



جامعة قاصدي مرباح ورقلة



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية لدى  
الشباب الجزائري  
(دراسة مسحية على عينة من شباب ورقلة )

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

اشراف الدكتورة:

اعداد الطالبين:

سكي سوسن

• بن راس محمد ياسر

• باسماويل مهدي

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	الأستاذ (ة)
رئيسا	أستاذة محاضرة "أ"	بورندة ليلىا
مشرفا ومقرا	أستاذة محاضرة "أ"	سكي سوسن
مناقشا	أستاذة محاضرة "أ"	خافج كريمة

السنة الجامعية: 2022/2021



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

## الاهداء

نهدي هذا العمل المتواضع لكل من والدينا و افراد  
عائلتنا و الى اصدقائنا و زملائنا في الحياة اليومية او اثناء  
المشوار الدراسي الى اساتذتنا الذين اشرفوا على تكويننا  
اثناء المشوار الدراسي كله .

الى كل من نسيه قلمنا و نتذكره قلوبنا .

# شكر و عرفان

يقول الله في كتابه العزيز : ( و ما توفيقى الا بالله عليه توكلت و اليه أنيب )  
سورة هود ، الاية رقم 88 .

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على اشرف الانبياء و المرسلين  
سيدنا محمد و على اله و صحبه و من تبعهم باحسان الى يوم الدين ، و بعد ...

فإنني اشكر الله تعالى على فضله حيث اتاح لي إنجاز هذا العمل بفضلته فله الحمد  
اولا و اخرا .

لا بد لنا و نحن نخطو خطواتنا الاخيرة في الحياة الجامعية من وقفة و  
نعود لأعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع اساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا  
الكثير و قبل ان نمضي نقدم اسمى ايات الشكر و الامتنانو التقدير و  
المحبة لأولئك الذين حملوا اقدس رسالة في الحياة .

الى من مهد لنا طريق العلم و المعرفة ، الى اساتذتنا الافاضل بقسم علوم  
الاعلام و الاتصال . و اخص بالشكر الجزيل الى الدكتورة سكي سوسن التي  
خصتنا بتوجيهاتها و نصائحها القيمة من خلال اشرافها و مساعدتنا على اتمام  
هذه الدراسة .

الصفحة	المحتوى
II	إهداء
III	شكر و عرفان
IV	فهرس المحتويات
VI	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
XI	المخلص
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
3	إشكالية الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
5	أسباب اختيار الموضوع
5	أهمية الدراسة
6	أهداف الدراسة
6	منهج الدراسة و الاداة
8	مجتمع الدراسة و العينة

9	الدراسات السابقة
16	مصطلحات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة	
23	تفريغ البيانات
54	نتائج الدراسة في ظل الاسئلة الفرعية
57	خاتمة
58	التوصيات
60	الملاحق
70	قائمة المصادر والمراجع

الصفحة	عناوين الجداول	الرقم
23	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	1
24	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2
25	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	3
26	يمثل توزيع افراد العينة حسب استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية	4
27	يمثل توزيع افراد العينة حسب مدة الاستخدام الشبكات الاجتماعية	5
28	يمثل توزيع افراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالشبكات الاجتماعية	6
30	يمثل توزيع افراد العينة حسب الاشخاص المفضلين للجلوس معهم اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية	7
31	يمثل توزيع افراد العينة حسب مدة تصفح الشبكات الاجتماعية في الجلسة الواحدة	8
32	يمثل توزيع افراد العينة حسب ايام استخدام الشبكات الاجتماعية	9
34	يمثل توزيع افراد العينة حسب شدة الاقبال على الشبكات الاجتماعية	10
35	يمثل توزيع افراد العينة حسب مدة استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي	11
36	يمثل توزيع افراد العينة حسب مكان استخدام الشبكات الاجتماعية	12

## قائمة الجداول

37	يمثل توزيع افراد العينة حسب جهاز تصفح الشبكات الاجتماعية	13
39	يمثل توزيع افراد العينة حسب الخدمات المفضلة اثناء التواصل بالشبكات	14
40	يمثل توزيع افراد العينة حسب الدافع وراء استخدامها الشبكات الاجتماعية	15
42	يمثل توزيع افراد العينة حسب صفحة الشبكات الاجتماعية	16
43	يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع المعلومات	17
44	يمثل توزيع افراد العينة حسب تعديل السلوك من خلال الشبكات الاجتماعية	18
45	يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع التأثيرات .	19
46	يمثل توزيع افراد العينة حسب نتيجة التفاعل حول مختلف المواضيع التي تتعرض اليها من خلال الشبكات الاجتماعية	20
48	يمثل توزيع افراد العينة حسب تاثير مضامين الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية داخل المجتمع	21
49	يمثل توزيع افراد العينة حسب التأثيرات التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي	22
50	يمثل توزيع افراد العينة حسب معظم مضامين الشبكات الاجتماعية تتماشى مع قيم المجتمع الاخلاقية	23
51	يمثل توزيع الافراد العينة حسب القيم الاخلاقية التي ترسخها مضامين الشبكات الاجتماعية	24



## قائمة الجداول

52	يمثل توزيع افراد العينة حسب التصرف وفق القيم الاخلاقية التي ترسخها الشبكات الاجتماعية	25
53	يمثل توزيع افراد العينة حسب تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية	26

الصفحة	عناوين الاشكال	الرقم
23	دائرة نسبية تمثل افراد العينة حسب متغير الجنس	1
24	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب السن	2
25	دائرة نسبية تمثل أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي الكلي للدراسة	3
26	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية	4
27	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب مدة الاستخدام الشبكات الاجتماعية	5
29	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالشبكات الاجتماعية	6
30	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب الاشخاص المفضلين للجلوس معهم اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية	7
31	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب مدة تصفح الشبكات الاجتماعية في الجلسة الواحدة	8
33	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب ايام استخدام الشبكات الاجتماعية	9
34	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب شدة الاقبال على الشبكات الاجتماعية	10

35	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة في مدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	11
36	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب مكان استخدام الشبكات الاجتماعية	12
38	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب جهاز تصفح الشبكات الاجتماعية .	13
39	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب الخدمات المفضلة اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية .	14
41	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب الدافع وراء استخدامها الشبكات الاجتماعية	15
42	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب صفحة الشبكات الاجتماعية .	16
43	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب نوع المعلومات اذا كانت اجابتهم بدائما في نشر المعلومات .	17
45	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب تعديل السلوك من خلال الشبكات الاجتماعية	18
46	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب نوع السلوكات	19
47	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب نتيجة التفاعل حول مختلف المواضيع التي تتعرض اليها من خلال الشبكات الاجتماعية	20
48	دائرة نسبية تمثلتوزيع افراد العينة حسب تاثير مضامين الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية داخل المجتمع	21

49	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب التاثيرات التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي	22
50	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب معظم مضامين الشبكات الاجتماعية تتماشى مع قيم المجتمع الاخلاقية .	23
51	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب القيم الاخلاقية التي ترسخها مضامين الشبكات الاجتماعية	24
52	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب التصرف وفق القيم الاخلاقية التي ترسخها الشبكات الاجتماعية .	25
53	دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية	26

### ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجزائري و تطبيقها على عينة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية لدى شباب مدينة ورقلة، تنتمي إلى الدراسات الوصفية، كما تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المبحوثين. من أهم نتائجها أن أكثر مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر هي الشريحة العمرية من 18 إلى 24 سنة وأغليبيتهم من المستوى الجامعي، والخدمات المفضلة لدى الشباب هي مشاهدة الفيديوهات من خلال الشبكات الاجتماعية يتم من خلالها التفاعل السريع مع الأصدقاء، كما تساهم الشبكات الاجتماعية في مشاركة ونشر المعلومات الثقافية والدينية والعلمية وتؤدي مضامين الشبكات الاجتماعية أحيانا إلى تعديل افكار الشباب المعرفية والأخلاقية.

### Abstract

This study aims to reveal the impact of the use of social networks on the moral values of Algerian youth and its application to a sample of social network users among the youth of the city of Ouargla, belonging to descriptive studies. The questionnaire was also relied on as a tool for collecting data and informations from the respondents. One of the most important results is that the most users of social networks in Algeria are between 18 to 24 years old, and the majority of them are from the university level. The preferred services for young people are watching videos through social networks which they interact quickly with friends. Social networks also contribute to the sharing and dissemination of cultural, religious and scientific informations and lead the contents of social networks sometimes modify the cognitive and moral ideas of young people.

# المقدمة

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية سريعة في شتى المجالات، إذ أصبح اليوم قرية كوني صغيرة بفضل ما أتاحتها التكنولوجيا من وسائل وتقنيات، وبوصول الأنترنت إلى الساحة أضفت إلى الحياة البشرية الكثير من المظاهر، وغورت نمط الحياة كلياً ومن بين تلك المظاهر ما يعرف اليوم بالمواقع الإلكترونية المتعددة الخدمات، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه الأخيرة التي أتاحت عصراً جديداً من الاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع خاصة منهم فئة الشباب، حيث يعتبرونها وسيلة للاطلاع وتبادل المعلومات والأخبار، ولبروز هذه الوسيلة التي راجت بها العديد من الخدمات الاتصالية في مختلف أنحاء العالم وتكوين علاقات وصدقات بينهم وبين أشخاص آخرين من مختلف البلدان... فالإنفتاح على ثقافة الآخر وتكوين روابط اجتماعية مختلفة من شأنه تعزيز قدرات الفرد على التواصل مع أكثر من شخص وبالتالي تنشأ علاقات جديدة تحكمها معايير ومبادئ معينة تستند فيها على قيم أخلاقية وتساهم إلى حد ما في تنظيم العلاقات بين الناس خصوصاً مع التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي حيث تزامن ظهور الويب مع بروز التطبيقات التفاعلية التي تتيح للمستخدمين المشاركة الديناميكية للمحتوى الرقمي .

كما أصبحت هذه المواقع تلعب دوراً بارزاً في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، يكون فيها المتلقي الحلقة الأساسية في بنائها وصياغتها، وتبادلها على نطاق واسع، على اعتبار أن التواصل الاجتماعي هو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف النقالة لتحويل عملية الإتصال إلى حوار تفاعلي، فهي منبر يقوم على تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات، يتم عبره تداول الصور، والفيديوهات، و الأخبار، والمقالات والمدونات الصوتية بين مستخدمي الشبكة، وقد تعددت شبكات التواصل الاجتماعي على غرار يوتيوب "YOU TUBE" و تويتر "TWITER" والفايسبوك "FACEBOOK".

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية مظهر من مظاهر الاعلام الجديد التي انتشرت بسرعة فائقة في الآونة الأخيرة ، و انما باتت تشكل اهم ادوات التأثير في صناعة الرأي العام و تنشأته و تنقيفه ، حيث أتاحت هذه التقنيات الاعتماد السريع عليها و واسع النطاق كونها متاحة في الكثير من الأمور في حياتنا اليومية التي نصل بها الى المعلومات وأصبحت مستخدمة في العديد من المجالات

## المقدمة

---

وفي ضوء ما تم التطرق إليه سنحاول من خلال دراستنا هذه للتعرف على أثر استخدام الشبكات التواصل الاجتماعية على قيم الاخلاقية عند الشباب الجزائري خاصة شباب مدينة ورقلة، خصوصا مع التأثيرات السلبية والايجابية التي تزداد يوما بعد يومنتيجة الاستخدام المكثف لهاوذلك انطلاقا من تطبيق نظرية الحتمية القيمية وكيفية استخدام الشباب لهذه المواقع حيث قمنا بتقسيم الموضوع الى عدة عناصر بداية بالجانب المنهجي حيث تناولنا من خلاله اشكالية الدراسة و اسئلتها و اسباب اختيارها و اهميتها و اهدافها و المنهج المعتمد فيها .

الإطار التطبيقي الذي خصص لتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان ومن ثمة استخلاص النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة .



# الإطار المنهجي

## الاطار المنهجي للدراسة

1. اشكالية الدراسة .
2. تساؤلات الدراسة .
3. اسباب اختيار الموضوع .
4. اهمية الدراسة .
5. اهداف الدراسة .
6. منهج الدراسة و الاداة .
7. مجتمع الدراسة و العينة
8. الدراسات السابقة .
9. مصطلحات الدراسة .

#### 1\_ تحدي الإشكالية:

يشهد العالم اليوم في ظل التطورات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال طفرة نوعية في عالم الشبكات و الاتصالات ، أدى إلى انتشار الشبكة العنكبوتية الأمر الذي ساهم في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، و التي تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات و أكثرها شعبية فهي تلعب دورا مهما في نشر ثقافة مجتمعية جديدة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة.

ولعل تمكن هذه الوسائط من ذهن الشباب يعود إلى منتجي هذه الصناعة التكنولوجية، إذ تتوفر على تقنيات استحوذت عالية تحاكي المجتمع الواقعي في قالب افتراضي بحت، فقد نقلت هذه التكنولوجيا الحياة الواقعية بكل تفاصيلها، إذ شكلت هذه المواقع ساحة خصبة لتوثيق تفاصيل الحياة اليومية للمستخدمين، إضافة إلى تمكينهم من الانفتاح على الآخر وتوسيع العلاقات نتيجة لما تحمله من تقنيات تتشكل من عناصر تبهر الشباب وتتيح له محاكاة أي بقعة في العالم من منزله فيحس نفسه يدير العالم الافتراضي بدل الواقع.<sup>1</sup>

و مواقع التواصل الاجتماعي تعرف بأنها منظومة شبكات الكترونية تربط بين المشتركين و ذلك بإنشاء مواقع خاصة بهم هذه الأخيرة تربطهم مع أفراد آخرين لهم نفس الاهتمامات، و هكذا أصبحت من أشهر مواقع الانترنت و أكثرها انتشارا على سطح الأرض لكي تمس كافة المجتمعات على اختلافها النامية منها والمتقدمة و السائرة في طريق النمو، و الشبكات الاجتماعية نجحت بشكل كبير في استقطاب الجماهير لكونها مست كل الفئات العمرية خاصة الفئة الأكثر عرضة لها وهي فئة الشباب التي فرضت نفسها و كونت سلوكيات خاصة بها و جعلت الفئات الأخرى تتأثر بها .

تتيح هذه المنصة الافتراضية للشباب سهولة الاتصال والتواصل بين مختلف الجنسيات و الأعراق و تسعى الى الانفتاح على الثقافات الأخرى و مسايرة التطورات التكنولوجية الحاصلة، ومن بين المحركات الهامة في هذه التحولات، هي عملية استيراد التكنولوجيا بما تحمله من افكارا جديدة

<sup>1</sup>بوقاوف سهام . استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الاخلاقية و الاجتماعية ، دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه ،الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص دراسات الجمهور ، 2018 ، جامعة الجزائر 3 ، ص 20 .

## الاطار المنهجي للدراسة

وأنماط مغايرة مع ما تحويه من ثقافة، وسلوكيات اجتماعية مخالفة تماما لسياق الشباب و المجتمع الجزائري.

والمؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها أصبحت نقطة تلاقي الأفكار والتبادل الثقافي في كل المجتمعات، و عليها فهذه المواقع قد تحمل أفكارا وثقافات دخيلة على الشباب الجزائري، قد تؤثر بالقيم الأخلاقية والاجتماعية والتفاعلات اليومية .

حيث يعد المجتمع الجزائري عموما و الشباب خصوصا الأكثر عرضة للتحويلات والتغيرات المنتشرة عبر الشبكات الإجتماعية ، مما يجعل الشباب الجزائري يتأثر بالمضامين التي تحملها سواء كانت ايجابية أم سلبية المؤثرة بشكل كبير على الجانب الاخلاقي و السلوكي، باعتبار إن الشباب الجزائري يتميز بحبا للإطلاع و الظهور و التفتح و الميول إلى ما هو أفضل و جديد ، لذا فهم أكثر عرضة للتجديد و التغير في السلوك من خلال الافكار الجديدة المنتشرة عبر الشبكات الاجتماعية التي تشغل و تسيطر بشكل مباشر و غير مباشر على اخلاقيات الشباب الجزائري في ولاية ورقلة سواء كان هذا الشباب داخل الاسرة أو المجتمع و تنبيهه للسلوكيات المؤثرة النافعة و غير النافعة .

ومن هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية لتسلط الضوء على جميع التأثيرات المستهدفة التي يمكن إن تحدثها جميع شبكات التواصل الاجتماعي على قيما لاخلاقية لدى الشباب الجزائري بولاية ورقلة. لذا تم طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيما لاخلاقية لدى الشباب الجزائري بالورقلي؟

و تنفرع عدقتساؤلات فرعية من التساؤل الرئيسي وفعاللإطار العام للدراسة وهي:

- ما هي أنماط و عادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية ؟
- ما هي دوافع استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية ؟
- فيما تتمثل التأثيرات الايجابية و السلبية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاخلاقية لدى الشباب الجزائري ؟

### 2- اسباب اختيار الموضوع :

#### اسباب ذاتية :

• الفضول المعرفي والرغبة البحثية في الإحاطة بطبيعة استخدام موقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب الجزائريين على وجه الخصوص .

• اهتمامنا بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والانترنت و المول النفسي لدراسة مواضيع تعالج هذا الأمر .

• ما نشاهده من تدني القيم و عدم الالتزام في كل مناحي الحياة الأمر الذي زاد من رغبتنا في دراسة هذا الموضوع .

#### اسباب موضوعية :

- ادراكنا للأهمية التي أصبحت تمثلها مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب الجزائري .
- الرغبة في معرفة و فهم تصرفات و قيم الشباب الجزائري وراء هذه الشبكات الاجتماعية .
- الرغبة في معرفة المضامين التي تؤثر في الشباب الجزائري عند استخدامه للشبكات الاجتماعية .
- الرغبة في معرفة الوقت الذي يقضيه الشباب الجزائري في مواقع التواصل الاجتماعي .
- الرغبة في معرفة الغاية التي يتوصل اليها الشباب الجزائري عند استخدامهم للشبكات الاجتماعية .

### 3- اهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، حيث تعتبر أهمية الدراسة من خلال معالجة اثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية لدى الشباب الجزائري

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق العديد من مزايا لمستخدميها و ذلك من خلال اتاحة فرص للشباب للتعبير عن افكارهم حيث اصبح العالم في ظل مواقع التواصل الاجتماعي متصل بدرجة كبيرة حيث يسهل على كل شخص التعبير عن افكاره و جمع المهتمين لها من كل انحاء العالم، ورغم ذلك لمواقع التواصل الاجتماعي قد تشكل بعض المخاطر السلبية من بينها الادمان و العزلة الاجتماعية

## الاطار المنهجي للدراسة

ما يبرز أهمية الدراسة في الكشف عن جوانب التأثيرات التي يسببها الاستخدام المكثف للمواقع التواصل الاجتماعي.

### 4- اهداف الدراسة :

ان الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة احد الشباب المشتركين و المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي ، و فهم كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية و آثارها السلبية والايجابية على سلوكياتشباب ورقلة والشباب الجزائري داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه ، ووضع جملة من الاليات و الوسائل التي يتخذها الشباب كغطاء لحماية قيمهم و أفكارهم من الذوبان في ثقافة الاخر و من خلال تحمله الشبكات الاجتماعية من ثقافات مغايرة للقيم السائدة داخل النسق الاجتماعي التي منبعها في الاصل الدين الاسلامي .

- معرفة انماط و عادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية .
- معرفة دوافع استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية .
- معرفة التأثيرات الايجابية و السلبية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاخلاقية لدى الشباب الجزائري .

### 5- منهج الدراسة و أدواتها:

تفرض طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة "اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية لدى الشباب الجزائري" وذلك بالاعتماد على منهج مناسب في كل مراحل البحث العلمي ، و يختلف المنهج حسب المشكل المطروح و الموضوع المعالج ،حيث يعرف بأنه: " مجموعة من الاجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة ."<sup>1</sup>

وقد استندنا في دراستنا إلى المنهج الوصفي لوصف مضامين الشبكات الاجتماعية و آثارها على سلوك الشباب .

<sup>1</sup>احمد بن مرسلبي : "مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال " ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005، ص282  
2منال هلال.مزاها، بحوث الاعلام الاسس و المبادئ ، ط1 ، دار الكونوز للمعرفة للنشر و التوزيع الاردن، ، 2011، ص 105 .

## الاطار المنهجي للدراسة

حيث يعرف المنهج الوصفي " بأنه مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها من وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها، و المجال العلمي الذي تنتمي إليه ، و تصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها. و كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الاهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث<sup>1</sup> .

وهو أيضا دراسة الظواهر كما هي في الواقع و التعبير عنها بشكل كمي ، يوضح حجم الظاهرة و درجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى او بشكل كفي يصف الظاهرة و يوضح خصائصها

فالبحث الوصفي يختلف عن البحث الاستكشافي من حيث انه أكثر تحديدا للمشكلة و فرضياتها و أكثر تفصيلا للمعلومات التي تحتاجها<sup>2</sup> .

و يعد المنهج المسحي اسلوب من اساليب المنهج الوصفي حيث يعرف " المنهج المسحي " الذي يعرف بأنه: " التجميع المنظم للمعلومات من المبحوثين بهدف فهم أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة " وهو أيضا: "أداة يقوم من خلالها الباحث بدراسة المجتمع ككل للتعرف على خصائصه، أو بدراسة عينة منه .

و يعرفه أيضا "محمد عبد الحميد" بأنه: " احد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد و سلوكهم ادراكهم و مشاعرهم واتجاهاتهم ، و يعتبر الشكل المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب فيه الاتصال بمفرداته<sup>3</sup> .

ولقد اعتمدنا في موضوعنا هذا على اسلوب المسح بالعينة التي تعرف تعميما لجزء من المجتمع الإحصائي بشرط ان يشتمل هذا الجزء على سمات المجتمع المنسوب له و لقد خصصنا في موضوعنا هذا عينة من شباب ولاية ورقلة .

<sup>2</sup>محفوظ جودة :اساليب البحث العلمي، ط1، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان، ، 2007،ص119 .

<sup>3</sup>محمد عبد الحميد :البحث العلمي في الدراسات العلمية، ط 1 ،عالم الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة ، القاهرة، ، 2000 ، ص 158 .

### 6- مجتمع الدراسة و العينة

تستوجب أبحاث و دراسات البحث العلمي انتقاء مجتمع الدراسة كمجال لتطبيق و ممارسة الدراسة عليه ، حيث تكون هذه الدراسة قابلة للتحليل .

" يعتبر مجتمع الدراسة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة و هنا يتمثل في شباب ورقلة الاطار العام الذي اختيرت منه العينة التي بلغ عددها 67 مفردة تم اختيارها في بداية شهر ماي .

يصعب الوصول إلى هذا المجتمع ككل من الشباب لأنه مجتمع ضخم لذا تم التركيز على المجتمع المتاح و الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات . population accessible والذي يعتبر عادة جزءا مماثل للمجتمع المستهدف و يلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث<sup>1</sup> .

و تعرف العينة العشوائية ايضا : هي تلك العينة التي يختار الباحث افراد المجتمع عشوائية اي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة ، لذا فان هذه العينة لاتمثل المجتمع الاصلي بدقة ومن ثم يصعب التعميم نتائج البحث على المجتمع الاصلي كله و لكن لابد منها عندما يصادف الباحث مجتمع الدراسة كبير الحجم .

### 7- ادوات جمع البيانات :

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها في إطار الدراسة ، حيث لابد للباحث اختيار أكثر الادوات ملائمة للدراسة لتحقيق و الوصول إلى الاهداف التي يرغب للوصول إليها من خلال دراسته، لذلك تعد الاداة الانسب لدراستنا هذه هي " الاستبيان" .

### الاستبيان :

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد :مرجع نفسه ، ص 130 .



## الاطار المنهجي للدراسة

تعتبر على أنها احدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من اجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم.<sup>1</sup>

وهي أيضا: أداة تتضمن مجموعة من الاسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المبحوث الاجابة عنها بطريقة يحددها الباحث وذلك حسب أغراض البحث.<sup>2</sup>

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور :المحور الاول : عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية.المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية أما المحور الثالث :حول التأثيرات الايجابية و السلبية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري.

### 7- دراسات سابقة

نعني بالدراسات السابقة، تلك الدراسات التي تعرضت إلى نفس الموضوع وبنفس المقاربة والمنهج تقريبا مع إختلافات طفيفة مرتبطة بالإطارين الزمني والمكاني للدراسة نورد أهمها مايلي

الدراسة رقم 01 للباحثة بوقلوف سهام تحت عنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الاخلاقية و الاجتماعية دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين مستخدمين لموقع الفيس بوك وهي دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال تخصص دراسات الجمهور سنة 2018<sup>3</sup>.و انطلقت هذه الدراسة من اشكالية ماهو اثر استخدام موقع الفيس بوك على القيم الاخلاقية و الاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين، ومن التساؤلات الفرعية التي طرحتها

-هل هناك علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك و دوافع الإستخدام؟

<sup>1</sup>جودت عزت عطوي - أساليب البحث العلمي - ط4 ، مفاهيمه وأدواته - دار الثقافة للنشر والتوزيع -الاردن ،سنة 2011- ص 9.

<sup>2</sup>منال هلال المزاهرة - نظريات الاتصال - ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع - عمان الأردن 2012- ص17.

<sup>3</sup>بوقلوف سهام ،استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الاخلاقية و الاجتماعية ،دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال، تخصص دراسات الجمهور سنة 2018، جامعة الجزائر 03 ص 241 .

## الاطار المنهجي للدراسة

-هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوكوا الأخلاقية و الإجتماعية. إرتباطهم بقيمهم؟

وتهدف هذه الدراسة الى الكشف عن اثر استخدام موقع الفيس بوك على منظومة القيم الاخلاقية و الاجتماعية لدى فئة من المراهقين الجزائريين المتمدرسين .

و قد اعتمدت في دراستها على المنهج المسحي وقد استخدمت اداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين و قد تم انتقاء فقط مستخدمي موقع الفيس بوك وقد تم معالجة هذه البيانات و تحليل نتائج المبحوثين وفق برنامج التحليل الاحصائي spss v22 وقد اسفرت هذه الدراسة عن العديد من النتائججندكر من أهمها:

- امتلاك المبحوثين اكثر من حساب على موقع الفيس بوك لحد تجاوز بعض المبحوثينبامتلاكهم اكثر من ثلاث حسابات .
- ان غالبية المبحوثين يقومون بتصفح موقع الفيس بوك يوميا و بشكل دائم .
- ان غالبية المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك بإذن الوالدين .

و من خلال دراستنا التي قمنا بها و هذه الدراسة التي اعتمدنا عليها في الدراسات السابقة لاحظنا عدم وجود فرق كبير بينهما حيث هذه الدراسة تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها على القيم الاخلاقية و الاجتماعية و دراستنا حول اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية لدى الطلبة الجزائريين . حيث هناك تشابه ايضا في النظرية و اداة جمع البيانات .

و من حيث المعلومات لقد افادتنا هذه الدراسة كثيرا حيث تطرقت الى مختلف الجوانب.

**الدراسة رقم 02 - دكتورة رباب رأفت محمد الجمال، تحت عنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب،دراسة ميدانية على عينة عشوائية من فئة الشباب السعودي، انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية الآتية :**

ماهو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الاخلاقي للشباب

؟ ومن التساؤلات الفرعية :

---

<sup>1</sup> رأفت رباب محمود الجمال :: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، دراسة ميدانية ، جامعة الملك عبدالعزيز، 2013 ص 198 .

## الاطار المنهجي للدراسة

- ما أهم المواقع والشبكات الإجتماعية التي يستخدمها الشباب السعودي عبر شبكة الانترنت؟

- ما منظومة القيم والأخلاق الراهنة لدى الشباب السعودي؟

- ما موقع شبكات التواصل الإجتماعي من تفضيلات الشباب السعودي لوسائل الإعلام الجديد؟

استهدفت الدراسة :

- التعرف تأثير وسائل الاعلام الجديد على النسق القيمي و الاخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الاخلاقية .
- رصد و توصيف و تحليل و تقييم علاقة الشباب بوسائل الاعلام الحديثة في الوقت الراهن من خلال تحديد كثافة استخدام الوسائط الاعلام الجديد .
- و تنتمي هذه الدراسة الى مجال دراسات الوصفية، و ستمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي في المرحلة العمرية من 18-35 سنة، و تتمثل عينة البحثي عينة عشوائية متعددة المرحل ممثلة من الشباب السعودي قوامها 600 مفردة من مدينة جدة .
- و لقد اعتمدت في بحثها على اداتين اداة المسح الميداني و مجموعة من النقاشات المركزة .

### ومن نتائج الدراسة

-ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100 %أنهم يستخدمون الانترنت

- حول شبكات التواصل الإجتماعي أكد معظم العينة بنسبة 33.86 %أنهم يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي عبر الانترنت بانتظام، ولا شك أنها بذلك إستطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا على النسق القيمي الأخلاقي.

-تبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الإجتماعي منخفض للغاية.

## الاطار المنهجي للدراسة

الدراسة رقم 03 أحمد فاروق أحمد حس بعنوان: تحليل سوسيولوجي لأزمة القيم الأخلاقية بين الشباب المصري دراسة ميدانية على عينة من فئات الشباب الثلاث الموظفين والعمال، انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية مجسدة في سؤالين رئيسيين:

- ماهي اهم المظاهر ازمة القيم الاخلاقية بين الشباب؟

- ما هي أهم العوامل الداخلية التي ساعدت على حدوث أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب؟  
ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة تساؤلات فرعية :

- ما هي العوامل الاقتصادية التي طرأت على المجتمع المصري والتي ساعدت على حدوث أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب ؟

- ما هي العوامل الاجتماعية التي طرأت على المجتمع المصري و التي ساعدت على حدوث ازمة القيم الاخلاقية بين الشباب ؟

و تهدف هذه الدراسة الى :

- التعرف على اهم مظاهر الازمة القيم الاخلاقية بين الشباب .

- التعرف على اهم العوامل الداخلية التي ساعدت على حدوث ازمة القيم الاخلاقية بين الشباب .

- التعرف على العوامل الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية التي أدت الى حدوث ازم القيم الاخلاقية بين الشباب .

إعتمدت هذه الدراسة على منهجين أساسيين هما منهج المسح الإجماعي بالعينة لأنه أكثر الأساليب ملائمة لطبيعة الدراسة حيث قام بعمل مسح شامل لفئات ثلاث من الشباب (الشباب الجامعي -الشباب العمال- الشباب الموظفين) في المرحلة العمرية من 18-35 سنة وهي وحدة الدراسة .وأستخدم الباحث المنهج المقارن للمقارنة بين ثلاث فئات من الشباب في متغيرات الدراسة المختلفة العوامل الداخلية المتمثلة في (العوامل الاقتصادية والإجتماعية والسياسية) والعوامل الخارجية المتمثلة في(آليات العولمة) المختلفة وذلك للتعرف على العوامل التي ساعدت على حدوث أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب في المجتمع المصري .

## الاطار المنهجي للدراسة

كما قام الباحث بإستخدامالإستبيان بالمقابلة كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، وقد اختارت الباحثة عينة قوامها 450 مبحوثا من فئات الشباب الثلاث الموظفين والعمال والشباب الجامعي وأخذوا بطريقة عشوائية فى إطار المرحلة العمرية من 18-35 سنة .

وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج نورد أهمها فيما يلي:

-أظهرت الدراسة أن 2.98% من أفراد العينة الكلية يشعرون بوجود أزمة قيم أخلاقية فى المجتمع المصري

-كشفت الدراسة أن من أهم مظاهر أزمة القيم الأخلاقية إنتشار الفساد بأشكاله المختلفة

-أوضحت الدراسة أن هناك عوامل خارجية تتمثل فى آليات العولمة والتي تتمثل فى سوء استخدام الكمبيوتر والإنترنت ومشاهدة الدش والقنوات الفضائية وسوء إستعمال الهاتف المحمول ساعد على حدوث الأزمة الأخلاقية عند الشباب

-أظهرت الدراسة أن أفراد العينة الكلية يرون أن سوء استخدام الشباب للكمبيوتر والإنترنت نتج عنه ظهور سلوكيات غير أخلاقية خاصة فى تبادلهم الرسائل مع الجنس الآخر وكذلك استقبال رسائلهم على البريد الإلكتروني وغيره.

-أوضحت الدراسة أن هناك علاقة إرتباطية سالبة بين الدخل وأزمة القيم الأخلاقية.

-ظهرت الدراسة أن هناك علاقة إرتباطية موجبة بين البطالة المتوقعة والبعد العام لأزمة القيم الأخلاقية.

-كشفت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين عدم المساواة فى الفرص والحقوق والبعد العام لأزمة القيم الأخلاقية.

1- أظهرت الدراسة أن هناك علاقة إرتباطية موجبة بين آليات العولمة والبعد العام لأزمة القيم الأخلاقية<sup>1</sup>.

**تقييم الدراسات السابقة :**

<sup>1</sup>أحمدفاروقأحمدحسن، تحليل سوسيولوجي لأزمةالقيماأخلاقيةبينالشبابالمصريدارسة ميدانية، مقالةمنشور ضمنمجلةابحاثللداسات، الجمهوريةالمصرية 2010 ص 70 .

## الاطار المنهجي للدراسة

يشكل الإستناد على الدراسات السابقة و المتشابهة و المترابطة في دراستنا هذه اهمية كبيرة من اجل التعرف على اهم ما توصلت اليه من نتائج خاصة في جانبها المتعلق بالآثار المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي .

### اوجه التشابه و الاختلاف :

جل الدراسات سالفة الذكر تتفق مع الدراسة الحالية في المحور الجوهرى كونها تركز على موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و القيم الاخلاقية بصفة عامة ، حيث تتفق كل الدراسات مع الدراسة الحالية في اهتمامنا بموضوع آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية لدى الشباب ، كما تتفق كذلك في استخدام المنهج و ادوات جمع البيانات ، و تحاول كل من هذه الدراسات تسليط الضوء و لفت الانتباه على ان هناك أثر من مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية .

غير ان دراستنا الحالية تختلف من ناحية زاوية معالجة المشكلة محل الدراسة حيث تختلف عما ذهبتاليه الدراسات السابقة حيث انها عالجت الموضوع من جزئية رئيسية هامة ، وكذا الاختلاف في الظروف الدراسات حيث لكل دراسة اهداف خاصة يريد الوصول اليها الباحث ، كما يظهر الاختلاف في المكان و الزمان حيث لكل دراسة مكان و زمان خاص بها ، و تبين كذلك الاختلاف في النتائج المتوصل اليها .

### اوجه الاستفادة :

لقد استفدنا من الدراسات السالفة ذكرها سابقا من حيث المعلومات التي أفادتنا كثيرا حيث تطرقت الى مختلف الجوانب ، إضافة الى ذلك المساعدة في بناء الإطار المنهجي للدراسة و تشكيل الهيكل العام لها .

## 8- المدخل النظري :

### الخلفية المعرفية للنظرية الحتمية القيمية :

ظهرت النظرية الحتمية القيمية في الاعلام مع بداية الثمانينيات من القرن الماضي حيث برزت مع الدراسات الاولى التي قام بها "عزي عبد الرحمن" منذ عودته إلى الجزائر عام 1985 .

— و الحافز الاول لميلاد النظرية هو الفترة التي قضاها "عزي عبد الرحمن" في أمريكا .

## الاطار المنهجي للدراسة

— فالحقيقة إنما تلقاه عزي عبد الرحمن من علم في أمريكا آنذاك و قراءته المتأنية المعمقة في نظريات الاتصال الغربية و التوغل فيها وفهمها واستنباط الظاهرة الاتصالية منها ، بالإضافة إلى المعاشة المباشرة و الاحتكاك بالدارسين و المهنيين أصحاب هذه النظريات ما جعله يكتسب خزاناً معرفياً متميزاً رؤية واضحة صريحة حيث أدرك إيجابيات النظريات وسلبياتها واستجلى منها عدم قدرتها على التطابق مع المجتمع الذي ينتمي إليه عزي عبد الرحمن وهو المجتمع الإسلامي .

ان نظرية الحتمية القيمية تبرز قيمتها وقدرتها أثناء تطبيقها على المجتمع الإسلامي لكون أن صاحبها ولد في بيئة إسلامية مفعمة بالتعاليم الدينية وحفظ القرآن الكريم .

### 2 - تعريف نظرية الحتمية القيمية :

يتكون مسمى الحتمية القيمية في الاعلام من :

- 1/ الحتمية : و يقصد بها اعتبار متغير واحد على انه المحرك الاساسي في تفسير أو فهم الظاهرة
- 2/ القيمية "القيمية" : عرف عزي عبد الرحمن القيمة و هو يتحدث عن الثقافة و الاتصال حيث يقول الثقافة سلم يمثل مستواه الاعلى للقيم ، و القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ، و يكون مصدر القيم في أساس الدين ، فالانسان لا يكون مصدر القيم و أنها أداة تتجسد فيها القيم .

### 3 - فروض النظرية :

تتطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الاعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساساً من المعتقد. و لذلك فان تأثير وسائل الاعلام يكون ايجابياً إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، و كلما كانت الوثائق اشد كان التأثير ايجابياً ، و بالمقابل يكون التأثير إذا كانت المحتويات ال تنقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة. و كلما كان الابتعاد عن القيمة اكبر كان التأثير سلبي<sup>1</sup>.

و يعتبر مفهوم السالب و الموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمن عزي بالإضافة إلى الخيال الاعلام في مقابل الرأي العام و الزمن الاعلامي ، و الرأسمالي الرمزي ، و الوضع الخيال و المتعقل من استخدام العقل و فعل السمع و البصر و البنية القيمية .

<sup>1</sup>عبد الرحمن عزي : دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر اعلامي متميز، ص 112 .

## الاطار المنهجي للدراسة

أولاً : فرضيات خاصة بعادات الاتصال و ثقافة تعامل الجمهور " الشباب كأكثر فئة متأثرة في قيمها مع وسائل الاعلام و هي كالتالي " :

• الشباب أكثر ارتباطاً من غيرهم بأي وسيلة إعلامية و اتصالية جديدة بحثاً عن الاثارة و المغامرة و من ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا و التأثير بها .

• إن كثرة استخدام الشباب لهذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية و التمرد على المجتمع للفت الإنتباه و تأكيد الذات .

• إن الشباب ينجذبون إلى الإعلام الجديد اكسر من وسائل الإعلام الأخرى "التقليدية" لعنصر التفاعل المباشر و لا ينتقل إلى الواقع تلقائياً و بنفس الشكل و المضمون .

• إن العلاقة بين الاعلام الجديد و سلوك الشباب في الحياة اليومية أوضح تلك العالقة مع وسائل الاعلام الأخرى رغم صعوبة ضبطها لتدخل العوامل الاجتماعية الخارجية .

• إن وسائل الاعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة السائدة .

### 2- نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

#### - مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

تهتم نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة . فخلال الأربعينيات من القرن 25 م ، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام، إلى بداية منظور جديد للعالقة بين الجماهير ووسائل الاعلام<sup>1</sup> .

وتحقق نظرية الاستخدامات و الاشباعات ثالث أهداف رئيسية وهي<sup>2</sup> :

1- محاولة تحديد كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي

يستطيع أن يختار، و يستخدم الوسائل و المضامين التي تشبع احتياجاته .

2- شرح دوافع التعرض لوسائل الاعلام و الاشاعات المتحققة من هذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

<sup>1</sup> صالح خليل ابو اصبح . الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة . ط2 . دار الارام . الاردن . 2003 . ص 520 .  
<sup>2</sup> مرزوق عبد الحاكم العادلي . اعلانات الصحفية . دراسة في الاستخدامات و الاشباعات . ط 5 . دار الفجر . القاهرة مصر . 2003 . ص 531 .



فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

### 1- افتراض الجمهور النشط :

- ويرى بالمغرين أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي:
  - الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الاعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.
  - الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
  - الاجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال .

### 2- الاصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الاعلام:

لقد أدى ظهور مفهوم الادراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الانماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الاعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الاعلام وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل المبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام مثل : ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي .<sup>1</sup>

### 3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاعلام:

وترتبط دوافع التعرض لوسائل الاعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في :حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالاخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه 4 يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر.

### 4- استخدام الجمهور لوسائل الاعلام:

<sup>1</sup>عبد الرحمان عزي .عبد الرحمان عزي . دراسات في نظرية الاتصال . ط5 . مركز دراسات الوحدة العربية . لبنان . 2003 . ص 551 .

## الاطار المنهجي للدراسة

يشير (ستيفن وندال) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للاشباع، ولذلك فإنه ال يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم ، نوع المحتوى، العالقة مع وسيلة الاعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا .

### 5- إشباعات الجمهور من وسائل الاعلام :

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباعات:

أ -إشباعات المحتوى : وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام، وهي نوعين :إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، واشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عبيها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب -إشباعات العملية :وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين :إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والاثارة .واشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و احساسه بالعزلة .<sup>1</sup>

### نقد نظرية الاستخدامات والاشباعات :

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال ولاجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات .أكثرها شهرة هي التي أوردتها(ماكويل 1979)

- تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى تعتمد بإفراط على دفاثر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين

<sup>1</sup>فضيل ديليو . الاتصال مفاهيمه . نظرياته . وسائله , ط5 . دار الفجر . القاهرة مصر . 2003 ص25 .

## الاطار المنهجي للدراسة

- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الاساسية للمستخدم وبين تطوعية (المستخدم) التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.
- نفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.
- تواجه فلسفة" الاستخدامات والاشباعات "باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال<sup>1</sup>.

### 9 - تحديد المصطلحات والمفاهيم:

#### 1- تعريف الأثر :

**لغة** - يقال اثر على الشيء تأثيرا آي ترك فيه أثرا<sup>2</sup>.

-الأثر له ثالث معاني: الاول : بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني : بمعنى العلاقة ، والثالث :بمعنى الجزء<sup>3</sup>.

- الأثر: العلامة – و لمعان السيف واثر الشيء: بقيته ، وفي المثل لا تطلب أثرا بعد عين يضرب هذا المثل لمن يطلب أثرا بعد الشيء بعد فوت عينه – و ما يحدثه ، وجاء في أثره : في عقبه<sup>4</sup>.

**اصطلاحا**: الأثر هو ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات من جراء إنتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي<sup>5</sup>.

**اجرائيا**: هو مجموعة التغييرات التي تطرأ على قيم الاخلاقية الشباب و ذلك من خلال المضامين المختلفة من معلومات و رسائل وفيديوهات التي يتلقاها من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث

<sup>1</sup>فضيل دليو . نفس المرجع ص131 .

<sup>2</sup>الشيخ عبد الله البستاني – الوافي: معجم وسيط للغة العربية – مكتبة لبنان – د ط – سنة1990 ص3.

<sup>3</sup>السيد الشريف أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي – التعريفات – دار الكتابة العلمية للنشر لبنان ط2 2003 – ص13.

<sup>4</sup>إبراهيم مصطفى وآخرون – المعجم الوسيط الجزء الاول المكتبة الاسلامية للطباعة و النشر والتوزيع – تركيا – ط2 1972 ص5.

<sup>5</sup>محمد منير حجاب . الموسوعة الاعلامية . المجلد 2 دار الفجر . 2003 . ص 533.

## الاطار المنهجي للدراسة

يمثل ايضا انه الجانب الايجابي و السليبي الذي يترتب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاخلاقية للشباب .

### 2-الاستخدام

**لغة:** من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما أي يخدمه خدمة فهو خادم وخدام له<sup>1</sup>

**اصطلاحا :** نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار و القدم ، فحينما يصبح الاستعمال متكرر و يندمج في ممارسات و عادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام وعليه فالاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والثقافية لأفراد فالعوامل الاقتصادية و التكنولوجية هي مصدر صيرورة الاستخدام، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام<sup>2</sup>.

### اجرائيا :

وهي كيفية استعمال و التعامل من قبل المستخدمين مع مواقع التواصل الاجتماعي و دوافع الاقبال على هذه المواقع و استعمالها و التفاعل مع مضامينها المختلفة، ويعني ذلك ايضا انشاء المستخدم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي يمكنه من التواصل عبر شبكة الانترنت مع غيره من الاشخاص لمشاركة المعلومات و الأفكار و الاراء و الرسائل و غيرها من المحتوى المكتوب و المرئي و الصوتي و الملفات .

### 3 - تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

### اصطلاحا :

تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي حيث تشابهت في بعض الجوانب و اختلفت في بعضها الاخر فهناك عدة تعريفات نذكر منها

<sup>1</sup>منال هلال زهرة :مرجع سابق ، ص170

<sup>2</sup> حسين شفيق : نظريات الاعلام، دار الفكر و فن الطباعة و النشر و التوزيع، دط ، 2014 ص 186 .

## الاطار المنهجي للدراسة

هي مواقع و خدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط ، بل تتزامن و تتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت<sup>1</sup>.

جاء في تعريف شبكات التواصل الاجتماعي في قاموس : ODLSI

هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء و تنظيم ملفات شخصية كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين .

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 نتيج التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية الآخرين و معرفة إخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، كما تتنوع أشكال و أهداف الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف الى التواصل العام و تكوين الصداقات حول العالم و بعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود و منحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين و شبكات المصممين المصورين و مصممي الجرافيكس<sup>2</sup>.

### مفهوم الشبكات الاجتماعية:

**التعريف الاصطلاحي** الشبكات الاجتماعية هي شكل من أشكال التكنولوجيا و الخروج من حلقة التقليد " وهي تغيير إنقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد و بطريقة واسعة الإتجاهات و ليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي"

الواقع أن كلمة السلوك متعددة الجوانب ، فتشمل جميع أوجه النشاط العقلي و الحركي و الانفعالي و الاجتماعي الذي يقوم به الفرد ، و السلوك يتمثل في النشاط المستمر الدائم الذي يقوم به الفرد لكي يتوافق و يتكيف مع بيئته و يشبع حاجته و يحلمشكلاته . و طالما أن هناك حياة هناك سلوك من جانب

<sup>1</sup> علي محمد بن فتح محمد : مواقع التواصل الاجتماعي و اثارها على اخلاقيات و القيمية، رسالة ماجستير غير منشورة الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة، السعودية، ص2.

<sup>2</sup> بسمة الدعة : استخدامات الشبكات في الاعلان، رسالة مقدمة لنيل البكالوريوس في الصحافة و الاعلام، غير منشورة ، الجامعة الاسلامية، غزة فلسطين، 2011 ص 36 .

الفرد . كما يمكن تعريف السلوك على انه سلسلة من الاختيارات يقوم بها الفرد من بين استجابات ممكنة عند تتقل الفرد من موقف الى اخر .

### اجرائيا

هي مواقع للدردشة وتفريغ الشحن العاطفية كما انها منعرج مهم في توجهات الشباب اذ اصبحوا يتبادلون وجهات النظر الثقافية و الادبية و السياسية

#### 4-تعريف الشباب :

#### لغة :

يعرف الشباب في اللغة على انه الحدائة و الشاب هو لغالم من سن البلوغ إلى سناللاثين <sup>1</sup>.

#### اصطلاحا :

ان الاختلاف في مفهوم الشباب بين البلدان و الذي ينعكس بوضوح في المعاني المختلفة المقدمة عن هذا المصطلح في مجال الدراسات و البحوث الجارية و هو ما جعل الباحثين في مختلف دول العالم شريحة الشباب يعرفون الشباب بفئات عمرية مختلفة .

### اجرائيا

هو الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ويقبل عليها و يتفاعل معها حيث يتاثر بيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

#### 5-القيم الاخلاقية :

الخلق والخلق (بالفتح والضم)، أصله التقدير المستقيم، وفي الأصل المفهومين لهما معنى واحد،<sup>2</sup> لكن خص الخلق بالهيبئات والأشكال والصور المدركة بالبصر، وخص الخلق بالقوى والسجايا المدركة

<sup>1</sup>علي بن هادية وآخرون : القاموس الجديد للطالب معجم عربي مدرسي – الشركة الوطنية للتوزيع – الجزائر – ط4 1983 ص 669

<sup>2</sup>راغب الأصفهاني، معجم مفردات ألفاظ القرآن الكريم تحقيق نديم مرعشلي، دار الفكر، بيروت، لبنان، 1972م، ص 158.

## الاطار المنهجي للدراسة

بالبصيرة، وعليه فقد حدد المفهوم الإصطلاحي بأنه هيئة للنفس تصدر عنها الأفعال ببسر وسهولة، من غير الحاجة إلى فكر وروية.<sup>1</sup>

أما في الإصطلاح فالأخلاق تعني مجموعة القواعد السلوكية التي تحدد السلوك الإنساني وتنظمه، وينبغي أن يحتدى بها الإنسان فكرا وسلوكا في علاقاته الإجتماعية ومواجهة المشكلات المختلفة والتي تمكنه من الإختيار الخلقى في المواقف الأخلاقية، والتي تبرر أيضا المغزى الإجتماعي لسلوكه بما يتفق وطبيعة الآداب والقيم الإجتماعية السائدة في مجتمعه.<sup>2</sup>

كما تعرف القيم الأخلاقية بأنها وحدات معيارية تتوصل إليها الجماعة وتلزم بها أفرادها للتمييز بين عرف القيم السلوك المرغوب فيه والمرغوب عنه وكذلك إصدار الأحكام القيمية فيما يتعلق بالمشكلات الإجتماعية و الاختيارات الخلقية.<sup>3</sup>

لذا فالقيم هي نوع من المعايير السلوكية و الأخلاقية التي ترتبط بمعايير أخرى يحددها الإطار العام للمجتمع والمرحلة الحضارية التاريخية التي يمر بها والظروف الموضوعية والذاتية المحيطة به والمؤثرة في ظواهره و عملياته الاجتماعية.<sup>4</sup>

لا نخرج عن نطاق هذا السياق في تعريفنا الإجرائي للقيم الأخلاقية ضمن الممارسة الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نقصد بها في سياق دراستنا مختلف الأحكام المتعلقة بما ينشره أو ما يعلقه لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي سواء بصفة مباشرة وصريحة أو بصفة متضمنة تحيل إلى معنى أو حكم معين تجاه بعض ما يتم نشره من محتوى أو بثه أو مشاركته يمس الجانب الاخلاقي بالتحديد، كما أن القيم الاخلاقية تتمثل في المبادئ و المعايير التي توجه الفرد وتضبط سلوكه منطلقا من المعايير الاسلامية و الاجتماعية للمجتمع .

<sup>1</sup> ابي الحسن علي بن محمد الجرجاني التعريفات، الدار التونسية للنشر والتوزيع، تونس، 1981م، ص54.

<sup>2</sup> عبد الودود مكروم، دراسة لبعض المشكلات التي تعوق الوظيفة الخلقية للمدرسة الثانوية، منشورات كلية التربية، جامعة المنصورة، 4 مصر، 1983م، ص75.

<sup>3</sup> عبد الودود مكروم، الأصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1996، ص233.

<sup>4</sup> محمد مسعود شلوف، دور المعلم في مواجهة الاختراق القيمي، مجلة كلية الفنون و الإعلام، العدد 02، مصراتة، ليبيا، 2016 ص91.





الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي للدراسة:

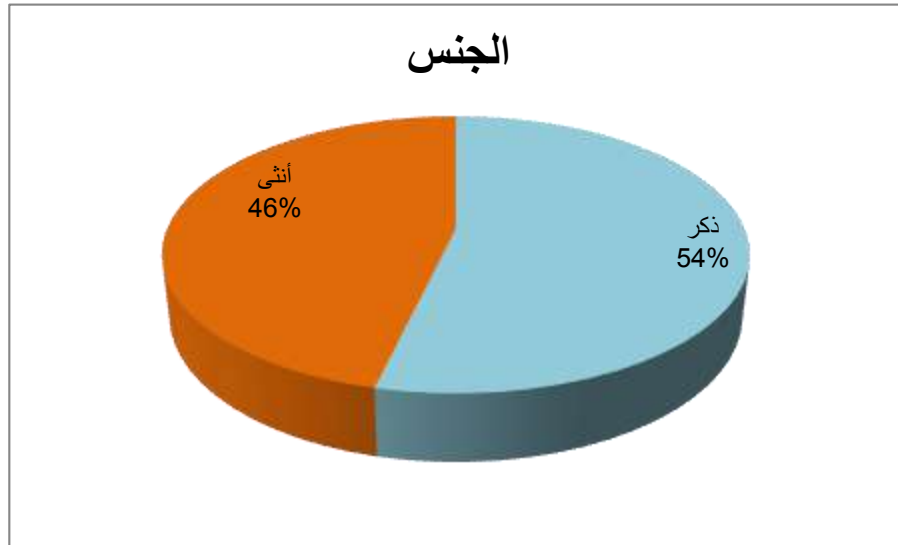
1. تفرغ و تحليل و تفسير البيانات.
2. نتائج الدراسة.

## 1 - تفريغ البيانات :

المحور الاول : البيانات الشخصية :

جدول رقم 1 : يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس :

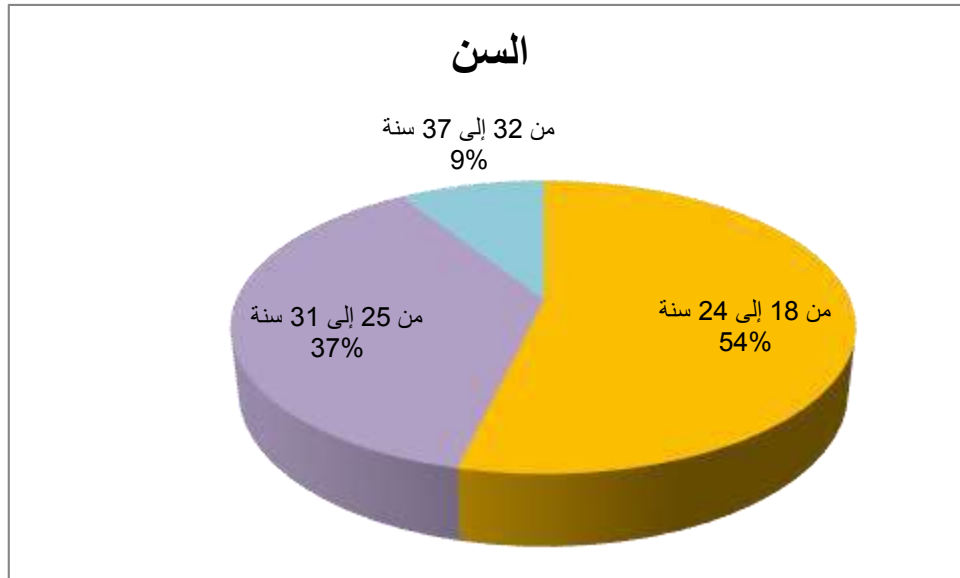
الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	36	53.7
انثى	31	46.3
المجموع	67	100



وجدنا من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن أعلى نسبة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية هم ذكور وذلك بنسبة 53.7% ، بينما جاءت نسبة الاناث المستخدمين للشبكات الاجتماعية بنسبة قريبة من الذكور و ذلك بنسبة 46.3% وذلك اننا قمنا بتوزيع الاستثمارات بشكل عشوائي بحث اننا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الذكور و الاناث .

جدول رقم 2 : يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن :

السن	التكرار	النسبة %
(24-18)	36	53.7
(30-25)	25	37.3
(37-32)	6	9
المجموع	67	100

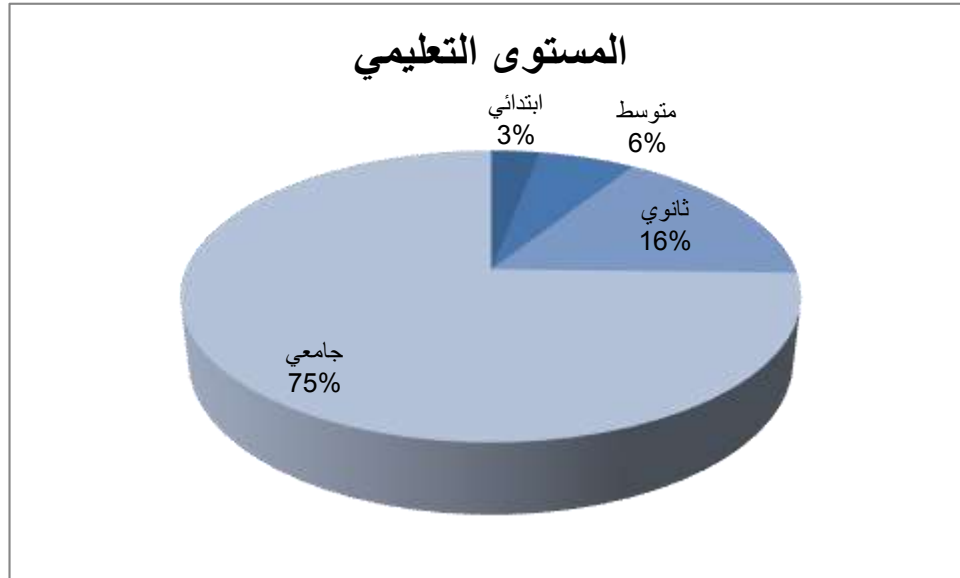


نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن ان الاغلبية من مستخدمي الشبكات الاجتماعية تتراوح اعمارهم بين 18-24 سنة بنسبة 53.7 % ، بينما جاءت الفئة التي تتراوح اعمارهم بين 25-30 بنسبة 37.7 % و اخيرا الفئة التي تتراوح اعمارهم بين 32-39 بنسبة 9% .

و قد يرجع ذلك الى ان المبحوثين المنتمين للفئة التي تتراوح اعمارهم بين 18-24 سنة اضافة الى انها الفئة الاكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية ، بينما فئة 25-30 سنة فهي تدل على قلة من هذه الفئة بالاضافة الى ان التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيه اختيار الفئات قصديا .

الجدول رقم 3 : يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي :

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
3	2	ابتدائي
6	4	متوسط
16.4	11	ثانوي
74.6	50	جامعي
100	67	المجموع



نلاحظ ان الجدول رقم 3 و الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي ان اغلبية افراد العينة يدرسون في الطور الجامعي و ذلك بنسبة 74.6 % ، و جاءت بعدها بنسبة 16.4 % ، الفئة التي تدرس في المستوى الثانوي تليها بنسبة 6 % ، الفئة التي تدرس في المتوسط ، بينما جاءت الفئة التي تدرس في الابتدائي أخيرا بنسبة 3 % .

وقد يرجع ذلك الى كون ان الفئة التي تدرس في الجامعة الاكثر استخداما للشبكات الاجتماعية وذلك للبحث العلمي عن المراجع و تبادل المعلومات كونهم مقبلين عن التخرج ، و ينطبق ذلك على

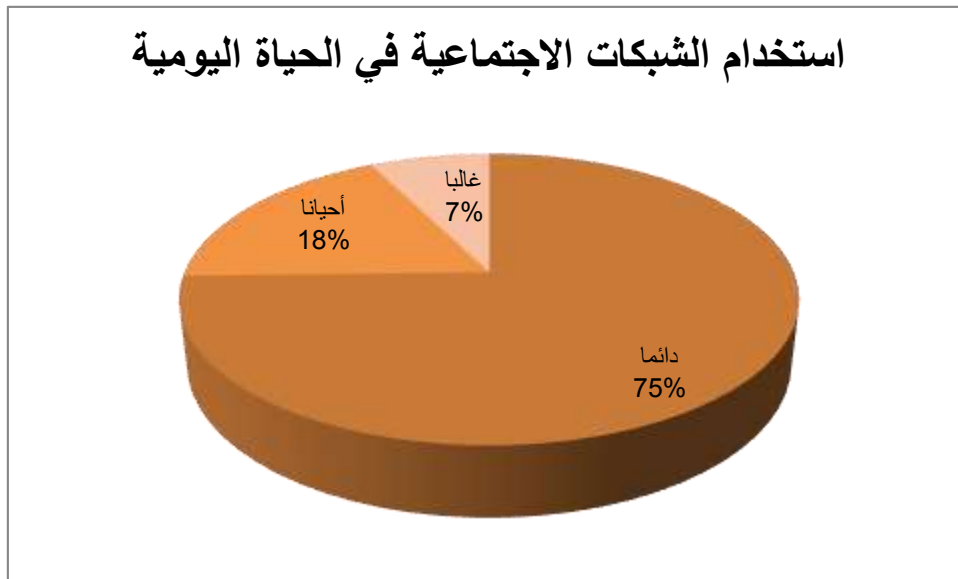
## الإطار التطبيقي

الفئة التي تدرس في المستوى الثانوي و لكن بأقل درجة ، بينما الفئة التي تدرس المتوسط و الابتدائي فهم اقل نسبة، و بالإضافة ان التوزيع كان بصفة عشوائية حيث لم نراعي الاختبار القصدي لأفراد العينة اي الفئات .

المحور الثاني : انماط و عادات استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية

جدول رقم 04 : يمثل توزيع افراد العينة حسب استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية.

النسبة %	التكرار	استخدام الشبكات في الحياة اليومية
74.6	50	دائما
19.7	12	احيانا
7.5	5	نادرا
100	67	المجموع



## الاطار التطبيقي

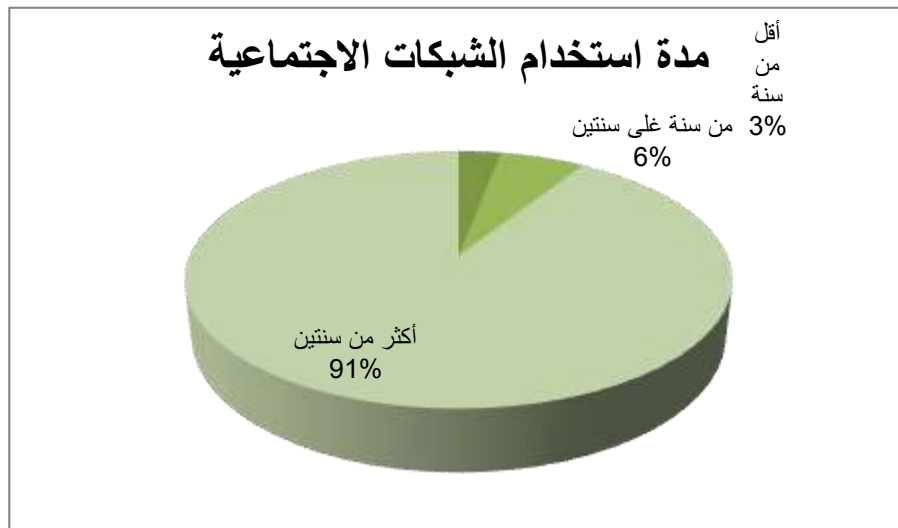
نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية يبين لنا اغلبية افراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية غالبا في حياتهم اليومية بنسبة 74.6 % بينما جاءت الفئة التي تستخدم الشبكات الاجتماعية احيانا بنسبة 19.7 % و اخيرا جاءت الفئة التي تستخدم الشبكات الاجتماعية نادرا بنسبة 7.5 % .

يرجع ذلك الى رواج هذه المواقع و الاقبال الكبير عليها لتمضية الوقت و البحث و غيرها حيث يمضي الشباب اغلبية اوقاتهم عبر هذه الشبكات بينما افراد الفئة الذين يستخدمون الشبكات احيانا يمضون اوقاتهم في الدراسة و الرياضة و الامور المنزلية فهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية اثناء وقت الفراغ بينما انه من النادر ان نجد من لا يملك موقع على هذه الشبكات الاجتماعية .

و منه نستنتج ان الاستخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية غالبا من قبل الشباب الجزائري راجع الى مواكبة التطور التكنولوجي و الاهتمام به .

## جدول رقم 05 : يمثل توزيع افراد العينة حسب مدة الاستخدام الشبكات الاجتماعية

النسبة %	التكرار	مدة الاستخدام
3	2	اقل من سنة
6	4	من سنة الى سنتين
91	61	اكثر من سنتين
100	67	المجمع



نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 الذي يمثل توزيع افراد العينة وفق مدة استخدام الشبكات الاجتماعية ، ان اغلبية افراد العينة استخدموا الشبكات الاجتماعية اكثر من سنتين بنسبة 61 % ، بينما جاءت الفئة التي استخدمت الشبكات الاجتماعية من سنة الى سنتين بنسبة 4 % و اقل من سنة بنسبة 2 % .

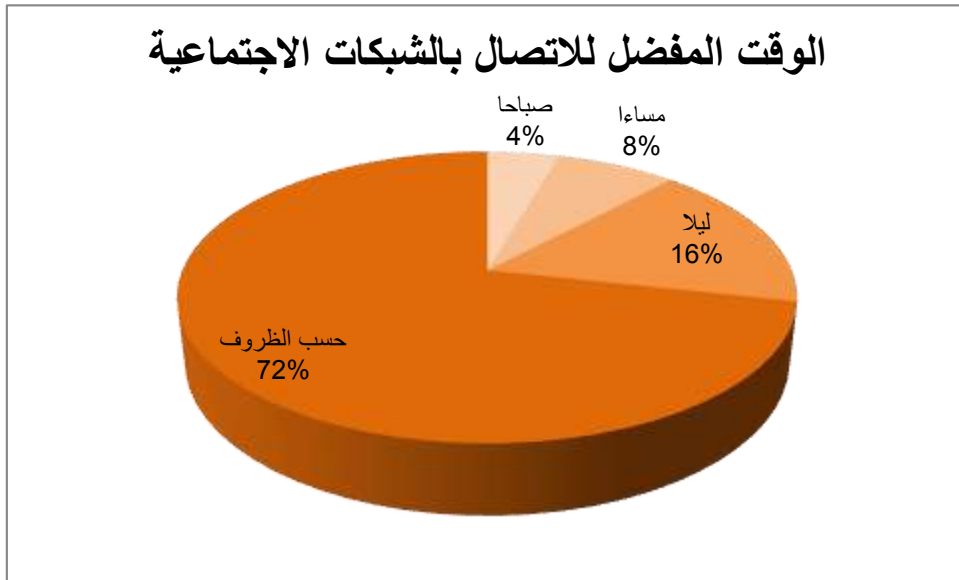
وقد يفسر ذلك من خلال شهرة هذه المواقع و تطور خدماتها منذ انشائها بالإضافة الى سهولة التسجيل فيها و سهولة التواصل بين الاصدقاء و افراد العائلة و غيرها ، بينما باقي افراد العينة قد يرجع قصر مدة استخدامهم لها لقلّة الوعي لخدماتها اضافة الى الانشغال بأمر أخرى .

ومنها نستنتج ان موقع التواصل الاجتماعي لم يكن وليد الساعة من قبل المبحوثين و الشباب خاصة و انه متداول منذ فترة طويلة .

**جدول رقم 06 : يمثل توزيع افراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالشبكات الاجتماعية .**

الوقت المفضل	التكرار	النسبة %
صباحا	3	4.5
مساء	5	7.5
ليلا	11	16.4
حسب الظروف	48	71.6
المجموع	67	100





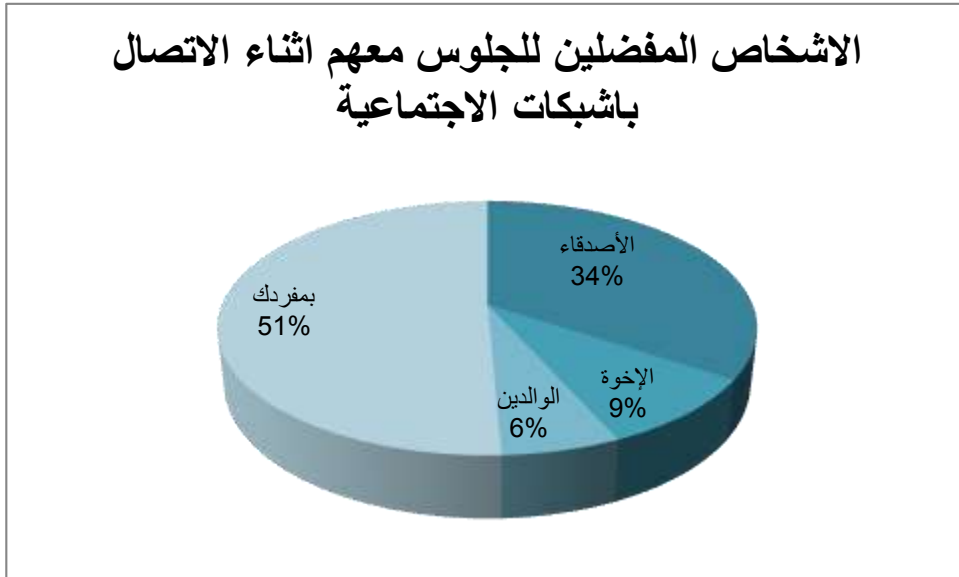
نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب الوقت المفضل للاتصال بالشبكات الاجتماعية ، حيث نلاحظ ان النسبة الاكبر كانت حسب الظروف بالنسبة 71.6% تليها ليلا بنسبة 16.4% بينما جاءت مساء بنسبة 7.5% وصباحا بنسبة 4.5% .

وقد يفسر ذلك بأنه لا يوجد وقت مفضل لدى المبحوثين للاتصال فيه بالشبكات الاجتماعية حيث يكون اتصالهم بالشبكات الاجتماعية حسب الظروف الخاصة بهم ، فمنهم من لديهم ظروف متعلقة بالدراسة و منهم من لديهم ظروف متعلقة بالعمل ... الخ ، بينما يستخدم افراد العينة بالشبكة الاجتماعية مساء و ليلا بنسب متقاربة و ذلك لكونها يعملون و يدرسون في هذا الوقت اضافة الى تواجدهم لوقت الفراغ .

ومنه نستنتج ان وقت استخدام شبكات الاجتماعية غير محدود لدى الشباب و انما يكون حسب تفرغهم لها .

جدول رقم 07 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص المفضلين للجلوس معهم أثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية .

الأشخاص المفضلين	التكرار	النسبة %
الأصدقاء	23	34.3
الأخوة	6	9
الوالدين	4	6
بمفردك	34	50.7
المجموع	67	100



نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص المفضلين للجلوس معهم أثناء الاتصال بالشبكات الاجتماعية ، ان أعلى نسبة كانت بمفردك بنسبة 50.7 % ثم تليها الأصدقاء بنسبة 34.3 % ثم جاءت الأخوة والوالدين بنسبة 9 % و 6 % بالترتيب .

وقد يرجع ذلك الى كون الشبكة الاجتماعية الغرض الرئيسي منها هو الاتصال بالغير حيث يعتبر فضاء خصبا يتمثل من خلاله الاتصال بأصدقائه و ذلك من اجل الدردشة و اللعب و مناقشة

## الاطار التطبيقي

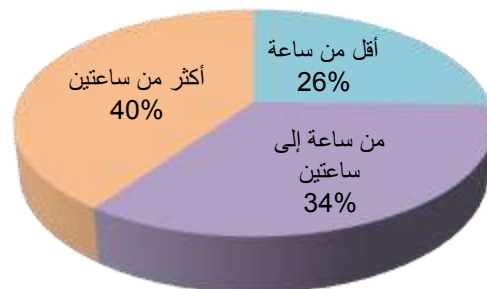
الاحداث اليومية ، بينما يرجع انه لا يوجد احد مفضل الجلوس معه اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية الى انشغال هذه الفئة بالبحث و مشاهدة الفيديوهات و البحث عن اصدقاء جدد ، بينما يأتي الاشخاص المفضلين للجلوس معهم الاخوة و الوالدين وهذا راجع الى تواجد اغلبية افراد العينة مع الاخوة و الوالدين في المنزل اي الاتصال المباشر بهم فيكون الاتصال بهم من الابناء الذين يكونون في الاقامة الجامعية و في اماكن العمل مثل المؤدين للخدمة الوطنية مثلا اي بعدين عنهم .

ومنه نستنتج ان الجلوس بمفردك اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية الى انشغال هذه الفئة بالبحث عن اصدقاء جدد و القيام بالبحث العلمي ، قد يكون الاستخدام للحاسوب او التواصل من الهاتف فردي وبالتالي لا يستطيع احد مشاركة الاخر في هاتفه او حاسوبه الشخصي للاطلاع على مما يشاهده او يبحث عنه عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

**الجدول رقم 08 : يمثل توزيع افراد العينة حسب مدة تصفح الشبكات الاجتماعية في الجلسة الواحدة .**

المدة	التكرار	النسبة %
اقل من ساعة	17	25.4
من ساعة الى ساعتين	23	34.3
اكثر من ساعتين	27	40.3
المجموع	67	100

### مدة تصفح الشبكات الاجتماعية في الجلسة الواحدة

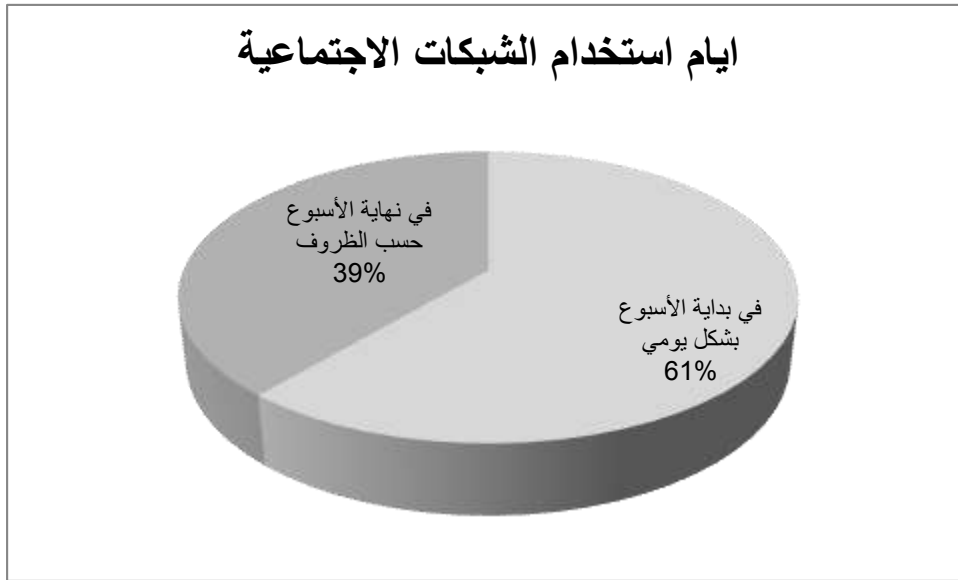


تلاحظ من خلال الجدول رقم 08 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب مدة التصفح الشبكات الاجتماعية في الجلسة الواحدة ان اغلبية المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية اكثر من ساعتين في الجلسة الواحدة بنسبة 40.3%، تليها الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية من ساعة الى ساعتين بنسبة 34.4%، ثم 25.4 % بالنسبة للذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية لاقل من ساعة .

ويمكن تفسير ذلك من خلال ان استخدام الشبكات الاجتماعية اكثر من ساعتين يكون بالنسبة للمبحوثين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية كون هواتفهم مزودة بخدمة الجيل الثالث و الرابع من الانترنت وبالتالي يستخدمونه في اي ظرف و في اي مكان ،بينما يستخدمونها اقل من ساعة يمكن ان يكون للمسجلين فيها اكثر من سنتين حيث انهم تعودوا على خدمتها و اصبحت روتينية بالنسبة لهم و منه نستنتج ان التواصل بالشبكات الاجتماعية يعتبر عالم فسيحا لا يمكن الخروج منه بطريقة سهلة فهو يستهوي ويجذب كل مستخدم لذا فان مرور الوقت لا يعد في الحسبان ومنه قضاء ساعات طويلة .

الجدول رقم 09 : يمثل توزيع افراد العينة حسب ايام استخدام الشبكات الاجتماعية .

الايام	التكرار	النسبة%
في بداية الاسبوع	0	0
بشكل يومي	41	61.2
في نهاية الاسبوع	0	0
حسب الظروف	26	38.8
المجموع	67	100



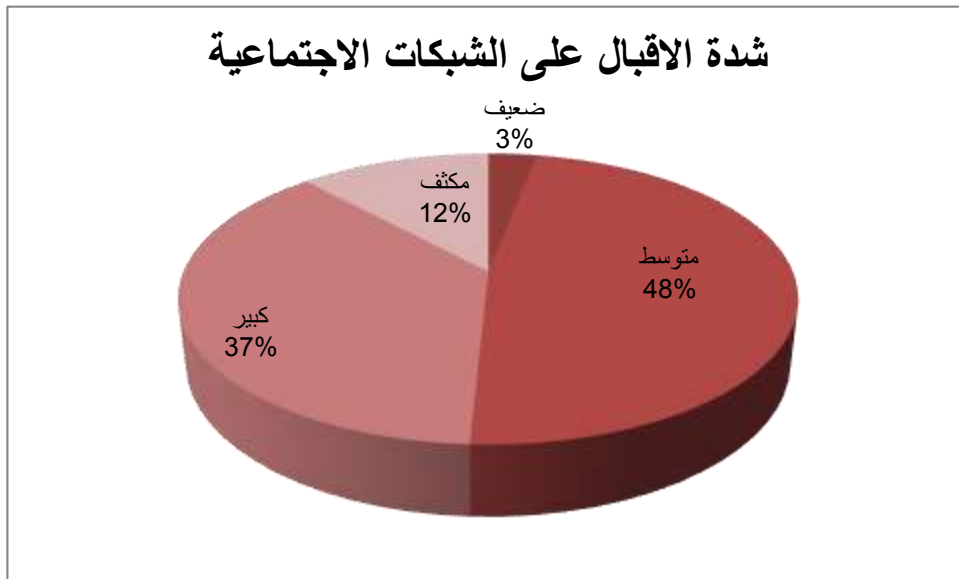
نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب ايام استخدام الشبكات الاجتماعية الذي يبين ان الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل يومي اعلى نسبة وذلك ب 61.2 % ، تليها حسب الظروف 38.8 % و اخيرا عدم اختيار افراد العينة للخيارات في بداية الاسبوع و في نهاية الاسبوع .

وقد يرجع ذلك الى ان الشبكات الاجتماعية اصبحت جزءا من حياة الشباب أصبحوا يستخدمونها بشكل يومي في كافة المجالات كالبحث العلمي و الدردشة و التعليق اضافة الى مناقشة الأحداث اليومية المتغيرة باستمرار و ذلك حسب الظروف الخاصة بهم ويرجع عدم اختيار افراد العينة للخيارات في بداية و نهاية الاسبوع الى استخدامهم اليومي للشبكات حيث انهم لا يفضلون اياما على غيرها .

و منه نستنتج ان الشباب الجزائري جعل من الشبكات الاجتماعية نشاطا اساسيا في حياتهم اليومية و ذلك من خلال التمس و التطلع و مواكبة الاحداث اليومية . كما أن استخدام الشباب المواقع التواصلية لكثير من ساعتين كون هواتفهم مزودة بخدمة الجيل الثالث والرابع من الانترنت وبالتالي قد يستخدمونه في اي ظرف وفي اي مكان: الجامعة، وسائل النقل، محطات الحافلات... أصبحنا نجد الشباب يمشي في الاماكن العمومية وهاتفه بين يديه بل يجتاز الطريق ولا يراقب السيارة المارة لكثرة انشغاله بالهاتف

الجدول رقم 10 : يمثل توزيع افراد العينة حسب شدة الاقبال على الشبكات الاجتماعية

شدة الاقبال	التكرار	النسبة %
ضعيف	2	3
متوسط	32	47.8
كبير	25	37.8
مكتف	8	11.9
المجموع	67	100



نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب شدة الاقبال على الشبكات الاجتماعية نلاحظ ان اعلى نسبة من المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل متوسط بنسبة

## الإطار التطبيقي

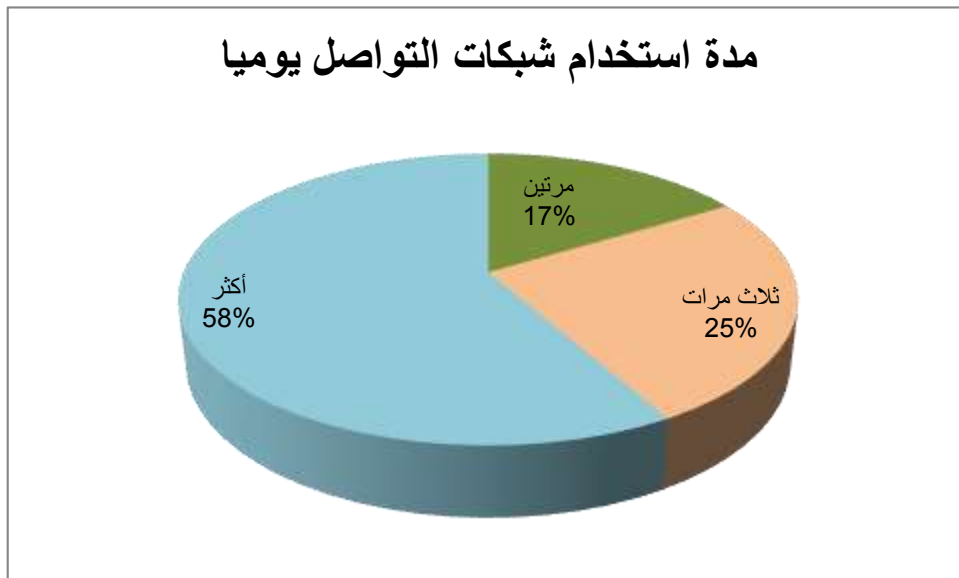
47.8% ، تليها بشكل كبير بنسبة 37.8%، ثم تليها بشكل مكثف 11.9% ، و أخيرا بشكل ضعيف بنسبة 3% .

و يرجع ذلك الى ان المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية حسب الايام و بالرجوع الى الجدول رقم 09 وجدنا أنالمبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل متوسط اي حسب الظروف الخاصة بالشباب اما بشكل كبير اي يكون بشكل يومي اما بشكل ضعيف فيكون استخدامهم للشبكات الاجتماعية في ايام و اوقات دون اخرى.

و منه نستنتج ان الاقبال على الشبكات الاجتماعية اصبح بمثابة الهاجس الطاغي على تفكير الشباب و انه امر ضروري بالنسبة اليهم في الحياة اليومية

**جدول رقم 11 : يمثل توزيع افراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي .**

النسبة %	التكرار	مدة الاستخدام يوميا
16.4	11	مرتين
25.4	17	ثلاث مرات
58.2	39	اكثر
100	67	المجموع



## الإطار التطبيقي

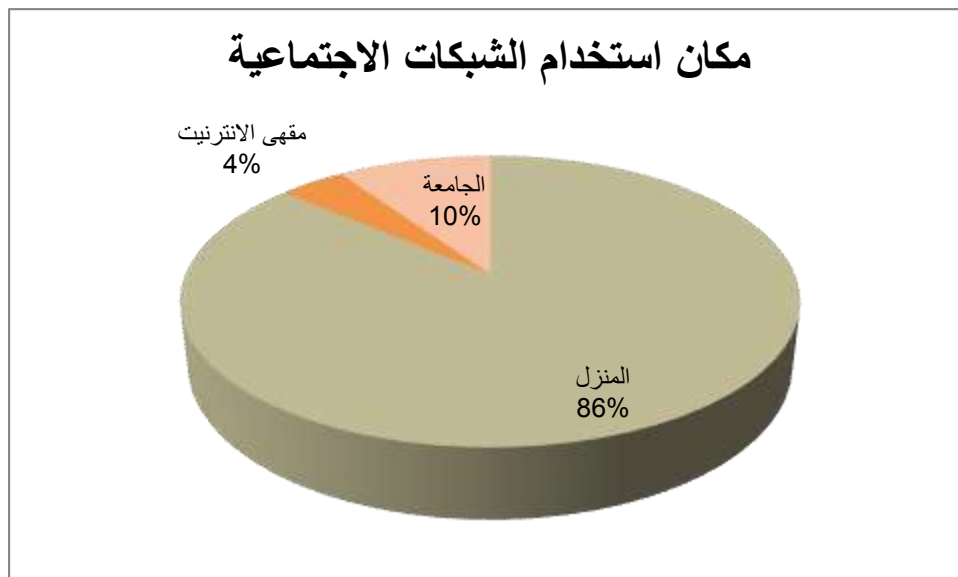
نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يمثل أفراد العينة حسب اذا كانت الاجابة يوميا ان اغلبية المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية يوميا اكثر من ثلاث مرات بنسبة 58.2%، ثم تليها استخدام الشبكات الاجتماعية ثلاث مرات بنسبة 25.4% ، ثم اخيرا استخدامها مرتين بنسبة 16.4%.

وقد يرجع هذا الى ان الشباب يكون وقت فراغهم يوميا اثناء العطلة الاسبوعية لذا فهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية لمدة لا تقل عن ثلاث مرات وذلك الوقت الكافي لذلك اما الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية لمدة ثلاث مرات وذلك لانشغالهم بأمور اخرى يوميا كالرياضة والالتها بأمور منزلية .

ومنه نستنتج ان استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية يزيد يوميا وذلك لتواجدهم في وقت فراغ لذا تزيد مدة استخدامهم لهذه الشبكات وهذا راجع لسرعة التدفق الانترنت و توفر تقنية ال4 جي التي تتيح الاتصال بالانترنت من اي مكان وفي اي زمان وظرف .

### الجدول رقم 12 يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدام الشبكات الاجتماعية

النسبة %	التكرار	المكان
86,30%	63	المنزل
4,10%	3	مقهى الانترنت
9,60%	7	الجامعة
100,00%	73	المجموع

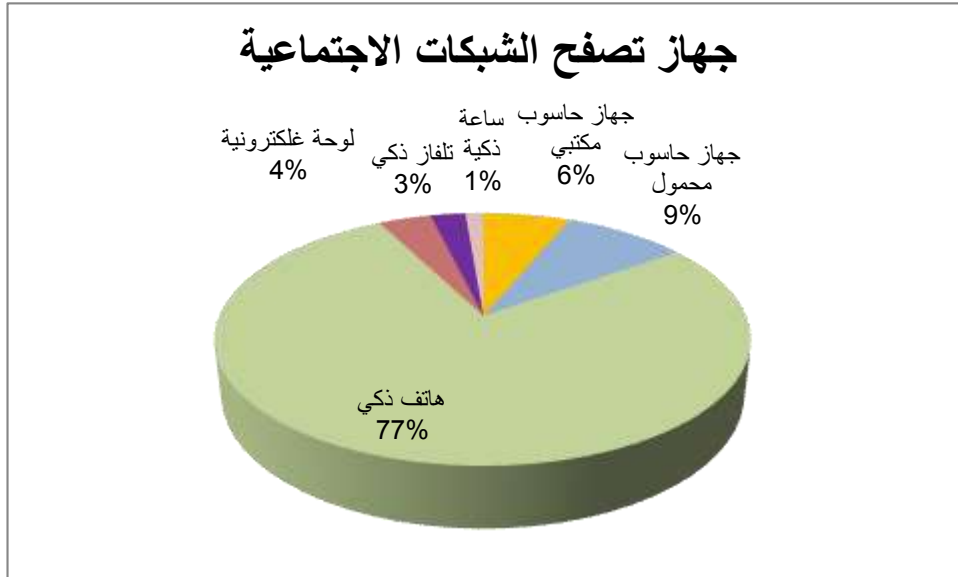




نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب مكان استخدام الشبكات الاجتماعية اعلى نسبة كانت بالمنزل ب86.3% ، ثم تليها الجامعة بنسبة 9.6% ، تم تليها مقهى الانترنت ب 4.10% .

ويمكن تفسير ذلك بكثرة الاشتراكات بخدمة الانترنت في الجزائر التي ادت الى توفيرها في المنازل حيث اصبح بإمكان الشباب استخدام الشبكات الاجتماعية في المنزل دون مقهى الانترنت والجامعة. ومنه نستنتج ان كل شخص يتصفح الشبكات الاجتماعية حسب مكان المتواجد فيه خاصة في المنزل. **الجدول رقم 13 : يمثل توزيع افراد العينة حسب جهاز تصفح الشبكات الاجتماعية .**

النسبة%	التكرار	الجهاز
6,30%	5	جهاز حاسوب مكتبي
8,90%	7	جهاز حاسوب محمول
77,20%	61	هاتف ذكي
3,80%	3	لوحة الكترونية
2,50%	2	تلفاز ذكي
1,30%	1	ساعة ذكية
100,00%	79	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب جهاز الاتصال بالشبكات الاجتماعية حيث نجد ان اعلى نسبة حازها الهاتف الذكي بنسبة 77.20%، ثم تليها الجهاز المحمول ب 8.90 %، ثم تليها الحاسوب المكتبي 6.30 %، ثم تليها الالكترونية ب 3.80 % ثم تليها التلفاز الذكي ب 2.50 % واخيرا الساعة الذكية بنسبة 1.30%.

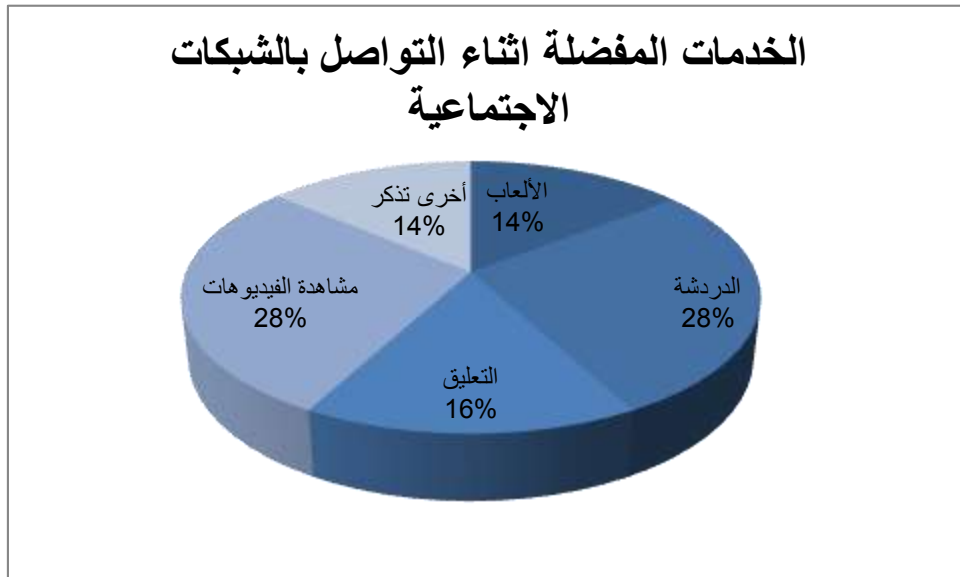
وقد يرجع ذلك ان الشباب يمتلك هاتف ذكي الذي اصبح متوفر لديهم والذي من خلاله يمكن الاتصال بالشبكات الاجتماعية بسهولة حمله وخفة وزنه اضافة الى ان اغلبية الطلبة يمتلك الحاسوب المحمول وذلك لاستخدامه في الدراسة والبحث بالإضافة الى توفره بأسعار معقولة اي يمكن اقتناؤه فأصبح يستخدم ايضا لتصفح الشبكات الاجتماعية حيث يمكن حمله و استخدامه في اي مكان على عكس الحاسوب المكتبي الذي لا يصلح إلا في المنزل .

ومنه نستنتج ان كل الوسائل المذكورة تسمح للشباب بالتواصل بالشبكات الاجتماعية و ذلك لتطورها و سهولة استعمالها في عملية التصفح .

المحور الثالث : دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية

الجدول رقم 14 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية .

الخدمات	التكرار	النسبة %
الألعاب	22	14,50%
الدرشة	42	27,60%
التعليق	24	15,80%
مشاهدة الفيديوهات	43	28,30%
أخرى تذكر	21	13,80%
المجموع	152	100,00%



نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 الذي يمثل توزيع افرادالعينة حسب الخدمات المفضلة من خلال التواصل بالشبكات الاجتماعية ان اعلى نسبة كانت 28.3 % لخدمة مشاهدة الفيديوهات تليها الدردشة بنسبة 27.6% ثم تليها التعليق 15.8 % ثم الالعاب بنسبة 14.5 % ، تليها اخرى تذكر بنسبة 13.8 % مثلا الاستماع للموسيقى و مشاركة المنشورات و البحث... الخ .

وقد يرجع ذلك الى استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل المبحوثين من اجل ملئ وقت الفراغ بمشاهدة الفيديوهات و من اجل الدردشة و مناقشة الاحداث اليومية بالتعليقات و ابداء الملاحظات حول الصور و غيرها ، و الالعاب التي تكون بنسبة قليلة و ذلك لتوفر الاجهزة الخاصة بها و توفر الالعاب في الهواتف الذكية .

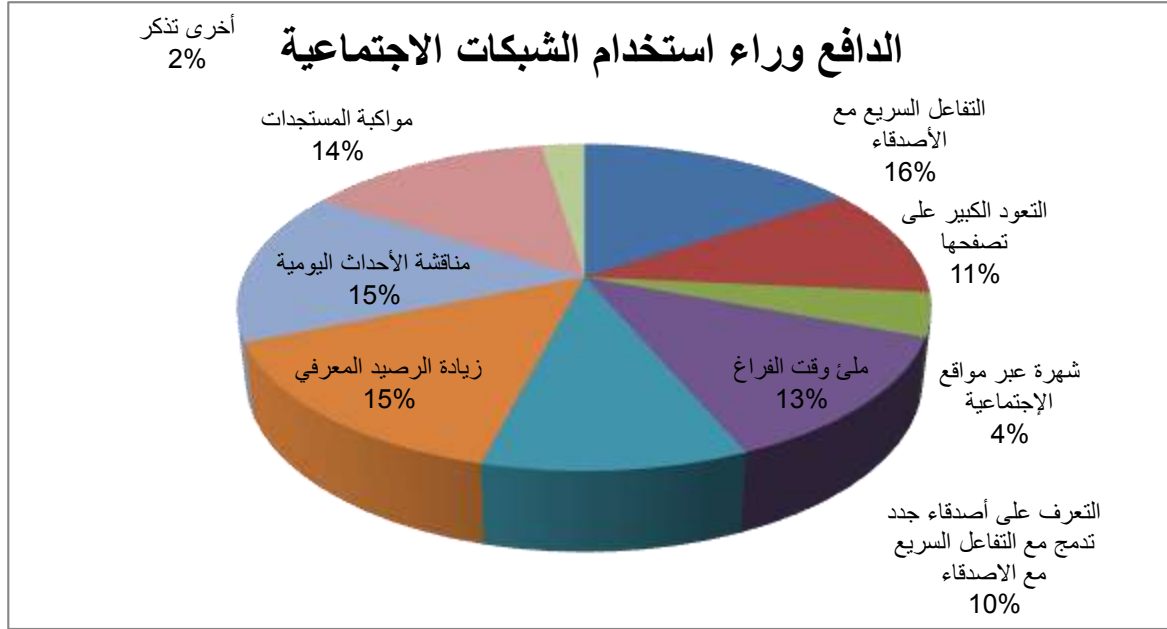
نستنتج من خلال ذلك ان الشباب اثناء فترة التواصل بالشبكات الاجتماعية يحققون اشباعا معينة منها التواصل منها الدردشة الخ..

### الجدول رقم 15 . يمثل توزيع افراد العينة حسب الدافع وراء استخدامها الشبكات الاجتماعية .

النسبة %	التكرار	دوافع الاستخدام
15,60%	33	التفاعل السريع مع الأصدقاء
10,90%	23	التعود الكبير على تصفحها
4,30%	9	شهرة عبر مواقع الإجتماعية
12,80%	27	ملئ وقت الفراغ
10,40%	22	التعرف على أصدقاء جدد تدمج مع التفاعل السريع مع الاصدقاء
14,70%	31	زيادة الرصيد المعرفي

## الاطار التطبيقي

15,20%	32	مناقشة الأحداث اليومية
13,70%	29	مواكبة المستجدات
2,40%	5	أخرى تذكر
100,00%	211	المجموع



ونلاحظ من خلال الجدول رقم 15 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية ان اعلى نسبة كانت للتفاعل السريع مع الاصدقاء بنسبة 15.6 % ، تليها مناقشة الاحداث اليومية بنسبة 15.2 % ، تليها زيادة الرصيد المعرفي بنسبة 14.7 % ، ثم مواكبة المستجدات بنسبة 13.7 %، و ملئ وقت الفراغ بنسبة 12.8 % وفئة التعود الكبير على تصفح الشبكات الاجتماعية بنسبة 10.8 %، ثم الشهرة عبر المواقع الاجتماعية بنسبة 4.3 %، و اخيرا اخرى تذكر بنسبة 2.4 % مثلا مشاهدة المباريات و متابعة المواقع الخاصة بفرص العمل... الخ .

وقد يرجع ذلك الى ان اغلبية المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية للتفاعل السريع مع الاصدقاء اضافة الى مناقشة الاحداث اليومية سواء في الجامعة او كافة الميادين الاخرى و لزيادة

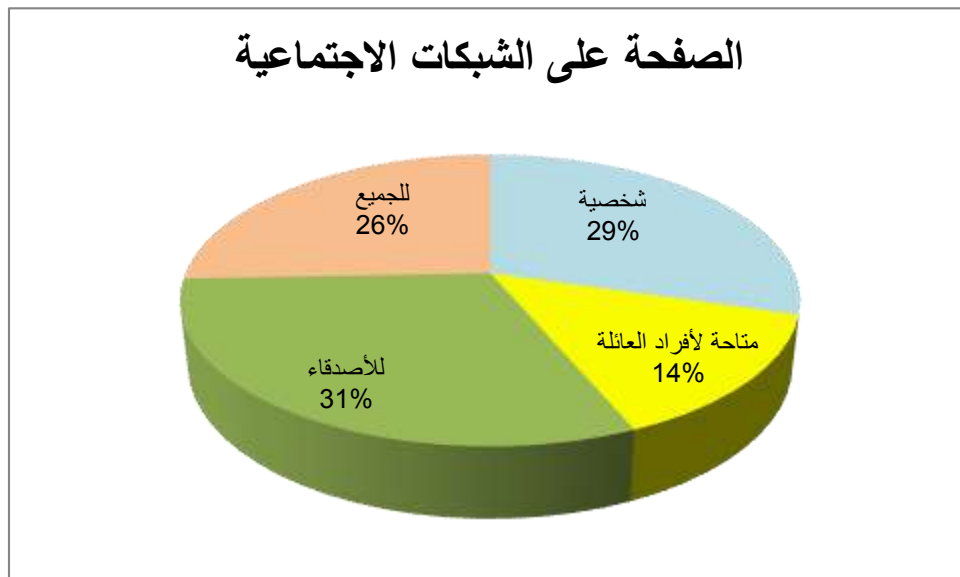
## الإطار التطبيقي

الرصيد المعرفي وزيادة الثقافات و اللغات لمواكبة المستجدات و من اجل ملئ وقت الفراغ و تعود الشباب على تصفح الشبكات الاجتماعية و اضافة لشهرتها .

و منه نستنتج ان الشباب يستخدمون الشبكات الاجتماعية من اجل التفاعل مع اصدقائهم باعتبارها فضاء خصبلذلك و ليست ملجأ للهروب من الواقع فقط و انما هي اداة ايجابية في اثناء الرصيد المعرفي و العلمي و التطلعي الى ما هو جديد .

الجدول رقم 16 : يمثل توزيع افراد العينة حسب صفحة الشبكات الاجتماعية .

الصفحة	التكرار	النسبة%
شخصية	23	29,50%
متاحة لأفراد العائلة	11	14,10%
للأصدقاء	24	30,80%
للجميع	20	25,60%
المجموع	78	100,00%



## الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة الشبكات الاجتماعية نجد ان اعلى نسبة كانت للاصدقاء بـ 30.8% ، تليها الشخصية بـ 29.5 % ، ثم متاحة للجميع بـ 25.6 % ، و لافراد العائلة بـ 14.1 % .

ويمكن تفسير ذلك الى ان الشباب يقوم بالتفاعل مع الاصدقاء و ذلك من خلال الرجوع الى

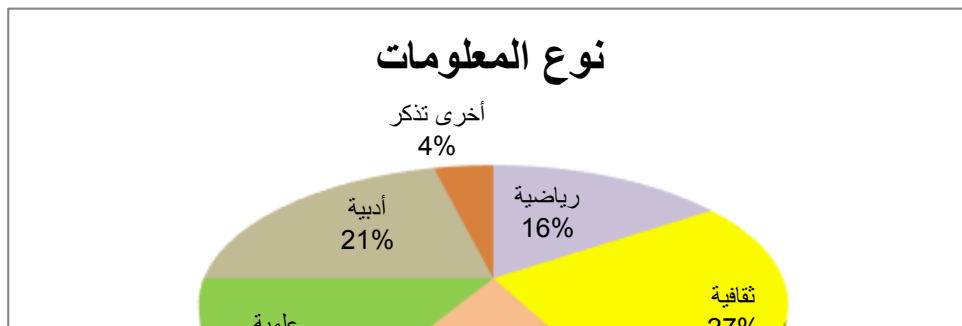
الجدول رقم 15 حيث نجد ان التفاعل السريع مع الاصدقاء جاء بأعلى نسبة ويكون ذلك من خلال تبادل المعلومات و الملاحظات و نشر الصور ليراها الاصدقاء و يعلق عليها اضافة الى الحصول على المحاضرات و الدروس بكل سهولة ، لكن اكثرية المبحوثين يحبون ان تكون صفحاتهم شخصية لا يطلع عليها إلا من يسمحون له بذلك ، و قد تكون فئة متاحة للجميع و هذه الفئة قليلة من المبحوثين وذلك للتعرف على اصدقاء جدد و نشر مايتعلق بالجميع مثلا ، و اما اتاحتها لأفراد العائلة اغلبية المبحوثين يعيشون مع عائلاتهم في المنزل اي يمكن الاتصال المباشر معهم .

ومنه نستنتج ان الشباب يفتحون الصفحات على الشبكات الاجتماعية بغرض التواصل مع

الاصدقاء و لكونهم يجدون راحة معهم اكثر من غيرهم .

### الجدول رقم 17 : يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع المعلومات

نوع المعلومات	التكرار	النسبة %
رياضية	20	15,60%
ثقافية	34	26,60%
دينية	21	16,40%
علمية	21	16,40%
أدبية	27	21,10%
أخرى تذكر	5	3,90%
المجموع	128	100,00%



نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 الذي توزيع افراد العينة حسب نوع المعلومات، حيث نجد ان المعلومات المنشورة عبر الشبكات الاجتماعية تكون ثقافية بأعلى نسبة ب 26.6% ، تليها المعلومات الادبية بـ نسبة 21.1 % ، ثم تليها المعلومات الرياضية بنسبة 15.6% ، ثم تليها المعلومات الدينية و العلمية بنسبة 16.4% بالتساوي ثم ب 3,9% مثلا سياسية ، اجتماعية .

وقد يرجع ذلك الى ان الاستخدام الشبكات الاجتماعية في نشر المعلومات يكون من اجل تبادل الثقافات وتنمية لتقافة لديهم لذا يقومون بنشر المعلومات الثقافية ، اضافة الى نشر المعلومات الأدبية بأقل درجة لأنها لاتحظى باهتمام كبير بالنسبة اليهم ، اضافة الى نشر المعلومات الرياضية من خلال التعرف على اخبار الاندية الرياضية و مشاهير الرياضة ، اضافة الى المعلومات الدينية و العلمية بأقل درجة و بنسب متساوية .

ومنه نستنتج ان الشبكات الاجتماعية تساهم في نشر المعلومات من خلال مواضعها لتتقيد الشباب لذلك فهم يساهمون في الاطلاع على ثقافات غيرهم ونشر ثقافتهم حول مختلف الجوانب .

**المحور الرابع: التأثيرات الايجابية والسلبية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاخلاقية لدى الشباب الجزائري**

**الجدول رقم 18: يمثل توزيع افراد العينة حسب تعديل السلوك من خلال الشبكات**

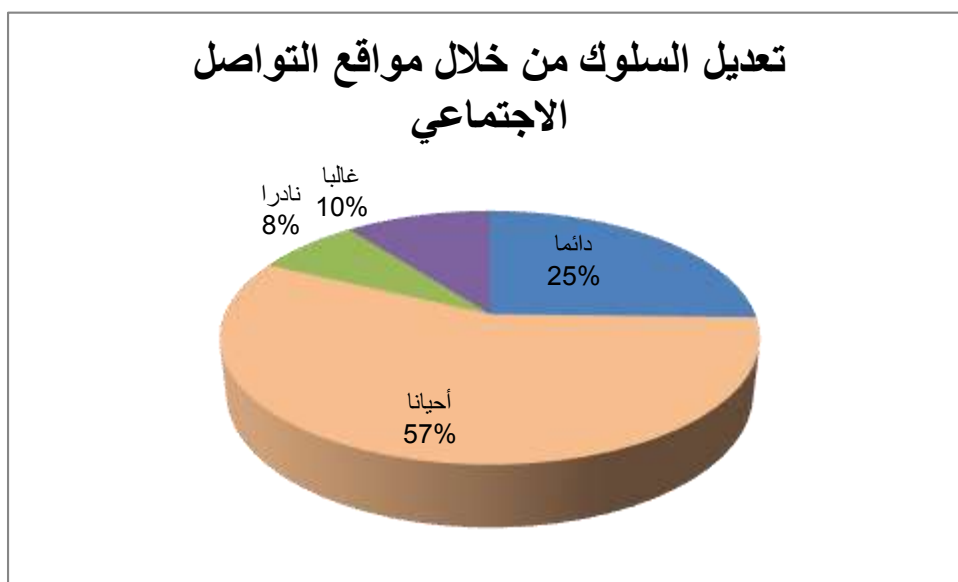
**الاجتماعية**

تعديل السلوك	التكرار	النسبة%
دائما	17	25.4



## الاطار التطبيقي

56.7	38	احيانا
7.5	5	نادرا
10.4	7	غالبا
100	67	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب تعديل السلوك من خلال الشبكات الاجتماعية نجد ان اعلى نسبة كانت احيانا بنسبة 56.7% ، تليها دائما بنسبة 25.4% ، ثم تليها غالبا بنسبة 10.4% ، واخيرا نجد نادرا بنسبة 7.5% .

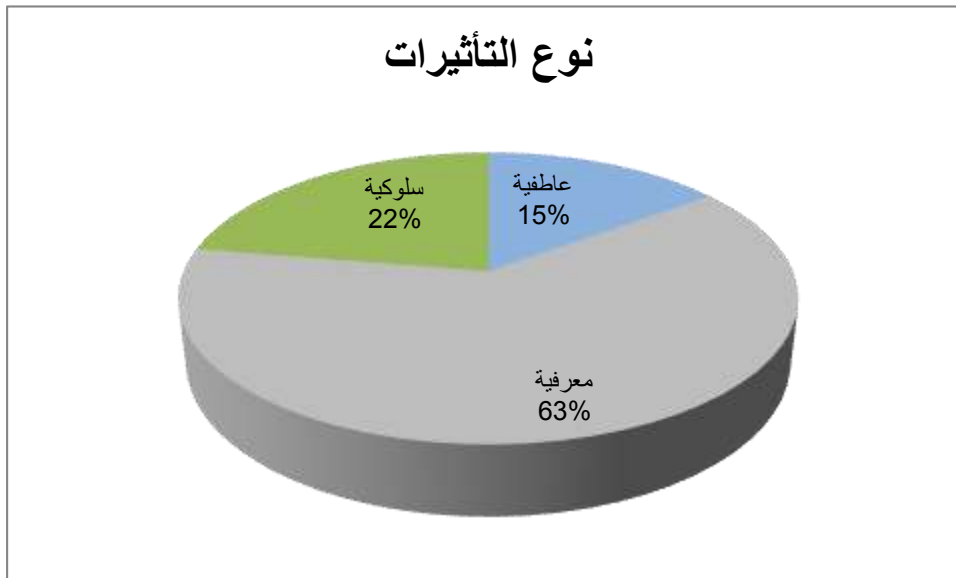
وهذا مايبين ان احيانا ما تؤدي الشبكات الاجتماعية الى تعديل سلوكياتهم حيث انهم لا يتأثرون كثيرا بمضامين الشبكات الاجتماعية .

ومنه نستنتج ان الشبكات الاجتماعية لا تساهم كثيرا في تعديل سلوكيات الشباب فهم يحافظون على سلوكياتهم حين التواصل بالشبكات الاجتماعية .

**الجدول رقم 19 : يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع التأثيرات .**

## الاطار التطبيقي

نوع التأثيرات	التكرار	النسبة %
عاطفية	10	14.9
معرفية	42	62.7
سلوكية	15	22.4
المجموع	67	100



نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 الذي يمثل توزيع افراد العينة على حسب نوع التأثيرات اذا كانت الاجابة بدائما ان التأثيرات المعرفية هي اعلى نسبة ب 62.7% تليها السلوكية بنسبة 22.4 % واخيرا نجد التأثيرات العاطفية 14.9% .

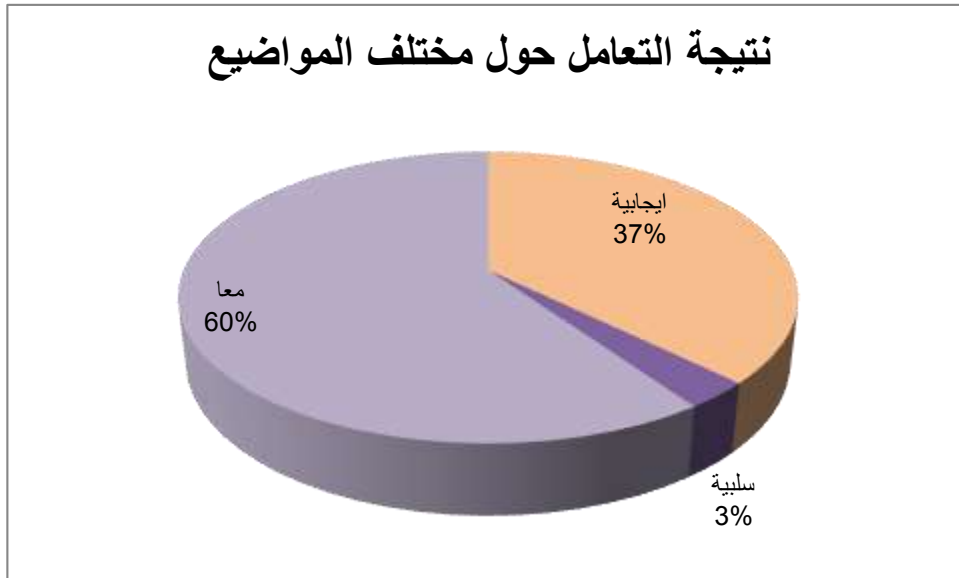
ومنه نستنتج ان الجانب العاطفي لدى الشباب يحتل المراتب الاولى على عكس الجوانب الاخرى .

**الجدول رقم 20 :** يمثل توزيع افراد العينة حسب نتيجة التفاعل حول مختلف المواضيع التي تتعرض اليها من خلال الشبكات الاجتماعية .

النتيجة	التكرار	النسبة %

## الاطار التطبيقي

37.3	25	ايجابية
3	2	سلبية
59.7	40	معا
100	67	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب نتيجة التفاعل مع مختلف المواضيع التي تتعرض اليها من خلال الشبكات الاجتماعية ان اعلى نسبة كانت ايجابية وسلبية معا بنسبة تقدر ب 59.7 % ، تليها الايجابية بنسبة 37.3 % واخيرا نجد السلبية بنسبة 3 % .

ويمكن تفسير ذلك ان اغلبية الشباب يرون ان المواضيع التي يتعرضون لها عبر الشبكات الاجتماعية لها ايجابيات وسلبيات معا وكونها لا تخضع للرقابة بالاضافة الى انها وسيلة كمختلف الوسائل الاخرى لها ايجابيات وسلبيات كما يرى بعض الاخر بنسبة اقل انه ليس لها سلبيات بل هي ايجابية فقط لتوفيرها المعلومات والتواصل بسرعة وسهولة مع الغير وتمكن من البحث والتعرف على اصديقاء جدد ومجتمعات جديدة .....

## الاطار التطبيقي

ومنه نستنتج ان الشبكات الاجتماعية لها ايجابيات و سلبيات و ذلك راجع على حسب استخدام المبحوث لها .

الجدول رقم 21 : يمثل توزيع افراد العينة حسبتاثير مضامين الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية داخل المجتمع .

التاثير على القيم الاخلاقية	التكرار	النسبة %
نعم	47	70.1
لا	20	29.9
المجموع	67	100



نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسبتاثير الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية حيث كانت اعلى نسبة جاءت بنعم بنسبة 70.1 % وتليها الذيناجابوابلا بنسبة 29.9 %.

## الاطار التطبيقي

ونفسر ذلك بان الشبكات الاجتماعية وسعت نطاق العلاقات وفتحت المجال للتعرف على الاخرين وتبادل المعارف اضافة الى ذلك توطيد العلاقات مع الاخرين من اصدقاء وعائلة وأقارب وما الى ذلك حيث انها تخطت الحواجز الجغرافية التي كانت اكبر عائق بالنسبة للبشرية جمعاء .

ومنه نستنتج ان التطور التكنولوجي والعالم الافتراضي مكن وسهل وساهم في تطوير العلاقات بالآخرين.

الجدول رقم 22: يمثل توزيع افراد العينة حسب التأثيرات التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي تجعلك مواطنا صالحا ومتكيفا مع القيم الاخلاقية مع مجتمعك ودينك .

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة %
لا	19	28,4
نعم	48	71,6
المجموع	67	100



## الإطار التطبيقي

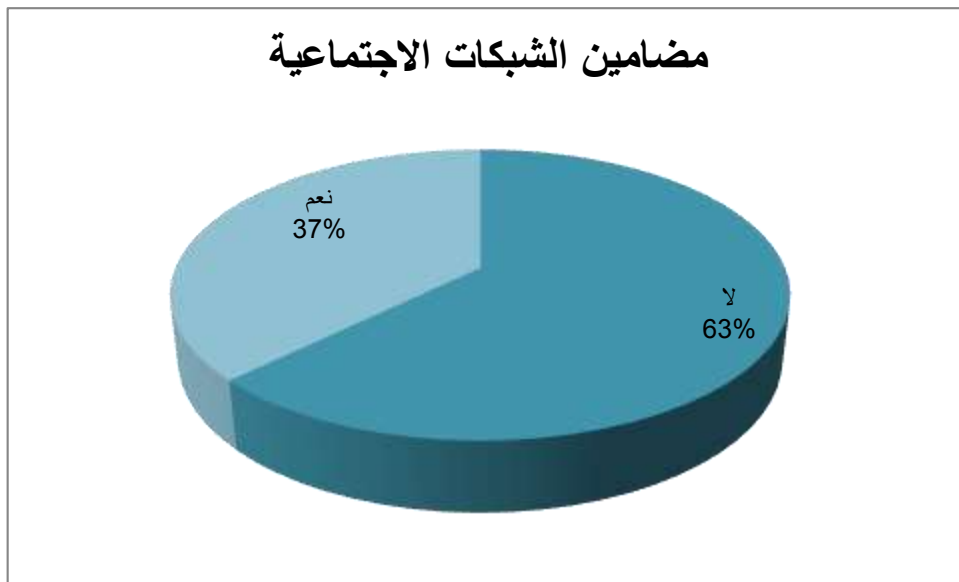
نلاحظ من خلال جدول رقم 23 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب التأثيرات التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي التي تجعلك مواطنا صالحا ومتكيفا مع القيم الاخلاقية مع مجتمعك ودينك ان اعلى نسبة كانت بنعم بنسبة 71,6 % ، ثم تليها لا بنسبة 28,4 % .

وهذا راجع ان الشباب الجزائري يعيش في بيئة خصبة قابلة للاكتساب وان جل الشباب يرون ان ذلك يتوافق مع القيم الاخلاقية مع مجتمعه ودينه

ومنه نستنتج ان الشبكات الاجتماعية تنشر مواضيع ايجابية تجعل الشباب يكتسبها .

**الجدول رقم 23 : يمثل توزيع افراد العينة حسب معظم مضامين الشبكات الاجتماعية تتماشى مع قيم المجتمع الاخلاقية .**

النسبة %	التكرار	مضامين الشبكات الاجتماعية
37,3	25	نعم
62,7	42	لا
100	67	المجموع



## الإطار التطبيقي

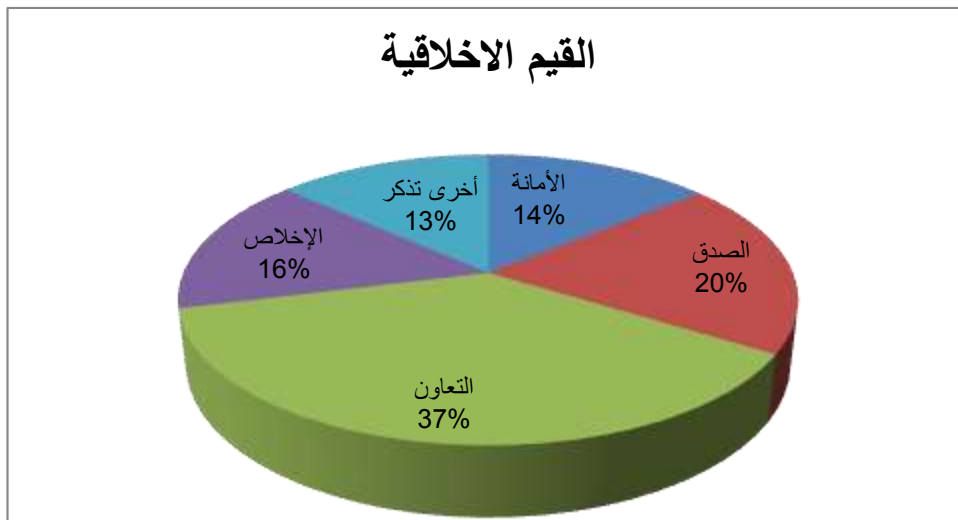
نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب معظم مضامين الشبكات الاجتماعية تتماشى مع قيم المجتمع الاخلاقية بان اعلى نسبة كانت بلا بنسبة 62,7 % ، ثم تليها بنعم بنسبة 37,3 % .

ويرجع ذلك ان الشباب ان معظم مضامين الشبكات الاجتماعية لا تتماشى مع قيم المجتمع الاخلاقية نتيجة السلوكات التي يتبنوها من الشبكات الاجتماعية .

ومنه نستنتج ان الشباب عند تبني السلوكات غير سوية من مضامين الشبكات الاجتماعية لا تتماشى مع قيمه ولا قيم مجتمعه.

### الجدول رقم 24 : يمثل توزيع افراد العينة حسب القيم الاخلاقية التي ترسخها مضامين الشبكات الاجتماعية

النسبة %	التكرار	القيم الاخلاقية
14,10%	20	الأمانة
19,70%	28	الصدق
37,30%	53	التعاون
15,50%	22	الإخلاص
13,40%	19	أخرى تذكر
100,00%	142	المجموع

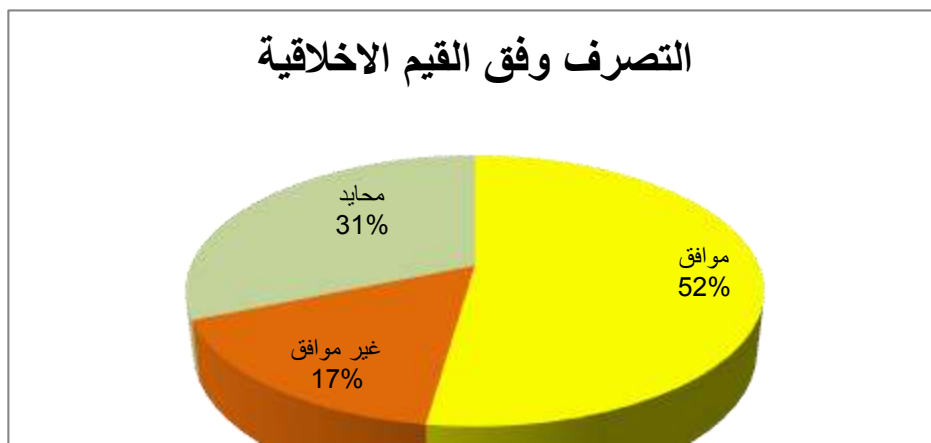


نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب القيم الاخلاقية التي ترسخها مضامين الشبكات الاجتماعية ان اعلى نسبة كانت لقيمة التعاون بنسبة 37.3 % ، ثم تليها قيمة الصدق بنسبة 19.7 % ، تليها قيمة الاخلاص بنسبة 15.5 % ، ثم قيمة الامانة بنسبة 14.1 % اخيرا اخرى تذكر بنسبة 13.4 % .

وقد يرجع هذا الى ان الشباب و اثناء اتصالهم بالشبكات الاجتماعية يكتسبون قيم سوية وذلك من خلال التعاون مع الاخرين و الصدق و التعاون اجتماعيا اضافة الاخلاص و الامانة .  
ومنه نستنتج ان مضامين الشبكات الاجتماعية تساهم في تربية الشباب اخلاقيا بما يتماشى مع قيمه الدينية و الاجتماعية باعتباره شباب عربيا و مسلما .

**الجدول رقم 25: يمثل توزيع افراد العينة حسب التصرف وفق القيم الاخلاقية التي ترسخها الشبكات الاجتماعية .**

النسبة %	التكرار	التصرف وفق القيم الاخلاقية
52.2	35	موافق
16.4	11	غير موافق
31.3	21	محايد
100	67	المجموع





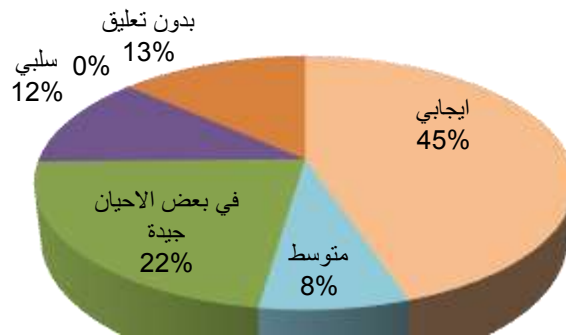
نلاحظ من خلال الجدول رقم 26 الذي يمثل توزيع الافراد العينة حسب التصرف وفق القيم الاخلاقية التي ترسخها الشبكات الاجتماعية ان اعلى نسبة كانت من الفئة الموافقة بنسبة 52.2% ثم تليها الفئة المحايدة بنسبة 31.3%، و اخيرا الفئة الغير موافقة بنسبة 16.6% .

وهذا ما يبين ان مضامين الشبكات الاجتماعية لا تخلق لدى الشباب تصرفات دخيلة على قيمهم الاخلاقية ، وان اغلبية المبحوثين لا تشكل لهم تصرفات دخيلة على حياتهم ، و هناك فئة اخرى تتأثر بمضامين الشبكات الاجتماعية و تخلق لهم تصرفات جديدة .

الجدول رقم 26 : يمثل توزيع افراد العينة حسب تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية :

التكرار	النسبة %	تقييم
30	44.8	ايجابي
5	7.5	متوسط
15	22.4	في بعض الاحيان جيدة
8	11.9	سلبي
9	13.4	بدون تعليق
67	100	المجموع

### تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية من الناحية الاخلاقية



نلاحظ من خلال الجدول رقم 27 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية نجد ان اعلى نسبة كانت للفئة الايجابية بنسبة 44.8 ، ثم يليه تقييم في بعض الاحيان جيدة بنسبة 22.4 ، ، ثم يليه السلبي بنسبة 11.9 ، ثم يليه تقييم متوسط بنسبة 7.5 و اخيرا بدون تعليق بنسبة 13.4 .

وقد يرجع ذلك الى مضامين الشبكات الاجتماعية نظرة ايجابية على العموم اي ان المضامين التي تعرضها الشبكات الاجتماعية مقبولة بالنسبة اليهم حيث انها تساهم في تثقيفهم و تربيتهم اخلاقيا و دينيا فمنهم من وصل الى ان بعض مضامينها ايجابية خالية من اي عيوب الى ان البعض وهي فئة قليلة ترى ان مضامين الشبكات الاجتماعية سلبية اي انها تؤثر عليهم بالسلب .

### 2-النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة الميدانية التي اجريناها على الشباب الجزائري لولاية ولرقله ، بالاعتماد على الاستبيان كاداة جمع البيانات الى مجموعة نتائج وهي :

-تبين لنا عدد افراد العينة من ذكور و اناث متقارب بنسبة 53.7% و 46.3% على التوالي ، و ان اغليبتهم تتراوح اعمارهم من 18 الى 24 سنة بنسبة 53.7 % ، و ان اغليبتهم لديهم مستوى جامعي بنسبة 74.6%

-فقد تبين ان معظم افراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية دائما بنسبة 74.6% و انهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية منذ اكثر من سنتين بنسبة 91 % .

-وتشير النتائج الى ان اغلبية المبحوثين يتصفحون الشبكات الاجتماعية حسب الظروف المواتية لهم بنسبة 71.6 % و ان اغلبية المبحوثين يفضلون الجلوس بمفردهم اثناء التواصل بالشبكات الاجتماعية

## الإطار التطبيقي

بنسبة تقدر بـ 50.7% كما ان اكثر من ساعتين هي المدة المستخدمة للتصفح الشبكات الاجتماعية بنسبة 40.3% .

- وبينت النتائج ان اغلبية المبحوثين يتصفحون الشبكات الاجتماعية بشكل يومي بنسبة 61.2% و ان اقبالهم على مواقع الشبكات الاجتماعية يكون بشكل متوسط بنسبة 47.8% و ان معدل استخدام هذه الشبكات اكثر من ثلاث مرات بنسبة 58.2% و ان المنزل هو المكان المفضل لهم بنسبة 86% باستخدام الهاتف الذكي بنسبة 77.20% .

- قد تبينت ان 28.30% من الشباب يفضلون مشاهدة الفيديوهات اثناء تواصلهم بالشبكات الاجتماعية من اجل التفاعل السريع مع الاصدقاء بنسبة 15.60% من اجل مناقشة الاحداث اليومية بنسبة 15.20% .

- كشفت الدراسة ان صفحة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية متاحة للاصدقاء بنسبة 30.8% .

- كما بينت الدراسة ان اغلبية المبحوثين يشاركون في نشر المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية احيانا بنسبة 50.7% ان الذين اجابوا بـ دائما كانت نوع المعلومات ثقافية بنسبة 26.60% .

- كما بينت الدراسة ان مضامين الشبكات الاجتماعية ادت الى تعديل افكار المبحوثين احيانا بنسبة 56.7% وان الذين كانت اجابتهم بـ دائما كانت تأثيراتهم معرفية بنسبة 62.7% .

- بينت الدراسة ان نتيجة تفاعل الشباب حول مختلف المواضيع التي يتعرضون اليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ايجابية و سلبية معا كانت بنسبة 59.7% و انهم تأثروا بمضامين مواقع الشبكة الاجتماعية فيما يخص قيمهم الاخلاقية داخل المجتمع بنسبة 70.1% .

- و قد بينت الدراسة ان اغلبية المبحوثين الذين اجابوا بـ نعم كان نوع التأثير ايجابي بنسبة 52.2%، و قد أثرت مضامين الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية لدى الشباب مما جعلهم مواطنون صالحين و متكيفين مع مجتمعهم و كانت نسبة ذلك 71.6% .

- سجلت الدراسة ان معظم مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية لا تتماشى مع القيم الاخلاقية للمجتمع بنسبة 62.7% وان اغلب القيم الاخلاقية التي ترسخها مضامين الشبكات الاجتماعية هي التعاون بنسبة 37.30% مما جعل المبحوثين يتصرفون وفق القيم الاخلاقية بنسبة 52.2% .

- جاء تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية لدى اغلبية المبحوثين بتقييم ايجابي بنسبة 44.8 % .

خاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على أثار استخدام الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية لدى الشباب الجزائري عامة و شباب مدينة ورقلة خاصة ، و ذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية في مجتمعنا ، و ما لها من تأثيرات على القيم الاخلاقية و السلوكيات بالإضافة الى تأثيراتها على كافة الجوانب كما انها لم تعد خفية على احد .

ولقد حظيت مواقع التواصل الاجتماعي بمكانة شعبية كبيرة عند الشباب عامة ، حيث كان لتلك المواقع تأثيرا على القيم الاخلاقية ، و لقد تمكنت من خلق سلوكيات و عادات جديدة غزت الأوساط الاجتماعية، بحيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مظهر من مظاهر التحضر و التقدم كونها شكل من اشكال التكنولوجيا و التطور ، فهي تحمل في طياتها العديد من المضامين و المواضيع التي تحتاج الى البحث فيها و لها العديد من التطبيقات و الخدمات التي توفر و تسهل للأفراد كل متطلبات الاتصال و التواصل داخل المجتمع و خارجه .

كما ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الحيز المكاني الواسع للتعرف و انشاء الصداقات و التعلم و التثقيف و التسلية و الدردشة ، إضافة الى التعليق و مشاهدة الفيديوهات و نشر المعلومات و التفاعل مع الاصدقاء و مناقشة الاحداث اليومية و زيادة الرصيد المعرفي ، و كذلك حرية التعبير و الابداع الفكري ، و قد تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من بلوغ كل الفئات العمرية سواء الكبار او الصغار خاصة الشباب الذي يعتبر شريان المجتمعات و ثروتها ، وسعت للتأثير سواء ايجابيا او سلبيا ، حيث تتميز بالتفاعلية و ما بعد التفاعلية ، ففي السابق كانت الانترنت محصورة برجع الصدى فقط للمحتوى ، اما الان تتميز بمشاركة المحتوى من خلال نشره و التعليق عليه بكل حرية .

و في الاخير نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي مكانة ذات اهمية كبيرة لدى المجتمع يجب التعرف عليها و معرفة كل ما يتعلق بها ، حيث توصلنا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تترك أثارا ايجابية و سلبية على القيم الأخلاقية لدى الشباب ، و ذلك على حسب استخدام الشباب لها ، فأغلبهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من سنتين و يستغرقون وقتا طويلا في تصفحها و هذا ما أثر على قيمهم الأخلاقية داخل المجتمع ، و في الجانب الأخر عززت مضامين الشبكات الاجتماعية لدى الشباب نظرة ايجابية على العموم مقبولة حيث انها تساهم في تثقيفهم و تربيتهم أخلاقيا و دينيا .

### التوصيات :

من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج في نظرية الدراسة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات و المقترحات :

1-الالتزام بقوانين محددة ومراعاة عدة جوانب باستخدام الشبكات الاجتماعية خاصة الجانب الاخلاقي لدى المستخدمين خاصة الشباب منهم .

2-توعية الشباب ب الجوانب السلبية للشبكات الاجتماعية لتفادي الانحرافات المختلفة و تفادي الادمان بما يؤثر سلبا على الشباب من الجانب الجسدي و النفسي .

3-زيادة الدراسات في مجال الشبكات الاجتماعية و تأثيراتها المختلفة على الشباب و المجتمع بالتعرف على انعكاساتها السلبية خاصة من اجل تفاديها .

4-توفير مجالات اكبر للشباب للترفيه عن النفس مثل المركبات الرياضية و اقامة المسابقات الثقافية و الدينية لإخراجهم من العزلة الافتراضية التي تخلقها الشبكات الاجتماعية .

5-محاولة وضع قوانين لمراقبة مضامين الشبكات الاجتماعية و اقامة مراكز متخصصة في هذا المجال لحماية الشباب و المجتمع .

الملاحق



## استمارة استبيان

### 1. المحور الاول: البيانات الشخصية

#### 1. الجنس:

● ذكر

● انثى

#### 2. السن:

● من 18 إلى 24

● من 25 إلى 31

● من 32 إلى 37

#### 3. المستوى التعليمي:

● ابتدائي

● متوسط

● ثانوي

● جامعي

2. المحور الثاني : أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين مواقع الشبكات الإجتماعية :

4. هل تستخدم مواقع الشبكات الإجتماعية في الحياة اليومية ؟

- دائما
- أحيانا
- نادرا
- غالبا

5. منذ متى و أنت تستخدم مواقع الشبكات الإجتماعية ؟

- أقل من سنة
- من سنة إلى سنتين
- أكثر من سنتين

6. ما هو الوقت المفضل لديك للإتصال بمواقع الشبكات الإجتماعية ؟

- صباحا
- ظهرا
- مساء
- ليلا
- حسب الظروف

7. من هم الأشخاص الذين تفضل الجلوس معهم أثناء تواصلك بمواقع الشبكات الإجتماعية ؟

- الأصدقاء
- الإخوة
- الوالدين
- بمفردك

8. كم تستغرق عند تصفحك لمواقع الشبكات الإجتماعية في جلسة واحدة؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- أكثر من ساعتين

9. تصفحك لمواقع الشبكات الإجتماعية يكون :

- في بداية الأسبوع بشكل يومي
- في نهاية الأسبوع حسب الظروف

10. إقبالك على مواقع الشبكات الإجتماعية يكون بشكل :

- ضعيف
- متوسط
- كبير
- مكثف

11. ما هو معدل إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي يوميا؟

- مرتين
- ثلاث مرات
- أكثر

12. هل تصفح مواقع الشبكات الإجتماعية في :

- المنزل
- مقهى الأنترنت
- الجامعة
- أخرى تذكر .....

13. هل تصفح مواقع الشبكات الإجتماعية من خلال :


- جهاز حاسوب مكتبي
- جهاز حاسوب محمول
- هاتف ذكي
- لوحة إلكترونية
- تلفاز ذكي
- ساعة ذكية

3. المحور الثالث : دوافع إستخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات الإجتماعية ؟

14. ما هي الخدمات المفضلة لديك أثناء عملية التواصل بمواقع الشبكات الإجتماعية ؟ رتبها حسب

أهميتها بالنسبة اليك


- الالعاب
- الدردشة
- التعليق
- مشاهدة الفيديوهات
- أخرى تذكر.....

15. ما هو الدافع وراء إستخدامك لمواقع الشبكات الإجتماعية ؟ رتبها حسب أهميتها بالنسبة اليك


- التفاعل السريع مع الأصدقاء
- التعود الكبير على تصفحها
- شهرة عبر مواقع الإجتماعية
- ملئ وقت الفراغ

- التعرف على أصدقاء جدد تدمج
- مع التفاعل السريع مع الاصدقاء
- زيادة الرصيد المعرفي
- مناقشة الأحداث اليومية
- مواكبة المستجدات
- أخرى تذكر

16. هل صفحتك على مواقع الشبكات الإجتماعية تكون :

- شخصية
- متاحة لأفراد العائلة
- للأصدقاء
- للجميع

17. إذا كانت الإجابة بدائما ما نوع هذه المعلومات ؟

- رياضة
- ثقافية
- دينية
- علمية
- أدبية
- أخرى تذكر.....

4. المحور الرابع : التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تتركها مواقع التواصل الإجتماعي في القيم الأخلاقية لدى الشباب الجزائري.

18. هل أدت مضامين مواقع الشبكات الإجتماعية إلى تعديل أفكارك؟

● دائما

● أحيانا

● نادرا

● غالبا

19. إذا كانت إجابتك بدائما ما نوع هذه التأثيرات؟

● عاطفية

● معرفية

● سلوكية

20. ما هي نتيجة تفاعلك حول مختلف المواضيع التي تتعرض إليها من مواقع الشبكات الإجتماعية؟

● إيجابية

● سلبية

● معا

21. هل تؤثر مضامين الشبكات الاجتماعية على القيم الاخلاقية داخل المجتمع؟

نعم

لا

22. هل ترى بأن التأثيرات التي تتركها مواقع التواصل الإجتماعي جعلتك مواطنا صالحا و متكيفا مع القيم

الأخلاقية مع مجتمعك و دينك؟

نعم ●

لا ●

23. هل معظم مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية تتماشى مع قيم مجتمعك الأخلاقية؟

نعم ●

لا ●

24. ماهي القيم الاخلاقية التي ترسخها مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية ؟ يمكن الاجابة على اكثر

من اجابة واحدة

- الامانة
- الصدق
- التعاون
- الاخلاص
- اخرى تذكر....

25. هل توافق ان استخدامك لمواقع الشبكات الاجتماعية تجعلك تتصرف وفق القيم الاخلاقية ؟

- موافق
- غير موافق
- محايد

26. ما هو تقييمك لمضامين مواقع الشبكات الاجتماعية من الناحية الأخلاقية ؟

.....



ملحق رقم 02:

الاساتذة المحكمين :

الاستاذ المحكم	
د. بودربالة عبد القادر	1
د. حميدة نواصرية	2

تم تحكيم استمارتنا من طرف الاستاذين الكريمين حيث قدموا لنا نوع من التغيرات و التوضيحات و النصائح المتمثلة في :

- تضمنين في السؤال بعض القيم الاخلاقية التي ترسخها مواقع الشبكات الاجتماعية .
- استعمال مقياس ليكارت لذلك كذكر مثلا موافق غير موافق محايد .
- التفصيل التي القيم تتاثر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع الاشارة الى ان القيم تكون دائما ايجابية بينما عكسها السلبي فهو السلوكيات .
- و من خلال ذلك تم تصحيح بعض نقاط في استبينا الاول و توزيعه .

# مصادر و مراجع

قائمة المراجع :

قائمة الكتب :

1. السيد الشريف ابي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي ، تعريفات ، ط2، دار الكتابة العلمية للنشر و التوزيع ، لبنان ، 2003 .
2. الجرجاني احمد الحسن علي بن محمد ، التعريفات ، دار التونسية للنشر و التوزيع ، تونس ، 1981 .
3. بن مرسللي احمد ، مناهج البحث العلمي في العلوم الاعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005 .
4. جودة محفوظ ، اساليب البحث العلمي، ط1، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، 2007 .
5. شفيق حسين، نظريات الاعلام، دون ط ، دار الفكر و فن الطباعة و النشر و التوزيع ، 2014
6. عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات العلمية ، ط1 ، عالم الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة ، القاهرة، 2000.
7. عزيز عبد الرحمن ، دراسات من نظرية الاتصال ، فكر اعلامي متميز .
8. عطوي جودة عزي ، اساليب البحث العلمي ، مفاهيمه و ادواته ، ط4 ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2011 .
9. مزاهره منال هلال ، بحوث الاعلام، الاسس و المبادئ ، ط1 ، دار الكنوز للمعرفة و النشر و التوزيع ، الاردن ، 2000 .
10. مزاهره منال هلال ، نظرية الاتصال، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2012
11. مكروم عبد الودود ، الاصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة ، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة ، مصر ، 1996.
12. مكروم عبد الودود ، دراسة لبعض المشكلات التي تعوق الوظيفة الخلقية للمدرسة الثانوية ، منشورات كلية التربية ، جامعة المنصورة ، مصر ، 1983.

13. صالح خليل ابو اصبع ، الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة ، ط2 ، دار الازام ، الاردن ، 2003 .

14. مرزوق عبد الحاكم ، العادلي ، اعلانات الصحفية ، دراسات في الاستخدامات و الاشباعات ، ط5 ، دار الفجر ، القاهرة مصر ، 2003 .

### قائمة المعاجم و القواميس :

1. البستاني الشيخ عبد الله ، الوافي ، معجم الوسيط للغة العربية ، دون ط ، مكتبة لبنان ، 1990 .

2. الاصفهاني راغب ، معجم مفردات القراءن الكريم ، تحقيق نديم مرعشلي ، دار الفكر ، بيروت لبنان ، 1972 .

3. بن هادية علي و اخرون ، القاموي الجديد للطالب ، معجم عربي مدرسي ، ط4 ، الشركة الوطنية للتوزيع الجزائر ، 1983.

4. مصطفى ابراهيم و اخرون ، المعجم الوسيط ، ط2 ، ج1 ، المكتبة الاسلامية للطباعة و النشر و التوزيع ، تركيا ، 1972 .

### قائمة المذكرات :

1. الدعة بسمة ، استخدام الشبكات في الاعلام رسالة مقدمة لنيل البكالوريوس في الصحافة و الاعلام ، غير منشورة ، الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة ، السعودية .

2. بوقلوف سهام ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اثارها على القيم الاخلاقية و الاجتماعية ، دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه ، الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص دراسات الجمهور ، 2018 ، جامعة الجزائر 3 .

3. بن فتح محمد علي محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي و اثارها على اخلاقيات و القيمة ، رسالة ماجيسترس ، غير منشورة ، الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة ، السعودية .

4. رأفت رباب محمود الجمال ، اثر استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي غلى تشكيل النسق القيمي الاخلاقي للشباب السعودي ، دراسة ميدانية ، جامعة الملك عبد العزيز .

قائمة المجلات :

1. احمد فاروق احمد حسن ، تحليل سوسيولوجي لازمة القيم الاخلاقية بين الشباب المصري، دراسة ميدانية ، مقالة منشورة ضمن مجلة ابحاث للدراسات ، الجمهورية المصرية، 2010 .
2. شلوفمحمد مسعود ، دور المعلم في مواجهة الاختراق القيمي ، مجلة كلية الفنون و الاعلام ، العدد 2 ، مصراتة ، ليبيا ، 2016 .