أثر الشبكات الاجتماعية على قيم وسلوكيات طلبة جامعة سطيف2

بقلم: أ.شاشة فارس

جامعة محمد لمين دباغين سطيف2

الملخص: إنّ الشبكات الاجتماعية أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار بصورة مثيرة للانتباه؛ فمواقع MySpace، وFacebook، وhi5، وOrkut، وFriendster تحصي أعضاء يتجاوزون مئات الملايين في العالم، كما أن ثورة الجيل الثاني من الإنترنت وصلت إلى مرحلة الانقلاب الاجتماعي، ويتم اعتناقها بحماسة من قبل الشباب. أما عن الحوافز التي تدفع الناس للاشتراك في هذه المواقع فهي متعددة، يمكن تقسيمها إلى فئتين واسعتين: الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية؛ فالمهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل LinkedIn يفعلون ذلك بناء على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم وحياتهم المهنية، في حين أن معظم المراهقين الذين يجمعون "الأصدقاء" على MySpace لا يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية؛ حيث يكمن الحافز وراء تفاعلهم الاجتماعي في حاجتهم الغريزية غير العقلانية لعقد روابط تقوم على القيم والمعتقدات المشتركة. وقد عملت الشبكات الاجتماعية على إحداث تغيير عميق في البنية الاجتماعية والقيم الخلقية للأفراد الذين يستعملونها بكثرة، لذا عملنا على دراسة أثر الشبكات الاجتماعية على سلوكيات وقيم الطلبة واخترنا طلبة جامعة سطيف2 كعينة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، العالم الافتراضي، قيم الشباب، الطالب الجامعي، الجامعة.

Résumé:

Les réseaux sociaux sur Internet sont devenu un phénomène mondial et incroyablement généralisé; Les membres des sites tels que MySpace, Facebook, hi5, Orkut et Friendster comptent des centaines de millions dans le monde entier. La révolution de la deuxième génération d'Internet a maintenant atteint l'étape de coup d'État social, et est accueilli avec enthousiasme par les jeunes du Moyen-Orient.

En ce qui concerne les motivations qui incitent les gens à participer à des sites de réseautage social sont des raisons multiples et complexes, qui peuvent être divisées d'une manière trop simplifiée, en deux grandes catégories: des motivations professionnelles et des motivations sociales; les professionnels qui se souscrivent dans des sites comme LinkedIn le font essentiellement en se basant sur la mentalité des calculs liés à leurs intérêts de vie professionnelle, tandis que la plupart des adolescents qui collectionnent des «amis» sur MySpace ne cherchent pas à améliorer les perspectives de leur vie professionnelle, car on trouve la motivation principale qui se cache derrière leur interaction sociale réside dans le besoin instinctif irrationnel de maintenir des liens sociaux fondés sur des valeurs, des croyances et des sentiments communs, etc. .

Le réseautage social a travaillé pour provoquer un changement profond dans la structure sociale, les valeurs sociales et morales des personnes qui les utilisent beaucoup. Donc nous avons travaillé sur l'étude de l'impact des réseaux sociaux sur les comportements et les valeurs des étudiants universitaires, et nous avons choisi les étudiants de l'Université de Sétif 02 comme échantillon d'étude.

مقدمة: تعرف مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، مثل الفيس بوك" حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، والبصري، والحسي) باعتبار أنّ المتأثر وأنماطه محور مهم في عملية التأثير، مستغلة (أي القوة المؤثرة) أن السمعي، سريع في قراراته لأن طاقته عالية، ويتخيل ما يتحدث به أو يسمعه، والبصري حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي يبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء والمفاهيم والأفكار، والمشاعر، والمواقف والسلوك.

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها، فإنّ لها أيضا دورًا في التشبيك والمناصرة والضغط

والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، وفي تحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، فقد استطاعت أن تحوّل الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ، لذا لا يمكن أن نعدّ التواصل عبر الشبكات الاجتماعية موضة شبابية تتغير مع مرور الزمن.

تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين والمصورين.

وقد ساهمت الشبكات الاجتماعية في لعب أدوار مهمة في الحياة الاجتماعية والأكاديمية والمهنية، لذا اتجهت الدراسات محاولة معرفة ما هو تأثير الشبكات الاجتماعية على مختلف مجالات الحياة.

أولا: الإطار المنهجي للدراسة:

1-إشكالية الدراسة:

في عام 1997 بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية عبر الانترنت؛ حيث تتيح للمستخدمين فرصة وضع ملفات شخصية على الموقع، وكذا إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع. إنّ العلامة الفارقة في ظهور المواقع الاجتماعية هي ظهور موقع الفايسبوك الذي يمكّن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم. رغم أنّ هذه المواقع أُنْشِئَتْ في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط الاجتماعي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر. ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي شبكة الفايسبوك Facebook الذي يشهد حركة ديناميكية من التوسع والانتشار؛ حيث كان في بدايته مجتمعاً

افتراضياً على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن تحول من أداة نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، وأصبح يسيطر على أوقات وأفكار الشباب، وتحول إلى سيف ذو حدين، فقد أثر على العلاقات الاجتماعية بشكل سلبي، أما استخدامه في التعرف على حضارات وثقافات الشعوب وما يدور في العالم من أحداث محليا ودولياً فذلك يفيد في تنمية ثقافة الفرد.

لقد استخدمت مواقع الشبكات الاجتماعية في مختلف مجالات الحياة وبخاصة من طرف طلبة الجامعة في تبادل الآراء والأفكار، وتطوير معلوماتهم وإن كانت للشبكات الاجتماعية فوائد جمّة على الطلبة فإنها أثرت عليهم من جوانب أخرى.

لذا فإن سؤال انطلاقنا في هذه الدراسة هو ما حض طلبة جامعة سطيف2 من هذه الشبكات وهل تؤثر على سلوكياتهم وقيمهم؟

2- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام طلبة جامعة سطيف2 للشبكات الاجتماعية ومدى تأثيرها على سلوكياتهم وقيمهم وذلك بالتعرف على:

دوافع وأسباب استخدامهم للشبكات الاجتماعية للتواصل.

مدى تأثير استخدامهم لهذه المواقع على قيمهم وسلوكياتهم.

3- مجالات الدراسة وحدودها:

- الحدود المكانية: أجريت دراستنا الميدانية في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة سطيف2.

- الحدود الزمنية: تم توزيع الاستبيانات في شهر أفريل2013.

4- منهج الدراسة وإجراءاتها:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع؛ حيث تبرز الحاجة ماسة لجمع بيانات ومعلومات مباشرة من الطلبة وتحليلها من أجل التعرف على دوافع اللجوء إلى استخدام هذه الوسائط، وكذا

على تأثير الشبكات الاجتماعية على قيم وسلوكيات طلبة الجامعة، تم استخدام المنهج الوصفي لملاءمته لهذا النوع من الدراسات.

5- عينة الدراسة:

تعتبر العينة من تقنيات جمع البيانات الهامة والدقيقة في الدراسات الاجتماعية. والعينة هي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل المجتمع الأصلي أو مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما. وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالة المجتمعات الكبيرة التي مفرداتها بالمئات؛ حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر. كما أن البحوث المعاصرة قد تخلت في دراستها على طريقة المسح الشامل للمجتمع لأنّ دراسة مجتمع بكامله صعبة وكثيرة التكاليف، وتحتاج إلى وقت طويل ومجهود كبير، لذا أصبحت تعتمد على دراسة العينة المختارة.

أما العينة في المعتمدة في دراستنا في من النوع القصدي؛ حيث يتم الاختيار في هذه الحالة من نوعيات معينة من المفردات البحثية، أي أن هناك تحيزا في الاختيار. يختار الباحث هذه العينة لكونه يعرف أنها تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا وسليما، وقد أجرينا دراستنا على عينة تقدر بـ 50 فردا (طالبا) من المجتمع الكلي لطلبة العلوم الاجتماعية والانسانية.

ثانيا: الإطار النظري للدراسة:

1-مفهوم الشبكات الاجتماعية:

عندما أتيحت شبكة الإنترنت لعامة الناس، ظهرت أشكال جديدة من الأدوات والتطبيقات التي يسّرت التواصل والترابط بين الأفراد في مختلف بقاع العالم. حتى إن أعداد المرتبطين بها أضحى في تزايد مستمر إلى أن وصل إلى ما يزيد عن مليار شخص، يتصلون بالإنترنت لأغراض مختلفة واحتياجات متنوعة، وأبرز تلك التطبيقات وأكثرها انتشاراً واستخداماً ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

يطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على المواقع التي تتيح للمستخدمين بناء موقع أو سجل شخصي يحتوي على بيانات تعريفية بالمستخدم، تتفاوت في التفصيل من شخص لآخر، ولكنها يمكن أن تحتوي بشكل رئيس على الاسم، والجنس، وتاريخ الميلاد، ومكان الإقامة، والديانة، والهوايات وغير ذلك. كما تتيح هذه التطبيقات إمكانية إضافة محتويات مختلفة للموقع مثل الصور والتسجيلات الصوتية وملفات الفيديو ومذكرات خاصة لصاحب الموقع من أجل إشراك الآخرين في الاطلاع عليها والتعليق على محتواها[1]. فالشبكات الاجتماعية إذاً هي موقع على شبكة الإنترنت، وإحدى تطبيقاتها التي تتيح لأعضائها التواصل مع الآخرين، وهي تسمح للناس في أن يبقوا على تواصل مع أصدقائهم القدامى، أو تكوين صداقات جديدة، ومن خلال فتح حساب على إحدى الشبكات الاجتماعية فإن الشخص يمكنه إشراك الآخرين فيما لديه من التسجيلات الصوتية والصور والفيديو، وأفكاره وخواطره ونشاطاته الشخصية.

وتتنوع أهداف الشبكات الاجتماعية بحسب الأغراض التي وجدت من أجلها، فمنها ما هو عام لفئات المجتمع كافة، ومنها ما هو خاص بشرائح محددة أو أغراض معينة، مثل أن تكون لنشر معتقدات دينية أو عقد علاقات اجتماعية، والبعض منها أسّس لخدمة المهتمين بمجال معين . ويتوافر على شبكة الإنترنت حالياً العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية التي يتزايد عددها بشكل مستمر، ومن أبرزها وأكثرها شهرة www.myspace.com، www.facebook.com، www.friendster.com ، www.hi5.com.

2- نشأة الشبكات الاجتماعية:

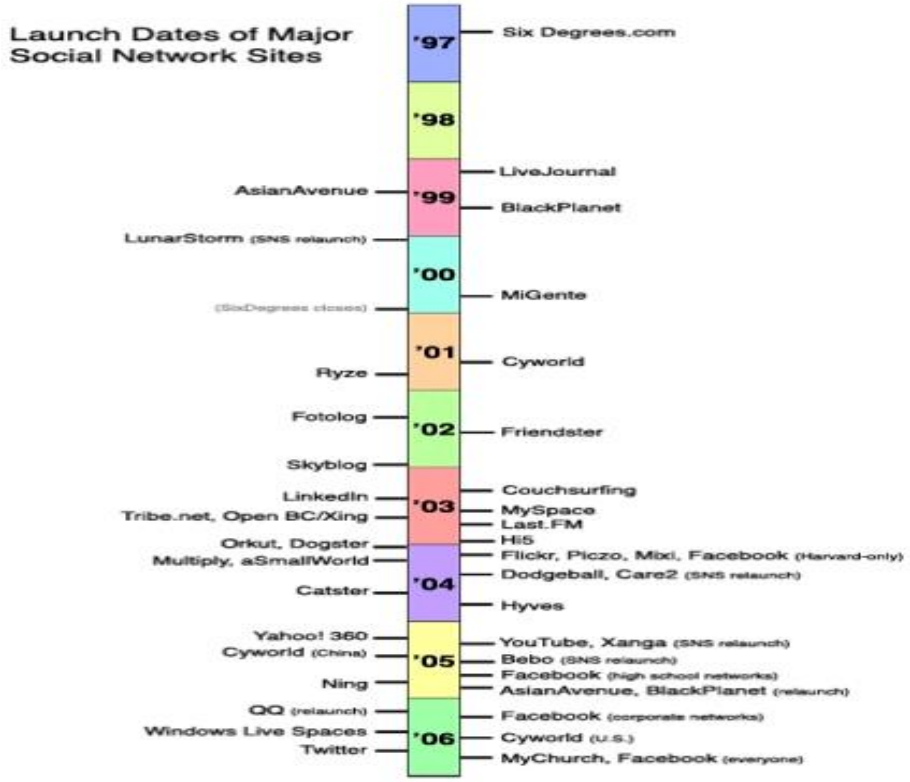
ظهرت الشبكات بمعناها العام في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1995 وتسمى شبكة classmates.com وقسمت المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية إلى مناطق وكل

[1] عبد الله بن إبراهيم المبرز، "الأمن والخصوصية في الشبكات الاجتماعية على الانترنت"، بحث مقدم في المؤتمر الدولي السادس بعنوان البيئة المعلوماتية الآمنة. 6-7 أفريل 2010، ص 3.

منطقة بها عدد من المدارس تشترك في هذه الخدمة ويمكن للفرد البحث من خلال هذا التقسيم حتى يصل إلى المدرسة التي ينتمي إليها ويجد فيها زملائه للتواصل فيما بينهم.

ثم ظهرت في شبكة أخرى قال عنها مستخدموها أنها أكثر تطورا وأكثر فاعلية من الجانب الاجتماعي سنة 1997 وهي sixdegress.com، وكانت تستخدم أحدث التقنيات الفنية على شبكة الانترنت لكنها لم تحقق المرجو منها ماديا فتم توقف نشاطها عام 2001[2].

والملاحظ هنا في هذه المرحلة أنّ بيئة الجيل الثاني من الويب لم تظهر بعد، بل استغلت هذه المواقع غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية. والشكل التالي يوضح تطور الشبكات الاجتماعية.



[2] Boyd, d. Ellison. "Social network sites: Definition, history, and scholarship". **Journal of Computer- Communication**, available at p://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.htm

ظهرت هذه الشبكات الاجتماعية كمواقع تجعل المستفيدين يتقاربون فيما بينهم من خلال الدردشة والرسائل الإلكترونية، وهناك نوع آخر ركز على مكان تجمعي ما كمدرسة أو جامعة يلتقي فيها الأفراد معارفهم في الحياة الواقعية، ثم ظهرت شبكات تجمع أشخاص يمتلكون نفس الأفكار ويحاولون التقارب أكثر وليس لهم علاقات سابقة.

في سنة 2003 ظهرت شبكة ماي سبيس MySpace الأمريكية التي عرفت تطورا مذهلا من حيث ضخامة المشاركين بها، ومن حيث التقنية، كما تطور موقع الفايسبوك من شبكة اجتماعية جامعية مغلقة إلى شبكة عامة مفتوحة، ويبلغ عدد المشتركين به حوالي 750 مليون في إحصائية 2011.

وعرفت الفترة ما بين 2002-2012 تطورا تقنيا كبيرا لأرضيات الشبكات الاجتماعية؛ حيث أصبح لكل فرد حساب خاص به يفتح به صفحته، ومن ثم يضيف أصدقاء وينشر صوره ومعلومات خاصة به، كما يمكنه أن يتصل بشبكات اجتماعية أخرى[3].

3- أنواع الشبكات الاجتماعية:

يمكن تقسيم الشبكات الاجتماعية على عدد من الأسس المختلفة فقد تقسم حسب التقنية الفنية التي تبنى عليها، أو حسب اهتمام الأشخاص المنتمين إليها، أو حسب العرق.

1.3- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين: هذه الشبكة تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والذين يعملون على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال؛ حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات، ومن أمثلة هذه الشبكات موقع tributes وهو لتبادل الذكريات.

2.3- شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت مثل هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل، واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة

[3] Ofcom (2008) Social Networking: "Quantitative and Qualitative Research Report into Attitudes, Behaviours and Use", Available at: http://www.ofcom.org.uk

تدريبية مفيدة وحرفية، واستقبال سير ذاتية للمشتركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، وتقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها وأشهر هذه الشبكات LinkedIn[4].

3.3– شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة: هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بالطب والهندسة، وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات مثل: Library Thing .

4– آلية عمل الشبكات الاجتماعية:

يمكن الاشتراك في الشبكات الاجتماعية بداية عن طريق التسجيل الذي يتطلب اختيار اسم المستخدم ورقم سري للولوج إلى الموقع الشخصي أو المساحة المخصصة للمشترك، ثم يتم تعبئة سجل شخصي للمشترك يحتوي على العمر والبلد والمدرسة والهوايات وتاريخ الميلاد والجنس والعنوان والبريد الالكتروني وغيرها من المعلومات الشخصية. واختيار المعلومات التي يمكن أن تضاف إلى السجل الشخصي يعود إلى رغبة الشخص نفسه. إضافة لما سبق فإنه يمكن أيضاً أن يحتوي السجل على صور شخصية للمشترك أو لأفراد عائلته وأصدقائه.

وكل موقع له سياسة عامة توضح حدود خصوصية المستخدم، والإعدادات التي يمكن له ضبطها لتحديد ضوابط الدخول إلى السجل الشخصي، ومستوى الخصوصية المتاحة في الموقع؛ بحيث يمكن إن تضبط الإعدادات بأن يكون الدخول محدوداً على الأصدقاء فقط، أو أن يكون مفتوحاً للجميع بحيث يمكن لهم مشاهدتها أو حتى الإضافة والتعليق على ما يكتبه المشترك[5].

---

[4] National Crime Prevention Council (2010). "and Safe in Cyberspace Social Networking 101", Retrieved from: http://www.slideshare.net/NCPC/smart-and-safe-in-cyberspace-socialnetworking-101-presentation.com

[5] حسام مازن، "التكنولوجيا المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة وعلاقتها بمنظومة مناهج التعليم العام في الوطن العربي: رؤية مستقبلية لمواجهة الثورة المعرفية والمعلوماتية"، المؤتمر العلمي الثالث عشر، **مناهج التعليم والثورة المعرفية والتكنولوجية المعاصرة**، (جامعة عين شمس، الجمعية المصرية للمناهج، 2001) المجلد الأول، ص 109-154.

5- ثورة الشبكات الاجتماعية: نتج عن اتساع دائرة استخدام شبكة الانترنيت تطور سريع في تقنيات الويب التي تستخدم لبناء محتواها، وكان هذا التطور في ازدياد مستمر إلى أن تبلورت فكرة الجيل الثاني من الويب (web2.0) ليتغير بذلك مفهوم تصفح الإنترنيت من مجرد تلقي المعلومات إلى أن أصبح المستخدم يسهم بشكل كبير وواضح وفعال في محتوى معظم المواقع التي يزورها. ولعل أوضح مثال على ذلك هي مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعتمد في مفهومها على المستخدم والمحتوى الذي يقوم بإنتاجه. يرجع سبب ظهور الشبكات الاجتماعية إلى الدور الكبير الذي تلعبه الشبكة في توصل مستخدميها فيما بينهم، فظهرت في أوائل التسعينيات مواقع مبنية على مبدأ تعزيز هذا التواصل وتسهيله؛ إذ تهدف إلى الجمع بين المهتمين في مجال معين أو بين من يملكون اهتمامات مشتركة وتفتح بينهم أبواب الترابط والنقاش وإبداء الرأي، ومثال هذه الشبكات موقع Geocities الذي ظهر في عام 1994.

واستمرت الشبكات الاجتماعية في تطور مضطرد، ففي أواخر التسعينيات تبنت مفهوم الملف الشخصي للمستخدم (profiles user) فأصبح من أهم ركائزها وجود ملف شخصي لكل مستخدم يحتوي بياناته الشخصية، ويمكّن الآخرين من التعرف عليه وعلى اهتماماته وعلى دائرته الاجتماعية، ومثال المواقع التي نجحت في تطبيق هذا المفهوم في عام 2002 كل من friendster، my space، LinkedIn إلا أنّ الموقع الشهير فيسبوك Facebook لم يظهر إلا في عام 2004، ومنذ ظهوره عرف بأنه أكبر شبكة اجتماعية في العالم.

وإذا ما قورن عدد مستخدمي الفيسبوك بعدد سكان الدول فإنه سيصبح ثالث أكبر دولة في العالم بعد الصين والهند! ولا تزال الشبكات الاجتماعية تشهد تطورات ملموسة على جميع الأصعدة، حتى بلغ عددها ما يربو على مائتي موقع، فبعد انتشار الأجهزة المحمولة والهواتف الذكية المزودة بتقنية GPS أصبحت الشبكة العنكبوتية رفيق المستخدم في حله وترحاله، وظهر مفهوم الشبكات الاجتماعية المعتمدة على الموقع Social networks location based؛ حيث يمكن للمستخدم عن طريقها البحث عن الأماكن المجاورة له من

مطاعم ومحلات وغيرها متضمنة تعليقات وآراء شبكته الاجتماعية في كل من هذه الأماكن، كما يمكنه بث موقعه الحالي لمن هم حوله من الأصدقاء. قد يرى البعض أنّ الشبكات الاجتماعية زادت من ترابط الأفراد وتواصلهم، وقد يرى البعض العكس تماما؛ إذ باعدت المسافات وقضت على الحاجة إلى الالتقاء، لكن مالا يختلف فيه اثنان هو مدى تأثير التقنية على حياتنا الاجتماعية اليومية ومدى تزايد هذا التأثير يوما بعد يوم[6].

6- القيم:

ارتبط مفهوم القيمة لغوياً بمعنى ثمن، قدر، وقد استخدمت لمعرفة قيمة الشيء، فقيمة الشيء قدره، وقيمة المتاع ثمنه، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، وفي المعجم الوسيط قيّم الشيء تقييماً؛ أي قدره، وقد استخدمت القيمة كذلك بمعنى التعديل. ويرى محمود كاظم أنّ القيم مقياس أو مستوى له ثبات واستمرار لفترة زمنية يؤثر في سلوك الفرد تأثيراً يتفاعل مع مؤثرات أخرى لتحديد السلوك في مجال معين[7].

ويرى براي بروك أنّ القيم عند بعض الأفراد تعني أن لديهم اتجاهات إيجابية حيال بعض جوانب الحياة، وأخرى سلبية تجاه بعضها، بمعنى أنّ الأفراد بحكم ما لديهم من قيم مهيئون لاختبارات معينة دون غيرها من البدائل، فالقيم هنا تكشف عن نفسها من خلال اختيار بديل من البدائل يترجم هذه القيمة المحتضنة.

وعلى ضوء ما سبق ذكره من تعريفات متعددة حول موضوع القيم، بل قد تكون في بعض الأحيان متضاربة فإنه يمكن تصنيف التعريفات الخاصة بالقيم إلى فئات هي[8]:

---

[6] Breeding, Marshal. "Social Networking strategies for professionals Computers in libraries", Vol. 29, Issue 9, (Oct 2009), p 29-31.

[7] محمود سعود قطام، "دور التربية في مواجهة مظاهر صراع القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية"، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، ص 250.

[8] حمود عطا حسين، **القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية، الواقع: دليل المعلم** (مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1995)، ص 154.

أ- تعريفات القيم من خلال مؤشّر الفعل والأنشطة السلوكية: تقوم هذه التعريفات على فكرة أنّ المؤشر الرئيس للقيم هو السلوك، فالقيم التي يتبناها الأفراد عوامل محددة لسلوكهم.

وفي ضوء هذا الاتجاه يعرّف زرتشر القيم بأنها التزام عميق من شأنه أن يؤثر على الاختيارات بين بدائل للفعل، فاحتضان قيم معينة بواسطة الأفراد إنما يعني بالنسبة لهم أو بالنسبة للآخرين (توقعا) ممارسة لأنشطة سلوكية معينة تتسق مع ما لديهم من قيم[9].

ب- تعريفات القيم من خلال مؤشر الاهتمامات والاتجاهات: تقوم هذه التعريفات على فكرة أن المؤشر الرئيس للقيم هو الاتجاهات، فالقيم عند الأفراد إنما هي اهتمامات، أو اتجاهات أشياء، أو مواقف أو أشخاص. وفي ضوء هذا المنظور يرى Bray Broke أنّ القيم تعني لدى بعض الأفراد اتجاهات إيجابية حيال بعض جوانب الحياة، وأخرى سلبية تجاه بعضها الآخر، بمعنى أنّ الأفراد بحكم ما لديهم من قيم مهيئون لاختيارات معينة دون غيرها من البدائل، فالقيم هنا تكشف عن نفسها من خلال اختيار بديل من بين البدائل يترجم هذه القيمة المحتضنة[10].

ج- تعريفات لقيم من خلال مؤشري الاتجاهات والأنشطة السلوكية

تقوم هذه التعريفات على فكرة الجمع بين الاتجاهات والسلوك كمؤشرات للقيم، ويعتبر Reich أحد ممثلي هذا الاتجاه، فهو يرى أن الاتجاهات والفعل هما نتاج توجهات القيم.

7- تصنيف القيم: لقد تعددت المحاولات لتقسيم القيم من حيث محتواها، فهنالك القيم الجمالية والقيم الدينية والقيم الاقتصادية والقيم الخلقية، وقد صنف سبرينجر القيم من ناحية محتواها إلى ستة أنماط وهي[11]:

---

[9] إميل فهمي "وآخرون"، **الأصول الفلسفية للتربية**، (القاهرة: ثقافة الألفية الثالثة، 2001)، ص 172.

[10] مصطفى سويف، **مقدمة في علم النفس الاجتماعي**، ط 2 (القاهرة :مكتبة الأنجلو المصرية، 2005)، ص 325.

[11] مصطفى سويف، **مقدمة في علم النفس الاجتماعي**، ص 325-336.

أ–القيم النظرية: يقصد بالقيم النظرية اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة ويهتم أصحابها بكل ما يهم العلماء والمفكرين والفلاسفة.

ب– القيم السياسية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة والسيطرة على الآخرين.

ج– القيم الاجتماعية: وهي اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس وتعاونه ومحبته لهم.

د– القيم الاقتصادية:

تعبر القيم الاقتصادية عن اهتمام الفرد وميله نحو ما هو نافع، وهو في سبيل ذلك يتخذ من العالم المحيطة به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق واستثمار الأموال.

هـ–القيم الجمالية:

يقصد بالقيم الجمالية اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل والانسجام والتكوين.

و– القيم الدينية: وهي التي يعبّر بها الفرد عن ميله واهتمامه بالقضايا الدينية والبحث عن ما وراء الطبيعة، ومعرفة أصل الإنسان ومصيره.

ثالثا: الجانب الميداني للدراسة: عرض البيانات ومناقشتها:

1–معلومات خاصة بالمبحوثين:

1.1–الجنس:

الجنس	ك	%
ذكور	24	48
إناث	26	52
المجموع	50	100

كانت عينتنا متقاربة من حيث الجنس 48% ذكور و52% إناث.

2.1–مستوى الطلبة:

المستوى الدراسي	سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	المجموع
ك	12	12	26	50
%	24	24	52	100

كانت النسبة العالية لعينتنا ذات مستوى ثالثة جامعي 52% وذلك لكونهم مقبلون على إنجاز مذكراتهم لذا يستخدمون الانترنت بكثرة.

2– استخدام الشبكات الاجتماعية:

1.2– مجالات استخدام الطلبة للانترنت: يستخدم أغلب الطلبة الشبكات بنسبة 76.92%، وأقل بالنسبة للبريد الالكتروني والدردشة وتحميل الملفات؛ حيث تراوحت نسبهم بين 14% و26%. ويرجع الاستخدام الواسع للشبكات لما توفره من خدمات ومعلومات تسمح بالاطلاع على الجديد، وكذلك إمكانية المشاركة وحرية إبداء الرأي والمناقشة، والانضمام إلى مجتمعات افتراضية تكون فيها حميمية الاتصال والمعاملة بشكل أكبر.

2.2– عدد ساعات استخدام الانترنت:

المستوى / ساعات الاستخدام	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1ساعة	6	50	6	50	14	53.85	26	52
1-3 ساعة	3	25	5	41.66	6	23.07	14	28
أكثر من 3ساعة	3	25	1	8.34	6	23.07	10	20
المجموع	12	100	12	100	26	100	50	100

من خلال البيانات المحصل عليها في الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية الطلبة بنسبة تصل إلى 52% يستخدمون الانترنت ساعة واحدة في اليوم، بينما قدرت نسبة الذين يستخدمونها بين 1-3 ساعات بـ 28%، أما الذين يستخدمونها أكثر من 3 ساعات فقدرت نسبتهم بـ 20%.

تعزى أسباب قلة استخدام الانترنت من طرف الطلبة إلى تدني الظروف المادية والاقتصادية للطالب الجامعي، والنقص الذي تعاني منه الخدمات الجامعية في هذا المجال مما يؤدي إلى الاكتظاظ الذي يحول دون تمكن الطالب من الاستخدام المطول للشبكة، هذا فضلا عن عدم تزويد الإقامات الجامعية بالانترنت.

3.2– مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية:

المستوى / الاستخدامات	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التعرف على أناس جدد	07	58.34	04	33.34	10	38.46	21	42
الترفيه	02	16.66	00	00	01	03.84	03	06
مناقشة الأمور السياسية	02	16.66	08	66.66	10	38.46	20	40
متابعة الأحداث السياسية	01	08.34	00	00	05	19.24	06	12
المجموع	12	100	12	100	26	100	50	100

من خلال الدراسة التي قمنا بها نجد أن الشبكات الاجتماعية تلقى اهتماما واسعا في أوساط الطلبة وذلك نظرا لخدماتها المتعددة؛ فمن خلال بيانات الجدول نجد أن استخدامات شبكات الاجتماعية مرتفعة في الأمور السياسية ومناقشتها بفاعلية وذلك بنسبة 40%، وذلك لمواكبة الأحداث السياسية سواء على الساحة العالمية أم المحلية وكذلك محاولة فهم ومسايرة الأخبار الآنية ومدى تأثيرها على المجالات الأخرى. كما أنّ الطالب الجامعي أصبح يملك ثقافة سياسية يجب أن ينميها بمتابعة الجديد في ميدان الأخبار السياسية. وكذا نجدها معتمدة بكثرة فيما يخص الأمور الشخصية والاجتماعية وذلك من خلال ما توفره من دردشة، وما ينتج عنها من تعارف بين الناس بنسبة 42%، وذلك لأنه يفيد في الأمور الشخصية من جهة وتبادل الثقافات من جهة أخرى.

3- تأثير الشبكات الاجتماعية على قيم وسلوكيات الطلبة:

1.3- التعبير عن الرأي:

المستوى / الرأي	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	5	41.66	4	33.34	15	57.69	24	48
لا	7	58.34	8	66.66	11	42.31	26	52
المجموع	12	100	12	100	26	100	50	100

من خلال النتائج المحصل عليها في بيانات الجدول أعلاه نجد أنّ آراء جمهور الطلبة تختلف إزاء المشاركة في طرح مقترحاتهم وآرائهم حول الأمور السياسية ومتعلقاتها؛ حيث عبر ما نسبته 52% من المبحوثين عن المشاركة في الأمور السياسية، فيما نجد 48% منهم يفضلون عدم التدخل بآرائهم في ما يتصل بالشأن السياسي. ولأن الفايسبوك يفتح فضاء حرية التواصل الاجتماعي والسياسي ودون رقابة (يلغي الخوف من الرقابة القضائية) ويكسر حاجز الخوف ويمكّن المستخدمين من الاطلاع على الأحداث والأفكار وتداعياتها وإبداء الرأي فيها، يفضل 48% من المبحوثين التعبير في هذا الشأن عن آرائهم. أما الذين يمتنعون فيمكن إرجاع ذلك إلى ضعف الاهتمام بالأحداث السياسية التي تطرح في الفايسبوك.

2.3-كيفية التعبير عن الرأي:

المستوى / كيفية المشاركة	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نشر صور عن الأحداث	3	60	1	25	2	13.33	6	25
المناقشة مع الزملاء	0	0	2	50	2	13.33	4	16.66
كتابة تعليقات	2	40	1	25	11	73.34	14	58.34
بعث رسائل خاصة	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	05	100	04	100	15	100	24	100

تتعدد طرق التعليق في الشبكات الاجتماعية من خلال نشر الصور وبعث الرسائل وكتابة التعليقات والمناقشة مع الآخرين، أما في أوساط الطلبة ومن خلال النتائج المحصل عليها نجد أن ما نسبته 60% منهم يفضلون كتابة التعليقات وذلك في المواضيع السياسية والاجتماعية والدينية أما 16% منهم فيقومون بمناقشة الأحداث السياسية مع الزملاء. ويرجع سبب ارتفاع نسبة كتابة التعليقات في الشبكات الاجتماعية إلى سهولة العملية وكذلك الحرية المطلقة في إبداء الرأي.كما يمكن إرجاع انخفاض نسبة المناقشة مع الزملاء إلى الحرية التي يجدونها في إبداء الرأي حول الأحداث المختلفة في الشبكات الاجتماعية دون المناقشة أو سماع آراء الآخرين، كما أن إحدى خواص الفايسبوك هي أنه لا يمكن مناقشة الزملاء تزامنيا إلا بحضورهم والاتصال بحسابهم، وهذا لا يقع دائما.

3.3– التواجد الجغرافي لأصدقاء المبحوث في الشبكات الاجتماعية

المستوى / الزملاء	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
وطنيا	04	33.33	08	66.66	09	34.61	21	42
عربيا	07	58.33	02	16.67	13	50.00	22	44
عالميا	01	08.34	02	16.67	04	15.23	07	14
المجموع	12	100	12	100	26	100	50	100

تمكّن الشبكات الاجتماعية مستخدميها من ربط علاقات كثيرة ومتعددة، والنتائج المحصل عليها تبرز لنا أنّ نسبة44% من الطلبة يقيمون علاقاتهم على المستوى العربي، وأكد ما نسبته42% منهم أنهم يقيمون علاقات على المستوى الوطني أما المستوى العالمي فهي أقل شأننا (14%). ويمكن إرجاع ارتفاع نسبة العلاقات على المستويين العربي والوطني إلى سهولة التواصل سواء بالنسبة للغة أو الأفكار المشتركة، وكذا المصير المشترك وتقارب البيئة السياسية وترابط الأحداث فيما بينها. أما قلة العلاقات على المستوى العالمي فيمكن إرجاعها إلى الاختلاف في

الأسباب السابقة بالإضافة إلى الاختلاف في الأوضاع الاجتماعية والثقافية، كما أن الاختلاف في اللغة يصعب عملية الحوار.

4.3- المواضيع الأكثر مناقشة:

المستوى / المواضيع	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأحداث العالمية	02	16.66	03	25	10	38.46	15	30
الأحداث المحلية	04	33.34	09	75	07	26.93	20	40
أوضاع الوطن العربي	05	41.66	00	00	03	11.54	08	16
الثورات العربية	01	08.34	00	00	06	23.07	07	14
المجموع	12	100	12	100	26	100	50	100

النتائج المحصل عليها تبين أن 40% من الطلبة يفضلون المناقشة في المواضيع المحلية، ونسبة 30% يفضلون المناقشة في المواضيع العالمية، أما الموضوعات المتعلقة بأوضاع الوطن العربي والثورات العربية فقدرت نسبتهما بـ 30%، ويرجع تفضيل المناقشة في المواضيع المحلية إلى تأثيرها المباشر على الحياة اليومية للفرد، وكذلك ارتباطها بالمجالات الاجتماعية أو الاقتصادية.أما المواضيع العالمية فيرجع سبب المناقشة فيها إلى حدوث الأزمات العالمية (الأزمة النقدية 2007-2012).أما المواضيع العربية والثورات العربية يمكن إرجاع نقص المناقشة فيها إلى الغموض الذي يشوبها، وعدم اتضاح الصورة فيها وتبني وجهات نظر مختلفة.

5.3- تأثير الشبكات الاجتماعية على القيم والسلوكيات:

المستوى / القيم	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
السلوكيات	2	16.66	03	25	10	38.46	15	30
الاهتمامات	4	33.34	09	75	07	26.93	20	40
الاتجاهات	5	41.66	00	00	03	11.54	08	16
الثلاثة معا	1	08.34	00	00	06	23.07	07	14
المجموع	12	100	12	100	26	100	50	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ أفراد العينة متفقون على أنّ هناك تأثيرا للشبكات الاجتماعية على قيمهم فـ40% من أفراد العينة يرون أنه يؤثر على طبيعة اهتماماتهم؛ حيث تتركز على القضايا العالمية، ويطلعون على الأخبار ذات الصلة بها، كما أنّ 30% منهم يرون أن الشبكات الاجتماعية تؤثر على سلوكياتهم، فالمبحوثون ما زالوا في مرحلة مرحلة الفتوة والشباب وهي مرحلة تتأثرو بالثقافات الأجنبية وبسلوكيات نظرائهم في بلاد أخرى.

6.3-كيفية تأثير الشبكات الاجتماعية على قيم وسلوكيات الطلبة:

المستوى / الطريقة	السنة الأولى		السنة الثانية		السنة الثالثة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اكتساب أفكار جديدة	04	28.58	04	50	12	42.86	20	40
اكتساب سلوك جديد	08	57.14	04	50	12	42.86	24	48
معرفة اتجاهات عالمية	02	14.28	00	00	04	14.28	06	12
المجموع	14	100	08	100	28	100	50	100

أكد 48% من أفراد العينة أنّ الشبكات الاجتماعية تمكّنهم من اكتساب سلوك جديد غير معروف في المجتمع الذي يعيشون فيه، كما أن تلك الشبكات تمكنهم من اكتساب أفكار جديدة غير معروفة نتيجة تجديد معلوماتها بسرعة وكثرة وهو ما صرح به 40% من الملحوثين.

7.3– تطبيق السلوكيات والقيم في البيئة:

في الأخير طرحنا سؤالا لمعرفة هل السلوكيات الجديدة أو القيم المكتسبة عبر الشبكات الاجتماعية نجد لها تطبيقا في المجتمع الحلي فوجدنا أن أغلب أفراد العينة يكيفون تلك القيم والسلوكيات المكتسبة مع عادات وتقاليد البيئة التي يقيمون بها.

النتائج العامة: أظهرت الدراسة النتائج التالية:

– هناك استخدام كثيف للشبكات الاجتماعية من طرف طلبة جامعة سطيف2.

– تؤثر الشبكات الاجتماعية على سلوكيات وقيم هؤلاء الطلبة.

– إنّ السلوكات والقيم المكتسبة من طرف الطلبة تم تكيفها وتهجينها من طرفهم في بيئتهم المحيطة.

خاتمة:

يستخدم الطلبة الشبكات الاجتماعية في عملية التواصل مع الآخرين بشكل كبير بخاصة بالنسبة لمواقع التواصل التي تهتم بالأخص بالتواصل والدردشة مع الآخرين، وتكوين صداقات مع مختلف شرائح المجتمع، ومع مختلف سكان المعمورة، لذا تلعب هذه الشبكات دورا في اكتسابهم قيما وسلوكيات جديدة على مجتمعاتهم، يتم تطويعها وتحويرها لتناسب عادات وتقاليد بيئاتهم المحلية.