



جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق الرقمي

برنامج ماجستير الإعلام الرقمي

فبراير - ٢٠٢٤

The effect of social media on social values in UAE

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة

الإمارات العربية المتحدة

”دراسة ميدانية“

خوله علي العنبي

232000361

إشراف الدكتورة: مهيتاب الرافي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من جعل البسمة على وجهي في كل مرة نادوني باسمه فخراً ، وإلى بشاشته وحسن أخلاقه ، إلى جمال روحه
وطيب سمعته ..

(أبي الغالي)

إلى من أدارت لي عتمة الليل وأضاءت لي شمساً تنير لي درباً لم أستطع أن أصل إليه لولاها
إلى نبع الحنان الذي لا يتوقف ..

(أمي العزيزة)

إلى من هيا لي الوقت لدراستي وساعدني لإتمامه لكي يتكلل بهذا النجاح المتواضع ..
(زوجي الحبيب)

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين. يطيب لي أن أتقدم بخالص الشكر والعرفان لكل من ساهم معي في إعداد هذا البحث سواء كان توجيه أو رأي أو دعم أو إرشاد .

كما أخص بالشكر والتقدير سعادة الدكتورة/ مهيتاب الرافي المشرفة على هذه الدراسة وصاحبة الفضل في توجيهي ومساعدتي في تجميع المادة البحثية، فجزاها الله خيراً.

وأتقدم بالشكر لكل من المحكمين: الدكتور محمد عويس، الدكتورة شيرين توفيق، والدكتورة دعاء راضي، وأخيراً أتقدم بجزيل الشكر إلى كل منسوبي جامعة ميدأوشن.

الباحثة

مستخلص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وبلغت عينة الدراسة (201) من المواطنين في المجتمع الإماراتي وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة للدراسة .

تمثلت أهم نتائج الدراسة في وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية عند مستوى معنوية وأن أهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد ثم تشجيع التعلم المستمر وتبادل المعرفة يليهم تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة، وأخيراً توفير منصات لدعم القضايا الخيرية. وهناك مستوى موافقة مرتفع من أفراد عينة الدراسة بأن هناك تأثير سلبي لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع.

وقد أوصت الدراسة بالاهتمام بزيادة وعي أفراد المجتمع بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع وكيفية مواجهة الآثار السلبية والعمل على توفير البيئة التحتية التكنولوجية المناسبة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في كافة المجالات والاهتمام بزيادة وعي أولياء الأمور بضرورة متابعة الأبناء عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على زيادة دور المؤسسات التعليمية والمجتمعية في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب الإماراتي.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي - القيم الاجتماعية - الإمارات العربية المتحدة.

Abstract

This study aimed to explore the impact of social media on social values in the United Arab Emirates. It adopted a descriptive analytical approach and involved a sample of 201 citizens from the Emirati community, relying on surveys as the research tool.

The study's most significant findings include a statistically significant positive correlation between social media and social values at a meaningful level. The most important social values promoted by social media platforms, from the perspective of the study's sample, are enhancing solidarity and cooperation among individuals, followed by encouraging continuous learning and knowledge exchange, providing emotional support to individuals during tough times, and finally, offering platforms to support charitable causes. There is a high level of agreement among the study's participants that social media has a negative impact on the values of respect and appreciation in society.

The study recommends increasing community awareness of the positive and negative impacts of social media on society and how to address the negative effects. It also suggests providing the appropriate technological infrastructure for using social media across all fields and increasing parental awareness of the need to monitor their children's use of social media sites. Additionally, it calls for increasing the role of educational and community institutions in developing social values among Emirati youth.

Keywords: Social media – Social Values – united Arab emirates (UAE).

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الإهداء
ب	الشكر والتقدير
1	المستخلص
2	Abstract
3	فهرس المحتويات
5	فهرس الجداول
6	فهرس الأشكال
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
8	المقدمة
8	مشكلة الدراسة
8	تساؤلات الدراسة
9	أهمية الدراسة
9	أهداف الدراسة
9	فرضيات الدراسة
10	مفاهيم الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
12	شبكات التواصل الاجتماعي
12	مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي
13	أنواع وسائل التواصل الاجتماعي
14	خصائص الشبكات الاجتماعية
15	الخدمات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي
16	غايات ودوافع استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي
17	إيجابيات وسلبيات شبكة التواصل الاجتماعي
18	القيم الاجتماعية
18	مفهوم القيم الاجتماعية
19	أهمية القيم الاجتماعية
19	أهمية القيم الاجتماعية في المجتمع
20	العوامل المؤثرة في تنمية وتعزيز القيم

رقم الصفحة	الموضوع
21	العوامل التي تتصل بالبيئة الاجتماعية
22	وسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية
23	الدراسات السابقة
27	التعليق على الدراسات السابقة
الفصل الثالث: منهج الدراسة وإجراءاته	
29	منهجية البحث
29	مجتمع وعينة الدراسة
29	الأساليب الإحصائية
29	أداة الدراسة
30	ثبات أداة الدراسة
الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها	
32	مقدمة
32	خصائص عينة الدراسة
35	المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي
42	المحور الثاني: القيم الاجتماعية
الفصل الخامس: خلاصة نتائج البحث وتوصياته	
51	خلاصة النتائج
52	التوصيات
53	قائمة المراجع

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
32	توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع	1
33	توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر	2
34	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي	3
34	توزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة	4
35	توزيع عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة في العمل	5
35	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأكثر جهاز مستخدم في تصفح وسائل التواصل	6
36	توزيع عينة الدراسة وفقاً للاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي	7
37	توزيع عينة الدراسة وفقاً لوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بشكل رئيسي	8
38	توزيع عينة الدراسة وفقاً للأنشطة التي تتم على وسائل التواصل الاجتماعي	9
39	توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور بالضغط للحفاظ على الوجود في وسائل التواصل الاجتماعي	10
40	توزيع عينة الدراسة وفقاً لتنظيم الوقت في استخدام وسائل التواصل	11
40	توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي	12
41	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي	13
42	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي	14
43	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل التقييم لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع	15
43	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقليلها	16
44	توزيع عينة الدراسة وفقاً للاهتمام بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات	17
45	توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور تشعراً بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية	18
46	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	19
47	توزيع عينة الدراسة وفقاً للتقييم لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي	20
49	نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية	21

فهرس الأشكال

رقم الشكل	الشكل	رقم الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع	32
2	توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر	33
3	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي	33
4	توزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة	34
5	توزيع عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة في العمل	35
6	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأكثر جهاز مستخدم في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي	36
7	توزيع عينة الدراسة وفقاً للاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي	36
8	توزيع عينة الدراسة وفقاً لوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بشكل رئيسي	37
9	توزيع عينة الدراسة وفقاً للأنشطة التي تتم على وسائل التواصل	38
10	توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور بالضغط للحفاظ على الوجود في وسائل التواصل الاجتماعي	39
11	توزيع عينة الدراسة وفقاً لتنظيم الوقت في استخدام وسائل التواصل	40
12	توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي	41
13	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي	41
14	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي	42
15	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل التقييم لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع	43
16	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقليلها	44
17	توزيع عينة الدراسة وفقاً للاهتمام بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات	44
18	توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور تشعراً بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية	45
19	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	46
20	توزيع عينة الدراسة وفقاً للتقييم لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي	47

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة

بدأت النقلة النوعية في منتصف عقد التسعينات إذ أحدثت التطورات التكنولوجية ثورة حقيقية وأصبحت من سمات العولمة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وثقافة الإنترنت، وتولتها تباعاً وسائل التواصل الاجتماعي التي لقيت تهاوتاً كبيراً على محتوياتها من قبل المستخدمين خاصة عبر موقع فيس بوك الذي حظي بشعبية اجتماعية واسعة واستخداماً مكثف بعد خلقه مجال اجتماعي تفاعلي لمستخدميه. خلقت فيس بوك مواقع عديدة خلقت مجتمعات افتراضية شملت العديد من اهتمامات الأفراد، حيث غزت فكرهم وشغلت غالبية وقتهم؛ هذا التفاعل يلعب دوراً هاماً في نقل المعلومات والأفكار والأخبار وتلقيها وهو مصدر هام في التوعية الاجتماعية التي تؤثر على اتخاذ القرار ومن شأنه أن يقوم بإحداث تغييرات في بعض القيم الاجتماعية التي يتبناها المجتمع الفعلي، وبذلك تندثر القيم المتأصلة بالمجتمع وتظهر قيم جديدة نابعة من المجتمع الافتراضي الجديد التي لا تناسب ظروف وقيم المجتمع الآتية.

مع ذلك، تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي سلاحاً ذو حدين يحوي العديد من إيجابياتها وسلبياتها مما يعتمد بشكل كبير على المستخدمين المتلقين والمتفاعلين. وفي ظل انتشاره الواسع أصبحت الكثير من المجتمعات تعاني من التفكك الأسري وضعف القيم الاجتماعية مما انعكس بالسلب على القيم الاجتماعية الأصلية التي أنشئوا وتربوا عليها.

يحظى مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة بمكانة خاصة للقيم الاجتماعية حيث لا يزال محافظاً على قيمه الأصلية، ويعمل المجتمع جاهداً على ترسيخ هذه القيم بداية من الأطفال في المؤسسات التعليمية وحتى الكبار في مقرات العمل. وهذا النهج لم يتعارض مع التطور الذي حققته دولة الإمارات في كافة المحافل، ولا ننكر أن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي قد أثر في منظومة القيم إلا أن قيم المجتمع الإماراتي لا تزال لها حضورها وتأثيرها على أفراد المجتمع، (النقبي، ٢٠٢٣، ص ٣).

وعليه، فإننا في هذه الدراسة سنقوم بالبحث عن مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال عمل استبيان لمجموعة من أفراد المجتمع لمعرفة مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيمهم الاجتماعية، وذلك من خلال تحليل نتائج الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة.

مشكلة الدراسة

تعتبر القيم الاجتماعية في دولة الإمارات إحدى أهم الدعامات التي ترتكز عليها الدولة وتساهم في استقرارها، وهي قيم أصيلة من عادات وتقاليد الدولة منذ تأسيس دولة الإمارات العربية المتحدة مستمدة من العقيدة الإسلامية القائمة على الوسيطة والحق والاعتدال. وحرصت الدولة على ترسيخ وتعزيز هذه القيم منذ الصغر خلال المناهج الدراسية التي تسعى لترسيخ هذه القيم والتمسك بها لتصل إلى جميع الأجيال وترسخ في أذهان أبناء الوطن. ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي الحديث التي كثر التعامل بها بين الناس ظهرت سلوكيات جديدة أثرت على القيم المجتمعية، مما صنع تحدي كبير للمؤسسات التشريعية من أجل التصدي مع هذه السلوكيات والتعامل معها بالطرق الحديثة لحماية المجتمع من الخطر الذي يهدد قيم المجتمع النبيلة ويعكر صفو سكينته.

وبناءً عليه، تكمن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة؟

تساؤلات الدراسة

ويتفرع من السؤال الرئيسي أسئلة فرعية يمكن طرحها على النحو التالي:

١. ما المقصود بوسائل التواصل الاجتماعي؟

٢. ما أثر وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات والروابط في المجتمع الإماراتي؟

٣. ما الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على عادات وتقاليد مجتمع الإمارات؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في موضوعها الثري الذي يتحدث عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للمجتمع الإماراتي الذي يحترم الضوابط السلوكية والقيم الاجتماعية التي تعد من أهم الضوابط لدى سلوك الفرد والتي تساعد في قوة تماسك المجتمع وترابطه، إذ يلجأ البعض لتدمير هذه القيم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي واستغلال مستخدميه. حيث لوحظ من بعض أفراد الجيل الحديث بعض السلوكيات المناقبة للقيم المجتمعية الأصيلة والتي تعد غير مقبولة أخلاقياً وتعكس الاستخدام الدائم لهذه الوسائل التكنولوجية والانخراط العميق فيه، وأصبحت هذه الفئة من الأفراد لا تبالي بالقيم الاجتماعية الأصيلة بل وتعتبره شكل من أشكال التخلف والرجعية. وبالنظر إلى أن هذه الفئة من الأفراد هم نواة المجتمع ومستقبله ويحملون على عاتقهم مسؤولية مستقبل بناء وتربية المجتمع واستكمال مسيرة الأجداد والسير على خطاهم واتباع نهجهم في التربية وترسيخ القيم الاجتماعية النبيلة الأصيلة التي نشأت منذ تأسيس الدولة، فبات من الضروري الوقوف لمراجعة هذه السلوكيات إيجاباً وسلباً والحد من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي السلبي عليها. وفيما يلي الأهمية العلمية لهذه الدراسة:

الأهمية العلمية:

١. الوقوف على بعض النقاط المهمة التي تؤثر على أفراد المجتمع ورأيه داخل المجتمع وتأثيره عليه، ودوره في الحفاظ على استقلالية المجتمع وأمانه حاضراً ومستقبلاً.
٢. تمهيد الطريق لإجراء الدراسات الحديثة عن مخاطر آثار وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات.
٣. إجراء المزيد من الدراسات التي تضيف المزيد لهذه الدراسة، بما يسهم في زيادة التراكم المعرفي والبحثي.

الأهمية العملية:

١. تحليل أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإماراتية ومدى تأثيره على الأفراد.
٢. مساعدة أصحاب القرار في التوصل إلى استراتيجية شاملة للحفاظ على التوازن بما لا يمس القيم الاجتماعية الإماراتية.
٣. التوصل إلى توصيات من شأنها إثراء إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية والتصدي لمخاطرها.

أهداف الدراسة

١. التعرف على آثار وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات.
٢. دراسة مدى ارتباط الأفراد بوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على سلوكياتهم.
٣. التعرف على أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة.
٤. فهم وتحليل أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والترابط الاجتماعي في المجتمع الإماراتي.

فرضيات الدراسة

١. الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين العوامل الشخصية للأفراد: العمر - الوظيفة - المؤهل العلمي - الخبرات.
٣. الفرضية الثالثة: توجد علاقة مترابطة ذات دلالة إحصائية بين تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثر القيم الاجتماعية حسب متغيرات العمر والمؤهل العلمي والعمل والمنطقة الجغرافية.

مفاهيم الدراسة

a. وسائل التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني من أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، (راضي، ٢٠٠٣، ص ٢٣) وهي وسائل اتصال حديثة عبارة عن تطبيقات تسمح لمستخدميها أو مستخدميها بسهولة التواصل مع بعضهم البعض، من خلال برامج متنوعة في مختلف المجالات. ومن أهم هذه الوسائل: الفيسبوك، إكس-تويتر سابقاً، سناب شات، انستقرام، تيك توك، وغيرها من الوسائل الاجتماعية.

٢. القيم الاجتماعية:

القيمة: اللغوي للقيمة: لفظ القيمة في المعاجم اللغوية العربية جاء من الفعل (قام) أي وقف واعتدل وانتصب وبلغ واستوى، (محمد مرتضى الزبيدي، تاج العروس دار صادر، بيروت، المجلد التاسع، ١٩٩٦، ص ٣٦). وذكر القرآن الكريم في قوله تعالى: { وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ } (سورة البينة، الآية ٥). ويعني بالقيمة: المستقيمة العادلة، وأضيف الدين إلى القيمة، والدين هو القيم الحق والعدل المطلق أي المستقيم الذي لا زيف فيه ولا ميل عن الحق. وهي أيضاً القواعد التي تقوم عليها الحياة الإنسانية وتختلف بها عن الحياة الحيوانية كما تختلف الحضارات بسبب تصورها لها، (عبايدي، ٢٠١٩، ص ٢٧). وترفع أيضاً بأنها حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة من المعايير والمبادئ التي ارتضاها الشرع محددًا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك، (العلي، ٢٠١٠، ص ٤).

القيم الاجتماعية: عبارة عن معايير ومبادئ يتمتع بها الفرد أو المجتمع وتحكم سلوكهم وتوجهاتهم في التفاعل مع بعضهم البعض ومع المجتمع بشكل عام. تتضمن القيم الاجتماعية الاحترام والعدالة والصدق والمساواة والتعاون وغيرها، وتلعب دوراً هاماً في تشكيل العلاقات الاجتماعية وتحديد السلوكيات الفردية والجماعية.

تعد القيم الاجتماعية من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات وتقام عليها الأمم وتتعلق القيم بالأخلاق والمبادئ وهي معايير عامة وضابطة للسلوك البشري والقيم الاجتماعية، وهي الخصائص أو الصفات المحببة والمرغوب فيها لدى أفراد المجتمع والتي تحددها ثقافته مثل التسامح والقوة والصدق والكرم والسخاء والحياء والتضحية والتعاون والتكافل الاجتماعي، (هبة أحمد، ٢٠١٩، ص ٥٤١).

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

شبكات التواصل الاجتماعي

وسائل التواصل الاجتماعي تُعتبر من أبرز ملامح العصر الرقمي الذي نعيشه، حيث تمكنت هذه المنصات من إحداث ثورة في طريقة تواصل الأفراد وتبادل المعلومات والأفكار على مستوى العالم. لم تعد مجرد أدوات للتواصل الشخصي بين الأصدقاء والعائلات، بل تحولت إلى منابر قوية للنقاشات العامة، التسويق، التعليم، وحتى التأثير السياسي. توفر هذه المنصات فرصاً لا مثيل لها للمشاركة الجماعية والتعبير عن الرأي، مما يسمح بتشكيل مجتمعات حول اهتمامات مشتركة وإيصال الأصوات التي كان من الصعب سماعها في السابق.

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

إنّ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل؛ نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، بعد أن عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على الاستخدام التكنولوجي وأطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. وتشير أيضاً إلى طرق الاتصال الجديدة لمجموعة من الناس في البيئة الرقمية بما يسمح بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بتوصيل صوته وصوت مجتمعه وإسماعه للعالم أجمع. وكذلك يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح بإنشاء موقع خاص للمستخدمين فيها وتربطهم مع أعضاء آخرين يتشاركون في الهوايات والاهتمامات نفسها بنظام إجماعي إلكتروني، كما يمكن تعريفها بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية يتم تكوينها من قبل فرد أو جماعة أو مؤسسة قد تصل العلاقات فيها لدرجات أكثر عمقاً، كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص. (ورقلة، 2011م).

كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: خدمات مقدمة للأفراد عبر شبكة الإنترنت تسمح لهم ببناء لمحة عامة أو شبه عامة عنهم وفق نظام محدد ويتم فيها توضيح قائمة المستخدمين والمشاركين بتبادل الاتصالات معاً وعرض اتصالات الغير وقبولها أو رفضها ضمن الشبكة. (القيسي، 2014م).

وتسمى أيضاً بتقنيات الدراسة الحديثة: وهي مواقع تكنولوجية فعالة تقوم بتسهيل الحياة الاجتماعية لمستخدمي تلك المواقع بهدف الحصول على المعلومة، والاتصال والتواصل بمجموعة من الأقارب والأصدقاء، وهي تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى عن طريق الاتصال والقدرة على التواصل الصوتي والمرئي وتبادل الصور وهي شبكات اجتماعية تفاعلية تسمح لمستخدميها بالتواصل في أي وقت يرغبون وفي أي مكان من العالم. (الزيود وعثمان، 2013م).

إن عملية التطور التي صاحبت التقدم التكنولوجي والعلمي فإن وجود مواقع التواصل الاجتماعي قد أحدث طفرة نوعية وعلمية ووسع الآفاق إلى مجال غير مسبوق وقد دفع مستخدميه إلى تواصل الآخرين وعبور الحدود بلا أي نوع من الرقابة إلا برقابة بسيطة ومحدودة. أبرز الأمثلة التي تمثلت في دور التواصل الاجتماعي في إحداث التغيرات السياسية والتأثير على الشباب العربي وتغيير ملامح المجتمعات وهو ما حدث في ثورات الربيع العربي وهو ما يعتبر خير مثال على أن التواصل الاجتماعي قد زاد من التأثير على الشباب والمراهقين (نومار، 2012، ص19).

إن بداية تواصل الشباب في العالم العربي مع مواقع التواصل الاجتماعي كان في بدايته عبارة عن مجموعة من برامج الدردشة والعمل على تفريغ الطاقات إن كانت العاطفية أو الاجتماعية ولكن مع مرور الوقت أصبح الشباب العربي أكثر نضجاً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما رأيناه جليلاً في العالم العربي منذ خمس سنوات من الدور الكبير الذي قام به الشباب العربي في التحرك السياسي والاجتماعي والعمل على تغيير إيقاعات الحياة في أوطانهم، وعليه فإن العلاقة بين الشباب أو المراهقين قد زادت في الآونة الأخيرة مع مواقع التواصل العلمي وهو نتيجة إلى التطور العلمي والتكنولوجي الذي تمر به التكنولوجيا العلمية وبرامج التواصل الاجتماعي فأصبحت كثيرة ومتعددة ولكن الأهم هنا هو عملية التوصل إلى التعرف على مفهوم الشبكات الاجتماعية ودورها في التأثير على المراهقين وتاريخ ظهور هذه المواقع (خضر، 2009، ص21).

يمكن تعريف الشبكات الاجتماعية على أنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من مجموعة من الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم،

وتصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاقتصادي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص. كان أول ظهور للشبكات الاجتماعية في أواخر التسعينات عندما ظهرت في عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة والزملاء القدامى، ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من جوجل وهو موقع (ماي سبيس) الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير. (العمرى، 2011، ص 39).

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها. فإن لها أيضاً دوراً في التشبيك والمناصرة والضغط والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة وفي تحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، فقد استطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ (السويدي، 2013، ص 24).

منظومة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من قبل أفراد أو جماعات أو مؤسسات قائمة على مجموعة من العلاقات، هذه العلاقات قد تصل لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص ويمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من التواصل مع بعضهم البعض، كذلك تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.

إن شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وأي مكان في العالم، وقد اكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز العلاقات بين البشر، وقد أدت هذه الشبكات إلى خلق نمط حياة مختلف لدى الناس باختلاف أعمارهم وأجناسهم وأفكارهم واهتماماتهم، فهي التي حولت تجمع الأفراد من الشاشة الكبيرة ذات ال (90) بوصة (التلفاز) إلى الشاشات الصغيرة ذات ال (10) بوصة (الأجهزة الكفية والهواتف الذكية). (الجنبي، 2003، ص 59).

أنواع وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن تقسيم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي إلى نوعين هما:

شبكات التواصل الاجتماعي الداخلية

يتكون هذا النوع من مجموعة من الناس تمثل مجتمعاً مغلقاً أو خاصاً، مثل مجموعة الأشخاص داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة، أو داخل شركة أو تجمع ما، حيث يتم السماح لهؤلاء الأشخاص، فقط دون غيرهم، بالدخول إلى هذه الشبكات، والمشاركة في أنشطتها من تدوين وتبادل آراء وملفات، وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة.

شبكات التواصل الاجتماعي الخارجية

هذا النوع من الشبكات عبارة عن مواقع متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت صمم خصيصاً لجذب عدداً من المستخدمين إليها ف بمجرد التسجيل فيها تسمح لهم بالمشاركة في أنشطتها المختلفة وتسمح لهم بالمشاركة في أنشطتها المختلفة بمجرد التسجيل فيها. (نومار، 2012م).

أبرز وسائل التواصل الاجتماعي

تتعدد شبكات التواصل الاجتماعي الخارجية لتشمل مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية التي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، ومن أشهر هذه المواقع الموجودة حالياً:

أولاً : تويتر Twitter

ويمكن تعريفه بأنه "موقع أخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له وهو خدمة مصغرة ويجوز أن يطلق عليه نصاً موجزاً مكتفياً لتفاصيل كثيرة" (العززي والمجادي، 2013م، ص 363). كما يمكن تعريفه بأنه "موقع يقدم خدمة تدوين مصغر، ويسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم كحد أقصى 140 حرفاً للرسالة الواحدة وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، كما يمكن استقبال الردود والتحديثات". (ورقلة، 2011م، ص 204).

ثانياً: الفيس بوك Facebook

يعد موقع الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وتم إطلاقه عام 2004م، فقد أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يستخدمها.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفيس بوك على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل الأشخاص. بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفرد "ماك زوكربيرج" الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم. فكرته تدور حول إنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفرد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج، وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 2004م ومع انطلاق الموقع حقق نجاحاً كبيراً ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداماً على الإطلاق. (نومار، 2012م).

ثالثاً: الواتس آب Whats App

ويمكن تعريفه بأنه "إحدى صيحات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي وذات فلسفة خاصة في التواصل من خلال التراسل الفوري عبر الهواتف الذكية بالنص والصوت والصورة والفيديو مع المدرجين في دليل أرقام الهاتف الخليوي" (طاشكندي، 2013م).

ويعد هذا التطبيق من أشهر التطبيقات الموجودة على الهواتف المحمولة، وذلك لأنه يتيح إرسال واستقبال الرسائل للمستخدمين والدردشة مع بعضهم وإرسال الصور ومقاطع الفيديو. (الزازان، 2014م).

تضاعف وانتشر تداول تلك التقنية بشكل ملفت منذ نشأتها في 2009م، حيث تفوق أعداد المشتركين (قراءة 250 مليون مشترك) لهذا التطبيق على (تويتر)، وساهم (الواتس آب) بشكل ملفت في تقريب البعيد وجمع الأهل والأصدقاء والأقارب في وقت متزامن وغير متزامن على هذا النمط الافتراضي في مختلف أنحاء العالم ويرون فيه العديد من الإيجابيات التي أدت إلى تفعيل روابط التواصل بشكل متنوع وبتكلفة رمزية.

فقد نشأ ذلك التطبيق بداية في الغرب وتحديداً في الولايات المتحدة بسبب ظروف اجتماعية مختلفة عن مجتمعاتنا الشرقية والأمريكيون على وجه الخصوص فإن الروابط الأسرية متفككة ومتباعدة وذلك بسبب مجموعة من العوامل منها الظروف العملية والتباعد الجغرافي وعوامل أخرى متعددة وبالتالي أوجدت تقنية (الواتس آب) لهذه المجتمعات المتباعدة وسيلة تواصل لم تكن قابلة للوجود في الظروف الاعتيادية أو الطبيعية أو التقليدية للتواصل الاجتماعي لهذه المجتمعات المتباعدة وهذا ما دفع (بريان أكتون) و(جان ألكوم) إلى تصميم هذا التطبيق في 2009م بعد خروجهما سوياً من شركة (يا هو) الأمريكية. إن تطبيق (الواتس آب) انتشر بشكل واسع بين الشباب، فقد أصبح هذا البرنامج من أكثر البرامج انتشاراً في أنحاء العالم والأفضل والأسهل استخداماً وتداولاً بين مختلف الأفراد التي تستخدم الهواتف الذكية سواء أكانوا ذكوراً أم إناثاً. (الأحمري، 1432).

رابعاً: الانستغرام Instagram

هو تطبيق مجاني وشبكة اجتماعية لتبادل الصور. أطلق في أكتوبر عام 2010م. يتيح للمستخدمين التقاط الصور والفيديو ومن ثم المشاركة في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها. ويستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول. (الزازان، 2014م)

خصائص الشبكات الاجتماعية:

إن تميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين وبالرغم من تنوع تلك الخصائص إلا أنها تشترك في عدد منها وهي كالتالي:

التعريف بالذات: يتم إنشاء صفحة معلومات شخصية ليتمكن من الدخول إلى الشبكة الاجتماعية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم وطورها والتي يقوم بالتعريف بنفسه من خلال النص أو الصور أو الفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى كذلك يمكن من خلال تلك المواقع من تنظيم وتعبئة صفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحبها أصدقاؤهم.

طرق جديدة لتكوين المجتمع: من مميزات الشبكات الاجتماعية أنها تسمح بخلق علاقات وصدقات جديدة يتبادلون الاهتمام والمحتوى، وهي بذلك تساهم بشكل فعال على تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الإنترنت.

سهولة الاستخدام: إن بساطة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ساعد على انتشارها بشكل كبير، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الإنترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية.

التفاعلية: إن الشبكات الاجتماعية جسدت التفاعلية بين أفرادها منذ بداية ظهورها، وذلك لضمان التطور والاستمرارية وتقوم عملية الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال متعدد الأطراف يتم من خلاله تبادل الأدوار بحيث يصبح لكل طرف القدرة على التعبير بحرية والتأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي تناسبه. (نومار، 2012م).

التوفير والاقتصادية: إن الشبكات الاجتماعية مجانية الاشتراك والتسجيل لذلك هي اقتصادية في الوقت والجهد والمال ويستطيع أي فرد بسيط امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليست حكرًا على أصحاب الأموال أو حكرًا على جماعة دون أخرى. (ورقلة، 2011م).

التزامنية: من السمات البارزة للشبكة الاجتماعية أنها تسمح بإمكانية إرسال المعلومات بين طرفي العملية الاتصالية دون شرط تواجدها في وقت الإرسال وهذا يعني إمكانية تخزين المعلومات المرسلّة عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة.

قابلية التحرك أو الحركية: يستطيع المستخدم لتلك الشبكات بث المعلومات واستقبالها من مكان إلى مكان آخر أثناء الحركة والتنقل وذلك عن طريق استعمال عدد من الأجهزة منها الهاتف النقال والحاسب الإلكتروني.

الشيوع والانتشار: يتمثل البعد المنهجي لوسائل الاتصال حول العالم وفي مختلف الطبقات للمجتمع إذ كلما ظهرت وسيلة لتبادل المعلومات تكون في البداية ترفاً ولكن تصبح بعد حين تقليدية يمكن استخدامها من فئات وطبقات مختلفة في المجتمع.

العالية أو الكونية: ويقصد بها إمكانية تبادل المعلومات وتنقلها بين مستخدمي تلك الشبكات على مستوى العالم وذلك لتوافر تقنيات بكميات ونوعيات مختلفة تسمح بذلك. (الشهري، 2013).

التكامل: تمثل هذه الشبكات مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل، بحيث تتيح للفرد إمكانية التعرض للمواد الإعلامية التي يختارها أو إعادة إرسالها إلى الآخرين، لذلك فإن شبكات التواصل الاجتماعي وفّرت أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة وما في حكمها.

تجاوز الحدود الثقافية: أدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وبالتالي تميزت العملية الاتصالية بالعالمية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف العملية الاتصالية.

تجاوز حدود المكان والزمان: من أهم ما تميزت به شبكات التواصل الاجتماعي هو إمكانية استخدامها في أماكن مختلفة وعدم اشتراط التواجد في مكان واحد والذي يوفر مع ذلك عنصر المرونة والتفاعل، بل إن تطور تقنيات الاتصال إلى أجهزة محمولة سهلة النقل والحمل من مكان إلى آخر ووفر إمكانية استخدام الشبكات مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال، بالإضافة إلى خاصية التزامن بحيث لا يتطلب وحدة الزمان، فأصبح بالإمكان إرسال تغريدة أو الكتابة على أحد الحوائط وكذلك إرسال صورة من أي جهاز محمول باختلاف المكان والزمان وسهولة وصولها لذلك المكان بكل سهولة ويسر. (المنصور، 2012 ، ص54)

الاستغراق في عملية الاتصال: داهمت شبكات الاتصال الاجتماعي حياة الأفراد بشكل إجباري وحتمي بحيث أصبحت هي بحد ذاتها بمثابة محرك بحث يلجأ لها الأفراد للوصول عما يبحثون عنه، وكذلك مجارة المجتمع بضرورة امتلاك حساب في تلك الشبكات يمكنهم من معرفة جميع ما يحصل حولهم وكذلك التواصل مع الأصدقاء والمقربين والمسؤولين والمشاهير.

سهولة الاستخدام: أحدثت هذه الميزة ثورة في عالم الاتصال، خاصة مع ظهور الهاتف الجوال الذي سهل عملية استخدام تلك الشبكات.

المشاركة: قدرة نقل المعلومات من وسيط لآخر ومن شبكة لأخرى، فبعض الشبكات تقوم بمشاركة الشبكات الأخرى وكذلك الأشخاص في نفس الوقت ليتم تقديم تلك المعلومات عبر الشبكات المختلفة في وقت واحد من حساب واحد.

الشمولية: تسمح شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال نظامها الرقمي بنقل البيانات على شكل نصوص وكتابات كما في تويتر والفيس بوك إضافة إلى الصوت والصورة والرسوم المتاحة بقدر عالي من الدقة، كما في اليوتيوب والانستغرام، وقد تتيح بعض الشبكات إمكانية دمج الأشكال السابقة في الشبكة الواحدة أو نشرها متزامنة عبر الشبكات المختلفة.

إمكانية النشر من قبل المواطنين: ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في ظهور الصحفي المواطن الذي يمكن أن يشارك بفعالية في تلك الشبكات دون الخضوع لتأثير حارس البوابة، ليصبح للمواطن دور فعال في التأثير والتغيير والتعبير الحر عن الرأي دون أي ضابط أو رادع تراعي فيه خصوصية الفرد والمجتمع، وكثرت تسميات صحافة المواطن فيسميها البعض "صحافة التطوع" أو "إعلام النحن" وكذلك "صحافة الهواة".

الاتصال السريع: الشبكات لديها القدرة على نقل الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة وأنية، فأي حدث أو موقف يحصل في أي مكان يمكن نقله وتداوله عبر الشبكات الاجتماعية في نفس الوقت. (الجحني، 2003، ص92).

الخدمات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي:

إن من أبرز الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين هي كالتالي:

الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يقوم الفرد فيها بتقديم بياناته الأساسية، مثل الاسم والسن، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، ويمكن التوصل إلى عالم الشخص من خلال ذلك الملف الشخصي.

الأصدقاء أو العلاقات: يمكن للفرد الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يبادلونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي وذلك من خلال تلك الخدمة التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي.

إرسال الرسائل: تتيح هذه الخدمة إرسال الرسائل للأصدقاء المضافين في قائمة الشخص أو غير المضافين في القائمة.

البومات الصور: يمكن للمستخدمين إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضاً من خلال هذه الخدمة.

المجموعات: كذلك من الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية أنها تتيح الفرصة لتكوين مجموعات بهدف معين أو لأهداف محددة ويوفر موقع الشبكات مساحة من الحرية لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها فهو أشبه بمنتهى حوار مصغر.

الصفحات: هذه الفكرة ابتدعها موقع "الفيس بوك"، واستخدمت على المستوى التجاري بشكل فعال فهذه الخدمة تتيح فرصة عرض السلع لأصحاب المنتجات التجارية وذلك بإنشاء حملات إعلانية موجهة لفئات محدودة ويقوم موقع "الفيسبوك" باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم. (نومار، 2012م).

غايات ودوافع استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي:

غايات دينية أخلاقية: وهذه الغايات تتضح من خلال الدعوة إلى الله وتبادل النصيحة والمواد الدينية: المسموعة والمكتوبة والمرئية.

غايات تجارية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية والإعلان والتسويق والترويج.

غايات سياسية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية والتحريض والتجبيش.

غايات تعليمية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل المعلومات والخبرات وتبادل الأخبار والأفكار والمواد التعليمية.

غايات ترفيهية: وهذه الغايات تتضح من خلال تبادل الصور والمقاطع المصورة، وما إلى ذلك.

غايات أدبية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها.

غايات نفسية اجتماعية: البشر كائنات اجتماعية تحتاج إلى علاقات اجتماعية تشبع حاجتها وذلك من خلال الخروج من العزلة والسعي إلى بناء علاقات اجتماعية مع الآخرين.

غايات عاطفية: من خلال تلك المواقع تنشأ علاقات عاطفية قد تنتهي بالزواج في الواقع. (أبو خطوة، والشريني، 2014).

إيجابيات وسلبيات شبكة التواصل الاجتماعي:

أولاً: الإيجابيات

تعددت استخدامات هذه الشبكة، فهي تستخدم في قضايا التربية والتعليم، أو في قراءة الصحف والمجلات والدوريات العلمية، وللعمل، والتجارة وللتسويق والشراء أو للتسلية والترفيه أو للمحادثة والاتصال أو لزيارة المواقع المختلفة وذلك للبحث عن معلومة مفيدة ومتنوعة كما أن الشبكة تتعدى الرسائل التقليدية في متابعة الأحداث الدولية وتنقلها لحظة بلحظة وترسم صوراً حية عن معاناة الشعوب وابتلاءاتها. (المحسن، 2003م).

كذلك دفعت هذه الشبكات الشباب العربي إلى المشاركة الفعالة والتعبير عن نفسه بكل حرية ومناقشة قضايا المجتمع بعيداً عن قيود البيئة السلطوية التي رسختها معظم النظم الحاكمة، فأتاحَت هذه البيئة الجديدة فرصاً لم تكن موجودة للشباب المهمش والشباب الذي ينتمي إلى أقليات سياسية وعرقية على نحو تحول معه الفضاء الإلكتروني إلى مجتمع مصغر يناقش تنظيم مواقعهم أو مدوناتهم. (ورقلة، 2011م).

كما أثبتت الدراسات العربية والأجنبية أنه لا يمكن الاستغناء عن برامج التواصل الاجتماعي من قبل مستخدميها وذلك لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة لمعارف ومعلومات مفيدة ومتنوعة ومحدثات (دردشة) مع الأقارب والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو كذلك فهي مجال مفتوح لتبادل الآراء، والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات وتكوين صداقات افتراضية جديدة واستراحة ثقافية وترفيهية لمستخدميه. (العنزي والمجادي، 2013م).

كذلك ساهمت تلك المواقع في تسهيل عملية التواصل وما يكون في شبكة التواصل الاجتماعي من تواصل بين الأفراد الذين تربطهم علاقة قرابة سواء بالتغريد أو الرد، فقد ذكر بعض الفقهاء رحمهم الله بأنه من خلال أمور عديدة تحصل صلة الرحم، وذكروا من ضمنها الكتابة إن كان غائباً ونص على ذلك الحنفية والمالكية والشافعية وهذا غير الأبوين أما الأبوين فلا تكفي الكتابة إن أرادا حضوره فصلة الرحم تتحقق بالكتابة، ويؤكد ذلك قول سماحة الشيخ عبد العزيز بن باز رحمه الله في إحدى فتاواه " الواجب عليك صلة الرحم حسب الطاقة بالزيارة إذا تيسرت وبالمكاتبة وبالتلفون - الهاتف " (الفايز، 1434هـ).

إن التواصل عن طريق إحدى شبكات التواصل الاجتماعي مع الآخرين يبعث الرضا لدى الفرد فقد أكد الباحثون الاجتماعيون والنفسانيون أن الشعور الآتي بالرضا هو حالة وجدانية من المتعة والراحة يحصل عليها الفرد بسبب تعرضه لوسيلة اتصال جماهيرية ما يحاول المحافظة عليها لأطول وقت ممكن حتى بعد انتهاء الموقف الذي ولدها، ولأن الرضا عن الذات حالة تبعث على الارتياح وكلما كانت العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة موجبة يميل الفرد دائماً إلى تنشيطها بأي منبه له علاقة بها ولذلك فإن أي معلومة أو معرفة يحصل عليها الفرد من وسائل الاتصال، ويتم إدراكها على أنها تفيد في تقديم ذاته للآخرين بأنه شخص له اعتبار. (ساري، 2003).

سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار تلك الشبكات هو بساطتها، فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الإنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، وأيضاً من تلك الإيجابيات أن تلك الشبكات مجانية الاستخدام ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تسمح للأفراد التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع. (نومار، 2012م)

كذلك من إيجابيات تلك الوسائل المساعدة على تعلم لغات أجنبية حيث إن هذه المواقع توفر فرصة ذهبية لتبادل الحديث مع أفراد من مختلف أنحاء العالم مما يساعد على دعم اللغة وذلك عند إجراء محادثات بلغات أجنبية. كذلك من تلك الإيجابيات المساهمة في التوعية الثقافية والاجتماعية فمن الملاحظ على مواقع التواصل الاجتماعي أنها لا تخلو من عرض مقالة أو تقديم رابط يحيل المستخدم لتلك المواقع إلى مواقع أخرى على الإنترنت، كذلك هناك العديد من الصفحات التي تتناول القضايا الثقافية أو الاجتماعية مما ساعد على نمو الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الأفراد في مجتمع تلك الشبكات. (الزازان، 2014م).

وقد أكدت دراسة الدكتور حمد الموسى (2013م) أن التفاعل الاتصالي الذي يتم عبر المنتديات يتسم بشكل عام بالقوة والتطور، كما أكدت أن الانطباع العام في التفاعل هو محور العملية الاتصالية وأن الإعلام الجديد أتاح

لهذا التفاعل الانتقال من إطاره الضيق المتمثل في الاتصال وجهاً لوجه إلى إطار جماهيري أكثر عمومية واتساعاً.

ثانياً: السلبيات

أثبتت الدراسات الغربية والأمريكية على وجه الخصوص أن لوسائل التواصل الاجتماعي عدة سلبيات منها: فحش الإنترنت أو استخدامها في أغراض غير أخلاقية، أو في الجريمة بأنواعها المتعددة أو في إفشاء معلومات عن الأسرة كما أن طول استخدام هذه الشبكة يؤدي بصفة عامة إلى الإجهاد البصري وحالات الضغط المتكررة والانعزال العاطفي أو الاجتماعي وحالات الاكتئاب. ومن سلبيات تلك المواقع أيضاً وقوع بعض الأطفال في مخاطر عديدة منها: تعرض الطفل لمواد قد تחדش طفولته سواء كانت صور إباحية أو غيرها، كذلك تلقي الأطفال للرسائل الإلكترونية التي قد تعرضهم لمشاكل أخلاقية أو نفسية تؤدي مشاعرهم أو تغذيتهم بالكره تجاه الأسرة أو ثقافة المجتمع أو البلد، كذلك من مخاطرها إفشاء الأطفال لغيرهم بمعلومات خاصة بأسرهم عبر الرسائل الإلكترونية ولأناس لا يعرفونهم. (المحسن، 2003م).

ومن سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً نشر مفهوم الحرية المطلقة وعدم التثبت في نقل الأخبار والحوادث والتأثير على اللغة العربية إهدار منظومة الوقت. (درويش، 2013م).

كما أن هناك علاقة ارتباطية بين الاستخدام المفرط لتلك الشبكات والشعور بالوحدة النفسية. (رجب، 2010م). كذلك من سلبيات تلك المواقع: فقدان التواصل الاجتماعي المباشر، وظهور الأسر المفككة والتوسع اللا محدود في العلاقات وإنشاء علاقات غير شرعية بين الجنسين. (ربيع، 2009م)

كذلك تراجعت زيارة الأفراد لأقاربهم من جراء الانشغال بهذه التقنية مما سبب في إحداث زعزعة في عملية تفاعل الأفراد مع أسرهم وأقاربهم الذي شكل خطورة على متانة التماسك الأسري وقوة التضامن العائلي، مما يؤدي إلى مشكلات نفسية واجتماعية عديدة. (الشهري، 2013م).

إن سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يهدد الاستقرار الأسري ويمزق أواصر التواصل بين أفراد الأسرة كذلك يؤدي إلى البرود العاطفي وازدياد درجة العصبية في تعامل أفراد الأسرة مع بعضهم مما ينتج عنه تفاقم الخلافات. (الزين، 1435هـ).

كذلك من الجوانب السلبية لهذه التقنيات، التغيرات التي تطرأ في التفاعل السيكلوجي أثناء التواصل الافتراضي مقارنة بالتواصل المباشر. (طاشكندي، 2013م).

القيم الاجتماعية

القيم الاجتماعية تشكل الأساس الذي تبنى عليه المجتمعات، فهي تعكس المعتقدات والمبادئ التي يتبناها الأفراد وتوجه سلوكياتهم وتفاعلاتهم مع الآخرين. تضمن هذه القيم استمرارية التناغم والتعاون بين أعضاء المجتمع، وتشجع على المساواة، العدالة، والاحترام المتبادل. من خلال تعزيز القيم مثل الصدق، الأمانة، والمسؤولية، يمكن للمجتمعات أن تخلق بيئة داعمة تسهم في تحقيق الرفاهية العامة وتعزيز التماسك الاجتماعي. في عالم يتزايد فيه التعقيد والتحديات، تصبح الحاجة إلى العودة إلى هذه القيم وترسيخها أكثر إلحاحاً لضمان بناء مجتمعات متماسكة قادرة على مواجهة التحديات المستقبلية بروح من التعاون والتفاهم. (حمادة، 2019، ص52).

مفهوم القيم الاجتماعية

هي تلك المجموعة من الأحكام العقلية التي تقوم بالعمل على توجيهنا نحو رغباتنا ، و اتجاهاتنا و التي تكون نتيجة لاكتساب الفرد من المجتمع المتعايش به و هي تعمل على تحريك سلوكياته، حيث تعتبر القيم هي ذلك البناء الشخصي الذي ينشأ في داخل الإنسان، ومن خلال حياته وتجاربه الحياتية التي مرت به و خاضها و التي نشأ منها داخله تلك القواعد الحاكمة لشخصيته و أسلوبه ، وصفاته الشخصية وسلوكياته ومن المعروف أن الحكمة وفلسفة التعامل مع الآخرين تأتي كنتيجة نضوج الفرد العقلي والذي يكون من نتائجه انصهار المبادئ والتجارب الخاصة به والمفاهيم التي انتقلت إليه من المحيطون به. (السمارة، 2017، ص63).

وهي مجموعة العادات التي تأثر بها الإنسان وأصبحت جزء منه يتحكم في تصرفاته وسلوكياته ولكنه من ناحية تعامله الشخصي والاجتماعي مع الآخرين أهله أو أقاربه أو أصدقائه، مثال أن يكون الشخص محباً للناس ، ولديه الميل إلى مساعدتهم أو إسعادهم أو الدفاع عن قضاياهم والعكس أن يكون الفرد مائلاً إلى الشر وضرر الآخرين من حوله أو حتى الانعزال بعيداً عنهم (العمرى، 2018، ص74).

تعد القيم الاجتماعية مجموعة من المعتقدات والأفكار والممارسات التي يتبناها أفراد المجتمع وتعكس الثقافة والتاريخ والعادات والتقاليد. وتلعب القيم الاجتماعية دوراً حيوياً في تحديد سلوك الفرد وتشكيل المجتمع بأكمله. ويمكن تصنيف القيم الاجتماعية إلى قيم مثل الحرية والمساواة والعدالة والاحترام والتعاون والتضامن والمسؤولية والاعتدال والتسامح والاخاء. وتتأثر القيم الاجتماعية بالثقافة والدين والتقاليد والتاريخ والتكنولوجيا والبيئة والظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والجغرافية. (السيد، 2016).

إن التقويم عملية لا تتم من فراغ، وإنما يقوم الفرد بها متأثراً بالمحيط الاجتماعي والثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه، وما يتضمنه من نظم اجتماعية وتقاليد وأعراف وأنماط من السلوك، ثم انتقاؤها واستقرارها في سياق تاريخ الجماعة، وأصبحت جزءاً من التراث الثقافي، ووفق ثقافة المجتمع. (الجاسر ، 2014 ، ص25).

و نجد من يؤكد ذلك وهو العالم السويولوجي "سورلي" بقوله: "الاعتقاد الشائع" أن الحكم القيمي، ما هو إلا تعبير عما هو متطلب ومرغوب فيه اجتماعياً.

ويمكننا بناءً على ما تقدم أن ننظر للقيم الاجتماعية "بوصفها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك".

وعليه يمكن القول أن القيم الاجتماعية من طبيعة معيارية ذات بعد اجتماعي. ومن ثم يمكن أن نعرف القيم الاجتماعية إجرائياً على النحو التالي: "القيم الاجتماعية هي المعايير والمقاييس الاجتماعية والأفكار والتصورات والاختيارات والتفضيلات المرغوبة وغير المرغوبة التي يصدرها المجتمع بفئاته الريفية والحضرية حول خروج المرأة للعمل خارج نطاق المنزل في مجتمعي الدراسة." (بن راشد، 2023 ، ص45).

أهمية القيم الاجتماعية

تعد القيم الاجتماعية جزءاً أساسياً من التربية والتعليم، حيث تساعد على تشكيل سلوك الفرد وتحديد السلوك المقبول والغير مقبول في المجتمع. وتساعد القيم الاجتماعية على تحسين العلاقات الاجتماعية وتعزيز العدالة والتحكيم العادل. وبالإضافة إلى ذلك، تلعب القيم الاجتماعية دوراً كبيراً في الحد من وقوع الجريمة في المجتمعات، حيث يكون الفرد أكثر عرضة لتجنب السلوكيات الغير مقبولة والجريمة عندما يتم التركيز على تعزيز القيم الاجتماعية. ومن خلال تعزيز القيم الاجتماعية، يمكن للمجتمع العمل على بناء بيئة مناسبة وملائمة تحد من وقوع الجريمة وتوفر فرصاً متساوية لجميع أفراد المجتمع.

ومن خلال التركيز على تعزيز القيم الاجتماعية، يمكن أيضاً تحسين جميع جوانب الحياة في المجتمع، بما في ذلك الأمن والاستقرار والازدهار. وبالتالي، فإن فهم مفهوم القيم الاجتماعية وأهميتها يمكن أن يساعد في بناء المجتمعات المتماسكة والقوية والحد من وقوع الجريمة وتوفير فرص للجميع. (تلعيث، 2021 ، ص51).

أهمية القيم الاجتماعية في المجتمع

إن القيم الاجتماعية لها قيمة عليا وتعدّ من أهم القيم الاجتماعية المرتبطة بالأخلاق والتي لها الدور الكبير في تماسك المجتمعات وقوتها. وهي أيضاً من أهم الروابط التي تجعل أفراد المجتمع متماسكين. ففيها تنتشر المحبة بين الناس، وتعمّ الأخوة بينهم التي تفسح مزيداً من العطاء الإنساني. التي تساهم بدورها في ضمانة استقرار المجتمعات ونموها وازدهارها. فالأمم التي تفقد القيم والأخلاق لا تلبث أن تنهار وتفقد عناصر وجودها الإنساني، لذا لا يمكن فصل القيم الاجتماعية والسامية عن الأخلاق. فكلهما يشتركان في ضبط إيقاع السلوك الإنساني في وجهته الخاصة والعامة (الديب، 2019 ، ص31).

لقد شغلت فكرة القيم الإنسانية المفكرون والفلاسفة وعلماء النفس وكبار المثقفين في العالم فقد عرّف علماء النفس القيم المجتمعية الإنسانية بأنها مجموعة واسعة من الانفعالات وردود الفعل المرتبطة بالعقل الصادرة عنه تجاه موقف محدد ناتج عما يختزنه الشخص في وجدانه وعقله وشعوره من تأثر بالمجتمع والدين والعادات والتقاليد والفطرة الإنسانية تجاه ذلك الحدث أو ذاك الموقف. فيعيش الإنسان ضمن قيم معينة يسعى إلى الوصول إليها ويطبّقها. كما تعتبر القيم الإنسانية نوعاً من أنواع الغايات أو المحدّدات ويعتبر الوصول إليها نوعاً من أنواع الفوز والنجاح والعطاء، وعلامة واضحة على حسن سير العمل في معظم مراحل حياته السابقة. (بن راشد، 2023).

تعد القيم الاجتماعية جزءاً أساسياً من التربية والتعليم، حيث تساعد على تشكيل سلوك الفرد وتحديد السلوك المقبول والغير مقبول في المجتمع. وتساعد القيم الاجتماعية على تحسين العلاقات الاجتماعية وتعزيز العدالة والتحكيم العادل. وبالإضافة إلى ذلك، تلعب القيم الاجتماعية دوراً كبيراً في الحد من وقوع الجريمة في المجتمعات، حيث يكون الفرد أكثر عرضة لتجنب السلوكيات الغير مقبولة والجريمة عندما يتم التركيز على تعزيز القيم الاجتماعية. (العمرى، 2018).

ومن خلال تعزيز القيم الاجتماعية، يمكن أيضاً تحسين جميع جوانب الحياة في المجتمع، بما في ذلك الأمن والاستقرار والازدهار. وبالتالي، فإن فهم مفهوم القيم الاجتماعية وأهميتها يمكن أن يساعد في بناء المجتمعات المتماسكة والقوية والحد من وقوع الجريمة وتوفير فرص للجميع.

وتعد القيم الاجتماعية مفتاحاً لتحسين العلاقات الاجتماعية وبناء المجتمعات المزدهرة، حيث تساعد على تعزيز التعاون والتضامن والمساواة والاحترام بين أفراد المجتمع. وعندما يتم تعزيز القيم الاجتماعية في المجتمع، يصبح الفرد أكثر عرضة لتجنب السلوكيات الغير مقبولة والجريمة ولتبني سلوكيات إيجابية تعزز العلاقات الاجتماعية الإيجابية وتحد من وقوع الجريمة (الجاسر ، 2014)

من خلال تعزيز القيم الاجتماعية، يمكن للمجتمع العمل على تحقيق الأهداف الاجتماعية الأخرى المتعلقة بتحسين الصحة والتعليم والاقتصاد والبيئة وغيرها، حيث يعتمد كل هذا على العلاقات الاجتماعية الإيجابية والمتماسكة والتي تتميز بالاحترام والتسامح والتعاون.

ولذلك، يمكن القول أن القيم الاجتماعية تلعب دوراً حاسماً في تحقيق الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، والحد من وقوع الجريمة في المجتمعات. وتعتبر التربية والتعليم والإعلام والثقافة والدين والقانون والسياسة العوامل المؤثرة في تشكيل القيم الاجتماعية في المجتمع، ولذلك، يجب أن تكون هذه العوامل موجهة نحو تعزيز القيم الاجتماعية وتحقيق الأهداف الاجتماعية المرتبطة بها (السيد ، 2016 ، ص84).

العوامل المؤثرة في تنمية وتعزيز القيم : تتمثل تلك العوامل في قسمين:

العوامل الخاصة بالفرد :

الذكاء : يعد الذكاء من العوامل الذاتية التي تلعب دوراً كبيراً في الأحكام القيمية التي يصدرها الفرد على الأحداث والسلوك في سياق تفاعلاته الاجتماعية ومواجهته للمواقف المختلفة ، فالذكاء شرط ضروري للنمو الخلقي ولكنه ليس شرطاً كافياً ، فقد وجد "كولبرج" أن جميع الأطفال المتقدمين في النمو الخلقي أذكاء، ولكن ليس كل الأطفال الأذكاء متقدمين في النمو الخلقي (حمادة ، 2019)

المرحلة العمرية : يقصد بالمرحلة العمرية أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين مراحل النمو الخلقي وما تتسم به من خصائص تشير إلى المستوى الخلقي الذي يميز سلوك الفرد، فقد بينت دراسات "بياجية" Piaget، "وكولبرج" أن العمر الزمني دالة لنمو الحكم الخلقي ، ومن ثم فإن النمو الخلقي شأنه شأن جوانب النمو الأخرى يخضع لمراحل معنية وقد أوضح "كولبرج" أن النمو الخلقي يقع في ثلاثة مستويات خلقية؛ حيث يشير المستوى الأول إلى: أخلاق ما قبل المستوى، ويخضع سلوك الطفل في هذا المستوى للسيطرة الخارجية من الآباء والكبار، وتبدو واقعية الطفل للسلوك الخلقي في حصوله على الثواب وتجنب العقاب (السامرة ، 2017 ، ص66)

ويشير المستوى الثاني إلى : أخلاق المسايرة والتقليد، حيث يتمثل سلوك الطفل الخلقي في القيام بأعمال طيبة، وأن يكون سلوكه على مستوى توقعات الآباء وما يفرضه النظام الاجتماعي .

أما المستوى الثالث فيشير إلى : أخلاق ما بعد المسايرة، حيث يتبنى الفرد مجموعة من المبادئ الخلقية التي يؤمن بها ويسلك بموجبها، ويرى فيها صورة عامة وعناصر خلقية يشترك فيها جميع الأفراد، ويصل الفرد في نهاية هذا المستوى إلى أن يكون الضمير الخلقي عنصراً أساسياً، وفعالاً في توجيه سلوكه (العمرى ، 2018 ، ص74)

وفي ضوء ما سبق فإنه يكون من الطبيعي أن تختلف الأحكام الضمنية لدى الفرد باختلاف المرحلة العمرية، ويرجع ذلك إلى اختلاف مستوى النمو الخلقي ومنظور الفرد إلى الإطار العام الذي يحكم غاياته السلوكية.

النوع: تشير العديد من الدراسات في مجال القيم الخلقية إلى وجود بعض الاختلافات بين الجنسين، فيشير "بياجية" إلى أن النمو الخلقي عند البنات يكون أسرع منه في البنين، ففي سن (15) سنة تنمو لديهن العلاقات الاجتماعية بصورة واضحة ويتميزن بالمشاركة الوجدانية مع الآخرين، ويكون أكثر اهتماماً بالعلاقات الشخصية

والاتجاهات الاجتماعية التي تعبر عن القيم وأنماط السلوك المرغوب فيها، ومن جانب آخر فإن البنين في سن (17) سنة يسعون إلى استقلال اتجاهاتهم الخلقية وما يعبر عنها من مظاهر سلوكية كما يرى علماء التحليل النفسي أن النساء يتمتعن أكثر من الرجال بضوابط الضمير، حيث يرى " بلوم " أن هناك دلائل واضحة على أن النساء يشعرن بالذنب من تلقاء أنفسهن، أما الرجال فإن الشعور بالذنب يكون أكثر ارتباطاً بالمعايير الاجتماعية والضرر الخارجي (الديب ، 2019 ، ص77).

العوامل التي تتصل بالبيئة الاجتماعية :

تتعدد العوامل الاجتماعية المؤثرة في تنمية القيم، وأهمها، الأسرة، والمدرسة، والمجتمع، وجماعة الرفاق ووسائل الإعلام :

الأسرة : تعد الأسرة من أبرز العوامل الاجتماعية في تشكيل أنماط السلوك الخلقي وأساليب الاتصال الاجتماعي لدى الأطفال فمنها يتعلم الطفل أنماط السلوك المختلفة والعادات الاجتماعية المقبولة، وتتكون لديه العواطف والاتجاهات والقيم نحو الذات والآخرين، فالأسرة تكسب أطفالها مقومات السلوك الخلقي، وكثيراً من القيم الخلقية، وفي هذا الصدد يذكر "جوسلين بيتر" أن الآباء بالنسبة لأطفالهم أعظم وأهم مصدر للقيم الخلقية (بن راشد ، 2023 ، ص54).

المدرسة : تعد المدرسة امتداداً وظيفياً للأسرة من حيث تنظيمها لخبرات وعمليات اجتماعية وعقلية ومهارية تقوم أساساً على ما بدأته الأسرة وتزيد عليه فالمدرسة مسئولة عن تنمية القيم الخلقية لدى التلاميذ، فالقيم الخلقية كما يراها "ستنهايوز" هي جوهر العملية التربوية، حيث تشير القيم التربوية إلى الارتباط العقلي بقيم ومبادئ معينة، تلك التي تؤكد العقلانية في التفكير وتنمية الحساسية وتنمية الأبعاد التخيلية والقدرة على الاستبصار بنتائج الأفعال والسلوك ، وهذا من جانب، ومن جانب آخر فإن المعايير التربوية تعبر في مضمونها عن أنواع ومستويات من السلوك الخلقي مثل: النظام والنظافة، والمسئولية، والأداب، والقيم العامة (السيد ، 2016).

المجتمع : يُعد المجتمع من العوامل الفعالة في تشكيل سلوك الأفراد، فالمجتمع هو الذي يستحسن أو يستهجن سلوك الأفراد في المواقف المختلفة، وهو بذلك يضع أمام أفراد الضوابط الخلقية بما يتفق وطبيعة القيم السائدة، ويؤكد علماء الاجتماع بأن للعوامل الاجتماعية أثراً كبيراً في اكتساب القيم وإصدار الأحكام القيمية .

جماعة الرفاق: يتأثر سلوك الفرد كثيراً بعادات وقيم وتقاليده واتجاهات نظرائه ورفاقه كأفراد، أو كجماعات في الشارع، أو النادي، وجماعة الرفاق هي شكل من الحياة الاجتماعية، تجمع أفراد الفئة في حالة من التوافق الموضوعي والاهتمامات المشتركة والتفكير المشترك، وفي هذه الجماعات تتضح محددات السلوك والقيم الخلقية بصورة تلقائية تنبثق عن طبيعة الحياة التي تجمع بين أفراد هذه العينة، كما تمتد جماعة الرفاق أفرادها بمعايير أو مستويات للتفكير والسلوك، وتنمي فيهم الاتجاهات والآراء والأفكار الثقافية التي يتوقع منهم أن يكتسبوها ويتوافقوا معها (السمارة ، 2017 ، ص84).

وسائل الإعلام : تعتبر مصدراً مهماً من مصادر التأثير والتنشئة الاجتماعية، كما أنها تشارك غيرها من المؤسسات التربوية في تقبل عمليات التغيير الاجتماعي وغرس القيم المرغوبة

ويتضح مما سبق تداخل العوامل المختلفة الخاصة بالفرد والخاصة بالبيئة الاجتماعية في تشكيل القيم في وجدان التلاميذ وتعزيزها، وكل مؤسسة بحسب أهمية دورها، فالأسرة هي النواة الأولى للمجتمع وهي أهم مؤسسة تربوية للتلاميذ، فيأتي تأثيرها بدرجة كبيرة، ولو دققنا القول في هذا السياق، فإننا نرى أن الأسرة فقدت تدريجياً دورها في تنمية القيم للأبناء، لأن الإعلام أصبح يشكّل أهم أداة في تشكيل القيم، وبخاصة الإعلام العربي فهو على الرغم من إيجابياتها في نشر الثقافة، وبث البرامج التعليمية والدينية، إلا أنه سلاح ذو حدين فهو يقدم السم في العسل وتجد أولادنا يتعلمون قيم سلبية من خلال هذه المؤسسة، تؤثر على سلوكهم وتحوله إلى سلوك هدام ضار لنفسه وللمجتمع (تلعيث ، 2021).

وسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية

إن منظومة القيم الاجتماعية والمعايير الأخلاقية المتعارف عليها والسائدة في أي مجتمع من المجتمعات هي التي تحدد علاقات الأفراد مع بعضهم البعض، وكذلك مع البيئة التي تحيط بهم، لأن القيم هي المصدر الرئيس لسلوك الإنسان، وفي خلاف ذلك نجد أن عدم التمسك بهذه القيم يؤدي إلى تضائل وجودها المادي، فالفرد في المجتمع هو مصدر السلوك وهو الذي يقرر أساليب التعامل والتفاعل المميزة مع ما يحيط به، معنى ذلك أن الفرد

لديه كم من الرغبات والأهداف الاجتماعية والإنسانية والمثل العليا التي تعطي لحاجاته العضوية أبعاداً جديدة يسعى لتحقيقها، ولمعرفة السلوك الاجتماعي يجب الوقوف عند مستوى السلوك الفردي والتكوين العام لشخصية الفرد وكيفية تعامله مع الظروف المحيطة به سواء كانت اجتماعية أو مادية، وغيرها من الظروف التي يكون فيها الفرد على تماس مع مجتمعه (احمور ، 2018)

وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في العديد من التحولات والتغيرات في جميع مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، فقد أثرت في بنيتها وتركيباتها واستقرارها، فأصبحت أغلب الأسر العربية تعاني الكثير من المشكلات الاجتماعية مثل التفكك الأسري والتطرف والعنف ، وقد ازدادت نسب الجريمة بشكل كبير وملحوظ وهذا ما أدى إليه انتشار وسائل التواصل الحديثة كالكومبيوتر والتلفاز والعديد من الوسائل الأخرى التي أصبحت تحيط بنا من كل اتجاه .

فقد أصبح الشباب العربي منشغلاً باستعمال شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة، مما أدى إلى الانعكاس السلبي على القيم الاجتماعية وهذا بدوره يؤدي إلى تغيير فكرهم واتساع الفجوة بينهم وبين أسرهم والبيئة المحيطة ، لأن استعمال تلك المواقع بشكل متواصل يؤدي الى السيطرة على مستخدميها وعلى عقولهم بل وعلى أوقاتهم ونشاطهم المختلفة (البقمي ، 2020 ، ص65)

إن الثورة المعلوماتية والتكنولوجية في العالم ، والآفاق المفتوحة أمام المعلومات انعكست على مناحي الحياة المختلفة ، سواء أكانت اقتصادية أم سياسية أم اجتماعية، فالدول المتقدمة تعمل على إنتاج ما يقارب 90% من تكنولوجيا المعلومات، وقد استغلت هذا التطور في نشر ثقافتها وهيمنتها الاجتماعية على المجتمعات المختلة والمجتمع العربي كان أرضاً خصبة لذلك ، محاولة منها في السيطرة عليها وتحقيق مصالحها ، لذا تُعد الثورة المعلوماتية سلاحاً ذو حدين، أحدهما ينمو ويزدهر من خلال اكتساب المعرفة والثقافة بشرط أن تتناسب مع مبادئ وقيم المجتمع، أما الثاني فهو الجانب المظلم الضار بالمجتمع ، فلم توضع ضوابط وأسس لاستيراد هذه لثقافات والقيم الطارئة الى المجتمعات (الشهري ، 2013 ، ص121).

وقد شهد المجتمع الاماراتي تغيرات اجتماعية مختلفة، نتيجة لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير، مما أدى الى تصدع بعض القيم وظهور قيم أخرى تعبر عن الحالة الاجتماعية الجديدة، وهذا ما أدى بدوره الى نزاع ما بين القيم الجديدة والقيم القديمة أي ما بين من يتبنون القيم الجديدة ومع من يتمسكون بالقيم القديمة، وفي حالات أخرى فقد حدث هذا الصراع داخل الفرد نفسه عندما عاش الفرد بين حدود قيميتين داخل أسرته أو مجتمعة، مما يؤدي الى جعل سلوك الفرد متذبذباً وتفكيره قلقاً مما يجعل الفرد يسلك شتى أنواع السلوك من أجل تحقيق حاجات حتى لو تطلب ذلك التجاوز والاضرار بهم (ساري ، 2003).

لذا من الضروري معرفة السلوك الانساني لكل من يعمل في مجال التواصل الاجتماعي والاعلام، لأن فهم السلوك يُعد استجابات تصدر من كائن بيولوجي يتفاعل من البيئة المادي والاجتماعية، وهذا السلوك يتغير كلما تغيرت المنبهات البيئية. ويرى الباحث أن وسائل التواصل الاجتماعي إحدى المنبهات أو المثيرات التي تغير السلوك البشري، لذا لا بُدَّ من القيام بتحليل وتفسير السلوكيات الفردية أو الجماعية بهدف التعرف الى الأسباب التي تدفع الأفراد الى القيام بتصرفات أو سلوكيات معينة، مما يساعد في الحصول على تنبؤات بالسلوكيات المستقبلية، من ثم العمل على توجيهها والسيطرة عليها والتحكم فيها، فالقيم الاجتماعية تعمل على ضبط السلوكيات تنظيمها لأنها توضح أساس العلاقات الاجتماعية وتقدم للمجتمع دستوراً للتعامل بين أعضائه وما يتضمن هذا الدستور من قيم ومعايير منبثقة من تجارب الجماعة فمن دون هذا الدستور لا يرجى للحياة الاجتماعية أن تسير في مجراها الطبيعي وتكون النتيجة أن يقف الافراد شيوخاً وشباباً مواقف متناقضة وتشيع الفوضى، مما يسبب هدرًا وتمزيقاً للكيان الاجتماعي للمجتمع (الاحمري ، 1432)

وقد كان لتأثير الثورة المعلوماتية ووسائل التواصل الاجتماعي على وجه التحديد تآكل وإضعاف لبعض القيم الاجتماعية، مما أدى الى نمو قيم دخيلة وطارئة، ويرجع ذلك الى الخطاب الإلكتروني معلوماتي وأدواته الاتصالية الحديثة، حيث يتخاطب الفرد بمعزل عن المرجعية الثقافية والاجتماعية العائلية، مما يجعله أكثر عُرضةً للاختراق في ظل غياب هذه المرجعيات التوجيهية، مما ينعكس سلباً على القيم الاجتماعية والنسيج الاجتماعي والأسري، مما يؤدي الى تفككه وطغيان بعض مظاهر التحلل والضعف.(احمور ، 2018).

الدراسات السابقة أولاً: الدراسات العربية

١. دراسة (مولة هينا وبمخلوط ريمة، ٢٠٢٠) بعنوان (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطالب الجامعي). سلطت هذه الدراسة الضوء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، وقد كانت دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، إذ انطلقت من تساؤل رئيسي: ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطالب الجامعي؟ والإشكال المطروح اندرجت ضمنه جملة من التساؤلات: - ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع فيسبوك؟ - ما هي دوافع وإشباعات استخدام الطلبة لموقع فيسبوك؟ - هل استخدام موقع فيسبوك عزز من القيم الاجتماعية للطلبة؟ - هل يؤثر موقع فيسبوك على القيم الاجتماعية للطلبة؟ وللإجابة على تساؤلات هذه الدراسة الوصفية وتحقيق أهدافها تم الاعتماد على منهج المسح الوصفي الذي لا يكتفي بوصف الظاهرة فقط وإنما بتحليل خصائصها والعوامل المؤثرة فيها وتفسيرها واستخلاص نتائجها ثم تعميمها على المجتمع الكلي، وذلك بالاعتماد على أداة الاستمارة الإلكترونية والتي تم ملؤها من طرف طلبة علوم الإعلام والاتصال، وكبر مجتمع الدراسة الكلي فقد قمنا بالاعتماد على العينة القصدية وهذا قصد اختيار مفرداتها بدقة. وجرت هذه الدراسة بقسم الإعلام والاتصال جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في الفترة ما بين جانفي 2019 إلى سبتمبر 2020. ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة: - أن الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك بشكل مستمر ومنذ فترة طويلة. - أن مدة استخدامهم للموقع تزيد عن ثلاث ساعات يومياً، كما أن دوافع وإشباعات الطلبة المبحوثين كانت مقتصرة حسب إجاباتهم على التسليّة والترفيه وكذا الحصول على الأخبار والمعلومات ومتابعة الأحداث على الموقع بشكل آني. - في حين أن النتائج المتعلقة بتأثير وتعزيز القيم الاجتماعية للطلبة من خلال استخدامهم لموقع فيسبوك فقد كانت ايجابية بحيث أن أغليبيتهم أجابوا بـ "موافق" على أن استخدامهم لموقع فيسبوك قد عزز من بعض القيم الاجتماعية لديهم وكذلك أثر في بعض القيم التي يحملونها. أن أغليبيتهم لا يوافقون على أن فيسبوك قد أثر في اكتسابهم للقيم الاجتماعية المذكورة في المحور السادس والتي تعتبر طبيعة هذه القيم سلبية، وبالتالي فإن الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك استخداماً ايجابياً أي أنهم يستخدمونه في إطار أخلاقي غير منافي والقيم السائدة في محيطهم الاجتماعي.

٢. دراسة (المختن، ٢٠٢٠) بعنوان (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الأمن المجتمعي). هدفت إلى التعرف وتأسيس مفاهيم وسائل التواصل الاجتماعي وأنواعها، وخصائصها وتأثيراتها، وكذلك تأطير ماهية الأمن المجتمعي وأبعاده المختلفة ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الإطار النظري، والعمل على كشف الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع الإماراتي ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال الدراسة الميدانية ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: لا تمثل شبكات التواصل الاجتماعي العامل الأساس

للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، أصبحت تتشكل بفضل شبكة الانترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية، وإن من بين مزاياها نهاية فوبيا المكان، إنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة - بداية من التمرد على الخجل والانتواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية. يكمن النظر للتغيير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في ثلاث مسارات، أولهما: ما يعرف "بالحتمية التقنية"، وثانيهما: ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية"، ثم "الحتمية المعلوماتية".

٣. دراسة (التجاني كريمة، ٢٠٢٠-٢٠٢١) بعنوان (أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الأسرية). تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في القيم الاجتماعية من خلال دراسة عينة مكونة من 751 أسرة مستخدمة للموقع الاجتماعي الفيسبوك من مدينة تڤرت ولاية ورقلة تم اختيارهم بطريقة قصدية: وقد تم اعتماد المنهج الوصفي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات على المبحوثين، كما استعرضت الدراسة في جانبها النظري الى الخلفية النظرية لشبكات التواصل الاجتماعي ثم التأصيل السوسيولوجي للقيم الاجتماعية وتغيراتها خاصة في الجزائر. ولعالجة الموضوع انطلقنا من طرح الإشكالية التالية:

هل أن تفاعل أفراد الأسرة كمستخدمين للفييس بوك في هذا المجال الاجتماعي الذي له خصوصياته ومضامينه المتنوعة يؤثر على قيمهم الاجتماعية ؟ وقد اخترنا ثلاثة قيم والمتمثلة في التواصل الاجتماعي والتضامن الاجتماعي وقيمة المواطنة لما لاحظنا على مستوى هذه القيم من تغيير للممارسات وربطناه بتأثير الموقع الاجتماعي الفاييسبوك؛ فأردنا أن نعرف نوع هذا الأثر وأسبابه؟ وكيف نفسره؟ انطلاقاً من هذه الإشكالية صغنا الفرضيات التالية:

- ١- لأفراد الأسرة عادات وأنماط استخدام للموقع الاجتماعي الفاييسبوك يحققون من خلالها احتياجاتهم.
 - ٢- الاستخدام المستمر ولدة طويلة للموقع الاجتماعي الفاييسبوك لأفراد الأسرة كمجال لتفاعل ذو المضامين المتنوعة يؤثر على قيمة التواصل الاجتماعي لديهم وبشكل خاص في علاقاتهم والتزاماتهم الاجتماعية.
 - ٣- يظهر أثر تقديم الموقع الاجتماعي الفاييسبوك من مضامين حول قيمة التضامن الاجتماعي على أفراد الأسرة المتصفحين لذا من حيث تمثيلاتهم لهذه القيمة وممارستهم لها.
 - ٤- الاستخدام المستمر ولدة طويلة للموقع الاجتماعي الفاييسبوك لأفراد الأسرة كمجال لتفاعل ذو المضامين المتنوعة يؤثر على أحد وظائف الأسرة والمتمثلة في إعداد أفرادها على المواطنة لاسيما في بعدها المتعلق بالانتماء، والهوية الوطنية، وكذا البعد المتعلق بالحقوق والواجبات.
- وبعد تفريغ البيانات ومناقشة الفرضيات خلصت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها:

١- عرف أفراد العينة في استخدامهم للفييس بوك بترددهم اليومي الشيء الذي دل على استخدامهم المستمر إذ أصبح استخدام الفاييسبوك نشاطاً أولياً وليس عرضياً في حياتهم فهذا النمط من الاستخدام أدخل على أفراد أسر العينة عادة جديدة وهي التصفح والتعرض المستمر لمضامين الفاييسبوك من جهة أخرى ارتبط نمط استخدام خدمات الفاييسبوك بنمط المحتوى الذي تعرض له الفرد المستخدم واختلاف مجالاته وأغراضه وكذا نوع الإشباع المراد تحقيقها إذ كانت أكثر الحاجات التي تم إشباعها اجتماعية بالدرجة الأولى بالنسبة لأغلبية أسر العينة.

٢- أشارت النتائج كذلك أن لاستخدام الفاييسبوك العديد من الآثار الإيجابية فقد نجح في تجسيد واقع إلكتروني تواصل جديد بين أفراد أسر العينة وأصدقائهم وكذا أقاربهم البعيدين عنهم مكانياً سمح لهم بنقل آرائهم واثبات ذواتهم وتبادل معارفهم والاستعانة به في استحضار مناسباتهم أو ممارسة بعض الطقوس والعادات الاجتماعية من باب تعزيزها وتعبيراً عن الهوية الجماعية لهم والعيش مع بعضهم في كل المناسبات والأوقات؛ في حين كان هناك أثر سلبي في الاستخدام الطويل للفييس بوك وكثرة الانشغال به من أقوى المشاكل التي أبعدت الفرد المستخدم عن أدواره والتزاماته الأسرية فقد قل التواصل الأسري بينهم واكتسبوا سلوكيات غير سوية كعدم امتثالهم لأوامر الوالدين وعدم التزامهم بمواقيت الأكل وإهمالهم للفرائض الدينية.

٣- أما فيما يخص قيمة التضامن الاجتماعي كشفت الدراسة الأثر الإيجابي المتمثل في حضور وتقارب متوازن إلى حد ما للأبعاد: المعرفي والوجداني والسلوكي وهو ما عكس الوعي بقيمة التضامن الاجتماعي لأفراد أسر العينة. وكان للمضامين التضامنية المنشورة عبر صفحات الفاييسبوك لأفراد العينة صدى وتقبل لهذه القيمة افتراضياً وترسيخاً لها واقعياً من خلال إصدار استجابات جسدية ولفظية، مادية ومعنوية، وتعزيز الكثير من العادات الأسرية والاجتماعية التضامنية نحوها ليتحول التضامن من وجدانياً إلى قيمة مرغوب فيها اجتماعياً لدى أسر العينة.

٤- أما فيما تعلق بأثر التفاعل المستمر عبر الموقع الاجتماعي الفاييسبوك على قيمة المواطنة فقد كان هناك أثر إيجابي للفييس بوك إذ ساهم في الانفتاح الفكري والثقافي لأفراد العينة وبات متنفساً لهم لتعرف والتعريف بعاداتهم وتقاليدهم كما كان للمضامين المهتمة بالقضايا الوطنية عبر الفاييسبوك إسهاماً في التحسيس بالدور الاجتماعي لأفراد أسر العينة والذي حمل دلالة التمسك والاعتزاز برموز السيادة الوطنية والهوية الثقافية وتنمية الروح الوطنية وترسيخ الشعور بالانتماء وذلك من خلال رغبة أغلبية أفراد العينة في الانخراط في جماعات افتراضية التي يحويها المجتمع المحلي أو الوطني، فقد شكلوا هؤلاء المستخدمين من خلال الفاييسبوك مجال اجتماعي جديد عبروا من خلاله عن مدى وعيهم بحقوقهم وما عليهم من واجبات فممارسة تلك المواطنة في

الفايسبوك جعلت مستخدموه فاعلون منتجون لمضامينه وليس فقط مستهلكون له كما عكست سلوكيات واقعية تميزت بالحضارية متكيفة ومشبعة اجتماعياً مبنية على أسس الانفتاح والحوار والتشارك مع الآخر.

٤.دراسة (محمد النقبي، ٢٠٢٣) بعنوان (شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم المجتمعية في دولة الإمارات العربية المتحدة). هدفت الدراسة إلى قياس أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية في دولة الإمارات العربية المتحدة، ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، واستخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي لمجتمع الدراسة، وتم تحديد عينة عشوائية بسيطة مقدارها ٥٠ شخصاً من العاملين في مركز الدعم الاجتماعي، ودائرة الرعاية الاجتماعية بإمارة الشارقة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أهمها: تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعلم سلوكيات غير أخلاقية، كما أنها تساهم في نشر الأفكار المتطرفة التي تؤثر على القيم المجتمعية، وتقلل من اهتمام الفرد بتراثه الثقافي المجتمعي، وتضعف من المشاركة في الأعمال المجتمعية، وتعزز العزلة الاجتماعية للأفراد، وتقلل من التفاعل مع محيط الفرد الاجتماعي كما أنها تقلل من قيمة العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع. ومن الجوانب الإيجابية لهذه الشبكات فقد بين الباحث أنها تعمل على تعزيز التواصل مع الآخرين، وترسخ القيم الأصيلة في المجتمع وتحافظ عليها، وتعمل على نشر العادات والتقاليد الأصيلة بين الآخرين. كما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على زيادة مساهمة الفرد في المشاركة بالأعياد والمناسبات الاجتماعية. كما توصلت إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية حسب تصورات الباحثين عند مستوى دلالة (أصغر من أو تساوي ٠.٠٥) لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بأبعادها (العادات والتقاليد، الثقافة المجتمعية، الروابط الاجتماعية).

٥.دراسة (فارس عمر بتاوي، ٢٠٢٣) بعنوان (تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية بالسعودية). هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، حيث لوحظ أثر على الأجيال الحديثة ومتغيرات في القيم الاجتماعية والأصالة الاجتماعية التي كان عليها الجيل السابق، ومما كان لأهمية هذه الوسائل واستخدامها بشكل يومي من المجتمعات المحيطة، كان علينا إجراء البحوث لمعرفة ان كان لها تأثير فعال وهل التأثير بشكل إيجابي أم سلبي وماهية الطرق التي تساعدنا لمعرفة ذلك، واعتمدت الدراسة على طرح بعض الأسئلة في استبيان موحد وتم طرح الأسئلة التالية : ما هي مدة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟، ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع في السعودية؟، ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في السعودية؟، ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة والتقاليد في السعودية؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على قيمك الشخصية؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على علاقاتك مع الأصدقاء والعائلة؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى التفاعل الاجتماعي في المجتمع؟، ما تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الانفتاح والتسامح في المجتمع؟، هل تشعر بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الالتزام بالقيم الإسلامية في المجتمع؟، هل تشعر بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الانضباط والانضباط الذاتي في المجتمع؟، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وقد طبقت على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية وقد بلغت العينة (173) من الباحثين من الجنسين، وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة في: أن غالبية الباحثين يستخدمون أكثر من 5 ساعات ليوم واحد وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم (42.2%)، وأن أغلبية الجمهور السعودي (عينة الدراسة) أفادوا بأن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي محايد على القيم الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم (48%)، وتلاههم الجمهور السعودي (عينة الدراسة) الذين أوضحوا أن وسائل التواصل الاجتماعي تحدث تأثير سلبي على القيم الاجتماعية بنسبة (34.7%)، بينما كانت نسبة الجمهور السعودي (عينة الدراسة) الذين قد أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تحدث تأثير إيجابي (17.3%)، وأن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدة استخدام الجمهور السعودي (عينة الدراسة) لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على القيم الاجتماعية بالسعودية من وجهة نظرهم، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية بالسعودية من وجهة نظر الباحثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي).

ثانياً: الدراسات الأجنبية

١. دراسة (سبياستين وبارك وكيرك، ٢٠٠٩) بعنوان (هل يوجد فوائد اجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما درجة الرضا والثقة والمشاركة من خلال استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك؟).

هذه الدراسة وصفية تهدف كذلك إلى التعرف على ترتيب موقع الفيس بوك بين مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى باعتباره أكثر المواقع شعبية بين طلاب الجامعات الأمريكية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ما يلي:

- شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على توطيد العلاقات والروابط وتبادل الرسائل بسهولة ويسر.
- أكدت النتائج أن موقع الفيس بوك يتمتع بشعبية عالية عن غيره من المواقع الأخرى، حيث يسهل الفيس بوك على تسهيل الاتصالات بين مستخدمي الانترنت وذلك من خلال ترك تعليقات والاطلاع على التعليقات الأخرى التي يتم عرضها من قبل المستخدمين، والتعرف على الأنشطة المشتركة بين المستخدمين أو تفاصيل حول المواقع الخارجية والأحداث مما يعتبر شكل آخر من أشكال ردود الفعل السريعة عبر الموقع.
- الفيس بوك يمكنه أن يلبي العديد من الاحتياجات الإعلامية للمستخدمين ويعتبر ذلك عنصراً رئيسياً لتقوية الروابط الضعيفة وتعزيز العمل الجماعي.

٢. دراسة (ميشيل فانسون، ٢٠١٠) بعنوان (أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية). وقد طبقت الدراسة على أكثر من ١٦٠٠ شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون شبكات من بينها (الفيس بوك ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الانترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، وأنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، وأن نحو (53%) من أفراد العينة يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الانترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد شبكات التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ 27% فقط في فرنسا، و(33%) في اليابان و(40%) في الولايات المتحدة.

٣. دراسة (أرينكاربنسكي، ٢٠١٠) بعنوان (أثر استخدام موقع "فيس بوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات). طبقت الدراسة على ٢١٩ طالباً جامعياً، حيث أظهرت النتائج أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت وتصفح موقع "فيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراً لهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات. كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الانترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة، مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدردشة"، وحل الفوازير، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى، وبينت النتائج إن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا أن إدمانهم على موقع "الفيس بوك" أثر سلباً على تحصيلهم الدراسي.

٤. دراسة (كيث ان هامبتون، ٢٠١١) بعنوان (مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا). انطلقت هذه الدراسة من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل التويتر والفيس بوك ولينكد إن وماي سبيس، حيث طرحت الإشكالية التالية:

- هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟ أو أنها ساعدت في ربطهم بآخرين؟
وقد قرر كل من مركز أبحاث "PEW" للانترنت دراسة الشبكات الاجتماعية من خلال مسح شامل لها، وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الاجتماعي، والمشاركة السياسية. توصلت نتائج الدراسة مايلي:

- من خلال العينة المدروسة تبين أنه ٧٩٪ من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنت وتقريباً نصف عددهم حوالي (٤٧٪) من أصل ٥٩٪ من مستخدمي الانترنت) يستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في ٢٠٠٨ والتي كانت حوالي ٢٦٪ (من أصل ٣٤٪ من مستخدمي الانترنت) أضف إلى ذلك أن متوسط عمر هؤلاء البالغين

المستخدمين للإنترنت قد تغير من ٣٣ سنة في ٢٠١٠. وحوالي نصفهم هم في عمر ٣٥-٦٥٪ من المستخدمين هم إناث.

- ومن خلال المسح توضح أن الفيس بوك هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخداماً حيث ٩٢٪ من العينة يستخدمونه. فيما يستخدم ٢٩٪ موقع ماي سبيس، ١٨٪ يستخدمون لينكد إن، و ١٣٪ يستخدمون موقع تويتر.
- هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أن ٥٢٪ من مستخدمي الفيس بوك و ٣٣٪ من مستخدمي تويتر يلجؤون إليها بصورة يومية، في حين أن ٧٪ من مستخدمي ماي سبيس و ٦٪ من مستخدمي لينكد إن يفعلون ذلك. أما متوسط استخدام الفيس بوك في اليوم الواحد فأسفرت النتائج عما يلي:

٥٠٪ يحدّثون صفحتهم الشخصية.

٢٢٪ يعلقون على صفحات الآخرين الشخصية وعلى ما يشترونه.

٢٠٪ يعلقون على صور الآخرين.

١٠٪ يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين.

-كما توصلت الدراسة إلى أن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه قبل عامين.

-أن استخدام الفيس بوك ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد.

-وجزء صغير فقط من مستخدمي الفيس بوك في أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في الفيس بوك من قبل.

٥. دراسة (شابنور و تاجندر، ٢٠١٦) بعنوان (إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع بوجه عام).

استهدفت الإيجابيات إتاحة الفرصة للأفراد للتواصل والتعارف وتبادل الآراء والأفكار وإتاحة الفرصة لتحقيق العديد من المنجزات والأهداف الدقيقة التي تسهم في التغيرات الاجتماعية الإيجابية. وفيما يخص التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي التي توصلت إليها الدراسة فهي تنحصر في ضياع وقت الأفراد الثمين، والتأثير السلبي على الأطفال والمراهقين من خلال إتاحة الصور ومقاطع الفيديو التي تنشر العنف والإرهاب بين صفوفهم. ومن تأثيراتها السلبية أيضاً اختراق خصوصية الأفراد، وانتشار بعض الأمراض الاجتماعية مثل الكذب بين أفراد المجتمع.

وتأتي هذه الدراسة استكمالاً لما سبقها من جهود الباحثين، لك تقف على أهم الآثار المتوقعة لشبكات التواصل الاجتماعي وبيان أثرها على منظومة القيم المجتمعية في المجتمع الاماراتي.

التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض أغلب الدراسات السابقة أنها سلطت الضوء على التواصل الاجتماعي و أنواعه المختلفة وأثره على القيم الاجتماعية في مجتمعات وبيئات مختلفة وبعد البحث من قبل الباحثة اتضح أنه توجد من الدراسات ما توضح العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وأثره في القيم الاجتماعية ولكنها دراسات قليلة جداً وقد تم وضعها في الدراسات السابقة وذلك في حدود علم الباحثة، وقد ساهم الإطلاع عليها في تحديد الإطار النظري وصياغة مشكلة الدراسة والتعرف على ماهية وسائل التواصل الاجتماعي والمقصود بالقيم الاجتماعية. وساعدت الدراسات السابقة في بناء أداة الدراسة (الاستبانة) والتزود ببعض المراجع والتأكد من كون الدراسة الحالية لا تمثل تكرار لدراسة سابقة وهذا ما يميز هذه الدراسة حيث تعتبر في حدود علم الباحثة دراسة تتطرق إلى موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة وقد تعددت الدراسات السابقة واختلفت باختلاف الأهداف التي سعت إلى تحقيقها واختلاف القطاعات التي تناولتها واختلاف البيئات التي تمت فيها والمتغيرات التي تناولتها والمنهجيات التي اتبعتها وقد توافقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدامها المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كمنهج وأداة مناسبة لمثل هذا النوع من الدراسات.

الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة

مقدمة

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك من خلال التعرف على منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وحساب الصدق والثبات لأداة الدراسة.

منهجية البحث

يستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال تحديد المعالم الرئيسية لمجتمع البحث وخصائصه والقيام بالحصول على البيانات من خلال أداة الدراسة وتحليلها عن طريق استخدام الأساليب والطرق الإحصائية للوصول إلى نتائج يمكن من خلالها تحقيق أهداف الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المواطنين في دولة الإمارات العربية المتحدة، ونتيجة لصعوبة إجراء الحصر الشامل لكافة أفراد مجتمع الدراسة فقد قامت الدراسة باستخدام أسلوب العينات من أجل جمع البيانات المتعلقة بالدراسة من خلال اختيار عينة عشوائية بسيطة وذلك عن طريق أداة الدراسة المتمثلة في استمارة الاستبيان الإلكتروني والتي تم استخدامها في جمع بيانات الدراسة، وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 201 فرد وهم الذين أجابوا على أسئلة استمارة الاستبيان.

الأساليب الإحصائية

قام البحث باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل بيانات الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية كما يلي:

- معامل الفاكرونباخ لحساب مستوى ثبات أداة الدراسة.
- معامل ارتباط بيرسون لتحديد مستوى الاتساق الداخلي وصدق أداة الدراسة.
- النسب والتكرارات والأشكال البيانية لوصف خصائص عينة الدراسة واستجابة أفراد عينة الدراسة لعبارات أداة الدراسة.
- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لوصف مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لعبارات أداة الدراسة.
- معادلة الاتحاد البسيط للتعرف على أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

أداة الدراسة

قام البحث باستخدام استمارة استبيان كأداة للدراسة الميدانية وتم إعدادها عن طريق الاستعانة بالإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة وتكونت استمارة الاستبيان من أربع أقسام وهم:

القسم الأول ويشتمل على البيانات الأولية لأفراد عينة الدراسة (النوع، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، سنوات الخبرة في العمل).

القسم الثاني ويشتمل على العبارات المتعلقة بمحور وسائل التواصل الاجتماعي وتضمنت 8 أسئلة.

القسم الثالث ويشتمل على العبارات المتعلقة بالقيم الاجتماعية وتضمن 7 أسئلة.

القسم الرابع وتضمن سؤالاً لمقترحات أفراد عينة الدراسة لكيفية قيام الحكومة بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الثلاث درجات في الإجابة على أسئلة محاور الدراسة.

صدق أداة الدراسة

الدراسة الحالية اعتمدت في حساب صدق الاستبيان على الطرق الآتية:

1-صدق المحكمين أو الصدق الظاهري: وقد قام الباحث بعرض الاستبيان في صورته الأولى على السادة المحكمين، لإبداء الرأي حول موافقتهم على محاور عبارات الاستبيان ومعرفة آرائهم وملاحظاتهم حول مناسبة عبارات الاستبيان لمحاور وموضوع الدراسة، ومدى وضوح ودقة صياغة العبارات وسلامتها لغوياً، وحذف وتعديل وإضافة العبارات، وفي ضوء ذلك تم إعادة صياغة تصميم الاستبيان في صورته النهائية.

2- صدق الاتساق الداخلي: تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان من خلال القيام بحساب قيمة معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التي تنتمي إليه العبارة وذلك لتحديد مستوى الاتساق الداخلي لأداة الدراسة وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات استمارة الاستبيان كانت ذات دلالة إحصائية عند مستويات معنوية (0.01) وهذا يعني أن الأداة تتمتع بمستوى صدق مرتفع وهي صالحة لأغراض الدراسة.

ثبات أداة الدراسة

تم حساب معامل ألفا كرونباخ لعبارات أداة الدراسة وتبين أن قيمة معامل الثبات Alpha لأداة الدراسة تساوي 0.779 وهي أكبر من 0.7 مما يؤكد على صلاحية وارتباط عبارات أداة الدراسة وارتفاع مستوى ثبات أداة الدراسة مما يسمح باستخدام الأداة لغرض الدراسة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل استمارة الاستبيان والتعرف على خصائص عينة الدراسة وتحليل عبارات أداة الدراسة باستخدام النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأشكال البيانية لعبارات أداة الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج وتوصيات للدراسة.

خصائص عينة الدراسة

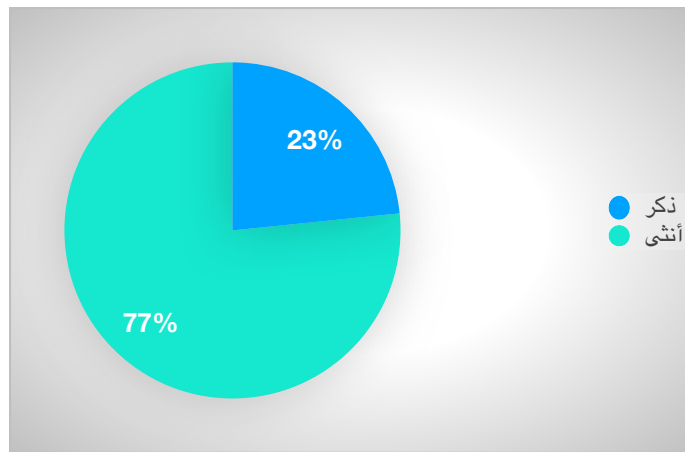
a. النوع:

تبين أن 47 فرد من أفراد عينة الدراسة من الذكور بنسبة 23.4% و154 فرد من الإناث بنسبة 76.6%، ويتبين أن أغلب أفراد عينة الدراسة من الإناث.

جدول (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

النسبة %	التكرار	الفئات
23.4	47	ذكر
76.6	154	أنثى
100	201	الاجمالي

شكل (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع



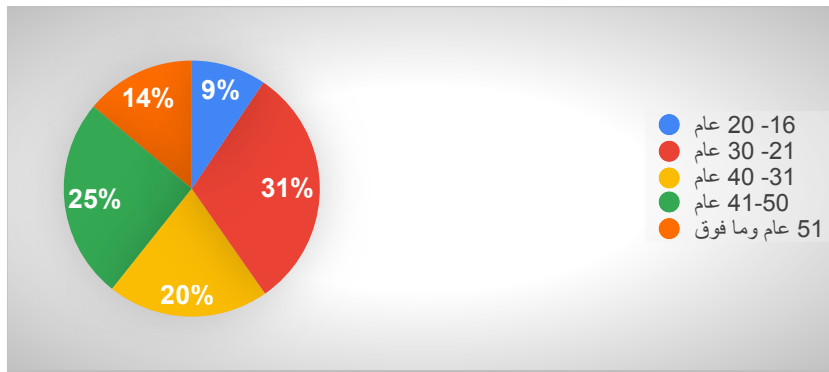
b. العمر:

تبين أن 19 فرد من أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 16 إلى 20 سنة بنسبة 9.5% و62 فرد أعمارهم من 21 سنة إلى 30 سنة بنسبة 30.8% و41 فرد أعمارهم من 31 سنة إلى 40 سنة بنسبة 20.4% و51 فرد أعمارهم من 41 إلى 50 سنة بنسبة 25.4% و28 فرد أعمارهم 51 سنة وما فوق بنسبة 13.9%، ويتبين أن حوالي نصف أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 21 إلى 40 سنة.

جدول (2) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

النسبة %	التكرار	الفئات
9.5	19	16- 20 عام
30.8	62	21- 30 عام
20.4	41	31- 40 عام
25.4	51	41- 50 عام
13.9	28	51 عام وما فوق
100	201	الاجمالي

شكل (2) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر



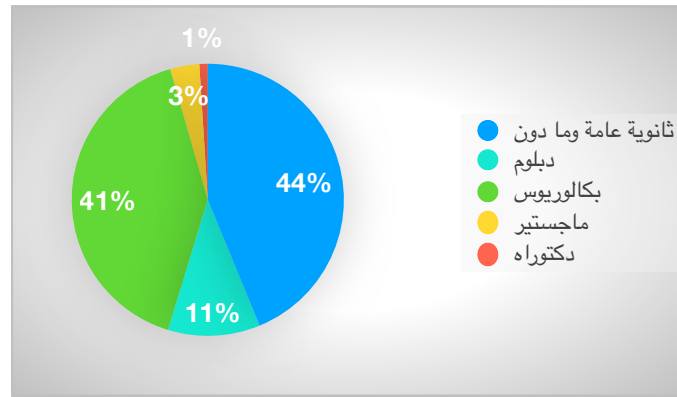
c. المؤهل العلمي:

تبين أن 25 فرد من أفراد عينة الدراسة مؤهلهم أقل من الجامعي بنسبة 12.5 % و 148 فرد مؤهلهم جامعي بنسبة 74% و 20 فرد مؤهلهم ماجستير بنسبة 10 % و 7 أفراد مؤهلهم دكتوراه بنسبة 3.5 %، ويتبين أن أغلب أفراد عينة الدراسة مؤهلهم جامعي.

جدول (3) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي

النسبة %	التكرار	الفئات
43.8	88	ثانوية عامة وما دون
10.9	22	دبلوم
40.8	82	بكالوريوس
3.5	7	ماجستير
1.0	2	دكتوراه
100	201	الاجمالي

شكل (3) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي



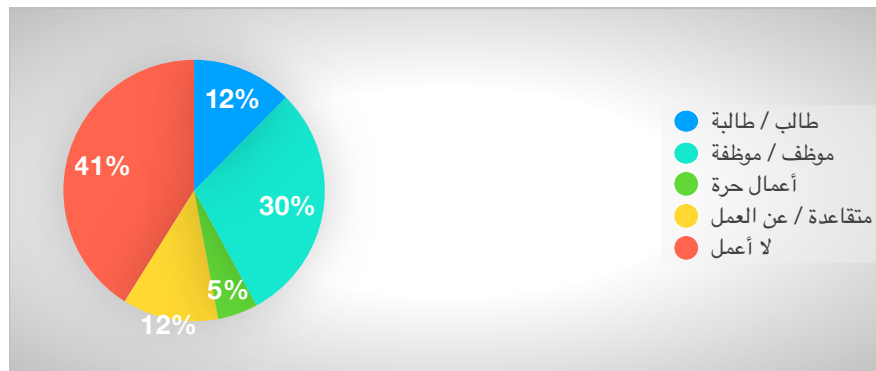
d. الوظيفة

تبين أن 25 فرد من أفراد عينة الدراسة طلاب بنسبة 12.4 % و 61 فرد موظفين بنسبة 29.9% و 10 أفراد أعمال حرة بنسبة 5 % و 24 فرد متقاعدين عن العمل بنسبة 11.9 % و 83 فرد لا يعملون بنسبة 41.3 %، مما يبين أن أغلب أفراد عينة الدراسة لا يعملون.

جدول (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة

الفئات	التكرار	النسبة %
طالب / طالبة	25	12.4
موظف / موظفة	61	29.9
أعمال حرة	10	5.0
متقاعدة / عن العمل	24	11.9
لا أعمل	83	41.3
الإجمالي	201	100

شكل (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة



e. سنوات الخبرة في العمل

تبين أن 135 فرد من أفراد عينة الدراسة خبرتهم 0-5 سنوات بنسبة 67.2 % و 18 فرد خبرتهم 6-10 سنوات بنسبة 9.0 % و 10 أفراد خبرتهم 11-15 سنة بنسبة 5.0 % و 38 فرد خبرتهم 16 سنة فأكثر بنسبة 18.9 %، ويتبين أن أغلب أفراد عينة الدراسة خبرتهم 0-5 سنوات.

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة في العمل

الفئات	التكرار	النسبة %
0-5 أعوام	135	67.2
6-10 أعوام	18	9.0
11-15 أعوام	10	5.0
16 عام فأكثر	38	18.9
الإجمالي	201	100

شكل (5) توزيع عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة في العمل



المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي

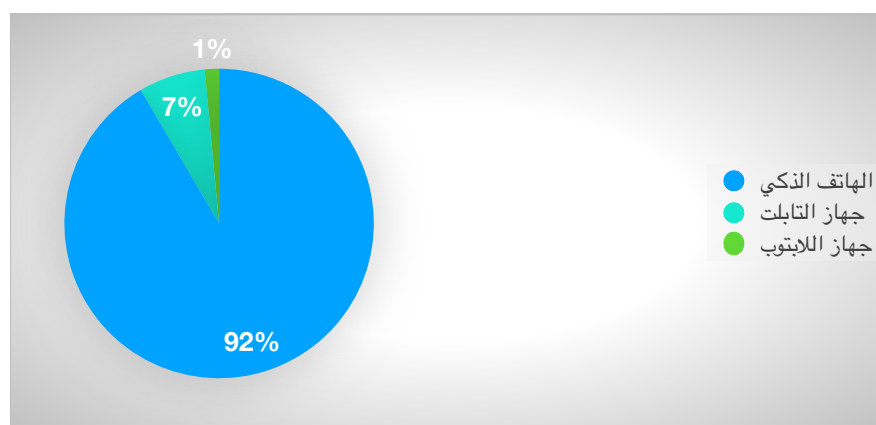
f. الجهاز الذي تستخدمه أكثر لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي

تبين أن 184 فرد من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 91.5 % و 14 فرد يستخدمون جهاز التابلت بنسبة 7.0 % و 3 أفراد يستخدمون جهاز اللابتوب بنسبة 1.5 % ويتبين أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (6) توزيع عينة الدراسة وفقاً لأكثر جهاز مستخدم في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
الهاتف الذكي	184	91.5
جهاز التابلت	14	7.0
جهاز اللابتوب	3	1.5
الإجمالي	201	100

شكل (6) توزيع عينة الدراسة وفقاً لأكثر جهاز مستخدم في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي



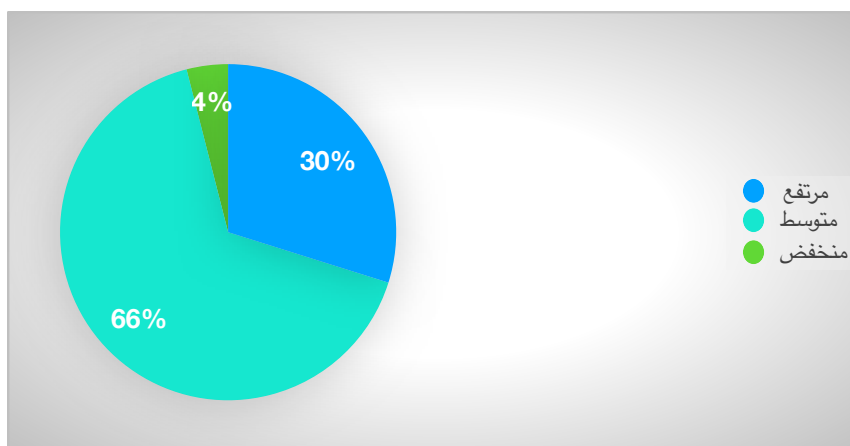
g. مدى الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي

تبين أن 60 فرد من أفراد عينة الدراسة استخدمهم مرتفع بنسبة 29.9 % و 133 فرد استخدمهم متوسط بنسبة 66.2 % و 8 أفراد استخدمهم منخفض بنسبة 4 % ويتبين وجود مستوى متوسط من الاستخدام اليومي لأفراد عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.259 وانحراف معياري 0.522 وبنسبة توافر 75.3 % .

جدول (7) توزيع عينة الدراسة وفقاً للاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
مرتفع	60	29.9
متوسط	133	66.2
منخفض	8	4
الاجمالي	201	100

شكل (7) توزيع عينة الدراسة وفقاً للاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي



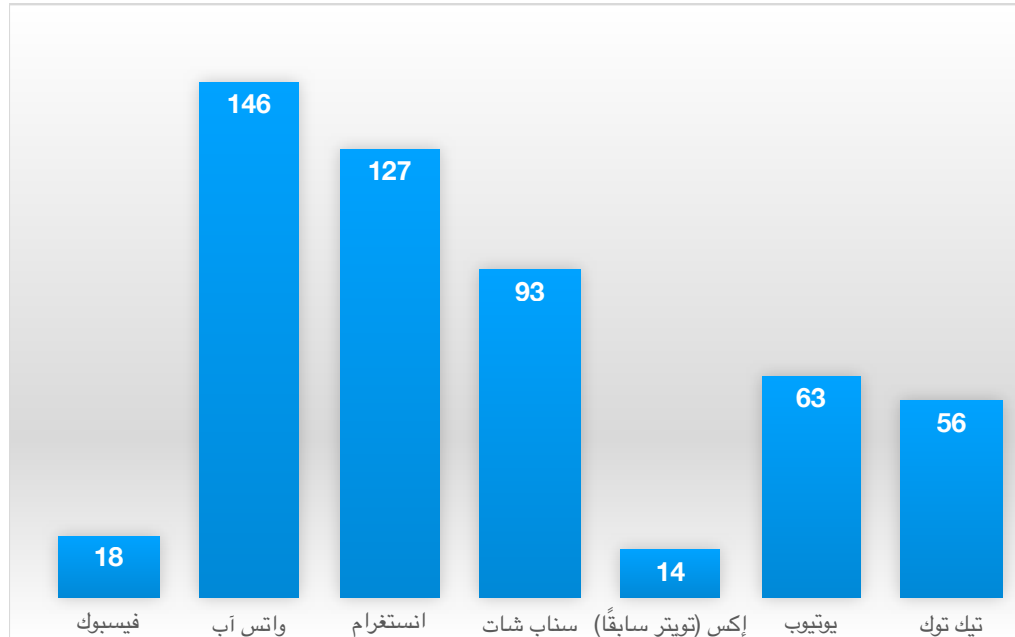
8. وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بشكل رئيسي

تبين أن 18 فرد من أفراد عينة الدراسة يستخدمون فيسبوك بنسبة 9 % و146 فرد يستخدمون واتس آب بنسبة 72.6 % و127 فرد يستخدمون انستغرام بنسبة 63.2 % و93 فرد يستخدمون سناب شات بنسبة 46.3 % و14 فرد يستخدمون إكس (تويتر سابقاً) بنسبة 7 % و63 فرد يستخدمون يوتيوب بنسبة 31.3 % ويتبين أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة بشكل رئيسي هي واتس آب ثم انستغرام ثم سناب شات يليهم يوتيوب ثم فيسبوك وأخيراً إكس (تويتر سابقاً).

جدول (8) توزيع عينة الدراسة وفقاً لوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بشكل رئيسي

الفئات	التكرار	النسبة %
فيسبوك	18	9.0
واتس آب	146	72.6
انستغرام	127	63.2
سناب شات	93	46.3
إكس (تويتر سابقاً)	14	7.0
يوتيوب	63	31.3
تيك توك	56	27.9

شكل (8) توزيع عينة الدراسة وفقاً لوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بشكل رئيسي



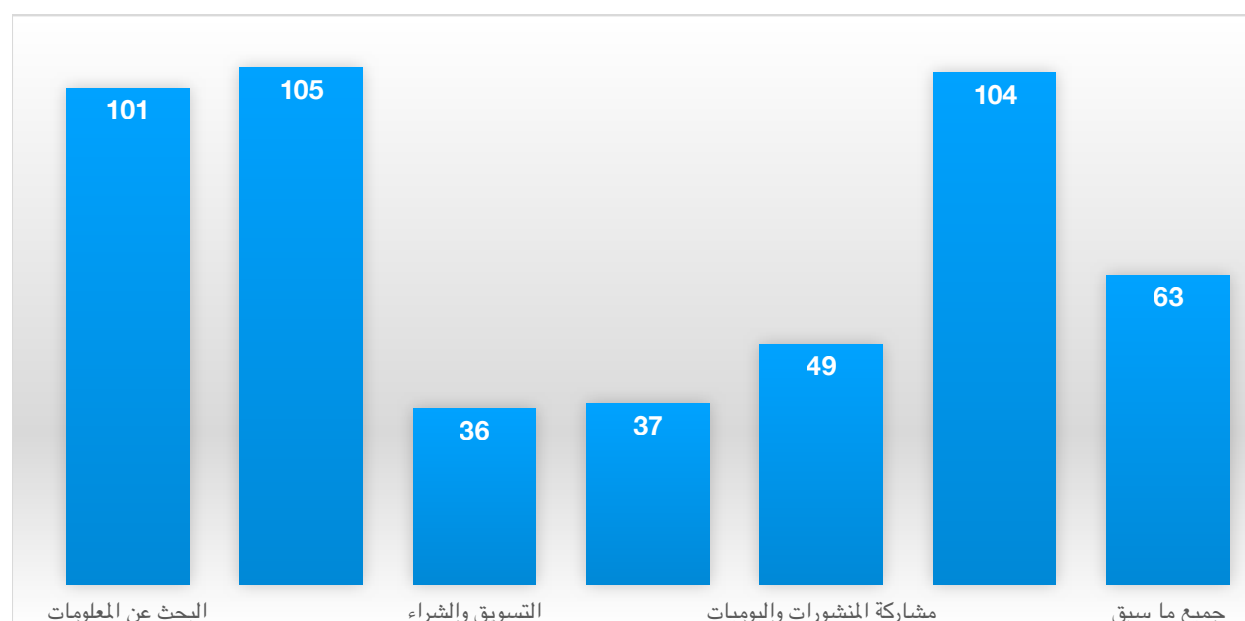
9. الأنشطة التي تقوم بها على وسائل التواصل الاجتماعي

تبين أن 101 فرد من أفراد عينة الدراسة يقومون بالبحث عن المعلومات بنسبة 50.2% و105 فرد يقومون بالتواصل مع العائلة والأصدقاء بنسبة 52.2% و36 فرد يقومون بالتسويق والشرء بنسبة 17.9% و37 فرد يقومون بالعمل والدراسة بنسبة 18.4% و49 فرد يقومون بمشاركة المنشورات واليوميات بنسبة 24.4% و104 فرد يقومون بمشاهدة القصص والأخبار بنسبة 51.7% وأن 63 فرد يقومون بكافة هذه الأنشطة بنسبة 31.3%، ويتبين أن أكثر الأنشطة التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي هي التواصل مع العائلة والأصدقاء ثم مشاهدة القصص والأخبار ثم البحث عن المعلومات ثم مشاركة المنشورات واليوميات يليهم العمل والدراسة وأخيراً التسويق والشرء.

جدول (9) توزيع عينة الدراسة وفقاً للأنشطة التي تتم على وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الفئات
50.2	101	البحث عن المعلومات
52.2	105	التواصل مع العائلة والأصدقاء
17.9	36	التسويق والشرء
18.4	37	العمل والدراسة
24.4	49	مشاركة المنشورات واليوميات
51.7	104	مشاهدة القصص والأخبار
31.3	63	جميع ما سبق

شكل (9) توزيع عينة الدراسة وفقاً للأنشطة التي تتم على وسائل التواصل الاجتماعي



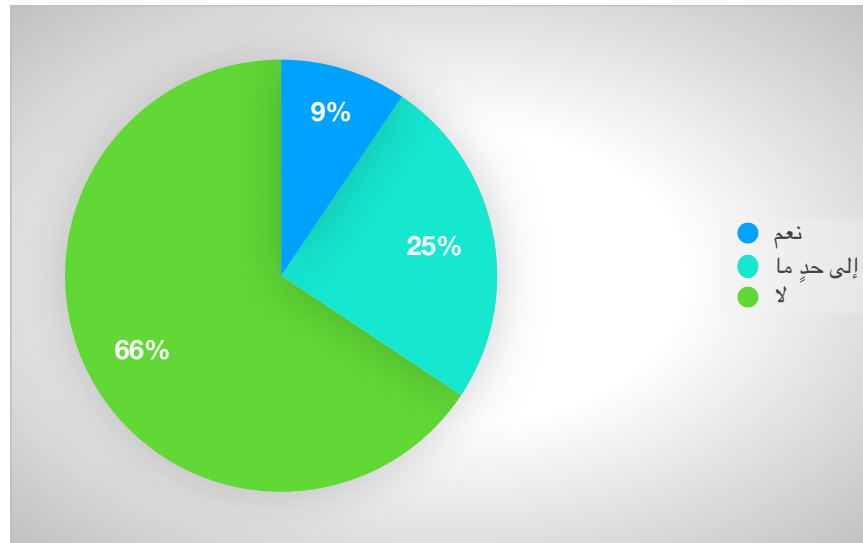
10. هل تشعر بالضغط للحفاظ على وجودك في وسائل التواصل الاجتماعي؟

تبين أن 19 فرد من أفراد عينة الدراسة يشعرون بالضغط بنسبة 9.5 % و50 فرد يشعرون إلى حدٍ ما بالضغط بنسبة 24.9 % و132 فرد لا يشعرون بالضغط بنسبة 65.7 %، ويتبين وجود مستوى منخفض لشعور أفراد عينة الدراسة بالضغط للحفاظ على الوجود في وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 1.440 وانحراف معياري 0.662 وبنسبة توافر 48 % .

جدول (10) توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور بالضغط للحفاظ على الوجود في وسائل التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
نعم	19	9.5
إلى حدٍ ما	50	24.9
لا	132	65.7
الإجمالي	201	100

شكل (10) توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور بالضغط للحفاظ على الوجود في وسائل التواصل الاجتماعي



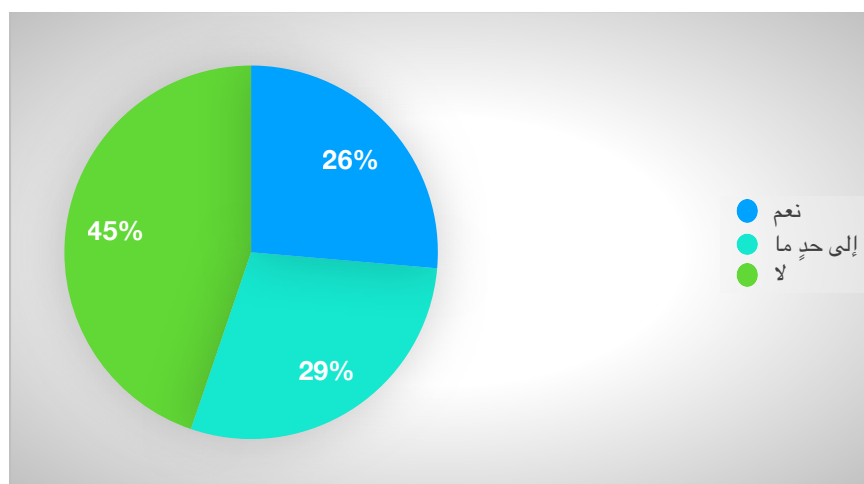
11. هل تنظم وقتك في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

تبين أن 53 فرد من أفراد عينة الدراسة يقومون بتنظيم الوقت بنسبة 26.4 % و58 فرد يقومون بتنظيم الوقت إلى حدٍ ما بنسبة 28.9 % و90 فرد لا يقومون بتنظيم الوقت بنسبة 44.8 %، ويتبين وجود مستوى متوسط من قدرة أفراد عينة الدراسة على تنظيم الوقت عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 1.816 وانحراف معياري 0.825 وبنسبة توافر 60.5 % .

جدول (11) توزيع عينة الدراسة وفقاً لتنظيم الوقت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
نعم	53	26.4
إلى حد ما	58	28.9
لا	90	44.8
الإجمالي	201	100

شكل (11) توزيع عينة الدراسة وفقاً لتنظيم الوقت في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



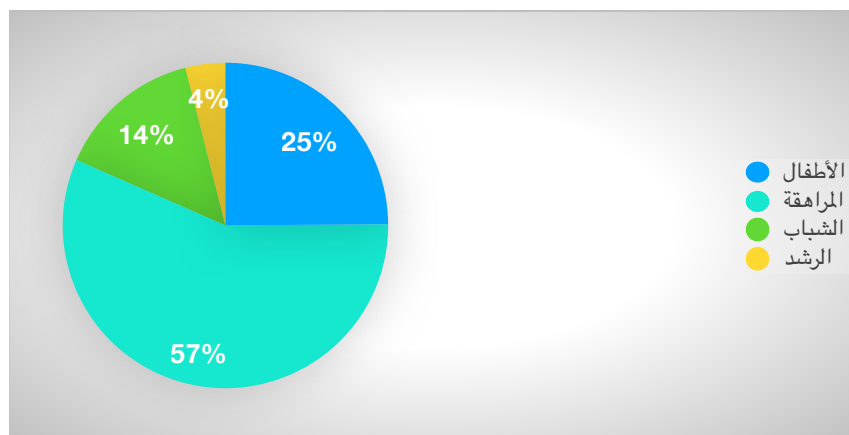
12. الفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي؟

تبين أن 50 فرد من أفراد عينة الدراسة يرون أن الأطفال هم الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 24.9 % و 114 فرد يرون أن المراهقة الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 56.7 % و 29 فرد يرون أن الشباب الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 14.4 % و 8 أفراد يرون أن الرشد الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 4 %، ويتبين أن الفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي المراهقة ثم الأطفال يليهم الشباب وأخيراً الرشد.

جدول (12) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
الأطفال	50	24.9
المراهقة	114	56.7
الشباب	29	14.4
الرشد	8	4
الإجمالي	201	100

شكل (12) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي



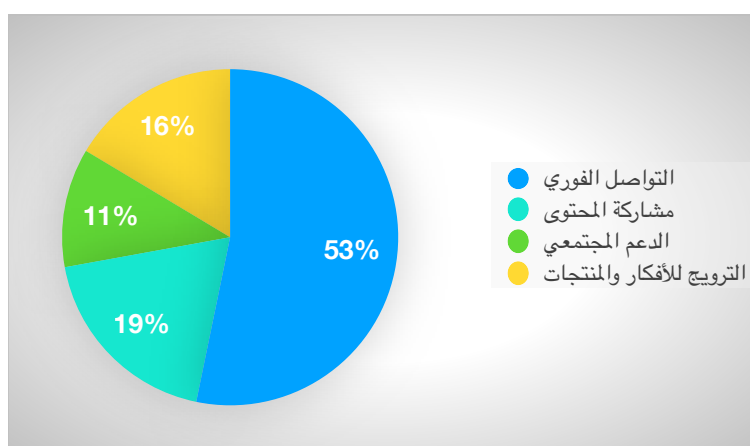
13. أفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي

تبين أن 107 فرد من أفراد عينة الدراسة يرون أن التواصل الفوري هو أفضل سمات مواقع اتواصل الاجتماعي بنسبة 53.2 % و38 فرد يرون أن مشاركة المحتوى هو أفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 18.9% و23 فرد يرون أن الدعم المجتمعي هو أفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 11.4 % و33 فرد يرون أن الترويج للأفكار والمنتجات هو أفضل سمات مواقع اتواصل الاجتماعي بنسبة 16.4 %، ويتبين أن أفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي التواصل الفوري ثم مشاركة المحتوى يليهم الترويج للأفكار والمنتجات وأخيراً الدعم المجتمعي.

جدول (13) توزيع عينة الدراسة وفقاً لأفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
التواصل الفوري	107	53.2
مشاركة المحتوى	38	18.9
الدعم المجتمعي	23	11.4
الترويج للأفكار والمنتجات	33	16.4
الإجمالي	201	100

شكل (13) توزيع عينة الدراسة وفقاً لأفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي



المحور الثاني: القيم الاجتماعية

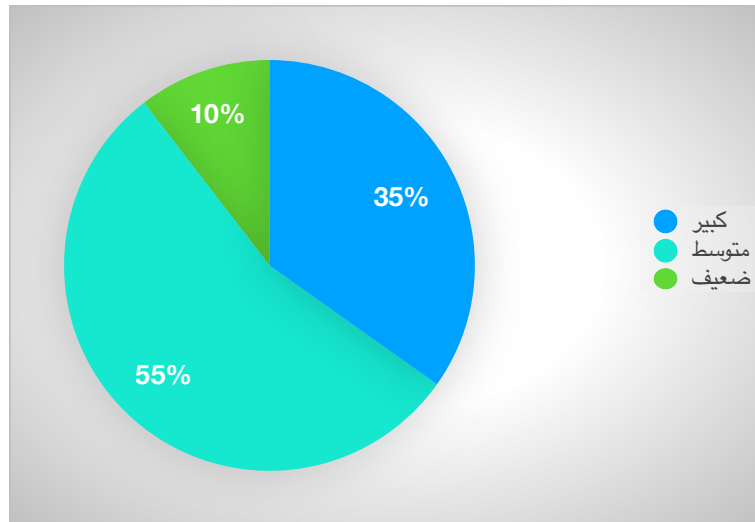
14. ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي؟

تبين أن 70 فرد من أفراد عينة الدراسة يرون أن هناك مساهمة كبيرة بنسبة 34.8 % و110 فرد يرون أن هناك مساهمة متوسطة بنسبة 54.7% و21 فرد يرون أن هناك مساهمة ضعيفة بنسبة 10.4 %، وتبين أن هناك مستوى متوسط من مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي 2.244 وانحراف معياري 0.629 ونسبة توافر 74.8 % .

جدول (14) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي

الفئات	التكرار	النسبة %
كبير	70	34.8
متوسط	110	54.7
ضعيف	21	10.4
الاجمالي	201	100

شكل (14) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي



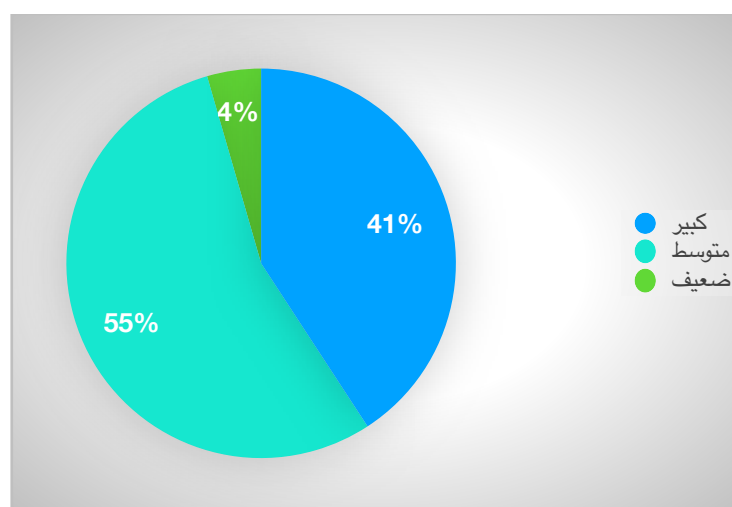
15. ما معدل تقييمك لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع؟

تبين أن 82 فرد من أفراد عينة الدراسة تقييمهم كبير بنسبة 40.8 % و110 فرد تقييمهم متوسط بنسبة 54.7% و9 أفراد تقييمهم ضعيف بنسبة 4.5 %، وتبين أن هناك مستوى موافقة مرتفع من أفراد عينة الدراسة بأن هناك تأثير سلبي لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع بمتوسط حسابي 2.367 وانحراف معياري 0.570 ونسبة توافر 78.9 % .

جدول (15) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل التقييم لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع

الفئات	التكرار	النسبة %
كبير	82	40.8
متوسط	110	54.7
ضعيف	9	4.5
الاجمالي	201	100

شكل (15) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل التقييم لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع



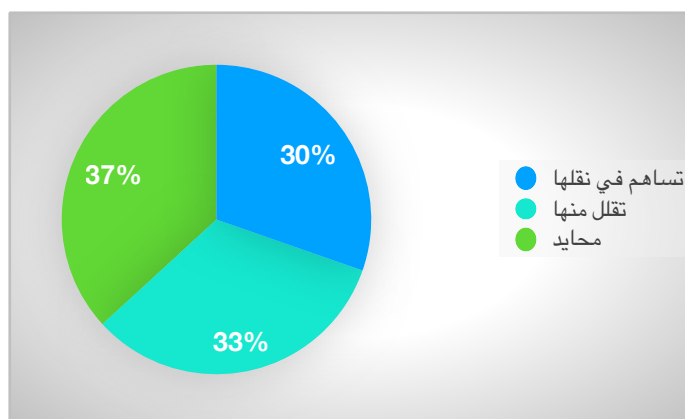
16. هل تعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقللها؟

تبين أن 61 فرد من افراد عينة الدراسة يرون أنها تساهم في نقلها بنسبة 30.3 % و 66 فرد يرون إنها تقلل منها بنسبة 32.8 % و 74 فرد محايدون بنسبة 36.8 %، وتبين أن هناك مستوى موافقة متوسط لدى أفراد عينة الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقللها بمتوسط حسابي 1.975 وانحراف معياري 0.800 ونسبة توافر 65.8 % .

جدول (16) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقللها

الفئات	التكرار	النسبة %
تساهم في نقلها	61	30.3
تقلل منها	66	32.8
محايد	74	36.8
الاجمالي	201	100

شكل (16) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقليلها



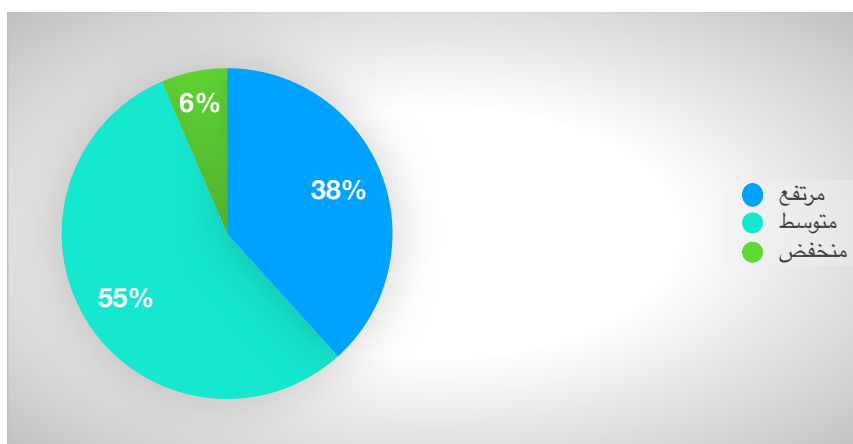
17. ما مدى اهتمامك بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات؟

تبين أن 77 فرد من أفراد عينة الدراسة اهتمامهم مرتفع بنسبة 38.3 % و 111 فرد اهتمامهم متوسط بنسبة 55.2 % و 13 فرد اهتمامهم منخفض بنسبة 6.5 %، وتبين أن هناك مستوى اهتمام متوسط لدى أفراد عينة الدراسة بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات بمتوسط حسابي 2.322 وانحراف معياري 0.592 ونسبة توافر 77.4 % .

جدول (17) توزيع عينة الدراسة وفقاً للاهتمام بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات

الفئات	التكرار	النسبة %
مرتفع	77	38.3
متوسط	111	55.2
منخفض	13	6.5
الإجمالي	201	100

شكل (17) توزيع عينة الدراسة وفقاً للاهتمام بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات



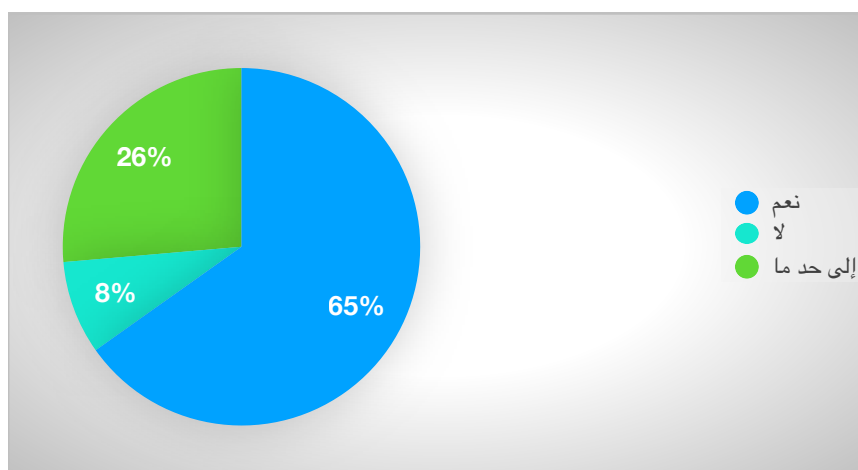
18. هل تشعر بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية؟

تبين أن 131 فرد من أفراد عينة الدراسة موافقون بنسبة 65.2 % و53 فرد موافقون إلى حد ما بنسبة 26.4 % و17 فرد غير موافقون بنسبة 8.5 %، وتبين أن هناك مستوى موافقة مرتفع لدى أفراد عينة الدراسة بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية بمتوسط حسابي 2.567 وانحراف معياري 0.646 ونسبة توافر 85.7 % .

جدول (18) توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور تشعر بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية

النسبة %	التكرار	الفئات
65.2	131	نعم
8.5	17	لا
26.4	53	إلى حد ما
100	201	الإجمالي

شكل (18) توزيع عينة الدراسة وفقاً للشعور تشعر بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية



19. ما هي أهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

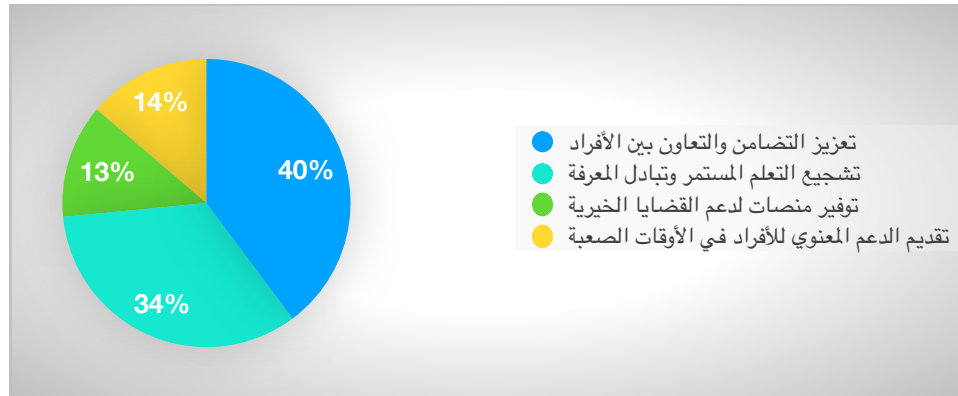
تبين أن 78 فرد من أفراد عينة الدراسة يرون أنها تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد بنسبة 38.8 % و66 فرد يرون أنها تشجيع التعلم المستمر وتبادل المعرفة بنسبة 32.8 % و25 فرد يرون أنها توفير منصات لدعم القضايا الخيرية بنسبة 12.4 % و27 فرد يرون أنها تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة بنسبة 13.4 %، وتبين أن أهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة

الدراسة هي تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد ثم تشجيع التعلم المستمر وتبادل المعرفة يليهم تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة وأخيراً توفير منصات لدعم القضايا الخيرية.

جدول (19) توزيع عينة الدراسة وفقاً لأهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الفئات
38.8	78	تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد
32.8	66	تشجيع التعلم المستمر وتبادل المعرفة
12.4	25	توفير منصات لدعم القضايا الخيرية
13.4	27	تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة
100	201	الإجمالي

شكل (19) توزيع عينة الدراسة وفقاً لأهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي



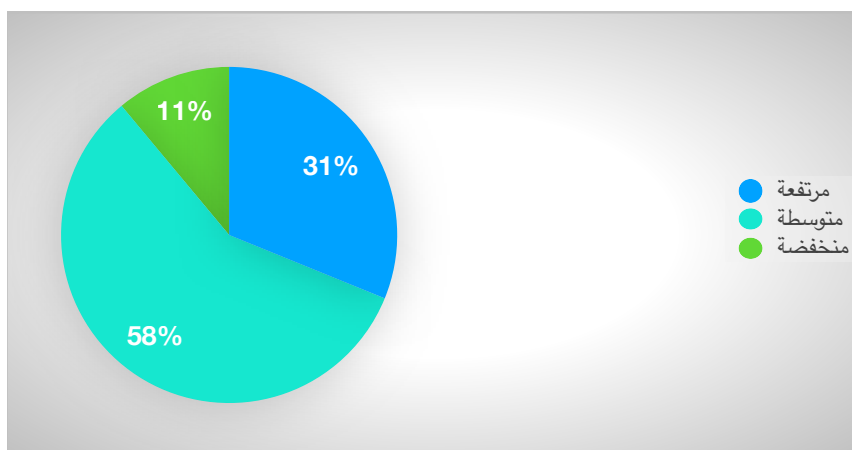
20. ما درجة تقييمك لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي؟

تبين أن 62 فرد من أفراد عينة الدراسة يرون أنه مرتفع بنسبة 30.8 % و115 فرد يرون أنه متوسط بنسبة 58.2% و22 فرد يرون أنه منخفض بنسبة 10.9 %، وتبين أن هناك مستوى موافقة متوسط لدى أفراد عينة الدراسة لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.201 وانحراف معياري 0.619 ونسبة توافر 73.4 % .

جدول (20) توزيع عينة الدراسة وفقاً للتقييم لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة %
مرتفعة	62	30.8
متوسطة	115	58.2
منخفضة	22	10.9
الإجمالي	201	100

شكل (20) توزيع عينة الدراسة وفقاً للتقييم لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي



21. اذكر بعض الاقتراحات التي يمكن للحكومة وضعها لتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

قام أفراد عينة الدراسة بتقديم مجموعة من المقترحات التي يمكن للحكومة وضعها لتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وهي:

- ☐ وضع معايير محددة لأفراد المجتمع في سياسة البرامج لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ☐ وضع استراتيجيات لكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أفضل واتباعها.
- ☐ إرشاد وتعليم صغار السن والمراهقين على كيفية استخدام التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي وتجنب الجانب السلبي.
- ☐ زيادة برامج الوعي في منصات التواصل الاجتماعي.
- ☐ تحديد الأعمار المسموح بها باستخدام كل برنامج من برامج التواصل الاجتماعي.
- ☐ حماية الأشخاص الأكثر عرضة للتأثر من وسائل التواصل الاجتماعي.
- ☐ الاهتمام بالأطفال وتعليمهم الدين والأخلاق والعادات والتقاليد.

- ضبط مدة استخدام وسائل التواصل في أوقات محددة.
- ترسيخ القيم للجيل القادم وحب العمل.
- نشر الوعي بأهمية تنظيم الوقت.
- وضع سن محدد وقوانين وضوابط محددة.
- إقامة دورات تعليمية وتثقيفية لتوعية الأفراد وخصوصاً فئة المراهقين والأطفال بتعلم العادات والتقاليد المجتمعية الإماراتية.
- الاهتمام بالمحتوى للحفاظ على القيم وحماية أطفال المستقبل.
- إلغاء بعض التطبيقات التي لا تناسب مجتمعنا العربي المحافظ.
- عمل دورات وورش مكثفة في هذا الجانب بطرق مبتكرة خارج الصندوق.
- الرقابة على بعض الاعلانات المسيئة لمجتمعنا العربي والاسلامي وتشجيع الشباب لنشر ما هو مفيد وصالح لمجتمعنا.
- الإكثار من الإعلانات التي تعزز القيم المجتمعية والمحتوى الهادف لفئة الأطفال والمراهقين.
- وضع اللوائح والقوانين بالالتزام بالمحتويات الجيدة والمفيدة لتعم الفائدة للجميع.
- تعزيز التوعية حول السلوك الرقمي الصحي والسليم من خلال حملات تثقيفية.
- تطوير التشريعات الحالية وفرض عقوبات مشددة على المخالفين للقيم والعادات والتقاليد والمبادئ الأخلاقية.
- توعية الأفراد بخطورة مواقع التواصل الاجتماعي دون رقابة على الأبناء وخاصة فئة الاطفال لمن هم دون الثامنة عشر.
- دعم صناع المحتوى المفيد من أبناء الإمارات.
- عقد الورشات التدريبية لمعرفة ضبط الوقت وكيفية استغلال وسائل التواصل الاجتماعي بكل ما يجر النفع للبلاد.
- رفع مستوى الرقابة الخاص بالمحتوى المتناول في يد جميع الأفراد دون النظر للمستوى العمري لهم.
- تطبيق قوانين وسياسات تنظم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحماية من الاستغلال والتحرش الإلكتروني.
- محاسبة كل من يروج أفكار تضر وتمس مجتمع دولة الإمارات والترابط الأسري.
- نشر الوعي بأهمية الرقابة الأسرية على الأبناء في مجال وسائل التواصل الاجتماعي.

□ التواصل مع كل من المعلمات والأساتذة مع أولياء الأمور من خلال إنشاء مجموعات خاصة بالمعلمات وأولياء الطلاب للمساعدة في تقوية الطالب وبشكل مستمر.

أثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة
جدول (21) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية

Model Summary ملخص النموذج						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R-2 Adjusted		
0.691		0.477		0.473		
ANOVA تحليل التباين						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	2243.775	1	2243.775	109.419	0.000	
	2460.758	120	20.506			
	4704.533	121				
المجموع Total						
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
القيم الاجتماعية	الثابت Constant	9.618	3.282		2.930	.004
	وسائل التواصل الاجتماعي	1.880	.180	.691	10.460	.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS
يتبين من الجدول (21) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح أن المتغير المستقل (وسائل التواصل الاجتماعي) يفسر 47.7% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (القيم الاجتماعية) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.691، وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمقدار 1 % ازداد مستوى القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة بمقدار 1.880 % .

الفصل الخامس: نتائج الدراسة وتوصياتها

استنتاجات الدراسة

- أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي (91.5%).
- وجود مستوى متوسط من الاستخدام اليومي لأفراد عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.259 وانحراف معياري 0.522 ونسبة توافر 75.3 % .
- أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة بشكل رئيسي هي واتس آب ثم انستغرام ثم سناب شات يليهم يوتيوب ثم فيسبوك وأخيراً إكس (تويتر سابقاً).
- أن أكثر الأنشطة التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي هي التواصل مع العائلة والأصدقاء ثم مشاهدة القصص والأخبار ثم البحث عن المعلومات ثم مشاركة المنشورات واليوميات يليهم العمل والدراسة وأخيراً التسويق والشراء.
- وجود مستوى منخفض لشعور أفراد عينة الدراسة بالضغط للحفاظ على الوجود في وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 1.440 وانحراف معياري 0.662 ونسبة توافر 48 % .
- وجود مستوى متوسط من قدرة أفراد عينة الدراسة على تنظيم الوقت عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 1.816 وانحراف معياري 0.825 ونسبة توافر 60.5 % .
- أن الفئات الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي المراهقة ثم الأطفال يليهم الشباب وأخيراً الرشد.
- أن أفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي التواصل الفوري ثم مشاركة المحتوى يليهم الترويج للأفكار والمنتجات وأخيراً الدعم المجتمعي.
- هناك مستوى متوسط من مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي 2.244 وانحراف معياري 0.629 ونسبة توافر 74.8 % .
- هناك مستوى موافقة مرتفع من أفراد عينة الدراسة بأن هناك تأثير سلبي لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع بمتوسط حسابي 2.367 وانحراف معياري 0.570 ونسبة توافر 78.9 % .
- هناك مستوى موافقة متوسط لدى أفراد عينة الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقللها بمتوسط حسابي 1.975 وانحراف معياري 0.800 ونسبة توافر 65.8 % .
- هناك مستوى اهتمام متوسط لدى أفراد عينة الدراسة بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات بمتوسط حسابي 2.322 وانحراف معياري 0.592 ونسبة توافر 77.4 % .
- هناك مستوى موافقة مرتفع لدى أفراد عينة الدراسة بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية بمتوسط حسابي 2.567 وانحراف معياري 0.646 ونسبة توافر 85.7 % .

□ أن أهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة هي تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد ثم تشجيع التعلم المستمر وتبادل المعرفة يليهم تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة، وأخيراً توفير منصات لدعم القضايا الخيرية.

□ هناك مستوى موافقة متوسط لدى أفراد عينة الدراسة لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.201 وانحراف معياري 0.619 ونسبة توافر 73.4% .

□ وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.691، وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمقدار 1% ازداد مستوى القيم الاجتماعية في دولة الامارات العربية المتحدة بمقدار 1.880% .

التوصيات

□ الاهتمام بزيادة وعي أفراد المجتمع بالتأثيرات الإيجابية والسلبية ووسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع وكيفية مواجهة الآثار السلبية.

□ العمل على توفير البيئة التحتية التكنولوجية المناسبة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في كافة المجالات.

□ الاهتمام بزيادة وعي أولياء الأمور بضرورة متابعة الأبناء عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

□ العمل على زيادة دور المؤسسات التعليمية والمجتمعية في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب الإماراتي.

المقترحات المستقبلية

□ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتأثيرات الإيجابية والسلبية لها.

□ إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بالقيم الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع الإماراتي والتعرف على أهم العوامل المؤثرة عليها.

قائمة المراجع

- نومار، مريم (2012) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، قسم العلوم الانسانية.
- خضر، نرمين (2009) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الاول بعنوان: الاسرة وتحديات العصر 15-17 فبراير ، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
- العمرى، سعد (2011). إدمان الإنترنت وبعض آثاره النفسية والاجتماعية لدى طالب المرحلة الثانوية في إدارة التربية والتعليم في محافظة حائل التعليمية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك خالد، أبها، السعودية.
- السويدي ، جمال سند (2013) " وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية : من القبيلة إلى الفيسبوك ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية .
- الجحني ، على بن فايز (2003). ملامح عامة في سبل التصدي للشائعات من المنظور الامني في عصر المعلومات ، ورقة عمل منشورة ضمن كتاب الشائعات في عصر المعلومات ، مركز البحوث والدراسات ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- المنصور ، محمد (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية "العربية نموذجاً" رسالة الماجستير ، الاكاديمية العربية المفتوحة ، الدنمارك
- أبو خطوة، السيد عبد المولى السيد والشربيني، أحمد نصحي أنيس. (2014)، شبكة التواصل الاجتماعي آثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي. المجلد السابع، العدد(15)، ص 179-225.
- الأحمري، علي. (1432). أغراض استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الزين، روان بنت بلال. (1435). الإفراط في استخدام برامج التواصل الاجتماعي الحديثة وعلاقتها بأسلوب المعاملة الوالدية لطلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض. رسالة ماجستير. كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- طاشكندي، خالد عباس. (2013). الواتس آب وأثر التواصل الافتراضي على المجتمع. صحيفة عكاظ، الأربعاء، يوليو، العدد (4406).
- رجب، طارق مصطفى محمد. (2010). تأثير مستويات استخدام الإنترنت "مستخدم بإفراط – مستخدم بغير إفراط-غير مستخدم" على بعض المتغيرات النفسية. مجلة كلية التربية. جامعة المنصورة. العدد (74)، ج 1، سبتمبر، ص188-218.
- ربيع، هبة بهي الدين وحبيب، نشوى زكي. (2009). بعض السمات الشخصية والديموغرافية المنبئة بالخيانة الزوجية عبر الإنترنت. دراسات عربية في علم النفس. (مج8، ع2: أبريل 2009، ص 369-416.
- ورقلة، نادية. (2011). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي. دراسة بحثية. كلية العلوم السياسية والإعلام. جامعة الجلفة، الجزائر.
- العنزي، يوسف عبد المجيد والمجادي، حياة عبد الرسول. (2013). واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك، التويتر" لطالبات كلية التربية الأساسية بدولة الكويت نحو مادة الرياضيات، المجلة العلمية لكلية التربية. جامعة أسيوط، المجلد 29، العدد(2). أبريل، ص323-396.
- المحسن، محسن عبد الرحمن. (2003). أطفال الإنترنت. دراسة حلول تأثير شبكة الإنترنت على الطفل مع برنامج تربوي مقترح للتعامل معها، مجلة كلية التربية ببها، عدد يناير، ص136-164.

درويش، محمد درويش. (2013). القيم الأخلاقية للتواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت من منظور إسلامي. دراسات بوية. مجلة كلية التربية بالزقازيق. العدد: (80) يوليو 2013، ص 321-379.

الزازان، سارة عبد العزيز محمد. (2014). العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

ساري، حلمي خضر. (2003). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية. مجلة جامعة دمشق مجلد 22، عدد (1)، ص 295-345

الفايز، سلطان إبراهيم. (1434). شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" دراسة فقهية. رسالة ماجستير غير منشورة. المجلس العالي للقضاء. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض.

الشهري، حنان شعشوع. (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجا"، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

حمادة، فؤاد (2019). "دور القيم الاجتماعية في الحد من ظاهرة الجريمة في المجتمع العربي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 9.

السمارة، عبد الله عبد الرحمن (2017). "تأثير القيم الاجتماعية في انتشار الجريمة"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج 6 ، ع 24

العمرى، عبد الحميد بن محمد (2018). "القيم الاجتماعية ودورها في الحد من الجريمة"، مجلة الدراسات الاجتماعية، العدد 23

السيد، محمد سلطان (2016). "القيم الاجتماعية وعلاقتها بالجريمة في المجتمع العربي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج 31 ، ع 15

الجاسر، نبيل أحمد (2014). "العوامل الاجتماعية المؤثرة في ارتكاب الجريمة وأثرها في تفاقم الظاهرة"، مجلة القانون والعلوم السياسية، مج 16، ع 14

بن راشد، رشيد (2023). القيم الاجتماعية والقيم التكنولوجية : رؤية تحليلية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة محمد الصديق بن يحيى، مج 6، ع 3

تلعيش، خالد (2021). سوسيولوجيا القيم الاجتماعية، مجلة الناقد للدراسات السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مج 5، ع 1

الديب، هبة أحمد صالح (2019). الاعلام الجديد والقيم الاجتماعية : رؤية تحليلية، مجلة العربي للدراسات الاعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الاعلامية، ع 3

النقبي، خولة (2023). كتاب سرد الذات للشيخ سلطان بن محمد القاسمي : دراسة في المضمون، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشارقة، مج 20، ع 2

أحمور، موني (2018). انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية للشباب، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة عبد الحميد مهري، قسطنطينة، قسم علم الاجتماع، ع 14

البقمي، نجلا سعود منير المرزوقي (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب : دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، كلية الآداب، ج 121

الملاحق

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة
(دراسة ميدانية)

استمارة استبيان في رسالة الماجستير لباحثة في كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن - فرع الإمارات العربية المتحدة

المحور الأول: البيانات الديموغرافية

١.النوع

[] ذكر

[] أنثى

٢.الفئة العمرية

[] ١٦ - ٢٠ عام

[] ٢١ - ٣٠ عام

[] ٣١ - ٤٠ عام

[] ٤١ - ٥٠ عام

[] ٥١ عام و ما فوق

٣.المؤهل العلمي

[] ثانوية عامة و ما دون

[] دبلوم

[] بكالوريوس

[] ماجستير

[] دكتوراة

٤.الوظيفة

[] طالب / طالبة

[] موظف / موظفة

[] أعمال حرة

[] متقاعد/ة عن العمل

[] لا أعمل

٥. سنوات الخبرة في العمل

[] ٠ - ٥ أعوام

[] ٦ - ١٠ أعوام

[] ١١ - ١٥ عام

[] ١٦ عام فأكثر

المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي

٦. ما الجهاز الذي تستخدمه أكثر لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي؟

[] الهاتف الذكي

[] جهاز التابلت

[] جهاز اللابتوب

٧. ما مدى استخدامك اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي؟

[] مرتفع

[] متوسط

[] منخفض

٨. أي من وسائل التواصل الاجتماعي تستخدمها بشكل رئيسي؟

[] فيسبوك

[] واتس آب

[] انستغرام

[] سناب شات

[] إكس (تويتر سابقاً)

[] يوتيوب

[] تيك توك

٩. ما هي الأنشطة التي تقوم بها على وسائل التواصل الاجتماعي؟

[] البحث عن المعلومات

- [] مشاهدة القصص والأخبار
- [] مشاركة المنشورات واليوميات
- [] التواصل مع العائلة والأصدقاء
- [] التسويق والشراء
- [] العمل والدراسة
- [] جميع ما سبق

١٠. هل تشعر بالضغط للحفاظ على وجودك في وسائل التواصل الاجتماعي؟

- [] نعم
- [] لا
- [] إلى حدٍ ما

١١. هل تنظم وقتك في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

- [] نعم
- [] لا
- [] إلى حدٍ ما

١٢. في اعتقادك، أي الفئات الأكثر تأثرًا بوسائل التواصل الاجتماعي؟

- [] الأطفال
- [] المراهقة
- [] الشباب
- [] الرشد

١٣. حدد أفضل سمات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك:

- [] التواصل الفوري
- [] مشاركة المحتوى
- [] الدعم المجتمعي
- [] الترويج للأفكار والمنتجات

المحور الثالث: القيم الاجتماعية

١٤. ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء روابط اجتماعية أقوى بين أفراد المجتمع الإماراتي؟

[] كبير

[] متوسط

[] ضعيف

١٥. ما معدل تقييمك لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على قيم الاحترام والتقدير في المجتمع؟

[] كبير

[] متوسط

[] ضعيف

١٦. هل تعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في نقل القيم الاجتماعية التقليدية أم تقللها؟

[] تساهم في نقلها

[] تقلل منها

[] محايد

١٧. ما مدى اهتمامك بتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الاجتماعية التقليدية في الإمارات؟

[] مرتفع

[] متوسط

[] منخفض

١٨. هل تشعر بأن الإعلانات والمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على القيم الاجتماعية؟

[] نعم

[] لا

[] إلى حدٍ ما

١٩. ما هي أهم القيم الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

[] تعزيز التضامن والتعاون بين الأفراد

[] تشجيع التعلم المستمر و تبادل المعرفة

[] توفير منصات لدعم القضايا الخيرية

[] تقديم الدعم المعنوي للأفراد في الأوقات الصعبة

٢٠. ما درجة تقييمك لدور التعليم في تعزيز الوعي بأهمية القيم الاجتماعية في وجه التحديات الناجمة عن وسائل التواصل الاجتماعي؟

[] مرتفعة

[] متوسطة

[] منخفضة

٢١. اذكر بعض الاقتراحات التي يمكن للحكومة وضعها لتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

.....
.....