

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب الجامعي "الفايسبوك نموذجاً"

أ. لطرش نجوى
جامعة عنابة

الملخص:

هدفت الدراسة إلى بيان اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لدى الشباب الجامعي (طلبة جامعة - باجي مختار عنابة -). تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، وتبنت منهج المسح الوصفي و طبقت على عينة عشوائية قوامها 100 مفردة خلال العام الدراسي 2016/2017 و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- يستخدم الشباب عينة الدراسة الفايسبوك منذ مدة طويلة لفترات تتعدى ثلاث ساعات خلال المرة الواحدة و ذلك لتحقيق عدة دوافع و إشباع رغبات كثيرة أهمها إقامة العلاقات و المشاركة في مجموعات النقاش ، إضافة إلى أن استخدام الفايسبوك لم يلغ القيم الأسرية ولكن سيكون له تأثير على المدى البعيد بالنظر الى نتائج القيم السلبية .

الكلمات المفتاحية : شبكات التواصل الاجتماعي ، القيم ، الأسرة ، الفايسبوك.

Résumé :

L'étude visait à expliquer l'effet de l'utilisation des réseaux sociaux sur les valeurs familiales chez les jeunes universitaires (étudiants universitaires - Baji Mokhtar Annaba). L'étude a été adoptée et appliquée à un échantillon aléatoire de 100 réfractaires au cours de l'année scolaire 2016-2017. L'étude a atteint plusieurs résultats, dont le plus important est que les jeunes ont utilisé l'échantillon de Facebook pendant une période prolongée pour des périodes supérieures à trois heures pendant la même période. L'utilisation de Facebook n'a pas supprimé les valeurs familiales mais aurait un effet à long terme compte tenu des valeurs négatives. Mots-clés: réseaux sociaux, valeurs, famille, Facebook.

المقدمة :

تطورت شبكات الاتصال العالمي عبر الإنترنت ، وظهر ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي ، التي تشير إلى أن الإنترنت أصبح وسيلة اجتماعية للتواصل و التعارف و تبادل المعرفة و المعلومات و الأخبار . facebook ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت موقع التواصل (لما يحققه من مميزات يتمتع بها) سرعة الاتصال ، سهولة الاستخدام ، تحقيق التفاعل ، و اتساع مساحة الحرية ...)

كل هذه الخصائص و العوامل أحدثت تطورا كبيرا في حياة الشباب خاصة الجامعي على المستوى الشخصي و الاجتماعي ...

دراسة القيم من الدراسات ذات الأهمية الكبيرة كونها تهدف إلى التعرف على النسق القيمي السائد لدى جيل من الأجيال ، أو فئة من الفئات أي التعرف على موجّهات العقل الاجتماعي أو المبادئ التي تتمسك بها تلك الفئة ، و يعد هذا النسق بمثابة الإطار المرجعي الذي يوصل العقل الاجتماعي لغاياته و أهدافه⁽¹⁾.

الاشكالية :

أصبحت تقنيات الاتصال و المعلومات موردا مهما في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية و الثقافية و السياسية و الاقتصادية ، حيث أن التحولات و التطورات العلمية و المعرفية التي عرفها هذا العصر ساهمت في تسهيل التواصل الإنساني الحضاري الذي تغيرت أبعاده و أشكاله و مضامينه بسبب الاعتماد المتزايد على الإنترنت ، هذه الأداة التي أضحت واسعة الانتشار و وسيلة للاتصال و الإعلام و قوة مؤثرة تربط العالم ببعضه. الشرايين معلوماتية جعلت جمهوره عرضة لتأثير وسائله و أدواته المتنوعة كالمواقع و الخدمات الاجتماعية مثل (facebook , Twitter...) أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية.

- هذه الأخيرة التي تزايدت و تزايد معها مستخدميها بشكل كبير في الألفية الجديدة ، نظرا لرغبة الفرد في البقاء على اتصال دائم و مباشر مع الآخرين ما جعل الإنترنت جزء أساسيا من حياة الإنسان إن لم يكن هو حياته، خاصة فئة الشباب هذه الفئة التي اجتذبتها مواقع الشبكات الاجتماعية ، و خاصة facebook لما تلبيه هذه المنظومة من ميول و رغبات من خلال الجمع بين مجموعة لا متناهية من الأفراد . و الاتصال فيما بينهم و بالتالي توسيع شبكة العلاقات سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، و بالتالي إتاحة الفرصة لتقديم أنفسهم بكل حرية و دون قيود .

و يعد الإعلام من أكثر أدوات التغيير قوة لما له من سلطة على أفراد المجتمع بشرائحهم المختلفة. ولاسيما مع توجيه مشاعرهم و أحاسيسهم نحو قضايا نفسية و اجتماعية لا تتصل مباشرة بالتحديات التي تجابه بلدانهم ومجتمعاتهم حيث أخذت عمليات التواصل بالعالم بأسره تأخذ أشكالا متشابهة نسبيا بحكم عمليات التقارب بين مكوناته، غير أن تأثيراتها تأتي مختلفة بدرجة كبيرة تبعا للخصوصيات الثقافية و القيمية و الحضارية التي تميز المجتمعات عن بعضها البعض (2) .

و الأسرة من أهم الفئات المكونة للمجتمع ومن مؤسساته الأولى في التربية و التكوين، لان الأفراد ينشئون بها و يكتسبون منها القيم والاتجاهات المناسبة لأنها منظومة متكاملة من الأسس و المبادئ على اختلافها (اجتماعية، سياسية، اقتصادية، أخلاقية...).

من هنا انصب الاهتمام على دراسة استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية (موقع الفايسبوك) و أثره على القيم الأسرية ، ذلك بالإجابة على التساؤل الرئيسي التالي : ما هو تأثير استخدام الشباب للفايسبوك على القيم الأسرية ؟

و يتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية :

- 1- ما هي عادات و أنماط الاستخدام ؟
 - 2- ما هي مجالات استخدام الفايسبوك؟
 - 3- ما هي أسباب و دوافع الشباب من استخدام الفايسبوك
 - 4- ما هي آثار استخدام الشباب للفايسبوك على القيم الأسرية؟
 - 5- هل للفايسبوك أثر في إلغاء القيم الأسرية الأصيلة و تكوين قيم جديدة و مستحدثة أم لا
- أهداف الدراسة :

- تسعى هذه الدراسة للتعرف على السمات الديمغرافية للشباب المستخدم للشبكات الاجتماعية من حيث (النوع - السن ...)
 - تسعى كذلك إلى معرفة عادات و أنماط استخدام الشباب للمواقع الاجتماعية (معدل الاستخدام ، مكان الاستخدام ...)
 - تسعى أيضا إلى أسباب و دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية
 - تأثير استخدام هذه الشبكات على القيم الأسرية
- أهمية الدراسة :

موضوع الشبكات الاجتماعية و القيم الأسرية من المواضيع المهمة نظرا للتغيير الذي أصبح يعصف بالمجتمعات خاصة العربية و الإسلامية منها ، في ظل إنتشار العولمة الثقافية التي أصبحت تؤثر حتى في الجوانب الاجتماعية التي تمتد لتشمل الأبعاد القيمة للأسر و من خلالها الشعوب بمرور الزمن .

كما تتبع أهمية الموضوع من أهمية الشباب بإعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع و دوره الفاعل فيه . و يستمد الموضوع أهميته كذلك كونه أكثر المواضيع الذي حظيت بعناية الدارسين و الباحثين في مختلف التخصصات خاصة الإعلامية و الاجتماعية منها لما يكتنفه موضوع الشباب و الشبكات الاجتماعية من أهمية من جهة و من القيم الأسرية من جهة أخرى .

مصطلحات الدراسة :

شبكات التواصل الاجتماعي :

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف بإسم ويب 0.2 ، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام . أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ...إلخ) . كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض .⁽³⁾

يعود تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي إلى عام 1995 بظهور شبكة زملاء الدراسة المعروفة بإسم classmates.com ، ثم جاءت بعدها شبكة sixdegrees.com عام 1997 ، بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001 و مع بداية عام 2005 ظهر موقع My Space ، الذي يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم . كما ظهر في نفس العام موقع الفايبيوك⁽⁴⁾

و تتميز هذه الشبكات الإجتماعية بعدة خصائص أهمها :

- التفاعلية و المشاركة
- الشمولية و المدى
- سهولة الاستخدام
- المرونة و تعدد الاستعمالات

- الحضور الدائم الغير المادي
 - إقتصادية في الجهد و الوقت و المال
 - عالم افتراضي للتواصل و دعم التجمعات. (5)
- و في ما يخص الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية فهي ما يلي :
- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية التي تعد بوابة الدخول لعالم الشخص (الإسم ، الجنس تاريخ الميلاد ...)
 - الأصدقاء و العلاقات : إذ تمكن الشبكات الشخص من تكوين العلاقات و الصداقات من خلال إضافة الأشخاص إلى قائمة الأصدقاء .
 - و تتيح كذلك الشبكات الاجتماعية خاصية إرسال الرسائل مباشرة لأي شخص ضمن القائمة أو غير موجود فيها .
 - تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا متناهي من الألبومات و الصور مع الأصدقاء للإطلاع و التعليق عليها .
 - كما يمكن لأي شخص أن ينشئ مجموعة بأي مسمى شاء و لأي هدف (6)
- الفيسبوك :
- موقع ويب للتواصل الاجتماعي ، يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة " فيسبوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها .
- و يشير إسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات و المدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس و الطلبة الجدد ، و الذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم و قد قام مارك زوكر بيرج بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكو فيتزر و كريس هيون .
- يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجانا ، إذ يمكن لهم الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات ، و كذلك التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها ، كما يمكن للمستخدمين الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية .
- يتضمن الفيسبوك عددا من الخصائص و السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل بعضهم البعض و من بين هذه الخصائص :
- خاصية wall أو لوحة الحائط (تتيح إرسال الرسائل و الكتابة عليها)
 - خاصية Pokes النكزة أو الغمزة
 - خاصية Statuo أو الحالة
 - خاصية Notes أو التعليقات
 - خاصية Photos أو الصور
- كما أن الفيسبوك يوفر مساحة للبيع و الشراء (7)

الأسرة :

عرفها جورج ميردوك على أنها " جماعة إجتماعية يقيم أفرادها جميعا في مسكن مشترك، و يتعاونون إقتصاديا و يتناسلون ، هذه الجماعة تتكون من ذكر و أنثى و أبناء بينهم علاقات إجتماعية يقرها المجتمع و تعتبر الأسرة من أهم المؤسسات الإجتماعية و التربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية و التعليم و اكتساب الخبرات و المهارات و المؤهلات العلمية و التقنية التي تعد السبيل الوحيد لنهوض المجتمعات المعاصرة و رقيها و تقدمها ، لذا نجد أن الأسرة تسعى من أجل زرع الخصال القيمة و السلوكية الإيجابية عند الأحداث و المراهقين و الشباب ، و رعايتهم من كل الجوانب ، و من أجل إكتساب أسس و مبادئ و مقومات الثقافة و التربية و التعليم ، لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بناء المجتمع و تطويره في كافة المجالات . (8)

القيم :

تشكل القيم عنصرا بارزا في بنية ثقافة أي مجتمع إنساني ، فهي الإطار المرجعي لسلوك الفرد و الجماعة ، لذا فإن العملية التربوية التي تسود أي مجتمع إنما تعمل على توافق السلوك و القيم . و القيم تؤدي دورا حيويا مهما في حياة الفرد ، لأنها تمثل أكثر الأشياء أهمية، " فهي تتغلغل في حياة الأفراد في شكل اتجاهات و أهداف و تطلعات و دوافع و تظهر في السلوك الظاهري الشعوري و اللاشعوري . " و يشير أصل الكلمة إلى أنها لاتينية الأصل " فهي مأخوذة من الفعل المصرف (vyleo) الذي معناه أنا قوي : Je suis fort ، أنا في صحة جيدة Je suis en bonne santé ، و هو معنى يتضمن فكرة الفعالية و التأثير والملائمة. (9)

و القيم مشتقة من قوّم : أي قدر الشيء و ثمنه ، و كتاب قيم أي ذو قيمة ، و تقييم الشيء إعطاءه قيمة و التقويم إزالة العوج . (10)

منهجية الدراسة :

في إطار موضوع الدراسة و ما تسعى للإجابة عليه من أسئلة و تحقيق الأهداف المرجوة استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي الذي يستهدف وصف و بناء و تركيب جمهور وسائل الاعلام و أنماط سلوكه بصفة خاصة ، من خلال تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن ، بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن مصدرها من خلال مجموعة الاجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرف الحصول عليها. (11)

عينة الدراسة :

تتكون العينة الأساسية للدراسة الحالية من طلبة جامعة باجي مختار على اختلاف تخصصاتهم العلمية و قد تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، و تم توزيع 100 استمارة ، لكن تم اعتماد 80 مفردا و إلغاء 20 مفردة لعدم استقائها الشروط اللازمة (لم تتم الإجابة على كل الأسئلة)

طبقت هذه الدراسة على عينة من طلبة جامعة باجي مختار - عنابة - اختيرت بطريقة عشوائية، وتم توزيع 100 استمارة، لكن تم اعتماد 80 مفردة فقط والغاء 20 مفردة استنفائها الشروط اللازمة (لم تتم الاجابة على كل الاسئلة) وفي مايلي جدول يوضح خصائص العينة

نتائج الدراسة :

الجزء الاول :

الجدول 01:

إجمالي		الفئات	المتغيرات
ك			
50	40	ذكر	الجنس
50	40	أنثى	
27.50	22	18 حتى 21	السن
66.25	53	22 حتى 25	
06.25	05	26 حتى 29	
00.00	00	29 فأكثر	
100	80		المجموع

أداة الدراسة:

اعتمدت الباحثة في الحصول على المعلومات اللازمة عن طريق استمارة الاستبيان التي قامت بتصميمها بالاعتماد على الدراسات السابقة والقراءات المتعددة حول الموضوع فضلا عن عرضها على "محكمين" أكدوا صلاحيتها للدراسة والتوزيع، و تتكون من ثلاث محاور مجسدة في 68 جملة أو عبارة مقسمة كما يلي:

المحور الأول: يهتم بقياس عادات وأنماط الاستخدام ويشتمل على 14 سؤال.

المحور الثاني: ويقيس أسباب أو دوافع استخدام الفيس بوك ويتكون من 24 عبارة.

المحور الثالث: ويقيس استخدام الفيس بوك و القيم وعلاقته بالاسرة ويشتمل على 30 عبارة.

المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الفيس بوك:

1- بداية استخدام الفيس بوك

الجدول 02 :

النسبة المئوية	التكرار	
17.50	06	أقل من سنة
8.75	07	سنة إلى أقل من سنتين
25.00	20	سنتين إلى ثلاث سنوات
58.75	47	أكثر من ثلاث سنوات
100	80	المجموع

يتضح من الجدول رقم 02 أن طلبة الجامعة عينة الدراسة يستخدمون الموقع منذ أكثر من ثلاث سنوات إذ بلغت نسبة هذه الفئة 58.75% ، ثم تليها فئة سنتين إلى ثلاث سنوات بنسبة 25% بينما سنة إلى أقل من سنتين و أقل من سنة كانت نسبتها على التوالي 8.75% و 7.50% و هما نسبتان متقاربتان إلى حد ما .

وهي تقريبا نفس النتائج التي توصل اليها وديع محمد العزيمي في دراسة عن استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيس بوك) (12)

2- عدد مرات الاستخدام

الجدول 03 :

النسبة المئوية	التكرار	
11.25	09	مرة واحدة في اليوم
77.50	62	عدة مرات في اليوم
11.25	09	حسب ما يسمح به الوقت خلال الأسبوع
100%	80	المجموع

يستخدم الطلبة الفايسبوك عدة مرات في اليوم بنسبة كبيرة حيث كانت هي الأعلى إذ بلغت 79.50% بينما الاجابئين مرة واحدة في اليوم أو حسب ما يسمح به الوقت خلا الأسبوع جاءت نسبتها متساوية و قدرت ب 11.25% لكل واحدة . وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع المفردة الاولى. و يرجع سبب هذا الإقبال على الفايسبوك إلى الأنشطة التي يحتويها الموقع كالدردشة و التطبيقات المختلفة الأخرى .

و النتيجة تتفق مع أغلب الدراسات التي تعرضت لهذا مثل دراسة بيرنباوم Birnbaum و والز Walz و فيشر Ficher وعمرو وأسعد حيث يستخدم نسبة 54% من الطلاب الموقع أكثر من مرة واحدة في اليوم . (12)

3- الوقت الذي يقضيه الطالب في الاستخدام خلال المرة الواحدة

الجدول 04 :

النسبة المئوية	التكرار	
31.25	25	ثلاث ساعات فأكثر
36.25	29	ساعتين إلى ثلاث ساعات
07.50	06	ساعة إلى ساعتين
25.00	20	أقل من ساعة
100%	80	المجموع

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن طلبة الجامعة عينة الدراسة يستخدمون الموقع لمدة طويلة حيث جاءت نسبة ساعتين 36.25% بينما ثلاث ساعات فأكثر 31.25% و هي نسبة مرتفعة بالمقارنة مع احتمال أقل من ساعة و نسبته 25% وساعة إلى ساعتين 7.50%.

و هذه النسب تعطي انطباع أن الطلبة لا يشعرون بمرور الوقت عند تصفح الموقع و هذا يطرح اشكالية التأثيرات السلبية للموقع على الطلبة .

4- الأوقات التي يتصفح فيها الطالب الفايسبوك:

الجدول 05 :

النسبة المئوية	التكرار	
10.98	19	الصباح
14.45	25	الظهيرة
30.06	52	المساء
31.21	54	أول الليل
13.29	23	بعد منتصف الليل
%100	173	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفترات المتأخرة من اليوم (المساء و أول الليل) هي أكثر الأوقات التي يستخدم فيها الطلبة موقع الفايسبوك و ذلك بنسب 30.06% و 31.21% على التوالي و يرجع ذلك إلى أن الطلبة يزاولون دراستهم في فترتي الصباح و الظهيرة ، حيث كانت نسبتهما 10.98% و 14.41% على التوالي بالإضافة أن الفترات المسائية يكون فيها الشاب بعيدا عن الرقابة الأسرية .

5- أماكن استخدام الطلبة للفايسبوك

الجدول 06 :

النسبة المئوية	التكرار	
33.92	77	البيت
13.22	30	الجامعة
4.41	10	المكتبات العامة
12.3	28	مقاهي الأنترنت
7.49	17	المقاهي العامة
7.49	17	الحي الجامعي
11.01	25	عند أحد الأقارب
10.13	23	في الشارع و الساحات
%100	227	المجموع

يوضح الجدول 06 أن المنزل أكثر الأماكن التي يتصفح فيها الطلبة الفايسبوك بنسبة 33.92% ثم الجامعة بنسبة 13.22% فمقاهي الأنترنت 12.33% بعدها عند أحد الأقارب 11.01% ثم الشارع و الساحات بنسبة

10.13% لتأتي نسبة كل من المقاهي العامة و الحي الجامعي متساوية ب 7.49% و أخيرا المكتبات ب 4.41% .

و يرجع استخدام الطلبة للبيت كأكثر الأماكن التي يتصفح فيها الفايسبوك نظرا لملائمة ذلك لمبدأ الخصوصية ، بالإضافة لميزة التواصل المباشر و توفر الأنترنت ، و النتيجة تتفق مع دراستي كل من نرمين زكريا و عمرو أسعد لاستخدام الفايسبوك بالمنزل بنسبة 80.1% و 94% على التوالي .⁽¹³⁾

6- وسائل دخول الطلبة الى الفايسبوك:

الجدول 07 :

النسبة المئوية	التكرار	
32.21	48	الكمبيوتر
16.11	24	Tablette
6.04	09	الأيباد
45.64	68	الهاتف النقال
%100	149	المجموع

من خلال الجدول رقم 07 نلاحظ أن الطلبة يستخدمون الهاتف النقال لتصفح الفايسبوك ، إذ جاءت بنسبته الأعلى و لغت 45.64% تليها الكمبيوتر بنسبة 32.21% ثم Tablette بنسبة 16.11% و أخيرا الأيباد بنسبة 6.04% .

و يرجع ذلك إلى أن أغلب الطلبة أصبحوا يمتلكون هواتف ذكية و التي تحتوي ميزات كثيرة أبرزها 3G و 4G (الجيل الثالث و الرابع) مما سهل على الطلبة الدخول إلى الموقع في أي مكان .

7- تحديث الطلبة لصفحاتهم على الفايسبوك:

الجدول 08 :

النسبة المئوية	التكرار	
91.25	73	نعم
08.75	07	لا
%100	80	المجموع

يظهر الجدول 08 أن 91.25% من طلبة الجامعة يحدثون صفحتهم الشخصية في الفايسبوك عن طريق إضافة الصور أو مقاطع الفيديو ... بينما نسبة 08.75% لا يقومون بذلك .

و هذه النسبة تتفق مع دراسة عمرو أسعد و التي قدرت ب 77% ممن يحدثون صفحتهم.⁽¹⁴⁾

8- عدد مرات تحديث الصفحة بالنسبة لمن أجابوا بنعم:

الجدول 09:

النسبة المئوية	التكرار	
21.92	16	بشكل يومي
35.62	26	عدة مرات في الأسبوع
42.46	31	نادرا ما أحدث صفحتي الشخصية

المجموع	73	%100
---------	----	------

بينما نلاحظ من خلال الجدول 09 أن الطلبة يحدثون و ذلك يكون نادرا بنسبة مرتفعة و قيمتها 42.46% يليه عدة مرات في الأسبوع بنسبة 35.62% و أخيرا بشكل يومي 21.92% و يرجع ذلك إلى ان هذه المعلومات و البيانات مرتبطة بالطلبة و لا تتغير.

9- من هم الأصدقاء على الفايسبوك:

الجدول 10 :

النسبة المئوية	التكرار	
23.66	62	أصدقاؤني القدامي
27.48	72	زملائي في الجامعة
7.36	19	أساتذتي في الجامعة
20.23	53	الأهل و الأقارب
13.36	35	أصدقاء جدد تعرفت عليهم في الموقع
8.02	21	أصدقاء حول العالم
100%	262	المجموع

يظهر الجدول 10 أن الزملاء في الجامعة في مقدمة صداقات عينة الدراسة بنسبة 27.48% يليها الأصدقاء القدامى بنسبة 23.66% ثم الأهل و الأقارب بنسبة 20.33% بعد ذلك الأصدقاء الجدد الذين تعرفوا عليهم في المواقع بنسبة 13.36% ثم أصدقاء حول العالم بنسبة 8.02% و أخيرا الأساتذة في الجامعة بنسبة 7.36% .

ويرجع ذلك إلى أن السبب الأساسي من إنشاء الموقع هو ربط الزملاء و الأصدقاء القدامى ببعضهم البعض بالإضافة إلى تكوين علاقات مع أصدقاء جدد و هو ما تجسده هذه النتيجة (طبيعة الموقع).

10- عرض البيانات الشخصية على الفايسبوك:

الجدول 11 :

النسبة المئوية	التكرار	
21.25	17	نعم
78.75	63	لا
%100	80	المجموع

من خلال الجدول 11 نلاحظ أن 78.75% من الطلبة لا يعرضون بياناتهم الشخصية و لا يقومون بحجبها. وهذه النتيجة توحى بوعي الطلاب لأهمية البيانات الشخصية ونشرها عبر الموقع.

الجدول 12 : ما نوعية البيانات التي تحجبها ؟ :

النسبة المئوية	التكرار	
16.87	28	الاسم الحقيقي
6.63	11	العمر
0.60	01	الجنس
0.60	08	الحالة العائلية (أعزب ، متزوج)
3.61	06	المهنة أو عدمها
11.45	19	مكان الإقامة
18.07	30	الصور
13.25	22	مقاطع الفيديو الخاصة
24.10	40	قائمة الأصدقاء
0.60	01	أخرى تذكر (رقم الهاتف)
%100	166	المجموع

يبين الجدول رقم 12 أن البيانات التي يحجبها عينة الدراسة عن المستخدمين الجدد و الأشخاص الذين تعرفوا عليهم في الموقع كان نصيب الأسد فيها لقائمة الأصدقاء بنسبة 24.10% ثم الصور بنسبة 18.07% يليها الاسم الحقيقي ب 16.87% و من ثم مقاطع الفيديو الخاصة بنسبة 13.25% . كذلك مكان الإقامة و قد حضي بنسبة معتبرة قدرت ب 11.45% أما في ما يخص كلا من السن و الحالة العائلية (أعزب ، متزوج) و المهنة أو عدمها و الجنس و رقم الهاتف فكانت نسبها (6.63% ، 4.82% ، 3.61% ، 0.60% 0.60%) على الترتيب .

و تتوافق هذه النتائج مع دراسة عمرو أسعد و آخرون .

الجدول 13 : ما هي الأنشطة التي تقوم بها في الموقع ؟ (مجالات استخدام الفايسبوك)

النسبة المئوية	التكرار	
14.11	45	الإطلاع على صفحات الآخرين و تعليقاتهم
13.79	44	المشاركة في مجموعات النقاش
11.60	37	المشاركة في صفحات المعجبين
10.03	32	التعليق على كل ما هو مكتوب في الموقع
9.71	31	المشاركة في الأحداث الاجتماعية و الحالات الانسانية
8.78	28	كتابة المذكرات في صفحتي الشخصية
7.52	24	استخدام التطبيقات المختلفة
5.96	19	إضافة الروابط الإجتماعية
3.45	11	استخدام البريد الإلكتروني في الموقع
1.25	04	أخرى تذكر: إقامة علاقات اجتماعية+ نشر أقوال مأثورة+ قصص مضحكة + commerce
%100	319	المجموع

يتضح من نتائج الجدول 13 أن الأنشطة التي يقوم بها الطلبة عينة الدراسة في الفيسبوك هي أن 14.11% يستخدمونه من أجل الإطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين و تعليقاتهم في المرتبة الأولى ، ثم جاء في المرتبة الثانية كل من المشاركة في مجموعات النقاش و الإطلاع على الأخبار و الاعلانات بنسبة 13.75% لكل مفردة ، بينما جاءت المشاركة في صفحات المعجبين في المركز الثالث بنسبة 11.60% أما التعليق على ما هو مكتوب في الموقع ففي المرتبة الرابعة من عينة (15) المبحوثين بنسبة 10.03% ، و هو ما يتفق مع دراسة عمرو أسعد و آخرون .

و دراسة نرمين زكريا حضر التي أشارت إلى أن الأنشطة التي يقوم بها الطلاب في موقع الفيسبوك هي المشاركة في مجموعات النقاش بنسبة 36.8% .⁽¹⁶⁾

كما يستخدم الطلبة عينة الدراسة الفيسبوك للمشاركة في الأحداث الاجتماعية و الحالات الإنسانية بنسبة 9.71% و كتابة المذكرات في صفحاتهم الشخصية بنسبة 8.78% في حين أن استخدام التطبيقات المختلفة في الموقع كانت نسبتها 2.52% أما إضافة الروابط الالكترونية فنسبتها 5.96% يليها استخدام البريد الالكتروني في الموقع بنسبة 3.45% ، و أنشطة أخرى متعددة كانت نسبتها 1.25% .

يتضح من النتائج أن الشباب عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من أجل التفاعل من خلال الإطلاع على صفحات الآخرين و تعليقاتهم والمشاركة في مجموعات النقاش بالإضافة إلى المشاركة في صفحات المعجبين و الاحداث الاجتماعية والحالات الإنسانية بالإضافة إلى كتابة المذكرات واستخدام التطبيقات المختلفة و اقامة علاقات اجتماعية وقراءة القصص والأقوال المأثورة.

المحور الثاني: دوافع استخدام الفيسبوك:

الجدول 14 : أسباب و دوافع استخدام الفيسبوك

محايد		غير موافق		موافق		
ك	%	ك	%	ك	%	
08	10	05	6.25	67	83.75	1-استخدام الفيسبوك يساعد على مقابلة أشخاص جدد و تكوين صداقات معهم
06	7.5	07	8.75	67	83.75	2-استخدام الفيسبوك يعمل على إبقاء التواصل مع الأشخاص الذين قابلتهم فيه
10	12.5	08	10	62	77.5	3- استخدم الفيسبوك لمساعدة الآخرين
03	3.75	03	3.75	74	92.5	4- استخدام الفيسبوك يحافظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى
03	3.75	02	2.5	75	93.75	5- أستخدم الفيسبوك للحفاظ على التواصل مع الأصدقاء و الأقارب البعيدين عني
07	8.75	10	12.5	63	78.75	6- أستخدم الفيسبوك لأنه يساعد في الوصول إلى أي شخص في أي مكان
07	8.75	09	11.25	64	80	7- أستخدم الفيسبوك لأنه وسيلة سهلة
06	7.5	07	8.75	67	83.75	8- استخدم الفيسبوك لأنه وسيلة سريعة
10	12.5	08	10	62	77.5	9- استخدم الفيسبوك لأنه وسيلة تناسبني
10	12.5	13	16.25	57	71.25	10- استخدم الفيسبوك لأنه وسيلة مسلية
12	15	36	45	32	40	11- استخدم الفيسبوك لأنه يساعد على الاسترخاء
12	15	13	16.25	55	68.75	12- استخدم الفيسبوك لتمضية الوقت
08	10	18	22.5	54	67.5	13- استخدم الفيسبوك لأنه موقع ممتع

8.75	07	17.5	14	73.75	59	14- استخدم الفايسبوك لأنه يخلصني من الملل
20	16	26.25	21	53.75	43	15- أبحث في الفايسبوك عن أشخاص يشاركونني نفس اهتماماتي
15	12	22.5	18	62.5	50	16- استخدم الفايسبوك لأنه وسيلة تعليمية تساعد في القيام بالبحوث والواجبات الدراسية
16.25	13	25	20	58.75	47	17- استخدم الفايسبوك لأنه يمدهني بوية جديدة في التعلم
2.5	02	12.5	10	85	68	18- استخدم الفايسبوك لمعرفة كل ما هو جديد من أحداث سياسية و اجتماعية و ثقافية
9.50	06	10	08	82.5	66	19- استخدم الفيسبوك كل ما هو جديد من أخبار و حقائق
10	08	28.75	23	61.25	49	20- أستخدم الفيسبوك لنشر أحداث و أعمال أقوم بها
8.75	07	31.25	25	60	48	21- أستخدم الفيسبوك لأنني أتحمك في ما أنشره من مقاطع فيديو
15	12	25	20	60	48	22- أستخدم الفيسبوك لأنني أتحمك في وقت ما أشاهده من مقاطع فيديو
10	08	13.75	11	76.25	61	23- أستخدم الفيسبوك لأنني أستمتع بمقاطع الفيديو التي يضعها الأصدقاء
10	08	16.25	13	73.75	59	24- أستخدم الفيسبوك لوجود حوار ثنائي بيني وبين أصدقائي في الموقع حول مقاطع الفيديو

جاءت عبارة أستخدم الفايسبوك للحفاظ على التواصل مع الأصدقاء و الأقارب البعيدين عني في مقدمة العبارات التي وافق عليها الطلبة عينة الدراسة وذلك بنسبة 93.75% تليها عبارة " استخدام الفايسبوك للحفاظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى " بنسبة 29.5% وبذلك تتضح أن دوافع الحفاظ على العلاقات الاجتماعية في مقدمة دوافع الطلبة من استخدام الفايسبوك.

المحور الثالث: استخدام الفايسبوك و القيم الأسرية.

الجدول 15 : ما عدد الساعات التي تقضيها مع أسرته يوميًا تتجاوزون أطراف الحديث سويًا ؟

النسبة المئوية	التكرار	
22.50	18	أقل من ساعة
22.50	18	ساعة إلى أقل من ساعتين
38.75	31	ساعتين فأكثر
16.25	13	لا أخوض معهم في الأحاديث
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبحوثين أفراد العينة رغم انشغالهم باستخدام الفايسبوك إلا أنهم يخوضون الأحاديث مع أسرهم لساعتين فأكثر اذ بلغت نسبتها 38.75% في حين كانت نسبة الذين يخوضون الأحاديث مع أسرهم لفترة ساعة أو ساعتين 22.50% أما من يتحدثون مع أفراد أسرهم ولا يخوضون الأحاديث معهم فهي 16.25% ورغم ضآلتها ولكنها نسبة تندر بالخطر لأن لها أبعاد وتبعات سلبية على أخلاقهم وقيمهم فيما بعد. وقد جاءت نتائج الجدول 15 لتؤكد ذلك. وهي نفس النتائج التي توصلت إليها ليلي أحمد جرار اذ بلغت 40.1% أو أكثر وهي أعلى نسبة لديها، وهناك توافق بالنسبة للنسبة الخاصة بالمتغيرات الأخرى.

الجدول 16 : حدد موقفك من العبارة التالية : قيمة الإنتماء الأسري

محايد		غير موافق		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
7.50	06	43.75	35	48.75	39	1-استخدم الفايسبوك لإرسال التهاني لأسرتي بدل زيارتهم بالمناسبات
8.75	07	57.50	46	33.75	27	2-استخدام الفايسبوك يشعرني بالوحدة و العزلة في محيطي الأسري
8.75	07	51.25	41	40.00	32	3-أحس بالإنتماء مع جماعة أصدقائي في الفايسبوك أكثر من أسرتي
13.75	11	55	44	31.25	25	4-الشعور بالفراغ الاجتماعي و العاطفي الأسري جعلني أستخدم الفايسبوك بكثرة
7.50	06	72.50	58	20	16	5-لا أفضل زيارة الأقارب إذا كانت ستؤثر على استخدامي للفايسبوك
2.50	02	1.25	01	96.25	77	6-أنا فخور بالإنتماء إلى أسرتي
		80				المجموع

تحليل الجدول 16 : نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 أن 96.25% من شباب عينة الدراسة لا زال لديهم الإحساس بالانتماء الأسري بل يفتخرون بذلك و لم تؤثر عليهم التطورات الحاصلة في الميادين المختلفة و ما أفرزته من أثار في قيمة الانتماء الأسري بل ان الافتخار بذلك مصرح به. و هذا ما تؤكدته نسب المتغيرات الأخرى التي تفسر الإنتماء الأسري بالنسبة للشباب الذي يستخدمون الفايسبوك إذ أن 72.50% لا يوافقون على عبارة " لا أفضل زيارة الأقارب إذا كانت ستؤثر على استخدامي للفايسبوك " بل هو نفس التوجه بالنسبة للعبارة الأخرى إذ يرفض 57.50% فكرة أن " استخدام الفايسبوك يشعر بالوحدة و العزلة من المحيط الأسري " و يرفضون كذلك فكرة أن استخدام الفايسبوك هو سبب الشعور بالفراغ الاجتماعي و العاطفي إذ بلغت نسبته 55% ، و جاءت نسبة عبارة " أحس بالانتماء مع جماعة أصدقائي في الفايسبوك أكثر من أسرتي 51.25% غير موافقة . و تعزز هذه النتائج السابقة الواردة في الجدول رقم 15 إذ أن أفراد العينة شباب جامعي يقضون يومهم في الجامعة ، و بالتالي الوقت الذي يقضونه مع أسرهم في حدود المعقول مع وجود شبكات التواصل الاجتماعي و خاصة الفايسبوك و التي يوظفها الطلبة في إرسال التهاني بالإضافة إلى الاتصال بالأهل خاصة بالنسبة للطلبة المقيمين بالحي الجامعي كان متغير " الأهل و الأقارب " من بين المتغيرات التي كانت نسبتها معتبرة فيما يخص التساؤل : من هم أصدقاؤك في الفايسبوك؟ و هذا ما يوضحه الجدول 10 .

بالنظر إلى نتائج الجدولين (15،16) الإجمالية نلاحظ أن الشباب أفراد العينة لا زال لديهم الحس بالانتماء الأسري إلا أن هذه القيمة، ورسوخها لديهم مهددة مع مرور الزمن لأن المتغيرات السلبية الدالة عليها لها قيمة كنسبة 40% بالنسبة للإحساس بالانتماء مع جماعة الأصدقاء أكثر من الأسرة أو نسبة 48.75% بالنسبة لعبارة استخدام الفايسبوك لإرسال التهاني الأسري بدل زيارتهم بالمناسبات وباقي المتغيرات الأخرى. وهي نسب تدعو إلى إعادة النظر في تأثير الفايسبوك على الحس بالانتماء الأسري.

الجدول 17 : قيمة التعاون و المشاركة

محايد		غير موافق		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
5	04	61.25	49	33.75	27	1-أفضل تصفح الفايسبوك على مساعدة أحد أفراد أسرتي في إنشغاله
2.5	02	15	12	70	86	2-يسعدني مساعدة أحد أفراد أسرتي في انشغاله
05	04	25	20	70	56	3-أفضل تصفح الفايسبوك وحده على مشاركة ذلك مع أفراد أسرتي
80		80		80		المجموع

التعليق على الجدول 17 : من خلال الجدول رقم 17 نلاحظ أن 70% من عينة الدراسة يفضلون تصفح الفايسبوك وحدهم دون مشاركة ذلك مع أحد أفراد أسرهم ، و هي نفس النسبة (أي 70%) للشباب الذين لديهم القابلية على مساعدة أحد أفراد أسرهم في انشغاله على تصفح الفايسبوك ، و هي نسبة تؤكد نتيجة المتغير الأول و هي العبارة التي تقول " أفضل تصفح الفايسبوك على مساعدة أحد أفراد أسرتي في انشغاله " إذ أن 61.25% من عينة الدراسة لا توافق على ذلك. وعليه نستخلص أن الشباب أفراد العينة لديه إيمان وقناعة بأهمية التعاون والمشاركة بين أفراد الأسرة في مختلف المجالات، وعنده قابلية على ترك تصفح الفايسبوك مقابل مساعدة أحد أفراد الأسرة وهذا راجع أولاً الى أن تربيته وقيمتنا الأسرية تدعوا الى ذلك من جهة وكون ما يوفره الفايسبوك من تطبيقات متدارك ويمكن العودة اليه في أي وقت، ولكن هذا لاينفي نسبة 33.75% لمن هم يفضلون تصفح الفايسبوك على مساعدة أحد أفراد الأسرة في انشغالاته.

الجدول 18 : قيمة السلوك الاستهلاكي

محايد		غير موافق		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
8.75	07	63.75	51	27.50	22	1-استخدام الفايسبوك جعلني أميل إلى تقليد الحياة الغربية في المأكل و المشرب و المجلس
5.00	04	57.50	46	37.50	30	2-استخدام الفايسبوك ساهم في عدم تقيدي بمواعيدي اليومية
7.50	06	62.50	50	30.00	24	3-استخدام الفايسبوك ساعد في إدماني على الأغاني و الموسيقى خاصة الغربية
1.00	08	56.25	45	33.75	27	4-استخدام الفايسبوك جعلني أتمنى عيش الحياة الغربية

يظهر الجدول أن 63.75% لا يرون أن استخدام الفايسبوك جعلهم يميلون إلى تقليد الحياة الغربية في المأكل و المشرب و المجلس . و نلاحظ كذلك أن 62.5% من الطلبة عينة الدراسة لا يوافقون على أن الفايسبوك يساعد في الإدمان على الأغاني و الموسيقى خاصة الغربية منها . أما في ما يخص عبارة " استخدام الفايسبوك ساهم في عدم تقيدي بمواعيدي اليومية فإن 57.5% من أفراد العينة لا يوافقون على ذلك في حين أن 37.5% يوافقون على ذلك و هي نسبة معتبرة نوعاً ما . أما تمني عيش الحياة الغربية جزاء استخدام الفايسبوك فإن موقف الطلبة عينة الدراسة منها قد جاء بالرفض بنسبة 56.25% في حين أن 33.75% يوافقون على ذلك.

أظهر أفراد العينة رفضهم للمتغيرات التي تمثل قيمة السلوك الاستهلاكي في مجملها، مما يدل على أن الشباب لازال لديهم إحساس بقيمة الثوابت والآداب الدينية و الإسلامية التي نشئوا عليها إلا أن هذا ليس

مطلقا فهناك بعض النسب والنتائج التي تتذر وتحذر مما هو آت خاصة عدم إعطاء قيمة للوقت أو تمني وتفضيل الحياة الغربية بما لها وعليها اذ كانت نسبتها على التوالي 37.50% و 33.75% وهي نسب دالة إلى حد ما.

الجدول 19 : قيمة الإحترام و الطاعة

محايد		غير موافق		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
6.25	05	12.5	10	81.25	65	1-أفضل الاستماع الى نصائح الوالدين لأنها تساعدني كثيرا
8.75	07	30	24	62.25	49	2-لا أحب تدخل والدي في اختيار ملابس وأصدقائي
7.5	06	47.5	38	45	36	3-استخدام الفايسبوك ساعدني في القيام بعلاقات حميمة دون علم أسرتي
12.5	10	32.5	26	80	64	4-أقبل انتقادات والدي حول نوعية أصدقائي في الفايسبوك

يوضح لنا الجدول 19 أن 81.25% من عينة الدراسة لازالوا يفضلون الاستماع إلى نصائح الوالدين لأنها تساعدهم و 80% منهم كذلك يتقبلون انتقادات الوالدين حول نوعية الأصدقاء في الفايسبوك في حين أن 62.25% لا يحبون تدخل الوالدين في اختيار الملابس و الأصدقاء .

أما فيما يخص أن " استخدام الفايسبوك ساعد في القيام بعلاقات حميمة دون علم الأسرة" فإننا نجد أن النسب كانت متقاربة ، إذ نجد أن 47.5% لا يوافقون على ذلك في حين أن 45% موافقين على ذلك.

الخلاصة ونتائج الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على قيمهم الأسرية، وأجريت على عينة من طلبة جامعة باجي مختار - عنابة - وقوامها 80 مفردة وكانت النتائج كالاتي:

1- بدأ استخدام الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك) من قبل الشباب عينة الدراسة منذ أكثر من ثلاث سنوات. ويداوم أفراد العينة على ذلك عدة مرات في اليوم.

2- يستخدم الشباب عينة الدراسة مواقع الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك) لفترات طويلة تتعدى ثلاث ساعات خلال اليوم على الرغم من أنهم طلبة جامعيين ولهم التزامات علمية ودراسية.

3- الفترات المسائية (أول الليل وبعد منتصفه) هي أكثر الأوقات التي يتصفح فيها أفراد العينة مواقع الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك)، وذلك لعدة اعتبارات أهمها الدراسة بالإضافة إلى أن هذه الفترات يكون فيها الشباب بعيدا عن الرقابة الأبوية خاصة وأنهم يفضلون تصفح الموقع في البيت بالدرجة الأولى ثم تأتي الجامعة في المرتبة الثانية نظرا لأن أغلب الطلبة يمتلكون هواتف نقالة تتوفر على تطبيقات تتيح للشخص استخدام الانترنت في أي مكان.

4- تظهر نتائج الدراسة أن عينتها لديهم إحساس ووعي بأهمية المعلومات الشخصية ذلك لأنهم لا يظهرون بياناتهم ولا يقومون بتحديث صفحتهم الشخصية إلا نادرا لأنها مرتبطة بمعلومات شخصية ثابتة لا تتغير.

5- يتواصل الشباب مع أهلهم وأقاربهم وزملاء الجامعة والأصدقاء القدامى من خلال الشبكات الاجتماعية.

- 6- يستخدم الشباب عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) لتحقيق عدة دوافع و إشباع رغبات كثيرة أهمها إقامة علاقات اجتماعية وكتابة التعليقات والمشاركة في مجموعات النقاش وصفحات المعجبين والمشاركة في الأحداث الإنسانية والاجتماعية..
- والتسلية والترفيه والحصول على المعلومات والأخبار هي كذلك من أهم أسباب ودوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- وفيما يخص تأثير استخدام الشباب عينة الدراسة على القيم الأسرية نلاحظ أنها لم تلغها كلياً ولكن سيكون لها تأثير على المدى البعيد بالنظر إلى النتائج المتحصّل عليها فيما يخص الجمل السلبية ودرجة الموافقة عليها ولكن إجمالاً لدى الطلبة حس بالانتماء الأسري، فهذه القيمة لازالت متجذرة ومتأصلة بالإضافة إلى كل من قيمتي الاحترام والطاعة لأنها من الثوابت الثابتة لدى الأسر الجزائرية ولو أنها تتعرض لموجات كثيرة جارفة.
- 8- و نلاحظ كذلك أن القيم الأخرى مثل التعاون والمشاركة وقيمة السلوك الاستهلاكي لا تزال موجودة عند أفراد العينة ولم تتأثر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع:

- (1) - ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق عمان، الأردن، 2006، ص11
- (2) - محمد خليل الرفاعي: دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27 العدد الأول والثاني 2011، ص 693
- (3) - ماهر عودة الشمالية وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعلام العلمي، عمان، الأردن، 2015، ص 199
- (4) - مروف عصام صلاح: الاعلام الالكتروني الأسس و آفاق المستقبل، ط1، دار الاعصار العلمي، عمان، الأردن، 2015، ص 287
- (5) - حسين شفيق: الاعلام الجديد، الاعلام البديل. "تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية"، ط1، دار فكر وفن، القاهرة، مصر، 2010، ص 183,184، بتصرف
- (6) - صلاح محمد عبد الحميد: الاعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة، القاهرة، مصر، 2012، ص 213,214
- (7) - حسين عبد الحميد رشوان: الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة، مؤسسة شباب الجامعة، 2002، ص 23,24
- (8) - الربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبة والمطلقية، الشركة الجزائرية للنشر والتوزيع، 1980، ص 28
- (9) - الفيروز أيادي، محمد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، ط2، دار احياء التراث العربي، بيروت، لبنان، 2003، ص 1062
- (10) - محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993، ص 122
- (11) - وديع محمد العززي: استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، دراسة مسحية على طلبة كليات وأقسام الاعلام في أربع جامعات عربية، المجلة العربية للاعلام والاتصال، العدد 14، نوفمبر 2015، المملكة العربية السعودية، ص 100
- (12) - عمرو أسعد: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي البيوتيوب و الفيسبوك، رسالة دكتوراه، اشراف عاطف العبد، رسالة غير منشورة، 2011، ص 210
- (13) - نرمين زكريا خضر: مرجع سابق ص
- (14): عمرو أسعد: مرجع سابق، ص 213
- (15) - عمرو أسعد: مرجع سابق، ص 215
- (16) - نرمين زكريا خضر: مرجع سابق ص 47
- (17) - ليلي أحمد جرار: مرجع سابق ص 167