية التواصل فيما بينهم، وهو ما أدى إلى تغيير في ثقافة المواطنين وذلك بسبب (شبكات التواصل الاجتماعي) ومخلفاتها من نتائج أدت إلى تكوين هذه الثقافة.

حيث أدت إلى تشكيل مواصفات حديثة للمواطنة في ظل هذا التغيير الحاصل جراء الثورة التكنولوجية، كون المواطنة اليوم يكون علاقات ويتخذ سلوكات جديدة عن طريق تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي **كالفيس بوك** مثلا وبفضل هذا الأخير كان لابد من الاهتمام بما ينشر فيه والاستفادة من ايجابياته التي تهدف إلى توجيه المواطنين نحو اتخاذها كمعايير لما يعرف بالثقافة المواطنة.

وقد لوحظ مؤخرا الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال **الفيس بوك** ودوره في نشر معلومات سواء كانت شخصية موجهة لشخص معين أو عامة موجهة لجميع المواطنين، مما كان من السهل تشكيل تيارات فكرية مضمونها ثقافة المواطن، الأمر الذي أدى بالعديد من الباحثين إلى إعطاء دراسات تختص بمثل هذه المواضيع وتصب في محتواها منها ما ذهب إليه **صبري خالد عبد الهادي (2021)**: "ظهرت مواصفات جديدة للمواطنة في ظل هذا التطور التكنولوجي الهائل، فالمواطن أصبح بمقدوره الحصول على صداقات وتكوين علاقات اجتماعية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، وفي ضوء هذا الاستخدام الواسع من المجتمع للتكنولوجيا بات من الضروري تعزيز النواحي الإيجابية للتكنولوجيا والاستفادة منها، وتوجيه المجتمع لتحقيق معايير المواطنة"¹.

ومن هنا يتضح لنا أن المواطنة تكتسي لباسها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي لها فضل كبير في تكوين ثقافة المواطن وتكوين علاقات جديدة تخدم قيمه الوطنية.

وقد لوحظ في الآونة الأخيرة كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجتمعنا بكثرة من خلال تقنياته: **كالفيس بوك والواتساب والفيبر.... إلخ**، بعرض نشر المعلومات بسرعة كبيرة

¹صبري خالد عبد الهادي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي «دراسة ميدانية»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر/كلية الإعلام، -القاهرة- مدينة نصر- ، العدد السابع والخمسون - الجزء الثاني - شعبان 1442هـ - أبريل 2021 م، ص770.

والاستفادة منها في تكوين ثقافتهم وتعزيزها وتطويرها بما يتماشى مع كافة المجتمعات، فعلى قول مساعد المحيا: "أن تطور وسائل الإعلام جعل العالم قرية إلكترونية واحدة فزاد تطوره فأصبحت القرية غرفة فجاءت الشبكات الاجتماعية فحولت الغرفة إلى شاشة صغيرة .. بفضل أجهزة الهواتف الذكية وتطبيقات الشبكات الاجتماعية، فهي مجموعة منصات أو تطبيقات تتيح لكل فرد أن يستخدمها عبر مجموعة من الوسائل وتحقق لكل فرد ما يريد الوصول إليه وفقا لإمكانات كل منها..."¹

ولقد ساهم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا ثوريا، نقل العالم إلى آفاق غير مسبوق، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة بشكل نسبي محدود، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي 174 قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة العالمية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعله كما يؤكدوها خبراء الاتصال، وحسب إحصائيات موقع:

socialbacker.com في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت؛ تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي "الفايسبوك" وذلك بأكثر من 157 مليون مستخدم، تليها اندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل بأكثر من 35 مليون مشترك، أما في العالم العربي فتصدر مصر القائمة بعدد مستخدمين فاق تسعة ملايين مشترك ثم السعودية والمغرب بأكثر من 4 ملايين تليها الجزائر في المرتبة الرابعة بما يقارب الثلاثة ملايين مستخدم ثم تونس والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم.²

هذا يعني أن الجزائر تستعمل شبكات التواصل الاجتماعية بكثرة حلاف باقي الدول العربية فهي تحتل المرتبة الأولى استخداما وبما أن ولاية ورقلة جزء من الجزائر فقد تم ملاحظة

¹مساعد المحيا، شبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة .. الأساليب والوسائل، الأحد 2 / 1439 / الموافق 25 / 10 / 2017، ورقة رئيسية : (https://multaqaasbar.com) ، 2022/12/30 ، 17:21 سا.

²يوشلاغم حنان، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفاييسبوك بجامعة جيجل)، دفاثر المخبر، منشورات مخبر المسألة التربوية في ظل التحديات الراهنة QUEDEA، جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلد 11، عدد02، 2016، ص173-174.

أن مواطنيها يستخدمون بكثرة هذه الشبكة بغرض زيادة وتطور نمو ثقافة مواطنيها وتعزيزها وتطويرها بما يخدم مجتمعهم وفق طابعهم الصحراوي .

وفي هذا خضم بسبب تطور التكنولوجيا السريع أدى إلى ظهور دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة، وعليه تم التطرق إليهما في دراستنا التي تناولت دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة على طلبة تخصص سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وعليه ومن خلال ما تطرقنا

إليه في الإشكالية يتسنى لنا طرح التساؤل التالي:

كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

2- تساؤلات الدراسة:

تندرج تحت التساؤل الرئيسي لهذه الإشكالية جملة من التساؤلات التي سنحاول الإجابة عنها من خلال الأخذ بها كمؤشرات عامة للدراسة، وقد شملت الأسئلة التالية:

4. ما هي شبكات التواصل الأكثر استخداما من طرف طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

5. ما هي مظاهر تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة؟

6. ما هي هناك تحديات كثيرة تواجه الطلبة في استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة المواطنة؟

3- فرضيات الدراسة:

فرضية الأولى: شبكات التواصل الأكثر استخداما من طرف طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .

فرضية الثانية: مظاهر تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة.

فرضية الثالثة: هناك تحديات كثيرة تواجه الطلبة في استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة المواطنة.

4. أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب مراحل الدراسة هي اختيار عنوان الدراسة الذي يكون له مساهمة كبيرة في زيادة البحث العلمي الأكاديمي ومن هذا المنبر هو السبب الذي دفعنا للخوض في ذكر الأسباب اختيارن الموضوع دراستنا فالأسباب الذاتية لاختياره تكمن في: اندراجه ضمن شعبة دراستنا (إعلام واتصال) فهو من اهتمامنا العلمي لدراسته.

■ موضوع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطن يتميز بحداثته مما يوضح لنا تطور المجتمعات اليوم.

■ اعتماده موضوع دراستنا خاصة من طرف الطلبة من خلال (الفييس بوك) بكثرة في ولاية ورقلة مما أتيح لنا التطرق إليه وتناوله بالتفصيل.

■ اهتمامنا الشخصي لهذا النوع من المواضيع كوننا لنا رغبة كبيرة في دراسته والتعمق فيه مستقبلا .

■ الرغبة في التعرف على دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطن بولاية ورقلة .

أما الأسباب الموضوعية فتتمثل في الآتي:

■ جدية موضوع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطن وكونه أكثر انتشارا واستخدامها بشكل كبير ومختلف في ولاية ورقلة .

■ حيوية موضوع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطن والمعبر عنها من خلال الفييس بوك كتقنية والتي تسعى هذه الأخيرة إلى ترسيخ لزيادة قيم المواطنة لدى المواطنين بولاية ورقلة .

■ نوعية الشبكات التواصل الاجتماعي وخصوصيتها وانعكاسها على تعزيز قيم المواطنة.

■ أهمية هذه الشبكات التواصل الاجتماعي كتقنية لزيادة تطور ونمو في تعزيز قيم المواطنة.

5 - جدوى الدراسة وأهميتها:

تتمحور جدوى وأهمية هذه الدراسة في شقين رئيسيين لها هما:

أ- الجدوى النظرية:

- تحتل دراستنا مكانة وأهمية كبيرة كون موضوع المتطرق إليه منتشر كظاهرة جديدة وحديثة وله خلفيات إيجابية وسلبية على المواطنين ألا وهو: (دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة).

- له أهمية كبيرة خاصة في تكوين ثقافة المواطنة للمواطنين وذلك في مجتمع متغير ونسبي ومرتبطة بالثورة التكنولوجية التي من سماتها التغيير وحادثة في هذا العصر مما ينعكس عليها في تكوينها.

ب- الجدوى العملية:

- لدراستنا أهمية عملية كونها تزيد في البحث العلمي من خلال تطرق إلى متغيرات لظاهرة جديدة نسبية غير ثابتة في مجتمعنا.

- أهداف الدراسة:

لكل دراسة علمية أهداف معينة نسعى إلى تحقيقها، وأي دراسة دون أهداف هي ضرب من الفوضى التي تؤدي إلى عدم التحكم في الموضوع المراد دراسته، لذلك يمكن إيجاز أهداف هذه الدراسة فيما يأتي:

- معرفة دور الشبكات تواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة لدى الطلبة.
- الكشف على حجم اهتمام واستخدام طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة لهذه الشبكات التواصل الاجتماعي .
- توضيح أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة وتعزيز قيم المواطنة.
- التعرف على الدوافع والعوامل التي تؤثر على طلبة الإعلام والاتصال وتدفعهم لاستخدام هذه الشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها في المجتمع.
- معرفة مظاهر تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة.
- معرفة تحديات كثيرة تواجه الطلبة في استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة المواطنة.

6 - المفاهيم الأساسية للدراسة:

التعريف الإجرائي للمواطنة:

ويقصد بها هنا في دراستنا هي الشعور بالانتماء الكامل من قبل طلبة تخصص سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة تجاه مجتمعهم (ولاية ورقلة)، مع تحملهم للمسؤولية الاجتماعية سواء اتجاه أنفسهم أو أسرهم أو المجتمع.

- شبكات التواصل الاجتماعي

• شبكات التواصل الاجتماعي:

لغة:

عرف قاموس "odlis" للشبكات الاجتماعية مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة، تقدم مجموعة من الخدمات والوسائل المتاحة للتعرف والصدقة، المراسلة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام مشتركة الأفراد والمؤسسات¹.

اصطلاحا:

ويعرفها خالد غسان : أنها عملية التواصل بين مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في أي نطاق وبذلك تكون أسلوب تبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت².

إجرائيا:

نقصد بشبكة التواصل الاجتماعي إجرائيا كل مواقع التي تتيح عملية الاتصال والتواصل ومن بين هذه المواقع نذكر كل من (الفيس بوك/ الواتسب/ الفبير/ الإيمو/ السنا بشات/ تويتر/ اليوتيوب...إلخ) من المواقع التي تؤثر بدرجة كبيرة في تكوين وتعزيز ثقافة المواطن بولاية ورقلة، والتي تم الإجابة عنها من خلال أسئلة استبيان الذي تم اعتماده في دراستنا.

7 - مجالات الدراسة:

8-1- المجال الجغرافي للدراسة:

إن موضوع دراستنا يشمل دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطن (دراسة ميدانية على طلبة تخصص سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة) وكانت ولاية ورقلة حاضنة لدراستنا ميدانيا مما يسهل علينا تحقيقها على أرض الواقع، وبالتالي ولأتمكن من جمع المعلومات والبيانات اللازمة عنها أمبريقيا اخترت جامعة قاصدي مرباح ورقلة موقعا لها.

¹نهى سيد عبد المعطي، صحافة المواطن، نحو نمط اتصالي جديد، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص79.

²خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص44.

2-8- المجال الزمني للدراسة:

استغرقت دراستنا بداية من إعدادها إلى غاية كتابة تقريرها لنهائي، فكانت بدايتها من جانفي 2023 بالبحث البيبليوغرافي في مختلف معاهد وكليات الجامعات الجزائرية وجمع وتصنيف المادة العلمية النظرية المتعلقة بموضوع البحث، وكذا الاحتكاك بمجموعة من الأساتذة والمختصين في مجال الدراسات الإعلامية والقانونية قصد الإلمام أكثر بالموضوع وخطوات انجازه نظريا وميدانيا، كل ذلك تم إلى غاية نهاية شهر مارس 2023، ثم انتقلت إلى مرحلة إعداد أدوات جمع البيانات ببناء استمارة الاستبيان أولا وإخضاعها للتحكيم والتجريب وإجراء التعديلات عليها في كل مرة في بداية شهر مارس 2023، ثم تلتها مرحلة النزول بها إلى الميدان بصورة نهائية مع إجراءات المقابلات العلمية إلى غاية مارس 2023، لتأتي في الأخير مرحلة تبويب البيانات الميدانية وتحليلها وتفسيرها ثم استخلاص نتائج الدراسة في صورتها النهائية إلى غاية نهاية ماي 2023.

3-8- المجال البشري للدراسة (مجتمع البحث وعينة الدراسة):

يمثل مجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المدروسة أو المجتمع الأكبر لمجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج بحثه، ويتمثل مجتمع بحث **طلبة إعلام واتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة**، حيث كان من السهل الوصول إلى مجتمع البحث كوننا طلبة، وبالتالي سهولة تحكمنا في مجتمع دراستنا .

ونظرا لصعوبة إجراء الدراسة على كل مفردات المجتمع الكلي للدراسة لا بد لنا من أن نلجأ إلى اختيار عدد أصغر من المفردات وهذا العدد الأصغر من المفردات يسمى العينة¹، وعند اختيار عينة الدراسة في أي بحث علمي لا بد أن يكون ذلك بتحديد جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي ترغب في التعرف عليه، ويجب أن تكون ممثلة لجميع أفراد المجتمع تمثيلا صحيحا².

وقد كانت عينة دراستنا تتمثل في العينة العمدية (القصدية) وهي الأنسب والأكثر ملاءمة لها، والتي تختار فيها الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية تبعا لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات وتحقق أهداف البحث، كدراسة آراء واتجاهات قادة الرأي أو القائم

¹محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1996، ص71.

²خير الدين عويسي: دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1997، ص91.

بالإتصال في وسائل الإعلام المختلفة، وغيرهم من الأفراد الذين يتميزون بقلة العدد في المدينة أو القطاع أو الإقليم الواحد¹.

وعليه فقد أخذنا في اختيارنا لمفردات عينة دراستنا شرطين أساسيين هما:

أولاً: متلاك فيس بوك واستخدامها بشكل دائم.

ثانياً: متابعة المحتويات التي تتناول المواضيع المتعلقة بقيم المواطنة والتفاعل معها بصفة دورية.

وكان مجتمع دراستنا يتمثل في طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

ولقد تم اختيارنا لعينة (70) طالب وطالبة في الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، وقد تم اختيار للعينة القصدية أو العمدية .

9- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

9-1- المنهج المستخدم في الدراسة:

إذا كان المنهج العلمي هو عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة، والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل الظواهر الاجتماعية²، وهو جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة، أي هو عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول³، وهذا يعني أنه لا غنى عنه في أي دراسة أو بحث علمي، وأن اختيار منهج البحث في دراسة أي ظاهرة إعلامية أو اجتماعية لا يأتي بطريقة عشوائية أو انطلاقاً من رغبات الباحث وأهوائه، بل إن موضوع البحث أو طبيعة الدراسة وكذا أهدافها هما اللذان يحتمان المنهج المناسب للبحث أو الدراسة، وهذا الاختيار المضبوط هو الذي يضي المصادقية والموضوعية للنتائج المحصل عنها.

وبما أن دراستي هذه تهدف إلى دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة، فإنها تصنف ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تحاول شرح وتفسير لماذا تستمر حالة أو

¹محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص141.

²محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الثانية، 1999، ص35.

³أحمد بنمرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الرابعة، 2010، ص283.

ظاهرة ما باختبار الدور بين متغيرين، لذلك يصبح من المناسب لها توظيف المنهج الوصفي وهو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال قدرة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية¹.

ومنه فالمنهج الوصفي الذي يعتمد على (دراسة ميدانية) لموضوع دراستنا يساعدنا على حصول على بيانات ومعلومات مهمة حول موضوعنا (دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة).

2-9- أدوات جمع البيانات:

تعتبر عملية جمع البيانات من أهم المراحل لأي بحث علمي، ومما يساعد على نجاحها ضرورة تصورها وتحديد الضوابط المتعلقة بها، وعلى قدر توافرها وشمولها ودقتها تتوقف دقة التحليل وأهمية النتائج والقرارات المبنية عليها²، بالتالي فإن نجاح أي بحث أو دراسة علمية مرهون بصفة مباشرة بفاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، والتي تعرف على أنها الوسيلة التي يستعين بها الباحث لجمع البيانات اللازمة المتعلقة بموضوع الدراسة³.

كما أن تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية يسمح بالتوصل إلى نتائج علمية أكثر دقة وتحيط بمختلف جوانب الظاهرة قيد الدراسة، لهذا اعتمدنا في دراستنا على الأدوات التي تتناسب ومنهج الوصفي، وهذه الأدوات هي:

أ- استمارة الاستبيان:

ويعتبر الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الاجتماعية والإعلامية، وهو يستخدم لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، من خلال الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده وتقنيته

¹محمد عبيد وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 2، التل للنشر والتوزيع، عمان، دن س، ص46.

²محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الثالثة، 2000، ص28.

³أحمد بدر: مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، دار المعرفة الجامعية، الرياض، 1999، ص48.

ويقوم المجيب بملئه بنفسه، ويسلم أو يرسل هذا النموذج لعينة كبيرة نسبيا من أفراد مجتمع البحث¹.

والاستبيان هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وأراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات²، معنى هذا أن الاستبيان كي يحقق هدفه المرجو، لا بد أن تكون أسئلته ملمة ومعبرة عن موضوع البحث، وتعطي أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد، أي أن الأجوبة الواضحة التي تتيح التحليل العلمي إنما مرتبطة بدقة وضبط أسئلة الاستبيان شكلا ومضمونا³.

وقد استخدمنا في دراستنا هذه الاستبيان كأداة مهمة من أدوات جمع البيانات محاولين قدر الإمكان أن تكون أسئلتها واضحة بعيدة عن كل التعقيدات وملمة بمختلف جوانب الدراسة وأهدافها، وأن أتجنب أي إيحاء أو توجيه لها بالابتعاد عن التحيز والذاتية في طرحها، واتبعت في ذلك كافة الإجراءات المنهجية في إعدادها وبناء أسئلتها، بداية بصياغة تساؤلات الدراسة وربطت مضمونها بمشكلة البحث الرئيسية، بعدها ترجمت تلك التساؤلات إلى مؤشرات علمية انبثقت منها محاور تتضمن مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تهدف إلى الحصول على بيانات تجيب عن تساؤلات الدراسة، ثم قمت بإعداد الاستبيان في صورته المبدئية وعرضه على مجموعة المحكمين من أساتذة في الإعلام والاتصال في تخصصنا وبقسم الإعلام والاتصال، قصد الضبط والتدقيق لمطابقة الأسئلة مع محاور تساؤلات الدراسة، بعدها قمنا بالتطبيق الأولي للاستبيان على عينة صغيرة من المبحوثين الذي سمح لي بتعديلات ثانية للأسئلة واستبعاد بعضها، وتصحيح بعض الأخطاء والتهفوات في بناء الأسئلة ومحتواها، لتتم في الأخير صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية وتوزيعها على عينة الدراسة.

وبطبيعة الحال فقد بنيت استبيان دراستنا على محاور الأسئلة التي تم صياغتها في فرضيات فيما بعد، حيث استخدمت الأسئلة المغلقة والمفتوحة أيضا، فأما الأسئلة المغلقة فهي التي حددت فيها مسبقا مجموعة من الإجابات البديلة مدونة على الاستبيان بعد السؤال مباشرة على أساس أن يقوم المبحوث باختيار إجابة معينة، وأما الأسئلة نصف المغلقة فهي الأسئلة المحددة

¹فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص116.

²محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص183.

³صلاح أبو الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1983، ص306.

الإجابة مسبقا ليختار الباحثين واحدة منها على الاستبيان، كما استخدمت أيضا الأسئلة المفتوحة التي تترك للمبحوث حرية الإجابة قصد الإدلاء برأيه والتعبير عن موقفه وقناعاته نحو السؤال المطروح.

وقد تضمنت الشكل النهائي للاستبيان على 24 سؤالاً موزعاً على ثلاث محاور كالتالي:

- محور الأول: شبكات التواصل الأكثر استخداماً من طرف طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة هي الفيس بوك وبعدها الانستغرام ثم الواتس اب، حيث ضم (08) أسئلة.
- محور الثاني: لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ايجابيات عديدة تتعلق بتعزيز ثقافة المواطنة لدى جمهور الطلبة حيث تساعدهم في التعرف على الحقوق والواجبات الأساسية لهم تجاه وطنهم ومجتمعهم على حد سواء، حيث ضم (08) أسئلة.
- محور الثالث: هناك تحديات كثيرة تواجه الطلبة في استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة المواطنة، حيث ضم (08) أسئلة.

المدخل النظرية للدراسة:

نظرية الاستخدامات والاشباعات 

1- نشأة النظرية:

إن التطور الفعلي لمدخل الاستخدامات والاشباعات كان سنة 1944 في مقال كتبته عالمة الاجتماع هارزوك بعنوان "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي واشباعاته"، وذلك من خلال عدة مقابلات مع مستمعات المسلسل لتصل إلى اشباعات عاطفية¹.

وبعدها أتت دراسة بيرلسون 1945 التي أجراها بعد توقف ثماني صحف من الصدور بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك، وتوصل إلى أن الصحف تلعب عدة ادوار، وتقوم بعدة وظائف تجعل من الجمهور بحاجة دائمة لها منها: نقل المعلومات والأخبار، الهروب من المتاعب اليومية، تقديم التغيرات حول الشؤون العامة، التزويد بمعلومات حول الأوضاع المالية والإعلانات وأحوال الطقس.

ولاحظ كل منولف وفسكسنة 1949 أن لكوميديا الأطفال ثلاث وظائف هي: التجول في العالم الخيالي، تقديم صورة البطل الذي لا يقهر وتقديم معلومات عن العالم الحقيقي.

¹كامل خورشيد مراد: مرجع سابق، ص144.

غير أن البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة يهوكاتز 1959 الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور، وقد اعتبر كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية¹.

لتستمر جهود كل من لازار سفيلت وشرام وريفرز لفهم العلاقة بين المتغيرات الاجتماعية واستخدام وسائل الاتصال.

ويرى دينيس ماكويل أنه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته عن طريق استخداماته لوسائل الاتصال، وبهذا فقد قدم تصورا للوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع الفرد المستخدم لها كمدخل رئيسي لدراسة العلاقة بين الوسائل الاتصالية والمتلقي.

وقد كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لصاحبيه يهوكاتز وبلملر سنة 1974، بحيث احتوى على الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع استخدام الفرد لها².

3- محتوى النظرية: تعنى نظرية الاستخدامات والاشباع في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله، أي أن الجمهور هنا ليس سلبيًا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام بل له غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها³، فأعضاء الجمهور هنا باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعًا لهم، فكلما كان مضموننا معينًا قادرًا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له (الجمهور يقوم بالدور النقدي للمضامين)، ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع يبدأ الفرد بتقويم ما يحصل عليه من معلومات وحتى تقويم مصادرها حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته المختلفة من المحتويات الإعلامية.

وتركز هذه النظرية على مفهومين رئيسيين هما:

* **الحاجة:** هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما يحقق تواجهده حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.

¹محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص ص272-273.

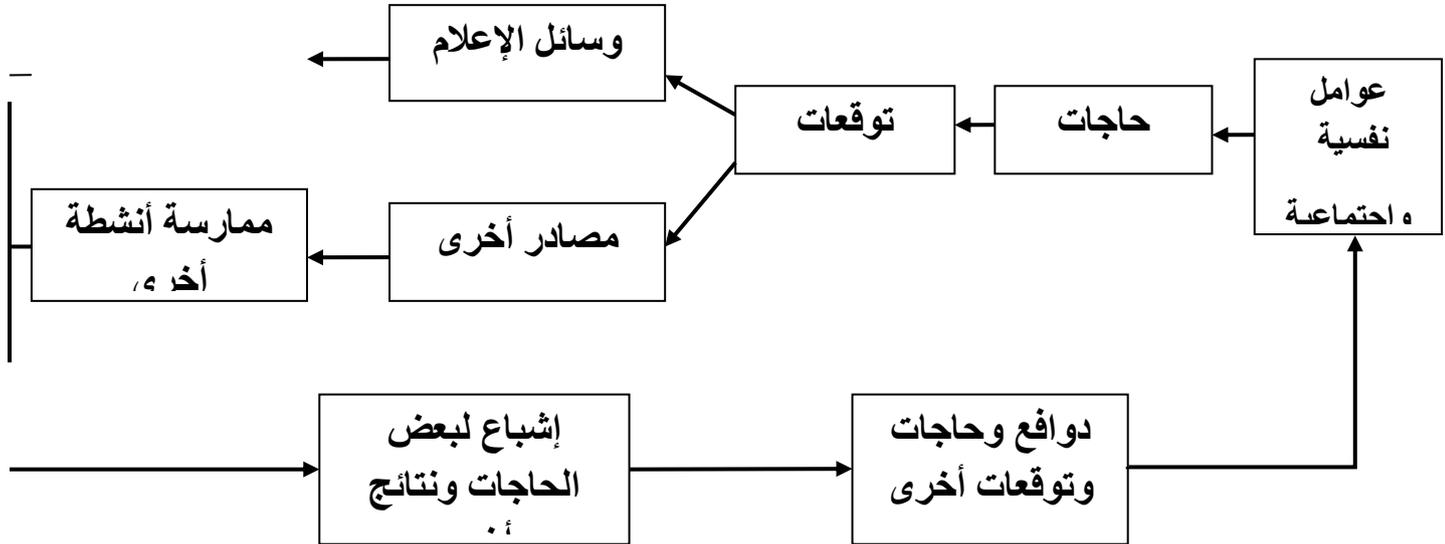
²منال هلال المزاهرة: مرجع سابق، ص ص175-176.

³Jay Black and Jennings Brayant: Introduction to Communication, Understand The Past, Experience The Present, marvel The Future, Medison, Brown Q, Bench Mark,4th ed, 1995, P33.

* الدافع: هو حالة فزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما¹.

4- فرضيات النظرية:

- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصرا فعالا ومشاركا في عملية الاتصال الجماهيري، حيث يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية.
- أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وان وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
- أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية².



نموذج كاتز للاستخدامات والإشباع (حسن عماد مكاوي أيلي حسين السيد: مرجع

¹محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص279.

²مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص215.

6- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

* **الجمهور النشط:** لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد التعرض له، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقد المحتوى المطلوب، إذ يرى بلملر أن المقصود بالجمهور النشط هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة، بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه، وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعاً للفروق الفردية والثقافية، وفي هذا الصدد فقد حدد كل من ليفي وويندال أن نشاط الجمهور له بعدان:

- التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الانتقائية- الانشغال- المنفعة).

- البعد المؤقت: يضم الآتي: (الانتقاء قبل التعرض- الانتقاء أثناء التعرض- الانتقاء بعد التعرض).

* **الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:** أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية، وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية.

فالفرد إذن يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية ويتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية، لهذا يرى كاتز أنه ما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع.

* **الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:** أشار كاتز أن الحاجات تنبع أساساً من الأفراد، ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم، ورأى بلملر أنه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولاً ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات، وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام فالحاجة هي من يولد الدافع، وفي هذا الصدد فقد ظهرت عدت تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف ماسلو كما يلي:

- **الحاجات الأساسية:** مثل الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، الانتماء

- **الحاجات الثانوية:** مثل الحاجات المعرفية كحب الاطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها

كما صنف الدوافع إلى:

-دوافع فردية داخلية: وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق اشباعات فردية.

- دوافع اجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته، أي كما يرى دينيس ماكويل أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية¹.

* توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: عرف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين انه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها كاتز أنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام أو الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وعموما تفترض دراسات مدخل الاستخدامات والاشباعات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم على إدراك البدائل المختلفة والاختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية والانتقاء من بين الكم الهائل لمحتوى رسائلها، لذا فقد أثبتت تلك الدراسات أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف من مجتمع أو بيئة اجتماعية لأخرى أي تبعا للقيم والسمات الثقافية السائدة.

* اشباعات وسائل الإعلام: وفق مدخل الاستخدامات والاشباعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباعات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادى الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد اختلفت عدة دراسات في ذات السياق حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الاشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم الاشباعات إلى نوعين رئيسيين هما:

- الاشباعات المطلوبة: أي الاشباعات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها و تحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباعات يتحقق.

- الاشباعات المحققة: أي الاشباعات التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباعات حقيقية لحاجات الجمهور¹.

¹المرجع نفسه، ص ص189-197.

7- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

- اعتماد النظرية على مفاهيم تتسم بالمرونة كالدوافع والإشباع قد يخلف اختلاف في النتائج المحصل عنها عند تطبيق النظرية.
- الافتراض بأن استخدام الفرد لوسائل الإعلام متعمد ومقصود مبالغ فيه ففي حالة عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغى مفهوم الجمهور الايجابي والنشيط.
- إن حاجات الفرد متعددة من فزيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر، بالتالي فهناك اختلاف أيضا بين الأفراد في التعرض لوسائل الإعلام واختيار محتوياتها مما يؤدي إلى اختلاف في التأثير بالضرورة².
- الادعاء بأن الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه، إذ هناك عوامل اجتماعية واقتصادية مختلفة تحدد من فرص استفادة كل أفراد الجمهور من مضامين وسائل الاتصال.
- الجدل الكبير حول كيفية قياس واستخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية والاتصالية وحتى زمن ذلك القياس.
- عدم تفرقة المدخل بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور والاشباع التي تحقق عند التعرض للمضامين الإعلامية إذا افترضنا أن هذا الفرق يعد عنصرا موضحا لمبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية.
- يرى دينيس ماكويل أن بحوث الاستخدامات والاشباع يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط، وخاصة بطغيان المواد الترفيهية ومضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد والأساسي (نظرة نقدية)³.

🚩 نظرية الغرس الثقافي:

نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي:

يرجع ملفين ديفلير **Melvin Deflir** بدايات وجذور نظرية الغرس الثقافي إلى مفهوم والتر ليبمان **Walter Lipman** للصورة الذهنية، التي تتكون في أذهان الجماهير من خلال

¹حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص ص247-249.

²مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق، ص217.

³منال هلال المزاهرة: مرجع سابق، ص205.

وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت عن أنفسهم أو عن الآخرين، وأحياناً تكون هذه الصورة الذهنية بعيدة عن الواقع، نتيجة لعدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم للواقع، وبناء على هذا التصور حاول ديفلير تطوير نظرية الأعراف الثقافية Cultural Norms والتي تشبه إلى حد كبير نظرية الغرس.

وفي أواخر الستينيات، شهد المجتمع الأمريكي فترات الإضرابات بسبب مظاهر العنف والجريمة وذلك في أعقاب اغتيال مارتن لوتر كينج وكيندي وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام. وفي عام 1968 تم تشكيل لجنة قومية أمريكية لبحث أسباب العنف والوقاية منه وعلاقة التلفزيون بذلك.

وقام الباحثون بأبحاث عديدة منذ هذه الفترة ركزت معظمها على تأثير مضمون برامج التلفزيون التي تقدم وقت الذروة وفي عطلة آخر الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي وكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل البحث¹.

وبدأ الباحث الأمريكي جورج جربنر George Gerbner دراساته، وأكد على أن التلفزيون أصبح قوة مسيطرة للكثير ومصدراً رئيسياً لبناء تصوراتهم عن الواقع الاجتماعي. وبالتالي فإن العلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة، يكشف عن مدى إبراز أهمية دور التلفزيون في القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبذلك أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقاته مع الآخرين، مما يستلزم استخدام مدخل مختلف عن المداخل التي تستخدم في دراسة تأثير تلك الوسائل. ويرجع ذلك في رأي جربنر إلى أن التلفزيون قد أصبح المركز الرئيسي للثقافة الجماهيرية، وأن تأثيره قد أصبح أساسياً في التنشئة الاجتماعية للغالبية العظمى من المشاهدين، بما يعرضه من نماذج مكررة ونمطية للسلوك والأدوار الاجتماعية المختلفة.

ووضع جربنر وزملاؤه من خلال هذه الدراسات مشروعته الخاص بالمؤشرات الثقافية، والتي اهتمت بثلاث قضايا متداخلة هي:

- تحليل العملية المؤسسية Institutional process Analysis أي دراسة سياسات الاتصال في علاقتها بمضمون واختيار وتوزيع الرسائل الإعلامية.

¹: نفس المرجع <http://constantine3.blogspot.com>

- تحليل محتوى الرسائل الإعلامية **Message System Analysis** وهي عبارة عن دراسة الأنماط السائدة للصور الذهنية والسلوك الأكثر تكراراً التي تعكسها الرسالة الإعلامية، مثل تصوير العنف والأقليات والنوع والمهنة وغيرها من القضايا.

فروض نظرية الغرس:

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيسي ويشير إلى أن: "الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة **Heavy Viewrs** يكونوا أكثر قدرة لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الواقعي، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة. "**Light Viewers** .

وتقوم نظرية الغرس على مجموعة من الفروض الفرعية هي¹:

- يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون أكثر، بينما يتعرض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر متنوعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.

- يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

- يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية ، وتسعى لتقديم حقائق بدلاً من الخيال

النماذج المفسرة لعملية الغرس:

الانتقادات التي وجهت إلى النظرية²:

على الرغم من أن نظرية الغرس حظيت بتأييد كثير من الباحثين، إلا أنها واجهت العديد من الانتقادات منذ نهاية السبعينيات وحتى نهاية التسعينيات، والتي تتمثل فيما يلي:
1- يرى أنصار مدخل الاستخدامات والإشباع أن نظرية الغرس الثقافي تجاهلت متغير الدوافع.

¹ http://constantine3.blogspot.com: نفس المرجع

² http://constantine3.blogspot.com: نفس المرجع

2 - انتقد هيرش Hirsch نظرية الغرس لعدم التحكم الدقيق والكافي للمتغيرات الأخرى، وذلك لاختلاف نتائج البحث عندما تم تحليلها مرة أخرى بمعامل الارتباط المتعدد خاصة بعد أن تم إدخال متغيرات ديموجرافية، فتأثرت العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

3 - تساءل عدد من الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الغرس، إذا أظهرت معظم الدراسات معاملات ارتباط تتراوح ما بين (0.12) إلى (0.20) وهو ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس أو عدم وجودها أصلاً، وما ذهب إليه هؤلاء الباحثون لا يعني -كما ذهبوا- الشك في مصداقية بحوث الغرس؛ إذ أن الضعف في معاملات الارتباط يمكن إرجاعه إلى الآتي:

- أسباب تتعلق بأوجه النقص التي يعاني منها المقياس نفسه.

- طبيعة الدراسات الاجتماعية التي تتناول إحدى الظواهر الإنسانية؛ حيث تتميز هذه الظاهرة بتعدد أسبابها، وفي الوقت نفسه فإن هناك صعوبة في السيطرة على المبحوث، والتحكم فيه وهي مشكلة كل الدراسات الإنسانية.

ولكن يمكن الرد على ذلك بوضع اختبار صدق للمبحوث عند ذكره لعدد ساعات المشاهدة عن طريق صياغة أكثر من سؤال لقياس نفس الشيء.

4- يأخذ بعض الباحثين على بحوث الغرس الثقافي أن معظمها تركز على التأثير أكثر من تركيزها على عملية التأثير نفسها.

5 - تركز إحدى الانتقادات الحديثة التي وجهت للنظرية على تأثير مشاهدة التلفزيون على إدراكات الواقع الاجتماعي، حيث يهتم بعض الباحثين بالتأثيرات الكامنة التي تؤثر على الصلة القائمة بين مشاهدة التلفزيون وأحكام الواقع الاجتماعي.

6 - يشكك كثيرون في إمكانية حدوث الغرس في أي مكان آخر غير الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لأن استخدام التلفزيون ومحتواه يكون مختلفاً عادة.

10- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة ضرورية ومهمة، كونها تمكننا من الضبط الدقيق لإشكالية بحثنا والخطة المتبعة في الدراسة والأدوات البحثية وطرق استخدامها، إضافة إلى التعرف على

الصعوبات التي يتعرض لها خلال انجاز دراسته، وفي هذا السياق هناك تراكم لعديد من الدراسات العربية التي تمحورت حول موضوع (دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة)، ومن جملة الدراسات السابقة التي استندنا إليها ما يلي:

- الدراسة الأولى: بوشالغم حنان (2016)¹

بعنوان: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة جيجل)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة العصر، تبيان أهمية مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) كوسيلة لترسيخ قيم المواطنة لذا الشاب الجزائري كمستفيد من هذه الوسيلة.

وكانت التساؤلات الفرعية تتمثل في مايلي:

-ما هي إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تعزيز المواطنة لدي طالب الجامعي؟

-ما هي التحديات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لتعزيز قيم المواطنة لدي طالب الجامعي؟

وقد استخدم المنهج الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته، وذلك في جانبه المتصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت كفاءات في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم وآرائهم بشأن مختلف القضايا، والموضوعات والظواهر التي يعيشونها في حياتهم اليومية ، وقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكان مجتمع الدراسة يتألف من جميع طالب جامعة جيجل، وتم إختيار العينة بطريقة مقصودة لعدد من طالب جامعة جيجل بمختلف كلياتها وكان حجم العينة (100) من طالب جامعة جيجل.

وكانت نتائج المتوصل إليها كما يلي :

- إجراء المزيد من الدراسات حول موضوع البحث حيث تبقى نتائج هذه الدراسة محدودة ضمن عينة البحث لتكون النتائج قابلة للتعميم بشكل أمثل.

¹بوشالغم حنان، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة جيجل)، دفا تر المخبر، مجلد 11، عدد 2، ص 171-190، 2016.

- من الضروري إن تعمل مؤسسات الدولة على تمكين الطلبة والشباب من إدراك أدوارهم كمواطنين يتمتعون بحقوق وطاقات متميزة للتأثير الفاعل على مسار حياتهم ومستقبل مجتمعهم.
- ضرورة أن تبدي شبكات التواصل الاجتماعي اهتماما بالشباب وقضاياهم خاصة فيما يتعلق في تعزيز قيم المواطنة لديهم.

مجالات الاستفادة من الدراسة:

تم الاستفادة من هذه الدراسة باعتبارها جد مهمة كونها تعالج نفس متغيرات دراستنا حيث استخدمت نفس المنهج وأداة الاستبيان في عملية تحليلها للفرضيات زد إلى ذلك نتائج المهمة في استنباطنا منها للفرضية .

- الدراسة الثانية: حامد سعيد الجبر وآخرون (2017)1

بعنوان واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، وكانت أسئلة حول ما هي أغراض طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

ما هي مبررات استخدام طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت لشبكات التواصل الاجتماعي؟

ما هي درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تفاعل طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت مع الأحداث المجتمعية؟

ما هي درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير التخصص؟

¹حامد سعيد الجبر و ابتسام محمد رشيد عقيل و منى عبد الحميد حسن، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (176) ، الجزء الثاني، 2017م.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى الدراسي؟
- وتم استخدام المنهج الوصفي لملائمته لتحقيق أهدافها، حيث من خلال النتائج تم تحديد الظاهرة موضع الدراسة وجمع البيانات عنها ثم وصفها وتحليلها وصولاً المرجوة للدراسة.
- وكانت أدوات جمع البيانات هي الاستمارة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، واقتصرت الدراسة على عينة بلغة (200) طالبة من طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، موزعة حسب التخصص والمستوى الدراسي، حيث بلغ عدد الطالبات من التخصص الأدبي (100) طالبة بينما بلغ عدد الطالبات من التخصص العلمي (100) طالبة، وبلغ عدد الطالبات من المستوى الدراسي (الفرقة الرابعة) (100) طالبة، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية الطبقية، وكانت النتائج المتوصل إليها ما يلي:
- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي طالبات كلية التربية الأساسية فيما يتعلق بالأهداف التي يستخدمون تلك الشبكات من أجلها.
 - ويمكن عزو النتيجة السابقة إلى المصادقية قد تكون منخفضة في هذه الشبكات نظراً وعدم المسؤولية عنه، بجانب أن بعضاً لافتقارها لعامل التوثيق لما ينشر أحياناً الصفحات تنشأ ويمولها أفراد لأغراض قد لا تخدم المجتمع وبالتالي تسهم في نشر أخبار مغلوطة أو فيها قدر كبير من المبالغة، أما مجيء برر مواكبة الأحداث الجارية التي سرعة نقل المعلومات و بأول المرتبة الأولى نظرالنشرها عبر هذه الشبكات تغطيها أولاً باستخدام التقنيات المختلفة.
 - أهمية المشاركة والتفاعل الثقافي لأفراد العينة مع الوضع الثقافي الموجود باستخدام تلك الشبكات، كما يمكن عزو ترتيب العبارات السابقة لكون إنشاء صفحة خاصة مهتمة بالناحية الثقافية يتطلب مهارات تقنية معنية قد تتوفر لبعض الطالبات، أما نشر صور أو مشاركات أو أخبار تتعلق بالناحية الثقافية في المجتمع لا يحتاج لتلك المهارات بجانب سهولة النشر والتبادل لتلك المعلومات.
 - أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة يعود ذلك لاختلاف طبيعة التخصص للعينة من حيث الصعوبة أو الزخم المعرفي وللخصائص الشخصية والاهتمامات لطالبات العينة، إضافة إلى أن طبيعة أعلى الطالبات تقليل وقت استخدام شبكات التواصل تفرض أحياناً التخصص أحياناً الاجتماعي، أو استخدامها فيما يفيد التخصص.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ويعول ذلك بأن شبكات التواصل الاجتماعي متاحة لكل الفئات والأعمار لتكوين مجتمع افتراضي وبالتالي فإن جميع الطالبات بكافة المستويات الدراسية يستخدمن هذه الشبكات ببسر وسهولة .

مجالات الاستفادة من الدراسة:

تم الاستفادة من هذه الدراسة من خلال اعتمادها لنفس عينة الدراسة (الطالبة) وإتباعها لنفس المنهج (المنهج الوصفي)، ولنفس أدوات الدراسة (الاستمارة) كما تذهب إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات.

- الدراسة الثالثة: إبراهيم قلاوaz وغربي محمد (2018)1

تحت عنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة ، حيث هدفت إلى التعرف على مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الأفراد من خلال التعرف على مدى استخدامها ومساهمتها في نشر قيم المواطنة لديهم وانعكاساتها الإيجابية والسلبية على تلك القيم.

وكانت الأسئلة كما يلي:

ماهية شبكات التواصل الاجتماعي والمواطن؟

ما هي وظائف شبكات التواصل الاجتماعي وأبعادها؟

ما الأدوار المتغيرة لشبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة؟

ما هي الآليات والسياسات الإرشادية لاستخدام الوسائط الاجتماعية؟

ومن أبرز ما تم التوصل إليه كنتائج أن الفرد يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائما وقد انعكس هذا الاستخدام إيجابا على قيم المواطنة بالمشاركة في تشكيل المواطنة الحديثة والإحساس بالهوية، وانعكس استخدامها سلبا أيضا بتكريس المواطنة السلبية التي عزلت الفرد عن قيمه الوطنية وهويته، ولتطوير دور المواقع أوصت الدراسة بتوجيه وسائل الإعلام نحو تعزيز قيم

¹إبراهيم قلاوaz وغربي محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية - معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، الجزائر، المجلد3، العدد6، 2018م.

المواطنة والانتماء والقيم الشخصية لأن شبكات التواصل الاجتماعية تحمل قيم وسلوكيات وأفكار وعادات تختلف مع أفكارنا وقيمنا خاصة القيم الاجتماعية.

مجالات الاستفادة من الدراسة:

تم الاستفادة من هذه الدراسة من خلال اعتمادها لنفس متغيرات دراستنا، واختلاف في المنهج حيث في الاعتماد على عملية السرد من خلال مصادر والمراجع، وهو ما يخالف دراستنا حيث تم إتباعنا منهج الوصفي.

- الدراسة الرابعة: صبري خالد عبد الهادي (2021)¹

بمعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي ((دراسة ميدانية)).

استهدفت الدراسة الحالية التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي، ومعرفة أبرز القضايا التي يحرصون على متابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وكانت الأسئلة كالتالي:

- ما عادات وأنماط استخدام الشباب السيناوي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام الشباب السيناوي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم قضايا المواطنة التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي للشباب عينة الدراسة؟
- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعريف الشباب بما عليهم من واجبات؟
- ما اتجاهات الشباب السيناوي نحو فاعلية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة؟
- ما المشكلات التي تحد من فاعلية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب؟

¹صبري خالد عبد الهادي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي ((دراسة ميدانية))، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة مدينة نصر، عدد 57، ج2، 2021، ص769-806

وكان المنهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي، والذي يعد جهدا يقوم على جمع البيانات عن ظاهرة ما وتنظيمها وتحليلها وتفسيرها، والوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

وتم استخدام أداة الاستبيان، فإن مجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في الشباب السيناوي الموجود بالمحافظات الحدودية من شمال وجنوب سيناء بمدنهم المختلفة، وقد تم اختيار مجتمع الشباب حيث أنه أكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بمختلف أنواعها كما أنهم الأكثر نشاطا وإسهام في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم ومعارفهم على شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف نواحي الحياة، وخصوصا النواحي المتعلقة بالوطن والمواطنة. وتمثلت عينة من الشباب السيناوي بن عمر 18 إلى 35 عام من محافظات ومدن شمال وجنوب سيناء المختلفة 2021 ،

كانت نتائج كما يلي:

من وجهة نظر المبحوثن جاء موقع الـ **Facebook** في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها بنسبة 85.7%، يأتي بعد ذلك تطبيقات المراسلة الفورية Telegram, Snapshat, WhatsApp بنسبة 79.9%، بينما جاءت المواقع المهنية في المركز الأخير بنسبة 56.9% مثل LinkedIn. يحرص الشباب السيناوي على متابعة مختلف قضايا المواطن من خلال شبكات التواصل الاجتماعي فجاءت حرية الانتماء السياسي لأحزاب المختلفة في المركز الأول بنسبة 48.2%، بينما في المركز الثاني المساواة والعدالة الاجتماعية في الحقوق بنسبة 47.8%، بينما جاء في المركز الأخير بنسبة 19.9% الحق في الضمان الاجتماعي، فيما يتعلق بمجموعة العوامل التي تؤثر في فاعلية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، حيث جاء في الترتيب الأول التغيرات الاجتماعية والثورات بنسبة 90.11.90%، وفي المركز الثاني جاء الفساد السياسي والاقتصادي بنسبة 74.7%.

مجالات الاستفادة من الدراسة:

تم الاستفادة من هذه الدراسة من خلال اعتمادها لنفس متغيرات دراستنا (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة)، وتم إتباع المنهج الوصفي والتحليلي وهو نفس ما ذهبنا إليه في نفس دراستنا ألا وهو المنهج الوصفي.

- مناقشة الدراسات السابقة:

لقد استفدنا من الدراسات السابقة التي تتقاطع مع موضوع دراستنا حول "دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة (دراسة ميدانية على طلبة تخصص سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة)"، كذلك في إعدادها نظريا وإمبريقيا، حيث أعطت صورة مسبقة عن الخصائص والبنية الأولية لعينة المبحوثين (طلبة) والظروف المحيطة بهم، وأبصرت بالصعوبات التي تواجهنا كباحثين في هذا المجال، والصعوبات التي تواجه مجتمع بحثنا، حيث أمكننا الخروج بالنتائج التالية:

- إن هذه الدراسات غلب عليها الطابع الوصفي (دراسة ميدانية) لواقع دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطنة.

- الدراسات التي تناولت نفس المتغيرات.

- كما أن بعض هذه الدراسات لم توازن في اختيار عيناتها البحثية مما يوصلها إلى نتائج علمية يصعب تعميمها ويبعدها عن أهدافها المرجوة.

عموما فإن قلة الدراسات و قصورها في تناول طرق وأساليب الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة المواطن، وكذا الأطراف المسؤولة عن بنائها، ومدى تأثير كل ذلك على ثقافة المواطنة يؤكد أن البحث في هذا المجال لا يزال خصبا وقد يكشف عن جوانب عديدة في المشكلة دراستنا، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة إلى الاهتمام به في انتظار دراسات علمية أخرى.

الفصل الثاني:

عرض و تحليل بيانات الدراسة

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

عرض ومناقشة وتفسير بيانات الدراسة الميدانية :

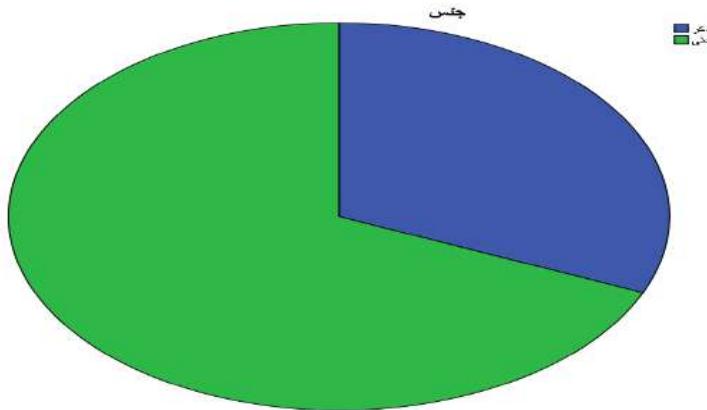
المحور الأول: البيانات الديمغرافية

الجنس:

الجدول رقم (01) : يوضح متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	متغير: الجنس
31,4	22	ذكر
68,6	48	أنثى
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (01) : يمثل متغير الجنس



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الإناث كانت أعلى حيث بلغت بتكرار (48) بنسبة مئوية (68,6 %) أما الذكور فقد كان بتكرار (22) بنسبة مئوية (31,4 %)، وهذا راجع إلى :

من الجانب التاريخي كون جنس الاناث لهن دور مهم في المجتمعات في نشر القيم والأخلاق والسلوكيات الحسنة، وبالتالي يمكن أن يرتبط استخدام الشبكات الاجتماعية بتعزيز قيم المواطنة.

يمكن للشبكات الاجتماعية أن توفر منصة للتواصل والحوار بين الأفراد والمجتمعات المختلفة، وتمكين الاناث من الانخراط في مناقشات حول القضايا الهامة والمشاركة في صياغة القرارات المجتمعية.

وقد يكون للنساء رغبة أكبر في التأثير على المجتمع وإحداث التغييرات الإيجابية، وبالتالي قد يشعرن بأن استخدام الشبكات الاجتماعية يمكن أن يساعدهن في تحقيق ذلك.

يمكن للاستخدام الفعال للشبكات الاجتماعية أن يمكن النساء من التواصل والتنسيق مع بعضهن البعض، وتشكيل جماعات ومبادرات لدعم قضايا المواطنة وحقوق المرأة.

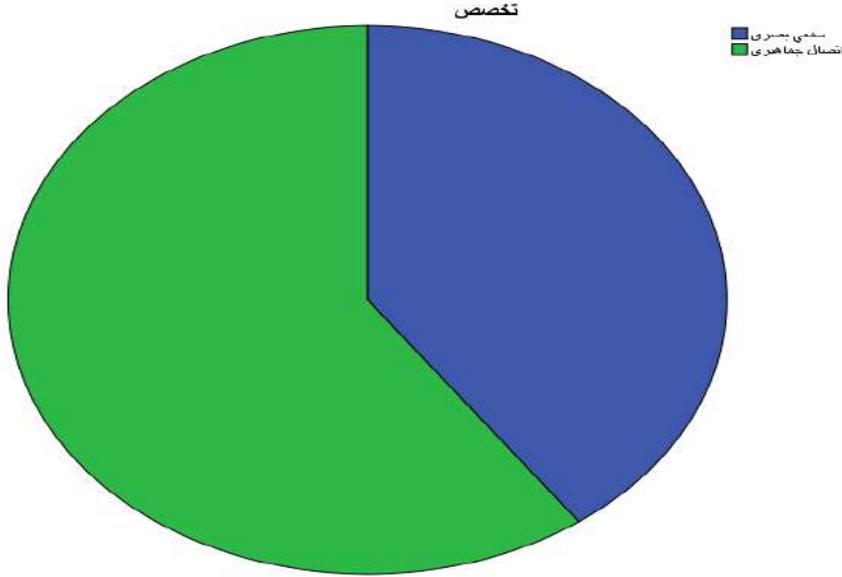
يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية بشكل فعال لتعزيز قيم المواطنة والتأثير على المجتمع، ولا شك أن النساء يمكن أن يكون لهن دور كبير في ذلك. ولكن من الضروري أن يتم استخدام هذه الوسيلة بشكل مسؤول وفعال، وإيلاء الاهتمام الكافي لتحليل البيانات وتقييم النتائج وقياس الأثر الاجتماعي والاقتصادي للاستخدام المناسب للشبكات الاجتماعية.

التخصص:

جدول رقم (02) يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
سمعي بصري	28	40,0
الاتصال الجماهيري	42	60,0
مجموع	70	100,0

الشكل البياني رقم (02) : يمثل متغير التخصص



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الاتصال الجماهيري كانت أعلى حيث بلغت بتكرار (42) بنسبة مئوية (60,0 %) أما سمعي بصري فقد كان بتكرار (28) بنسبة مئوية (40,0 %)، وهذا راجع إلى :

زيادة استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية، مما يجعل الطلاب يشعرون بالرغبة في دراسة كيفية استخدامها بشكل فعال للتواصل والتسويق والتأثير على الجمهور.

تزايد اهتمام الشركات والمؤسسات بالتسويق الرقمي والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للتسويق وإدارة العلاقات مع العملاء.

إمكانية الوصول إلى جمهور واسع بسهولة وفعالية عبر الشبكات الاجتماعية في مقارنة مع وسائل الاتصال السمعي البصري الأخرى.

قدرة الشبكات الاجتماعية على تسهيل الاتصال والتواصل بين الأشخاص في المجتمعات والمجموعات المختلفة، مما يجعلها أداة مفيدة للاتصال الجماهيري.

كذلك تخصص اتصال جماهيري يتناول دراسة كيفية التواصل والتأثير على الجماهير والمجتمعات، بالتالي يتضمن دراسة استخدام الشبكات الاجتماعية كوسيلة للتواصل والتأثير على الجمهور. بينما يركز تخصص السمعي البصري على دراسة وسائل الإعلام المرئية والسمعية مثل التلفزيون والإذاعة والسينما.

الوضعية المهنية

جدول رقم (03) يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية

الوضعية المهنية	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	21	30,0
بطل	49	70,0
مجموع	70	100,0

الشكل البياني رقم (03) : يمثل متغير الوضعية المهنية



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة **بطل** كانت أعلى حيث بلغت بتكرار (49) بنسبة مئوية (70,0 %) أما **موظف** فقد كان بتكرار (21) بنسبة مئوية (30,0) (%، وهذا راجع إلى :

كون أن هذه الشبكات الاجتماعية تستخدم بكثرة للطلبة البطالين الذين لم يتخرجوا بعد للعمل أو ممارسة الحياة العملية، فهم يستخدمونها للتواصل مع المعلمين وزملاء الدراسة والحصول على المعلومات الضرورية للدراسة وإكمال المشاريع البحثية. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد الشبكات الاجتماعية الطلاب في تحسين مهارات التواصل والتعاون والتعلم الذاتي.

ومع ذلك، ينبغي على الطلاب والمستخدمين الآخرين للشبكات الاجتماعية الحذر من الإفراط في استخدامها وضرورة تحديد الأولويات والتزام الانضباط والمناسبة في استخدامها. وعدم السماح لها بالتأثير على وقت الدراسة والإنتاجية الشخصية، كما ينبغي مراقبة الوقت المستخدم في استخدام الشبكات الاجتماعية والتأكد من التوازن بين الأنشطة الأخرى المهمة.

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

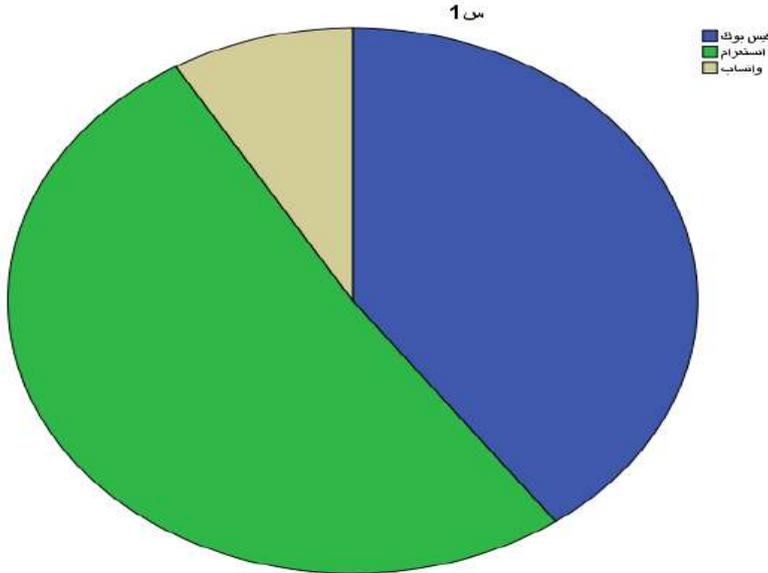
المحور الثاني : تحليل وتفسير بيانات محور(المحور الثاني من الاستمارة)

1.رتب حسب الأولوية شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرفكم؟

جدول رقم (04) يمثل الشبكة الأكثر استخداما من قبل افراد عينة الدراسة.

ترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	رتب حسب الأولوية شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرفكم
2	40,0	28	فيس بوك
1	51,4	36	الانستغرام
3	8,6	6	الواتساب
	100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (04) : يمثل متغير رتب حسب الأولوية شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرفكم



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الانستغرام كانت أعلى حيث بلغت بتكرار (36) بنسبة مئوية (51,4 %) أما فيس بوك فقد كان بتكرار (28) بنسبة مئوية (40,0 %)، أما الواتساب فقد كان بتكرار (6) بنسبة مئوية (8,6 %)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

يمكن القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا حاليًا هي إنستغرام وفيسبوك وواتساب، وهذا يعود إلى عدة أسباب.

تحظى شبكة إنستغرام بشعبية كبيرة في جميع أنحاء العالم لأنها توفر منصة سهلة الاستخدام وجذابة بصريًا للمستخدمين، وتتيح لهم مشاركة الصور والفيديوهات والقصص القصيرة والتفاعل مع المحتوى الذي ينشره الآخرون. كما توفر إنستغرام إمكانية الإعلان عن المنتجات والخدمات لجذب المزيد من العملاء وزيادة المبيعات.

أما فيسبوك، فهي أشهر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم وتضم ملايين المستخدمين الذين يستخدمونها للتواصل مع الأصدقاء والعائلة والزملاء، ولمشاركة المحتوى الذي يهمهم. كما تعتبر فيسبوك منصة قوية للإعلان والتسويق، حيث يمكن للشركات والأفراد الترويج للمنتجات والخدمات والأفكار.

أما الواتساب، فهي خدمة الرسائل الفورية الأكثر استخدامًا في العالم، حيث يمكن للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض بسهولة وسرعة ودون أي تكاليف إضافية. وتتيح الخدمة إمكانية إرسال الرسائل النصية والصوتية والمرئية والملفات والصور وغيرها.

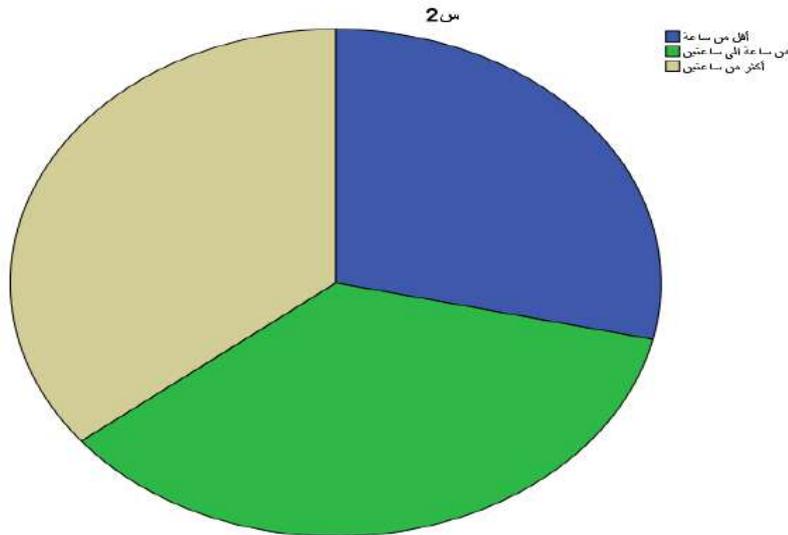
وبشكل عام، فإن سبب شعبية هذه الشبكات يعود إلى سهولة استخدامها وتوافرها على مختلف أجهزة الهواتف المحمولة، وإمكانية التواصل مع الأصدقاء والعائلة والزملاء بسهولة وفي أي وقت ومن أي مكان.

2. ما هي مدة استخدامك لهذه الشبكات؟

جدول رقم (05) يمثل مدة استخدام افراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي.

ما هي مدة استخدامك لهذه الشبكات	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من ساعة	20	28,6
من ساعة الى ساعتين	25	35,7
أكثر من ساعتين	25	35,7
مجموع	70	100,0

الشكل البياني رقم (05) : ما هي مدة استخدامك لهذه الشبكات؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة من ساعة الى ساعتين و أكثر من ساعتين كانت مطابقة بأعلى حيث بلغت بتكرار (25) بنسبة مئوية (35,7 %) أما أقل من ساعة فقد كان بتكرار (20) بنسبة مئوية (28,6 %)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

من الممكن أن يتطلب استخدامي للشبكات العصبية مدة تزيد عن ساعتين، حيث يمكن أن يتعلق الأمر بعدة عوامل، منها حجم البيانات التي يتم تدريب النموذج عليها وعدد المعلمات المستخدمة في النموذج وحتى قوة الحاسوب المستخدم في التدريب.

كما أن استخدام الشبكات العصبية يعتبر عملية حسابية معقدة وتتطلب موارد الحاسوب الكثيرة. وبالتالي، فإن زيادة حجم البيانات وعدد المعلمات قد يؤدي إلى زيادة وقت التدريب.

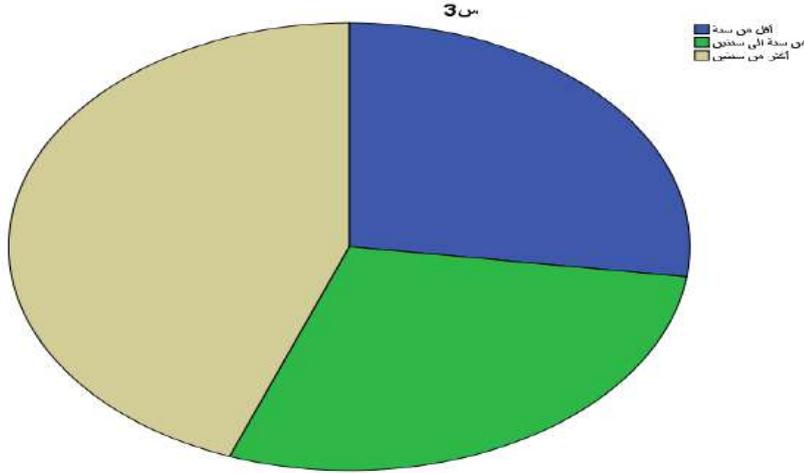
ومع ذلك، فإن الشبكات العصبية تعتبر أداة قيمة للتعلم الآلي وتحليل البيانات، حيث يمكن استخدامها في مجالات مختلفة مثل الترجمة الآلية وتحليل الصور والتعرف على الكلام وتصنيف البيانات وغيره

3. منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (06) يمثل منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي
27,1	19	أقل من سنة
28,6	20	من سنة الى سنتين
44,3	31	أكثر من سنتين
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (06) : منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي أن نسبة أكثر من سنتين كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (31) بنسبة مئوية (44,3 %) أما من سنة إلى سنتين فقد كان بتكرار (20) بنسبة مئوية (28,6) %، أما أقل من سنة فقد كان بتكرار (19) بنسبة مئوية (27,1) % وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

وذلك للاهتمام بالاطلاع الدائم على الأخبار والأحداث الجديدة، والتواصل مع الأصدقاء والعائلة وزملاء في العمل، يمكن أيضاً استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتطوير مهارات التواصل والتفاعل الاجتماعي، ولإيجاد فرص جديدة في العمل أو الدراسة.

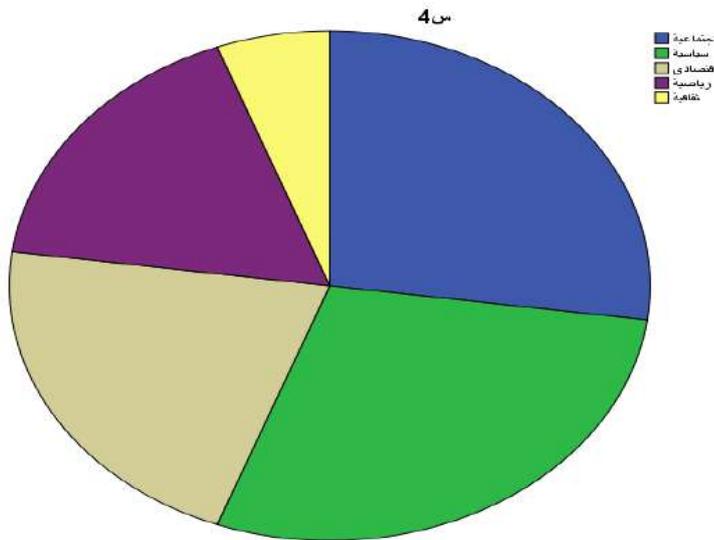
ولكن من المهم الانتباه إلى بعض الأساليب الصحية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مثل تقليل الوقت الذي تقضيه على هذه الشبكات وتجنب الانخراط في نقاشات سلبية أو مضرّة. كما ينبغي الانتباه لحماية خصوصيتك والتحكم في البيانات التي تشاركها عبر هذه الشبكات وتجنب مشاركة المعلومات الشخصية الحساسة.

4.رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها اكثر على شبكات التواصل

جدول رقم (07) يمثل رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها اكثر على شبكات التواصل

ترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها اكثر على شبكات التواصل
1	61,4	43	اجتماعية
2	38,6	27	سياسية
	00	00	الاقتصادية
	00	00	الرياضية
	00	00	الثقافية
	100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (07) : رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها اكثر على شبكات التواصل



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة اجتماعية كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (43) بنسبة مئوية (61,4 %) أما سياسية فقد كان بتكرار (27) بنسبة مئوية (38,6 %)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

المواضيع التي تهتمون بها أكثر على شبكات التواصل هي اجتماعية صحيح، عادةً ما تهتم الأشخاص بالمواضيع الاجتماعية أكثر على شبكات التواصل الاجتماعي. فعلى سبيل المثال، يمكن للأشخاص استخدام منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة الأخبار والأحداث الجارية في حياتهم اليومية، والتفاعل مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم، والتعبير عن آرائهم ومشاعرهم فيما يتعلق بالموضوعات الراهنة.

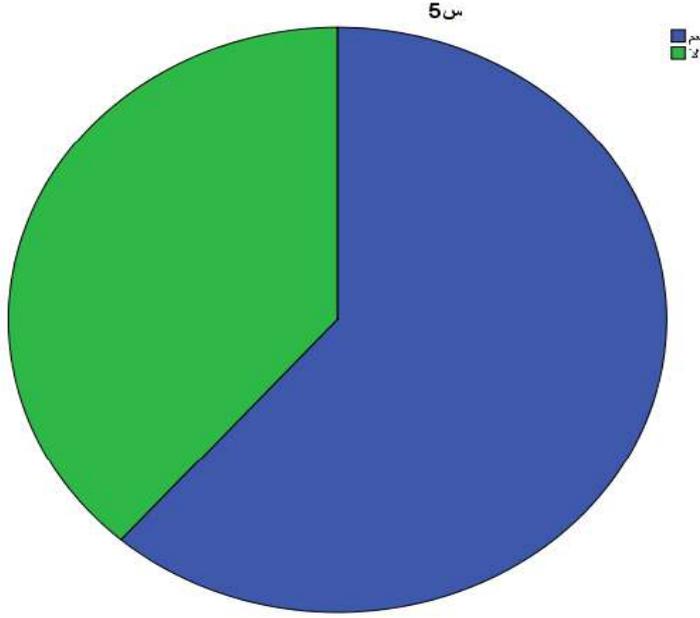
ومن المعروف أن شبكات التواصل الاجتماعي قد تؤثر على السلوك والتفكير لدى الأفراد، وبالتالي فإن المواضيع الاجتماعية التي يتم مناقشتها على هذه المنصات يمكن أن تؤثر على الرأي العام والسلوك الاجتماعي. لذلك، فإن بعض المؤسسات والحكومات والمنظمات الغير حكومية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل مع الجمهور ونشر رسائلها وأفكارها.

5. هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم ؟

جدول رقم (08) يمثل هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم ؟

هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	43	61,4
لا	27	38,6
مجموع	70	100,0

الشكل البياني رقم (08) : هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم ؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة نعم كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (43) بنسبة مئوية (61,4 %) أما لا فقد كان بتكرار (27) بنسبة مئوية (38,6%)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

الاهتمامات تلعب دورًا هامًا في تشكيل قيمنا ومعتقداتنا، فعندما نهتم بشيء ما، فإننا نميل إلى التفكير فيه بشكل أعمق وأكثر جدية، ونتعلم المزيد عنه ونطور فهمًا أفضل له.

ومن خلال تجاربنا واهتماماتنا، نتعلم كذلك القيم التي يجب أن نتبناها، مثل الصدق والنزاهة والتسامح والعدالة والتعاون، وغيرها من القيم التي تساعدنا على التعايش بسلام وتحقيق النجاح في الحياة الشخصية والمهنية.

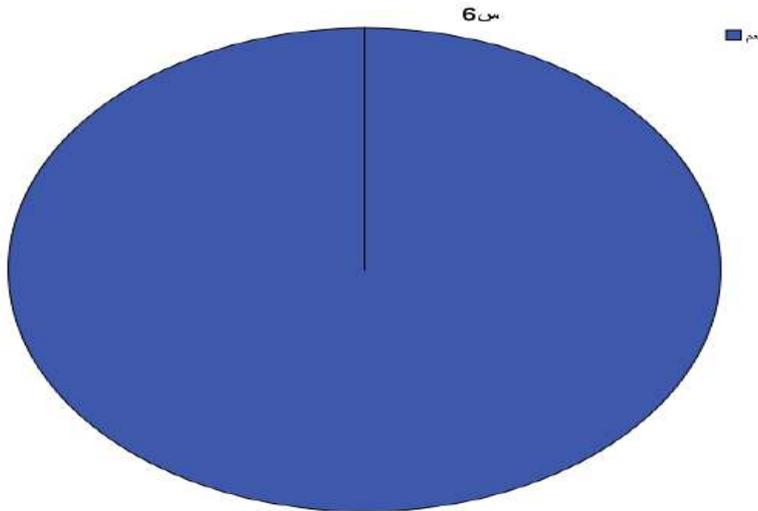
وبالتالي، فإن الاهتمامات هي جزء أساسي من تشكيل شخصيتنا ومعتقداتنا، وتساعدنا في تحديد ما الذي يهمنا حقًا وما الذي يجب علينا العمل عليه لتحقيق أهدافنا وأحلامنا.

6. هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك؟

جدول رقم (09) يمثل هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك
100,0	70	نعم
00	00	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (09) : يمثل هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة نعم كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (70) بنسبة مئوية (100,0 %)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

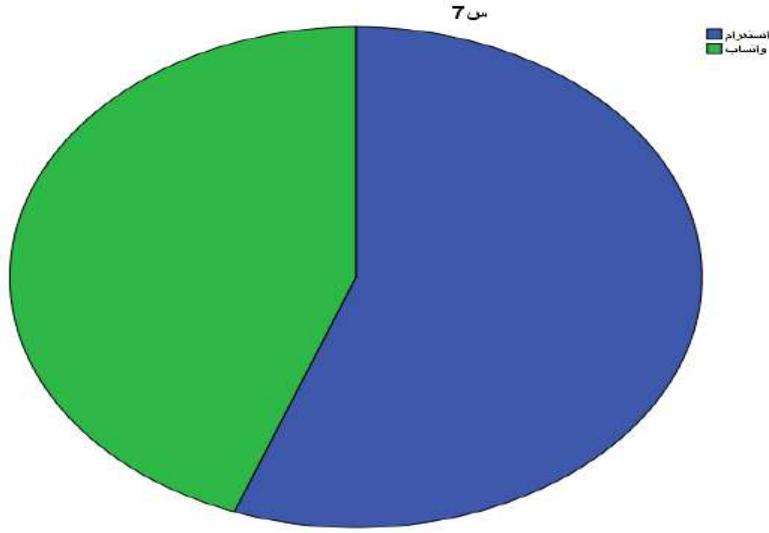
أن اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفايسبوك، يحافظ على محايدية وعدم تحيز في القضايا المختلفة، ولا يملك اهتمامات خاصة بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم المواطنة. ومن الجدير بالذكر أن صفحات الفايسبوك، كغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي، تحتوي على مختلف أنواع المحتوى والأفكار، بما في ذلك الأخبار والمعلومات والإعلانات والآراء والتعليقات والمنشورات الشخصية. ويمكن للأفراد استخدام هذه الصفحات للتواصل مع الآخرين ومشاركة الأفكار والمحتوى الذي يرونه مفيداً أو مثيراً للاهتمام. وفي النهاية، فإن القرار فيما يتعلق بالاهتمام بالقضايا المختلفة يعود إلى الأفراد ومدى اهتمامهم بها ورغبتهم في المشاركة فيها عبر الفايسبوك أو غيرها من وسائل التواصل الاجتماعي.

7. إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك

جدول رقم (10) يمثل إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك

النسبة المئوية	التكرارات	إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك
55,7	39	الأنستغرام
44,3	31	الواتساب
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (10) يمثل : إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة الأنستغرام كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (39) بنسبة مئوية (55,7 %) أما الواتساب فقد كان بتكرار (31) بنسبة مئوية (44,3 %)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

بالتأكيد، الإنستغرام هي واحدة من أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن استخدامها لترويج المنتجات والخدمات وبناء علامة تجارية قوية. يمكن للشركات والأفراد على حد سواء استخدام حسابات الإنستغرام للتواصل مع الجمهور ونشر محتوى جذاب ومثير للاهتمام.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وسيلة فعالة للتسويق عبر الإنترنت، إذ توفر وسيلة للوصول إلى جمهور واسع من المستخدمين في جميع أنحاء العالم بطريقة سهلة وفعالة، ويمكن استخدام هذه المنصات لنشر المحتوى الإعلاني والتفاعل مع العملاء وزيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات والإيرادات.

كذلك تعود إلى أن الانستغرام هي واحدة من أهم وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في العالم حالياً. فهي تتيح للأفراد والشركات والعلامات التجارية التواصل مع جمهورهم المستهدف بطريقة سهلة وفعالة، كما يمكنهم من خلالها نشر المحتوى والإعلان عن منتجاتهم وخدماتهم. وتشير الإحصائيات إلى أن عدد

مستخدمي الانستغرام يتزايد باستمرار، حيث وصل عددهم إلى أكثر من مليار مستخدم نشط شهرياً حول العالم.

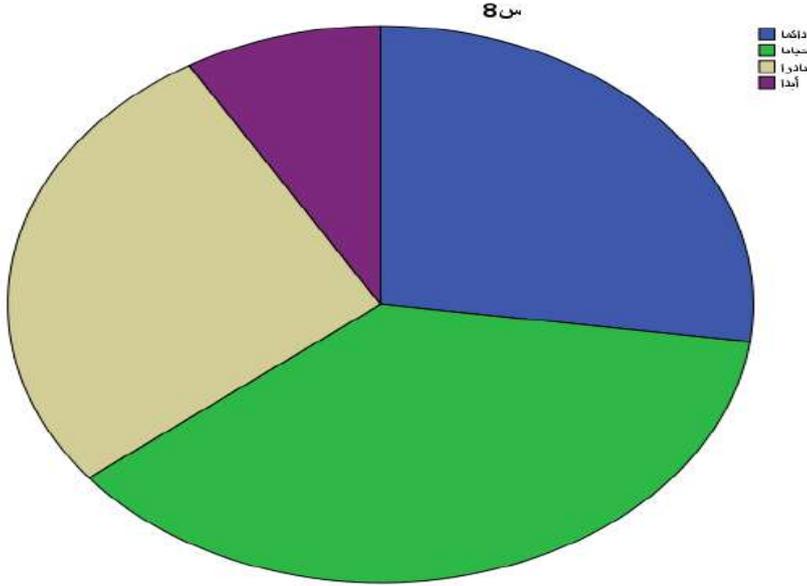
وبالإضافة إلى ذلك، فإن الانستغرام تتيح للمستخدمين إنشاء محتوى متنوع ومتعدد الصيغ، مثل الصور والفيديوهات والقصص والمنشورات النصية، مما يجعلها موقعاً جذاباً للغاية للعديد من الأشخاص والشركات. وبالتالي، فإن الانستغرام تعد منصة مهمة لنشر الأفكار والمحتوى وبناء جماهيرية قوية ومؤثرة.

8. هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم؟

جدول رقم (11) يمثل: هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم
27,1	19	دائماً
37,1	26	أحياناً
27,1	19	نادراً
8,6	6	أبداً
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (11) يمثل: هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة أحيانا كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (39) بنسبة مئوية (37,1%) أما دائما ونادرا فقد كان بتكرار (19) بنسبة مئوية (27,1%) و أما نسبة أبدا كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (6) بنسبة مئوية (8,6%)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

نعم، شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تساعد في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدة لهم، فهي توفر منصة تفاعلية للتواصل بين الأفراد، حيث يمكن للأشخاص طرح مشاكلهم والبحث عن الحلول من خلال مشاركتها مع مجتمع واسع من المستخدمين.

ويمكن للمستخدمين أيضا تقديم المساعدة والنصح والإرشاد للآخرين من خلال التعليقات والرسائل الخاصة والمشاركات العامة. كما يمكن للمنظمات والجمعيات الخيرية استخدام هذه الشبكات للترويج لأعمالهم الخيرية وطلب المساعدة من المستخدمين.

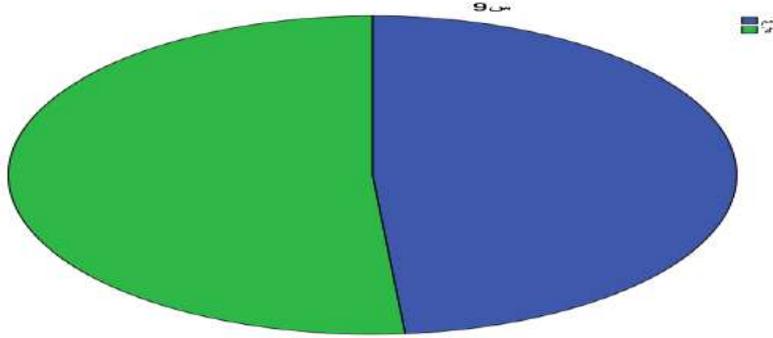
ومع ذلك، يجب أن نذكر أنه يجب الانتباه إلى أن بعض المنشورات قد تكون مزيفة أو غير صحيحة، ويجب أن يتم التحقق من مصداقية المعلومات قبل تقديم المساعدة. كما يجب أيضًا أن يتم التعامل مع المشاكل بطريقة مهذبة ومحترمة، وتجنب الانزلاق إلى التحريض أو الإساءة إلى الأشخاص الآخرين.

9. هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعد على إنشاء صداقات جديدة؟

جدول رقم (12) يمثل: هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعد على إنشاء صداقات جديدة؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعد على إنشاء صداقات جديدة؟
48,6	34	نعم
51,4	36	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (12) : هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعد على إنشاء صداقات جديدة؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة لا كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (36) بنسبة مئوية (51,4%) أما نعم فقد كان بتكرار (34) بنسبة مئوية (48,6%) ، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

هناك رؤيتان مختلفتان حول هذا الموضوع. الرأي الأول يقول إن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد في تطوير مهارات التواصل والتواصل الاجتماعي بين الأفراد، حيث توفر منصة للتواصل والتفاعل مع الآخرين وتشجع على التحدث والتعليق والمشاركة في المحادثات، وبالتالي يمكن استخدامها لإنشاء صداقات جديدة.

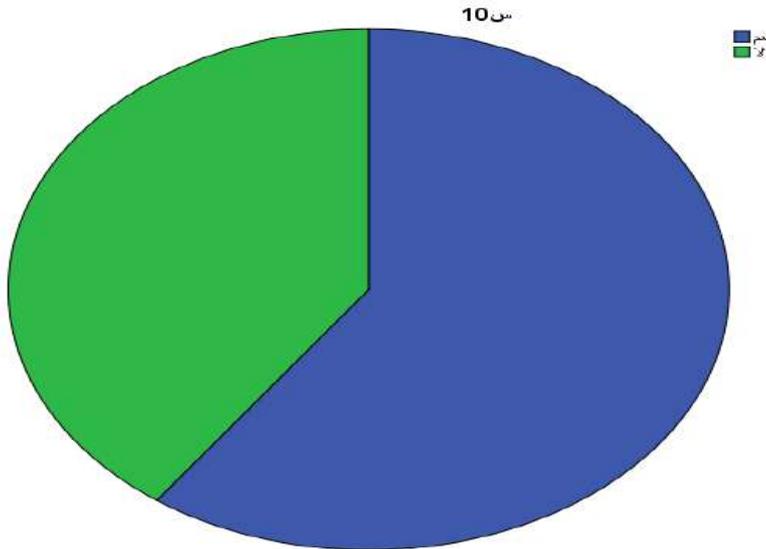
الرأي الثاني ينظر إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد تؤثر سلباً على التواصل الحقيقي بين الأفراد، حيث يمكن أن تؤدي إلى الانعزالية وعدم القدرة على التواصل الحقيقي في ظل الاعتماد الشديد عليها. كما أنها قد تؤدي إلى تقليل الاهتمام بالتواصل الحقيقي وتبادل المعلومات بين الأفراد، وبالتالي، يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي هي أدوات تساعد على التواصل وإنشاء صداقات جديدة، إذا تم استخدامها بطريقة سليمة وعقلانية، وبجانب ذلك يجب على الأفراد اتخاذ الخطوات اللازمة للحفاظ على التواصل الحقيقي مع الآخرين.

10. هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع؟

جدول رقم (13) يمثل: هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع
60,0	42	نعم
40,0	28	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (13) : هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة نعم كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (42) بنسبة مئوية (60,0%) أما لا فقد كان بتكرار (28) بنسبة مئوية (40,0%) ، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

أن شبكات التواصل الاجتماعي توفر للأفراد فرصة لمتابعة الأحداث السياسية والاجتماعية والثقافية في بلدهم، والتعرف على القضايا التي تهم المجتمع.

وبإمكان هذا التفاعل المستمر مع المحتوى المتاح على الشبكات الاجتماعية أن يساهم في توعية الأفراد بحقوقهم وواجباتهم الوطنية والاجتماعية.

علاوة على ذلك، يمكن للأفراد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعبير عن آرائهم واتخاذ مواقفهم من القضايا الهامة التي تهمهم، وذلك من خلال المشاركة في الحوارات والمناقشات المتاحة على تلك الشبكات.

ومن المهم الإشارة إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتطلب المسؤولية التامة من قبل المستخدمين، وعليهم أن يتحلوا بالاحترام والتسامح والحذر فيما يتعلق بالتعليقات التي يتم نشرها، والأخبار والمعلومات التي يتم تداولها، وذلك لتجنب الانجراف وراء المعلومات غير الصحيحة أو الزائفة.

الفصل الثاني:

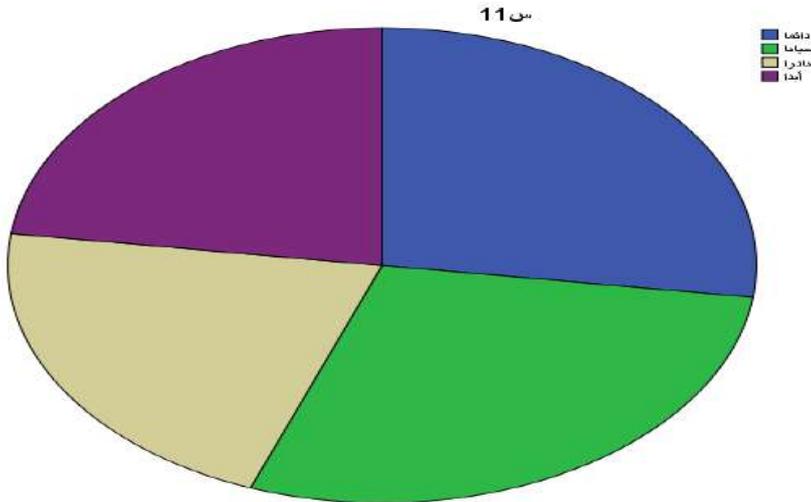
عرض ومناقشة وتفسير النتائج

11. برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية؟

جدول رقم (14) يمثل: برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية؟

النسبة المئوية	التكرارات	برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية
27,1	19	دائما
28,6	20	أحيانا
21,4	15	نادرا
22,9	16	أبدا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (14) : برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة أحيانا كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (20) بنسبة مئوية (28,6%) أما دائما فقد كان بتكرار (19) بنسبة مئوية (27,1%)، أما أبدا فقد كان بتكرار (16) بنسبة مئوية (22,9%)، أما نادرا فقد كان بتكرار (15) بنسبة مئوية (21,4%)، وقد أرجع هذا التفاوت إلى :

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية من عدة جوانب.

أولاً، توفر هذه الشبكات مساحة للتعبير عن الآراء والأفكار بحرية، دون الخوف من التعرض للملاحقة الرسمية أو الاجتماعية. وبهذه الطريقة، يمكن للأفراد الذين يشعرون بالقمع والاضطهاد في مجتمعاتهم أو دولهم أن يعبروا عن آرائهم بحرية.

ثانياً، يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تساعد في نشر الوعي حول الظلم والانتهاكات التي تحدث في العالم، وبالتالي تشجيع المجتمع الدولي على اتخاذ إجراءات لمعالجتها.

ثالثاً، يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تساعد في تنظيم الحركات الاجتماعية والتظاهرات والاحتجاجات، وبالتالي تمكين المواطنين من ممارسة حقوقهم الديمقراطية.

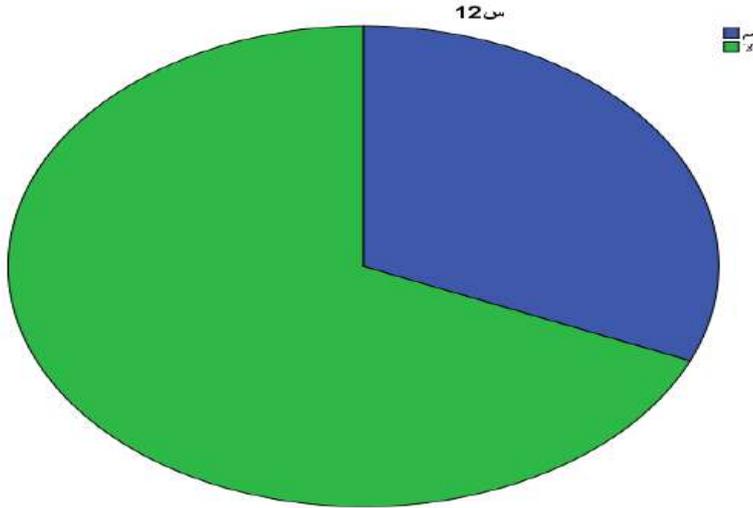
ولكن يجب الانتباه إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يشكل بديلاً للمؤسسات الديمقراطية الرسمية، وأنه يتعين على الأفراد أن يكونوا حذرين في استخدام هذه الشبكات، خاصة فيما يتعلق بتداول المعلومات والأخبار المضللة والزائفة التي يمكن أن تؤثر على الرأي العام وتخدم مصالح معينة.

12. من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية؟

جدول رقم (15) يمثل: من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية؟

النسبة المئوية	التكرارات	من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية
31,4	22	نعم
68,6	48	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (15) : من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة لا كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (48) بنسبة مئوية (68,6%) أما نعم فقد كان بتكرار (22) بنسبة مئوية (31,4%)، وهذا راجع الى :

أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بحرية، حيث تسمح هذه الوسيلة للأفراد بالتواصل مع بعضهم البعض، والتعبير عن آرائهم بشكل سهل وفوري. وبالإضافة إلى ذلك، فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتيح للأفراد التفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا المختلفة في المجتمع.

ومع ذلك، يجب أن نلاحظ أن هناك بعض التحديات المتعلقة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن الرأي بحرية، حيث يمكن أن يتعرض الأفراد للانتهاكات والاضطهاد بسبب آرائهم، ويجب عليهم أن يتعاملوا مع الانتقادات والانتهاكات بطريقة بناءة ومستنيرة.

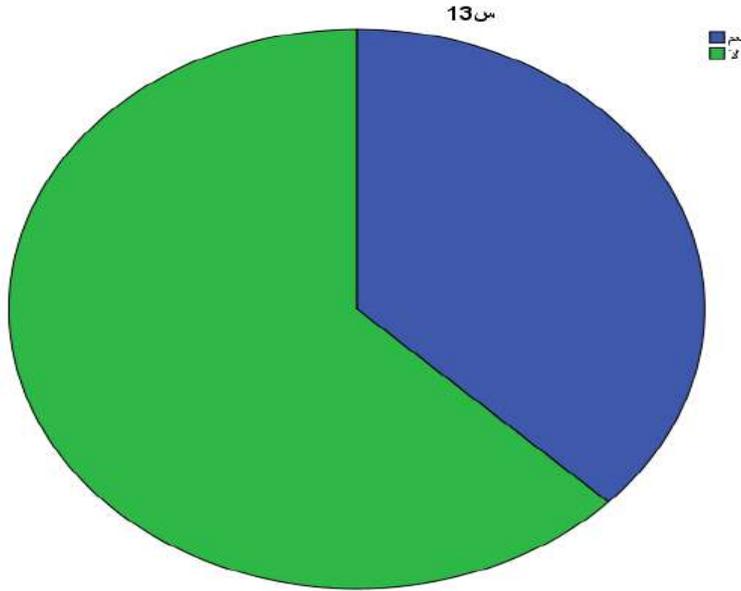
ومنه فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعبير عن الرأي بحرية يمكن أن يكون مفيداً في تعزيز الحوار والتفاعل داخل المجتمع، ولكن يجب أن نتذكر أيضاً أن هذه الوسيلة تحتاج إلى حذر وتأنٍ لتفادي الانتهاكات والمشاكل المحتملة.

13. هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية؟

جدول رقم (16) يمثل: هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية؟

هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	26	37,1
لا	44	62,9
مجموع	70	100,0

الشكل البياني رقم (16) : هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة لا كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (44) بنسبة مئوية (62,9%) أما نعم فقد كان بتكرار (26) بنسبة مئوية (37,1%)، وهذا راجع الى :

لا يمكن إنكار أن شبكات التواصل الاجتماعي قد أصبحت وسيلة مهمة لنشر المعرفة والوعي بين الأفراد، وقد تستخدم هذه الوسيلة لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية. ومع ذلك، فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الغاية يمكن أن يكون غير كافٍ، حيث أن العديد من الأفراد يستخدمون هذه الوسيلة لتبادل الصور والرسائل القصيرة، وقد لا يكون لديهم الوقت أو الاهتمام بالبحث عن المعلومات الضرورية حول حقوقهم وواجباتهم الوطنية.

علاوة على ذلك، فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية يعتمد بشكل كبير على جودة المعلومات المتداولة، وهذا يعني أن يجب على المستخدمين التحقق من مصادر المعلومات والتأكد من صحتها، وهذا بحد ذاته يمثل تحديًا كبيرًا.

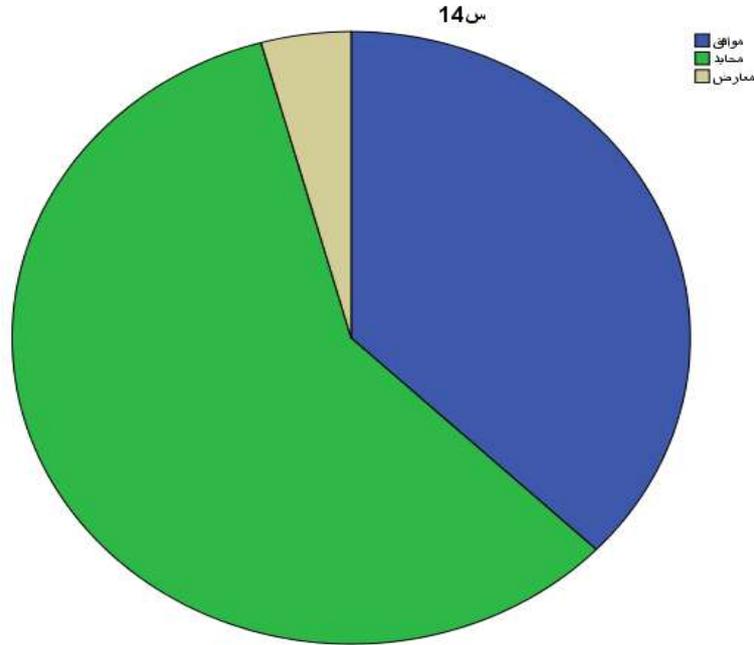
وبشكل عام، فإنه يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة إضافية لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية، ولكن يجب أن يتم استخدامها بحكمة ومع التأكد من جودة المعلومات المتداولة.

14. هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية؟

جدول رقم (17) يمثل: هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية؟

النسبة المئوية	التكرارات	هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية
37,1	26	موافق
58,6	41	محايد
4,3	3	معارض
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (17) : هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة محايد كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (41) بنسبة مئوية (58,6%) أما موافق فقد كان بتكرار (26) بنسبة مئوية (37,1%)، أما معارض فقد كان بتكرار (3) بنسبة مئوية (4,3%)، وهذا راجع الى:

كون الشبكات الاجتماعية تساهم في زيادة مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية بالعديد من الطرق. على سبيل المثال:

توفير منصة للتواصل والتفاعل بين الأفراد، مما يزيد من التواصل والتفاعل بين الناس ويساهم في تحسين مستوى الحوار والتفاهم بينهم.

تمكين الأفراد من مشاركة ونشر آرائهم وأفكارهم بشكل عام، وبالتالي تمكينهم من المشاركة في النقاشات واتخاذ القرارات التي تؤثر على حياتهم.

توفير فرصة للأفراد لمعرفة وفهم وجهات نظر أخرى وثقافات مختلفة، مما يساهم في توسيع آفاقهم وزيادة معرفتهم بالعالم وبالآخرين.

تمكين الأفراد من الوصول إلى المعلومات بشكل أسرع وأسهل، مما يساعدهم على اتخاذ القرارات المناسبة بناءً على معلومات دقيقة وشاملة.

تمكين الأفراد من التعبير عن آرائهم والانتقاد بشكل حر ومفتوح، مما يساهم في زيادة الحرية الشخصية والديمقراطية في المجتمع.

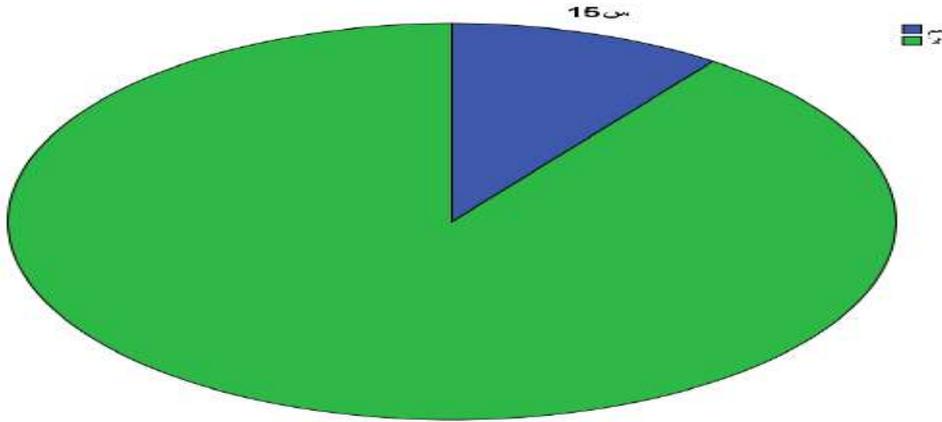
ولكن، يجب أن نلاحظ أن استخدام هذه الشبكات لا يضمن بالضرورة زيادة مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية، حيث قد يؤدي الاستخدام الخاطئ لهذه الشبكات إلى انتشار الأخبار الزائفة والإساءة إلى الأفراد والترويج للكراهية والعنف، وبالتالي يؤثر سلباً على التفاعلات الإيجابية بين الناس ويقلل من مستوى الحوار والتفاهم بينهم.

15. هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته؟

جدول رقم (18) يمثل: هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته
90,0	63	نعم
10,0	7	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (18) : هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة نعم كانت بأعلى حيث بلغت بتكرار (63) بنسبة مئوية (90,0%) أما لا فقد كان بتكرار (7) بنسبة مئوية (10,0%)، وهذا راجع الى:

كون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لتعزيز الانتماء الوطني وتثبيت المقدسات الوطنية إذا تم استخدامها بشكل مناسب.

على سبيل المثال، يمكن استخدام هذه الشبكات لنشر المعارف والمعلومات عن التراث الثقافي والتاريخ الوطني والقيم الوطنية، والتفاعل مع الآخرين لتعزيز الحوار والنقاش حول هذه القضايا. ويمكن أيضاً استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز الروح الوطنية من خلال تبادل الأفكار والتجارب والمعاني مع الآخرين في المجتمع.

ومع ذلك، يجب أن تتم هذه العملية بشكل متوازن وغير متطرف، دون الانحياز لأي اتجاه سياسي أو ثقافي أو ديني. ويجب الحرص على تعزيز الحوار والتفاعل بين الأفراد، والتركيز على تعزيز الوعي بالهوية الوطنية والتراث الثقافي بشكل إيجابي ومبدع.

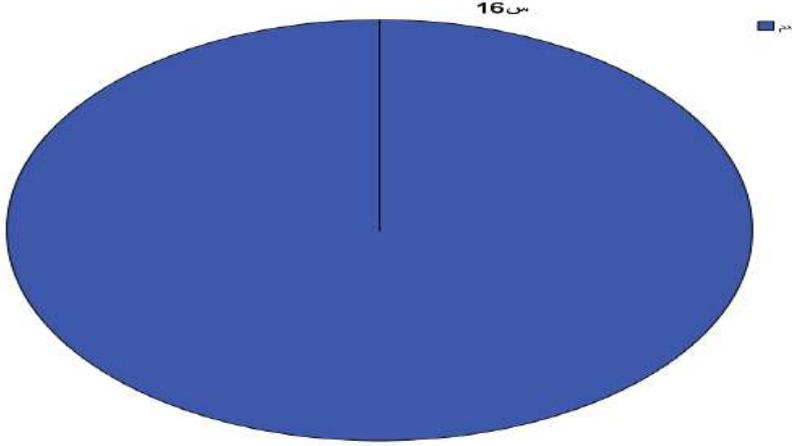
وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل مساحة عامة للتواصل والتفاعل بين الأفراد الذين يمثلون مجتمعاً متعدد الأطياف، فإنه من المهم احترام آراء ومعتقدات الآخرين وعدم فرض رؤى خاصة على الجميع.

16. وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بهويته؟

جدول رقم (19) يمثل: وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بهويته؟

النسبة المئوية	التكرارات	وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بهويته
100,0	70	نعم
00	00	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (19) : وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بهويته؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت بنعم بأعلى حيث بلغت بتكرار (70) بنسبة مئوية (100,0%)، وهذا راجع الى:

التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بالهوية الثقافية والوطنية. وذلك يأتي من خلال تبادل المعلومات والخبرات بين الأفراد، وتشجيع النقاش والحوار البناء حول القضايا المتعلقة بالهوية الوطنية والتراث الثقافي.

يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتعزيز التواصل الاجتماعي والعلاقات الإيجابية بين الأفراد داخل المجتمع، مما يزيد من شعورهم بالانتماء والاندماج في المجتمع. ويمكن أيضاً استخدام هذه الشبكات لتعزيز الوعي بالتاريخ والتراث الوطني، وتبادل الخبرات والمعرفة بين الأفراد.

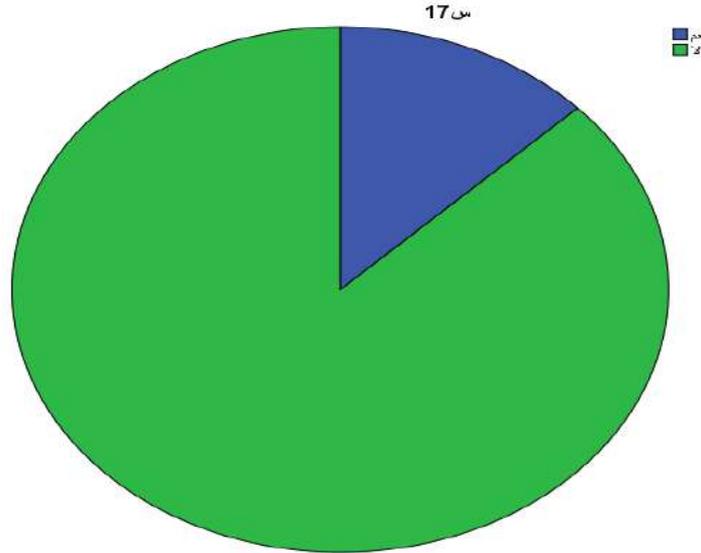
ومع ذلك، يجب أن نتذكر أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتطلب توخي الحذر والانتباه إلى مصداقية المعلومات والمصادر، حتى لا يتم استغلالها في نشر الأفكار المتطرفة أو المضللة. ومن المهم أيضاً تحديد الحدود بين الانتماء الوطني والعنصرية أو التمييز العنصري، حتى لا يؤدي ذلك إلى زيادة الانقسامات داخل المجتمع.

17. هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعداً للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال؟

جدول رقم (20) يمثل: هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعدا للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعدا للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال
12,9	9	نعم
87,1	61	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (20) : هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعدا للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت بلا بأعلى حيث بلغت بتكرار (61) بنسبة مئوية (87,1%) أما نعم فقد كان بتكرار (9) بنسبة مئوية (12,9%)، وهذا راجع الى:

يرجع إلى الطريقة التي يستخدمها المستخدمون في تقديم المعلومات والمصادر المستخدمة. فإذا تم استخدام معلومات محدودة أو معروضة بشكل مسيء أو مضلل، قد يؤثر ذلك على جودة الإجابات التي تم تقديمها.

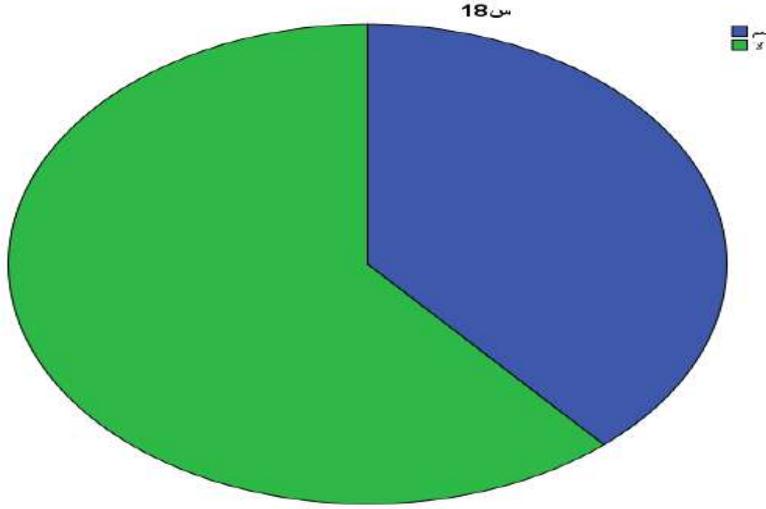
لذلك، فاعتماد على المعلومات الدقيقة والمصادر الموثوقة التي تم التحقق من صحتها، والتزام بتقديم إجابات خالية من التحيز والانحياز في جميع الأوقات.

18. هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها؟

جدول رقم (21) يمثل: هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها
38,6	27	نعم
61,4	43	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (21) : هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت بلا بأعلى حيث بلغت بتكرار (43) بنسبة مئوية (61,4%) أما نعم فقد كان بتكرار (27) بنسبة مئوية (38,6%)، وهذا راجع الى:

أن الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تخلق بعض المخاوف من ناحية ضعف حرية التعبير، وقد تؤدي إلى عدم الثقة في محتوى هذه الشبكات. ومع ذلك، فإن الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي قد تكون ضرورية في بعض الحالات لضمان سلامة المستخدمين والحفاظ على جودة المحتوى، على سبيل المثال، قد تفرض الرقابة على محتوى يحرّض على العنف أو التمييز العنصري أو الأساءة إلى الآخرين. وهذه القيود يمكن أن تحد من انتشار المحتوى الضار وتعزز الأمان والاحترام في المجتمع الافتراضي.

ومع ذلك، يجب على شركات التواصل الاجتماعي توفير الشفافية والحرية الكافية للمستخدمين، وتبين لهم سبب إزالة أي محتوى، وكذلك تقديم المستخدمين بالإشعارات اللازمة لإبلاغهم بأي تغييرات في سياسة الرقابة.

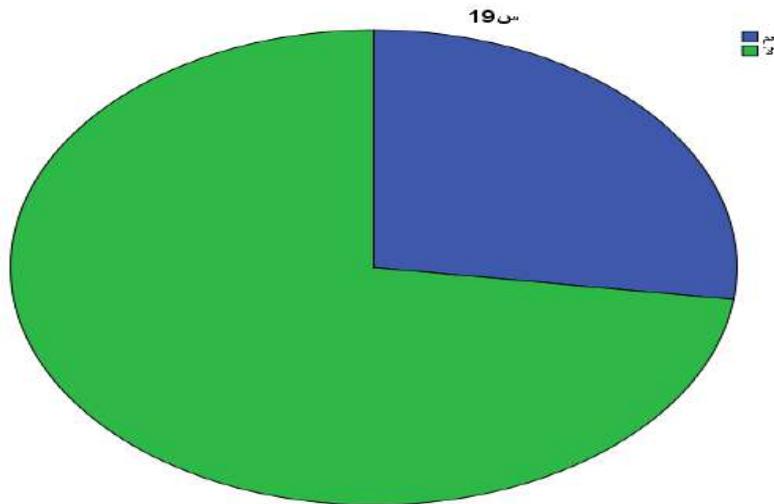
بالإضافة إلى ذلك، يجب التركيز على تحسين جودة المحتوى المتاح، من خلال تشجيع الإنتاج المحتوى الذي يستند إلى مصادر موثوقة ومصادر مؤكدة علميًا، وتعزيز الحوار والنقاش البناء حول القضايا المتعلقة بالمواطنة والسياسة والاجتماعية.

19. برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟

جدول رقم (22) يمثل: برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟

النسبة المئوية	التكرارات	برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟
27,1	19	نعم
72,9	51	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (22) : برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت بلا بأعلى حيث بلغت بتكرار (51) بنسبة مئوية (72,9%) أما نعم فقد كان بتكرار (19) بنسبة مئوية (27,1%)، وهذا راجع الى:

إلى ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر سلبًا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها. فالمعلومات المضللة وغير الدقيقة يمكن أن تؤدي إلى انحراف الرأي العام وتحريض الناس على العنف والكراهية بدلاً من تعزيز قيم المواطنة.

لذلك، يجب على الأفراد والمؤسسات والحكومات أن يعملوا على تحسين مصداقية المعلومات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتحفيز إنتاج المحتوى الذي يستند إلى مصادر موثوقة ومصادر مؤكدة علميًا. كما يجب على الأفراد القيام بدورهم في التحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها أو استخدامها، وبالتالي تقليل انتشار المعلومات الزائفة والمضللة.

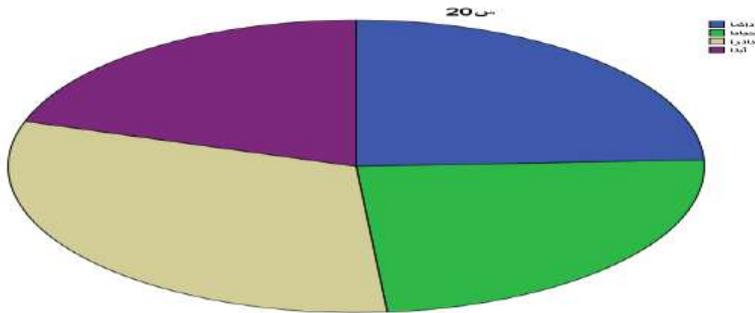
بالإضافة إلى ذلك، يجب على شركات التواصل الاجتماعي اتخاذ إجراءات صارمة للحد من انتشار المعلومات الزائفة والمضللة، من خلال تحديد مصادر المحتوى غير الموثوق بها وإزالتها بشكل سريع.

20. هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم الثالث تؤثر سلبا على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة؟

جدول رقم (23) يمثل: هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم الثالث تؤثر سلبا على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم الثالث تؤثر سلبا على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة
24,3	17	دائما
24,3	17	أحيانا
31,4	22	نادرا
20,0	14	أبدا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (23) : هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم الثالث تؤثر سلبا على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت نادرا بأعلى حيث بلغت بتكرار (22) بنسبة مئوية (31,4%) أما أحيانا ودائما فقد كان بتكرار (17) بنسبة مئوية (24,3%)، أما أبدا فقد كان بتكرار (14) بنسبة مئوية (20,0%)، وهذا راجع الى:

لا يمكن تجاهل التأثير السلبي الذي قد ينجم عن فرض قيود على حرية الرأي والتعبير في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن المنطقة أو البلد. فالحرية في التعبير تمثل مبدأ أساسياً في الديمقراطية وحقوق الإنسان، وتؤثر بشكل كبير على القدرة على نشر القيم المواطنة.

فقد تؤدي القيود على حرية الرأي والتعبير إلى إحباط المستخدمين وعدم رغبتهم في التفاعل والتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مما يحول دون تحقيق الأهداف المرجوة من تعزيز الوعي بالمواطنة وتعزيز القيم الإنسانية الأساسية.

كما أن هذه القيود يمكن أن تؤدي إلى زيادة الاحتجاجات والتظاهرات والمظاهرات العامة، مما يؤثر بشكل كبير على الاستقرار الاجتماعي والسياسي في المنطقة.

لذلك، يجب التعامل مع هذه القضية بحذر وتوازن، وتحقيق توازن بين حرية التعبير والحفاظ على الاستقرار الاجتماعي والسياسي. ويجب على الحكومات والشركات التكنولوجية التعاون معاً لتحديد أفضل السبل لتحقيق هذا التوازن، وضمان أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يحقق الأهداف الإيجابية بطريقة متوازنة ومستدامة

21. هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة؟

جدول رقم (24) يمثل: هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة؟

النسبة المئوية	التكرارات	هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة
38,6	27	نعم
61,4	43	لا
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (24) : هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت لا بأعلى حيث بلغت بتكرار (43) بنسبة مئوية (61,4%) أما نعم فقد كان بتكرار (27) بنسبة مئوية (38,6%)، وهذا راجع الى:

تواصل الناس عبر شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون وسيلة فعالة لنشر قيم المواطنة وتعزيزها، ولكن من المهم مواجهة التحديات التي تواجه هذه الشبكات.

في حالة انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن أن تتأثر جودة المعلومات المتاحة، مما يؤثر على القدرة على نشر القيم المجتمعية السليمة. كما أن انتشار العنصرية والتحريض على الكراهية يمكن أن يؤدي إلى انقسام المجتمعات وتوتر العلاقات بين مختلف الأفراد.

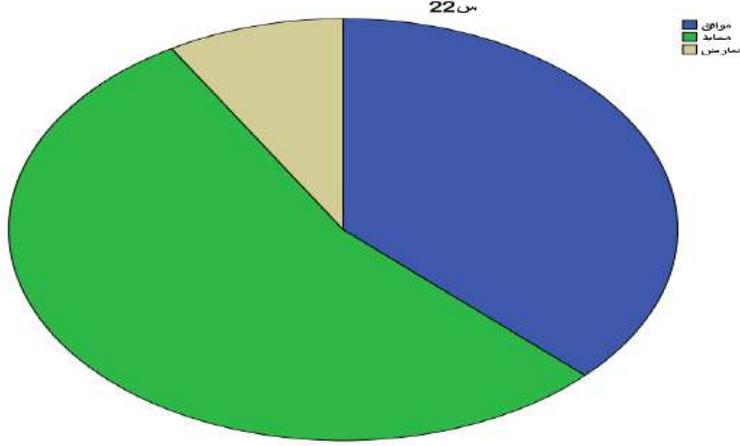
لذلك، يجب على الأفراد والجهات المعنية العمل سويًا لتحديد ومواجهة هذه التحديات، وإتاحة فرصة للنقاش والحوار البناء حول القضايا المتعلقة بالمواطنة، وتعزيز القيم الإنسانية الأساسية مثل الاحترام والتسامح والعدالة.

22. يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مشكلات استخدامها في نشر قيم المواطنة؟

جدول رقم (26) يمثل: يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مشكلات استخدامها في نشر قيم المواطنة؟

النسبة المئوية	التكرارات	يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مشكلات استخدامها في نشر قيم المواطنة
37,1	26	موافق
54,3	38	محايد
8,6	6	معارض
100,0	70	مجموع

الشكل البياني رقم (26) : يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مشكلات استخدامهما في نشر قيم المواطنة؟



تعليق وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول أن نسبة كانت محايد بأعلى حيث بلغت بتكرار (38) بنسبة مئوية (54,3%) أما موافق فقد كان بتكرار (26) بنسبة مئوية (37,1%)، أما معارض فقد كان بتكرار (6) بنسبة مئوية (8,6%)، وهذا راجع الى:

من خلال الجدول أعلاه والشكل كانت اجابات افراد العينة بالمحايدين ذلك راجع الى أن الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة قد تساهم في نشر أفكار ضارة وتحريض الناس على العنف والكراهية. يمكن للأشخاص الذين يستخدمون هذه الصفحات التخفي والانتحال لتحريض الآخرين على اتباع معتقدات خطيرة أو تجاهل القيم المجتمعية الأساسية.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي هذه الصفحات المجهولة إلى التعرض للإساءة والتنمر والتشهير، وذلك بسبب صعوبة تحديد هوية صاحب الحساب المجهول وتحديد مصدر الاعتداء.

لذلك، يجب على شركات التواصل الاجتماعي والجهات المعنية إبلاء هذه المشكلة الاهتمام الكافي، واتخاذ إجراءات صارمة للحد من انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة، من خلال تحديد هويات المستخدمين وإزالة الصفحات التي تثير الكراهية وتنتهك قيم المجتمع.

23. ماذا تقترح من اجل حسن استخدام شبكات التواصل في نشر وتعزيز قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة؟

يوجد العديد من الطرق التي يمكن استخدامها لحسن استخدام شبكات التواصل في نشر وتعزيز قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة، ومنها:

تنظيم حملات إعلامية: يمكن تنظيم حملات إعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز قيم المواطنة ونشر الوعي الاجتماعي، باستخدام الصور والفيديوهات والمنشورات التي تتضمن رسائل واضحة ومفيدة.

إقامة ورش عمل: يمكن إقامة ورش عمل ودورات تدريبية للطلاب حول كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل صحيح وفعال، وذلك لتعليمهم كيفية التعامل مع هذه الأداة بمهنية وعلمية وتعزيز قيم المواطنة لديهم.

استخدام القصص الإلهامية: يمكن استخدام القصص الإلهامية عن المواطنين النموذجيين والأشخاص الذين حققوا نجاحًا في التغيير الاجتماعي، وذلك لإلهام الطلاب وتشجيعهم على العمل على تحقيق التغيير الإيجابي.

المشاركة الفاعلة: يمكن تشجيع الطلاب على المشاركة الفاعلة في مناقشات وحوارات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لتبادل الآراء والأفكار والنظريات التي تعزز قيم المواطنة والوعي الاجتماعي.

الاستفادة من الهاشتاغات: يمكن استخدام الهاشتاغات المناسبة عند نشر المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لزيادة الانتشار وجذب اهتمام الجمهور المستهدف.

هذه بعض الافكار التي اقترحتها الطلبة لحسن استخدام شبكات التواصل في نشر وتعزيز قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة من وجهة نظرهم.

النتائج العامة للدراسة:

كل جدول عدا البيانات السوسيوديمغرافية يعطينا نتيجة تذكر على الطريقة التالية

مثال:

- بينت نتائج الدراسة ان شبكة الانستغرام هي اكثر الشبكات استخداما من قبل افراد عينة المبحوثين حيث بلغت نسبة (51,4 %) أما فيس بوك فقد كان بتكرار بنسبة مئوية (40,0 %)، أما الواتساب فقد كان بنسبة مئوية (8,6 %)، ويرجع ذلك الى ميزة شبكة الانستغرام وتوافقها مع طبيعة تركيبة جمهور الدراسة.

خاتمة

مئة

خاتمة

يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في تعزيز المواطنة لدى طلاب الإعلام والاتصال، حيث تساعد في تحقيق الانفتاح على الآخر والتعرف على ثقافات مختلفة وتحقيق التواصل والتفاعل بين الأفراد. كما تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وتشجيع المشاركة الفعالة في الحوار العام والتغيير الإيجابي في المجتمع. ولذلك، يجب على الطلاب أن يتعلموا كيفية استخدام هذه الشبكات بشكل صحيح وفعال والتعرف على دورها في تعزيز المواطنة وإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات الاجتماعية والبيئية والسياسية.

حيث تشير الدراسات إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في تحسين المواطنة لدى طلبة الإعلام والاتصال، حيث تساعد على توفير فرص للتواصل والتفاعل مع المجتمع المحيط والاطلاع على آرائهم ومشاركتهم. كما تساهم في إبراز القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وتوفير بيئة حوارية تشجع على التفكير النقدي وتبادل الآراء والأفكار.

ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى الانغماس في العالم الافتراضي والتشتت والتشتيت الانتباهي، مما يؤثر على التركيز والمشاركة الفعالة في المجتمع الحقيقي. لذلك، يجب أن يتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مسؤول وفعال لتحقيق الأهداف المرجوة في تعزيز المواطن.

قائمة المصادر
والمراجع

مراجع:

من المجالات:

صبري خالد عبدالهادي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي «دراسة ميدانية»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر/كلية الإعلام، -القاهرة- مدينة نصر- ، العدد السابع والخمسون - الجزء الثاني - شعبان 1442هـ - أبريل 2021م.

بوشلاغم حنان، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفايسبوك بجامعة جيجل)، دفاثر المخبر، منشورات مخبر المسألة التربوية في ظل التحديات الراهنة QUEDEA، جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلد 11، عدد 02، 2016.

بوشلاغم حنان، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفايسبوك بجامعة جيجل)، دفاثر المخبر، مجلد 11، عدد 2، ص 171-190، 2016.

حامد سعيد الجبر و ابتسام محمد رشيد عقيل و منى عبد الحميد حسن، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (176) ، الجزء الثاني، 2017م.
صبري خالد عبد الهادي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي ((دراسة ميدانية))، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة مدينة نصر، عدد 57، ج 2، 2021.

إبراهيم قلاويز وغربي محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 3، العدد 6، 2018م.

من الكتب:

- نهى سيد عبد المعطي، صحافة المواطن، نحو نمط اتصالي جديد، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
- خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013.
- خير الدين عويسي: دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 1، 1997.
- محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الثانية، 1999.
- أحمد بنمرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الرابعة، 2010.
- محمد عبيد وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 2، التل للنشر والتوزيع، عمان، دن س.
- محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الثالثة، 2000.
- أحمد بدر: مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، دار المعرفة الجامعية، الرياض، 1999.
- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
- محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- صلاح أبو الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1983.
- مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

Jay Black and Jennings Brayant: Introduction to Communication, Understand The Past, Experience The Present, marvel The Future, Medison, Brown Q, Bench Mark, 4th ed, 1995.

من الأنترنت:

<http://constantine3.blogspot.com>

مساعد المحيا، شبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة .. الأساليب والوسائل، الأحد 2 / 2 / 1439 / الموافق 25 / 10 / 2017، ورقة رئيسية :
(<https://multaqaasbar.com>) ، 2022/12/30 ، 17:21 سا.

الملاحق

:

إستبيان حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى طلبة إعلام وإتصال.

الجنس:

ذكر

أنثى

السن:

التخصص:

سمعي بصري

الإتصال الجماهير

الوضعية المهنية

موظف

بطل

1. رتب حسب الأولوية شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر
استخداما من طرفكم؟

فيس بوك

الانستغرام

الواتساب

2. ما هي مدة استخدامك لهذه الشبكات؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين

أكثر من ساعتين

3. منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة

من سنة إلى سنتين

أكثر من سنتين

4. رتب حسب الأولوية المواضيع التي تهتمون بها أكثر على

شبكات التواصل الاجتماعي

السياسية

الاقتصادية

الرياضية

الثقافية

5. هل ترون هذه الاهتمامات تساعدكم في تكوين قيمكم؟

نعم

لا

6. هل لديكم اهتمامات بالقضايا التي تؤثر في تكوين قيم

المواطنة لديكم وذلك من خلال صفحات الفيسبوك؟

نعم

لا

7. إذا كانت إجابتك بنعم فما هي أهم الصفحات التي تكون هذه

القيم (يمكن اختيار أكثر من بديل) الفيس بوك

الأنستغرام

الواتساب

8. هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة مشاكل الآخرين وتقديم المساعدات لهم؟

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

9. هل يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة تنمي مهارات اتصال الفرد بالآخرين وتساعد على إنشاء صداقات جديدة؟

نعم

لا

10. هل تساعدك تلك الشبكات على إدراك المسؤوليات التي تقع على عاتقك نحو الوطن والمجتمع؟

نعم

لا

11. برأيك هل تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الحريات العامة والحقوق الفردية والجماعية؟

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

12. من خلال تجربتك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هل تعتبرها وسيلة مهمة وسهلة للتعبير عن الرأي بكل حرية؟

نعم

لا

13. هل ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل لتوعية الفرد بحقوقه وواجباته الوطنية؟

نعم

لا

14. هناك من يعتبر أن هذه الشبكات تزيد من مستوى وعي الفرد في الممارسة الديمقراطية؟

موافق

محايد

معارض

15. هل تعتبر أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مناسبة لغرس الروح الوطنية وتثبيت مقدساته؟

نعم

لا

16. وهل هي أداة فعالة لتنمية قيم الانتماء الوطني والاعتزاز بهويته؟

نعم

لا

17. هل تؤثر فيك تلك الشبكات وتجعلك مستعدا للدفاع عنه في كل الظروف والأحوال؟

نعم

لا

18. هل الرقابة المفروضة على شبكات التواصل الاجتماعي يجعلك لا تثق في محتوياتها؟

نعم

لا

19. برأيك هل ضعف مصداقية المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر سلبا على نشر قيم المواطنة في محتوياتها؟

نعم

لا

20. هل القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في العالم الثالث تؤثر سلبا على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز قيم المواطنة؟

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

21. هل انتشار الشائعات والعنصرية في شبكات التواصل الاجتماعي يجعلها وسائل غير مناسبة لنشر قيم المواطنة؟

نعم

لا

22. يعد انتشار الهويات الافتراضية والصفحات المجهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مشكلات استخدامها في نشر قيم المواطنة؟

موافق

محايد

معارض

ماذا تقترح من أجل حسن استخدام شبكات التواصل في نشر وتعزيز قيم المواطنة لدى جمهور الطلبة؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

مخرجات spss:

Effectifs

[Ensemble_de_données1] C:\Users\ASUS\Desktop\مذكرات مختلطة 2023\شكيب مذكرة SPSS ووفاء\وفاء.sav

	جنس	تخصص	وضعية مهنية	س1	س2	س3	س4	س5	س6	س7	س8	س9	س10	س11	س12	س13	س14	
N	Valid	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	
	Manquante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Somme		118	112	119	118	145	152	172	97	70	101	152	106	98	168	118	114	117
Centiles	25	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
	50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	
	75	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	

Tableau de fréquences

جنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذکر	22	31,4	31,4	31,4
أنثى	48	68,6	68,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

تخصص

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
بصري سمعي	28	40,0	40,0	40,0
جماهيرى اتصال	42	60,0	60,0	100,0
Total	70	100,0	100,0	

مهنية وضعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موظف	21	30,0	30,0	30,0
Validé بطل	49	70,0	70,0	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
بوک فیس	28	40,0	40,0	40,0
Validé انستغرام	36	51,4	51,4	91,4
واتساب	6	8,6	8,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ساعة من أقل	20	28,6	28,6	28,6
Validé ساعتين الى ساعة من	25	35,7	35,7	64,3
ساعتين من أكثر	25	35,7	35,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة من أقل	19	27,1	27,1	27,1
Validé سنتين الى سنة من	20	28,6	28,6	55,7
سنتين من أكثر	31	44,3	44,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اجتماعية	19	27,1	27,1	27,1
سياسية	20	28,6	28,6	55,7
اقتصادي	15	21,4	21,4	77,1
رياضية	12	17,1	17,1	94,3
ثقافية	4	5,7	5,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	43	61,4	61,4	61,4
لا	27	38,6	38,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س6

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	70	100,0	100,0	100,0

س7

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
انستغرام	39	55,7	55,7	55,7
واتساب	31	44,3	44,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	19	27,1	27,1	27,1
أحيانا	26	37,1	37,1	64,3
نادرا	19	27,1	27,1	91,4

أبدا	6	8,6	8,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

9س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	34	48,6	48,6	48,6
Valide لا	36	51,4	51,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

10س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	42	60,0	60,0	60,0
Valide لا	28	40,0	40,0	100,0
Total	70	100,0	100,0	

11س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	19	27,1	27,1	27,1
أحيانا	20	28,6	28,6	55,7
Valide نادرا	15	21,4	21,4	77,1
أبدا	16	22,9	22,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

12س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	22	31,4	31,4	31,4
Valide لا	48	68,6	68,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س13

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	26	37,1	37,1	37,1
Validé لا	44	62,9	62,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س14

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé موافق	26	37,1	37,1	37,1
Validé محايد	41	58,6	58,6	95,7
Validé معارض	3	4,3	4,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س15

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	7	10,0	10,0	10,0
Validé لا	63	90,0	90,0	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س16

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	70	100,0	100,0	100,0

س17

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	9	12,9	12,9	12,9
Validé نعم	61	87,1	87,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س18

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	27	38,6	38,6	38,6
Valide لا	43	61,4	61,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س19

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	19	27,1	27,1	27,1
Valide لا	51	72,9	72,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س20

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	17	24,3	24,3	24,3
أحيانا	17	24,3	24,3	48,6
Valide نادرا	22	31,4	31,4	80,0
أبدا	14	20,0	20,0	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س21

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	27	38,6	38,6	38,6
Valide لا	43	61,4	61,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

س22

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

موافق	26	37,1	37,1	37,1
محاييد	38	54,3	54,3	91,4
معارض	6	8,6	8,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

