

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية دارسة ميدانية على المرأة في مدينة الدار البيضاء

أ. نجاح الحريص(*)

أ.د. سلوى درويش(**) د. علياء الحسين(***) د. مروة تهامي(****)

• ملخص:

جاءت هذه الدراسة بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية، دراسة ميدانية على المرأة في مدينة الدار البيضاء، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المرأة المغربية، والتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل تصوراتها، ثم معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية لدى المرأة بالدار البيضاء بشكل خاص، وأيضاً معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المرأة باختلاف العمر والمهنة والحالة الاجتماعية بمدينة الدار البيضاء، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث أنه المنهج المناسب لوصف الظاهرة، والتي عبارة عن المقابلات والملاحظات وتطبيق استبانة على عينة البحث، وقد تم تطبيق إجراءات هذه الدراسة على عيّنتين، تتكون العينة الأولى من 200 سيدة ممن تتراوح أعمارهن بين أقل من 20 سنة حتى عمر 60 سنة، والعينة الثانية مكونة من عدد 20 سيدة تتراوح أعمارهن ما بين 20 إلى 40 عام، ممن يترددن على السفارة المغربية بدولة الكويت. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج هامة، هي: توجد علاقة طردية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء سلباً وإيجاباً، كما توجد علاقة طردية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء باختلاف المتغيرات الديموغرافية "السن، الوظيفة، الحالة الاجتماعية"، كما تبين من خلال البحث الميداني أن هناك قيم قد تلاشت وهي القيم الأسرية وأن هناك قيم أخرى ظهرت مثل القيم الجمالية والاستهلاكية، كما أن هناك قيم ثبتت مثل القيم الدينية والقيم الإنسانية، كما أوصت الدراسة بعدة توصيات، أهمها: ضرورة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية، ونشر الوعي لدى المرأة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وإرشادهن للاستخدام الأمثل لها، وضرورة عمل دورات تدريبية للمرأة بهدف تطوير مهارتهن في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، القيم المجتمعية، المرأة، المغرب

(*) باحث دكتوراه بقسم الأنثروبولوجيا بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

(**) أستاذ الأنثروبولوجيا بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

(***) أستاذ الأنثروبولوجيا المساعد بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

(****) أستاذ الأنثروبولوجيا المساعد بكلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة

The Impact of Social Networks on Community Values study on women in Casablanca

Nagaah Alharis

Prof. Dr. Salwa Darwish

Dr. Aliaa Al-Hussein

Dr. Marwa Tohamy

• Abstract

This study was titled The Impact of Social Networks on Community Values study on women in Casablanca, where the study aimed to identify Moroccan women's social media usage habits and recognize the role of social media networks in shaping their perceptions, Then know the impact of social networks on women's societal values in Casablanca in particular and also to know the impact of social networks on women of different ages, occupations and social status in Casablanca, The analytical descriptive curriculum was used in this study, as it is the appropriate approach to describe the phenomenon, Which are interviews and observations and applying a questionnaire to the search sample The first sample consists of 200 women between the ages of less than 20 and the age of 60, the second sample consisted of 20 women aged between 20 and 40 years ,who are usually visiting the Moroccan embassy in Kuwait.

The research has yielded important results: there is a correlation between the negative and positive use of social networks and women's social values in Casablanca, as well as a correlation between the use of social networks and women's social values in Casablanca and different demographic variables. "Age, employment, marital status", as demonstrated by field research, values have vanished, namely family values, and other values have emerged, such as aesthetic and consumerist values. Values such as religious and human values have been established. The study also recommended several recommendations, the most important of which are: The need to use social media networks to develop social responsibility, to raise women's awareness about the role of social media networks and to guide them to make optimal use of them, and to conduct training courses for women in order to develop their skills in using social media networks.

Keywords: Social networks, community values, Morocco



• مقدمة:

يلعب الانترنت دور مهم في حياتنا اليومية، وأصبح لوسائل التواصل الاجتماعي دور رئيسي بها، فلقد حازت على اهتمام الكثير من المجتمعات فهي عبارة عن مواقع اجتماعية يتواصل ويتفاعل الأفراد من خلالها كذلك يتناقلون الخبرات عن طريقها، ومع التطور التكنولوجي أصبحت تلك الوسائل أسرع في الانتشار وأرخص بالتكلفة من وسائل الاعلام التقليدية الأخرى، فعن طريق الأجهزة اللوحية التي يحملها غالبية افراد المجتمع سهلت عليهم مشاهدته ما يهتم به في أي وقت واي مكان.

ومع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي من تويتر وفيسبوك ويوتيوب وغيرها، أصبحت تلك المواقع منصات اساسية تعرض كل ما هو مختلف وجديد، مما اتاحت الفرصة للاطلاع على الثقافات المختلفة للمجتمعات من عادات وتقاليده وقيم موروثه.

وقد اشارت الاحصائيات والدراسات التي تناولت ادوات ووسائل الاتصال التكنو لوجبه الذكية عبر الانترنت مثل الفيسبوك والتويتير والواتس اب والبريد الإلكتروني والتصفح عبر الشبكة والقوائم البريدية والمحادثات الى ان هناك نموا هائلا على مستوى العالم عموماً، وعلى مستوى الدول العربية ومن ضمنها المغرب العربي.

وتزخر المغرب بتراث ثقافي غني ومتنوع، فهي تتحدر من امتزاج عده روافد منها الأفريقي، الأمازيغي الصحراوي، العربي والأندلسي.

ونظرا لما تتضمنه المغرب من قيم وعادات متوارثه من الاجيال السابقة والتي تعبر عن هويتهم ونظراً لأهمية القيم الاجتماعية في تشكيل السلوك الإنساني الذي يتحقق به معنى الوجود البشري، فالقيم ضرورية ولازمه للفرد والمجتمع معا، فهي ضرورية للفرد في تعامله مع غيره من الافراد والمواقف التي يواجهها في حياته اليومية⁽¹⁾.

ويرى كثير من الدارسين والباحثين ان مظاهر الاضطراب في المجتمعات المعاصرة يمكن ان تعزى الى غياب الالتزام بنسق قيمية يحدد سلوك الافراد وتوجهاتهم.

(1) رحاب عصام حسني محمد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي، رسالة دكتوراه - الدراسات الافريقية العليا - جامعة القاهرة - مصر، 2021، ص401.

أولاً: إشكالية الدراسة:

تعددت الدراسات العلمية التي تهتم بظاهرة استخدام الأنترنت وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة بعد انتشارها الكبير وزيادة عدد مستخدميها، حيث تحاول الدراسات العلمية المختلفة البحث في اليات وطرق تأثير ثقافة شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد، ففي دراسة لـ"كيمبرلي يونج" اظهرت أن 57 % من مستخدمي الأنترنت في العالم في عداد المدمنين الاجتماعيين، حيث تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على إعادة تشكيل قيم مستخدميها، وهو ما أكدته أيضا دراسة "الساري، 2009" والتي ترى أن الأنترنت ساهم في إحداث تغير ملموس في طبيعة التواصل الأسري والاجتماعي، كما ان الاستخدام المفرط للأنترنت كانت له آثار سلبية تمثلت في ظهور العديد من الآثار لدى الشباب والتي انعكست سلبا على علاقاتهم الأسرية والعائلية والزوجية، كما ساهمت في تشويه هويتهم الاجتماعية، واتفقت معها دراسة "دكاني، 2015" التي طبقت على الشباب الجزائري، وكذلك دراسة "الزبون وأبو ملح، 2019" والتي أشارت إلى تأثير القيم الأخلاقية بشدة لدى طلاب وطالبات الجامعة في فلسطين بسبب استخدامهم المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي حيث أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الاجتماعية لكل من الشباب الذكور والإناث على السواء. فقد اتفقت الكتابات العلمية على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مستخدميها بصورة ملحوظة، وانطلاقا مما سبق تحاول هذه الدراسة الإجابة على تساؤل رئيسي مؤداه "كيف تلعب وسائل التواصل الاجتماعي" الإنستغرام- التيك توك- الفيس بوك "دورا جوهريا في التأثير على القيم المجتمعية للمرأة المغربية؟

وذلك من خلال معرفة الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في ظل انتشارها والإقبال الشديد عليها من قبل المرأة المغربية في إعادة تشكيل وتغير بعض القيم الاجتماعية لدى هذه الفئة وتدعيم بعضها، حيث معرفة مدى تأثيرها على القيم الاجتماعية المتمثلة في القيم الدينية - الجمالية - القيم الاقتصادية - القيم الأسرية، وذلك كون وسائل التواصل الاجتماعي أداة تفاعلية للمرأة، حيث لم تعد المرأة مستقبلا فقط، بل هي فرد فاعل ومشارك في العملية التواصلية.



ثانياً: أهمية الدراسة:

1. الأهمية النظرية:

أ) التعرف على إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية للمرأة المغربية.

ب) إثراء المكتبات العربية بالدراسات في مجال وسائل الإعلام الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين الشباب.

2. الأهمية التطبيقية:

تحاول هذه الدراسة تقديم تصور اجتماعي حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية مما يسهم في توفير مادة ميدانية تساعد الجهات المعنية أو صانعي القرار في إنشاء برامج توجيهية للمرأة تحد من التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تتبنى الدراسة الحالية مجموعة من الأهداف موضحة فيما يلي:

1. معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية لدى المرأة بالدار البيضاء؟
2. معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المرأة باختلاف العمر - المهنة - الحالة الاجتماعية بمدينة الدار البيضاء؟

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

1. ما تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية لدى المرأة بالدار البيضاء؟
2. كيف يختلف تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المرأة باختلاف العمر - المهنة - الحالة الاجتماعية بمدينة الدار البيضاء؟

خامساً: فرضيات الدراسة:

- 1) الفرض الأول: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء.
- 2) الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء باختلاف المتغيرات الديموغرافية (السن - الوظيفة - الحالة الاجتماعية).

سادساً: مفاهيم الدراسة:

1. شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- التواصل لغوياً:

يعرف الوصل في اللغة العربية على أنه: الرسالة ترسل الى صاحب، فنجد وصل يصل وصلاً وصله، ووصل الشيء بالشيء أي لازمه وجمعه، وأوصل فلانا إلى كذا أي أنماه اليه، كما تستخدم اتصل بالشيء بمعنى التام به واليه، ومن هذه التعريفات نجد أن التواصل في معناه اللغوي يدل على الاقتران والإبلاغ والاتصال وكذا الإعلام.

ب- التواصل اصطلاحاً:

يعرف التواصل إصلاً على أنه علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات سلطة، فهو العملية التي يتفاعل بها المرسل والمستقبل لرسالة معينة في سياق اجتماعي معين، وعبر وسيط معين بهدف تحقيق غاية أو هدف محدد، ويعرف أيضاً على انه علاقة متبادلة بين طرفين تؤدي إلى التفاعل بينهما، كما أنها تشير أيضاً إلى علاقة متبادلة بين الطرفين تتضمن جواباً صريحاً أو ضمناً عما تتحدث عنه، ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال بها.

ويستمد مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي من الأصل اللغوي وصل، وقد تعددت التعريفات التي تناولت مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي، فقد عرفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الأنترنت عندما يدخل عدد كاف من الأفراد في مناقشات



عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني⁽¹⁾.

وعرفها ابو زيد (2012، 25)، بأنها مجتمعات الكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها دعم التواصل بين اعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدائة والمراسلة والمحادثة الفورية وانشاء مجموعات مشتركة وصفحات للأفراد والمؤسسات، ومشاركه الوسائط مع الاخرين كالصور والفيديوهات والبرمجيات⁽²⁾.

وقد عرفها (السونوبويد) بانها مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمح من حياتهم العامة واثاحه الفرصة للاتصال بقائمه المسجلين، والتعبير عن وجهه نظر الافراد او المجموعات من خلال عمليه الاتصال. وتختلف طبيعة الاتصال من موقع لأخر⁽³⁾.

عرفت أيضا بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح المشارك فيها بإنشاء حساب خاص به، وربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين، كذلك هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت⁽⁴⁾.

(1) هشام بوخاري، وسامي على مهني (2020): استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها: دراسة نظرية، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الاعاقة، الجزائر، مجلد (2)، العدد (4)، ص274.

(2) عبد الرحمن أحمد الأحمد، شبكات التواصل الاجتماعي والعنف والتطرف لدى الشباب، 2021، الطبعة الأولى، المكتبة الوطنية، الكويت، ص25.

(3) طلحة فدعق، ود. مشعان العتيبي، ود. خيرية هوساوي: النشاط التطوعي للمرأة السعودية في الاحتساب عبر شبكات التواصل الاجتماعي (دراسة استطلاعية)، مجلة جامعة طيبة للأدب والعلوم الإنسانية - المجلد (7)، العدد (15)، المملكة العربية السعودية، لسنة 1440هـ، ص581.

(4) رجاب عصام حسني، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي، كلية الدراسات الأفريقية العليا، جامعة القاهرة، مصر، ص3.

وقد عرفت أيضا على أنها مواقع التواصل الاجتماعي أو السوشيال ميديا على كل ما يمكن استخدامه في النقاء وتفاعل وتوال الأفراد والجماعات على شبكة الانترنت، ويشير إلى أنواع محددة من مواقع التواصل الاجتماعي يطلق عليها الميديا، وهي تمثل أحد الفضاءات الاجتماعية ومنها مواقع الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والتويتر واليوتيوب والإنستغرام والتي تتيح بناء وتشكيل شبكة من العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الآخرين بغض النظر عن العامل المكاني والزمني⁽¹⁾.

ج- التعريف الإجرائي لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

شبكات التواصل الاجتماعي هي منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، يمكنه من تحقيق أشكال الاتصال المختلفة (السمعية والبصرية) ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

2. مفهوم القيم المجتمعية:

أ- المفهوم اللغوي للقيم المجتمعية:

تعرف القيمة لغويا على أنها قيمة الشيء، هي قدره، وقيمه المتاع هي ثمنه، وقيل مال فلان قيمه أي ماله ثبات ودوام على الامر فهي تشتق من القيام وهي نقيض الجلوس، كما يعرف القيم على أنه، العزم ومنه قوله تعالى "ذلك الدين القيم...." أي الذي لا زيغ فيه ولا ميل عن الحق⁽²⁾.

ب- المفهوم الاصطلاحي للقيم المجتمعية:

فتعرف القيمة اصطلاحا على أنها "مجموعة الأحكام المعيارية المرتبطة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال انفعاله مع الخبرات والمواقف المختلفة، ويشترط أن

⁽¹⁾ مروة محمد تهامي، السوشيال ميديا والتمايز الاجتماعي، الطعام نموذجا - دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا، مجلة كلية الأدب - جامعة الفيوم (الإنسانيات والعلوم الاجتماعية)، مصر، يناير 2022، ص3463.

⁽²⁾ بوعطيط سفيان (2011 - 2012): القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية والرطوفونيا، الجزائر.



تتال هذه الأحكام قبولاً من جماعة اجتماعيه معينه حتى تتجسد في سياقات الفرد السلوكية أو اتجاهاته واهتماماته.

كما تعرف على أنها "مجموعة من الأحكام والمعايير، تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع الخبرات والمواقف الفردية والاجتماعية المختلفة، بحيث تمكنه من اختيار توجهياته وأهدافه، وتوظيف إمكانياته، وتتجسد خلال الاتجاهات والاهتمامات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة"⁽¹⁾.

ج- التعريف الإجرائي لمفهوم القيم الاجتماعية فهي:

مجموعة المثل والمعايير الاجتماعية المرتبطة بعلاقة الفرد بالآخرين في المجتمع والمستمدة من النسق الجمعي، وهي متنوعة كالتسامح، التعاون، احترام الآخرين في المجتمع، تقدير الذات.

سابعاً: نظرية الدراسة:

تعد النظرية نسقاً من الافتراضات المنظمة المستمدة من الملاحظة، حيث توجه النظرية البحث الإمبريقي، وتساهم في تحديد المشكلة وكيفية معالجتها حيث تقدم إطار يمكن الباحث من تحليل البيانات وتفسيرها، تتبنى الدراسة مفاهيم ومضامين نظرية التفاعلية الرمزية، حيث توفر هذه النظرية حقلاً دلالياً مهماً ومفيداً لدراسة وتوظيف الوسائط الاتصالية الجديدة (الإنترنت) بصفقتها ممارسة تفاعلية تواصلية تحتوي على كافة عناصر التواصل، على اعتبار أن التفاعلية الرمزية أعطت اهتماماً كبيراً لعملية الاتصال والتواصل والتفاعل بين الأفراد في المجتمع كما ركزت على أهمية الدور الذي تلعبه عملية الاتصال والتفاعل الاجتماعي في بناء الفرد لذاته معتبرة أن شخصية الفرد ليست سوى نتاج لعملية اتصاله بالآخرين وتفاعله معهم في المواقف الاجتماعية المتعددة والمختلفة⁽²⁾.

⁽¹⁾ بدر رفعت دويكات (2016). القيم التربوية لدى طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الفلسطينية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة البحرين، (17) 2، 145-172، ص155.
⁽²⁾ فاطمة الزهراء كشرود: والعربي بوعمامة، (2021م)، نظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الحتمية القيمية حدود الانتقاء ونقاط الالتقاء، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، العدد (24)، ص160.

فهي اتجاه يصور الاحتمالات التي تواجه عملية التفاعل بين الأفراد وبوجه خاص فيما يخص تكوين الذات، فالتفاعل الإنساني يشير إلى عملية إيجابية متميزة، من خلالها يقوم المشاركون بتحديد وتشكيل اتجاهات سلوكهم وفقا لتفسيرات دائمة لتأويل الاتصالات التي يقوم بها الآخرون، وتتشكل في ضوء هذه العملية استجاباتهم لأفعال الآخرين، ويعيدون تنظيم رغباتهم ومقاصدهم ومشاعرهم واتجاهاتهم بهدف التكيف والتوافق مع موقف التفاعل⁽¹⁾.

فقد اهتمت التفاعلية الرمزية بالديناميات الاجتماعية لتفاعل الأفراد وركزت على المفاهيم والمعاني التي من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، وأن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتشكل أيضا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين معنا، لذلك تعد التفاعلية الرمزية من الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه الوسائل تمثل معان ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات إلكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين، إذ تساعد عملية التفسير التي تحدث نتيجة التفاعل الاجتماعي في بناء، وإعادة بناء المعنى، والفهم والتفسيرات المشتركة للمعنى تؤثر على التفاعل بين الأفراد، فيرتكزون في تصرفاتهم على الفهم المشترك للمعنى ضمن سياقهم الاجتماعي، ويؤطر السلوك والتفاعل من خلال المعنى المشترك الذي يرتبطون به مع الأهداف والمفاهيم نتيجة لذلك يعيش الأفراد في بيئات طبيعية ورمزية وهي مرتبطة ارتباطا وثيقا ببعضها. كما تعكس التفاعل المتبادل بين الفرد والمجتمع، وبين السلوك الخارجي والذات الاجتماعية⁽²⁾.

(1) مصلح الصالح، (1999)، الشامل قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، ص543.

(2) طاهر حسو الزبياري: النظرية السوسيولوجية المعاصرة، دار البيروني للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2016.



والجدير بالذكر أن التفاعلية الرمزية تعد وجها من أوجه سوسولوجيا الفهم، إذ ركزت على دراسة قضايا ومشكلات معقدة تتمثل في دراسة السلوك والتفاعل الاجتماعي والمواقف الاجتماعية، والوحدات الصغرى "الأفراد"، والوحدات الكبرى "المجتمعات" والمواقف والانفعالات، وغير ذلك من قضايا المجتمعات، وقضايا الاتصال بعقول الآخرين وتفاعلاتهم وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة، فالحياة الاجتماعية يمكن فهمها واستيعابها واستيعاب مظاهرها الحقيقية من خلال النظر إلى التفاعلات التي تحدث بين الأفراد⁽¹⁾.

ويمكن القول من خلال ما سبق أن التفاعل الرمزي يتمثل في بعدين أساسيين وهما:

- أن الذات لا تنمو وتتطور إلا بالتفاعل الاجتماعي مع الأفراد الآخرين.

التفاعل الاجتماعي يكون المعنى الذي بدوره ينشأ من الرموز التي هي خاصية مميزة للجماعات البشرية دون غيرها من الكائنات الحية، فالرمز الدال يثير في نفس الفرد نفس ردة الفعل الذي يثيرها في الآخرين، مما يؤدي إلى توسع المعنى وهو الأساس الذي من خلاله نستطيع من خلاله أن نفهم المجتمعات، ونحكم على مدى تطور ذلك الفرد والمجتمع، وكلما تغيرت وتطورت وتوسعت تلك المعاني تدور نظرية التفاعلية الرمزية حول ثلاثة أبعاد رئيسية، وهي التي تشكل جوهر هذه النظرية:

البعد الأول: المعاني: وهي معاني الموضوعات التي يتكون منها العالم الذي نعيش فيه، سواء أكانت اجتماعية، أم نفسية، أم طبيعية، أم تجريدية.

البعد الثاني: الفعل الاجتماعي: وتتحدد هذه الأفعال الاجتماعية من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل التأويلات وتقدير المواقف التي تواجه الأفراد وعلى أساس أن الفعل الاجتماعي يتضمن الذات والدول الذي يشغله الفرد.

البعد الثالث: التفاعل الاجتماعي: فالتفاعل الاجتماعي هو أساس ديناميكية المجتمعات، وتوقعات الدور المحدد في تنظيم المجتمع هو محور هذا التفاعل⁽²⁾.

(1) رضا بن تامي، ونوال عبدالله قادة (2017): نظريات في خدمة العلوم الاجتماعية قراءة في دور

نظرية التفاعل الرمزية، مجلة منيرفا، الجزائر، 1(4)، ص ص 187 - 197.

(2) خالد حامد، مدخل إلى عالم الاجتماعي، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

وسوف تستعين الدراسة الراهنة بالنظرية التفاعلية الرمزية لتفسير تأثير التفاعل الاجتماعي بين الأفراد في داخل المجتمع الافتراضي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق تبادل الصور والفيديوهات والرموز التعبيرية التي تعبر عن أفكارهم وهواياتهم المشتركة بينهم كما تغير سلوك وأفكار الأفراد المشاركين.

ثامناً: منهجية الدراسة:

يتناول هذا البحث إيضاحاً لمنهج الدراسة المتبع، وكذلك تحديد مجتمع وعينة الدراسة، ووصف خصائص أفراد عينة الدراسة، ثم عرضاً لكيفية بناء أداة الدراسة والتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، وأساليب المعالجة الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات الإحصائية.

أ- منهج الدراسة:

[1] منهج الدراسة: الوصفي التحليلي.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS)، وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية التالية:

1. التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

2. معامل ارتباط بيرسون (Pearson correlation) لحساب صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة و لأيجاد العلاقة بين المتغيرات .

3. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لحساب معامل ثبات المحاور المختلفة لأداة الدراسة.



4. **المتوسط الحسابي** "Mean" وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسطات العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

5. **الانحراف المعياري** "Standard Deviation" وذلك للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي. ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

6. **اختبار أنوفا** "One Way Anova" لأيجاد الفروق بين المتغيرات لأكثر من مجموعة.

7. **اختبار ت** "T Test" لأيجاد الفروق بين مجموعتين مستقلتين أو مترابطتين .

[2] مجالات الدراسة:

أ- **المجال المكاني**: تم تطبيق هذه الدراسة في المغرب بمدينة الدار البيضاء، وهناك دليل العمل الميداني والذي طبق في السفارة المغربية لدولة الكويت.

ب- **المجال الزمني**: تم تطبيق هذه الدراسة في الفترة الزمنية من فبراير 2020 حتى ديسمبر 2020، أما تطبيق العمل الميداني كان في أغسطس 2021.

ج- **المجال البشري**: تم تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية مكونة من عدد (200) سيدة ممن تتراوح أعمارهن فيما بين 20 سنة حتى 60 سنة، وقد تم تطبيق دليل العمل الميداني على عينة عشوائية مكونة من 20 سيدة.

1- السن:

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	البيان	
16.0	32	أقل من 20	السن
34.0	68	من 20 - 30	
31.0	62	من 30 - 40	
12.0	24	من 40 - 50	
7.0	14	من 50 - 60	
100.0	200	الإجمالي	

2- الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرارات	البيان	
22.0	44	غير متزوجة	الحالة الاجتماعية
59.0	118	متزوجة	
11.0	22	أرملة	
8.0	16	مطلقة	
100.0	200	الإجمالي	

3- الوظيفة:

جدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوظيفة

النسبة المئوية	التكرارات	البيان	
31.5	63	موظفة	الوظيفة
68.5	137	ربة منزل	
100.0	200	الإجمالي	



نتائج الدراسة:

4- شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا بالنسبة للعينة:

جدول رقم (4)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا بالنسبة للعينة

النسبة المئوية	التكرارات	البيان	
50.5	101	الفيس بوك	شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا بالنسبة لعينة الدراسة
31.0	62	واتس آب	
18.5	37	تويتر	
100.0	200	الإجمالي	

يوضح الجدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا بالنسبة للمبحوثة، ويتضح أن هناك (101) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (50.5%) يستخدمون الفيسبوك في حين أن هناك (62) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (31%) يستخدمون الواتس آب، وأيضاً (37) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (18.5%) يستخدمون تويتر.

5- النتائج المتعلقة بالوقت المفضل للاستخدام:

جدول رقم (5)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوقت المفضل للاستخدام

النسبة المئوية	التكرارات	البيان	
12.0	24	من ساعة _ اقل من ساعتين	الوقت المفضل للاستخدام
25.0	50	من ساعتين _ اقل من (4) ساعات	
14.5	29	من (4) ساعات _ اقل من (6) ساعات	
21.5	43	من (6) ساعات _ اقل من (8) ساعات	
27.0	54	من 8 ساعات فأكثر	
100.0	200	الإجمالي	

يوضح الجدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوقت المفضل للاستخدام، ويتضح أن هناك (54) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (21.5%) تتراوح ساعات الاستخدام من 8 ساعات فأكثر في حين أن هناك (50) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (25.1%) تتراوح ساعات الاستخدام من ساعتين _ اقل من (4) ساعات أيضاً يوجد (43) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (21.5%) تتراوح ساعات الاستخدام من (6) ساعات _ اقل من (8) ساعات كما أن هناك (29) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (14.5%) تتراوح ساعات الاستخدام من (4) ساعات _ اقل من (6) ساعات و أخيراً (24) من أفراد عينة الدراسة بنسبة (12%) تتراوح ساعات الاستخدام من ساعة _ اقل من ساعتين.

الخلاصة والاستنتاجات:

1- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء.

تم تطبيق الدراسة الميدانية واتفقت مع الفرض الأول في أن هناك علاقة طردية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية، حيث أثناء النزول إلى ميدان البحث ومجتمع الدراسة لمقابلة لأفراد عينة البحث بغرض استكمال إجراءات البحث، تم تقديم استمارات استبيان لاستطلاع آرائهن، ومن خلال الملاحظة، أكدت معظم أفراد العينة أن هناك علاقة طردية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية.

حيث أبدت معظم أفراد عينة البحث أن هناك تأثيراً كبيراً لشبكات التواصل الاجتماعي على قيم عديدة لدى المرأة في المجتمع المغربي، والتي من أهمها القيم الأسرية وضعف الروابط وغياب الحوار بين أفراد الأسرة الواحدة، بالإضافة إلى صعوبة السيطرة والتحكم في كل ما يتلقاه الأبناء من الأفكار المتباينة من خلال مشاركتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، كما أظهرت العديد من عينات البحث ميلاً نحو الاطلاع على الثقافات الأخرى والخروج للرحلات وأيضاً صعود القيم الجمالية والاستهلاكية لدى



المرأة المغربية عن طريق اهتمامها بالقوة الشرائية عن طريق وسائل التواصل، كما ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي المرأة المغربية على المشاركة في الأحداث السياسية.

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء.

للتعرف على العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون، وذلك كما يتضح من خلال الجدول التالي :

جدول رقم (6) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية

العلاقة بين الأبعاد		الأبعاد	
0.572**	معامل الارتباط	القيم المجتمعية	مواقع التواصل الاجتماعي
0.00	الدلالة		
200	العدد		

** دال عند مستوى (0.01)

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن هناك علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.572) .

2- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء باختلاف المتغيرات الديموغرافية "السن، الوظيفة، الحالة الاجتماعية".

اتفقت الدراسة الميدانية مع الفرض الثاني في وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية باختلاف المتغيرات الديموغرافية كالسن والوظيفة والحالة الاجتماعية، حيث بينت الدراسة الميدانية أثناء

النزول إلى ميدان البحث ومجتمع الدراسة لمقابلة أفراد عينة البحث بغرض استكمال إجراءات البحث، تم تقديم استمارات استبيان لاستطلاع آرائهن، ومن خلال الملاحظة، أكدت معظم أفراد العينة أن هناك علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية باختلاف المتغيرات الديمغرافية كالسن والوظيفة والحالة الاجتماعية.

فبالنسبة للعامل الأول (السن)، أشارت معظم عينة أفراد البحث من هم في عمر (20-40) أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع إيجابية ساعدتهم على الدراسة والاطلاع والبحث عن المراجع بالنسبة لطالبات الجامعة، والبحث عن فرص العمل المختلفة، والاهتمام بالنواحي الجمالية والتعرف على مستجدات الموضة العالمية، والنواحي التثقيفية من خلال التصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، كما أشارت أفراد عينة البحث من هم في عمر (40-60) أن مشاركة مواقع التواصل الاجتماعي قد أضعفت الروابط بين أفراد الأسرة الواحدة، حيث ضعفت سيطرة الأم على أبنائها وصعوبة فهم تطلعاتهم بالنظر إلى التباين الكبير في المواقع التي يترددون عليها.

وبالنسبة للعامل الثاني (الوظيفة)، فقط أشارت معظم أفراد عينة البحث بأنهن يستهلكن معظم ساعات العمل في التصفح عبر المواقع الإلكترونية المختلفة، مما يؤثر على أدائهن الوظيفي، بينما أشارت قلة من أفراد العينة أن مواقع التواصل لا تؤثر على الأداء الوظيفي لديهن.

وبالنسبة للعامل الثالث (الحالة الاجتماعية) فقد أشارت معظم أفراد عينة البحث من المتزوجات انخفاض معدلات ترددهم على مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لغيرهن من غير المتزوجات.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية لدى المرأة بمدينة الدار البيضاء باختلاف المتغيرات الديموغرافية " السن، الوظيفة، الحالة الاجتماعية".



أولاً : بالنسبة الى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

1. ايجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف السن:

لأيجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف السن تم استخدام اختبار التباين أنوفا و كانت النتائج كالآتي:

جدول رقم (7) نتائج اختبار أنوفا لأيجاد الفروق في استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف السن

دلالة ف		قيمة ف	الأنحراف المعياري	المتوسط	العدد	السن
دال	0.035	3.921	7.311	62.031	32	أقل من 20
			8.996	60.559	68	من 20 - 30
			8.925	59.290	62	من 30 - 40
			10.980	59.708	24	من 40 - 50
			16.099	57.571	14	من 50 - 60
			9.602	60.090	200	الأجمالي

نستخلص من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة أحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف السن حيث أن قيمة "ف" بلغت 3.921 بمستوى دلالة 0.035 لصالح الفئة أقل من 20 سنة والحاصلة على أكبر قيمة متوسط (62.031) و انحراف معياري (7.311).

2. إيجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الحالة الاجتماعية

لإيجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الحالة الاجتماعية تم استخدام اختبار التباين أنوفا وكانت النتائج كالآتي:

جدول رقم (8) نتائج اختبار أنوفا لأيجاد الفروق في استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الحالة الاجتماعية

دلالة ف		قيمة ف	الأحرف المعياري	المتوسط	العدد	الحالة الاجتماعية
دال	0.013	4.694	10.314	59.000	44	غير متزوجة
			8.328	60.754	118	متزوجة
			14.487	58.182	22	أرملة
			8.408	60.813	16	مطلقة
			9.602	60.090	200	الأجمالي

نستخلص من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة أحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الحالة الاجتماعية حيث أن قيمة "ف" بلغت 4.694 بمستوى دلالة 0.013 لصالح الفئة مطلقة والحاصلة على أكبر قيمة متوسط (60.813) و انحراف معياري (8.408) .

3. ايجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الوظيفة

لإيجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الوظيفة تم استخدام اختبار " ت " لعينتين مستقلتين وكانت النتائج كالآتي:

جدول رقم (9) نتائج اختبار " ت " لعينتين مستقلتين لأيجاد الفروق في استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الوظيفة

دلالة ت		قيمة ت	الأحرف المعياري	المتوسط	العدد	الوظيفة
دال	0.00	2.258	10.488	60.349	63	موظفة
			9.204	59.971	137	ربة منزل

نستخلص من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة أحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الوظيفة حيث أن قيمة "ت" بلغت 2.258 بمستوى دلالة 0.00 لصالح الموظفة والحاصلة على أكبر قيمة متوسط (60.349) وانحراف معياري (10.488) مقابل متوسط حسابي (59.971)، وانحراف معياري (9.204) لربة المنزل.

ثانياً: بالنسبة إلى القيم المجتمعية:

1. ايجاد الفروق في القيم المجتمعية باختلاف السن:

لإيجاد الفروق في القيم المجتمعية باختلاف السن تم استخدام اختبار التباين أنوفا وكانت النتائج كالآتي:

جدول رقم (10) نتائج اختبار أنوفا لأيجاد الفروق في القيم المجتمعية باختلاف السن

دلالة ف		قيمة ف	الأنحراف المعياري	المتوسط	العدد	السن
دال	0.000	6.422	4.276	14.09	32	أقل من 20
			3.941	14.41	68	من 20 - 30
			4.433	13.71	62	من 30 - 40
			4.773	14.00	24	من 40 - 50
			4.504	15.14	14	من 50 - 60
			4.268	14.15	200	الأجمالي

نستخلص من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة أحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في القيم المجتمعية باختلاف السن حيث أن قيمة "ف" بلغت 6.422 بمستوى دلالة 0.00 لصالح الفئة من 50-60 سنة و الحاصلة على أكبر قيمة متوسط (15.14) وانحراف معياري (4.504) .

2. ايجاد الفروق في القيم المجتمعية باختلاف الحالة الاجتماعية:

لإيجاد الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الحالة الاجتماعية تم استخدام اختبار التباين أنوفا وكانت النتائج كالآتي:

جدول رقم (11) نتائج اختبار أنوفا لإيجاد الفروق في القيم المجتمعية باختلاف الحالة الاجتماعية

دلالة ف		قيمة ف	الأنحراف المعياري	المتوسط	العدد	الحالة الاجتماعية
دال	0.000	5.312	4.470	13.86	44	غير متزوجة
			4.142	14.08	118	متزوجة
			5.032	14.91	22	أرملة
			3.737	14.31	16	مطلقة
			4.268	14.15	200	الأجمالي

نستخلص من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة أحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في القيم المجتمعية بإختلاف الحالة الاجتماعية حيث أن قيمة "ف" بلغت 5.312 بمستوى دلالة 0.00 لصالح الفئة أرملة والحاصلة على أكبر قيمة متوسط (14.91) وانحراف معياري (5.032) .

3. إيجاد الفروق في القيم المجتمعية بإختلاف الوظيفة:

لإيجاد الفروق في القيم المجتمعية بإختلاف الوظيفة تم استخدام اختبار " ت العينتين مستقلتين وكانت النتائج كالتالي

جدول رقم (12) نتائج اختبار " ت العينتين مستقلتين لإيجاد الفروق في

القيم المجتمعية بإختلاف الوظيفة

دلالة ت		قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الوظيفة	
دال	0.007	2.494	3.870	14.37	63	موظفة	القيم المجتمعية
			4.449	14.04	137	ربة منزل	

نستخلص من نتائج الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة أحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في القيم المجتمعية بإختلاف الوظيفة حيث أن قيمة "ت" بلغت 2.494 بمستوى دلالة 0.007 لصالح الموظفة والحاصلة على أكبر قيمة متوسط (14.37) وانحراف معياري (3.87) مقابل متوسط حسابي (14.04) وانحراف معياري (4.449) لربة المنزل.

- نتائج الدراسة الميدانية

تمثلت نتائج الدراسات الميدانية كالتالي:

- النتيجة الأولى: يوجد هناك علاقة طردية بين شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم المجتمعية، فيما يخص جانب العلاقات الأسرية بتأثيرها السلبي على القيمة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي داخل أفراد الأسرة الواحدة، حيث لوحظ أن هذه القيمة بدأت بالاختفاء بشكل واضح في تقدير رب الأسرة واحترام الكبير، وممن هو

بمثابة المعلم من أب أو مدرس أو مسؤول في المجتمع. كما نجد تأثير واضح بتغير قيمة احترام الكبير والعطف على الصغير، وضعف مشاركة الآخرين من المقربين بالمشاركات في مناسباتهم الاجتماعية، والتي تنحصر على الرموز التعبيرية، أيضًا أثرت على قلة تضحية الفرد للآخرين وحب الذات، وضعف الروابط الأسرية وتماسكها، وتلاشت قيمة الاهتمام بالتراث المجتمعي.

وهنا تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (Ngonidzashe, 2016) من حيث تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، التي توصلت إلى نتيجة مفادها وجود أثر إيجابي ذات دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في التفاعل الاجتماعي والعلاقات الأسرية، وذلك بخلاف نتائج الدراسة الحالية التي أشارت إلى وجود علاقة سلبية وليست إيجابية.

- **النتيجة الثانية:** إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد تسببت في اختلال مفاهيم العيب الاجتماعي، حيث أصبحت كثير من القيم الغير مرغوبة مرغوب، كما تلاشت بعض القيم المجتمعية والتراثية على الأمد البعيد، تحررت فيها المرأة المغربية عن العديد من القيم القديمة البالية التي ترعرت بها، مثل الجلوس في البيت والانعزاليه وعدم الخروج إلا للضرورة، أما الآن فهي تشارك الرجل في العمل وفي الحياة السياسية واهتمت بالقيمة الجمالية والشرائية، كما أصبحت المرأة المغربية محبة للاطلاع على الثقافات المختلفة الأخرى عن طريق السفر والرحلات، سواء داخل أو خارج المغرب.

وهنا اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (John, 2008) التي تناولت تأثير الإنترنت على حياة كل من النساء والرجال، وتوصلت لنتيجة مفادها أن أغلب النساء ذكرن أن الإنترنت قد ساعدهن على تكوين صداقات جديدة، وتجديد صداقاتهن القديمة، وساعدت أخريات في مقابلة شريك حياتهن، وكذلك الوصول إلى المعلومات والنصيحة، والدراسة عبر الإنترنت، والتسوق والحجز في الرحلات، بينما تمثلت أبرز تعليقات الرجال حول تأثير الإنترنت في أنه سوف يكون هناك سلبيات لهذه التكنولوجيا.

كما اتفقت هذه الدراسة أيضاً مع دراسة (Abisola & Funke, 2014) في أن غالبية المشاركات بالمسح من النساء النيجيريات لديهن إلمام بوسائل الإعلام الاجتماعية، حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة فرصاً متنوعة للتأثير والتطور المهني، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن مواقع التواصل الاجتماعي تخول المرأة من التمكين في المجتمع، وهو بمثابة مصدرًا قويًا لاكتساب المعرفة ويساعد النساء على التواصل مع العملاء والشركات ونحو ذلك، كما بينت هذه الدراسة أيضاً أن هناك ثقافات أخرى تخلو من القيم الموروثة للمجتمعات الأصلية.

- **النتيجة الثالثة:** إن شبكات التواصل الاجتماعي تجعل الفرد محب للأعمال الخيرية والتطوعية ويساهم في التضامن مع الشعوب المنكوبة وإغاثة المحتاج ونصرة المظلوم ويكون أكثر تواضعاً واحتراماً وتعاطفاً مع مع آراء الآخرين ممن يتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الاجتماعية، وتبرز قيمة التسامح والثقة بين جماعات التواصل في مساعدتهم على احترام الرأي الآخر وإبداء الآراء بكل حرية والتعبير عن آرائهم بكل حرية ودون قيود.

وقد اتفقت الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Keith & Hampton, 2011) التي تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات والقيم الاجتماعية، وتوصلت إلى نتيجة مفادها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز العلاقات الاجتماعية والقيم الاجتماعية المشتركة بين الأفراد، وأن عامل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي التي تجمع بين الأصدقاء والأسر والمتمثلة في مواقع التواصل مثل فيسبوك مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي التي تجمع بين زملاء العمل وغيرها من المعارف والمتمثلة في "لينك إن"، وهذا ما يعني أن عامل الثقة يرتفع في حالة العلاقات التبادلية القوية مقارنة بالعلاقات التواصلية الضعيفة.

- **النتيجة الرابعة:** وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف السن، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



باختلاف الحالة الاجتماعية. وأيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف الوظيفة. وأخيرًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في القيم الاجتماعية باختلاف الحالة الاجتماعية.

وقد اتفقت نتائج دراسة (German Development Institute, 2013) مع هذه النتائج، حيث بينت نتائج تلك الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة لعبت دورًا كبيرًا في زيادة إدراك الشباب نحو المشاركة السياسية وإحداث التغيير، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير القيم المختلفة لدى الشباب، تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

• التوصيات والمقترحات

في ضوء ما توصلت إليه الباحثة من نتائج يمكن وضع العديد من التوصيات والمقترحات:

- ضرورة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية.
- نشر الوعي لدى المرأة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وإرشادها للاستخدام الأمثل لها.
- ضرورة عمل دورات تدريبية للمرأة بهدف تطوير مهارتهن في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- وضع استراتيجية شاملة على أسس واطر مدروسة تهدف إلى تقويم القيم والأخلاق السيئة التي تنجم من استخدام تلك المواقع وطرح قضايا هادفة تشغل النساء وتعزز قيم المواطنة والانتماء وإعلاء الأخلاق والمبادئ الحميدة بين العمل والشباب على تفعيل تنمية المشاركة النسائية نحو القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال فتح قنوات للتواصل المباشر مع صناع القرار والمسؤولين على جميع المستويات والقيام بحل مشاكل المرأة وتعزيز دورها في المجتمع لتحقيق استقرار وأمن المجتمع لا على إثارة الفتن والفوضى.

- عقد ندوات ومحاضرات تشجيعية بصفة دورية بهدف توعية المرأة باستمرار وإدراكهم بالآثار السيئة والعواقب الوخيمة من سوء التصرف والاستخدام السيء والانجراف نحو الانحراف الفكري والأخلاقي والتقليد الأعمى للمطروحات السيئة على هذه المواقع، بالإضافة إلى مناقشة أهم القضايا العامة الخاصة بالمجتمع والتي تشغل الرأي العام وتوضيح الحقائق أولاً بأول وتقويت الفرصة على المترصنين بالوطن الذين يشيعون الأخبار الكاذبة والنزيف للحقائق بهدف نشر الفتنة وإثارة البلبلة والفوضى بين المجتمع.
- تصور مقترح لإنشاء شبكات تربية وتعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعني بالقيم الإنسانية مشتملة على القيم الأخلاقية والتربوية.

● خاتمة

وفي ختام هذه الدراسة، نرى أن موضوع القيم المجتمعية موضوع في معانيه وأبعاده الأنثروبولوجية يختلف هذا المفهوم من مجتمع إلى آخر وبنفس المجتمع من زمن لآخر؛ فالقيم المجتمعية بجميع أبعادها لا تنتهي ولا تنهار ولا حتى تختفي؛ لأنها مستمدة من الدين الإسلامي الحنيف، ومن العادات والتقاليد والعرف في المجتمع، فأصولها مستمدة من الجذور والقاع فهي الركيزة التي يرتكز عليها الأجيال القادمة، وقد اهتمت هذه الدراسة ببحث تأثير المواقع الاجتماعية على قيم المرأة في مجتمع الدار البيضاء، من حيث دراسة هذه الشبكة العالمية المؤثرة، والتي دخلت على كل فرد وجماعة، وحتى المجتمعات والدول العظمى لما تحتويه من أساليب متنوعة ومثيرة في تقديم محتواها وسهولة وسرعة انتشارها، خاصة في المجتمعات العربية.

يعد مجتمع المغرب مجتمع متماسك في العادات والتقاليد ومحافظ على الموروث والثقافة الشعبية، وهو مجتمع ذكوري حيث رب الأسرة هو الأب هو المسؤول عن الأسرة بالكامل في سد احتياجاتهم ومتطلبات الحياة، وعليه، تم النزول إلى مجتمع الدراسة للتعرف على واقع هذا المجتمع والتعايش مع نساء المجتمع بجميع الفئات، والتوصل إلى الهدف من هذا الاستبانة، وذلك بالإضافة إلى زيارة السفارة المغربية في



دولة الكويت لتطبيق دليل العمل الميداني، وعليه، فإنني قد توصلت إلى عدد من النتائج منها ما يلي:

- أن المرأة المغربية تعبر بحريه عن رأيها في مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن في حدود القانون واخلاقيات المواقع الإلكترونية، وذلك بسبب القوانين الصارمة التي تفرضها الحكومة الإلكترونية على من يتعدى حدود الاخلاقيات والقوانين للخارجين عن حدود العادات والقيم وخاصة فيما يخص الأمور السياسية والسلطة الملكية والتنفيذية في المغرب وخاصة بعد ما حصل في الربيع العربي من فوضى وتحديات شعبيه على الحكومة بسبب التجاوزات والفتن وتحريضات مما أثار الشعب والمخربين.

- تأثرت قيم المرأة المغربية بقيم الانفاق والاستهلاك فأصبحت مدمنه على مواقع الأون لاين التجارية، تأثرت قيم العلاقات والروابط الأسرية بشبكات التواصل الاجتماعي إلى حد الاختفاء.

- تأثرت القيم السياسية بشبكات التواصل الاجتماعي وأصبحت قيم جديدة للمرأة المغربية استطاعت من خلالها التعبير عن رأيها وتقليد المناصب السياسية.

- تأثرت القيم الجمالية بشبكات التواصل الاجتماعي وأصبحت قيم جديدة على المرأة.

- لم تتأثر القيم الدينية بشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي للمرأة المغربية، بل بقيت ثابتة.

ومن هنا، يمكن أن نرى أن النظرية الحتمية القيمية تركز على متغير القيم كبعد معياري، إذ ترى أن الوسيلة ليست هي الرسالة، وأن الرسالة هي المضمون القيمي الذي تحمله الوسيلة في المعلومة التي يتلقاها الفرد، يعنى ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يفسر أو يفهم من حيث قربه أو تناقضه أو بعده من القيمة.

• مراجع الدراسة

أولاً: - المراجع العربية:

1. احمد محمد الزبون، محمد حني أو ملحم، وعبد الله احمد العواملة، (2017م)، درجة تأثير شبكة التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد (10)، العدد (3)، الأردن.
2. بدر رفعت دويكات (2016). القيم التربوية لدى طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الفلسطينية - مجلة العلوم التربوية والنفسية. جامعة البحرين، (17) 2.
3. بوعطيط سفيان (2011 - 2012): القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني - جامعة منتوري - قسنطينة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قسم علم النفس وعلوم التربية والطفونيا، الجزائر.
4. خالد حامد، (2012) مدخل إلى عالم الاجتماعي، جسر للنشر والتوزيع.
5. رحاب عصام حسني محمد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات الافريقية العليا - جامعة القاهرة، 2021.
6. رضا بن تامي، ونوال عبد الله قادة (2017): نظريات في خدمة العلوم الاجتماعية قراءة في دور نظرية التفاعل الرمزية، مجلة منيرفا، 1(4).
7. صافية كساس، (2019)، الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي: الواقع والأسباب والآثار، مجلة إشكاليات في اللغة والأدب، مجل (8)، العدد(3).
8. طاهر حسو الزبياري (2016): النظرية السوسيولوجية المعاصرة، دار البيروني للنشر والتوزيع.
9. طلحة فدعق، ود. مشعان العتيبي، ود. خيرية هوساوي: النشاط التطوعي للمرأة السعودية في الاحتساب عبر شبكات التواصل الاجتماعي (دراسة استطلاعية)، مجلة جامعة طيبة للأدب والعلوم الإنسانية - السنة (7)، العدد (15) لسنة 1440 هـ.
10. عبد الرحمن أحمد الأحمد، شبكات التواصل الاجتماعي والعنف والتطرف لدى الشباب، 2021، الطبعة الأولى، المكتبة الوطنية.
11. فاطمة الزهراء كشرود: والعربي بوعمامة، (2021م)، نظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الحتمية القيمية حدود الانتقاء ونقاط الالتقاء، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد (24).



12. مروة محمد تهامي، السوشيال ميديا والتمايز الاجتماعي، الطعام نموذجاً - دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا، مجلة كلية الأدب - جامعة الفيوم (الإنسانيات والعلوم الاجتماعية) يناير 2022.

13. مصلح الصالح، (1999)، الشامل قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار عالم الكتب.

14. هشام بوخاري، وسامي على مهني (2020): استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة منها: دراسة نظرية، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الاعاقة، مجلد (2)، العدد (4).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Ann Colley, & John Maltby, (2008), Impact of the Internet on Our Lives: Male and Female Personal Perspectives, Computers in Human Behavior, Vol (24), Issue (5).
- 2- Kehind Oyesomi, Nelson Okorie, & Abisola Smith, (2014), How Sociable are Women on Social Media? An Experiential Stud on Nigerian Women International Journals of Multidinary Research Academy, Vol (4) Issue (2).
- 3- Keith Hampton, Lauren Sessions Goulet, Lee Rainie & Kristen Purcell, (2011). Social NetworKing sites and Our Lives, Pew Research Center internet, science & Tech.

