

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



مذكرة بعنوان:

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق
لدى المراهقين
دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية هلال عبد الله بلغيموز - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الأستاذ المشرف:

- أ.د. سمير لعرج

إعداد الطالبتين:

- أسماء بن مرهم

- عائدة فريطس

السنة الجامعية: 1438-1439هـ / 2017-2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم

" قالو سبحانك لا علم لنا الا ما علمتنا انك انت العليم الحكيم "

نحمد الله ونشكره اذ أنعم علينا بنعمته وأكرمنا بفضله وعطائه بأن وفقنا وأمدنا بالقوة وألهمنا هبة الصبر لإنجاز هذا العمل المتواضع. نتمنى أن يكون منارة في درب طلب العلم والمعرفة ونبراس يحمله ويواصل مسيرته غيرنا بإذن الله.

نتقدم بالشكر والامتنان والتقدير لأستاذنا المشرف " أ.د. سمير لعرج " الذي أفادنا

وكان لنا خير موجه وناصح.

كما نتوجه بخالص الشكر الى جميع أساتذة قسم الاعلام والاتصال الذين ساعدونا بتوجيهاتهم وراشداًهم ونخص بالذكر "د. هند عزوز". وأخيراً لا ننسى أن نتقدم بالشكر الجزيل لتلاميذ ثانوية

"هلال عبد الله "

ولكل من ساعدنا من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة، ونرجو من الله انم يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين، وذلك بالتطبيق على عينة من مراهقي ثانوية "هلال عبد الله" بلغيموز - جيغل - ومن أجل تحقيق هذا الهدف فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي في بحثنا وتم الاعتماد على أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات من المبحوثين أفراد العينة، قسمت إلى خمسة محاور المحور الأول البيانات الشخصية، المحور الثاني عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي والمحور الثالث خاص بالاشباعات المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي، أما المحور الرابع فخصص للمضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، فيما خصص المحور الخامس والأخير للآثار الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تكونت عينة دراستنا من 124 مفردة من المراهقين .

وقد توصلنا في دراستنا إلى مجموعة من النتائج أهمها :

لقد أثبتت الدراسة أن جميع أفراد عينة الدراسة يمتلكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي وأن فترات التصفح لديهم تختلف من مبحوث لآخر، كما كشفت نتائج الدراسة أن الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي لم تجعل المراهقين يتخلون عن أخلاقهم، وكشفت الدراسة أيضا أن أكثر المضامين الأخلاقية التي يطلع عليها معظم أفراد عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس هي منشورات دينية، وأن المضامين الأخلاقية هذه تحتوي على نماذج للأخلاق، كما أسفرت نتائج الدراسة أن الحجم الساعي له علاقة بالتأثير على أخلاق المراهقين أفراد العينة بشكل سلبي.

Abstract:

The purpose of the research was to identify the effects of using social networks on the moral values of teenagers, by applying this research on a spice men of "Hillal Abd Allah" , Belghimouz, jijel .to achieve this goal we based our research on the descriptive method using questionnaire tool to the gather statements from respadents.the tool was divided into five sections , the first section was about personal data , the second about the teenagers habits of using social networks , the third about the achieved satisfaction from the use of social networks , as for the fourth section , it was dedicated to the ethical content teenagers seek from using social networks , the fifth and final section was dedicated to the effects on the moral pattern that results from the way teenagers use , social networks . The specimen of our research comprised 124 individuals of teenagers.

In the research we arrived to some results, the most important ones were the following , The research proved that individuals from the specimen have accounts on social networks, andthe period of using them differ from one respondent to another, The results also revealed that the achieved satisfaction did not make the teenagers give up their ethics, The research also showed that most of the ethical contents that most of the respondents seek for in social networks according to gender variable are religions publication, and these ethical contents comprise ethics modals, The results also revealed that the usage time has a role in effecting the ethics of the respondent teenagers.

فهرس

المحتويات

الشكر	1
ملخص الدراسة أ-ب	2
ملخص الدراسة باللغة الأجنبية	3
فهرس المحتويات ه-ز	4
فهرس الجداول ج-م	5
مقدمة ن-س	6

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها. 2-4	7
2- أسباب اختيار الموضوع. 4	8
3- أهمية الدراسة. 4-5	9
4- أهداف الدراسة. 5	10
5- تحديد مفاهيم الدراسة. 5-11	11
6- الدراسات السابقة. 11-29	12

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1- منهج الدراسة. 29-30	13
2- مجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة. 31-32	14
3- أدوات جمع البيانات وتحليلها. 33-34	15
4- حدود الدراسة. 34-36	16

ثالثاً: النظرية المفسرة للدراسة

1- نظرية الإستخدامات والإشباعات. 36-41	17
2- تطبيق نظرية استخدامات الإشباعات على الدراسة. 41	18

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها وتطبيقاتها

تمهيد.....	44
1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي.....	45-46
2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....	46-48
3- أهمية وفوائد شبكات التواصل الاجتماعي.....	48-49
4- دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.....	50-52
5- تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي.....	52-55
6- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.....	55-56
7- نماذج عن شبكات التواصل الاجتماعي.....	
7-1 فايسبوك Facebook.....	56-61
7-2 تويتر Twitter.....	61-64
7-3 يوتيوب Youtube.....	64-66
7-4 أنستغرام Instagrame.....	66-67
7-5 جوجل Google.....	67-68
7-6 ماي سبايس My space.....	68-69
7-7 سناب شات Snap chat.....	69-71
8- شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر.....	71-73
خلاصة الفصل.....	74

ثانيا: منظومة الأخلاق

- تمهيد.....76
- 1- مدخل عام في منظومة الأخلاق. 77-79
- 2- خصائص النظام الأخلاقي ومبادئه. 79-81
- 3- مبادئ القيم الأخلاقية. 82
- 4- أهمية وفوائد النظام الأخلاقي. 82-84
- 5- النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية. 84-86
- 6- أسباب تغير حسن الخلق. 86-87
- 7- نماذج عن القيم الأخلاقية في الإسلام (الأمانة، العفة، الحياء، الصدق والإخلاص، غض البصر، المراقبة، حفظ الأسرار وكتماؤها، الضمير، الخير والشر، تجنب النفاق). 87-94

95..... خلاصة الفصل

ثالثا: المراهق وشبكات التواصل الاجتماعي

- تمهيد.....97

I. مرحلة المراهقة

- 1- تحديد مرحلة المراهقة. 98-99
- 2- خصائص مرحلة المراهقة وحاجاتها. 99-103
- 3- أشكال مرحلة المراهقة وأبرز مشاكلها. 103-106
- 4- الاتجاهات المفسرة لمرحلة المراهقة. 106-108
- 5- التطور الأخلاقي والجريمة في مرحلة المراهقة. 108-110

II. تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق

1- إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق. 110-111

2- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق. 111-112

113..... خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: تحليل البيانات الميدانية

1- المحور الأول: البيانات الشخصية. 115- 117

2- المحور الثاني: عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي. 118-127

3- المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي.

128-144

4- المحور الرابع: المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات

التواصل الاجتماعي خلاصة الفصل. 145-163

5- المحور الخامس: التأثيرات الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات

التواصل الاجتماعي. 164-193

نتائج الدراسة. 194-200

خاتمة. 201-202

قائمة المصادر والمراجع.

الملاحق.

فهرس

الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
115	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
116	يوضح المستوى التعليمي	02
119	يبين امتلاك حساب أو حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي طبقا لمتغير الجنس	03
120-121	يوضح الحساب أو الحسابات التي يمتلكها أفراد العينة	04
121	يوضح مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	05
122	يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في شبكات التواصل الاجتماعي	06
123	يوضح فترات تصفح أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	07
124	يوضح الفترة المفضلة لاستخدام شبكات التواصل لأفراد العينة	08
125	يوضح مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	09
126	يوضح مع من يفضل أفراد العينة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	10
129	يوضح إذا كان أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل في المجال العلمي	11
130-131	يوضح الاشباع المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي	12
131-132	يوضح الاشباع المحققة في المجال العلمي في شبكات التواصل الاجتماعي	13

فهرس الجداول

	حسب متغير الجنس	
132-133	يوضح إذا كان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد في المجال الاجتماعي	14
133-134	يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة	15
134-135	يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي حسب متغير الجنس	16
135-136	يوضح إذا كان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد في المجال الترفيهي	17
136-137	يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي	18
138-139	يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الترفيه حسب متغير الجنس	19
139-140	يوضح مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الاشباعات	20
141-142	يوضح طبيعة الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي	21
142-143	يوضح إذا ما كانت الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي جعلت أفراد عينة الدراسة يتخلون عن أخلاقهم	22
146-147	يوضح هل أفراد العينة يتخلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	23
147-148	يوضح الأسباب التي تجعل المراهق يتحلى بأخلاقه أثناء مشاهدته لمحتوى	24

فهرس الجداول

	المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	
148-149	يوضح توزيع طبيعة المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	25
150-151	يوضح هل استفاد أفراد عينة الدراسة من المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	26
151-152	يوضح أكثر المضامين الأخلاقية التي استفاد منها أفراد عينة الدراسة والمنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	27
153	يوضح هل أفراد عينة الدراسة متأكدين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق في شبكات التواصل الاجتماعي	28
154-155	يوضح سبب عدم تأكد المبحوثين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	29
156-157	يوضح طبيعة المضامين التي يطلع عليها أفراد عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	30
158-159	يوضح رأي المبحوثين في احتواء المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على نماذج للأخلاق حسب متغير الجنس	31
160-162	يوضح قياس اتجاه المراهقون نحو التماس الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي	32
165-166	يوضح مدى تمسك المبحوثين بأخلاقهم عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	33

فهرس الجداول

166-167	يوضح علاقة تمسك المبحوثين بالأخلاق و مع من يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	34
168	يوضح إجابة المبحوثين ما إذا كانت تصادفهم صور أو فيديوهات غير لائقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	35
169	يوضح ردة فعل المبحوثين اتجاه الفيديوهات والصور الغير لائقة التي تصادفهم أثناء إبحارهم في شبكات التواصل الاجتماعي	36
170-171	يوضح هل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إهمال الشعائر الدينية مثل تأخر الصلاة لدى المبحوثين حسب متغير الجنس	37
171-172	يوضح علاقة الحجم الساعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيره في إهمال الشعائر الدينية	38
173-174	يوضح ماذا استفاد المبحوثين من الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الأخلاقية	39
175-176	يوضح العلاقة بين عدد سنوات الاستخدام و الاستفادة من الموضوعات الأخلاقية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي	40
176-177	يوضح إسهام خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني حسب متغير الجنس	41
177-178	يوضح إسهام خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الأخلاق والقنود الحسنة لدى المبحوثين حسب متغير الجنس	42
179-180	يوضح هل أفراد عينة الدراسة يؤيدون التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر	43

فهرس الجداول

	شبكات التواصل الاجتماعي	
180-181	يوضح هل أفراد عينة الدراسة يؤيدون التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	44
181-182	يوضح هل أفراد عينة الدراسة يؤيدون العلاقة العاطفية مع الجنس الآخر من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	45
182-183	يوضح هل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يدفع أفراد العينة إلى مشاهدة الأفلام الجنسية و الصور الايحابية التي تنشر عبرها	46
184-185	يوضح سبب عدم مشاهدة الأفلام الجنسية و الصور الايحابية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة الذين أجابوا بلا	47
185-186	يوضح هل أخلاق أفراد عينة الدراسة تعيق حريتهم أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	48
186-187	يوضح لماذا الأخلاق لا تعيق حرية أفراد العينة الذين أجابوا بلا عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي	49
187-188	يوضح هل شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على الأخلاق حسب متغير الجنس	50
188	يوضح لماذا شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على أخلاقهم بالنسبة لأفراد العينة الذين أجابوا بلا	51
189	يوضح العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي و التأثير على الأخلاق بشكل سلبي	52

فهرس الجداول

190	يوضح هل شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الأخلاق بشكل ايجابي حسب متغير الجنس	53
191	يوضح لماذا شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل ايجابي على أخلاق أفراد العينة الذين أجابوا بنعم	54
192	يوضح العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير على الأخلاق بشكل ايجابي	55

حقائق

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقة في عالم الاتصال في زمن أصبح فيه التنبؤ بما يحدث في المستقبل يكتسي شيء من الصعوبة إذا لم نقل مستحيل، تطل علينا وسائل الاتصال بتقنياتها وتطوراتها الهائلة والمذهلة التي فتحت آفاق جديدة وأحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب ومجالات الحياة الإنسانية، الثقافية، الفكرية والاجتماعية وبدأت آثار هذه التغيرات على مستوى الجماعات والأفراد، ليس على المستوى المحلي فقط بل تعدى ذلك إلى المستوى العالمي محدثة بذلك تأثيرات جديدة ومباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية، وقد ساعد في كل ذلك وبشكل كبير ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أنشأت مجتمع معلوماتي سهل الحصول على الخدمات الاجتماعية والتعليم وتوفير المهارات الذاتية دون عناء وفي وقت قصير، والتي أصبحت وسيلة اجتماعية للتواصل والتعارف وتبادل المعلومات والأخبار بين أفراد المجتمع.

يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي ومع انتشار استخدامها بشكل واسع أحدث طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل تعدى ذلك إلى حد التأثير في منظومة الأخلاق لدى مختلف فئات المجتمع وخاصة المراهقين.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين على عينة من تلاميذ ثانوية "هلال عبد الله" بولاية جيجل، وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وثلاث فصول وهي كالتالي الفصل المنهجي والنظري والتطبيقي وخاتمة ونتائج الدراسة وملاحق.

حيث تضمن الفصل المنهجي إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع وأهمية وأهداف الدراسة، تحديد المفاهيم ثم الدراسات السابقة إضافة إلى الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تضمنت منهج الدراسة ومجتمع الدراسة والعينة، إضافة إلى مجالات الدراسة، ثم المدخل النظري للدراسة والمتمثل في مدخل الاستخدامات والاشباعات.

ثم جاء الفصل النظري للدراسة حيث تضمن ثلاثة أجزاء:

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي استخداماتها وتطبيقاتها والذي ضم النشأة والتطور، خصائصها أهميتها، دوافع استخدامها إضافة إلى أنواعها ونماذج عنها.

ثانياً: منظومة الأخلاق والذي ضم مدخل عام في منظومة الأخلاق، خصائص النظام الأخلاقي ومبادئه، أهميتها وفوائدها، النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية أسباب تغير حسن الخلق ونماذج عن القين الأخلاقية في الإسلام.

ثالثاً: المراهق وشبكات التواصل الاجتماعي وجاء فيه تحديد مرحلة المراهقة خصائصها وحاجاتها أشكالها وأبرز مشاكلها، إضافة إلى التطور الأخلاقي والجريمة في مرحلة المراهقة.

أما الفصل التطبيقي للدراسة فقد ضم خمس محاور " المحور الأول البيانات الشخصية، المحور الثاني عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي والمحور الثالث خاص بالاشباع المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي، أما المحور الرابع فخصص للمضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، فيما خصص المحور الخامس والأخير للآثار الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي"، ثم عرضنا من خلاله النتائج الأولية للدراسة بعد أن قمنا بتفريغ البيانات في جداول بتحديد مختلف التكرارات والنسب الأولية، بعد ذلك قمنا بتقديم قراءات تحليلية حول هذه الجداول لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراسة ومناقشتها.

الإطار

المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

2- أسباب اختيار الموضوع.

3- أهمية الدراسة.

4- أهداف الدراسة.

5- تحديد مفاهيم الدراسة.

6- الدراسات السابقة.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1- منهج الدراسة.

2- مجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة.

3- أدوات جمع البيانات وتحليلها.

4- حدود الدراسة.

ثالثاً: النظرية المفسرة للدراسة

1- نظرية الاستخدامات والإشباع.

2- تطبيق نظرية استخدامات الإشباع على الدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة:

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصال عبر العالم تطورات هائلة، نظراً للتقدم الواسع والسريع الحاصل على مستوى تقنياتها، مما ساعد في تقريب المسافات الزمانية والمكانية بين أجزاء العالم، بحيث غيرت العديد من المفاهيم والأدوار باعتبارها نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال وفتح مجال شاسع للتواصل والتعارف بين مختلف الأفراد، رغم وجود تفاوت واضح في الثقافات بين البلدان المتقدمة والمتخلفة.

ويتم هذا التواصل عن طريق وسائط اتصالية متنوعة والتي ساهمت بشكل كبير في تفعيل العملية الاتصالية وتطويرها، خاصة مطلع العصر الراهن مع تنامي اعتماد الأفراد على الانترنت وتطور المواقع وتعدد الاستخدامات، فمن التصفح للبريد الإلكتروني إلى المنتديات وغرف الدردشة والرسائل النصية والفورية والمدونات وصولاً إلى المواقع الاجتماعية. وهذا المصطلح -شبكات التواصل الاجتماعي- أطلق على مجموعة المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب وأتاحت التواصل مع مجتمع افتراضي، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني حتى سمي بجيل الانترنت فقد مكنت هذه المواقع الأفراد من النشر والكتابة والمحادثة، ولعل أشهرها الفيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها... إذ أتاحت للجمهور فرصة تبادل مقاطع الفيديو والصور وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر فيما بينهم، حيث صارت من أهم آليات التواصل وتبادل الآراء والأفكار بين المراهقين والشباب وبقية أفراد المجتمع الواحد، وحتى مختلف شعوب العالم على الصعيد الشخصي والثقافي والعلمي، إذ تكمن أهميتها في الإطلاع على ثقافات العالم وما يدور فيه من أحداث و اختراعات واكتشاف وساهمت بشكل كبير في خلق تسهيلات لعملية التبادل الثقافي.

ومما لا شك فيه أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأن هذا العالم الافتراضي له تأثير كبير على جميع شرائح المجتمع.

من هذا المنطلق نفترض أن التكنولوجيا والأفكار التي وفدت ضمن عمليات التقدم هذه كانت في الواقع قناة لنقل أنماط ذهنية وسلوكية مغايرة للسياق الثقافي في المجتمع الجزائري وأحدثت بذلك قفزة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية وأثرت على النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي الأخلاقي بشكل خاص، وعلى البنيات الثقافية والسلوكيات على مستوى أفراد المجتمع بصفة عامة والمراهقين الجزائريين بشكل خاص، باعتبار أن هذه الشبكات الأكثر شعبية فهي تلعب دورا مهما في ترسيخ ثقافات ومكونات حضارية متعددة.

ومن جهة أخرى نعتقد أن شبكات التواصل الاجتماعي احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول المراهقين، دونما اعتبار للفوارق الدينية والعرقية والجنسية والسياسية والاقتصادية في ظل غياب الرقابة، إذ ساهمت في التأثير في منظومة الأخلاق التي تكون سلوك الأفراد والمراهقين خاصة، وقد يكون لها تأثير مضاعف على هذه الفئة نظرا لكونهم يتميزون بحب المغامرة واكتشاف الجديد، حيث كشفت الدراسات الخاصة بالمتغيرات النفسية والاجتماعية عن وجود اغتراب نفسي و خلل أخلاقي وقيمي مخيف، وعدم القدرة على ترشيد استخدامها، وما نتج عن ذلك من ظهور للعديد من السلوكيات السلبية التي تتعارض مع الأخلاق بدءا بالانبهار بالتطور التقني والتجاوب معه دون وجود رصيد قيمي وسلوكي يضبطه مرورا بالميل المتنامي لدى كثير من الأفراد نحو اللامبالاة بما يقترفه البعض من سلوكيات تتناقض وقيم المجتمع.

ومع انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والإقبال عليها بشكل رهيب نعتقد أنها تخدم كل ما يروق للمراهقين لاتسامها بالفورية والتفاعلية وتعدد الوسائط والتحديث حيث تجعلهم أسياد أنفسهم نتيجة لاستخدامهم الواسع والمفتوح لهذه الشبكات مما أصبح أمر يثير المخاوف.

ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية لدراستنا من خلال التساؤل التالي:

ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين؟

وللتفصيل أكثر في هذا التساؤل نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الآثار الناتجة في النسق الأخلاقي من خلال استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

ومن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

❖ أسباب ذاتية:

- الميل الشديد إلى البحث عن كل ماله علاقة بشبكات التواصل الاجتماعي.
- اعتبار هذا الموضوع مشكلة تستحق الدراسة.
- السعي لإثراء المكتبة بدراسة تتناول موضوع جديد في علوم الإعلام والاتصال.

❖ أسباب موضوعية:

- قيمة الموضوع من الناحية الأخلاقية.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه منهجيا ومعرفيا، باعتباره ظاهرة ملموسة للدراسة.
- انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر لاسيما فئة المراهقين.

3- أهمية الدراسة: تتمثل أهمية دراستنا في الموضوع الذي تناولناه وهو أثر استخدام شبكات

التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين في الآتي:

-تسليط الضوء على العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنظومة الأخلاق لدى المراهقين

-أهمية فئة المراهقين داخل المجتمع وضرورة دراسة أي متغيرات قد تؤثر عليهم سواء سلبا أو إيجاباً خاصة مع إمكانية تغير النسق الأخلاقي في عصر الانفجار الثقافي والإعلامي.

-ضرورة إخضاع أخلاق المراهقين للملاحظة البحثية المستمرة للوقوف على مدى ثباتها وتغيرها.

-تعتبر الدراسة من الدراسات والبحوث التي تعنى بموضوعات العصر.

4- أهداف الدراسة: مما لان لاشك فيه أن لكل دراسة بحثية أهداف تسعى إلى تحقيقها وذلك من

أجل إعطاء قيمة علمية للموضوع، وتكمن أهداف دراستنا الحالية في الآتي ذكره:

-التعرف على عادات وأنماط استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي.

-قياس استخدامات المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي.

-التعرف على الإشباع المحققة من وراء استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي.

-رصد الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي.

5- تحديد مفاهيم الدراسة:

سنقوم فيما يلي باستعراض وتوضيح أهم مفاهيم الدراسة في ضوء اعتماد سياقها في دراستنا

الحالية، نذكر المفاهيم التالية:

1- الأثر:

لغة:

- الأثر في اللغة كما ورد في معجم الوسيط "أثر فيه ترك فيه أثر، تأثر الشيء ظهر عليه الأثر وبالشيء تتبع أثره.¹

- أما في معجم لسان العرب فالأثر بمعنى بقية الشيء ومعه آثار وأثور.²

¹ معجم الوسيط: مجمع اللغة العربية بالقاهرة، ط1، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004، ص:5.

² معجم لسان العرب: لابن منظور، دار مدار، الجزء الأول، 2003، ص:38.

- أما معجم غريب القرآن للأصفهاني: فالأثر: أثر الشيء حصول ما يدل على وجوده، يقال أثر وأثر والجمع الآثار، قال تعالى: "وقفينا على آثارهم برسلنا. وآثارا في الأرض".¹

اصطلاحاً:

عرفه السعيد بومعيزة: بأنها تلك العلاقات التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقات من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة.²

- كما أن كلمة أثر في الإعلام ترجع إلى أي نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء في ذلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة.³

ويمكن أن يكون الأثر أنيا كما يمكن له أن يتجسد بصفة تدريجية عبر الزمن وهو الأمر الذي

يصعب مهمة

الباحث في قياس ذلك.⁴

- والأثر حسب دراستنا هو قياس مدى تأثير المواقع الاجتماعية على المراهقين من وراء امتلاكهم لحسابات شخصية عبرها وتعرضهم لمتخلف مضامينها.

¹ معجم غريب القرآن: للراغب الأصفهاني، متاح على موقع: Islamic.Book.ws. 2010. تاريخ الزيارة في 2018/03/03 على الساعة 15:00.

² السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006/2005، ص: 29-30.

³ سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998، ص: 152.

⁴ عبد الرحمن عززي: أثر الوسائل السمعية البصرية على نظام القيم، أنماط الاستهلاك في المجتمع الريفي الوسيط، مجلة علمية بحوث، العدد 1، 1992-1993، ص: 41، 40.

2- الاستخدام:

❖ لغة: استخدام (اسم): مصدر استَخدَمَ.

- استخدام المرأة أو الرجل = اتخاذاها خادمة أو خادما.

- استخدام آلة: استعمالها.

- استخدام كل الإمكانيات: استغلالها.

* استخدام(اسم): استخدم = مصدر استَخدَمَ.

* استخدم،توظيف:(في قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، عمل يأجر.

* استخدام بدون تصريح:استخدام بطاقة ائتمانية من قبل شخص عبر حاملها.المعتمدة وتعني

بالانجليزيةun authorized use.¹

❖ اصطلاحا: لهم فيه عبارتان:

* العبارة الأولى: أن يؤتى بلفظ له معنيان فأكثر مرادا به أحد معانيه،ثم يؤتى بضميره مرادا به المعنى الآخر.

* العبارة الثانية: أن يؤتى بلفظ مشترك بين معنيين، ثم بلفظين يخدم كل واحد منها معنى، وهذه طريقة بدر الدين ابن مالك في (المصباح).²

- ويشير الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة، إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟.

- إن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى تكنولوجيا ما بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا (ماديا) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا.³

¹ معجم المعاني الجامع-عربي عربي -: متاح عبر موقع: <https://www.almaany.com> تاريخ الزيارة 2018/01/02، التوقيت 20:23.h

² متاح على موقع: www.hadith.net، تمت الزيارة يوم 2018/01/02، التوقيت 30:23.h.

³ نور الدين هادف: التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباكات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2007/2008، ص:23.

-ويبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوفى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع، (يحتمل الكثير من الدلالات النظرية والتطبيقية) يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني.

3- شبكات التواصل الاجتماعي:

لغة:

- كما أشار إليها الرازي بأنها مشتقة من: الخلط والتداخل، واشتباك الظلام اختلط.
- أما التواصل فيعرف في اللغة كما أشار إليه الفيومي بقوله: "وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل بهو الوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع.¹

اصطلاحا:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظاهرة مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2،0 تتيح 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 للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي اتيحو للعرض.²

وعرفها (Andurson) "هي أدوات تدعم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من خلال شبكة الانترنت مثل: منتديات الحوار، وتبادل الملفات الشات، المدونات، وخلاصات المواقع والعالم

¹ فهد بن علي طيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، جامعة الملك سعود، كلية الملك خالد العسكرية، ص 201.

² ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط 1، دار الأعصار العلمي للنشر، الأردن، عمان، 2015، ص: 200.

الافتراضي، وهذه جميعا مواقع تعمل معا على إبقاء تحكم الأفراد في وقتهم ونشاطهم، وعلاقاتهم مع بعض¹.

وتعرف بأنها مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين

مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.²

*التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن مختلف المواقع الإلكترونية المتوفرة على شبكة الانترنت من تويتر ويوتيوب وانستغرام وفيسبوك تتاح الفرصة من خلالها للأفراد للتعارف والتواصل في بيئة افتراضية سواء كانوا أصدقاء متعارفين في الواقع أو غير متعارفين فيما بينهم ويكون ذلك التعارف عن طريق إجراء محادثات فورية ورسائل خاصة أو فيديوهات أو البريد الإلكتروني أو غيرها من الخدمات المتوفرة عبر الوسائط المتعددة.

4 - الأخلاق:

* في اللغة العربية: يعني الخلق السجية والطبع.³

-والخلق كما جاء في لسان العرب لابن منظور هو الدين والطبع والسجية.⁴

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع عمان 2015، ص:22.

² مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، 2015، ص: 246.

³ سمير لعرج: الإعلام الجديد والأخلاق "اليوتيوب نموذجا"، مداخلة أقيمت بالملتقى الوطني الأول حول الإعلام الجديد والمجتمع، جامعة جيجل يومي 10/09 ديسمبر 2013، ص:1.

⁴ ناجي التركيبي: فلسفة الأخلاق عند مفكري الإسلام، دار دجلة للنشر، عمان، 2012، ص:31.

اصطلاحاً: إن الخلق مجموعة من المبادئ والقيم والقواعد العامة لتوجيه السلوك البشري داخل المجتمع، نحو تحقيق ما يعتقد أنه الخير وتجنب ما ينظر إليه أنه يجسد الشر. وغاية الأخلاق هي في نهاية المطاف تحسين العلاقات بين البشر، وإعطاء الحياة البشرية معنى يساعد على الحفاظ على قدر من التماسك الاجتماعي بالرغم من وجود الفوارق والتناقضات داخل المجتمعات البشرية وبينها.¹

- وقد جاء تعريف الأخلاق في المعجم الفلسفي بأنها: شكل من أشكال وعي الإنسان، يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية وأن للأخلاق جانباً نفسياً باطنياً وجانباً سلوكياً ظاهرياً.²

- ويرى الأستاذ "مدني صالح" أن الأخلاق هي مجموعة الانفعالات والعواطف والعادات.³

- ونجد تعريف "أبو حامد الغزالي" في "إحياء علوم الدين" يقول: ... فالخلق عبارة عن هيئة في النفس راسخة، عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة، فإن كانت الهيئة تصدر عنها الأفعال الجميلة المحمودة عقلاً وشرعاً سميت تلك الهيئة خلقاً حسناً، وإن كان الصادر عنها الأفعال القبيحة سميت الهيئة التي هي المصدر خلقاً سيئاً.⁴

* **التعريف الإجرائي لمنظومة الأخلاق:** هي مجموعة القيم والمبادئ والمعايير والقواعد العامة تحكم وتضبط سلوك الأفراد واتجاهاتهم وفقاً لما يتماشى مع عقيدة وعرف المجتمع الأصلي. وفي دراستنا هذه يتبين أن منظومة الأخلاق من أهم الضوابط التي يجب أن يحترمها المراهق ويتحلى بها أثناء معاملاته الاتصالية اليومية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ عبد العزيز الشريف: أخلاقيات الإعلام، ط1، دار يافا العلمية للنشر، الأردن، عمان، 2014، ص:49.

² حجاج علي: أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة الجزائرية من الالتزام بنقل الحقائق إلى الإحتراف في صناعته، مجلة الحكمة، العدد27، 2014، ص:8.

³ عامر عبد زيد الوائلي: النظرية الأخلاقية من سؤال التأسيس إلى اختراق الممارسة السياسية، ابن النديم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص:381.

⁴ أبو حامد الغزالي: إحياء علوم الدين، دار المعرفة، الجزء الثالث، لبنان، ص:53.

5- المراهقة:

لغة:

-مصدر رَاهَقَ.

-المراهقة: الفترة من بلوغ الحلم إلى سن الرشد.

-سن المراهقة: مرحلة من مراحل عمر الإنسان، تبدأ عند البلوغ وتستمر بضع سنوات لا تتجاوز الثامنة عشرة من العمر إلا في حالات¹.

اصطلاحاً:

المراهقة مرحلة تمتد من فترة النضوج الجنسي (عند الفتى والفتاة) حتى سن الثامنة عشرة أو حتى سن العشرين، كما يراها بعض علماء النفس.

وتتميز هذه المرحلة بالانفعالية والرفض والحيوية، أو بالانزوائية والسكينة بحسب البيئة العائلية والتربية والاجتماعية والمدرسة التي يتأقلم فيها المراهقة.²

وفي تعريف آخر المراهقة هي: مرحلة حساسة وحاسمة في حياة الفرد، إذ أثناءها يبدأ التحول الفيزيولوجي والسيكولوجي من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد، كما يعاني خلالها الفرد العديد من المشكلات التوافقية تستدعي الراشدين الانتباه إليها ومساعدة المراهق على تجاوزها.³

6- الدراسات السابقة:

يستوجب على أي باحث اجتماعي أن يتناول في دراسة بعض من الدراسات السابقة والتي لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته، فمن خلال هذا نرى أن هناك عدة دراسات تطرقت لأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم وشخصية المراهقين والشباب والتي خلصت لنتائج مهمة قد تفيد دراستنا الحالية وفيما يلي سنستعرض بإيجاز بعض هذه الدراسات:

¹ معجم المعاني الجامع -عربي عربي-: متاح الموقع. <https://www.almaany.com>, تاريخ الزيارة 2018/03/15، التوقيت 19:30h.

² جرجس ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، دار النهضة العربية، لبنان، بيروت، ص: 471.

³ مصباح عامر: التنشئة الاجتماعية والسلوك الانحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ط1، دار الأمة للطباعة والنشر، الجزائر، برج الكيفان، 2003 ص: 174.

– الدراسات العربية

الدراسة الأولى:

دراسة فهد بن علي الطيار: لقد تمحورت إشكالية الباحث في هذه الدراسة حول محاولة: "معرفة الآثار السلبية واليجابية لشبكة التواصل الاجتماعي" "تويتر" مع بيان تأثيرها على القيم الاجتماعية وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر نموذجاً" على القيم لدى طلاب الجامعة؟¹

ومن خلال تساؤل الدراسة الرئيسي تتم صياغة التساؤلات الفرعية للدراسة على النحو التالي:

- 1- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 3- ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟
- وكان هدف الدراسة الرئيسي: بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر نموذجاً" على قيم لدى طلاب الجامعة.

- اعتمد الباحث في دراسته هذه على المنهج الوصفي التحليلي. وقد تم اختيار عينة دراسته بطريقة عشوائية من مجتمع متكون من طلاب جامعة "ملك سعود بالرياض"، واستعمل الباحث استمارة استبيان كأداة جمع المعلومات.

- ومن أهم النتائج التي كشفت عنها هذه الدراسة نذكر ما يلي:

- 1- أشارت النتائج إلى أن ترتيب الآثار السلبية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية مثل: تأخير الصلوات، أدت إلى

¹ فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، تاريخ الزيارة في 2018/01/9 h 12.00، المتاحة على، <file:///c:/Users/asus/Desktop/pdf%20شيكات%20.pdf> .

عزلت وضعف التفاعل مع المجتمع، تساعد على الهروب من مواجهة الواقع، وخلق مشاكل مع الوالدين.

2- أشارت النتائج إلى أن ترتيب الآثار الإيجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الآراء، مكنته من التعبير بحرية وتخطي حاجز الخجل، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقُدوة الحسنة، أسهمت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني، تعريف الأفراد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا.

3- أشارت النتائج إلى أن ترتيب أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة من وجهة نظرهم تمثلت في:

- يعزز استخدام طالب لشبكات التواصل الاجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة أدى استخدامها إلى تكوين قيم جديدة تتناقض وقيم الأسرة، تشكو الأسرة من طول الوقت الذي يقضيه مشغولاً باستخدام شبكات التواصل، تؤثر على زيارة الشخص لأصدقائه زملائه، استخدام الطالب لها يجعله يميل لتقليد الحيات الغريبة.

❖ التعقيب على الدراسة:

من خلال هذه الدراسة نلاحظ أنها تلاقت مع دراستنا في أنها أجرت بحث ميداني عملي إضافة إلى طريقة اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة واعتماد استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وقد تعارضت مع دراستنا في المنهج والذي اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ومجتمع الدراسة وهم طلاب الجامعة لكن اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والمراهقين كمجتمع البحث.

وقد أفادتنا هذه الدراسة باعتمادها كمرجع علمي من أجل الإمام بالموضوع.

والمعاب على هذه الدراسة أنها ركزت على تأثيرات اليوتيوب وأهم تأثيرات باقي الشبكات.

الدراسة الثانية: "الأحمد يونس محمد حمودة"، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي:

- ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية؟

وتندرج تحته تساؤلات فرعية وهي:

- ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي، وما هي شبكات¹ التواصل

الاجتماعي الأبرز التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟

- ما القضايا المجتمعية المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين؟

- ما مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مستمرة على شبكات التواصل

الاجتماعي؟

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الفلسطيني مهارات التفاعل والمشاركة في

القضايا المجتمعية؟

- إلى أي حد يرى الشباب الفلسطيني أن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يدفعهم

للتفكير في طرق حديثة لمشاركة فاعلة في قضايا المجتمع؟

الفرض الرئيسي للدراسة هو:

يؤثر معدل التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على مدى المشاركة في القضايا المجتمعية في

إطار متغيرات النوع، التعليم، الدخل.

واعتمد في الباحث في دراسته على منهج المسح الاجتماعي والذي يساعد على وصف

الظاهرة المدروسة والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر وتقديم صورة

واقعية عنها.

¹ أحمد يونس محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، ديسمبر 2013.

واعتمد الباحث كأداة لجمع البيانات والهدف منها الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار موضوع الدراسة، وتم تطبيقه بالاستقصاء بالمقابلة الشخصية والاستقصاء الإلكتروني لجمع بعض البيانات المتعلقة بالمبحوثين.

وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية 18 سنة إلى أقل من 35 سنة من ذكور وإناث، واختار الباحث العينة بالطريقة العينة الحصصية غير الاحتمالية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نذكر ما يلي:

1- كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها دائم 96,1 بالمائة وبلغت الذين يستخدمونها أحيانا بنسبة 3,9 بالمائة كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية بنسبة كبيرة بلغت 99,3 بالمائة، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82,2 بالمائة وأحيانا نسبة 17,1 بالمائة في حين 0,7 بالمائة أجابوا بعدم المتابعة.

2- بينت الدراسة أن شبكة (الفيسبوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما و تفاعلا وفقا لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى، ثم المحادثات (سكايب والماسنجر)، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب)، ثم (جوجل بلاس) يتبعها التدوين المصغر مثل (تويتر)، يليها المنتديات ثم المدونات، وأخيرا موقع الصور (الفليكر).

- أوضحت الدراسة أن المحادثة الكتابية عن طريق الدردشة والتعليقات من أكثر أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يليها إرسال الرسائل السريعة ثم الاتصال بالصوت والصورة، يليها الاتصال بالصوت فقط وأخيرا بالصورة فقط.

- بينت الدراسة إلى أن الإجراء الذي يتخذه المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة بفعالية جاءت بنسبة 63,9 بالمائة والإطلاع فقط بنسبة 34 بالمائة، وعدم الاهتمام بنسبة 1,5 بالمائة وأخيرا الحذف والحظر بنسبة 0,5 بالمائة.

- أشارت الدراسة أيضا إلى ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت إذ جاءت نسبة 58,8 بالمئة من المبحوثين يستخدمون التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر، ثم من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 36,6 بالمئة، يليها استخدام لأقل من ساعة بنسبة 4,6 بالمئة كما أن المبحوثين يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت منذ أربع سنوات بنسبة 57,3 بالمئة، والذين يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من أربع سنوات بلغت نسبتهم 30,5 بالمئة والذين يستخدمونها منذ أقل من سنتين بلغت نسبتهم 12,2 بالمئة.

- بينت الدراسة أن المبحوثين يثقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة 60,5 بالمئة ويثقون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس المستوى بنسبة 20,2 بالمئة ونسبة 1,2 بالمئة للذين لا يثقون بها، كما أن المبحوثين يعتبرون المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هادفة بنسبة 55,4 بالمئة، ثم متنوعة بنسبة 36,6 بالمئة يليها مسلية بنسبة 5,6 بالمئة وأخيرا حديثة بنسبة 2,4 بالمئة.

- أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يسجلون إعجابهم بالمنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 38 بالمئة، والتعليق على المنشورات بنسبة 25 بالمئة وتحريرها للآخرين بنسبة 22 بالمئة، ويخبرون بها معارفهم خارج نطاق الانترنت بنسبة 10 بالمئة، وأخيرا يستفيدون منها ولا يشاركون فيها بنسبة 5 بالمئة.

- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يتابعون بكثافة المواد حسب ترتيبها من الأكثر تفضيلا وهي (الاجتماعية، الثقافية، السياسية والإخبارية التعليمية، الشباب، الصور الدينية، التسلية والترفيه الصحية، الكاريكاتير، الاقتصادية).

- أكدت الدراسة على أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر تفضيلا واستخداما على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ جاءت بنسبة 81,7 بالمئة ثم اللغة الانجليزية بنسبة 17,1 بالمئة، يليها اسم مستعار بنسبة 10 وأخيرا اللغتين معا بنسبة 1,2 بالمئة.

❖ التعقيب على الدراسة:

توافقت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في المنهج المعتمد أما جانب التعارض فقد كان في المجتمع المدرس وطريقة اختيار العينة، فقد تمثل مجتمع هذه الدراسة في الشباب وتمت المعاينة بطريقة حصصية إضافة إلى اختلاف في أداة جمع البيانات فقد اعتمد الباحث المقابلة الشخصية إضافة إلى الاستقصاء الإلكتروني على عكس ما اعتمدنا في دراستنا لمجتمع المراهقين وطريقة المعاينة العشوائية البسيطة أما الأداة المعتمدة في جمع البيانات في الاستمارة.

والمعاب على هذه الدراسة أنها اعتمدت طريقة الاستقصاء الإلكتروني قد لا تكون هناك مصداقية في نتائج تحليل المعلومات التي يجمعها.

الدراسة الثالثة: "للدكتورة رباب رأفت الجمال"

تحددت المشكلة البحثية للدراسة في التعرف على حدود و طبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي.¹

وكان هدف الدراسة الرئيسي هو التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية وانبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

-رصد وتوصيف وتحليل وتقييم علاقة الشباب بوسائل الإعلام الحديثة في الوقت الراهن من خلال تحديد (كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد، نوع المشاركة، نوع المضامين التي تحظى باهتمام الشباب، درجة التبني للمضمون المقدم).

¹ رباب رأفت محمد الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب السعودي دراسة ميدانية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.

وتاريخ الزيارة في 9 / 01 / 2018 h9.00 المتاح على file:///c:/Users/asus/Desktop/athr- estikhdam-shbakat- attwasol.pdf.

- تحديد ترتيب النسق القيمي لدى الشباب السعودي كجزء من الشباب العربي والإسلامي، ودرجة تبني الشباب للقيم الأخلاقية والدينية في الوقت الراهن.
- الكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديد خاصة شبكة الانترنت.
- رصد آراء واتجاهات الشباب حول أسباب انتشار السلوكيات اللاأخلاقية وعلاقة ذلك بكثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد في المملكة العربية السعودية خاصة والدول العربية والإسلامية عامة. ولتحقيق هذه الأهداف قامت الباحثة بصياغة الفروض التالية:
- يختلف معدل استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي).
- توجد علاقة دالة إحصائية بين قوة عناصر النسق القيمي الأخلاقي لدى الشباب السعودي وبين المتغيرات الديموغرافية.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الناتجة في النسق القيمي الأخلاقي على كافة المستويات (المعرفية الوجدانية، السلوكية).
- ولإجابة عن فروض الدراسة وتساؤلاتها، لجأت الباحثة إلى عملية المسح من خلال استخدام عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودي، ومن بين أدوات البحث التي استعملتها الاستمارة.
- ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة ما يلي:
- ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت أكدت العينة بأكملها بنسبة 100 بالمائة أنهم يستخدمون الانترنت.

- وحول شبكات التواصل الاجتماعي أكد معظم أفراد العينة بنسبة 86,33 بالمائة أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام، ولاشك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي.
- انتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.
- فيما يختص بالقيم الأخلاقية أثبتت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث للشباب تأثيرات على النسق القيمي الأخلاقي لديهم.
- أكدت الدراسة أنه كلما زاد استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى 0,001 بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات.

❖ التعقيب على الدراسة:

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا في أداة جمع البيانات ، وأنها دراسة ميدانية. واختلفت مع دراستنا في طريقة اختيار العينة-العشوائية متعددة المراحل-، ومجتمع الدراسة-الشباب-، أما دراستنا اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة والمجتمع تمثل في المراهقين.

وقد تم الاستفادة من هذه الدراسة باعتمادها كمرجع علمي في دراستنا هذه من أجل إثراء مضمونها.

-الدراسات الجزائرية:

الدراسة الرابعة: "للدكتور ساسي سفيان"

تمثلت مشكلة الدراسة في: ما استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي وما تأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية؟¹

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

¹ ساسي سفيان: الشباب واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لمنطقة الطارف، مجلة الحكمة، العدد 27، السداسي 2، 2014، ص: 123/100.

- ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي من: حيث مدى الاستخدام، أكثر الشبكات استخداماً، عدد ساعات ومرات الاستخدام اليومي والأسبوعي وأماكن الاستخدام؟

- ما الحاجات/الاشباع التي يحققها الشباب الجزائري من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الآثار الناتجة عن استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي في إعادة بناء منظومة علاقاتهم الاجتماعية؟

مجتمع الدراسة وعينتها:

- يتكون مجتمع هذه الدراسة من شباب منطقة الطارف المتمردين على مقاهي الانترنت والمؤسسات الثقافية العمومية على اختلاف أشكالها وأنواعها.
- تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العمدية.
- أداة الدراسة التي اعتمد عليها الباحث هي استمارة استبيان، والمنهج المعتمد هو منهج المسح الاجتماعي.

أهم نتائج هذه الدراسة:

من أهم ما كشفت عنه نتائج الدراسة أن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الشباب للانترنت بمفرده، في حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الشباب وقتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي بمشاركة الآخرين.
وتبين كذلك أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ارتفع أثر استخدامها على العلاقات الاجتماعية.

وأوضحت النتائج بأن أكثر المواقع المستخدمة هي الفيسبوك لما له من شهرة عالمية وأن أكثر استخداماته تتم داخل الجامعة بالنسبة للجامعيين، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثر أكبر على العلاقات الاجتماعية لدى الذكور من على الإناث أما

حسب المستوى الدراسي فقد تبين أن هذا الأثر أكبر لدى الشباب الجامعي منه لدى الشباب ذوي مستوى تعليمي أقل.

وبينت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الشباب انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع العمري حيث أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية. وأخيراً، خلص الباحث إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأسلوب اتصال وتواصل أصبحت تغطي كافة شرائح شباب المجتمع الجزائري، وأن هذه التكنولوجيا المادية قد أضافت إيجابيات كثيرة كان لها انعكاسات معنوية في الجوانب الاجتماعية والثقافية على مستوى الشباب والأسرة والمجتمع كما أوضحته نتائج الدراسة.

❖ التعقيب على الدراسة:

لاحظنا من خلال إطلاعنا على هذه الدراسة أنها تتفق مع دراستنا في المنهج والأداة المستعملة في جمع البيانات، واختلفت مع دراستنا في مجتمع الدراسة حيث تكون مجتمع الدراسة هذه من الشباب أما في دراستنا فتمثل مجتمع الدراسة في المراهقين وفيما يخص طريقة اختيار العينة فقد تم بطريقة العينة العمدية أما في دراستنا فقد اعتمدنا العشوائية البسيطة. وقد استفدنا من هذه الدراسة من ناحية الإمام بجوانب الموضوع سواء من الجانب المنهجي أو النظري أو التطبيقي إضافة إلى اعتمادها كمرجع علمي لإثراء موضوع دراستنا. والمعاب على هذه الدراسة أنها ركزت اهتمامها على فئة الشباب المتمدربين فقط وتأثيرات شبكات التواصل عليهم من وراء تعرضه لها.

الدراسة الخامسة: "البوزيدي حفيظة"

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول سؤال رئيسي كالاتي:

- ما هو أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهقين المتمدربين؟¹

وقد حاولت الباحثة من خلال دراستها هذه الإجابة على عدة تساؤلات فرعية والمتمثلة في الآتي:

- كيف أصبحت علاقة المراهق بأسرته في ظل استخدام هذا الأخير لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة؟

- هل بقيت العلاقة الاجتماعية في محيط المراهق قائمة على مقوماتها التقليدية في ظل انتشار تكنولوجيا الاتصال و المعلومات الحديثة؟

- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على لغة التواصل للمراهق الجزائري؟

- هل الشباب المراهق عبارة عن مستخدم سلمي أو مستخدم نشط لتكنولوجيا الاتصال و المعلومات الحديثة؟

- ما هي علاقة المتغيرات الديموغرافية بالممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة؟

- هل يؤثر البعد الثقافي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق الجزائري في ظل استعماله لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة؟

- ما هو البعد السائد في استعمال المراهق الجزائري لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة البعد المحلي أو العالمي؟

وقد كان لهذه الدراسة عدة أهداف و تمثلت في الآتي:

¹ بوزيدي حفيفة: أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق المتمدرب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2016/2017.

- 1- كشفت طبيعة العلاقة التي تربط المراهق بتكنولوجيا الاتصال الحديثة ومحاولة فهم أشكال تفاعلاتها مع سياقات مختلفة (اجتماعي، ثقافي، تكنولوجي ومعرفي)، وذلك من خلال ممارساته الاتصالية المختلفة في ظل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة.
- 2- الوصول إلى تشخيص علمي لأثر استخدام هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة على الممارسات الاتصالية للمراهق (العلاقات الاجتماعية و الاتصال الشخصي ...)
- 3- معرفة الأسباب الحقيقية التي تدفع المراهق الجزائري إلى استخدام هذه التكنولوجيا.
- 4- التعرف عن الممارسات الاتصالية الجديدة التي أفرزها استخدام المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

وقد طرحت الباحثة مجموعة من الفرضيات وهذا بتحديد لها محاور هي:

- محور السياق الاتصالي والتكنولوجي للمبحوثين.
 - محور تمثلات الانترنت من طرف أفراد العينة.
 - محور عادات وأتماط استعمال الانترنت من طرف أفراد العينة.
 - محور دوافع استعمال الانترنت.
 - محور عادات استعمال الهاتف النقال.
 - محور تمثلات الهاتف النقال من طرف أفراد العينة.
 - محور استعمال الهاتف النقال.
 - محور أثر استعمال الانترنت والهاتف النقال على الممارسات الاتصالية للمراهق المتمدرس الجزائري.
- واعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الوصفي باعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، واستعملت استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، واعتمدت في اختيار عينة من المجتمع الذي قامت بدراسته-فئة المراهقين- على العينة الغير الاحتمالية أو الاعتبائية والتي تعرف بأسماء متعددة مثل العينة العرضية أو العمدية أو القصدية.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- أظهرت الدراسة أن الانشغال بالانترنت خارج أوقات الدراسة على علاقة ترابطية بالمردود الدراسي بحيث كلما تحسن المردود الدراسي زادت بنسبة الانشغال بالانترنت خارج أوقات الدراسة والعكس صحيح.

- خلصت من خلال هذه الدراسة إلى أن الانترنت هي الممارسة الاتصالية الأولى وبكل جدارة خارج أوقات الدراسة في يوميات المراهق قيد الدراسة وهذا أمر طبيعي إذ أن الانترنت كما سبق الإشارة تعرف انتشار كبير في أوساط المراهق المتمدرس.

- بخصوص تطلعات المراهقين للانترنت، أظهرت الدراسة أن أغلب المراهقين يتصورون الانترنت مصدر معلومات، كما أن نسبة معتبرة من المراهقين يتصورونها وسيلة للترفيه ووسيلة للاتصال الاجتماعي وهذا ما يسفر العديد من النتائج المتعلقة باستخدامات الانترنت من طرف المراهق المتمدرس.

- أما بخصوص دوافع المراهقين لاستخدام الانترنت فقد احتلت الدوافع العلمية الصدارة يليها دافع البحث عن الجديد و التواصل مع الأهل والأصدقاء.

- أما فيما يخص شبكات التواصل فقد خلصت الباحثة إلى أن الفيسبوك هو الشبكة الاجتماعية رقم واحد في اهتمامات المراهقين من حيث الزيارة والإنتاج وبنسب مرتفعة بل أكثر من ذلك تكاد تنحصر زيارة المواقع الاجتماعية والإنتاج فيها من طرف المراهقين على الفيسبوك، مقابل انخفاض واضح بباقي الشبكات مثل اليوتيوب والتويتير.

- كشفت الدراسة كذلك أن استعمال الانترنت أدى إلى ترك آثار واضحة على المراهقين المستعملين لها تتراوح بين العزلة عن باقي أفراد الأسرة والإدمان عن الانترنت، كما أن الفئة العمرية من 19 إلى 22 سنة هي الفئة الأكثر تعرضا للعزلة عن باقي أفراد الأسرة.

❖ التعقيب على الدراسة:

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج وأداة جمع البيانات إضافة إلى مجتمع الدراسة. واختلفت مع دراستنا في طريقة اختيار العينة وذلك باعتمادها على العينة باعتمادها على

العينة العمدية -القصدية- أما في دراستنا فقد اعتمدنا العينة العشوائية. وقد اعتمدت كمرجع علمي لإثراء مضمون دراستنا.

والمعاب على هذه الدراسة أنها ركزت على التأثيرات التي تحدث على الممارسات الاتصالية لدى المراهقين من وراء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام وأهملت التأثيرات الأخرى لهذه التكنولوجيا _ كالتأثيرات الأخلاقية والقيمية-.

الدراسة السادسة: "عبوب محمد أمين".

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي: كيف يستخدم الجزائريين الشبكات الاجتماعية في إنتاج وإعادة إنتاج ونشر المضامين الإعلامية والثقافية؟¹

وتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات وهي كالتالي: ما هو نوع المضامين التي يميل مستخدمو الشبكات الاجتماعية إلى توليدها وتلقيها ونشرها؟

- ما هو شكل ومواضيع المضامين التي يقوم مستخدمو الشبكات الاجتماعية إلى نشرها على الشبكات الاجتماعية؟

- ما هي الحاجات التي يسعى مستعملو الشبكات الاجتماعية إلى إشباعها عن طريق هذا الاستخدام؟

والهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو إظهار مدى فعالية مواقع الشبكات الاجتماعية في مجال إنتاج المضامين ونشرها، إضافة إلى تحديد دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية من طرف مختلف فئات المجتمع العمرية والاجتماعية.

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وكذا المنهج التحليلي، وتمثل مجتمع البحث تمثل في "مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر" والذي ينحصر عددهم في آخر الإحصاءات بما يتجاوز "4ملايين" مستخدم من الجنسين، أما نوع العينة المستخدم في هذه الدراسة فهي العينة

¹ محمد أمين عبوب: استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في إنتاج المضامين الإعلامية والثقافية، وسائط الاتصال والاستعمال والاستخدام، ط1، جامعة الجزائر، 2015.

الصدفية لأنها تخدم طبيعة الدراسة، أما أهم أدوات البحث التي استعملت أثناء جمع البيانات في هذه الدراسة هي الملاحظة الالكترونية بالمشاركة والاستبيان الالكتروني.

ومن أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة، أن المجتمعات الافتراضية هي أكثر المواقع ولوجا وشعبية على الشبكة الالكترونية العالمية وذلك كونها مكانا اجتماعا إعلاميا جديدا.

تعتبر المعلومات الخاصة والشخصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية كنزا بيد مسيري هذا النوع من المواقع، حيث أن الشركات المنتجة لمواد الاستهلاك العام والخدمات والمتعاملة مباشرة مع المستهلكين تقوم بشراء واستثمار هذا النوع من المعلومات، واستعمالها لتسويق منتجاتها وخدماتها وتطوير رسائلها الإعلانية وتركيزها بصيغة موجهة لفئات عمرية وثقافية وعلمية واجتماعية محددة لتطبيق تأثير فعال ومباشر، قصد تغيير السلوك الاستهلاكي لهذه الفئات.

المجتمعات الافتراضية مجال إعلامي مهم ومنفذ فعال ومستحدث لكافة الفئات العمرية والاجتماعية، فهي بيئة أو مكان يمكن من خلاله التواصل مع الآخر وتقاسم الاهتمامات المشتركة، وتبادل المواد الإعلامية بمنتهى السيوولة واليسر.

الإنتاج الهائل للمحتويات التي يولدها المستخدمون عن حياتهم اليومية والأحداث العرضية سيولد كما من الموارد الإعلامية والإخبارية، ما سيوصل البشرية إلى أرشفة الحياة وخلق نوع من الذاكرة الجماعية الالكترونية.

❖ التعقيب على الدراسة:

تجلت الملاحظات من خلال إطلاعنا على هذه الدراسة بالمقارنة مع دراستنا أنهما تتوافقان في متغير "مواقع الشبكات الاجتماعية"، والمنهج المعتمد.

وتختلفان في النقاط التالية أداة جمع البيانات وقد اعتمد الباحث هنا الاستبيان الالكتروني وفي دراستنا اعتمدنا على استمارة استبيان والمقابلة كأداة مساعدة، أما فيما يخص مجتمع هذه الدراسة وعينتها فقد ركز الباحث على جميع مستخدمي الشبكات الاجتماعية، واعتمد العينة الصدفية. أما مجتمع دراستنا فتمثل في المراهقين والعينة فهي العشوائية البسيطة.

والمعاب على هذه الدراسة أن نتائجها لا تتسم بالمصداقية والدقة التامة لاعتمادها على الاستبيان الالكتروني.

الدراسة السابعة:

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول: محاولة معرفة أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري بمنطقة البلدة،¹ وللإجابة على هذه الإشكالية طرح الباحث مجموعة من الفرضيات وهذا بتحديد محاور هي:

- 1- محور عادات الاستعمال.
- 2- محور أثر وسائل الإعلام على القيم.
- 3- محور أثر وسائل الإعلام على السلوكيات.
- 4- محور ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات.
- 5- أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي باستثناء بعض الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية.
- 6- إن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.
- 7- أن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على خصائصهم الديموغرافية والسوسيو-ثقافية والاقتصادية.

وقد اختار الباحث عينة دراسته بطريقة العينة الحصصية.

واعتمد على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات عن مجتمع دراسته.

كشف هذه الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها، ما يلي:

- إن أغلب المبحوثين يستعملون الانترنت بنسبة 52,5 بالمئة وهذا يفسر أساسا بكون 55,42 بالمئة من العينة هم من الموظفين، و26,26 بالمئة الذين ربما تسمح لهم إمكانياتهم المادية بذلك أو أنهم

¹ السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006/2005.

يستعملونها في أماكن عملهم والطلبة 29,16 بالمائة الذين تفرض الدراسة عليهم القيام باستعمال الانترنت من أجل البحث العلمي أو أن لديهم القدرات اللغوية وغيرها لاستعمالها من أجل الدردشة والبريد الإلكتروني.

- أما فيما يتعلق بالغرض من استعمال الانترنت كمؤشر يساعد في تحليل العلاقة بين القيم والسلوكيات ومن خلال قراءة الجدول رقم 42 يتضح أن أغلبية الذكور يستعملون الانترنت لغرض الدردشة 70,5 بالمائة والبريد الإلكتروني 61,5 بالمائة ثم البحث العلمي 45,9 بالمائة، أما الإناث فيستعملون الانترنت من أجل الدردشة بنسبة 60,4 بالمائة ونسبة أقل البحث العلمي 56,9 بالمائة ثم البريد الإلكتروني بنسبة 53 بالمائة.

- إن الانترنت كتكنولوجيا وكوسيلة إعلامية وعلى خلاف التكنولوجيا والوسائل الإعلامية التقليدية تبقى من اهتمامات الشباب والأطفال بصفة عامة والطلبة بصورة خاصة. وهي تناسب سنهم وما يتميز به من خصائص كالفضول وحب الجديد والتفاعل في مجهولية تامة وتغيير الهويات الشيء الذي لا يستطيع الشباب القيام به في الحياة الحقيقية، وكذلك خصائص الانترنت وما توفره من فروض التسلية.

- إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم ولا بتعزيزها لدى الشباب.

- أن دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكملاً لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وكلما كان دور هذه المؤسسات قويا إلا وقل شأن وسائل الإعلام في تعزيز القيم، وبصفة خاصة قيم الأبعاد النفسية والاجتماعية والدينية.

- إن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثلما يعتقد البعض، وإنما تقوم بدور مكمّل لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد وأنه، كلما كان

الشباب مستوعبا للتوجيهات القيمة الموجودة في البيئة الاجتماعية وأنا عندهم مكتملا والذات الاجتماعية محققة لديهم، إلا وقل لجوؤهم إلى وسائل الإعلام لتعزيز قيمهم.

❖ التعقيب على الدراسة:

نلاحظ من خلال هذه الدراسة أنها تتوافق مع دراستنا بأنها تعتبر بحث ميداني في دراسة الجمهور إضافة لاعتماد الباحث على استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع البيانات هذا من جهة ومن أخرى فقد تعارضت مع دراستنا في طريقة اختيار العينة باعتماد الباحث على العينة الحصصية إضافة إلى مجتمع الدراسة والذي تمثل في فئة الشباب، لكن في دراستنا اعتمدنا في اختيارنا للعينة بالعشوائية البسيطة وتم التركيز على فئة المراهقين كمجتمع للدراسة، وقد استفدنا من هذه الدراسة باعتمادها كمرجع علمي للإلمام بموضوع دراستنا.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- منهج الدراسة:

لكي نستطيع تحديد مفهوم منهج البحث لابد من إعطاء تعريف شامل و عام لهذا المصطلح. فالمنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة وذلك عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على يسر العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة مقبولة ومعلومة.¹

-المنهج الوصفي:

هو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جميع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.²

¹ عامر قنديلجي: المرجع السابق، ص:40.

² حسين محمد جواد الجبوري: المرجع السابق، ص:179.

وتهدف البحوث في هذا المنهج إلى وصف واقع المشكلات والظواهر كما هي، أو تحديد الصورة التي يجب أن تكون عليها هذه الظواهر في ظل معايير محددة مع تقديم توصيات أو اقتراحات من شأنها تعديل الواقع للوصول إلى ما يجب أن تكون عليه هذه الظواهر.¹

❖ خطوات البحث الوصفي:

- تفحص مجال المشكلة و موضوعها من جميع جوانبه بتفكير مركز وعناية تامة وذلك من أجل التأكد بأن الإحساس بوجود المشكلة لم يكن مجرد وهم.
- تحديد المشكلة تحديدا دقيقا.
- وضع الافتراضات المتعلقة بالمشكلة.
- اختيار وتحديد طرق جمع البيانات والمعلومات.
- الدراسة المبدئية لموضوع المشكلة وجمع البيانات وتصنيفها وتنسيقها في تنظيم معين بناء على أوجه الشبه والخلاف، ومبينا العلاقات القائمة بينها مع وصف للظواهر دون التعرض إلى أسباب.
- وصف النتائج وتلخيصها و تصنيفها ثم التوصل إلى التعميم.
- تحليل العمليات ثم تفسيرها علميا من خلال العلاقة بين النتائج والفروض.
- كتابة التقرير البحثي بلغة واضحة وسليمة ومفهومة وعلى مستوى القارئ المقصود.²
- وتتخذ الدراسات الوصفية أشكالا وأنماطا متعددة، وتتنوع من حيث أداة جمع المعلومات والبيانات المستخدمة ومستوى تعمقها فيه، وفي طريقة وصف الظاهرة، وفي تنظيم العلاقات بين متغيرات، وفي دراسة أثر العوامل فيها.³

¹ محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2015، ص: 227.

² كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1، الثقافة للنشر، عمان، 2007، ص: 95، 96.

³ حسين محمد جواد الجبوري: المرجع السابق، ص: 49.

2- مجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة:

- مجتمع الدراسة:

- يعرف مجتمع البحث بأنه جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها والتي تتميز بخصائص معينة،¹ ويقصد به أيضا كل العناصر البحثية المراد دراستها.²

- ونظرا لعدم إمكانية إجراء الدراسة على جميع أفراد المجتمع الأصلي وتمشيا مع المدة الزمنية، اعتمدنا في دراستنا هذه على طريقة العينة والتي تعرف بأنها مجموعة الوحدات المختارة من مجتمع الدراسة وذلك لتوفير البيانات التي تستخدم لدراسة خصائص المجتمع.³

"ومن خلال هذا فإن مجتمع دراستنا هذه هو تلاميذ ثانوية هلال عبد الله ببلغيموز-ولاية جيجل-."

- عينة الدراسة وطريقة اختيارها:

بعد الحصول على عينة جيدة و كافية لتمثيل المجتمع الأصلي، يمكن للباحث أن يختار النوع الذي يراه مناسباً لدراسته،⁴ وفيما يلي نستعرض العينة التي اعتمدناها في دراستنا:

يعرف محمد عبد الحميد العينة بأنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا.⁵

ويعرفها الدكتور علي غربي: بأنها تلك العينة التي تقوم على اختيار عدد من الوحدات (وحدات التحليل أو المفردات) شريطة تكافؤ فرص الاختيار بين كل الوحدات بالتساوي.⁶

"ومن خلال هذا فإن العينة المعتمدة في بحثنا هي العينة العشوائية البسيطة."

¹ شيماء ذو الفقار: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص: 240.

² منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2007، ص: 160.

³ أحمد حسين الرفاعي: مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص: 24.

⁴ عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث وطرق إعداد البحوث، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2011، ص: 65.

⁵ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر، بيروت، 2009، ص: 95.

⁶ علي غربي: تحليل المحتوى في كتابة الرسائل الجامعية، الفائر للنشر، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص: 132.

والعينة العشوائية البسيطة "Simple RandomSample" هي ليست طريقة ارجحالية بل هي طريقة منظمة.¹

حيث يتم اختيار الوحدات أو المفردات عشوائيا من بين قوائم إطار العينة، وبذلك تعطى فرص متساوية لجميع المفردات في الاختيار، وتتيح للباحث تقدير الخطاء الناتج عن العشوائية باستخدام قوانين الاحتمالات ويراعى زيادة حجم العينة عند الاختيار العشوائي كلما استهدف الباحث تمثيلا أكبر للمجتمع، بجانب الحد من الأخطاء العشوائية التي تتمثل في خطأ الصدفة.²

ويتم اختيار العينة العشوائية البسيطة بإحدى الطريقتين الآتيتين:

- إما القرعة: أي ترقيم الأسماء ووضعها في صندوق أو كيس، ثم سحب العدد المطلوب منها.

- وإما جداول الأرقام العشوائية، وهي سلسلة من لأرقام الأفقية والعمودية المدرجة في جداول محددة ثم يقوم الباحث بتحديد طريقة لمروره على الأرقام في خط مائل أو مستقيم، ثم يقوم بتأثير الأرقام المختارة التي يمر عليها الخط الذي اختاره من الجدول ثم يقوم باحتساب العدد المطلوب منها.³

- طريقة اختيار العينة:

لقد اعتمدنا في دراستنا على طريقة العينة العشوائية البسيطة، نظرا لأن المجتمع معلوم وتوفر

القوائم لدينا، فقد قمنا باختيار عينة دراستنا عن طريق الجداول، وبما أن مجتمع الدراسة مكون من

537 مفردة فقد قمنا ب اختيار 23 % أي ما يعادل 124 مفردة وتم الاختيار بطريقة عشوائية.

¹ حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، دار الصادق الثقافية، 2013، ص: 130.

² محمد الفاتح حمدي: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، عمان، 2017، ص: 103.

³ عامر قنديلجي: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار البازوري للنشر، الأردن، عمان، 2007، ص: 186.

3- أدوات جمع البيانات وتحليلها:

- أدوات جمع البيانات:

"من أجل إنجاز الدراسة وتحقيق أهدافها اعتمدنا في دراستنا الحالية على أداة منهجية من أجل الحصول على معلومات وبيانات وتحليلها والاستفادة من نتائجها، وتمثل هذه الأداة في إستمارة إستبيان".

وتعرف إستمارة إستبيان بأنها الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من المبحوث، وتحمل الإستمارة الإستبائية مادة على شكل مجموعة من الأسئلة بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة وبعضها يتعلق بالحقائق (عمر، جنس، سكن) والبعض الآخر يتعلق بالآراء والمواقف.¹ فهو إذا أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طرق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب.²

- وهي الوسيلة التي يحاول الباحث بها الوصول إلى نتائج بحثه وليس غاية بذاته كلما كان اختيار هذه الوسيلة ملائماً لطبيعة البحث ومشكلته وأهدافه كانت نتائج البحث متسمة بالموضوعية والدقة.³

- وتعتبر الاستمارة البحثية من أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً و شيوعاً في البحوث الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأداة، سواء بالنسبة لاختصار الجهد والتكلفة سهولة معالجة بياناتها إحصائياً.⁴

- ويجب على الباحث أن يراعي أثناء صياغته وبنائه للاستبيان عدداً من القواعد والمعايير تتعلق بصياغة أسئلة الاستبيان، وترتيبها وتبويبها.⁵

¹ محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، درأ أسامة للنشر، الأردن، عمان، 2014، ص: 20-21.

² فوزي غرايبة وآخرون: أساليب البحث العلمي، ط3، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2002، ص: 71.

³ حسين محمد جواد الجبوري: المرجع السابق، ص: 49.

⁴ حامد خالد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، جسور للنشر والتوزيع، 2008، ص: 39.

⁵ ذوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، ط14، دار الفكر ناشرون و موزعون، 2012، ص: 109.

وقد استخدمنا أداة الاستبيان في دراستنا، لأنها تساعد في جمع المعلومات من المبحوثين أفراد العينة بطريقة منهجية ومقننة، وتقديم حقائق وآراء في إطار البيانات الموضوعية بهدف إجراء الدراسة.

حيث تكونت استمارة الاستبيان في دراستنا هذه من خمسة محاور هي:

المحور الأول وتضمن البيانات الشخصية

المحور الثاني وتضمن عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي

المحور الثالث وتضمن الاشباعات المحققة من استخدام المراهقون لشبكات التواصل الاجتماعي

المحور الرابع وتضمن المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المحور الخامس وتضمن الآثار الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي.

و لتحكيم الاستمارة بعد الانتهاء منها في شكلها النهائي عرضت على مجموعة من الأساتذة في مجال التخصص بجامعة محمد الصديق بن يحيى القطب الجامعي تاسوست بجامعة جيجل وهم:

- د. هند عزوز - د. حمدي محمد الفاتح - أ. أمين جنيح - د. رضا بوغرزة

و هذا المعرفة مدى ملاءمة الاستمارة مع إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وبعد تحكيمها من طرف هؤلاء الأساتذة قمنا بتصحيحها حسب الملاحظات الواردة من طرفهم، و قمنا بوضعها في صورتها النهائية، بعد ذلك قمنا بطبع 124 استمارة وتوزيعها على تلاميذ ثانوية "هلال عبد الله" بولاية جيجل .

4- حدود الدراسة:

- الحدود المكانية للدراسة:

قمنا بإجراء الدراسة الميدانية لبحثنا بثانوية هلال عبد الله - بلغيموز - جيجل.

التعريف بالثانوية:

الاسم: ثانوية هلال عبد الله.

مقرها: بلغيموز - العنصر - جيجل.

قرار إنشاءها: رقم: 97/1453، بتاريخ 10/09/1997م.

تاريخ فتح المؤسسة: 01/10/1997م.

طاقة الاستيعاب: 1300/500 تلميذ.

البريد الإلكتروني: /

الفاكس: 83، 33، 46، 034

الهاتف: 01، 32، 46، 034

توزيع مرافق المؤسسة:

الطابق الأرضي: 7 مخابر من بينها مخزن العلوم الطبيعية والفيزيائية.

الطابق الأول: 9 حجرات.

الطابق الثاني: 9 حجرات + حجرة صغيرة.

الطابق الثالث: 9 حجرات + حجرة صغيرة.

الساحات 2+دورة المياه ذكور وأخرى للإناث +المطعم + المراقدة8.

-الجنح الإداري:

يتكون من 12 مكاتب إدارية، قاعة واحدة للأساتذة، قاعة أرشيف، قاعة السحب، مخزن، مكتبة .

إضافة إلى الحدائق والسكنات الوظيفية، محول كهربائي، خزان الماء الرئيسي والحجابه.

المجال الزمني للدراسة:

أُنجزت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2017/ 2018، حيث في شهر ديسمبر قمنا بجمع المراجع والمعلومات حول موضوع الدراسة، وقد شرعنا في الجانب المنهجي في شهر جانفي حيث صحح من طرف الأستاذ المشرف بتاريخ 14-02-2018 وتم استرجاعه في 21 فيفري، والجانب النظري للدراسة من أواخر شهر فيفري حيث صحح من طرف الأستاذ في 8 مارس 2018 وقد تم الانتهاء من الجانب المنهجي والنظري بذلك في بداية شهر أبريل، ثم انتقلنا إلى الجانب التطبيقي للدراسة حيث قمنا بتصميم استمارة الاستبيان ثم حكمت من طرف مجموعة من الأساتذة في مجال التخصص، وقمنا بتوزيعها على تلاميذ ثانوية "هلال عبد الله" بولاية جيجل التي وزعت عليهم في 15 أبريل 2018.

وفي الأخير تم تفرغ البيانات في جداول، وقمنا بعملية الإحصاء، ثم تحليل معطيات الجداول واستخلاص النتائج، وبذلك أنهينا الدراسة في شهر ماي.

إذ امتدت دراستنا هذه بفصولها الثلاثة، المنهجي والنظري والتطبيقي من شهر ديسمبر إلى شهر ماي.

ثالثا: النظرية المفسرة للدراسة:

1- نظرية الاستخدامات والاشباع:

في ظل التأثيرات الإعلامية الحادثة في عالمنا اليوم ومع التطور التكنولوجي المستمرة في مجال الإعلام والاتصال، اعتمدت الدراسات البحثية على عدة نظريات من أهمها نظريات التأثير الانتقائي. ومن بين هذه النظرية الاستخدامات والاشباع التي تم اعتمادها في دراستنا الحالي التي تفسر بشكل واضح العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام وجمهورها وذلك من أجل فهم سلوك الجمهور والتأثيرات الحاصلة له من وراء تعرضه لمختلف المضامين الإعلامية.

ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينيات في أعمال "لزرسفيلدو وستاتونو بيرلسون" Statonberlson، Lazarsfeld وفي الخمسينيات في أعمال ريليز rileys وفريدسون Freidson وماك كوي Mac cody وفي الستينيات في أعمال شرام Shramm ولايل Lyle وباركر.¹

فخلال الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقات بين الجماهير ووسائل الإعلام.²

وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لكاتز وبلومر Klihukatz and Blumlerjay 1974م، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها "تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر."³

ويقدم النموذج الاستخدامات والاشباكات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام، أكثر قوة من التغيرات الاجتماعية و السكانية والشخصية.

1- الاستخدام: هو مفهوم تلتقي في الاهتمام به التخصصات التي تتقاسم مجال الاتصال، يتنوع هذا المفهوم حسب السياقات التي يتم فيها استخدامه.

2- الحاجة: هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما، يحقق تواجهه حالة من الرضا والإشباع والحاجة قد تكون فيسيولوجية أو نفسية.

3- الدافع: فهو حالة فيسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابة إلى مثيرها، أو يرضي حاجة ما، كما يعرف الدافع بأنه ذلك العامل أو قوة الدفع التي تثير السلوك وتوصله

¹ مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص:279.

² مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2015، ص:214.

³ فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام (النماذج والنظريات)، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2017، ص:338.

وتسهم في توجيهه إلى غايات و أهداف معينة. وتهتم نظريات الدوافع بالوصول إلى إجابات حول مسببات السلوك الإنساني انطلاقاً من فهم الطبيعة الإنسانية.¹

وقد أشار الدكتور سعيد بومعيزة في أطروحته للدكتوراة إلى مفاهيم أخرى هي: الأدوار-الدوافع - التعرض العالي- السياق - محتوى -عمليات نفسية-عاقبة.²

انطلقت نظرية الاستخدامات والاشباعات من العناصر التالية:

-جمهور نشط:" حيث يعتبر المتلقي هو محور التركيز في العملية الاتصالية،وهو يستخدم وسائل الاتصال كاستجابة منه لتحقيق حاجات يسعى إليها".³

-الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

-دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

-التوقعات من وسائل الإعلام.

-اشباعات وسائل الإعلام.⁴

وتقوم نظرية الاستخدامات والاشباعات على عدد الفروض أهمها:

1- الجمهور المتلقي يستخدم المعارض الإعلامي بما يحقق اشباعات لاحتياجاته.

2- يجب تمكين الجمهور النشط من تحديد دوافعه واحتياجاته، وبالتالي تمكينه أيضاً من اختيار الوسيلة الإعلامية التي تحقق له ذلك.

3- إن استخدامات المتلقين للوسيلة الإعلامية تعطي دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقون.

4- أن استخدام الجمهور النشط لوسيلة إعلامية معينة يعبر عن إدارته لإمكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته.

¹ فضة عباسي ومحمد الفاتح حمدي، نفس المرجع السابق، ص:339/338.

² لسعيد بو معيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص:60.

³ صالح أبو أصعب وتيسير أبو عرجة: الاتصال والعلاقات العامة، ط1، الشركة العربية المتحدة للتسويق والواردات، القاهرة، مصر، 2011، ص:131.

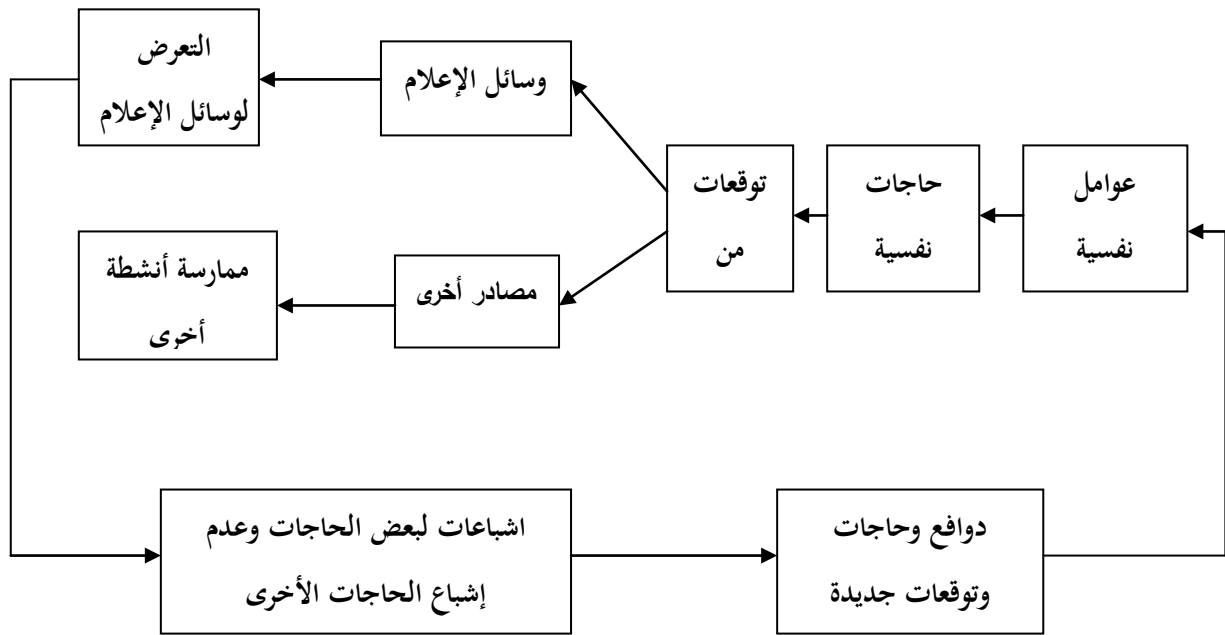
⁴ بسام عبد الرحمن المشابقة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص:88.

4- يتجه الجمهور النشيط إلى إكمال بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات اتصالية أخرى من الأندية والسينما والمكتبات الثقافية عند إحساسه بقصور وسائل الاتصال المتاحة عن تلبية احتياجاته.¹

ومن أهم نماذج هذه النظرية:

1- نموذج كاتز وزملائه:

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه إلى البحث عن وسيلة الإعلام التي تلي احتياجاته.²



³. تمثيل لنموذج كاتز للاستخدامات والاشباع

¹ ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر، ص:124

² علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، ط1، دار التعليم الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2015، ص:22.

³ برهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار ومكتبة الكندي للنشر، عمان، الأردن، 2014، ص:174.

2- نموذج ويندال:

يتناول ويندال في نموذجه العلاقة بين كل من الاستخدامات والاشباعات والعلاقة الرابطة بينهما، ويرى في نموذجه هذا أن المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه (مضمون) الوسيلة الإعلامية المستهدفة بعد إجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى.

3- نموذج روز نجرين:

يتناول النموذج مجموعة العوامل التي يتشكل منها مدخل الاستخدامات والاشباعات وهي الحاجات الاجتماعية والبيولوجية والنفسية الموجودة لدى الإنسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الإطار المجتمعي وخصائص الفرد، وهنا يلجأ الفرد إلى الوسيلة الإعلامية التي يرى في مضمونها حلاً لمشكلاته وإشباعاً لحاجاته.¹

وتهدف النظرية من خلال الفروض السابقة الذكر إلى:

-الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.

-الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.

-الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.

-الكشف عن "الإشباع المطلوب" التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه الوسائل

الاتصال والإشباع المختلفة من وراء هذا الاستخدام.

-الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" وأنماط التعرض "الوسائل الاتصال

والإشباع الناتجة عن ذلك.

-معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.²

¹ علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص: 23.

² كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، ط1، دار الميسرة للنشر، 2011، ص: 146/147.

وقد شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوماً على هذه النظرية من منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأن لها قدرة على إدارة الجمهور والرأي العام من باب الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز هذه الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباع ما يلي:

- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين -openEnded-wa حول الاشباع التي تقدمها وسائل الإعلام .

- اشتركت في استخدام النهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدرجياً تبعاً لكثافتها.

- لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الاشباع من الجمهور وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم إشباعها.¹

2- تطبيق نظرية استخدامات الإشباع على الدراسة:

استفدنا من هذه النظرية في دراستنا بتوظيف مفهوم الاستخدام من زاوية التعرض لشبكات التواصل، بمعنى أكثر الشبكات التي يتعرض لها أفراد العينة، وكذلك المحتوى المستعمل فيها الذي يمكن أن تكون له عواقب وتأثيرات على مختلف المستويات المعرفية والسلوكية وحتى الوجدانية، وأيضاً الكم المستخدم لهذه الشبكات المعبر عنه بالوقت الذي يقضيه أفراد العينة المتمثل في المراهقين في التعرض لها.

بهذا نعتقد أنه سوف نتعرف عما إذا كان استعمال هذه الشبكات له علاقة بمدى ارتباط المراهقين بالأخلاق سواء بالابتعاد عنها أو الحفاظ عليها.

¹ بسام عبد الرحمن المشابقة: نظريات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص: 86.

الإطار

النظري

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها وتطبيقاتها

تمهيد.

- 1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- أهمية وفوائد شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي.
- 6- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
- 7- نماذج عن شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 1-7 فايسبوك Facebook
 - 2-7 تويتر Twitter
 - 3-7 يوتيوب Youtube
 - 4-7 أنستغرام Instagram
 - 5-7 جوجل Google
 - 6-7 ماي سبايس My space
 - 7-7 سناب شات Snap chat
- 8- شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

أدى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال نوعاً من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء الكتروني افتراضي، عمل على إحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم وسمي هذا النوع من التواصل بشبكات التواصل الاجتماعي التي قربت المسافات بين الأفراد وألغت الحدود وزاوجت بين الثقافات.

وفي هذا الصدد سنعرض في هذا الفصل نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها أنواعها خصائصها وتأثيراتها.

1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classnates .com عام 1995م لربط زملاء الدراسة وموقع degrees.com six عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع¹ الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع والخدمات المشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن توفر الربح لمالكها وتم إغلاقها.

ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.²

يمكن أن نقول أن هذه هي بمثابة المرحلة الأولى لنشأة شبكات التواصل، وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندير friendster" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق

¹ ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، الأردن 2015، ص:200

² زاهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، 2003، متاح على bohotti.blogspot.com، تاريخ الزيارة في 2018/4/5 في 17:00.

انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.¹

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيسبوك facebook" والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008 أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.²

2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتمتع شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي جعلتها تتميز عن بقية التطبيقات و المواقع في شبكة الانترنت، ورغم تنوع هذه الخصائص من نوع إلى آخر إلا أنها تشترك في عدد كبير من الخصائص نذكرها كالتالي:

الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية Profil Page: ومن خلال الملفات الشخصية

يمكن التعرف إلى اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات.³

المشاركة: حيث تشجع المساهمات والتطبيقات من الأشخاص المهتمين.⁴

¹ زاهر رامي: المرجع السابق.

² ماهر عودة الشمايلة وآخرون: المرجع السابق، ص: 201.

³ أسامة غازي المدني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى، السعودية 2014/2015، ص: 399.

⁴ إبراهيم أحمد الدوري: شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ص: 7.

الانفتاح: إذ أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء... الخ.¹

المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

الأصدقاء/ العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" contacte على الشخص المضاف للقائمة.

إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال الرسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.²

ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها و تحويلها أيضا.

المجتمع/ المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعة الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.³

¹ إبراهيم أحمد الدوري: المرجع السابق، ص: 7.

² محمد محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة، جامعة الملك فيصل، ص: 289 - 290.

³ وليد رشاد ركي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012.

الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع Facebook وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحابها المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها، ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.¹

الترابط: عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض عبر الوصلات والروابط التي توفرها.²

3- أهمية وفوائد شبكات التواصل الاجتماعي:

3-1 أهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما في الكثير من الأمور إذ تمنح الإنسان الفرصة للتعبير عن نفسه واهتماماته ومشاركة أفكاره ومشاعره مع من يشاطرونه الاهتمام والأفكار نفسها، حيث أن الإنسان اجتماعي بطبعه ولا يمكنه العيش بمعزل عن البشرية، وتتيح إمكانية التواصل السريع مع الأشخاص الذين لا تسمح الفرصة بالتواصل معهم على أرض الواقع سواء كان ذلك لضيق الوقت أو لأسباب طارئة.

"ولا يخفى على أحد مدى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي الحالية واعتمادها على تلقي المعلومات من قبل المستخدمين وثقافتهم الشعبية في التواصل الاجتماعي مع بعضهم البعض ضمن سياق الأحداث لذا سميت بالشبكات الاجتماعية."³

وتكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة التواصل مع الآخرين عبر شبكاتها المتنوعة سواء أكانت تويتر أو الفيس بوك أو سنابشات بالإضافة إلى طبيعة عرض المعلومة سواء من خلال الصورة، الصوت، الفيديو، أو أي وسيلة أخرى من وسائل الوسائط المتعددة وهذا ما نرى شعبيتها في

¹ وليد رشاد زكي: المرجع السابق.

² إبراهيم أحمد الدوري: شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص: 7.

³ هديل العبيدي، يوسف حراث: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، جامعة البحرين، 2017، متاح على alwatannews.net تاريخ الزيارة 2018/03/23 ، 13:15h.

الآونة الأخيرة حيث استطاعت التأثير على فئات متنوعة من مستخدميها واستطاعت أن تغطي أحداثاً كثيرة سواء في المجالات الاجتماعية، التعليمية السياسية، الاقتصادية أو أي مجالات أخرى.¹

2-3 فوائد شبكات التواصل الاجتماعي:

لا شك في أن مالك هذه الشبكات هو تجاري بحث، لكن بوسع المستخدم أن يحصل على الكثير من الفوائد من خلال استخدامه لهذه الشبكات ومنها:

- إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، مثال أن يلتقي شخص يبحث عن عمل بوظيفة، كلقاء مبرمج مثلاً بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكاً لك في عملك أو أفكارك.

- بالإمكان استخدام هذه المواقع بشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري، من خلال استخدام خاصية "الصفحات" "page" التي تتوفر في معظم الشبكات. وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة للانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الانتشار.

- اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو مواقع الكترونية مختلفة، وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الاطلاع عليها. هذا يجعلك على اطلاع دائم ومنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة.

- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وأرائهم التي عادة ما تجد الكثيرين من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.²

¹ هديل العبيدي، يوسف حراث: المرجع السابق.

² سلمان بكر بن كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 163-164.

4-دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي :

4 - 1 المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

4 - 2 الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته و يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها شبكات التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية التي تنتجها شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل الملىء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.¹

4 - 3 البطالة: تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي وهي من أهم المشاكل التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل و التعبير عن قدراته.²

¹ علي حجازي إبراهيم: التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، 2018، ص:85- 86، متاح على <https://books.google.dz> 16:00 h,2018/03/30

² الوافي الطيب ومهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc> 18:00 h,2018/03/30

واديولوجياته كيربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.

4 - 4 الفضول: تشكل شبكات التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات

المتجددة التي تستوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية فشبكات التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

4 - 5 التعارف وتكوين صداقات: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات

حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.¹

4 - 6 التسويق أو البحث عن وظائف: في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد

التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.²

¹ مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان، العدد 395، يناير، 2012، ص: 157.

² علي حجازي إبراهيم: المرجع السابق، ص: 87.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات.¹

5- التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

5 - 1 التأثيرات الايجابية:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم هذه الآثار الايجابية ما يلي:

- نافذة مطلة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، فانك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.²

- منبر للرأي و الرأي الآخر: إن من أهم خصائص التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير

¹ علي حجازي ابراهيم: مرجع سابق، ص: 87.

² الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، 2016 متاح على bohotti.blogspot.com، تاريخ الزيارة في 2018/3/4، 17:46 h.

فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.¹

- **التقليل من صراع الحضارات:** فقد تعزز شبكات التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري، على صعيد فكري على صعيد الأشخاص في الجماعات والدول.

- **تزيد من تقارب العائلة الواحدة:** فالיום مع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة و أنها أرخص من نظيرتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.

- **تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة:** حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها أما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء.²

5 - 2 التأثيرات السلبية:

مثلما يوجد آثار إيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية ما يلي:

- **يقلل من مهارات التواصل الشخصي:** فمع سهولة التواصل عبر المواقع فإن ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن

¹ الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، المرجع السابق.

² موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، 2011، ص: 47.

مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، في الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فوراً وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.¹

- إضاعة الوقت: حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت.

- الإدمان على مواقع التواصل: إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعلها - بسبب الفراغ - أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمراً صعباً للغاية وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.

- قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.

- ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

- الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوراً، ففيه نوع من النفاق.²

- تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية: أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثات فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء " 7 " والعين " 3 " وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان " ثقافة الشباب العربي ".³

¹ وائل مبارك حضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011، ص:20.

² محمد معجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ 8 محرم 1432 هـ ص:12.

³ عادل عبد الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية

- انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.¹

6- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

يوجد العديد من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، نصنفها كالآتي:

النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد و تبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي.

- **المدونات Blogs:** هذا موقع مثال المدونة الشخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمور شخصية ويومية.

- **مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:** لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فيسبوك ولينكدان وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة.²

- **مواقع الفعاليات Event:** هذه النوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما تمكن هذه المواقع المستخدم من خدمات تحديد المواقع الجغرافية **LBS** لتحديد موقع التجمع. مما يميز هذه المواقع الالكترونية إمكانية التحديث التلقائي، فيمكن الداعي للفعالية تغيير المواقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعوين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدى.

النوع الثاني: من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون و بناء فرق العمل. الويكي **wiki** وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي

¹ محمد عجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، المرجع السابق، ص:12.

² علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية، ص:3.

عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل المستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

النوع الثالث: من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة، ووسائط التصوير والفن **photo Sharing** يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين و بث الفيديو باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما يمكن تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني.

النوع الرابع: هي مواقع الرأي والاستعراض **Reviews and opinions** استعراضات السلع . **Product Reviews**

النوع الخامس: من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية الاجتماعية مواقع العوالم الافتراضية **Virtual Worlds**.¹

7- نماذج عن شبكات التواصل الاجتماعي:

7 - 1 الفيسبوك :

مصطلح الفيسبوك **Facbook** كما معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور أو معلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، من هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجماعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد على الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.

فيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها

¹ علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، المرجع السابق، ص:3.

المدينة أو جهة لعمل المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن المستخدمين من إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم.¹

شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004، في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكريج) وكانت مدونته الفيس بوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء زوكريج الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة، والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكريج). "لقد أضحى كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم و في أسبوع واحد".²

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزاً على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع ماي سبيس وغيره، حتى عام 2007 حيث حقق القائمون على المواقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك.³

يتيح موقع فيس بوك للمستخدمين إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم، وفيديوهاتهم عليها وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع حيث تنشر أخبار

¹ ليلي حسين: اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014 2015، ص: 43 - 44.

² محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص: 72 - 73.

³ محمد المنصور: المرجع السابق، ص: 73.

المستخدم وأصدقائه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره ومدى خصوصية أو إتاحة محتوياته للغير.¹

7-1-1 مميزات الفيس بوك:

الملف الشخصي Profile: عند الاشتراك في الموقع على المستخدم أن ينشئ ملف شخصي يحتوي على معلوماته الشخصية ، صورته... تساعده في التواصل مع الآخرين.

إضافة صديق Add Friend: بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك.

إنشاء مجموعة Groups: تمكن المستخدم من إنشاء مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية أو اجتماعية أو ... ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا (العائلة أو الأصدقاء) أو عام يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط Wall: هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.²

الصور Photos: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها .

التغذية الإخبارية News Feed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.³

¹ أحمد يونس محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص: 66.

² ليلي حسين: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مرجع سابق، ص: 45-46.

³ ليلي حسين: اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص: 46.

7-1-2 من هم مستخدمي الفيس بوك؟:

(من هم مستخدمي الفيس بوك)؟، من هم مرتادي هذه الشبكة المثيرة للجدل (الفيس بوك)؟ إلى أي صنف من الزوار ينتمون؟، وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية "إيلينا زنغر" والكاتب "خالد الكوطيط"، إلى أن يتوقفا أمام نموذج من زوار الفيس بوك والمشاركين فيه، وأن يعتبروا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

النموذج الأول: المتخفي/ ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعوهم.

النموذج الثاني: رفيق المدرسة/ (لم نلتقي منذ وقت طويل)، بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان: "هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة. رسالة تثير فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر.¹

النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة/ هم أصدقاء غي مريحين، ويتوقف الكاتبان عند هذا النوع من الأصدقاء، الذين يتجسسون على صفحات المشاركين في الفيس بوك وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقائه الجدد.²

النموذج الرابع: الأبوين/ لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي إضافة لأنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من

¹ محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية 2015، ص: 462 - 463.

² محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين المرجع السابق، ص: 463.

تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه المجموعات التي يشكلونها الآباء، (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

النموذج الخامس: المدير/ يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي _ نرجسي فالمدير يفتح صفحته شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة. ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في عالم افتراضي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

النموذج السادس: القريب/ يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه "لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله، فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك.

النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون/ يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر أن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أولاً.¹

7-1-3 أضرار الفيس بوك:

يعد الفيس بوك واحد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، وقد اكتسب هذا الموقع شعبية كبيرة في كافة أرجاء العالم وأنضر إليه الأشخاص على اختلاف أعمارهم وأجناسهم وجنسياتهم نظراً لما وجدوا فيه من فوائد ومقدرة رائعة للتواصل بين البلدان المختلفة. لكن رغم الفوائد المختلفة التي يوفرها الفيس بوك إلا أن له أضرار كبيرة على الفئات العمرية المختلفة نلخصها فيما يلي:

الأضرار الاجتماعية: حيث يمكن الفيس بوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تسوية صورة هذه العائلة عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالأدب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.²

¹ علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص: 169-170.

² أسماء حميدة، مامة قريظي: استخدام طالبات الجامعة لموقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " مذكرة نهاية ماستر، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة 2014/ 2015، ص: 36.

"لدي ألف صديق، لكن لا أعرف أحدا" ¹ بحيث يكون للشخص الكثير من الأصدقاء لكن لا يعرف إلا القليل منهم. فهذا يعتبر من سلبيات الفيس بوك.

الأضرار النفسية: حيث تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة التي يمكن أن تؤدي الفرد.

آثار سلبية على المراهقين: فقد انتشرت على الفيس بوك العديد من الصفحات والمجموعات التي تحث على الرذائل والمحرمات سواء كان ذلك فيما يتعلق شرب الخمر أو المخدرات أو الزنا

تضييع الوقت: بأن الشباب يقضون الكثير من الوقت على مواقع التواصل هذا دون الاكتراث للوقت الذي يمضونه عليه دون عمل أي توازن بين الضروريات وغيرها فقد يشغل الشباب بعض التفاهات على ذلك الموقع والتي تشغل عقولهم وتأخذ من وقتهم.

الإساءة للدين: وربما يمكن اعتبار هذه الطامة الكبرى، فقد قام بعض المحررين بعمل ما يمكن بحرب بين الأديان على الفاييسبوك وذلك عن طريق الإساءة للدين معني أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له. ²

هذه مجموعة من الأضرار والآثار السلبية التي يحث موقع التواصل الفيس بوك عليها.

7- 2 تويتر:

إنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط، و أخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو

¹ Manuels Payat: Jaime pas facebook, France, 2012, p 11.

² أسماء حميدة، مامة قريطي: المرجع السابق، ص 36، 37.

التويتيرات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS »¹. كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006 م عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه تويتر وذلك في أبريل عام 2007. وبدءا من ديسمبر 2009 فان جوجل يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر.²

7-2-1 مميزات وعيوب تويتر:

أن لشبكة تويتر مجموعة من المميزات والعيوب الواضحة نذكر منها:

مميزات تويتر:

- يسهل تويتر عملية نشر أفكار المستخدم والأخبار المختلفة بشكل سريع حيث بمجرد قيام المستخدم بإنشاء حساب على تويتر يقوم بنشر يقوم بتسجيل الدخول وتدوين كل ما يجول في ذهنه.
- يعد موقع تويتر أكثر احترافية واختصاص عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للمستخدم نشر أخبار وأفكار وتعليقات في شتى المجالات وأيضا البحث عما يهيمه من موضوعات تمس أفكاره بطريقة سهلة وبسيطة .

¹ غزال مرين شعوي نور الهدى: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013/ 2014، ص:23

² رضا أمين: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص:140-141

- ويتميز تويتر أيضا بسهولة استخدامه حيث يمكن للمستخدم الوصول لأخبار أي شخصية أو أي مكان في العالم من خلال خاصية البحث Search ثم الضغط على زر تتبع Follow لهذه الصفحة ومن خلال ذلك يمكن للمستخدم متابعة التحديثات على الصفحة التي قام بتتبعها.¹
- يتميز تويتر أيضا بنظام حماية للمستخدم وذلك من خلال قائمة الضبط خاصة Protect my Tweets حماية تغريداتي ومنها يقوم المستخدم بحماية تحديثاته من جميع مستخدمي تويتر، ويمكن للمستخدمين إرسال طلب متابعة للصفحة وهنا تأتي حرية المستخدم في الموافقة أو الرفض.
- تويتر منصة ضخمة. حتى لو كانت من الأعمال الصغيرة المتخصصة والفريدة جدا، فان تويتر هو كبير بما يكفي كي يمكنك من أن تجد جمهور لتخصص عملك.²
- تستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء ويتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة و إجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك.³

عيوب تويتر:

- من عيوب تويتر وجود إعلانات مزعجة تظهر على صفحة المستخدم.
- تويتر ليس مثالي للمحتوى المرئي، تويتر أساسه نصي.
- كما ذكر سابقا فان كل تغريده تقتصر على 140 حرفا. إذا كان لديك صعوبة في التعبير عن الأفكار الخاصة بك في بضع كلمات، سوف يشكل تويتر تحديا لك.⁴

¹ مصطفى فتحي: مراجعة عن تويتر twitter إيجابيات وسلبيات تويتر، يناير 25 2014، متاح على <https://www.ts3a.com> تاريخ الزيارة في 2018/3/19، 17:57.

² مصطفى فتحي: مراجعة عن تويتر twitter إيجابيات وسلبيات تويتر، المرجع السابق.

³ علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام و شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، مرجع سابق، ص:176.

⁴ مصطفى فتحي: المرجع السابق.

- الترويج السريع للشائعات، والادعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام، كما وأن البعض يلجأ في استخدام تويتر في أمور ضارة وغير مفيدة.¹

7-3 يوتيوب :

نشأة فكرة تأسيس " اليوتيوب "، عندما كان ثلاث أصدقاء في حفلة والتقطوا مقاطع فيديو أرادوا أن ينشروها بين زملائهم ، فلم يستطيعوا إرسالها عبر الايميل ، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، من هنا بدأت تبلور فكرة تأسيس موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت .

وقد اختلفت الآراء حول موقع يوتيوب ما إذا كان الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو Videon Sharing ، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا في اشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع، نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها تنشرها بشكل واسع.²

تأسس " اليوتيوب " كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي " تشادهيرلي " و " التيواني " تشين " و البرتغالي " جاود كريم " الذين يعملون في شركة Pay Pal المتخصصة في التجارة الالكترونية ، وما يبدو أن " جاود كريم " ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية " ستانفورد " ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للشئالي الآخر ، اللذان نجحا في تكوين أحد الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي.³

¹ علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، مرجع سابق، ص:176.

² قواسمية حنان : مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ،جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2016 ، ص:34-35

³ مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

7-3-1 مميزات اليوتيوب :

يعتبر اليوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها :

عام ومجاني : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل و تنزيل ما تشاء

وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط. وعليك أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.¹

داعم لتحميل الأفلام : فالموقع يوفر مجاناً خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع .

سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك .

سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصل الفيلم، فانك تستطيع مشاهدة بثه حياً ومباشرة من الموقع بل تستطيع أن تحتفظ به وإن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player .

سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به و يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم ، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة و كل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل.

أداة رائعة للترويج : فأفلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين في العامة فهو لا يكلفك شيئاً مثل الحملات الترويجية التقليدية وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع. وهو مناسب للجميع أفراداً كانوا أم شركات.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر ، الأردن ، 2013، ص:44

ميزة البحث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده بل مجرد الضغط على وصلة الفيلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام.¹

7-3-2 شروط خدمة موقع يوتيوب :

- لموقع يوتيوب شروط يجب على المستخدم احترامها نذكرها في ما يلي:
- ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.
 - لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية .
 - لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفضحة أو الإعلانات التجارية.
 - لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام .
 - الملفات المرفوعة للموقع لا تقل عن 10 دقائق ولا تزيد عن 1 جيجابايت 1024 جيجابايت.
 - الموقع يسمح بعدة أنواع من الملفات، وتختلف من حيث الصوت والفيديو.
 - تم منع موقع You Tube في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع من مخالفة للنظام الأخلاقي وما تضمنه من فضائح أو إساءة لشخصيات مهمة أو الحكومات في هذه البلدان.²

7-4 الانستغرام :

هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr, Foursquare) وما يميزه أنه يتيح لنا خاصية الهاشتاغ مثلاً عالم احتراف الكمبيوتر وتخصص لكل مناسبة هاش تاق لتنشر فيه صورك ويراها أحبابك أو المهتمين في نفس التخصص بالإضافة إلى إمكانية التعديل على الصور وإضافة

¹ خالد غسان يوسف المقدادي : المرجع السابق ، ص:44

² عبد الرزاق محمد الدليمي : الاعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، ط1، دار وائل للنشر،الأردن 2011 ، ص:195

تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور، الفلاتر المخصصة للمبتدئين، والخبراء في عالم معالجة الصور وإضافة بعض التأثيرات.¹

بدأ تطوير هذا التطبيق في عام 2010 م، بشكل خاص لأجهزة أبل، Ipad Iphone بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة .

وحيث لقي هذا التطبيق رواجاً بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل (أندرويد) إذ لاقى شعبية كبيرة حتى أن أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال 12 ساعة فقط من طرحه .

ويبلغ عدد المشتركين في هذا الموقع والذين يتبادلون الصور من خلال حساباتهم عليه الآن أكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع، يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصور على حساباتهم الشخصية.

وقد قامت شركة فيس بوك بشراء شركة الانستجرام بموظفيها الثلاثة عشر مقابل مليار دولار أمريكي لتنسيق شركة جوجل في ضم الشركات الناجحة إلى مجموعتها.

ووفقاً لتصنيف ترتيب المواقع عالمياً فان موقع انستجرام يأتي في المركز السابع والخمسين.²

5-7 جوجل أو جوجل بلس :

هي شبكة اجتماعية، تم إنشائها بواسطة شركة (جوجل)، وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو 2011 ولكن لم يكن التسجيل مسموحاً إلا بواسطة الدعوات فقط، بسبب وجود الخدمة في الطور التجريبي .

¹ عباس سبتي : دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس و الجامعات سليات حلول مقترحات ، 10 ديسمبر 2013 .

² رضا أمين : الإعلام الجديد ، مرجع سابق ، ص: 121- 122.

وفي يوم 20 ديسمبر 2011 فتح (جوجل بلس) لأي شخص من سن 18 فما فوق للتسجيل دون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر .

جوجل بلس نشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل : الدوائر Circles، مكالمات الفيديو Hangouts، الاهتمامات Sparks و المحادثات الجماعية Huddles مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدى جوجل Google Buzz والملف الشخصي Google Profile وجوجل بلس التي تم إطلاقها في مايو 2011. تعتمز جوجل تطوير شبكتها الاجتماعية الجديدة، لكي تكون منافسا شرسا ضد الفيس بوك، أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث سبق لها تقديم بعض الخدمات ولكنها لم تستمر مثل: جوجل ويف وصدى جوجل وإي جوجل.¹

6-7 ماي سبيس My sPace :

موقع تواصل اجتماعي، أنشئ سنة 2003 حيث يمكن نشر كل ما يتعلق بشخصية المستخدم ويتيح إرسال تعليقات شخصية ومدونات أو ترك رسائل والتواصل مع الأصدقاء، كما يحتوي على محرك بحث داخلي ونظام بريد الكتروني.²

وماي سبيس موقع الكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو. وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال لغة تأشير النص الفائق، مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى.³

تشمل ميزات ماي سبيس الأخرى " النشرة " التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل بشكل يمكن جميع المستخدمين الموجودين ضمن قائمة الأصدقاء من الاطلاع عليها، إضافة إلى " أخبار

¹ رشا أديب محمد عوض : أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت جامعة القدس المفتوحة ، 2013 / 2014، ص24، 25.

² مي العبد الله : المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت 2014 ، ص:240.

³ ماهر عودة الشمايلة و آخرون : الإعلام الرقمي الجديد ، مرجع سابق ، ص:213.

ماي سبيس " التي تعرض بتقنية " RSS " تعليمات يقدمها المستخدمون و يتم التصويت عليها وتصنيفها استنادا إلى درجة شعبيتها.

الانتساب إلى شبكة ماي سبيس مجاني ومتاح لي كل شخص جاوز عمره (15) سنة وعملية فتح حساب خاص في الشبكة سهلة ولا تتطلب أكثر من ملئ بعض الخانات مثل: البريد الالكتروني والاسم وتاريخ الولادة.¹

يرى البعض أن موقع ماي سبيس هذا هو سادس أكثر مواقع الانترنت والشبكة العنكبوتية شعبية في العالم. وكذلك يعتبرونه سادس أكثر مواقع الويب المكتوبة بأية لغة في العالم، شعبية. من جانب آخر فانه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة. ارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المشابهة الأخرى وحاز على (80%) تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالانجليزية.²

7-7 السنابشات Snap chat :

السنابشات هو أحد أهم تطبيقات التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر، وهو من أول التطبيقات التي صدرت عام 2011 من قبل مجموعة من المطورين المشهورين مثل "ايفيان شبيغل" و"روبرت مورفي"، لاقى التطبيق نجاحا كبيرا و أخذ بالتطور لذلك عرض على المطورين للسنابشات بيع التطبيق لشركة جوجل مقابل 4 مليار دولار أمريكي لكن الرئيس التنفيذي للموقع "ايفيان شبيغل" رفض هذا العرض كما أنه رفض العرض المقدم من إدارة الفيسبوك مقابل 3 مليار دولار، قائلا بأن قيمة التطبيق سترتفع وتتجاوز تلك المبالغ نتيجة التطور الذي يشهده التطبيق وزيادة إقبال المستخدمين عليه.³

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون : المرجع السابق ، ص: 213-214.

² عامر إبراهيم قنديلجي : الإعلام الالكتروني ، ط 1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، 2015، ص: 329.

³ متاح على موقع Weziwezi.com تاريخ الزيارة في 2018/3/3، 17:35h.

أظهرت دراسة حديثة أن تطبيق التواصل الاجتماعي للأجهزة المحمولة "سنا بشات" هو الخيار الأول لدى طلاب الجامعات من الألفية الثالثة، متفوقا على خدمات أكثر شهرة مثل "فيسبوك" أو "انستجرام" أو "لينكدان".

بذكر أن تطبيق "سنا بشات" يتميز عن غيره من تطبيقات التواصل الاجتماعي بأن الرسائل المتبادلة تحذف بعد وصولها بثوان قليلة وهو ما يضمن قدرا أكبر الخصوصية وحماية المحادثات بالنسبة للمستخدمين.¹

1-7-7 مميزات سناب شات:

من أهم خصائص ومميزات سناب شات ما يلي :

- إرسال مقاطع الفيديو و الصوت والرسائل النصية بسهولة وسرعة.
- إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو المصورة مع جهات الاتصال.
- إمكانية إضافة التعليقات على الفيديو الذي تمت مشاركته.
- إمكانية إضافة النصوص إلى الصور.
- القدرة على استخدام الملصقات في المحادثة.
- يحتوي على مؤثرات للفيديو والصور المتبادلة.²

2-7-7 عيوب السناب شات:

لكل برنامج يستخدم للتواصل الاجتماعي عيوب ومن ضمنها السناب شات الذي تتلخص عيوبه في ما يلي:

- سهولة الحصول على المعلومات الشخصية .
- سهولة الحصول على المحادثات أو الصور الموجودة على التطبيق.

¹ سناب شات تطبيق التواصل الاجتماعي الأول لدى المراهقين، صحيفة الرأي اليوم، 19 مارس 2017، متاح على <https://www.raialyoun.com> تاريخ الزيارة في 2018/3/3، 17:00.

² Weziwezi.com ، الموقع السابق.

- تتم حذف الدردشة بعد فترة قصيرة من إرسالها.¹

8- شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسائل ووسائط الكترونية موجودة على شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها فضاء عاما للتواصل يمكن الأفراد والمجتمعات من خلاله تبادل المنافع والخبرات في ما بينها. ويعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات المتأخرة نسبيا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حيث بدأ الانتشار والاستخدام الفعلي لها في أوساط المجتمع الجزائري منذ أواخر التسعينيات، وقد كان لهذا الاستخدام آثار ايجابية سواء بالنسبة للفرد في ثقافته وخبراته المعرفية والعلمية أو بالنسبة للأفراد في تحقيق التواصل العلمي والمعرفي والثقافي والاجتماعي في ما بينهم، من خلال تبادل الخبرات والمحادثات والمتابعة والنقاش حول الكثير من القضايا التي تهم الإنسان في حسانه اليومية وفي علاقاته الاجتماعية. ولكن إلى جانب الايجابيات التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي فان لها بالمقابل الكثير من السلبيات التي تؤثر على الفرد والمجتمع على السواء. وأكثرها انتشارا ظاهرة الانعزال الاجتماعي للأفراد، وارتباطهم بالمجتمع الافتراضي مما يفقدتهم القدرة على تأدية أدوارهم ومسؤولياتهم الاجتماعية.²

كان لثورة الفايسبوك والوسائط الإعلامية الجديدة، العديد من الانعكاسات الاجتماعية المهمة على المجتمع الجزائري، ولعل أبرزها ما قام به الشاب المبدع ابن مدينة الحضنة " هشام زوييري " الذي استطاع أن يصمم ويبدأ كبر فايسبوك جزائري خالص بمواصفات و خصائص تقنية تضاهي جودة خدمات الفايسبوك الحالي أطلق عليه اسم +ness، وتحديث زوييري على أن موقع التواصل الاجتماعي هذا كان ثمرة أكثر من 3 سنوات من العمل الجاد، إلى أن استطاع أن يصل إلى رقم 20 ألف مشترك، ورقم 10 آلاف زائر، وهذا بعدما لم يمض على إطلاقه تجريبيا فقط عام واحد، وأكد

¹ Weziwezi.com ، موقع سبق ذكره.

² لكحل فيصل : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري المعاصر ، متاح على <http://hdl.handle.net/123456789/970> تمت الزيارة في 2018/4/4، 18:00h.

زوييري أنه يعمل حاليا على إضافة تحسينات جديدة متعلقة بإدخال اللغة العربية، حيث يقتصر حاليا على اللغة الفرنسية و الإنجليزية فقط. كان هذا في عام 2012.¹

في عام 2013 أطلق مجموعة من الشباب موقعا اجتماعيا جديدا يحمل اسم " فايس أجزيريا " لينافسوا به موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية الفاييسوك .

وكان مؤسسو موقع التواصل الاجتماعي الجزائري " فايس أجزيريا " أعلنوا عن تأخير انطلاق العمل بالموقع إلى التاسع من جويلية، بدل من الخامس جويلية المصادف لعيدي الاستقلال والشباب لأسباب تقنية سيتم تجاوزها لجعل الموقع منافسا لفايسوك بتطبيقات جديدة.²

موقع التواصل الاجتماعي الجزائري مائة بالمائة يحمل خصائص ومميزات تنافس تلك التي يتوفر عليها موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك. ويعد أول تجربة في الجزائر، يشرف عليه تقنيون وفنيون جزائريون وموجه لمواكبة التطور في وسائل الاتصال الاجتماعي حيث يسمح لجميع الجزائريين بالتواصل الافتراضي مع بعضهم البعض، من أجل مد جسر تواصل دائم مع أصدقائهم وأقربائهم. ويتمكن المشترك من فتح حساب (بصيغة خاصة أو مفتوحة)، نشر معلومات، صور أو فيديو، مع إمكانية مشاركتها مع الأصدقاء أو مع المجموعات، فيما يبقى جميع المستخدمين على اطلاع بالمعلومات، الصور و الفيديو الآراء والأسئلة التي يطرحها جميع من يتواصلون معهم .

كما يخلق " فايس أجزيريا "، حسب المؤسسين، علاقة تفاعلية بين المنتج والمستهلك مما يسمح للعلامة التجارية من الاطلاع على ردود فعل المستهلكين والحصول على رجوع صدى من مختلف

¹ ر. فريد: +ness أول موقع تواصل اجتماعي جزائري، موقع جزائريس، نشر في 2014/4/3 متاح على

<http://www.djazairress.com/akhbrelyoum/52015>، تاريخ الزيارة في 2018/4/4 في 18:15h.

² ف. زبير: اطلاق موقع "فايس أجزيريا" لمنافسة فايسبوك، موقع جريدة الخبر الالكترونية، 2013/07/19 متاح على

<https://www.elkhabar.com/ar/autres/%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88>

.html . 345196 :%D9%83%، تاريخ الزيارة في 2018/4/4 في 18:45h.

المستخدمين، ويساهم يوميا في تحسين صورة الشركة، يسهل عملية التواصل وبالتالي المشاركة في نموها وتطورها.¹

وفي 25 ماي 2014 تم إطلاق موقع التواصل الاجتماعي " حومتنا " وهو موقع جزائري للتواصل والتعارف وتقاسم الأفكار بين العرب. ينقسم الموقع الاجتماعي إلى عدة أقسام منها " الفيديوهات " و " الصور " و " التعليقات " كما هو معروف في الشبكات الاجتماعية الأخرى بالإضافة إلى " استفسارات وأسئلة " إلى جانب " منتدى " في الموقع، كما يمكنك كذلك كتابة تدويناتك فيه ونشر إعلاناتك أيضا، كما يتضمن الموقع أيضا " الدردشة " وغرف للدردشة الجماعية وتطبيقات ألعاب، الموقع مليء بالخصائص الكثيرة ، كما أنه قيد التطوير إلى الأحسن.²

¹ ف.زبير: الموقع السابق.

² عيادي منير : اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2014/2015 ، ص:63.

خلاصة:

من خلال استعراضنا للطفرة الرقمية التي جسدتها شبكات التواصل الاجتماعي نلاحظ أنها أصبحت تستولي على جميع مناحي الحياة وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد حيث أن مستخدميها يعدون بالملايين وذلك لما تمتلكه من خصائص ومميزات ساهمت في نجاحها وتوسع انتشارها كالفيسبوك وتويتر، وقد اعتبرت وسائط جديدة نستطيع من خلالها أن نستعملها في نشر القيم و الأخلاق تماماً كما تفعل مؤسسات التنشئة الاجتماعية و عليه يجب الاستفادة منها وتفعيلها بشكل ايجابي، وتوجيه مستخدميها عموماً والمراهق خاصة نحو الاستخدام الأمثل .

ثانيا: منظومة الأخلاق

تمهيد:

- 1- مدخل عام في منظومة الأخلاق.
- 2- خصائص النظام الأخلاقي ومبادئه.
- 3- مبادئ القيم الأخلاقية.
- 4- أهمية وفوائد النظام الأخلاقي.
- 5- النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية.
- 6- أسباب تغير حسن الخلق.
- 7- نماذج عن القيم الأخلاقية في الإسلام (الأمانة، العفة، الحياء، الصدق والإخلاص، غض البصر، المراقبة، حفظ الأسرار وكتماؤها، الضمير، الخير والشر، تجنب النفاق).

خلاصة الفصل.

تمهيد:

إن المنظومة الأخلاقية التي تنتشر بين الأفراد هي أساس بناء أي مجتمع صالح وازدهاره فالأخلاق في الإسلام هي عبارة عن ضوابط تحكم حسن سير النظام الاجتماعي فلكل فرد مسلم حق في التشبع بهذه الأخلاق سواء من الأسرة أو المؤسسات التعليمية أو المسجد باعتبار هذه المؤسسات هي المسئول الأول على زرع وترسيخ القيم الحسنة لدى النشأ من أطفال، مراهقين وشباب، باعتبار هذه الفترات هي أساس تكوين وبناء شخصية الفرد ونخص بالذكر المراهقة، فكلما اكتسب الأخلاق الإسلامية الحميدة الحسنة واجتهد في تطبيقها والعمل بها عاد ذلك بالإيجاب على النظام الاجتماعي السائد من جهة، وقلت نسب الانحراف الأخلاقي والتطرف الديني من جهة أخرى. فالقيم الأخلاقية في الإسلام مستنبطة من الكتاب والسنة هذا ما جعلها ثابتة لا تتغير على عكس غير المسلمين الذين قد وصلوا إلى خلل وانحلال في أخلاقهم جراء ما مس دياناتهم من تحريف. وبذلك عن اطلاعنا عن الأخلاق في مختلف المجتمعات لا يمكننا أن نجد أحكم ولا أرشد من منظومة الأخلاق الإسلامية والتي يمكن اعتمادها كمسار محكم للارتقاء بالمجتمع في مختلف مجالات الحياة.

وخلال دراستنا هذه وبالضبط في مضمون هذا الفصل سوف تكون لنا وقفة نتناول فيها أهم خصائص هذا النظام -النظام الأخلاقي- إضافة إلى أهمية الأخلاق وأبرز فوائدها وأهم النظريات المفسرة لها، وسنتطرق أيضا إلى نماذج عن الأخلاق في الإسلام من أمانة وعفة وحياء... إلخ.

1- مدخل عام في منظومة الأخلاق:

مما لا شك فيه أن منظومة الأخلاق ليست وليدة الحاضر فتواجدها بين البشر منذ العصور الأولى، فهي تعتبر صفة تكتسبها الروح البشرية عبر مراحل نموها (طفولة، مراهقة، شباب فالرشد...) فعن التطور الأخلاقي في العصور الوسطى المسيحية نذكر أنها كانت قريبة من مذهب أفلاطون المثالي.

"يرى أوغسطين أن الحياة السعيدة والغاية الأخلاقية هي النعيم في الله، ومن أجل الله، فالسعادة والحقيقة شيان مترادفان لأن مصدرهما واحد هو الله، فكما أن الله مصدر الحقيقة والمعرفة فهو كذلك مصدر الأخلاق.

والفضائل الأخلاقية -من وجهة نظر أوغسطين- ترجع كلها إلى فضيلة عليا واحدة، وهي فضيلة الحب "حب الله" والفضائل الأخرى مثل الحزم والعفة والشجاعة والعدالة، فقد أرجعها أيضا إلى الفضيلة الرئيسية وهي حب الله".¹

"ومن خصائص الأخلاق المسيحية فقد ساد الاتجاه العقلي، فلسفة القدماء الأخلاقية فالعقل هو الذي يحدد الغاية من حياتنا، وهو الباعث الذي يحفرنا على أفعالنا الإدارية، وقد تميز به الإنسان دون غيره من الكائنات الحية، ومن أجل هذا وجب العزوف عن نداء الشهوة والحرص على الطاعة أو أمر العقل، وتمثلت هذه النزعة في تفكير سقراط وأفلاطون وأرسطو والرواقية والأبيقورية بل غلا بعض هؤلاء في تحفيز الجسم و شهواته".²

وقد انتهجت الشريعة المسيحية طريقة التسامح والعفو، وجعلت القلب بديلا للعقل، والنية الطيبة بديلا للعدل الظاهري، والخير أساس الأخلاق و الفضيلة يقول سيدنا عيسى عليه السلام: "أحبوا أعداءكم، وباركوا من يلعنكم، واعملوا الخير لمن يبغضكم، وصلوا لمن يبغضكم".³

¹ فائزة أنور شكري: القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص: 110-111.

² توفيق الطويل: فلسفة الأخلاق نشأتها وتطورها، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 152-153.

³ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: الأخلاق دراسة في علم الاجتماع الأخلاقي، مؤسسة شباب الجامعة، 2008، ص: 85.

"أما عن الأخلاق في اليهودية: فقد ارتبطت اليهودية التمودية بالربا والبغاء في أوروبا، وارتبطت صورة اليهودي بشخصية المرابي عبر التاريخ، وهي الصورة التي خلدها شكسبير في شخصية شلوك في "مسرحية تاجر البندقية"، وكانوا اليهود يتقاضون فوائد باهظة. حيث تفتشت بين اليهود الإباحة والرذيلة في العالم، وفتح باب الزنا على مصراعيه وأعلنت الماسونية أن الأسرة ليست من طبيعة المجتمع، وأن عري الجسم حرية له و صحة وسعادة، وأن على الأبناء أن يبنذوا سلطة الوالدين¹."

وعن الأخلاق عند المسلمين: فكانت الألاق في الجاهلية على حد قول حسين عبد الحميد أحمد رشوان "من مثل العرب في الجاهلية الوفاء بالعهد، والإخلاص، فعلى الرغم من أن البدوي لا يتردد في الإغارة وسلب ممتلكات القبائل الأخرى، إلا أن هناك إخلاصا كبيرا في الحفاظ على الود".
ومنه فإن الأخلاق عند المسلمين وما تميزت به الأخلاق الإسلامية، أنها نابعة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والإجماع والقياس، فقد كان مثالا أعلى لها وعمل على سير أمته عليها،² وقد أثنى الله تعالى على الأخلاق الإسلامية بقوله تعالى: "وإنك لعلى خلقٍ عظيم" (القلم الآية: 3). ومن حديثه صل الله عليه وسلم: "إنما بُعثْتُ لأتمم مكارم الأخلاق".

"ومن أظهر ما تخلق بها المصطفى عليه الصلاة والسلام ما يلي:

حسن المعاشرة، كرم الضيافة، لين الجانب، بذل المعروف، إفشاء السلام والابتداء به، حسن الجوار الإصلاح بين الناس، السماحة، عيادة المرض، تشجيع جنازة المسلم، كاظم للغیظ، العفو عن الناس اجتناب الغيبة والكذب والشح والجفاء والمكر والخديعة والنميمة وقطيعة الأرحام والتكبر والفجور والاحتیال والاستطالة والبذخ والفحش والحقد والحسد والبغي والعدوان والظلم. هذه بعض أخلاق رسولنا الكريم صل الله عليه وسلم والذي كانت من أكثر صفاته المشهور بها بين أهله الصادق الأمين، وبهذا علينا نحن كمسلمين أن نتخلق بأخلاقه، وأن نفتدي به في سلوكه وأفعاله.³

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: علم الاجتماع الأخلاقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص: 82.

² حسين عبد الحميد أحمد رشوان: الأخلاق دراسة في علم الاجتماع الأخلاقي: المرجع السابق، ص: 97.

³ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: المرجع السابق، ص: 100.

أما عن الأخلاق في الفكر الحديث والمعاصر فنجد أهم من تطرق إلى منظومة الأخلاق "ديكارت" الذي قسم الأخلاق إلى نوعين:

أخلاق مؤقتة وأخلاق نهائية، وهما غير متعارضين فكلاهما تستهدف تحقيق حياة سعيدة للإنسان، والأخلاق النهائية في تصور ديكارت تحقق السعادة أكبر من السعادة التي تحققها الأخلاق المؤقتة... لذلك فهو يقسم الخيرات إلى نوعين:

1- الخيرات التي في مقدورنا تحقيقها، ونحن المسؤولين عنها مسؤولية أخلاقية.

2- الخيرات التي ليست في مقدورنا تحقيقها والتي لسنا مسؤولين عنها.¹

ولقد كان لفلسفة ديكارت -الفلسفة العقلية- أثر بالغ الأهمية في أتباعه وفي مقدمة هؤلاء "اسينوزا" الذي قال: "إن الهدف الرئيسي الأخلاقي هو اكتشاف الكمال البشري، أو طريق الوصول إلى هذا الكمال، كما كان يهدف أيضا بصفة رئيسية إلى شرح الصعوبات الأساسية التي تمنع معظم الناس من الوصول إلى هذا الكمال، وعرض الطريقة التي ينبغي عليهم السير فيه إذا ما أرادوا التغلب على هذه الصعوبات التي تمنعهم من بلوغ الكمال البشري."²

2 - خصائص النظام الأخلاقي:

للنظام الأخلاقي الإسلامي عدة خصائص تميزه عن غيره من الديانات السماوية المنزلة ويمكن إجمالها في الآتي:

1- الصبغة الربانية لهذا النظام:

تميزت النظم الإسلامية جميعها كونها ربانية التلقي، وهذه الميزة أعطتها أسس التقبل والالتزام من قبل أبناء الأمة، ومن هذه الأسس:

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: الأخلاق دراسة في علم الاجتماع الأخلاقي، المرجع السابق، ص: 148.

² فائزة أنور شكري: المرجع السابق، ص: 124.

- إن إبتناء الأنظمة الإسلامية عموماً على الوحي كتاباً وسنة، يجعل منها أنظمة مبرأة - في أصولها وقواعدها - من النقائص، كالظلم والخطأ والهوى، قال تعالى: " صِبْغَةَ اللَّهِ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صِبْغَةً وَنَحْنُ لَهُ عَابِدُونَ " البقرة الآية 138.

- تتوافق مع الفطرة الإنسانية، ملائمة لها، لا تصادمها ولا تستأصلها، بل تراعيها وترضيها بالقدر الذي يحقق السعادة الإنسانية.

2- صفة العموم والتكامل:

فالصفة العامة لهذا النظام تتجلى في معالجته لعلاقات الإنسان جميعها، وتنظيمه لتصرفاته كونه محكوماً بعلاقات لا ينفك عنها ومنها: كعلاقته بربه وعلاقته بنفسه وعلاقته بالآخرين.

3- ثنائية الجزاء:

نقصد بثنائية الجزاء: وجود جزاء دنيوي وجزاء أخروي على مخالفة قوانين الشريعة، التي تدخل في بناء أنظمة الإسلام للحياة "وهي تجمع بين الجانب المادي والبعد الروحي في الجزاء".¹

4- الثبات وعدم النسخ:

من المعلوم أن الأحكام في الشريعة الإسلامية بشكل عام تنقسم على ثلاثة أقسام: أحكام اعتقادية، أحكام فقهية، أحكام أخلاقية سلوكية.

ومن خصائص الأخلاق الإسلامية أنها ثابتة في مبادئها وحقائقها وحدودها.²

5- الاعتدال والتوازن:

لقد وصف الله تعالى هذه الأمة من بين سائر الأمم بالوسطية أو الاعتدال وبذلك أصبحت شاهدة على الناس جميعاً، قال تعالى: " وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ

¹ طه أحمد الزبيدي: المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي -دراسة تأصيلية وتحليلية لأخلاقيات الإعلام في موانيق الشرق الإسلامية، ط1، دار النفائس للنشر، 2013، ص: 28-33-34.

² Portal, bu, edu. Sa » get-File : /02/03/2018 15 :27h.

الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيداً" البقرة 143. فكان الاعتدال والوسطية من السمات الملازمة لجميع أحكام الشريعة وأنظمتها.¹

والإسلام يدعو إلى التحلي بالأخلاق الزكية يغد الروح والقلب ولا يطغى على الجسد.²

6- الإيجابية الأخلاقية:

القيم الأخلاقية الإسلامية وإن كانت تبنى على الخير، لكنها لا تتوقف عنده، وإنما تتعداه إلى محاربة الشر، فليس الصالح من هو صالح في نفسه فقط، وإنما من هو صالح في نفسه مصلح لغيره وليس كريم الأخلاق من يقف موقفا سلبيا اتجاه الظلم وإن كان يتخلق بأطيب الأخلاق، وإنما عليه أن يتخذ موقفا إيجابيا بأن يعلن إنكاره للظلم بل يسعى إلى إزالته وتغييره بما يملك من قدرات، يقول النبي صل الله عليه وسلم: "من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فإن لم يستطع فليغيره بلسانه، فإن لم يستطع فليغيره بقلبه، وذلك أضعف الإيمان".³

ويوجد للنظام الأخلاقي طابعان مميزان هما:

1- طابع إلهي من حيث أنه مراد، إذ أنه يجب أن يتبع الإنسان في هذه الحياة رغبة الله في خلقه ولذلك جاء الوحي بصورة هذا النظام.

2- طابع إنساني من حيث إن هذا النظام عام في بعض نواحيه يتضمن المبادئ العامة وللإنسان دوره في تحديد واجباته الخاصة والتعرف على طبيعة مظاهر السلوك الإنساني المعبرة عن القيم، لذا تعد الأخلاق روح الإسلام، حيث يقول الرسول صل الله عليه وسلم "البر حسن الخلق".⁴

¹ طه أحمد الزبيدي: المرجع السابق، ص: 37.

² <https://Forum,Sedty.com/02/03/2018, 16:42h>.

³ طه أحمد الزبيدي: المرجع السابق، ص: 38-39.

⁴ محمود المصري: موسوعة من أخلاق الرسول صل الله عليه وسلم، الجزء 1، ط 1، دار التقوى للنشر، 2007، ص: 13-14.

3- مبادئ القيم الأخلاقية:

تقوم القيم الأخلاقية الإسلامية على عدة مبادئ ضرورية ومهمة تساعد على سرعة انتشارها من أجل العمل بها داخل المجتمع المسلم، وقد اجتهد الكثير من الباحثين في استخلاصها وهي كالتالي:

- المبدأ الأول: الإيمان بأن الأخلاق من أهم المعاني في هذه الحياة تأتي مرتبتها بعد الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله وبالיום الآخر وبقضاء الله وقدره.

- المبدأ الثاني: الإيمان بأن الخلق عادة أو اتجاه راسخ في النفس تصدر عنه الأفعال بسهولة ويسر وبأنه عامل يؤثر في سلوك الإنسان وفي مقدرته على تكييف نفسه للبيئة التي يعيش فيها.

- المبدأ الثالث: الإيمان بأن الأخلاق الإسلامية المستمدة من شريعة الإسلام الخالدة و التي تدل عليها نصوص الدين الإسلامي و تعاليمه واجتهادات وممارسات الصالحين من علمائه والأخيار من أتباعه، هي أخلاق إسلامية سامية تتماشى مع الفطرة والعقول السليمة وتلبي حاجات الفرد الصالح والمجتمع الفاضل في كل زمان ومكان وتنظم كافة علاقات الإنسان بغيره.

- المبدأ الرابع: الإيمان بأن الغاية القصوى للدين والأخلاق هي تحقيق سعادة الدارين والكمال النفسي للفرد، وتحقيق التقدم والسعادة للمجتمع.

- المبدأ الخامس: الإيمان بأن الدين الإسلامي هو أهم مصادر الأخلاق الإسلامية وأهم العوامل المؤثرة في نمو هذه الأخلاق وفي تشكيلها وإعطائها الطابع الإسلامي المميز لها.¹

4- أهمية النظام الأخلاقي وفوائده:

1-4 أهمية النظام الأخلاقي:

"تكتسي الأخلاق في المجتمع المسلم أهمية بالغة نظرا لما تتركه من آثار إيجابية على المسلمين إذا تمسكوا بها واجتهدوا في تطبيقها وتكمن أهميتها في التالي:"

¹ أروى الفقيه: بحث في مفهوم القيم الخلقية، الأربعاء 27-يناير-2010، متاح على موقع:

- الخلود والاستمرارية: فإن جميع الأخلاق الواردة في السنة والقرآن هي صفات خالدة باقية ما بقت تلك النصوص، فالله تعالى حفظ كتابه من التحريف والتزييف وحفظ سنة نبيه، حيث هيأ لها من نقلوها مما يدخل فيها من شوائب عبر السنين فإن تلك الأخلاق المستمدة منها ستبقى خالدة راسخة.

- الصدق والدقة: فإن منظومة الأخلاق الإسلامية ربانية المصدر وهي بذلك تتصف بالصدق والدقة حيث إن جميع ما جاء به ينطبق عليه هاتين الصفتين، وبما أن الأخلاق جزء مما جاء به الوحي فهما يتميزان ويتصفان بهاتين الصفتين اللتين لا تنفكان عنهما مطلقاً، قال تعالى: "إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ" سورة الحجر 9.

- الشمول والتكامل: فإن الشريعة الإسلامية إنما جاءت لتصحيح الأخلاق التي كانت سائدة في المجتمع الجاهلي وتضبطها بضابط التدين، وتدعو وتجمع ما لم يكن موجوداً في تلك المرحلة، فكانت الأخلاق الإسلامية شاملة متكاملة قال الرسول -عليه الصلاة والسلام- في ذلك: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق".

- التوافق العقلي الفطري: فإن جميع ما جاء في الشريعة من الأخلاق والفضائل إنما جاء بحسب ما يوافق العقل البشري والفطرة السليمة، وهي تتناسب مع جميع الأمكنة والأزمنة، ولا تناقض العقل والمنطق والأعراف والعادات مطلقاً.¹

- الأخلاق الإسلامية مرتبطة بالجانب العلمي: فإن المنظومة الأخلاقية في الإسلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب العلمي في حياة المسلم حيث المسلم حيث إن جميع التكاليف قد دعت بمفردها ومجملها إلى مجموعة من القيم والأخلاق والآداب، فلا يكون تطبيق العبادة كاملاً ما لم يجر تطبيق ما دعت إليه من فضائل وأخلاق، يقول المصطفى -عليه الصلاة والسلام- في الصحيح "أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم أخلاقاً".²

¹ طلال مشعل: مقال بعنوان، أهمية الأخلاق في بناء المجتمع. متاح على موقع: 00H: 25/02/2018.20 «3.com3 .mawdoo3

² طلال مشعل: المرجع السابق.

4-2 فوائد النظام الأخلاقي:

- "تتعدد فوائد الأخلاق التي تنتشر داخل المجتمع المسلم وذلك إذا اجتهدوا في العمل بها - الأخلاق - والحفاظ عليها وعملوا على نشرها ومن بين أهم هذه الفوائد نذكر ما يلي":
- نشر الأمن والأمان بين الأفراد والمجتمع.
- وجود الألفة و المحبة بين الناس.
- سيادة التعاون والتكافل الاجتماعي بين المجتمع، فالمسلمون أمة واحدة يعطف غنيهم على فقيرهم.
- المساهمة في خدمة المجتمع، ورفع معاناته وتقديم ما يفيد للأمة والبشرية فالمؤمن مثل الغيث أينما حل نفع.
- الإيجابية في المجتمع، وتفعيل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مشتملا على أسسه وقواعده دون تنفير الناس أو تغييب للشريعة وتعاليمها.
- بدل الخير للناس بحب وسعادة غامرة وتفعيل الإنتاج، وثقافة البدل والعطاء بين المجتمع.
- بث روح التسامح ونشرها بين الناس، تحت شعار: "والعافين عن الناس". ونحو مجتمع راق تسوده الألفة والمحبة.¹

5- النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية:

لقد تعددت النظريات المفسرة للقيم الأخلاقية بتعدد روادها واتجاهاتهم الفكرية وكذلك لأهمية المنظومة القيمية الأخلاقية للفرد والمجتمع ومن أهمها:

5-1 النظرية المثالية:

وهذه النظريات تنظر إلى القيم من ناحية الإنسان أو الفاعل الذي يقيم، فالإنسان في هذه النظريات هو كائن مستقل، شاعر بالدور الذي عليه أن يقوم به خلق القيم وإبداعها أو المساهمة فيها، أما فاعليته فعليتنا أن ننظر إليها نظرة مستقلة أيضا، إذ أنه كائن ذو عقل يحكم به على الأفعال

¹ عبد السلام حمود غالب الأنسي: مقال بعنوان، الأخلاق وأهميتها وفوائدها، بتاريخ: 2013/06/03. متاح على موقع:

من ناحية الخير أو الشر، وعلى الأشياء من ناحية جمالها وقبحها. وعلى هذا النحو تصوره "إمانويل كانط" (1724-1804) Kant فمصدر الحق والخير والجمال عند كانط قائم على العقل ومقولاته الأولية، والأمر شبيه بهذا في فلسفة الجمالية، والشعور بالجمال عند كانط لا يتوقف على الإحساس بالسرور أو على الإثارة الحسية، بل شعور أولي صادر عن ملكتنا العاقلة وقائم في الحكم الذي يصدره الإنسان على العمل الفني مراعيًا أن يكون صادرا عن ملكة الحكم العقلي لا عن أي إحساس فردي.¹

5-2 النظرية الواقعية:

أصحاب هذه النظرية يريدون أن يجعلوا للقيم وجودا مستقلا عن فاعلية الإنسان الذهنية أو السلوكية، ومعنى هذا أنهم لا يسلمون للمثاليين بأن الأنساق خالق للقيم، كما يعارضون ما ذهب إليه السيون الماديون في نظرهم إلى القيم على أنها وقائع طبيعية أو سيكلوجية اجتماعية بمعنى أنهم يعارضون أن تكون القيم جزءا من الوجود المادي أو على غرارها، ولكنهم ينظرون إلى القيم على اعتبار أنها كفاءات ثلاثة. ومعنى هذا أنه إلى جانب الكفاءات الأساسية. أو الأولية التي قال الفلاسفة أنها موجودة في المادة، وإلى جان الكفاءات الثانية أو الثانوية التي قالوا أنها صفات ذاتية تمثل أحوالا ذاتية ولا وجود لها في المادة، توحد هذه الميافيات الثلاثة وهي القيم التي لا نستطيع أن نقول عنها أنها في المادة ولا في الذات، بل هي وسط بينهما.²

5-3 النظرية الإسلامية:

مع مطلع السبعينات من القرن الماضي بدأت بعض الأصوات الفكرية والدينية العربية والإسلامية تنادي بضرورة إيجاد مكان للطروحات الإسلامية في المجال الإعلامي والسمعي والبصري فظهرت بعض المحاولات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية فيما كان يسمى بالإعلام الديني لتتحول بعد ذلك إلى تعقيدات نظرية وتطبيقية في المجال العلمي، وقد بدأت التأليف والكتابات تظهر

¹ لحر وسام، هايف فوزية: علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش في الامتحانات لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص، تربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2016/2017، ص: 47-48.

² فائزة أنور شكري: القيم الأخلاقية، مرجع سبق ذكره، ص: 42-43.

مع الجيل الأول من أمثال المرحوم عبد اللطيف حمزة وإبراهيم إمام ومحى الدين عبد الحليم ومحمد علي العويني وعبد الوهاب كحيل... وتطورت النظرية الإعلامية الإسلامية لتجد تطبيقاتها في تنوع الوسائل والأساليب الإعلامية حتى دخلت بقوة عالم الفضائيات وأنهت التبعية الإعلامية للآخر، وهي نظرية جديدة بأن تنافس الآخر لو وجدت التمويل والعناصر الكفاء والمخلصة لخدمة الإسلام وقضاياها العادلة.¹

6- أسباب تغير حسن الخلق:

تتأثر أخلاق الفرد وقد يكون لتغير الظروف الاجتماعية المحيطة به الدور الكبير في ذلك وخاصة إذا كانت قوة إيمانه وصبره ضعيفة ويصعب عليه التحكم فيها، ومن أكثر الأسباب التي تغير من خلقه نذكر ما يلي:

الولاية: والتي تحدث في الأخلاق تغيراً، وعلى الخلقاء تنكراً، إما من لؤم طبع وإما من ضيق صدر.

العزل: فقد يسوء به الخلق، ويضيق به الصدر، إما لشدة أسف، أو لقلّة صبر.

الغنى: فقد تتغير به أخلاق للثيم بطراً وتسوء طرائقه أشراً.

الفقر: فقد يتغير به الخلق إما أنفة وذلل الاستكانة أو أسفا على فائت الغنى.

الهموم: التي تدهل اللب وتشعل القلب، فلا تتبع الاحتمال ولا تقوى على صبر، وقد قيل: الهم كالسم.

الأمراض: التي يتغير بها الطبع ما يتغير بها الجسم، فلا تبقى الأخلاق على الاعتدال ولا يقدر معها على احتمال.

¹ أحمد عيسوي: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014، ص:47.

علو السن وحدوث الهرم: لتأثيره في آلة الجسد كذلك يكون تأثيره في أخلاق النفس، فكما يضعف الجسد عن احتمال ما كان يطيقه من أثقال فكذلك تعجز النفس عن أثقال ما كانت تصبر عليه من مخالفة الوفاق وضيق المشاق.¹

7- نماذج عن القيم الأخلاقية:

"تنوع الأخلاق الإسلامية التي حث الله تعالى المسلم أن يتحلى ويعمل بها، وذلك من أجل ضمان الاستقرار في النظام الاجتماعي السائد وازدهاره، ومن بين الأخلاق الإسلامية التي جاءت في الكتاب والسنة وكان للفقهاء والعلماء المسلمين عدة تفسيرات لها نذكر ما يلي:

- خلق الأمانة:

الأمانة بوجه عام هي تحمل المسؤولية في كل عمل يؤديه المسلم في علاقته بالله وبالناس وانتشار خلق الأمانة في نفوس المواطنين من الأخلاق الاجتماعية التي تدل على سمو المجتمع وتماسك بنيانه. قال تعالى: " إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ". (النساء، الآية 58).

والأمانة عكس الخيانة، والتي انتشرت بين الناس، فإنها تبعث على الشكوى والقلق وازدياد الخصومات والجرائم، فلا يؤمن صديق صديقه، ولا زوج زوجته، ولا أب ولده.

والأمانة شاملة للقيام بجميع التكاليف والالتزامات الاجتماعية والأخلاقية فهي موجودة في دائرة العقل والجسم، وفي مجال الأسرة، وفي دائرة المجتمع والناس جميعا وفي دائرة البيئة الطبيعية.²

*والأمانة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقين هو أن يكون المراهق مسؤول عن كل مضمون ينشره عبر هذه المواقع، أو أي مضمون يطلع عليه، وأن يلتزم بالأخلاق التي تنتشر في مجتمعه ويتمسك بها أمام ذاته ومجتمعه وقبل كل هذا أمام خالقه.

¹ محمود المصري: من أخلاق الرسول صل الله عليه وسلم، الجزء 1، ط 1، دار التقوى للنشر، 2007، ص: 41-42.

² حسين عبد الحميد أحمد رشوان: علم الاجتماع الأخلاقي، المرجع السابق، ص: 111-112.

- خلق الحياء:

إن خلق الحياء من أعظم الأخلاق التي ينبغي أن يتحلى بها كل مسلم فقد روى عن زيد بن طلحة عن الرسول صل الله عليه وسلم أنه قال: "إن لكل دين خلقا وخلق الإسلام الحياء".¹

أنواع الحياء:

حياء الجنابة: فمنه حياء آدم عليه السلام لما فر هاربا في الجنة.

حياء التقصير: كحياء الملائكة الذين يسبحون الليل والنهار لا يفترون.

حياء الإجلال: وهو حياء المعرفة على حسب معرفة العبد بربه يكون حياؤه منه.

حياء الكرم: كحياء النبي صل الله عليه وسلم من القوم الذين دعاهم إلى وليمة زينب وطولوا الجلوس عنده، فقام واستحيا أن يقول لهم: انصرفوا.

حياء الحشمة: كحياء علي بن أبي طالب أن رسول الله صل الله عليه وسلم عن المدى لمكان ابنته منه.

حياء الاستحغار واستصغار النفس: كحياء العبد من ربه عز وجل حيث يسأله حوائجه.

حياء المحبة: هو حياء المحب من محبوبه.

حياء العبودية: هو حياء ممتزج من محبة وخوف ومشاهدة عدم صلاح عبوديته لمعبوده.

حياء الشرف والعزة: فحياء النفس العظيمة الكبيرة إذا صدر منها ما هو دون قدرها.

حياء المرء من نفسه: وأما حياء المرء من نفسه: فهو حياء النفوس الشريفة العزيزة الرفيعة من رضاها لنفسها بالنقص، وقناعتها بالدون.²

¹ محمود المصري: المرجع السابق، ص: 526.

² محمود المصري: المرجع السابق، ص: 530.

وبالنسبة للالتزام بخلق الحياء عند استخدام المراهق لشبكات التواصل الاجتماعي فيجب عليه أن ينتقي ما يشاهد أو ما يقرأ وأن ينتبه لما ينشر عبر هذه المواقع من صور مخلة للحياء وفيديوهات وكلام فاحش وذلك على الأقل يكون استحياءاً من الله عزّوجل.

- خلق الصدق:

الصدق أساس الفضائل النفسية، وضرورة من ضرورات الاجتماع وقد الله السماوات والأرض بالحق، وطلب من الناس ألا يقولوا إلا بالحق، ولا يعملوا إلا بالحق، ولذلك كان الزعيم الصادق أنجح الزعماء، وأكثرهم أتباعاً، والتاجر الصادق أكثر التجار زبائن وأكثرهم ربحاً. ولعل أصدق ميزان لربي الأمم هو صدق أفراد الأمة، يقول الله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ "التوبة 119.¹

ومن خلال هذا الخلق يستوجب على المراهق خاصة باقي الفئات بصفة عامة، عند زيارتهم لمواقع التواصل الاجتماعي عدم تصديقهم لأخبار يجهلون مصدرها فهي تعتبر شائعات هذا من جهة ومن ناحية أخرى يجب على الفرد التحلي بالصدق أثناء محادث الأخر والتعامل معه عبر هذه المواقع خاصة إلى إذا كان غير معروف له في الواقع وتجنب الكذب عليه وسؤ الظن به، قال رسول الله عليه الصلاة والسلام "إياكم والظن فإن الظن أكذب الحديث". رواه البخاري.

- خلق المراقبة:

- مصدر قولهم: راقب مراقبة وهو مأخوذ من مادة رقب التي تدل على انتصاب لمراعاة الشيء ومن ذلك: الرقيب وهو الحافظ.

- المراقبة اصطلاحاً:

قال ابن القيم: المراقبة دوام علم العبد و تيقنه باطلاع الحق سبحانه وتعالى على ظاهره وباطنه.

- المراقبة وأثرها في حياة الفرد والأمة:

¹ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: علم الاجتماع الأخلاقي، المرجع السابق، ص: 108.

إن مراقبة الله تحيي القلوب والموات، وتوقظ الضمائر النائمة، وتجعل من الإنسان نموذجاً فريداً يندر وجوه بين سائر البشر، فهو لا يخطو خطوة ولا يضعها إلا وهو يسأل نفسه هل هذا العمل يرضي الله أم لا؟ فتجد أن سكانته وحركاته كلها لله - وهذه الأمثلة تدل على أن الرقابة تجعل المجتمع المسلم مجتمع خير وتسوده المحبة والإخاء.¹

* إن تعرض الفرد لهذه المواقع الاجتماعية قد يغير من أخلاقه إلى الأسوأ إذا لم تكن هناك رقابة من طرف الأولياء أو المسؤولين عن تشغيل هذه المواقع داخل المجتمع، وذلك بسبب انتشار الفيديوهات والصور الفاحشة وغير متخلقة .

ضف إلى ذلك يستوجب على الفرد أن يضع في حسبانته أنه إذا غابت رقابة أوليائه أو المسؤولين عن تشغيل هذه المواقع له، فإن الله يراه وسيغضب عليه ويحاسبه على ذلك.

- خلق الخير والشر:

- الخير اسم تفضيل، كقولنا الحياة خير من الموت، كما أنه يدل على الحسن لذاته وعلى ما فيه نفع أو لذة أو سعادة، وهو بشكل عام ضد الشر: لأن الخير يعني في بعض معانيه الكمال. والخير هو خلق حسن وحبوب ينبغي على كل فرد صالح أن يتميز به وأن يتعامل به مع غيره وذلك من أجل كسب ثقتهم وحسن معاملاتهم.

- أما الشر، فهو السوء، والفساد، يقال "رجل شر" أي ذو شر، وهو شر الناس، أي أكثرهم سوءاً أو فساداً. والشر أنواع - كما رأى ابن سينا - على سبيل المثال إذ قال "واعلم أن الشر على وجوه: فيقال شر مثل النقص الذي هو الجهل والضعف والتشويه في الخلق". والشر هو خلق مذموم وقبيح يولد البغضاء والضعينة ويكون سبب رئيسي في تشتت المجتمع وتباعد أفراده.

والخير والشر مقولتان تعبران عن التقدير الأخلاقي للظواهر الاجتماعية والسلوك الإنساني.²

¹ محمود المصري: المرجع السابق، ص: 234-263.

² رمضان الصباغ: الأحكام التقويمية في الجمال والأخلاق، ط1، درا الوفاء لدينا للطباعة، الإسكندرية، 1998، ص: 203.

ومن خلال هذا على المراهق المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي أن يستغلها في نشر الخير ويتعامل مع الآخرين النشطين عبر هذه المواقع بهذا للخلق الحسن حتى يبقى محبوباً بينهم ويكتسب ثقتهم وحسن تواصلهم معه، وأن يتجنب إلحاق الأذى بالآخر عن طرق التواصل بسوء معهم والعمل على إفساد أخلاقهم ونشر الضغينة بينهم.

- خلق حفظ الأسرار وكتمانها:

قال الجاحظ: ومنها - أي من الأخلاق المحمودة -:

كتمان السر وهذا الخلق مركب من الوقار وأداء الأمانة فإن إخراج السر من فضول الكلام. عن أبي رافع رضي الله عنه: قال رسول الله صل الله عليه وسلم: "من غسل مسلماً فكتم عليه غفر له الله أربعين مرة، ومن حفر له فأجنه أجرى عليه كأجر مسكن أسكنه إياه إلى يوم القيامة، ومن كفنه كساه الله يوم القيامة من سندس وإستبرق الجنة".

وتوجد ثلاثة أنواع للأسرار وهي:

- 1- ما أمر الشرع بكتمانه مثل ما يجري بين الزوجين حال الجماع فإنه يحرم أن يفشي الزوج سر زوجته وحتى لو لم تطلب منه كتمان سرها، ويحرم على الزوجة إفشاء سر زوجها.
- 2 - ما طلب صاحبه كتمانها: فلا يجوز لك إفشاء سر الآخر ولا كشفه ولو بعد القطيعة.
- 3 - ما اطلع عليه بسبب العمل أو المهنة: مثل كأن يذهب الرجل إلى مفتي فيحكى له أدق أسرار حياته فيقوم ذلك المفتي فيفشي تلك الأسرار.¹

ولهذا يجب على المراهق أن يلتزم بهذا الخلق ولا يفشي أو يشهر بالأسرار التي أمنه أصدقائه وأهله عليها وخاصة أصدقائه الافتراضيين والذين يتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ولكن إذا قام بعكس ذلك يكون قد أغضب الله تعالى منه وخسر ثقة أقرانه سواء الواقعيين أو الافتراضيين وحتى أهله.

¹ محمود المصري: من أخلاق الرسول صل الله عليه وسلم، ط1، الجزء2، دار التقوى للنشر والتوزيع، 2007، ص946-947.

- خلق تجنب النفاق:

يقول الله تعالى: " إِنَّ الْمُنَافِقِينَ فِي الدَّرَكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَنْ تَجِدَ لَهُمْ نَصِيرًا ". النساء الآية: 145.

ويواعد المرء بينه وبين النفاق إذا اتبع القواعد الآتية:¹

الالتزام بالصدق، ترك الطمع، التحلي بالتواضع، تخير الأصدقاء، عزة النفس، الإيمان بالقضاء والقدر.

ومن خلال هذا يستوجب على الأفراد وخاصة النشطين على مواقع التواصل الاجتماعي أن

يتجنبوا الكذب والتكبر على غيرهم ممن يتواصلون معهم والتعامل معهم بصدق وتواضع... الخ.

- خلق الضمير:

الضمير بالمعنى اللغوي في العربية هو "السرد داخل الحاضر": والجمع ضمائر كما أن الضمير هو

الشيء الذي تضره في قلبك. وأضمرت الشيء أخفيته.

ويعرف معجم لالاند الضمير الأخلاقي: هو خاصية العقل في إصدار أحكام معيارية تلقائية

ومباشرة على القيمة الأخلاقية لبعض الأفعال الفردية المعينة.²

فيجب إذا على الأفراد وخاصة المراهقين أن يتواصلون بضمير ويتبنون هذا الخلق لاسيما في

أثناء تعاملاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي سواء من حيث النشر، المشاهدة أو التفاعل والعمل

على إرضاء ضمائرهم ومراعاة ضمائر غيرهم.

- خلق غض البصر:

خلق غض البصر هو خلق إسلامي، والمراد به غض البصر عن محارم الله تعالى وقبل ذلك هو

طاعة الله سبحانه وتعالى الذي أمرنا بغض البصر بآية صريحة في القرآن الكريم من -سورة النور- قال

تعالى: "قل للمؤمنين يغضوا من أبصارهم ويحفظوا فروجهم ذلك أزكى لهم إن الله خير بما يصنعون

وقل للمؤمنات يغضضن من أبصارهن ويحفظن فروجهن". النور، الآيتين: 31، 30.³

¹ حسن عبد الحميد أحمد رشوان: علم الاجتماع الأخلاقي، المرجع السابق، ص: 114-116.

² رمضان الصباغ: المرجع السابق، ص: 211.

³ سالم بن جمعة الهاشمي: خلق غض البصر، مجلة الشبيبة، نشرت في 29-06-2015، متاح على الموقع: www.shbiba.com article/

2018، 21:17-04-02.

"وغض البصر عبر شبكات التواصل الاجتماعي يكشف مضمون بعض الفيديوهات بإتباع مقارنة سيميولوجية- وغياب خلق غض البصر- ينطبق على من يتعرض للمضامين اللاأخلاقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي".¹

- خلق العفة:

لغة: الابتعاد عن الشيء والكف عنه.

اصطلاح: " حصول حالة للنفس تمتنع بها عن غلبة الشهوة عليها فتكف عن محارم الله قولا كان أو فعلا".

أنواع العفة:

- عفة النفس: والتي تحصل بتزكيتها وتطهيرها من الرذائل. قال تعالى: " قَدْ أَفْلَحَ مَنْ تَزَكَّى (14) وَذَكَرَ اسْمَ رَبِّهِ فَصَلَّى " سورة الأعلى الآيتين، 14-15.

- عفة الجوارح: وتحصل بتسخيرها فيما يرضيه سبحانه، ووقايتها مما يغضبه.

- عفة البطن: وتحصل بحفظها من الحرام.... كما في الحديث " استحيوا من الله حق حياء".

ومن مظاهر العفة:

الحياء، الصدق وتجنب الغش، الكسب الحلال، صون كرامة الفرد والأسرة والمجتمع، تجنب الفواحش ما ظهر منها وما بطن، عدم الانسياق وراء الغرائز والشهوات.²

"خلق العفة يرتبط بالأخلاق الأخرى، ويمكن الحديث هنا عن العفة من خلال ربطها بالحياء، وانتقاء الحياء، يعني انتقاء العفة"³.

¹ سمير لعرج الإعلام الجديد والأخلاق "اليوتيوب نموذجا"، داخله ألقبت بالملتقى الوطني الأول حول الجديد والمجتمع، جامعة جيجل، يومي 10/09 ديسمبر 2013، ص:8. نقلا عن أحمد شرباصي، ط1، ج1، دار الرائد العربي، 1981.

² منار التربية الإسلامية: درس العفة ودولها في محاربة الفواحش وحفظ الصحة، متاح على

موقع: www.startimes.com/?t=26223919.

تاريخ الزيارة 2018-04-02 h22:30

³ سمير لعرج: المرجع السابق، ص:8.

فمن خلال هذا كما ذكرنا سالفًا في الحياء والالتزام به أثناء التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعدو الإخلال به يجب الالتزام به أيضا بخلق العفة بالامتناع عن التواصل مع الآخر بالكذب والغش، أو الإطلاع على الفواحش والفيديوهات والصور المخلة بالحياء أو نشرها أو التفاعل معها.

وتتعدد الأخلاق المتواجدة في كتاب الله تعالى، إضافة لما تم ذكره سوف نذكر ما جاءت في كتاب الشرباصي هي كالتالي:

العزة، العدل، العفو، الآثار، الوضى، التواضع، الطمأنينة، الثبات، السكينة، الشكر، الرحمة، الاعتبار التذكر، العبودية لله، الخوف من الله، الاستقامة، الخشوع لله، الحلم، التقوى، الحمد، التدبر، التفكير البر، الإنابة، المحبة، الإحسان، التوبة، كظم الغيظ، الحذر، الإعراض عن اللغو، التوسط، المسابقة إلى الخيرات، التحنن، لوم النفس، القنوت، الإخلاص، الوفاء، التوكل، الرجاء، الإخبات، القوة، الفتوة تبين الأمور، خفض الجناح، الخشية، التطهر، المصاحبة بالمعروف، الحكمة، طيب الكلام، الدفع بالحسن، الشهادة، الستر، التعود، المجاهدة، اليقين، الدعوة إلى الخير، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر، التفويض، التسليم، الكرامة، العزيمة، الإرادة، الإشفاق، الصفح، الاعتصام بالله، الفرح بفضل الله، سلامة القلب، المعرفة، التقدير، المودة، الافتقار إلى الله، الاستجابة، الغنى بالله، الثقة بالله التواصل بالخير، الصلاح والإصلاح، الوجل، تطلب الأسوة، التياسر، الاحتساب، ابتغاء وجه الله إقامة الوجه لله، القسط، النصيحة، الإتياع، الهجرة، الإسلام، التعاون، القصد، كف الأذى، التأويب الطاعة، التبصر، التنفل، الدعاء، الحفظ والمحافظة، روح السلام، التمتع بالطيبات، الإعداد والاستعداد، التحدث بنعمة الله، تعظيم شعائر الله، التنافس في الخير، الشوق إلى لقاء الله، الفرار من الله، الغيرة، النظر، الصفاء، التماس العذر للناس، الأدب، الاستئذان، مقاومة الهوى، الرعاية، الغربة.

والعمل بمضمون هذه الأخلاق، هو الذي يكسب الإنسان صفة الخلق الحسن.¹

¹ سمير لعرج: المرجع السابق، ص:3.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق له في هذا الفصل، نخلص إلى أن الأخلاق السائدة في المجتمع المسلم تهدف بمجملها إلى نشر وتعميم خصال حميدة كالأمن والطمأنينة، والتفاهم والثقة بين أفرادها، فإذا تم تطبيق كل ما تكونت منه هذه المنظومة من أخلاق، كان هناك أمة صالحة ومتطورة حيث يقول "

أحمد شوقي " في الأخلاق

"وإنما الأمم ما بقيت * * * فإن هم ذهب أخلاقهم ذهبوا".

ويقول أيضا:

"وإذا أصيب القوم في أخلاقهم * * * فأقم عليهم مأتما و عويلا".

ويقول الرسول الكريم عليه الصلاة والسلام عن الأخلاق "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق".

ثالثا: المراهق وشبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

I. مرحلة المراهقة

- 1- تحديد مرحلة المراهقة.
- 2- خصائص مرحلة المراهقة وحاجاتها.
- 3- أشكال مرحلة المراهقة وأبرز مشاكلها.
- 4- الاتجاهات المفسرة لمرحلة المراهقة.
- 5- التطور الأخلاقي والجريمة في مرحلة المراهقة.

II. تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق

- 1- إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق.
- 2- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق.

تمهيد:

يمر الفرد في حياته بمراحل عمرية تتميز كل فترة عن سابقتها بسمات تمس التركيبة النفسية أو الجسمية للشخص ومن اخطر هذه المراحل مرحلة المراهقة والتي تعتبر فترة انتقالية بالنسبة لنمو الفرد من الطفولة إلى الرشد فخلال هذه الفترة يكون المراهق في صراع مع نفسه من أجل أن يفهمها ويتأقلم مع التغيرات التي تطرأ على شخصيته هذا من جهة ومن جهة أخرى يستوجب على الأولياء فهم ما يمر به الأولاد ومسائرهم ومعرفة حاجاتهم وذلك من أجل تجنب إجبارهم على الوقوع في انحرافات قد يرتكبونها دون وعي منهم فتعود بالسلب على المراهق ذاته وعلى أوليائهم وقد تمس حتى المنظومة الاجتماعية عامة والمنظومة الأخلاقية بصفة خاصة في ظل انتشار التطورات التكنولوجية في جميع المجالات وفي مجال الاتصال على وجه خاص، وهنا قد يصب على المراهق التحكم في نفسه من خلال عدم قدرته على التمييز وانتقاء المضامين التي تخدمه من عدمها إضافة إلى أنه يصعب على الأولياء مراقبتهم بشكل دائم ومستمر.

ومن خلال هذا الفصل سنستعرض أهم المشاكل التي يعاني منها المراهق وأهم احتياجاته إضافة إلى أهم النظريات المفسرة لمرحلة المراهقة، وستكون هناك إشارة لايجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعية على المراهق.

I. مرحلة المراهقة

1. تحديد مرحلة المراهقة:

تختلف بداية ونهاية مرحلة المراهقة من فرد إلى آخر ومن سلالة إلى أخرى وحسب الجنس ويقول "جوزيف سترون": أن المراهقة تبدأ بمظاهر البلوغ وبدايتها ليست دائما واضحة ونهايتها تأتي مع تمام النضج الاجتماعي.¹

هي مرحلة الانتقال من الطفولة إلى الرشد وفيها يجنب الأولاد الاستشارات الجنسية لما لهذه المرحلة من أهمية في حياة الأولاد.² حيث يمر المراهق في نموه بمراحل. قسم العلماء المراهقة إلى مراحل فرعية أهمها:

1-1 مرحلة ما قبل المراهقة Preadolescence:

تقع هذه المرحلة بين سن العاشرة و الثانية عشر (10 - 12 سنة) تقريبا وتكون بمثابة تمهيد للفرد للانتقال إلى المرحلة التالية من النمو كما تسمى بمرحلة التحفيز والمقاومة حيث تبدو مقاومة نفسية تبذلها النفس ضد تحفيز الميول الجنسية، حيث في هذه المرحلة هناك تحفيز للدوافع الجنسية وهذا ناتج للتغيرات البيولوجية الظاهرة والتي تقابلها مقاومة من طرف الذات. ومن علامات هذه المقاومة زيادة حساسية الفرد بجنسيته ونفور الفتى من الفتاة والابتعاد عنها وكذا تجنب الفتاة الفتى فالطفل الذي كان في المرحلة السابقة لا يجد غضاضة في اللعب مع الفتاة في بيته، أصبح يشعر بالحرج الشديد ويخشى تهكم أقرانه ورفاقه إذا ما شاهدوه يلعب مع الفتيات حتى لا يتهم بأن خشونة الرجال تنقصه وكذلك الحال عند الفتاة التي يتزايد إحساسها ونفورها من الفتيان لتفوقهم وخشونتهم.³

¹ محمد بن شبرة: التطبيع الاجتماعي لدى المراهق من خلال ممارسة النشاط البدني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2017، ص:109.

² عصام نور: الأسس النفسية للنمو، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2015، ص:162.

³ أمينة صافة: أثار استعمال التكنولوجيا الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراة في علم النفس الأسري، جامعة وهران 2015/2016، ص:108.

1 - 2 - مرحلة المراهقة المبكرة Early Adolescence:

هي الفترة التي تلي المرحلة السابقة وتمتد أحيانا حتى سن السادسة عشر وتسمى هذه المرحلة "سن الغربة والارتباك" لأنه في هذه السن يصدر عن المراهق أشكال من السلوكيات تكشف عن مدى ما يعانيه من ارتباك وحساسية زائدة حين تزداد طفرة النضج الجنسي وحين لا يكون قد تهيأ لها من الغرض ما يجعله يتكيف مع مقتضياته الثقافية العامة التي يعيشها.¹

1 - 3 - مرحلة المراهقة المتأخرة Lateadolescence :

من (17 إلى 21 سنة) في هذه المرحلة يحاول المراهق أن يتخلص من صراعاته أن يتجه محاولا أن يكيف نفسه مع المجتمع الذي يعيش فيه و يتلاءم مع تلك المشاعر الجديدة وظروف البيئة ليحدد موقفه من هؤلاء الناضجين محاولا التعود على ضبط النفس والابتعاد عن العزلة والانطواء تحت لواء الجماعة، فيتخلى عن نزعاته الفردية. ولكن في هذه المرحلة تتبلور مشكلته في تحديد موقعه بين عالم الكبار وتحدد اتجاهاته والعمل الذي يسعى إليه.²

2 - خصائص و حاجات مرحلة المراهقة:**2 - 1 - خصائص مرحلة المراهقة:**

تتميز مرحلة المراهقة بمجموعة من الخصائص تنتاب المراهق أثناء انتقاله من عالم الطفولة إلى عالم النضج، نذكر أهمها في ما يلي:

¹ عبد الحفيظ حديبي، صالح الدين بلقرقيد: دوافع اختيار ممارسة كرة القدم عند المراهقين وعلاقتها بمستقبلهم المهني، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم تقنيات النشاطات البدنية الرياضية، جامعة الجليلي بونعامة، خميس مليانة، 2014-2015، ص: 21.

² أمينة صافة: المرجع السابق، ص: 108.

2 - 1 - 1 الخصائص الجسمية:

أهم خاصية تبدو على جسم المراهق هي زيادة حجم الجسم وزيادة في الطول بشكل ملفت للانتباه، كما يتغير صوت المراهق الذكر وتظهر له الشوارب، كما تظهر رغبة جنسية لدى الطرفين.¹

2 - 1 - 2 الخصائص النفسية:

تحدث التحولات العضوية والفيسيولوجية - لدى المراهق بصفة عامة - مجموعة من التغيرات النفسية الشعورية واللاشعورية، كالإحساس بنوع من الشعور الغامض والمضطرب واللامتوازن، بسبب عدم فهم تلك التغيرات فهما حقيقيا، والشعور كذلك بتغير ذاته فيزيولوجيا وعضويا، مما يؤثر ذلك في نفسيته إيجابا أو سلبا، ناهيك عن الاضطراب الذي تحدثه أثناء إدراك المراهق لذاته وجسده، مما يولد لديه، في كثير من الأحيان، حالات التوتر والصراع والانقباض والتهيج الانفعالي، والشعور بالنقص.²

2 - 1 - 3 الخصائص الانفعالية:

إن انفعالات المراهق تختلف في نواح كثيرة عن انفعالات الطفل وكذلك الشاب ويشمل هذا الاختلاف النواحي الآتية:

- تمتاز الفترة الأولى من مرحلة المراهقة بأنها فترة انفعالات عنيفة إذ نجد المراهق في هذه السنوات يثور لأتفه الأسباب، شأنه شأن الأطفال الصغار.
- وهناك ميزة أخرى تتصل بانفعالات المراهق في أوائل مرحلة المراهقة، وهي أنه إذا أثير أو أغضب لا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية: فهو يصرخ ويعض و يرفس ويدفع الأشياء ... والظاهرة نفسها تبدو عليه عندما يشعر بالفرح، فانه يقوم بحركات لا تدل على الاتزان الانفعالي، حيث نجد أنه أثناء حالة سروره يشد رباط الرقبة في حركات هستيرية، أو أن يقف على ساق واحدة...
- يتعرض بعض المراهقين لحالات من اليأس والقنوط والحزن والآلام النفسية نتيجة لما لا يلاقونه من إحباط (Frustration) بسبب تقاليد المجتمع التي تحول بينهم و بين تحقيق أمانهم.

¹ مصباح عامر: التنشئة الاجتماعية والسلوك الأنحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ط1، دار الأمة للنشر الجزائر، 2003، ص:174.

² جميل حمداوي: المراهقة وخصائصها ومشاكلها وحلولها، شبكة الألوكة، ص40، متاح على [www. Alukah. Net](http://www.Alukah.Net) PDF تاريخ الزيارة

- تكوين بعض العواطف الشخصية، عواطف نحو الذات تأخذ المظاهر الآتية: الاعتداد بالنفس والعناية بالملبس وبطريقة الكلام.¹

2 - 1 - 4 الخصائص الاجتماعية:

- حيث يتميز هذا السلوك الاجتماعي للمراهق بجملة من الخصائص يمكن إجمالها في ما يلي:
- يميل المراهقون إلى اختيار الأصدقاء والاندماج في جماعات من نفس السن ويعملون على مسايرة جماعات الرفاق في سلوكياتهم واهتماماتهم قصد إشباع حاجاتهم.
 - التأكيد على الذات والبحث عن المركز الاجتماعي في المجتمع والبحث عن تحقيق الزعامة وحب الظهور قصد جلب الأنظار إليه وتحقيق الاعتراف الاجتماعي بشخصيته.
 - الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والرغبة في الزواج وتكوين أسرة والبحث عن رفيقة الحياة وهذا يؤدي إلى الانخراط مع الجنس الآخر.²
 - ميل نحو نقد الآخر وحب الزعامة الاجتماعية أو الذهنية أو الرياضية.³
 - تعتمد على المجتمع فهي تطول وتقصّر، وذاك حسب حضارة المجتمع و طبيعة الأدوار الملقاة على عاتق الفرد، فالمراهق ابن بيئته، وعلى سبيل المثال المراهق في الإسلام تحول إلى طاقة بناءة بسبب التربية العقيدية والسلوكيات السليمة.⁴
 - الرغبة في تحقيق الاستقلالية الاجتماعية عن الأسرة واتخاذ نمط حياة خاص به ويتبع ذلك بالعمل على تحقيق الاستقلال الاقتصادي والاعتماد على النفس وتوفير المال.
 - مقاومة السلطة، سواء تمثلت السلطة في أبسط صورها (الأسرة) أو كانت السلطة العامة للمجتمع أو المدرسة ويظهر ذلك في الغضب والتهديد والهروب من المنزل.

¹ صالح حسن أحمد الداھري: سيكولوجية المراهقة ومشكلاتها، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع الأردن، 2012، ص:46.

² مصباح عامر: المرجع السابق، ص:174.

³ طارق عبد الرؤوف عامر: الشباب واستثمار وقت الفراغ، ط1، دار الجوهرة للنشر، مصر، 2015.

ص:192

⁴ سعيد رشيد الأعظمي: أساسيات علم نفس الطفولة والمراهقة نظريات حديثة ومعاصرة، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2012 ص:59.

- اتساع دائرة العلاقات الاجتماعية للمراهقين، والعمل على ربط حياتهم بجملة من العلاقات التي توفر لهم الحرية و إبراز الذات، وهذا ما يؤدي إلى اتساع دائرة التفاعل الاجتماعي لدى المراهقين.¹

2 - 2 حاجات مرحلة المراهقة:

يلاحظ مجموعة من المتغيرات التي تتصاحب مع المتغيرات التي تحدث مع البلوغ وهي التي تشكل حاجات المراهقين التي تبدو في ظاهرها قريبة من حاجات الراشدين، إلا أنها تختلف عنها بشكل واضح، وأبرز ما يميز حاجات المراهقين أنه مهما سعى المراهق لإشباع حاجاته فإنه يجد صعوبة في تحقيقها فمن الضروري جدا معرفة وتفهم حاجاته الموزعة ما بين حاجات اجتماعية ونفسية... وغيرها.²

هناك حاجات تنشأ عن استجابة دافع داخل بيئي خارجي ويقسم الحاجات إلى قسمين هما:

أ- حاجات منشؤها فيسيولوجي.

ب- حاجات منشؤها سيكولوجي.

الأولى تنشأ وتتوقف بواسطة حالات جسمية دورية مميزة، بينما الثانية ليست لها أعضاء جسمية يمكن للشخص تحديدها، ومن هنا سميت سيكولوجية المنشأ وتلازمها توترات سائدة بصاحبها أولا انفعال، وتعتمد على التوترات اعتمادا وثيقا على ظروف خارجية معينة أو على أوهام تصور هذه الظروف. وبعبارة أبسط يمكن أن نقول إن الحاجات الفسيولوجية المنشأ تختص بالاشباع الحسية، وأن الحاجات السيكولوجية المنشأ تختص

بالاشباع النفسية، وهي كما يلي:

الحاجة للتملك: أي أن يمتلك الشخص أشياء وممتلكات.

الحاجة للصيانة: أن يجمع أو يصلح أو ينظف الأشياء ليحفظها.

الحاجة للنظام: أن ينظم ويرتب الأشياء أن يبدو منظما ونظيفا وأن يكون مواظبا.

¹ مصباح عامر: المرجع السابق، ص: 183.

² خصائص وحاجات في علم نفس النمو المراهقة -الجزء الأول- إصدارات معهد الإمام الباقر، متاح على www.almenber.org تاريخ الزيارة في 2018/03/28، 16:16 h.

الحاجة لاستبقاء الأشياء أو الاحتفاظ بملكيته: ونعني أن يحتفظ الشخص بالأشياء في حيازته وأن يكون حريصاً أو بخيلاً.

الحاجات للبناء: أي حاجة الشخص لأن يخطط ويبنى حاجات خاصة بأفعال تعبر عن الطموح أو إرادة القوة والرغبة في التحصيل والمكانة.¹

ومهما يكن من اختلاف بين العلماء والباحثين حول الحاجات النفسية الاجتماعية للأفراد فإن المراهقين تكاد تتركز حاجاتهم الاجتماعية حول:

الحاجة إلى الاستقلال: وهذا ما يظهر من حرصهم على الاستقلال عن الأسرة والثورة على السلطة.

الحاجة إلى الانتماء: ويتحدد ذلك من خلال البحث عن جماعة الرفاق والاندماج فيها ومسايرتها واتخاذ مرجع أساسيا في التقييم السلوكي.

الحاجة إلى تأكيد الذات: والتي تبرز بشكل واضح في حب الظهور والبحث عن المؤيدين والمحبين والقيام بالمغامرات والأعمال الكبيرة .

الحاجة إلى الأمن: وذلك من خلال الاحتماء بجماعة الرفاق أو ممارسة الرياضة القتالية.²

الحاجات البيولوجية: وعلى وجه الخصوص الحاجات الجنسية التي تظفر في شكل ميل المراهق إلى الجنس الآخر، وإقامة علاقة ودية، والتفكير في الزواج.³

3 – أشكال مرحلة المراهقة و أبرز مشاكلها:

الواقع أنه ليس هناك نوع واحد من المراهقة فلكل فرد نوع خاص به حسب الظروف الجسمية والنفسية والاجتماعية وغيرها المحيطة به، لهذا فلمرحلة المراهقة عدة أشكال منها:

¹ إبراهيم بن حسن الخضير: المراهقون حاجاتهم النفسية قد لا يتهيأ لهم إشباعها من تلقاء أنفسهم ، مقال في جريدة الرياض، الجمعة 2 / 2007/03 العدد 14130، متاح على www.alriyadh.com، تاريخ الزيارة في 28/03/2018، 16:42 h.

² مصباح عامر: التنشئة الاجتماعية والانحراف الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص: 196-197.

³ عامر مصباح: المرجع السابق، ص: 197.

3 - 1 المراهقة المتكيفة:

من سماتها الاعتدال والهدوء النسبي والميل إلى الاستقرار، والإشباع المتزن وتكامل الاتجاهات والاتزان العاطفي، والخلو من العنف والتوترات الانفعالية الحادة والتوافق مع الوالدين والأسرة والمدرسين، والتوافق الاجتماعي والرضا النفسي وتوافر الخبرات في حياة المراهق، والاعتدال في الخيالات وأحلام اليقظة وعدم المعانات من الشكوك الدينية.

فمن العوامل المؤثرة فيها المعاملة الأسرية السليمة التي تتسم بالحرية والفهم واحترام رغبات المراهق وتوفير جو الثقة بين الوالدين والمراهق في مناقشة مشكلاته، وشعور المراهق بتقدير والديه واعتزازهما به.¹

3 - 2 المراهقة الانسحابية المنطوية:

من سماتها الانطواء والاكتئاب والعزلة والسلبية والتردد والحجل والشعور بالنقص، ونقص المحاولات الخارجية والاقتصار على أنواع النشاط الانطوائي وكتابة المذكرات التي يدور معظمها حول الاتصالات والنقد والتفكير المتمركز حول الذات ومشكلات الحياة ونقد النظم الاجتماعية والثورة على تربية الوالدين ومحاولة النجاح الدراسي والاستغراق في أحلام اليقظة التي تدور حول موضوعات الحرمان والحاجات غير المشبعة، والإسراف في الجنسية الذاتية والاتجاه إلى النزعة الدينية المتطرفة بحثاً عن الراحة النفسية والخلاص من مشاعر الذنب.²

ومن العوامل المؤثرة فيها عدم مناسبة الجو النفسي في الأسرة والأخطاء الأسرية التي منها التسلط وسيطرة الوالدين والحماية الزائدة وما يصاحب ذلك من إنكار لشخصية المراهق وتركز قيم الأسرة حول النجاح الدراسي مما يثير قلق الأسرة وقلق المراهق وجهل الوالدين وتوجيههما السيئ فيما يتعلق بوضع المراهق الخاص في الأسرة وتربيته بين إخوته كأن يكون الولد الأكبر أو الأصغر أو الوحيد وما لكل من أوضاع خاصة وضعف المستوى الاقتصادي - الاجتماعي، وعدم ممارسة النشاط

¹ الزبير بن عون: المراهقة ماهيتها مظاهرها، خصائصها ومشكلاتها، 2012/02/12، متاح على www.grenc.com، تاريخ الزيارة 2018/03/28، h15:57.

² محمد بن شيرة: المرجع السابق، ص: 103.

الرياضي، والرجعية والمغالاة في اتجاهات الأسرة والفشل الدراسي والتخلف في التكون الجسمي وسوء الحالة الصحية وعدم إشباع الحاجة إلى التقدير وتحمل المسؤولية والجذب العاطفي التام وانعدام التوجيه المناسب.¹

3 - 3 المراهقة العدوانية:

وتمثل هذا النوع من المراهقة ما يتسم به بعض المراهقين من تمرد وعدوان موجه ضد الأسرة والمدرسة بل لأي شكل من أشكال السلطة بل أحيانا ضد الذات، ويهمل واجباته المدرسية بشكل كبير. ويقوم المراهق بأعمال تخريبية، ومحاولات انتقامية واختراع قصص مغامرات، التي يحاول فيها إظهار قوته.

وقد يرجع ذلك إلى إحساس المراهق بالظلم وإهمال الآخرين له (وخاصة الأسرة)، أو أن أحدا لا يهتم به، كما أن لأساليب التربية الأسرية الضاغطة القائمة على النبذ والحرمان والقسوة، ولكثرة الاحباطات (شعور المراهق بالفشل) دورا كبيرا في هذا النوع من المراهقين العدوانية.²

3 - 4 المراهقة المنحرفة :

من سماتها الانحلال الخلقي التام والانحيار النفسي الشامل والجناح والسلوك المضاد للمجتمع والانحرافات الجنسية وسوء الأخلاق والفوضى والاستهتار، وبلوغ الذروة في سوء التوافق والبعد عن المعايير في السلوك.

ومن العوامل المؤثرة فيها المرور بخبرات شاذة ومريرة والصدمات العاطفية وانعدام الرقابة الأسرية أو تخاذلها وضعفها والقسوة الشديدة في معاملة المراهق في الأسرة وتجاهل رغباته وحاجات نموه أو التدليل الزائد من ناحية أخرى، الصحبة المنحرفة والنقص الجسمي أو الضعف البدني والشعور

¹ محمد بن شيرة: المرجع السابق، ص: 103.

² ضياء عويد حربي العرنوسي: أشكال المراهقة، شبكة جامعة بابل، متاح على www.uobaylon.edu.iq، تاريخ الزيارة 16:00h، 2018/03/28.

بالنقص والفشل الدراسي وسوء الحالة الاقتصادية للأسرة و العوامل العصبية الاستعدادية أو الاختلال في التكوين الغددي.¹

3 - 5 : مراهقة سوية تخلو من المشكلات والصعوبات:²

بمعنى أن المراهق يمكن أن تمر عليه مرحلة المراهقة بدون أي تغيرات تطراً على حالته النفسية والعقلية وحتى الاجتماعية.

4 - الاتجاهات المفسرة لمرحلة المراهقة:

4 - 1 الاتجاه البيولوجي:

إذا اعتبرنا علم النفس المراهقة فرعاً من فروع علم النفس برز كقطاع مستقل على يد العالم النفساني الأمريكي ستانلي هول حوالي سنة 1882 فان الدراسات والاتجاهات المختلفة التي ظهرت فيما بعد، تعتبرها هي حلقة من الحلقات المتصلة بنمو الكائن البشري بشكل عام، وهي تؤلف جزءاً من تكوين الفرد، سواء كان بيولوجياً أو نفسياً أو اجتماعياً.

وقد انطلقت الدراسات البيولوجية للمراهقة في أمريكا مع العالمين ستانلي هول وجيزال مركزة على عمليات النمو الجسمية والجنسية، إلى جانب الملاحظات الطبية معتبرة أن الحياة النفسية عند المراهقين يحددها النمو البيولوجي.

والتغيرات الخارجية والداخلية التي تحدث في مرحلة المراهقة لها تأثير عميق في تحديد شخصية المراهق. ويعتبر هول أن بداية المراهقة هي ظهور العلامات الأولى لأزمة البلوغ أي:

أولاً: الازدياد المفاجئ في أبعاد الجسم (من حيث الطول والوزن) خصوصاً عند الذكور الذين يشعرون أنهم أصبحوا راشدين.

¹ محمد بن شيرة: المرجع السابق، ص: 104.

² عبد الله زاهي الرشدان: التربية والتنشئة الاجتماعية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005 ص: 181.

ثانياً: ظهور الخصائص الجنسية الثانوية بعد استكمال الخصائص الجنسية الأولية.¹
 اعتبر المراهقة ولادة ثانية أو ميلاد جديد في حياة الإنسان وتطوره مشيراً بذلك للتغيرات العضوية التي تتناوبه خلال هذه الفترة. وإلى استيقاظ بعض الدوافع الكامنة في عضويته.²
 أما جيزال فيؤكد على أهمية النضج البيولوجي في النمو، ويتكلم عن سمات النضج وأنها تزداد في كل مرحلة من مراحل النمو، ففيما يختص بمرحلة المراهقة من سن 10-16 سنة، يميز جيزال عدداً من السمات التي تتمحور حول:

النظام الحركي أو النمو العضوي والاهتمامات الجنسية، والصحة الجسدية التي تشمل على التغذية والنوم والنظافة ثم الانفعالات أو الغضب و المخاوف، ثم الأنا النامي أو تقدير الذات والميول والمستقبل، ثم تأتي العلاقات الاجتماعية (العلاقات بالوالدين والأخوة والأتراب من الجنس الواحد أو الآخر) ثم النشاطات والاهتمامات (الحفلات، القراءة الرياضة...) ثم الحس الأخلاقي (مفاهيم الخير والشر والعدل) وأخيراً الحس الفلسفي (مفاهيم الزمان والمكان، الموت، الإلهية...)³.

4 - 2 الاتجاه التحليلي:

يعتبر فرويد أحد العلماء القدامى الذين أيدوا آراء ستانلي هول واتبعوا أثره، لكن فرويد يخاف هول الذي يرى أن الغريزة الجنسية تظهر لأول مرة عندما يصل الطفل إلى سن البلوغ، حيث ينص فرويد على أن ذلك غير صحيح من الناحية البيولوجية. ويشير في هذا الصدد إلى أن الحياة الجنسية خلال مرحلة الطفولة عادة ما تقتصر المتعة العضوية أما في مرحلة المراهقة فتزداد قوة الأنا eg وتتوسط بين هوا Id و الأنا الأعلى Super - Eg ويصبح للمبادئ و القيم الخلقية السائدة في

¹ الشيماء قوادري، إيمان بوخدنة: الحرمان العاطفي وعلاقته بظهور السلوك العدواني عند المراهقين مذكرة ماستر تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2015-2016، ص:108.

² عبد العزيز الفادي وآخرون: المراهقة، المدرسة العليا للأساتذة، 2008-2009، متاح على ppt/files/cdt/monadil/webnode/fz، تاريخ الزيارة 2018/2/23، 19:10h.

³ الشيماء قوادري، إيمان بوخدنة: المرجع السابق، ص:109.

المجتمع أهمية بالغة عند المراهق بحيث يتقوى خلالها مفهوم الذات لديه الأمر الذي يمكنه من فرض بعض القيود على اندفاعات الهوا.¹

أما مصدر صراعات المراهق وتوتره و مشاكله فيرى فرويد بأنها تكن في الحاجة إلى الاستقلال عن سيطرة الوالدين انفعاليا واجتماعيا واقتصاديا وما يمكن أن يؤدي إليه ذلك من قلق وتوتر عند عدم توفر الظروف المناسبة لتحقيق حاجاته ومطالبه.²

5 - التطور الأخلاقي والجريمة في مرحلة المراهقة:

إن الأفكار ذات العلاقة بالنمو الأخلاقي قدمها كل من "بياجيه" و "اركسون" و "كولبرج" و "غاليجان" في سياق النظريات التي تحدثت عن المراهق العادي والمراهق غير العادي وقدمت مؤشرات دالة على كل منهما. من المؤشرات الدالة على النمو الأخلاقي للمراهق العادي:

- اهتمامات وسواسية حول مظهر الجسم.
- الخوف من أن يتخلى عنه الأهل والذي يعبر عنه بتوكيد الاستقلالية.
- الرغبة الجنسية والاستعراض.
- الرغبة في التشابه مع الآخرين من ثقافات مختلفة.
- الحاجة إلى الهوية الذاتية أو التميز بمفهوم ذاتي.
- رغبة وسواسية في النجاح والتفوق.
- التعبيرات المتطرفة والتي يعبر عنه بالحساسية نحو النقد.
- المثابرة على الحكمة باعتبارها معبرة عن الفطنة.
- أما المؤشرات الدالة على النمو الأخلاقي للمراهق غير العادي فهي:
- يسيره الهوى والنزوات أكثر مما تسيره الغاية و المكاسب.
- لا يبدي إخلاصا للمراهقين الآخرين.

¹ عبد الكريم عطا كريم: لضغوط النفسية لدى المراهقين و مفهوم ذاته، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 40.

² عبد الكريم عطا كريم: المرجع السابق، ص: 40.

– كلامه خالي من المشاعر، ولغته غريبة، والهزل مفقود لديه.

– الغرور و يعبر عنه بأنه الأول في كل شيء.

– الكذب المرضي بدون أي سبب.

– بالرغم من أنه يبدو جذابا وساحرا فهو غير قادر على بناء علاقات حميمة.¹

يعتقد بياجيه أن الجانحين من المراهقين يمكن أن يستكشفوا في نهاية مرحلة العمليات العيانية وبداية مرحلة العمليات المجردة. في هذه المرحلة يرى المراهق الأشياء بيضاء أو سوداء، صحا أو خطأ باختصار لديه ثنائية أخلاقية Dualistic Morality فهو يهتم فقط بتصنيف الأشياء على بعدين متناقضين.²

أما اريكسون فيرى أن الجناح يظهر في منتصف أزمة الهوية، الذكور الجانحون يخبرون الهوية بدون ألفة، أما الإناث فيخبرن الألفة بدون هوية، يفشل الجانحون ذكورا أو إناثا في تطوير فضيلة الإخلاص وفضيلة قيمة الذات Self Worth.

ويرى كولبرج أنه يجب الوصول إلى المستوى ما بعد التقليدي خلال مرحلة المراهقة وهذا هو مستوى المبادئ المقبولة ذاتيا، ويتكون هذا المستوى من مرحلتين، في المرحلة الأولى يعتقد الفرد بضرورة وجود مرونة في المعتقدات الأخلاقية من أجل التمكن من إجراء التغييرات والتعديلات المناسبة في المعايير الأخلاقية عندما يكون ذلك في مصلحة أعضاء الجماعة، وفي المحلة الثانية يتوافق الأفراد مع كل من المعايير الاجتماعية والمثل المدونة Internalized Ideals لتجنب إدانة أو شجب الذات أكثر من رغبتهم في تجنب النقد الاجتماعي، وفي هذه المرحلة تستند الأحكام الأخلاقية على احترام الآخرين أكثر من اعتمادها على الرغبات الشخصية.

¹ محمد عودة الريماوي: علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان، 2014، ص: 294-295

² محمد عودة الريماوي: المرجع السابق، ص: 295

أما غاليجان فقد ركزت على الفروق الفردية بين الذكور والإناث، ورأت أن هذه الفروق تتمثل في الفروق بين أخلاقية العدالة Ethics of Justice وأخلاقية الرعاية Etihcs of caring، الأولاد يلعبون ليكونوا راجحين أو خاسرين بينما البنات يلعبن للتمتع باللعبة فقط. إن نظرية غاليجان هي نقد أنثوي للعدالة أو العدالة المفقودة Restorative Justice.

II. تأثيرات شبكة التواصل الاجتماعي على المراهق:

1- إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق:

في ظل ندرة الدراسات والبحوث العربية المتعلقة بالمراهقين وعلاقتهم المباشرة بوسائل التواصل الحديثة، كان لا بد من اللجوء إلى الدراسات والبحوث الغربية علنا نجد فيها من يتحدث عن هذه الظاهرة التي باتت أمرا واقعا لا مناص ولا حياد عنه إلا بالبحث والتنقيب عن الوسائل والأدوات التي تفيد هذه الممارسة وتجعلها مقننة بحيث تخدم المراهق وتجعله أكثر اتزاناً في التعامل مع هكذا وسائل باتت تتغلغل في ذهن الجيل الحالي لدرجة الهوس والشغف الغير مسؤول.¹

فمن إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي على حد ما جاء في دراسة " روزين " بناء على إجراء استبيان شمل 1000 مراهق، ومراقبة آخرين لمدة 15 دقيقة، من أهم الأشياء الإيجابية التي رصدتها الدراسة هي ظاهرة "التعاطف الافتراضي" الموجودة بين مستخدمي الفيسبوك، حيث يشارك كل منهم الآخر الأفرح والأحزان، ويتبادلون الكلمات الرقيقة، مما يسهم في تحسين الحالة المزاجية لهم.

التعاطف الافتراضي -على حد زعم " روزين " - يمكن أن ينتقل إلى حياة الإنسان الواقعية بحيث يتعلم كيفية التعامل مع الناس واكتساب صداقات جديدة في حياته اليومية.²

ومن منافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للمراهقين ما يلي:

¹ مروة الناعبية: تقيد استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مجلة نوت، متاح على Note-mag.com/archives/7314، تاريخ الزيارة 2018/3/16 في 15:00 h.

² محمد فارس: أثر الشبكات الاجتماعية على المراهقين، نشر في 2011/8/8، متاح على <https://itwadi.com/node/1908>، تاريخ الزيارة في 2018/3/21 في 16:00 h.

- الشعور بالتواصل والانتماء نتيجة للعلاقات الاجتماعية التي ينخرطون فيها.
- اكتساب مهارات وخبرات استخدام الحاسوب والانترنت.
- التطور الأكاديمي نتيجة لمتابعة الحسابات الأكاديمية.
- التعرف على القضايا الاجتماعية والسياسية التي تحدث حوله.
- رفع مستوى الثقة بالنفس نتيجة للعلاقات القوية التي يتبنونها في هذه المواقع.¹

2- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي على المراهقين:

يشعر المراهقون على مدار الساعة بضرورة المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر، ما قد يؤدي إلى ساعات نوم أقل لديهم. كما أن احتمال إصابتهم بالاكتئاب والقلق يزداد وفقا لبحث جديد أجرته جامعة غلاسغو الاسكوتلندية، استفتى فيها الباحثون البريطانيون نحو 470 مراهقا، للتعرف إلى تأثير مشاركتهم على مدار الساعة يوميا في مواقع التواصل الاجتماعي، في صحتهم النفسية وقالت إحدى المشرفات على الدراسة، أستاذة علم النفس في الجامعة، "هيذير كليلاند وودز"، انه يمكن المراهقة أن تشكل مرحلة فيها زيادة في ضعف الشخص أمام الاكتئاب والقلق، وقد يؤدي إلى ذلك أيضا جودة النوم السيئة.

فكلما ازداد استخدام المراهقين مواقع التواصل الاجتماعي وكلما أعطوا أهمية نفسية لمشاركتهم في هذه المواقع، يزداد خطر معاناتهم خللا في نظام نومهم، وقلة في الثقة بالنفس، واكتئابا وقلقا.²

وقد رصدت الدراسة التي أجراها "روزين" السلبيات التالية:

- ازدياد الأنانية عند المراهقين الذين غالبا ما يستخدمون الشبكات الاجتماعية.
- اضطرابات نفسية، وميول عدوانية، ومشاكل في النوم، وقلق، واكتئاب عند المراهقين الذين لديهم حضور قوي على الشبكات الاجتماعية ومدمني ألعاب الفيديو والانترنت.
- التغيب عن المدرسة، وانخفاض مستوى التحصيل.

¹ مروة الناعبية: المرجع السابق.

² وجود المراهقين الدائم في مواقع التواصل يهدد صحتهم النفسية: جريدة النهار، سبتمبر 2015، متاح على موقع <https://www.annahar.com/article>، تاريخ الزيارة 2018/3/16 في 15:20h.

– ضعف القدرة على التركيز.¹

إن الإفراط في استخدام هذه الوسائل وغياب الرقابة الأبوية وغياب الوعي الكافي بالأمن المعلوماتي قد يعرض المراهقين للمخاطر التالية:

– الابتزاز الإلكتروني.

– الإيذاء الجسدي في حال تطور العلاقات مع الأشخاص الخطأ للتواصل في أرض الواقع.

– نشر معلومات قد تؤثر على الوظيفة المستقبلية.²

¹ محمد فارس: المرجع السابق.

² مروة الناعبية: المرجع السابق.

خلاصة:

من خلال ما عرضناه في هذا الفصل تبين أنه يجب على الأولياء ومؤسسات التنشئة الاجتماعية خاصة إعطاء اهتمام أكبر للمراهق وإشراكه في النشاطات والاستماع إليه وذلك من أجل كسب ثقته، فذلك سيساعد على استيعابه للنصائح والإرشادات المقدمة له خاصة في طريقة تواصله مع الآخر سواء في الواقع المعاش أو افتراضيا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لأن ذلك الاهتمام يبين له المكانة التي يحضها بها داخل مجتمعه ويثبت له قيمته وكفاءة إمكانياته الشخصية إذ أنه حتى عند تعرضه لمختلف التأثيرات السلبية منها أو الإيجابية من خلال استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي فإن قيمه وأخلاقه التي تربي عليها لا تتأثر لأن مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية ساعدت على عدم حدوث ذلك.

الإطار

التطبيقي

الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: تحليل البيانات الميدانية

- 1- المحور الأول: البيانات الشخصية
 - 2- المحور الثاني: عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي
 - 3- المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي
 - 4- المحور الرابع: المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلاصة الفصل.
 - 5- المحور الخامس: التأثيرات الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي
- ثانياً: نتائج الدراسة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

تمهيد:

يتناول هذا المحور توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس والمستوى التعليمي.

الجدول رقم 1: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الجنس
48,38 %	60	ذكر
51,62 %	64	أنثى
100 %	124	المجموع

تبين من خلال الجدول أعلاه رقم (1) أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور حيث بلغت نسبة الإناث 51,62% أما نسبة الذكور فقد بلغت 48,38% وهذا يعكس في معظم الأحيان صورة المجتمع الجزائري بكل مؤسساته وفي كل قطاعاته لذلك هذا كان متوقعا بالنسبة لأفراد العينة .

الجدول رقم 02 : يوضح المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة المستوى التعليمي
27,42%	34	سنة أولى ثانوي
16,13%	20	سنة ثانية ثانوي
56,45%	70	سنة ثالثة ثانوي
100%	124	المجموع

يظهر جليا من خلال النتائج المبينة في الجدول (2) أن أغلبية أفراد العينة من المتعلمين في السنة الثالثة ثانوي بنسبة بلغت 56,45% يليها المتعلمين في السنة الأولى ثانوي بنسبة 27,42% ثم المتعلمين في السنة الثانية ثانوي بنسبة 16,13% كأقل نسبة.

خلاصة المحور:

تبين من خلال بيانات المحور الأول أن مجتمع الدراسة يتكون أغلبيته من الإناث حيث، فاقت نسبتهم نسبة الذكور، إضافة إلى أغلبية المبحوثين متمدرسون في السنة الثالثة ثانوي.

المحور الثاني: عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

يتناول هذا المحور عادات استخدام أفراد عينة البحث لشبكات التواصل الاجتماعي، من حيث مثلا الحسابات عبر هذه الشبكات ومنذ متى كان امتلاكها ويتناول هذا المحور أيضا الحجم الساعي لاستخدام هذه الحسابات والفترات والأماكن المفضلة للاستخدام كما سنتعرف مع من يفضل المبحوث استخدام هذه الشبكات.

الجدول رقم 03 : يبين امتلاك حساب أو حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي طبقا لمتغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
%100	124	%100	64	%100	60	نعم
-	-	-	-	-	-	لا
100%	124	%100	64	%100	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (3) نلاحظ أن جميع أفراد العينة يمتلكون حساب أو حسابات

على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 100%

وهذا ما بينته النتائج الجزئية حسب متغير الجنس بحيث بلغت نسبة امتلاك الذكور لحساب وحسابات على الشبكات الاجتماعية 100% ، ونفس النسبة لدى الإناث 100% ، من خلال المعطيات المذكورة اتضح أنه لا يوجد فرق بين الجنسين في امتلاك حساب أو حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي ويرجع ذلك إلى التعايش الجيد مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وأيضا نخلص إلى أن المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كثيف .

الجدول رقم 04: يوضح الحساب أو الحسابات التي يمتلكها أفراد العينة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الحساب
27,07%	118	الفيسبوك
9,17%	40	تويتر
14,91%	65	يوتيوب
15,14%	66	انستغرام
8,71%	38	سناشات
14,23%	62	فايبر
8,71%	38	واتس اب
2,06%	9	أخرى تذكر
100%	*436	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق (4) إلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها

المراهقون عينة الدراسة، وقد احتل الفيسبوك الصدارة من حيث الامتلاك بنسبة 27,07% وذلك راجع إلى الشعبية الكبيرة التي يمتلكها هذا الحساب أو ساط المراهقين إضافة إلى سهولة استخدامه يليه انستغرام بنسبة 15,14% يليه يوتيوب بنسبة 14,91% ثم الفاير بنسبة 15,23% ويليه تويتر بنسبة 9,17% وأخيرا سناشات وواتس اب بنفس النسبة 8,71% ، أما أخرى تذكر فقد قدرت نسبتها ب 2,06% ونذكر منها إيمو وتليغرام وذلك يعود لعدم شعبيتها وانتشارها وسط عينة الدراسة.

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

تتفق نتائج الدراسة السابقة مع العديد من الدراسات العربية والتي أكدت أن حساب الفيسبوك يأتي في الصدارة منها دراسة "محمد يونس محمد حمودة" حيث بينت أن شبكة الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفاعلا وفقا لوجهة نظر الباحثين ، إضافة إلى دراسة "ساسبي سفيان" الجزائرية التي بينت أن أكثر المواقع المستخدمة هي الفيسبوك لما فيه من شهرة وعالمية.

الجدول رقم 05 : يوضح مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة السنة
10,48%	13	أقل من سنة
31,45%	39	من سنة الى ثلاث سنوات
58,07%	72	أكثر من ثلاث سنوات
100%	124	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (5) نلاحظ أن 72 مستخدم من أفراد العينة تجاوزت سنوات اشتراكهم في شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث سنوات أي بنسبة 58,07% وهذا ما يؤكد أن المراهقون يهتمون بشبكات التواصل الاجتماعي وبنسبة 31,45% يستخدمون الشبكات من سنة إلى ثلاث سنوات، ثم أخيرا جاءت نسبة أقل من سنة مقدرة ب 10,48% .

ما يفسر أن هذا يعود إلى الاهتمام الكبير بمختلف الشبكات الاجتماعية وميل المراهقون إليها وأيضا نخلص أن المراهقون أفراد عينة الدراسة في تزايد مستمر لاستخدام هذه الشبكات من سنة إلى أخرى.

الجدول رقم 06: يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الساعات الحجم الساعي
11,29%	14	أقل من ساعة
33,87%	42	من ساعة إلى ساعتين
54,83%	68	من ساعتين إلى أربع ساعات
100%	124	المجموع

تكشف معطيات الجدول عن كثافة استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا

من حيث عدد الساعات التي تقضيها فيها، فقد احتلت الفئة من ساعتين إلى أربع ساعات المركز الأول وبنسبة 54,83% تليها فئة من ساعة إلى ساعتين بنسبة 33,87% وجاءت الفئة أقل من ساعة في المركز الأخير بنسبة 11,29% وهذا يؤكد ارتفاع عدد ساعات الاستخدام التي يقضيها أفراد العينة.

حيث تتفق النتائج السابقة مع دراسة أحمد يونس محمد حمودة التي بينت ارتفاع متوسط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت نسبة 58,8% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر.

الجدول رقم 07: يوضح فترات تصفح أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الفترة
14,56%	44	صباحا
21,19%	64	في الظهيرة
28,15%	85	في المساء
36,10%	109	ليلا
100%	*302	المجموع

يوضح الجدول أعلاه (7) أن أغلب أفراد العينة يفضلون فترة الليل لتصفح شبكات

التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 36,10% حسب ما تبينه بيانات الجدول ثم فترة الظهيرة بنسبة

21,19% وفي المرتبة الأخيرة فترة الصباح بنسبة قدرت 14,56% .

من خلال هذه القراءة للجدول نخلص أن في الفترة الليلية يكون المراهق متفرغ من انشغالاته وتعتبر في

نفس الوقت الفترة المناسبة للتفاعل والردشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

الجدول رقم 08 : يوضح الفترة المفضلة لاستخدام شبكات التواصل لأفراد العينة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الفترة
5,64%	7	صباحا
5,64%	7	في الظهيرة
20,17%	25	في المساء
68,55%	85	ليلا
100%	124	المجموع

تشير معطيات الجدول (8) إلى أن أفضل فترة عند معظم عينة الدراسة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي ليلا بنسبة 68,55% وذلك يعود للراحة التي يجدها هؤلاء أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في هذه الفترة، حيث أن الفترة الليلية هي أكثر وقت يتفرغ فيه أغلبية الباحثين للولوج لهذه الشبكات ضف إلى ذلك أن هذه الشبكات تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية .

تليها فترة المساء بنسبة 20,17% وفترة الصباح والظهيرة بنفس النسبة والمقدرة ب5,64%، وهذا ما يفسر أن بعض أفراد العينة يفضلون الإبحار في شبكات التواصل الاجتماعي في هذه الفترات (المساء،الظهيرة والصباح) وقد تكون تلك الفترات هي الأنسب باعتبارها وقت فراغ للبعض .

هذا الترتيب يبدو منطقيا وفقا لايجابات الباحثين أفراد العينة .

الجدول رقم 09: يوضح مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة المكان
70,97%	88	في المنزل
10,49%	13	داخل المؤسسة
16,13%	20	في الأماكن العامة
2,41%	3	وسائل النقل
100%	124	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه (9) أن معظم أفراد العينة المدروسة والتي تبلغ نسبتهم 70,97% يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل، تليها نسبة 16,13% في الأماكن العامة ثم داخل المؤسسة بنسبة 10,49% وأخيرا في وسائل النقل بنسبة 2,41%.

يمكن تفسير هذه النتائج هذه النتائج بالتطور الكبير الذي عرفته شبكة الانترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة حيث أصبحت الانترنت متوفرة في جل المنازل الجزائرية، والتطور الكبير الذي عرفته أجهزة الهاتف النقال هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد أتاحت شركات الاتصال الاشتراكات المجانية لمختلف زبائنها من أهمها العروض المجانية لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي مما سهل تصفح واستخدام هذه الشبكات في مختلف الأماكن، وكذلك إمكانية الاشتراك في الانترنت بمقابل مادي بسيط للغاية.

الجدول رقم 10: يوضح مع من يفضل أفراد العينة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
37,10%	46	بمفردك
35,49%	44	مع الأصدقاء
1,61%	2	مع العائلة
25,80%	32	بدون تحديد
100%	124	المجموع

يبين الجدول رقم (10) أن بنسبة 37,10% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

بمفردهم ، وبنسبة مقاربة لها مقدرة ب 35,49% مع أصدقائهم وبنسبة 25,80% بدون تحديد ، فيما جاءت المرتبة الأخيرة مع العائلة بنسبة 1,61%.

هذا ما يفسر أن معظم أفراد العينة من المراهقون يفضلون الاطلاع على حساباتهم الشخصية بمفردهم أو مع أصدقائهم ممن يثقون بهم وعدم ترك الفرصة للآخرين ممن يحيطون بهم الاطلاع على خصوصياتهم التي يمتلكونها ويحتفظون بها في الشبكات الاجتماعية أو ما يعرف بالعالم الافتراضي ، وهذا تصرف منطقي نظرا للحرية والانفتاح الذي يحظى به المراهق الجزائري خاصة في ظل اكتسابه لمهارات استخدام التكنولوجيات الحديثة .

ويمكن تفسير الانخفاض البارز في استخدام المراهقين أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي مع العائلة إلى الخوف من ردة فعل العائلة عند معرفتها بالأمر وذلك يدفع المراهقين أفراد العينة إلى فتح حساب بسرية.

خلاصة المحور:

تبين من خلال محور عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي أن كل الباحثين عينة الدراسة يمتلكون حسابات عبر هذه الشبكات وأن الفيسبوك هو أكثر الشبكات تداولاً من طرف أفراد العينة ، وأن معظم الباحثين يمتلكون الحسابات عبر هذه الشبكات منذ أكثر من ثلاث سنوات وأنهم يستخدمونها من ساعتين إلى أربع ساعات، وأن أفضل الفترات بالنسبة لأفراد العينة الفترة الليلية والمكان المفضل للاستخدام هو المنزل، إضافة إلى أن أغلبهم يفضلون استخدام حساباتهم بمفردهم أو مع أصدقائهم .

المحور الثالث : الاشباع المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

سنتناول في هذا المحور الاشباع المحققة للمراهقين عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، سنتعرف على المساعدات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي والاجتماعي والترفيهي، ومعرفة طبيعة الاشباع التي تحققها هذه الشبكات للمبحوثين وهل هذه الاشباع جعلتهم يتخلون عن أخلاقهم .

الجدول رقم 11: يوضح إذا كان أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل في المجال العلمي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
93,55%	116	نعم
6,45%	08	لا
100%	124	المجموع

نرى من خلال الجدول رقم (11) أن 93,55% من أفراد عينة الدراسة أجابوا بنعم أي أن

شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم في المجال العلمي خاصة مع تعدد هذه الشبكات و شيوع استخدامها خاصة بين المراهقين، وبنسبة 6,45% كانت إجابتهم بلا وهي تعتبر نسبة محتشمة مقارنة بنسبة الذين أجابوا بنعم .

يمكن تفسير هذا إلى أن المراهقين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية كمدعم علمي لهم وبالتالي يشبع حاجاتهم العلمية خاصة لتمييزها بالسرعة في توفير المعلومة والتواصل مع أفراد وكوادر يساعدون في الحصول على المعلومة في ويسهلون اكتسابها .

الجدول رقم 12: يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الاشباعات
11%	24	التواصل مع الأساتذة في إطار علمي
40,83%	89	الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء
25,69%	56	تحميل كتب في مجال التخصص المدرس
22,48%	49	تحميل كتب في المجالات المعرفية الأخرى
100%	*218	المجموع

يظهر من خلال الجدول أعلاه (12) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال

العلمي يتمثل حسب أغلبية عينة الدراسة في الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء بنسبة 40,83%، تليها تحميل كتب في مجال التخصص المدرس بنسبة 25,69% ثم تحميل كتب في المجالات المعرفية الأخرى بنسبة 22,48%، فأخيرا التواصل مع الأساتذة في إطار علمي بنسبة 11% يرجع هذا التفاوت في النسب إلى أن المراهقين يفضلون الحصول على الدروس من أصدقائهم وتبادل المعلومة معهم باعتبار أن لهم نفس المستوى والقدرات العلمية بحيث يكون للشبكات الاجتماعية الإسهام الكبير في سرعة هذا التبادل، هذا من جهة .

ومن جهة أخرى فإن التنوع في الاستخدامات يدل على مرونة التقنية وإمكانية التعدد في استخداماتها خاصة لدى أفراد العينة من المراهقين كسرعة تحميل كتب في مجال التخصص المدرس من أجل الاستفادة منها إضافة إلى تحميل كتب في المجالات المعرفية الأخرى من أجل التثقف .

*المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

أما بخصوص النسبة المتدنية التي مثلت إشباع التواصل مع الأساتذة في إطار علمي فيعود ذلك إلى قلت التواصل بين التلميذ والأستاذ عبر شبكات التواصل الاجتماعية.

الجدول رقم 13 : يوضح الاشباعات المحققة في المجال العلمي في شبكات التواصل الاجتماعي

حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الاشباعات
%	ت	%	ت	%	ت	
11%	24	14,56%	16	7,40%	8	التواصل مع الأساتذة في إطار علمي
40,83%	89	40,90%	45	40,75%	44	الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء
25,68%	56	23,64%	26	27,78%	44	تحميل كتب في مجال التخصص المدرّوس
22,48%	49	20,90%	23	24,07%	26	تحميل كتب في المجالات المعرفية الأخرى
100%	*218	100%	110	100%	108	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (13) من خلال النتائج الجزئية المبينة أن استخدام شبكات

التواصل الاجتماعي في المجال العلمي يساعد عينة الدراسة من الذكور والإناث بالدرجة الأولى في الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء وذلك بنسبة 40,75% عند الذكور و40,90% عند الإناث ، يليها تحميل كتب في مجال التخصص المدرّوس عند الذكور بنسبة 27,78% والإناث بنسبة 23,64% ثم تحميل كتب في المجالات المعرفية الأخرى عند الذكور بنسبة 24,07% وعند الإناث

*المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

بنسبة 20,90% ، فيما جاء إشباع التواصل مع الأساتذة في إطار علمي بتفاوت في نسبة الجنسين إذ قدرت عند الإناث بـ 14,56% وعند الذكور بنسبة 7,40% ، ما يفسر أن جنس الإناث لهم تواصل أكثر مع الأساتذة عبر شبكات التواصل في المجال العلمي وأكثر حرصاً من الذكور في التواصل معهم من أجل فهم وزيادة معرفية أكثر .

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نلاحظ أنه لا توجد فروق كبيرة بين الجنسين في مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي. أن هذه الشبكات ساعدت المراهقين من أفراد العينة في الكثير من الأشباع التي يسعون لتحقيقها والحصول عليها في المجال العلمي .

الجدول رقم 14: يوضح إذا كان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد في المجال الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
93,55%	116	نعم
6,45%	8	لا
100%	124	المجموع

تفسر لنا نتائج الجدول رقم (14) أن معظم أفراد عينة الدراسة أجابوا نعم بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد في المجال الاجتماعي حيث قدرت النسبة بـ 93,55% ، فيما قدرت كانت الإجابة بلا بنسبة قليلة 6,45% .

من خلال هذه النتائج يتضح لنا أن اندماج المستخدمين في المجتمع الافتراضي التي تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي عامة أصبح بدرجة كبيرة يساعد أفراد العينة من المراهقين في المجال الاجتماعي

فقد سهلت هذه الشبكات التواصل مع الأهل والأصدقاء وتكوين صداقات جديدة ، إضافة إلى التفاعل فيما بينهم .

ويمكن لهذه الشبكات أيضا أن تجعل الفرد أكثر انفتاحا واندماجا في المجتمع الذي يعيش فيه بحيث تجعله يتفاعل حقيقة في الواقع كما يتفاعل في العالم الافتراضي ، وإذا ما قورنت نتائج الدراسة مع الدراسات العربية فان دراسة "أحمد يونس محمد حمودة" تبين أن الإجراء التي يتخذها المبحوثين عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 15: يوضح الاشباع المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الاشباع
33,07%	81	التواصل مع الزملاء في المؤسسة
33,88%	83	التواصل مع الأهل والأقارب
20,40%	50	إحياء صداقات قديمة
12,65%	31	التواصل مع الجنس الآخر لأغراض عاطفية
100%	*245	المجموع

يكشف الجدول رقم (14) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال

الاجتماعي يتمثل حسب معظم أفراد عينة الدراسة في التواصل مع الأهل والأقارب ، والتواصل مع الزملاء في المؤسسة وذلك حسب ما بينه الجدول بنسبتين متقاربتين كالتالي 33,88% و 33,07% يليهم إشباع إحياء صداقات قديمة بنسبة 20,40%، ثم التواصل مع الجنس الآخر لأغراض عاطفية بأقل نسبة 12,65% .

*المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

ما يمكننا استنتاجه من نتائج هذا الجدول أن الإشباع الرئيسي للمراهقين أفراد العينة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي هو التواصل مع الأهل والأقارب وكذلك التواصل مع الزملاء في المؤسسة وهذا أمر طبيعي فتواصل أفراد العينة مع الأهل والأقارب إما لبعده المسافات بينهم، أما فيما يخص التواصل مع الزملاء في المؤسسة فذلك من أجل الدردشة معهم وتبادل المعلومات والدروس.

أما فيما يتعلق بالتواصل مع الجنس الآخر للأغراض عاطفية والذي بينته نتائج الجدول كأقل نسبة فهذا أمر منطقي باعتبار أن المجتمع الجيجلي مجتمع محافظ هذا من جهة ومن جهة أخرى أن هذه الأقلية من أفراد العينة لا تولي أهمية لمثل هذه العلاقات .

الجدول رقم 16: يوضح الاشباع المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الاشباع
		%	ت	%	ت	
%33,06	81	%33,06	39	%33,08	42	التواصل مع الزملاء في المؤسسة
%33,88	83	%38,14	45	%29,92	38	التواصل مع الأهل والأقارب
%20,40	50	%20,33	24	%17,22	26	إحياء صداقات قديمة
%12,66	31	%8,47	10	%16,54	21	التواصل مع الجنس الآخر لأغراض عاطفية
%100	*245	%100	118	%100	127	المجموع

*المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

تشير معطيات الجدول أعلاه (16) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند عينة الدراسة في المجال الاجتماعي برزت عند جنس الإناث في التواصل مع الأهل والأقارب بنسبة 38,14% فيما نال هذا الإشباع عند جنس الذكور بنسبة 33,08%، يأتي في المرتبة الثانية عند جنس الإناث التواصل مع الزملاء في المؤسسة بنسبة 33,06% وبنفس النسبة تقريبا عند جنس الذكور إذ قدرت النسبة بـ 33,08%، فيما قدرت إحياء صداقات قديمة بنسبة 20,33% عند الإناث وبنسبة 17,22% عند الذكور، أما التواصل مع الجنس الآخر لأغراض عاطفية فتفاوتت النسبة لدى الجنسين وهذا منطقيا يرجع إلى الرغبة في التنفيس العاطفي لدى الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي لصعوبته في الواقع باعتبار المجتمع محافظ .

من خلال هذه القراءة للجدول نجد ما يفسر لنا أن استخدام شبكات التواصل عند عينة الدراسة حسب متغير الجنس يدل على وجود فروقات بسيطة في نوعية الاشباعات المحققة.

الجدول رقم 17: يوضح إذا كان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يساعد في المجال الترفيهي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
95,17%	118	نعم
4,83%	6	لا
100%	124	المجموع

تشير معطيات الجدول أعلاه (17) إلى أن بنسبة 95,17% أجابوا بنعم إن استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي يساعد في مجال الترفيه وذلك ما يفسر لنا أن معظم أفراد عينة الدراسة يشبعون رغباتهم وحاجاتهم النفسية عند استخدام هذه الشبكات ، وذلك بالترفيه عن النفس

وبمشاركة المنشورات مع الأصدقاء والتعليق عليها والتفاعل معها، مما يشعر الفرد بالفرح والترويح عن نفسه .

فيما قادت نسبة الذين أجابوا بلا 4,83% وذلك ما يفسر لنا أن هذه النسبة من أفراد عينة الدراسة لا يجدون أي شيء يساعد على الترفيه .

الجدول رقم 18: يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الاشباعات
24,25%	57	المشاركة في الألعاب الالكترونية الجماعية
32,35%	76	مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة
22,55%	53	مشاهدة مقاطع فيديو في المجال الرياضي
20,85%	49	التعليقات الساخرة على المضامين المنشورة
100%	*235	المجموع

نرى من خلال النتائج المبينة في الجدول (18) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي حسب معظم أفراد الدراسة يكون من أجل مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة بنسبة قدرت ب 32,35% وهذا للترويح عن النفس وكسر الروتين اليومي والتخفيف من الطاقات السلبية التي تواجهه في حياته اليومية ، تليها باقي الاشباعات بنسب متقاربة فيما بينها، المشاركة في الألعاب الالكترونية الجماعية بنسبة 24,25% تليها مشاهدة مقاطع فيديو في المجال الرياضي بنسبة 22,55% ثم التعليقات الساخرة على المضامين المنشورة بنسبة 20,85% ، من خلال هذه النتائج نخلص إلى أن

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

السبب يعود للارتياح الذي يجده أفراد عينة الدراسة من المراهقين من وراء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي، إضافة إلى وجود حرية كبيرة في التعبير عن آرائهم من خلال تعليقاتهم على المنشورات التي يصادفونها بطريقة هزلية. وأيضاً إعطاء فرصة لمستخدمي هذه الشبكات لمشاركة المنشورات المسلية ومقاطع الفيديو المضحكة مع الأصدقاء وذلك من أجل مشاركة لحظات الترفيه مع الأصدقاء ما يدل على أن شبكات التواصل الاجتماعي تحقق اشباعاً لدى المراهقين أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم 19: يوضح الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الترفيه حسب متغير الجنس

الجنس		أثى		ذكر		الاشباعات
%	ت	%	ت	%	ت	
24,25	57	20,39	21	27,27	36	المشاركة في الألعاب الالكترونية الجماعية
32,34	76	40,77	42	25,76	34	مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة
22,55	53	12,63	13	30,30	40	مشاهدة مقاطع فيديو في المجال الرياضي
20,86	49	26,21	27	16,66	22	التعليقات الساخرة على المضامين المنشورة
100	235*	100	103	100	132	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (19) أن الإشباع البارز من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الترفيه عند جنس الإناث هو مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة وذلك بنسبة 40,77% فيما قدرت النسبة عند جنس الذكور بـ 25,76% فيما كان الإشباع الأبرز عند جنس الذكور مشاهدة مقاطع فيديو في المجال الرياضي وذلك بمسبة 30,30% وقد قدرت عند جنس الإناث بنسبة

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

12,63% فقط أما إشباع المشاركة في الألعاب الالكترونية الجماعية فقدر عند الذكور بنسبة 27,27% وعند الإناث بنسبة 20,39% ، ثم التعليقات الساخرة على المضامين المنشورة بواقع 27 تكرار وبنسبة 26,21% عند الإناث وبواقع 22 وبنسبة 16,66% عند الذكور.

من خلال هذه القراءة للجدول نستنتج أنه لا توجد فروقات كبيرة بين الجنسين في نوع الإشباع المحقق عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الترفيه وأن شبكات التواصل تساعد الجنسين من الذكور والإناث في الحصول على الترفيه من خلال ما تقدمه من خدمات ترفيهية للمراهقين عينة الدراسة.

الجدول رقم 20: يوضح مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الاشباع

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
26,61%	23	كثيرا
58,07%	72	قليلا
15,32%	19	أبدا
100%	124	المجموع

من خلال الجدول الموضح أعلاه (20) يتضح لنا أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت

قليلا في تحقيق الاشباع لدى معظم أفراد عينة الدراسة حيث قدرت نسبة الإجابة بقليل 58,07% بحيث احتلت المركز الأول، تليها الإجابة بكثير بنسبة 26,61% ثم الإجابة أبدا بنسبة 15,32% .

هذا ما يفسر أن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق اشباع لدى أفراد عينة الدراسة من المراهقين على الأغلب ليست مساهمة كبيرة نظرا لما جاءت به معطيات الجدول.

وهذا ما يبين لنا أنه وبالرغم من انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الواسع واحتوائه على جميع الأخبار والمعلومات وشتى أنواع الترفيه عن النفس لا تشبع رغبات وحاجات المراهقين ، إذ أنها لا تشبع حاجاته ورغباته كثيرا وهذا يبدو أمر طبيعي نظرا للمرحلة الحساسة التي يمر بها المبحوثين من أفراد عينة الدراسة حيث بطبعهم لا يكتفون بما هو موجود بل يطمحون للحصول واكتساب المزيد والجديد ، والأمر نفسه ينطبق فيما يتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الجدول رقم 21: يوضح طبيعة الاشباكات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الاشباكات
16,62%	70	معرفية
7,6%	32	عاطفية
12,35%	52	تربوية
13,07%	55	إخبارية
13,78%	58	رياضية
15,68%	66	دينية
20,80%	88	ثقافية
100%	*421	المجموع

تشير معطيات الجدول أعلاه (21) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد أحدث العديد من الاشباكات ن ويلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الاشباكات الثقافية هي الأعلى وذلك بنسبة 20,90% تليها الاشباكات المعرفية بنسبة 16,62% هذا ما يفسر أنها ساعدت على زيادة وعي بالأحداث وكذلك التعرف على الأخبار والمستجدات ، وأنها تعتبر من أهم مصادر المعلومات وإشباع الحاجات الثقافية والمعرفية وذلك من خلال التواصل والتفاعل مع الآخرين من أجل الحصول عليها.

فيما جاءت الاشباكات الدينية في المرتبة الثالثة بنسبة 15,68% ما يفسر احتواء هذه الشبكات على منشورات دينية تنال اهتمام هذه النسبة من عينة الدراسة ،فيما جاءت الاشباكات الرياضية والتربوية

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

بنسبتين متقاربتين 13,78% و 12,35% ثم الاشباعات الإخبارية بنسبة 13,07% تليها الاشباعات العاطفية في المركز الأخير بنسبة 7,6% ، مما نخلص أن بعض المراهقين يفضلون الاشباعات الرياضية خاصة المراهقون الذكور والمواضيع التربوية والإخبارية بحيث يجدها أكثر تفاعلية . أما بالنسبة المتدنية التي حصلت عليها الاشباعات العاطفية فهي تفسر لنا أن قلة من هم يشبعون رغباتهم العاطفية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، وأن أغلب أفراد عينة الدراسة لا يفضلون الولوج في علاقات عاطفية عبر هذه الشبكات إذ أنها لا تشبع رغباتهم وأيضاً أنها تتنافى وأخلاقهم.

الجدول رقم 22: يوضح إذا ما كانت الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي جعلت أفراد عينة الدراسة يتخلون عن أخلاقهم

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
5,65%	7	نعم
13,70%	17	نوعاً ما
80,65%	100	لا
100%	124	المجموع

من خلال الجدول (22) نرى أن 80,65% من أفراد عينة الدراسة لم تدفعهم الاشباعات المحققة لهم من شبكات التواصل الاجتماعي للتخلي عن أخلاقهم ، وهي نسبة مرتفعة وهذا ما يدل على الوعي الأخلاقي الذي يتمتع به أفراد العينة وتمسكهم بأخلاقهم وتعاليم دينهم رغم انتشار واتساع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة فذلك لم يؤثر عليهم ولا على درجة تمسكهم بعقيدتهم الإسلامية وهذا ما تؤكدته دراسة "السعيد بومعيزة" والتي أثبتت أن أغلبية المبحوثين في دراسته يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم .

لتأتي الإجابة بنوعا ما في المرتبة الثانية بنسبة 13,70% أي قد تكوم هناك تأثيرات من الاشباعات المحققة على المبحوث من شبكات التواصل الاجتماعي إذ يمكن القول أن هناك تأثير لكن غير فعال على أخلاق وسلوك المبحوث ، ثم في المرتبة الأخيرة الإجابة بنعم بنسبة قدرت 5,65% وهذا قد يرجع إلى نقص الوعي الديني والأخلاقي لدى هذه النسبة من المراهقين عينة الدراسة ، وهذه نتيجة منطقية نظرا لوجود انحلال أخلاقي يمس مختلف فئات المجتمع خاصة ضعيفي الشخصية ممن يمرون بمرحلة مراهقة صعبة وحساسة جدا .

خلاصة المحور:

تبين من خلال هذا المحور أن معظم عينة الدراسة يستفيدون بنسبة كبيرة من شبكات التواصل في المجال العلمي والاجتماعي والترفيهي خاصة من أجل الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء أو التواصل مع الأهل والأقارب أو مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة ، رغم هذا فان المبحوثين غير راضين كل الرضا عن الاشباع المحققة لهم من هذه الشبكات ، بل يأملون للمزيد من الاشباع ومعظمهم اتفقوا على أنهم لا يتخلون عن أخلاقهم بسبب هذه الاشباع المحققة لهم من هذه الشبكات.

المحور الرابع: المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

يتناول المحور الرابع المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فسنحاول التعرف على ما إذا كان المبحوثين يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر هذه الشبكات، وسبب تحليهم بها، وبعد هذا محاولة معرفة طبيعة المضامين المنشورة عبر هذه الشبكات وهل استفادوا أفراد عينة الدراسة منها، إضافة إلى معرفة مدى تأكيد المبحوثين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق وما نوع هذه المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة ما إذا كانت تحتوي هذه المضامين على نماذج للأخلاق.

الجدول (رقم 23): يوضح هل أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الإجابة						
نعم	49	81,67%	62	96,88%	111	89,51%
لا	11	18,33%	02	3,12%	13	10,49%
المجموع	60	100%	64	100%	124	100%

نرى من خلال معطيات الجدول (23) أن 89,51% من أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فيما قدرت نسبة الذين لا يتحلون بأخلاقهم ب 10,49% ومن خلال النتائج الجزئية حسب متغير الجنس نرى أن نسبة الإناث الذين يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل أكثر من نسبة الذكور والتي قدرت ب 96,88%، فيما قدرت نسبة الذكور ب 81,67%. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة محتشمة من الذكور لا يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وذلك حسب النسبة التي أظهرتها معطيات الجدول والمقدرة ب 18,33%، فيما قدرت نسبة الإناث ب 3,12%. من خلال هذه النتائج نرى أن أغلبية الباحثين من المراهقين الذكور والإناث لا يتحلون عن أخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة والتعرض لمحتوياتها، على العكس فقد ساعدهم على الارتباط

أكثر بأخلاقهم وذلك راجع إلى استيعابهم للتوجيهات القيمة والأخلاقية الموجودة في البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها.

كما كشفت معطيات الجدول على وجود نسبة للمبحوثين من الذكور والإناث تبين تخليهم عن أخلاقهم عند مشاهدتهم للمضامين المنشورة منطقياً وراجع للانحلال الأخلاقي لدى بعض المراهقين والغياب التام للأسرة، نظراً لعدم تلقيهم التوجيهات الأخلاقية منها وغياب من يحثهم على التحلي بمكارم الأخلاق داخل أسرهم.

الجدول رقم (24): يوضح الأسباب التي تجعل المراهق يتحلى بأخلاقه أثناء مشاهدته لمحتوى

المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

الأسباب	الجنس		أنتى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
قوة إيمانك	08	%16	11	%17,74	19	%16,97
تمسكك بأخلاقك	10	%20	16	%25,80	26	%23,21
خشيتك من الله	32	%64	35	%56,46	67	%59,82
المجموع	50	%100	62	%100	112	%100

تظهر نتائج الجدول رقم (24) أن من الأسباب التي تجعل المراهق يتحلى بأخلاقه أثناء مشاهدته

لمحتوى المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخشية من الله بنسبة 59,82 %، تليها

التمسك بالأخلاق بنسبة 23,21 %، ثم قوة الإيمان ب 16,97 %.

وبتحليل النتائج الجزئية حسب متغير الجنس تظهر نتائج الجدول أن سبب التحلي بالأخلاق لدى أفراد عينة الدراسة الخشية من الله والتي احتلت أكبر نسبة عند الذكور أكثر من الإناث حيث قدرت ب 64 % مقابل 56,46% عند الإناث، إذن المراهقون الذكور أكثر خشية من الله من المراهقون الإناث عند مشاهدتهم للمضامين المنشورة عبر الشبكات ،تعليه نسبة 25,80% عند الإناث بسبب تمسكهم بأخلاقهم تفوق نسبة الذكور والمقدرة ب20% وجاء سبب قوة إيمانهم بنسب متقاربة عند كلا الجنسين والمقدرة ب 17,74% عند الإناث و16% عند الذكور.

الجدول رقم (25): يوضح توزيع طبيعة المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المضامين الأخلاقية
%	ت	%	ت	%	ت	
50%	76	48,62%	35	51,25%	41	توجيهية إرشادية
27,63%	42	29,17%	21	26,25%	21	تحفيزية لتبني الأخلاق
19,07%	29	19,44%	14	18,75%	15	ترغيبية لتبني الأخلاق
03,30%	05	02,77%	02	03,75%	03	أخرى تذكر
100%	*152	100%	72	100%	80	المجموع

يبين الجدول رقم(25)المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الباحثين ،فقد أتاحت هذه الشبكات منشورات يمكن الاستفادة من محتواها وأفادت غيرهم بها.

فقد أظهرت النتائج التي جاء بها الجدول أعلاه إلى أن المضامين التوجيهية الإرشادية هي أكثر المضامين الذي يصادفها أفراد عينة الدراسة في الشبكات الاجتماعية بنسبة 50 % ،تليها المضامين

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

التحفيزية لتبني الأخلاق بنسبة 27,63%، تليها المضامين الترويجية لتبني الأخلاق ب 19,07% ثم جاءت مضامين تم ذكرها من طرف أفراد العينة بنسبة 03,30%، هذا حسب ما جاءت به النتائج الكلية .

ومن خلال النتائج الجزئية حسب متغير الجنس نرى أن المضامين الأخلاقية الإرشادية هي أكثر المضامين تداولاً عند كل من الجنسين (ذكور وإناث) ، إذ قدرت النسبة عند الذكور ب 51,25% وعند الإناث ب 48,62%، تليها المضامين التحفيزية لتبني الأخلاق عند الإناث بنسبة أكبر من نسبة الذكور والمقدرة ب 29,17% و 26,25% على التوالي ، ثم المضامين الترويجية لتبني الأخلاق بنسب متقاربة عند كلا الجنسين والتي قدرت ب 19,44% عند الإناث و 18,75% عند الذكور ، لتأتي مضامين أخرى تم ذكرها من قبل عينة الدراسة كآخر نسبة وقد قدره ب 03,75% لدى الذكور و 2,77% لدى الإناث.

ويكمن تفسير ارتفاع نسبة وجود المضامين التوجيهية الإرشادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنشاط الدائم لأئمة وشيوخ عبرها، حيث يستخدمون هذه الشبكات في إرشاد الأفراد وتوجيههم إلى اكتساب السلوك الحسن والأخلاق الإسلامية الحميدة والعمل بها ، فهذه الشبكات تعتبر وسيط أساسي بين المرشدين والموجهين وأفراد المجتمع ككل وخاصة أفراد عينة الدراسة باعتبارهم أكثر الفئات نشاطاً واهتماماً بهذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة نظراً لاهتمامهم بكل ما هو جديد وآني كونهم نشؤ في عصر السرعة.

الجدول (رقم 26): يوضح هل استفاد أفراد عينة الدراسة من المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
%91,93	114	%93,75	60	90	54	نعم
%8,07	10	%06,25	04	10	06	لا
%100	124	%100	64	100	60	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد عينة الدراسة استفادوا من المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس فقد بينت نتائج المجموع العام أن 91,93% أجابوا بنعم و 8,07% من المبحوثين أجابوا بلا ، وهذا ما يفسر أن المضامين الأخلاقية المتوفرة عبر شبكات التواصل قد أفادت أفراد العينة المدروسة من الناحية الأخلاقية .

أما فيما يخص النتائج الجزئية للجدول (رقم 26) أن نسبة استفادة الإناث من المضامين الأخلاقية المتوفرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمقدرة ب 93,75%، فاقت نسبة استفادة الذكور والتي قدرت ب 90%، فيما قدرة نسبة الإجابة ب لا ب 10% عند الذكور وعند الإناث كأقل نسبة والتي قدرت ب 06,25% .

فهذه النتائج تفسر بأن المضامين الأخلاقية المنشورة عبر الشبكات الاجتماعية تحظى بأهمية واهتمام كبير عند المبحوثين أفراد عينة الدراسة باعتبارها تدعم أخلاقهم بشكل إيجابي وتزودهم بمعلومات قد يجهلونها ولم يطلعوا عليها من قبل.

كذلك نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الإناث هي أكثر استفادة من المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل من الذكور وذلك قد يرجع إلى أن الإناث هن أكثر اهتماما بهذه المضامين من الذكور والأكثر اطلاعا عليها.

الجدول (رقم 27): يوضح أكثر المضامين الأخلاقية التي استفاد منها أفراد عينة الدراسة والمنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المضامين
%	ت	%	ت	%	ت	
14,90%	31	16,98%	18	12,74%	13	قراءة وحفظ القرآن
21,63%	45	20,75%	22	22,54%	23	الأمانة في التعامل
26,45%	55	22,65%	24	30,40%	31	كنتم أسرار الأصدقاء
36,53%	76	38,68%	41	34,32%	35	نشر القيم الأخلاقية
0,49%	01	0,94%	01	-	-	أخرى تذكر
100%	*208	100%	106	100%	102	المجموع

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول (27) أن أكثر المضامين الأخلاقية التي يستفيد منها أفراد عينة بحثنا من شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ من خلال النتائج العامة أن المضامين التي تدعو إلى نشر القيم الأخلاقية هي أكثر المضامين التي يستفيد منها المراهق بنسبة

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

36,35%، تليها كتم أسرار الأصدقاء بنسبة 26,45%، ثم الأمانة في التعامل بنسبة 21,63%، فقراءة وحفظ القرآن بنسبة قدرة ب 14,90%. وهذا ما يفسر أن المبحوثين وجدوا مبتغاهم في المضامين التي تدعو إلى نشر القيم الأخلاقية وذلك قد يساهم على استمرارهم في متابعتها، أما فيما يخص النتائج الجزئية التي جاءت في الجدول أعلاه فنلاحظ أن 38,68% من الإناث يستفيدون أكثر من المضامين التي تدعو إلى نشر القيم الأخلاقية، مقارنة بالنسبة المسجلة عند الذكور والمقدرة ب 34,32%، تليها 30,40% كتم أسرار الأصدقاء وهي نسبة تخص الذكور، مقابل 22,65% للإناث، ثم الأمانة في التعامل بنسبة قدرة ب 22,54% للذكور لكن عند الإناث فقد قدرة ب 20,75%، تليها قراءة وحفظ القرآن ب 16,98% عند الإناث و 12,74% للذكور وأخيرا 0,94% كانت نسبة لأخرى تذكر عند الإناث.

وهذا يفسر بأن المبحوثين قد استفادوا من المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل خاصة المضامين التي دعمت قيمهم الأخلاقية بالدرجة الأولى، هذا ما يؤكد الاهتمام الكبير الذي يولونه أفراد عينة البحث لمثل هكذا منشورات ويطلعون عليها عبر مختلف شبكات التواصل، إضافة إلى تعلمهم كيفية الحفاظ على أسرار أصدقائهم وكتماؤها وذلك لما يطلعون عليه من معلومات تخدمهم في هذا الأمر، واقتدائهم بمرشدين وشيوخ يدعونهم إلى الحفاظ على أسرار غيرهم ممن يثقون بهم وعدم التشهير بهم، ضف إلى ذلك معرفتهم لمهارات الأمانة في التعامل مع الشخصيات، وبتنوع ثقافتها واتجاهاتها، أما فيما يخص انخفاض نسبة قراءة وحفظ القرآن فقد يرجع سبب ذلك إلى تفضيل أفراد عينة الدراسة قراءته وحفظه من النسخة الورقية وليس من النسخة الإلكترونية حتى يكون هناك خشوع ويتجنبون أي انشغال عند قراءته سواء بصور أو منشورات أو إشعارات قد تصلهم في أي لحظة أو تظهر أمامهم فجأة وذلك قد يكون دون إرادتهم أو قصدهم.

الجدول (رقم 28): يوضح هل أفراد عينة الدراسة متأكدين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق في شبكات التواصل الاجتماعي :

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
34,67%	43	نعم
65,33%	81	لا
100%	124	المجموع

يوضح الجدول (رقم 28) إجابة المبحوثين حول مدى تأكدهم من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق عبر شبكات التواصل، فقد أظهرت نتائج الدراسة الموضحة في الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين غير راضين عن ما ينشر فيما يخص الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي فقد قدرت نسبة إجاباتهم بـ لا 65,33% ما يعادل 81 مفردة وهذا يمثل أكثر من نصف أفراد العينة أما من عن رضاهم بالمنشورات فقد بلغت نسبتهم 34,67%، وهذا ما يفسر عدم الثقة التامة لأفراد عينة الدراسة من المنشورات الأخلاقية المتوفرة في شبكات التواصل باختلافها، وعدم اتخاذها كمصدر أولي وأساسي للعمل بما جاء في محتواها.

وهذا قد يفسر بأن هناك رواد لمواقع التواصل الاجتماعي ينشرون مواضيع عن الأخلاق ويوهمون الزوار لهذه المواقع بها، وبصحتها رغم عدم تأكدهم من مصداقيتها أوقد تكون نواياهم استغلالها لأغراض أوجهات خفية، من أجل استمالت المبحوثين لدعمهم.

الجدول رقم (29): يوضح سبب عدم تأكد المبحوثين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الأسباب
%	ت	%	ت	%	ت	
%49,39	40	%40	18	%61,12	22	عدم التأكد من مصدرها
%17,28	14	%20	09	%13,88	05	عدم احتوائها على نصوص قرآنية وأحاديث نبوية
%33,33	27	%40	18	%25	09	قد تكون كاذبة ومزورة
%100	81	%100	45	%100	36	المجموع

يبين الجدول أعلاه أسباب عدم تأكد المبحوثين وعدم ثقتهم من بعض ما ينشر عن المضامين الأخلاقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس ، فمن خلال النتائج التي جاء بها الجدول (رقم 29) يتضح من المجموع العام أن %49,39 من أفراد عينة البحث أجابوا بعدم تأكدهم من مصدر ما ينشر عن الأخلاق في المواقع الاجتماعية تليها قد تكون كاذبة ومزورة بنسبة %33,33 ثم عدم احتوائها على نصوص قرآنية وأحاديث نبوية بنسبة قدرة ب %17,28 . فمن خلال النتائج العامة للجدول فإن السبب الرئيسي لعدم تأكد المبحوثين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو عدم تأكدهم من مصدر هذه المنشورات والتي جاءت كأعلى نسبة.

وقد تبين من خلال الجدول أعلاه فيما يخص النتائج الجزئية أن 61,12% أرجعوا عدم تأكدهم من ما ينشر عن الأخلاق عبر المواقع الاجتماعية إلى سبب عدم التأكد من مصدرها ، مقابل 40% للإناث ويليها عن الإناث سبب قد تكون كاذبة ومزورة مقابل 25% عند الذكور ، ثم سبب عدم احتوائها على نصوص قرآنية وأحاديث نبوية شريفة.

ويمكن تفسير اختيار الباحثين لعدم التأكد من مصدرها كسبب رئيسي لتفطن الباحثين والوعي الكبير الذي يتميزون به أثناء تعرضهم لمضامين شبكات التواصل، إضافة لعدم ثقته ببعض ممن ينشرون تلك المضامين لهذا وقع اختيار عينة الدراسة على سبب قد تكون كاذبة ومزورة ، أما أقل نسبة عند الإناث فقد قدرة ب 20% مقابل 13,88% للذكور وخصصت لسبب عدم احتوائها على نصوص قرآنية وأحاديث نبوية ، وقد يرجع ذلك أن الباحثين يجدون معظم المنشورات الأخلاقية تتضمن أحاديث نبوية وآيات قرآنية لكن غير موظفة في محلها.

الجدول (رقم 30): يوضح طبيعة المضامين التي يطلع عليها أفراد عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المضامين
%	ت	%	ت	%	ت	
%35,20	82	%35,54	43	%34,82	39	منشورات دينية
%20,18	47	%14,88	18	%25,90	29	مقاطع فيديو إرشادية لأئمة
%10,30	24	%12,39	15	%8,03	09	الأناشيد الدينية
%18,45	43	%19	23	%17,58	20	مشاهدة المسلسلات التاريخية الدينية
%15,87	37	%18,19	22	%13,39	15	فتاوى دينية
%100	*233	%100	121	%100	112	المجموع

يتبين من خلال نتائج الجدول (رقم 30) طبيعة المضامين الأخلاقية التي يفضلها الباحثون الإطلاع عليها حسب متغير الجنس، فقد خلصنا من النتائج العامة أن 35,20% من الباحثين يطلعون على منشورات دينية متنوعة، كونهم فئة تحب التنوع وكل ما هو جديد ويتميزون أيضا بالملل إذا داوموا على الاطلاع على مضامين تصب في سياق واحد أو إذا طالت مدة عرضه تليها 20,18% ممن يفضلون الاطلاع على مقاطع فيديو إرشادية لأئمة، ثم مشاهدة المسلسلات

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة.

التاريخية الدينية بنسبة 18,45%، تليها المضامين التي تحتوي على فتاوى دينية بنسبة 15,87% فالأناشيد الدينية بـ 10,30% .

أما فيما يخص النتائج الجزئية للجدول أعلاه فإن 35,54% من الإناث فضلوا المنشورات الدينية وهي تعتبر أكثر المضامين مشاهدة مقابل 34,82% للذكور ونلاحظ هنا أن النسبتين متقاربتين بالنسبة للجنسين، تليهما مقاطع فيديو إرشادية لأئمة بنسبة 25,90% بالنسبة للذكور، لكن بالنسبة للإناث فقد جاءت ثاني نسبة مشاهدة المسلسلات التاريخية الدينية مقابل 17,85% للذكور، تليها 18,19% فتاوى دينية بالنسبة للإناث مقابل 13,39% للذكور، تليها عند الإناث مقاطع فيديو إرشادية للأئمة بنسبة 14,88%، ثم 12,39% للأناشيد الدينية بالنسبة للإناث مقابل 8,03% للذكور.

ويمكن تفسير تفضيل كلا الجنسين للمنشورات الدينية والتي تتضمن أقوال وحكم ومواعظ وقصص إسلامية لكون الباحثين قد يقتدون بها، ضف إلى ذلك حبهم للإطلاع على الحياة ومظاهرها في عصر الرسول صل الله عليه وسلم وبكل تفاصيلها، وذلك من خلال صفحات ومجموعات موضوعية مشهورة وموثوقة، ونأخذ على سبيل المثال صفحة المرشد المصري "عمر خالد" الذي يقوم بنشر دائم للقصص النبوية بأدق تفاصيلها، إضافة إلى أنه يصف حياة الرسول صل الله عليه وسلم والصحابة الكرام، وذلك من أجل دفع المشاهد للإقتداء بهم واكتساب السلوك الأخلاقي الحسن، أما فيما يخص تفضيل الذكور كمقترح ثاني لمقاطع فيديو إرشادية ذلك يؤكد إعجابهم بأئمة قد يتعسر لهم الوصول إليهم فيتابعونهم من خلال شبكات التواصل، على عكس الإناث فهن يفضلن مشاهدة المسلسلات التاريخية الدينية، وذلك قد يرجع لحب الإناث لمشاهدة المسلسلات باختلافها والدينية من بينها وقد يكون لهم صبر أكثر من الجنسين الآخر على طول مدة مثل هكذا مسلسلات، أما فيما يخص الأناشيد الدينية وعدم اهتمامهم الكبير بها فذلك قد يكون بسبب عدم وجود ما يبحثون عنه من الناحية الدينية والأخلاقية في مضمونها.

الجدول (رقم 31): يوضح رأي المبحوثين في احتواء المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على نماذج للأخلاق حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
%80,46	100	%75	48	%86,67	52	نعم
%19,36	24	%25	16	%13,33	08	لا
%100	124	%100	64	%100	60	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه رأي المبحوثين في مدى احتواء المضامين المنشورة عبر شبكات

التواصل على نماذج للأخلاق حسب متغير الجنس، فقد تبين من خلال النتائج العامة للجدول رقم(31) أن معظم المبحوثين أجابوا ب "نعم" نسبة قدرة ب 80,64% أي أن المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على نماذج للأخلاق، مقابل 19,36% ممن أجابوا ب "لا" أي أن المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل لا تحتوي على الأخلاق، وهذا يفسر أنه توجد مضامين متنوعة في شبكات التواصل تتضمن أخلاق وهناك نسبة لا بأس بها من المبحوثين يطلعون عليها ويتابعونها.

أما فيما يتعلق بالنتائج الجزئية التي جاء بها الجدول (رقم 31) أن 86,67% من الذكور أجابوا ب "نعم" أي أنه توجد هناك نماذج للأخلاق في بعض المنشورات الإلكترونية مقابل 75% عند الإناث فيما كانت 25% هي نسبة إجابة المبحوثين من الإناث ب "لا" مقابل 13,33% من الذكور.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن معظم المبحوثين التمسوا بعض من النماذج الأخلاقية فيما ينشر عبر شبكات التواصل وهذا قد يرجع إلى التزام الناشر بأخلاقه وعدم تخليه عنها هذا من جهة واهتمام

المبحوثين أكثر بالمضامين التي تحتوي على الأخلاق وعدم اهتمامهم بالمضامين الغير أخلاقية أو البحث في محتوياتها وإدراكهم للضرر والانحطاط الأخلاقي الذي قد يصيبهم من وراء متابعتهم لها من جهة أخرى، وهذا يدل على الوعي الأخلاقي الذي يتميز به أفراد عينة الدراسة ومحاولتهم الدائمة للحفاظ على أخلاقهم وتمسكهم بها رغم الأثرات المتنوعة والإغرائية التي قد تحاول التكنولوجيا الحديثة فرضها على هذه الفئة بالذات.

الجدول رقم (32): يوضح قياس اتجاه المراهقون نحو التماس الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير الأخلاق	موافق بشدة		موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
الصدق	25,81%	32	15,32%	19	18,14%	23	23,39%	29	25,81%	32	100%	124
الأمانة	18,55%	23	15,32%	19	23,39%	29	23,38%	29	18,55%	23	100%	124
غض البصر	14,52%	18	22,38%	28	24,19%	30	12,91%	16	14,52%	18	100%	124
الحياء	22,59%	28	14,51%	18	16,94%	21	20,16%	25	22,59%	28	100%	124
كتم وحفظ الأسرار	19,35%	24	13,71%	17	31,46%	39	20,97%	26	19,35%	24	100%	124
العفة	18,55%	23	13,71%	17	26,61%	33	28,22%	35	18,55%	23	100%	124
الضمير	20,16%	25	8,88%	11	28,22%	35	28,22%	35	20,16%	25	100%	124
الخير والشر	16,94%	21	6,45%	8	33,88%	42	27,41%	34	16,94%	21	100%	124
الرقابة	8,88%	11	15,32%	19	36,29%	45	20,16%	25	8,88%	11	100%	124

%100	124	%16,94	21	%9,68	12	%27,42	34	%25,80	32	%20,16	25	الإخلاص
%100	124	%27,41	34	%8,88	11	%23,38	29	%13,71	17	%26,62	33	النفاق

من خلال معطيات الجدول أعلاه (32) نلاحظ أن التماس خلق الصدق بين أفراد العينة بمواقف بشدة بنسبة 25,81% و 23,89% موافقون و 18,14% محايدون و خلق الأمانة محايدون 23,39% و موافق بنسبة 23,38% فيما جاءت غير موافق بشدة 19,36% أما خلق غض البصر فكانت غير موافق بشدة بنسبة 25,80% مما يفسر أن غض البصر أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كما تبين أن نسبة من أفراد العينة التي بينها معطيات الجدول أنه بأغلبية الأفراد لا يلتزم خلق غض البصر في شبكات التواصل الاجتماعي فيما قدرت نسبته 24,19% للمحايدون و 22,38% لغير موافقين.

أما خلق الحياء فنسبة 25,80% غير موافقين بشدة التماسه في شبكات التواصل الاجتماعي و 22,59% موافقون بشدة ما يدل على أن معظم أفراد العينة منقسمون بين التماس خلق الحياء وعدمه في شبكات التواصل الاجتماعي ، فيما نسبة الموافقون 20,16% موافقون.

أما خلق كتم و حفظ الأسرار جاءت نسبة المحايدون في الصدارة إذ قدرت ب 31,46% و 20,97% كموافقين و 19,35% كموافق بشدة ، و خلق العفة جاءت نسبته 28,22% كموافق و 26,61% كمحايدين ثم 18,55% كموافق بشدة، أما خلق الضمير فنسبة 28,22% موافقون على التماسه في شبكات التواصل الاجتماعي و بنفس النسبة نجد محايدون و بنسبة 20,16% موافقون بشدة على وجوده في شبكات التواصل من خلال هذه القراءة لمعطيات الجدول في خلق الضمير نخلص إلا أن في شبكات التواصل الاجتماعي نلتزم الضمير حتى و لو كان ضمير افتراضي في المعتقد، وقد جاءت نسبة 33,88% كمحايدون في خلق الخير و الشر و 27,41% كموافق ، و 16,94% كموافق

بشدة ما يفسر أن شبكات التواصل الاجتماعي حتى و أنها عالم افتراضي تحتوي على الخير والشر كما حد الحال في الواقع .

وخلق الرقابة فقد جاءت نسبة 36,29% كمحايدين و 19,35% لغير الموافقون بشدة ما يدل على أن هناك تفاوت بين النسب في ايجابات المبحوثين لخلق الرقابة في شبكات التواصل الاجتماعي .

لنصل إلى الخلق ما قبل الأخير وهو الإخلاص حيث جاءت نسبة 27,42% كمحايدين و 25,80% لموافقون و 20,16% لموافقون بشدة ، و أخيرا خلق النفاق الذي جاء بنسبة 27,41% لغير موافقون بشدة و 26,62% كموافقين بشدة فيما قدرت نسبة المحايدون ب 23,38% ما يفسر أن هناك تناقض بين أفراد العينة أو يمكن القول عدم اتفاق على التماس خلق النفاق في شبكات التواصل الاجتماعي من عدمه.

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نخلص أن هناك تفاوت ظاهر بين النسب المفسرة لالتماس الأخلاق المذكورة في الجدول أعلاه حيث هناك أخلاق ، أفراد العينة موافقون بشدة وجودها أو موافقون فحسب وهناك أخلاق أفراد العينة محايدون لا يجزمون وجودها من عدمه في شبكات التواصل الاجتماعي إضافة إلى أخلاق أفراد العينة غير موافقون بشدة التماسها أو غير موافقون فحسب.

خلاصة المحور:

يتبين من خلال نتائج هذا المحور أن معظم أفراد العينة يتحلون بأخلاقهم أثناء إطلاعهم على منشورات عبر هذه الشبكات، والسبب الرئيسي الذي يدفعهم إلى ذلك هو خشيتهم من الله، إضافة إلى أن أغلبية المبحوثين يستفيدون من المضامين الأخلاقية وأكثرها إفادة هي المنشورات التي تدعوا إلى نشر القيم الأخلاقية، أيضا خلصنا إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة غير متأكدين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق عبر شبكات التواصل وأهم سبب في ذلك هو عدم تأكدهم من مصدرها، إضافة إلى إجماعهم بأن معظم المضامين الأخلاقية التي يطلعون عليها هي التي تحتوي على نماذج للأخلاق.

المحور الخامس: الآثار الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

سنتناول في هذا المحور التأثيرات الناتجة في النسق الأخلاقي من وراء تعامل المراهق مع شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بمحاولة معرفة إذا كان المبحوثين يتمسكون بأخلاقهم عند استخدامهم لشبكات التواصل وإن كانت تصادفهم صور أو فيديوهات غير لائقة، وكيف كانوا يتعاملون معها ومعرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى إهمالهم للشعائر الدينية، إضافة إلى معرفة ما السلوكيات التي اكتسبها المبحوثين من الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل من الناحية الأخلاقية ومعرفة إن أسهمت هذه الشبكات في زيادة وعيهم الديني وترسيخ الأخلاق لديهم ومن جهة أخرى معرفة ما إذا كان المبحوثين يؤيدون التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر شبكات التواصل والتعرف على ما إذا كان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي سلبي أو إيجابي.

الجدول (رقم 33): يوضح مدى تمسك المبحوثين بأخلاقهم عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
%87,91	109	%95,32	61	%80	48	نعم
%12,09	15	%04,68	03	%20	12	لا
%100	124	%100	64	%100	60	المجموع

يتضح من بيانات الجدول (رقم 33) أن معظم المبحوثين يتمسكون بأخلاقهم عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي وبنسبة قدرت ب 87,91 %، و 12,09 % للمبحوثين الذين أجابوا ب "لا".

ومن خلال النتائج الجزئية حسب متغير الجنس أن معظم المبحوثين وعلى اختلاف جنسهم (ذكر وأنثى) يتحلون بأخلاقهم أثناء اطلاعهم على المنشورات الموجودة في الشبكات الاجتماعية لكن نسبة تمسك الإناث بأخلاقهم فاقت نسبة الذكور، فقد قدرت نسبة الإناث ب 95,32 % مقابل 80 % نسبة الذكور ، تليها 20 % عند الذكور ممن لا يتمسكون بأخلاقهم أثناء تعرضهم لمنشورات شبكات التواصل مقابل نسبة محتشمة عند الإناث والتي قدرت ب 04,68 % من لا يتمسكون بأخلاقهم .

ويمكن إرجاع نتائج إجابة المبحوثين من خلال الجدول أن الإناث أكثر تمسكاً بأخلاقهم من الذكور عند استخدامهم لشبكات التواصل، وهذا ما يفسر أن الإناث أكثر التزاماً وتحفظاً من الذكور ، ومن جهة أخرى نستنتج من نتائج الجدول أعلاه أن الفرد ابن بيئته ، أي رغم كل الإجراءات والتأثيرات

التي تفرضها شبكات التواصل الاجتماعي على المراهق في الوقت الراهن إلا أنه يبقى متمسك بأخلاقه التي كبر عليها واكتسبها من الأفراد المحيطين به وأكبر مثال على هذا إجابة الباحثين الذين يؤكدون بنسب تمسكهم بأخلاقهم التي كبروا عليها داخل المجتمع الجيجلي المحافظ.

الجدول (رقم 34): يوضح علاقة تمسك الباحثين بالأخلاق ومع من يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

المجموع		لا		نعم		التكرار والنسبة الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
%38,71	48	%33,34	%05	39,45	%43	بمفردك
%33,88	42	%6,66	%01	37,62	%41	مع الأصدقاء
%01,61	02	-	-	01,83	%02	مع العائلة
%25,80	32	%60	%09	21,1	%23	بدون تحديد
%100	124	%100	%15	100	%109	المجموع

تبين نتائج الجدول (رقم 34) والذي يوضح العلاقة بين تمسك الباحثين بأخلاقهم أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ومع من يفضلون استخدامها، حيث أن أكبر نسبة كانت لعبارة بمفردك إذ قدرت ب 38,71% من المجموع الكلي، ومن خلال النتائج الجزئية المبينة في الجدول أعلاه يتضح أن 39,45% من أجابوا ب "نعم" يبحرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمفردهم فيما قدرت نسبة الذين أجابوا ب "لا" 33,34%، وتأتي في المرتبة الثانية عبارة مع الأصدقاء بنسبة 33,88% في المجموع العام، ومن خلال النتائج الجزئية تبين أن 37,62% أجابوا ب "نعم" و 6,66%

أجابوا ب لا ، ثم في المرتبة الثالثة عبارة بدون تحديد بنسبة 25,80% ومن خلال النتائج الجزئية تبين أن 60% أجابوا ب "لا" و 21,1% أجابوا ب "نعم"، في المرتبة الأخيرة جاءت عبارة مع العائلة بنسبة 1,61% ومن خلال النتائج الجزئية تبين أن 1,83% أجابوا ب "نعم" فيما جاءت الإجابة ب "لا" منعدمة.

ومن خلال القراءة التحليلية للجدول نخلص لأن أفراد عينة الدراسة يتمسكون بأخلاقهم عند اطلاعهم على المنشورات الموجودة عبر شبكات التواصل سواء بمفردهم أو مع أصدقائهم ، لكن عندما يتكون بجماعات أخرى غير محددة قد تكون غير متخلقة فذلك قد يؤثر عليهم بالتخلي عن أخلاقهم ، وهذا ما يفسر أن الأثر التي تتركه تصرفات أفراد المجتمع ومع اختلاف أطباعهم وشخصياتهم أكبر من الأثر الذي تتركه شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف مضامينها وإجراءاتها على أفراد عينة الدراسة من المبحوثين هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن المراهقين من أفراد عينة الدراسة يقلدون غيرهم في معظم تصرفاتهم وسلوكياتهم وإن كانوا ليسوا من معارفهم ، فلا يفرقون بين السلوك الحسن والسلوك الرديء الصادر من أفراد مجتمعهم وخصوصا في الإطلاع على المنشورات الغير أخلاقية المتوفرة عبر شبكات التواصل ، خاصة بما أن هذه الفئة بالذات تحب الاحتكاك بالآخر والاكتشاف والإطلاع على كل جديد فالغرض الأساسي بالنسبة لمعظم أفراد العينة هو جذب الأنظار وإثبات الذات .

الجدول (رقم 35): يوضح إجابة المبحوثين ما إذا كانت تصادفهم صور أو فيديوهات غير لائقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
87,1%	108	نعم
12,90%	16	لا
100%	124	المجموع

تظهر لنا نتائج الجدول (رقم 35)، أن 87,1% من المبحوثين أجازوا بمصادفتهم لصور وفيديوهات غير لائقة أثناء إبحارهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهذه نسبة عالية مقارنة بالمبحوثين الذين قالوا أن ليس هناك صور وفيديوهات غير لائقة تصادفهم، ونستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها لا تخلو من المنشورات الغير لائقة من صور وفيديوهات مخلة بالحياء، ضف إلى ذلك فإن هذه النتائج تؤكد غياب الرقابة الالكترونية من قبل المختصين في المجال الذي يستوجب عليهم أن يقوموا بحجب مثل هكذا مواقع وصفحات، والتي تعمل على نشر المضامين التي تتعارض وثقافتنا وتعاليم ديننا.

الجدول (رقم 36): يوضح ردة فعل المبحوثين اتجاه الفيديوهات والصور الغير لائقة التي تصادفهم أثناء إجرائهم في شبكات التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
83,33%	90	تقوم بتجنبها
05,56%	06	تركز معها
11,11%	12	إعادة النظر إليها
100%	108	المجموع

أوضحت بيانات الجدول (رقم 36) ردة فعل المبحوثين اتجاه الفيديوهات والصور الغير لائقة التي تصادفهم في شبكات التواصل الاجتماعي حيث أجاب معظم المبحوثين بأنهم يتجنبون مثل هكذا منشورات بنسبة 83,33% تليها 11,11% ممن يعيدون النظر إليها، ثم 5,56% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يركزون معها وهي نسبة ضعيفة مقارنة بأعلى نسبة التي كانت لصالح من يقومون بتجنبها.

ومن خلال ما سبق ذكره يمكن أن نخلص إلى أن أغلبية المبحوثين يقومون بتجنب المضامين الغير اللائقة .

ويرجع سبب تجنب أفراد عينة الدراسة لمثل هذه المنشورات لتأكدهم من الضرر الأخلاقي والسلوكي الذي يعود على نفسيتهم إضافة إلى تيقنهم من عدم دعمها وتقويتها لأخلاقهم فهي لا تولد إلا الأفكار الهادمة لأخلاق الفرد وتربيته.

الجدول (رقم 37): يوضح هل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إهمال الشعائر الدينية مثل تأخر الصلاة لدى المبحوثين حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
47%	59	53,13%	34	41,67%	25	أوافق
26%	33	20,31%	13	33,33%	20	أعارض
25%	32	26,56%	17	25%	15	محايد
100%	124	100%	64	100%	60	المجموع

تبين لنا نتائج الجدول (رقم 37)، أن 47,59% من أفراد عينة الدراسة موافقون على أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إهمال الشعائر الدينية مثل تأخر الصلاة، يليه المعارضون بنسبة 26,61% ثم المحايدون بنسبة 25,80% وهذا ما يثبت أن أغلبية المبحوثين موافقون على استخدامهم لهذه الشبكات يؤدي إلى إهمال في الشعائر الدينية وهذا وفقا للمجموع العام .

أما بالنسبة للنتائج الجزئية حسب متغير الجنس نلاحظ أن 53,13% من الإناث يهملون شعائرهم الدينية مقابل 41,67% عند الذكور، تليها نسبة 33,33% ممن يعارضون أن تكون شبكات التواصل الاجتماعي سبب في إهمال شعائرهم الدينية عند الذكور مقابل 20,31% عند الإناث ثم 26,56% من الإناث كان موقفهم محايد مقابل 25% عند الذكور.

ويمكن تفسير النتائج التي جاءت في الجدول أعلاه أن الإناث هي الفئة الأكثر إهمال لشعائرهم الدينية من الذكور هذا ما يؤكد التأثير الذي تتركه شبكات التواصل على الإناث، ويكون تأثيرها أقل

على الذكور، وهذا قد يرجع لكون شبكات التواصل الاجتماعي هي المتنفس الرئيسي الذي يلجأ له الإناث، وقد أكدت النتائج أن هناك اختلاف بين التأثيرات التي تحدثها هذه الشبكات على الإناث وعلى الذكور هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتضح لنا أن المبحوثين على دراية تامة بأن شبكات التواصل سبب رئيسي في دفعهم لإهمال الشعائر الدينية كتأخر وقت الصلاة.

الجدول (رقم 38): يوضح علاقة الحجم الساعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في إهمال الشعائر الدينية :

المجموع		أعارض		محايد		أوافق		الإجابة الحجم الساعي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%13,71	17	%19,35	06	%6,06	02	%15	09	أقل من ساعة
%32,26	40	%35,48	11	%39,39	13	%26,66	16	من ساعة إلى ساعتين
%54,03	67	%45,17	14	%54,55	18	%58,34	35	من ساعتين إلى أربع ساعات
%100	124	%100	31	%100	33	%100	60	المجموع

يتضح من خلال معطيات الجدول (رقم 38) أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أربع ساعات بنسبة 54,03% جاءت في المرتبة الأولى، وحسب ما تبينه النتائج الجزئية أن 58,34% موافقون على أن استخدام هذه الشبكات يؤدي إلى إهمال الشعائر الدينية، 54,55% محايدون و 45,17% معارضون، فيما جاءت المرتبة الثانية من ساعة إلى ساعتين بنسبة 32,26% فقد بينت النتائج الجزئية أن 39,39% محايدون وأن 35,48% معارضون و 26,66%

موافقون وجاءت المرتبة الأخيرة ل أقل من ساعة بنسبة 13,71% حيث بينت النتائج الجزئية أن
19,35% معارضون، و15% موافقون ثم 06,06% محايدون.

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول أعلاه نخلص إلى أن رغم ارتفاع معدل ساعات
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين عينة الدراسة إلا أن إيجابتهم قد اختلفت
فيما يخص إهمالهم للشعائر الدينية ما بين موافقون ومحايدون ومعارضون وهذا ما يؤكد أن طول فترة
الاستخدام والتعرض لشبكات التواصل ومضامينها ليس هو السبب الرئيسي في إهمال الأفراد
لشعائرهم الدينية كتأخر الصلاة مثلا، فقد يعود ذلك أيضا إلى القناعة الدينية للمبحوث ومدى
احترامه والتزامه بمواقف شعائره الدينية ونخص بالذكر الصلاة، فتمسك المبحوث بعقيدته وبقوة إيمانه
لا يدفعه أن ينشغل عن تأدية واجباته الدينية والحرص والمحافظة على أوقات العبادة خاصة عند
استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول (رقم 39): يوضح ماذا استفاد المبحوثين من الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الأخلاقية:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
26,09%	42	دعمت أخلاقك
16,15%	26	توجهك إلى اكتساب سلوك حسن
57,76%	93	ترشدك إلى تصحيح بعض أفكارك
-	-	أخرى تذكر
100%	161*	المجموع

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (39) كيف أفادت الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين من أفراد العينة من الناحية الأخلاقية، فقد جاءت بيانات الجدول ب 57,76% من المبحوثين أجابوا بأنها ترشدهم إلى تصحيح بعض أفكارهم ، تليها 26,09% أن ما ينشر في شبكات التواصل من أخلاق دعم أخلاقهم (أي أخلاق المبحوثين) ، ثم توجههم إلى اكتساب سلوك حسن ب نسبة قدرت 16,15%.

فمن خلال ما تم التواصل إليه ورغم منح الفرصة للمبحوثين للاختيار أكثر من إجابة من جهة ، وإضافة استفادات أخرى لم نذكرها إلا أن النسبة الأكبر كانت من نصيب أن الموضوعات ترشد

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة

المبحوثين وتدعوهم لتصحيح بعض أفكارهم من الناحية الأخلاقية، ويمكن تفسير هذا أن أفراد عينة الدراسة قد وجدوا في هذه المواقع ما يرشدهم إلى تصحيح بعض الأفكار التي كانوا يتبنوها لكن لا يدركون التأثيرات التي تتركها فقد تكون خفية، ولها أثر سلبي لكن المبحوثين تمكنوا من الانتباه لها والتفطن لآثارها بفضل الإرشادات التي اكتسبوها من بعض المضامين المنشورة فيما يخص الأخلاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

ومن خلال هذا نخلص إلى أن المبحوثين قد لجؤا لشبكات التواصل الاجتماعي واستغلوها كوسيط بينهم وبين بعض المرشدين الموثوقين والمعروفين، من أجل استشارتهم والتفاعل معهم والاستفادة من إرشاداتهم ونصائحهم خاصة فيما يخص الجانب الأخلاقي .

الجدول (رقم 40): يوضح العلاقة بين عدد سنوات الاستخدام والاستفادة من الموضوعات الأخلاقية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي:

المقترحات	أقل من سنة		من سنة إلى ثلاث سنوات		أكثر من ثلاث سنوات		المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%	
دعمت أخلاقك	05	%31,25	08	%17,02	25	%25,25	38 %23,46
توجهك إلى اكتساب سلوك حسن	03	%18,75	07	%14,89	18	%18,18	28 %17,28
ترشدك إلى تصحيح بعض أفكارك	08	%50	32	%68,09	56	%56,57	96 %59,26
المجموع	16	%100	47	%100	99	%100	162* %100

يتضح من خلال بيانات الجدول (رقم 40) أن 56,26% هي نسبة مقترح ترشدك إلى تصحيح بعض أفكارك فيما بينت النتائج الجزئية أن 68,09% يستخدمون شبكات التواصل من سنة إلى ثلاث سنوات، تليها 56,57% أكثر من ثلاث سنوات ثم 50% لأقل من سنة، لتأتي عبارة دعمت أخلاقك في المرتبة الثانية بنسبة 23,46% من المجموع العام، لتبين النتائج الجزئية أن 31,25% يستخدمون شبكات التواصل أقل من سنة و 25,25% لأكثر من ثلاث سنوات ثم 17,02% من سنة إلى ثلاث

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة

سنوات، وجاءت كمقترح أخير توجهك إلى اكتساب سلوك حسن بنسبة 17,28% من المجموع العام لتبين النتائج الجزئية أن 18,75% يستخدمون شبكات التواصل أقل من سنة و 18,18% لأكثر من ثلاث سنوات ثم 14,89% من سنة إلى ثلاث سنوات.

فمن خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نخلص إلى أن اختلاف وطول سنوات الاستخدام لأغلب المبحوثين الذين أجابوا بأنهم قد استفادوا من الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الأخلاقية، وذلك بأنه ترشدهم إلى تصحيح بعض أفكارهم، وهذا قد يرجع إلى أن المبحوثين تمكنوا من دعم أفكارهم وترك الأفكار المغلوطة التي كانوا يتبنونها، من خلال ما يتعرضون له من مواضيع أخلاقية إرشادية هادفة منشورة عبر هذه الشبكات باختلافها وتنوعها.

الجدول (رقم 41): يوضح إسهام خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني

حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
%	ت	%	ت	%	ت	
75%	93	68%	44	81,67%	49	نعم
25%	31	31,25%	20	18,33%	11	لا
100%	124	100%	64	100%	60	المجموع

تشير معطيات الجدول (رقم 41) أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في زيادة الوعي الديني بنسبة 75%، فيما قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب"لا" تسهم في زيادة الوعي الديني

لديهم ب25%، هذا طبقا للمجموع الكلي لإجابة عينة الدراسة. ما يفسر أن معظم عينة الدراسة وجدوا في خدمات شبكات التواصل الاجتماعي ما يسهم في زيادة الوعي الديني لديهم.

أما فيما يتعلق بالنتائج الجزئية حسب متغير الجنس فإن 81,67% عند جنس الذكور أجابوا ب "نعم" تسهم في زيادة الوعي الديني لديهم مقابل 68,75% عند جنس الإناث هذا ما يفسر أن استخدام شبكات التواصل يعزز القدرة على زيادة الوعي الديني لدى الجنسين، وقد قدرت نسبة الإجابة ب"لا" عند جنس الذكور ب18,33% مقابل 31,25% عند الإناث، ويرجع هذا إلى أن بعض من المراهقين أفراد عين الدراسة لم يجدوا مساهم في زيادة الوعي الديني لديهم عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن الخدمات المقدمة لديهم عبر هذه الشبكات ليست وسيلة فعالة لزيادة الوعي الديني حسب رأيهم. وهذا ما قد يُفسر أن الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي ورغم اختلافها لا تروق لكل المشتركين فيها من أفراد عينة الدراسة حتى وإن كانت نسبة قليلة، من ناحية أخرى أن التأثيرات التي تحدثها هذه الشبكات قد لا يكون لها رجوع صدى من قبل الزائرين لها سواء بالإيجاب أو بالسلب.

الجدول (رقم 42): يوضح إسهام خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الأخلاق والقُدوة الحسنة لدى الباحثين حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
		%	ت	%	ت	
%75	93	%70,32	45	%80	48	نعم
%25	31	%29,68	19	%20	12	لا
%100	124	%100	64	%100	60	المجموع

تشير معطيات الجدول (رقم 42) أن 75% من أفراد عينة الدراسة أجابوا بـ "نعم" تسهم خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الأخلاق والقدوة الحسنة لديهم، فيما قدرت نسبة الذين أجابوا بـ "لا" تسهم خدمات شبكات التواصل في ترسيخ الأخلاق والقدوة الحسنة لديهم بـ 25%، هذا حسب نتائج المجموع العام .

ومن خلال النتائج الجزئية للجدول أعلاه حسب متغير الجنس نلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة من المراهقين ذكور وإناث أجابوا بـ "نعم" تسهم خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الأخلاق والقدوة الحسنة وذلك بنسبة 80% عند الذكور و 70,32% عند الإناث ،وقد قدرت نسبة الذين أجابوا بـ "لا" عند الذكور بنسبة 20% وعند الإناث بنسبة 29,68% . هذا ما يفسر أن معظم أفراد عينة الدراسة ساهمت لديهم خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الأخلاق والقدوة الحسنة وهذا منطقيا يرجع إلى أن شبكات التواصل تحتوى على منشورات هادفة تسعى من وراءها إلى ترسيخ الأخلاق والحث على الحفاظ عليها ،إضافة إلى وجود من يُعتبرون قدوة حسنة من الذين يساهمون في نشر مكارم الأخلاق عبر هذه الشبكات ومحاوله زيادة المشاركة للمستخدمين بالمنشورات الأخلاقية الهادفة في مثل هذه الخدمات من أجل العمل على توسيع انتشارها باعتبار هذه الشبكات مجالا مفتوحا لتبادل الآراء ، أما بالنسبة للأقلية التي أجابت بـ "لا" فيمكن تفسير هذا بأن شبكات التواصل الاجتماعي لم تسهم في ترسيخ الأخلاق لديهم بل دنستها ،ولم يجدوا أي قدوة حسنة يقتدوا بها من خلال هذه الشبكات .

الجدول (رقم 43): يوضح هل أفراد عينة الدراسة يؤيدون التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
%20,97	26	أوافق
%32,26	40	محايد
%46,77	58	أعارض
%100	124	المجموع

يبين الجدول (رقم 43) أن أفراد عينة الدراسة الذين عارضوا التحرر بالعلاقة بين الجنسين عبر

شبكات التواصل الاجتماعي فقد قدرت نسبتهم ب 46,77% وهذا ما يفسر تمسكهم بالهوية الإسلامية التي تحرم الاختلاط بين الجنسين لأنها تعتبر من المحرمات ودلالة أيضا على أخلاقهم العالية وتمسكهم بمكارمها .

فيما قدرت نسبة الذين أجابوا محايد ب 32,26% أي أنهم لا يوافقون عليها وفي نفس الوقت لا يعارضون على مثل هكذا علاقات، وقدر قدرت نسبة الذين وافقوا على التحرر بالعلاقة بين الجنسين ب 20,97% ما يدل على أن شبكات التواصل الاجتماعي عززت الرذيلة لدى هذه الفئة وفتحت المجال أمامهم في التحرر في مثل هذه العلاقات .

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة الشويقي (2003)، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن 95% من أفراد عينة الدراسة يرون أن الانترنت له دور فعال في تنمية أنماط سلوكية جديد، أن الأنماط السلوكية المكتسبة تتنافى مع القيم الخلقية الإسلامية.

الجدول (رقم 44): يوضح هل أفراد عينة الدراسة يؤيدون التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس		ذكر		أنثى	
الإجابة		%	ت	%	ت
أوافق		%28,33	17	%15,62	10
محايد		%41,67	25	%25	16
أعارض		%30	18	%59,38	38
المجموع		%100	60	%100	64

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن جنس الإناث يعارضون التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 59.38% فيما قدرت نسبة المعارضة عند جنس الذكور بنسبة معتبرة أيضا قدرت ب 30 %، أما عن أفراد العينة المحايدون من الجنسين فقد قدرت عند جنس الذكور بنسبة 41.67% وعند الإناث بنسبة 25% وبالنسبة للذين أجابوا ب أوافق على التحرر بالعلاقات بين الجنسين فقد تمثلت النسبة عند الذكور ب 28,33% بواقع 17 تكرار ، و 15,62% عند الإناث بواقع 10 تكرارات .

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول رقم(44) نستنتج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلت أفراد عينة الدراسة منقسمين وليسوا مرتبطين بإجابة واحدة، وهو ما يعتبر أمرا طبيعيا كونهم وجدوا الحرية الكاملة داخل هذا المجتمع الافتراضي لشبكات التواصل، إضافة إلى البوابات الاتصالية التي يمكن أن توفرها هذه الشبكات مع مختلف الأجناس وتوفرها أيضا على محتويات بمختلف الصيغ، وهنا يجد المراهق نفسه فريسة تأثير هذه الشبكات ، فيحدث له تشويش إما الموافقة أو المعارضة أو تفضيله أن يبقى محايد.

الجدول (رقم 45): يوضح هل أفراد عينة الدراسة يؤيدون العلاقة العاطفية مع الجنس الآخر من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
17,74%	22	موافق
26,61%	33	محايد
55,65%	69	أعارض
100%	124	المجموع

تشير معطيات الجدول (رقم 45) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يعارضون أن تكون لهم علاقة عاطفية مع الجنس الآخر وذلك بنسبة قدرت ب 55,65 %، هذا ما يفسر رفض هذه الفئة من المراهقين لهذا المفهوم السلبي ودلالة على تحفظهم ، فيما قدرت نسبة المحايدين ب 26,61% ما يفسر عدم إبداء رأيهم في هذا الموضوع أو بتفسير أكثر منطقية لا يهتمهم إذا كانت هناك علاقة أولا، وقد

قدرت نسبة أفراد العينة الذين وافقوا على العلاقة العاطفية ب 17,74% وهذا ما يفسر تقليدهم الأعمى للغرب وإعجابهم بحياة المجتمع الغربي ، لأننا نحن كمجتمع جزائري عربي مسلم مثل هذه العلاقات محرمة ولا تجوز إلا في الحلال.

ومن خلال تحليل معطيات الجدول أعلاه فقد تم التوصل إلى النتائج تكشف أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى خلق مجتمعات داخل مجتمع واحد، أو بتعبير آخر فقد قسمت المجتمع إلى عدة جماعات وهي كالتالي مجتمع محافظ ومجتمع ليس له رأي (أي جماعة الإمعة) ومجتمع مقلد للغير سيطر عليه نمط الثقافة الغربية.

الجدول رقم(46) : يوضح هل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يدفع أفراد العينة إلى مشاهدة الأفلام الجنسية والصور الإباحية التي تنشر عبرها

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الإجابة
8,87%	11	نعم
91,13%	113	لا
100%	124	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم(46) إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة ضد فكرة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يدفعهم إلى مشاهدة الأفلام الجنسية والصور الإباحية، حيث قدرت نسبة من أجابوا بلا 91,13% ما يفسر أنهم يستخدمون شبكات التواصل لأغراض الترفيه والمعرفة واكتشاف الجديد وغير ذلك من الجوانب الإيجابية استخدامها ، وأن استخدام هذه الشبكات لم يؤدي إلى انحلال الأخلاق لديهم وتغييرها وأن ضميرهم الأخلاقي يبقى حيا عند استخدامهم لها وهم

يستخدمونها أيضا من أجل التعبير عن المشاعر والتنفيس عن الانفعالات المكبوتة وتنمية المهارات المختلفة وتعزيز الذات لديهم لا غير .

كما أشارت معطيات الجدول أيضا إلى نسبة أخرى مقدرة ب 8,87% والتي تمثل أفراد العينة الذين أجابوا بنعم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يدفع إلى مشاهدة الأفلام الجنسية والصور الايحابية وهذا ما يفسر غياب الوعي الأخلاقي والديني لديهم وغياب تام لنصائح وتوجيهات الأسرة والسهر على سير أبنائها الطريق المستقيم . أو يمكن القول أن هذا راجع إلى التأثيرات التي تنتج أثناء هذه الفترة (المراهقة) التي في بعض الأحيان تؤدي إلى الانحراف التام للمراهق كما يحدث مع هذه النسبة من العينة ، وأيضا هذا ما يؤكد أن هناك مخاطر أخلاقية سلبية إلى حد كبير عند استخدام هذه الشبكات كوسيلة للايحابية .

الجدول رقم (47): يوضح سبب عدم مشاهدة الأفلام الجنسية والصور الإباحية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة الذين أجابوا بلا

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
30,09%	34	التمسك بالأخلاق
12,39%	14	التمسك بتربيتك
13,28%	15	لا ترغب برؤيتها
15,04%	17	ليست من اهتماماتك
29,20%	33	الرقابة الإلهية
100%	113	المجموع

يوضح الجدول أعلاه رقم (47) أن بنسبة 30,09% سبب عدم مشاهدتهم الأفلام الجنسية

والصور الإباحية بالدرجة الأولى هو التمسك بالأخلاق، وما يفسر أن استخدامهم لشبكات

التواصل الاجتماعي لم يؤثر على أخلاقهم ، فيما جاءت المرتبة الثانية الرقابة الإلهية بنسبة 29,20%

ما يفسر الخوف من الله والوقوع في ذنب كبير ، وقد نال سبب ليست من اهتماماتي نسبة 15,04%

يليه سبب لا يرغبون برؤيتها بنسبة 13,28% ، وجاء في المرتبة الأخيرة التمسك بالتربية بنسبة قدرت

ب12.39% .

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نستنتج أن استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل

الاجتماعي يرتبط بمجموعة من المبادئ التوجيهية وتتضمن أبعادا تتصل بالأمانة والعفة والحياء

والإخلاص، أخلاق يحث عليهم ديننا الحنيف وأيضا تمتع أفراد العينة بالضمير الافتراضي إن صح التعبير.

الجدول رقم (48): يوضح هل أخلاق أفراد عينة الدراسة تعيق حرمتهم أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
		%	ت	%	ت	
%49,12	56	%43,75	28	%46,67	28	نعم
%50,88	68	%56,25	36	%53,33	32	لا
%100	124	%100	64	%100	60	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (48) أن أخلاق أفراد عينة الدراسة لا تعيق حرمتهم أثناء

استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 50,88% حسب ما يبينه الجدول ، فيما قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بنعم 49,12% وهذا ما يدل على أن نصف أفراد العينة الأخلاق لا تعيق حرمتهم أثناء استخدامهم للشبكات .

وفي النتائج الجزئية حسب متغير الجنس نلاحظ أن الإناث بنسبة 56,25% والذكور بنسبة 53,33% أجابوا بلا أخلاقهم لا تعيق حرمتهم عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ما يفسر رفضهم أن تكون الأخلاق عائق للحرية، وهي نفس النتائج التي توصلت إليها "رباب رأفت محمد الجمال" في دراستها فيما يخص القيم الدينية ، أكدت العينة على رفض العبارات السلبية ومنها (التمسك بالقيم الدينية يعوق حرمتي) .

فيما كانت نسبة الذين أجابوا بنعم عند جنس الذكور 46,67% وعند الإناث 43,75% ما يفسر أن هؤلاء الأفراد من عينة الدراسة يقرون بأن الأخلاق تعيق حرمتهم أثناء استخدام شبكات

التواصل ، ما يدل على وجود صلة بين استخدام الشبكات والانحلال الأخلاقي ، لأن هذه النسبة من العينة تخاف أن يحدث تأثير سلبي على أخلاقها بحيث أنها تلج هذه الشبكات بحذر .

الجدول رقم (49): يوضح لماذا الأخلاق لا تعيق حرية أفراد العينة الذين أجابوا بلا عند

استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
57,36%	39	الالتزام الأخلاقي لا يتعارض مع التقدم والحياة الحديثة
29,41%	20	هناك أشياء في الحياة أكثر من التمسك بالأخلاق
13,23%	9	أداء الواجب الأخلاقي غير مشروط
100%	68	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (49) أن الأخلاق لا تعيق حرية أفراد العينة عند استخدامهم

لشبكات التواصل الاجتماعي لأن الالتزام الأخلاقي لا يتعارض مع التقدم والحياة الحديثة وذلك

بنسبة 57,36% يليه أن هناك أشياء في الحياة أكثر من التمسك بالأخلاق بنسبة 29,41% وهذا ما

يفسر أن تأثير الشبكات الاجتماعية قد امتد إلى تبني أفكار أخلاقية جديدة وفق التطور التكنولوجي

والمعلوماتي الذي نشهده ، أما بالنسبة للذين أجابوا أن أداء الواجب الأخلاقي غير مشروط إذ قدرت

النسبة بـ 13,23% ; يعتبر خطر على منظومة الأخلاق لدى المراهقين .

الجدول رقم (50): يوضح هل شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على الأخلاق

حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
		%	ت	%	ت	
%15,32	19	%9,73	6	%21,66	13	نعم
%84,68	105	%90,63	58	%78,34	47	لا
%100	124	%100	64	%100	60	المجموع

يبين الجدول رقم (50) أن نسبة 84,68% أجابوا بلا تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على

الأخلاق بشكل سلبي ، فيما قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم تؤثر بشكل سلبي على الأخلاق

ب15,32% حسب ما أظهرته النتائج العامة للجدول .

أما من خلال ما أظهرته النتائج الجزئية حسب متغير الجنس أن نسبة 90,63% من جنس

الإناث أجابوا بلا شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر على الأخلاق بشكل سلبي ، وقد قابلها عند

جنس الذكور بنسبة 78,34% ، وهذا ما يفسر أن شبكات التواصل عند معظم المراهقين من العينة لم

تؤثر على أخلاقهم ، فيما قدرت نسبة الذكور الذين أجابوا بنعم تؤثر بشكل سلبي على الأخلاق

21,66% و 9,37% عند الإناث ما يدل على أنها أثرت على أخلاقهم بشكل سلبي وأدت إلى

تغييرها أو تركها وتبني أخلاق غريبة لا تمت بصلة للمجتمع المسلم ، وهي نفس النتيجة التي توصل

إليها "فهد بن علي طيار" في دراسته ، حيث توصلت نتائج الدراسة أن 95% من أفراد الدراسة يرون

أن الانترنت له دور فعال في تنمية أنماط سلوكية جديدة وأن الأنماط السلوكية المكتسبة تتنافى مع

القيم الخلقية الإسلامية

الجدول رقم(51): يوضح لماذا شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على أخلاقهم بالنسبة لأفراد العينة الذين أجابوا بلا

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
50,95%	80	وعيك وتمسكك بدينك
19,75%	31	تجنبك للمضامين الغير أخلاقية
29,30%	46	عدم ثقتك بكل ما ينشر عبر هذه الشبكات
-	-	أخرى تذكر
100%	*157	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (51) أن نسبة 50,95% من أفراد العينة أن وعيهم وتمسكهم بدينهم هو الذي جعل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على أخلاقهم يليه عدم ثقتهم بكل ما ينشر عبر هذه الشبكات وذلك بنسبة 29,30% ، ثم في الأخير تجنبهم للمضامين الغير أخلاقية وقد قدرت النسبة ب 19,75% ، وهذا ما يفسر أن رغم الآثار السلبية التي تحتوي عليها شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن معظم أفراد العينة من المراهقين يتمسكون بأخلاقهم ويحافظون عليها وذلك بما بينه الجدول أعلاه .

الجدول رقم(52): يوضح العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير على الأخلاق بشكل سلبي

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة

المجموع		لا		نعم		التكرار والنسبة الحجم الساعي
%	ت	%	ت	%	ت	
%12,09	15	%11,21	12	%17,65	03	أقل من ساعة
%33,07	41	%35,51	03	%17,65	03	من ساعة إلى ساعتين
%54,84	68	%53,28	57	%64,70	11	من ساعتين إلى أربع ساعات
%100	124	%100	107	%100	17	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (52) أن الحجم الساعي من ساعتين إلى أربع ساعات نال أكبر نسبة بـ 54,84% ، فيما بينت النتائج الجزئية أن 64,70% أجابوا نعم شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الأخلاق بشكل سلبي ، وقد قدرت الإجابة بلا 53,28% ، وجاءت من ساعة إلى ساعتين بنسبة 33,07% إذ بينت النتائج الجزئية أن 35,51% أجابوا بلا و 17,65% أجابوا بنعم، ثم جاءت أقل من ساعة في المرتبة الأخيرة بنسبة 12,09% حيث بينت النتائج الجزئية أن 17,65% أجابوا نعم و 11,21% أجابوا بلا .

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نخلص إلى أنه برغم اختلاف عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين من أفراد العينة في شبكات التواصل الاجتماعي فان ذلك يؤثر على الأخلاق بشكل سلبي، وأنه كلما زاد عدد الساعات عبر هذه الشبكات زاد التأثير السلبي على أخلاق المراهقين أفراد العينة .

الجدول رقم (53) : يوضح هل شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الأخلاق بشكل ايجابي حسب متغير الجنس

الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
الإجابة		%	ت	%	ت	%
نعم		66,67%	40	81,25%	52	74,20%
لا		33,33%	20	18,75%	12	25,80%
المجموع		100%	60	100%	64	100%

تشير معطيات الجدول (53) أن 74,20% أجابوا بنعم تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأخلاق بشكل ايجابي فيما قدرت نسبة الذين أجابوا بلا 25,80% حسب ما بينه المجموع العام للجدول ما يفسر أن شبكات التواصل فيها ما يساعد على نشر القيم الأخلاقية .

أما بالنسبة للنتائج الجزئية حسب متغير الجنس فنلاحظ أن نسبة الإناث الذين أجابوا بنعم شبكات التواصل تؤثر على الأخلاق بشكل ايجابي 81,25% وعند الذكور بنسبة 66,67% ، فيما كانت الإجابة بلا عند جنس الذكور بنسبة 33,33% وعند الإناث بنسبة 18,75% .

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على آثار ايجابية ساعدت على ترسيخ الأخلاق لدى المراهقين أفراد عينة الدراسة، كما يمكن تفسير إجابة أفراد العينة الذين أجابوا بلا بأنهم لم يجدوا فيها ما يعزز أخلاقهم.

الجدول رقم (54): يوضح لماذا شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أخلاق أفراد العينة الذين أجابوا بنعم

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
38,82%	59	تطلع على مواضيع أخلاقية إسلامية كنت تجهلها
34,21%	52	تساعد في التوعية الأخلاقية ونشر معلومات دينية
26,97%	41	تساعد في التواصل مع مرشدين تعرفهم
-	-	أخرى تذكر
100%	*152	المجموع

تبين معطيات الجدول أعلاه (54) سبب التأثير الإيجابي على أخلاق المراهقين عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الذين أجابوا لأنهم يطلعون على مواضيع أخلاقية إسلامية كانوا يجهلونها 38,82% يليه تساعد في التوعية الأخلاقية ونشر معلومات دينية بنسبة 34,21%، ثم تساهم في التواصل مع مرشدين تعرفهم بنسبة 26,97%، فيما لم تكن هناك أي أسباب أخرى ذكرت، ما يدل على أن شبكات التواصل تحتوي على منشورات أخلاقية لها أن تدعم أخلاق المراهقين وتعززها وتحث على التمسك بها أكثر.

* المجموع أكثر من أفراد العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة

الجدول رقم (55) : يوضح العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير على الأخلاق بشكل ايجابي

المجموع		لا		نعم		التكرار والنسبة الحجم الساعي
%	ت	%	ت	%	ت	
%12,09	15	%24,24	08	%07,70	07	أقل من ساعة
%34,68	43	%21,21	07	%39,56	36	من ساعة إلى ساعتين
%53,23	66	%54,55	18	%52,74	48	من ساعتين إلى أربع ساعات
%100	124	%100	33	%100	91	المجموع

تشير معطيات الجدول أعلاه(55) أن الحجم الساعي من ساعتين إلى أربع ساعات نال

نسبة %53,23 كأكبر نسبة ،وحسب ما بينته النتائج الجزئية أن %54,55 أجابوا بلا بمعنى أن شبكات التواصل لا تؤثر بشكل ايجابي على الأخلاق و %52,74 أجابوا بنعم ، فيما جاء الحجم الساعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة %34,68 حيث بينت النتائج الجزئية أن %39,56 أجابوا بنعم و %21,21 أجابوا بلا فيما جاءت المرتبة الأخيرة للحجم الساعي أقل من ساعة بنسبة %12,09 حيث بينت النتائج الجزئية أن %24,24 أجابوا بلا و %07,70 بنعم .

من خلال هذه القراءة التحليلية للجدول نلخص إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأطول وقت ممكن لا يؤثر على الأخلاق بشكل ايجابي أنه كلما زاد وقت الاستخدام زاد الإدمان على هذه الشبكات وزاد ضياع الوقت في هذا العالم الافتراضي أكثر من قضاء الوقت في الواقع .

خلاصة المحور:

أسفرت بيانات المحور الخامس الآثار الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي، وأن معظم المبحوثين يتمسكون بأخلاقهم عند استخدامهم لهذه الشبكات، إضافة إلى أنهم يصادفون فيديوهات وصور غير لائقة لكن يقومون بتجنبها وأنهم قد استفادوا من الموضوعات التي ترشدتهم إلى تصحيح بعض أفكارهم، وأن هذه الشبكات ساعدت في زيادة الوعي الديني لديهم، إضافة إلى مساهمتها في ترسيخ الأخلاق والقُدوة الحسنة من جهة وأنهم يعارضون التحرر بالعلاقات الجنسية بين الجنسين عبر شبكات التواصل من جهة أخرى، وأكد معظم المبحوثين من أفراد العينة أن شبكات التواصل تؤثر عليهم بشكل إيجابي.

النتائج العامة للدراسة:

من خلال عرض ومناقشة البيانات الموضحة في الجداول المتعلقة بالدراسة ، ومن خلال ذكر استنتاجات أولية خاصة بكل محور من محاور الاستمارة حول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهق تمكنا من صياغة مجموعة من النتائج العامة لهذه الدراسة وهي ك الآتي:

بالنسبة للبيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين فقد تبين لنا أن:

- نسبة الإناث في عينة دراستنا تفوق نسبة الذكور حيث بلغت نسبة الإناث 51,62% مقابل 48,38% للذكور.

- كما بينت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد عينة الدراسة من المبحوثين متمدرسين في السنة الثالثة ثانوي وبنسبة قدرت ب 56.45%.

نتائج عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي:

- بينت الدراسة أن جميع أفراد العينة يمتلكون حساب أو حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 100%.

- بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يمتلكون أكثر من حساب على شبكات التواصل الاجتماعي ، وقد جاء حساب الفيسبوك في المقدمة بنسبة 27,07% يليه الإنستغرام بنسبة 15,14% ، فيما جاءت بقية الحسابات بنسب متقاربة فيما بينها.

- أثبتت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة قدرت ب 58,07% مما يؤكد خبرة أفراد عينة الدراسة في استخدام هذه الشبكات.

- كشفت نتائج الدراسة أن الحجم الساعي لاستخدام أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي عالي، وذلك حسب ما جاءت به إجاباتهم، حيث أن 54,83% من المبحوثين (أكثر من نصف عينة الدراسة) يستخدمون هذه الشبكات من ساعتين إلى أربع ساعات .
- بينت نتائج الدراسة أن فترات تصفح أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي تختلف من مبحوث لآخر.
- بينت نتائج الدراسة أن الفترة المفضلة لتصفح شبكات التواصل حسب أفراد العينة هي الفترة الليلية بنسبة قدرت ب 68,55% .
- بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام شبكات التواصل في المنزل وذلك بنسبة قدرت ب 70,97% .
- بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمفردهم بنسبة 37,10%، تليها مع الأصدقاء بنسبة 35,49% .

نتائج محور الإشاعات المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي:

- كشفت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي بنسبة 93,55%، بحيث أن المراهقات الإناث تساعدهم أكثر من المراهقون الذكور حسب ما جاء في نتائج استخدام الشبكات في المجال العلمي حسب متغير الجنس.
- بينت نتائج الدراسة أن أهم الإشاعات التي يحققها المراهقون من شبكات التواصل الاجتماعي هي الحصول على الدروس من الأصدقاء والزملاء بنسبة بلغت 40,83% وتحميل كتب في مجال التخصص المدرس بنسبة بلغت 25,69% .
- كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي بنسبة 93,55%، بحيث أنها تساعد إناث أكثر من ذكور عينة الدراسة في هذا

المجال، حسب ما جاء في نتائج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي حسب متغير الجنس.

- بينت نتائج الدراسة أن أهم الاشباعات التي يحققها المراهقون من شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي هي التواصل مع الأهل والأقارب بنسبة بلغت 33,88% والتواصل مع الزملاء في المؤسسة بنسبة 33,07%.
- كما كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي بنسبة 95,17%، بحيث أنها تساعد إناث أكثر من ذكور من عينة البحث، وذلك حسب نتائج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي حسب متغير الجنس.
- بينت نتائج الدراسة أيضا أن أهم الاشباعات التي يحققها المراهقون عينة البحث من شبكات التواصل الاجتماعي، في المجال الترفيهي هي مشاهدة مقاطع فيديو مضحكة بنسبة 32,35% والمشاركة في الألعاب الالكترونية الجماعية بنسبة 24,25%.
- كشفت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تحقيق القليل من الاشباعات حسب ما ذكره أفراد العينة بنسبة قدرت ب 58,07%.
- كشفت نتائج الدراسة أن طبيعة الاشباعات المحققة من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ثقافية بنسبة قدرت ب 20,90%، معرفية بنسبة 16,62%، ثم دينية 15,68%.
- كشفت نتائج الدراسة أن الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي لم تجعل المراهقين يتخلون عن أخلاقهم بنسبة 80,65%.

نتائج محور المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- أوضحت لنا نتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة لا يتخلون عن أخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 89,51%.
- كشفت نتائج الدراسة أن أهم الأسباب التي تجعل المراهقون يتحلون بأخلاقهم أثناء مشاهدتهم لمحتوى المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو الخشية من الله بنسبة قدرت بـ 59,82%.
- كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل هي توجيهية إرشادية بنسبة 50%.
- بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة استفادوا من المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 91,93%.
- كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر المضامين الأخلاقية التي استفادوا منها هي نشر القيم الأخلاقية بنسبة 36,53%.
- كشفت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة غير متأكدين من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق في شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 65,33%.
- بينت نتائج الدراسة أن أهم سبب لعدم تأكدهم من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق في شبكات التواصل الاجتماعي هو عدم التأكد من مصادرها بنسبة 49,39%.
- بينت نتائج الدراسة أن أكثر المضامين التي يطلع عليها معظم أفراد عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي حسب المراهقون الذكور والإناث، المنشورات الدينية بنسبة 35,20%.

- كشفت نتائج الدراسة أن المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على نماذج للأخلاق بنسبة 80,64%.
 - كشفت نتائج الدراسة أن هناك تفاوت في النسب لإلتماس عينة الدراسة للأخلاق في شبكات التواصل الاجتماعي.
- نتائج محور الآثار الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي:
- بينت نتائج الدراسة أن المبحوثين من أفراد العينة يتمسكون بأخلاقهم عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب 87,91%.
 - كما بينت نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين تمسك المبحوثين بالأخلاق ومع من يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
 - كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين تصادفهم صور وفيديوهات غير لائقة أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب 87,10%.
 - وكشفت نتائج الدراسة أيضا عن ردة فعل المبحوثين اتجاه هذه الفيديوهات والصور الغير لائقة حيث يقومون بتجنبها بنسبة قدرت ب 83,33%.
 - بينت نتائج الدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى الإهمال في الشعائر الدينية مثل تأخر الصلاة لدى المبحوثين بنسبة 47,59%.
 - بينت نتائج الدراسة أن علاقة الحجم الساعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لديه تأثير في إهمال الشعائر الدينية لدى المبحوثين .
 - كما بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة يستفيدوا من الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

- بينت نتائج الدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لسنوات له علاقة باستفادة المبحوثين من الموضوعات الأخلاقية المنشورة عبرها.
- بينت نتائج الدراسة أن خدمات شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في ترسيخ الأخلاق والقدوة الحسنة للمبحوثين بنسبة 75%.
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة لا يؤيدون التحرر بالعلاقة بين الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب 46,77%، وبينت النتائج أن الإناث يعارضون التحرر في مثل هذه العلاقات عبر شبكات التواصل أكثر من الذكور بنسبة قدرت ب 53,38% هذا ما جاء به النتائج حسب متغير الجنس.
- كما بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة لا يؤيدون أن تكون لهم علاقة عاطفية مع الجنس الآخر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 55,65%.
- بينت نتائج الدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يدفع المراهقين إلى مشاهدة الأفلام الجنسية والصور الإباحية التي تنشر عبر هذه الشبكات.
- كما بينت نتائج الدراسة أن أخلاق بعض من أفراد عينة الدراسة لا تعيق حريتهم أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 50,88%.
- بينت نتائج الدراسة أن الأخلاق لا تعيق حرية بعض من أفراد العينة عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لأنهم يرون أن الالتزام الأخلاقي لا يتعارض مع التقدم والحياة الحديثة.
- بينت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على أخلاق معظم أفراد عينة الدراسة بنسبة 84,68%.
- وبينت نتائج الدراسة أيضا أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل سلبي على أخلاق المراهقين لتمسكهم بدينهم وعدم ثققتهم بكل ما ينشر عبر هذه الشبكات.

- بينت نتائج الدراسة أن الحجم الساعي له علاقة بالتأثير على أخلاق المراهقين بشكل سلبي.
- كما بينت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي على أخلاق المراهقين من أفراد العينة بنسبة 74,20%، وذلك لإطلاعهم على مواضيع أخلاقية إسلامية ومساهمة هذه الشبكات في التوعية الأخلاقية ونشر معلومات دينية.
- وبينت نتائج الدراسة أن الحجم الساعي الكبير الذي يقضيه أفراد عينة الدراسة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يؤثر بشكل إيجابي على أخلاقهم.

خاتمة

خاتمة:

في ضوء ما انتهت إليه الدراسة والتي حاولنا من خلالها استطلاع أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين.

نقول أن الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي وأثر استخدامها على مختلف طبقات وفئات المجتمع، ونخص بالذكر فئة المراهقين باعتبارها من بين أكثر الفئات تعرضا لهذه الشبكات، قد بات يمس حياته في مختلف المجالات سواء الثقافية، الاجتماعية، العلمية وحتى الأخلاقية .

فقد حاولنا من خلال دراستنا هذه التعرف على حقيقة التأثير التي تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على المراهقين وعلى سلوكياتهم خاصة من الناحية الأخلاقية التربوية، وذلك بدءا بالكشف عن عادات الاستخدام، وأهم الاشباع المحققة لهم من هذه الشبكات ثم التعرف على نوعية المضامين الأخلاقية المنشورة التي يلتمسها المراهق، وصولا إلى فهم طبيعة الآثار الناتجة على أخلاقهم من وراء استخدامهم لهذه الشبكات .

وقد خلصت الدراسة إلى أن هذه الشبكات تمكنت وبمختلف خدماتها أن تحظى باهتمام كبير من قبل المراهقين، وتشغل معظم أوقاتهم إضافة إلى تحقيقها عدة اشباع على المستوى العلمي والاجتماعي والترفيهي، لكن هذا لا يعني بالضرورة أن استخدام شبكات التواصل من طرف فئة المبحوثين يحقق الاشباع لديهم بشكل كبير لدرجة رضاهم التام به فهذا ما أكده معظم المبحوثين في دراستنا.

وكشفت الدراسة أيضا أن الاشباع التي حققتها هذه الشبكات للمراهق الجزائري من خلال عينة البحث المختارة لم تجعلهم يتخلون عن أخلاقهم أثناء تعرضهم لمحتوى المضامين المنشورة عبرها وذلك يرجع أساسا لخشيتهم من الله تعالى هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن معظم المبحوثين قد أجزموا على احتواء المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل على نماذج للأخلاق وهذا لا يعني تأكدهم من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق عبر الشبكات وذلك يعود لعدم تأكدهم من

مصدرها، وهذا دفع أغلبية أفراد العينة إلى التمسك أكثر بأخلاقهم عند استخدامهم لهذه الشبكات و ذلك بتجنب المنشورات غير اللائقة ، لهذا فقد كان تأثير شبكات التواصل على أخلاق المراهق بشكل إيجابي ، وذلك لما وفرته لهم من مواضيع أخلاقية تربوية، إضافة إلى مساهمتها في التوعية الأخلاقية الكبيرة التي تحدثها لمعظم المبحوثين من خلال إطلاعهم على مجموعة من المعلومات الدينية، لكن لا يمكن الجزم بأن شبكات التواصل تخلوا من السلبيات اتجاه جميع كل المبحوثين نظرا لانشغال بعض المبحوثين بها لوقت كبير فذلك دفعهم إلى إهمال تأدية بعض من شعائهم الدينية كتأخر وقت الصلاة.

وفي الأخير يمكننا القول أن التطور الكبير في تكنولوجيا الإعلام التي و صلت إليه اليوم ، واكتساحها لجميع مناحي الحياة الإنسانية جعلتها تكون سلاح ذو حدين فرغم ما تقدمهم لبعض الأفراد من خدمات معلوماتية اتصالية من بحث و معالجة متجاوزة بذلك عنصري الزمان والمكان و إرشادية أخلاقية ، إلا أنها توهم البعض الآخر بأفكار وسلوكيات غير واقعية و تجعلهم بذلك يعيشون في عالم افتراضي مزيف.

وتعد دراستنا هذه إحدى حلقات البحث المتابعة في المجال، وذلك من أجل توضيح الآثار التي تتركها شبكات التواصل الاجتماعي في الأفراد و ذلك من وراء استخدامهم لها واعتمادهم عليها في مختلف مناحي حياتهم اليومية.

قائمة

المصادر

والمراجع

القرآن الكريم

أولاً: القواميس و المعاجم :

1. معجم المعاني الجامع-عربي عربي .
2. معجم الوسيط: مجمع اللغة العربية بالقاهرة، ط1، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004.
3. معجم غريب القرآن: للراغب الأصفهاني.
4. معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال: مي العبد الله، ط1، دار النهضة العربية بيروت 2014.
5. معجم لسان العرب: لابن منظور، دار مادر، الجزء الأول، 2003.

ثانياً: الكتب باللغة العربية :

6. أبو أصعب صالح و أبو عرجة تيسير: الاتصال والعلاقات العامة، ط1، الشركة العربية المتحدة للتسويق والواردات، القاهرة، مصر، 2011.
7. أحمد جرار ليلي: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر.
8. الأعظمي سعيد رشيد: أساسيات علم نفس الطفولة والمراهقة نظريات حديثة ومعاصرة، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
9. أمين رضا: الإعلام الجديد ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
10. أنور شكري فايزة: القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
11. بن حسن العريشي جبريل ، بنت عبد الرحمن محمد الدوسري سلمى: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان 2015.
12. بن کران سلمان بكر: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
13. بوحوش عمار و الذنبيات محمد محمود: مناهج البحث وطرق إعداد البحوث ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2011.

14. التركيبي ناجي: فلسفة الأخلاق عند مفكري الإسلام، دار دجلة للنشر، عمان،
2012.
15. الجبوري حسين محمد جواد: منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية
ط1، دار الصادق الثقافية، 2013.
16. جرجس ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، دار النهضة العربية،
لبنان بيروت.
17. حمدي محمد الفاتح: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار أسامة
للنشر، الأردن عمان، 2017.
18. خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، جسور للنشر
والتوزيع، 2008.
19. خورشيد مراد كامل: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص،
النظريات، ط1، دار الميسرة للنشر، 2011.
20. الداهري صالح حسن أحمد: سيكولوجية المراهقة ومشكلاتها، مؤسسة الوراق للنشر
والتوزيع الأردن 2012.
21. الدليمي عبد الرزاق محمد: الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، ط1، دار وائل
للنشر، الأردن 2011.
22. الديهي محي الدين إسماعيل محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على
جمهور المتلقين ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.
23. ذو الفقار شيماء: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات
الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
24. الرشدان عبد الله زاهي: التربية والتنشئة الاجتماعية، ط1، دار وائل للنشر، عمان،
2005.

25. رشوان حسين عبد الحميد أحمد: الأخلاق دراسة في علم الاجتماع الأخلاقي، مؤسسة شباب الجامعة، 2008.
26. رشوان حسين عبد الحميد أحمد: علم الاجتماع الأخلاقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية 2002.
27. الرفاعي أحمد حسين: مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، ط1، دار وائل للنشر، عمان 2005.
28. الريماوي محمد عودة: علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان 2014.
29. الزيدي طه أحمد: المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي - دراسة تأصيلية وتحليلية لأخلاقيات الإعلام في موثيق الشرق الإسلامية، ط1، دار النفائس للنشر، 2013.
30. شاوي برهان: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار ومكتبة الكندي للنشر، عمان الأردن، 2014.
31. الشريف عبد العزيز: أخلاقيات الإعلام، ط1، دار يافا العلمية للنشر، الأردن، عمان 2014.
32. الشمايلة ماهر عودة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، الأردن، عمان، 2015.
33. الصباغ رمضان: الأحكام التقويمية في الجمال والأخلاق، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية 1998.
34. الضامن منذر: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع، 2007.
35. الطويل توفيق: فلسفة الأخلاق نشأتها وتطورها، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة.
36. عامر طارق عبد الرؤوف: الشباب واستثمار وقت الفراغ، ط1، دار الجوهرة للنشر، مصر، 2015.

37. عامر مصباح: التنشئة الاجتماعية والسلوك الانحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ط1، دار الأمة للطباعة والنشر، الجزائر، برج الكيفان، 2003.
38. عامر مصباح: التنشئة الاجتماعية والسلوك الانحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ط1، دار الأمة للنشر الجزائر، 2003.
39. عباسي بصلي فضة ، حمدي محمد الفاتح ، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام (النماذج والنظريات)، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2017.
40. عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، دار الشروق للنشر، بيروت، 2009.
41. العبد الله مي: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
42. عبوب محمد أمين: استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في إنتاج المضامين الإعلامية والثقافية، وسائط الاتصال والاستعمال والاستخدام، ط1، جامعة الجزائر، 2015.
43. عبيدات ذوقان وآخرون: البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، ط14، دار الفكر ناشرون و موزعون، 2012.
44. عصام صلاح مروى: الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، 2015.
45. عطا كريم عبد الكريم: لضغوط النفسية لدى المراهقين و مفهوم ذاته، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
46. عفيفي علاء الدين محمد: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي الإسكندرية، 2015.
47. علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، ط1، دار التعليم الجامعي للنشر، الإسكندرية 2015.

48. عيساوي أحمد: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة مصر 2014.
49. غرايبة فوزي وآخرون: أساليب البحث العلمي، ط3، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن، عمان، 2002.
50. غربي علي: تحليل المحتوى في كتابة الرسائل الجامعية، الفائز للنشر، قسنطينة، الجزائر، 2009.
51. الغزالي أبو حامد: إحياء علوم الدين، دار المعرفة، الجزء الثالث، لبنان
52. الفار محمد جمال: معجم المصطلحات الإعلامية، درا أسامة للنشر، الأردن، عمان، 2014.
53. فضل الله وائل مبارك خضر: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم 2011.
54. قنديلجي عامر إبراهيم: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع 2015.
55. قنديلجي عامر: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية دار البازوري للنشر، الأردن، عمان، 2007.
56. كافي مصطفى يوسف: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن 2015
57. محمد جابر سامية: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998.
58. المشابقة بسام عبد الرحمن: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
59. المصري محمود: من أخلاق الرسول صل الله عليه وسلم، ط1، الجزء2، دار التقوى للنشر والتوزيع 2007.

60. المصري محمود: موسوعة من أخلاق الرسول صل الله عليه وسلم، الجزء1، ط1، دار التقوى للنشر 2007.
61. المغربي كامل محمد: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، ط1، الثقافة للنشر عمان، 2007.
62. المقدادي خالد غسان يوسف : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر الأردن 2013.
63. الموسوي موسى جواد وآخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، 2011.
64. النعيمي محمد عبد العال وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي مؤسسة الوراق للنشر عمان، 2015.
65. نور عصام: الأسس النفسية للنمو، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2015.
66. الوائلي عامر عبد زيد: النظرية الأخلاقية من سؤال التأسيس إلى اختراق الممارسة السياسية، ابن النديم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
- ثالثا: الكتب باللغة الأجنبية :

67. **Manuels Payat : Jaime pas facebook, France, 2012.**

رابعاً: المجلات :

68. بن جمعة الهاشمي سالم: خلق غض البصر، مجلة الشبيبة، نشرت في 29-06-2015.
69. حجاج علي: أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة الجزائرية من الالتزام بنقل الحقائق إلى الاحتراف في صناعتها، مجلة الحكمة، العدد 27، 2014.

70. رامي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، 2003.

71. ساسي سفيان: الشباب واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لمنطقة الطارف مجلة الحكمة، العدد 27، السداسي 2، 2014.

72. عزي عبد الرحمن: أثر الوسائل السمعية البصرية على نظام القيم، أنماط الاستهلاك في المجتمع الريفي الوسيطي، مجلة علمية بحوث، العدد 1، 1992-1993.

73. مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395، يناير، 2012.

74. الناعية مروة: تقييد استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مجلة نوت.

خامسا: الرسائل الجامعية:

75. أديب محمد عوض رشا: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، جامعة القدس المفتوحة ، 2013 /2014.

76. بن شبرة محمد: التطبيع الاجتماعي لدى المراهق من خلال ممارسة النشاط البدني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2017.

77. بن علي الطيار فهد: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود.

78. بن فتح محمد علي محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية.

79. بوزيدي حفيظة: أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على الممارسات الاتصالية لدى الشباب المراهق المتمدرس الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2016/2017.

80. بومعيزة السعيد: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005.

81. حديبي عبد الحفيظ ، بلقرقيد صالح الدين: دوافع اختيار ممارسة كرة القدم عند المراهقين وعلاقتها بمستقبلهم المهني، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم تقنيات النشاطات البدنية الرياضية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2014-2015.

82. حسين ليلى: اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2014/ 2015.

83. حمودة أحمد يونس محمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية ديسمبر 2013.

84. حميدة أسماء ، قريطي مامة: استخدام طالبات الجامعة لموقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " مذكرة نهاية ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/ 2015.

85. رأفت محمد الجمال رباب: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي للشباب السعودي دراسة ميدانية، كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية البحث رقم 11، جدة.

86. صافة أمينة: آثار استعمال التكنولوجيا الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علم النفس الأسري، جامعة وهران، 2015/2016.

87. عبد المنعم محمد وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة، جامعة الملك فيصل.

88. عيادي منير : اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ،

2014/2015.

89. غزال مريم ، شعوبي نور الهدى: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013/ 2014.

90. قوادري الشيماء ، بوخدنة إيمان: الحرمان العاطفي وعلاقته بظهور السلوك العدواني عند المراهقين مذكرة ماستر تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2015-2016.

91. قواسمية حنان : مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ،جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2016.

92. لحمير وسام، هايف فوزية: علاقة القيم الأخلاقية بظاهرة الغش في الامتحانات لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2016/2017.

93. المدني أسامة غازي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى، السعودية، 2014/2015.

94. المنصور محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.

95. نومار مريم نريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

96. هادف نور الدين: التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007/2008.

سادسا: الصحف:

97. بن حسن الخضير إبراهيم: المراهقون حاجاتهم النفسية قد لا يتهياً لهم إشباعها من تلقاء أنفسهم جريدة الرياض، العدد 14130، الجمعة 2/03/2007.

98. معجم محمد: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ 8 محرم 1432هـ.

سابعاً: الملتقيات و البحوث:

99. الدوري إبراهيم أحمد: شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر

100. رشاد زكي وليد: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مارس 2012.

101. سبتي عباس: دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات سلبيات حلول مقترحات ، 10 ديسمبر 2013 .

102. لعرج سمير: الإعلام الجديد والأخلاق "اليوتيوب نموذجاً"، مداخلة أقيمت بالملتقى الوطني الأول حول الإعلام الجديد والمجتمع، جامعة جيغل، يومي 09/10 ديسمبر 2013.

ثامناً: المواقع الالكترونية:

103. حجازي إبراهيم علي: التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، 2018، متاح على الرابط الالكتروني الآتي: <https://books.google.dz>

104. الوافي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

<http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc>

105. الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي 2016، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

bohotti.blogspot.com

106. عادل عبد الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

[http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$.107](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$.107)
501..

108. فتحي مصطفى: مراجعة عن تويتر **twitter** إيجابيات وسلبيات تويتر، يناير 25/2014، متاح على الرابط الالكتروني الآتي: <https://www.ts3a.com>

109. سناب شات تطبيق التواصل الاجتماعي الأول لدى المراهقين، صحيفة الرأي اليوم، 19 مارس 2017، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

<https://www.raialyoum.com>

110. موقع Weziwezi.com

111. لكحل فيصل : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري المعاصر، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

<http://hdl.handle.net/123456789/970.112>

113. ر. فريد: +ness أول موقع تواصل اجتماعي جزائري، موقع جزايرس، نشر في 2014/4/3، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

<http://www.djazairress.com/akhbrelyoum/52015>

114. ف. زبير : اطلاق موقع "فايس أجزيريا" لمنافسة فايسبوك، موقع جريدة الخبر الالكترونية 2013/07/19 ، متاح على الرابط الالكتروني الآتي :

<https://www.elkhabar.com/ar/autres/%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%:345196.html>

115. موقع « get-File Portal, bu, edu. Sa »

116. موقع. <https://Forum,Sedty.com>.

117. الفقيه أروى: بحث في مفهوم القيم الخلقية، الأربعاء 27-يناير-2010، متاح على

الرابط الإلكتروني الآتي:

118. aljawharah.blogspot.com.

119. مشعل طلال: مقال بعنوان، أهمية الأخلاق في بناء المجتمع، متاح على الرابط الإلكتروني

الآتي: «mawdoo3.com3»

120. حمود غالب الأنسي عبد السلام: مقال بعنوان، الأخلاق وأهميتها وفوائدها، متاح على

الرابط الإلكتروني الآتي:

121. www.maqalaty.com.

122. منار التربية الإسلامية: درس العفة ودولها في محاربة الفواحش وحفظ الصحة، متاح على

الرابط الإلكتروني الآتي: www.startimes.com/?t=26223919.

123. حمداوي جميل: المراهقة وخصائصها ومشاكلها وحلولها، شبكة الألوكة، متاح على الرابط

الإلكتروني الآتي: [www. Alukah. Net](http://www.Alukah.Net)

124. خصائص وحاجات في علم نفس النمو المراهقة -الجزء الأول- إصدارات معهد الإمام

الباقر، متاح على الرابط الإلكتروني الآتي: www.almenber.org.

125. بن عون الزبير: المراهقة ماهيتها مظاهرها، خصائصها مشكلاتها، 2012/02/12، متاح

على الرابط الإلكتروني الآتي: www.grenc.com:

126. عويد حربي العرنوسي ضياء: أشكال المراهقة، شبكة جامعة بابل، متاح على الرابط

الإلكتروني الآتي: www.uobaylon.edu.iq

127. الفادي عبد العزيز وآخرون: المراهقة، المدرسة العليا للأساتذة، 2008-2009، متاح

على الرابط الإلكتروني الآتي:

128. [ppt /files cdt monadil webnode fz](http://ppt/files/cdt/monadil/webnode/fz).

129. فارس محمد: أثر الشبكات الاجتماعية على المراهقين، نشر في 2011/8/8، متاح على

<https://itwadi.com/node/1908> الرابط الالكتروني الآتي:

وجود المراهقين الدائم في مواقع التواصل يهدد صحتهم النفسية: جريدة النهار،

سبتمبر 2015، متاح على الرابط الالكتروني الآتي:

<https://www.annahar.com/article>

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان مقدمة في إطار الحصول على شهادة الماستر في

الاتصال والعلاقات العامة

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين

دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية هلال عبد الله بلغيموز

- جيجل -

ملاحظة: في إطار بحوث الدراسات الجامعية نضع بين أيديكم استمارة استبيان بعنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين، نرجو منكم الإجابة عن كل الأسئلة بصدق وموضوعية بوضع علامة (X) في المكان المناسب. نعدكم أن تحظى معلوماتكم هذه بالسرية التامة وأن لا تستخدم إلا من أجل أغراض البحث العلمي. نشكركم مسبقا على مساهمتكم وتعاونكم معنا.

إشراف الأستاذ:

أ د سمير لعرج

إعداد الطالبان:

أسماء بن مریم

عائدة فريطس

السنة الجامعية: 2017/2018

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى

2. المستوى الدراسي: سنة أولى ثانوي

سنة ثانية ثانوي

سنة ثالثة ثانوي

المحور الثاني: عادات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي

3. هل تمتلك حسابا أو حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي:

نعم لا

4. إذا كانت الإجابة بنعم ما هو الحساب أو الحسابات الذي تملكها: (يمكنك اختيار أكثر من

إجابة)

الفيسبوك تويتر يوتيوب انستغرام
 سنا بشات فاير واتساب

أخرى تذكر

5. منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

أقل من سنة

من سنة إلى ثلاث سنوات

أكثر من ثلاث سنوات

6. عدد الساعات التي تقضيها في شبكات التواصل الاجتماعي:

أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين

من ساعتين إلى أربع ساعات

7. ما هي فترات تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

ليلاً

في المساء

في الظهيرة

صباحاً

8. ما هي الفترة المفضلة لديك:

ليلاً

في المساء

في الظهيرة

صباحاً

9. أين تفضل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

في الأماكن العامة

داخل المؤسسة

في المنزل

وسائل النقل

10. مع من تفضل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

بدون تحديد

مع العائلة

مع أصدقائك

بمفردك

المحور الثالث : الاشباع المحققة من استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي

11. هل يساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال العلمي :

لا

نعم

12. إذا كانت الإجابة نعم يتمثل ذلك في: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

التواصل مع الأساتذة في إطار علمي

الحصول على الدروس من الأصدقاء و الزملاء

تحميل كتب في مجال التخصص المدرس

تحميل كتب في المجالات المعرفية الأخرى

13. هل يساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاجتماعي:

لا

نعم

14. إذا كانت الإجابة نعم يتمثل ذلك في: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

التواصل مع الزملاء في المؤسسة

التواصل مع الأهل و الأقارب

إحياء صداقات قديمة

التواصل مع الجنس الآخر لأغراض عاطفية

15. هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الترفيه:

لا

نعم

16. إذا كانت الإجابة نعم تمثل ذلك في: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

المشاركة في الألعاب الالكترونية الجماعية

مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة

مشاهد مقاطع فيديو في المجال الرياضي

التعليقات الساخرة على المضامين المنشورة

17. هل ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق نوع من الاشباعات لديك:

كثيرا قليلا أبدا

18. ما طبيعة الاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

معرفة عاطفية تربية إخبارية
رياضية دينية ثقافية

19. هل الاشباعات التي حققتها لك شبكات التواصل الاجتماعي جعلتك تتخلى على أخلاقك:

نعم نوعا ما لا

المحور الرابع: المضامين الأخلاقية التي يلتمسها المراهقون من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

20. هل تتخلى بأخلاقك أثناء مشاهدتك لمحتوى المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

نعم لا

21. إذا كانت الإجابة بنعم ذلك بسبب: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

قوة إيمانك تمسكك بأخلاقك خشيتك من الله

22. ما طبيعة المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

توجيهية إرشادية تحفيزية لتبني الأخلاق
ترغيبية لتبني الأخلاق

أخرى تذكر

.....

23. هل استفدت من المضامين الأخلاقية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

لا

نعم

24. إذا كانت الإجابة بنعم فيما تمثلت هذه المضامين:

قراءة و حفظ القران الأمانة في التعامل كتم أسرار الأصدقاء

نشر القيم الأخلاقية

أخرى تذكر

.....

25. هل أنت متأكد من مصداقية ما ينشر عن الأخلاق في شبكات التواصل الاجتماعي:

لا

نعم

26. إذا كانت الإجابة بلا ما سبب ذلك:

عدم التأكد من مصادرها عدم احتوائها على نصوص قرآنية و أحاديث نبوية

قد تكون كاذبة و مزورة

27. ما المضامين الأخلاقية التي تطلع عليها في شبكات التواصل الاجتماعي: (يمكنك اختيار أكثر

من إجابة)

مقاطع فيديو إرشادية للأئمة

منشورات دينية

مشاهدة المسلسلات التاريخية الدينية

الأناشيد الدينية

فتاوى دينية

28. في رأيك هل المضامين المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على نماذج الأخلاق

الإسلامية:

لا

نعم

29. هل تلمس الأخلاق الآتية فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتغير الأخلاق
					الصدق
					الأمانة
					غض البصر
					الحياء
					كنم و حفظ الأسرار
					العفة
					الضمير
					الخير والشر
					الرقابة
					الإخلاص
					النفاق

المحور الخامس: التأثيرات الناتجة في النسق الأخلاقي عن تعامل المراهقين مع شبكات التواصل الاجتماعي

30. هل تتمسك بأخلاقك عند استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي:

نعم لا

31. هل تصادفك صور أو فيديوهات غير لائقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

نعم لا

32. إذا كانت الإجابة بنعم:

تقوم بتجنبها

تركز معها

إعادة النظر إليها

33. هل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى إهمال الشعائر الدينية مثل تأخر الصلاة:

أوافق أعارض محايد

34. ماذا استفدت من موضوعات شبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الأخلاقية:

دعمت أخلاقك توجهك إلى اكتساب سلوك حسن

ترشدك إلى تصحيح بعض أفكارك

أخرى تذكر.....

35. هل أسهمت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني لديك:

لا

نعم

36. هل أسهمت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الأخلاق و القدوة الحسنة

لديك:

لا

نعم

37. هل تؤيد التحرر بالعلاقات بين الجنسين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

أعارض

محايد

أوافق

38. هل تؤيد أن تكون لك علاقة عاطفية مع الجنس الآخر من خلال استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي:

أعارض

محايد

أوافق

39. هل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي يدفعك إلى مشاهدة الأفلام الجنسية والصور

الاياحية التي تنشر عبرها:

لا

نعم

40. إذا كانت الإجابة ب لا ما هو السبب الذي يجنبك مشاهدتها: (يمكنك اختيار أكثر من

إجابة)

التمسك بتربيتك

التمسك بالأخلاق

ليست من اهتماماتك

لا ترغب برؤيتها

الرقابة الإلهية

41. هل أخلاقك تعيق حريتك أثناء استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي:

لا

نعم

42. إذا كانت الإجابة ب لا لأن:

الالتزام الأخلاقي يتعارض مع التقدم والحياة الحديثة

هناك أشياء في الحياة أكثر من التمسك بالأخلاق

أداء الواجب الأخلاقي غير مشروط

43. هل تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على أخلاقك بشكل سلبي:

لا

نعم

44. إذا كانت الإجابة ب لا ذلك يعود إلى:

تجنبك للمضامين الغير أخلاقية

وعيك و تمسكك بدينك

عدم ثقتك بكل ما ينشر عبر هذه الشبكات

أخرى تذكر

45. هل تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على أخلاقك بشكل ايجابي:

لا

نعم

46. إذا كانت الإجابة ب نعم ذلك يعود إلى:

تطلع على مواضيع أخلاقية إسلامية كنت تجهلها

تساهم في التوعية الأخلاقية و نشر معلومات دينية

تساعد في التواصل مع مرشدين تعرفهم

أخرى تذكر

.....