

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على

أخلاقيات الطالب الجامعي

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيجل أمغودجا -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

• د/ عادل شيهب

إعداد الطالبين:

• عثمان بودشيش

• يحيى مولا هم

اللجنة المناقشة

1- أ. سعيدة عباس ..... رئيسا

2- د. عادل شيهب ..... مشرفا ومقرا

3- أ. زينة جدعون ..... عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017م - 2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرفان

نحمد الله الذي هدانا لهذا وعلمنا

ما لم نعلم ويسر لنا هذا العمل

ونصلي ونسلم على أشرف خلق الله وعلى آله وصحبه

ومن اهتدى بهديه إلى يوم الدين.

أما بعد فنتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل

من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر الأستاذ المشرف : عاوان شيهب

وكذا كافة الأساتذة الذين سهروا

على تعليمنا من اللبترائي إلى الجامعة.

# إهداء

أهدي هذا العمل إلى

الوالدين الكريمين

إلى إخوتي الأغزاء أدام الله عليهم نعمة

الصحة والعافية وأوسعهم بالنجاح

إلى كل الأصدقاء وإلى كل من يتتبع نجاحاتي

في الحياة متمنين

لي التوفيق



## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
04	تمهيد
05	أولا: مشكلة الدراسة
08	ثانيا: فرضيات الدراسة
08	ثالثا: أسباب اختيار الموضوع
09	رابعا: أهمية الدراسة
10	خامسا: أهداف الدراسة
11	سادسا: مفاهيم الدراسة
20	سابعا: الدراسات السابقة
28	ثامنا: المقاربات العلمية المعتمدة
35	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها	
37	تمهيد
38	أولا: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
38	1-1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
40	ثانيا: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
40	1-2- تقسيم الشبكات الاجتماعية
41	2-2- تقسيم الشبكات الاجتماعية حسب ميزاتها

## فهرس المحتويات

41	ثالثا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
41	3-1- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية
42	3-2- المشاركة
42	3-3- الانفتاح
42	3-4- المحادثة
42	3-5- الأصدقاء والعلاقات
42	3-6- إرسال الرسائل
42	3-7- ألبومات الصور
43	3-8- المجتمع
43	3-9- المجموعات
43	3-10- الترابط
44	3-11- الصفحات
44	رابعا: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
44	4-1- الفراغ
44	4-2- البطالة
45	4-3- المشاكل الأسرية
45	4-5- الإشباع المعرفي
45	4-6- الرأي والتعبير
46	خامسا: الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
46	5-1- الآثار الإيجابية للشبكات الاجتماعية
47	5-2- الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
50	سادسا: نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي
50	6-1- الفايسبوك: Facebook

## فهرس المحتويات

51	2-6-اليوتيوب
52	سابعا: الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
53	1-7-الملفات الشخصية
53	2-7-الأصدقاء والعلاقات
53	3-7-ارسال الرسائل
53	4-7-ألبومات الصور
53	5-7-المجموعات
54	ثامنا: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي
54	1-8-الأثار التعليمية
55	2-8-الأثار الصحية والنفسية
55	3-8-الأثار العقائدية
57	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الأخلاق	
59	تمهيد
60	أولا: التطور التاريخي للأخلاق
61	ثانيا: خصائص الأخلاق
61	1-2- الأخلاق الربانية
62	2-2- الشمولية
62	3-2- مطلقة وثابتة
63	4-2-العالمية
63	5-2- الوسطية
63	6-2- مراعاة الطبيعة الإنسانية

## فهرس المحتويات

64	ثالثا: أهمية الأخلاق
65	رابعا: مصادر الأخلاق
66	خامسا: أقسام الأخلاق
67	5-1- الأخلاق النظرية
67	5-2- الأخلاق العلمية
67	سادسا: وسائل اكتساب الأخلاق
68	6-1- تصحيح العقيدة
68	6-2- العبادات
69	6-3- الضغط الاجتماعي من قبل المجتمع الإسلامي
69	6-4- سلطات الدولة الإسلامية
70	6-5- إدامة النظر في السيرة النبوية
70	6-6- الصبر
71	6-7- التفكير في الآثار المترتبة على حسن الخلق
71	6-8- الأمثال القرآنية
71	سابعاً: نماذج عن الأخلاقيات
71	6-1- خلق الأمانة
75	6-2- خلق الصدق
76	6-3- خلق التسامح
77	6-4- خلق حب العلم
78	ثامنا: الأخلاق الاجتماعية والسلوك الإنساني

## فهرس المحتويات

81	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
83	تمهيد
84	أولاً: مجالات الدراسة
85	ثانياً: منهج الدراسة
86	ثالثاً: أدوات جمع البيانات
88	رابعاً: عينة الدراسة
90	خلاصة الفصل
الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة.	
92	تمهيد
93	أولاً: عرض وتحليل البيانات الميدانية للدراسة
145	ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة
145	1-2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
148	2-2- النتيجة العامة للفرضيات
149	2-3- مناقشة النتائج في ضوء الأهداف
150	2-4- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
152	2-5- النتائج العامة للدراسة

## فهرس المحتويات

154	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	اسم الجدول	جدول رقم
93	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
93	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن	02
94	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأصل الجغرافي	03
95	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	04
95	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص	05
96	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	06
97	يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها	07
98	يمثل توزيع المبحوثين حسب ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها	08
98	يمثل توزيع المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه في استخدام هذه المواقع	09
99	يمثل توزيع المبحوثين حسب الفترات التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي	10
100	يمثل توزيع المبحوثين حسب يمثل دوافع الإقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب	11
101	يمثل توزيع المبحوثين حسب الهدف من التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب	12
102	يمثل توزيع المبحوثين حسب خدمات الفايسبوك واليوتيوب المفضلة لديه	13
103	يمثل توزيع المبحوثين حسب تحفيز مختلف الصور والفيديوهات عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب على تبني سلوكيات جديدة	14
104	يمثل توزيع المبحوثين حسب ما يثيرهم أكثر في منشورات الفايسبوك واليوتيوب أثناء تصفحهم لها	15

## فهرس الجدائل

105	يمثل توزيع المبحوئين حسب تعرضهم للصور والفيديوهاة عبر موقع الفايسبوك واليويوب ومساهما في تغيير بعض الجواب في حياتهم الطلاية	16
106	يمثل توزيع المبحوئين حسب نوع المنشورات عبر موقع الفايسبوك واليويوب وما تهدف إليه	17
107	يمثل توزيع المبحوئين حسب انطباعاايم أثناء مشاهدايم للصور والفيديوهاة التي تعرض على موقع الفايسبوك واليويوب	18
108	يمثل توزيع المبحوئين حسب الصور التي يهيمون بها عبر مواقع الفايسبوك واليويوب	19
109	يمثل نوزع المبحوئين حسب نوع الفيديوهاة التي يافحصونها عبر موقع الفايسبوك واليويوب	20
110	يمثل توزيع المبحوئين حسب تفاعلاهم مع محتوى الصور والفيديوهاة عبر الفايسبوك واليويوب وتشجيع الأخرين على متابعاها	21
111	يمثل توزيع المبحوئين حسب تصنيفهم للصور والفيديوهاة عبر مواقع التواصل الاااماعي الفايسبوك واليويوب وأاارها على مجهداايم المعرفية	22
112	يمثل توزيع المبحوئين حسب اسأااامهم لمواقع التواصل الاااماعي الفايسبوك واليويوب وكيفية تصورهم لأاااير هذه المواقع في حياتهم الطلاية اليويمية	23
113	يمثل توزيع المبحوئين حسب أاااير آاباااا الفيديو عبر موقع الفايسبوك واليويوب على سلوك الطالب	24
114	يمثل توزيع المبحوئين حسب كآافااا تعرضهم لمأااوى الصور والفيديوهاة عبر موقع الفايسبوك واليويوب وأاااره عللا أخلاااااايم الفرديااا	25
115	يمثل توزيع المبحوئين حسب آاااااايمهم لما يعرض عبر الفايسبوك واليويوب من صور وفيديوهاة	26

## فهرس الجداول

116	يمثل توزيع المبحوثين حسب الكلمات التي يستخدمونها أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب	27
117	يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع الألفاظ الذين يوظفونها للدردشة عبر موقع الفايسبوك	28
118	يمثل توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع منشورات الكتائية على موقع الفايسبوك واليوتيوب ومدى اكتسابهم ألفاظ جديدة	29
119	يمثل توزيع المبحوثين حسب القيم الأخلاقية التي يحملها المضمون اللفظي عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب ومدى تطابقهما مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع	30
120	يمثل توزيع المبحوثين حسب أثر المحتوى الكتابي واللفظي لموقع الفايسبوك واليوتيوب على شخصياتهم كطلبة جامعيين	31
121	يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الأسباب التي ساهمت في تأثير المحتوى الكتابي واللفظي عبر موقع الفايسبوك على أخلاقيات الطالب الجامعي	32
122	يمثل توزيع المبحوثين حسب مساهمة الرسائل الكتائية في تغيير بعض القيم الخلقية لدى الطالب الجامعي	33
123	يمثل توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع المحتوى الكتابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب بطريقة	34
124	يمثل توزيع المبحوثين حسب كيفية تقبل الإساءات اللفظية والكتائية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك واليوتيوب	35
115	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق الصدق بشكل كبير	36
126	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها	37

## فهرس الجداول

	لخلق الأمانة بشكل كبير	
127	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق الحياء بشكل كبير	38
128	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع لتواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق الإخلاص بشكل كبير	39
129	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق التعاون الكبير	40
130	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزهم بها لخلق احترام الآخرين بشكل كبير	41
131	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيم الخلقية السلبية لخلق الكذب	42
132	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية للتقليد الأعمى	43
133	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لارتداء شخصية افتراضية	44
134	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لقطع صلة الرحم	45
135	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية خلف إهمال الفرائض الدينية	46
136	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق عقوق الوالدين	47

## فهرس الجداول

137	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق التجسس على الآخرين	48
138	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق الأنانية وحب الذات	49
139	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق الإدمان على السهر	50
140	مثل توزيع أفراد العينة حسب الهدف من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وفق التخصص.	51
141	يمثل توزيع الأفراد العينة حسب الفترات التي يتصفحون فيها الفايسبوك واليوتيوب وفق الأصل الجغرافي	52
142	يمثل توزيع أفراد العينة حسب كمية الوقت الذي يقضيه في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفق النوع	53
143	يمثل توزيع الأفراد العينة حسب تعزيزها أثناء التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لقيمة التقليد الأعمى وفق النوع	54
144	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيمة الحياء فوق النوع	55

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة الموسومة بـ: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي.

في شكل تساؤل رئيسي مفاده: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي؟

ويتفرع منها مجموعة من الأسئلة الفرعية كالآتي:

ـ كيف يستخدم الطالب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي: مثل الفايسبوك واليوتيوب؟

ـ كيف يؤثر المحتوى اللغوي في الفايسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الخطاب اللفظي للطالب الجامعي؟

ـ كيف يؤثر تصفح الطالب الجامعي للصور والفيديوهات على موقع الفايسبوك واليوتيوب في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي؟

وقد تم اقتراح إجابات في شكل فرضيات كانت كالتالي:

فرضية رئيسية: تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي.

فرضيات فرعية:

ـ تختلف أشكال أنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفايسبوك واليوتيوب.

ـ يؤثر المحتوى الكتابي في الفايسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الخطاب اللفظي للطالب الجامعي.

ـ يؤثر تصفح الطالب الجامعي لمحتوى الصور والفيديوهات على موقع الفايسبوك واليوتيوب في تشكيل المواقف السلوكية لدى الطالب الجامعي في بعض المواقف الجامعية.

وللإجابة على تساؤلات الدراسة استعان الباحثان بمجموعة من الأدوات المنهجية منها: الملاحظة والاستمارة مستخدمين في ذلك المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات والمعلومات الوصفية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- توصلت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك.
- كما كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يقضون من ساعتين إلى أربع ساعات.
- توصلت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اللغة الهجينة أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب.
- توصلت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون بان محتوى الصورة والفيديو عبر موقع الفايسبوك يتطابق نوعاً مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع المحتوى الكتابي عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب بطريقة محترمة.

**Abstract:**

The main question of this study entitled: "The use of the social networking sites and its impact on the students' ethics." is "How does the social networking sites influence on the students' ethics?"

This main question has been divided on three sub questions:

1. How do students use the social networking sites?
2. How does the linguistic content of Facebook and YouTube influence on Ethics of students' oral discourse?
3. How do pictures and videos in the social networking sites influence the students' ethics?

Hypotheses were formulated to answer those questions:

The main hypothesis: Social networking sites influence the formation of a student's ethics

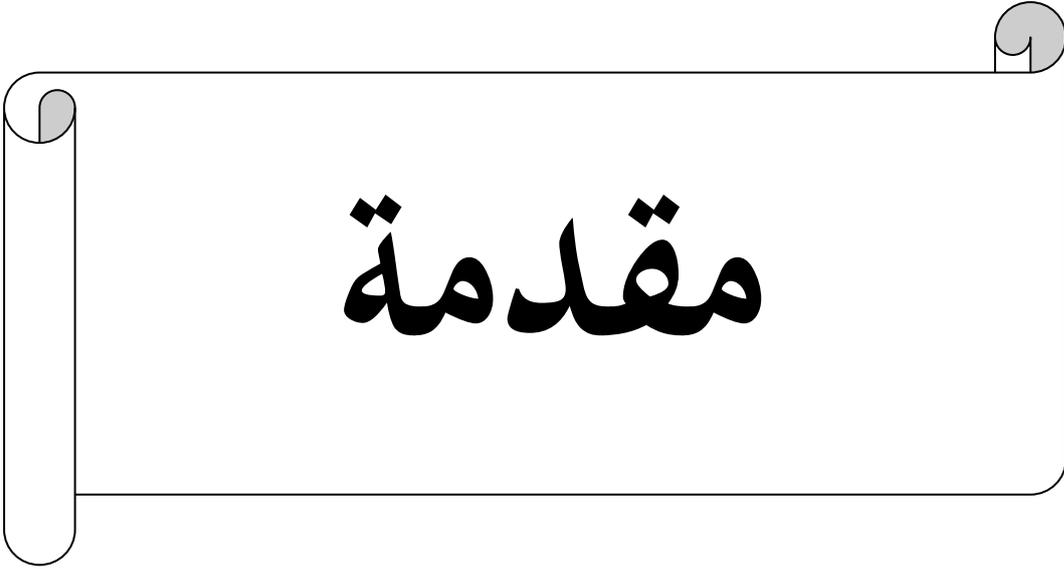
Sub-hypotheses:

1. The patterns of student's use of social networking sites vary such as: Facebook and YouTube
2. The written content in Facebook and YouTube influence on the student's oral discourse ethics.
3. Student browsing of image and video content on Facebook and YouTube affects student behavior.

To answer the questions of the study, we have used a set of methodological tools, including: observation and Questionnaire, using descriptive analytical approach to collect descriptive data and information.

**Following results were achieved through the analysis:**

- The study found that most respondents use Facebook.
- It also revealed that the majority of respondents spend two to four.
- The study found that the majority of respondents surf the social networking sites permanently.
- The study revealed that the majority of respondents use hybrid language while using social networking sites.
- The study found that the majority of respondents believe that the image and video content on the Facebook site corresponds somewhat to the moral values prevailing in the society.
- The study revealed that the majority of the respondents interact with the written content through the sites of Facebook and YouTube in a respectable manner.



# مقدمة

## مقدمة:

إن انتشار مواقع التواصل عبر الأنترنت وتغلغلها في مختلف مجالات الحياة، لا بد وأن يترك أثارا على مختلف الأنظمة الاجتماعية، وهذا قد يتسبب في ظهور العديد من المشكلات لدى الأفراد وفي مقدمتها المشكلات الأخلاقية، إذ لم يعد الإنسان يهتم بالقيم والعادات السائدة نتيجة الإغراءات الكثيرة والمتعددة التي ظهرت على محتوى موقع الفايستوك واليوتيوب، وعليه فعاملنا العربي يمر بفترة حرجة في حياته تتسم باهتزاز القيم واضطراب المعايير الاجتماعية والدينية والخلقية، وقد بدا ذلك واضحا من خلال ما نلاحظه في بداية تهاون الكثير من الطلبة الجامعيين عن القيام بالواجبات الدينية والاجتماعية، نظرا لتأثرهم وتعلقهم بهذه المواقع وانجذابهم نحو مختلف الصور والفيديوهات ومحتوياتهم وكذا خدماتها المتنوعة التي تلهيهم عن ذلك، هذا فضلا على بداية الخروج عن قوانين الضبط الاجتماعي والتمرد على العادات والقيم الأخلاقية من خلال اكتساب سلوكيات وقيم جديدة مقلدين نمط الغرب في ذلك، وعليه أصبح من الضروري الاهتمام بموضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين باعتبارها ظاهرة خطيرة تمس النظام القيمي للمجتمع وتهدد كيانه، وذلك من خلال القيام بإجراء دراسات حول هذه الظاهرة ومعرفة أسبابها الظاهرة منها والخفية، بهدف إعطاء حلول أو محاولة الحد من انعكاساتها السلبية على أخلاقيات الطالب الجامعي ومن أجل تحقيق هذا المسعى قام الباحثان بإجراء دراسة ميدانية بجامعة جيجل ومحاولة الوقوف على جوانب هذا الموضوع وقسمت إلى إطارين:

الإطار النظري: والذي يأتي بعد المقدمة، والتي تمثل تقديم للموضوع المدروس ويتضمن هذا الإطار فصلين، جاء الفصل الأول الموسوم بعنوان بالإطار المفاهيمي حيث تم تناول إشكالية الدراسة التي يعتبر تحليلها من أهم الخطوات التي تبلور موضوع الدراسة، فضلا عن تحديد فرضيات وأسئلة الدراسة فضلا عن تحديد أسباب اختيار الموضوع، والأهداف التي تهدف الدراسة إلى تحقيقها، وأهمية هذا الموضوع والمفاهيم التي تتعلق بالمتغير المستقل والمتغير التابع مع إعطاء كل مفهوم تعريف إجرائي خاص به، بالإضافة إلى الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية، أما الفصل الثاني المعنون

بمواقع التواصل الاجتماعي واستعمالاتها، فقد تم تناوله من خلال عدة عناصر حيث تم الطرق إلى نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، وأنواع الشبكات الاجتماعية وتقاسيمها وخصائصها، وذكر دوافع استخدامها والإشارة إلى سلبياتها، إيجابياتها وذكر تأثيراتها على أخلاقيات الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي والتطرق إلى نماذجها والخدمات التي تقدمها.

أما الفصل الثالث المعنون بالأخلاق تم ذكر التطور التاريخي للأخلاق تم تعداد بعض الخصائص وأهمية الأخلاق بالإضافة إلى مصادرها وذكر أقسامها تم التطرق إلى نماذج الأخلاق.

وبعد التطرق إلى هذه الفصول النظرية تم ربطها بفصلين تطبيقيين الممثلين للجانب الميداني للدراسة المتمثلة في مجالات الدراسة، والمنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات ثم مجتمع الدراسة، فضلا عن أسلوب التحليل الكمي والكمي، أما الفصل الخامس والأخير والذي جاء تكملة لما تم التطرق إليه في الفصول السابقة، حيث تناول عرض وتحليل وتفسير البيانات الميدانية للفرضية الفرعية الأولى والثانية والثالثة للحصول على نتائج تم تحليلها ومناقشتها في ضوء الفرضيات الفرعية والفرضية العامة، وكذلك مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة، وفي ضوء الأهداف، للوصول إلى نتائج عامة للدراسة.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

### تمهيد

أولاً: مشكلة الدراسة.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب الدراسة.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: مفاهيم الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

ثامناً: المقاربات العلمية المعتمدة.

### خلاصة الفصل

## تمهيد:

يشكل الإطار المنهجي في أي دراسة علمية مرحلة انطلاق فعلي وذلك بالنظر للأهمية البالغة التي تكتسبها هذه المرحلة فسر النجاح في البحث عادة ما يكمن في انتقاء سؤال جيد وموضوع بحث جيد.

ومن هذا المنطلق سنعالج هذا الموضوع من حيث الأسئلة والفرضيات وأهداف وأسباب الدراسة ومختلف الدراسات السابقة مع التأكيد على ضرورة إدراك التعريف الإجرائي كخطوة ضرورية مهمة في البحث.

## أولاً: الإشكالية:

يعتبر موضوع الأخلاقيات صعب التناول وذلك لنسبية الأخلاقيات واختلافها من فرد إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر لذلك يطرح هذا الموضوع إشكالات في حياتنا اليومية، باختفاء بعض الأخلاقيات وظهور أخرى جديدة، وتساءل حول هذا المفهوم الذي أصبح البعض يعتبره موضوعاً أو مفهوماً قديماً، ويعتبره البعض الآخر التغيير الذي يحدث فيها تقدماً وتحضراً، ولكننا حين نتأملها نجد أنفسنا مشدودين إليها شتناً أم أئيناً، ويعد تأثيرها في حياتنا عميقاً بالرغم من التغيرات التي تخضع لها الحياة، وهكذا تكون القيم الخلقية متأصلة في جميع ميادين حياتنا الثقافية منها الاجتماعية والدينية وغيرها، وينعكس ذلك على سلوك الأفراد، وهذا ما يجعلنا نعتقد بوجود قيم في كافة المجتمعات سواء كانت متقدمة أو نامية أو متخلفة وتأثرها من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والمسجد وغيرها إذ تقوم بنقل هاته الأخلاقيات وغرسها لدى الأفراد والمجتمع.

وتمثل هذه الأخيرة جانباً رئيسياً من ثقافة أي مجتمع منذ أزل قديم، فهي تعد لب الثقافة وجوهرها فهي التي يمكن أن تحدد وتنظم النشاط الاجتماعي لكافة أفراد المجتمع، ولا شك أن الأخلاق من أهم الضرورات الحياتية لبناء النسق الاجتماعي، إذ أن لكل مجتمع من المجتمعات نظمه التي بموجبها تحدد طريقة عيشه في أي فترة تاريخية، فالكيان الاجتماعي هو الذي يحدد تصرفات أفرادها بشكل عام، ويصمم ويرسم الأساليب التي تضمن بقاءه ودوام تماسكه، ويلبي مطالب أفرادها الذي يمكنهم من أن يعيشوا حياة منتظمة، كما وأن تكامل البيئة الاجتماعية لأي مجتمع يعتمد على ما يسود فيه من أخلاقيات مشتركة بين أعضائه وعلى مدى انتشار مستويات مقاربة من درجات الوعي والإدراك لتلك الأخلاقيات.

والحياة الاجتماعية في أي مجتمع تتطلب وجود أخلاقيات ومعايير وتوفر الاتفاق عليها بين أفراد المجتمع، ومن دون ذلك تكون الحياة الاجتماعية معقدة ومستحيلة، ولا يمكن أن يستمر النظام الاجتماعي في وظيفته لتحقيق أهداف الجماعة، ولن يشعر أفراد المجتمع في داخل أنفسهم بوجود

معيار أساسي يطمئنون إليه يوجه سلوكهم نحو هدف مشترك، فطبيعة المجتمع تتوقف على نوع القيم الأخلاقية السائدة به.

تأسيسا لما ذكر تلعب الأخلاق دورا أساسيا في تشكيل شخصية الشباب وخصوصا لدى الطالب الجامعي، الذي توجه سلوكه إذ تعتبر هذه معيارا حقيقيا لتصرفاته واختباراته في مواقفه اليومية والحياتية، وتعمل المؤسسات المجتمعية على بناء المنظومة الأخلاقية لدى الطالب الجامعي تقوم ببناء شخصيته المتكاملة من جميع النواحي النفسية والعقلية والانفعالية والاجتماعية.

وفي عصر التطور التقني والانفجار المعرفي نجد أن الأمور تسير في طريق إبعاد الفرد والمجتمع عن أخلاقه ودينه أكثر تأثيرا ابتداء من الانبهار بالتطورات بوسائل الإعلام الجديدة والتجارب معها دون وجود رصيد قيمي يوجه حياته بالميل المتنامي لدى كثير من الأفراد نحو اللامبالاة لما يفترضه بعض الشباب والجماعات داخل المجتمع تتنافى وقيم هذا المجتمع المحافظ وهذا عن طريق ظهور بعض الأطراف التي تدعو صراحة أو ضمنا بالخروج عن القيم الأخلاقية الأصيلة بسبب محتويات هذه المواقع.

في ظل ظهور الشبكة العنكبوتية إذ حولت العالم إلى قرية كونية صغيرة لا تباعد بين أقطارها وأضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبرها مثل الفايسبوك واليوتيوب والتويتز إلى غير ذلك والتي عرفت بوسائل للتكنولوجيات الحديثة، حيث شهدت حركة ديناميكية من التطورات والانتشار، وقد كان في بدايته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ليتحول إلى أداة تفاعلية تؤثر في القيم الأخلاقية للمستخدمين حيث امتد استخدامها ليشمل المنظومة الأخلاقية وممارسة مجموعة من الأخلاقيات الجديدة أثناء عملية التفاعل والتواصل، وقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي من المؤسسات التي تقوم بالدور الفعال في إكساب أخلاقيات وعادات وسلوكيات وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي والديني وذلك بقصد الاستفادة بما يفيد الشباب الجامعي وبقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الطالب، ومنها زرع خلق الصدق والأمانة والحياء أثناء

تصفح محتويات هذه المواقع، وبالتالي بث روح المسؤولية والاعتداد بالذات وتحمل المسؤولية في الحياة ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في المنظومة القيمية والخلقية لدى الطالب.

فمن الملاحظ أن بيئتنا الاجتماعية تمر بفترة حرجة تتسم باهتزاز المنظومة الأخلاقية واضطراب معاييرها، حيث كشفت بعض الدراسات الخاصة للمتغيرات السيكولوجية والاجتماعية لدى الشباب الجامعي عن وجود خلل نفسي وقيمي مخيف، خاصة تنامي دور الأنترنت وعدم ترشيد عملية استخدامه والانبهار بالتطور النقلي والتجارب معه دون رصيد قيمي وخلق وسلوكي يضبط الحياة الاجتماعية، وبينت أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تغيرا في المنظومة القيمية والخلقية لدى الطالب الجامعي، وكمثال على ذلك تفشي سلوكيات غريبة والوفادة عن طريق هذه المواقع.

وفي ضوء هذا انتشرت بعض القيم الأخلاقية السلبية بين الشباب وأهمها بناء علاقات افتراضية والاهتمام بالموضة الزائدة وهذا يعبر عن الانحلال في المنظومة الأخلاقية، حيث تم رصد نوع من التخلي عن العديد من الأخلاق الحسنة وتبني بعض الأخلاق واحتضانها، ومن جهة أخرى ترتب على تدني مستويات الأخلاقيات وارتكاب سلوكيات سلبية بسبب غياب نسق قيمي خلقي متوازن يعمل كرقب ذاتي على السلوكيات والاتجاهات، مما يحدث مخاطر جمة نتيجة التواصل السلبي الذي يفتح المجال لارتكاب مخالفات تتنافى مع القيم الاجتماعية والشرعية والعرفية، وتغير معنى الصداقة والوفاء والعفة، والترويج لبعض المحظورات وارتكاب الجرائم، وكذلك تلفيق أفكار متطرفة ينتج عنها إشاعة الفوضى وزعزعت الأمن والاستقرار داخل النظام الاجتماعي.

وبالرغم من قصر فترة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في العالم بدءا من الألفية الجديدة إلا أننا نلاحظ أنها أحدثت تأثيرا قويا على الطالب الجامعي، ومن التأثيرات الأكثر ملاحظة هي ما أحدثته على الأخلاقيات لديهم، ولهذا اهتم الكثير من الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال لمعرفة التأثير الذي تحدثه هاته المواقع على أخلاقيات الطالب الجامعي، بهدف الكشف على استخدامات هذه المواقع والكشف عن انعكاساتها وتأثيرها على أنماط حياتهم وتأسيس على ذلك يتبلور التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي التساؤلات الآتية:

- كيف يستخدم الطالب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك واليوتيوب؟
- كيف يؤثر المحتوى اللغوي في الفيسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الخطاب اللفظي للطالب الجامعي؟
- كيف يؤثر تصفح الطالب الجامعي للصور والفيديوهات على موقع الفيسبوك واليوتيوب في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي؟

ثانيا: فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أخلاقيات لدى الطالب الجامعي.

الفرضيات الفرعية :

- 1- تختلف أشكال أنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب.
- 2- يؤثر المحتوى الكتابي في الفيسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الخطاب اللفظي للطالب الجامعي.
- 3- يؤثر تصفح الطالب الجامعي لمحتوى الصور والفيديوهات على موقعي الفيسبوك واليوتيوب في تشكيل المواقف السلوكية لدى الطالب الجامعي في بعض المواقف في الجامعة.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

يشهد العالم انتشارا رهيبا في مجال التكنولوجيا فما إن تشرق شمس يوم جديد إلا وتستيقظ على تقنية جديدة أو اختراع جديد، مما زاد الاهتمام بمجال الاتصال الإلكتروني الجماهيري عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تحمل في طياتها ما هو جديد، ومن المعروف أن أكثر من يسعى

إلى الجديد هم نخبة الطلبة، فقد جاءت هذه الدراسة لتوضح العلاقة الثنائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وجمهورها المتمثل في الطالب الجامعي ومدى تأثيرها على أخلاقياته.

وقد كان وراء اختيار هذا الموضوع جملة من الأسباب المتمثلة في:

### 3-1- أسباب ذاتية:

- باعتبار أن هذا الموضوع موضوع تخرج لنيل شهادة الماستر حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي".

- الاحتكاك اليومي للباحثين بالطلبة الجامعيين وملاحظته لتأثير هذه المواقع، ووجود مظاهر توحى بذلك.

- ملاحظة الباحثين وجود اختلالات أخلاقية كبيرة في السلوكيات بعد ظهور هذه المواقع وهذا ما جعلنا نختار موضوع الدراسة الحالية للبحث ومحاولة التعمق في موضوع الأخلاقيات.

### 3-2- أسباب موضوعية:

- وجود تغير في بعض أشكال ونماذج الأخلاق التي كانت سائدة لدى الكثير من الطلبة في المؤسسة الجامعية، كونها تمثل اتجاهات أو قناعات راسخة تتحكم في سلوكيات الطالب.

- كون الموضوع من أكثر المواضيع التي تناولت الجانب الأخلاقي لدى الطالب الجامعي وتأثره بهاته المواقع من خلال ما تقدمه في محتوياتها.

### رابعاً: أهمية الدراسة:

إن الدراسة التي بين أيدينا نستسقي أهميتها من أهمية الموضوع نفسه، فالرهانات والتحديات والانعكاسات الكثيرة لأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات الطالب الجامعي وسيما إذا علمنا أن هذه الفئة الأكثر تفاعلاً وتعرضاً لهذه المواقع باعتبارها طاقة بشرية مهمة في المجتمع وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع، وتكمن أهميتها في كونها تتناول إحدى المفاهيم الحديثة التي تندرج وتنضوي في حقل الإعلام والاتصال، إذ تعتبر القيم الخلقية مفتاح لضبط السلوك لدى الطالب الجامعي.

خامسا: أهداف الدراسة:

### 5-1- أهداف وصفية:

- الكشف عن خصائص الطالب الجامعي.
- الكشف على الممارسات الأخلاقية واللاأخلاقية التي يتحلّى بها الطالب الجامعي.
- الكشف عن طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي.

### 5-2- أهداف تفسيرية:

- تحديد العلاقة بين طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي وأخلاقيات الطالب الجامعي.
- الكشف عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الطالب الجامعي.
- الكشف عن مدى مساهمة المحتوى اللغوي في الفايسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الطالب الجامعي.
- الكشف عن مدى مساهمة محتوى الفيديوهات والصور على موقعي الفايسبوك واليوتيوب في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي.

### 5-3- أهداف تنبؤية:

- محاولة الوصول من خلال الدراسة الميدانية إلى نتائج وإسداد توصيات واقتراحات قد يستفيد منها الطالب الجامعي.
- محاولة التعرف على استخدامات الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

سادسا: مفاهيم الدراسة:

وهي المفاهيم الواردة في عنوان الدراسة متمثلة في المتغير المنتقل والمتغير التابع.

## 6-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

### 6-1-1- اصطلاحا:

وقد عرفها الباحثين جابر نصر الدين وسهيلة بومعزة على أن:

"مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني أو ما يعرف باسم (ويب 2.0) تتبع التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتتبعونها للعرض وتضيف مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها"<sup>1</sup>.

- ركز الباحث على الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للفرد والمجتمع.

ويعرفها المنصور: "بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والمعلومات وغيرها من الإمكانيات والتي توحد العلاقات الاجتماعية"<sup>2</sup>.

- اعتبر الباحث مواقع التواصل الاجتماعي نسقا من أنساق المجتمع التي يقوم عليها.

1 جابر نصر الدين، سهيلة بومعزة: شبكات التواصل الاجتماعي عن منظور نفسي اجتماعي، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 10/09 ديسمبر 2012م، ص12.

2 المنصور محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2013م، ص50.

ويعرفها "لينهارت مادن" (Lenhart Madden): مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مساحات افتراضية في شبكة الأنترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية واستخدام الأدوات المتنوعة للتفاعل، والتواصل مع من يعرفهم من ذوي الاهتمامات المشتركة، وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها<sup>1</sup>.

وتعرفها هبة محمد خليفة: "يطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت على شبكة الأنترنت، مع الجيل الثاني web، وتتيح التواصل بين الأفراد عن طريق الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ويتم ذلك في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم اهتمامات أو شبكات انتماء (بلد، مدرسة، جامعة أو شركة)<sup>2</sup>.

- من خلال التعريف السابق نجد أن الباحث اعتبر أيضا مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل التفاعل والتواصل الاجتماعي في إطار اهتمامات مشتركة.

ويعرفها أيضا "محسن بن جابر عواض الزهراني": "هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات أو البحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين"<sup>3</sup>.

تطرق إليها الباحث على أنها وسيلة خدمتية وظيفتها ربط الاتصال بين أعضاء المؤسسة.

ويعرفها أيضا "عباس مصطفى صادق": "هي مواقع الإلكترونية اجتماعية على الأنترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي."<sup>4</sup>

1 محسن بن جابر بن عواض الزهراني: دوافع التواصل الاجتماعي في حل مشكلات التي تواجه التربية العملية واتجاهاتهم نحوها، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية، 2013م، ص9.

2 هبة محمد خليفة: ما هي مواقع الشبكات الاجتماعية والويب S2، 16 فيفري 2018م، 15:00، متاح على الرابط الإلكتروني الآتي:

<http://www.algasur.net>.

3 محسن بن جابر بن عواض الزهراني: مرجع سابق، ص9.

4 عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والرسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة، دط، دب، 2008م، ص218.

- ركز الباحث من خلال تعريفه لمواقع التواصل الاجتماعي على الجانب التواصلي الذي تتيحه هذه الأخيرة للأفراد والجماعات واعتبارها كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد.

يعرفها أيضا "عبد الرزاق محمد الدليمي" بأنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم."<sup>1</sup>

- من خلال التعريف السابق لمواقع التواصل الاجتماعي نجد أن الباحث ركز على أنها وسيلة تفاعلية لربط بين أطراف المجتمع.

كما يعرفها "زاهر رامي" على أنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الأنترنت للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."<sup>2</sup>

- ركز الباحث في تعريفه على أن مواقع التواصل فضاء واسع لطرح مختلف الاهتمامات والمشاكل المشتركة.

في حين يعرفها "خالد غسان يوسف المقدادي" على أنها: "عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء... إلخ) عن طريق مواقع وخدمات الإلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك، وبذلك تكون أسلوب تبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق هذه الشبكات."<sup>3</sup>

1 عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد الصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011م، ص183.

2 زاهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأصيلة، عمان، 2003م، ص23.

3 خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، دط، الأردن، 2013م، ص24.

- من خلال التعريف السابق لمواقع التواصل الاجتماعي نجد أن الباحث ركز في تعريفه أن هذه المواقع وسيلة وتعليمية.

- من خلال التعاريف السابقة نستنتج أنه تم تعريفها كل حسب تخصصه وزاوية نظره إذ تم التطرق إليها من عدة جوانب منها الخدمائية والتفاعلية والتواصل.

وفي إطار هذا السياق للعرض المفاهيم لمصطلح مواقع التواصل الاجتماعي عليه نتقدم بمفهوم شامل يتمثل في:

6-1-2-التعريف الإجرائي: هي مواقع إلكترونية يتم من خلالها التواصل والتفاعل بين الأفراد والجماعات المتمثل في الطلبة في مجال اهتمام مشتركة، بواسطة مجموعة من الرموز والإشارات التي تفهمها الطلبة المتفاعلين.

#### 6-2-الأخلاق اصطلاحاً:

#### 6-2-1- اصطلاحاً:

ورد في الأخلاق تعريفات كثيرة منها:

عرفها "عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني" على أنها:

- صفة مستقرة في النفس فطرية أو مكتسبة ذات آثار في السلوك المحمود أو المذموم.<sup>1</sup>

كما عرفها أيضا على أنها:

- هي الأحكام القيمة التي تنصب على الأفعال الإنسانية من ناحيته أنها خير وشر.<sup>2</sup>

ويعرفها "الغزالي":

- هيئة في النفس راسخة عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر أو رؤية.<sup>1</sup>

1 عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني: الأخلاق الإسلامية وأسسها، دار القلم، مج1، دمشق، ط1، 1979م، ص ص 7-8.

2 عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني: الوجيز في الأخلاق الإسلامية، دار الريان، بيروت، ط2، 2004م، ص11.

ركز الباحث في تعريفه على الجانب النفسي السيكولوجي في تعريفه للأخلاق.

وعرفها "ابن القيم الجوزية":

- بذل الجميل وكف القبيح والتخلي عن الرذائل والتحلي بفضائل.<sup>2</sup>

- تناول "ابن القيم" الأخلاق من الجانب السلوكي فهي إما بدل الجميل أو ترك القبيح.

وقد عرفها "الجرجاني" الخلق بأنه: "عبارة عن هيئة للنفس راسخة تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية، فإن كان الصادر عنها الأفعال الحسنة كانت الهيئة خلقا حسنا، وإن كان الصادر منها الأفعال القبيحة سميت الهيئة التي تصدر عنها هي مصدر ذلك خلقا سيئا"<sup>3</sup>.

ويعرفها أيضا بأن:

الخلق عبارة عن هيئة للنفس راسخة تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر ورؤية، فإن الصادر منها الأفعال القبيحة سميت الهيئة التي هي مصدر ذلك خلقا سيئا، وإنما قلنا إنه هيئة راسخة لأن من يصدر منه بذل المال على الدور بحالة عارضة لا يقال خلقه السخاء صالح يثبت ذلك نفسه<sup>4</sup>.

-تناول الجرجاني الأخلاق على أنها حالة نفسية تكون مصدر لأفعالها سواء كانت حسنة أو سيئة.

ويعرفها أيضا "سعيد بن ناصر الغامدي": "هي صفة من صفة النفس تظهر آثارها في الكلام والسلوك العملي والمظهر الخارجي والصحة المختارة"<sup>5</sup>.

1 أبو حامد الغزالي، محمد بن محمد الطوسي: إحياء علوم الدين، علق عليه إجمال محمود ومحمد سيد، دار الفجر للتراث، مج5، القاهرة، ط1، 1999م، ص73.

2 ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين، دار الحديث، القاهرة، ط1، ص302.

3 علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني: معجم التعريفات، دار الفضيلة للنشر والتصدير، القاهرة، ط1، ص12.

4 نفس المرجع، ص104.

5 سعيد بن ناصر الغامدي: أخلاقيات العمل ضرورة تنموية ومصلحة شرعية، الآراء العامة للإعلام والثقافة رابطة العالم الإسلامي، العدد 242، 2010م، ص11.

-تناول الباحث الأخلاق على أنها حالة نفسية تتجلى من خلال السلوك العملي والتطبيقي للفرد.

وعرفها "ابن مسكويه" بقوله: الخلق حال النفس داعية لها إلى الأفعال من غير فكر ولا رؤية وهذه الحال تنقسم إلى قسمين: منها ما يكون طبيعياً من أصل المزاج كالإنسان الذي يحركه أدنى شيء نحو الغضب، ويهيج من أقل سبب وإنسان الذي يجبن من أيسر شيء، أو كالذي يفزع من أدنى صوت يطرق سمعه، أو يرتاع من خبر يسمعه، وكالذي يضحك ضحكا مفرطاً من أدنى شيء يعجبه، وكالذي يغتم ويحزن من أيسر شيء يناله ومنها ما يكون مستفاداً بالعادة والتدرب، وربما كان مبدؤه بالرؤية والفكر ثم يستمر أولاً فأولاً، حتى يصير ملكة وخلقاً.<sup>1</sup>

اعتبر الباحث إن الأخلاق مجموعة من الانفعالات الطبيعية سواء كانت إيجابية أو سلبية الصادرة عن الأفراد.

ويعرفها أيضاً "أحمد بن داوود الميزاجي":

"يقصد بالأخلاق في الإسلام مجموعة القيم المشروعة التي يتحلى بها الشخص المسلم المسؤول والتي لها تأثير واضح على السلوك العام والخاص والمحقة للخير والممانعة للشر والمناصرة للحق والمناهضة للباطل والداعمة للعدل والإحسان والرافضة للظلم والطغيان في المجتمع فمن قواعد ومعايير محددة تحكم هذا السلوك"<sup>2</sup>.

-اعتبر الباحث الأخلاق عبارة عن قيم اجتماعية إيجابية إما أن تكون مانعة للشر وداعية إلى الخير.

ويعرفها "الجاحظ":

"أن الخلق هو حال النفس، بما يفعل الإنسان أفعاله بلا رؤية ولا اختيار، والخلق قد يكون في بعض الناس غريزة وطبعاً، وفي بعضهم لا يكون بالرياضة والاجتهاد كالسقاء قد يوجد في كثير من

1 علوي بن عبد القادر السقاف: موسوعة الأخلاق، الدرر النسية، الظهران ج1، ط1، 1434هـ، ص11.

2 أحمد بن داوود الميزاجي: أخلاقيات المدير المسلم في الإدارة العامة، مجلة الشريعة والدراسات الإعلامية الكويت، العدد 24، 1994م، ص213.

الناس من غير رياضة ولا تعلم، كالشجاعة والحلم والعفة والتسامح والصدق وغير ذلك من الأخلاق المحمودة<sup>1</sup>.

ويعرفه "ابن مسكويه":

الأخلاق أنما حال للنفس داعية لها إلى أفعالها من غير فكر ولا روية، وهذه الحال تنقسم إلى قسمين: منها ما يكون طبيعياً من أصل المزاج ومنها ما يكون مستفاداً بالعادة والتدريب، وربما كان مبدؤه بالروية والفكر، ثم يستمر أولاً فأولاً حتى يصير ملكة وخلقاً<sup>2</sup>.

أما "الماوردي" فقال:

الأخلاق غرائز كامنة، تظهر بالاختيار، وتقهر بالاضطرار<sup>3</sup>.

تعريف الأخلاق عند المحدثين: تعرف بأنها تصور وتقييم ما ينبغي أن يكون عليه السلوك متماشية في ذلك مثل أعلى أو مبدأ أساسي تخضع له التصرفات الإنسانية ويكون مؤازر لجانب الخير في الطبيعة البشرية<sup>4</sup>.

-اعتبر الباحث الأخلاق مبدأ هام لتقييم مختلف التصرفات الصادرة عن الأفراد.

وقال ابن منظور:

وفي التنزيل: "وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ" سورة القلم، الآية (04)، والجمع أخلاق والخلق: السجية وقال "الخلق يضم اللام وسكونها: هو الدين، والطبع والسجية"<sup>5</sup>.

1أبي عثمان عمر بن بحر الجاحظ: تهذيب الأخلاق، دار الصحابة للتراث، طنطا، ط1، 1989م، ص12.

2 إبن مسكويه: تهذيب الأخلاق ابن مسكويه في التربية، دار الكتب العربية، بيروت، ط2، 1981م، ص4-5.

3 أبو الحسن البصري الماوردي: تسهيل النظر وتعجيل الظفر (تحقيق دحجي هلال السرحان)، دار النهضة العربية، بيروت، دط، 1983م، ص5.

4 حسن الشرقاوي: نحو الثقافة الإسلامية، دار المعرفة، ج1، القاهرة، دط، 1979م، ص238.

5 محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري جمال الدين أبو الفضل: لسان العرب، دار صادر، مج1، بيروت، ص86-87.

ومما سبق يمكن القول بأن أجمع التعريفات هو التعريف الأخير، وذلك لأن الإنسان لا يصدر أحكامه القيمية والخلقية على الأفعال بأنها خير أو شر إلا بعد أن تكون القيم والأخلاق قد رسخت في نفسه، وصدرت عنها الأفعال بكل سهولة ويسر، فيكون الحكم عندئذ أثر من آثارها.

### 6-2-2- التعريف الإجرائي:

هي مجموعة القواعد والضوابط التي تنظم حياة وسلوك الأفراد في المجتمع ويتم أخذ هذه العلاقات عن طريق المؤسسات الاجتماعية كالأُسرة والمسجد والمدرسة والتي تحدد علاقة الفرد بغيره على أكمل وجه في حياته اليومية.

### 6-3- الطالب الجامعي:

#### 6-3-1- اصطلاحا:

هناك اهتمام معاصر بين مختلف فروع الدراسة الإنسانية والعلوم الاجتماعية بدراسة أوضاع الطالب الجامعي واتجاهاتهم وقيمهم ودورهم في المجتمع، ويكاد هذا الاهتمام أن يكون عالميا إذ أصبح مفهوم الطالب الجامعي يحظى بالعناية والتحليل في المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء فحينما ننظر إلى الطالب الجامعي سنلاحظ أنه أكثر الفئات العمرية حيوية وقدره على الإبداع والنشاط.

تعرفه الباحثة "هديل شلش": هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين مثل مدرسة، جامعة أو الكلية أو المعهد أو المركز وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها<sup>1</sup>.

ويعرفه "فضيل دليو": أنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهل لطلب، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية

1 هديل شلش: تعريف الطالب وتعريفات متنوعة لغة واصطلاحا، 07/02/2018، 14:00، الموقع الإلكتروني:

<http://m'awd003.com>.

والفاعلة في عملية التربية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عددياً بالنسبة العالية في المؤسسة الجامعية<sup>1</sup>.

ويعرف في معجم المصطلحات أن الطالب هو كل من يلتحق بالمدرسة أو الجامعة، بهدف الحصول على شهادة علمية وبالطبع من خلال التحاق الطالب بالمدرسة أو الجامعة فإنه يتعلم بعض ألوان المعرفة ويكتسب بعض المهارات العلمية والعقلية والاجتماعية... إلخ<sup>2</sup>.

ويعرف أيضاً: أن الطالب الجامعي هو مادة التعليم الجامعي، ومبرر وجوده إذ تتوزع عبره وحوله العناصر المكونة للعملية التعليمية من منهج وتدریس وإدارة، ومستلزمات في ترابط وثيق وتفاعل ديناميكي مستمر، فالطالب هو هدف ومآل العملية التعليمية لذا ينبغي على التعليم الجامعي أن يبذل فائق جهده وإمكاناته بتنشئة الطالب الجامعي تعليمياً، وتطوير قدراته الفكرية والشخصية، وبلورة شخصيته الذاتية، وتكوين فلسفة المجتمع الذي يستند عليه هذا التعليم ووضع أهداف له<sup>3</sup>.

ويعرف أيضاً: هو ذلك الفرد الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة التعليم الأساسية والثانوي إلى مرحلة التكوين الأكاديمي الجامعي أو المهني الفن العالي، تبعاً إلى تخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك الطالب أحد العناصر الأساسية والفعالية العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدد بالنسبة العالمية في المؤسسة الجامعية<sup>4</sup>.

### 6-3-2- التعريف الإجرائي:

الطالب الجامعي هو ذلك الشخص الذي يطوق إلى تحصيل المادة العلمية بمختلف الطرق

1 مجدي عبد العزيز إبراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2009م، ص696.

2 فضيل دلبو وآخرون: المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، مخبر علم الاجتماع والاتصال جامعة منتوري، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، ط2، 2006م، ص95.

3 علي عبد الحليم صالح: ديمقراطية التعليم (وإشكالية التسلط والأزمات في المؤسسات الجامعية)، دار الباروري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دط، 2014م، ص27 ص28.

4 محمد علي محمد: الشباب الجامعي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، دس، ص16.

والوسائل والأدوات وذلك قصد بلوغ درجات علم علمية.

الطالب الجامعي هو الشخص الذي يحصل على شهادة البكالوريا وانتقل إلى الجامعة واستمر في تلقي الدروس والمحاضرات وذلك لتحسين مساره التعليمي وتطوير كفاءته المعرفية والحصول على شهادة التخرج والاندماج في المجتمع والحياة العملية.

سابعاً: الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: وجاءت بعنوان "استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص دعوة وإعلام تم إنجاز هذه الدراسة سنة 2008م-2009م من إعداد الطالب محمد الفاتح حمدي.

تساؤلات الدراسة:

- ما مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على قيم الشباب الجامعي؟ ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي تساؤلات فرعية:
- ما مدى استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة في حياته اليومية من حيث العادات والأنماط؟
- ماهي دوافع وأسباب استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة في حياته؟
- ما مدى تأثير استخدام وسائط الاتصال والإعلام الحديثة على قيم الشباب الجامعي الجزائري؟
- ما هي الآليات والوسائل التي يجب اتخاذها لحماية المنظومة القيمية لدى الشباب الجامعي في ظل مخاطر وسائط الاتصال والإعلام الحديثة؟

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

المنهج المستخدم خلال هذه الدراسة هو المنهج المسحي الوصفي بالعينة.

مجتمع الدراسة والمتمثل في جميع الشباب الجامعي من طلبة وطالبات المتواجدين في جامعات الشرق الجزائري، كما اعتمد الباحث في عينته على العينة متعددة المراحل والتي مرت على عدة مراحل في اختيار عينة الدراسة.

### نتائج الدراسة:

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكرها:

- أن الشباب الجامعي ذكورا وإناثا أكثر مشاهدة للقنوات الفضائية.
- أن الشباب الجامعي يقبل كثيرا على مشاهدة القنوات الفضائية العربية.
- اتضح أن أغلبية الشباب الجامعي يمتلك جهاز حاسوب في منزله.
- توصلت الدراسة إلى أن الأسباب والدوافع الجوهرية وراء استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال بالدرجة الأولى تتمثل في الاتصال الأصدقاء والأسرة والأحبة.
- توصلت الدراسة أن من بين أكثر الاستخدامات يقبل عليها الشباب الجامعي بكثرة على شبكة الأنترنت نجد خدمة البحث العلمي والأكاديمي بأعلى نسبة.

### الدراسة الثانية:

دراسة كوثر نوار خرخاشي: بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي"، دراسة وصفية حول استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي رسالة مقدمة لاستكمال الحصول على درجة الماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2012م-2013م.

تمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده: ما طبيعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟

وتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية:

- هل يوجد تأثير بين شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية؟

- ما دور القيم الدينية للطالب الجامعي في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل شبكات التواصل الاجتماعي تحقق قيمة المسؤولية الاجتماعية؟

### منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمد الباحث على أداة الاستبيان.

### عينة ومجتمع الدراسة:

حيث تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، 225 طالب تخصص علم اجتماع، ورعي في اختيار العينة الدراسة أن تكون العينة العشوائية البسيطة وهي أخذ عينة بواسطة السحب بالصدفة من بين مجموع عناصر مجتمع البحث حيث اختيار 40 طالب من أصل 225.

### أبرز نتائج الدراسة:

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج توجهها فيما يلي:

- عدم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات الدينية إلى تمسك أفراد العينة على القيم الدينية ومكتسباتهم من خلال التنشئة الأسرية.
- أثبتت الدراسة أن لدى هذه الشبكات أدوار إيجابية من بينها نشر القيم الأخلاقية وتهذيبها وتحفيز نشرها من خلال التواصل مع الآخر.
- مساهمة الشبكات المستخدمة في نشر القيم المسؤولية الاجتماعية يرجع بالأساس إلى إمكانيتها وخصائصها الفعالة من مجال التواصل ونشر هذه القيم.
- عدم تأثير هذه الشبكات على الجانب الدراسي لعينة الطلبة وذلك لالتزامهم بالقيم والروابط التي يمكن الخروج عنها وكذا إدراكهم إلى أهمية الدراسة في الجانب التعليمي وكيفية استغلال هذه الشبكات في النواحي الإيجابية التي تعود عليهم بالمنفعة.

الدراسة الثالثة: دراسة فهد بن علي الطيار: بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، التويتز أمودجا"، سنة 2012.

تمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده:

- ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي على قيم لدى طلاب الجامعة؟

وقد اندرج تحت هذا التساؤل ثلاث تساؤلات فرعية:

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؟

وفي ضوء موضوع الدراسة وما تسعى إلى تحقيقه فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي باستعمال أداة الاستبيان لجمع المعلومات، وتكون مجتمع البحث من جميع الطلاب المنتسبين لجامعة الملك سعود بالرياض لعام 2012م، البالغ عددهم 31003 طالب، 77 استمارة لعدم صلاحيتها للتحليل، لتكون العينة النهائية 2274 استمارة صالحة للتحليل الإحصائي.

### أبرز النتائج:

توصل الباحث من خلال دراسته إلى النتائج الآتية:

- أن ترتب الآثار السلبية من وجهة نظر الطالب تمثلت في أتمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر.

- الإهمال من الشعائر الدينية مثل الصلاة، تساد على الهروب من مواجهة الواقع.

- أن ترتب النتائج الإيجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حرية التعبير عن الرأي، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدوة الحسنة.

- أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية والمبادئ وطلاب الجامعة، من جهة نظر الطلاب تمثلت تعزيز استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة

على مخاطبة الجنس الآخر المرأة، أدى إلى تكوين قيم جديدة تتناقض مع قيم الأسرة وتؤثر على زيادة الشخص لأصدقائه وزملائه واستخدام الطالب لها.

- يجعله يميل لتقليد الحياة من مأكّل ومشرب وملبس.

#### الدراسة الرابعة:

جاءت الدراسة بعنوان: "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال من إعداد الباحث السعيد بومعيزة سنة 2005م-2006م.

#### فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: أن استعمال وسائل الإعلام، من حيث العادات وطرق التعرف والمدة الزمنية، من طرف الشباب يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية.

- الفرضية الثانية: أن الشباب يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء المحلية أو الأجنبية.

- الفرضية الثالثة: أن الشباب يستعملون القنوات الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.

- الفرضية الرابعة: أن الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

- الفرضية الخامسة: أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب القيم، نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية.

- الفرضية السادسة: أن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

- الفرضية السابعة: أن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على الخصائص الديموغرافية والسوسيوثقافية والاقتصادية.

## منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي في مسح الأدبيات الخاصة بمفاهيم الدراسة، كما استخدم المنهج المسح التحليلي الذي يحاول أن يصف ويشرح لماذا توجد اتجاهات محددة في وضع ما. كما اعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات من خلال الدراسة تمثلت في أداة المقابلة المقننة واستمارة الاستبيان.

## مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة تمثل في بعض المناطق الجغرافية للبلدية، حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة إلى العينة غير الاجتماعية حيث قام الباحث بمراعاة الكثافة السكانية على النحو التالي: البلدية: 160 مفردة، أولاد يعيش: 70 مفردة، بوفاريك: 70 مفردة، الصومعة: 30 مفردة، موزاية: 50 مفردة 54 الشقفة: 30 مفردة، بني مراد: 40 مفردة، اعتمد الباحث على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس، 50% ذكور و50% إناث إلا أن عدد الإناث في النهاية بلغ 215 مفردة.

## بعض نتائج الدراسة وأهمها:

ولقد توصلت الدراسة إلى الكثير من الاستنتاجات التي يمكن حصر أهمها فيما يلي:

- أن معظم المبحوثين يستمعون إلى الإذاعة الجزائرية بصفة عرضية وخاصة الإناث، لكن الذكور يقرؤون الصحف الجزائرية أكثر من الإناث ولو بنسبة ضعيفة، وجعل المبحوثين يستعملون الأنترنت وخاصة الذكور والذين منهم من يمتلكون المؤهلات التعليمية واللغوية.
- أن معظم المبحوثين يتعرضون إلى محتويات الخيال في التلفزيون إلى جانب الرياضة والبرامج الدينية، وبالتالي يستعمل التلفزيون لغرض الترفيه أساسيا.
- أن أغلبية المبحوثين مشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها بفعل عوامل النشأة وبالتالي صارت تضبط تفاعلاتهم الاجتماعية وتجعلهم موجهين (على مستوى الشخصية) نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل.

## الدراسة الخامسة:

- جاءت بعنوان: "القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري".، إعداد عبد الله بوجلال وآخرون.
- ولقد استهدفت الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:
- 1- ما هي المضامين والمواد الإعلامية والثقافية والترفيهية المقدمة في القنوات الأجنبية والعربية والفضائية المستقبلية في الجزائر؟ والبرامج الأجنبية المقدمة في القناة الوطنية؟
  - 2- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري للبرامج الأجنبية؟
  - 3- ما هي تفضيلات أفراد البحث البرمجية؟
  - 4- ما هي التأثيرات التي تحدثها مشاهدة البرامج الأجنبية على قيم الشباب الجزائري الاجتماعية والثقافية والسلوكية؟
  - 5- ما هي المتغيرات الذاتية والاجتماعية التي لها علاقة بهذه التأثيرات؟

## مجتمع الدراسة وعينته:

حيث أجريت الدراسة الميدانية بخمس ولايات جزائرية هي: قسنطينة، المسيلة، تيزي وزو وهران وذلك في الفترة الواقعة بين 1997م وجوان 1998م في 11 ثانية ومنتقنة و13 معهدا جامعيًا، وسبع مؤسسات للتعليم العالي موجودة بالولايات السابقة الذكر باستخدام العينة الحصصية في تحديد اختيار مفردات عينة البحث، وبلغ عدد مفردات البحث 1996م مفردة.

## منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

لقد استخدم الباحثون من هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي والمنهج المقارب: حيث استخدم المنهج الوصفي في مسح التراث العلمي المتعلق بالبحث، وفي الدراسة الميدانية للمنهج المقارن في تحليل وتقديم وتفسير نتائج الدراسة الميدانية واستخدموا استمارة المقابلة واستمارة الاستبيان كأداتين لجمع البيانات الدراسية الميدانية.

وأهم ما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج نذكر منها.

- تبين أن أفراد عينة البحث لديهم إدراك إيجابي بالصفات والخصائص الضرورية لحياة الأفراد ونجاحهم في حياتهم اليومية، مما يعكس توفر قيم إيجابية لديهم، حيث أن الصفات أخذت الخصائص والصفات الحميدة المراتب الأولى مثلك الإخلاص والكفاءة والانضباط والطاعة والطموح والتضحية والمسؤولية والتسامح والاستقلال والإبداع.
- تبين أن البرامج التي لا يشاهدها الشباب مع أقاربهم هي الأفلام الجنسية الأجنبية ويليها المسلسلات الأجنبية ثم العربية، ثم المنوعات العربية، ثم المنوعات الغربية.
- اتضح أن الأهداف والغايات التي لها أهمية لدى أفراد عينة البحث هي حسب ترتيبها: رضا الله احترام تعاليم الإسلام، تأمين المستقبل.
- تبين أن (47,31%) من أفراد البحث لا يشاهدون البرامج التي تتعارض مع القيم الأخلاقية الإسلامية المقدمة في القنوات الفضائية وأن (29,74%) منهم يشاهدونها نادرا و(14,87%) منهم يشاهدونها قليلا وأن (8,06%) منهم يشاهدونها كثيرا ويتبين أن الذكور يشاهدونها أكثر من الإناث، كما يشاهدها التلاميذ أكثر من الطلاب بنسبة (11%) مقابل (3,45%) من الطلاب الذين يشاهدونها كثيرا.

### التعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ من خلال عرض مجمل الدراسات السابقة بأنها اهتمت بدراسة موضوع القيم الأخلاقية وتأثير وسائل الإعلام والاتصال وتأثيرها على القيم الأخلاقية لدى الطالب الجامعي وعلى الرغم أن الوسائل الحديثة تتضمن فوائد لعنصر الطالب الجامعي إلا أنها تنطوي على سلبيات. وقد تنوعت الدراسات السابقة في تناولها لموضوع شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها فمنها من ركزت على شكل من أشكال أو نوع من أنواع وسائل الإعلام كدراسة السعيد بومعيزة ومنها من ركزت على القيم الأخلاقية كدراسة الباحث بكوش الجموعي والباحث محمود محمد مرتجي، سعيد علي الحسنية.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة فإن دراستنا اقتربت منها في محاولة تحديد التأثير التي تحته مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم لدى الطالب الجامعي وهو الهدف الذي نسعى إليه.

ورغم أهمية الدراسات السابقة بالنسبة لدراستنا في تحديد وبناء الإطار المنهجي وتشكيل الجانب النظري، إلا أن أغليبتها ركزت على القيم، إلا أن دراستنا تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم لدى الطالب الجامعي، وهذا راجع إلى وجود نقص في هذا الجانب. على الرغم من اختلاف العينات ومجتمع الدراسة ومكان تواجد الباحث واختلاف فترة إجراء البحث إلا أن النتائج المتوصل إليها تثبت أن الإعلام الجديد له تأثير كبير على قيم الطالب الجامعي

ثامنا: المقاربة العلمية المعتمدة:

#### 7-1- النظرية التفاعلية الرمزية:

تعددت النظريات التي جاء بها العلماء والباحثون في مجال الإعلام والاتصال وتعتبر التفاعلية الرمزية واحدة من المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية، تبدأ بمستوى الوحدات الصغرى منطلقاً منها الفهم للوحدات الكبرى، بمعنى أنها تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي فأفعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من الأدوار ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من حيث توقعات الأفراد بعضهم اتجاه بعض من حيث المعاني والرموز، وهنا يصبح التركيز إما على بني الأدوار والأنساق الاجتماعية أو على سلوك الدور والفعل الاجتماعي<sup>1</sup>.

حيث بدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديداً مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك

1 نوال بركات: العلاقات الاجتماعية لدراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، أطروحة دكتوراه علم الاجتماع تخصص علم اجتماع علاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016م، ص43.

بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه من خلال "تبادل التفاعل الرمزي"<sup>1</sup>.

مع أن هذه النظرية ترى البنى الاجتماعية ضمناً باعتبارها بني للأدوار بنفس "تالكوت بارسونز"، إلا أنها لا تهتم بالتحليل على مستوى الأنساق بقدر اهتمامها بالتفاعل الرمزي المتشكل عبر اللغة والمعاني والصور الذهنية، واستناداً إلى حقيقة مهمة هي على الفرد أن يستوعب أدوار الآخرين<sup>2</sup>.

فلم تولي نظرية الاجتماعية المعروفة في علم الاجتماع ولا في علم النفس الاجتماعي عناية بعملية الاتصال والتواصل والتفاعل بين الأفراد في المجتمع كما فعلت نظرية التفاعلية الرمزية فقد احتلت هذه العملية مكانة محورية ومركزية في فكر ورواد هذه النظرية الأوائل بداية من "جورج ميدز شارلز كولي" وانتهاء بالمحدثين ومنهم "هرد H.Blumer" و"إرفنج Erorffman"، برنارد ملترز "B Meltzer" و"سترايكر Stryker" وبغض النظر عن التفاصيل الطفيفة والاختلافات البسيطة الموجودة بين هؤلاء المفكرين حول الدور الذي يلعبه الاتصال والتفاعل الاجتماعي في عملية بناء الفرد ذاته غير أنهم متفقون على هذا الدور<sup>3</sup>.

ويبدأ "GMead" بتحليل عملية الاتصال وتصنيفها إلى صنفين هما الاتصال الرمزي والاتصال غير الرمزي، بالنسبة للاتصال غير الرمزي فإنه يؤكد بوضوح على استخدام الأفكار والمفاهيم، وبذلك تكون اللغة ذات أهمية بالنسبة لعملية الاتصال بين الناس في المواقف المختلفة وعليه فإن النظام الاجتماعي هو نتاج الأفعال التي يصنفها أفراد المجتمع، ويشير ذلك إلى أن المعنى ليس مفروضاً عليهم، وإنما هو موضوع خاضع للتفاوض والتداول والنقاش بين الأفراد<sup>4</sup>.

1 حسين عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2014م، ص151.

2 بلقاسم بن روان: وسائل الإعلام والمجتمع دراسة في أبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع القديمة الجزائر، ط1، 2007م، ص33.

3 نوال بركات: مرجع سابق، ص44.

4 رث والاس لسون وولف، ترجمة محمد عبد الكريم الحوراني: دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2010م، ص332.

من جهة "Goffman" وجه اهتمامه لنظرية التفاعلية الرمزية في تحليل الأنساق الاجتماعية مؤكداً على أن التفاعل وخاصة النمط المعياري والأخلاقي.

وتولي التفاعلية الرمزية عملية التأويل أهمية خاصة إلى الحد الذي جعل منها "Blumer" نقطة الارتكاز في عملية بناء الذات وتطويرها، والتأويل نوعان مترابطان خارجي وداخلي، ويقصد به عمليات التفاعل والاتصال الذي يخلق بواسطته عالمه المشترك مع الآخرين، وداخلي يحدث بين الفرد ونفسه إذ يقوم بتأويل دلالات المعاني والرموز التي تكونت لديه خلال محادثاته وتفاعله مع المجتمع<sup>1</sup>.

وقد طور "Stryker" بصفته أحد مفكري التفاعلية الرمزية الجدد مفهوم "Goffman" لذات القائم على المرونة والديناميكية وعلى تعدد الجوانب التي تتألف منها مصنفاً جديداً هو البعد التراتبي البارز لذات، بل هناك وجوه متعددة للذات بطبيعة المواقف الاجتماعية المختلفة التي يجد الفرد نفسه فيها (الذات الأخلاقية، الذات الوقورة، الحزينة) وبعد عرض أهم أفكار رواد هذه النظرية نتطرق إلى مصطلحات التفاعلية الرمزية:

- التفاعل Interaction : هو وسيلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين فرد وفرد أو فرد وجماعة أو جماعة وجماعة.
- المرونة Flexibility: يقصد بها استطاعة الفرد أن يتصرف في مجموعة الظروف بطريقة واحدة في وقت واحد، وبطريقة مختلفة في وقت آخر، وبطريقة متباينة في طرحة ثالثة.
- الرموز Symbols: هي مجموعة من الإشارات المصطنعة، يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل وهي سمة خاصة في الإنسان، تشمل عند "GMead" اللغة وعند "Blumer" المعاني وعند "Goffman" الانطباعات والصور الذهنية.
- الوعي الذاتي Self-awareness: وهو مقدرة الإنسان على تمثيل الدور، فالتوقعات التي تكون

1 عمر خليل عمر: نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دار الأفاق الجديدة، بيروت، ط2، 1991، ص194.

لدى الآخرين عن سلوكياتنا في ظروف معينة بمثابة نصوص يجب أن نعيها حتى نمثلها على حد تعبير "Goffman"<sup>1</sup>.

وهكذا تقدم لنا التفاعلية الرمزية إطارا نظريا عاما، وانطلاقا من العرض السابق للنظرية يمكننا إسقاط هذه النظرية على الدراسة الحالية، كونها تفسر طبيعة التفاعل الاجتماعي أو الخلفي للفرد مع غيره عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي، وانعكاسات استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات ونمط العلاقة الاجتماعية، لأنها أصبحت تملئ للطالب الجامعي رموز وقيم أخلاقية جديدة داخل المجتمع الافتراضي لاستخدامه لهذه المواقع، زمن هنا تساعدنا الركائز الأساسية لهذه النظرية على معرفة المعاني والرموز التي تنتجها المواقع الاجتماعية بالنسبة للفرد ثم للمجتمع، وكيف يصبح الفرد عنصر فاعل أي هو الذي يصدر الرموز والقيم الخلفية التي تنتجها مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي.

## 7-2- نظرية الاستخدامات والإشباع:

تتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة أو تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء وسائل ومضمون هذه الوسائل خلافا للنظريات الحديثة كنظرية الرصاصة التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة تتصرف بناء على نسق واحد فأسلوب الأفراد أمام الأنترنت عموما وأمام مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية<sup>2</sup>.

وخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل وتكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى بداية ظهور

1 الموقع الإلكتروني: <https://goo.g/iomoy>، 15:10، 20/02/2018.

2 محمد على أبو العلا: نظريات الاتصال المعاصر في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دط، ص 69-69.

منظور جديد للعلاقة بين المستخدمين والوسائل الجديدة، وكان ذلك تحولاً من رؤية المستخدمين على أنهم عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتهم على أنه فعالين في انتقاء الرسائل والمضمون المتصل مثل: وسائط الاتصال الحديثة والتي من أهم مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>.

ويمكننا عرض الفرضيات الأساسية للنظرية مثلما قدمها "كاتز Katz" وزملائه وتماشياً مع موضوع الدراسة الحالية فيما يلي:

- مستخدم وسائل التكنولوجيا الحديثة (مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي) نشيط، ويتسم بالإيجابية والفعالية ويرتبط استخدامه لمواقع بأهداف محددة لديه.
- يختار المستخدم المواقع التي تشبع حاجاته ورغباته.
- تتنافس مواقع التواصل الاجتماعي مع وسائل الاتصال الحديثة لإشباع احتياجات المستخدم مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية.
- المستخدم قادر على تحديد اهتمامه واحتياجاته ودوافع تعرضه لهذه الوسائل الحديثة والتي أدت به إلى استخدام هذه المواقع وبالتالي إشباع حاجاته ورغباته.
- يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفق المعايير والثقافة السائدة في المجتمع<sup>2</sup>.

أما عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع فتتمثل فيما يلي:

- 1- افتراض الجمهور النشط يرى "هرويت Hrowit" أن النظريات القديمة اعتبرت المستخدم متلقياً سلبياً أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم المستخدم العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى<sup>3</sup>.
- 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال أي أن الفروق الفردية والعوامل النفسية أن تؤدي وجود حوافز، وأن نحدد أصولاً كثيرة من استخدامات وسائل الإعلام

1 حسين عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، لدار المصرية اللبنانية، مصر، ط11، دس، ص239.

2 مي العبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2006م، ص280-281.

3 حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص243.

والاتصال وقد قدمت العديد من الدراسات على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في العرض لوسائل الإعلام والاتصال ومن خلال هذه الدراسة التي تشمل على مختلف الفئات العمرية والمستويات الاجتماعية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي سنحدد من خلالها ارتباط تلك المتغيرات بطبيعة استخدام المواقع الاجتماعية وانعكاسها على قيم وأخلاقيات الطالب الجامعي<sup>1</sup>.

### 3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- دوافع نفسية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم.

- دوافع طفولية: وتستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وعموما سنحدد من خلال الدراسة الميدانية مختلف الدوافع والأخلاقيات الممارسة على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>2</sup>.

4- التوقعات من وسائل الإعلام: ويرى "كاتز Katz" أن التوقعات هي الإشاعات التي يبحث عنها المستخدم وبذلك فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الاتصال وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات<sup>3</sup>.

5- التعرض لوسائل الإعلام والاتصال، أشارت دراسات عديدة على وجود علاقات ارتباط البحث عن الإشاعات والتعرض لوسائل الإعلام والاتصال المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المرغوب<sup>4</sup>.

1 حسين عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الاعلام، دن، دط، القاهرة، 2008م، ص367.

2 حسين عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص245.

3 مي العبد الله، مرجع سابق، ص187.

4 حسين عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص371.

6- إشباعات وسائل الإعلام وتعني إشباعات وسائل الإعلام بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لها وتشمل هذه على:

✓ إشباعات توجيهية وتتضمن الحصول على المعلومات وتؤكد الدافع.

✓ إشباعات اجتماعية: يقصد بها شبكة علاقاته الاجتماعية.

✓ إشباعات العملية: وهي ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال<sup>1</sup>.

وبعد عرضنا لنظرية الاستخدامات والإشباعات، لا بد لنا من التطرق لتطبيق هذه النظرية ضمن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فمن التطورات الحاصلة لم تستطع العديد من النظريات التأثير مواكبة هذه التغيرات، وهذا ما يجعل نظرية الاستخدامات والإشباعات تتصدر العديد من البحوث التي تدرس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ولهذا لسهولة تطبيق فروض النظريات في البحوث.

إلى ذلك فإن عديد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها لتقييم أنفسهم زمن بين الإشباعات المحتملة الخاصة بالحفاظ على قيم وأخلاقيات الفرد ومن استخدامات الفرد لهذه المواقع محاولة تقسيم ومعرفة بعض القيم الإيجابية التي تساعد في الاندماج في المجتمع.

1 نوال بركات، مرجع سابق، ص 40.

## خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق ذكره في هذا الفصل المنهجي يمكن القول بأن الإطار المنهجي للدراسة يساعد الباحث في دراسته وذلك بتوضيح الغموض الذي يدور حول موضوع الدراسة.

تعد هذه الخطوة من أهم الخطوات إعداد البحث وهي الأساس في قيمة البحث، كما يعد الجانب المنهجي الركيزة الأساسية لأي دراسة علمية أكاديمية لأنه يعتبر بمثابة المدخل والانطلاقة للموضوع محل الدراسة.

- وفي هذا الفصل تطرقنا إلى مجموعة من الخطوات المنهجية المتمثلة في تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها وكذلك أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه، يليها تحديد المفاهيم والمقاربات النظرية المعتمدة في الدراسة.

## الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

### واستخداماتها

تمهيد

أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

خامساً: الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

سادساً: نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي.

سابعاً: الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

ثامناً: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي.

خلاصة الفصل

## تمهيد:

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي قفزة هائلة في البنية الاتصالية وأنماط التأثير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية، فأصبح بذلك أهم وسائل تحقيق التواصل البشري، والاستكشاف المعرفي والتفاعل والنقاش بين أفراد المجتمع، وبهذا تفتح المجال لظهور مجتمع جديد.

وتعالج دراستنا لشبكات التواصل الاجتماعي في ضبط مفاهيم وبعض الخصائص وهو الذي يتوضح مع عرض هذا الفصل الذي تضمن على بحث ثمانية عناصر جزئية أساسية وجاءت على النحو التالي: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها ودوافع استخدامها وبعض التأثيرات الإيجابية والسلبية ثم التطرق إلى بعض النماذج وخدماتها وتأثيرها على بعض القيم الدينية والثقافية والاجتماعية.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

### 1-1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

يعود الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي إلى التطور الذي حصل على مستوى شبكة الويب وبالضبط سنة 1995م في الولايات المتحدة الأمريكية، أول مواقع الويب الاجتماعي، التي ظهرت في شكل تجمعات على النث، مثل موقع the globe.com سنة 1994م وموقع geoaties في نفس السنة، وتلاها موقع Trepid سنة بعد ذلك، حيث قامت هذه التجمعات بربط لقاءات بين الأشخاص، والتفاعل من خلال صالونات الدردشة، وتبادل المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة، واستخدام وسائل شخصية عبر صفحات الموقع، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني<sup>1</sup>.

وأهم هذه المواقع classmater.com عام 1995م وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة وبعد عامين أطلق مع Degrees.com six عام 1997م والذي يركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وقد أتاح الموقع خدمة إرسال الرسائل للأصدقاء، وإنشاء الملفات الشخصية، وبالرغم من توفير هذه المواقع خدمات عديدة، إلا أنها لم تدم طويلاً وتم إغلاقها لعدم قدرتها على تقديم ربح مادي لمالكها وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين 1999م و2001م التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير<sup>2</sup>.

وانتشرت هذه المواقع بفعل تقنيات الويب بداياته الأولى، ويمكن أن نجراً تطور هذه المواقع إلى مرحلتين:

المرحلة الأولى: يمكن أن نطلق عليها المرحلة التمهيديّة لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي بدأت مع الجيل الأول للويب w1، في هذه المرحلة ظهرت مواقع جديدة بالإضافة لما ذكرنا سابقاً، منها موقع lwe journal، موقع cy world في 1999م الذي أنشئ في كوريا لموقع Ryze الذي خصص لرجال

1 علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دط، 2014م، ص58.

2 حسين محمود هينمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2015م، ص78.

الأعمال لتسهيل معاملاتهم التجارية وأهم ما ميز الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل الخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من ذلك فلم يكتسب لها البقاء كثيرا، لعدم نجاحها ماليا وتجاريا<sup>1</sup>.

في سنة 2001م جاءت موجة جديدة لمواقع جديدة لمواقع التواصل الاجتماعي اتجهت نحو تطوير شبكات العمال جاءت مع إطلاق موقع Ryze.com لكنه لم يلقى نجاحا لكن موقع lunreln أصبح شبكة مهمة مستعملة بكثرة اليوم<sup>2</sup>.

وفي سنة 2002م انطلقت مع موقع التواصل الاجتماعي Firendself، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد نال هذا الموقع شهرة من تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا «skyrok.com» كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة التواصل الاجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب<sup>3</sup>.

وفي سنة 2003م ميلاد Myspace المستخدمين الأوائل أنشأوا مجموعات فنية تعرف "بلوس أنجلس" وحتى الآن لازال "ماي سبايس" يستخدم بكثرة في الوسط الفني<sup>4</sup>.

وفي فبراير 2004م أطلق موقع الفاييسبوك الذي من قبل الطالب Mark Zuckerberg بجامعة "هارفرد"، وفي الأول كان خاصا بطلاب الجامعة ثم فتح أبواب للجماهير الأخرى سنة 2000م.

وفي سنة 2006م تويتير رأى التجار بفكرة قاعدية تسمح بكتابة رسائل قصيرة حول ما يفعله تتشكل من عدد محدود من الحروف، وبهذه الحركة الكبيرة لهذه المواقع ظهرت مواقع متخصصة في

1 مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، بيروت، ع593، 2011م، ص155.

2 محمد جابر خان الله: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي بتاريخ 2018/02/12م على الساعة 00:15:

<http://Kanmaonline.com/users/azhar/goper/posts/5128881>

3 دبله عبد الغاني وآخرون: من ولادة شبكات التواصل الاجتماعي إلى موت شبكات العلاقات الاجتماعية أو حذف منع الإعلام شروقه، ملتقى

شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/09 ديسمبر 2011م، ص400.

4 خلد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2013م، ص21.

مجال الاستثمار مثل: Finasscal.com، darlyslarnt.com للأطباء uywar.com للناطقين باللغة العربية... إلخ<sup>1</sup>.

ثانياً: أنواع الشبكات الاجتماعية:

هناك عدة تقسيمات لأنواع شبكات التواصل الاجتماعي، هناك من يقسمها إلى قسمين: شبكات داخلية Internal Social Networking و شبكات خارجية عامة Networking External Social وهناك من يقسمها إلى أقسام ثلاثة حسب نوع أساسي و شبكات خاصة بالعمل.

2-1- تقسيم الشبكات الاجتماعية:

#### ● شبكات داخلية خاصة:

وتتكون من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو مجتمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في الأنشطة من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من شبكة linked In<sup>2</sup>.

#### ● شبكات خارجية:

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صممت لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه مثل: موقع الفايستوك<sup>3</sup>.

1 ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كاتي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، عمان، دط، 2015م، ص210.

2 ماهر عودة الشمالية، مرجع سابق، ص211.

3 دبله عبد الغاني وآخرون، مرجع سابق، ص400.

## 2-2- تقسيم الشبكات الاجتماعية حسب ميزاتها:

- نوع أساسي (شخصي): وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور، الملفات الصوتية والمرئية والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الخارجي مثل موقع فيسبوك - ماي سبايس.
- نوع مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب العمل والشركات وتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن: سيرهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.
- شبكات لها مميزات إضافية: هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل: التدوين المصغر microblogging مثل موقع "تويتر" و"بلاك" والشبكات الجغرافية مثل موقع "برايتك ايت"<sup>1</sup>.

## ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تشارك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

### 3-1- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية personal pages:

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد والاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ويعتبر الملف الشخصي بوابة الدخول للعالم الشخصي، ومعرفة من خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، ومعرفة من هم أصدقائه وما هي الصور الجديدة التي وضعها ... إلخ إلى غير ذلك من النشاطات<sup>2</sup>.

1 زاهر الغريب: فكرة عامة عن شبكة الأنترنت، المركز العربي للبحوث التربوية، الكويت، ط1، 2000م، ص59.

2 ليلي أحمد جزار: الفايسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، دط، 2012م، ص41.

### 2-3- المشاركة participation:

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهمين حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام.

### 3-3- الانفتاح Openness:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على صفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

### 4-3- المحادثة Conversation:

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة<sup>1</sup>.

### 5-3- الأصدقاء والعلاقات freinds and relationship:

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 العلاقة «contact» على الشخص المضاف للقائمة.

### 6-3- إرسال الرسائل sending messages:

تتيح هذه الخاصة إمكانية إرسال الرسائل مباشرة للشخص سواء كان قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

### 7-3- ألبومات الصور Albums:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور

1 خالد غسان المقدادي، مرجع سابق، ص 27-28.

عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء بالاطلاع والتعليق عليها<sup>1</sup>.

### 8-3- المجتمع The Society:

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفصل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا<sup>2</sup>.

### 9-3- المجموعات groups:

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء اهتمام حيث يمكن إنشاء مجموعة بسمى معين وأهداف محددة ويوفر الموقع الاجتماعي المجموعات والمنضمين إليها في أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعات له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين<sup>3</sup>.

### 10-3- الترابط Conncteness :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على الفايسبوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات<sup>4</sup>.

1 ليلي أحمد جرار، مرجع سابق، ص 41-42.

2 خالد غسان المقدادي، مرجع سابق، ص 27.

3 ليلي أحمد جرار، مرجع سابق، ص 42.

4 خالد غسان المقدادي، مرجع سابق، ص 27.

## 3-11- الصفحات pages :

ابتدع هذه الفكرة موقع الفاييسبوك واستخدامها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات والفعاليات توجيه صفاتهم وإظهارها للمستخدمين، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع المعلومات عن الشخصية أو الحدث، ويتم متابعتها من طرف المستخدمين<sup>1</sup>.

## رابعاً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، وحتى نبين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

## 4-1- الفراغ family problem :

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء استغلال الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبل لشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية التي تنتجها شبكة الفاييسبوك لمستخدميها مثل مشاركة الصور والملفات الصوتية عبر المجموعات مع الأصدقاء يجعل الفاييسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد سبل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وكتضييع للوقت عند البعض منهم<sup>2</sup>.

## 4-2- البطالة unemployment :

تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لعدم الاندماج الاجتماعي والنفسي إلى الانتماء الاجتماعي الذي هو نتيجة ترفع العائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية

1 ليلي أحمد جزار، مرجع سابق، ص 42.

2 مشري مرسي، مرجع سابق، ص 157.

التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا على المجتمع الذي يعيشه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجية تربط علاقات مع الأشخاص من أجل الاحتيال والنصب<sup>1</sup>.

#### 4-3- المشاكل الأسرية family problems:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد، حيث توفر له كل الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكن في حال افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن السبل لتعويض الحرمان الذي قد ظهر مثلا: في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاكل الحياة أو التفكك الأسري<sup>2</sup>.

#### 4-5- الإشباع المعرفي cognitive gratification :

يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، فهم يسعون دائما للمعرفة الواسعة، يحتاجون لمعرفة ما يدور حولهم، وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرة والحاجة إليها سمة بشرية، كمواقع التواصل الاجتماعي قادرة على تقديم الإشباع المعرفي وتزيد الشباب عموما بمعرفة متعمقة بالعالم، بما فيه من تنوع في كافة المجالات<sup>3</sup>.

#### 4-6- الرأي والتعبير: Opinion and expression

وذلك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال وجها لوجه بما يساهم في التفاعل والتعبير عن آراءهم بحرية أكثر<sup>4</sup>.

1 الوافي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي، أسباب وتحديات، 2018/03/04، 31: 11

<http://www.Kan.com/figh/fbles//cd/7830/doc>

2 محمد محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، 2016م ص 299.

3 ليلي أحمد جرار، مرجع سابق، ص 129.

4 معين عمران محمد التميمي: دراسة عملية تظهر دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة العمل، دنيا الوطن، فلسطين،

<http://www.alwatanvoice.com>، 20:15، 2018/03/04

### خامسا: الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

لا يستطيع أحد إغفال الآثار المرتبطة بالإقبال الكبير للشباب باختلاف تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فهناك بعض الآثار السلبية والإيجابية التي تؤثر في هذه الشريحة الكبيرة من المجتمع ونذكر ما يلي هذه الآثار:

#### 5-1- الآثار الإيجابية للشبكات الاجتماعية Positive effects of social networks:

تعد الشبكات الاجتماعية أو ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي، هي النافذة التي يطل منها الشباب على العالم الخارجي، ويستطيعون من خلالها ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعدهم على التقرب والتواصل فيما بينهم وتفتح لهم أبواب تمكنهم من إطلاق إبداعاتهم ومشاريعهم التي تحقق أهدافهم وتساعد المجتمع على النمو، وذلك من خلال ما يسمى بالمجموعات نذكر منها ما يلي<sup>1</sup>:

- إعداد الأفراد وتنشئتهم واكتسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، لما تنتجه من تفاعل عن الآخرين عبر الأنشطة المختلفة للجماعات التي يمكن تكوينها في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية للفرد عن طريق هذه الأنشطة والتفاعل مع الآخرين، في دراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية سنة 2004م، توصلت إلى أن الناس يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي Facebook، بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم<sup>2</sup>.

- إلغاء حاجز الزمان ومن ثم سرعة التأثير وإلغاء حاجز المكان ومن ثم الانتشار كما تتيح إمكانية التعقيم على الوقائع ومن ثم تحقيق المصداقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في الاطلاع كما تساعد

1 جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، 2015م، ص64.

2 حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2014م، ص101.

على إبداء الرأي دون خوف عقاب أو تسلط، وهذا من أكبر المحفزات على الإبداع والاجتهاد والتجديد<sup>1</sup>.

● كسب احتكار مجموعات شبابية معينة للعمل الشباني، إما لصلاتهم مع المسؤولين عن الأجهزة الحكومية المعنية بالشباب، أو لاعتبارات سياسية أو طائفية منعت دمجهم في صنع القرارات الشبابية وتم ذلك عن طريق إتاحة الأنترنت ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي، التعبير عن جميع أصوات الشباب بكل حرية دون السيطرة عليها<sup>2</sup>.

● الانفتاح الكبير على الآخرين، فالتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حتى ولو كان هناك اختلاف في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد يزيد من إمكانية التعرف على أشخاص جدد.

وخلاصة القول أن هذه المواقع الاجتماعية تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والاجتماعية، وإن هذه المواقع نتاج للثورة التكنولوجية وضعت أساسا لخدمة مستخدميها ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراد دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوامل أخرى تؤثر سلبا على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأى أداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدميها الفعل الذي تؤديه إما إيجابيا أو سلبيا وهذا ما ينطبق بالفعل على شبكات التواصل الاجتماعي<sup>3</sup>.

## 5-2- الأثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي The negative effects of social networking sites

ومن ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه الشبكات وهو أنها قد غرزت بعض السلوكات السلبية على الأفراد بكل مقلق إلى حد ما، مما دفع البعض مؤخرا للانسحاب من هذه الشبكات

1 جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص64.

2 يونس ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات الأنترنت وعجز الدولة، 00:21، 2018/03/05، <http://www.olwaref.org>.

3 وداد شمش: وسائل الإعلام الجديد أي تأثير؟ إلى أي مدى؟ (مقاربة تحليلية متعددة الأبعاد)، مجلة العلوم الإنسانية الاجتماعية، ع21، الجزائر، ديسمبر 2015م، ص208.

الافتراضية، فمثلا نلاحظ أن هناك صفات معينة غير مباركة اجتماعيا قد بدأت بالظهور عبر هذه الشبكات دون وعي من يمارس هذه السلوكيات وخصوصا بعض القيم السلبية ونشر الإشاعات والإعجاب بالنفس عن طريق وضع الصور والفيديوهات.

وتتلخص الآثار السلبية للشبكة الاجتماعية فيما يلي:

● **إضاعة الوقت Wasting time**: بمجرد دخول المستخدم للموقع يبدأ يتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له ولغيره، فهذه المواقع تهدر الكثير من وقت الشباب هذه الأيام دون فائدة تجني فهناك 16% من الطلاب يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الفيسبوك لقضاء وقت الفراغ<sup>1</sup>.

● **الإدمان وإضعاف مهارة التواصل Addiction and weaken communication**  
:skills

الإدمان: يعد الإدمان من أخطر سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي ومن المشكلات الشائعة لمستخدمي هذه المواقع، فبعض الدارسين الأمريكيين (معظمهم من الذكور) لا يستطيعون أن ينتزعوا أنفسهم بعيدا عن أجهزة الكمبيوتر حتى بعد مضي 12 ساعة متواصلة، والقليل منهم واصل الجلوس على الخط دون طعام، حتى لا يخاطر بفقدان بعض الدردشات والمناقشات الساخنة مع المستخدمين<sup>2</sup>.

● **انعدام الخصوصية Lack of privacy**: أدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى سهولة الاطلاع وانتهاك الخصوصية وذلك يتم من عدة طرق، منها انتحال الشخصية الخاصة للأفراد أو الاعتبارية للمواقع

1 جزييل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص66.

2 شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، دط، 2000م، ص41.

والشركات فكل شخصية فردية واعتبارها حقوقها المحفوظة<sup>1</sup>.

● **صحية ناتجة عن استخدام جهاز الكمبيوتر حدوث مشاكل Health caused by the use of computer problems**

use of computer problems: هذه الأجهزة تضطر الأفراد إلى استخدام أعينهم، بحيث تكون على مسافة قريبة من الشاشة لوقت طويل، وبالتالي يتعرض الأفراد المستخدمين لهذه الأجهزة لما يسمى بأعراض الروية الكمبيوترية، ونجد من هذه الأعراض في تعب العين وأعراض أخرى<sup>2</sup>.

● **حدوث مشاكل زوجية وأسرية Marital and family problems occur: بعض**

الأمهات والآباء في هذه الأيام، أصبح لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي قد يؤدي إلى اتصالات ومحادثات لا فائدة منها، وقد تتطور الأمور لتهدد الحياة الزوجية وبالتالي تهديد تماسك الأسرة<sup>3</sup>.

● **الانعزال عن العالم الواقعي Isolation from the real world: ينتج عن استخدام هذه**

المواقع الانقطاع عن العالم المعاش وحدث انخيار في العلاقات الاجتماعية والأسرية، فلم يعد الأفراد يلتقون ويتزاورون كما في السابق، إذ أغنتهم هذه المواقع عن زيارة بعضهم البعض وخصوصا في المناسبات<sup>4</sup>.

1 سلطات سفر الصادعي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، الرياض، 2011م، ص18.

2 شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص83.

3 حسن عزام: شبكات التواصل الاجتماعي إيجابيات وسلبيات، تمت الزيارة يوم 2018/03/05 على الساعة 15:10

<http://www.osdoapes.com>

4 حسين محمود هيثمي، مرجع سابق، ص105.

سادسا: نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي:

### 6-1- الفاييس بوك Facebook:

مع ظهور الجيل الثاني ظهر الفاييس بوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن خمسة عشر سنة إلا أن موقعها أصبح الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم. موقع الفاييس بوك قد أسس على يد "مارك زوكربيرج" في عام 2004م لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ولتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فاييس بوك والتي أصبحت تقدر المليارات عام 2007م نتيجة لإشراك 21 مليون مشترك ليصبح رقم واحد في العالم<sup>1</sup>.

ويتيح موقع الفاييس بوك للمستخدمين إنشاء صفحاتهم بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم، وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع، ويعتمد الفاييس بوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين والطورين إلى تجويد تطبيقاتهم الخاصة على الموقع، ومن مميزاته كذلك إمكانية إضافة الصور والإشارة إلى أشخاص في هذه الصورة إضافة لملفات والروابط الخارجية وكتابة المدونات، ومن مميزات الفاييس بوك سهولة الانضمام إلى المجموعات وسهولة إنشائها، وفتح صفحات تروج لمختلف المنتجات والتسويق له<sup>2</sup>.

ويعتمد الموقع في ذلك على دعامين أساسيين هما: حجم المشتركين فيه، والذي يناهز 24 مليون حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألف يوميا، كما يمنح الموقع لمشركيه أنظمة تطبيق وهي ملف الصور وملف المذكرات، وملف المجموعات، وملف الأحداث، وملف الرسائل، وزاد عليها قبل فترة ملف مكان التسويق، وملف آخر حول الفيديو، وعن استخدامات الفاييس بوك كشفت دراسة

1 خالد غسان المقدادي، مرجع سابق، 34.

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

مسحية أجرتها مؤسسة البحوث الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أظهرت أن الفايسبوك هو الوجهة أو الخيار الأفضل للحصول على معلومات خاصة في مجال الصحة<sup>1</sup>.

## 6-2- اليوتيوب Youtube:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانه متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها، الكوارث الطبيعية والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية<sup>2</sup>.

وتأسس موقع اليوتيوب في الرابع عشر من فبراير من عام 2005م بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "نشار هيرلي" والتايبواني والبنغالي "جاود كريم" الذين يعملون في شركة paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية "بيدان جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية "ستانفورد".

ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر المواقع في عالم الويب<sup>3</sup>.

ونظرا لحجم خطورة هذا الموقع، فقد لجأت العديد من الدول على حضر استخدامه، ففي إيران منع موقع اليوتيوب في ديسمبر 2006م، بعد أن اعتبر موقع لا أخلاقي، أما في تونس فمنعته شركة الاتصالات التونسية في ماي 2007م بسبب نشر الفيديوهات السياسية للأحزاب المعارضة التي تشتم الرئيس السابق "بن علي"، بالإضافة إلى تلك الدول نجد اليمن، السعودية، الإمارات، باكستان تايلاندا والبرازيل، حيث لا توجد رقابة على المحتوى الذي ينشر على موقع اليوتيوب<sup>4</sup>.

1 عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم التطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2008م، ص218.

2 بول ليفنسوي، ترجمة هبة ربيع، أحدث وسائل الاعلام الجديدة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مص، ط1، 2015م، ص85.

3 غزال مريم: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، جامعة قاصد مرياح، ورقة، قسم العلوم الإنسانية، مذكرة لنيل متطلبات الماجستير، 2013م-2014م، ص21.

4 رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبات جامعات كل من الموصل والأنبار، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013م، ص47.

ويشهد هذا الموقع إقبالا كبيرا من فئة الشباب خصوصا، ويعتبر اليوتيوب موقعا غير ربحي يقوم على مشاهدة وتحميل الأفلام عبر الأنترنت بشكل مجاني، ولعدم توفره على الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها تعد مكسبا كبيرا للمؤسسة، ولم يعد هذا الموقع حكرا على مؤسسات إعلامية أو قنوات تلفزيونية أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص<sup>1</sup>.

ومن أهم مميزات اليوتيوب التي جعلته من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي نجد ميزة البث المباشر: يتيح اليوتيوب مشاهدة مواقع المباريات والأفلام بشكل مباشر ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول دون الحاجة إلى التنزيل متى نشاهده.

- سهل المشاهدة والبحث: يستطيع المستخدم مشاهدة الفلم مباشرة أو الاحتفاظ به، وذلك بمجرد الضغط على وصلة الفلم، ويوفر الموقع محرك بحث خاص به يمكن للمستخدم من البحث عن الأفلام.

- متاح ومجاني: يمكن للمستخدم تنزيل المقاطع التي يحتاجه بشكل عام ومجاني، مقابل التسجيل في الموقع فقط<sup>2</sup>.

## 7-الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي Services provided by social networking sites

إن المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أنها تشترك في خصائص أساسية بينها تتميز بعضها عن الآخرين بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها وأبرزها:

7-1-الملفات الشخصية (الصفحات الشخصية profile page): ومن خلال الملفات -الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس، تاريخ الميلاد

1 نوال بركات، مرجع سابق، ص165.

2 علاء الدين محمد عفيفي، مرجع سابق، ص177.

ونشر الاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي مشاهدة نشاط الشخص<sup>1</sup>.

**2-7- الأصدقاء والعلاقات (Friends/Relations):** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين الشبكات الاجتماعية كملف مسمى "صديق" على هذا الشخص المضامين لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو العلاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك<sup>2</sup>.

**3-7- ارسال الرسائل:** وتتيح هذه الخاصة إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

**4-7- ألبومات الصور Photo albums:** تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

**5-7- المجموعات groupes:** تتيح هذه الشبكات خاصة إنشاء مجموعات مشتركة، حيث أشبه ما يكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين<sup>3</sup>.

ابتدعت هذه الفكرة الفيسبوك، واستخداماتها تجارياً بطريقة فعالة حيث تشمل في الوقت الحاضر على تصميم حملات إعلامية موجهة تبيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين، وتقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة بم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات وهذا وفق اهتماماتهم<sup>4</sup>.

1 ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مرجع سابق، ص211.

2 خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص35.

3 ليلي أحمد جزار، مرجع سابق، ص70.

4 حسن محمود هيثمي، مرجع سابق، ص92-93.

ثامنا: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطالب:

### 8-1- الآثار التعليمية Educational effects :

وهي من الآثار الخطيرة على الطالب في الجامعة، لأن الاستخدام المفرط لهذه المواقع يؤثر على تحصيل الطلاب العلمي، وقد أظهرت بعض الدراسات أن الدرجات التي تحصل عليها الطلاب في الجامعات، المدمنون على شبكة وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت أدنى بكثير من تلك التي تحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع كما أظهرت كلما زاد الوقت الذي يمضيه الطالب في التصفح كلما تدنت مستوياتهم

وقد أظهر استطلاع للرأي شمل مائتين وأربعة عشر من مديري المدارس الثانوية في بريطانيا شعورهم البالغ بالقلق حيال الفشل الدراسي وتدني مستوى القراءة والكتابة عند طلاب المدارس بسبب مواقع التواصل الاجتماعي ووفقا لنتائج الاستطلاع يرى 70% من مديري المدارس أنها تشكل ضررا بالغاً على مستويات القراءة والكتابة عند الطلاب، من يدمن النظر في الحاسوب بوجه عام فضلا عن التردد على تلك المواقع يصاب بالعزوف عن القراءة، ويصير فتح الكتب فيها بالنسبة له مملا سيئا<sup>1</sup>.

ومن الآثار التي ظهرت أخيرا نتيجة الاستخدام المفرط من الشباب لتلك المواقع، حيث بدأت تظهر لغة جديدة خاصة بمستخدمي هذه الشبكات لا هي عربية نقية ولا هي عامية مقبولة، وإنما هي خليط عجيب من عربية مكسرة وعامية بلهجات غارقة بالمحلية أو لغة هجينة تجمع عبارات باللغات الأجنبية وعلى الأخص الفرنسية والإنجليزية، وأحيانا تستخدم بعض الأرقام بدل الحروف مثل كلمة سعيد "s3ed" ... إلخ على حساب اللغة العربية الفصحى.

امتد تأثيرها من الفرد إلى المؤسسة، حيث أوجد مجموعة من المفردات أو الرموز المختصرة التي تستخدم في غرف الدردشة وغيرها، وهو ما ظهر مؤخرا في تشكيل لغة جديدة، تسمى "لغة الفرنكو

1 الحزين: كيف تؤثر وسائل الاعلام، الرياض، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع، د ط، 2010م، ص31، بتصرف.

أراب" التي تعتبر مزجا بين المفردات العربية والأحرف الإنجليزية وهذا تشويه للغة العربية، وعليه أصبحت هذه المواقع مصدر يهدد اللغة العربية وتلقي بظلالها على ثقافة وسلوك الطالب وظهور نوع من التمرد على العادات والنظام الاجتماعي<sup>1</sup>.

### 8-2- الآثار الصحية والنفسية – Health and psychological effects :

فقد أثبتت بعض الدراسات أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على الحالة النفسية للمستخدم وقد جاء في فعاليات مؤتمر الشباب الدولي السابع الذي عقد بمملكة البحرين تحت عنوان "الإعلام وثقافة الشباب" أن استخدام مواقع التواصل المفرط يؤدي إلى زيادة الإحساس بالوحدة والاكئاب وإدمان الجلوس أمام الأنترنت، بالإضافة إلى عدم رغبة المستخدم في الاحتكاك بالمجتمع والاكتفاء بمتابعة الحياة عبر الشاشة ومراقبة أصدقائه ومعارفه بدلا من التفاعل معهم.

وفي رأي بعض الأطباء النفسيين فإن هذه حالة من السكون والخمول، لأن الشخص عندما يقوم بذلك سيفقد متعة الحياة من مغامرة وتشويق وتعريف مباشر وإطلاع أقرب وتجارب أكبر. وتتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات، بل أن بعض الدراسات تشير إلى أن الإفلاع عن التدخين والمشروبات الكحولية أسهل بكثير من التخلص من إدمان الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي الذي أصبح الكثير يعيشون معها كأنها جزء مشترك من أجسادهم ومقاومتها أصبحت في غاية الصعوبة، ومن تلك الآثار النفسية أيضا أنها تؤدي إلى عدم الثقة في النفس، وزيادة الإحساس بالإخفاقات وتقليل الشعور بالنجاحات، نتيجة المقارنة بالآخرين<sup>2</sup>.

### 8-3- الآثار العقائدية Theological effects :

ومن الآثار السلبية لتلك المواقع أيضا انتشار الصفحات التي تحارب الإسلام وتشكك شباب المسلمين في دينهم وفي عقيدتهم، وقد انتشرت تلك الصفحات الاجتماعية بكثافة كبيرة جدا، سواء من غير المسلمين الذين يقومون بحملات منظمة لتشويه الإسلام وهدمه، أو من المسلمين المنحرفين

1 الساسي سفيان، شبكات التواصل الاجتماعي على قيم الشباب، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 6، جانفي 2014، ص 230. بتصرف.

2 طارق عبد الرؤوف عامر: الشباب واستثمار وقت الفراغ، القاهرة، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، د ط، 2015، ص 81-82، بتصرف.

عقديا، فلا تكاد تسمع عن ملة أو طائفة من الطوائف المختلفة إلا ولها عشرات بل مئات الصفحات التي تبث أباطيلها بكافة الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية، وبكل اللغات، متبعة أحدث أنواع التقنية الإعلامية، وهذه الصفحات تستهوي كثيرا من الشباب إليها.

وخاصة في المجتمعات التي تخلو منهاجها التربوية من تعاليم الإسلام فيخرج هؤلاء الشباب من المدارس والمعاهد والجامعات وهم لا يعرفون صغيرة عن الإسلام، ويقعون فريسة بين طائفتين طائفة الغواة الذين يريدون أن يسلخوهم من دينهم وعقيدتهم، وطائفة الغلاة المتشردين الذين يتبنون باسم الإسلام أفكار ضالة مضلة، فإذا أراد بفطرته الاهتداء لم يجد أمامه سوى هؤلاء فيتشبع بأفكارهم بعد أن حرم من تلقي تعاليم الإسلام ممن هم أهل لها<sup>1</sup>.

وعليه وبناءً على ما سبق يمكن القول بأن كل هذه الآثار تهدد القيم الأخلاقية الاجتماعية وانسلاخ الأفراد من الثوابت القومية التي تشكل جوهر المجتمع وأصالته داخل بنائه الاجتماعي.

1 بدوي عبد الرحمن: هموم الشباب، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 1996م، ص 35، بتصرف.

## خلاصة الفصل:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر استخداما وشهرة من بين مواقع الأنترنت على الشبكة العالمية، بالرغم من أنها لم تعرف لها ووجود إلى في أواسط السبعينات من القرن الماضي، حيث عرضت زخما كبيرا مع بداية هذا القرن مع ظهور نمط وحياة جديدة بفضل تغير بعض القيم الأخلاقية وهذا عن طريق العولمة والمحتويات المعروضة على الصفحات الاجتماعية، التي إذا أمعنا النظر فيها نجدتها تنطوي على سلبيات إذا تم استخدامها بتهور حيث تؤدي إلى إضاعة الوقت والإدمان عليها كما تضعف مهارة التواصل، إضافة إلى تأثيرها على القيم الأخلاقية لدى الفرد.

## الفصل الثالث: الأخلاق

تمهيد

أولاً: التطور التاريخي للأخلاق.

ثانياً: خصائص الأخلاق.

ثالثاً: أهمية الأخلاق.

رابعاً: مصادر الأخلاق.

خامساً: أقسام الأخلاق.

سادساً: وسائل اكتساب الأخلاق.

سابعاً: نماذج عن الأخلاق

ثامناً: الأخلاق الاجتماعية والسلوك الإنساني.

خلاصة الفصل

## تمهيد:

تعد القيم الأخلاقية عنصرا رئيسي في تشكيل ثقافة أي مجتمع، فالأخلاق هي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع، كما أنها تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم، فهي تعبر عن البيئة أحسن تعبير، وتعتبر مرتكزا أساسيا تقوم عليه عملية التفاعل الاجتماعي حيث تعد من المفاهيم والمعايير التي تمس العلاقات الاجتماعية بجميع صورها، وكل هذا سنوضحه في هذا الفصل من خلال التعرض لمجموعة من العناصر أبرزها، التطور التاريخي للأخلاقيات، وبعض خصائص وأهمية الأخلاق، بالإضافة إلى مصادر وأقسام ووسائل اكتساب الأخلاق، أخيرا تم التحدث عن بعض نماذج الأخلاقيات و الأخلاق الاجتماعية وعلاقتها بالسلوك الإنساني.

## أولاً: التطور التاريخي للأخلاق:

تعتبر الأخلاقيات من الأمور الملازمة للإنسان في كل العصور، لكن الإنسان اهتم بالأخلاق العلمية لوضع نظم تحكم حياتهم داخل المجتمع، ويمكن الإشارة إلى أهم المراحل التي مرت بها الأخلاق بداية باليونان (500 ق.م إلى 500م)، حيث سادت في هذه الفترة مدينة الدولة "cirstate" كخلفية الحياة الخلقية، ودار الحوار السفسطائي السقراطي، ظهرت أخلاق أفلاطون المثالية وقد كان لها تأثير كبير على الفكر الأخلاقي حيث سادت الأخوة والمساواة<sup>1</sup>.

أما في العصور الوسطى الممتدة من (500م إلى 1500م) فقد تميزت بتأثير بالديانة المسيحية فقد ربط المفكرون في تلك المرحلة بين الأخلاق الدينية، كما ذهبوا إلى أنه لا توجد قطعة بين الأخلاق وبين علم الساسة، حيث لم يلعب العقل البشري دورا كبيرا بل أصبح العقل قوة لا يمتد بها أمام قوة الدين وسطوته الكبرى<sup>2</sup>.

أما في العصر الإسلامي فقد جاء الرسول صلى الله عليه وسلم يحمل رسالة الإسلام، الذي يركز على الأخلاق وتكميلها حيث قال صلى الله عليه وسلم: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق" ودعا الإسلام إلى الفضائل، ونهى عن الرذائل، جاعلا سعادة الدنيا والآخرة جزاء من التزم بالفضائل لقوله تعالى "إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ" سورة النحل، الآية (90)<sup>3</sup>.

1 بلال بن جامع: المشكلات الأخلاقية والقانونية المثارة حول شبكة الأنترنت، رسالة ماجستير، جامعة منتور، قسنطينة، قسم علم المكتبات، 2006م، ص54.

2 بلال جامع، المرجع السابق، ص54.

3 زقروق محمد حمدي: مقدمة في علم الأخلاق، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993م، صص52-54.

وفي هذه المرحلة تكفل القرآن والسنة ببيان الطريق المستقيم ووضع المبادئ العليا والقيم، فالمسلم لم يكن بحاجة إلى البحث العقلي في أساس الخير والشر والرذيلة، حتى أوائل القرن الثاني باحتكاك المسلمين بغيرهم من الشعوب نشأت فلسفات إسلامية جديدة سميت بفلسفة الأخلاقية الإسلامية<sup>1</sup>. وعرف العصر الحديث بالفترة التي عاشتها أوروبا ما بين القرنين 15 و16 بعصر النهضة الذي فصل الفلسفة عن الكنيسة، وعلم الأخلاق على الدين، فاتجه الفلاسفة مرة أخرى إلى العقل يبحثون عن أسس تحكم عمل الإنسان ومبادئ السلوك وتبعهم المسلمون في ذلك<sup>2</sup>.

### ثانيا: خصائص الأخلاق:

وفي هذا العنصر نعرض أهم خصائص الأخلاق التي جاد بها الإسلام ونادى البشرية لكي تمارسها وتعيشها وتمثلها واقعا حبا في الحياة وهذه الأخلاق ليست غريبة على الإنسان فكثير منها فوصل لها عقله وقادته لها الفطرية السليمة، ولذلك جاء هذا الدين لتكميل ما نقص منها، ويحسن ما وجد، ويعطي للإنسانية بناء متكاملا تنظم به حياتها<sup>3</sup>.

ولذلك فالأخلاق في الإسلام لم تكن أمرا كماليا أو إضافيا يتجمل به المرء ويحسن به صورته أمام الآخرين، بل الأخلاق لا تنفصل عن الإيمان فكثير من فضائلها من شعب الإيمان التي لا يكتمل إلا بها، وعليها يرتكز، ومنها الصدق والحياء والعفة غيرها من القيم الأخلاقية ومن هنا يمكننا معرفة بعض خصائص الأخلاق التي دعا إليها الإسلام<sup>4</sup>.

### 2-1- الأخلاق الربانية:

إن الإيمان الذي ينبعث في داخل الإنسان ويجعله يسلم قيادة الله خالقه وخالق هذا الكون هذا

1 ليلي، وليام: المدخل إلى علم الأخلاق، ترجمة عبد المعطي محمد، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، دط، 1999م، ص200.

2 أحمد أمين: الأخلاق، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط3، 1931م، صص 1-2.

3 عبد المجيد بن عيد صالح السناني: دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة دراسة ميدانية الجامعة الإسلامية المدينة المنورة، كلية الدعوة وأصول الدين، السعودية، 1432هـ، ص83.

سامية حمريش: القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري (دراسة ميدانية لمدينة باتنة)، رسالة ماجستير، جامعة لخضر باتنة، 2010م، ص 47 4

الإيمان يجعل الإنسان يتطلع إلى معرفة ما يريد هذا الخالق العظيم، وبالتالي عندما ترى أن أخلاق الإسلام جاءت تحمل أهم خصائصها المميزة لها، وهي ربانية المصدر فالله هو الذي رسم طريقها وخط تفاصيلها وجاء دستورها في كتابه العزيز على لسان رسوله صلى الله عليه وسلم، وبذلك يبعث الله سبحانه وتعالى الطمأنينة في نفوس المؤمنين بأن هذه الأخلاق التي يدعوهم لتمثيلها هي إرادة الله العالم بكل ما يصلح لهم، وهذا الأمر يعطي دافعا معنويا قويا للمسلم يجعله يتمسك بأخلاق هذا الدين لأنه على يقين ستجلب له الخير وتبعد عنه الشر<sup>1</sup>.

## 2-2- الشمولية:

فالأخلاق في الإسلام شاملة لجميع تصرفات الإنسان وسلوكياته سواء كان اتجاه نفسه أو غيره من الأفراد أو الجماعات أو الدول ولذلك الدائرة التي تتسع يكون مركزها الإنسان نفسه وتمتد منه لتشمل كل ما حوله حتى تعمم الإنسانية جمعاء<sup>2</sup>.

وهذه الشمولية للأخلاق، تجعلها تصل إلى كل الميادين الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتربوية، فهي تحكم كل هذه الميادين، فلا تتخيلها بدون أخلاق، ويتضح شمول الأخلاق أنها تشمل الدنيا وكذلك الآخرة، فهي ممارسات دنيوية يتطلع المؤمن أن ينجي بها، وهذا يبعث الطمأنينة في نفس الفرد ويدفعه إلى أعلى درجات السلم الأخلاقي<sup>3</sup>.

## 2-3- مطلقة وثابتة:

فهي صالحة لكل زمان ومكان لأنها موجهة لكل البشرية لا تخير بين عرف وعرق، فالخطاب الذي وجهه الخالق سبحانه لرسوله صلى الله عليه وسلم قال تعالى "وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ"

1 عبد الرحمن حسن جنكة الميداني: الأخلاق الإسلامية وأسسها، دار القلم، بيروت، ط5، 1999م، ص55.

2 مسفر عبد الله سالم المالكي: دور منهج الحديث والثقافة الإسلامية في تعزيز القيم الخلقية لدى طلاب الصف الأولى ثانوي بمحافظة الطائف، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، السعودية، 1429هـ، ص64.

3 إدريس العبدلاوي: مفهوم القيم الإسلامية ومدى اعتمادها كمصدر من مصادر التسريع-مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية، سلسلة الدورات، الرباط، 2005م، ص218.

بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ" سورة سبأ، الآية (28) <sup>1</sup>.

فالناس في هذه الرسالة في كل زمان ومكان ومن هنا كانت أخلاق الإسلام مطلقة فهي بالنسبة لكل الناس أمر واحد، ثابتة لا تتغير نتيجة تغير ظروف الناس الاقتصادية أو الاجتماعية فالمجتمع الريفي له نفس أخلاق مجتمع المدينة وأخلاق الفقير نفسها أخلاق الغني <sup>2</sup>.

#### 2-4-العالمية:

لأن الأخلاق مطلقة وثابتة فهي عالمية لأنها جاءت لكل الأماكن والأزمان والأجناس يقول عليه الصلاة والسلام في خطبة الوداع "إن ربكم واحد وأباكم واحد ولا فضل لعربي على أعجمي ولا لأعجمي على عربي ولا أحمر على أسود إلا بالتقوى" فهذا الواحد للإنسانية، مما يجعل الأخلاق مشتركة وعالمية.

#### 2-5-الوسطية:

فالأخلاق تقف موقفاً وسطياً، بين تغليب مطالب الجسد من اللذات والمنع كما تدعو الأخلاق الأبيقورية وبين تغليب جانب الروح، وبذلك تمشي الأخلاق في الإسلام مع طبيعة هذا الدين في أنه دين وسط وأن الأمة الإسلامية هي الأمة الوسط التي أمن الله عليها بذلك <sup>3</sup>.

#### 2-6-مراعاة الطبيعة الإنسانية:

فالأخلاق في الإسلام تجمع بين مراعاة للنفس الإنسانية في طبيعتها البشرية التي ينتابها الضعف والقصور، وبين دفعها للصعود إلى أعلى درجات الروح والتشبه بالملائكة الكرام، فهي لا تعرف في

1 مسفر عبد الله سالم المالكي، مرجع سابق، ص66.

2 علوي بن عبد القادر السقاف، مرجع سابق، ص30.

3 ميسون محمد عبد القدر مشرف: التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير، غزة، 2009م، ص32.

الحسية المادية دون النظر إلى الروح كما ترى ذلك الفلاسفة المادية، ولا هي مسلك نبذ الواقع والحياة<sup>1</sup>.

فهي أخلاق تلبي حاجات الإنسان في جميع جوانبه الجسدية والروحية ومن الأمثلة على ذلك تطبيق مبدأ العدل والإحسان في مجال العقوبات انسجاماً مع قوله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ" سورة النحل، الآية (90)<sup>2</sup>.

### ثالثاً: أهمية الأخلاق:

قبل الشروع في بيان أهمية الأخلاق للإنسان وحياته على وجه هذه الأرض، حيث شهدت الأخلاق وتناولت من عدة اتجاهات لدى المفكرين، أما أهمية الأخلاق فإنها تتجلى بوضوح في هذا الجدول الكبير الذي ثار حولها فكثرت مذاهب الفلاسفة والمصلحون في الأخلاق كل يدلي بدلوه<sup>3</sup>.

وحيث يبين أنه لو لم تكن الأخلاق من الأهمية بمكان ذلك ولنا أن نتخيل حياة الناس بدون هذه الفضائل الخلقية، فكيف تكون حياة بلا عفة ولا صدق ولا أمانة وقس على ذلك كل الأخلاق التي اتفق عليها العقلاء، ولو نظرنا إلى ديننا خصوصاً<sup>4</sup>.

ولقد كان غرس الفضائل الخلقية يلي أمر العقيدة في الاهتمام من تنزيل الوحي السماوي على النبي صلى الله عليه وسلم حيث كان الحديث عنه في محكم الآيات ويبرز هذا الأمر عندما نعلم أن

1 خالد الصمدي: القيم الإسلامية في المناهج الدراسية (مشروع برنامج لإدماج القيم في التعليم الأساسي)، مطبعة المعارف الجديدة، الرياض السعودية، دط، 2003م، ص32.

2 هذه أخلاقنا: محمود محمد الخزندار، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض، ط2، 1997م، ص17.

3 علوي بن عبد القادر السقاف، مرجع سابق، ص14.

4 أسامة محمد خليل الزيناتي: دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الفلسطينية الحكومية، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى، 2014م، ص14.

ربع الآيات القرآنية في موضوع الأخلاق فقد بلغ عددها ألف وخمس مائة وأربع آيات بل في أحد المقاصد الثلاثة في الشريعة<sup>1</sup>.

وقد ظهر هذا الاهتمام الأخلاقي في قدرة هذا الدين على تغيير حياة العرب بكل ما كانت تحويه من رذائل أخلاقية إلى أمة ضربت المثل في القيم والفضائل التي مكنتهم من فتح القلوب قبل البلدان. وكيف لا تكون الأخلاق ذات أهمية، وها هو النبي صلى الله عليه وسلم يقول: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق"<sup>2</sup>.

ويمكن القول أن الأخلاق تؤدي إلى أمرين هامين في الحياة أولهما دوام الحياة الاجتماعية وتماسكها وثانيها تقدم الحضارة من الناحية العلمية والعمرائية ويكون ذلك بما تدعو إليه من أخلاق تركز وتساعدهم في الآخرين حتى الأول نجد الأمانة والعفة والصدق والثاني في فضيلة الاحترام والصبر<sup>3</sup>.

#### رابعاً: مصادر الأخلاق:

باعتبار الإنسان له صلة بالطبيعة، وأنه يتأثر بها ويتفاعل معها فإن جزء من عاداته وسلوكياته وقيم حياته يكتسبها في هذه البيئة، وهكذا الطبيعة والعقل يساهمان في تشكيل وضع القيم الأخلاقية أما في ديننا الإسلامي وعلى غرار الشرائع السماوية التي تعتبر الكتب السماوية المصدر الأخلاقي لها فإن مصدر الأخلاق عنده هو القرآن الكريم والسنة النبوية حيث جاء مكملاً للقواعد الأخلاقية

1 سعيد بن ناصر الغامدي: أخلاقيات العمل ضرورة تنويه ومصلحة شرعية، الإدارة العامة للإعلام والثقافة، سلسلة دعوة حق كتاب سهر محكم، ع242، 2010م، ص35.

2 ماجد بن عبد الله العصيمي: الأخلاق العملية في القرآن الكريم ومدى التزام طلاب كلية المعلمين بها من وجهة نظر الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، السعودية، 1429هـ، ص31.

3 حسين جعفر الخليفة: دراسة تحليلية للمضامين في كتب اللغة العربية بالصفوف الثلاثة الأولى من المرحلة الابتدائية بدول الخليج، كلية التربية للبنات، الرياض السعودية، 2004م ص32.

لقوله صلى الله عليه وسلم: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق"<sup>1</sup>.

فالمسلمون يستقون مصادر الأخلاق من القرآن والسنة النبوية الصحيحة، وليست للبشرية أيضا بديل عن هذين المصدرين، وكذا في حياة الصحابة والتابعين معين وميراث زاخر من الأخلاق المستمدة من الشريعة الإسلامية العراء مما يغني عن الأعراف أو التقاليد، أو أي خلق دخيل<sup>2</sup>.

والنظم العالمية اليوم والدول القديمة والحديثة لها مسار في الأخلاق وكل دولة تربي شعبها على الأخلاق التي تريد، مما نعتبره نحن حسنا قد يعتبره آخرون قبحا فنحن مثلا نعتبر خلق العفة في الفتى والفتاة خلقا كريما ينبغي أن يربى عليه وينمي ويحافظ عليها، وبالمقابل نجد هذه العفة عند العالم الأوروبي والعربي شذوذ، والحياء والستر عندنا خلق كريم، بينما هو في المجتمع الغربي كبت وتقييد لهم<sup>3</sup>. فالأخلاق عند الغرب مرتبطة وتبنى مع الأهداف، لكن أن تتخلق بأخلاق تتناسب مع الهدف الذي تريد الوصول إليه أما الإسلام فيختلف عن ذلك كله، فهدفه هو تكوين الفرد الصالح، وهو عبارة عن أعمال يترى عليها الإنسان، بحيث يكون مسلما صالحا، يستوعب جميع أعماله وتصرفاته وعلاقته مع ربه ودينه<sup>4</sup>.

#### خامسا: أقسام الأخلاق:

إن الأخلاق تارة تكون في صيغة ذات تقع في لوحة التصورات العامة تسمى بالأخلاق النظرية وتارة تكون الأخلاق نظرية، وتارة تكون الأخلاق في صيغة جزئية ويرجع فيها إلى دور العمل السلوك الخاص بالفرد وهكذا يمكن أن نقول إن هناك شبه اتفاق على تحديد مسمى لعلم الأخلاق، وهما الأخلاق النظرية والعلمية والآتي عرض لموجز لها:

1 بلال بن جامع: المشكلات الأخلاقية والقانونية المثارة حول شبكة الأنترنت، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم المكتبات 2007م، ص 65.

2 عاهد محمود محمد مرتجي: مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمهم في محافظة غزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة فلسطين، 2004م ص 53.

3 أيسر فائق جهاد الألوسي، مرجع سابق، ص 07.

4 عاهد محمود محمد مرتجي، مرجع سابق، ص 55.

### 5-1- الأخلاق النظرية:

وتسمى الأخلاق العامة وهذا القسم يهتم بدراسة الضمير وحقيقته ومظاهره وعواطفه المختلفة كالرضا والاعتباط والسرور الداخلي لفعل الخير والألم والتأنيب عند فعل الشر والمسؤولية كالحرية والإرادة ووسائل الاختيار وبواعث العمل ومناقشة الآراء التي ترد حول الموضوع الأخلاقي<sup>1</sup>.

### 5-2- الأخلاق العلمية:

الأخلاق وتتمثل في الواجبات المختلفة كواجب الإنسان حول نفسه ونحو أسرته ونحو وطنه ونحو الإنسانية جمعاء وبالتالي نستطيع أن نقول على القسم هو التطبيق العلمي للقسم الأول بل أن الأخلاق هي الأساس في الموضوع الأخلاقي لأن القسم الأول يشبع حاجة عقلية جدلية فقط<sup>2</sup>.

وكما يقول الدكتور دراز: لكن هذا كله أن الدراسة النظرية للأخلاق لا يشبع إلا حاجة عقلية ولا يعد سوى جانب ثانوي في المشكلة الأخلاقية فمن الممكن "أن يكون المرء فاضلا دون أن يستطيع تعريف الفضيلة فحاجتنا إذن إلى أن نرى الفضيلة أعظم من حاجتنا إلى تعريفها<sup>3</sup>.

### سادسا: وسائل اكتساب الأخلاق:

بالنسبة لوسائل تنمية القيم الأخلاقية، فسنعرض بعض من تلك الوسائل التي خطتها العناية الإلهية في القرآن والسنة من وسائل زكت النفوس، وارتقت بهم واستطاعت أن تحول المجتمع من مجتمع متخلف تشيع فيه العادات والقيم الجاهلية السلبية إلى مجتمع متقدم تسوده فضائل الأخلاق ومكارمها ولعل أشهر هذه الوسائل هي: العقيدة، العبادات، الضغط المجتمعي من قبل المجتمع الإسلامي وهي كالآتي:

1 موزة أحمد راشد الجبار: البعد الأخلاقي للفكر السياسي الإسلامي عند الفارابي والماوردي وابن تيمية، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية مصر، كلية الأدب، قسم الفلسفة، 2000م، ص34.

2 علوي بن عبد القادر السقاف، مرجع سابق، ص25.

3 خالد بن جمعة بن عثمان الحراز، مرجع سابق، ص27.

6-1- تصحيح العقيدة:

إن العقيدة تنعكس ولا بد على أخلاق معتقدها، فالطريق لتصبح الأخلاق هو تصحيح العقيدة، فالسلوك ثمره لما يحمله الإنسان من معتقد، وما يدين به من دين، والانحراف في السلوك ناتج عن خلل في المعتقد، فالعقيدة هي الإيمان الجازم بالله تعالى، وبما يجب له من التوحيد في أسمائه وصفاته وربوبيته وألوهيته فإذا صحت العقيدة حسنت الأخلاق تبعاً لذلك، فالعقيدة الصحيحة عقيدة السلف، عقيدة أهل السنة والجماعة التي تحمل صاحبها على مكارم الأخلاق وتودعه عن مساوئها، كما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إن أكمل المؤمنين إيماناً أسنهم خلقاً، وإن حسن الخلق ليلبغ درجة الصائم القائم"<sup>1</sup>.

6-2- العبادات:

إن العبادات التي شرعت في الإسلام واعتبرت أركاناً من أركان الإيمان به ليست طقوساً مبهمه في النوع الذي يربط الإنسان بالغيوب المجهولة، فهذه التكاليف لم تأتي سدىً فالفرائض التي ألزم الشارع بها كل من ينتسب إليه، هي تمارين وسلوكات لتعويد المرء أن يحيى بأخلاق صحيحة وأن يظل متمسكاً بهذه الأخلاق، مهما تغيرت أمامه الحياة، فالقرآن والسنة المطهرة يكشفان بوضوح عن هذه الحقائق من خلال الصلاة والواجبات التي فرضها الله وأبان الحكمة منها فالصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر حيث قال: "وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ" سورة العنكبوت، الآية (45).

والزكاة المفروضة ليست ضريبة تأخذ من الجيوب بل هي غرس لمشاعر الحنان والرفقة وترسيخ بعض القيم الخلقية بين المسلمين والتعاون والصبر حيث قال تعالى: "خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ بِهَا وَتُزَكِّيهِمْ" سورة التوبة، الآية (103).

1 علوي بن عبد القادر السقاف، مرجع سابق، ص 37. بتصرف.

وكذلك شرع الإسلام الصوم ولا يعتبر حرمان مؤقت من بعض الملذات وإقرارا لهذا المعنى قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يدع قول الزور، والعمل به، فليس لله حاجة في أن يدع طعامه وشرابه" وكذلك الحج الذي كلف به القادر واعتبر من فرائض الإسلام على اتباعه بحسب الإنسان هذه الرحلة مجردة عن المعاني الخلقية وهذا خطأ، إذ يقول سبحانه وتعالى: "الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَاتٍ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمُهُ اللَّهُ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَى وَاتَّقُونِي يَا أُولِي الْأَلْبَابِ" سورة الحج الآية (197).<sup>1</sup>

### 3-6-الضغط الاجتماعي من قبل المجتمع الإسلامي:

فمن مجموعة الوسائل التي اعتمد عليها الإسلام في تقويم الأفراد وإصلاحهم، وإلزامهم بالتحلي بالأخلاق الفاضلة، اعتمد على المجتمع الإسلامي السوي، وذلك لما للمجتمع من سلطة معنوية بكل أطيافه المؤثرة على نفوس الأفراد.

وبما أن الإنسان كائن اجتماعي، يتأثر بالمجتمع ولا يستطيع أن يعيش حياة سعيدة إلا فمن هذا النسق الكامل، حيث يسعى إلى تحقيق رغباته وحاجاته النفسية، حيث يسعى الإنسان ويكده ليضيف بتقدير الناس، حيث نجد الكثير من الناس يمنعون أنفسهم الكثير من الشهوات وأهوائهم وهذا مخافة ازدياد المجتمع لهم وهذا هو الذي يجعل المجتمع سلطان على الفرد، وإذا اتخذ الإسلام فم وسائل إلزام الأفراد بالمجتمع الأخلاقي الذي رسمه للناس، وسيلة الضغط الاجتماعي الذي يرسمه المجتمع الإسلامي، حيث يعتبر المجتمع رقيباً على أفراد وحارساً وساهراً ومحاسباً عادلاً، فمن شأن هذا المجتمع أن يملي على من نشأ فيه، أو انخرط فيه، فضائل الأخلاق ومحاسن السلوك بصفة عملية فعلية.<sup>2</sup>

### 4-6- سلطات الدولة الإسلامية:

للسلطة المادية التي تمارسها الدولة الإسلامية، أثر كبير في إلزام الأفراد والجماعات، بالنهج

1 مسفر عبد الله صالح المالكي، مرجع سابق، ص78. بتصرف.

2 علوي بن عبد القادر السقاف: مرجع سابق، ص37، بتصرف.

الأخلاقي الذي رسمه الإسلام للناس، وفي تربية نفوسهم وقلوبهم على الفضائل الأخلاقية. ولذلك كان من مهمات الدولة انتظام الأفراد والجماعات في نظام الأخلاق الإسلامية، لما توليه من رقابة يقظة، وحراسة ساهرة، ومحاسبة للمنحرفين، وتشجيع للسابقين، وتوجيه وباء وصيانة. ولذلك يجب على الدولة الإسلامية وضع الأنظمة المختلفة، المرغبة بالتزام المنهج الأخلاقي الأصيل الرباني، والوادعة من مخالفته واتخاذ مختلف الوسائل النافعة التوجيهية والتربوية لحماية الأخلاق وصيانتها وهذا يمكن عن طريق مناهج التعليم<sup>1</sup>.

#### 5-6- إدامة النظر في السيرة النبوية:

فالسيرة النبوية تضع بين يدي قارئها أجمل وأعظم صورة عرفتھا الإنسانية، وأكمل هدى وخلق في حياة البشرية، قال تعالى: "لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا" سورة الأحزاب، الآية (21).

وقال "ابن حزم": "من أراد الآخرة وحكمة الدنيا، وعدل السيرة والاحتواء على محاسن الأخلاق كلها واستحقاق الفضائل بأسرها فليقتد بالنبي صلى الله عليه وسلم" ويشمل أخلاقه لأنه جاء في الحديث: "كان خلقه القرآن" ودراسة السيرة النبوية يتم حسن الاقتداء به صلى الله عليه وسلم ومعرفة شمائله، فإنها تنبه الإنسان على محاسن الأخلاق، وكذكره بفضلها، وتعينه على اكتسابها<sup>2</sup>.

#### 6-6- الصبر:

قال "ابن القيم الجوزية" رحمه الله: "حسن الخلق يقوم على أربعة أركان، لا يتصور قيام ساقه إلا عليها: الصبر والعفة والشجاعة والعدل، وليس لمن قلَّ صبره على طاعة الله ولاحظ من بر ولا نصيب من صلاح، ومن لم يرى نفسه صابرا، يكسبها ثواب ويدفع عنها عقاب، وعلى العاقل احتساب

1 عبد الرحمان حبنكة الميداني، مرجع سابق، ص ص219-220، بتصرف.

2 علوي بن عبد السقاف، مرجع سابق، ص61. بتصرف.

الأجر، فهذا الأمر من أعظم ما يعين على اكتساب الأخلاق الفاضلة، وتحمل أذى الناس، فإذا أيقن المسلم أن الله سيجيره على حسن خلقه ومجاهدته سيهون عليه ما يلقاه في ذلك السبيل<sup>1</sup>.

### 6-7- التفكير في الآثار المترتبة على حسن الخلق:

على الفرد أن يتذكر دائما ويحتسب ثواب حسن الخلق عن النواس بن سمعان رضي الله عنه قال: "سألت رسول الله صلى الله عليه وسلم عن البر والإثم؟ فقال: البر حسن الخلق، والإثم ماحاك في صدرك، وكرهت أن يطلع عليه الناس" وليعلم المسلم أن أكثر ما يثقل الميزان يوم القيامة حسن الخلق وعن أنس رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إن أكمل المؤمنين إيمانا أحسنهم خلقا، وإن حسن الخلق ليبليغ درجة الصوم والصلاة"<sup>2</sup>.

### 6-8- الأمثال القرآنية:

الأمثال القرآنية من أفضل الوسائل لفرض القيم الأخلاقية وتهذيب النفوس والأفكار، وتغيير السلوك والاعتبار، ومن خلالها يعيد المرء ترتيب نفسه بالتفكير والإمعان، والعمل على إصلاح النفس وترتيبها<sup>3</sup>.

### سابعاً: نماذج عن الأخلاق:

#### 6-1- خلق الأمانة:

الأمانة أحد الفروع الخلقية لحب الحق وإيثاره، وهي ضد الخيانة، والأمانة في جانبها النفسي خلق ثابت في النفس يعف به الإنسان علما ليس له به حق، وإن تهيأت له ظروف العدوان عليه

1 خالد جمعة بن عثمان الحراز، مرجع سابق، ص78. بتصرف.

2 خالد جمعة بن عثمان الحراز، مرجع سابق، ص68. بتصرف.

3 مسفر عبد الله سالم المالكي، مرجع سابق، ص821. بتصرف.

دون أن يكون عرضة للإدانة عند الناس، ويؤدي به ما عليه أو لديه من حق لغيره، وإن استطاع أن يهضمه دون أن يكون عرضة للإدانة عند الناس<sup>1</sup>.

فمن تهيأ له أن يهضم ديناً عليه دون أن يكون لدى الدائن، ما ثبت به حقه، فعن ذلك ولم يفعل وأدى ما عليه من حق كاملاً غير منقوص فهو أميناً حقاً. ومن هيئات له فرصة اختلاس أموال غيره دون أن يشعر به أحد من الناس، ودون أن يكون عرضه لإنشائه ضعف عن ذلك ولم يفعل، فإنها ذلك علامة من علامات الأمانة في نفسه<sup>2</sup>.

ومن كان يؤدي الودائع التي عنده لأصحابها، مع أن أصحابها لا يملكون شهوداً أو وثائق بها عليها، فهو أيضاً إنما يفعل ذلك بدافع خلق الأمانة الذي يتخلى به.

ولا تقتصر الأمانة على العفة عن الأموال، بل العفة عن كل ما ليس للإنسان به حق أيضاً حتى في محادثاته والدردشة عبر المواقع التواصل الاجتماعي أن يتحلى بالأمانة في النقل والكلام<sup>3</sup>.

فالعفة عن العدوان عن الأعراس من الأمانة، والعفة عن العدوان على الحقوق العلمية من الأمانة، والعفة عن الغش وتطيف الكيل والميزان من الأمانة، والعفة عن الغلول من الأمانة، وتبليغ الرسائل الكتابية واللفظية سواء في الواقع أو عبر شبكات التواصل إلى أصحابها من الأمانة، وتأدية المهنة في العمل من الأمانة، كما يعتبر تأدية حق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من الأمانة<sup>4</sup>.

ومن الأمانة إعطاء كل ذي حق حقه، فالعدل من الأمانة، والجور والظلم من الخيانة، ومن الأمانة الاهتمام بما تحفظ المستأمنون تحت أيديهم من حقوق لغيرهم، وهكذا تتعدد مجالات خلق

1 أخلاقنا على نهج الرسول، أبو عبد الله النونان. بتاريخ: 20:21-2018/03/18، <http://www.rasoullah.net>

2 صغي عبد الرحمان المباركفوري: وإنك لعلى خلق عظيم، دار النشر والتوزيع الخزامي، الأردن، دط، 2006م، ص66.

3 محمد جميل بن علي خياط، مرجع سابق، ص121.

4 ايسر فائق الحسيني الألويسي، مرجع سابق، ص34.

الأمانة وتتسع دوائرها. ولما كانت الأمانة مرتبطة بمبدأ الحق كان من يجب الحق ويذكره يجد نفسه مدفوعاً لأن يكون أميناً على حقوق الآخرين، وإن تحركت مطامعه أو نزواته<sup>1</sup>.

والأمانة مصدر كالأمانة، والأمان من الأمن وهو ضد الخوف، وحين تنعدم مسببات الخوف يحصل الأمان في النفوس، ولما كان الأمين إنساناً مأمون الجانب لا يخشى عدوانه على حقوق غيره كانت ساحته ساحة أمان، ليس فيها أي مثير للخوف على المال، أو على العرض، أو على الحياة ولذلك سميت الخصلة التي يتحلى بها الأمين على شيء بالأمانة، ولما كانت هذه الخصلة داخلة في ميدان الأخلاق كانت إحدى الفروع الخلقية لحب الحق وإيثاره<sup>2</sup>.

حيث تشمل الأمانة على ثلاثة عناصر:

الأول: عفة الأمين عما ليس له به حق.

الثاني: تأدية الأمين ما يجب عليه من حق لغيره.

الثالث: اهتمام الأمين بحفظ ما استؤمن عليه من حقوق غيره، وعدم التفريط بها والتهاون بشأنها.

### 6-1-1- المجالات التي تدخل فيها الأمانة:

والمجالات التي تدخل فيها الأمانة كثيرة نذكر منها المجالات التالية:

أ. الأموال: فمن الأمانة العفة عما ليس للإنسان به حق من المال وتأدية ما عليه من حق لذويه وتأدية ما تحت يده منه لأصحابه الحق فيه وتدخل في البيوع والديون والمواثيق والودائع والرهن والوصايا وأنواع الولايات الكبرى والصغرى وغير ذلك<sup>3</sup>.

ب. الأعراض: فمن الأمانة في الأعراض العفة عما ليس للإنسان به حق منه، وكف النفس واللسان عن نيل شيء منها بسوء، كالقذف والغيبة.

1 <http://Vb.elenstba.com/t128822.html>، 2018/04/30، 10:30.

2 الفيروز آبادي محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، ج4، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط5، 1997م، ص 197.

3 أيسر فائق جهاد الحسيني الألوسي، مرجع سابق، ص35.

- ج. **الأجسام والأرواح:** فمن الأمانة في الأجسام الأرواح كف النفس واليد عن التعرض لها بسوء من قتل أو جرح أو ضرر أو أذى<sup>1</sup>.
- د. **الولاية:** فمن الأمانة في الولاية تأذية الحقوق إلى أهلها، وإيتاء الأعمال إلى مستخدميها الأكفاء لها، وحفظ لها وحفظ أموال الناس وأجسامهم وأرواحهم وعقولهم وصيانتها مما يؤذيها أو يضر بها وحفظ الدين الذي ارتضاه الله لعباده من أن يناله أحد بسوء، وحفظ أسرار الدولة وكل ما ينبغي كتمانها من أن يسرب إلى الأعداء<sup>2</sup>.
- هـ. **المعارف والعلوم:** فمن الأمانة في المعارف والعلوم تأديتها دون تحريف أو تغيير، ونسبة الأقوال إلى أصحابها وعدم انتحال الإنسان ما لغيره منها.
- و. **الشهادة:** وتكون الأمانة في الشهادة بتحملها بحسب ما هي عليه في الواقع، ويؤديها دون تحريف أو تغيير أو زيادة أو نقصان<sup>3</sup>.
- ز. **القضاء:** وتكون الأمانة في القضاء بإصدار الأحكام وفق أحكام العدل التي استؤمن القاضي عليها، وفوض الأمر فيها إليه.
- ح. **الكتابة:** وتتكون الأمانة في الكتابة بأن تكون وفق ما يمليه مما ليها، وعلى وفق الأصل الذي تنسخ عنه فلا يكون فيها تغيير ولا تبديل ولا زيادة ولا نقص، وإذ كانت من إنشاء كاتبها فالأمانة فيها أن تكون مضامينها خالية من الكذب والتلاعب بالحقائق... إلخ<sup>4</sup>.
- ط. **الأسرار:** التي يتأمن الإنسان على حفظها وعدم إنشائها، وتكون الأمانة فيها بكتمتها.
- ي. **الرسالات:** وتكزن الأمانة فيها بتبليغها إلى أهلها تامة غير منقوصة ولا نزيد عليها وعلى وفق رغبة محملها، سواء كانت رسالة لفضية أو كتابية أو علمية<sup>5</sup>.

1 عبد الرحمان حسن جنكة الميداني، مرجع سابق ص 649.

2 نفس المرجع، ص 649.

3 نفس المرجع، ص 650.

4 عبد الرحمان حسن جنكة الميداني، المرجع سابق ص 650.

5 أحمد الشرباصي: موسوعة أخلاق القرآن، بيروت، دار العربي، ط3، 1987م، ص ص 498-499.

ك. السمع والبصر وسائل الحواس: وتكون الأمانة فيها بكفها عن العدوان على أصحاب الحقوق وبحفظها عن معصية الله فيها، وتوجيهها للقيام بما يجب فيها عن أعمال، فاستراق السمع خيانة واستراق النظر إلى ما لا يحل النظر إليه خيانة<sup>1</sup>.

## 6-2- خلق الصدق:

إذا كان الصدق قد جاء كخلق من الأخلاق التي اخترناه كنموذج، فهو يستحق أن يكون كذلك لأنه أكثر الأخلاق تميزا للمسلم بصفة عامة ولذلك اعتبر المؤمن كامل الإيمان هو منتصف بخلق الصدق المنتقي عنه خلق الكذب، ولذلك بعضهم قال: "عليك بالصدق وإن قتلك" وهذا تأكيدا على أهميته في الحياة<sup>2</sup>.

وقال بعضهم: "لا تكون من الصادقين إلا أن تصدق في مكان لا ينجيك إلا الكذب فيه في الظاهر لأن النجاة الحقيقية في الصدق كما جاء في الحديث".

إن أهم فوائد الصدق كخلق يتحلى به الطالب الجامعي في بيئته الجامعية هو أنه يبعث الثقة داخل الجامعة، ويجعل الجميع سواء إداريين أو طلاب يشعرون بالطمأنينة لأن الكل يتعامل بهذا الخلق والذي يؤدي إلى الوضوح وكم عبر عنه النبي صلى الله عليه وسلم "فإنه يؤدي إلى البر الذي هو شامل لكل خير"<sup>3</sup>.

والصدق يحتم على الطالب أن يكون صادقا مع أصدقائه عبر الشبكات الاجتماعية، يكتب للأصدقاء ولا ينشر إلا ما هو صادق، لأن مثل هذا التصرف كفيل بأن يجعل قيمة الصدق ترتفع في نظر مستخدمي المواقع، وبالتالي يترسخ هذا الخلق وهكذا ينعكس على المجتمع بصفة عامة<sup>4</sup>.

1 بن تيبك مزروق بن صنيان: موسوعة مكارم الاخلاق ومكارم الاخلاق العربية الإسلامية، ج12، الرياض، دار رواج، دط، 1998م، ص11.

2 محمد جميل بن علي خياط: الاعداد الروحي والخلقى للمعلم والمعلمة، جدة، دار القبلة للثقافة الإسلامية، ط2، 1996م، ص120.

3 أيسر فائق جهاد الحسيني الألوعي، مرجع سابق، ص30.

4 بن تيبك مزروق بن صنيان، مرجع سابق، ص 12.

## 3-6- خلق التسامح:

إن هذا الخلق هو أهم الأخلاق التي يحتاجها الطالب وخصوصا في هذا العصر الذي انفتحت فيه الثقافات والحضارات على بعضها وزاد اختلاط الناس بغيرهم على تنوع أديانهم ومذاهبهم وأفكارهم وحاجة الأجيال لهذه الخلق تحتم أن يتحلى به الطالب ومن هنا كان خلق التسامح خلق يحتاجه الطالب للتعامل في بيئته الجامعية وأثناء استخدامه لبعض المواقع الاجتماعية ومن تطبيقات هذا الخلق<sup>1</sup>.

إن البيئة الافتراضية المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، بيئة نشيطة حركية واحتكاكا كبيرا عبر مختلف النقاشات عن طريق الدردشة، فإذا لم يكن خلق التسامح سائد لدى مستخدمي هذه المواقع أصبحت الأحقاد والبغضاء هي المناخ المسيطر على هذه البيئة الافتراضية، ولا يمكن أن تتم عملية تواصلية منظمة في بيئة من هذا النوع<sup>2</sup>.

وقد يتصرف الطالب بشكل غير لائق يعتذر بعد أن يعرف خطأه، فإذا لم يكن الطالب المستخدم لهذه المواقع يتحلى بخلق التسامح فسوف يحمل هذا الموقف للطالب في صدره وربما بدأ يترصد له الزلات أثناء استخدامه لهذه المواقع، وهذا ما يكون أبعد عن أخلاق المعلم المسلم الذي يجعل من نبيه القدوة، وقد جاء يوم فتح مكة منتصرا على أعدائه وقد أذاقوه الأمرين فيعلن في يوم انتصاره أروع صور التسامح والعفو وأجمل معانيه " اذهبوا فأنتم الطلقاء " ليقرر بذلك أن الإسلام هو دين التسامح ومنبعه.

أن يتحلى الطالب بخلق التسامح ويسهم في نشره بين الطلاب وهذا أثناء استخدامه لهذه المواقع فيسود العفو والصفح بينهم، وتزداد الألفة والمحبة وما أجملها من بيئة تكون على هذا النحو<sup>3</sup>.

1 محمد جميل بن علي خياط، مرجع سابق، ص122.

2 ماجد بن عبد الله العصمي، مرجع سابق، ص122.

3 عبد الواسع محمد غالب الغشيمي، أمير فاضل سعد: التسامح الإسلامي، الجامعة الحديدة، ع1، اليمن، 1434 هـ، صص 26-35. بتصرف.

## 6-4-4-خلق حب العلم:

وهذا الخلق هو العلامة المميزة للطالب الجامعي وكيف يكون طالب نخبة ومن لا يحب العلم

فالكالب الدائم والمطلع يسعى لإثراء معارفه من جانب تخصصه، مما ينعكس على مستواه وهذا الأمر يشكل روح العلم. وهو أن يكون الفرد قادرا على تكوين نفسه وتطويرها، وهذا لا يأتي إلا إذا تحلى بخلق حب العلم والمعرفة، ومن تطبيقات هذا الخلق داخل الجامعة والمواقع الافتراضية<sup>1</sup>:

- الطالب الذي يحب العلم ينعكس ذلك على نتائجه خلال السداسي وأثناء تفاعله عبر الشبكات الاجتماعية، فتجد أن معلوماته متجددة وثرية، لأنه دائم القراءة والاطلاع فهو يتابع الجديد في تخصص من خلال الكتب والمجلات العلمية والندوات والمواقع الإلكترونية النافعة، وذلك أن حبه للعلم تجعله يحب نشره ويشيع دائرة المستفيدين منه عن طريق المواقع الاجتماعية، وهذا الأمر يلمسه من يتفاعل معه<sup>2</sup>.

- الطالب الذي يتحلى بخلق حب العلم لا يقبل لنفسه أن يتقاعس، بل تجده حريصا على أن يكون مجتهدا في تحصيله، ويدفعها نحو القراءة والبحث من خلال البحوث التي يكلف بها في الجامعة من تقارير وبحوث، فينمي بذلك حب العلم والقراءة في نفسه، ويسهم في زيادة قدر معلوماته وهذا من أجل تكوين نفسه<sup>3</sup>.

1 محمد جميل بن علي خياط، مرجع سابق، ص 126.

2 ماجد بن عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص 98، بتصرف.

3 ماجد بن عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص 99.

### ثامنا: الأخلاق الاجتماعية والسلوك الإنساني:

إن الإنسان يسعى دائما للحفاظ على نمط معين من السلوكيات وبالتالي الحفاظ على النظام الاجتماعي السائد ولا يكون ذلك إلا عن طريق قوى اجتماعية وهي القيم، التي تعمل كموجه للفعل الاجتماعي نحو أهداف خاصة أو عامة، "وتكاملها يساعد المجتمع على الاستمرار كنسق"<sup>1</sup>.

فالقيم الأخلاقية تشكل المعايير التي تحكم على الفعل بالخطأ أو الصواب فهي بالتالي تبين ما هو مرغوب به اجتماعيا، ولها أيضا تأثير كبير في تكوين سلوك الفرد باعتبارها " تشكل الدافعية للتعاون وتوجيه فعاليات الأفراد لتنظيم العلاقات فيها بين الزمن والمكان"<sup>2</sup>. أي تنظيم العلاقات الاجتماعية. إذ تعد مقياسا يوجه سلوك أفراد المجتمع الذين يعتمدون عليها في إصدار الأحكام والمقارنة والتقويم والاختبار بين بدائل في المناهج والوسائل والغايات. بالإضافة إلى ذلك فالقيم هي المدعمة للأنظمة الاجتماعية بحيث تحدد وتحتفظ بالبناء الاجتماعي من خلال ما تعطيه له من انتظام وتماسك، فهي تستمر خلال التاريخ ومن ثم فإنها: "تعطي وتحافظ للمجتمع هويته بالإضافة إلى ذلك فغنها هي القاعدة العامة للاتصال الجمعي وهي المصدر الأساسي للتغيير الاجتماعي الدينامي"<sup>3</sup>.

ولقد عرفت المجتمعات الحديثة تقدما هائلا في الجوانب الاقتصادية والمادية، وهذا راجع للتطور العلمي والتكنولوجي الكبير الذي أدى إلى زيادة الثورات وزيادة معدل دخل الفرد وحصوله على حياة مرفهة ومترفة بفضل استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة التي ساعدت الفرد على أداء عمله بأقل مجهود وفي أقل فترة زمنية ممكنة<sup>4</sup>.

لكن رغم ذلك يبقى الجانب الخلقى والروحي في المجتمع غير مستقرة فالفرد لم يستطع التخلص من الشعور بالضيق والحيرة وكذا الإرهاق النفسي والعصبي.

1 حاتم بابكر هلاوي: العولمة الثقافية وانعكاساتها على القيمة في الدول العربية، المجلة الجزائرية للدراسات السوسولوجية، الجزائر، ع2، 2007م، ص385.

2 نفس المرجع، ص384.

3 محمد أحمد بيومي: القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دط، 2006م، ص186.

4 محمد أحمد كريم: التربية ومشكلات المجتمع، شركة الجمهورية الحديثة، لبنان، دط، 2002م، ص184.

"ولقد أثبتت الدراسات العلمية أنه في الدول المتقدمة والتي تتمتع بأعلى معدل لدخل الفرد في العالم كالسويد مثلاً، لم يستطع هذا التقدم السيطرة على القيم الأخلاقية التي تصدر عنها الأفعال الإرادية للنفس البشرية وبالتالي تنحصر المشكلة الأخلاقية في عدم التزام الأفراد بالقيم الأخلاقية وضعف سيطرة الجهاز القيمي أو الوازع الأخلاقي الموجه لسلوك الفرد نحو الخير والابتعاد عن الشر في الوقت الذي يظل فيه النظام الأخلاقي ثابت بكل أبعاده لا نحكم عليه لا بالتطور ولا بالتأخير"<sup>1</sup>.

وعند الحديث عن المشكلة الأخلاقية لا بد من التطرق إلى مكونات أو عناصر الظاهرة الأخلاقية والمتمثلة حسب أحد الباحثين في: "الذات والوعي الأخلاقي، تنظيم المبادئ والقواعد للفرد أو الجماعة. حينما تتفاعل هذه العناصر بسبب موقف أخلاقي أو مشكلة أخلاقية تكون بإزاء خبرة أخلاقية يكون طرفها الذات من جهة والآخر من جهة أخرى، أو الذات وحدها على الأقل في حالة المواقف الأخلاقية التي لا تتعين أمام الآخر ولكني أمر بها أنا وحدي، وقد يكون ذلك الآخر أو غيره طرفاً فيها على مستوى تأملاتي أنا وحسب. بالإضافة إلى طرفي العلاقة هناك عنصر قيمي نفسي في الظاهرة الأخلاقية"<sup>2</sup>.

يمكن حصر جوانب أخلاقية داخل البناء الاجتماعي التي يشهدها النسق الاجتماعي والذي يمر بتحويلات اجتماعية سريعة فيما يلي:

- فيما تقبل بعض أفراد المجتمع الأخلاقية الحديثة، لا يزول قسم أخرى من الأفراد، لاسيما في القرى والأرياف يتمسك بالقيم الأخلاقية التقليدية.
- تقوم القيم الأخلاقية التقليدية بالدور الحاسم في بعض مجالات الحياة كالمجال الأسري، بينما تقوم القيم الأخلاقية الحديثة بالدور الرئيسي في ميادين حيوية أخرى كميدان العمل.

1 نفس المرجع، ص 184.

2 سليمان دحماني: ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية - العلاقات - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الأنثروبولوجيا، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2005م/2006م، ص 109.

- فيما اختفت أو بدأت تختفي بعض القيم الأخلاقية تدريجياً عن ساحة الحياة الواقعية، وأصبحت لا تتماشى مع متطلبات الحاضر، برزت إلى الوجود قيم جديدة بدأ الناس يعترفون بها شيئاً فشيئاً.
- يعاني الفرد أثناء تقييمه للظواهر من مشكلة الاختيار بين البديلين، بين القيم الأخلاقية التقليدية والقيم الأخلاقية الحديثة، فقد يقيم ظاهرة ما من وجهة نظر تقليدية، ويقيم ظاهرة أخرى من وجهة نظر حديثة، وقد يتردد بين وجهتي النظر إزاء الموضوع الواحد.
- يعاني المجتمع من التأثيرات السلبية لبعض عناصر الثقافة التقليدية، لأنها تمثل عقبات نحو بناء مجتمع حديث، فالسحر والشعوذة مثلاً، قد تعوق من تحسين مستوى صحة المواطنين، إذ قد تقف بشدة في طريق استخدام الوسائل الحديثة في الإيجابية التي تتطلبها عملية تحديث المجتمع.
- يعاني المجتمع من التأثيرات السلبية للتحويلات الحديثة: كاستغلال السلطة، المنصب أو الوظيفة لتحقيق المصالح الشخصية وإشباع الرغبات الفردية الأنانية واللامبالاة بالمصالح الجماعية الاجتماعية، وتبذير المال العام، وانتشار الرشوة، والسلوك المنحرف خاصة لدى الشباب كتعاطي المخدرات والقمار والدعارة... إلخ<sup>1</sup>.

1 سليمان دحماني، المرجع السابق، ص 131-132، بتصرف.

## خلاصة الفصل:

إن التطور الحاصل في عصرنا والاستخدام غير المسؤول أدى إلى إحداث زعزعة في قيم وأخلاق الطالب باعتبارها أكثر المراحل تأثيراً في حياته، وهذا من خلال ما يعرض على صفحات هذه المواقع من مواد مصدرية من الغرب التي غالباً ما تكون مخالفة لما هو معروف في مجتمع من عادات وتقاليد وأخلاقه الأصيلة، أصبح الفرد في العصر الحاضر حبيس القيم الغربية السلبية، كما أنه يقلد كل ما يشاهده عبر هذه المواقع وهذا تحت غطاء مسميات مما أدى إلى ظهور انعكاسات على أخلاق الطالب الجامعي وتخليه عن بعض القيم الفاضلة كالصدق والحياء والتسامح واستبدالها بقيم جديدة دخيلة على المجتمع.

## الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة.

ثانياً: منهج الدراسة.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات.

رابعاً: مجتمع البحث وعينته.

خلاصة الفصل

## تمهيد:

بعد أن تم التعرض إلى الجانب النظري في الفصول السابقة لهذه الدراسة، سنتطرق في هذا الفصل إلى عرض الخطوات الميدانية لهذه الدراسة، وذلك لما يكتسبه الجانب الميداني للبحث من أهمية بالغة في علوم الإعلام والاتصال، ذلك أن قيمة البحث، وكماله وفائدته لا تتم ولا تصبح ذات نفع في حصر أدبيات الجانب النظري حول موضوع البحث فقط، بل يجب ربطه بالجانب الميداني لمعرفة الحقائق ودراسة متغيرات الموضوع.

ولتحقيق هذا المطلب لا بد أن يستخدم مجموعة من التقنيات والأساليب والتي تختلف باختلاف كبيعة البحث والموضوع المدروس، والتي تشمل في هذا الفصل مجالات الدراسة (المكاني، البشري الزماني) إضافة إلى المنهج المستخدم وعينة الدراسة وطريقة اختيارها وأدوات جمع البيانات وكذلك أساليب التحليل.

## أولاً: مجالات الدراسة:

لكل دراسة علمية في مجال العلوم الإنسانية ثلاثة مجالات يجب تحديدها حتى تكتمل صورة البحث ميدانياً، وهي تتمثل فيما يلي:

## 1-1- المجال الجغرافي:

ويقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة، والمتمثل في جامعة جيجل بالقطب الجامعي "محمد الصديق بن يحيى - تاسوست" التابعة لبلدية الأمير عبد القادر بالمنطقة العمرانية تاسوست حيث يحدها شمالاً السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست أما من الجهة الجنوبية فتحدها مديرية الخدمات الجامعية ومقبرة تاسوست كما يحدها غرباً مدينة جيجل، وهي تتربع على مساحة قدرها 39.5 هكتار، وبموجب قرار وزاري مشترك المؤرخ في 24 أوت بجامعة جيجل والتي فتحت أبوابها يوم 22 شعبان 1428هـ.

## 1-2- المجال الزمني:

استغرق المجال الزمني للدراسة قرابة ستة أشهر، وتنقسم هذه المدة إلى قسمين رئيسيين: دراسة نظرية ودراسة تطبيقية والنزول إلى الميدان، حيث تم الانطلاق الفعلي للدراسة ابتداءً من شهر ديسمبر، والتي استغرقت إلى غاية 30 من شهر ماي 2018م.

وقد قمنا من خلال هذه الفترة بتحديد الدراسة وجمع المفاهيم المرتبطة به، إضافة إلى تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلات الدراسة وأسبابها ثم الهدف والأهمية، مروراً بالعمق النظري للدراسة وضبط المفاهيم بشكل دقيق، وخلال هذه الفترة أيضاً قمنا بتجميع المصادر والأدبيات المتعلقة بموضوع البحث، إضافة إلى وضع خطة الدراسة مروراً بالإطار النظري والذي تم تقسيمه إلى فصول، حيث تم تخصيص فصل يتناول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي أما الفصل الثالث فكان فحواه حول ماهية الأخلاق وبعض نماذجها، وآخرها الإطار التطبيقي والذي سيتم إنجازه ابتداءً من شهر أفريل 2018 بعد العطلة الربيعية إلى غاية نهاية شهر ماي من نفس العينة، حيث قمنا بتصميم وبناء استمارة الاستبيان والبحث وتوزيعها على عينة من طلبة جامعة.

في بداية شهر أبريل 2018م، وقد استغرقت مدة توزيعها واسترجاعها من المبحوثين ثلاث أيام كاملة، ثم قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها والخروج بنتائج الدراسة.

### 1-3- المجال البشري:

يتمثل في عينة من طلبة جامعة جيجل، على اختلاف مستوياتهم وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مختلف الأعمار والأجناس، ويتميزون بمستوى تعليمي متفاوت بين متوسط وعالي، إضافة إلى مستوى الدخل بين مرتفع ومتوسط وضعيف حيث أن أغلبهم يقطنون في نفس الولاية.

### ثانيا: منهج الدراسة:

إن صدق النتائج ومدى مطابقتها للواقع المدروس يرتبط ارتباطا قويا بالمنهج الذي يتبعه الباحث في دراسته لمشكلة بحثه، بحيث إذا كان المنهج علميا كانت النتائج المتحصل عليها دقيقة ويقصد بالمنهج الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد الفعلية حتى نصل إلى النتيجة<sup>1</sup>.

وبما أن المناهج تختلف وتتعدد يتأتى على الباحث أن يختار المنهج الذي يحقق له الهدف المنشود عن بحثه.

على أن دراستنا تندرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تهدف إلى التحليل والتفسير العلمي لوصف ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها علميا للدراسة المضبوطة<sup>2</sup>.

فالمنهج هو نوع من أساليب البحث يدرس الظواهر الطبيعية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الراهنة دراسة كيفية توضيح خصائص الظاهرة ودراسة كمية توضح حجمها ومتغيراتها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى<sup>3</sup>.

1 كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة والنشر والتوزيع، الأردن، دط، 2007م، ص96.

2 محمد عبيدات، محمد بونصارت خرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار للنشر والتوزيع، ط2، 1999م، ص46.

3 جود عزت عطري: أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، أدواته، طرق احصائه)، دار الثقافة، ط4، 2011م، ص172.

وتأسيسا على ما سبق فإن هذا البحث يسعى إلى التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي، بالإضافة إلى الوقوف على التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد استخدامات هذه المواقع في حياتهم اليومية.

### ثالثا: أدوات جمع البيانات:

هي مجموعة الوسائل والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، والأداة هي الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث الذي تمكنه من جمع المعلومات<sup>1</sup>.

ومن المؤكد به أن نجاح الحث في تحقيق أهدافه يتوقف على الاختيار الرشيد والأنسب للأدوات الملائمة للحصول على البيانات، والجهد الذي يبذله الباحث في تمحيص هذه الأدوات وتنقيحها على مستوى كفاءة عالية<sup>2</sup>.

واستنادا لطبيعة موضوعنا والمتمثل "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي"، اعتمدنا على أداتين من أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الملاحظة "البسيطة المباشرة" كأداة مساعدة واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة.

وهذا راجع إلى طبيعة البحث أو الموضوع والتي تقوم في أساسها على قياس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي.

وتعرف الملاحظة بأنها "عبارة عن عملية مراقبة وشاهدة لسلوك الظواهر المشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد

1 أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2005م، ص202.

2 سماح سالم: البحث الاجتماعي، عمان دار الثقافة والنشر والتوزيع، دط، 2012م، ص143.

التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الانسان وتلبية احتياجاته<sup>1</sup>

وتعرف الاستمارة أو الاستبيان بأنه "هي الوسيلة الأكثر لجوء إليها لسهولة معالجة بياناتها بالطرق الإحصائية، ولأنها تمكن من تقليل التحيز في إجابات المبحوثين لطبيعة أسئلتها، وأنها أفضل أداة لقياس متغيرات ومؤشرات البحث، فهي أداة مهمة تحتوي على نوعين من الأسئلة المغلقة والمفتوحة تم تحديدها على فروض الدراسة وأسئلتها.<sup>2</sup>

وتعرف الاستمارة بأنها مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستيحاء التجريبي أي إجراء بحث مجاني على جماعة الدراسة محددة من الناس وهي الوسيلة الرئيسية بين الباحث والمبحوث، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي يريد معلومات عنها البحث<sup>3</sup>.

وقد قسمت الاستمارة بحثنا إلى ثلاث محاور وهي:

المحور الأول: متعلق بالبيانات الشخصية التي لها علاقة بموضوع الدراسة وشملت على أربعة أسئلة: السن، المستوى، الجنس، التخصص، السكن.

المحور الثاني: يتناول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث اشتمل على 07 أسئلة.

المحور الثالث: يتناول تصفح الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تضمن 14سؤالاً.

المحور الرابع: تناول تأثير المحتوى الكتابي في مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، يوتيوب) على

1 رجي مصطفى عليان: أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط4، 2010م، ص 156.

2 محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان الأردن، دط، 1999م، ص63.

3 بلقاسم سلاطينية، حسين جيلالي: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2009م، ص 77.

أخلاقيات الخطاب اللفظي لدى الطالب الجامعي وتضمن 11 سؤالاً.

وبغية تأكد الباحث من صدق أداة دراسته، قام الباحثان بعرض استمارة بحثهما على عدد من المحكمين، وهم أساتذة في ميدان علوم الإعلام والاتصال من جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل حيث قدموا لنا مجموعة من الملاحظات حول وضوح أسئلة الاستمارة ومدى ملائمة عبارتها، وضوء التوجيهات والانتقادات والاقتراحات، والملاحظات المقدمة من طرف الأساتذة المحكمين، ثم إجراء التعديلات المناسبة على الاستمارة وحذف العبارات الغير واضحة وإعادة صياغة الأسئلة التي تحتاج إلى الصياغة، ومن بين الملاحظات التي تم تقديمها والتي أثرت الاستمارة وزيادة أهميتها نذكر ما يلي:

- حول صياغة الأسئلة وترتيبها بما يتناسب مع فرضيات الدراسة.

- تقديم ملاحظات حول كيفية تحديد أهم المتغيرات التي تخدم موضوعنا وكيفية ربطها ببعضها البعض.

- تنبيهات حول الأمور الشكلية والمنهجية التي يجب مراعاتها عند إعداد الاستمارة قدم

المحكمون\* مجموعة من الملاحظات التي أخذت بعين الاعتبار.

\* وقد تم توزيع 144 استمارة على عينة مجتمع الدراسة، وبعدها تم استرجاع 141 استمارة

من المبحوثين.

#### رابعا: مجتمع البحث وعينته:

يعد استخدام العينات من الأمور العادية في مجال البحوث والدراسات العلمية سواء في علوم

علوم الإعلام والاتصال أو الاجتماعية، والعينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من أفراد المجتمع الذي

يجرى عليه البحث ويتم اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>2</sup>.

\* - أ.د/سمير لعرج: أستاذ بقسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة جيجل.

- د/ إبراهيم بو الفلفل: أستاذ بقسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة جيجل.

- د/ آسيا العجود: أستاذ بقسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل.

2 ماثيو جيبير، ترجمة ملكة أبيض: منهجية البحث، دط، دس، ص 28.

وقد يعتقد البعض أن لفظ العشوائية يدل على الاختيار الارتجالي، ولكن هذا غير صحيح فالاختيار العشوائي للعينة يتم وفق قواعد تعطي لجميع وحدات العينة فرص متكافئة في الاختيار وقد تم إجراء دراسة عليها ومن ثمة استخدام تلك النتائج وتعميمها على مجتمع الدراسة الأصلي<sup>1</sup>.

وقد يستخدم الباحث في اختيار العينة البسيطة طرق آلية لمنع من التحيز في النتائج نتيجة التحكم المباشر في اختيار المفردات، حيث يتم وضع أسماء المفردات جميعها في إناء كبير تقلب تقلباً قبل سحب العدد المطلوب منها ولكن يحمل على هذه الطريقة غير عملية وخصوصاً إذا كان المجتمع كبير الحجم، وبهذا كان الاختيار العشوائية بالنسبة لمفردات البحث وذلك نظراً لأن كحل الكليات غير متواجدة في فضاء مكاني واحد وكذلك العدد الإجمالي للطلبة<sup>2</sup>.

ومن خلال دراستنا التي تعني بدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي على مستوى جامعة جيجل قمنا باختيار عينة قدرت ب 0.54% والتي بلغ قوامها 144 مفردة كعينة ممثلة للمجتمع الأصلي البالغ عدده 26795<sup>3</sup>.

1 فاطمة عوض، ميفرت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، دار الإشعاع الفنية، 2002، ص 191-192.  
2 محمد أبو نصار، محمد عبيدات، مقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي قواعد ومراحل وتطبيقات، دار وائل للنشر والطباعة، ط2، 1999، 88.  
3 الدليل الإحصائي لجامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.

## خلاصة الفصل:

تعد هذه الخطوة من أهم الخطوات إعداد البحث وهي الأساس في قيمة البحث، كما يعد الجانب المنهجي الركيزة الأساسية لأي دراسة علمية أكاديمية لأنه يعتبر بمثابة المدخل والانطلاقة للموضوع محل الدراسة.

وفي هذا الفصل تطرقنا إلى مجموعة من الخطوات المنهجية المتمثلة في مجالات الدراسة ومنهج الدراسة، ثم أهم أدوات جمع البيانات المستخدمة في دراستنا، ليتم بعدها التعرض لعينة الدراسة وكذا أساليب تحليل البيانات.

## الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير

### نتائج الدراسة.

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل البيانات الميدانية للدراسة.

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة.

2-1- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات.

2-2- النتيجة العامة للفرضيات

2-3- مناقشة النتائج في ضوء الأهداف.

2-4- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

2-5- النتيجة العامة للدراسة.

خلاصة الفصل

## تمهيد:

بعد التطرق في الفصول السابقة إلى الجانب النظري الذي يقوم على الكتابة الوصفية التي تتضمن عرض الحقائق وتحليلها وتفسيرها سنتعرض في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي حيث سنتعرض في هذا الفصل إلى عرض البيانات، وبعد ذلك مناقشة وتحليل النتائج الدراسة التي تحصلنا عليها، والتي تم عرضها في جداول (تكرارات ونسب مئوية)، لنتطرق في الأخير إلى نتائج العامة للدراسة، وإثبات الفرضيات في ضوء هذه النتائج.

أولاً: عرض وتحليل البيانات الميدانية للدراسة:

1-1- تحليل محور البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	العينة النوع
61,7%	87	ذكر
38,3%	54	أنثى
100%	141	المجموع

تبين الشواهد الكمية المتعلقة بالجدول أعلاه أن جنس أفراد العينة أغلبها ذكور وتمثل 87 طالب أي بنسبة 69,86% في حين فئة الإناث بلغ عددها 54 طالبة أي بنسبة 38,3% من حجم العينة، وهذا راجع إلى التوزيع العشوائي لاستمارة الاستبيان، كما يرجع إلى استقطاب هذه التخصصات لفئة الذكور مقابل عزوف الإناث من هذه التخصصات التقنية.

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
41,8%	59	23-18
48,9%	69	28-24
9,2%	13	28 فما فوق
100%	141	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة كانت في الفئة من 23 الى 28 نسبة حيث بلغ عددهم 69 طالب أي بنسبة 48,9%، في حين أن فئة 23-18 بلغ عددهم 59 طالب أي بنسبة 48,9%، في المقابل نجد أن الفئة من 28- فما فوق 13 طالب بنسبة 9,2% وهي أخفض نسبة مسجلة، و يتضح أن النسبة الأكبر من أفراد العينة كانت نسبتهم 48,9%، وهذا يعود إلى طبيعة

العينة المختارة والمتمثلة في طالب الماجستير ولسانس، كما تبين لنا أن الطلاب في الفئة من 23-28 يكونون في ذروة مرحلة الشباب وهذا يعني أنهم الفئة الأكثر تقبلا لما هو جديد وبالتالي سينجم عنه تأثيرهم بمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها السمة المميزة لهذا العمر وهذا ما ينعكس على سلوكهم وقيمهم الأخلاقية كما تعتبر الفئة الأكثر نضجا من الناحية المعرفية واكتشافا للفضاء الجامعي.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأصل الجغرافي.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
53,9%	76	حضري
30,5%	43	شبه حضري
15,6%	22	ريفي
100%	141	المجموع

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية المتحصل عليها كما هو موضح في الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين يقيمون في المناطق الحضرية بنسبة 53.9% والبالغ عددهم 76 طالب وهذا يعود إلى طبيعة المناطق الجغرافية حيث الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت وتوفر خدماتها حيث أصبحت هذه المواقع ضرورة حياتية لا بد من توفرها بين الطلاب، كما يعود إلى طبيعة الأسر إلى الاشتراك في خدمة الأنترنت نظرا لامتلاكهم لأجهزة الحاسوب في البيت ومقاهي الأنترنت وهذا ما يتيح لأفراد العينة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت وحين، ثم بلغت ثاني أعلى نسبة 30,5% للذين يقيمون في المناطق شبه حضرية والتي تكون ذات طابع مشابه للحضر وتكون نسبة التعليم متوفرة، أما النسبة الباقية فقدرت بـ 15,6% وهذا راجع إلى طبيعة المنطقة الجغرافية والتي تقل فيها فرص التعليم وتوف بنات تحتية تعني بشبكات الأنترنت وغيرها. تسمح لأفراد العينة بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في كل وقت وبشكل دائم.

الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	العينة المستوى الجامعي
48,9%	69	ليسانس
51,1%	72	ماستر
100%	141	المجموع

الملاحظ أن كل أفراد عينة البحث هم من طلبة الماستر، فقد تبين من خلال المعطيات الكمية في الجدول أن نسبة 51,1% من المبحوثين هم من طلبة الماستر فيما جاءت نسبة طلبة ليسانس نسبة 48,9% ومن الملاحظ على الجدول أن النسبة متقاربة وهذا يعود إلى طريقة توزيع استمارة الاستبيان العشوائي في حين نعتبر فئة طلبة الماستر هي الأكثر احتكاكا بالفضاء الجامعي وتأثرها بقيمه وذلك بسبب الأقدمية داخل الجامعة.

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
36,9%	52	علمي
63,1%	89	أدبي
100%	141	المجموع

من خلال الجدول الذي يوضح تخصص أفراد العينة نلاحظ أن نسبة الطلبة الأدبيين بلغت 63,1% بمعدل (89 مفردة) من أصل 141 وهذا يعود إلى ارتفاع نسبة التخصصات الأدبية في جامعة جيجل مقارنة بالتخصصات العلمية ويرجع إلى التوجيه وطبيعة التخصصات الموجودة في جامعة جيجل.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

1-2- تحليل محور عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (06): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
29,8%	42	أحيانا
30,5%	43	غالبا
39,7%	56	دائما
100%	141	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 39,7% ويرجع هذا إلى أن اغلب الشباب الجامعي يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم كون هذه المواقع أصبحت جزء من حياتهم الاجتماعية كما يعود ذلك إلى ارتفاع عدد متصفحى المواقع في الجزائر فيما جاءت نسبة 30,5% من أفراد العينة يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب غالبا بنسبة 30,5% وهذا راجع ربما إلى الطابع التكويني المكثف لدى طلبة التخصصات العلمية فيما جاءت نسبة 29,8% يستخدمون الفايسبوك واليوتيوب بشكل أقل وهذا يعود إلى الاستخدام الغير المكثف لدى هذه الفئة واكتفائها بالاطلاع على بعض الأخبار التي تهمهم فهي لا تستخدم الفايسبوك واليوتيوب لأغراض الترفيه والتسلية.

الجدول رقم (07): يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها.

النسبة المئوية	التكرار	العينة
		الاحتمالات
67,4%	95	الفايسبوك
31,2%	44	اليوتيوب
1,4%	2	التويتر
100%	141	المجموع

يتضح من خلال المعطيات الكمية المبينة في الجدول أعلاه أن نسبة 67,4% استخدمت الفاييسبوك وهي أعلى نسبة وهذا يعود إلى الانتشار الواسع لهذا الموقع وخصوصا في العالم العربي بحيث أصبح الوسيلة الاتصالية الأكثر بين الشباب واحتوائه على التعليق والردشة ومشاهدة الفيديوهات والروابط ومختلف الصور وهذا ما أكدته بعض الدراسات الإعلامية أن الوطن العربي احتل المرتبة الأولى في تصفح الفاييسبوك وذلك لميزة التفاعلية عبر هذا الموقع ثم بلغت ثاني أعلى نسبة 31,2% وكانت لأولئك الذين يستخدمون اليوتيوب وقد تعود سبب تصفح هذا الموقع إلى ميزته الصورة والصوت وقوة تأثير خطابات قنوات اليوتيوب وقد يعود إلى امتلاك أفراد العينة قوة تدفق الأنترنت، في حين نلاحظ أن نسبة الذين يتصفحون التويتر بنسبة 1,4% وهي أخفض نسبة مسجلة وهذه الفئة تعتبر من هواة الغريدات عبر التويتر.

الجدول رقم (08): يمثل توزيع المبحوثين حسب ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات العينة
60,3%	85	الفايسبوك
37,6%	53	اليوتيوب
2,1%	3	التويتر
100%	141	المجموع

ويتضح من أرقام الجدول أعلاه أن ما نسبته 60,3% من المبحوثين يتصفحون الفايسبوك في الرتبة يتصفحون التويتر في الترتيب الأولى وهذا يعود إلى طبيعة الطالب الجامعي في البلدان العربية وخصوصا الجزائر حيث يعتبرون الفايسبوك الموقع الأكثر تحقيقا لرغبات وحاجياتهم، في حين جاء موقع اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة 37,6% ويعود ذلك لاحتواء هذا الموقع على مختلف الفيديوهات في كل المجالات والتخصصات أما النسبة الباقية فقدرت بنحو 3% يضعون التويتر في الترتيب وهذا يتناسب ومعطيات الجدول السابق حول نوع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة.

الجدول رقم (09): يمثل توزيع المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه في استخدام هذه المواقع.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
36,2%	51	أقل من ساعتين
35,2%	50	من ساعتين إلى أربع ساعات
28,4%	40	أكثر من أربع ساعات
100%	141	المجموع

يبين الجدول رقم (09) عدد ساعات استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك /اليوتيوب) ونلاحظ من خلال نتائج الجدول بأن أغلب المبحوثين يقضون أقل من ساعتين على المواقع وذلك بنسبة 45,8% في حين يقضي ما نسبته 35,2% من ساعتين إلى أربع

ساعات تليها نسبة 28,4% تقضي أكثر من أربع ساعات، ويمكن تفسير ذلك بالجو الذي يجلبه الموقع لمستخدميه، والمتعة التي يشعر بها كل مستخدم وقت الدردشة ومشاركة الصور ومختلف المنشورات والتعليق عليها وغيرها من الخدمات مما يجعل المستخدم لا يعير أهمية للوقت الذي يستغرقه في تصفحه للموقع كما يرتبط بطبيعة التخصصات الجامعية فمثلا الطلبة الأديبين يتصفحون الأنترنت بشكل اقل نظرا للحجم الساعي المقرر لديهم فيما نجد طلبة التخصصات العلمية من قليلي التصفح وهذا راجع إلى طبيعة الحجم الساعي الكبير، وهذه النتيجة تخالف نوعا ما توصل إليه الأستاذ محمد الفاتح حمدي في دراسة استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيمهم الثقافية والاجتماعية، حيث توصل إلى أن أغلبية أفراد العينة يقضون ما بين ساعة وساعتين في اليوم أمام شبكة الأنترنت، وهذا الاختلاف يعكس الميزة التي يعرفها موقع الفاييسبوك واليوتيوب على مستخدميه عكس شبكة الأنترنت والتي تكون مملدة في بعض الأحيان .

الجدول رقم (10): يمثل توزيع المبحوثين حسب الفترات التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
14,9%	21	صباحا
26,2%	37	مساء
58,9%	83	ليلا
100%	141	المجموع

تشير المعطيات الكمية المسجلة في الجدول أعلاه أن نسبة 58,9% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا، ويعود سبب ذلك إلى طبيعة الدوافع الترفيهية والتسلية وسهولة إقامة علاقات عاطفية في هذه الفترة ثم بلغت ثاني أعلى نسبة بـ 26,2% مما يتصفحون مساء ويرجع ذلك لتوفر فترات فراغ خصوصا لدى الطلبة الأديبين ربما هذه الفئة تمتلك هاتف ذكي

مزود بخدمة الأنترنت بتالي التصفح في كل وقت أما الفئة الباقية فقدرت نسبتها بـ 14,9% وهي أصغر نسبة.

الجدول رقم (11): يمثل توزيع المبحوثين حسب دوافع الإقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
56,7%	80	التواصل مع الأصدقاء والأسرة
17,7%	25	تبادل الملفات والمعلومات
17%	24	الترفيه والتسلية
7,8%	11	إنشاء علاقات عاطفية مع الجنس الآخر
0,7%	1	أخرى تذكر: الدردشة
100%	141	المجموع

تعبر المعطيات الكمية المحصلة في الجدول أعلاه أن ما نسبته 56,7% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لدافع التواصل مع الأسرة والأصدقاء وقد يرجع ذلك إلى أن هذه الفئة على وعي بأهمية البناء الأسري وضرورة التواصل مع أفراد أسرهم وأصدقائهم وكذلك إلى تقديس الأسرة وجعلها ضمن أهم الأولويات أثناء تصفح موقع الفاييسبوك واليوتيوب، فيما جاءت نسبة 17,7% من المبحوثين يفضلون خدمة تبادل الملفات والمعلومات وهذا لعدة اعتبارات كون هذه الفئة تتشكل من الطلبة الجامعيين حيث يتم تبادل مختلف الملفات والمعلومات عبر الصفحات أثناء النقاش والتفاعل بينهم وبين الأساتذة أثناء إنجاز البحوث الفصلية ومذكرات التخرج، في حين قدرة نسبة المبحوثين الذين يفضلون خدمة التسلية والترفيه بـ 17,7% وهذا راجع إلى طبيعة الفترة الشبابية والتي لها ميول إلى التسلية والترفيه عن طريق مختلف الألعاب والتطبيقات ومشاهدة مختلف الصور، أما نسبة أفراد العينة الذين يفضلون خدمة إنشاء علاقات عاطفية فقدرت بـ 7,8% وهذا راجع إلى الاستخدام السلبي لهذه الفئة والمشاركة في المنشورات والصفحات والمجموعات التي تدعو وتشجع على

الرديلة وإقامة العلاقات المحرمة وكما يرجع إلى تأثيرات هذه المواقع النفسية والاجتماعية على الأفراد في حين جاءت النسبة الباقية بـ 1% يفضلون خدمة الدردشة كبديل آخر.

الجدول رقم (12): يمثل توزيع المبحوثين حسب الهدف من التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
5,7%	08	الاطلاع على الأخبار والأحداث
21,3%	30	التعرف على ثقافات وعادات أخرى
6,4%	09	التعليم والتثقيف
66%	94	نشر صور وفيديوهات
100%	141	المجموع

تشير المعطيات الكمية المتحصل عليها في الجدول أعلاه ما نسبته 66% بهدف نشر الصور والفيديوهات كأبرز هدف لهم ويعود ذلك إلى تفضيل أفراد العينة لهذه الخدمة كونها سهلة نوعاً ما وربما يعتبرونها طريقة للتسلية والترفيه أثناء التصفح في حين نسبة 21,3% يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب بهدف التعرف على ثقافات وعادات أخرى وهذا اعتباراً أن الفايسبوك واليوتيوب تفتح أمام الشباب الجامعي عالماً مختلفاً بثقافته وعاداته وتقاليده، وهو عالم منفتح يلتقي فيه الجميع دون حواجز والضوابط، فينبهون بالثقافة الغربية الغربية لشعورهم بأن ثقافة مجتمعهم وقيمة تكبلهم خاصة في غياب الوازع الديني وضعف المبادئ والقيم بحيث أن هذا الأمر يدفعهم إلى تقليد نمط للثقافة الغربية، وهذا بطبيعة الحال منافي للمبادئ والقيم الأخلاقية مما ينجر عنه انحلال في القيم الأخلاقية وضور مشكلات قيمية أخلاقية تعود بالضرر على الفرد والمجتمع، فيما جاءت نسبة الأفراد الذين يتصفحون بهدف الاطلاع على الأخبار بـ 5,7% في حين جاءت نسبة الأفراد الذين يتصفحون من أجل التعليم والتثقيف بـ 6,4% وقد يعود ذلك إلى استخدامهم لمواقع التواصل

استخداما إيجابيا بمعنى الاستفادة من الجانب الإيجابي من أخبار وتعليم، كما يعود سبب ذلك الاستخدام الإيجابي .

### 3-1- تحليل محور تصفح الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (13): يمثل توزيع المبحوثين حسب خدمات الفايسبوك واليوتيوب المفضلة لديه.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
41,1%	58	مشاركة الصور
30,5%	43	مشاركة الفيديوهات
17,0%	24	التعليقات
9,9%	14	مشاركة الروابط
1,4%	2	أخرى تذكر
100%	141	المجموع

توضح البيانات المسجلة في الجدول أعلاه أن أكثر خدمة يفضلها الطالب الجامعي في شبكات التواصل الاجتماعي هي خدمة مشاركة الصور وذلك بنسبة 41,1% في حين جاءت نسبة 30,5% من المبحوثين يشاركون الفيديوهات وهذا يدل على تأثير محتوى الصورة والفيديو في بناء بعض القيم الأخلاقية والاجتماعية لديهم سواء سلبية كانت أو إيجابية ، تليها خدمة التعليقات بنسبة 17,0%، أما في المرتبة الرابعة فيفضل المبحوثين مشاركة الروابط بنسبة 9,9% وتأتي أخيرا أخرى تذكر كالدردشة ويمكن إرجاع تفضيل أفراد العينة لخدمة مشاركة الصور أكثر الخدمات التي تجلبهم وتؤكد هذه النتائج الإحصائية التي قدمها موقع والتي كشفت أنه خلال 60 ثانية فقط 510 آلاف مستخدم يضع التعليق ويتم تحميل 163 ألف صورة.

أما فيما يخص تفضيلهم لخدمة التعليقات والتي جاءت في المرتبة الثالثة يمكن إرجاع ذلك للتعبير عن أفكارهم وآرائهم تجاه مختلف المشاركات التي يضعها الأصدقاء أو يتخذونها مختلف الصفحات التي ينتمون إليها، فيما جاءت خدمة أخرى تذكر ويعود ذلك لأنها أكثر الخدمات التي تسهل لهم بناء علاقات وتسمح لهم بالتعرف أكثر على أصدقائهم في الفايسبوك والاندماج معهم.

الجدول رقم (14): يمثل توزيع المبحوثين حسب تحفيز مختلف الصور والفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب على تبني سلوكيات جديدة.

النسبة المئوية	التكرار	العينة
		الاحتمالات
58,2%	82	نعم
41,8%	59	لا
100%	141	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) إجابة المبحوثين على السؤال المتعلق بتحفيز أفراد العينة أثناء التعرض للصور والفيديوهات عبر الفاييسبوك واليوتيوب بنسبة 58,2% يقرون بذلك فيعود سبب ذلك إلى استخدام هؤلاء الشباب لمختلف الصور والفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب حيث غير من نظرهم إلى عاداتهم وتقاليدهم المحلية، وهذا من خلال تخليهم عن قيمهم السائدة وتبني بعض السلوكيات الجديدة النافية لعادات والتقاليد المحلية وهذا بداعي التحضر والانفتاح على ثقافة الآخرين في المقابل جاءت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بلا بنسبة 41,8% ويرجع ذلك إلى أن هذه الفئة لا تحفزهم مختلف الصور والفيديوهات هذا راجع إلى تمسك بثقافة و مجتمعه وعاداته وبعض سلوكياته والقيم الأخلاقية، دون أن يؤثر على استخدامهم لها رغم كل ما يصادف هؤلاء الشباب من ثقافات وعادات متنوعة عبرها تشجعهم على اكتساب تصرفات غريبة تحثهم على التخلي عن قيمهم السائدة وتبني قيم دخيلة يعتقدون أنها ستحقق لهم واقع أفضل لحياتهم.

الجدول رقم (15): يمثل توزيع المبحوثين حسب ما يثيرهم أكثر في منشورات الفايسبوك واليوتيوب أثناء تصفحهم لها.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
9,9%	14	تمنحك الحرية في التعليق
48,2%	68	التفاعل مع الأصدقاء
11,3%	16	المشاركة مع الآخرين وإعادة النشر
30,5%	43	تبادل الصور والفيديوهات
100%	141	المجموع

يتضح من خلال نتائج الجدول أن ما نسبته 30,5% من أفراد العينة يثيرهم تبادل الصور والفيديوهات عبر منشورات الفايسبوك واليوتيوب هذا راجع إلى طبيعة الدوافع والأهداف ومحاولة إشباع الحاجات والرغبات التعليمية والثقافية وهذا قد تم الإشارة إليه في السؤال رقم 12 والسؤال رقم 13 وهذا ما أكدته نظرية الاستخدامات والإشاعات وسعيها إلى التعرف على طبيعة الإشاعات لدى جمهور وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار المنشورات التي تشبع حاجاته، فيما جاءت نسبة 48,2% تثيرهم منشورات التفاعل مع الأصدقاء وهذا بسبب ما يميز هذه التجمعات الافتراضية لأنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في أحد أنماطها فالمدينة الافتراضية بأنماطها المختلفة باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بمواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يسعى إليه نظرية الاستخدامات والإشاعات ومحاولة شرحها لدوافع استخدام الجمهور للمواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا الاستخدام وذلك لفهم عملية الاتصال بين المتفاعلون، فيما جاءت نسبة 9,9% تثيرهم المنشورات التي تمنحهم الحرية في التعليق وهذا راجع إلى أن موقع الفايسبوك واليوتيوب فضاء واسع للتعبير بكل حرية عن آراءهم وبأشكال مختلفة دون وجود قيود تحكم هذه الحرية وبالتالي فطبيعة الموقع تمتاز بخصوصيته الفردية للمستخدم ليجد في هذه المواقع ذلك الفضاء الواقع الافتراضي الذي يستطيع فيه تحقيق ذاته والتحرر والتعبير بكل حرية

وجراً عن آرائه ومواقفه المختلفة، فيما جاءت نسبة المشاركة مع الآخرين وإعادة النشر بـ 11,3% وهذا يعود إلى قيام صداقة من داخل التفاعلات الافتراضية ومشاركة مختلف الاهتمامات وتمضية الوقت.

الجدول رقم (16): يمثل توزيع المبحوثين حسب تعرضهم للصور والفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب ومساهمتهما في تغيير بعض الجوانب في حياتهم الطلابية.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
51,8%	73	نعم
47,5%	67	لا
100%	141	المجموع

من خلال الشواهد الكمية الموضحة في الجدول أعلاه أن ما نسبته 51,8% أجابوا بنعم حيث يؤدي تعرضهم إلى الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير بعض الجوانب في حياتهم الطلابية وسبب ذلك ان هؤلاء الطلبة قد أثر عليهم الفاييسبوك واليوتيوب بصفة كبيرة مما انعكس عليه تغيير في بعض سلوكياتهم الفردية داخل الجامعة يوضع لهم واقع افتراضي خاص بهم جعلهم يدمنون على تصفح محتوى الصورة والفيديو لدرجة أنهم أهملوا التزاماتهم الدراسية، في حين كانت إجابة نسبة 45,5% من أفراد العينة لم يغير موقع الفاييسبوك واليوتيوب على بعض الجوانب القيمة على حياتهم الطلابية ويعود ذلك أن هؤلاء الطلبة استخدموا الفاييسبوك واليوتيوب بحكمة عالية دون أن يؤثر هذا الاستخدام على تضييع بعض واجباتهم ومسؤولياتهم الطلابية وبالتالي لم يؤثر على قيمهم الاجتماعية.

الجدول رقم (17): يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع المنشورات عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب وما تهدف إليه.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
14,9%	21	التعليم
34,8%	4	التوعية
37,6%	53	التغيير
12,8%	18	التحضر
100%	141	المجموع

أظهرت النتائج المتعلقة بالجدول على أن ما نسبته 37,6% من المبحوثين يتصفحون المنشورات الهادفة للتغيير وقد يرجع هذا إلى وجود نمط ثقافي غربي داخل على لثقافة والقيم العربية، بحيث تحركت هذه العناصر وفي ضمنها التغيير القيمي لدى الأفراد والتي فرضت نوعا جديدا من السلوك يجب الشباب الجامعي للاقتداء به بحجة مسايرة العصر والتقدم الحاصلة في المجتمعات، وهذا ما يدفعهم إلى مواكبة التطورات الخاصة عبر الفايسبوك واليوتيوب فيما جاءت نسبة 34,8% يتصفحون المنشورات التوعية ويرجع السبب في ذلك إلى المشاركة القوية للطلبة في القيام بنشر مواضيع تعبر عن اهتماماتهم وقد يعود إلى انتماء هذه الفئة إلى جمعيات خيرية، أما نسبة 14,9% يفضلون المنشورات التعليمية وهذا بصفتهم طلبة في طور التعليم العالي يكون لهم اهتمام دائم بمختلف المنشورات عبر الفايسبوك واليوتيوب، وهذا ما أكده السؤال رقم 11، فيما أقرت النسبة الباقية والتي تهتم بالمنشورات الخاصة بمجال التحضر بنسبة 12,8% وقد ترجع أسبابه إلى الاهتمام الزائد بالموضة والانفتاح اللامحدود على العالم وخاصة الدول المتقدمة مما يدفع بالشباب إلى محاولة مواكبة العصرية والتقدم وتقبل إفرزات الثورة المعلوماتية بسلبياتها وإيجابياتها ولو على حساب قيمهم الفردية والاجتماعية وهذا بهدف إثبات أنفسهم أمام الآخر الأكثر تحضرا.

الجدول رقم (18) : يمثل توزيع المبحوثين حسب انطباعاتهم أثناء مشاهدتهم للصور والفيديوهات التي تعرض على موقع الفايسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
21,3%	30	المتعة واللذة
7,8%	11	الراحة والطمأنينة
27,7%	39	تضييع الوقت
19,1%	27	الاغتراب عن الواقع الذي تعيشه
24,1%	34	لا أشعر بأي شيء
100	141	المجموع

توضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن جميع النسب متقاربة حول انطباع أفراد العينة أثناء مشاهدتهم للصور والفيديوهات ويعود ذلك إلى أن أفراد العينة يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب بشكل كبير أي أكثر من أربع ساعات، كما يعود إلى الاستغلال السلبي الذي يؤدي في كثير من الحالات إلى تضييع الوقت في المقابل نجد نسبة 24,1% لا يشعرون بأي شيء أثناء مشاهدتهم للصور والفيديوهات عبر الفايسبوك واليوتيوب وهذا يعود إلى أن هذه الفئة من قلبي الاستعمال حيث تتصفح هذه المواقع هذه أقل من ساعتين، كما يعود أيضا إلى تمسك هذه الفئة من المبحوثين بمبادئهم وقيمهم وجعلها فوق كل اعتبار، في حين نجد 19,1% لهم انطباع الاغتراب على الواقع الذي يعيشه ويعود إلى مكوث الطلبة لمدة أكثر من أربع ساعات أمام الفايسبوك واليوتيوب وتفضيلهم لغرف الدردشة سيؤدي مع مرور الوقت تدريجيا إلى تحول الفرد إلى شخص منعزل عن مجتمعه أو يصيبه الاغتراب لدرجة أنه يفقد الرغبة في الجلوس لمدة طويلة مع أفراد أسرته وأصدقائه مما يفرز شعوره بالوحدة النفسية والانعزال عن المجتمع، في حين جاءت نسبة 21,3% يشعرون بالمتعة واللذة ويرجع

ذلك أن هذه الفئة تستخدم الفايسبوك واليوتيوب لدافع الترفيه فيما جاء أصغر نسبة ب7,8% انطباع وشعور بالراحة والطمأنينة ويرجع ذلك إلى أن الفايسبوك واليوتيوب تمنحهم الحرية في التفاعل.

الجدول رقم (19): يمثل توزيع المبحوثين حسب الصور التي يهتمون بها عبر مواقع الفايسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة
		الاحتمالات
34,0%	48	صور دعائية
17,7%	25	صور تجارية
44%	62	صور خاصة بالموضة والأزياء
4,3%	6	صور ترفيهية
100%	141	المجموع

تبين لنا من خلال المعطيات الإحصائية المتوصل إليها من الجدول أعلاه أن نسبة 44% من أفراد العينة يهتمون بالصور الخاصة بالموضة والأزياء وهذا راجع إلى أن موقع الفايسبوك واليوتيوب فتح لهم مجال متابعة آخر التطورات في عالم الموضة والأزياء، وهذا كما يحتويه موقع الفايسبوك واليوتيوب عبر صفحات مواقع مختصة في ذلك هذا فضلا عن أساليب الدعاية والإعلان الذي يفتح مجال أمام مستخدمي الفايسبوك واليوتيوب أن يكونوا أكثر اطلاعا على آخر تطورات الموضة، كما أن هذه المواقع تعتبر وسيلة وتقنية تتميز عن غيرها من وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى في أنها توفر الجهد والوقت نظر لإمكانية استعمالها في أي وقت وهذا ما فتح المجال أمام مستخدميها للاطلاع ومتابعة أخبار الموضة والأزياء وهنا بطبيعة الحال يترك بصماته على سلوكيات وقيم الشباب الجامعي، أما نسبة الأفراد العينة الذين يهتمون بصور الدعاية فقد بلغت نسبتهم ب34% وفي هذا نؤكد في هذا الصدد أن الإعلانات الدعائية عبر الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وبرمجتها تؤدي إلى اكتساب قيم

جديدة تخالف القيم والعادات المحلية ومن أجل أن نواكب مستجدات التغير الذي يطرأ على المجتمع كما قد يرجع ذلك إلى تقبل هذه الفئة للعملة الثقافية في المقابل نجد أن نسبة 17,7% يهتمون بالصور التجارية وسبب هذا ربما يعود إلى الاهتمام بمختلف السلع عبر الفاييسبوك واليوتيوب وأما نسبة 4,3% يهتمون بصور الترفيه وهذا لما يحتويه هذه المواقع من مجموعات تقدم بشتى مختلف الصور والفيديوهات الترفيهية.

الجدول رقم (20): يمثل نوزع المبحوثين حسب نوع الفيديوهات التي يتفحصونها عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
40,4%	57	اجتماعية
34,8%	49	دينية
17,7%	25	ثقافية
2,1%	03	اقتصادية
2,1%	03	سياسية
2,8%	04	رياضية
0%	00	أخرى تذكر
100%	141	المجموع

يوضح الجدول أعلاه طبيعة الفيديوهات التي تقوم أفراد العينة بتصفحها على الفاييسبوك واليوتيوب جاء أن نسبة 40,4% يفضلون الفيديوهات الاجتماعية ويرجع ذلك إلى أن أغلبية الطلبة يتصفحون الفيديوهات الاجتماعية وهذا يدل على أن موقع الفاييسبوك واليوتيوب هما موقعان

للتواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى من خلال الدور الذي يلعبه في بناء علاقات و أساسات اجتماعية جديدة وخلق مبادرات وأنشطة اجتماعية من خلال إطلاق حريات العامة والتي تساهم في التعبير والتأثير في قضايا أخلاقية خاصة بالمجتمع، أما نسبة المبحوثين الذين يفضلون الفيديوهات الدينية تقدر نسبتهم بـ34,8% ويعود سبب ذلك إلى اهتمام الطلبة بما نشر موضوعات دينية وتميزهم بثقافة دينية واسعة كفيلة بمناقشة مختلف القضايا التي تعرض عبر الفيسبوك واليوتيوب، فيما جاء نسبة 17,7% يهتمون بالفيديوهات الثقافية ويعود سبب ذلك إلى أن معظم الطلبة يهتمون بنشر المواضيع الثقافية التي يمكن أن تفيدهم في المجال الدراسي وهذا يساعد المستوى الثقافي للطلبة، فيما جاءت النسبة الباقية 2,1% يهتمون بالفيديوهات الاقتصادية بـ2,1% يهتمون بالفيديوهات السياسية أما الفئة الباقية فتهتم بالفيديوهات الرياضية بنسبة 2,8% وهذا راجع إلى طبيعة أهدافهم الشخصية.

الجدول رقم (21): يمثل توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع محتوى الصور والفيديوهات عبر الفيسبوك واليوتيوب وتشجيع الآخرين على متابعتها.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
18,4%	26	دائما
50,4%	71	أحيانا
31,2%	44	نادرا
100%	141	المجموع

أثبتت من خلال الشواهد الكمية المتعلقة بالجدول أعلاه أن ما نسبة 50,4% من المبحوثين يتفاعلون أحيانا مع محتوى الصورة والفيديوهات عبر الفيسبوك واليوتيوب، ويرجع سبب ذلك إلى أن هذه الفئة تتصفح الفيسبوك واليوتيوب بشكل منخفض ولا يتفاعل الكثير عبر مختلف الصفحات

وتتميز هذه الفئة بنوع من التحفظ فيما جاء نسبة 18,4% يتفاعلون دائما مع محتوى الصورة والفيديوهات عبر الفايسبوك واليوتيوب ويمكنني إرجاع ذلك أن التفاعل مع الآخرين عبر هذه المواقع وهذا لما يحده المستخدم من مميزات تسمح له بمعرفة أكثر عن أصدقائه وتجاوز بعض النقائص، كما تعد فضاء ومنحى جديد للتعبير عن الذات بكثير ممن يتفاعلون بعضها يستغلونها للتعبير عن انتمائهم وقيمهم الاجتماعية وهذا ما تؤكد وتوسع إليه نظرية التفاعل الرمز به لفهم طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنها أصبحت تملي عليه رموز وقيم جديدة داخل المجتمع الأغراض باستخدامه لهذه المواقع أما فيما يخص إجابات المبحوثين بنادر فيعود إلى طبيعة هذه الفئة التي تجعل هذه المواقع وسيلة لتواصل لا غير وربما تكون من قلبي الاستخدام والتصفح.

الجدول رقم (22): يمثل توزيع المبحوثين حسب تصنيفهم للصور والفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب وأثره على مجهوداتهم المعرفية.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
30,5%	43	لا تؤثر إطلاقا
12,8%	18	تؤثر كثيرا
56,7%	80	تؤثر قليلا
100%	141	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق بتأثير محتوى الصورة والفيديو عبر مواقع التواصل على المجهودات المعرفية للطالب بالنسبة 56,7% ويمكن القول إن هؤلاء الطلبة لم يؤثر محتوى الصورة والفيديو عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب عليهم بصفة كبيرة وبالتالي لم يسيطر على تصرفاتهم ولم يصنع لهم واقعا افتراضيا يجعلهم يدمنون على استخدام هذه المواقع والتي تؤدي بهم إلى

التقليص والقصور في بعض المجهودات المعرفية، في المقابل نجد نسبة 12,8% قد أثر عليهم كثيرا ومنه يمكن القول إن هؤلاء الطلبة قد أثر عليهم الصورة والفيديو مواقع الفيسبوك واليوتيوب بصفة كبيرة وبهذا سيطر على تصرفاتهم داخل الجامعة وشكل لهم واقع افتراضي خاص بهم جعلهم يدمون على تصفح الصور والفيديوهات ومما ساهم في تدني مستوى التكويني والمعرفي لدى الطالب مما يؤثر في مجمله على انخفاض في الأداء العام للفرد، حيث جاءت نسبة 30,5% من المبحوثين لا يتأثرون إطلاقا بما يعرض من مضامين عبر مختلف الصور والفيديوهات والتي تحمل بعض القيم السلبية المؤثرة في المرء ودية المعرفية لدى الطالب الجامعي.

الجدول (23): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك واليوتيوب وكيفية تصورهم لتأثير هذه المواقع في حياتهم الطلابية اليومية.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
19,9%	28	عدم الذهاب إلى المكتبة
24,1%	34	تأخير الوجبات الغذائية
42,6%	60	التكاسل في إنجاز البحوث في بعض المقاييس
8,5%	12	عدم المشاركة والتفاعل والنقاش أثناء المحاضرات
5%	7	أخرى تذكر
100%	141	المجموع

يتضح من خلال الجدول 23 إلى نسبة كانت إجابتهم بالتكاسل في إنجاز البحوث في بعض المقاييس بنسبة 42,6% فيما جاءت نسبة الاحتمال عدم الذهاب للمكتبة في المرتبة الثانية في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يؤخرون الوجبات الغذائية بنسبة 24,1% أما الفئة الأخرى والذين يؤدون الطرح القاتل عدم المشاركة والتفاعل والنقاش أثناء المحاضرات بـ 8,5% أما المبحوثين الذين أجابوا

بالاحتمالات الأخرى تذكر تقدر بنسبة 5% وهذا راجع إلى استخدام معظم الطلبة لمواقع الاتصال الاجتماعي يتم بطريقة عشوائية وفي بعض الأحيان يكون على حساب الواجبات والمواعيد اليومية دون أن يكون هناك أي تنظيم في فترات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يشغل الفرد عن بعض مواعيده اليومية كعدم الذهاب إلى المكتبة أو التكاسل في إنجاز البحوث في بعض المقاييس ويمكن اعتبار هؤلاء الأفراد يسيرون أمور حياتهم بشكل غير منتظم يمكن أن يؤثر على مواعيدهم والتزاماتهم اليومية فيمكن إرجاع ذلك إلى الإدمان الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي يجعل من الشخص المستخدم وفيما للموقع ولا يقدر على مغادرة صفحته ولو للحظات وهذا ما يولد تدريجياً لدى المستخدم الكسل والخمول فيمكن تفسير ذلك أن الإدمان الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي يجعل من الشخص وفيما للموقع ولا يقدر على مغادرة هذه المواقع ولو للحظات.

الجدول رقم (24): يمثل توزيع المبحوثين حسب تأثير خطابات الفيديو عبر موقع الفيسبوك واليوتيوب على سلوك الطالب.

العينة	التكرار	الاحتمالات
48,2%	68	الجانب المعرفي مع الأصدقاء
16,3%	23	طريقة التعامل في الجامعة
33,3%	47	طريقة الحوار والنقاش مع الأساتذة
2,1%	3	أخرى تذكر
100%	141	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نسبة 48,2% تؤثر عليهم خطابات الفيديو من ناحية المعرفية مع الأصدقاء وهذا راجع إلى الهدف الذي سعي الطالب الجامعي وتمثل هذه الفئة من المبحوثين ممن يهدفون إلى التعليم والتثقيف وهذا ما تؤكدته نتائج السؤال 11 والسؤال 18. فيما جاءت نسبة 16,3% أقرت الفيديوهات على موقع الفيسبوك واليوتيوب من ناحية التعامل داخل

الجامعة وسببه ذلك إلى التأثير الكبير عبر مختلف الفيديوهات التي تحمل في طياتها بعض القيم السلبية مما يؤثر على سلوك الطالب وطريقة الحوار والنقاش وهذا داخل الجامعة أما بنسبة 33,3% أثر عليهم خطاب الفيديو من جانب المعاملة داخل الجامعة وهذا راجع إلى تشبع هذه الفئة بالمضامين المعروفة عبر هذه المواقع حيث أن هذا الأخير يعرض أفكار وسلوكيات على النموذج الغربي فيأخذها المتصفح ويحاول أن يطبقها داخل الجامعة فما جاء النسبة الباقية 2,1% يؤثر عليهم خطاب الفيديوهات.

الجدول رقم (25): يمثل توزيع المبحوثين حسب كثافة تعرضهم لمحتوى الصور والفيديوهات عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب وأثاره عللا أخلاقيتهم الفردية.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
31,2%	44	تأثير إيجابي
15,6%	22	تأثير سلبي
53,2%	75	لا يوجد تأثير
100%	141	المجموع

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه أن ما نسبة 53,2% لا تؤثر عليهم محتوى الصورة والفيديو على موقع الفايسبوك واليوتيوب، وهذا راجع إلى قلة تصفح هذه الفئة لمواقع إلا أحيانا أو نادرا أو قد يعود كما ذكرنا سابقا إلى محتويات التي تتنافى مع القيم الراسخة المنافية للمبادئ الفردية لديهم، فيما جاءت نسبة 31,2% تؤثر عليهم بشكل إيجابي ويرجع سبب ذلك إلى قدرة هذه الفئة على الإبقاء و الاختيار حيث القيم المتصارعة الموجودة وقدرتهم على تطبيق ما يؤمنون به من قيم إيجابية وتميز هذه الفئة بالاتزان في الشخصية، أما النسبة الباقية تقدر بـ 15,6% ممن أثر عليهم سلبي وهذا راجع إلى الاهتمام الزائد وكثرة التصفح وهذا ما يعني عدم تماسك هذه الفئة بالمعايير المجتمع السائدة وكذا منظومة الأخلاقية والخروج على أعراف المجتمع.

الجدول رقم (26): يمثل توزيع المبحوثين حسب تقييمهم لما يعرض عبر الفايسبوك واليوتيوب من صور وفيديوهات.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
13,5%	19	توافق العادات والتقاليد
51,1%	72	تتوافق نوعا ما
35,5%	50	لا تتوافق مع العادات والتقاليد
100%	141	المجموع

تشير الشواهد الكمية المسجلة في الجدول أعلاه أن ما نسبة 51,1% من أفراد العينة يقرون بأن ما يعرض عبر الفايسبوك من صور وفيديوهات يتوافق نوعا ما مع العادات والتقاليد ويعود ذلك إلى اعتبارات خاصة بالمبحوث أما نسبة 53,5% يرون بعدم توافقها مع العادات والتقاليد وهذا ما من ثقافات وعادات متنوعة على صفحات الفايسبوك التي تشجعهم على التخلي عن بعض قيمهم الاجتماعية الفردية وهي قيم غربية دخيلة التي تحقق لهم مواقع أفضل لحياتهم بما جاءت بنسبة 13,5% من المبحوثين يرون أن الصور والفيديوهات عبر الفايسبوك توافق مع عاداتهم وتقاليدهم ويعود سبب ذلك إلى استخدام هؤلاء الأفراد موقع الفايسبوك لم يغير نظرهم إلى عاداتهم وتقاليدهم المحلية والتمسك بثقافة مجتمع وعاداته الثقافية والدينية.

الجدول (27): يمثل توزيع المبحوثين حسب الكلمات التي يستخدمونها أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
29,1%	41	كلمات باللغة العربية
22,1%	31	كلمات باللغة الفرنسية
10,6%	15	كلمات باللغة الإنجليزية
38,3%	54	كلمات هجينة
100%	141	المجموع

من خلال المعطيات الموضحة بالجدول أعلام أما نسبة 29,1% من المبحوثين يستخدمون كلمات باللغة العربية ودالك باعتبارها اللغة الرسمية والأكثر سهولة في حين جاءت نسبة 22% ممن يستخدمون مصطلحات باللغة الفرنسية وهذا باعتبارها اللغة الثانية في البلد وكذلك يعود إلى اعتبارات تاريخية أما نسبة الأفراد الذين يوظفون اللغة الإنجليزية فبلغت نسبتهم حوالي 10,6% باعتبارها اللغة العالمية يتطلع الطالب لتعلمها وهذا من أجل مساعدته في التكوين العلمي والأكاديمي إضافة إلى كونها لغة العالم الحديثة أما النسبة الغالبة فقدرت بـ 38,3% من المبحوثين يفضلون اللغة الهجينة وهذا راجع إلى ضعف التواصل في اللغات التي يستخدمونها فيما بينهم حيث تشكلت لهم لغات وألفاظ جديدة أصبحت مزيج بين اللغة الرسمية واللغات الأخرى في شكل قالب لغوي دخیل أثناء التواصل والتفاعل داخل البيئة الاجتماعية لأفراد العينة.

الجدول رقم (28): يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع الألفاظ الذين يوظفونها للردشة عبر موقع الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
20,6%	29	ألفاظ راقية
13,5%	19	ألفاظ بذيئة
56%	79	ألفاظ سوقية
9,9%	14	مزيج من الألفاظ
100%	141	المجموع

من خلال المعطيات الجدول أعلاه أن نسبة 20,6% من المبحوثين يوظفون ألفاظ راقية أثناء الدردشة ويعود ذلك إلى الاستخدام الإيجابي والعقلاني لأفراد العينة كما يعود إلى كونهم نخبة مثقفة تصنف فئة الواعية التي تهدف إلى التعليم والتثقيف أثناء التفاعل مع الأصدقاء أثناء الدردشة بينما جاءت بنسبة 13,5% يوظفون ألفاظ بذيئة وسبب ذلك أن هذه الفئة تأثرت بشكل سلبي ببعض مضامين هذه المواقع بما يعود ذلك فيما أشرنا سابقا إلى ضعف الوازع الديني الخلقي لهذه الفئة. أما بنسبة 56% من المبحوثين يوظفون ألفاظ سوقية وهذا يرجع إلى انتشار اللغة العامية في أوساط الطلبة الجامعيين وعدم امتلاكهم الثروة اللغوية التي تمكنهم من مخاطبة بعضهم بعضا أثناء الدردشة والتفاعل عبر الفايسبوك فيما جاءت النسبة الباقية ب 9,9% ممن يوظفون مزيج من اللغات.

الجدول رقم (29): يمثل توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع منشورات الكتائية على موقع الفاييسوك واليوتيوب ومدى اكتسابهم ألفاظ جديدة.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
49,6%	74	نعم
47,5%	67	لا
100%	141	المجموع

نلاحظ أن من خلال معطيات الجدول أن نسبة 49,6% من أفراد العينة يقرون بأن تفاعلهم مع المنشورات الكتائية على موقع الفاييسوك أكسبهم ألفاظ جديدة ويعود ذلك إلى أن مستخدمي التواصل الاجتماعي من خلال تفاعلهم المباشر والمتنوع والتعدد المجالات عبر الفاييسوك قد يكسبهم قيم ورموز ذات مضمون اجتماعي أو ديني، حيث يؤدي تفاعلهم مع مضامينها إلى التعرف على مختلف الثقافات والمجالات مما يكسبهم معاني ورموز وقيم و عادات خاصة تجعلهم ضمن مجال اجتماعي متميز على المجتمع الأصلي وهذا ما تؤكدته نظرية التفاعلية الرمزية، في حين جاءت نسبة 47,5% أجابوا ب لا وهذا ربما راجع إلى عدم توثر مرتدي هذه المواقع بالمنشورات التي توثر على قيمهم كما قد يعود ذلك إلى المبحوثين أنفسهم وقد يكون الوازع الديني والأخلاقي لديهم سببا في عدم اكتسابهم ألفاظ جديدة وخاصة من خلال ما تحمله العولمة الثقافية من أفكار وقيم دينية عبر مختلف المنشورات الكتائية عبرها.

الجدول رقم (30): يمثل توزيع المبحوثين حسب القيم الأخلاقية التي يحملها المضمون اللفظي عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب ومدى تطابقهما مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
6,4%	9	مطابق تماما
63,8%	90	نوعا ما
14,9%	21	مطابق
14,9%	21	غير مطابق
100%	141	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته 63,8% من المبحوثين يقرون حسب القيم الأخلاقية التي يحملها المضمون اللفظي عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب ومدى تطابقهما نوعا ما مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع وهذا راجع إل جوانب مرتبطة بأفراد العينة وطبيعة القيم السائدة في المجتمع وما يحكمها، كما تليها نسبة 14,9% من هذه الفئة التي اعتبرها مطابقة وغير مطابقة بالنسبة للفئتين اللتين تساوتا في النسبة وهذا ما يعد أن هذه الفئة قد تتماشى قيمها الخلقية مع المضامين التي تعرض عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب من خلال ما يقدم من مضامين لفظية التي تتطابق مع قيم المجتمع بينما الفئة التي ترى بعدم مطابقتها وهذا من خلال المضمون اللفظي المقدم عبر هذه المواقع الذي يخالف الألفاظ المستخدمة داخل البيئة الاجتماعية للأفراد وهذا بنسبة 6,4% من أفراد العينة الذين يقرون ذلك مما يتنافى وطبيعة القيم الخلقية السائدة في المجتمع.

الجدول رقم (31): يمثل توزيع المبحوثين حسب أثر المحتوى الكتابي واللفظي لموقع الفايسبوك واليوتيوب على شخصياتهم كطلبة جامعيين.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
5,7%	8	كثيرا جدا
20,6%	29	كثيرا
73,8%	104	قليلًا
100%	141	التكرار

تبين من أرقام الجدول أن ما نسبته 73,8% من المبحوثين يتأثرون قليلا من المحتوى الكتابي واللفظي لموقع الفايسبوك واليوتيوب وهذا ما مرده إلا أن هذه الفئة تتعرض لهذه المواقع بشكل أقل يمكن إرجاع ذلك طبيعة الاختلاف في الأصل الجغرافي لدى أفراد العينة والمستويات الدينية والثقافية والعلمية، أما نسبة 20,6% من المبحوثين أجابوا بدرجة كثيرا ويعود هذا إلى أفراد العينة يقضون حوالي 2 إلى 4 ساعات عبر هذه المواقع مما يؤثر على ثبات شخصية المتصفح، أما نسبة المبحوثين الذين يؤيدون الطرح القائل ب كثيرا جدا بنسبة 5,7% وهذا ما يدل على أن هذه لفئة يتصفحون أكثر من أربع ساعات وبالتالي يتأثرون بشكل أو بآخر بالمحتوى الذي تعرضه هذه المواقع سلبا أو إيجابا.

الجدول رقم (32): يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الأسباب التي ساهمت في تأثير المحتوى الكتابي واللفظي عبر موقع الفايسبوك على أخلاقيات الطالب الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
24,1%	34	كثرة وتنوع خدماتها
43,3%	61	الانتشار الواسع
14,2%	20	تلبية رغبة وحاجيات الطالب الجامعي
18,4%	26	الفراغ والتهميش
100%	141	المجموع

تشير شواهد الكمية الإحصائية المتحصل عليها أن النسب جاءت متقاربة حيث قدرت نسبة 43,3% يرون أن السبب في تأثير المحتوى الكتابي واللفظي إلى الانتشار الواسع وهذا راجع إلى التطور الراهن في المجال التكنولوجي حيث أصبح العالم قرية كونية صغيرة لا تتباعد بين أقطارها، هذا ما تقدمه هذه الأخيرة عبر الشبكة العنكبوتية التي أتاحت للمستخدمين مشاركة الصور والفيديوهات ومختلف التعليقات في حين جاءت نسبة 24,1% من المبحوثين يرون السبب في تأثيرها هو الكثرة والتنوع في الخدمة مما يرجع ذلك إلى طبيعة دوافع الإقبال على محتوى الصور والفيديوهات ومختلف التعليقات التي تحملها، في المقابل نجد نسبة 18,4% من المبحوثين يرون أن الفراغ من أسباب التأثير المحتوى الكتابي مما جاءت نسبة 14,2% لتلبية الرغبات والحاجات لدى الطالب الجامعي.

الجدول رقم (33): يمثل توزيع المبحوثين حسب مساهمة الرسائل الكتابية في تغيير بعض القيم الخلقية لدى الطالب الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
10,6%	15	كثيرا جدا
28,4%	40	كثيرا
61,0	86	قليلا
100%	141	المجموع

من خلال المعطيات المسجلة في الجدول أعلاه أن ما نسبته 61% من المبحوثين ساهمت رسائل الكتابية في تغيير بعض القيم لديهم ويعود سبب ذلك أن هذه الفئة من المبحوثين ممن يقضون أقل من ساعتين ويتصفحون هذه المواقع أحيانا و في الفترات الصباحية وقد بينا ذلك في السؤال 8 و السؤال 9 في حين جاءت نسبة 28,4% من المبحوثين أثرت عليهم بدرجة كبيرة وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تقضي أكثر من ساعتين في التصفح مما يؤثر سلبا عليها مما يضعف من التزاماتهم الأخلاقية هذا فضلا على أن عامل الإدمان في الشبكات دورا في ذلك على هذه المواقع، فيما جاءت أصغر نسبة ب 10,6% من المبحوثين تساهم الرسائل الكتابية عبر الفايسبوك في تغيير بعض قيم الخلقية لديهم وسبب ذلك يعود إلى أن أفراد هذه العينة يقضون أكثر من أربع ساعات ويتأثرون بما يعرض وهذا من جهته يؤثر على القيم الأخلاقية على الطالب الجامعي ويساهم في تغيير بعضها مما لا يتوافق وقيمه.

الجدول رقم (34): يمثل توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع المحتوى الكتابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب بطريقة.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
54,6%	77	محترمة
34,0%	48	اللامبالاة
11,3%	16	العنف اللفظي
100%	141	المجموع

من المعطيات الإحصائية المسجلة في الجدول أعلاه أن ما نسبته 54,6% يرجع سبب ذلك أن غالبية أفراد العينة يستخدم موقع الفايسبوك واليوتيوب بشكل عقلائي في مجالات محددة دون أن يؤدي به ذلك إلى الميل للتعصب وخاصة أن لإدمان على موقع الفايسبوك واليوروب يجعل الفرد غير مستقر نفسيا ويحس بنوع من القلق والخطر عندا يغادر الموقع وتعتبر هذه الفئة ممن يستخدمون هذه المواقع بشكل إيجابي وهذا ما تم ذكره في السؤال 26 في المقابل نجد أن 34% من المبحوثين يتفاعلون مع محتوى الفايسبوك واليوتيوب بطريقة اللامبالاة وهذا يبين ذلك إلى كون هذه الفئة لا تتفاعل بشكل كبير و دائم مع المحتوى الكتابي، أما النسبة الباقية فقدت 11,33% يتفاعلون بطريقة العنف اللفظي ويرجع ذلك إلى الإدمان الكبير لهؤلاء على موقع الفايسبوك واليوتيوب سيطر على تفكيرهم ويجعل الفرد في بعض الأحيان يشعر بالقلق ويكون سلوكه ميالا إلى العنف في وقته اليومي والذي يختلف عن ما هو موجود في العالم الافتراضي من إشباع رغباته وحاجته النفسية وهذا الاختلاف والتناقض بين مواقع التواصل الاجتماعي والواقع الحقيقي يزعزع الاستقرار النفسي للفرد ويلحق لديه نوعا من القلق و العنف اللفظي.

الجدول رقم (35): يمثل توزيع المبحوثين حسب كيفية تقبل الإساءات اللفظية والكتابية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك واليوتيوب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
9,9%	14	العفو
10,6%	15	التسامح
21,3%	30	النصح
44,7%	63	التجاهل
12,8%	18	الرد بالمثل
7%	1	أخرى تذكر
100%	141	المجموع

يوضح الجدول 35 إجابة المبحوثين على السؤال المتعلق بطريقة تقبل الإساءات اللفظية والكتابية عبر موقع الفيسبوك واليوتيوب حيث قدرت نسبة 44,7% أفراد العينة الذين يتجاهلون ويعود ذلك إلى أن أغلب الشباب الجامعي يمثل الفئة المثقفة والمتعلمة التي تدرك أن لموقع الفيسبوك أثاره النفسية والاجتماعية على الأفراد التي تزيد من انتشار الرذيلة وفساد الأخلاق كما يدل على بداية تغير في بعض القيم الأخلاقية، فيما جاءت نسبة الذين يتقبلون الإساءات بالعفو ب9,9% أما نسبة أفراد العينة الذين يتسامحون ب10,6% بالمقابل نجد نسبة 21,3% يقابلون الإساءة بالنصح فيما جاءت نسبة أفراد العينة الذين يقابلون الإساءات بالمثل ب12,8% أما الفئة الأخرى التي تمثل الطرح أخرى تذكر فجاءت ب7% ومنه نستنتج أن أفراد العينة يستخدمون المواقع في نطاقات مشروعة ويتجنبون

المنشورات والصفحات والمجموعات التي تدعو إلى كل ما يخل بالقيم الفردية والاجتماعية لدى الطالب.

الجدول (36): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيبها لخلق الصدق بشكل كبير.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
39,7%	56	موافق
29,1%	41	محايد
31,2%	44	غير موافق
100%	141	المجموع

يتضح لنا من خلال المعطيات المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من أفراد العينة قدرت بـ 39,7% يؤيدون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عزز لديهم قيمة الصدق والابتعاد وهذا راجع إلى عدم تأثر بما يحدث في العالم الافتراضي وبالتالي فهو لا يعتبر موقع الفيسبوك سببا في تبنيه الكذب في بعض المواقع الحرجة مثل الكشف عن الهوية الحقيقية أو إقامة موعد مع صديق أو غيرها من الموقف التي يمكن أن تحمل الفرد إلى اتخاذ موقف الكذب وهذا يوعي الطلبة بمبدأ الصدق والابتعاد عن الكذب مهما كانت المواقف والظروف، في حين نجد أن نسبة 29,1% من أفراد العينة كانت إجابتهم بالحياد، أما نسبة 31% قد عارضوا فكرة تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لخلق الصدق وهذا يعود إلى خوف بعض المستخدمين عن كشف هويتهم الحقيقية خاصة لفئة الإناث وهذه الأسباب يمكن أن تكون خوفا من المضايقة أو التجسس أو اختراق الخصوصية وغيرها يؤدي بهم أحيانا إلى اتخاذ موقف الكذب لتجنب تلك المواقف و في جهة أخرى في أن رغبة بعض المستخدمين في تحقيق أهداف و غايات شخصية مثل إقامة علاقات مع الجنس الآخر أو الحصول

على خدمة معينة أو غيرها فإن المستخدم قد يلجأ إلى الكذب من أجل تحقيق تلك الأهداف والرغبات.

الجدول رقم (37): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق الأمانة بشكل كبير.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
31,9%	45	موافق
39,7%	56	محايد
28,4%	40	غير موافق
100%	141	المجموع

جاءت النسبة متقاربة حيث كانت نسبة 31,5% فهم يقرون بأنه مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) تساهم في تعزيز مختلف الأمانة من خلال المنشورات (صور وفيديوهات) المتبادل والتي يدور محتواها حول مجموعة من القيم الاجتماعية الإيجابية للأمانة، في حين نجد نسبة 28,4% أي مواقع التواصل الإيجابي (الفايسبوك) لا تساهم في تعزيز خلق الأمانة بل ربما تسعى إلى ضرب بعض القيم والممارسات الإيجابية في المجتمع من خلال المحتوى الذي تعرضها هذه المواقع صور فيديوهات التي تخل بهذه القيم الاجتماعية وتخالفها. في حين جاءت أعلى نسبة 39,7% تقف الحياد من مواقع التواصل الاجتماعي في تكريس خلق الأمانة وغيرها من القيم الاجتماعية.

الجدول (38): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق الحياء بشكل كبير.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
36,9%	52	موافق
34,8%	49	محايد
27,7%	39	معارض
100%	141	المجموع

يوضح الجدول 38 إجابة المبحوثين على الطرح المتعلق يستخدم مواقع ومدى تعزيزه لخلق الحياء ونسبة نتائج الجدول أن نسبة 36,9% من أفراد العينة بمجموع 52 مفردة فيعود سبب ذلك إلى الاستخدام هؤلاء الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي غير من نظرهم الذي يعتبر من العادات والأعراف والأصل، وهذا من خلال تخليهم عن القيم السائدة ويتبنى قيم جديدة وافدة إليهم عبر الفيسبوك واليوتيوب، وهذا بداعي التحضر والانفتاح على ثقافة الآخرين وهذا ما توصل إليه الطالب محمد الفاتح حمدي في دراسة المشار إليها سابقاً، حيث توص إلى أن التكنولوجيا الإعلام والاتصال تحدث تأثيرات تجعلهم يتبنون قيم جديدة ويتخلون عن قيمهم السائدة، أما نسبة المحايدين فقد بلغت 34,8% من أفراد العينة في المقابل نجد أن 27,7% لا يقرون بتقرير خلق الحياء ويعود سبب ذلك إلى الاستخدام الكبير هؤلاء الشباب لمواقع الاتصال الاجتماعي (الفيسبوك واليوتيوب) أدى بهم إلى التخلي عن عاداتهم وتقاليدهم المحلية، وهناك تأثير محتوى هذه المواقع على القيم السائدة وتبنى قيم جديدة منافية للقيم الأخلاقية الإيجابية.

4-1- تحليل محور المحتوى الكتابي في الفاييسوك واليوتيوب وتأثيره على أخلاقيات الخطاب اللفظي للطلاب الجامعي.

الجدول رقم (39): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع لتواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق الإخلاص بشكل كبير.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
40,4%	57	موافق
32,6%	46	محايد
27,0%	38	غير موافق
100%	141	المجموع

تعبّر الشواهد الكمية المتعلقة بالجدول أعلاه أن 40,4% من أفراد العينة أجابوا بموافقة على تعزيز خلق الإخلاص وهذا يعبر على الالتزام الديني لدى أفراد العينة كما يعود سبب ذلك إلى عدم تأثيرهم بمحتوى الصورة كما يعود إلى استخدام أفراد العينة للمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عقلائي وبشكل إيجابي وهذا يعود إلى تفكيرهم الديني السليم كما يعود إلى تشبثهم بالثقافة الإسلامية ومبادئ وقيم أخلاقية وأكثر التزاما في حين جاءت نسبة 27% يعارضون الطرح القائل بتعزيز قيمة الإخلاص وقد يعود ذلك إلى عدم تلقيهم التوجيه الصحيح للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي وانشغالهم بأمور أخرى واكتسابهم أخلاقيات سياسية.

الجدول رقم (40): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعزيزها لخلق التعاون الكبير.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
58,9%	83	موافق
22,7%	32	محايد
18,4%	26	غير موافق
100%	141	المجموع

يوضح الجدول رقم 42 إجابة أفراد العينة عن السؤال المتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عزز من قيمة التعاون لديك و تبين نتائج الجدول أن نسبة 58,9% من الطلبة أجابوا بنعم في حين إجابة نسبة 22,7% بالحياد أما نسبة الباقية تقدر ب 18,4% ويرجع ذلك إلى استخدام الطلبة لموقع الفاييسبوك لم يؤدي إلى عزله عن الأعمال الخيرية بداخل مجتمعهم بل ساهم هذا الاستخدام في تشجيع الفرد على المشاركة في حملات التعاون والتكافل الاجتماعي والعمل الخيري داخل المجتمع كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في غرس روح التعاون بين الطلبة خاصة في مجال إنجاز البحوث ومذكرات التخرج ومن الملاحظ أن النتائج المتوصل إليها تتفق مع نتائج مركز شؤون المرأة (2011) والتي توصلت إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي تسمح في بناء علاقات تفاعلية اجتماعية جيدة، وجلب مبادرات و أنشطة اجتماعية تعزز من قيمة التعاون الاجتماعي لمستخدميها.

الجدول رقم(41): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تعززهم بها لخلق احترام الآخرين بشكل كبير.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
52,5%	74	موافق
28,4%	40	محايد
18,4%	26	غير موافق
100%	141	المجموع

يتضح من خلال نتائج الجدول أغلبية أفراد العينة يوافقون على السؤال القائل عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي غير قيم الاحترام الآخرين نسبة 52,5% في حين إجابة نسبة 28,4% بمحايد، أما النسبة الباقية غير موافقين ويرجع سبب ذلك أن استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي لم يضعف في نفوسهم العقيدة الولاء والبر والخير للآخرين بل بالعكس من ذلك فقد عزز هذا الاستخدام من تلك المبادئ لديهم لأن هؤلاء الطلبة مزود بمكانزمات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في إطار مبادئ الاحترام وعدم التعدي على حقوق الآخرين وحررياتهم وهذه نفس النتيجة التي توصل إليها الطالب برحلة سليمان في دراسة أثر استخدام الأنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، في حين جاءت نسبة 28,4% اتخذوا موقف الحياد.

الجدول رقم (42): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيم الخلقية السلبية لخلق الكذب.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
39,7%	56	موافق
25,5%	36	محايد
34,8%	49	غير موافق
100%	141	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن 39,7% يرون بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كرس لديهم خلق الكذب وهذا على اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تفتح أمام الشباب الجامعي عالما مختلف بثقافة وعادات أخرى وهو عالم منفتح يلتقي فيه الجميع دون حواجز ولا ضوابط فينبهون بالثقافة الغربية شعورهم بنقص وأيضا ضعف الوازع الديني وضعف في المبادئ والقيم الأخلاقية بحيث أن هذا الأمر يدفعهم إلى الاتصاف بأخلاق سلبية مثل الكذب مما ينجر عنه إخلال في القيم الأخلاقية وبهذا ظهور مشكلات قيمة أخلاقية تعود بالضرر على الفرد خاصة وعلى المجتمع عامة في حين نجد أن ما نسبته 34,8% من أفراد العينة فقد عارضو فكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج لخلق الكذب وفقا لمنظور فاسد، وقد يعود ذلك إلى استخدامهم للموقع الفيسبوك واليوتيوب استخداما إيجابيا يعني الاستفادة من الجانب الإيجابي منها فقط، كما قد يعود سبب ذلك تشبثهم بالقيم الأخلاقية التي تعارض فكرة تكريس خلق الكذب، في حين نجد أن ما نسبته 25,5% من أفراد العينة كانت إجابتهم بالحياد.

الجدول رقم (43): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لخطواتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية للتقليد الأعمى.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
34,8%	49	موافق
27%	38	محايد
38,3%	54	غير موافق
100%	141	المجموع

يوضح الجدول 45 إجابة المبحوثين على السؤال المتعلق "هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تكريس قيم التقليد الأعمى؟" وتبين نتائج الجدول أن نسبة 38,3% من أفراد العينة غير موافقون وإجابة 34,8% بموافقة فيما أجاب البقية بالمحايدة، ويرجع سبب ذلك إلى أن أغلبية الطلبة الجامعيين متمسك بثقافة مجتمعه وعاداته وأخلاقه الدينية، دون أن يؤثر استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي على عاداته المحلية رغم كل ما يصادف هؤلاء الشباب من ثقافات وعادات متنوعة على صفحات الفيسبوك تشجعهم على التخلي عن قيمهم السائدة وتنبي هذه القيم الدخيلة التي شجعت لهم واقع أفضل لحياتهم. أما فيما يخص الأفراد الذين اعتبروا أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت بهم إلى التخلي عن عاداتهم وتقاليدهم، يعود سبب ذلك إلى أن استخدام هؤلاء الشباب لهذه المواقع غير نظرهم إلى عاداتهم وتقاليدهم المحلية أو جعلهم حائرين وهذا من خلال تخليهم عن قيمهم السائدة وتنبي قيم جديدة وافدة إليهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بداعي التحضر والانفتاح على ثقافة الغرب وهذا تقرب نفس النتيجة التي توصل إليها الطالب محمد الفاتح في دراسة استخدام الشباب لوسائل الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيمهم وسلوكياتهم حيث توصل إلى أن التكنولوجيا الاتصال تحدث تأثيرا على ثقافة الشباب الجزائري من خلال تعريفهم بقيم جديدة.

الجدول رقم (44): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لارتداء شخصية افتراضية.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
37,6%	53	موافق
23,4%	33	محايد
39%	55	غير موافق
100%	141	المجموع

من خلال الجدول والبيانات المحصلة أعلاه أن نسبة 30,9% لا يقرون بتكريس على ارتداء شخصية افتراضية بحيث يرجع ذلك إلى التأثير الكبير لمختلف الصور والفيديوهات عبر الفايسبوك واليوتيوب كما يرجع ذلك حسب ما أكدته بعض الدراسات إلى وجود عناصر ثقافية متحركة ومتغيرة داخل المجتمع الغربي بحسب تحركات هذه العناصر زمن ضمنها السلوك الاتصالي متأثرة بما يعرض عبرها من ثقافات أخرى قادمة عبر هذه المواقع والتي فرضت شخصية افتراضية وهذا بحجة مساهمة العصر والتقدم الحاصل في المجتمعات وهذا ما يدفعهم إلى مواكبة التطورات بحيث أصبح من العسير على مجتمعاتنا ضبط مدخلات ومخرجات جيل من الشباب. بجيل الأوس كان يستمد شخصيته وسلوكه من إرث اجتماعي أخلاقي وديني مرتبط بحدود المجتمع الذي نعيش فيه، أما اليوم فلم يعد هناك حدود وقيود ولا ضوابط تحكمه لكن في المقابل ذلك نجد أن نسبة 37,6% من أفراد العينة يقرون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كرس لديهم هذه الخلق ويعود ذلك كونهم يهتمون بمواكبة الموضة والمشاهير وتأثرهم بالتغير الحاصل كما يرجع ذلك إلى غياب وازع ديني. أما نسبة المحايدون فقد بلغت 23,4% من أفراد العينة وهذا راجع إلى اعتبارات الشخصية لديهم.

الجدول رقم (45): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لقطع صلة الرحم.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
37,6%	53	موافق
27%	38	محايد
35%	50	غير موافق
100%	141	المجموع

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه أن إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكريسه لخلق قطع صلة الرحم وتبين النتائج أن نسبة 37,6% من أفراد العينة موافقون ويعود ذلك إلى أن أغلبية الشباب الجامعي أصبح يمنعه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من زيارة أقاربه وصلة رحمه وهذا ما يبين الإدمان الكبير على هذه المواقع والبقاء لفترات طويلة بداخله والتي صدتهم عن زيارة أقاربهم واستخدامها الرسائل عبر الفيسبوك.

في حين 35% غير موافقين على هذا الطرح ويعود ذلك إلى أن أغلبية الشباب الجامعي لا يمنعه من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف لمختلف الصور والفيديوهات من زيارة أقاربه وصلة رحمه وهذا ما يسمى الإدمان الكبير على هذه المواقع ونسيانهم على قيمهم الأصلية، فيما 27% من أفراد العينة إلى الحياد كراي لهم.

الجدول رقم (46): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية خلف إهمال الفرائض الدينية.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
27%	38	موافق
29,8%	42	محايد
41,8%	59	غير موافق
100%	141	المجموع

تبين النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن 41,8% من المبحوثين غير موافقين بكون أن استعمالهم للمواقع الفيسبوك واليوتيوب سببا في إهمالهم للفرائض الدينية من هذا المنطلق أنه لا يمكن التهاون في أداء الفرائض الدينية فهي أمر إلهي فرضها الله سبحانه وتعالى ولا يمكن معارضتها وعدم القيام بها لأن ذلك عصيا لله تعالى، كما يعود ذلك أيضا إلى تمسك هذه الفئة من المبحوثين بمبادئ و أسس وأركان الدين ومقوماته وتقديسها والإيمان بها وجعلها فوق كل اعتبار، أما ما يتضح من خلال المعطيات المتحصل عليها أن ما نسبة 27% من أفراد العينة أقروا بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سببا في إهمالهم للفرائض الدينية وقد يرجع ذلك إلى تأثير هذه الفئة بالأفكار والمعتقدات الغربية وتشبعهم بها، فموقع الفيسبوك قد يضعف من انتماء المسلم للثقافة الإسلامية إذا ما تم استغلالها بشكل خاطئ ومنافي للقيم الدينية الإسلامية، وبالتالي يمكن إهمال هذه النسبة وتجاهلها لأنها تمثل تهديدا للكيان الأمة وبداية الخروج عن مصفوفة القيم الأخلاقية التي حث عليها الدين الحنيف، أما المحايدون فكانت نسبتهم 29,8% حيث لم يعبروا عن رأيهم ما إذا كان استخدامهم للفيسبوك واليوتيوب سبب في إهمالهم للفرائض الدينية أم لا.

الجدول رقم (47): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق عقوق الوالدين.

النسبة المئوية	التكرار	العينة المبحوثين
30,5%	43	موافق
25,5%	36	محايد
44%	62	غير موافق
100%	141	المجموع

تشير إجابات أفراد العينة كما هو موضح في الجدول أعلاه أن 44% من أفراد العينة قالوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم يكن سببا في حدوث مشاكل مع الوالدين، وأنه جعلهم يقومون بالتقليل من طاعة الوالدين، وقد يعود ذلك إلى عدم تأثر هذه الفئة بمضامين الموقع أو إلى انخفاض ساعات استعمال الشباب لهذه الوسيلة الاتصالية فهم ليسوا مستخدمين مفرطين له وليسوا ذوي خبرة طويلة في ذلك كما أشرنا إليه سابقا، هذا قد يعود سبب ذلك إلى وعيهم بضرورة احترام الوالدين وطاعتها ومعرفة واجباتهم اتجاههم على اعتبار أن الدين يحثنا على برهما فهما من طاعته هذا ويشير 30,5% من أفراد العينة إلى وجود تدمير من قبل الوالدين اتجاه أبناءهم بسبب طول الوقت الذي يقضونه مع الفايسبوك واليوتيوب وأنه سبب لهم مشاكل أسرية جعلتهم يقللون من طاعة آبائهم وقد يعود ذلك إلى إدمانهم على الفايسبوك واليوتيوب إذ أصبح من الأولويات ولو على حساب طاعة والديهم وتقليل من احترامهما، أما نسبة أفراد العينة كانت إجابتهم بالحياد قدرت ب 25,5% وهي أخفض نسبة مسجلة.

الجدول رقم (48): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق التجسس على الآخرين.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
31,2%	44	موافق
28,4%	40	محايد
39,7%	56	غير موافق
100%	141	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول تقاربا في النسب حيث تبلغ 39,7% من المبحوثين يعارضون فكرة تكريس خلق التجسس على الآخرين ويرجع ذلك إلى أن الشباب الجامعي يحترم خصوصيات الغير ولا يشجعهم ذلك للتجسس على الآخرين رغم أن المواقع يتيح للمستخدمين المحترفين إمكانية التجسس وبالتالي فإن احترام المستخدمين الخصوصيات الغير قناعة لدى كل فرد وهبة يحملها في عقيدته ويظهر في سلوكه اليومي في تعامله مع الأفراد المحيطين به فيما أجابت نسبة 31,2% من أفراد العينة يقرون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج لخلق التجسس على الآخرين ويعود ذلك إلى أن هؤلاء الطلبة قد تجاوز استخدامهم المفترض لمواقع التواصل الاجتماعي إلى استغلالهم من أجل تحقيق أغراض خاصة تستهدف خصوصيات الآخرين كما أن رغبة بعض المستخدمين لتطوير مهارتهم في اختراق الخصوصيات يدفعهم أحيانا إلى التنافس من أجل تحقيق ذلك، وهذه الأفكار الخاطئة لدى بعض المستخدمين يمكن أن تتطور وترسخ في عاداتهم وبالتالي تظهر في سلوكياتهم وتعاملاتهم اليومية مع الأفراد الآخرين في حين نجد أن ما نسبته 28,4% كانت إجاباتهم بالحياد.

الجدول رقم (49): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لمحتوياتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق الأناية وحب الذات.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
37,6%	53	موافق
23,4%	33	محايد
39%	55	غير موافق
100%	141	المجموع

نلاحظ من النتائج المتحصل عليها كما هو موضح في الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين كانت غير موافقة حيث قدرت ب 39% إذ ترى أن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لم يكسر لديهم خلق الأناية وحب الذات وقد يعود ذلك التأثير المحدود لهذه الفئة من أفراد العينة على ما تحتويه في هذه المواقع من مواد منافية للقيم الأخلاقية الإسلامية والتي يكون الغرض منها هو بث بعض القيم السلبية كالأناية وحب الذات، في حين نجد أن النسبة الموافقين على هذا الطرح قدرت ب 37,6% من أفراد العينة وقد يعود ذلك إلى عدم تلقيهم التوجيه الصحيح للاستخدام الأمثل لهذه المواقع أي بحيث تعمل بعض المواقع على نشر مبادئها وقيمها وذلك بهدف بث قيم سلبية في نفوس المستخدمين وهذا يؤكد على أن هذه الفئة تأثرت بما يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي. أما المحايدون اتجاه هذا الأمر قد بلغت نسبتهم 23,4% حيث لم يصرحوا بإجاباتهم وقد يعود ذلك إلى أسباب واعتبارات شخصية متعلقة بهم.

الجدول رقم (50): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لخطوباتها كرس لديهم القيمة الخلقية السلبية لخلق الإدمان على السهر.

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
63,1%	89	موافق
22%	31	محايد
14,2%	20	غير موافق
100%	141	المجموع

يتضح لنا من خلال المعطيات المسجلة في الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين وافقوا على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كرس لديهم خلق إدمان السهر وذلك بسبب موافقة ب63,1% وقد يرجع سبب ذلك إلى الاستخدام أغلب أفراد العينة مواقع التواصل في الفترة الليلية وما يؤكد في السؤال 9 باعتبار هذه الفترة مناسبة لمعظم أفراد العينة للتصفح وتبادل ملفات والنقاشات والتفاعل وبالتالي يورث لهم بعض القيم السلبية كالسهر، أما نسبة الأفراد العينة المحايدون فقد قدرت ب22% وهي ثاني أعلى نسبة وهذا راجع إلى اعتبارات تخص أفراد العينة. في حين جاءت ب14,2% يعارض كون استخدامهم للمواقع التواصل الاجتماعي يكرس لديهم قيمة إدمان السهر وحسب هذا فإن أفراد العينة يتصفحون في الفترات المسائية والصباحية وقد يعود إلى عدة أسباب منها أن الشباب الجامعي يستخدمون مواقع لتواصل الاجتماعي بصفة انتقائية على فترات ولا يتعرضون مما يؤثر على قيمهم الراسخة وقد يعود إلى التنشئة الاجتماعية السليمة لهذه الفئة.

الجدول رقم (51): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الهدف من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وفق التخصص.

مجموع النسب المئوية	مجموع التكرارات	أدبي		علمي		التخصص الاحتمال
		ن	ت	ن	ت	
%66,66	94	%61,79	55	%75	39	الاطلاع على الأخبار والأحداث
%21,27	30	%25,84	23	%13,46	7	التعرف على ثقافات وعادات أكثر
%6,38	9	%4,49	4	%9,61	5	التعليم والتثقيف
%5,67	8	%7,86	7	%1,92	1	نشر صور وفيديوهات
%100	141	%100	89	%100	52	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة أفراد العينة من يتصفحون مواقع التواصل من أجل الاطلاع على الأخبار والأحداث نسبة 66,66% وهذا تؤكد نسبة العلميين 21,27% من يتصفحونها بهدف التعرف على ثقافة وعادات المجتمعات الأخرى وتؤكد هذا بنسبة 13,49% من الأدبيين و25,84% من العلميين، فيما جاءت نسبة 6,38% من المبحوثين يتصفحونها بهدف التعليم والتثقيف أما النسبة الباقية فقدرت ب 5,67%، نلاحظ من خلال الجدول أن 75% من العلميين يتصفحون من أجل الاطلاع على الأخبار والأحداث فيما جاء نسبة الأدبيين ب 61,70% وهذا راجع إلى كونهم طلبة يبحثون عن كل جديد وذلك لمسايرة العصر.

الجدول رقم (52): يمثل توزيع الأفراد العينة حسب الفترات التي يتصفحون فيها الفايسبوك واليوتيوب وفق الأصل الجغرافي.

مجموع النسب المئوية	مجموع التكرارات	ريفي		شبه حضري		حضري		الأصل الجغرافي
		ن	ت	ن	ت	ن	ت	
%14,89	21	%18,18	4	%6,97	3	%18,42	14	صباحا
%26,24	37	%22,72	5	%37,20	16	%21,05	16	مساء
%58,86	83	%59,09	13	%55,81	24	%60,25	46	ليلا
%100	141	%100	22	%100	43	%100	76	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلاه أن أغلب المبحوثين يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب ليلا بنسبة %58,86 وهذا ما أكدته نسبة %60,25 للفئة التي تقضي في المنطقة الحضرية وهذا يعود فيما جاءت نسبة المقيمون في منطقة شبه الحضرية %55,81 أما نسبة %59,09 ممن يسكنون في المناطق الريفية ويلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الذين يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب من المناطق الحضرية وهذا يعود إلى توفر مقاهي الإنترنت وطبيعة المدينة على عكس المناطق الريفية وشبه الريفية لا يتأثرون بالتكنولوجيا الحديثة بشكل كبير. فيما جاءت نسبة المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب مساء بنسبة %26,24 ويؤكد هذه النسبة فئة المبحوثين في المنطقة الحضرية ب %21,05 أما نسبة %37,20 ممن يقطنون المناطق شبه الحضرية فيها جاء نسبة %18,18.

فئة المبحوثين الساكنين في المناطق الريفية نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين في المناطق شبه الريفية أما نسبة المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب صباحا فقدرت ب %14,89 كأصغر نسبة حيث جاء نسبة المبحوثين المقيمين في المناطق الحضرية بنسبة %18,42 ثم نسبة شبه الحضري ب %6,97 أما نسبة الريف ب %18,18 والملاحظ على الجدول أن أعلى نسبة في أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب في المساء وهذا راجع إلى كونهم طلبة تفرغهم من الالتزامات الجامعية والعودة إلى البيت.

الجدول رقم(53): يمثل توزيع أفراد العينة حسب كمية الوقت الذي يقضيه في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفق النوع.

النوع الاحتمالات	ذكور		إناث		مجموع النسب المئوية
	ن	ت	ن	ت	
أقل من ساعتين	33	37,93%	18	33,33%	36,17%
من 2 ساعة إلى 4	30	34,48%	20	37,03%	35,46%
أكثر من أربع ساعات	24	27,58%	16	29,62%	28,36%
المجموع	87	100%	54	100%	100%

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في أقل من ساعتين نسبة 36,17% وهذا ما تؤكد نسبة الذكور 37,93% والإناث 33,33% وهذا يرجع إلى الانشغال بالمقرر الدراسي طوال اليوم ثم تليها نسبة 35,46% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 2 ساعات إلى 4 ساعات وتؤكد نسبة الذكور 34,48% والإناث 27,56% أما النسبة الباقية فقد قدرت 28,36% يستخدمون مواقع التواصل لأكثر من 4 ساعات ويؤكد هذا نسبة الذكور ب 27,58% ونسبة إناث 29,62% ومن الملاحظ أن نسبة الذكور أكبر من نسبة إناث وهذا يعود إلى اشتغال الإناث بأعمال أخرى من الأعمال المنزلية.

الجدول رقم (54): يمثل توزيع الأفراد العينة حسب تعزيزها أثناء التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لقيمة التقليد الأعمى وفق النوع.

النوع الاحتمالات	ذكر		أنثى		مجموع النسب المئوية
	ن	ت	ن	ت	
موافق	24	29,62%	25	46,29%	34,75%
محايد	22	25,28%	16	29,62%	26,95%
غير موافق	41	47,12%	13	24,07%	38,29%
المجموع	87	100%	54	100%	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 38,29% وتؤكد هذه النسبة 47,12% من الذكور و 24,07% أما النسبة التي تليها قدرت ب 34,75% موافقين ويؤكد هذه لنسبة 29,62% من الذكور و 46,29% من الإناث أما النسبة الباقية فقدرت ب 26,95% وملاحظ أن أغلبية المبحوثين غير موافقين على تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيمة تقليد الأعمى وهذا ما يفسر درجة الوعي الذي يتمتع به سواء الإناث أو الذكور.

الجدول رقم(55): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي لقيمة الحياء فوق النوع.

النوع الاحتمالات	ذكر		أنثى		مجموع النسب المئوية	مجموع التكرارات
	ن	ت	ن	ت		
موافق	41	%47,67	12	%21,81	37,58%	53
محايد	23	%26,74	26	%47,27	34,75%	49
غير موافق	22	%25,58	17	%30,90	27,65%	39
المجموع	86	%100	55	%100	100%	141

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 37,58% من المبحوثين يوافقون على تقرير لقسيمة الحياء ويؤكد هذه النسبة 47,67% من الذكور و 21,81% من الإناث موافقون عليها أما النسبة التي تليها فتقدر ب 34,75% من المبحوثين محايدون فيما جاء نسبة 27,65% غير موافقين على تقريرها لقيمة الحياء ويلاحظ ذلك من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين موافقين على تقرير قيمة الحياء من خلال التعرض لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يعود إلى تحلي أفراد العينة بنوع من الالتزام الدين وطبيعة المجتمع الذي يكون كسلطة رادعة لدى الكثير من المتصفحين.

ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة:

## 1-2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

بعد التحليل الكمي للنسب التي قمنا جمعها بواسطة الإنسان الذي وزع على أفراد العينة الدراسة، وفي ضوء ما توصلت إليه الباحث من خلال تحليل النسب والجداول السابقة، يحاول الباحثان الآن مناقشة هذه النتائج في ضوء فرضيات الدراسة بغية إثباتها أو نفيها وي كالتالي:

مناقشة الفرضية الفرعية الأولى: والتي مفادها تختلف أشكال وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك واليوتيوب، نسب لنا في ضوء تحليلنا للمعطيات المدرجة في الجداول السابقة ما يلي:

من خلال بيانات الجدول رقم (7) يتضح إن أفراد العينة يستخدمون موقع الفاييسبوك بنسبة 67,4%، باعتباره الموقع الأكثر استخداما بين أوساط الشباب، وبالنظر إلى الجدول رقم (8) يبين إن أفراد العينة يضعون موقع الفاييسبوك في مرتبة الأولى بنسبة 60,3%، وبالنظر إلى الجدول رقم (10) أن أغلبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا بنسبة 58,9%، وهذا مرتبط بدوافع الإقبال على الاستخدام، وهذا ما وضحه الجدول رقم (11) حسب دوافع الإقبال في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك واليوتيوب أن أغلبية الباحثين بنسبة 58,7% يتصفحون من اجل التواصل مع الأصدقاء والأسرة، وبالنظر إلى الجدول رقم (12) نبين أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفاييسبوك واليوتيوب بهدف نشر الصور والفيديوهات بنسبة 66%، من الباحثين، ومما سبق ذكره نستنتج أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفاييسبوك واليوتيوب لنشر الصور والفيديوهات والتواصل مع الأصدقاء والأسرة.

وعليه فالفرضية الأولى القائلة: تختلف أشكال وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك واليوتيوب هي فرضية غير محققة.

مناقشة الفرضية الجزئية الثانية:

والتي مفادها يؤثر تصفح الطالب الجامعي لمحتوى الصور والفيديو على موقع الفاييسبوك واليوتيوب تبين لنا في ضوء المعطيات المدرجة في الجدول السابقة ما يلي:

إن مختلف الصور والفيديوهات تحفز أفراد العينة أثناء التعرض لها على تبني سلوكيات جديدة، حيث أجابوا بنعم بنسبة 58,2%، وهذا لما تحمله هذه المنشورات من قيم اجتماعية وأخلاقية سلبية تساهم في تغيير سلوكياته، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (16) أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن تعرضهم للصور والفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك ساهم في تغيير بعض الجوانب في حياتهم الطلابية بنسبة 51,8%.

وهذا يدل على التأثير الكبير الذي يتعرض له الطلبة عبر مضامين الصور والفيديوهات، وبالنظر إلى الجدول رقم (22) أن المبحوثين يتفاعلون على المحتوى الصور والفيديوهات عبر الفاييسبوك واليوتيوب ويشجعون الآخرين على متابعته بنسبة 50,4%، وتدل هذه النسبة على أن هذه الفئة تتضح بشكل أقل مختلف الصور والفيديوهات ولا تتفاعل معها بشكل دائم، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (23) أن نسبة 56,7% من المبحوثين الذين يتصفحون مختلف الصور والفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب يؤثر قليلا على مجهوداتهم المعرفية، وتدل هذه النسبة على أفراد العينة لا يتصفحون هذه المواقع في أوقات الدراسة، وبالنظر إلى الجدول رقم (26) أن نسبة 53,2% من المبحوثين لا يتأثرون أثناء تعرضهم لمحتوى الصور والفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب، إذن فهي لا تؤثر على قيمهم الخلقية والقيم الاجتماعية، وبالنظر إلى الجدول رقم (27) نبين أن ما نسبته 51,1% من المبحوثين يقدون أن ما يعرض من صور وفيديوهات عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب يتوافق نوعا ما.

وعليه فالفرضية الثانية القائلة يؤثر تصفح الطالب الجامعي لمحتوى الصورة والفيديو عبر موقع الفاييسبوك واليوتيوب هي فرضية غير محققة.

مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة:

والتي مفادها: يؤثر المحتوى الكتابي في الفاييسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الخطاب اللفظي للطلاب الجامعي.

بالنظر إلى الجدول رقم (28) تبين أن 78% من المبحوثين يستخدمون كلمات هجينة أثناء استخدامهم لمواقع التواصل مثل الفايسبوك واليوتيوب.

وهذا يحكم أنها أعلى نسبة يرجع لضعف التواصل باللغات الرسمية.

وبالنظر إلى الجدول رقم (29) تبين أن 56% من المبحوثين يستخدمون ألفاظ سوقية أثناء الدردشة عبر الفايسبوك وتدل هذه النسبة المرتفعة أن الأغلبية يستخدمون اللغة العامية وعدم امتلاكهم للثروة اللغوية، وهذا ما يبينه الجدول رقم (32) من المبحوثين بنسبة 63,8% يرون تطابق مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع وهذا راجع إلى أن المحتوى الكتابي يتوافق مع القيم الإيجابية لدى أفراد المجتمع، وبالنظر إلى الجدول رقم (33) عبر على ما نسبته 73,8% من المبحوثين أثر عليهم المحتوى الكتابي واللفظي لموقع الفايسبوك واليوتيوب على شخصيتهم كطلبة جامعيين، وهذا ما يدل على أن هذه الفئة تتعرض بشكل أقل ويعتبرون من قليلي التفاعل، وهذا ما رأينا في الجدول رقم (35) حيث أن ما نسبته 61,73% يؤكدون مساهمة الرسائل الكتابية عبر الفايسبوك من تير بعض القيم الخلقية لديهم، كما هو موضح في الجدول رقم (26)، وبالنظر إلى الجدول رقم (36) تبين أن 54,6% من المبحوثين يتفاعلون مع محتوى لكتابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب بطريقة محترمة، وهذا يدل على الاستخدام الإيجابي والعقلاني للطلبة، وبالنظر ما رأيناه في الجدول رقم (42) أن ما نسبته 58,9% من المبحوثين يقرون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عزز لديهم خلق التعاون، ويدل هذا على أنهم يستخدمون هذه لتبادل المعلومات والملفات والنقاشات في إطار تخصصاتهم، وهذا ما رأيناه في الجدول بأن ما نسبته 52,5% يقرون بان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عزز لديهم خلق احترام الآخرين وتدل هذه النسبة على أنهم يتفاعلون ويتناقشون عبر مختلف الصفحات بشكل محترم، وهذا ما رأيناه في الجدول رقم (52) وان ما نسبته 6,31% من المبحوثين كرس لديهم خلق الإدمان على السهر أثناء التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يدل على أن أفراد العينة يتصفحون من الفترات الليلية.

وعليه فالفرضية الثالثة القائلة يؤثر المحتوى الكتابي في الفايسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الخطاب اللفظي لطلاب الجامعي غير محققة نسبياً.

## 2-2 النتيجة العامة للفرضيات:

باستعراض ما جاء في مناقشة الفرضيات الفرعية الثلاث يمكن استقراء ذلك ومناقشة النتائج في ضوء الفرضية العامة، ويعتبر التحقيق من صدق الفرضيات الفرعية تعبيراً عن صدق الفرضية العامة وبما أن الفرضية الأولى والثانية لم يتم التحقق من صدقها، وعدم صدق الفرضية الثالثة نسبياً، وعليه يمكن القول أن الفرضية العامة القائلة: تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الأخلاقيات لدى الطالب الجامعي غير محققة وذلك في ضوء عدم صحة الفرضيات الفرعية الثلاث، وعليه يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي بل هناك عوامل أخرى لذلك.

### 2-3 مناقشة النتائج في ضوء الأهداف:

بناء على النتائج المتحصل عليها من البحث الميداني والتي طرحها الباحثان في ضوء فرضيات الدراسة يمكن القول إن الدراسة الراهنة أدت إلى تحقيق أهدافها وهذا ما دلت عليه نتائج الدراسة والتي تتوافق مع الأهداف المختلفة كالآتي:

- إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب للتأثير على أخلاقيات الطالب الجامعي وهو ما دلت عليه نتائج الجدول رقم (14) أن 58,2% من أفراد العينة يتبنون سلوكيات جديدة أثناء تصفح مختلف الصور والفيديوهات عبر الفايسبوك واليوتيوب، كما دل الجدول رقم (16) على أن تعرض الباحثين للصور والفيديوهات عبر الفايسبوك واليوتيوب ساهم في تغيير بعض الجوانب في حياتهم الطلابية:

من أهداف الدراسة أيضا الكشف عن مدى مساهمة المحتوى اللغوي في الفايسبوك واليوتيوب على أخلاقيات الطالب الجامعي، وبالنظر إلى النتائج المتحصل عليها من الجانب الميداني وبالتحديد الجداول رقم (28) (29) (30) (32) (33) (37) نجد أن اغلب أفراد العينة اكتسبوا ألفاظ جديدة ولغة هجينة سوقية أثناء تعرضهم للمحتوى الكتابي مما ساهم بشكل سيء في التأثير على شخصيتهم كطلبة جامعيين، أما نتائج الجدول رقم (35) فيعبر أن اغلب الباحثين يتقبلون الإساءات اللفظية والكتابية عبر الفايسبوك بطريقة محترمة.

الكشف عن مدى مساهمة محتوى الفيديوهات والصور على موقعي الفايسبوك واليوتيوب في تشكيل أخلاقيات الطالب الجامعي، وبالنظر إلى النتائج المتحصل عليها اتضح لنا أن محتوى الصور والفيديوهات عبر الفايسبوك واليوتيوب ساهم في تغيير بعض الجوانب والأخلاقيات لدى الطالب الجامعي، وهذا أثناء تصفحهم لمختلف الصور والفيديوهات وتفاعلهم معها أدى ذلك إلى تكاسلهم على إنجاز البحوث والتفاعل داخل المحاضرات، كما ساهم ذلك في تراجع في الجانب المعرفي وطريقة الحوار، وهذا ناتج عن الإدمان والاستخدام السلبي.

وهذا ما أكدته الجداول رقم (14) (13) (16) (20) (21) (22) (23) (24) و الجدول (25).

\_ من الأهداف محاولة التعرف على استخدامات الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال بيانات الجدول رقم (02) (08) (09) (10) (12)، أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك واليوتيوب من فترات متباينة، وأن أغلبهم... من 2 إلى 4 ساعات في التصفح وأنهم يتضحون بشكل دافع ومستمر، ونجد أغلبهم يصلون خدمة نشر الصور والفيديوهات، أما الفترة المفصلة لديهم ليلاً.

\_ ومن الأهداف الكشف عن خصائص الطالب الجامعي، ومن خلل الجدول رقم... الشخصية (1) (2) (3) (4) (5) أن أفراد العينة يزرعون بين جنس الذكر والأنثى وأغلبيتهم يتراوح أعمارهم بين 23-28، وان أغلبيتهم يسكنون في مناطق حضرية.

#### 2-4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

بعد التطرق في الجانب النظري إلى طرح الإشكالية البحثية، ومختلف المقاربات النظرية والمقاربات الفكرية التي تناولت موضوع الأخلاقيات ومواقع التواصل الاجتماعي، وبعد النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ضوء الفرضيات الموضوعية للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات الطالب الجامعي، ومن خلال ما أوردته الدراسات المتشابهة في بيئات أخرى حول الموضوع الذي تعالجه الدراسة سيحاول الباحثان مناقشة النتائج الحالية مع الدراسات السابقة.

أولى هذه الدراسات كانت دراسة السعيد بومعيزة التي أضمت تأثير وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، ولقد توصل الباحث إلى أن أغلبية المبحوثين تؤثر بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها بفعل عوامل التنشئة، وبالتالي صارت تضبط تفاعلاتهم الاجتماعية وتجعلهم موجهين (على مستوى الشخصية) نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل، وهذا ما لا يتوافق مع ما وصلت إليه الدراسة الحالية التي تشير إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك واليوتيوب لا يؤثر على أخلاقيات الطالب الجامعي.

ثاني الدراسات هي دراسة كوثر نوار خرخاشي والتي اهتمت هي الأخرى لشبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي، حيث توصل الباحث إلى نتائج مفادا عدم تأثير هذه الشبكات على لجانب الدراسي... الطلبة وذلك لالتزامهم بالقيم والروابط التي يمكن الخروج

عنها، وكذا إدراكهم إلى أهمية الدراسة في الجانب التعليمي وكيفية استغلال هذه الشبكات في الجوانب الإيجابية التي تعود عليهم بالمنفعة، كما توصلت الدراسة إلى عدم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات الدينية أدى ذلك إلى تمسك أفراد العينة بالقيم الدينية ومكانتهم من خلال التنشئة الأسرية، أما عن النتائج التي توصل إليها كوثر نوار خرخاشي والتي تختلف مع النتائج المتوصل إليها في الدراسة أن تعرض الطلبة إلى مختلف الصور والفيديوهات وعلى مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تغيير بعض الجوانب في حياتهم الطلابية، مما أدى إلى تكاسلهم في إنجاز البحوث في بعض المقاييس والتأثير على مجهوداتهم المعرفية.

أما ثالث الدراسات فكانت للباحث محمد الفاتح حمدي والتي تناول موضوع استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، وقد توصل الباحث إلى النتيجة ب أن الأسباب والدوافع الجهوية وراء استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال بالدرجة الأولى تتمثل في الاتصال بالأصدقاء والأسرة والأحبة، وما يتطابق مع نتائج الدراسة الراهنة أن دوافع... على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب من اجل التواصل مع الأصدقاء والأسرة والدليل على ذلك نتائج الفرضية الثانية.

أما الدراسة الرابعة فكانت للباحث فهد بن علي الطيار والتي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة \_تويتر\_ أنموذجا، وقد توصل الباحث إلى نتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي جعلت يميل إلى تقليد أنماط الحياة العربية من مأكلا ومشرب وملبس، وهذا ما لا يتوافق مع دراستنا أن أفراد العينة لم يتأثروا بما تعرض الصور والفيديوهات في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته النتائج المتوصل إليها خلال الدراسة الميدانية والفرضية الثانية.

## 2-5- النتائج العامة للدراسة:

لقد سمحت لنا النتائج المتحصل عليها من ميدان الدراسة، وبعد معالجتها وتحليلها توصلنا إلى مجموعة من النتائج حول موضوع الدراسة والتي نوردتها كالتالي:

\_\_توصلت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.

\_\_توصلت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بنسبة 67,4%.

\_\_كما كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يقضون من ساعتين إلى أربع ساعات بنسبة 35,2%.

\_\_توصلت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية بنسبة 58,9%.

\_\_توصلت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك واليوتيوب بهدف نشر الصور والفيديوهات بنسبة 66%.

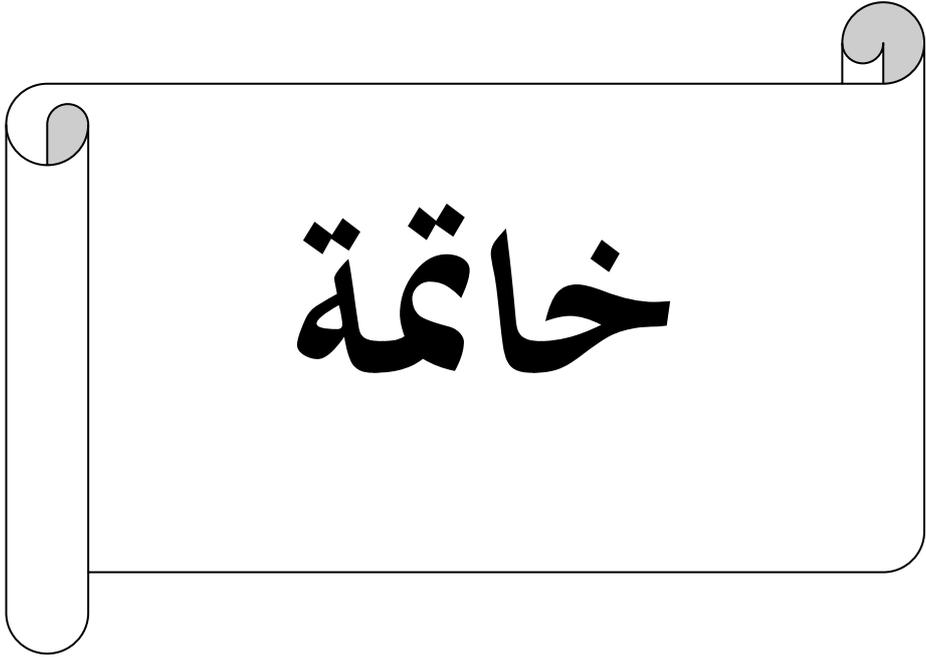
\_\_كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين لا يتأثرون أثناء تعرضهم لمحتوى الصور والفيديوهات عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب 53,2%.

\_\_كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يقرون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تعزز لهم خلق التعاون بنسبة 58,9%.

\_\_كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اللغة الهجينة أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب.

\_\_كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع المحتوى الكتابي عبر موقع الفايسبوك واليوتيوب بطريقة محترمة، بنسبة 54,6%.

\_\_توصلت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون بان محتوى الصورة والفيديو عبر موقع الفايسبوك يتطابق نوعا مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع بنسبة 63,8%.



خاتمة

## خاتمة:

حاولت هذه الدراسة تقديم تحليل السلوكيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقيات الطالب الجامعي، وهذا لأن الأخلاقيات لها دور في إبراز شخصية الطالب الجامعي داخل الجامعة إذ تعد عنصر فعال في ذلك، فهي تستهدف بعض الجوانب التي يكتسبها الطالب الجامعي في حياته الطلابية اليومية، في شتى المجالات التعليمية والخلقية، فتعتبر هذه الأخيرة، من أهم الركائز التي تضبط سلوكيات وأخلاقيات الطالب الجامعي مما يتعرض له من مضامين أثناء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي.

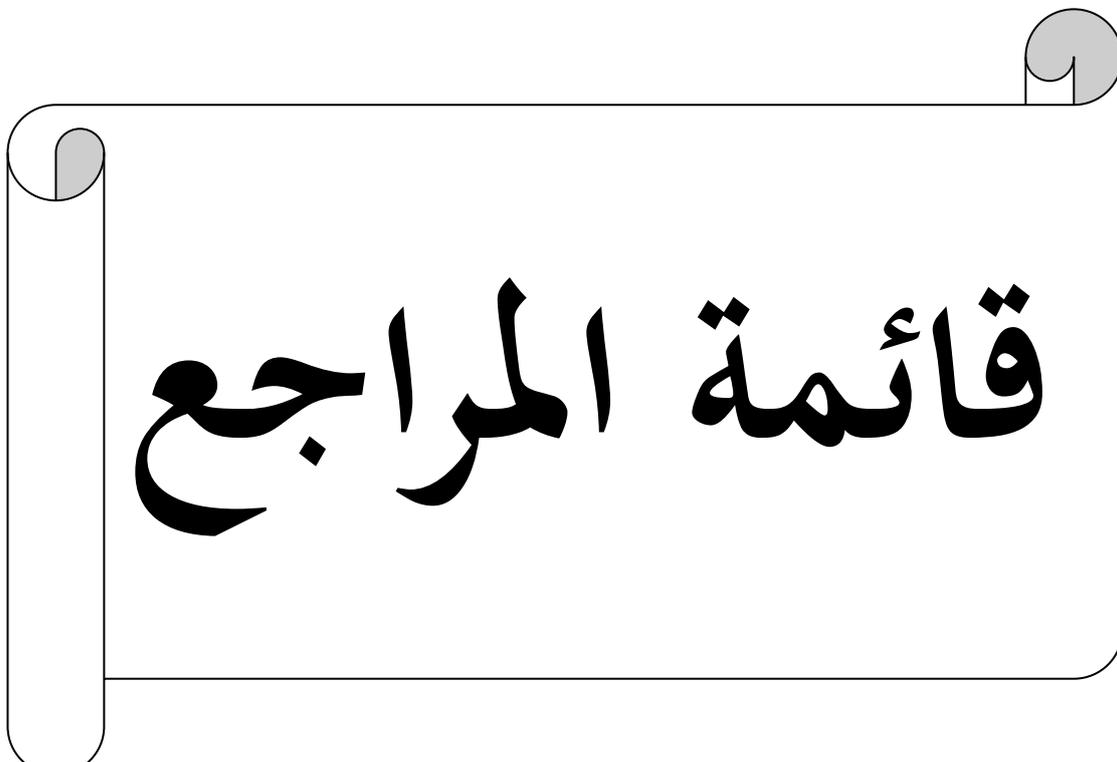
وقد تم الإنشاء إلى الجانب النظري لدراسة هذا الموضوع دراسة علمية، ثم اللجوء إلى الميدان وهو جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل لتقصي الحقائق وفق خطة منهجية وأدوات بحثية مساعدة، ليتوصل الباحثان في ختام هذه الدراسة إلى الهدف الرئيسي الذي انطلق منه، والذي يتمحور حول استخدام الطالب الجامعي التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أخلاقياته من خلال الممارسات الأخلاقية واللاأخلاقية، الذي يتحلى بها، وتأسيسا على المعطيات والمعلومات التي تناولناها في الإطار النظري والبيانات والإحصائيات التي تم الحصول عليها من الدراسة الميدانية بالجامعة أثبتت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على أخلاقيات الطالب الجامعي لا من الناحية السلوكية والخلقية.

وفي الأخير توصلت هذه الدراسة إلى طرح مجموعة من الإشكالات المعرفية التي تم استنباطها من خلال البحث المعرفي والمنهجي لموضوع الدراسة يمكن تلخيصها في التساؤلات الآتية:

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التمسك بأخلاقيات الطالب الجامعي؟
- ما مدى الاستخدامات التي تقدمها هذه المواقع في غرس قيم خلقية في حياة الطالب الجامعي اليومية؟

- ماهي الأخلاقيات التي يتعرض لها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟





# قائمة المراجع

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- القرآن الكريم (ورث)

ثانياً- القواميس والمعاجم:

- 1- أحمد الشرباصي: موسوعة أخلاق القرآن، بيروت، دار العربي، ط3، 1987م.
- 2- علوي بن عبد القادر السقاف: موسوعة الأخلاق، الدرر النسية، الظهران ج1، ط1، 1434هـ.
- 3- علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني: معجم التعريفات، دار الفضيلة للنشر والتصدير، القاهرة، دط، دس.
- 4- الفيروز آبادي محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، ج4، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط5، 1997م.
- 5- مجدي عبد العزيز إبراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2009م.
- 6- محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري جمال الدين أبو الفضل: لسان العرب، دار صادر، مج1، بيروت. دس.

ثالثاً: الكتب:

- 1- ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين، دار الحديث، القاهرة، دط، دس.
- 2- ابن مسكويه: تهذيب الأخلاق ابن مسكويه في التربية، دار الكتب العربية، بيروت، ط2، 1981م.
- 3- أبو الحسن البصري الماوردي: تسهيل النظر وتعجيل الظفر (تحقيق دحى هلال السرحان)، دار النهضة العربية، بيروت، دط، 1983م.
- 4- أبو حامد الغزالي، محمد بن محمد الطوسي: إحياء علوم الدين، علق عليه إجمال محمود ومحمد سيد، دار الفجر للتراث، مج5، القاهرة، ط1، 1999م.

## قائمة المصادر والمراجع

- 5- أبي عثمان عمر بن بحر الجاحظ: تهذيب الأخلاق، دار الصحابة للتراث، طنطا، ط1، 1989م.
- 6- أحمد أمين: الأخلاق، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط3، 1931م.
- 7- أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2005م.
- 8- إدريس العبدلاوي: مفهوم القيم الإسلامية ومدى اعتمادها كمصدر من مصادر التسريع- مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية، سلسلة الدورات، الرباط، 2005م.
- 9- بدوي عبد الرحمان: هموم الشباب، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 1996م.
- 10- بلقاسم بن روان: وسائل الإعلام والمجتمع دراسة في أبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع القديمة الجزائر، ط1، 2007م.
- 11- بلقاسم سلاطينية، حسين جيلالي: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2009م.
- 12- بن تيبك مزروق بن صنيان: موسوعة مكارم الأخلاق ومكارم الأخلاق العربية الإسلامية، ج12، الرياض، دار رواح، دط، 1998م.
- 13- بول ليفنسوي، ترجمة هبة ربيع، أحدث وسائل الاعلام الجديدة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مص، ط1، 2015م.
- 14- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، 2015م.
- 15- جود عزت عطري: أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، أدواته، طرق إحصائه)، دار الثقافة، ط4، 2011م.
- 16- حسن الشرقاوي: نحو الثقافة الإسلامية، دار المعرفة، ج1، القاهرة، دط، 1979م.
- 17- حسين عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، دن، دط، القاهرة، 2008م.

## قائمة المصادر والمراجع

- 18- حسين عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2014م.
- 19- حسين عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، لدار المصرية اللبنانية، مصر، ط11، دس.
- 20- حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2014م.
- 21- حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2015م.
- 22- خالد الصمدي: القيم الإسلامية في المناهج الدراسية (مشروع برنامج لإدماج القيم في التعليم الأساسي)، مطبعة المعارف الجديدة، الرياض السعودية، دط، 2003م.
- 23- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، دط، الأردن، 2013م.
- 24- خلد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2013م.
- 25- ربحي مصطفى عليان: أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط4، 2010م.
- 26- رث والاس لسون وولف، ترجمة محمد عبد الكريم الحوراني: دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2010م.
- 27- زاهر الغريب: فكرة عامة عن شبكة الأنترنت، المركز العربي للبحوث التربوية، الكويت، ط1، 2000م.
- 28- زقروق محمد حمدي: مقدمة في علم الأخلاق، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993م.
- 29- سلطات سفر الصادعي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، الرياض، 2011م.

## قائمة المصادر والمراجع

- 30- سماح سالم: البحث الاجتماعي، عمان دار الثقافة والنشر والتوزيع، دط، 2012م.
- 31- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، دط، 2000م.
- 32- صغي عبد الرحمان المباركفوري: وإنك لعلى خلق عظيم، دار النشر والتوزيع الحزامي، الأردن، دط، 2006م.
- 33- طارق عبد الرؤوف عامر: الشباب واستثمار وقت الفراغ، القاهرة، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، دط، 2015م.
- 34- عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم التطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2008م.
- 35- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والرسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة، دط، دب، 2008م.
- 36- عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني: الأخلاق الإسلامية وأسسها، دار القلم، مج1، دمشق، ط1، 1979م.
- 37- عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني: الأخلاق الإسلامية وأسسها، دار القلم، بيروت، ط5، 1999م.
- 38- عبد الرحمان حسن حبنكة الميداني: الوجيز في الأخلاق الإسلامية، دار الريان، بيروت، ط2، 2004م.
- 39- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد الصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011م.
- 40- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دط، 2014م.
- 41- علي عبد الحليم صالح: ديمقراطية التعليم (وإشكالية التسلط والأزمات في المؤسسات الجامعية)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دط، 2014م.

## قائمة المصادر والمراجع

- 42- عمر خليل عمر: نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دار الأفاق الجديدة، بيروت، ط2، 1991.
- 43- فاطمة عوض، ميفرت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، دار الإشعاع الفنية، 2002.
- 44- كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة والنشر والتوزيع، الأردن، دط، 2007م.
- 45- ليلى أحمد جرار: الفايسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، دط، 2012م.
- 46- ليلى، وليام: المدخل إلى علم الأخلاق، ترجمة عبد المعطي محمد، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، دط، 1999م.
- 47- ماثيو جيدير، ترجمة ملكة أبيض: منهجية البحث، دط، دب، دس.
- 48- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، عمان، دط، 2015م.
- 49- محمد أبو نصار، محمد عبيدات، مقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي قواعد ومراحل وتطبيقات، دار وائل للنشر والطباعة، ط2، 1999م.
- 50- محمد أحمد بيومي: القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دط، 2006م.
- 51- محمد أحمد كريم: التربية ومشكلات المجتمع، شركة الجمهورية الحديثة، لبنان، دط، 2002م.
- 52- محمد جميل بن علي خياط: الإعداد الروحي والخلقي للمعلم والمعلمة، جدة، دار القبلة للثقافة الإسلامية، ط2، 1996م.
- 53- محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان الأردن، دط، 1999م.
- 54- محمد عبيدات، محمد بونصارت خرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار للنشر والتوزيع، ط2، 1999م.

## قائمة المصادر والمراجع

55- محمد علي أبو العلا: نظريات الاتصال المعاصر في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دط، دس.

56- محمد علي محمد: الشباب الجامعي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، دس.

57- مي العبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2006م.

58- هذه أخلاقنا: محمود محمد الخزندار، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض، ط2، 1997م.

### رابعاً- الرسائل العلمية:

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

2- أسامة محمد خليل الزيناتي: دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الفلسطينية الحكومية، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى، 2014م.

3- بلال بن جامع: المشكلات الأخلاقية والقانونية المثارة حول شبكة الأنترنت، رسالة ماجستير، جامعة منتور، قسنطينة، قسم علم المكتبات، 2006م.

4- بلال بن جامع: المشكلات الأخلاقية والقانونية المثارة حول شبكة الأنترنت، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم المكتبات 2007م.

5- رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبات جامعات كل من الموصل والأنبار ، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013م.

6- سامية حمريش: القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري (دراسة ميدانية لمدينة باتنة)، رسالة ماجستير، جامعة لخضر باتنة، 2010م.

7- سليمان دحماني: ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية -العلاقات- مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في الأنثروبولوجيا، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2005م/2006م.

## قائمة المصادر والمراجع

- 8- عاهد محمود محمد مرتجي: مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميه في محافظة غزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة فلسطين، 2004م.
- 9- عبد المجيد بن عيد صالح السناني: دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة دراسة ميدانية الجامعة الإسلامية المدينة المنورة، كلية الدعوة وأصول الدين، السعودية، 1432هـ.
- 10- غزال مريم: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، جامعة قاصد مباح، ورقلة، قسم العلوم الإنسانية، مذكرة لنيل متطلبات الماجستير، 2013م-2014م.
- 11- ماجد بن عبد الله العصيمي: الأخلاق العملية في القرآن الكريم ومدى التزام طلاب كلية المعلمين بها من وجهة نظر الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، السعودية، 1429هـ.
- 12- محسن بن جابر بن عواض الزهراني: دوافع التواصل الاجتماعي في حل مشكلات التي تواجه التربية العملية واتجاهاتهم نحوها، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية، 2013م.
- 13- محمد محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، 2016م.
- 14- مسفر عبد الله سالم المالكي: دور منهج الحديث والثقافة الإسلامية في تعزيز القيم الخلقية لدى طلاب الصف الأول ثانوي بمحافظة الطائف، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، السعودية، 1429هـ.
- 15- معين عمران محمد التميمي: دراسة عملية تظهر دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة العمل، دنيا الوطن، فلسطين، 2018/03/04

## قائمة المصادر والمراجع

- 16- المنصور محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2013م.
- 17- موزة أحمد راشد الجبار: البعد الأخلاقي للفكر السياسي الإسلامي عند الفارابي والماوردي وابن تيمية، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية مصر، كلية الأدب، قسم الفلسفة، 2000م.
- 18- ميسون محمد عبد القدر مشرف: التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير، غزة، 2009م.
- 19- نوال بركات: العلاقات الاجتماعية لدراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، أطروحة دكتوراه علم الاجتماع تخصص علم اجتماع علاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016م.

### خامسا- المجالات والملتقيات:

- 1- أحمد بن داوود الميزاجي: أخلاقيات المدير المسلم في الإدارة العامة، مجلة الشريعة والدراسات الإعلامية الكويت، العدد 24، 1994م.
- 2- جابر نصر الدين، سهيلة بومعيزة: شبكات التواصل الاجتماعي عن منظور نفسي اجتماعي، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 10/09 ديسمبر 2012م.
- 3- دبله عبد الغاني وآخرون: من ولادة شبكات التواصل الاجتماعي إلى موت شبكات العلاقات الاجتماعية أو حذف منع الإعلام شروقه، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 10/09 ديسمبر 2011م.
- 4- حاتم بابكر هلاوي: العولمة الثقافية وانعكاساتها على القيمة في الدول العربية، المجلة الجزائرية للدراسات السوسيولوجية، الجزائر، ع2، 2007م.
- 5- الحضين: كيف تؤثر وسائل الإعلام، الرياض، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع، د ط، 2010م.

## قائمة المصادر والمراجع

- 6- زاهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأصلية، عمان، 2003م.
- 7- الساسي سفيان، شبكات التواصل الاجتماعي على قيم الشباب، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 6، جانفي 2014م.
- 8- سعيد بن ناصر الغامدي: أخلاقيات العمل ضرورة تنموية ومصلحة شرعية، الآراء العامة للإعلام والثقافة رابطة العالم الإسلامي، العدد 242، 2010م.
- 9- سعيد بن ناصر الغامدي: أخلاقيات العمل ضرورة تنويه ومصلحة شرعية، الإدارة العامة للإعلام والثقافة، سلسلة دعوة حق كتاب سهر محكم، ع242، 2010م.
- 10- عبد الواسع محمد غالب الغشيمي، أمير فاضل سعد: التسامح الإسلامي، الجامعة الحديدة، ع1، اليمن، 1434 هـ.
- 11- فضيل دليو وآخرون: المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، مخبر علم الاجتماع والاتصال جامعة منتوري، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، ط2، 2006م.
- 12- مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، بيروت، ع593، 2011م.
- 13- وداد شميش: وسائل الإعلام الجديد أي تأثير؟ إلى أي مدى؟ (مقارنة تحليلية متعددة الأبعاد)، مجلة العلوم الإنسانية الاجتماعية، ع21، الجزائر، ديسمبر 2015م.

### سادسا- المصادر الإلكترونية:

- 1- حسن عزام: شبكات التواصل الاجتماعي إيجابيات وسلبيات، تمت الزيارة يوم 2018/03/05 على الساعة 15:10 <http://www.osdoapes.com>
- 2- محمد جابر خان الله: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي بتاريخ 2018/02/12 على الساعة 00:15 : <http://Kanmaonline.com/users/azhar/goper/posts/5128881>

## قائمة المصادر والمراجع

---

- 3- الوافي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي، أسباب وتحديات،  
<http://www.Kan.com/figh/fbles//cd/7830/doc>: 11 :31،2018/03/04
- 4- هديل شلش: تعريف الطالب وتعريفات متنوعة لغة واصطلاحا، 07/02/2018، 14:00،  
<http://m'awd003.com>.
- 5- <https://goo.g/iomoy>، 15:10، 20/02/2018
- 6- يونس ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات الأنترنت وعجز الدولة، 2018/03/05م،  
<http://www.olwaref.org>، 00:21
- 7- أخلاقنا على نهج الرسول، أبو عبد الله النونان. بتاريخ: 2018/03/18-20:21،  
<http://www.rasoullah.net>
- 8- <http://Vb.elenstba.com/t128822.html>، 2018/04/30م -10:30.
- 9- هبة محمد خليفة: ما هي مواقع الشبكات الاجتماعية والويب S2، 16 فيفري 2018م،  
<http://www.algasur.net>، 15:00
- 10- <http://www.alwatanvoice.com>، 20:15



الملاحق