

أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي:

دراسة تطبيقية على عينة من طلبة مالي في الجامعات السعودية

The Impact of Social Media Sites on Enhancing National Values among the Youth of the Republic of Mali: An Applied Study on a Sample of Malian Students in Saudi Universities

*
أيوب سيلا ، سعيد بن عبد الرحمن العمودي1- الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة- كلية اللغة العربية والدراسات الانسانية – Sylla.ayouba18@gmail.com2- الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة- كلية اللغة العربية والدراسات الانسانية- saeedhmt@gmail.com

تاريخ القبول: 2025/12/28

تاريخ المراجعة: 2025/12/20

تاريخ الإرسال: 2025/10/20

ملخص:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي المقيمين في المملكة العربية السعودية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة قوامها (100) من الطلبة الماليين في الجامعات السعودية. أظهرت النتائج أن إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب المالي جاء بدرجة متوسطة (48%)، وأن أكثر المنصات استخداماً هي فيسبوك واتساب (28%). كما كشفت النتائج أن مواقع التواصل أسهمت في تعزيز قيم الولاء والانتماء بنسبة 59%، ومكافحة الفساد وحماية المال العام بنسبة 52%، والتعريف بأعلام الوطن بنسبة 50%. كما أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز القيم الوطنية، وبين دوافع الاستخدام (النفعية والطقوسية) والآثار المترتبة عليها. وتوصي الدراسة بتوجيه محتوى المنصات الرقمية نحو بناء الهوية الوطنية وغرس قيم التسامح والانتماء لدى الشباب المالي في المهجر.

الكلمات المفتاحية: القيم الوطنية، الشباب المالي، مواقع التواصل الاجتماعي

Abstract: This study explores the role of social media in promoting national values among Malian youth living in the Kingdom of Saudi Arabia. Using a descriptive-analytical research design, data were collected through a structured questionnaire administered to a sample of 100 Malian students studying at Saudi universities. The findings suggest that social media plays a moderate role in reinforcing national values, with an overall impact level of 48%. Facebook and WhatsApp emerged as the most commonly used platforms among participants. In terms of value dimensions, social media was found to be particularly effective in strengthening feelings of loyalty and national belonging, followed by raising awareness of anti-corruption principles and the protection of public resources, as well as increasing knowledge of national figures and symbols. The results also reveal statistically significant relationships between patterns of social media use and the reinforcement of national values, as well as between users' motivations—both utilitarian and ritualistic—and the resulting social and value-based outcomes. The study concludes by emphasizing the importance of strategically orienting digital content toward the consolidation of national identity and the cultivation of values such as tolerance and belonging among Malian youth living abroad.

Keywords: National values; Malian youth; Social media;

1- مقدمة:

شهدت السنوات القليلة الماضية قفزات هائلة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، كان أهمها ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) التي ألغت حدود الزمان والمكان، وقربت المسافات بين البشر، وأصبح الإنترنت نافذة مفتوحة على العالم، والإبحار فيها عمل يومي لا يستغني عنه من يريد التواصل مع الآخرين، والانخراط في المجتمعات العالمية، أو البحث عن المعلومات، وأصبح بالإمكان التجوال والاتصال والتعامل مع الجامعات والصحف والإذاعات والمكتبات والمتاحف والأسواق والبنوك وبرامج وألعاب الكمبيوتر، بل مع العالم كله، (رياض، 2017، ص 3).

وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور حيوي ومهم في تعزيز القيم وترسيخها، وتنمية سلوك الأفراد، وبناء الاتجاهات والمفاهيم، ونشر ثقافة الوعي تجاه القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها مما له صلة بحياة الأفراد والمجتمعات والأمم، فلمواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة دور أساسي وحيوي في تعزيز القيم الوطنية، وقد ازداد دورها في تنمية القيم بسبب التقدم المتسارع التي تشهدها وسائل الإعلام اليوم، بفضل ما وصلت إليه الإعلام الرقمي من تطور في صناعة التقنيات الرقمية وبرمجيات النشر الإلكتروني والإنتاج الرقمي، فضلا عن تعدد قنوات الاتصال عبر الأقمار الاصطناعية وشبكة الإنترنت العالمية، مما أسهم في انتشار الرسائل الإعلامية بموضوعاتها المختلفة (ربابعة أحمد، 2018، ص 182).

ولكن الوظيفة التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي وبالأحرى التي يجب أن يقوم بها الإعلام الجديد الخاصة منها والرسمية، هي دوره الوطني المتمثل في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب، وخدمة الجوانب الوطنية المختلفة؛ الأمنية، والاقتصادية، والتنموية، والحضارية، وغيرها، وتعميق قيمة الوحدة الوطنية وترسيخها لدى الشباب (حمود، 2020، ص 136)

كما أصبحت الحاجة إلى الحملات الإعلامية أمرا ملحا وضروريا عند القدوم على تعديل أنماط سلوكية للمؤسسات أو الأفراد، ويظهر ذلك واضحا في الدول المتقدمة حيث يعيش أفرادها فيها يوميا وسط كم هائل ومتنوع من حملات الإعلام التي تستهدف إقناعهم بأفكار وسلوكيات معينة، وتنصب هذه الأهمية في التأثير على الأفكار، أو الاتجاهات لتكوينها، أو تعديلها، أو تغييرها، أو تطويرها، خاصة في عالم الشباب فإن حملات مواقع التواصل الاجتماعي، الموجهة لقضايا القيم الوطنية غدت استثمارا مهما في هذا المجال وفق الجهود المعطاة خاصة إذا ركزت تلك الحملات على الدعم والمناصرة ورفع مستوى الوعي الثقافي بأهمية الشباب وتوضيح قضايا الشباب المحلية، بطرق هادفة وجاذبة والعمل على تخطيطها وتدعيمها بالتقنيات الحديثة وفق رؤية إعلامية هادفة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فاتن، 2011، ص 6).

نظرا لما سبق وإدراكا من الباحث لأهمية تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي ليؤدي دوره في تعزيز القيم الوطنية على نحو أمثل وفعال، تأتي هذه الدراسة بعنوان: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي.

✓ 1-1- مشكلة البحث:

فرضت التغيرات التي طرأت على الدول الساحل بشكل عام، وجمهورية مالي بشكل خاص، ضرورة إعادة النظر فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من برامج ومحتويات إعلامية يعتبرها كثير من جوانب القصور في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب. بل إن تلك مواقع أسهمت بشكل مباشر وغير مباشر في زيادة الصراعات، ونشوب الخلافات بين أفراد المجتمع، ونشر كثير من السليبيات التي أسهمت في تفكيك النسيج الاجتماعي للمجتمع المالي، ولم تؤدي هذه المواقع إلى تعزيز القيم الوطنية، ولم تعمل على نشر ما هو مفيد لصالح الوطن، حتى وصل بعضها ضد بعضها الآخر، وبحسب توجه من يملكها من أطراف الصراع، وأصبح الضحية هم شباب المجتمع وأفراده بفئاتهم المختلفة: ولذلك شعر الباحثون بخطورة هذه المواقع وضرورة تعديل دورها، وضرورة ان تعمل على تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب في مختلف برامجها ومحتوياتها الإعلامية (عبد العاطي، 2021، ص 68).

وما أكدت عليه نتائج وتوصيات الدراسات السابقة على أهمية تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب فقد جاءت هذه الدراسة من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي: ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي؟

✓ 1-2- تساؤلات البحث وفروعه

1-2-1- تساؤلات البحث:

يجيب البحث عن التساؤل الرئيسي ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي؟ ويتفرع عنه عدد من الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى عينة الدراسة ودوافع استخدامها والآثار المترتبة؟
- 2- ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية وعلى عناصره لدى شباب جمهورية مالي؟
- 3- ما هي التحديات التي تعرقل الأثر الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية؟
- 4- ما أهم مقترحات عينة الدراسة لتعزيز الأثر الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز القيم الوطنية؟

1-2-2- فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي ودافع التعرض

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار السلبية والإيجابية المترتبة على الاستخدام.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب المالي لمواقع التواصل الاجتماعي (الطقوسية - النفعية) والمتغيرات الديموغرافية.

✓ 1-3- أهداف البحث:

الهدف الرئيسي: يهدف هذا البحث إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي المقيمين في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على المنصات الأكثر استخداما.

وسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- تحليل أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى عينة الدراسة.
- 2- دراسة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم الولاء والانتماء الوطني لدى شباب جمهورية مالي.
- 3- تحديد العناصر الأساسية للقيم الوطنية المتأثرة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- تحليل دوافع الاستخدام وتأثيرها على تفاعل الشباب مع القيم الوطنية.
- 5- تقييم الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الوطنية.
- 6- استكشاف التحديات التي تعرقل تعزيز القيم الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- تقديم توصيات لتعزيز الأثر الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي بناء على نتائج الدراسة.

✓ 1-4- أهمية الموضوع:

تتجلى أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

1. يضيف البحث معرفة جديدة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي، مما يسد فجوة بحثية في هذا المجال.
2. يساعد في فهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية استثمارها لتعزيز قيم الولاء والانتماء الوطني.
3. يساهم في تحليل المزايا والسلبيات المرتبطة باستخدام موقع التواصل الاجتماعي مع التركيز على تأثيرها المباشر على القيم الوطنية.
4. يقدم توصيات عملية لصناع القرار والمؤسسات التعليمية لتعزيز الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب.

✓ 1-5- حدود البحث:

الحد الموضوعي: يركز البحث على دراسة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بين الطلاب الماليين في الجامعات السعودية وتحليل دورها في تعزيز القيم الوطنية الأساسية، مثل الولاء، والانتماء، والتسامح.

الحد المكاني: أجري هذا البحث على الطلبة المالمين المقيمين في السعودية الذين يبلغ عددهم (370) طالبا وطالبة موزعين على عدد من الجامعات السعودية وتم اختيار عينة ممثلة تضمن تنوعا من حيث التخصصات، الأعمار، والجنس، لتحقيق الشمولية في النتائج.

الحد الزمني: أجري البحث خلال العام الجامعي 1445هـ - 2024م حيث تم جمع البيانات من خلال استبيان خلال هذه الفترة لضمان شمولية البيانات ودقتها.

✓ 1-6- مصطلحات البحث:

مواقع التواصل الاجتماعي، أثر، القيم الوطنية، شباب جمهورية مالي.

✓ 1-6-1 مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1-6-1- التعريف اللغوي: الموقع لغة اسم مكان من "وقع" بمعنى الموضع والتواصل لغة من واصله مواصلة ووصالا وصله (ضد هجره) يكون في عفاف الحب، وواصل الصيام لم يفطر أياما تباعا ويقال واصل حبله، والاجتماع لغة: مطاوع جمعه أي ضم بعضه إلى بعض (مصطفى، 2024، ص 1050).

1-1-6-2- التعريف الاصطلاحي: عرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مجموعة من الشبكة الإنترنت تسمح لأفرادها بإنشاء حساب خاص والتواصل مع الآخرين عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني (بشرى، 2012، ص 79).

1-1-6-3- التعريف الإجرائي: مواقع التواصل الاجتماعي: ويقصد بها في هذا البحث شبكات التواصل الاجتماعي الذي يتيح للمستخدمين إنشاء صفحات شخصية وقائمة الأصدقاء من مستخدمين آخرين لتبادل المعلومات مثل: الفيسبوك، وتويتر، وواتساب، ويوتيوب، وغيرهم.

✓ 1-6-2- الأثر:

1-2-6-1- التعريف اللغوي: الأثر لغة: العلامة، والأثرُ لمعان السيف، وأثرُ الشيء: بقيته (مصطفى، 2004، ص 1023)

1-2-6-2- التعريف الاصطلاحي: هو مجموعة التغيرات الإيجابية والسلبية التي على مشاعر الأفراد وأفكارهم ومعتقداتهم ومعارفهم وسلوكهم ضمن الإطار الثقافي والاجتماعي الذي يعيشون فيه (الزبون، 2014، ص 250).

1-2-6-3- التعريف الإجرائي: يعرف مصطلح الأثر في هذه الدراسة بأنه مجموعة من التداخيات أو التغيرات التي تحدث أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في جانب القيم الوطنية على عينة الدراسة سواء أكانت هذه التغيرات إيجابية أم سلبية.

✓ 1-6-3- القيم:

1-3-6-1- التعريف اللغوي للقيم:

من قوم، وقام المتاع أي تعدلت قيمته، والقيمة مفرد قيم، وتعني: الثمن الذي يقوم المتاع (طهطاوي، 1996، ص 39). وفي لسان العرب، القيمة، واحد القيم، والقيمة: ثمن الشيء بالتقويم، ونقول: القائم بالدين المتمسك به، الثابت عليه، والجمع قيم، وأمر قيم: مستقيم (ابن منظور، 2009، ص 500).

1-3-6-2- التعريف الاصطلاح للقيم:

عرفها الشرقاوي، بأنها: الإطار للمبادئ التي تحكم علاقة الفرد بالمجتمع، فتعزز الحس الاجتماعي بداخله، ويسموا فوق حدود الواجب بإرادته، يستشعر بالمسؤولية الملقاة على عاتقه للرقى بوطنه ومجتمعه، وتشتق هذه القيم من القيم الإنسانية العليا، تندرج ضمن المستوى العمق في فهم حقيقة وجود الإنسان داخل مجتمعه، ومكانته في هذا النسيج الاجتماعي، واستشرافه لمستقبل وطنه (الشرقاوي، 2005، ص 9).

1-3-6-3- التعريف الإجرائي للقيم الوطنية:

تشير في هذا البحث إلى القيم التي تشمل الولاء، الانتماء، التسامح، التعاون، والتي يتم تعزيزها أو التأثير عليها من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة مالي في الجامعات السعودية.

✓ 1-7- نوع البحث ومنهجه:

✓ 1-7-1- نوع البحث:

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة لظاهرة معينة وعلاقة العناصر بالوضع الراهن والتأثيرات المتبادلة للوصول إلى النتائج، ودراسة الجمهور وتصنيف الحاجات والدوافع والأنماط السلوكية، ومستويات الاهتمام والتفضيل، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى حقائق دقيقة.

✓ 1-7-2- منهج البحث:

اعتمد البحث على أسلوب المسح الميداني، الملائم لهذه الدراسة، كما يعرف أسلوب المسح بأنه جمع المعلومات والبيانات بشكل منتظم من المبحوثين بهدف التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة، حيث يستهدف الكشف والتعرف على (أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي) وهو بهذا المفهوم يعد أسلوباً رئيساً لدراسة جماهير وسائل الإعلام في مواقع التواصل الاجتماعي في إطارها الوصفي أو التحليلي (عامر، 2015، ص 48).

✓ 1-8-8- مجتمتع البحث وعينته وأدواته:

✓ 1-8-1- مجتمتع الدراسة:

جري هذا البحث على الطلبة المالمين المقيمين في السعودية والذين يدرسون بالجامعات السعودية، والذين يبلغ عددهم (370) طالبا وطالبة موزعين على عدد من الجامعات السعودية وتم اختيار عينة ممثلة تضمن تنوعا من حيث التخصصات، الأعمار، والجنس، لتحقيق الشمولية في النتائج.

وتم تطبيق أداة الدراسة على عينة من طلبة مالي في الجامعات السعودية التي تبلغ عددها 13 جامعة وهي:

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة 240 طالبا - جامعة الملك خالد 15 طالبا - جامعة الملك فيصل 12 طالبا - جامعة الملك عبد العزيز 15 طالبا - جامعة أميرة نورة 7 طالبة - جامعة الطائف 6 طالبا - جامعة جازان طالبا واحدا - جامعة تبوك طالبا واحدا - جامعة الملك سعود 25 طالبا - جامعة طيبة 3 طالبة - جامعة أم القرى 22 طالبا - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية 26 طالبا - جامعة الأمير سلطان 5 طالبا، في العام الدراسي 1444-1445 هـ.

✓ 1-8-2- عينة الدراسة:

وتم استخدام العينة العمدية، وتعرف العينة Sample بأنها نموذج، يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني البحث، عن دراسة كل وحدات مفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل وحدات المجتمع (عامر، 2017، ص 143).

كما تم تحديد حجم العينة المختارة للدراسة ب 100 مفردة من الطلبة المالمين المقيمين في السعودية والذين يدرسون بالجامعات السعودية.

✓ 1-8-3- أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث في جمع بياناته على الاستبانة في هذا البحث كأداة لجمع المعلومات من أفراد العينة، التي قام بتصميمها لتناسب مع أغراض البحث؛ يعرف الاستبيان بأنها مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة ببعضها البعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث، وذلك في ضوء موضوع البحث والمشكلة التي اختارها (عامر، 2017، ص 178).

✓ 1-9- الدراسات السابقة:

✓ 1-9-1- الدراسات العربية:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الوطنية، منها:

1-1-9-1- دراسة (آلاء أبو حسن، 2022م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة الرقمية لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة الرقمية لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدم أداة استبانة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (502) طالبا وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. أظهرت نتائج الدراسة:

- أن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة الرقمية لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة جاء بدرجة (مرتفعة)،
- وتوصلت نتائج الدراسة إلى ترتب النتائج على شكل نقاط إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس،
- توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الدرجة العلمية ولصالح البكالوريوس،
- كما توصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير عدد الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي،
- كما توصلت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الكلية.
- وأوصت الدراسة بإنشاء مواقع تواصل اجتماعي خاص للجامعة لسهولة التواصل بين الطلبة والخريجين والهيئة التدريسية.

1-1-9-2- دراسة (هيرش مراد، 2020م)، أثر استخدام الفيسبوك في العلاقات الاجتماعية للشباب في إقليم كردستان، العراق.

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تعلق شباب إقليم كردستان، العراق بشبكة الفيسبوك والكشف عن نوع الصداقة الافتراضية عند الشباب في إقليم كردستان - العراق في الفيسبوك، وإظهار مستوى هذه العلاقة التي تحولت إلى علاقة واقعية، وتحديد أبرز التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام الفيسبوك في عينة الدراسة وعلاقتهم الاجتماعية، ولتحقيق هذه الأهداف استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما استخدم أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (٨٤٨) تم اختيارها بطريقة عشوائية من شباب إقليم كردستان، العراق. أهم ما توصلت إليه الدراسة:

- أن علاقة أفراد العينة بشبكة الفيسبوك في مستوى عالٍ، وأن الصداقات التي يعقدونها من خلالها غالبًا ما تكون مع أشخاص غير معروفين من قبلهم في الحياة الواقعية، ولم تكن لديهم تلك الصداقات ناجحة بحيث لم تتحول إلى علاقات اجتماعية في الحياة الواقعية إلا نادرا.

• كما أثر الفيسبوك في أضعاف هذه العلاقات، ولم يؤدي إلى تعزيز علاقاتهم الاجتماعية

1-9-1-3- دراسة (خالد، منصور، (2018)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الشباب الجزائري".

استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت أداة الاستبيان الإلكترونية كأداة الجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في 377 مفردة من الشباب الذكور والإناث المستخدمين الفعليين لمواقع الشبكات الاجتماعية. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

• أن موقع فيس بوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف الشباب عينة الدراسة وأن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة إضافة إلى كونها بديلا لمواقع الإعلام التقليدية الأخرى.

• عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزي للسماة الشخصية للمبحوثين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي).

• وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة (المشاركة المجتمعية، الديموغرافية، الانتماء الوطني).

1-9-1-4- دراسة (صفار، عبد الله، 2017)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر عينة الدراسة (الشباب الجامعي العماني). ولغرض تحقيق هذا الهدف اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، كما استعملت الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.

وتوصلت إلى عدد من النتائج منها:

• أن مواقع التواصل الاجتماعي قد عززت قيمة الأخوة بين المواطنين وأكدت على اللحمة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، من خلال ما تنشره عبر تطبيقاتها وسائر أنماطها.

• أن جل المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي، تحت على التعاون والتكافل ومعاونة المحتاج.

1-9-1-5- دراسة (عايدة أبوزيد، 2016)، استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الثقافية دراسة ميدانية في محافظة غزة.

هدفت الدراسة الى التعرف على واقع استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم (القيم السياسية والاجتماعية والدينية) والإشباع المتحققة، ودوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها، وتأثيرها على القيم المجتمعية.

وتعد الدراسة من البحوث الوصفية، التي استندت في مقاربتها المنهجية على المسح معتمده على نظرية الاستخدامات والإشباع، وعلى صحيفة الاستقصاء بوصفها أداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات من طلبة الثانوية العامة. وأجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة موزعين على محافظات قطاع غزة ما بين ذكور وإناث في الفترة الممتدة 29-يناير وحتى 1-ابريل 2016.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الرئيسة:

- أن درجة الإشباع من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على معظم القيم السياسية والاجتماعية والدينية التي تعبر عن القيم الثقافية كانت ضعيفة، كما كانت في بعض القيم ذات مردود سلبي.
 - أن الإشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحفاظ على القيم الثقافية عند الذكور أعلى من الإناث، وهي لا تتأثر بالتخصص الدراسي بينما تتأثر بمكان السكن.
 - أن هناك تباين واضح واختلاف بين الطلبة حول الثقة بالمعلومات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 9-1-6- دراسة (إسماعيل، الغريب، 2015)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية قيم المواطنة والانتماء لدى طلبة التعليم الجامعي بجمهورية مصر العربية.**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية قيم المواطنة والانتماء لدى طلبة التعليم الجامعي بجمهورية مصر العربية. وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة على عينة تتكون من (977) طالبا وطالبة بجامعة المنصورة. موزعة على عشر كليات وهي: التربية - التربية النوعية بفروعها الثلاثة - التربية الرياضية - العلوم - الهندسة - التجارة - الحقوق - الحاسبات والمعلومات - التمريض - الزراعة. ومن أهم نتائج الدراسة:

- أن نسبة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة لدى الطلاب ضعيفة.
- وأن نسبة استعمال الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي كبيرة ولكن لا يتم توظيفها في تنمية قيم المواطنة بالشكل المرغوب.

9-1-7- دراسة (فهد الطيار، 2014م) شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة.

هدفت هذه الدراسة إلى بيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة، كما هدفت إلى بيان أثر استخدامهم لهذه الشبكات في تغيير القيم الاجتماعية لديهم، ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد طبقت الدراسة

على عينة قوامها (2274) طالبا من جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية وقد تم اختيارها بطريقة عشوائية.

أهم ما توصلت إليه الدراسة:

- أن أهم الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في شعائر الدين،
- وأن أهم الآثار الإيجابية، الاطلاع على أخبار بلد أفراد عينة الدراسة، وتعلم أمور جديدة، والتعبير عن الرأي بحرية، كسر حاجز الخجل،
- ومن أهم مظاهر تغير القيم نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تعزيز استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي، والقدرة على مخالطة الجنس الآخر بجرأة.

✓ 1-9-2- الدراسات الأجنبية:

دراسة (بنيامين، جيلسون، 2018) "Gllern Benjamin Gleason Sam von" المواطنة الرقمية مع مواقع التواصل الاجتماعي: الممارسات التشاركية للتدريس والتعليم في التعليم الثانوي"، استهدفت الدراسة البحث في إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أوساط التعليم الحكومي والخاص لغايات تنمية المواطنة الرقمية لدى طلاب المدارس الثانوية باعتماد المنهج الوصفي.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أن العديد من الشباب يؤثرون على أقرانهم من خلال التواصل معهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- أن المعلمين الثانويين لديهم دور وفرصة لمساعدة طلابهم على تطوير المهارات التي تعزز قدرتهم للتعرف على المشاكل، وإنشاء وسائط مقنعة، وتوزيع هذه الوسائط بشكل استراتيجي على أقرانهم ومجتمعاتهم.
- أن الطلاب يقضون وقتا كبيرا على الإنترنت بواقع ست ساعات يوميا فمن الأهمية بإمكان أن يطوروا المهارات التي تمكنهم من إيجاد وتقييم ومشاركة المعلومات بشكل مسؤول، والانخراط في محادثه بناءة مع الآخرين من خلفيات متنوعة، وإلى التأكد من أن مشاركتهم عبر الإنترنت آمنة وأخلاقية وقانونية.

✓ 1-9-3- التعليق على الدراسات السابقة ومدى استفادة الباحث منها:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة من خلال وضع الخطة وتحديد المشكلة البحثية، بشكل دقيق، وتحديد الخطوات المنهجية المناسبة لموضوع البحث، بالإضافة إلى ذلك استفاد في بناء الإطار النظري لهذه الدراسة من المفاهيم والتعريفات التي تناولها الباحثون ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة.

✓ 1-9-4- موقع هذا البحث من الدراسات السابقة:

1-4-9-1 من حيث المنهج والأداة:

اتفق البحث مع الدراسات السابقة من حيث المنهج كونه من الدراسات الوصفية ويعتمد على المنهج الوصفي المسحي. ومن حيث أداة الدراسة سيعتمد الباحث أداة الاستبانة، فيما استخدمت الدراسات السابقة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات للدراسة.

1-4-9-2 من حيث العينة:

كما اعتمد الدراسة على الشباب بوصفهم عينة للدراسة وهذا ما تشترك فيه مع الدراسات السابقة كونها اعتمدت على طلبة مالي في الجامعات السعودية. وتختلف الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث عينة الدراسة لأنها لم تجر أي دراسة على طلبة مالي في الجامعات السعودية.

✓ 1-10-1- النظرية المستخدمة في الدراسة:

نظرية الاستخدامات والإشباع:

✓ 1-10-1- تمهيد:

توفر نظرية الاستخدامات والإشباع إطارا نظريا لفهم دوافع استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي، سواء لتحقيق إشاعات نفعية مثل التعلم عن القيم الوطنية، أو طقوسية مثل التفاعل مع المحتوى الترفيهي الذي يعزز الشعور بالهوية الوطنية. باستخدام هذه النظرية، تسعى البحث إلى تحليل العلاقة بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم لعينة الدراسة (منى، 2010، ص 45).

✓ 1-10-2- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها: نظرية تقوم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، خلافا للنظريات المبكرة مثل: نظرية الأثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة، وتنصرف بناء على نسق واحد، وبذلك يهتم مدخل الاستخدامات والإشباع بالسمات الفردية، وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات وكثافة التعرض وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع (منال، 2012، ص 89).

✓ 1-10-3- نشأة نظرية الاستخدامات والإشبعات:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب (استخدام وسائل الاتصال الجماهير) تأليف Elihu Katz and Blumler، ١٩٧٤، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض من جانب آخر (محمود، 2003، ص 255).

ومن وجهة نظر كاتز وبلوملر فإن مدخل الاستخدامات والإشبعات يعني:

الأصول الاجتماعية والسيكلوجية، والاحتياجات التي يتولد عنها توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام يتيح عنها إشبعات للاحتياجات، ونتائج أخرى في الغالب غير مقصود (محمود، 2003، ص 258).

✓ 1-10-4- فروض نظرية الاستخدامات والإشبعات:

تستند نظرية الاستخدامات والإشبعات على الافتراضات التالية:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال (محمود، 2003، ص 259).

✓ 1-10-5- دوافع نظرية الاستخدامات والإشبعات:

يُعرف الدافع بأنه حالة نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك محدد بهدف إشباع حاجة محددة، وتُصنّف نظرية الاستخدامات والإشبعات دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى دافعين رئيسيين، وهما:

- 1- دوافع نفعية: تتمثل الدوافع النفعية وفقاً لنموذج نظرية الاستخدامات والإشبعات بأنها دوافع اكتساب المعرفة، والتعرف إلى المعلومات وكسب الخبرات في مجالات الحياة، مثل التعرض لنشرات الأخبار على التلفاز.
- 2- دوافع طقوسية: تتمثل الدوافع الطقوسية بكسر الملل، والتهرب من واقع الحياة ومشكلاتها، إضافة إلى أسباب ترفيهية، ومن أبرز الأمثلة على ذلك التعرض للأفلام والمسلسلات والبرامج الكوميديية (حسين، 1998، ص 243).

✓ 2- توظيف النظرية:

وفي ضوء ما سبق نجد أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يقدم مجموعة من المفاهيم والشواهد بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي التي تؤكد أسلوب الأفراد أمام تلك المواقع من خلال تعليقاتهم وآرائهم وتوجهاتهم، ويرى هذا المدخل أن الأفراد يوظفون بفاعلية مضامين محتويات الإعلامية التي يتم نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها علاوة على أن هذا المدخل يوفر لنا مجالا رحبا لتفسير السلوك الاتصالي، كما يجب ألا يفهم من مواقع التواصل الاجتماعي أنها سلبية على الأفراد في كل الظروف لكن هي تمارس عملها وتأثيراتها ضمن ظروف ثقافية واجتماعية محددة، ويشكل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي جانبا من بدائل وظيفة لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان، وهذا المدخل يفترض بأن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض لأي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، ولكن يتم أيضا من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددا بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، فالبعض يجب أن يتابع شخصيات مشهورة سواء على الصعيد الفني أو الديني فيوجه لصفحاتهم المخصصة على هذه المواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن توظيف مدخل الاستخدامات والإشباعات على مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

- أن المتلقي عنصر فعال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وهكذا فإن استخدام الشباب المواقع التواصل الاجتماعي يمكن تفسيره كاستجابة للحاجات التي يستشعرها ويتوقع أن يشبع هذه الحاجات لديه كالبحث عن معلومة أو التسلية أو معرفة آخر الأخبار أو التفاعل مع حدث معين.
- المبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة إنما يخضع للمتلقى ذاته في عملية الاتصال الجماهيري، وهذا النموذج يرى أن الناس مدينون للمواقع التواصل الاجتماعي لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير.
- تنافس وسائل الاتصال الجماهيري لإرضاء الجمهور والحاجات التي تخدمها هذه الوسائل تشكل جزء من نطاق شامل من حاجات الشباب، وهذا ينطبق على المواقع التواصل الاجتماعي من خلال الخدمات والتطبيقات التي يقدمها للجمهور ولعل الإحصائيات المرتفع للمستخدمين تدل على عمق التنافس فيها (حنان، 2014، ص 26).

✓ 3- نتائج الدراسة الميدانية

3-1- درجة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (1) يوضح درجة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دائما	92	92.0%	4.60	1.1.36
أحيانا	6	6.0%	0.30	2.1.19
نادرا	2	2.0%	0.10	3.070
المجموع الكلي	100	100%	1.67	2.08

يتضح في بيانات الجدول رقم (1) درجة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وأن النسبة العليا من أفراد عينة الدراسة أجابوا على السؤال (دائما) بعدد التكرارات 92 ونسبة مئوية بلغت (92%) ومتوسط الحسابي 4,60. فيما جاءت الإجابة (أحيانا) بعدد التكرارات ٦ مفردة ونسبة مئوية (6%)، بينما تشير الإجابات بشكل واضح إلى ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند طلبة مالي في الجامعات السعودية.

وجاءت في المرتبة الأخيرة الإجابة ب (نادرا) بعدد التكرار 2 فقط من إجمالي عينة الدراسة ونسبة مئوية ٢٪. ومما سبق يؤكد ارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى سهولة استخدامها وانتشارها في المجتمع حيث يلجأ الناس إليها في التواصل في الأوساط الأكاديمية، أما النسبة القليلة في درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فلعل يرجع ذلك إلى عدم توفر الإنترنت عندهم غالبا.

2-3- الفترة الزمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة:

جدول (2) يوضح الفترة الزمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة:

الفترة الزمنية	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
من ثلاث ساعات فأكثر	49	49%	2.45	1.2.50
من ساعتين إلى أقل من ساعة	40	40,8%	2.04	2.2.46
من ساعة إلى أقل من ساعة	11	11%	0.55	3.156
المجموع الكلي	100	100%	1.68	0.82

تظهر في بيانات جدول رقم (2) أن نسبة (٤٩٪) من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات فأكثر وهي النسبة العليا من أفراد العينة ومتوسط الحسابي 2,45.

بينما جاءت في المرتبة الثانية الإجابة (من ساعة إلى ساعتين) بعدد التكرارات ٤٠ ونسبة مئوية 40,8% فيما جاءت النسبة الدنيا الإجابة (أقل من ساعة) بتكرار 11 ونسبة مئوية ١٠٪.

يرى الباحث أن سبب ارتفاع الفترة الزمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى العينة يرجع ذلك إلى اعتمادهم عليها كوسيلة لمتابعة الأخبار والبرامج التعليمية والثقيف كما هو واضح في إجاباتهم على فقرات الاستبيان، عند دوافع الاستخدام.

3-3-

توزيع إجابات المبحوثين وفقا لأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (3) يوضح توزيع إجابات المبحوثين وفقا لأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي

أيام استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يوميا	90	90.0%	4.50	1.1.50
أيام العطلة	7	7.0%	0.35	2.1.28
أيام الدراسة	3	3.0%	0.15	3.0.85
المجموع الكلي	100	100%	1.67	2.01

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى إجابات عينة الدراسة حسب الأيام التي يستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي أن الإجابة (يوميا) حصلت على أعلى نسبة بعدد التكرارات 90 مفردة من عينة الدراسة ونسبة مئوية (90%). ومتوسط الحسابي 4.50.

وجاءت الإجابة (أيام العطلة) بعدد 7 ونسبة مئوية (7%) كما حصلت الإجابة (أيام الدراسة) على أدنى نسبة بعدد 3 أفراد من عينة الدراسة ونسبة مئوية (3%).

ومما سبق أن يتضح أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا مما يؤكد دوافع استخدامهم النفعية والطقوسية لهذه المواقع.

4-3-

أهم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة

جدول (3) يوضح أهم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة.

الشبكات الأكثر استخداما	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الواتساب	96	28.74%	4.90	1.0.70
الفيسبوك	61	18.26%	3.11	2.2.42
يوتيوب	57	17.07%	2.91	3.2.47
تيلي جرام	49	14.67%	2.50	4.2.50
تيك توك	28	8.38%	1.43	5.2.26
تويتر (إكس)	26	7.78%	1.33	6.2.21
استقرام	10	2.99%	0.51	7.1.51
سناب شات	7	2.10%	0.35	8.1.28
ن = 100				

تشير بيانات الجدول رقم (8) أن الواتساب هي الأكثر استخداما عند طلبة مالي في الجامعات السعودية، بعدد 96 مفردة ونسبة مئوية (9.8٪) ومتوسط الحسابي 4.90.

وجاءت تطبيق الفيسبوك في المرتبة الثانية بعدد التكرارات 61 ونسبة مئوية (62,2٪) كما حصلت يوتيوب على المرتبة الثالثة بعدد 57 ونسبة مئوية (58,2٪). وجاءت تيلي جرام على المرتبة الرابعة بتكرار 49 ونسبة مئوية (50٪) وجاءت تطبيق تيك توك بعدد التكرارات 28 مفردة بنسبة مئوية (28,6٪).

بينما كانت عدد التكرارات 26 في تطبيق تويتر (إكس) بنسبة مئوية (26,6٪) وجاءت تطبيق استغرام وسناب شات بدرجة ضعيفة من حيث العدد التكرارات والنسبة المئوية.

يتضح من التحليل السابق أن لموقعي الواتساب والفيسبوك قبولاً في أوساط شباب جمهورية مالي أكثر من غيرها من المواقع، ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى سهولة استخدامها وانتشارها في مجتمع جمهورية مالي، كما أن طبيعة الواتساب تسمح لاستخدامه في العمل الأكاديمي بين الطلاب والأستاذة بما فيها من المجموعات الطلابية.

3-5- درجة إعجاب العينة لمواقع الأكثر استخداما لديهم.

جدول رقم (4) يوضح درجة إعجاب العينة لمواقع الأكثر استخداما لديهم.

الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	سبب كثرة الدخول للمواقع المختارة
1.2.45	3.00	60.0%	60	لأن محتوياته يتناسب مع رغباتي
2.2.10	1.15	23.0%	23	لوجود تفاعل بيني وبين الموقع
3.1.88	0.85	17.0%	17	أسلوب الموقع متميز
0.95	1.67	100%	100	المجموع الكلي

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن الإجابة (محتوياته يتناسب مع رغباتي) أتت بدرجة كبيرة بعدد التكرارات 60 مفردة من عينة الدراسة ونسبة مئوية (60.0٪) ومتوسط الحسابي 3.00.

بينما جاءت في المرتبة الثانية الإجابة (لوجود تفاعل بيني وبين الموقع) بدرجة متوسطة بعدد التكرارات 23 ونسبة مئوية (23.0٪) وحصلت الإجابة (أسلوب الموقع متميز) على المرتبة الأخيرة بدرجة ضعيفة وعدد التكرارات 17 بنسبة مئوية (17.0٪).

3-6- توزيع إجابات عينة الدراسة حسب بدايات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات عينة الدراسة حسب بدايات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	بداياتهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
1.2.07	3.90	%78.0	78	عن طريق الأصدقاء
2.1.68	0.65	%13.0	13	بالصدفة
3.1.43	0.45	%9.0	9	وسائل الإعلام
1.58	1.67	%100	100	المجموع الكلي

توضح بيانات الجدول رقم (10) أن النسبة العليا من عينة الدراسة بدأوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الأصدقاء وذلك بعدد التكرارات 78 مفردة ونسبة مئوية (78%) ومتوسط الحسابي 3.90.

كما قل نسبة تعرفهم إليها بالصدفة وعدد التكرارات 13 مفردة ونسبة مئوية (13%) وجاءت درجة تعرفهم إليها عن طريق وسائل الإعلام التقليدية ضعيفة بعدد التكرارات 9 ونسبة مئوية (9%).

7-3- توزيع إجابات العينة حسب معرفتهم الواقعية لأصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (6) يوضح توزيع إجابات العينة حسب معرفتهم الواقعية لأصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي

معرفتهم الواقعية لأصدقائهم	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أعرف أغلبهم	58	%58.0	2.90	1.2.47
اعرف قليلا منهم	34	%34.0	1.70	2.2.37
أعرفهم جميعا	8	%8.0	0.40	1.36
المجموع الكلي	100	%100	1.67	3.1.03

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن الإجابة (أعرف أغلبهم) حصلت على درجة عالية لدى عينة الدراسة بعدد التكرارات 58 مفردة ونسبة مئوية (58%) ومتوسط الحسابي 2.90.

كما جاءت الإجابة (أعرف قليلا منهم) بدرجة متوسطة وعدد التكرارات 34 مفردة من عينة الدراسة ونسبة مئوية (34%) بينما قل نسبة الإجابة (أعرفهم جميعا) ودرجة ضعيفة بعدد التكرارات 8 ونسبة مئوية (8%).

8-3- دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 7 يوضح دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي
1.1.60	4.42	%27.24	85	للتواصل
2.2.47	2.86	%17.63	55	لأنها وسيلة غير مكلفة للحصول على المعلومات
3.2.47	2.86	%17.63	55	لتطوير الذات
4.2.47	2.08	%12.82	40	لشغل الفراغ
5.241	1.82	%11.22	35	للتخلص من الملل
6.2.25	1.41	%8.65	27	للتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى
7.1.81	0.78	%4.81	15	لتكوين صداقات جديدة
ن = 100				

يتضح في بيانات الجدول رقم (7) أن نسبة العليا من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لدافع (التواصل) بعدد التكرارات ٨٥ مفردة ونسبة مئوية (88,5%) ومتوسط الحسابي 4.42.

بينما جاءت نسبة استخدامها لغرض (التطوير الذاتي ولأنها غير مكلفة للحصول على المعلومات) بدرجة متوسطة وعدد التكرارات ٥٥ مفردة ونسبة مئوية (57,3%) وحصلت الإجابة (لشغل الفراغ) بعدد التكرارات مفردة ٤٠ ونسبة مئوية (41,7%).

كما جاءت الإجابة (للتخلص من الملل) بعدد التكرارات ٣٥ فرد ونسبة مئوية (36,5%) أما الإجابة (للتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى) فعدد التكرارات فيها ٢٧ مفردة ونسبة مئوية (28,15%).

وجاءت في المرتبة الأخيرة الإجابة (لتكوين صداقات جديدة) بعدد التكرارات ١٥ فرد من عينة الدراسة ونسبة مئوية (15,6%).

9-3- الموضوعات التي تم عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (8) يوضح الموضوعات التي تم عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي

الموضوعات المهمة للعينة	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أخبار دولتي	86	%21.13	4.44	1.1.58
البرامج التعليمية	76	%18.67	3.92	2.2.06
الأحداث الجارية	65	%15.97	3.35	3.2.35

4.2.50	2.52	%12.04	49	الأخبار الخارجية
5.2.40	1.80	%8.60	35	البرامج الاجتماعية
6.2.39	1.76	%8.35	34	الفن والثقافة
7.2.27	1.44	%6.88	28	الأخبار الرياضية
8.1.95	0.93	%4.42	18	الأخبار الاقتصادية
9.1.70	0.67	%3.19	13	برنامج الترفيه
10.0.87	0.15	%0.74	3	الأزياء والموضة
ن = 100				

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن نسبة العليا من عينة الدراسة يهتم بأخبار دولتهم (جمهورية مالي) في مواقع التواصل الاجتماعي بعدد التكرارات ٨٦ مفردة ونسبة مئوية (88,7%) ومتوسط الحسابي 4.44. بينما جاءت البرامج التعليمية في المرتبة الثانية بعدد التكرارات ٧٦ مفردة ونسبة مئوية (78,4%) كما حصلت الأحداث الجارية على المرتبة الثالثة بعدد التكرارات ٦٥ مفردة ونسبة مئوية (67%). وجاءت الاهتمام بالأخبار الخارجية بدرجة متوسطة وعدد التكرارات ٤٩ فردا ونسبة مئوية (50,5%) أما الإجابة (البرنامج الاجتماعية والفن والثقافة والأخبار الرياضية الاقتصادية وبرنامج الترفيه الأزياء الموضة) فدرجتها ضعيفة وذلك بعدم اهتمام عينة الدراسة بهذه البرنامج.

ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى طبيعة بيئتهم التعليمية، كما أن نسبة النساء في عينة الدراسة قليلة فطبعي أن تأتي الإجابة (الأزياء الموضة) بعدد التكرارات ٣ مفرد ونسبة مئوية (3,1%).

10-3- الأنشطة التي يقوم بها العينة في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (9) يوضح الأنشطة التي يقوم بها العينة في مواقع التواصل الاجتماعي.

الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الأنشطة التي تقوم بها عينة الدراسة
1.1.92	4.10	%24.33	82	المتابعة
2.2.44	3.05	%18.10	61	المراسلة
3.2.49	2.30	%13.65	46	النشر
4.2.46	2.05	%12.17	41	الردشة

التعليق	37	%10.90	1.85	5.241
الإعجاب	35	%10.39	1.75	6.2.38
مشاركة المنشور	35	%10.39	1.75	7.2.38
ن = 100				

يتضح في بيانات الجدول (9) أن نسبة العليا من الأنشطة التي تقوم بها عينة الدراسة هي (المتابعة) بعدد التكرارات ٨٢ مفردة ونسبة مئوية (84,5%) ومتوسط الحسابي 4.10.

أما أنشطة (المراسلة) فجاءت في المرتبة الثانية بعدد التكرارات ٦١ مفردة ونسبة مئوية (62,9%) فيما حصلت أنشطة (النشر والرددشة) على المرتبة الثالثة ودرجة متوسطة من عينة الدراسة، كما جاءت أنشطة (التعليق والإعجاب ومشاركة المنشور) في المرتبة الأخيرة وبدرجة ضعيفة.

وقد يرجع ذلك إلى تحفظ بعض عينة الدراسة لعدم إبداء آرائهم في الموضوعات التي قد لا تمهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

11-3 أسباب قيام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (10) يوضح أسباب قيام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	سبب قيامهم بالأنشطة
1.2.14	3.80	%46.06	76	للتواصل
2.2.50	2.35	%28.48	47	لإبداء رأيي تجاه قضية ما
3.2.47	2.10	%25.45	42	للاستفسار عن أمور معينة
ن = 100				

يتضح في بيانات الجدول (10) أن (التواصل) هي السبب الرئيس وأعلى نسبة من عينة الدراسة لقيامهم بهذه الأنشطة في مواقع التواصل الاجتماعي بعدد التكرارات ٧٦ ونسبة مئوية (79,2%) ومتوسط الحسابي 3.80.

فيما حصلت الإجابة (لإبداء رأيي تجاه قضية ما) على المرتبة الثانية بعدد التكرارات ٤٧ ونسبة مئوية (٤٩%).

كما جاءت الإجابة (للاستفسار عن أمور معينة) في المرتبة الأخيرة بعدد التكرارات ٤٢ مفردة ونسبة مئوية (43,8%).

12-3-

إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (11) يوضح إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين

إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تسهيل التواصل	85	%33.86	4.25	1.1.79
التعرف على معلومات جديدة	71	%28.29	3.55	2.2.27
كانت وسيلة سريعة لنشر المعلومات والأخبار	65	%25.90	3.25	3.2.38
تعبر عن كثير من اتجاهات المجتمع	30	%11.95	1.50	4.2.29
ن = 100				

تشير بيانات الجدول (11) إلى أن نسبة العليا من عينة الدراسة اختاروا الإجابة (تسهيل التواصل) الأثر الأكثر إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي بعدد التكرارات ٨٥ مفردة ونسبة مئوية (86,7%) ومتوسط الحسابي 4.25. فيما حصلت الإجابة (التعرف على معلومات جديدة) على المرتبة الثانية بعدد التكرارات ٧١ ونسبة مئوية (72,4%). وجاءت الإجابة (كانت وسيلة سريعة لنشر المعلومات والأخبار) بدرجة متوسطة وتكرر ٦٥ مفردة ونسبة مئوية (66,3%) وحصلت الإجابة (تعبر عن كثير من اتجاهات المجتمع) على المرتبة الأخيرة بعدد التكرارات ٣٠ مفردة ونسبة مئوية (30,6%).

13-3-

سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة

جدول رقم (12) يوضح سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط حسابي	انحراف معياري
إضاعة الوقت وعدم استخدامه بشكل مفيد	87	%30.85	4.49	1.0.71
كثرة استخدامها تؤدي إلى العزلة	71	%25.18	3.66	2.0.68
كثرة استخدامها تؤدي إلى عالم ممنوع	34	%12.6	1.76	3.0.52
كثرة استخدامها تؤدي إلى عدم الثقة فيما ينشر	25	%8.87	1.29	4.0.44
تتهم بالهجوم على قضايا أشخاص معينين	24	%8.51	1.24	5.0.43
محتوياتها تفقد الثقة	21	%21,6	1.08	6.0.41
لا تتناول الموضوعات التي تعرضها بالموضوعية والحياد	20	%20,65	1.03	7.040
ن = 100				

تشير بيانات الجدول رقم (12) إلى حصول إجابة إضاعة الوقت وعدم استخدامها بشكل مفيد) على النسبة العليا بين باقي الإجابات بتكرار ٨٧ مفردة ونسبة مئوية (89,7%) ومتوسط الحسابي 4.49.

فيما حصلت الإجابة (كثرة استخدامها تؤدي إلى العزلة على المرتبة الثانية بعدد التكرارات ٧١ مفردة ونسبة مئوية (73,2%))

أما الإجابة (كثرة استخدامها تؤدي إلى عالم ممنوع وعدم الثقة فيما ينشر، وتهتم بالهجوم على قضايا أشخاص معينين) فحصلت على المرتبة الثالثة ودرجة الإجابة فيها متوسطة، بينما حصلت الإجابة (محتوياتها تفقد الثقة، ولا تتناول الموضوعات التي تعرضها الموضوعية والحياد) على المرتبة الأخيرة ودرجة الإجابة فيها ضعيفة.

14-3- درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي.

جدول رقم (13) يوضح درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي

الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	درجة الثقة
1.2.5.	2.35	%47.0	47	متوسطة
2.2.34	1.60	%32.0	32	كبيرة
2.02	1.05	%21.0	21	ضعيفة
3.0.53	1.67	%100	100	المجموع الكلي

تشير بيانات الجدول (13) أن درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي من وجهة نظر عينة الدراسة جاءت بدرجة متوسطة بعدد التكرارات ٤٧ ونسبة مئوية (٤٨٪) ومتوسط الحسابي 2.35.

يليهما في إسهامها بدرجة كبيرة بعدد التكرارات 32 مفردة ونسبة مئوية (32%) وجاءت الإجابة (منخفضة) في المرتبة الأخيرة بتكرار 21 ونسبة مئوية (21%).

ومما سبق نجد أن وعي شباب جمهورية مالي لمدى درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية حيث اتفقت غالبية العينة على إسهامها بدرجة متوسطة.

15-3- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي من وجهة نظر عينة الدراسة.

جدول رقم (14) يوضح أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي من وجهة نظر عينة الدراسة

الأرقام	الفقرات	ك	%	متوسط حسابي	انحراف معياري
١	تعزيز الوعي بقيم الولاء للوطن والانتماء إليه.	55	59,1%	2.96	0.51
٢	تعزيز الوعي بأهمية مكافحة الفساد وحماية المال العام، وتفعيل أنظمة الرقابة والمحاسبة.	49	52,7%	2.64	0.49
3	التعرف بأعلام الوطن ممن لهم دور تاريخي ومعرفي على مر العصور.	47	50,5%	2.53	0.48
٤	تعزيز قيم الأخوة بين المواطنين والتأكيد على قيم التكافل والتسامح والتعاون بين أفراد المجتمع وتشجيع قبول كل طرف للطرف الآخر.	44	47,3%	2.37	0.47
٥	تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على وحدة جمهورية مالي ومكتسباتها، ونبذ الانتماءات الطائفية والفرقة لصالح المواطنة.	44	47,3%	2.37	0.47
٦	تعزيز الوعي بأهمية تحقيق العدالة الاجتماعية.	41	44,1%	2.21	0.45
٧	تعزيز الوعي بدستور البلاد وقوانينها السياسية وأهمية تطبيقها.	40	43,5%	2.18	0.44
٨	التعريف بالمنجزات الوطنية في مختلف الجوانب وأهمية الحفاظ عليها والتصدي لأوجه الفساد فيها.	37	39,8%	1.99	0.43
٩	تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على الوظيفة العامة والخاصة وحمايتها.	37	39,8%	1.99	0.43
١٠	تعزيز الوعي بالحقوق والواجبات القانونية المرتبطة بالمواطنة.	36	38,7%	1.94	0.42
١١	تعزيز الوعي بأهمية الارتباط الوثيق بتاريخ جمهورية مالي والتعريف بمحطاته عبر العصور.	35	37,6%	1.88	0.41
١٢	تعزيز الوعي بمفهوم المواطنة وأبعادها والتحلي بمبادئها والالتزام بمبادئها.	34	36,6%	1.83	0.40
١٣	تعزيز الوعي بأهمية المحافظة على العادات والتقاليد والأعراف الإيجابية والتعريف بها.	34	36,6%	1.83	0.40
١٤	تعزيز الوعي بمكونات الوطن الطبيعية وضرورة الحفاظ عليها.	31	33,3%	1.67	0.39
١٥	تعزيز الوعي بالديمقراطية وأهميتها وقواعدها السلمية واحترام حقوق الأفراد في التعبير عن أنفسهم وتحقيق المساواة	28	30,1%	1.51	0.37

السياسية.					
١٦	التوعية بموارد الوطن وأهمية الحفاظ عليها وكيفية توظيفها لصالح التنمية	27	%29	1.45	0.36
١٧	تعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على الوظيفة العامة والخاصة وحمايتها.	26	%28	1.40	0.35
ن = 100					

يتضح من الجدول رقم (14) أن الوزن المثوي لمتوسط استجابة عينة الدراسة تراوح بين (٥٩٪ - ٥٢٪) ومتوسط الحسابي 2.96 وهي نسبة متوسطة، وهذا يؤكد على اتفاق تحليل الجدول السابق رقم (١٧) الذي يوضح مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي من وجهة نظر عينة الدراسة، كما يؤكد على اتفاق معظم عينة الدراسة على القيم الوطنية التي ينبغي أن تعززها مواقع التواصل الاجتماعي لدى شباب جمهورية مالي حصلت الفقرات (1,2,3,4,5,6,7) على المرتبة الأولى بدرجة متوسطة من حيث التكرارات والنسبة المئوية.

فيما حصلت الفقرات (8,9,10,11,12,13) على المرتبة الثانية من حيث التكرارات والنسبة المئوية، وقد لا حظنا تراجعاً واضحاً في اختيار هذه الفقرات من قبل عينة الدراسة مما يؤكد على ضعف درجة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز هذه القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي من وجهة نظر عينة الدراسة.

16-3- أهم القيم الوطنية التي يرحى اهتمام بها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة.

جدول رقم (15) يوضح أهم القيم الوطنية التي يرحى اهتمام بها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة

أهم قيم الوطنية لدى عينة الدراسة	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
احترام حقوق الانسان	84	%31.94	57.97	26.03
العدالة	76	%29.90	52.95	23.05
التسامح	61	%23.19	42.09	18.90
المساواة	42	%15.97	28.98	13.01
ن = 100				

يتضح في بيانات الجدول (15) أن أهم قيم الوطنية التي يرجى الاهتمام بها وتعزيزها في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة هي (احترام حقوق الانسان) بعدد التكرارات ٨٤ مفردة ونسبة مئوية (86,6%) ومتوسط الحسابي 57.97.

بينما حصلت قيمة (العدالة) على المرتبة الثانية بعدد التكرارات ٧٦ ونسبة مئوية (78,4%) وجاءت قيمة (التسامح) في المرتبة الثالثة بتكرار ٦١ ونسبة مئوية (62,9%) كما حصلت قيمة (المساوات) على المرتبة الأخيرة بعدد التكرارات ٤٢ ونسبة مئوية (43,3%).

17-3- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي.

جدول رقم (16) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي

الأرقام	الفقرات	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تدريب المشرفين على القنوات الرقمية في سبيل تعزيز القيم الوطنية	68	69,4%	3.47	1.2.32
2	إعادة النظر في أنظمة المواقع ومحتوياتها	63	64,3%	3.22	2.2.40
3	توعية المواطن بأهمية القيم الوطنية	61	62,2%	3.11	3.2.47
4	نشر الوعي المعرفي	54	55,1%	2.76	4.2.47
5	اطلاع المواطن على منظومة القوانين العرفية والثقافية	49	50%	2.50	5.2.50
6	نشر ثقافة التسامح	47	48%	2.40	6.2.50
7	نبذ خطاب الكراهية	40	40,8%	2.04	2.46
ن = 100					

توضح بيانات الجدول (16) وجهة نظر عينة الدراسة في تحقيق دور مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية حيث جاءت في المرتبة الأولى (تدريب المشرفين على القنوات الرقمية في سبيل تعزيز القيم الوطنية) بتكرار 68 ونسبة مئوية (69,4%) ومتوسط الحسابي 3.47.

كما حصلت (إعادة النظر في أنظمة المواقع ومحتوياتها) على المرتبة الثانية بعدد التكرارات 63 ونسبة مئوية (64,3%) وجاءت الفقرة (توعية المواطن بأهمية القيم الوطنية) في المرتبة الثالثة بتكرار 61 ونسبة مئوية (62,2%) بينما حصلت الفقرات (٤،٥،٦،٧) على المرتبة الأخيرة والوزن المئوي المنخفضة.

✓ 4- نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

تمثل الفروض الأربعة محاور جوهرية في فهم العلاقة بين استخدام شباب مالي لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات المختلفة المؤثرة في هذا الاستخدام. تتناول هذه الفروض العلاقة بين استخدام مواقع التواصل ودوافع التعرض، والعوامل الديموغرافية، والآثار المترتبة على الاستخدام، إضافة إلى الفروق في الدوافع (الطقوسية والنفعية) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية. وقد كشفت النتائج عن علاقات متباينة في القوة والدلالة، تساهم في رسم صورة متكاملة لطبيعة التفاعل الرقمي لدى الشباب المالي.

4-1- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب

جدول رقم (17) يوضح العلاقة بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب

متغير البحث	معامل الارتباط
استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي	.917**
أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب	

(**) دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$).

يكشف الجدول (17) عن علاقة وثيقة بين استخدام الشباب المالي لمنصات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمهم الوطنية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.917). هذه النتيجة تعكس دوراً محورياً لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الوطني وتعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب المالي. وكأن هذه المنصات أصبحت منبراً حيوياً يستقي منه الشباب قيمهم الوطنية ويتفاعلون من خلاله مع قضايا وطنهم، مما يعزز انتماءهم وولاءهم لثقافتهم وهويتهم المالية.

ومما يسبق يتم ثبوت الفرض السابق بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب.

4-2- الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي ودافع التعرض

جدول رقم (18) يوضح العلاقة بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي ودافع التعرض

متغير الدراسة	معامل الارتباط
استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي	.957**
دافع التعرض	

(**) دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$).

يبرز الجدول (18) علاقة أقوى بمعامل ارتباط (0.957) بين الاستخدام ودوافع التعرض، مما يشير إلى أن الشباب المالي يتجه نحو هذه المنصات بدوافع واضحة ومحددة. وكأن هذه المنصات أصبحت بوصلة توجه الشباب نحو احتياجاتهم المعرفية والاجتماعية والثقافية. هذا الارتباط القوي يكشف عن وعي الشباب المالي باحتياجاتهم وقدرتهم على توظيف منصات التواصل الاجتماعي لتلبية هذه الاحتياجات.

وبذلك يتم قبول الفرض بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي ودافع التعرض.

4-3- الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار السلبية والإيجابية المترتبة على الاستخدام.

جدول رقم (19) يوضح استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي مع الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على الاستخدام

متغير البحث	معامل الارتباط
استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي	.995**
والآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على الاستخدام	

(**) دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.01)$.

يظهر الجدول (19) أقوى علاقة ارتباطية (0.995) بين الاستخدام وآثاره، مما يعكس إدراكاً عميقاً لدى الشباب المالي لتأثيرات هذه المنصات. وكأن هذه النتيجة تجسد صورة واضحة لوعي الشباب بالتأثيرات المزدوجة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يدركون مزاياها وتحدياتها في آن واحد.

وبالتالي يتم ثبوت الفرض السابق بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار السلبية والإيجابية المترتبة على الاستخدام.

4-4- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب المالي لمواقع التواصل الاجتماعي (الطقوسية - النفعية) والمتغيرات الديموغرافية.

جدول رقم (20) يوضح العلاقة بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي مع المتغيرات الديموغرافية

متغير البحث	معامل الارتباط
استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي	.988**
المتغيرات الديموغرافية	

(**) دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.01)$.

يكشف الجدول (20) عن علاقة قوية جداً (0.988) بين الاستخدام والمتغيرات الديموغرافية، مما يشير إلى تأثير العوامل الاجتماعية والديموغرافية في أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. هذه النتيجة تعكس تنوعاً في أنماط الاستخدام يرتبط بتنوع الخصائص الديموغرافية للشباب المالي.

وبذلك يتحقق الفرض السابق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب المالي لمواقع التواصل الاجتماعي (الطوقسية - النفعية) والمتغيرات الديموغرافية.

✓ 5- التعليق على النتائج:

تتجلى في ثنايا هذه الدراسة صورة مشرقة لعلاقة الشباب المالي بمنصات التواصل الاجتماعي، حيث ترسم الأرقام والإحصاءات لوحة متناغمة تعكس عمق التفاعل وقوة التأثير المتبادل بين هذه المنصات وروادها من الشباب. وكأننا أمام نسيج متكامل، خيوطه الذهبية تمتد بين الهوية الوطنية والدوافع الشخصية، وتتشابك مع المتغيرات الاجتماعية لترسم صورة متكاملة لجيل رقمي واعٍ.

5-1- القيم الوطنية في الفضاء الرقمي: تجلٍ للهوية وتعزيز للانتماء في عصر تتلاشى فيه الحدود المكانية، يبرز الفضاء الرقمي كساحة خصبة لتعزيز القيم الوطنية. فالعلاقة القوية التي كشف عنها معامل الارتباط (0.917) تروي قصة شباب يجدون في منصات التواصل الاجتماعي مرآة تعكس هويتهم الوطنية وتصلق انتماءهم. وكأن هذه المنصات أضحت حاضنة رقمية تنمو فيها بذور الوطنية، وتترعرع فيها مشاعر الولاء والانتماء.

5-2- دوافع التعرض: رحلة واعية في عالم افتراضي تكشف العلاقة القوية بين دوافع التعرض واستخدام منصات التواصل الاجتماعي (0.957) عن وعي عميق يحرك الشباب المالي في تعاملهم مع هذه المنصات. وكأنهم يبحثون في هذا الفضاء الافتراضي ببوصلة واضحة المعالم، تقودهم نحو أهدافهم المعرفية والاجتماعية والثقافية. هذه الدوافع الواعية تشكل خارطة طريق تجعل من تفاعلهم مع هذه المنصات رحلة هادفة وليست مجرد إبحار عشوائي في بحر المعلومات المتلاطم.

5-3- الآثار المتعددة: تناغم بين الإيجاب والسلب يرسم معامل الارتباط القوي (0.995) لوحة متكاملة للآثار المترتبة على استخدام منصات التواصل الاجتماعي. وكأننا أمام معزوفة متناغمة، تبرز فيها النغمات الإيجابية مع اللمسات السلبية لتشكيل سيمفونية متكاملة من التأثيرات. هذا الوعي العميق بالآثار المزدوجة يعكس نضجاً في التعامل مع هذه المنصات، حيث يدرك الشباب المالي أنهم يتعاملون مع سلاح ذي حدين.

5-4- المتغيرات الديموغرافية: تنوع في إطار الوحدة تعكس العلاقة القوية (0.988) بين المتغيرات الديموغرافية والاستخدام لوحة فسيفسائية جميلة، تتنوع فيها الألوان والأشكال لكنها تشكل في النهاية صورة متناسقة. هذا التنوع في أنماط الاستخدام، المرتبط بالخصائص الديموغرافية، يثري المشهد الرقمي المالي ويجعله أكثر ثراءً وحيوية.

5-5- نظرة شمولية: تكامل في الأبعاد وعمق في التأثير عندما نتأمل هذه النتائج مجتمعة، نجد أنفسنا أمام مشهد متكامل يعكس عمق العلاقة بين الشباب المالي ومنصات التواصل الاجتماعي. فكأننا أمام لوحة فنية متقنة، كل خط فيها يكمل الآخر، وكل لون يتناغم مع بقية الألوان ليشكل في النهاية صورة متكاملة لجيل رقمي واعٍ، يستثمر التكنولوجيا لتعزيز هويته وتحقيق تطلعاته.

6-6- آفاق مستقبلية وتوصيات تفتح هذه النتائج آفاقاً رحبة للبحث والدراسة، وتدعونا للتعمق في فهم هذه العلاقة المتشابكة. فالحاجة ملحة لدراسات نوعية تغوص في أعماق هذه الظاهرة، وتكشف عن آلياتها وتأثيراتها المختلفة. كما أن المقارنة مع تجارب دول أفريقية أخرى قد تفتح آفاقاً جديدة لفهم خصوصية الحالة المالية وتميزها. وختاماً، تقدم هذه الدراسة صورة مشرقة لجيل رقمي واعٍ، يستثمر التكنولوجيا بذكاء، ويوظفها لخدمة هويته وقيمه. وكأن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت جسراً يربط بين الأصالة والمعاصرة، وبين الهوية الوطنية والانفتاح العالمي، في مشهد يبشر بمستقبل واعد للشباب المالي في العصر الرقمي.

✓ 6- أهم نتائج الدراسة:

1- كشفت الدراسة أن ٩٠٪ من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا وأن موقعي الواتساب والفيسبوك هما الأكثر استخداما لدى طلبة مالي في الجامعات السعودية بنسبة بلغت 28% للواتساب و 17% للفيسبوك.

2- أظهرت الدراسة أن (٤٩٪) من أفراد العينة تقضي ثلاث ساعات فأكثر في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

3- أشارت الدراسة إلى أن 28% من العينة تفضل مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والواتساب) التي اختاروها بسبب تناسب محتوياتها مع رغباتهم.

4- أظهرت نتائج الدراسة أن 78٪ من أفراد العينة بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الأصدقاء، وأن نسبة معرفتهم الواقعية لأصدقائهم 58٪ من العينة.

5- كشفت الدراسة أن أبرز دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة مالي في الجامعات السعودية هي (التواصل) بنسبة 85%، وأن أهم موضوعات اهتمامهم فيها متابعة أخبار دولتهم (جمهورية مالي) بنسبة 88,7%.

6- أوضحت نتائج الدراسة أن من إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (تسهيل التواصل) بنسبة 85% من أفراد العينة، وأن من أكبر سلبياتها (إضاعة الوقت وعدم استخدامها بشكل مفيد) بنسبة 89,7% من عينة الدراسة.

7- أظهرت الدراسة أن درجة إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي من وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة بنسبة ٤٨٪ من العينة.

8- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أثّرت في تعزيز هذه القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي بدرجة متوسطة وهي:

أ/ تعزيز الوعي بقيم الولاء والانتماء إلى الوطن، بنسبة 59,1%

ب/ تعزيز الوعي بأهمية مكافحة الفساد وحماية المال العام وتفعيل أنظمة الرقابة والمحاسبة، بنسبة 52,7%

ج/ التعرف أعلام الوطن ممن لهم دور تاريخي ومعرفي على مر العصور، بنسبة 50,5%

د/ تعزيز قيم الأخوة بين المواطنين والتأكيد على قيم التكافل والتسامح والتعاون بين أفراد المجتمع وتشجيع قبول كل طرف لطرف الآخر، بنسبة 47,3%

٩- أوضحت الدراسة أن 86,6% من العينة يقترح أن يكون أهم قيم الوطنية التي يتمنى الاهتمام بها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي (احترام حقوق الإنسان).

١٠- أظهرت الدراسة أن أبرز المقترحات لتعزيز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي هي تدريب المشرفين على القنوات الرقمية في سبيل تعزيز القيم الوطنية.

6-1- نتائج الفروض:

- 1- أثبت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب.
- 2- ثبت صحة الفرض الثاني والقائل بأنه: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي ودافع التعرض".
- 3- أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شباب جمهورية مالي لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار السلبية والإيجابية المترتبة على الاستخدام.
- 4- أثبت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب المالي لمواقع التواصل الاجتماعي (الطقوسية - النفعية) والمتغيرات الديموغرافية.

✓ 7- توصيات الدراسة:

1. عقد دورات تدريبية وتنشيطية للقائمين والمشرفين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات الرقمية لمعرفة إدارة تلك المواقع والشبكات التواصلية في سبيل تعزيز القيم الوطنية لدى شباب جمهورية مالي وذلك من المختصين في مجال الإعلام الرقمي.
2. تخصيص جهة رقابية تهدف إلى وضع المعايير والضوابط اللازمة لإقامة مقاهي الإنترنت، وأسلوب التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.
3. إعادة النظر في أنظمة مواقع التواصل الاجتماعي والمحتوى الرقمي، بحيث تتضمن معالجة المنشورات في الصفحات وبنيتها فيما يتعلق بالهوية الثقافية، وتعزيز قيم الولاء والانتماء لجمهورية مالي والاعتزاز بدورها الحضاري.

4. توعية الشباب بإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال إضافة مواد التربية الإعلامية في المقررات الدراسية، التي تنمي التفكير الناقد تجاه مضامين هذه الشبكات.
5. تنظيم حملات إعلامية بهدف توعية الشباب على أهمية تعزيز القيم الوطنية في مواقع التواصل الاجتماعي بما يضمن تحصينهم ضد السلوكيات والمعتقدات السلبية تجاه الآخرين.

✓ 8- مقترحات الدراسة:

1. إجراء دراسات أخرى عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية القيم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.
2. دراسة وتقويم البرامج التي تقدمها القنوات الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي في تنمية القيم الوطنية لدى الناشئة وسبل تطورها.
3. دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في المبادرات الصحية وتعزيز الوعي الصحي لدى شباب جمهورية مالي.

✓ المراجع:

أولاً: الكتب

1. ابن منظور، جمال الدين مُجَّد. (2009). لسان العرب (ط. 2). القاهرة: دار المعارف للنشر والتوزيع.
2. الزبون، مُجَّد، وصعيليك، أبو عودة. (2014). الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن. مجلة الأردن للعلوم الاجتماعية.
3. السويدي. (1989). تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية. الدوحة: دار الثقافة.
4. العمران، حمد إبراهيم. (2009). المفاهيم والتطبيقات (ط. 1). الرياض: جمعية المكتبات والمعلومات السعودية.
5. المقدادي، خالد. (2013). ثروة الشبكات الاجتماعية (ط. 1). الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
6. جرار، ليلي. (2012). الفيس بوك والشباب العربي (ط. 1). الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
7. حسن، مكاي، والسيد، ليلي. (1998). الاتصال والنظريات المعاصرة (ط. 1). القاهرة: الدار المصرية.
8. ريان، أحمد. (2001). خدعات الإنترنت (ط. 1). مصر: مكتبة الإسكندرية.
9. صادق، عباس. (2016). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ط. 1). عمان: دار الشرق.
10. طه، أحمد الزيدي، وآخرون. (2013). التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام الإسلامي (ط. 1). الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
11. طهطاوي، سيد أحمد. (2009). القيم التربوية في القصص القرآني (ط. 1). مصر: دار الفكر العربي.
12. عامر، إبراهيم قنديلجي. (2015). البحث العلمي في الصحافة والإعلام (ط. 1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
13. عبد العاطي، حماد رشدي. (2021). المواطنة الرقمية في السياق التربوي. الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع.
14. علي، خليل شقرة. (2016). الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي.
15. لية، علي. (2007). المجتمع المدني: قضايا المواطنة وحقوق الإنسان (ط. 1). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
16. مُجَّد، سليمان الصبحي. (2017). المدخل النظري في الدراسات الإعلامية (ط. 1). الرياض: فهرس مكتبة الملك فهد الوطنية.

17. محمود، إسماعيل. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (ط. 1). القاهرة: دار العالمية للنشر والتوزيع.
18. مصطفى، إبراهيم، والزيات، أحمد، وعبد القادر، حامد. (2004). المعجم الوسيط (مج. 2). الإسكندرية: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة للنشر.
19. هشام، المكّي. (2013). صورة التضامن الاجتماعي في الإعلام الوطني: دراسة تحليلية وميدانية (ط. 1). طنجة، المغرب: مركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية بوجدة، دار النشر ومضة.
20. ولاء، محمد الطاهر. (2020). علوم الإعلام والاتصال من الشفعية إلى التفاعلية (ط. 1). المملكة العربية السعودية: مكتبة الرشد.

ثانياً: المجلات والدوريات العلمية

1. أحمد، علي الدروي. (2018). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية. المجلة العربية للنشر العلمي، (1).
2. بخي، إبراهيم. (2005). صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء. ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر.
3. الراوي، بشرى جميل، (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، (18).
4. البيطار، سونيا سليم. (2019). أثر استخدام الواتساب على العلاقات الاجتماعية: نموذج مدينة طرابلس لبنان. الملتقى الدولي المحكم: الخصوصية في مجلة المعلوماتية، مركز جيل البحث العلمي، سلسلة كتاب أعمال المؤتمرات.
5. حمود، محسن قاسم، وآخرون. (2020). تصور مقترح لدور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية القيم الوطنية لدى الشباب اليمني من وجهة نظر القيادات التربوية. مجلة الآداب، (2).
6. ربابعة، أحمد حسن، وآخرون. (2018). دور الإعلام في تعزيز القيم الوطنية: رؤية إستراتيجية في ضوء التصور الإسلامي. مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك، 3(45).
7. الزبون، محمد، وصعيليك، أبو عودة. (2014). الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن. مجلة الأردن للعلوم الاجتماعية، (2).
8. الشراوي، موسى. (2005). وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة: دراسة ميدانية. مجلة دراسات في التعليم الجامعي، الجامعة الأردنية (9).
9. الطريفي، مهدي عبد الله. (2017). استراتيجيات تعزيز قيم الانتماء الوطني لدى المهاجرين السودانيين: دراسة حالة الأسر السودانية بالمملكة العربية السعودية والمملكة المتحدة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (1).
10. الطيار، فهد بن علي. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة: توتر نموذجاً دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 6(31).

ثالثاً: رسائل الماجستير والدكتوراه والأبحاث المنشورة

1. أبو صلاح، صلاح. (2014). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
2. أبو زيد، عابدة علي. (2016). استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

3. أحمد، حسن. (2021). استخدامات طلاب المنح لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة.
4. الباز، راشد بن سعد. (2005). أزمة الشباب الخليجي واستراتيجيات المواجهة (بحث منشور). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث.
5. العبهري، فائق عبد الفتاح محمد. (2011). دور الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونيسيف (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن.
6. العنزي، صالح. (2007). إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
7. الفرعان، محمد سليمان. (2010). الصحافة اليومية الأردنية ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع 2009-2010 صحيفتنا الرأي والغد نموذجا: تحليل المضمون (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الأردنية، عمان.
8. القحطاني، عبد الله. (2010). قيم المواطنة لدى الشباب وإسهاماتها في تعزيز الأمن الوقائي (بحث منشور). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث.
9. بابوغو، يوسف. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المواطنة الرقمية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة.
10. ريان، عايد. (2022). تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهقين (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قلمة، الجزائر.
11. رياض، منى حمدي سعد. (2017). اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شؤون الجريمة وعلاقتها بإدراكهم (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الأردنية، عمان.
12. صفرار، عبد الله. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، سلطنة عمان.
13. صوكو، سهام. (2019). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة منتوري، الجزائر.
14. الغريب، إسماعيل. (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات (بحث منشور). كلية التربية، جامعة المنصورة، مصر.
15. كوني، عبد الله. (2021). تأثير مشاهدة التلفاز على القيم الاجتماعية في المجتمع الإفريقي: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة.
16. مركز المختص للاستشارات. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب: توير نموذجا. المملكة العربية السعودية.
17. هيشر، رسول مراد. (2020). أثر استخدام الفيسبوك في العلاقات الاجتماعية للشباب في إقليم كردستان العراق. مجلة قلبي زانت العلمية، الجامعة اللبنانية الفرنسية، أربيل.

رابعاً: المراجع الأجنبية (Foreign References)

1. Bellamy, A., & Hanewicz, C. (2001). An exploratory analysis of the social nature of internet addiction. *Electronic Journal of Sociology*, 5(1).
2. Karbinsiki, A. (2010). *Facebook and the technology revolution*. New York, NY: Spectrum Publications.

خامسًا: المواقع الإلكترونية

1. شبكة الألوكة. (د.ت). تم الاسترجاع من <https://www.alukah.net>
2. مدونة مها سقا الله. (د.ت). تم الاسترجاع من <https://mahasaqallah.blogspot.com>
3. موضوع. (د.ت). تم الاسترجاع من <https://mawdoo3.com>
4. صحيفة الرياض. (د.ت). تم الاسترجاع من <https://www.alriyadh.com>
5. GEMS Education. (n.d.). Retrieved from <https://media.Gemseducation.com>