

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

تاريخ النشر: 2018/06/30

تاريخ القبول: 2018/01/03

تاريخ الإرسال: 2017/10/09

ملخص

هدفت الدراسة الى بيان اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاسرية لدى الشباب الجامعي (طلبة جامعة - باجي مختار عنابة -). تنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية ، وتبنت منهج المسح الوصفي و طبقت على عينة عشوائية قوامها ١٠٠ مفردة خلال العام الدراسي ٢٠١٦- ٢٠١٧ و توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها :

- يستخدم الشباب عينة الدراسة الفاييسبوك منذ مدة طويلة لفترات تتعدى ثلاث ساعات خلال المرة الواحدة و ذلك لتحقيق عدة دوافع و اشباع رغبات كثيرة اهمها اقامة العلاقات و المشاركة في مجموعات النقاش ، اضافة الى ان استخدام الفاييسبوك لم يبلغ القيم الاسرية ولكن سيكون له تاثير على المدى البعيد بالنظر الى نتائج القيم السلبية .

الكلمات المفتاحية : شبكات التواصل الاجتماعي ، القيم ، الاسرة ، الفاييسبوك .

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.

مقدمة

تطورت شبكات الاتصال العالمي عبر الأنترنت ، وظهر ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي ، التي تشير إلى أن الأنترنت أصبح وسيلة إجتماعية للتواصل والتعارف وتبادل المعرفة والمعلومات والأخبار. facebook و من أبرز مواقع التواصل الإجتماعي التي ظهرت موقع التواصل (لما يحققه من مميزات يتمتع بها) سرعة الاتصال ، سهولة الاستخدام ، تحقيق التفاعل ، واتساع مساحة الحرية (... كل هذه الخصائص والعوامل أحدثت تطورا كبيرا في حياة الشباب خاصة الجامعي على المستوى الشخصي والاجتماعي ...

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 موجبات العقل الإجتماعي أو المبادئ التي تتمسك بها تلك الفئة ، ويعد هذا النسق بمثابة الإطار المرجعي الذي يوصل العقل الاجتماعي لغاياته وأهدافه⁽¹⁾.

الاشكالية

أصبحت تقنيات الاتصال والمعلومات موردا مهما في بناء منظومة الانسان الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية ، حيث أن التحولات والتطورات العلمية والمعرفية التي عرفها هذا العصر ساهمت في تسهيل التواصل الانساني الحضاري الذي تغيرت أبعاده وأشكاله ومضامينه بسبب الإعتماد المتزايد على الأنترنت ، هذه الأداة التي أضحت واسعة الإنتشار ووسيلة للاتصال والإعلام وقوة مؤثرة تربط العالم ببعضه. الشرايين معلوماتية جعلت جمهوره عرضة لتأثير وسائله وأدواته المتنوعة كالمواقع والخدمات الاجتماعية مثل (facebook , Twitter...) أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية.

- هذه الأخيرة التي تزايدت وتزايدت معها مستخدمها بشكل كبير في الألفية الجديدة ، نظرا لرغبة الفرد في البقاء على اتصال دائم ومباشر مع الآخرين ما جعل الأنترنت جزء أساسيا من حياة الانسان إن لم يكن هو حياته، خاصة فئة الشباب هذه الفئة التي اجتذبتها مواقع الشبكات الاجتماعية ، وخاصة facebook لما تلبيه هذه المنظومة من ميول ورغبات من خلال الجمع بين مجموعة لا متناهية من الأفراد . والاتصال فيما بينهم وبالتالي توسيع شبكة العلاقات سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، وبالتالي إتاحة الفرصة لتقديم أنفسهم بكل حرية ودون قيود .

ويعد الاعلام من أكثر أدوات التغيير قوة لما له من سلطة على أفراد المجتمع بشرائحهم المختلفة. ولا سيما مع توجيه مشاعرهم وأحاسيسهم نحو قضايا نفسية واجتماعية 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 والقيمية والحضارية التي تميز المجتمعات عن بعضها البعض⁽²⁾.

والأسرة من أهم الفئات المكونة للمجتمع ومن مؤسساته الأولى في التربية والتكوين، لان الأفراد ينشؤون بها ويكتسبون منها القيم والاتجاهات المناسبة لأنها منظومة متكاملة من الأسس والمبادئ على اختلافها (اجتماعية، سياسية، اقتصادية، اخلاقية...).

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

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية :

- 1- ما هي عادات وأنماط الاستخدام ؟
- 2- ما هي مجالات استخدام الفايسبوك؟
- 3- ما هي أسباب ودوافع الشباب من استخدام الفايسبوك
- 4- ما هي آثار استخدام الشباب للفايسبوك على القيم الأسرية؟
- 5- هل للفايسبوك أثر في إلغاء القيم الأسرية الأصيلة وتكوين قيم جديدة ومستحدثة أم لا

أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة للتعرف على السمات الديمغرافية للشباب المستخدم للشبكات الاجتماعية من حيث (النوع - السن ...)
- تسعى كذلك إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب للمواقع الاجتماعية (معدل الاستخدام ، مكان الاستخدام ...)
- تسعى أيضا إلى أسباب ودوافع 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 والإسلامية منها ، في ظل إنتشار العولمة الثقافية التي أصبحت تؤثر حتى في الجوانب الاجتماعية التي تمتد لتشمل الأبعاد القيمية للأسر ومن خلالها الشعوب بمرور الزمن . كما تنبع أهمية الموضوع من أهمية الشباب بإعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع ودوره الفاعل فيه . ويستمد الموضوع أهميته كذلك كونه أكثر المواضيع الذي حظيت بعناية الدارسين و الباحثين في مختلف التخصصات خاصة الإعلامية والاجتماعية 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 ومع بداية عام 2005 ظهر موقع My Space ، الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم . كما ظهر في نفس العام موقع الفايسبوك⁽⁴⁾

وتتميز هذه الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص أهمها :

- التفاعلية والمشاركة
- الشمولية والمدى
- سهولة الاستخدام
- المرونة وتعدد الاستعمالات
- الحضور الدائم الغير المادي
- إقتصادية في الجهد والوقت والمال
- عالم افتراضي للتواصل ودعم التجمعات.⁽⁵⁾

وفي 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 والعلاقات : إذ تمكن الشبكات الشخص من تكوين العلاقات والصدقات من خلال إضافة الأشخاص إلى قائمة الأصدقاء .
 - وتتيح 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 والصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها .
 - كما يمكن لأي شخص أن ينشئ مجموعة بأي مسمى شاء ولأي هدف⁽⁶⁾
- الفايسبوك :

موقع ويب للتواصل الاجتماعي ، يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة " فيسبوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها .

ويشير إسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد ، و الذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم وقد قام مارك زوكر بريج بتأسيس الفايسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكو فيتز وكريس هيون .

يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً ، 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 عدداً من الخصائص والسمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل بعضهم البعض ومن بين هذه الخصائص :

- خاصية wall أو لوحة الحائط (تتيح إرسال الرسائل والكتابة عليها)
- خاصية Pokes النكزة أو الغمزة
- خاصية Statuo أو الحالة
- خاصية Notes أو التعليقات
- خاصية Photos أو الصور

كما أن الفيسبوك يوفر مساحة للبيع والشراء⁽⁷⁾

الأسرة :

عرفها جورج ميردوك على أنها " جماعة إجتماعية يقيم أفرادها جميعاً في مسكن مشترك، و يتعاونون إقتصادياً و يتناسلون ، هذه الجماعة تتكون من ذكر و أنثى و أبناء بينهم علاقات إجتماعية يقرها المجتمع . " و تعتبر الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية 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 عنصراً بارزاً 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 دوراً حيوياً مهماً 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 و الملائمة .⁽⁹⁾

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

منهجية الدراسة

في إطار موضوع الدراسة وما تسعى للإجابة عليه من أسئلة وتحقيق 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 إختلاف تخصصاتهم العلمية و قد تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، و تم توزيع 100 استمارة ، لكن تم اعتماد 80 مفردا و إلغاء 20 مفردة لعدم استيفائها الشروط اللازمة (لم تتم الإجابة على كل الأسئلة) طبقت هذه الدراسة على عينة من طلبة جامعة باجي مختار - عنابة - اختيرت بطريقة عشوائية، و تم توزيع 100 استمارة، لكن تم اعتماد 80 مفردة فقط و إلغاء 20 مفردة استيفائها الشروط اللازمة (لم تتم الاجابة على كل الاسئلة) وفي مايلي جدول يوضح خصائص العينة

نتائج الدراسة

الجزء الاول :

الجدول 01:

إجمالي		الفئات	المتغيرات
ك	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: ويقاس أسباب أو دوافع استخدام الفيس بوك ويتكون من 24 عبارة.

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

المحور الأول: عادات وأنماط 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 بيننا سنة إلى أقل من سنتين وأقل من سنة كانت نسبتهم على التوالي 8.75% و 7.50% و هما نسبتان متقاربتان إلى حد ما . وهي تقريبا نفس النتائج التي توصل إليها وديع محمد العيزي 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 الفيسبوك عدة مرات في اليوم بنسبة كبيرة حيث كانت هي الأعلى إذ بلغت 79.50% بينما الاجابتين 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. ويرجع سبب هذا الإقبال على الفيسبوك إلى الأنشطة التي يحتويها الموقع كالدردشة و التطبيقات المختلفة الاخرى ...إلخ . و النتيجة تتفق مع أغلب الدراسات التي تعرضت لهذا مثل دراسة بيرنباوم Birnbaum و والز Walz و فيشر Ficher و عمرو و أسعد 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% وهي نسبة مرتفعة بالمقارنة مع احتمال أقل من ساعة ونسبته 25% وساعة إلى ساعتين 7.50%. وهذه النسب تعطي انطباع أن الطلبة لا يشعرون بمرور الوقت عند تصفح الموقع وهذا يطرح اشكالية التأثيرات السلبية للموقع على الطلبة .

4- الاوقات التي يتصفح فيها الطالب الفايبيوك:

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 الفايبيوك 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 والساحات
%100	227	المجموع

يوضح الجدول 06 أن المنزل أكثر الأماكن التي يتصفح فيها الطلبة الفاييسبوك بنسبة 33.92% ثم الجامعة بنسبة 13.22% فمقاهي الأنترنت 12.33% بعدها عند أحد الأقارب 11.01% ثم الشارع والساحات بنسبة 10.13% لتأتي نسبة كل من المقاهي العامة والحي الجامعي متساوية ب 7.49% وأخيرا المكتبات ب 4.41%.

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

6- وسائل دخول الطلبة الى الفاييسبوك:

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 الفاييسبوك ، إذ جاءت بنسبته الأعلى و لغت 45.64% تليها الكمبيوتر بنسبة 32.21% ثم Tablette بنسبة 16.11% وأخيرا الأيباد بنسبة 6.04%.

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

7- تحديث الطلبة لصفحتهم 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 صفحاتهم الشخصية في الفايسبوك عن طريق إضافة الصور أو مقاطع الفيديو ... بينما نسبة 08.75% لا يقومون بذلك . وهذه النسبة تتفق مع دراسة عمرو أسعد والتي قدرت ب 77% ممن يحدثون صفحاتهم.⁽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
%100	73	المجموع

بينما نلاحظ من خلال الجدول 09 أن الطلبة يحدثون وذلك يكون نادرا بنسبة مرتفعة و قيمتها 42.46% يليه عدة مرات في الأسبوع بنسبة 35.62% وأخيرا بشكل يومي 21.92% ويرجع 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	أصدقائي القدامى
27.48	72	زملائي في الجامعة
7.36	19	أساتذتي في الجامعة
20.23	53	الأهل والأقارب
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 والأقارب بنسبة 20.33% بعد ذلك الأصدقاء الجدد الذين تعرفوا عليهم في المواقع بنسبة 13.36% ثم أصدقاء حول العالم بنسبة 8.02% وأخيرا الأساتذة في الجامعة بنسبة 7.36% . ويرجع ذلك إلى أن السبب الأساسي من إنشاء الموقع هو ربط الزملاء والأصدقاء القدامى ببعضهم البعض بالإضافة إلى تكوين علاقات مع أصدقاء جدد وهو ما تجسده هذه النتيجة (طبيعة الموقع).

10- عرض البيانات الشخصية على الفايبيوك:

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 ولا يقومون بحججها.

وهذه النتيجة توحى بوعي الطلاب لأهمية البيانات الشخصية ونشرها عبر الموقع.

الجدول 12: ما نوعية البيانات التي تحججها ؟ :

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 يحججها عينة الدراسة عن المستخدمين الجدد والأشخاص الذين تعرفوا عليهم في الموقع كان نصيب الأسد فيها لقائمة الأصدقاء بنسبة 24.10% ثم الصور بنسبة 18.07% يليها الاسم الحقيقي بـ 16.87% ومن ثم مقاطع الفيديو الخاصة بنسبة 13.25%. كذلك مكان الإقامة وقد حضي بنسبة معتبرة قدرت بـ 11.45% أما في ما يخص كلا من السن والحالة العائلية (أعزب ، متزوج) والمهنة أو عدمها والجنس ورقم الهاتف فكانت نسبها (6.63% ، 4.82% ، 3.61% ، 0.60% على الترتيب .

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة عمرو وأسعد وآخرون .

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

النسبة المئوية	التكرار	
14.11	45	الإطلاع على صفحات الآخرين وتعليقاتهم
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 والحالات 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 comerce +
%100	319	المجموع

يتضح من نتائج الجدول 13 أن الأنشطة التي يقوم بها الطلبة عينة الدراسة في الفايسبوك هي أن 14.11% يستخدمونه من أجل الإطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين وتعليقاتهم في المرتبة الأولى ، ثم جاء في المرتبة الثانية كل من المشاركة في مجموعات النقاش والاطلاع على الأخبار والاعلانات 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% ، وهو ما يتفق مع دراسة عمرو أسعد وآخرون .

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

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

يتضح من النتائج أن الشباب عينة الدراسة يستخدمون الفايسبوك من أجل التفاعل من خلال الاطلاع على صفحات الآخرين وتعليقاتهم والمشاركة في مجموعات النقاش بالإضافة الى المشاركة في صفحات المعجبين والاحداث الاجتماعية والحالات الانسانية بالإضافة الى كتابة المذكرات واستخدام التطبيقات المختلفة واقامة علاقات اجتماعية وقراءة القصص والأقوال المأثورة.

المحور الثاني: دوافع استخدام الفايبيوك:

الجدول 14 :

محايد		غير موافق		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
10	08	6.25	05	83.75	67	1-استخدام الفايبيوك يساعد على مقابلة أشخاص جدد و تكوين صداقات معهم
7.5	06	8.75	07	83.75	67	2-استخدام الفايبيوك يعمل على إبقاء التواصل مع الأشخاص الذين قابلتهم فيه
12.5	10	10	08	77.5	62	3- استخدم الفايبيوك لمساعدة الآخرين
3.75	03	3.75	03	92.5	74	4- استخدام الفايبيوك يحافظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى
3.75	03	2.5	02	93.75	75	5- أستخدم الفايبيوك للحفاظ على التواصل مع الأصدقاء و الأقارب البعيدين عني
8.75	07	12.5	10	78.75	63	6- أستخدم الفايبيوك لأنه يساعد في الوصول إلى أي شخص في أي مكان
8.75	07	11.25	09	80	64	7- أستخدم الفايبيوك لأنه وسيلة سهلة
7.5	06	8.75	07	83.75	67	8- استخدم الفايبيوك لأنه وسيلة سريع
12.5	10	10	08	77.5	62	9- استخدم الفايبيوك لأنه وسيلة تناسبني
12.5	10	16.25	13	71.25	57	10- استخدم الفايبيوك لأنه وسيلة مسلية
15	12	45	36	40	32	11- استخدم الفايبيوك لأنه يساعد على الاسترخاء
15	12	16.25	13	68.75	55	12- استخدم الفايبيوك لتمضية الوقت
10	08	22.5	18	67.5	54	13- استخدم الفايبيوك لأنه موقع ممتع
8.75	07	17.5	14	73.75	59	14- استخدم الفايبيوك لأنه يخلصني من الملل
20	16	26.25	21	53.75	43	15- أبحث في الفايبيوك عن أشخاص يشاركونني نفس اهتماماتي
15	12	22.5	18	62.5	50	16- استخدم الفايبيوك لأنه وسيلة تعليمية تساعد في القيام بالبحوث والواجبات الدراسية
16.25	13	25	20	58.75	47	17- استخدم الفايبيوك لأنه يمدهني بؤية جديدة في التعلم
2.5	02	12.5	10	85	68	18- استخدم الفايبيوك لمعرفة كل ما هو جديد من أحداث سياسية واجتماعية وثقافية
9.50	06	10	08	82.5	66	19- استخدم الفايبيوك كل ما هو جديد من أخبار و حقائق
10	08	28.75	23	61.25	49	20- أستخدم الفايبيوك لنشر أحداث و أعمال أقوم بها
8.75	07	31.25	25	60	48	21- أستخدم الفايبيوك لأنني أتحكم في ما أنشره من مقاطع فيديو
15	12	25	20	60	48	22- أستخدم الفايبيوك لأنني أتحكم 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 الفيسبوك 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 الفيسبوك للحفاظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى " بنسبة 29.5% وبذلك تتضح أن دوافع الحفاظ على العلاقات الاجتماعية في مقدمة دوافع الطلبة من استخدام الفيسبوك.

المحور الثالث: استخدام الفيسبوك و القيم الأسرية.

الجدول 15: ما عدد الساعات التي تفضيها مع أسرتك يوميا 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 الفيسبوك الا انهم 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 تنذر بالخطر لأن لها أبعاد وتبعات سلبية على أخلاقهم وقيمهم فيما بعد. وقد جاءت نتائج الجدول 15 لتؤكد ذلك. وهي نفس النتائج التي توصلت إليها ليلى 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 الفيسبوك لارسال التهاني لأسرتي بدل زيارتهم بالمناسبات
8.75	07	57.50	46	33.75	27	2-استخدام الفيسبوك يشعرنى بالوحدة و العزلة في محيطي الأسري
8.75	07	51.25	41	40.00	32	3-أحس بالإنتماء مع جماعة أصدقائي في الفيسبوك أكثر من أسرتي
13.75	11	55	44	31.25	25	4-الشعور بالفراغ الاجتماعي و العاطفي الأسري جعلني أستخدم الفيسبوك بكثرة
7.50	06	72.50	58	20	16	5-لا أفضل زيارة الأقارب إذا كانت ستؤثر على استخدامي للفيسبوك
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 ولم تؤثر عليهم التطورات الحاصلة في الميادين المختلفة و ما أفرزته من أثار في قيمة الانتماء الأسري بل ان الافتخار بذلك مصرح به. وهذا ما تؤكد نسبة المتغيرات الأخرى التي تفسر الانتماء الأسري بالنسبة للشباب الذي يستخدمون الفايسبوك إذ أن 72.50% لا يوافقون على عبارة " لا أفضل زيارة الأقارب إذا كانت ستؤثر على استخدامي للفيسبوك " بل هو نفس التوجه بالنسبة للعبارة الأخرى إذ يرفض 57.50% فكرة أن " استخدام الفيسبوك يشعر بالوحدة والعزلة من المحيط الأسري " و يرفضون كذلك فكرة أن استخدام الفيسبوك هو سبب الشعور بالفراغ الاجتماعي والعاطفي إذ بلغت نسبته 55% ، وجاءت نسبة عبارة " أحس بالانتماء مع جماعة أصدقائي في الفيسبوك أكثر من أسرتي 51.25% غير موافقة . وتعزز هذه النتائج ، 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 وخاصة الفيسبوك 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 الفيسبوك ؟ وهذا ما يوضحه الجدول 10 .

بالنظر الى نتائج الجدولين (16،15) الاجمالية نلاحظ أن الشباب أفراد العينة لازال لديهم الحس بالانتماء الاسري الا 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 الفيسبوك لارسال التهاني الأسري بدل زيارتهم بالمناسبات وباقي المتغيرات الأخرى. وهي نسب تدعو الى اعادة النظر في تأثير الفيسبوك على الحس بالانتماء الأسري.

الجدول 17 : قيمة التعاون و المشاركة

محايد		غير موافق		موافق		
ك	%	ك	%	ك	%	
04	5	49	61.25	27	33.75	1-أفضل تصفح الفيسبوك على مساعدة أحد أفراد أسرتي في إنشغاله
02	2.5	12	15	86	70	2-يسعدني مساعدة أحد أفراد أسرتي في انشغاله
04	05	20	25	56	70	3-أفضل تصفح الفيسبوك 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 الفيسبوك وحدهم دون مشاركة ذلك مع أحد أفراد أسرهم ، وهي نفس النسبة (أي 70%) للشباب الذين لديهم القابلية على مساعدة أحد أفراد أسرهم في انشغاله على تصفح الفيسبوك ، وهي نسبة تؤكد نتيجة المتغير الأول وهي العبارة التي تقول " أفضل تصفح الفيسبوك 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 تربيتنا وقيمنا 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 المأكّل والمشرب والمجلس
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

تحليل الجدول 18 : يظهر الجدول أن 63.75% لا يرون أن استخدام الفايسبوك جعلهم يميلون إلى تقليد الحياة الغربية في المأكّل والمشرب والمجلس . ونلاحظ 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 وهي نسبة معتبرة نوعا 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 احساس بقيمة الثوابت والآداب الدينية و الاسلامية التي نشؤا عليها الا أن هذا ليس مطلقا فهناك بعض النسب والنتائج التي تنذر وتحذر مما هو آت خاصة عدم اعطاء قيمة للوقت أو تمني وتفضيل الحياة الاغربية بما لها وعليها اذ كانت نسبتهما على التوالي 37.50% و 33.75% وهي نسب دالة الى 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 ملابسي 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 إنتقادات 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 حميمية 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 كالآتي:

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

11- 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.

12- الفترات المسائية (أول الليل وبعد منتصفه) هي أكثر الأوقات التي يتصفح فيها أفراد العينة مواقع الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك)، وذلك لعدة اعتبارات أهمها الدراسة بالإضافة الى 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.

13- تظهر نتائج الدراسة أن عينتها لديهم احساس ووعي بأهمية المعلومات الشخصية ذلك لأنهم لا يظهرون بياناتهم ولا يقومون بتحديث صفحاتهم الشخصية الا نادرا لأنها مرتبطة بمعلومات شخصية ثابتة لا تتغير.

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

15- يستخدم الشباب عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) لتحقيق عدة دوافع واشباع رغبات كثيرة أهمها اقامة علاقات اجتماعية وكتابة التعليقات والمشاركة في مجموعات النقاش وصفحات المعجبين والمشاركة في الأحداث الانسانية والاجتماعية..

والتسلية والترفيه والحصول على المعلومات والأخبار هي كذلك من أهم أسباب ودوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

16- وفيما يخص تأثير استخدام الشباب عينة الدراسة على القيم الأسرية نلاحظ أنها لم تلغها كليا ولكن سيكون لها تأثير على المدى البعيد بالنظر الى النتائج المتحصل عليها فيما يخص الجمل السلبية ودرجة الموافقة عليها ولكن اجمالا لدى الطلبة حس بالانتماء الأسري، فهذه القيمة لازالت متجذرة

ومتأصلة بالاضافة الى كل من قيمتي الاحترام والطاعة لأنها من الثوابت الثابتة لدى الأسر الجزائرية ولو أنها تتعرض لموجات كثيرة جارفة.

17- ونلاحظ كذلك أن القيم الأخرى مثل التعاون والمشاركة وقيمة السلوك الاستهلاكي لاتزال 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، ص 11
- (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 الشماليه وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دارالاعلام العلمي، عمان، الأردن، 2015، ص 199
- (4)- مروف عصام صلاح: الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دارالاعصار 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 العزعلي: 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 اليوتيوب و الفيسبوك، رسالة دكتوراه، اشرف 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)- ليلى أحمد جرار: مرجع سابق ص 167