دور الفيس بوك في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة (طلبة جامعة الانبار انموذجاً)

م. د. محمد صالح جباب

جامعة الأنبار/ كلية الآداب /قسم الاعلام

Facebook's Role in Ranking the Priorities of Social Values Among University Students

(University of Anbar Students as a Model)

Dr. Mohamed Saleh Jabab

University of Anbar / College of Arts / Department of Media

Abstract

The study aims to identify the great role played by Facebook, for its famous and influential aspect among other social networking sites, in light of the internet revolution and drawing the parameters of social values, whether in their positive or negative aspects, or working to add new values of landmarks that were not previously familiar in our Arabian societies.The problem of the study was embodied in the most prominent question expressed by the extent of Facebook's role in ranking social values among university students.The survey method was used to analyze the data, as the study was a descriptive, and the questionnaire was used as the most prominent tool for obtaining data and information.

The research revealed that the Facebook has emerged more culturally in arranging social values, and that it was supported by the respondents that it was active in the idea of paying attention to social values, ithas become an important source for searching for relevant information.

keywords: Facebook - order of priorities - social values.

مستخلص:

مدار البحث اتى للتعرف على الدور الكبير الذي اضطلع به موقع الفيسبوك بعده الاكثر شهرة والابرز تأثيراً بين مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى, في ظل ثورة الانترنت ورسم معالم القيم الاجتماعية سواء في جانبها الايجابي او السلبي او العمل على اضافة معالم قيم جديدة لم تكن مألوفة سابقا في مجتمعاتنا العربية.وتجسدت مشكلة البحث في التساؤل الابرز معبراً عنه بمدى دور الفيسبوك في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة .واتخذ الباحث المهنج المسحي طريقا لمسلكه التحليلي كون البحث وصفيا والاستعانة بأستمارة الاستبيان كأبرز اداة للحصول على البيانات والمعلومات, وخصع للبحث (٢١٣) مفردة من طلبة جامعة الانبار الذين يمثلون مجتمع البحث وجاء البحث بنتائج عدة منها, ان دور الفيسبوك برز ثقافيا اكثر في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية, وانه لاقى دعم من المبحوثين بأنه كان فاعلا لفكرة الاهتمام بالقيم الاجتماعية, وكونه بات مصدرا مهما للبحث عن المعلومات ذات العلاقة بها.

الكلمات المفتاحية :الفيسبوك – ترتيب الاولويات– القيم الاجتماعية.

مقدمة:

اضحى الفيسبوك حقيقة ثابتة تعبر عن مدى الدور والتأثير الذي شكله في حياة المجتمعات على اختلاف فئاتها وثقافاتها, وبشكل خاص على الشباب الذين يشكلون النسبة الاكبر والركيزة الاساسية في بنية المجتمع.وبسبب الخصائص التي يتمتع بها الفيسبوك وبقائه في مركز الصدارة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الاخرى وفق ما ذكرته الكثير من البحوث والدراسات بهذا الصدد, لم يعد هناك مجالاً الا وتم توظيفه فيه.وهذا ما دفع الباحث لاختيار بحثه كتعبير عن الكيفية التي يتم فيها توظيف هذا الموقع لاشاعة مفاهيم القيم الاجتماعية, بل والعمل على ترتيب اولوياتها وقدرته على جعل مستخدميه يتبناها.والبحث يعد اضافة معرفية في مجاله لتحقيق الفائدة منه بالنسبة للعاملين في المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الاجتماعية الاخرى المختلفة.ولتقديم الموضوع بشكل افضل جرى تقسيم البحث الى ثلاثة مباحث, جاء الاول منها متناولاً الاطار المنهجي الذي ابتدأ بمشكلة البحث اولاً وانتهى بمصطلحات البحث احدعشراً.وتطرق المحبث الثاني الى الاطار النظري في أوله متحدثاً عن الفيسبوك وسماته التفاعلية, وتلاه ثانيا القيم الاجتماعية من حيث مفهوم والاهمية وسماتها وانواعها, اما ثالثا فكان لنظرية البحث الموسومة نظرية ترتيب الاولويات. والمبحث الثالث فقد اختص بالاطار التحليلي للجداول وصولاً الى تقديم النتائج والاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث: تركزت مشكلة البحث في تساؤل رئيس وهو (مادور الفيسبوك في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة)

ثانياً: أهمية البحث: الفيسبوك هو ابرز مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتعرض له مستخدمي هذه المواقع من خلال الاحصائيات المعبرة عن ذلك, وخاصة اذا تم توظيفه في خدمة القيم الاجتماعبة الايجابية وتعزيزها ومعرفة القيم الاخرى الدخيلة التي يتم اشاعتها من خلاله. والبحث هو اضافة معرفية للقراء والباحثين ومكتبات الاعلام لاهمية القيم الاجتماعية في بناء المجتمعات.

ثالثاً: أهداف البحث:

١- التعرف على درجة اهتمام المبحوثين بموقع الفيسبوك.

٢- معرفة دور الفيسبوك في تزويد طلبة الجامعة بالاخبار والمعلومات المتعلقة بموضوعات القيم الاجتماعية.

٣- التعرف على ابرز القيم الاجتماعية التي وردت من وجهة نظر المبحوثين.

٤- معرفة المعايير الدالة على القيم الاجتماعية.

٥- التعرف على قدرة الفيسبوك في ترتيب اولويت القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة.

رابعاً: دراسات سابقة:

١-دراسة (ALSHARKHK 2012,)[١] (تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي وقيمهم وتقاليدهم الاسرية). اتت الدراسة بهدف التعرف على اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي وانعكاسها على قيمهم وتقاليدهم الاسرية العريقة, واجرى الباحث دراسته على عينة قوامها (٦١٧) مفردة من طلبة جامعة الدمام, مستخدما الباحث للمنهج المسحي ومستعينا بأداة الاستبيان لجمع بياناته ومعلوماته, وكانت النتائج المعبرة عن هذه الدراسة, بوجود اثر استخدام مواقع التواصل على الشباب وقيمهم وعلاقاتهم بالاسرة, وخلق فجوه بينهم وبين عادات وتقاليد المجتمع مع كشف وجه آخر ان النساء كانوا اكثر نشاطا على مواقع التواصل لارتفاع معرفتهن بالحقوق والحرية في التعبير نتيجة لاستخدامهن لهذه المواقع .

٢-دراسة (د.محمد بن عبدالوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصالحي, ٢٠١٦)[٢] (تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والاسرية للشباب العربي). هدفت الدراسة الى معرفة تأثير استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي على قيمهم الاجتماعية وترابطهم داخل الاسرة, ومعرفة اهم المواقع ودوافع استخدامها من قبل الشباب.وهذه الدراسة تعد وصفية استخدم فيها منهج المسح على عينة للشباب من ثلاثة بلدان عربية مختلفة بأستخدام استمارة الاستبيان وتمخضت الدراسة عن نتائج كان منها, وجود تأثير ايجابي اعلى لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الايجابية لدى الشباب الاكثر تعليما ونشر الوعي لدى الشباب للاعتزاز بقيمهم الاسلامية والعربية الايجابية والمساهمة في نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٣-دراسة (هند سعيد اسود,٢٠١٩)[٣] (ترتيب اولويات قضايا الحوار والسلم الاهلي في الصحافة العراقية). عبرت اهداف الدراسة على تحديد تراتبية موضوعات الحوار والسلم الاهلي في الصحف العراقية وتشخيص العوامل المؤثرة على ترتيب قضايا الحوار والسلم الاهلي, واتخذت الباحقة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي مستعينا بأستمارة تحليل المضمون اما العينة فكانت صحيفة الزمان كتعبير عن الصحف العراقية المستقلة الصادرة في بغداد, وخلصت الدراسة الى نتائج عدة من اهمها, تناسب ترتيب موضوعات السلم الاهلي والحوار مع سياسية الصحيفة, وتأثر عمليات ترتيب موضوعات السلم الاهلي مع درجة اهتمام الصحيفة وتركيزها عليها وفق لاجندتها وجمهورها.

٤-دراسة(بتول عبد العزيز رشيد, ٢٠٢١)[٤] (ترتيب اولويات قضايا الامن الوطني في وسائل الاعلام عند الشباب الجامعي). هدفت الدراسة الى تحديد اكثر وسائل الاعلام استخداما من قبل الشباب الجامعي, والوقوف على مقدرة وسائل الاعلام العراقية في ترتيب اولويات الجمهور لقضايا الامن الوطني, واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي بأعتباره الافضل لميدان البحث كونه بحثا وصفيا, واجريت الدراسة على طلبة الجامعة العراقية –كلية الاعلام– بكافة اقسامها وبأسلوب الحصر الشامل مستعينتا بأداة الاستبيان للحصول على بيانات ومعلومات الدراسة وخلصت الباحثة الى نتائج من اهمها وجود اولويات ايدتها وسائل الاعلام العراقية ازاء القضايا الخاصة بالامن الوطني , في حين كانت القضايا التي تتعلق بالبعد الاقتصادي في اخر الاهتمامات.

خامساً: تساؤلات البحث:

-مادور الفيسبوك في اشاعة القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة.

-ماتأثير الفيسبوك على معلومات الطلبة ازاء موضوعات القيم الاجتماعية.

-ماهي المعايير المعبرة عن موضوعات القيم الاجتماعية.

-ماهو دور فيسبوك في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة.

سادساً: منهج البحث: البحث هو دراسة وصفية وعليه تبنى الباحث المنهج المسحي الذي يمكن النظر اليه بأنه الافضل في مثل هذه البحوث وكونه الاكثر قدرة لتلبية مقتضيات ومتطلبات هذا البحث.

سابعاً: مجتمع البحث والعينة: المجتمع الذي قصده الباحث هو طلبة جامعة الانبار التي ينتسب اليها الباحث واتخذها مجالا ميدانيا لبحثه وتم اختيار عينة البحث بشكل مقصود مشكله نسبة (١٠٪) من مجتمع البحث.وتم توزيع (٢٢٢) استمارة ، عدد الاستمارات غير الصالحة كان (٩) استمارات ، لذا اصبح عدد الاستمارات التي وزعت على مجتمع البحث (٢١٣) مفردة (١٥٢ ذكور + ٦١ اناث) وفق نسبة وجود كل فئة في مجتمع البحث الاصلي .

ثامناً: مجالات البحث وحدوده:

-**المجال المكاني:** جامعة الانبار –مركز مدينة الرمادي– محافظة الانبار.

-**المجال الزماني:** شهري تشرين الثاني وكانون الاول للعام ٢٠٢١.

-**المجال البشري:** طلبة جامعة الانبار من الذكور والاناث.

تاسعاً: أساليب وأدوات البحث:اتخذ الباحث استمارة الاستبيان بأعتبارها الاسلوب المناسب لجمع المعلومات في مثل هذه البحوث كأداة رئيسة للحصول على البيانات والمعلومات من المبحوثين.

عاشراً: الصدق والثبات:سعى الباحث لتحقيق كل من الصدق والثبات الى القيام ببعض الخطوات ضمن جانب الصدق اولاً بعرض استمارة الاستبيان على عدد من الخبراء(*) في قسمي الاعلام والاجتماع بأعتبارهم الاكثر قرباً لميدان البحث وقد أيدوا صلاحيتها لتحقيق اهداف البحث بعد اجراء بعض التعديلات البسيطة لبعض الفئات وتعزيزها بأخرى, وتم الاخذ بها لاظهارها بما ينسجم ومقتضيات البحث وحققت, نسبة اتفاق (٨٨,٩٠٪) وهذا يعني انها حققت درجة صدق مقبولة علمياً. في حين ثبات التحليل يعبر عنه احصائيا, استقرار النتائج واتساقها عبر الزمن, فقد قام الباحث بتوزيع ما نسبتة (١٠٪) والتي بلغت (٢١) استمارة من العدد الكلي لاستمارات البحث البالغة (٢١٣) استمارة على (٢١) مبحوث للاجابة على بيانات الاستمارة , وبعض مضي مدة اسبوعين اعاد الباحث توزيع الاستمارات مجددا بنفس العدد على المبحوثين انفسهم للتحقق من ثبات التحليل, فقد وجد الباحث ظهور درجة عالية من الثبات في اجابات المبحوثين, وعند تطبيق معادلة سبيرمان براون للثبات بلغت النسبة (٩٢٪) وتعد نسبة عالية مقبولة علمياً.

أحد عشر: مصطلحات البحث:الفيسبوك: موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام ٢٠٠٤ ويتيح نشر الصفحات الخاصة (Profiles) وقد وضع في البداية لخدمة طلبة الجامعة وهيئة التدريس والموظفين ولكنه اتسع ليشمل كل الاشخاص.ترتيب الاولويات: هي تعبير عن مقدرة وسائل الاعلام ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي على تحديد احتياجات المتلقين والمستخدمين لها وفق ما تراه من اهمية بالنسبة لهم. القيم الاجتماعية: هي احكام مكتسبة من الواقع الاجتماعي يتعلمها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتؤثر في سلوكه وتعلمه فالصدق والامانه والشجاعه والولاء وتحمل المسؤلية كلها قيم يكتسبها الفرد والجماعات الصغيرة من المجتمع الذي ينتمون اليه .

المبحث الثاني الاطار النظري للبحث

اولاً: الفيس بوك: أثره الاعلامي وخصائصه التفاعلية:

اجمع الباحثون والمهتمون بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي، انه لا يمكن اغفال الحديث عن أبرز موقعين واكبرهما ضمن هذه المواقع وهما (الفيس بوك) و(ماي سبيس) ودورهما في الفضاء الاعلامي(٥).ولم تغفل المؤسسات الاعلامية هذا الدور للفيس بوك، الأمر الذي دفعها الى الاستفادة من خصائصه الاتصالية وتوظيفه في تطوير خدماتها الاخبارية، وهذا ما نراه واضحاً في نشراتها أو من خلال الإشارة الى موقعها عليه. ويفضل الامكانيات والقدرات التي يتمتع بها الفيس بوك وغيره من المواقع، بات الاعلام الالكتروني اداة فاعلة في كسر حصار الدول والحكومات على الاعلام وقدرتها في الرقابة عليه ، وأصبح ممكناً متابعة التحولات الفكرية ومستجداتها عند الشباب الاكثر استخداماً للفيس بوك(٦).ويتسم الفيس بوك بالنقل المباشر للاحداث والوقائع لحظة وقوعها، وهذا ما جعله منافساً قوياً للقنوات الفضائية، واضحى مصدراً إخبارياً متميزاً للعديد من الاحداث والمعلومات(٧).وتشير احدى الدراسات ان الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨-٢٤) عاماً من الشباب، وهم نفس الفئة العمرية لطلبة الجامعة، بأن الفيس بوك أصبح مصدرهم الأساس لأستقاء الاخبار(٨). وهذا يعني إمكانيته في إضفاء صيغة الاخبار على قيم الاحداث المقدمة من خلاله، بل وحتى تقديم قيم اجتماعية جديدة، فضلاً عن مساهمته في ترتيب تقديمها حسب أولوياته.وفي دراسة أجريت عام ٢٠١٥ تناولت القائم بالاتصال لمواقع التواصل اثبتت أن الفيس بوك هو أكثر أدوات الاعلام الجديد استخداماً بنسبة بلغت (٧٨.٨٩٪) والسبب في ذلك يعدد لدوره في دعم التواصل بين القائم بالاتصال والجمهور واستطلاع آراء وردود أفعال المتلقين لمضامينه(٩).وأخذ دور الفيس بوك وتأثيره إعلامياً يتزايد بشكل متسارع على صعيد تقديم محتويات إعلامية مؤثرة ومهمة وظهرذلك جلياً من خلال(١٠):

١- الحصول على المعلومات: امكانية استقاء معلومات إزاء كل القضايا والاحداث حتى التي يتم حجبها من قبل الدولة واستلهام افكار للكتابة عنها.

٢- كتابة تقارير حول نشطاء الفيس بوك: من خلال متابعة حركة نشطاء الانترنيت وكتابة تقاريرهم عنهم ومثال ذلك قضية مقتل مروة الشربيني التي اطلق عليها شهيدة الحجاب ومناصرة قضيتها.

٣- كتابة الابحاث التحليلية: ويتم ذلك عبر استقراء انشطة الافراد والمجموعات على الفيس بوك وتحليلها احصائياً. بما يمكن الاخرين من تقدم رؤى ابحاث لمؤسساتهم أو لمؤتمرات وندوات.

٤- نقل الاخبار الممنوعة: تمكن الفيس بوك من نقل اخبار ممنوعة مثلما حدث إبان اضرابات شباب مصر. فقد كان الفيس بوك هو المصدر الوحيد في التعرف واستقاء بالمعلومات حول المعتقلين وما يحدث معهم.وهناك من يرى بأن أثر الفيس بوك برز عبر كونه[١١]:

١- وسيلة لنشر الاخبار المهمة وتحقيق الاهداف المشتركة.

٢- قدرة المؤسسات الاعلامية من الوصول الى جماهير جديدة عبر ارتباطها بموقع الفيس بوك.

٣- ممارسة الفيس بوك وظيفة اعلامية تمثلت في متابعة الاحداث وامداد المجتمع بالمعلومات وشرحها وتفسيرها.

٤- تحول الفيس بوك من اداة للتواصل الاجتماعي الى مرآة عاكسة لرصد احداث المجتمع وتطوراته بقدر كبير من الحرية.إن الفيس بوك تخطى كونه منتدى اجتماعي فقط، وانما غدا قاعدة تكنولوجية كبيرة وميسرة تتيح لأي مستخدم أن يفعل بها ما يشاء ووقت ما شاء[١٢].

الخصائص التفاعلية للفيس تعرف التفاعلية بانها عملية دمج لوسائل الاعلام الرقمية بمحتوياتها المختلفة وتنظيمها في شبكة الانترنيت التي تمكن المستفيدين من التفاعل مع البيانات وفق الغرض والهدف المطلوب[١٣].وتعد دراسة دوراك عام ١٩٨٧ عن طبيعة تفاعلية وسائل الاعلام من الدراسات البارزة على الرغم من وجود دراسات سابقة أسست لهذا المفهوم، وذلك لاهتمامها بالتفاعلية ودورها في العملية الاتصالية وخاصة في ظل وجود الوسائل الاتصالية الحديثة[١٤].واضحت التفاعلية ابرز سمات الاعلام الجديد الذي تنتمي إليه مواقع التواصل الاجتماعي كونها تتيح لجمهورها التفاعل بشكل كبير، وذلك لتقديمها مساحة اكبر من الحرية في عرض المضامين التي تقدم عبرها.واذا ما أردنا التمييز بين مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام التقليدية بحدود فاصلة، فان التفاعلية ستكون أبرز المميزات فيما بينها، وإن خاصية التفاعل في مواقع التواصل اقتربت بالاعلام الجماهيري اكثر منه في الشخصي[١٥].ويعد الفيس بوك اكثر مواقع التواصل الاجتماعي إتاحة لخاصية التفاعل لقدرة مستخدميه على تلقي الرسائل والتفاعل معها، بحيث يكون الاتصال هنا ثنائي ويأخذ الشكل الدائري لتبادل الأدوار بين الوسائل والمستقبل[١٦].وتميز الفيس بوك عن غيره من المواقع بجملة من الخصائص التفاعلية نذكر منها[١٧]:

١- كسب الأصدقاء: وهم الاشخاص الذين يتم التعرف عليهم لغرض معين، وبعض المواقع مثل الفيس بوك يسميهم "صديق" والبعض الأخر مسمى "اتصال أو علاقة".

٢- إرسال الرسائل: القدرة بارسال رسائل مباشرة للآخرين سواء في قائمة المستخدم كانوا أم لا.

٣- البومات الصور: يتيح الفيس بوك انشاء عدد غير متناهي من البومات الصور وفرصة مشاركتها مع الآخرين.

٤- الصفحات: احدى ابداعات الفيس بوك والتي وظفت حتى تجارياً بطريقة فعالة عن طريق انشاء حملات اعلانية موجهة لفئات محددة يطلبها اصحاب المصالح التجارية.

٥- انشاء ملفات شخصية: إتاحة خاصية عمل ملف خاص لكل مشترك يتضمن جميع بياناته الببلوغرافية ومحتوياته الخاصة ونشر ما يدور في ذهنه بشكل مستمر وبدون حدود ومشاركتها مع الأخرين.

٦- رفع الفيد يوهات: القدرة على تحميل فيديوهات خاصة تم تسجيلها لغرض نشرها أو بثها بشكل مباشر.

٧- انشاء المجموعات: قدرة الفيس بوك على عمل مجموعات خاصة مغلقة أو مفتوحة.

٨- عرض الاحداث الهامة: وهو تمكين المشتركين من الاعلان أو التعريف بحدث ما جار حدوثه وتعريف الاصدقاء والاعضاء به.

٩- خاصية RSS: وهي قدرة الموقع على خدمات للمستفيدين بشكل واع حسب ميولهم واهتماماتهم وتوجهاتهم، وامثلة ذلك المكتبات العلمية.هذه الخصائص وغيرها مما فات ذكرها أتت لاستدلال خاصية التفاعل التي التقت عندها جميع الخصائص والتي اعطت للفيس بوك مميزات انفرد بها عن غيره من المواقع ابرزها[١٨]:

١- ان ٥٠٪ أو اكثر يدخلون الفيس بوك في أي يوم يشاؤون.

٢- متوسط عدد الأصدقاء للمستخدم حوالي ١٣٠ صديق.

٣- معدل قضاء الناس في استخدامه اكثر من (٧٠٠مليار) دقيقة شهرياً.

٤- وجود اكثر من (٧٠) ترجمة متنوعة متوفرة عليه.

٥- تمكن حوالي (٣٠٠) الف من مستخدميه بترجمة الموقع لعدة لغات.

٦- تجاوز عدد الداخلين الى الموقع عبر هواتفهم المحمولة حوالي (١،٢) مليار مستخدم.

القيم الاجتماعية: المفهوم والاهمية-الوظائف-السمات-الانواع:

مفهوم القيم: تعريف القيم الاجتماعية: بانها ((مجموعة من القوانين والمقاييس تنبثق من جماعة ما وتتخذها معايير للحكم على الاعمال والافعال والتصرفات ويكون لها من القوة والتأثير على الجماعة وأي خروج عليها يصبح خروجاً عن مبادئ الجماعة واهدافها)) [١٩].كما تُعرّف بانها ((أفكار معيارية توجه السلوك وتزوده بمعايير خارجية وداخلية على نحو ما يكافح الناس من أجله، وتزود السلوك بالأساس الأخلاقي))[٢٠].ينظر الى القيم الاجتماعية باعتبارها المثل العليا للأفراد والمجتمع، ولها دور كبير في ادراك الافراد لما يدور حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم، وجوهرها يقوم على عناصر الانتقاء والتفضيل، مما يجعلها مختلفة من مجتمع لآخر، بل حتى عند الشخص الواحد تبعاً لتنشئته ورغباته، والقيم تعمل كموجه رئيس في حياة الافراد[٢١].وتكمن أهمية دراسة القيم في انها تمس العلاقات الإنسانية في كافة صورها فهي تعبر عن معايير واحداث ترسمها الجماعة لتوضيح تطلعاتها واتجاهاتها وتبدو جلية من خلال السلوك وخاصة في جانب الخير[٢٢]، ويرى بعض الباحثين أن كل شيء يكون موضع اهتمام فانه حتما يكتسب قيمة[٢٣].وتتجسد أهمية القيم الاجتماعية من خلال عدد من الزوايا أهمها[٢٤]:

١- تهيئة خيارات معينة للافراد وتحديد السلوك الصادر عنهم.

٢- إمكانية التنبؤ بسلوك صاحبها في ضوء مالديه من قيم.

٣- إعطاء الفرد ومنحه القدرة على أداء ما مطلوب منه وتحقيق التكيف للرضا عن نفسه وتجاوبه مع مبادئ الجماعة وعقائدها.

٤- إعطاء القيم أشارة لكيفية تعامل الفرد في المواقف المستقبلية.

٥- الحفاظ على تماسك المجتمع ووحدته وصيانة مبادئه وقيمة العليا.

٦- مساعدة المجتمع في مواجهة التحديات والتغييرات الطارئة ، وذلك بتحديد الاختبارات الصحيحة والكفيلة لحياة مستقرة للمجتمع.

سمات القيم الاجتماعية:تتميز القيم الاجتماعية بالعديد من السمات ابرزها[٢٥]:

١- إنسانية: أي انها تختص بجنس البشر فقط.

٢- ذاتية: كونها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد، كالرغبات والعواطف وغيرها وهذه ليست ثابتة وانما تتغير تبعاً للمواقف والقضايا التي يتعرض لها الفرد.

٣- نسبية: بمعنى انها ليست مطلقة أو ثابتة نسبياً، كونها تختلف بين المجتمعات حسب الظروف (المكان، الزمان، الجغرافية، الثقافة) وتنتهي القيم بانعدام الأشخاص كونها مقرونة بوجودهم.

٤- فردية: وتتعلق بحرية الفرد للأشياء التي يراها مناسبة، ولكن يجب أن لا تتعدى أصول القيم الاجتماعية.

٥- اجتماعية: كونها قيم اجتماعية يجب أن لا تتعارض مع سمة القيم الإنسانية، فهي لا تظهر مدلولاتها ومعانيها الحقيقية، الا من خلال الفرد والمجتمع.

وظائف القيم الاجتماعية[٢٦] تعمل القيم على تأدية العديد من الوظائف يمكن تقديمها بما يلي:

١- العمل كمعيار لتوجيه القول والسلوك الناجم عن الافراد في المواقف المختلفة.

٢- بناء شخصية الفرد.

٣- تنظيم المجتمع والعمل على ضبطه واستقراره.

٤- الحفاظ على البناء الاجتماعي.

٥- مساعدة الافراد على التكيف مع مستجدات الاوضاع.

٦- المساعدة في خلق تكامل مجتمعي من خلال الانساق القيمية واعطاء الشرعية للأحداث لمصالح الجماعية وتحديد المسؤوليات.

انواع القيم الاجتماعية تتنوع القيم الاجتماعية حسب طبيعتها واهميتها، ومن خلال ذلك ممكن تقديم بعض انواع القيم في هذا المجال[٢٧]:

١- القيم الدينية والأخلاقية: وهي مجموعة السمات السلوكية العقائدية والأخلاقية التي توجه الفرد باتجاه الدين[٢٨].

٢- القيم الجمالية: ويتم التعبير عنها بتطبيق القيم الجمالية على المشاهد التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها عمل فني متكامل يبدأ من الكرافيك وينتهي بالاخراج[٢٩].

٣- القيم الوطنية: مجموعة القيم التي تعكس الانتماء للوطن والشعور بالهوية الوطنية بالحفاظ على البيئة والممتلكات العامة، معبراً عنها بحب الوطن والامتثال للقوانين والأنظمة وغيرها[٣٠].

٤- القيم التربوية: هي مجموعة المعايير والاحكام التي يستند اليها افراد المجتمع في تنظيم حياتهم وتؤهلهم للحكم على أقوال وأفعال ومواقف اجتماعية للافراد والجماعات المحيطة بهم[٣١].

٥- القيم الغربية: وهي تلك المبادئ والاحكام والتفضيلات الخاصة بثقافات مختلفة عن ثقافتنا وتتسم بالغرابة والرفض والاستهجان عند تطبيقها وممارستها في مجتمعنا[٣٢].

٦- القيم الدالة على السلوكيات السلبية: وهي مجموعة الأفعال والتصرفات التي تواجه بنبذها وعدم القبول الاجتماعي لها، لكونها تتنافى مع قيم ومبادئ المجتمع، وتتمثل بمظاهر العنف بكل اشكاله الإنانية، الغرور، الكذب، الظلم، الاستغلال، العنصرية، السخرية من الآخرين، الغضب، الغش[٣٣].

نظرية ترتيب الأولويات:عرفها ستيفن باترسون بانها (العملية التي تبرز فيها وسائل الاعلام قضايا معينة على انها قضايا مهمة وتستحق رد فعل الحكومة) [٣٤].وهذا يعني أن أولى اهتمامات هذه النظرية هو دراسة العلاقة المتبادلة بين جميع وسائل الاعلام والجمهور الذي يتعرض لها بشكل مباشر. واظهرت الدراسات إن الجماهير لا تتعرف على القضايا المتعلقة بالمجتمع من خلال رسائل الاعلام فقط، وانما معرفة ابرز القضايا المهمة من خلال حجم التغطية لوسائل الاعلام لها اكثر من غيرها[٣٥].واجرى الباحثان ماكسويل ماكوميس ورونالد شاو بحثا أساسياً في الولايات المتحدة الأميركية عام ١٩٦٨. إزاء القضايا المطروحة في الانتخابات الأميركية، وتوصلا الى وجود صلة قوية بين حجم التركيز والانتباه على القضايا في الصحف ، وبين مدى أهمية القضايا التي عبر عنها الناخبين ووجد أن هذا التشابه دليل على وجود تأثير كبير لوسائل الاعلام على الجمهور في ترتيب أولوياته[٣٦].وهناك استراتيجيتان توضعان بعين الاعتبار إزاء البحوث والدراسات وفق نظرية ترتيب الاولويات وهي[٣٧]:

١- دراسة القضايا المهمة السائدة في وسائل الاعلام والجمهور خلال فترة زمنية واحدة أو اثنتين.

٢- دراسة قضية واحدة مهمة على فترات زمنية مختلفة.

العوامل المؤثرة على نظرية ترتيب الأولويات[٣٨]:

١- نوع القضايا وطبيعتها: يزداد تأثير وسائل الاعلام بشكل ملحوظ كلما كانت القضايا ملموسة ويتم ادراكها.

٢- الاتصال الشخصي: تسهم وسائل الاعلام في تشكيل الاجندة الاخبارية للافراد الذين شاركوا مع الآخرين قضاياها التي اثارتها اكثر من الذين لم يمارسوا الاتصال الشخصي.

٣- نوع الوسيلة: كلما زاد تطور الوسيلة مثل التلفاز ومواقع التواصل الاجتماعي اسهمت بفاعلية في وضع الاجندة على المدى القصير، عكس الصحف تكون على المدى الطويل.

٤- التوقيت: تقوم وسائل الاعلام بترتيب أولويات القضايا وفق توقيتات اثارتها، ومثال ذلك الانتخابات، بل وحتى التنبوء بسلوك المرشحين خلالها.أن أولويات الشباب العربي لا تخرج في مجموعها عن أولويات الشباب في بلدان العالم الأخرى بأنها ((العيش حياة طولة وصحية، الحصول على المعرفة، وتوافر الموارد اللازمة لمستوى معيشي لائق)) [٣٩].وتستخدم الأنظمة العربية الاعلام كأهم الأدوات المستخدمة في بناء الدولة ، واعلامها لا يخرج في أولوياته بأن يكون تعبوياً وتنموياً وثورياً، إلا ان التطور التقني وثورة المعلومات فتحا الباب أمام تقديم مفاهيم وقيم جديدة وخاصة للشباب ربما تكون بعيدة عن أولوياتها التي ارادت رسمها، وخاصة التلفزيون بتوظيفه باتجاه الاعلام والتثقيف والترفيه[٤٠].وتحولت مواقع التواصل الاجتماعي بفضل السمات والخصائص التي تميزت بها الى قوة مؤثرة في كثير من جوانب الحياة، وباتت قادرة على ترتيب الكثير من أولويات مستخدميها وبشكل خاص الشباب كونه اضحى الأكثر أولوية في سلم اهتماماتها.

المبحث الثالث

جدول رقم (١) يبين جنس المبحوثين

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**ذكر**	**١٥٢**	**٧١,٣٦**	**الاولى**
٢	**أنثى**	**٦١**	**٢٨,٦٤**	**الثانية**
	المجموع	٢١٣	٪١٠٠	

توضح بيانات الجدول (١) أن نسبة المبحوثين من الذكور أخذت نسبة (٧١.٣٦٪) اما نسبة الاناث اخذت (٢٨.٦٤٪) .

جدول رقم (٢) يبين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	دائماً	**١٤٥**	**٦٨,٠٨**	**الأولى**
٢	احياناً	**٦٤**	**٣٠,٠٤**	**الثانية**
٣	نادراً	**٤**	**١,٨٨**	**الثالثة**
	المجموع	**٢١٣**	**١٠٠**	

اظهرت بيانات الجدول (٢) وجود اهتمام كبير بمواقع التواصل الاجتماعي التي باتت تتسع ويزداد معها طرديا عدد مستخدميها فقد اعطى المبحوثين ما نسبته (٦٨,٠٨٪) و(١٤٥) تكرار لفئة دائما , وعززتها احيانا بتسجيلها (٦٤) تكرارا و(٣٠,٠٤٪) , اما فئة نادرا التي لا تكاد تكراراتها ونسبتها المئوية تشكل تأثيرا في مسار اهتمام المبحوثين بمواقع التواصل الا ان الباحث آثر وضعها , وذلك للوصول الى درجة عالية من الدقة والموضوعية في مسار البحث .جدول رقم (٣) يبين وجود حساب للمبحوثين على موقع الفيس بوك

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**نعم**	**٢١٣**	**٩٥,٩٥**	**الاولى**
٢	**كلا**	**٩**	**٤,٠٥**	**الثانية**
	المجموع	**٢٢٢**	**١٠٠**	

تشير بيانات الجدول (٣) ما نسبته (٤،٠٥٪) من بيانات المبحوثين اعطت كلا بعدم امتلاكهم لحساب على موقع الفيس بوك ، اما النسبة الاكبر اخذتها نعم بنسبة (٩٥،٩٥٪) و (٢١٣) تكرار ، وهذا يعني ان موقع الفيس ما زال محط اهتمام المستخدمين وتوجههم بانشاء صفحات عليه . جدول رقم (٤) يبين اسباب اختيار المبحوثين لموقع الفيس بوك

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	يلبي حاجتي من المعلومات	**١٢٥**	**٢٥,٦٧**	**الاولى**
٢	ذا خصوصية اكثر من غيره	**٩٧**	**١٩,٩٢**	**الثانية**
٣	اكثر اماناً وحماية	**٩٦**	**١٩,٧١**	**الثالثة**
٤	تفاعل المستخدمين اشد و اوضح	**٧٨**	**١٦,٠١**	**الرابعة**
٥	استمرار التحديث والتطوير فيه	**٤٤**	**٩,٠٣**	**الخامسة**
٦	الاكثر شهرة بين مواقع التواصل الاخرى	**٢١**	**٤,٣١**	**السادسة**
٧	يوفر خدمة النشرللجمهور العام والخاص	**١٥**	**٣,٠٨**	**السابعة**
٨	اخرى	**١١**	**٢,٢٧**	**الثامنة**
	المجموع	**٤٨٧***	٪١٠٠	

سجلت بيانات الجدول (٤) ان (الفيس بوك) اضحى مصدرا كبيرا للمعلومات التي تلبي رغبات مستخدميه واشباح حاجاتهم منها ، فقد اعطى المبحوثين لهذه الفئة مركز الصدارة بتسجيل (١٢٥) تكرار ونسبة (٢٥،٦٧٪) ، اما كونه اكثر خصوصية من غيره من الموقع فقد اخذت هذه الفئة نسبة (١٩،٩٢٪) و(٩٧) تكرار ، وبفارق تكرار واحد بين هذه الفئة والتي تلتها كانت هناك (٩٦) اشارة و(١٩،٧١٪) سجلت لفئة توفير الفيس بوك الامن والحماية لمعلومات مستخدميه من الاختراق ، وتلت هذه الفئة بالترتيب الرابع ان تفاعل مستخدميه الذي أسهم في خلق عالم افتراضي جديد ارسى أسساً للتواصل والتفاعل وهذا ما نراه جليا بكثرة التعليقات على المنشورات او مشاركتها واخذت هذه الفئة نسبة (١٦،٠١٪) و(٧٨) تكرار .ويسعى هذا الموقع باستمرار اطلاق التحديثات لكي تواكب متطلبات العصر وحاجات المستخدمين وهذه الفئة نالت خامسا بنسبة

(٩،٠٣٪) و(٤٤) تكرارا ، وتباعا اخذت الفئات الاخرى بكونه الاكثر شهرة بين المواقع وتوفيره خدمة النشر للجمهور سواء كان عاما او خاصا في الترتيب تنازليا وصولا الى ما اضافه المبحوثين من بيانات اخرى تضاف الى ما تم ذكره مثل قدرة الفيس بوك على تطوير الذات وتكويم الرأي العام ازاء الكثير من القضايا ، وكل من هذه الفئات نال نصيبه من التكرارات والنسبة المئوية تباعا ووفق ما جاء في الجدول .

جدول رقم (٥) يبين العام الذي انشأ فيه المبحوثين حسابهم على موقع الفيس بوك

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	٢٠١٤	٣٨	١٧,٨٤	**الاولى**
٢	٢٠١٥	٢٥	١١,٧٥	**الثانية**
٣	٢٠١٣	٢٢	١٠,٣٤	**الثالثة**
٤	٢٠١٢	٢٠	٩,٣٩	**الرابعة**
٥	٢٠١٦	١٩	٨,٩٢	**الخامسة**
٦	٢٠١٧	١٧	٧,٩٨	**السادسة**
٧	٢٠١٩	١٧	٧,٩٨	**السابعة**
٨	٢٠١٠	١٣	٦,١٠	**الثامنة**
٩	٢٠١١	١١	٥,١٦	**التاسعة**
١٠	٢٠١٨	١١	٥,١٦	**العاشرة**
١١	٢٠٢٠	٨	٣,٧٥	**احد عشر**
١٢	٢٠٠٩	٧	٣,٢٩	**اثنا عشر**
١٣	٢٠٠٨	٣	١,٤١	**ثلاثة عشر**
١٤	٢٠٢١	٢	٠٩٣	**اربعة عشر**
	المجموع	٢١٣	٪١٠٠	

مؤشرات الجدول (٥) تشير إن المبحوثين اهتموا بتسجيل حساباتهم على الفيس بوك منذ انتشاره بشكل واسع وان كانت التكرارات والنسب قليلة ، اما الفترات التي شهدت تكثيفا في التسجيل فقد انحصرت بين الاعوام (٢٠١٢- ٢٠١٩) فالعام ٢٠١٤ جاء اولا بنسبة (١٧،٨٤٪) و(٣٨) تكرار، واخذت الفئات والتكرارات تتدرج تنازليا في تكراراتها وفئاتها وصولا الى عام اجراء البحث (٢٠٢١) الذي اخذ ادنى مرتبة بتسجيل تكرارات ونسبة (٠،٩٣٪)، فضلا عن ظهور نفس التكرارات والنسب المئوية لبعض الاعوام مثل العامين (٢٠١٧و ٢٠١٩) .

جدول رقم (٦) يبين الوقت اليومي الذي يقضيه المبحوثين على موقع الفيس بوك

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	اقل من ساعة	٩٠	٤٢,٢٥	**الاولى**
٢	١-٢ ساعة	٧٧	٣٦,١٥	**الثانية**
٣	٣-٤ ساعة	٢٥	١١,٧٤	**الثالثة**
٤	٥ ساعة فأكثر	٢١	٩,٨٦	**الرابعة**
	المجموع	٢١٣	٪١٠٠	

اظهرت بيانات الجدول(٦) ان الفئتان (اقل من ساعة) و (١-٢) ساعة من الوقت الذي يقضيه المبحوثين على الفيس كانت الابرز في عدد التكرارات والنسب المئوية فالاولى حصلت على (٩٠) تكرارا و(٤٢،٢٥٪) نسبة مئوية والثانية نالت (٧٧) تكرارا و(٣٦،١٥٪) وهي توقيتات لا بأس بها اذا ما اخذنا بعين الاعتبار ان المبحوثين هم من طلبة الجامعة ولديهم واجبات دراسية ومهام يكلفون بانجازها مما يتعذر عليهم اطالة الوقت عليه كثيرا ، وربما يزداد الوقت اكثر في فترات العطل واوقات الاستراحة ، اما الفئات (٣-٤) و(٥ ساعة فاكثر) فكانتا الاقل بتسجيل التكرارات والنسب المئوية من بيانات المبحوثين . جدول رقم (٧) يبين الاوقات المفضلة للمبحوثين لمتابعة موقع الفيس بوك

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	غير محدد	١١١	٥٢,١١	**الاولى**
٢	مساءً	٧٩	٣٧,١٠	**الثانية**
٣	ظهراً	١٥	٧,٠٤	**الثالثة**
٤	صباحاً	٨	٣,٧٥	**الرابعة**
	المجموع	٢٠٤	١٠٠	

أوضحت بيانات الجدول (٧) ان مجيء فئة غير محدد من التوقيتات المفضلة لاستخدام الفيس بوك بنسبة(٥٢،١١٪) و(١١١) تكرار هو بسبب ما اتاحته التقنية الحديثة وتطبيقاتها وصناعة اجهزة متطور للهواتف المحمولة مكن المستخدمين من الدخول الى موقع الفيس وغيره في اي وقت ومكان ، واما مساءا الذي يعد وقت استراحة الطالب فجاء ثانيا بنسبة (٣٧،١٠٪) اما فترة صباحا وظهرا فهما الاقل في سلم التكرارات والنسب المئوية وكما موضحة في الجدول لانهم يكونون حينها في الدوام الرسمي .

جدول رقم (٨) يبين الخدمات التي يقدمها الفيس بوك من وجهة نظر المبحوثين

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**تنوع المواضيع**	**١٠٦**	**٢٩,٣٥**	**الاولى**
٢	**ترفيهية**	**٧٩**	**٢٢**	**الثانية**
٣	**علمية**	**٥٩**	**١٦,٤٣**	**الثالثة**
٤	**التعرف اكثر بالمواقع الاجتماعية**	**٥٠**	**١٣,٩٤**	**الرابعة**
٥	**التعرف اكثر باصدقاء جدد**	**٣٨**	**١٠,٥٨**	**الخامسة**
٦	**الدخول في مجموعات (كروبات)**	**٢٦**	**٧,٢٤**	**السادسة**
٧	**اخرى/ الاهتمام بالواقع السياسي**	**١**	**٠,٢٨**	**السابعة**
	المجموع	**٣٥٩**	٪١٠٠	

أشارت بيانات المبحوثين في جدول (٨) ان الفيس بوك اضحى بوابة متنوعة في تقديم الخدمات لمستخدميه اولا بنسبة (٢٩،٣٥٪) و(١٠٦) تكرار الى حد الاهتمام على ما يجري في الساحة السياسية التي قدمتها فئة اخرى وان كانت بتكرار واحد لكونها تمثل اضافة احد المبحوثين لها ، وفئة الترفيه لكون الفيس بوك يساعد على الخروج من ضغوطات الحياة وهمومها جاءت ثانيا وبنسبة (٢٢٪) ، ونالت بكونه خدمة تعليمية المرتبة الثالثة في ترتيب الاستخدامات بحصولها على (٥٩) تكرار ونسبة (١٦،٤٣٪) ، فضلا عن خدمتها اخرى يقدمها الفيس بوك كالتعرف على (المواقع الاجتماعية اكثر ، الحصول على اصدقاء جدد والدخول في مجموعات) ولكل من هذه الفئات نسبتها المئوية وتكراراتها . جدول رقم (٩) يبين دور الفيس بوك في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية للمبحوثين

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	الثقافة	**٥٣**	**٢٤,٨٨**	**الاولى**
٢	الامانة	**٤٧**	**٢٢,٠٦**	**الثانية**
٣	التفاعل الاجتماعي	**٢٧**	**١٢,٦٨**	**الثالثة**
٤	التعاون	**٢٢**	**١٠,٣٤**	**الرابعة**
٥	الاواصر الاجتماعية	**١٩**	**٨,٩٢**	**الخامسة**
٦	الدين	**١٨**	**٨,٤٥**	**السادسة**
٧	الذات	**١٧**	**٧,٩٨**	**السابعة**
٨	التسامح	**١٠**	**٤,٦٩**	**الثامنة**
	المجموع	**٢١٣**	٪١٠٠	

أعطت بيانات الجدول(٩) ان دور الفيس بوك برز في تأشير سلم اولويات المبحوثين ازاء القيم الاجتماعية من خلال اعطائه ادوارا لفئات على حساب اخرى مثل (الثقافة ، التفاعل الاجتماعي والاواصر الاجتماعية) على حساب الدين الذي يعد هوية ورمز المجتمع ، فقد اتت الثقافة اولا بتسجيلها (٥٣) تكراراونسبة (٢٤،٨٨٪) ، وبعدها الامانة باخذها نسبة (٢٢،٠٦ %) باعتبارها ركيزة اساسية في بناء الشخصية ، وقدرة الفيس بوك على خلق التفاعل الاجتماعي عبر صفحاته كان ثالثا بنسبة (١٢،٦٨٪) و (٢٧) تكرار ، ولفئة التعاون (٢٢) تكرارا و(١٠،٣٤٪) المتمثلة بالمساعدة والمشاركة بفعاليات تعاونية ، وبعدها اتت فئة الاواصر الاجتماعية بتأشيرها (١٩) تكرار و (٨،٩٢٪) بخلق تواصل وعلاقات ايجابية عبر الفيس ، وبقرب واضح من هذه الفئة اتى الدين الذي كان ترتيبه سادسا في ترتيب الاولويات من بين ثمانية قيم بنسبة (٨،٤٥٪) وقبل الفئة الاخيرة كانت لفئة الذات المعبر عنها اثبات الشخصية والثقة بالنفس ، واخيرا فئة التسامح ممثلة بتجاوز الاخطاء وقبول الاعتذار تكون انتهت تاشيرات المبحوثين ازاء ترتيب اولويات القيم الاجتماعية . جدول رقم (١٠) يبين دور الفيس بوك في تبني القيم الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين

ت	المعايير		التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
١	الثقافة	منحني فرصة للتعرف على ثقافات جديدة	١١٠	٥١.٦٤	الاولى
		ساعدني على تعلم لغات اخرى	٧١	٣٣.٣٣	الثانية
		شجعني على اجراء الحوار مع الاخرين	٣٢	١٥.٠٣	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٢	الامانة	شجعني على الصدق وتجنب الكذب	٩١	٤٢.٧٢	الاولى
		جعلني الموقع امیناً اکثر	٨٣	٣٨.٩٧	الثانية
		استخدمه في نصح الاخرين	٣٩	١٨.٣١	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٣	التفاعل الاجتماعي	جعلني اقدر قيمة التعايش مع المجتمع	٨٨	٤١.٣١	الاولى
		اصبحت قريباً من الاحداث الاجتماعية	٨٣	٣٨.٩٧	الثانية
		زاد من تقديري لقيمة التعاون مع الاخرين	٤٢	١٩.٧٢	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٤	التعاون	زاد الموقع من مساعدتي للاخرين	١٠٤	٤٨.٨٣	الاولى
		حفزني لتقديم خدمات اجتماعية اكثر	٥٨	٢٧.٢٣	الثانية
		دفعني البحث عن برامج تطوعية	٥١	٢٣.٩٤	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٥	الاواصر الاجتماعية	شجعني على استمرار التواصل مع الاصدقاء والاقارب	٩٧	٤٥.٥٥	الاولى
		التعرف على اصدقاء جدد	٦٨	٣١.٢٩	الثانية
		حفزني على ادامة التواصل مع اللذين تعرفت اليهم	٤٨	٢٢.٥٣	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٦	الدين	جعلني لا اشعر بالخجل من طرح القضايا الدينية	١٠٥	٤٩.٣٩	الاولى
		سهولة الحصول على الاجابات عن الاسئلة الدينية	٥٧	٢٦.٧٦	الثانية
		دفعني للتعرف اكثر بامور الدين وزيادة الالتزام بها	٥١	٢٣.٩٤	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٧	الذات	عزز الموقع ثقتي بنفسي	٨٧	٤٠.٨٥	الاولى
		سهل من امكانية التعريف بنفسي وبياناتي الشخصية	٧٧	٣٦.١٥	الثانية
		زاد من مكانتي عند الاخرين	٤٩	٢٣	الثالثة
		المجموع	٢١٣	٪١٠٠	
٨	التسامح	اصبحت علاقاتي قائمة على المسامحة	٨١	٣٨.٠٣	الاولى
		ساعدني الموقع على نبذ الكره	٧٧	٣٦.١٥	الثانية
		جعلني الموقع لا اتحفظ من الاعتذار	٥٥	٢٥.٨٢	الثالثة

		المجموع	٢١٣	١٠٠٪	
٩	القيم الغربية	عرفني بوجود قيم ايجابية اخرى غير موجودة في مجتمعنا	١٢٨	٦٠.١٠	**الاولى**
		علمني ان العنف احد اساليب العيش الضرورية احياناً	٥١	٢٣.٩٤	**الثانية**
		اكسبني مهارات جديدة في السخرية والانتقام من الاخرين	٣٤	١٥.٩٦	**الثالثة**
		المجموع	٢١٣	١٠٠٪	

سجلت اجابات المبحوثين في الجدول (١٠) وجود فوارق واضحة بين المعايير الدالة على على قيمة الثقافة فكون الفيسبوك موقعا عالميا يلتقي عندع المستفيدين من كل دول العالم فهو يعطي فرصة للاطلاع والتعرف على انماط مختلفة من ثقافات المجتمعات الاخرى , وهذا ما سجلته بيانات المبحوثين بأن يكون تعرف على ثقافات جديدة هو التسلسل الاول بنسبة (٥١,٦٤٪) و (١١٠) تكرار على حساب التشجيع بأجراء الحوار مع الاخرين ومناقشة الافكار والمواضيع المطروحة بنسبة (٣٣,٣٣٪) و(٧١) تكرار , ولكون الحوار يمكن ان يكون مع جنسيات مختلفة فهذا يعني وجود لغات اخرى , ولكون اللغة هي اداة التخاطب والتفاهم لذا يسعى المستفيد الى تعلمها لضمان التفاهم الافضل , وتبعت الثقافة بالترتيب الثاني الامانة ومعاييرها بأن الفيسبوك ساعد المبوحثين على الصدق وتجنب الكذب لكي يكسب احترام وثقة الاخرين, فقد اعطى المبوحثين لهذا المعيار (٩١) تكرار ونسبة (٤٢,٧٢٪) كما يمكن استخدامه كأداة في نصح الاخرين الذين يمكن ان تحدث منهم تصرفات غير لائقة او تحذيرهم من الوقوع في الخطأ, واخذ هذا المعيار ما نسبته (٣٨,٩٧٪) و(٨٣) تكرار, اما جعل الموقع لمستخدميه بأن يكونوا امناء فيه كان المعيار الاقل بأخذه (٣٩) تكرار ونسبة (١٨,٣١٪) واتت فئة التفاعل الاجتماعي ثالثا ومعاييرها بوجود تقارب بين معياري قدرة الفيسبوك على تقدير اهمية التعايش مع المجتمع والانسجام فيه بأخذ (٨٨) تكرار ونسبة (٤١,٣١٪) , ولكون الفيسبوك اكثر وسائل التواصل فعالية فقد مكن مستخدمي بأن يكونوا مطلعين وقريبين من كل حدث يحصل لسرعة النشر عليه وهو ما دفع مبحوثين لاعطاء هذا المعيار (٨٣) تكرار ونسبة (٣٨,٩٧٪) , وما نسبته (١٩,٧٢٪) و (٤٢) تكرار كانت من حصة معيار تقدير قيمة وابعاد التعاون مع الاخرين.الفئة الرابعة نالتها فئة التعاون وبدت فيها ما بدت عليه معايير فئة الثقافة من تباين وفروقات بأخذ معيار زيادة الفيسبوك لمستخدمي في مساعدة الاخرين تضاعفت عما كان عليه قبل استخدامه من خلال ما سجلت من بيانات لهذا المعيار بنسبة (٤٨,٨٣٪) و(١٠٤) تكرار, تلاه معيار الدفاع عن برامج تطوعية يمكن ان تنشر على الموقع للاشتراك فيها وخاصة منظمات المجتمع المدني بتسجيل نسبة (٢٧,٢٣٪) على حساب حافز تقديم لخدمات اجتماعية اكثر التي يمكن ان تكون خارج قدرة المستخدم وامكانيته بنسبة (٢٣,٩٤٪) و (٥١) تكرار.

وللأواصر الاجتماعية ذات الفئة الخامسة حضورها مع وجود فوارق بين معاييرها التي كانت اولها ان موقع الفيسبوك يسهل استمرار التواصل بين الاصدقاء والاقارب بدون عناء اللقاء واقعيا والتعرف على مستجداتهم من خلال الموقع وكان لهذا المعيار (٩٧) تكرار ونسبة (٤٥,٥٥٪), ولتمتع الفيسبوك بخاصية اضافة الاصدقاء فهو يعد فرصة جيدة لانشاء صداقات جديدة من فئات واجناس ومجتمعات مختلفة بالاضافة الى اصدقائه المعرفين شخصيا لديه واخذ هذا المعيار نسبة (٣١,٩٢٪) و(٦٨) تكرار, وبعد التعرف لابد من ادامة تواصل مع من تم التعرف عليهم لزيادة اواصر العلاقة فكانت حصة هذا المعيار (٤٨) تكرار ونسبة (٢٢,٥٣٪).وتأتي فئة الدين ومعاييره تاليا بالترتيب السادس واخذ المعيار الاول فيها ان الفيسبوك ساعد في تجاوز مشكلة الشعور بالخجل من طرح القضايا الدينية التي يكمن ان يكون فيها حرج او ضيق للمرء ما يقارب نصف عينة المبحوثين بواقع (١٠٥) تكرار ونسبة (٤٩,٣٩٪), اما كون الفيسبوك بات فرصة للحصول على اجابات عند طرح الاسئلة الدينية من خلال وجود عدد لا بأس به من الاصدقاء والمشتركين او حتى من غيرهم فكانت نسبة هذا المعيار (٢٦,٧٦٪) و (٥٧) تكرار, اما دافعية الموقع للدفع بأتجاه معرفة اكثر بأمور الدين وزيادة الالتزام بها جاءت اخيرا بنسبة (٢٣,٩٤٪) و(٥١) تكرار.ومع قرب الوصول الى نهايات الفئات تكون فئة الذات هي المرتبة السابعة مع معاييرها وكانت الاولى فيها هي ان الموقع يساعد مستخدمية في تعزيز ثقتهم بأنفسهم وشعورهم بشخصيتهم فقد اعطي لهذا المعيار (٨٧) تكرار ونسبة (٤٠,٨٥٪), ولكون فيسبوك فضاء مفتوح فهو يسهل من تعريف الشخص بنفسه للآخرين من خلال بياناته التي يدونها على صفحته وهذا المعيار اخذ (٧٧) تكرار و(٣٦,١٥٪) نسبة مئوية, اما ان يكون الموقع فرصة لزيادة مكانة المستخدم وحضوره عند الاخرين فلم ينل سوى نسبة (٢٣٪) و (٤٩) تكرار.والفئة قبل الاخيرة كانت

للتسامح ومعاييرها التي تجسدت بأن الموقع جعل علاقات مستخدميه تقوم على المسامحه عند ارتكاب الاخطاء او تجاوز نقاط الخلاف بنسبة (٣٨,٠٣٪) و(٨١) تكرار اولا , وثانيا المساعدة على نبذ الكره وترسيخ مكامن المحبة بتسجيل (٧٧) تكرار ونسبة (٣٦,١٥٪), اما معيار الاعتذار وعدم التحفظ منه حل ثالثا واخيرا بنسبة (٢٥,٨٢٪) و(٥٥) تكرار. واخيرا جاءت فئة القيم الغربية التي جمعت بين الايجاب والسلب لان المعروف بوجود سلبيات تطرح من خلال المواقع التواصل الاجتماعي فكان هناك (١٢٨) تكرار ونسبة (٦٠,١٠٪) اي اكثر من نصف العينة اعطوها للصورة الايجابية بأن الموقع اضاف لهم معرفة قيم ايجابيه اخرى غير موجودة في مجتمعاتنا, اما (٨٥) تكرار وهي مجموع المعيارين الاخرين الذين حملا التصور السلبي منها (٥١) تكرار ونسبة (٢٣,٩٤٪) كانت تشير لوجود معيار بأن الفيسبوك هو احد الاساليب المشجعة على العنف بأعتباره من اساليب العيش الضرورية, و(٣٤) تكرار ونسبة (١٥,٩٦٪) هو لاكتساب مهارات جديدة في تعلم اساليب السخرية وطرق الانتقام من الاخرين. جدول رقم (١١) يبين مدى دعم فكرة اهتمام موقع الفيس بوك بالقيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**نعم**	**١٨٠**	**٨٤,٥١**	**الأولى**
٢	**كلا**	**٣٣**	**١٥,٤٩**	**الثانية**
المجموع		**٢١٣**	٪١٠٠	

عبرت بيانات الجدول (١١) اعطى المبحوثون في الجدول (١١) ما نسبته (٨٤,٥١٪) و(١٨٠) تكرار وهي النسبة العظمى من بياناتهم لصالح وجود دعم لفكرة ان الفيسبوك مهتم بالقيم الاجتماعية على حساب نسبة بسيطة كانت (١٥,٤٩٪) و(٣٣) تكرار لجانب الاعتراض عليه. جدول رقم (١٢) يبين اشتراك المبحوثين في مجموعات للدفاع عن القيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**كلا**	**١٢٧**	**٥٩,٦٢**	**الاولى**
٢	**نعم**	**٨٦**	**٤٠,٣٨**	**الثانية**
المجموع		**٢١٣**	٪١٠٠	

الجدول السابق كانت الارجحية لدعم فكرة اهتمام فيسبوك بالقيم الاجتماعية اما الجدول (١٢) الذي يبين مدى اشتراك المبحوثين في مجموعات لدفاع عن هذه القيم, فلم يأتي متطابقا كون فئة (كلا) جاءت اكثر من نعم فقد اخذت (١٢٧) تكرار ونسبة (٥٩,٦٢٪) من بيانات المبحوثين, اما نعم وان كانت اقل في تكراراتها ونسبتها المئوية, ولكنها نسبة لا بأس بها بأخذها (٨٦) تكرار و(٤٠,٣٨٪) نسبة مئوية .

جدول رقم (١٣) يبين مدى دخول المبحوثين الى مواقع التواصل الاجتماعي بالاسم الصريح

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**نعم**	**١٢٩**	**٦٠,٥٦**	**الاولى**
٢	**كلا**	**٨٤**	**٣٩,٤٤**	**الثانية**
المجموع		**٢١٣**	٪١٠٠	

تبنى المبحوثون في الجدول (١٣) دفاعهم عن القيم الاجتماعية النبيلة ومحاربة المعايير السلبية باسمائهم الصريحة لكسب تأييد المجتمع او ليكونوا مصادر موثوقة للاخرين , فكان هناك (١٢٩) تكرار ونسبة (٦٠،٥٦٪)، اما من كان دفاعه تحت اسم مستعار فاخذ نسبة (٣٩،٤٤٪)، وربما يأتي ذلك من جانب الاناث لضمان عد حصول مضايقات لهن . جدول رقم (١٤) يبين اشكال تفاعل المبحوثين مع المنشورات ذات العلاقة بالقيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**ابداء الاعجاب**	**١٢٢**	**٤٣,٢٦**	**الاولى**
٢	**التعليق عليها**	**٩٥**	**٣٣,٦٩**	**الثانية**
٣	**مشاركة المنشور مع الاخرين**	**٣٣**	**١١,٧٠**	**الثالثة**
٤	**حفظ المنشور**	**٢٨**	**٩,٩٣**	**الرابعة**
٥	**اخرى...**	**٤**	**١,٤٢**	**الخامسة**
المجموع		**٢٨٢**	٪١٠٠	

ابدى المبحوثون تفاعلهم مع المنشورات ذات العلاقة بالقيم الاجتماعية على الفيس بوك في ظل الجدول (١٤) باشكال مختلفة ، فاخذ الاكتفاء بفئة الاعجاب قائمة الصدارة بتسجيله (١٢٢) تكرارا ونسبة (٤٣،٢٦٪)، اما الذين فضلوا التعليق عليها والتعبير عن وجهات نظرهم بصددها فكانت نسبتهم (٣٣،٦٩٪) و(٩٥) تكرارا ، ومنهم من فضل ان يعمل مشاركة للمنشور مع الاخرين لزيادة قاعدة النشر بتسجيلهم (٣٣) تكرارا ونسبة (١١،٧٠٪) ، اما من اختار فئة حفظ المنشور لامكانية الاستفادة منه في مناسبات اخرى او لانه يستحق الاحتفاظ به لقيمته لم

يتجاوز(٢٨) تكرار ونسبة (٩،٩٣٪) ، وكانت هناك اضافات اخرى سجلها المبحوثين وان كانت قليلة ، ولاغراض الامانة العلمية ثبتها الباحث وكانت (٤) تكرارات اثنان منها تشير الى متابعة الموضوع ومثلها عدم التفاعل معها كونها لا تستحق الاهتمام واضاعة الوقت عليها .

جدول رقم (١٥) يبين اسباب متابعة المبحوثين للمعلومات الخاصة بالقيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	مصدر مهم للمعلومات	١٢٦	٥٩,١٥	**الاولى**
٢	مناسبة مضمون القيم مع اهتماماتي	٦٠	٢٨,١٧	**الثانية**
٣	تقديم تغطية متكاملة للموضوع	٢٧	١٢,٦٨	**الثالثة**
	المجموع	٢١٣	٪١٠٠	

استأثرت فئة ان الفيس بوك اضحى مصدرا مهما للمعلومات ازاء القيم الاجتماعية باهتمام المبحوثين في الجدول (١٥) باخذها المرتبة الاولى بتسجيل (١٢٦) تكرارا ونسبة (٥٩،١٥٪) من خلال الكميات الهائلة من المعارف التي يقدمها ، وتلتها فئة مدى مناسبة موضوع القيم باهتمامات المستخدمين باخذها نسبة (٢٨،١٧٪) و (٦٠) تكرارا ، واخرها حجم التغطية والفنون المستخدمة في تناول موضوعاتها فلم يتعدى (٢٧) تكرارا ونسبة (١٢،٦٨٪) .جدول رقم (١٦) يبين التعابير التي يدعمها المبحوثين لقضايا القيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)	المرتبة
١	**حق كل مواطن العيش بغض النظر عن الدين او المذهب**	١٥٤	٢٦,١٥	**الاولى**
٢	**عدم التجاوز على حقوق الاقليات تحت اي سبب**	١٣٥	٢٢,٩٢	**الثانية**
٣	**احترام الاقليات في العيش كأحد مكونات المجتمع**	٨٥	١٤,٤٣	**الثالثة**
٤	**لاستفادة من خبرات وكفاءات الاخرين في التعريف باهمية القيم الاجتماعية**	٨٤	١٤,٢٦	**الرابعة**
٥	**الاهتمام بمناقشة قضايا القيم الاجتماعية**	٨١	١٣,٧٥	**الخامسة**
٦	**اصدار التشريعات والقوانين التي تكفل حق صيانة القيم الاجتماعية النبيلة في المجتمع**	٥٠	٨,٤٩	**السادسة**
	المجموع	٥٨٩	٪١٠٠	

كشفت بيانات الجدول (١٦) بين ماهية التعابير التي تلاقي دعم المبحوثين لقضايا القيم الاجتماعية واولها ان جميع مواطني المجتمع هم سواسية ويحق لهم العيش متآلفين بعيدا عن المسميات الدينية والمذهبية وتحت مسمى المواطنة وهذه الفئة هي الاولى باخذها (٢٦،١٥٪) و(١٥٤) تكرارا ، والفئة الثانية نادت بضرورة عدم الاعتداء من اي طرف على اخر وتحت اي ذريعة او سبب وخاصة الاقليات التي اتت بنسبة (٢٢،٩٢٪) و(١٣٥) تكرارا ، وتقاربت ثلاث فئات مع بعضها في سلم النسب والتكرارات وهي احترام الاقليات باعتبارهم كأحد مكونات المجتمع بتسجيلها (٨٥) تكرارا ونسبة (١٤،٤٣٥) ، وعدم التفريط بالخبرات والكفاءات التي تسهم بالتعريف باهمية القيم في بناء المجتمعات باخذها نسبة (١٤،٢٦٪) ، وبعدها فئة توسيع آفاق النقاش والحوار للتعريف بابعاد القيم واثرها بتكرارات بلغت (٨١) ونسبة (١٣،٧٥٪) ، واخيرا فئة الدعوة لضرورة وجود قوانين وتشريعات تكفل حق صيانة القيم وعدم العبث بها او تهديدها وان القانون هو الحاكم الفصل بقضاياها .

جدول رقم (١٧) يبين الاجراءات التي تهدد القيم الاجتماعية من وجهة نظر الميحوثين

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**استخدام اللغة الطائفية والعنصرية**	١٦٥	٢٨,٩٥	**الاولى**
٢	**ممارسة الارهاب والقتل ضد مكونات المجتمع كافة**	١٢٩	٢٢,٦٣	**الثانية**
٣	**تهجير المواطنين من مناطقهم ومصادرة املاكهم**	١١١	١٩,٤٧	**الثالثة**
٤	**التضييق على حريات الاقليات في ممارسة حقوقهم وطقوسهم**	٩٧	١٧,٠٢	**الرابعة**
٥	**عدم الاعتراف بوجود شركاء لهم مكانتهم كأحد مكونات المجتمع**	٦٨	١١,٩٣	**الخامسة**
	المجموع	٥٧٠	٪١٠٠	

مثلما توجد عوامل داعمة للقيم الاجتماعية توجد ايضا مهددات لها عبر عنها الجدول (١٧) بدأ اولها باستخدام لغات التحريض على الطائفية والعنصرية لانها تعد الشرارة الاولى في تلك المهددات باخذها (١٦٥) تكرارا ونسبة (٢٨،٩٥٪) ، تلتها ممارسات الارهاب والقتل التي لم يسلم منها اي طرف او مكون من مكونات المجتمع العراقي المختلفة ونسبتها (٢٢،٦٣٪) و (١٢٩) تكرار ، والفئة الثالثة التي تمثلت بمحاولة افراغ المناطق من التنوع الفسيفسائي للمجتمع واقتصاره على مكون بعينه عبر عمليات التهجير والمصادرة اخذت (١١١) تكرار ونسبة (١٩،٤٧٪) ، ويضاف الى اجراءات التهديد استضعاف بعض الاقليات وحرمانهم من حقوقهم في ممارسة طقوسهم في الفئة الرابعة التي

سجلت (١٧،٠٢٪) و (٩٧) تكرارا ، وختامها يعبر عنه بعدم القناعة بوجود شركاء يسهمون في بناء المجتمع تكون لهم مكانتهم وحضورهمبتأكيد (٦٨) تكرار ونسبة (١١،٩٣٪) . جدول رقم (١٨) يبين التاثيرات الوجدانية عن متابعة القيم الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**زادت من قناعتي بأهمية القيم الاجتماعية**	**٧٤**	**٣٤,٧٤**	**الاولى**
٢	**ازالة الغموض ازاء المواضيع المطروحة**	**٧٢**	**٣٣,٨٠**	**الثانية**
٣	**تقليل الشعور بالقلق والخوف**	**٦٧**	**٣١,٤٦**	**الثالثة**
	المجموع	**٢١٣**	**١٠٠٪**	

كشفت بيانات الجدول (١٨) وجود عدد من التأثيرات الوجدانية التي انعكست على المبحوثين من متابعتهم لقضايا القيم الاجتماعية اولها زيادة القناعة بضرورة ان يسمو المجتمع بقيم نبيلة تزيد من تماسكه بها وترسخها لديه باخذها (٧٤) تكرار ونسبة (٣٤،٧٤٪) ، اما فئة ازالة الغموض واللبس الذي يمكن ان يعتري بعض القيم المطروحة فاخذت ما نسبته (٣٣،٨٠٪) ، وبخمس تكرارات اقل من الفئة السابقة سجلتها بيانات المبحوثين لفئة بأن شيوع القيم الاجتماعية السامية تساعد على الطمأنينة وتدفع الشعور بالقلق والخوف بعيداً عن دائرة اهتمام ابناء المجتمع فيها . جدول رقم (١٩) يبين العوامل التي هددت القيم الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**ظهور التنظيمات الارهابية المتطرفة**	**١٢٧**	**١٧,٩٦**	**الاولى**
٢	**الصراعات السياسية والحزبية**	**١٢٠**	**١٦,٩٧**	**الثانية**
٣	**ضعف مؤسسات الدولة**	**١٠١**	**١٤,٢٩**	**الثالثة**
٤	**ظهور التنظيمات المسلحة (انفلات السلاح خارج سلطة الدولة)**	**٨٩**	**١٢,٦٠**	**الرابعة**
٥	**الاحتلال الامريكي للعراق**	**٨٦**	**١٢,١٦**	**الخامسة**
٦	**ضعف التشريعات والقوانين**	**٧٢**	**١٠,١٨**	**السادسة**
٧	**عدم وجود خطاب موحد يحث على اهمية القيم الاجتماعية**	**٦١**	**٨,٦٣**	**السابعة**
٨	**ظهور الانترنت والتعرف على قيم اجتماعية مناقضة لقيمنا**	**٥١**	**٧,٢١**	**الثامنة**
	المجموع	**٧٠٧**	**١٠٠٪**	

بيانات الجدول (١٩) تشخص العوامل التي شكلت مهددات للقيم الاجتماعية التي ابتدأت بفئة ظهور التنظيمات الارهابية المتطرفة ونشر افكارها الهدامة وتهديدها للنسيج الاجتماعي بحصولها على (١٢٧) تكرارا ونسبة (١٧،٩٦٪) ، وتلتها فئة الصراعات السياسية والحزبية التي تعمل لمصالحها بحصولها على (١٦،٩٧٪) و(١٢٠) تكرارا ، واعطى المبحوثين لضعف مؤسسات الدولة وعدم القدرة على تأدية مهامها بالشكل الامثل (١٠١) تكرار و(١٤،٢٩٪) نسبة مئوية .وهذا الضعف جعل السلاح المنفلت يظهر ليضاف لعوامل التهديد بتسجيله نسبة (١٢،٦٠٪) و (٨٩) تكرارا ، وللاحتلال الاميركي للعراق هو الاخر نصيبه في التهديد بتسجيله (٨٦) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٢،١٦٪) وتبدأ النسب والتكرارات بالتناقص طرديا كلما ابتعدنا تنازليا في مراتب الفئات فتأتي فئة ضعف التشريعات والقوانين سادسا بنسبة ١٠،١٨٪) باعتبار ان الدستور شابته بعض الهفوات والثغرات ، ولعدم وجود خطاب موحد يؤكد اهمية الالتزام بالقيم والتمسك بها يزيد من التهديد لها ، وينتهي الامر عند فئة ان ما جاء به الانترنت من حالة للانفتاح الفكري والثقافي وظهور قيم دخيلة لا تنسجم مع قيمنا ومحاولة تقليدها ، وان كانت هي اقل الفئات تهديداباخذها (٥١) تكرارا ونسبة (٧،٢١٪) لكنها ربما تزيد مستقبلا .

جدول رقم (٢٣) يبين مدى اعطاء موقع الفيس بوك حق التغطية للقيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**احياناً**	**١٥٩**	**٧٤,٦٥**	**الاولى**
٢	**دائماً**	**٣٤**	**١٥,٩٦**	**الثانية**
٣	**نادراً**	**٢٠**	**٩,٣٩**	**الثالثة**
	المجموع	**٢١٣**	**١٠٠٪**	

سجلت بيانات الجدول (٢٣) وجود فوارق تجاوزت (٥٨٪) و (٦٥٪) بين احيانا من جهة و(دائما ونادر) من جهة اخرى للتعبير عن الفئات التي تشير الى مدى اعطاء الفيس بوك حق القيم الاجتماعية من خلال تغطية المواضيع ذات العلاقة بها ووفق ما سجلتها بيانات المبحوثين بصددها . جدول رقم (٢٤) يبين مدى اهتمام المبحوثين بمواضيع القيم الاجتماعية حسب طبيعة ونوع الموضوع

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**احياناً**	**١٣٢**	**٦١,٩٧**	**الاولى**
٢	**دائماً**	**٥٥**	**٢٥,٨٢**	**الثانية**
٣	**نادراً**	**٢٦**	**١٢,٢١**	**الثالثة**
	المجموع	**٢١٣**	**١٠٠٪**	

أوضحت بيانات الجدول (٢٤) وجود تماثل مع الجدول السابق بتصدر فئة احيانا لتعبر عن مدى اهتمام المبحوثين بمواضيع القيم الاجتماعية على الفيس من حيث طبيعتها ونوعها سواء كانت ثقافية ، اجتماعية او دينية وغيرها بتسجيلها (١٣٢) تكرار ونسبة (٦١،٩٧٪) على حساب فئتا دائما ونادرا اللذين لم يأخذا مجتمعتين سوى (٨١) تكرار ونسبة (٣٨٪) .

جدول رقم (٢٥) يبين وجه نظر المبحوثين ازاء موقع الفيس بوك باعتباره مصدر اساسي لمعلومات القيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**احياناً**	**١٤١**	**٦٦,٢٠**	**الاولى**
٢	**دائماً**	**٥١**	**٢٣,٩٤**	**الثانية**
٣	**نادراً**	**٢١**	**٩,٨٦**	**الثالثة**
	المجموع	**٢١٣**	**١٠٠٪**	

أوضحت بيانات الجدول (٢٥) بان الفيس بوك مصدرا اساسيا في استقاء المعلومات المتعلقة بقضايا القيم جاء بفئة احيانا بنسبة (٦٦،٢٠٪) و (١٤١) تكرار ، وهي تعيد ذات التفوق الذي حصلت عليه في الجدول السابق على حساب فئتا دائماً و نادراً .

جدول رقم (٢٦) يبين رأي المبحوثين ازاء تطوير اداء موقع الفيس بوك في تعزيز القيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**الالتزام بأخلاقيات النشر**	**١٧١**	**٢٤,٨٥**	**الاولى**
٢	**الابتعاد عن التحيز في النشر**	**١١٥**	**١٦,٧١**	**الثانية**
٣	**انتاج برامج عبر موقع الفيس بوك تتناول القيم التعايش الاجتماعية**	**٨٩**	**١٢,٩٤**	**الثالثة**
٤	**منح النشطاء المزيد من الحرية**	**٨٥**	**١٢,٣٥**	**الرابعة**
٥	**فتح مواقع تختص بتعزيز القيم الاجتماعية**	**٨٢**	**١١,٩٤**	**الخامسة**
٦	**عرض مواضيع القيم الاجتماعيةبأساليب فنية واخراجية عالية**	**٧٤**	**١٠,٧٥**	**السادسة**
٧	**الاستفادة من خبرات الباحثين والمهتمين بشؤون القيم الاجتماعية في المجتمع**	**٧٢**	**١٠,٤٦**	**السابعة**
	المجموع	**٦٨٨**	**١٠٠٪**	

أوضحت بيانات الجدول (٢٦) والقبل الاخير باستطلاع رأي المبحوثين ازاء الكيفية التي يمكن فيها الفيس بوك من تطوير اداءه في تعزيز القيم الاجتماعية النبيلة واولها كانت فئة الالتزام باخلاقيات النشر وتقديمها وفق رؤية المسؤولية الاجتماعية بتكرارات بلغت (١٧١) و(٢٤،٨٥٪) نسبة مئوية ، وعززت هذه الفئة تالياً فئة الابتعاد عن التحيز بالنشر واعتماد الموضوعية لكي لا تحسب لطرف على اخر باخذها نسبة (١٦،٧١٪) و (١١٥) تكرار ،ومن جهة اخرى يطرح المبحوثين مبادرة ان ينتج الفيس بوك برامج متنوعة تعبر عن اهمية القيم بتسجيل (٨٩) تكرار ونسبة (١٢،٩٤٪) من بياناتهم ، والفئات الاربع الاخيرة تقترب كل فئتان من بعضهما ممثلة بمنح النشطاء مزيدا من حرية النشر على صفحات الموقع وفتح مدونات وصفحات تختص بالقيم بشكل اساسي وكانت التكرارات والنسب على التوالي (٨٥) تكرار و (١٢،٣٥٪) و(٨٢) و(١١،٩٤٪) ، ولطرق عرض مواضيع القيم واساليب اخراجها دور في التطوير وتعزز ذلك بالاستفادة من خبرات الباحثين والمختصين بها لتقديم الرؤى والمشورة الناجعة والناجمة من الخبرات المتراكمة في مجال العمل الاعلامي .

جدول رقم (٢٧) يبين رأي المبحوثين في دور الفيس بوك على تحديد اولوياتهم ازاء القيم الاجتماعية

ت	الفئة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	**متوسطة**	**١٠٤**	**٤٨,٨٣**	**الاولى**
٢	**كبيرة**	**٦٥**	**٣٠,٥٢**	**الثانية**
٣	**كبيرة جداً**	**٢٣**	**١٠,٧٩**	**الثالثة**
٤	**قليلة**	**١٤**	**٦,٥٧**	**الرابعة**
٥	**قليلة جداً**	**٧**	**٣,٢٩**	**الخامسة**
	المجموع	**٢١٣**	**١٠٠٪**	

الجدول (٢٧) والاخير جاء ختاماً للاطار التحليلي للبحث للتعرف على دور الفيس بوك ومقدرته على تحديد اولويات القيم الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين ، وتبين من فئات التحليل ان الدور الاكبر كان عند المنتصف اي عند فئة متوسطة التي جاءت اولاً بنسبة (٤٨،٨٣٪)و

(١٠٤) تكرارا ، وبعدها اخذت فئة كبيرة (٦٥) تكرار ونسبة (٣٠،٥٢٪) ، وبدأ العد التنازلي يبدو واضحا بعد فئة كبيرة جداً بنسبتها (١٠،٧٩٪) و(٢٣) تكرار ، وصولاً الى فئة قليلة جداً ذات السبعة تكرارات ونسبة (٩،٨٦٪) .

النتائج:

- أظهرت النتائج وبنسبة (٩٥.٩٥٪) من المبحوثين وجود حساب لهم على موقع الفيس بوك.
- إن نسبة (٢٥.٦٧٪) وراء سبب اختيار الفيس بوك بسبب تلبيته حاجة المستخدمين من المعلومات .
- العام (٢٠١٤) هو الابرز بين الاعوام التي انشأ فيها المبحوثين صفحاتهم على الفيس بنسبة(١٧،٨٤٪) .
- اكثر وقت زمني يتم قضاءه على الفيس هو اقل من ساعة بنسبة (٤٢،٢٥٪).
- أعطت إجابات المبحوثين بنسبة (٥٢.١١٪) أن الوقت المفضل قضاءه على الفيس بوك ليس محدداً .
- ان تنوع المواضيع هي ابرز خدمة يقدمها الفيس بوك باخذها نسبة (٢٩،٥٣٪) .
- برز دور الفيس بوك ثقافيا اكثر في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية بنسبة (٢٤،٨٨٪) على حساب الفئات الاخرى .
- ابرز المعاييرالمعبرة عن القيم الاجتماعية التي اظهرها الفيس بوك كانت لمنحه فرصة الاطلاع والتعرف على ثقافات جديدة بنسبة (٥١،٦٤٪)
- دعم المبحوثين لفكرة اهتمام الفيس بوك بالقيم الاجتماعية كانت ايجابية (بنعم) بتسجيلها نسبة (٨٤،٥١٪) .
- كلا هي الفئة التي نالت نسبة (٥٩،٦٢٪) بعدم اشتراك المبحوثين في مجموعات للدفاع عن القيم الاجتماعية .
- دخل المبحوثون باسمائهم الصريحة على موقع الفيس بوك للدفاع عن القيم الاجتماعية بنسبة (٦٠،٥٦٪) .
- ابداء الاعجاب هو ابرز فئات التفاعل مع منشورات القيم على الفيس بنسبة (٤٣،٢٦٪) .
- اعطى المبحوثون نسبة (٥٩،١٥٪) للفيس بوك بكونه مصدرا مهما للمعلومات ازاء القيم الاجتماعية .
- حق كل مواطن العيش وعدم التجاوز على حقوق الاخرين ابرز فئتان عبرتا عن التعابير الداعمة للقيم الاجتماعية بنسبهما (٢٦،١٥٪) و(٢٢،٩٢٪) .
- اكثر التعابير تهديدا للقيم الاجتماعية هي اللغة الطائفية والعنصرية باخذا نسبة (٢٨،٩٥٪).
- ابرز التأثيرات الوجدانية والعاطفية الناجمة عن التعبير عن القيم هي زيادة القناعة باهميتها ونسبتها (٣٤،٧٤٪) .
- ظهور التنظيمات الارهابية وزيادة حدة الصراعات السياسية كانتا الفئات الابرز لتهديد القيم الاجتماعية بنيلها النسب (١٧،٩٦٪) و (١٦،٩٧٪) .
- اكثر وسائل جاذبية في استعراض مواضيع القيم الاجتماعية كانت لمقاطع الفيديو بنسبة (٢٢،٦٩٪) .
- احياناً هي الفئة المعبرة عن مدى اهمية التركيز في عرض مواضيع القيم على الفيس بتسجيلها (٥٤،٤٦٪) نسبة مئوية .
- التعليقات السلبية هي اكثر فئة عبرت عن السلبيات المستخدمة ازاء مواضيع القيم الاجتماعية وبنسبة (٢٢،٧٥٪) .
- فئة مدى اعطاء الفيس بوك حق التغطية لموضوعات القيم الاجتماعية كانت (احياناً) بنسبة ٧٤،٦٥٪) .
- (٦١،٩٧٪) هي لفئة احيانا المعبرة عن مدى اهتمام المبحوثين بموضوعات القيم الاجتماعية حسب طبيعتها ونوعها .
- تأتي فئة (احياناً) مرة اخرى وبنسبة (٦٦،٢٠٪) لتبين وجهة نظر المبحوثين ازاء الفيس بوك باعتباره مصدراً اساسياً للمعلومات المتعلقة بالقيم الاجتماعية .
- الالتزام باخلاقيات النشر هي فئة الصدارة بنسبة (٢٤،٨٥٪) للتعبير عن الكيفية التي يمكن للفيس بوك من تطوير اداؤه في تعزيز القيم الاجتماعية .
- آخر نتائج التحليل تمخضت بفئة متوسطة بنسبة (٤٨،٨٣٪) لبيان مدى دور الفيس بوك في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية .
- **الاستنتاجات:**
- ان موقع الفيس بوك ما زال يتخذ الصدارة في سلم اهتمامات الجمهور على حساب المواقع الاخرى .
- اجابات المبحوثين عن التساؤلات المتعلقة بتأثير الفيس بوك على القيم الاجتماعية كانت تقف عند المنتصف دون الميل الشديد لفئات على حساب اخرى .
- جاءت القيم الدينية بمرتبة متأخرة بعكس التصورات المتوقعة مسبقاً بأن تأخذ مركز الصدارة.

- استخدام المبحوثين الهوية الصريحة لمستخدم الفيس بوك وبيان رأيهم الصريح في طرح المواضيع المتعلقة بالقيم الاجتماعية دليل توفر بيئة مناسبة للتعبير عن حرية الرأي.
- امكانية توظيف الفيس بوك بشكل جيد في تعزيز القيم الاجتماعية اذا احسن استخدامه.
- الاسهاب في النشر ازاء مواضيع القيم الاجتماعية بحسب رأي المبحوثين يبعث على الملل ويضعف الاهتمام بها .
- ان الفيس بوك يمكن ان يؤدي دوراً في ترتيب اولويات القيم الاجتماعية اذا ما تم نشر المواضيع المعبرة عن اهمية تلك القيم .

التوصيات:

- حاجة الطلبة الجامعيين الى التعرف بشكل جيد على القيم الاجتماعية ومعاييرها الايجابية ومهدداتهات في ظل الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك .
- ايلاء الاهتمام بموضوعات القيم الاجتماعية لانها تعد مرتكزات اساسية تقوم عليها عمليات التنشئة الاجتماعية .
- دعم البحوث والدراسات التي تتبنى موضوعات القيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- اقامة الورش والندوات الحوارية لطلبة الجامعات وابداء النقاشات المتعلقة بمواضيع القيم الاجتماعية وفتح الآفاق امامها .
- تبني المؤسسات التربوية والتعليمية اصدار منشورات تعريفية مبسطة تدل على اهمية وابعاد القيم الاجتماعية .
- اطلاق حملات التوعية وتوسيع رقعة النشاطات لمنظمات المجتمع المدني في مواجهة المعايير الدخيلة والمهددات السلبية للقيم الاجتماعية

المصادر:

المصادر العربية:

١- الاميرة سماح فرج عبد الفتاح وآخرون, الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم, مركز دراسات الوحدة العربية, سلسلة كتب المستقبل العربي, (٦٩), بيروت, بيت النهضة, تشرين الثاني, ٢٠١٣.

٢- جمال سلامة علي, الرأي العام بين الكلمة والمعتقد, القاهرة, دار النهضه العربية, ٢٠١٠.

٣- جمال عبد العزيز الشرهان, الوسائل التعليمية ومستجدات التعليم, ط٢, الرياض, مطابع الحميضي, ٢٠٠١.

٤- حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد, الاتصال ونظرياته المعاصرة, بيروت, الدار المصرية اللبنانية, ٢٠٠٩.

٥- حسين بن سالم جابر الزيدي, نظام الهندسة النفسية والتنمية الاجتماعية, عمان, مؤسسة الوراق, ٢٠٠٩.

٦- د.علي عبد الهادي الكرخي, الاعلام الجديد في القنوات التلفزيونية, الادرن, دار امجد للنشر والتوزيع, ٢٠١٦.

٧- د.محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصالحي, تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والاسرية للشباب العربي, دراسة مقدمة الى كرسي اليونسكو للاعلام المجتمعي, السعودية, الرياض, ٢٠١٦.

٨- صادق مصطفى عباس, الاعلام الجديد, المفاهيم والوسائل والتطبيقات, عمان, دار الشروق, ٢٠٠٨.

٩- صالح خليل ابو اصبع, الاتصال والاعلام, ط٥, عمان, دار مجدلاوي للنشر والتوزيع, ٢٠٠٦.

١٠- عبد الباسط احمد هاشم, التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية, القاهرة, دار العلوم للنشر والتوزيع, ٢٠١٤.

١١- عبد الله عقلي مجلي الخزاعلة, الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الادارة التربوية, الاردن, دار الحامد للنشر والتوزيع, ٢٠٠٩.

١٢- عبد الله فتحي الظاهر وعلي احمد خضير المعماري, اثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية, الاردن, دار غيداء للطباعة والنشر, ٢٠١٣.

١٣- علي احمد جميل, القيم ومناهج التاريخ الاسلامي, القاهرة, عالم الكتب, ١٩٩٦.

١٤- فوزية دياب القيم والعادات الاجتماعية, بيروت, دار النهضة العربية للطباعة والنشر, ١٩٨٠.

١٥- محمد عبد الحميد, المدونات والاعلام البديل, القاهرة, عالم الكتب, ٢٠٠٩.

١٦- مساعد بن عبد الله المحيا وعبد القادر طاش, القيم في المسلسلات التلفازية, السعودية, دار العاصمة للنشر والتوزيع, ١٩٩٤.

١٧- مي العبد الله سنو, نظريات الاتصال, ط٢, بيروت, دار النهضة العربية, ٢٠١٠.

١٨- مي كشيك, القيم الغائبة في الاعلام, الكويت, دار فرحة للنشر والتوزيع, ٢٠٠٣.

الكتب المترجمة:

١- ترافز وهيرش, اسباب جنوح الاحداث, ترجمة سلمى غباري, الاسكندرية, المكتب الجامعي الحديث, ١٩٩٧.

البحوث والدراسات:

١- الازهر العقبي ونوال بركات, الفيسبوك والتغير في العلاقات الاجتماعية عند الطلبة الجامعيين, مجلة العلوم الاجتماعية, الاغواط, جامعة عمار ثليجي, العدد (٧), ٢٠١٤.

٢- ايمان عبادي, موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتأثيره على القيم والسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين, مجلة الدراسات الاعلامية, المركز الديمقراطي العربي, برلين, المانيا, العدد (٦) شباط, ٢٠١٩.

٣- بتول عبد العزيز رشيد, ترتيب اولويات قضايا الامن الوطني في وسائل الاعلام عند الشباب الجامعي, مجلة الجامعة العراقية, العدد (٤٩), ج٣.

٤- بلفار عادل وآخرون, الاعلام الجديد والتواصل الاجتماعي, دراسة الاستخدامات التواصلية والاشباعات المعرفية بحث مقدم الى جامعة المسيلة, الجزائر, ٢٠١١.

٥- هند سعيد اسود, ترتيب اولويات قضايا الحوار والسلم الاهلي في الصحافة العراقية, بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الثاني عشر (الاعلام والسلم الاهلي), جامعة بغداد, كلية الاعلام, ٢٢-٢٠١٩/٢١/٢٣.

الرسائل والاطاريح:

١- ابو ناصر عزت شعبان نجاة, دور فضائيات الاطفال التلفزيونية المتخصصة في تدعيم القيم التربوية لديهم من وجهة نظر معلمات المرحلة الاساسية الدنيا في مدارس محافظات غزة, رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الازهر, كلية التربية, قسم اصول

٢- اميمة احمد رمضان محمد, استخدام الصحف المصرية لادوات الاعلام الجديد وانعكاسها على العمل الصحفي, رسالة ماجستير غير منشوره مقدمة الى جامعة المنيا, كلية التربية النوعية, قسم الاعلام التربوي, ٢٠١٥.

٣- تسنيم احمد مخيمر, القيم في برامج الاطفال التلفزيونية, رسالة ماجستير غير منشوره مقدمة الى جامعة الشرق الاوسط, كلية الاعلام,

٤- دوادي شايحة, استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الاعلامية لدى الصحفي الجزائري, رسالة ماجستير غير منشوره مقدمة الى جامعة المسيلة, كلية العلوم الانسانية, قسم علوم الاتصال, الجزائر, ٢٠١٤.

٥- السعيد بو معيزة, اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب, اطروحة دكتوراه غير منشوره مقدمة الى جامعة الجزائر, كلية العلوم السياسية والاعلام, ٢٠١١.

٦- عمرو محمد اسعد, العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية, رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة القاهرة, كلية الاعلام, ٢٠١١.

٧- مرزوقي حسام الدين, توظيف مواقع المؤسسات الاعلامية الاخبارية على شبكة الانترنت لادوات الاعلام الاجتماعي, رسالة ماجستير غير منشوره مقدمة الى جامعة الحاج لخضر باتنة, قسم العلوم الانسانية, الجزائر, ٢٠١٢.

٨- نايف هندي الذويبي بن خربوش, القيم في البرامج الموجهة للاطفال بالفضائيات العربية, اطروحة دكتوراه غير منشوره مقدمة الى جامعة نايف العربية للعلوم الامنية, كلية الدراسات العليا, قسم العلوم الاجتماعية, الرياض, ٢٠١٥.

المصادر الأجنبية:

1- Elain England and Andy finnay, Interactive Media : What's that? Who's involved? London, ATSF white paper,2011.
2- Sidney Krans and Dennis Daris, The effect of mass communication political behavior, The Pennsylvania State university press, university park,2013.
3- Steven A.Paterson, Political Behavior in everyday life, Stage, California New berry park,1990.
4- yosif naser alsharkh, the social media effect on the families of the Saudi society from the perspective of the youth, master's thesis, Arizona state university, 2012 .

خوامش البحث

[١]) yosif naser alsharkh, the social media effect on the families of the saudi society from the perspective of the youth, master's thesis, Arizona state university, 2012 .

[٢]) د. محمد بن عبدالوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصالحي، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والاسرية للشباب العربي، دراسة مقدمة الى كرسي اليونسكو للاعلام المجتمعي، السعودية، الرياض، ٢٠١٦.

[٣]) هند سعيد اسود، ترتيب اولويات قضايا الحوار والسلم الاهلي في الصحافة العراقية، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الثاني عشر(الاعلام والسلم الاهلي)، جامعة بغداد، كلية الاعلام،٢٢-٢٣ /٢٠١٩/١٢.

[٤]) د. بتول عبدالعزيز رشيد، ترتيب اولويات قضايا الامن الوطني في وسائل الاعلام عند الشباب الجامعي، مجلة الجامعة العراقية، العدد(٤٩)، ج٣.

* الخبراء هم :

ا.د. حافظ ياسين الهيتي استاذ مناهج البحث العلمي /جامعة الانبار/كلية الاداب

ا.د. جمعة ابراهيم حسين استاذ علم الاجتماع /جامعة الانبار/كلية الاداب

ا.م.د. عمر جياد علي استاذ الرأي العام /جامعة الانبار/كلية الاداب

(٥) جمال عبدالعزيز الشرهان، الوسائل التعليمية ومستجدات التعليم، ط٢، الرياض، مطابع الحميضي، ٢٠٠١، ص١٥٧.

(٦) جمال سلامة علي، الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠١٠، ص٢٠٨.

(٧)محمد عبدالحميد، المدونات والاعلام البديل، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٩، ص١٢٩.

(٨) مرزوقي حسام الدين، توظيف مواقع المؤسسات الإعلامية الإخبارية على شبكة الانترنيت لادوات الاعلام الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الحاج لخضر باتنة، قسم العلوم الإنسانية، الجزائر، ٢٠١٢، ص١٠٠.

(٩)اميمة احمد رمضان محمد، استخدام الصحف المصرية لادوات الاعلام الجديد وانعكاسها على العمل الصحفي، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الاعلام التربوي،٢٠١٥، ص٥.

(١٠) دوادي شايحة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية، قسم علوم الاتصال، الجزائر، ٢٠١٤، ص٦٨.

(١١) د.علي عبدالهادي الكرخي، الاعلام الجديد في القنوات التلفزيونية، الأردن، دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص٨٣-٨٤.

(١٢) بلفار عادل وآخرون، الاعلام الجديد والتواصل الاجتماعي، دراسة في الاستخدامات التواصلية والاشباعات المعرفية، بحث مقدم الى جامعة المسيلة، الجزائر، ٢٠١١، ص١١٧.

(١٣)(Elain England and Andy finnay, Interactive Media: what's that? Who's involved? London, ATSF white papar, 2011. P.2.

(١٤) عبدالباسط احمد هاشم، التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص١٢٧.

(١٥) صادق مصطفى عباس، الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨، ص٣٦.

(١٦) عبدالباسط احمد هاشم، التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية، مصدر سابق، ص١٢٧.

(١٧) دوادي شايحة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري، مصدر سابق، ص٦٨.

(١٨) الازهر العقبي ونوال بركات، الفيس بوك والتغير في العلاقات الاجتماعية عند الطلبة الجامعيين، بحث منشور في مجلة العلوم الاجتماعية، الاغواط، جامعة عمار ثليجي، العدد(٧)، ٢٠١٤، ص١٤.

(١٩) مساعد بن عبدالله المحيا وعبدالقادر طاش، القيم في المسلسلات التلفازية، المملكة العربية السعودية، دار العاصمة للنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص٣٩.

(٢٠) السعيد بو معيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، ٢٠٠٦، ص١٥٠.

(٢١) عمرو محمد اسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١١، ص٦٩.

(٢٢) حسين بن سالم جابر الزبيدي، نظام الهندسة النفسية والتنمية الاجتماعية، عمان، مؤسسة الوراق، ٢٠٠٩، ص١٧٥.

(٢٣) فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٨٠، ص٢٦.

(٢٤) علي احمد الجميل، القيم ومناهج التاريخ الإسلامي، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٦، ص٢٣-٢٤.

(٢٥) ترافز وهيرش، أسباب جنوح الاحداث، ترجمة سلمى غباري، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٧، ص٥٦؛ وانظر ايضاً: مي كشيك، القيم الغائبة في الاعلام، الكويت، دار فرحة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص٢٤-٢٥.

(٢٦) عبدالله عقلي مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص٣٩.

(٢٧) عبدالله فتحي الظاهر وعلي احمد خضير المعماري، اثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، قناة الشرقية عين العالم بالعراق انموذجاً، الأردن، دار غيداء للطباعة والنشر، ٢٠١٣، ص٤٥.

(٢٨) نايف هندي الذويبي بن خريوش، القيم في البرامج الموجهة للأطفال بالفضائيات العربية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، مقدمة الى جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، الرياض، ٢٠١٥، ص١٥.

(٢٩) ايمان عبادي، موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك وتأثيره على القيم والسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، المانيا، العدد(٦)، شباط، ٢٠١٩، ص٣٨٦.

(٣٠) تسنيم احمد مخيمر، القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، ٢٠١٥، ص١١.

(٣١) أبو ناصر عزات شعبان نجاة، دور فضائيات الأطفال التلفزيونية المتخصصة في تدعيم القيم التربوية لديهم من وجهة نظر معلمات المرحلة الاساسية الدنيا في مدارس محافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة الى جامعة الأزهر، كلية التربية، قسم أصول التربية، ٢٠١٣، ص٧.

(٣٢) عبدالله عقلي مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، مصدر سابق، ص٣٩.

(٣٣) تنسيم احمد مخيمر، القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، مصدر سابق، ص١٣.

(٣٤) Steven A. Paterson, Political Behaviori in every day life, stage, california, New barvy park, 1990, P.P.231.)

(٣٥) Sidney Krans and Dennis Daris. The Effect of mass communication political Behavior, The Pennsylvanias state university press, university Park, Pn, P.213.)

(٣٦) صالح خليل أبو اصبع، الاتصال والاعلام، ط٥، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص٤٢.

(٣٧) حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، بيروت، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩، ص٧٦.

(٣٨) مي العبدالله سنو، نظريات الاتصال، ط٢، بيروت، دار النهضة العربية ، ٢٠١٠، ص٦٥.

(٣٩) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية (نيويورك، البرنامج ١٩٩٠).

(٤٠) الأميرة سماح فرج عبدالفتاح وآخرون، الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (٦٩)، بيروت، بيت النهضة، تشرين الثاني، ٢٠١٣، ص١٨٠.