



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر - باتنة 1 -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية

الفايسبوكية وأثرها على سلوكياتهم

دراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الفاييسبوك

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف الأستاذ الدكتور:

كمال بوقرة

إعداد الطالبة:

شهرزاد سوفي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
إسماعيل شرقي	أستاذ محاضر. أ.	جامعة باتنة 1	رئيسا
كمال بوقرة	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	مشرفا ومقررا
رضوان بلخيري	أستاذ التعليم العالي	جامعة تبسة	عضوا مناقشا
أمينة حمراني	أستاذ محاضر. أ.	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشا
زينة جدعون	أستاذ محاضر. أ.	جامعة خنشلة	عضوا مناقشا
خالد منصر	أستاذ محاضر. أ.	جامعة خنشلة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2022 / 2023

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

" قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ
أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ "

صدق الله العظيم

الآية "32" من سورة البقرة

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

أتقدم بالشكر الجزيل والامتنان للأستاذ المشرف على هذا العمل

الأستاذ الدكتور كمال بوقرة

على توجيهاته الدقيقة ونصائحه القيمة؛ وعلى الصبر ورحابة الصدر.

كذلك الشكر موصول إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة

أسعد وأنا أستفيد من ملاحظاتكم القيمة.

الشكر أيضا لكل من دفعني للنجاح، ومن ساعدني على إتمام هذا العمل

شهرزاد سوفي

الملخص

المخلص

تسعى هذه الدراسة للبحث في تمثيلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وأثرها على سلوكياتهم، بالاعتماد على المنظور القيمي الذي من خلاله تم اعتبار القيمة المتغير الأساس لبحث الظاهرة وأن أي أثر إيجابي أو سلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية مردّه الاقتران أو الابتعاد عن القيمة، هذه الأخيرة التي مصدرها الدين الإسلامي وتعمل في إطار ما جاءت به الشريعة الإسلامية "القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة"، إضافة إلى التركيز على جوهر مقرب التمثيلات الذي ننظر من خلاله للقيمة على أنها نواة مركزية لأي تمثل تحدد بذلك علاقة الشباب الجزائري بمضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية وعن طريقها - كمعرفة سابقة- يمكن تبرير السلوكيات الناجمة.

اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي التحليلي، وجمع البيانات المطلوبة قمنا بتوزيع استمارة استبيان على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من الشباب الجزائري مستخدمي الفايسبوك موزعة في كل من ولاية باتنة، ولاية الجزائر العاصمة، ولاية وهران، ولاية ورقلة.

توصلنا إلى العديد من النتائج نورد أهمها:

موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك يستقطب الشباب بشكل كبير جدا نظرا لميزاته وخدماته المتعددة، وتعد الترفيه أو التسلية أكثر دافع لاستخدام بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، وينعكس هذا الدافع في تفضيلاتهم للموضوعات الترفيهية دون غيرها على الموقع.

تنوع القيم التي تتضمنها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري بين قيم إيمانية، قيم اجتماعية، قيم إنسانية، قيم تربوية، قيم جمالية، قيم نفسية، قيم سياسية، قيم اقتصادية ويمكن لهؤلاء الشباب استيعاب هذه القيم واتخاذ سلوك العمل بها أولا، كما أنها تسهم بشكل كبير في خلق تمثيلات معينة لديهم عند تلقي أي مضمون على الموقع.

يعتقد الشباب الجزائري - عينة الدراسة - أن هناك تطابقا بين قيمهم الأصلية وبين القيم التي تتضمنها الكتابات الجدارية الفايسبوكية، وأن هذه الأخير تتماثل بشكل أو بآخر مع محيطهم ونظامهم الاجتماعي والديني والثقافي.

يحدث الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب الجزائري إذا ما اقترنت هذه الأخيرة بالقيم والعكس صحيح.

الكلمات المفتاحية: الشباب الجزائري، القيم، التمثيلات، موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

ABSTRACT

This study wish is entitled representation of Algerian youth for the principles involved in Facebook posts and their influence through survey study of sample of Algerian youth who use Facebook, depending on a value based prospective through which the principles were considered as the main variable to study the phenomenon, and any positive or negative impact of this posts is due to being related to the variable or being unrelated to it, this latter's source is the Islamic religion, it works according to what Islamic Sharia "Holy Quran and Sunnah of the prophet".

Additionally it focuses on the representation which is regarded as the central core for any representation through which it identifies the relationship of the Algerian youth to the Facebook posts content in order to justify the aftermath behaviors.

We used the descriptive systematic survey to gather the needed data we spread the survey on 400 of Algerian youth who use Facebook in the following states " Batna, Algiers; Oran, Ouagla".

Results found were as follows:

Facebook attracts young people due to it's uniqueness and different services; entertainment and amusement are biggest motive behind it's use.

It's clearly seen in their preference, they prefer fun topics than ones the principles that re involved in Facebook posts faith value, social, humane, political as well as economical principles; they can grasp these values and make use of it contributes in creating exact representations when receiving and content on the site.

Algerian youth the case study believe that there is computability between original values and Facebook values; this later matches with their environment and their social, religious and cultural environment.

A positive impact on Algerian youth is reached if the Facebook posts are associated with the values and vice versa.

Key words: Facebook, Algerian youth, values, representation, value based.

الفهارس

فهرس الموضوعات

الصفحة	العناوين
I	فهرس الموضوعات
IV	فهرس الجداول والأشكال
أ - د	مقدمة
24	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
24	I. موضوع الدراسة
24	1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
28	2. أسباب اختيار الموضوع
29	3. أهمية الدراسة
31	4. أهداف الدراسة
31	5. تحديد مفاهيم الدراسة
38	6. الدراسات السابقة
59	7. فرضيات الدراسة
60	II. الإجراءات المنهجية للدراسة
60	1. نوع الدراسة
60	2. منهج الدراسة
61	3. أداة جمع البيانات
68	4. مجتمع الدراسة والعينة
71	5. مجالات الدراسة
72	6. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
73	II. المداخل النظرية المعتمدة في الدراسة
73	1. مقرب التمثلات
80	2. نظرية الحتمية القيمية في الإعلام
90	الفصل الثاني: تمثلات الشباب للقيم
90	I. القيم
90	1. مفهوم القيم
101	2. القيم والمفاهيم المرتبطة بها

106	3. خصائص القيم ومكوناتها
109	4. تصنيفات القيم وأبعادها
116	5. مصادر القيم
117	6. وظائف القيم
120	II. الشباب
120	1. الاتجاهات المختلفة لدراسة الشباب
122	2. مفهوم الشباب
123	3. تحديد مرحلة الشباب
126	4. خصائص مرحلة الشباب
129	5. حاجات الشباب
131	6. اهتمامات الشباب
132	7. مشكلات الشباب
135	8. أهمية القيم في حياة الشباب
138	III. التمثلات
138	1. مفهوم التمثلات
145	2. خصائص التمثلات
146	3. أنواع التمثلات
147	4. بنية التمثلات
147	5. أبعاد التمثلات
148	6. وظائف التمثلات
149	7. تكوين التمثلات
152	الفصل الثالث: الكتابات الجدارية على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
152	I. مواقع الشبكات الاجتماعية
152	1. التعريف بمواقع الشبكات الاجتماعية
156	2. نشأة وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية
159	3. خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية
161	4. أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية وأشهرها
166	5. خدمات مواقع الشبكات الاجتماعية

167	6. إيجابيات وسلبيات مواقع الشبكات الاجتماعية
170	II. موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
170	1. التعريف بموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
172	2. نشأة وتطور موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
174	3. إحصائيات متعلقة بتطور استخدام فايسبوك
181	4. خصائص موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
187	5. مكونات موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
188	6. مجالات استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
193	7. الشباب واستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
195	III. الكتابات الجدارية الفايسبوكية
195	1. الكتابات الجدارية والانتقال من الواقع إلى الافتراض
197	2. المكونات التقنية للجدار الفايسبوكي
201	3. خصائص الكتابات الجدارية الفايسبوكية
202	4. القيم في الكتابات الجدارية الفايسبوكية
204	5. أثر الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب
208	الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة عرض النتائج واختبار الفرضيات
208	I. طبيعة استخدام الشباب الجزائري الشبكة الاجتماعية فايسبوك
208	1. عرض وتحليل نتائج المحور الأول
231	2. اختبار الفرضية الأولى
233	II. تمثل الشباب للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية
233	1. عرض وتحليل نتائج المحور الثاني
287	2. اختبار الفرضية الثانية
292	III. أثر الكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب الجزائري
292	1. عرض وتحليل نتائج المحور الثالث
328	2. اختبار الفرضية الثالثة
333	خاتمة/ النتائج النهائية
340	قائمة المراجع
359	الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	الجدول
65	جدول رقم (01) يبين نسبة اتفاق المحكمين على أسئلة وعبارات محاور الاستبيان.
66	جدول رقم (02) يبين معامل الثبات في أبعاد القيم وفق طريقة الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ
67	جدول رقم (03) يبين معامل الثبات في التمثل للقيم وفق طريقة الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ
67	جدول رقم (04) يبين معامل الثبات في الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية وفق طريق الاتساق الداخلي ألف كرونباخ
67	جدول رقم (05) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المنطقة الجغرافية
69	جدول رقم (06) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير النوع
69	جدول رقم (07) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي
70	جدول رقم (08) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة المدنية.
70	جدول رقم (09) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الوظيفة.
100	جدول رقم (10) يبين تصنيف القيم وفق نظرية عزي عبد الرحمن
178	جدول رقم (11) يبين توزيع عدد مستخدمي فيسبوك في البلدان العربية
179	جدول رقم (12) يبين عدد مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر من ديسمبر 2018 إلى فيفري 2021
208	جدول رقم (13) يبين سنوات استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي
210	جدول رقم (14) يبين درجة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي
212	جدول رقم (15) يبين الفترات المفضلة لدى الشباب الجزائري لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي
214	جدول رقم (16) يبين الوسيلة المفضلة عند الشباب الجزائري لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي.
216	جدول رقم (17) يبين المكان المفضل عند الشباب الجزائري لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي
218	جدول رقم (18) يبين الهوية التي يستخدم بها الشباب الجزائري موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي

220	جدول رقم (19) يبين تفضيلات الشباب الجزائري لطبيعة الأصدقاء على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي.
227	جدول رقم (20) يبين النشاط المفضل عند الشباب الجزائري أثناء استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
229	جدول رقم (21) يبين دوافع استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي.
231	جدول رقم (22) يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول عادات وأنماط استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
232	جدول رقم (23) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - لموقع فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي
232	جدول رقم (24) يبين المتوسطات الحسابية بين مستويات التعليم الأربعة
233	جدول رقم (25) يبين الترتيب حسب الأهمية لنوع الموضوعات التي يفضلها الشباب الجزائري في الكتابات الجدارية الفايسبوكية:
240	جدول رقم (26) يبين طبيعة النشر عند الشباب الجزائري على الجدار الفايسبوكي الخاص حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
242	جدول رقم (27) يبين طبيعة الموضوعات التي ينشرها الشباب الجزائري على جدار الفايسبوك الخاص بهم حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
245	جدول رقم (28) يبين الشكل الذي ينشر به الشباب الجزائري كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
248	جدول رقم (29) يبين الأشخاص الذين يتيح لهم الشباب الجزائري الإطلاع على كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
250	جدول رقم (30) يبين اللغة/ اللهجة التي يفضل الشباب الجزائري نشر كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية بها حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
253	جدول رقم (31) يبين درجة تفاعل الشباب الجزائري مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية للأصدقاء من حولهم حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
255	جدول رقم (32) يبين شكل تفاعل الشباب الجزائري مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية للأصدقاء من حولهم حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
258	جدول رقم (33) يبين لماذا لا يتفاعل الشباب الجزائري مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية للأصدقاء من حولهم حسب متغير النوع والمستوى التعليمي
260	جدول رقم (34) يبين القيم الإيمانية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.
262	جدول رقم (35) يبين القيم الإنسانية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.
265	جدول رقم (36) يبين القيم الاجتماعية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية

267	جدول رقم (37) يبين القيم الجمالية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.
269	جدول رقم (38) يبين القيم النفسية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري
272	جدول رقم (39) يبين القيم التربوية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري
275	جدول رقم (40) يبين القيم السياسية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.
277	جدول رقم (41) يبين القيم الاقتصادية التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.
279	جدول رقم (42) يبين تمثلات الشباب للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية حسب متغيري النوع والمستوى التعليمي.
287	جدول رقم (43) يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية
288	جدول رقم (44) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي
289	جدول رقم (45) يبين نتائج اختبار الفروق حول تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع
290	جدول رقم (46) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي
291	جدول رقم (47) يبين قيمة معامل الارتباط بيرسون بين تمثلات الشباب الجزائري للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية
292	جدول رقم (48) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في تعزيز القيم والحفاظ عليها
293	جدول رقم (49) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في التواصل مع الأهل والأصدقاء
294	جدول رقم (50) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في مساعدة الناس
295	جدول رقم (51) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الحصول على الكثير من المعلومات في مجالات علمية مختلفة
296	جدول رقم (52) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الارتباط والمشاركة في القضايا الإنسانية
297	جدول رقم (53) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك

	الشباب والمتمثل في الاستفادة من الثقافات الأخرى
298	جدول رقم (54) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في التسلية والترفيه
299	جدول رقم (55) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في المعرفة بمستجدات العالم الخارجي
300	جدول رقم (56) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في النظر إلى الذات والقيم والمجتمع بصورة إيجابية
301	جدول رقم (57) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في احترام خصوصيات الآخرين
302	جدول رقم (58) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في أداء الواجبات الدينية في وقتها
303	جدول رقم (59) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الحرية في التعبير عن الآراء والأفكار
304	جدول رقم (60) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الاعتزاز بالهوية والانتماء الثقافي.
305	جدول رقم (61) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الاهتمام بنظافة البيئة والمحيط.
306	جدول رقم (62) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في احترام آراء الآخرين
307	جدول رقم (63) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في احترام الديانات الأخرى
308	جدول رقم (64) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الاعتزاز باللغة
309	جدول رقم (65) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في احترام التنوع اللغوي في المجتمع
310	جدول رقم (66) يبين الأثر الإيجابي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في احترام العلم وتقدير العلماء.
311	جدول رقم (67) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الحياد تجاه القيم
312	جدول رقم (68) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في السطحية في المعلومات والثقافة
313	جدول رقم (69) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في قلة التواصل مع العائلة والأصدقاء
314	جدول رقم (70) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في التأثر بحياة النجوم والفنانين والمؤثرين الافتراضيين

315	جدول رقم (71) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في التأثر بالثقافة الغربية وقيمها
316	جدول رقم (72) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الرغبة في العيش خارج الوطن
317	جدول رقم (73) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في قلة الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية المنشورة عبر فايسبوك
318	جدول رقم (74) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في تصديق الحياة الافتراضية والنظر إليها على أنها حياة حقيقية
319	جدول رقم (75) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في كثرة استهلاك المنتجات والسلع والخدمات
320	جدول رقم (76) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الشعور بالإحباط والخوف والقلق
321	جدول رقم (77) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الشعور بالخمول والكسل
322	جدول رقم (78) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في الابتعاد عن المشاركة في القضايا الإنسانية المختلفة
323	جدول رقم (79) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في تأجيل أداء الصلاة في وقتها
324	جدول رقم (80) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في قلة التقدير للذات والمجتمع
325	جدول رقم (81) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في عدم احترام خصوصيات الآخرين
326	جدول رقم (82) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في التعصب وعدم تقبل آراء الآخرين
327	جدول رقم (83) يبين الأثر السلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب والمتمثل في التمر على صور وقصص الأشخاص
328	جدول رقم (84) يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري حسب متغير النوع
329	جدول رقم (85) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري ومتغير المستوى التعليمي
330	جدول رقم (86) يبين تحديد أثر تمثلات الشباب الجزائري عينة الدراسة للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية على طبيعة سلوكياتهم
330	جدول رقم (87) يبين معادلة الانحدار البسيط لتحديد الأثر بين التمثل والسلوك

الصفحة	الأشكال
95	شكل رقم (01) هرم يمثل القيمة ضمن مستويات الثقافة
158	شكل رقم (02) يبين التسلسل الكرونولوجي لأشهر مواقع الشبكات الاجتماعية
176	شكل رقم (03) يبين نسب استخدام الفيسبوك عبر قارات العالم.
177	شكل رقم (04) يبين أكثر البلدان استخداما لموقع فيسبوك حسب إحصائيات جانفي 2021
180	شكل رقم (05) يبين توزيع مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر وفق متغير الجنس والسنة لسنة 2018
180	شكل رقم (06) يبين توزيع مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر وفق متغير الجنس والسنة لسنة 2019.
181	شكل رقم (07) يبين توزيع مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر وفق متغير الجنس والسنة خلال 2021/2020.
198	شكل رقم (08) يبين خانة الجدار الفايسبوكي.
198	شكل رقم (09) يبين خيارات الخلفية للكتابة الجدارية المحررة
199	شكل رقم (10) يبين النشر باستعمال رموز تعبيرية للدلالة على الشعور أو النشاط المفضل.

مقدمة

مقدمة:

يعد موضوع القيم مادة دسمة للبحث يستقطب اهتمام الباحثين والدارسين من مختلف المذاهب والإيديولوجيات وكذا الحقول والتخصصات المعرفية، فقد أثير الموضوع في البحوث الفلسفية والدراسات السياسية والاقتصادية واهتمت به الأبحاث الاجتماعية والنفسية وعلم النفس الاجتماعي، كما أثار موضوع القيم اهتمام الباحثين في تخصص الإعلام والاتصال - بما فيها هذه الدراسة - وتتأتى أهمية دراسة موضوع القيم من أهمية القيم في حد ذاتها إذ تعتبر عنصرا أساسيا في تكوين الفرد وتحديد سلوكياته وتفسيرها، كما أنها محدد ومرتكز رئيسي لثقافة أي مجتمع مهما كانت درجة تطوره.

إن الاهتمام الجاد بدراسة القيم ممتد مع الإشكالات الأولى المطروحة كطبيعتها، مصدرها، قياسها ... إلى ما يشوبها اليوم من تهميش وصراع بين قيم عالمية تحاول فرضها الأنظمة الأقوى في العالم إلى الخصوصية القيمية التي تميز المجتمعات بما فيها العربية والإسلامية التي تدعى عليها الغزو الثقافي من كل الجهات في عصر من الانفتاح بلا حدود، ما جعل هذه المجتمعات تنهوى بضعف في القيم لأنها لم تتمثل بالشكل المطلوب للمرجعية الإسلامية التي يعد فيها القرآن الكريم وكذا السنة النبوية الشريفة أهم مصدر لها، وما زاد الأمر تعقيدا أن الانفتاح على الآخر وقدرة فرض قيمه على مجتمعاتنا وجد البيئة الملائمة الممثلة في وسائل الإعلام والاتصال خاصة الحديثة منها بدء بالانترنت إلى مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع فايسبوك الذي أظهر وجهه القابلية للانفتاح دون وعي من كل فئات المجتمع خاصة الشباب.

يُظهر موقع فايسبوك - جليا - تسويق نموذج جديد لقيم العالمية "قيم الحداثة والتطور" التي أفرزت بشكل كبير تأثيراتها على سلوكيات الشباب، على الرغم من متانة المرجعية القيمية لهم إلا أن القيم عندهم تواجه اهتزازات عنيفة مع هذا التسويق المدروس بعناية لتنميط السلوك بما يعكس أهداف الهيمنة والسيطرة لخدمة النموذج القيمي الموحد.

في مجال دراسة تأثيرات الإعلام بوسائله المختلفة (التقليدية والحديثة) على القيم برزت العديد من الاجتهادات النظرية لتفسير ثغرة هذا التأثير بمستوييه - الإيجابي والسلبي - على الأفراد (الشباب) ممثلة فيما أطلق عليه - المنظور القيمي أو ما يسمى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام - للمفكر عزري عبد الرحمن التي استنتج بها الظاهرة الإعلامية من زاوية قيمة تحدد أهمية اقتران كل عناصر العملية الإعلامية والاتصالية بالقيم ذات المرجعية الواضحة؛ الدين الإسلامي (القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة)، حيث تعمل هذه النظرية على تفسير الظواهر ذات العلاقة بالإعلام بخصوصية أكبر لا تتيحها النظريات الأخرى التي قمنا بإلباسها لظواهرنا الخاصة إلباسا

تعسفياً أخرج نتائجها من سياق الانتماء والخصوصية الثقافية إلى بعد التنميط بما يتوافق مع المجتمعات الغربية ؛ هذا دون التقليل من أهميتها كونها أحد أهم المرتكزات التي قامت عليها النظرية القيمية، ناجمة عن احتكاك صاحبها بمدارس النظريات الغربية لفهم نقاط قوتها وضعفها مع المجتمعات العربية والإسلامية خصوصاً.

ولأن البحث في موضوع القيم والظواهر المرتبطة بالإعلام واسع جداً ومتعدد؛ فإننا لا نبالغ إن أشرنا أن دراسة التمثل للقيمة وعلاقتها بسلوك الشباب من الأبحاث القليلة في مجال تخصصنا، وتصبح أكثر أهمية إن علمنا أنها مرتبطة بالوسيلة الأكثر استخداماً في العالم واستقطاباً للشباب - موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك - فدراسة التمثيلات في الحقل الإعلامي على غرار الحقول الإنسانية والاجتماعية الأخرى؛ موضوع دخل حيز البحث فيه مؤخراً ويمكن تصنيفه في أبحاث الإعلام على أنه في مراحله الأولى سواء كان التمثل للقيم أو الهوية أو التمثل الذاتي أو الاجتماعي... ويرتكز اهتمامنا في هذه الدراسة على التمثل للقيمة كمعرفة سابقة وصورة مستحضرة لها مرجعيتها كما ذكرناها سابقاً، تحدد طبيعة استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، هذا الذي يتيح عدة بناءات تقنية فيه لممارسة فعل الاستخدام والتمثل للقيم عن طريق الكتابات الجدارية الفاييسبوكية التي تتنوع بموضوعاتها بتنوع فئات المستخدمين وانتماءاتهم وأفكارهم واتجاهاتهم ومستوياتهم التعليمية، الثقافية، المعرفية، الاجتماعية، الاقتصادية... التي تؤثر بشكل أو بآخر على سلوكيات المستخدمين - الشباب كمجتمع بحث في دراستنا هذه - على اعتبار أنهم أساس تطور المجتمع وأكثر الفئات العمرية تبني لأي مبتكر اتصالي حديث بمحتوياته، فمن المهم جداً أن نفهم كيف يستحضر الشباب قيمهم أثناء تلقيهم محتوى الكتابات الجدارية الفاييسبوكية في شكل تمثيلات تؤثر في اختياراتهم لموضوعات دون أخرى وتقارن بين قيمهم والقيم التي تتوافد عليهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، لأنه بناء على هذا التمثل يتحدد السلوك والأثر الظاهر عليه.

على هذا الأساس تسعى دراستنا للكشف عن تمثيلات الشباب الجزائري للقيم التي تتضمنها الكتابات الجدارية الفاييسبوكية والأثر الذي تحدثه هذه الأخيرة في سلوكياتهم بتبني منظور الحتمية القيمية في الإعلام بافتراضاتها ومنهجيتها وأدواتها (المقياس الخاص بها)، إضافة إلى مقرب التمثيلات وكيف يؤسس للقيم كنواة مركزية تعطي معنى ودلالة لسلوكيات الشباب.

في إطار هذه العلاقة القائمة بين متغيرات الموضوع قمنا بهيكلة هذه الدراسة على النحو التالي:

الفصل الأول: ويتعلق بالإطار المنهجي للدراسة من خلال طرح الإشكالية وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهميتها، إضافة إلى تحديد المفاهيم وكذا الفرضيات المتعلقة بموضوع البحث، ثم قمنا بعرض للدراسات السابقة بين المحلية والعربية والأجنبية، مروراً في إطار ذات الفصل بالإجراءات المنهجية اللازمة

كتحديد نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة لاختبار الفرضيات، إلى تحديد مجتمع الدراسة والعينة ثم المجالات التي حددت مسار البحث كله.

كما قمنا بإدراج المداخل النظرية المعتمدة في هذه الدراسة (المنظور القيمي، مقترب التمثلات) ضمن هذا الفصل على اعتبار أنها مداخل تفسيرية لها أدواتها ومنهجيتها التي اعتمدها في الدراسة.

الفصل الثاني: قمنا فيه بتجميع المتغيرات الثلاث التي لها علاقة ببعضها البعض معنون بتمثلات الشباب للقيم، أفردنا مبحثا للقيم استعرضنا فيه مفهوم القيم والمفاهيم المرتبطة بها، إضافة إلى خصائصها ومكوناتها، أبعادها وتصنيفاتها، ثم مصادر القيم، يليها وظائفها في حياة الفرد والمجتمع.

كما خصصنا المبحث الثاني لتفكيك متغير الشباب بدءا باستعراض مختلف الاتجاهات المعرفية لدراسة الشباب يليها مفهوم الشباب وتحديد مرحلته العمرية ثم خصائصه، حاجاته، اهتماماته ومشكلاته وأخيرا أهمية القيم في حياة الشباب، أما المبحث الثالث فكان حول التمثلات قمنا فيه بتقديم مفهوم التمثلات عن طريق مجموعة من التعاريف الخاصة بها في حقول معرفية مختلفة، وتحديد بعض المفاهيم المقاربة لمفهوم التمثلات إضافة إلى خصائصها، أنواعها، أبعادها وأخيرا تكوين التمثلات.

الفصل الثالث: وهو الفصل المتعلق بمتغير التقنية حيث قمنا بعنونه الكتابات الجدارية على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، وهو عنوان متضمن لثلاث بنائات تقنية أفردنا لكل بناء تقني مبحثا خاصا.

المبحث الأول حول مواقع الشبكات الاجتماعية استعرضنا فيه التعريف بها، نشأتها وتطورها، خصائصه، أنواعها، إيجابياتها وسلبياتها، أما المبحث الثاني كان حول موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك كمنظومة تقنية قمنا فيه بتقديم مجموعة تعريفات له، النشأة والتطور، مروراً بالإحصائيات التي لها علاقة بتطور استخدام الموقع في العالم والوطن العربي وفي الجزائر خصوصا، ثم مكونات الموقع وأخيرا استخدام الشباب لموقع فايسبوك.

المبحث الثالث متعلق بالكتابات الجدارية وانتقالها من الواقع إلى الافتراض (فايسبوك)، إضافة إلى المكونات التقنية للجدار الفايسبوكي، يليها خصائص الكتابات الجدارية الفايسبوكية وأخيرا أثرها على سلوكيات الشباب.

الفصل الرابع: خصصنا هذا الفصل للإطار الميداني للدراسة قمنا فيه بعرض وتحليل البيانات بدءا بتفريغها في جداول وتطبيق الأسلوب الإحصائي الوصفي أولا عليها وكذا الإحصاء الاستدلالي لاختبار الفرضيات، ثم قراءة الجداول والتعليق عليها بالاستناد إلى البنائات السابقة كالإطار النظري والتوثيقي والأدبيات السابقة.

قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث محاور:

أولاً: طبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك واختبار الفرضية المتعلقة به.

ثانياً: تمثل الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية مع اختبار للفرضية المتعلقة به

ثالثاً: أثر الكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب الجزائري مع اختبار للفرضية المتعلقة به.

وفي الأخير خاتمة الدراسة التي جاءت كعرض للنتائج النهائية، تضمنت الإجابة على التساؤلات ونتائج اختبار الفرضيات المطروحة.

تشير الباحثة في نهاية هذه المقدمة أنها حاولت أن تعمل في إطار تكامل وتناسق بين كل عناصر الدراسة من جانب منهجي إلى نظري إلى توثيقي، والتركيز على ما يخدم الدراسة بعيداً عن الحشو وتغليب الكم على النوع، وإن الباحثة لا تدعي غياب النقص في العمل خاصة وأنها صادفت العديد من الصعوبات أولها حداثة نظرية الدراسة (الحمية القيمية في الإعلام) وتضارب الرؤى والانتقادات حول الأفكار التي جاءت بها وارتقائها لمستوى أن تصبح نظرية، أيضاً صعوبة دراسة التمثيلات بأدواتها الخاصة، إضافة إلى إشكالية تكييف بعض المناهج والأدوات والمقاييس على البيئة الرقمية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

I. موضوع الدراسة

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2. أسباب اختيار الموضوع

3. أهمية الدراسة

4. أهداف الدراسة

5. تحديد مفاهيم الدراسة

6. الدراسات السابقة

7. فرضيات الدراسة

II. الإجراءات المنهجية للدراسة

II] المداخل النظرية المعتمدة في الدراسة

I. موضوع الدراسة:

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

عرف العالم خلال السنوات الأخيرة من القرن العشرين وامتدادا إلى العقد الأول من الألفية الثالثة تغيرات عميقة في شتى المجالات، في مقدمتها الانفجار التكنولوجي الهائل القائم على دمج العالم في التقنية وعصر الرقمنة بفعل شبكة "الانترنت" التي تتصدر قائمة كل التطورات التكنولوجية دون منازع، بفضل ميزات التي ألغت حدود الزمن والجغرافيا وجمعت العالم في "قرية كونية" على حد تعبير مارشال ماكلوهان، فسهولتها والتفاعلية التي تتيحها وقدرتها على خلق فضاء كوني للجماعات الإنسانية المختلفة بعيدا عن أي حواجز وانتماءات وتقسيمات سياسية، دينية وعرقية... جعلتها أهم وسيلة اتصال لدى الأفراد والمجتمعات وأعظم إنجاز عرفته البشرية على الإطلاق.

وبحكم التطورات المختلفة التي صاحبت شبكة الانترنت الحاضرة لأجيال الويب المتلاحقة بما فيها **Web2.0** الذي استحدث نمطا اتصاليا جديدا - منفتحا - على كل شرائح المجتمع وأنظمته بحد معتبر من الحرية في الاستخدام والتملك والتعبير عن الرأي، عُرف هذا النمط الاتصالي التفاعلي - المفتوح - بمواقع الشبكات الاجتماعية التي بدورها أصبحت ظاهرة اتصالية كونية بفعل انتشارها وتزايد عدد مستخدميها، إضافة إلى خدماتها وميزاتها المتنوعة، فهي منصات الكترونية اجتماعية تغلغت في شتى مجالات الحياة الإنسانية والسياسية والإعلامية والاقتصادية والتعليمية...، كما تجاوزت النمط الاتصالي التقليدي الذي ينظر للجمهور على أنه مستقبل للمحتويات الإعلامية والاتصالية فقط؛ إلى التحول في دوره ليصبح بفعل مواقع الشبكات الاجتماعية مستخدما فاعلا يقوم بدور - الإرسال والاستقبال - معا.

تغلغت مواقع الشبكات الاجتماعية بكل أنواعها في حياة الأفراد، وأصبحت المتنفس الأول للتعبير عن آرائهم وأفكارهم والتواصل مع أصدقائهم في مناطق متباعدة من العالم والتقارب الثقافي وتجاوز التباين والاختلاف العرقي والديني والسياسي والتكنولوجي... وحتى المأزق الجغرافي الذي كان قبل هذه الطفرة التحولية في حياة المجتمعات البشرية عائقا يحول دون الوصول للآخر من كل أنحاء العالم.

تنوعت مواقع الشبكات الاجتماعية وتعددت منذ ظهورها واستطاعت أن تجذب إليها المستخدمين من مختلف الأعمار والجنسيات والثقافات عبر العالم، إلا أن أغلب التقارير والإحصائيات العالمية لمواقع ومراكز بحوث مختلفة اتفقت على أن موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك يحتل صدارة الاستخدام فمنذ تأسيسه إلى غاية اليوم وصل عدد مستخدميه حول العالم - حسب إحصائيات 2021 ما يفوق 2.8 مليار مستخدم¹، وهو رقم هائل

¹ يمكن العودة إلى هذه الأرقام والإحصائيات في الفصل الثالث المتعلق بموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ص 174.

يعكس فعليا المكانة التي وصل إليها موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك من حيث عدد مستخدميه ومن حيث الميادين التي تغلغل فيها سياسيا، اقتصاديا، اجتماعيا... أين رصد الدارسون تموقعه - عميقا - كمنصة افتراضية في الكثير من التحولات والحركات الاجتماعية والتغيرات السياسية والثقافية، سواء على مستوى المستخدمين كمفردة منعزلة أو على مستوى الجماعات والمجتمعات بأنظمتها المختلفة.

يرتبط نجاح موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك بخدماته المتعددة كتحميل الصور أو مقاطع الفيديو، الدردشة، القصص، مشاركة الروابط، الكتابات الجدارية... وغيرها من الخدمات التي يعمل الموقع على تحديثها باستمرار لمجاراة التطورات الحاصلة في مجال جودة الاتصال، كما يخلق موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك بيئة افتراضية أكثر مرونة للتفاعل والتواصل بين المستخدمين، والانفتاح على الآخر - المختلف دينيا وعقيدة وثقافة ولونا ومظهرا - والكشف عن وجود مجتمعات أخرى خارج "المكان" تسمى **المجتمعات الافتراضية** تجمعها روابط واهتمامات مشتركة ناتجة عن التفاعلات الحاصلة ضمن الفضاء الافتراضي - فايسبوك - الذي أشبع بالضرورة حاجة الأفراد وافتقارهم لممارسات معينة ضمن مجتمعاتهم الواقعية، فحركة الانغماس الحاصلة للمستخدم في موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك أوجدت عالما آخر بأدوار مختلفة وتمثلات أخرى للأفراد قد تكون امتدادا للواقع بأجساد افتراضية تتطابق أولا وتتطابق معه، تؤسس لحركية شاملة سلبا أو إيجابا على حياة هؤلاء الأفراد، نظرا لما يحمله هذا الفضاء والأجساد المستغرقة فيه من قيم وثقافات وآراء وأفكار ومعتقدات.

لا تعيش الجزائر بمعزل عن كل هذه التحولات فقد حرصت على أن تفتح أنظمتها ومجالاتها على التكنولوجيا بما فيها المتعلقة بالاتصال كالانترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية، وعلى غرار الإحصائيات العالمية التي تشير إلى تربع موقع فايسبوك على عرش قائمة المواقع والمنصات والتطبيقات الاجتماعية الأخرى، فقد بلغ عدد مستخدميه في الجزائر حسب إحصائيات 2021 ما يفوق 25 مليون مستخدم أي أكثر من نصف سكان الجزائر، من مختلف شرائح وفئات المجتمع، كما رصدت ذات الإحصائيات أعلى نسبة استخدام لموقع فايسبوك ممثلة في فئة الشباب من 18-24 سنة بنسبة 28.1% ومن 25 - 34 سنة بنسبة 36.7%¹.

وينجذب الشباب عادة إلى موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك نظرا لميزاته في التفاعل والتواصل الآني الذي يغيب عن النمط الاتصالي التقليدي بوسائله، فينظر لهم على أنهم أولى العناصر الاجتماعية تبني لأي مستحدث تكنولوجي اتصالي جديد بحثا عن التجديد والتغيير وإثبات الذات والتمرد على المجتمع والبحث عن الهوية عكس الفئات العمرية الأخرى - المتقدمة في السن - مثلا.

¹ يمكن العودة إلى هذه الأرقام والإحصائيات في الفصل الثالث المتعلق بموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ص 174.

إن أي مجتمع كان في مرحلة تبنيه لأي تكنولوجيا جديدة مفتوحة على العالم نجدّه يحمل هاجسا من الخوف من هذه التكنولوجيا، كحال المجتمعات العربية بصفة عامة والجزائر خاصة، هذا التخوف يعود بالأساس إلى ما يحمله موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك - على الرغم من كل ميزاته الإيجابية - فإن اندفاع الشباب إلى استخدامه بكثافة والانغماس في مضامينه من شأنه أن يؤثر على جانب مهم في حياتهم، قد يبدو واضحا في قيمهم وسلوكياتهم وهويتهم الثقافية، وينسجم موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك مع طبيعة الشباب الجزائري ووضعهم الاجتماعي والفراغ الذي يعيشونه بفعل البطالة والتسرب المدرسي ونقص المرافق بتجهيزاتها لاحتواء هذه الفئة بما يتناسب مع حاجاتهم واهتماماتهم وميولاتهم ومواهبهم... فكما يؤدي الفراغ وغياب التوجيه من طرف مؤسسات التنشئة الاجتماعية وضعف التحصين القيمي إلى الانسحاب لإدمان المخدرات أو الجريمة أو الهجرة... كذلك هذا الفراغ يؤدي إلى الاستغراق في موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك الذي يعد متنفسا للشباب الجزائري وبيئة رمزية للتعبير عن ذواتهم والإفلات من واقعهم المعاش إلى واقع افتراضي يجعلهم يتعايشون مع عوالم رمزية متعددة بأجساد افتراضية محملة بقيم وثقافات وعادات وتقاليد تتلاءم أو لا تتلاءم مع الشباب الذي يتأثر بشكل أو بآخر بثقافة مجتمعه وقيمه كما له القدرة على تقبل وتبني ما يحمله الآخر.

ويقف الوازع القيمي الذي نشأ عليه الشباب الجزائري كأهم عامل يحدد - حضوره وغيابه - الاستخدام الإيجابي أو السلبي لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، خاصة حين يتعلق الأمر بأحد خدماته الذي يستهدف موقع الفايسبوك تحديثها بميزات جديدة من وقت لآخر وهي **الكتابات الجدارية الفايسبوكية**، فالكتابة الجدارية عموما " الغرافيتي " عرفت المجتمعات منذ القدم ولازالت كظاهرة موجودة لليوم، عبر بها الإنسان عن واقعه بعبارات ورسومات ورموز وصور... باستعمال خط اليد أو النقش أو قارورات الرذاذ... في أماكن عمومية أو مغلقة محملة بموضوعات مابين الشخصية والسياسية والاجتماعية والرياضية والعاطفية... الخ، فمنها ما كان ملتزما بمعايير المجتمع وقيمه ومنها ما هو خارج عنها، وهي بالضرورة كتابات جدارية تعبر عن مكنون كاتبها مجهول الهوية في الغالب، وكحال الكثير من ممارسات وسلوكيات الشباب وأنماط التعبير عندهم التي انتقلت من الواقع إلى الافتراض فإن الكتابات الجدارية الفايسبوكية انتقل فيها الشباب من الجدار الواقعي إلى الجدار الفايسبوكي للتعبير عن ذاتهم وأفكارهم وآرائهم وواقعهم وقيمهم وتمثلاتهم وهويتهم... باستعمال رمزية النص والصورة والفيديو والكلمة.

إن الكتابات الجدارية الفايسبوكية بكل أنواعها وموضوعاتها ما هي إلا نشاط اتصالي وواجهة إسقاط يُسند عليها الشباب مرجعيتهم وكل ما يتعلق بهم وواقعهم بما فيها "القيم" التي تؤسس لانتمائهم وتعمل كضابط وموجه لسلوكياتهم عند كل اختراق أو اختلال يفرزه التعاطي مع محتويات موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك

والانفتاح على قيم الأخر - قيم الحداثة والتطور - فالقيم التي نشأ عليها الشباب الجزائري تتضح مرجعيتها وأهدافها كونها نابعة من مصدر ديني سماوي "دين الإسلام" وما جاء به من تعاليم القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ، ويعمل الشباب على تجسيدها في سلوكياتهم، ويتناقضونها تدعيماً لها - قصداً أو دون قصد - عبر كتاباتهم الجدارية الفاييسبوكية، إذ تتموضع - القيم - في نموذج واضح يتمثله الشباب ويستحضره وينظم به فهمه للواقع وأدواره عبر هذه الكتابات فيعزز بناءً على تمثلات سابقة له - للقيم - سلوكه التفاعلي مع ما يتلقاه من رموز في عالم مضطرب ومتغير بصفة متسارعة، فعملية تمثل القيم لا تتوقف على مستوى مجرد فقط، كما لا تعمل دون سلوك يمثّلها ويعبر عنها فتكون ظاهرة ومرغوبة في أفعال الشباب وتحكم كل مناحي حياتهم المختلفة وعلى هذا الأساس فإن القيم تسمو بالشباب إلى المنزلة المعنوية وهي إطار مرجعي يحتكم إليه هذا الأخير - الشباب - عند تلقي أي مضمون يعزز، يتناقض أو يتنافى مع قيمهم وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم.

من الناحية الأكاديمية اهتم الباحثون والدارسون بموضوع القيم نظراً لما يشوبه من صراع واختلال وتهميش ومحاولة فرض نموذج قيمي مستحدث يسوق لهوية كونية جديدة، إذ لا يزال موضوع القيم مادة دسمة للبحث عند مختلف المذاهب والإيديولوجيات والتخصصات المعرفية، ويعد موضوعاً مركزياً في علوم الإعلام والاتصال يعمل عليه الكثير من الباحثين والمفكرين من بينهم عزى عبد الرحمن الذي يقوم بالتأسيس لبديل نظري أطلق عليه "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" يحاول من خلاله الخروج عن سطوة النظريات الغربية بمفاهيمها وإسقاطاتها التعسفية على ظواهر لها علاقة بالإعلام ذات الخصوصية الثقافية والاجتماعية والقيمية، فيفترض أن دراسة أي محتوى بما فيه مضمون الكتابات الجدارية الفاييسبوكية لا يتم دون مرجعية قيمية - أي ترتبط أساساً بالقيم - التي مصدرها الدين الإسلامي فيكون تأثيرها إيجابياً إذا كانت وثيقة الصلة بالقيم ويكون سلبياً إذا كانت بعيدة عن القيم أو متناقضة معها، معنى ذلك أن الأثر الإيجابي والسلبى للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب يتحدد بمدى اقتراحها بالقيم أو تناقضها وابتعادها عنها.

بناءً على ما سبق طرحه فإننا نحاول تسليط الضوء في هذه الدراسة على الطريقة التي يستحضر بها الشباب الجزائري قيمهم في شكل - تمثلات - أثناء علاقتهم التفاعلية مع مضمون الكتابات الجدارية الفاييسبوكية لتوجيه سلوكياتهم وتحديد أثرها فيهم - الكتابات الجدارية الفاييسبوكية - إيجاباً أو سلباً وفق مبدأ الاقتران بالقيم من عدمه بدراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الفاييسبوك، وهذا من خلال طرح التساؤل الرئيسى التالي:

ما هي تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ؟ وما هو أثرها

على سلوكياتهم ؟

كما نحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

التساؤلات الفرعية:

المحور الأول حول طبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك

1. ما هي عادات وأتماط استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك والمتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي)

المحور الثاني حول تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية

1. ما هي طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسبوكية؟
2. ما هي القيم التي تنقلها الكتابات الجدارية الفاييسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ؟
3. كيف ينظر الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية؟
4. هل توجد علاقة ارتباطية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية والمتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي).

المحور الثالث حول آثار الكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري

1. ما هي الآثار الإيجابية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ؟
2. ما هي الآثار السلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة آثار الكتابات الجدارية الفاييسبوكية والمتغيرات السوسيو ديمغرافية للشباب الجزائري - عينة الدراسة - (النوع ، المستوى التعليمي).
4. هل هناك أثر لتمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية وطبيعة سلوكياتهم؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

يحتكم الباحث في اختياره لموضوع معين إلى عدة عوامل توصف بالذاتية والموضوعية تساعد على دراسة موضوعه دراسة علمية جادة تسهم في إثراء الرصيد المعرفي والإنساني عموماً، ويرتبط اختيارنا لهذا الموضوع بمعايير موضوعية وأخرى ذاتية نظرناها كما يلي:

- دور موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك في حياة الأفراد والمجتمعات والمكانة التي وصل إليها تنعكس في عدد مستخدميه على مستوى العالم كله والجزائر على وجه الخصوص حيث فاق عدد مستخدميه نصف سكان الجزائر عند كل فئات وشرائح المجتمع بما فيهم الشباب.
- سلوكيات الشباب وممارساتهم اليومية التي باتت ملاحظة بشكل واضح، يقوم من خلالها موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك بدور محوري في توجيه سلوكياتهم والتأثير عليهم عن طريق خدماته المتاحة بما فيها

- الكتابات الجدارية الفايبروية على اعتبارها واجهة أمامية للشباب المستخدم تعبر عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم وعاداتهم وتقاليدهم ومثلاثهم وقيمهم... بأشكال نصية مختلفة صوتا وصورة وكلمة وفيديو...
- الرغبة في بحث موضوع التمثلات لجاذبية المفهوم من جهة وغموضه الذي تسعى الباحثة إلى تفكيكه في هذه الدراسة من جهة أخرى، خاصة وأنه مفهوم حديث نسبيا في حقل علوم الإعلام والاتصال ومحاولة استنطاقه في علاقة منطقية بالظاهرة الإعلامية والاتصالية التي تتسم بالمرونة إسقاطا ودراسة مع العلوم الأخرى علم النفس، علم الاجتماع... خاصة فيما يتعلق باستعارة المفاهيم وربطها بالتخصص وهو ما انعكس فعليا من خلال دراستنا هذه.
- الوقوف على علاقة متغيرات الدراسة ببعضها البعض (القيم، الشباب، الأثر، التمثلات) والتي سنفصل في أهميتها وانعكاسها على الموضوع ككل من الناحية العلمية والعملية في العنصر المتعلق بأهمية الدراسة.
- الاهتمام على المستوى الشخصي بدراسة موضوع القيم - حضورها وغيبها - ضمن محتويات وسائل الإعلام والاتصال عموما ومحتوى الكتابات الجدارية الفايبروية خصوصا وكيف لها أن تؤثر أو توجه سلوك الشباب الجزائري بالإيجاب أو السلب.
- ميولات الباحثة نحو الدراسات القيمة والإنتاج الأكاديمي النظري الجديد المتعلق بها المتمثل في "نظرية الحتمية القيمة في الإعلام"، حيث تنتمي الباحثة إلى قائمة المساهمين في النظرية حسب ما صرح به المفكر عززي عبد الرحمن في موقعه الخاص بالنظرية¹. اسما وإنتاجا - بدء بمراحل البحث الأولى من مذكرة الليسانس إلى رسالة الماجستير إلى أطروحة الدكتوراه والتي تعمل على توظيف هذه النظرية واختبار فرضياتها، وكذا الأبحاث العلمية المنشورة في مجالات علمية مختلفة، ومشاركات في ملتقيات وأيام دراسية تتمحور النظرية دوما في مركز اهتمام الباحثة من باب تشجيع الإنتاج الفكري المحلي والعربي للتخلص من التبعية الغربية في دراسة ظواهر الإعلام من جهة ومن جهة أخرى أفكار النظرية التي تحتاج إلى الانتفاخ حولها بموضوعية وتطبيقها فعليا بالبحث والدراسة والتحليل والتفسير.

3. أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية المتغيرات التي تعالجها بحيث يمكن حصرها فيما يلي:
- أهمية موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك تأتي من المكانة التي يحتلها في حياة الأفراد انطلاقا من انتشار استخدامه وزيادة التفاف مختلف شرائح المجتمع حوله، إضافة إلى تغلغه في شتى النظم الاجتماعية والسياسية

¹ يمكنكم العودة إلى قائمة المساهمين في النظرية على الموقع الخاص للمفكر عززي عبد الرحمن صاحب نظرية الحتمية القيمة في الإعلام <http://valuemediadtheory.wordpress.com>

والثقافية... هذا التغلغل أثار جدلا حول تأثيراته المحتملة، فما يقارب 2.8 مليار مستخدم ليس بالرقم الهين الذي يتجاهله أهل الاختصاص والدارسين والباحثين، وعلى هذا تكمن أهمية هذه الدراسة في بحث جانب من تأثيرات استخدام هذا الموقع على قيم وسلوكيات الشباب.

كما تسلط الدراسة الضوء على مضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية بما تحمله من قيم، على اعتبار أن الجدار الفايسبوكي واجهة تتنوع فيها المضامين وتختلف فيها الثقافات والعادات والتقاليد ونماذج الحياة المعروضة، هذا من شأنه أن يسوق لنموذج قيمى جديد في بيئة رمزية مفتوحة ومؤثرة.

أما أهمية القيم فتكمن في دورها الأساسي في بناء المجتمع وتنظيمه وتحقيق الانسجام داخله خاصة في ظل التغيرات المتسارعة وانفتاح العالم و بروز قيم كونية جديدة - قيم الحداثة والتطور - التي تتناقضها بطبيعة الحال وسائل التواصل الاجتماعي، أين أوقعت المجتمعات العربية الإسلامية بما فيها المجتمع الجزائري بكل فئاته خاصة الشباب في حالة صراع ما بين قيمهم المستمدة أساسا من تعاليم الدين الإسلامي - القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة - وبين هذه القيم الجديدة التي تشعرهم بنوع من التحرر من المجتمع وقيوده والدين وحدوده.

لا يكفي الحديث عن أهمية القيم على مستوى نظري فقط بل يجب أن يدعم بالبحث والدراسة والتحليل على مستوى أكاديمي لتسليط الضوء على منافذ الاختراقات القيمية للتوعية أكثر، بما فيها مضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية وما تحمله من قيم يتفاعل معها الشباب ويتأثر بها وهذا ما تسعى دراستنا للكشف عنه.

في حين تظهر أهمية التمثلات في الصورة التي يستحضر بها الشباب قيمهم ومدى تمسكهم بها والتعبير عنها كأهم عنصر يمثل الهوية الثقافية لهم، فدراسة التمثلات على الرغم من أنه مفهوم مستعار من علم النفس لكنه يوجه الاهتمام للمعرفة السابقة المتشكلة في نمو الفرد وكيف تتحكم في اختياراته وتفاعلاته وتعبيراته عن ذاته، ودراستنا من الأبحاث القليلة في الجزائر التي تربط التمثلات بحقل الظواهر في علوم الإعلام والاتصال وخاصة الظواهر التي يفرزها موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

أما أهمية الشباب الجزائري فلا شك أن الاهتمام بهذه الفئة مهم جدا فهي بمثابة رأس مال اجتماعي يتحتم على كل مؤسسات المجتمع الاهتمام به لأن تقدم الشعوب مرهون بصالح شبابها، وتحاول الدراسات والأبحاث في مختلف التخصصات بما فيها علم الإعلام والاتصال بحث هذه الفئة كونها الأكثر تبنى للمبتكرات الاتصالية الحديثة وأكثرها تعرضا لمحتواها وتأثرها بها، فنتهم دراستنا بشق مهم جدا في علاقة الشباب بموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ألا وهو الكتابات الجدارية الفايسبوكية وكيف يمكن للشباب أن يتمثل لقيمه فيها ويعبر عنها ويؤثر أو يتأثر بها وينتقل بها من الواقع إلا الافتراض.

4. أهداف الدراسة:

إن تحديد الباحث لأهداف واضحة للدراسة من شأنه أن يحدد مسار البحث بشكل يضبط فيه تصوراتة نحو الموضوع والمراد الوصول إليه، وعلى هذا الأساس فإن الهدف الرئيسي من دراستنا هو التعرف على تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وأثرها على سلوكياتهم من خلال تفكيكها إلى أهداف فرعية نذكرها كما يلي:

- معرفة طبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.
- التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية وتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين هذا الاستخدام والمتغيرات السوسيو ديمغرافية "النوع، المستوى التعليمي".
- الكشف عن القيم التي تتضمنها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.
- رصد تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية واستكشاف الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين هذه التمثلات والمتغيرات السوسيو ديمغرافية "النوع، المستوى التعليمي".
- وصف الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري وتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين هذه الآثار والمتغيرات السوسيو ديمغرافية "النوع، المستوى التعليمي".
- الكشف عن العلاقة الارتباطية بين تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وطبيعة سلوكياتهم.
- لفت الانتباه للبحث بنظرية الحتمية القيمة في الإعلام على اعتبار أنها نظرية حديثة تحتاج للنزول بافتراضاتها وأدواتها إلى الميدان لإثبات ما جاءت به.
- على مستوى آخر متعلق بمسار الباحثة أكاديميا والحصول على الشهادات الجامعية - العملية - فإن الهدف من إجراء هذه الدراسة هو نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

يعمل الباحث على تحديد مصطلحات بحثه تحديدا دقيقا، يتجنب من خلاله اللبس وسوء الفهم أو التفسير المتباين للبعض منها.

فبعد مراجعة الأدبيات السابقة التي لها صلة بمفاهيم دراستنا من وجهات نظر علمية مختلفة والطريقة التي تم توظيفها بها لدى الباحثين في مختلف الاختصاصات ذات الصلة باختلاف الرؤى والتوجهات، فإننا سنقوم بتحديد بعض مفاهيم هذه الدراسة "القيم، التمثلات، الشباب، موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، الكتابات الجدارية الفايسبوكية" تحديدا إجرائيا بعد أن تم التفصيل في مكونات هذه المفاهيم على مستوى الفصول التوثيقية

المتضمنة في هذه الدراسة، عدا مفهومي "الأثر والسلوك" تم تحديدهما ضمن هذا المحور انطلاقاً من الاشتقاق اللغوي إلى الاصطلاحي إلى الإجرائي على النحو التالي:

1.5. مفهوم الأثر:

1.1.5. لغة:

يعرفه القاموس المحيط أثرٌ مُحَرَكَةٌ، بقية الشيء، جمعه: آثار وأثور، وخروج في إثره وأثره: بعده. واثترته وتأثره: تبعه، والآثار: الأعلام، والآثر: فرند السيف، وبكسره، كالأثير، جمعه: أثور وبالضم أثر الجراح بمعنى ما يبقى بعد البرء¹.

ويعرفه لسان العرب على أنه: بقية الشيء والجمع آثار وأثور وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده، واثترته تتبعت أثره (عن الفارسي) ويقال: أثر كذا وكذا بكذا وكذا أي أتبعه إياه، والآثر بالتحريك: ما بقي من رسم الشيء والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء ترك فيه أثراً².

2.1.5. اصطلاحاً:

يعرف محمد منير حجاب التأثير على أنه بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، حيث يمكن للرسالة أن تلفت انتباهه وإدراكه وقد تضيف له معلومات جديدة، كما قد تجعله يكوّن اتجاهات أخرى أو يعدّل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله أيضاً يتصرف بطريقة جديدة أو يعدّل سلوكه السابق، ويحدث التأثير وفق مستويات عديدة ابتداء بالاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي إلى تغيير على مستوى الاتجاهات إلى إقدام الفرد على سلوك علني³. يحاول هذا المفهوم الإحاطة بمختلف جوانب العملية بدء بتلقي الرسالة إلى إحداث السلوك العلني وطبعاً لا يعني التأثير حسبه على مستوى السلوك فقط بل يمتد للتعديل والتكوين والتدعيم في الاتجاهات والمواقف. يعرف خضير شعبان التأثير بأنه العملية التي يقوم بها الأفراد بتبني فكرة مستحدثة في تنظيم اجتماعي معين، للتأثير في غيرهم لمن لم يتسن لهم بعد الإيمان بالفكرة⁴.

يمتد هذا التعريف إلى النظام الاجتماعي ودوره في توجيه الأفراد إلى تبني فكرة معينة للتأثير فيهم بحيث لا تكفي وسائل الإعلام وحدها للتأثير.

ينظر نصير بوعلي للتأثير على أنه ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، هذه الرسالة قد تلفت انتباهه فيدركها وقد تضيف له

¹ مجد الدين بن يعقوب الفيروز آبادي: القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة، لبنان، 2005، ص 341.

² ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، المجلد الأول، ج9، القاهرة، ص 26.

³ محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1997، ص 175.

⁴ خضير شعبان: اللسان العربي - مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 1422هـ، ص 33.

معلومات جديدة أو تعدل سلوكه.¹ وهذا التعريف لا يختلف عمّا قدمه محمد منير حجاب سابقا، وتنظر له موسوعة علوم الإعلام والاتصال على أنه النتيجة الفعلية الظاهرة جراء التعرض لمؤثر ما.² كلا التعريفين ينظران للتأثير على أنه النتيجة النهائية الظاهرة ما يعني الأثر أكثر منه تتبع عملية انتقال الرسالة لإحداث التأثير.

كما يعرفه **عزي عبد الرحمن** على أنه ما يمكن أن تحدثه الرسالة الإعلامية أيا كانت من تبديل أو تحويل أو تعديل أو تغيير أو حتى تثبيت في آراء الجمهور أو مواقفه أو سلوكياته على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد.³ يعكس الباحث من خلال تعريفه مستويات التأثير ومداه على الفرد فيضيف بذلك بعدا جديدا لمفهوم التأثير الذي قد يكون مستمرا أو مؤقتا.

اعتمدنا في هذه الدراسة على مفهوم "الأثر" دون "التأثير" كون هذا الأخير - التأثير - يقتضي التتبع بالدراسة كعملية مستمرة من إرسال الرسالة إلى وصولها للمستقبل وملاحظة ما تحدثه من تغيير، ويتطلب ذلك الاستعانة أكثر بالمنهج التجريبي والتجربة وهو ما ليس بمقدورنا القيام به.

ويرى **عزي عبد الرحمن** أن صعوبة دراسة التأثير تكمن في عدم قدرتنا على عزل الرسالة الإعلامية عن المحيط الذي يوجد فيه المتلقي، فلا نستطيع أن نعرف هل الرسالة الإعلامية هي التي أثرت أم أنها العائلة أو الشارع أو المدرسة أو المسجد... الخ، وعليه يبقى التأثير مسألة نسبية ويتوقف على مدى تبيان الجزء الإعلامي من غيره من العوامل الأخرى التي تتدخل في التأثير كما يحدث عادة في الوضعيات المخبرية.⁴

كما يؤكد **السعيد بومعيزة** هذا الرأي حول التأثير أين يفضل الحديث عن الأثر دون التأثير لاعتبار أن هذا الأخير يطرح الكثير من المشاكل في ميدان بحوث الإعلام نظرا لصعوبة قياس طبيعته ودرجته ومصدره بالضبط، كما يستلزم مدة زمنية طويلة ونطاقا واسعا ومتنوعا من البلدان والجمهور والوسيلة، فيصبح أمر دراسة التأثير صعبا خاصة في سياق بلد نامي.⁵

وتجدر الإشارة على أن أغلب الأبحاث تتعامل مع "الأثر" و"التأثير" على أن لهما نفس المعنى، وعلى اعتبار أن "الأثر" يحمل معنى النتيجة الظاهرة القابلة للضبط والملاحظة والقياس اعتمدها بدل التأثير كمفهوم للدراسة.

¹ نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني على الشباب الجزائري: دراسة تحليلية وميدانية، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 09.

² Ahmed Slimane, Bernard Lamizet: **Dictionnaire Encyclopédique de sciences de l'information et de la communication**, Ellipse, Paris, 1997, p228.

³ عبد الرحمن عزي: علم الاجتماع الإعلامي، سلسلة دعوة إلى فهم، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010، ص 68.

⁴ المرجع نفسه، ص 68.

⁵ السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 29.

وبالعودة إلى النظرية المتبناة في هذه الدراسة "نظرية الحتمية القيمة في الإعلام" فإننا سنعمد تقسيم الآثار إلى آثار إيجابية و آثار سلبية واعتبار أن الأثر لا يتم من دون مرجعية تربط وسائل الإعلام بالقيم بحيث أنه كلما كانت محتويات وسائل الإعلام مرتبطة بالقيم كلما كان أثرها إيجابي، وكلما كانت بعيدة عن القيم أو متناقضة كان لها الأثر السلبي.¹

3.1.5. إجرائيا:

نقصد بالأثر في دراستنا هذه " النتيجة الظاهرة في سلوكات الشباب الجزائري انطلاقا من تفاعلهم مع محتويات الكتابات الجدارية على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك التي يسعى المستخدمون إلى تكييفها مع الشباب لإحداث التأثير المطلوب فيهم - معرفيا، وجدانيا، سلوكيا - ويكون هذا الأثر إيجابيا إذا كانت هذه الكتابات مرتبطة بالقيم وسلبيا إذا ابتعدت عن القيم."

2.5. مفهوم السلوك:

1.2.5. اصطلاحا:

يعرف السلوك الإنساني على أنه كل الأفعال والنشاطات التي تصدر عن الفرد سواء كانت ظاهرة أم غير ظاهرة، كما ينظر له على أنه جملة الأفعال الصادرة عن الإنسان والتي يمكن ملاحظتها وقياسها كالنشاطات الفسيولوجية والحركية أو نشاطات تتم على نحو غير ملحوظ كالتفكير والتذكر والوسواس... الخ.²

ويعتبر **مصطفى غالب** أن السلوك ليس سوى رد فعل تجاه بعض المؤثرات الخارجية التي تسمح بتكييف الموجودات الحية مع البيئة التي تعيش فيها.³

ويعتقد كل من **Wodarsk & Dziegielewski** أن السلوك الإنساني في مفهومه البسيط عبارة عن أنشطة وتفاعلات يقوم بها الفرد لتحقيق غايات معينة، قد تكون مقصودة ومخططة وقد تكون بسيطة وغير شعورية ويمكن ملاحظتها بواسطة الحواس الخمسة، ويتسم السلوك الإنساني بالتعقيد والتكرار والاستمرارية، فالغاية التي يسعى إليها الفرد تحتاج للمداومة والمتابعة، وكما أنه يوجد سلوك إيجابي يسعى لتحقيق أغراض مقبولة يوافق عليها المجتمع وتتبع لنظام معين، هناك في المقابل سلوك سلبي لا يوافق عليه المجتمع ولا على طريقة تحقيقه.⁴

¹ نصير بوعلي: الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عزي عبد الرحمن، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2002، ص66.

² حسن عبد المعطي وآخرون: تعديل السلوك - دليل علمي وعملي للآباء والمربين والعاملين مع الأشخاص العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة، دار البازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013، ص-ص 33-34.

³ مصطفى غالب: السلوك، منشورات دار ومكتبة الهلال، بيروت، 1991، ص5.

⁴ حسين حسن سلمان: السلوك الإنساني والبيئة الاجتماعية بين النظرية والتطبيق، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 2005، ص47.

يرى عبد الرحمن عيسوي أن غالبية الباحثين المعاصرين في علم النفس يركزون على فهم السلوك الخارجي الذي يمكن ملاحظته ومشاهدته، أو السلوك الذي يعني جميع الأنشطة التي يقوم بها الكائن الحي ويشمل جميع مناشط الكائن الحي "العقلية، الفسيولوجية، الداخلية والخارجية" ويختص البعض من العلماء على دراسة بعض أنواع السلوك المتمثلة في "التفكير، التعلم، التخيل، التذكر، الإدراك"، في حين يختص الفسيولوجيين بدراسة مظاهر أخرى للسلوك مثل "التنفس، الدورة الدموية، النبض، إفرازات الغدد" كما حاولت العديد من الاجتهادات والمحاولات النظر إلى السلوك على أنه سلوك فطري وسلوك مكتسب، سلوك سوي وسلوك مرضي، سلوك مقبول اجتماعيا وسلوك مضاد لمبادئ المجتمع.¹

يمتد عن السلوك الإنساني وجه آخر للنشاط ظاهر هو السلوك الاجتماعي الذي يكتسبه الفرد من المحيط الاجتماعي الذي ينتمي إليه في إطار تفاعلات حاصلة ومستمرة، فينظر للسلوك الاجتماعي للفرد على أنه يتحدد نتيجة التفاعل بينه وبين البيئة التي يعيش فيها ويتجلى أثر هذا التفاعل فيما نلاحظه من اختلاف بين سلوك الأفراد الذين ينتمون لجماعات وثقافات وحضارات متباينة.² وينبني السلوك الاجتماعي للفرد على جملة ما يحمله من توقعات ناتجة عن خبرته في سلوكه وفي سلوك الآخرين، ويتأني هذا البنيان في إطار العلاقات الاجتماعية القائمة على اشتراك الأفراد في هذه التوقعات التي تعكس الأدوار الاجتماعية المختلفة مصدرها المعايير الاجتماعية والقيم السائدة في المجتمع، وتقوم التوقعات حول هذا السلوك بناء على ما يترقبه الآخرون من الفرد أو ما يتطلبونه منه، أو من توقعاته هو عن سلوكه ذاتيا.³

ويعرف السعيد بومعيزة السلوك الاجتماعي على أنه تفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية في وضعية ما من خلال استجاباته العضوية والحركية والوجدانية والعقلية والذي يكون بدافع سواء شعر به الفرد أم لم يشعر به ويمكن ملاحظته بصفة مباشرة أو ملاحظة النتائج المترتبة عليه.⁴

2.2.5. إجرائيا:

نقصد بالسلوك في دراستنا هذه " جملة الممارسات والتصرفات وردود الأفعال الظاهرة للشباب الجزائري، - الإيجابية أو السلبية - الناتجة عن العلاقة التفاعلية القائمة بينهم وبين ما يحمله موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك من كتابات جدارية فايسبوكية تقترن أو تبتعد عن القيم التي تعتبر موجهها أساسيا للمحتوى من جهة ولسلوك الشباب من جهة أخرى، كونه يعمل كأداة تتجسد فيه القيم، وهو بدوره ينقلها عبر هذه الكتابات الجدارية الفايسبوكية".

¹ عبد الرحمن عيسوي: معالم علم النفس، دار النهضة العربية للنشر، بيروت- لبنان، 1984، ص 27.

² صبحي السيد: الإنسان وسلوكه الحضاري، منشورات جامعة عين شمس، القاهرة، 1976، ص 11.

³ جلال سعد: المرجع في علم النفس، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص- ص 22-23.

⁴ السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص 31.

3.5. مفهوم الشباب:

نقصد بالشباب في دراستنا هذه "الشباب الجزائري مستخدمى الفايـسبوك، وهم الفئة الاجتماعية الممتدة زمنيا من [18-35] سنة، هذه الفئة لها ميزاتـها وخصائصها النفسية والجسدية والاجتماعية التي تنفرد بها عن بقية الفئات العمرية الأخرى، وتعتبر أكثر العناصر الاجتماعية تقبلا لكل ما هو جديد بما فيها استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فايـسبوك، ويتأثر هؤلاء الشباب بالقيم التي اكتسبوها عن طريق كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فنجدهم يعملون بشكل أو بآخر على تناقلها أو تلقيها عن طريق الكتابات الجدارية الفايـسبوكية".

4.5. مفهوم القيم:

نتبنى في هذه الدراسة القيم من منظور الحتمية القيمية في الإعلام ونقصد بها " ما يسمو بالفرد إلى المنزلة المعنوية، وما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين - القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة - ويكون هذا الأخير مصدرها الأساسي، وتنعكس هذه القيم في شكل معايير ومبادئ وقواعد ومثل ... تصبح في تكوين الفرد عبارة عن حقائق مؤكدة تتشكل في تمثالاته وسلوكياته، فالإنسان لا يعد مصدرا للقيم وإنما أداة تتجسد فيه، معنى ذلك: أن الشباب الجزائري أداة تتجسد فيه القيم التي تعمل كإطار مرجعي يحتكم إليه عند تلقي مضمون الكتابات الجدارية الفايـسبوكية للمفاضلة بين ما هو مرغوب وغير مرغوب فتكون بذلك موجها لسلوكه، وتعد القيم التي مصدرها الدين قيم ايجابية ومادون ذلك فإنه يتأتى من علاقة - الاقتران أو الابتعاد - عن القيم".

5.5. مفهوم التمثالات:

نقصد بالتمثالات في دراستنا هذه " الطريقة التي ينظم بها الشباب فهمهم للواقع من خلال استحضار أو توظيف معرفة سابقة عن الموضوع - القيم - بحيث تسهم هذه المعرفة السابقة في تحديد تمثالاتهم التي تتشكل نتيجة تفاعل مكونات عقلية، نفسية، دينية، اجتماعية...توجه سلوك الأفراد وممارساتهم وتحدد هويتهم داخل الحقل الاجتماعي".

ونقصد بالتمثل للقيم في دراستنا هذه "الطريقة التي يستحضر بها الشباب قيمهم كمعرفة سابقة في صورة تتشكل لديهم أثناء علاقتهم التفاعلية بمضمون الكتابات الجدارية الفايـسبوكية، تحدد هذه المعرفة السابقة مستوى التماثل - التطابق - بين ما يحملونه من قيم وما يحمله الآخرون وينعكس في كتاباتهم الجدارية، ويتحدد بناء على ذلك سلوكهم فيما هو مرغوب أو غير مرغوب"

6.5. مفهوم موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك:

إن المعضلة التي تواجه المصطلحات المعبرة عن الظواهر الجديدة التي تفرزها تكنولوجيات الإعلام والاتصال تكمن مبدئياً في التسميات المختلفة "المسمى واحد"، فالفايسبوك هو أحد الوسائط أو وسائل الاتصال الجديدة "New Media" ويعد وسيطاً يدخل ضمن ما يسمى شبكات الويب الاجتماعية "Social Web" وشبكات الويب الاجتماعية يمكن تسميتها "شبكات التواصل الاجتماعي" على اعتبار أن شبكة الويب هو عنوان شبكة الانترنت العالمية WWW.

أما مصطلح "الشبكة الاجتماعية" لا يعبر بدقة عن "الويب الاجتماعي"، لأنها بالأساس ليست حكرًا على العالم الافتراضي بل إن العالم الواقعي كان أسبق في إنشاء شبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق التعاريف المدرجة في الكتب على أن فايسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية في شكل موقع إلكتروني، ويصبح من الأفضل حين يتعلق الأمر به أن يضاف له كلمة إلكتروني للتفريق بين الشبكات الاجتماعية في الواقع وفي الافتراض، في حين أن التعبير الشائع - موقع فايسبوك Site - يعد مصطلحاً تقنياً، يعني بالدرجة الأولى العنوان الإلكتروني <http://www.facebook.com> وتسميته منصة إلكترونية اجتماعية "Platform" يحيل أيضاً إلى الجانب التقني والبناء الهيكلي له كوسيط اتصالي جديد.

وعند بحث أي ظاهرة تتعلق بهذه الوسائط لا بد من الفهم الجيد لطبيعة الموضوع فإذا كان الأمر يتعلق بالفايسبوك كوسيط اتصالي فقط فإن الأقرب توظيفاً من ناحية المصطلحات هو التقنية كالقول "مواقع التواصل الاجتماعي" أو "منصات التواصل الاجتماعي"، أما إذا تعلق أمر البحث بدراسة الوظيفة الاجتماعية للفايسبوك فإنه من الأفضل استخدام مصطلح "الشبكات الاجتماعية الإلكترونية" أو "الشبكات الاجتماعية على الانترنت" وعلى هذا الأساس فإن دراستنا تركز على الفايسبوك كتقنية ووظيفة اجتماعية لذلك ارتأينا أن نطلق عليه مصطلح "موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك"

7.5. مفهوم الكتابات الجدارية الفاييسبوكية:

نقصد بالكتابات الجدارية الفاييسبوكية في دراستنا هذه " ما يتضمنه الجدار الفاييسبوكي باعتباره الواجهة الأمامية لصفحة المستخدم، والوسيلة الاسقاطية الخاصة التي يعبر فيها عما يفكر أو يشعر أو يجول في خاطره من موضوعات متنوعة على شكل كتابة جدارية معبر عنها بكلمة أو صورة أو فيديو أو رابط أو رموز وإشارات ... تعكس تماثلاته وآرائه وأفكاره وقيمه تجاه الموضوعات والقضايا التي تهمه وينشرها بالمشاركة مع العامة من الناس أو مع الأصدقاء، وتتضمن هذه الكتابات الجدارية الفاييسبوكية بالضرورة قيماً من شأنها أن تؤثر في الآخرين أو تخلق

عندهم تمثلات معينة تجاه الموضوعات التي يلقون بعد نشرها تفاعلا يكون على شكل إعجاب أو تعليق أو مشاركة لا تبقى على مستوى الافتراض فقط بل يمكن أن تمتد إلى الواقع في شكل سلوكيات.

6. الدراسات السابقة:

1.6. الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى للباحثة وهيبة بشريف بعنوان تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء

نظرية الحتمية القيمة - دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، 2018¹

سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى طرح تساؤل رئيسي مفاده: ما هو تأثير شبكة الانترنت على

قيم الشباب الجزائري وسلوكياته؟ وعملت على تفكيك هذا الإشكال إلى جملة من الافتراضات وهي:

- يتأثر الشباب بمحتويات الانترنت حسب خصائصهم الديمغرافية والسوسيوثقافية والاقتصادية.

- يساعد الانترنت الشباب على اكتساب بعض السلوكيات وتجاوز بعضها.

- المضامين الموجودة على الانترنت تعمل على تهيئد قيم الشباب كلما ابتعدت عن القيمة.

استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي وهذا بالعودة إلى طبيعة الإشكالية والفرضيات المتعلقة بها، كما

اعتمدت على استمارة الاستبيان ومقياس ASN الخاص بنظرية الحتمية القيمة في الإعلام، وقامت بتوزيع

الاستبانة على عينة حصصية وقصدية من الشباب الجزائري قدرت بـ 485 مفردة، تتراوح أعمارهم ما بين 16 -

29 سنة في كل من ولاية الجزائر العاصمة، وهران، باتنة.

توصلت الباحثة من خلال الدراسة إلى النتائج التالية:

فيما يخص النتائج المتعلقة بالاستخدام فإن الفئة العمرية للشباب ما بين 16 إلى 19 سنة هم الأكثر

استخداما للانترنت من غيرهم في مدة زمنية تمتد لأكثر من 05 سنوات، ويفضل هؤلاء الشباب استخدام

الانترنت لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ولتحميل الأغاني والبحث في محركات البحث المختلفة، وقد

برز موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على أنه الأكثر استخداما من قبل الشباب الذين يلجؤون في الغالب إلى

استخدامه بهويتهم الحقيقية ويسعون من خلاله إلى الدردشة مع الأصدقاء وأفراد العائلة من جهة ونشر مضامين

وفيدوهات ثقافية من جهة أخرى.

¹ وهيبة بشريف: تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمة- دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2018-2019.

فيما يخص النتائج المتعلقة بالسلوكيات فإن أغلب الشباب المبحوثين يتفوقون على أن محتويات الانترنت تشعرهم بالقلق والتوتر وتجعلهم غير ملتزمين بالوقت إضافة إلى اللامبالاة والسعي إلى البحث عن شريك الحياة والكذب وإهمال الفرائض الدينية وعدم الاهتمام بالعمل والتأثر بالنجوم واللاعبين الرياضيين وتقليدهم، كما أن محتويات الانترنت قد ساهمت من جهة أخرى في جعل الشباب يتعدون عن سلوك النميمة والتبذير والقمار إضافة إلى العناية بالبيئة واحترام الآخرين وزرع الاهتمام بالمشاكل الراهنة.

فيما يخص النتائج المتعلقة بالقيم فإن الانترنت قد ساهمت في تثبيت كل من قيم التنشئة الاجتماعية، قيمة العلم، قيمة التفكير والنقد، قيمة المسؤولية، الصدق، عدم الثقة في وجود العدل ، تغيير قيم التوتر والقلق، تدعيم أواصر المحبة، التضامن مع الآخرين، التقليل من احترام الشخصيات، تخطي الإساءة، الحوار، زرع العادات والتقاليد، المساواة، الإدمان، كما أن الشباب لم يوافقوا على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الشك الديني والحب قبل الزواج على اعتبار أنها قيم راسخة في المجتمع ومكتسبة لديهم من قبل كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

الدراسة الثانية للباحث رمزي جاب الله بعنوان القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها على

السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1، 2017¹

تمحورت إشكالية الدراسة أساسا حول أثر القيم التي تتضمنها صفحات الفايسبوك في السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1، وقد عبر عن هذه الإشكالية بطرح عدة تساؤلات فرعية تمثلت فيما يلي:

- ما طبيعة استخدام شباب جامعة باتنة 1 لصفحات الفايسبوك؟
 - ما هي أكثر أنواع القيم التي تتضمنها صفحات الفايسبوك حسب شباب جامعة باتنة 1؟
 - كيف يتصرف شباب جامعة باتنة 1 مع عائلاتهم وداخل الجامعة وفي المحيط العام؟
 - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين شباب جامعة باتنة 1 في سلوكهم الاجتماعي والقيم المتضمنة في الفايسبوك تعزى لمتغير الجنس؟
 - هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع القيم وأنماط السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1؟
- اعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي والمسح التحليلي، كما استخدم أداة الاستبيان التي تم تصميمها وتوزيعها إلكترونيا على عينة عنقودية مكونة من 400 مفردة من شباب جامعة باتنة 1.

¹ رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص إعلام واتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2017-2018.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخص أهمها فيما يلي:
 إن ما نسبته 73.25% من الشباب عينة الدراسة يستخدمون فايسبوك بصفة دائمة.
 كما أن 57.5% منهم يستخدمون الموقع منذ أكثر من 5 سنوات، ويقضي ما نسبته 40.5% منهم أكثر من 3 ساعات يوميا وقتا للاستخدام، وتأتي اللغة العربية بنسبة 44.3% تفضيلا للاستخدام، كما أن أكثر الصفحات تفضيلا لدى عينة الدراسة هي الصفحات العلمية وذلك بنتيجة متقاربة مع بقية صفحات الشباب.
 تعد المنشورات الكتابية من بين الأنواع المفضلة عند الشباب وذلك بنسبة 39.12%، كما أن تفضيل الصفحات عن التطبيقات الأخرى عند الشباب يعود حسبهم إلى سهولة الاستخدام وتنوع المضامين.
 توصلت الدراسة إلى أن القيم الاجتماعية هي الأكثر حضورا في صفحات الفايسبوك، أهم هذه القيم قيمة احترام الوالدين، إضافة إلى القيم الدينية التي برزت فيها قيمة طاعة الوالدين كأكثر حضورا من خلال إجابات الباحثين، وفي القيم العلمية برزت قيمة أهمية الكتاب والمكتبة، أما فيما يخص القيم الجمالية برزت قيمة الاهتمام بالموضة والأزياء، أما القيم السياسية والقيم الاقتصادية فكان حضورهما ضعيفا في إجابات الباحثين.
 بالنسبة للنتائج المتعلقة بالسلوك توصل الباحث من خلال إجابات الباحثين إلى أن السلوك الاجتماعي لأفراد العينة كان مرتفعا برز فيه احترام الوالدين والانصياع لهما أولا، يليه بعد ذلك احترام الأخوة والأخوات وأفراد العائلة وتعزية الأهل والأقارب في حالات الوفاة... في حين سلوكهم داخل الجامعة فكان معاملة الأساتذة بأدب واحترام، وبرز سلوك احترام الطابور وانتظار الدور أكثر حضورا في ما يتعلق بالمحيط العام.

الدراسة الثالثة للباحثة هالة دغمان بعنوان مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم - العلاقة بين

الواقعي والافتراضي، 2016¹

تمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو أثر استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي المستخدمين لموقع الفايسبوك؟

وتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الدوافع التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي لموقع الفايسبوك؟
- هل ساهم موقع الفايسبوك في تعزيز القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري؟
- ما مدى ارتباط الشباب الجامعي الجزائري بقيمهم في ظل استخدامهم لموقع الفايسبوك؟
- هل استخدام الشباب الجامعي الجزائري لموقع الفايسبوك أدى إلى ابتعادهم عن قيمهم؟

¹ هالة دغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم - العلاقة بين الواقعي والافتراضي - دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفايسبوك، أطروحة دكتوراه LMD، تخصص دراسات الجمهور، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، 2016-2017.

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الميداني بالعينة، واستخدمت أدوات البحث الممثلة في الاستبيان، المقابلة، الملاحظة تم تطبيقها على عينة عشوائية متعددة المراحل تكونت من 400 مفردة من جامعة باجي مختار- عنابة.

تأتي أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال هذه الدراسة كالآتي:

يعد موقع فيسبوك بمثابة فضاء افتراضي يفتح للأفراد مجالاً للتواصل وتكوين علاقات اجتماعية مع العديد من المستخدمين من أجل تبادل الآراء والأفكار والتعايش الثقافي ويستخدمه ما نسبته 65.7% من الباحثين بشكل دائم، وبكثافة كبيرة كما يمتلك أغلب الباحثين أكثر من حساب على موقع فيسبوك. تعتبر الدردشة والمراسلات عي أهم أسباب استخدام الباحثين لموقع الفيسبوك ويعد هذا الأخير موقعا شخصيا يفضل الباحثين استخدامه بمفردهم وفي أماكن خاصة.

يختلف تأثير الفيسبوك على القيم باختلاف طبيعتها ودرجة ارتباط المستخدمين بها، حيث توصلت الدراسة إلى أن ابتعاد الباحثين عن قيمة الوقت يعود لارتباطهم الدائم والمستمر بالموقع، كما يعمل الموقع على تعزيز قيمة الصدق لدى الباحثين، من جانب آخر أضعف الفيسبوك قيمة أداء الفرائض الدينية لدى أغلب الباحثين، كما ساهم الموقع في تعزيز قيمة العناية بالبيئة من خلال الحملات التحسيسية التي ينظمها مستخدمو الموقع، إضافة إلى قيمة مساعدة الغير وقيمة الطموح، وموقع الفيسبوك أثر على قيمة الأمن العائلي وقيمة الانتماء للوطن وقيمة الثقة بالنفس لدى الباحثين.

يستخدم الباحثين موقع الفيسبوك لإثبات الذات ولزيادة علاقاتهم الاجتماعية، ويرى أغلب الباحثين أن الموقع يعد بديلا ممتازا للواقع الذي يعيشون فيه حيث أصبح من الحاجات الأساسية والضرورية التي يرون وجوب امتلاكها والابتعاد عن الموقع يجعلهم بعيدين عما يحدث في العالم وأن علاقاتهم الاجتماعية الافتراضية توسعت أكثر بفعل استخدامهم لموقع فيسبوك.

الدراسة الرابعة للباحثة صونية عبديش بعنوان الشبكات الاجتماعية على الانترنت دراسة مسحية

لمستخدمي الفاييس بوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة (3.2.1) 2014¹

انطلقت هذه الدراسة التي اعتمدت بالأساس على مقرب الاستخدامات والاشباع كخلفية نظرية لفهم الظاهرة من التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو واقع استخدام طلبة جامعات الجزائر العاصمة 1، 2، 3 للشبكة الاجتماعية على الانترنت الفاييس بوك؟

تفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي استخدامات الطلبة الجامعيين الجزائريين للفاييس بوك؟

¹ صونية عبديش: الشبكات الاجتماعية على الانترنت-دراسة مسحية لمستخدمي الفاييس بوك من طلبة جامعات الجزائر (3.2.1)، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014-2015.

- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي بينها الطلبة الجامعيون الجزائريون عبر الفاييس بوك؟
 - ما هي أهم مجالات استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للفايس بوك؟
 - ما هو رأي الطلبة الجامعيين الجزائريين في بعض القضايا حول الفاييس بوك (إفشاء الذات، إشكالية الخصوصية والهوية، الهوية الافتراضية ومستقبل الشبكات الاجتماعية على الانترنت) ؟
- اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح وأداتي الاستبيان والملاحظة بالمشاركة لعينة حصرية قوامها 500 طالب وطالبة من كليات جامعات الجزائر 3.2.1.

توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

يواظب المستجوبون على استخدام الفاييس بوك حيث يقومون بتحديث حالتهم (Statut) على الأقل مرة إلى أربع مرات في الأسبوع، كما يتجه أغلبهم إلى استخدام لغة الدردشة المبتكرة على الفاييس بوك فتصدر بذلك الأحرف اللاتينية بالعربية الدارجة المرتبة الأولى، وأيقونات العواطف الدرجة الثانية .

ينفي أغلب الباحثين أن يكون مدمنين على الفاييس بوك كونهم حسب إجاباتهم لا يقضون 5 ساعات في اليوم اتصالا بحسابهم على الموقع.

يستخدم الجامعيون الفاييس بوك لإشباع العديد من الحاجات أهمها الحاجات الإدراكية ثم الحاجات الهوائية والوجدانية تليها حاجات التفاعل الاجتماعي وأخيرا حاجات التغيير، كما عبر الباحثين عن دوافعهم بتصدر الدوافع المعرفية سلم الترتيب تليها الدوافع الطقوسية فالدوافع الاجتماعية ثالثا ثم جاء دوافع إرضاء الذات رابعا.

توصلت الدراسة أيضا إلى أن العلاقة ما بين استخدام الفاييس بوك والرأسمال الاجتماعي غير واسعة لدى الباحثين، فأفراد العينة لا يثقون في أصدقائهم الفاييسبوكيين مع ذلك يشعرون بالانتماء والولاء للمجموعات الافتراضية كونها تمكنهم من الحديث والتعبير دون قيود ويلبها تقاسم نفس الأذواق والأهداف والاهتمامات والمصالح المشتركة إضافة إلى الشعور بحميمية العلاقات مع الأصدقاء الفاييسبوكيين وأخيرا تقاسم نفس الاعتقادات والعادات والقيم، ويعطي الفاييس بوك فرصة للعلاقات الاجتماعية الكلاسيكية من خلال العلاقات الافتراضية عبره فهو يوسع الشبكة الاجتماعية للأفراد ويعمل على القضاء على العزلة ويساعد الباحثين على البقاء في تواصل مع العائلة والأصدقاء وتجاوز الخجل والانطواء، من جانب آخر عبرت نسبة من أفراد العينة عن كون الفاييس بوك يعد تهديدا للعلاقات الاجتماعية التقليدية من خلال تأثيره على العادات والتقاليد وتدني المشاركة في المناسبات العائلية وتعزيز الشعور بالوحدة والعزلة والاكنتاب، إضافة إلى تأثيره على العلاقات الزوجية وتراجع تأثير الأسرة على الأبناء إضافة إلى إنكار الآخر المختلف.

إن غالبية الطلبة الجامعيين يتفاعلون مع محتوى الصفحات الاجتماعية والعلمية على الفاييس بوك ويقل اهتمامهم بالمجال الثقافي والسياسي والاقتصادي، كما أنهم لا يثقون كثيرا في المعلومات الدينية المنشورة على الموقع.

بالنسبة لإفشاء الذات فإن أغلبية الباحثين لا يفشون بذاتهم عبر الفاييس، مع ذلك تجدهم يستخدمون اسما حقيقي مع صورة غير شخصية تجسيدا للهوية المستعارة وهناك من يستخدمه صورة واسما مستعارا خوفا من الاختراق والاحتيال والقرصنة...

الدراسة الخامسة للباحثة أمينة نبيح بعنوان اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي - دراسة ميدانية لمستخدمي Facebook في الجزائر، 2012¹

تمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل الآتي: ما هي اتجاهات مستخدمي Facebook كنموذج من الاتصال الرقمي في الجزائر؟

تضمنت الدراسة التساؤلات الفرعية التالية:

- فيم تتمثل وظائف وخصائص الاتصال الرقمي كنوع اتصالي جديد؟
 - ما هي عادات ودوافع استخدام الجزائريين لموقع Facebook في حياتهم اليومية؟
 - ما هو أثر الموضوعات والقضايا التي تناقش في Facebook على اتجاهات مستخدميه؟
 - ما هي اتجاهات مستخدمي موقع Facebook نحوه كنموذج من نماذج الاتصال الرقمي؟
- استخدمت الباحثة المنهج المسحي والمقاربة الوصفية، إضافة إلى المنهج الوصفي التحليلي كما اعتمدت على أداة بناء وثيقة الأسئلة الخاصة بتقنية الاستمارة كأداة لجمع البيانات موزعة بطريقتين طريق البريد الإلكتروني والطريقة الرقمية المبعوثة عن العينات غير الاحتمالية (كرة الثلج) وعينة (التطوع) مكونة من 400 مفردة من مجموع المستخدمين الحقيقيين والافتراضيين.

توصلت الباحثة من خلال الدراسة إلى النتائج التالية:

أغلب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ذكور وأن الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 18 إلى 24 سنة هي الأكثر استخداما لموقع التواصل الاجتماعي Facebook.

كما تبين أن أكثر أفراد العينة المستخدمين لموقع Facebook ذو مستوى جامعي، وتختلف دوافع الاستخدام واهتمامات المستخدمين بحسب المتغيرات الشخصية والحالة الاجتماعية، كما أن العلاقة التي تربط

¹ أمينة نبيح: اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي - دراسة ميدانية لمستخدمي Facebook في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص مجتمع المعلومات، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، 2012-2013.

أفراد العينة بأسرهم الصغيرة علاقة قوية وممتينة ما قد ينعكس إيجابا في استخدامهم السوي لموقع Facebook، وأن علاقاتهم مع أقاربهم متوسطة لا هي قوية ولا هي ضعيفة.

أثبتت الدراسة أن مدة استخدام الموقع هي من سنه إلى سنتين وأن أغلب أفراد العينة يقضون ما يقارب ساعة واحدة في الاستخدام.

أظهرت الدراسة أن معظم كتابات المستخدمين وإدراجاتهم على الموقع ليست شخصية ونسبة قليلة منهم شخصية، كما أن أغلب إدراجاتهم ومضامينهم اجتماعية بالدرجة الأولى تليها الموضوعات الثقافية.

يشعر موقع Facebook المستخدمين بالسعادة والراحة النفسية، كما أنه يقضي لديهم على شعور الوحدة والعزلة على اعتبار أنه متنفس فعال للواقع، كما يجد المستخدمون في الموقع فضاء للشعور بالحرية في التعبير عن أفكارهم وآرائهم، ويعتبرون موقع Facebook وسيلة لتخفيف وطأة الشعور بالإحباط والتوتر اليومي كما يساهم في تكوين علاقات مع أشخاص جدد في العالم الافتراضي ويقوي صلة التجمعات الافتراضية.

يعزز موقع Facebook حسب أفراد العينة المشاعر الحميمة التي يصعب معايشتها واقعا بسبب قيود المجتمع، وأن الانقطاع عن استخدام الموقع يسبب توترات نفسية، كما يؤدي الاستخدام المفرط للموقع في عدم قدرة الباحثين على التوفيق بين الاستخدام وأداء الشعائر الدينية خاصة الصلاة في وقتها.

تشير أيضا اجابات الباحثين إلى أن موقع Facebook يساهم في زيادة اكتساب المعارف الدينية وإثراء الفكر الثقافي والشخصي لمستخدميه

موقع Facebook يساعد على تغذية الأزمات السياسية بأنواعها، كما أنه فضاء للحريات الشخصية والممارسات الديمقراطية

موقع Facebook يعد ملاذا للتخفيف عن المعاناة النفسية والهروب من المشاكل الواقعية، كما أنه فضاء لأصحاب الشخصيات المرضية المغرورة، المعقدة، النرجسية.

موقع Facebook يقدم خدمات ترفيهية وإخبارية وتثقيفية في شتى المجالات كما أنه يساعد على معايشة الحداثة بعدم الخضوع للتقاليد، ويؤدي أيضا إلى تهديد الهوية الثقافية ومستقبل اللغة العربية في ظل تعدد اللغات الأجنبية وتفاقم استخدام العامية عبره.

2.6. الدراسات العربية:

الدراسة الأولى للباحث إبراهيم قائد أحمد بعنوان استخدامات الطلبة اليمنيين للفيـسبوك والاشباعات المتحققة منه، 2017¹

تسعى هذه الدراسة للكشف عن دوافع استخدام الشباب اليمني للفيـسبوك والاشباعات التي يحققها لهم وقد قام الباحث بطرح عدة تساؤلات لبحث الموضوع ندرجها فيما يلي:

- ما مستوى استخدام الطلبة اليمنيين لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؟
- ما دوافع تعرض الطلاب الجامعيين للفيـسبوك؟
- ما هي الاشباعات التي تتحقق للطلاب من استخدام الفيـسبوك؟
- هل هناك فروق في الاستخدام والاشباعات وفقاً لمتغير الجنس؟
- هل هناك فروق في هذه العلاقة وفقاً للجنس والحالة الاجتماعية؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي، في حين تكونت العينة من 322 مفردة من جامعتي صنعاء وذمار باليمن خلال الموسم الجامعي 2015-2016، واعتمد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات.

توصل الباحث من خلال المعالجة الإحصائية للبيانات المتحصل عليها على النتائج التالية: بالنسبة لدوافع استخدام الطلبة لموقع الفايـسبوك فقد جاءت مرتفعة في المؤشرات التالية: متابعة الأحداث والأخبار، البقاء على اتصال مع الأصدقاء، جمع المعلومات التي تهم الطالب، إحياء صداقات قديمة، معرفة ما يدور في هذا الموقع، البقاء على اتصال مع العائلة والمقربين، التعبير عن الرأي والأفكار الخاصة، التواصل مع أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة.

أما مستوى الاشباعات المحققة من استخدام الطلبة للموقع جاءت مرتفعة في المؤشرات التالية: التزود بموضوعات جديدة، الموضوعات التي يتصفحها الطلبة تعبر عما يدور في أنفسهم، المتعة عند قراءة منشورات الأصدقاء، التفكير في مواضيع عديدة، تسهيل التواصل مع الأصدقاء في المناسبات الاجتماعية بدلاً من الحضور الفعلي، رفع مستوى التعاون مع الآخرين، احترام الآخرين لشخص الطالب المستخدم.

¹ إبراهيم قائد أحمد: استخدامات الطلبة اليمنيين للفيـسبوك والاشباعات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 26، السنة التاسعة، مارس 2017.

الدراسة الثانية للباحث ممدوح منيزل فليح الشرعة بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، 2017¹

تتمحور مشكلة الدراسة أساساً حول علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالمنظومة القيمية، حيث يهدف الباحث من خلالها إلى الإجابة على التساؤل الآتي: ما هو أثر استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية؟ ويطرح بناء على ذلك جملة من التساؤلات الفرعية:

- ما هو غرض استخدام طلبة الجامعة الهاشمية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ما العلاقة بين استخدام طلبة الجامعة الهاشمية لمواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى الطلبة أنفسهم وبدلالة إحصائية باختلاف الجنس؟
 - هل هناك ارتباط بين أثر استخدام طلبة الجامعة الهاشمية لمواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الدينية والأخلاقية لديهم وبدلالة إحصائية؟
- استخدم الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة واختار عينة قصدية ممثلة في طلبة الجامعة الهاشمية خلال الموسم الجامعي 2014-2015 وبلغ عدد مفردات العينة 210 مفردة تم توزيع استمارة الاستبيان عليهم.

توصل الباحث من خلال دراسته إلى النتائج التالية

مواقع التواصل الاجتماعي تحفز الطلبة على إفشاء السلام بينهم وبين أصدقائهم.

تغرس مواقع التواصل الاجتماعي في أنفس الطلبة خصلة الاعتذار عن الأخطاء.

يشجع الطلبة بعضهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي للإعجاب بالصفحات الدينية.

يرى الطلبة أن بعض ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الدين ليس صحيحاً.

تساعد مواقع التواصل الاجتماعي الطلبة على إحياء المناسبات الدينية.

يستخدم الطلبة اللغة العربية أكثر للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يفضل الطلبة نشاط الدردشة أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي.

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى الطلبة هو موقع فايسبوك.

يفضل الطلبة إضافة أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من غيرهم وأغلب من يقومون بإضافتهم لقائمة الأصدقاء هم من دول أخرى.

يفضل الطلبة نشر أخبارهم الخاصة على موقع فايسبوك أكثر من غيره من المواقع.

¹ ممدوح منيزل فليح الشرعة: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن ، مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد 44، 4، ملحق 8، الجامعة الأردنية، 2017، ص-ص 113-130.

أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أثر استخدام طلبة الجامعة الهاشمية لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث أكثر، كما تبين أن هناك ارتباط دال إحصائياً بين أثر مواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى الطلبة ولكنه ارتباط ضعيف.

الدراسة الثالثة للباحث وسام طایل البشاشبة بعنوان دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيس بوك، تويتر)، دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجاً، 2012.¹

انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي: ما هي دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) واشباعاتها لرغباتهم؟ وبالعودة إلى المدخل النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات والاشباعيات يطرح الباحث جملة تساؤلات فرعية كالآتي:

- ما هي الدوافع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الاشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما علاقة المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والاشباعات المتحققة؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان لجمع البيانات على عينة عشوائية مكونة من 425 مفردة من الجامعتين الأردنية والبتراء.

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يستخدم موقع فيسبوك ما نسبته 87.6% من الطلبة بدافع التواصل مع الأقارب والأهل وذلك بنسبة 89.17% إضافة إلى الترفيه والتسلية بنسبة 87.03%، ولغرض الدراسة بنسبة 79.08% في حين جاءت نسبة البحث عن أصدقاء الطفولة 78.59%، معرفة الأخبار السياسية بنسبة 74.51%، معرفة الأخبار الفنية بنسبة 73.93%، إقامة علاقات اجتماعية بنسبة 73.39%.

أما عن الاشباعات المتحققة للطلبة جراء استخدامهم لموقع فيسبوك تمثلت في الآتي:

¹ وسام طایل البشاشبة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها -فيس بوك، تويتر- دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجاً، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013.

الإشباع الاجتماعي تمثل في خلق جو اجتماعي وتواصل مع الزملاء بنسبة 86.21%

الإشباع المعرفي تمثل في طرح أفكار جديد بنسبة 81.06%.

الإشباع النفسي يتجاوز الخجل والعزلة النفسية وفتح آفاق تواصلية جديدة وتقييم الذات بنسب متقاربة.

الإشباع الروحي من خلال الحصول على المعارف الدينية بنسبة 74.4%.

الإشباع العلمي بمناقشة الطلبة بعضهم بعض في المحتوى الدراسي بنسبة 70.19%.

الإشباع الاقتصادي عن طريق الحصول على فرص عمل أفضل.

كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة بالجامعتين يقلل من الشعور بالنقص ويحقق

الاتزان النفسي لديهم كما يساعدهم على تطوير المعارف التقنية لديهم وكان أقل إشباع تحقق لديهم هو تحقق

الإشباع العاطفي.

الدراسة الرابعة للباحث نصر الدين لعياضي بعنوان الشباب في دولة الإمارات والشبكات

الاجتماعية الافتراضية - مقارنة للتمثلات والاستخدامات، 2011.¹

تدور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي الآتي: هل تنتج شبكة الانترنت علاقات جديدة في

سياق زماني ومكاني جديد أم أنها تعيد إنتاج العلاقات الاجتماعية القائمة ولا تعد سوى وسيطا يعمل على

ترسيخها؟

ولمعالجة هذه الإشكالية استعان الباحث بمجموعة أسئلة توجه البحث وتؤطره وهي كالتالي:

- هل أن تمثل الشبكات الاجتماعية الافتراضية هو ذاته لدى الشباب في دولة الإمارات؟

- هل يتدخل الجنس والجنسية في صياغة تمثل الشباب في دولة الإمارات للشبكات الاجتماعية

الافتراضية وبالتالي في استخدامها؟

- هل أن الفئة الأصغر سنا من الشباب هي الأكثر إلماما واستخداما للشبكات الاجتماعية الافتراضية

كما تؤكد بعض البحوث الإمبريقية التي جرت في بعض الدول الغربية؟

- هل تعمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية على تشكيل علاقات اجتماعية جديدة أو تعيد إنتاج

العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع وتوسع انتشارها فقط؟

استخدم الباحث منهج المسح الوصفي واعتمد على أداة الاستبيان وجهت لعينة غير احتمالية قوامها

115 مفردة تتراوح سنهم ما بين 15-30 سنة.

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نلخص أهمها:

¹ نصر الدين لعياضي: الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية - مقارنة للتمثلات والاستخدامات، مجلة أفكار وآفاق، العدد2، جامعة الجزائر2، جويلية- ديسمبر 2011، ص-ص 65-93.

للفيس بوك أهمية كبرى في دولة الإمارات ويأتي على رأس قائمة الشبكات الاجتماعية الأكثر زيارة، حيث يستخدمه ما نسبته 47% من الشباب إذ يعد بالنسبة لهم وسيطا لإبراز الذات ولبناء علاقات جديدة أو تعزيز تلك القائمة التي لا تقف فقط عند الاشتراك في الصور أو شرائط الفيديو.

إن أكبر نسبة من الشباب في دولة الإمارات 91% تسعى من خلال اشتراكها في شبكة فيس بوك إلى تكوين مجموعة من الأصدقاء، ويليهما إنشاء صفحات خاصة للتعريف بالذات أو تقديم الذات للآخرين من الأصدقاء وذلك بنسبة 54%.

يستخدم الشباب في دولة الإمارات الفاييس بوك لمحاربة العزلة والقضاء على الملل وتطوير القدرات التقنية، إضافة إلى تكوين صداقات مع الجنسين، وأغلبهم يميل إلى تكوين هذه الصداقات من بلدهم أو جنسيتهم. حسب الشباب في دولة الإمارات فإن الفاييس بوك يعيد إنتاج الواقع المعاش، ويساهم في تعزيز الهوية الجماعية القائمة على الدين والثقافة واللغة.

شبكة الفاييس بوك ليست فقط تجسيدا لبروز مملكة الأنا Ego واستعراض النرجسية بل إنها تثير مجموعة من القضايا ذات الطابع الإشكالي في المجتمع العربي على رأسها اعتبار الفاييس بوك امتدادا للأنا Ego ويتعرض الفضاء العمومي للتفتت والانحراف كما أنه يحرر الفرد بغض النظر عن مكانته وانتمائه ويستح فرص التعبير عن الآراء ونشر الأفكار ما يؤدي إلى خلخلة المعايير الاجتماعية السائدة التي تولي أهمية للتراتبية الاجتماعية والسلطوية التي على أساسها تبنى سلطة القول.

شبكة الفاييس بوك تنمي سلطة الأنا لأنها تتمحور على التعبير عن الذات وليس الجماعة، فالمشترك في هذه الشبكة يرى صورته فيها ويتلقى انعكاساتها في أصدقائه ومعارفه، ويعد الفاييس بوك مساحة لتجريب الأنا.

الدراسة الخامسة للباحث عبد الكريم العجمي الزباني بعنوان استخدامات وتمثلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها - الفيس بوك نموذجا - دراسة ميدانية لعينة من طلاب قسم الإعلام بجامعة الفاتح وناصر الأممية في ليبيا، 2010.¹

تقوم هذه الدراسة على إشكالية أساسية تتمحور حول محاولة فهم إقبال الشباب الليبي في جامعتي طرابلس وناصر الأممية على استخدام موقع فاييس بوك وتحديد الاشباعات التي يوفرها الموقع دون غيره.

¹ عبد الكريم العجمي الزباني : استخدامات وتمثلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها - الفيس بوك أنموذجا - دراسة ميدانية لعينة من طلاب قسم الإعلام بجامعة الفاتح وناصر الأممية في ليبيا، كلية الفنون والإعلام، جامعة الفاتح، ليبيا، مارس 2010.

تقوم الدراسة على فرضية مفادها أن طبيعة المجتمعات والحواجز المبررة وغير المبررة التي تفرضها على الشباب ورفضهم الالتزام بالكثير منها، دفعهم للتمرد إلكترونيا باستخدام الأدوات التي يتيحها موقع فايس بوك.

يقدم الباحث مجموعة من التساؤلات لتفكيك إشكالية الدراسة نظرحها كما يلي:

- ما هو موقع فايس بوك وما طبيعة الخدمة التي يقدمها كأحد أهم الشبكات الاجتماعية الافتراضية على شبكة الانترنت؟

- ما مدى استخدام الشباب الليبي لهذا الموقع ومعرفتهم له؟

- ما طبيعة استخدام الشباب الليبي لخدمات موقع فايس بوك من حيث نمط الاستخدام؟

- ما دوافع استخدام الشباب الليبي لموقع فايس بوك؟

- ما الاشباع المتحققة للشباب الليبي من خلال استخدامهم لموقع فايس بوك؟

- ما درجة مناسبة مضمون الموقع مع الثقافة والقيم السائدة في المجتمع؟

استهدفت هذه الدراسة الشباب الليبي من جامعتي طرابلس وجامعة ناصر الأممية في ليبيا وقد استخدم الباحث أسلوب المسح بالعينة لمجموعة شباب تتراوح أعمارهم ما بين 18-24 سنة وبلغ عدد مفردات العينة 229 مفردة من كلا الجنسين، وتم توزيع استمارة الاستبيان عليهم.

توصل الباحث إلى جملة من النتائج نلخصها فيما يلي:

يستخدم ما نسبته 50% من العينة المبحوثة موقع فايس بوك ويقضون فيه ثلث الوقت اتصالا خلال اليوم، وتعتبر نسبة 15.2% منهم مدمنين على الموقع خاصة الإناث.

يرى ما نسبته 71.4% من الشباب الليبي أن الموقع يقدم خدمات ممتازة، في حين 20.9% منهم يرون أن الخدمات التي يقدمها لا تعكس الشهرة التي حظرت بها ولا تبرر الإقبال الجماهيري الكبير للتسجيل فيه.

يستخدم ما نسبته 44.7% من الشباب الليبي الموقع لتكوين صداقات و نسبة 24.7% للتعبير عن الآراء والأفكار بعيدا عن آليات الرقابة التقليدي، كما يستخدم ما نسبته 14.3% الموقع للبحث عن المجموعات والصفحات ذات الاهتمامات المشتركة للانضمام إليها وتشكيل كتل يعكس اهتمامهم وتصوراتهم.

يحقق الفايس بوك للمبحوثين اشباعا عديدة كتكوين الصداقات والبقاء على تواصل مع الأصدقاء، إضافة إلى التسلية والتعبير عن الآراء والأفكار والمعتقدات والانضمام إلى المجموعات والصفحات.

يرى ما نسبته 25.2% من المبحوثين أن الموقع يعارض الثقافة والقيم التي تميز المجتمع الليبي خاصة فيما يتعلق بالعلاقات بين الجنسين والتي يعبر عنها بمنشورات تتعارض وتعاليم الدين الإسلامي.

كما يرى ما نسبته 21.9% عكس ذلك ويعتبرون أن طريقة الاستخدام للتطبيقات التي يوفرها الموقع هي التي تحدد ما إذا كان هذا الأخير يتعارض مع القيم والثقافة السائدة في المجتمع.

يعتبر ما نسبته 25.2% من مفردات العينة أن الواقع الافتراضي الذي يوفره موقع فايس بوك يشكل لهم بديلا عن الواقع الحقيقي، في حين نسبة 33.8% يرون أن الواقع الافتراضي يكمل الواقع الفعلي بإلغاء حاجزي الزمان والمكان والجمع بين الأشخاص البعيدين وخلق مناخ للتعبير عن الآراء والأفكار مع هامش حرية محدود جدا من الرقابة، أما 40.9% من العينة المبحوثة لا يعتبرون موقع فايس بوك بدلا عن الواقع الاجتماعي الذي يعيشونه لأنهم ارتباطهم يكون أكثر بالحياة الحقيقية.

3.6. الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى للباحث **Abhijit Paul** بعنوان أثر الفاييسوك على الشباب الحضري - دراسة في

مدينة كولكاتا - ميتربوليتان، 2017.¹

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في تأثير استخدام الفاييسوك بين الشباب الحضري في مدينة كولكاتا، وتبيان أهمية الموقع في حياتهم اليومية إضافة إلى إظهار العلاقة بين موقع فايسوك والحالة التعليمية للمستخدم مع تحديد كيف يمكن للفييسوك أن يكون أحد أسباب السلوكيات المنحرفة عند الشباب.

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح ووقعت عينة الدراسة على مجموعة من ثانويات مختلفة بالمنطقة محل الدراسة - كولكاتا - واعتمد الباحث على أداة الاستبيان.

توصل الباحث من خلال الدراسة إلى عدة نتائج من بينها ما يلي:

يصنف تأثير الفيسوك على الشباب إلى قسمين: التأثير الإيجابي والتأثير السلبي، فبالنسبة للتأثيرات الإيجابية فإن الفيسوك حسب إجابات المبحوثين له أهمية تعليمية كبيرة كونه يحمل مخزون هائل من المعلومات المتوفرة في المجموعات والصفحات التعليمية وصفحات وسائل الإعلام والمصادر الأخرى التي بدورها تسمح للشباب بالحصول على المعلومات الأساسية فور تحديثها.

يعد الفاييسوك وسيلة ترفيه افتراضية يستخدمها الشباب لمشاركة النكت، مقاطع الفيديو، قصص...

حسب إجابات المبحوثين يعد الفاييسوك وسيلة اتصال افتراضية تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين في أي وقت وزمان عبر جميع أنحاء العالم.

الفايسوك يتميز عن باقي وسائل الاتصال الأخرى بأنه أقل تكلفة وأقل مجهود.

¹ Abhijit Paul: **Impact of Facebook on urban youth—a study on Kolkata metropolitan**, International journal of research in social sciences, V7, Issue7, U.S.A, July 2017.

يعمل الفايـسبوك على تنمية الثقافة العامة للشباب في مدينة كولكاتا كما يسهم في جعلهم أكثر إطلاعا على الثقافات المجتمعية الأخرى.

في حين تتمثل التأثيرات السلبية لموقع الفايـسبوك حسب إجابات الباحثين حيث يرى الشباب في مدينة كولكاتا أن الاستخدام المكثف للفيـسبوك لفترات طويلة طيلة اليوم الواحد يجعلهم يعانون من الكثير من الاضطرابات الجسدية والعقلية كضعف البصر، التهاب الفـقرات، ألم الأطراف والأصابع، قلة التركيز، النسيان... إضافة إلى اضطرابات نفسية حيث يجعلهم في كثير من الأحيان يتصرفون بـعدوانية مع أصدقائهم وزملائهم وعائلاتهم وحتى الوالدين، كما أنه يؤدي بهم للشعور بالإحباط والوحدة دون أي سبب مقنع.

يسبب الفايـسبوك للشباب الشعور بالإحباط جراء الاستخدام المفرط له، كما أنه يؤثر كثير في قيمهم الأخلاقية وعلاقتهم الاجتماعية.

يعد إهدار الوقت من أكثر التأثيرات السلبية التي يفرزها موقع فايـسبوك حسب إجابات الباحثين، كما أنه يسهم بشكل أو بآخر في نقل الشباب إلى واقع آخر يدفعهم للانفصال عن عالمهم الحقيقي والاستغراق في قصص العالم الافتراضي.

الدراسة الثانية للباحثين Ursula.O , Andrés.Ch, Vanessa.R بعنوان التمثل الذاتي

للمراهقين عبر فايـسبوك، 2016.¹

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مدى تمثل المراهقين لأنفسهم وفقا للتصور النمطي الجنساني (الجنـدر) من خـال ملفاتهم الشخصية على موقع فايـسبوك.

اعتمدت هذه الدراسة على عينة قوامها 623 مستخدم لـموقع فايـسبوك من تلاميذ المرحلة الثانوية من بينهم 331 أنثى تتراوح أعمارهم ما بين 12-16 سنة ويملكون حسابات شخصية على موقع فايـسبوك وبهوياتهم الحقيقية، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

من خلال النشاط الذاتي للمراهقين عينة الدراسة عبر ملفاتهم الشخصية على موقع فايـسبوك تبين وجود تطابق في تمثالتهم لذواتهم من جهة وكيف يراهم الآخرون عبر الموقع من جهة أخرى، ويبدو التصور النمطي الجنساني أقل وضوحا عند النوعين ذكورا وإناثا، حيث يعبرون عن ذاتهم أنهم أشخاص عاديون وأن تقديرهم الذاتي بدأ منخفضا من خلال إجاباتهم.

¹ Usula Oberst and others: **Gender stereotypes 2.0– Self representation of adolescents on facebook**, Media Education Research Journal, Communicar,N48,V XXIV,2016.

تؤكد نتائج الدراسة على أن تمثل المراهقين لذواتهم عبر موقع فايسبوك حقيقي حيث لا يظهر هناك اختلاف بين ما هو موجود في حالتهم على ملفاتهم الشخصية وبين واقعهم.

تنظر الإناث لذواتهن نظرة أقل انخفاضاً من الذكور، وتعتبر أن متغير السن هو الذي سيحدد مستقبلاً تمثلهن للأنثى النموذجية على عكس الذكور الذين يعتبرون أكثر وصفاً لذواتهم بالذكورة النموذجية أو العالية. ينظر المراهقون لأنفسهم أنهم أقل تمايزاً جنسانياً من الكبار من جنسهم سواء في تمثلهم الذاتي أو في تمثيلهم لذواتهم على موقع فايسبوك.

يبدو الرضا النفسي عن الذات منخفضاً أكثر عند الإناث مقارنة بالذكور الذين ينتجون تمثيلات ذاتية دقيقة في ملفاتهم الشخصية على موقع فايسبوك ويميلون إلى تقديم تصور ذاتي أقل تمايزاً من الناحية الجنسانية في تمثيلهم لذواتهم.

توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن موقع فايسبوك يعتبر مرآة عاكسة لإدارة الذات من خلال الصورة التي يقدمها المستخدم والتي تكون أكثر وضوحاً منها في السياقات الأخرى.

الدراسة الثالثة للباحثة Rita Njorge بعنوان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب في

تغيير السلوك - دراسة حالة الطلبة بجامعات مختارة في نيروبي - كينيا، 2013.¹

تهدف هذه الدراسة للبحث في علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بتغيير السلوك عند الشباب الجامعي الكيني من خلال معرفة طريقة استخدامهم لهذه الوسائل وآثارها على سلوكياتهم.

اعتمدت الدراسة على مجموعة تساؤلات فرعية نذكرها كما يلي:

- كيف يستخدم الشباب الجامعي الكيني مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية؟
- إلى أي مدى يفضل الشباب الجامعي في كينيا مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال بديلة عن الوسائل التقليدية؟

- ما هي تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في سلوك الشباب الجامعي في كينيا؟

- ما هي مخاطر استخدام الشباب الجامعي في كينيا لمواقع التواصل الاجتماعي؟

وزعت أداة الاستبيان على عينة من خمس جامعات تتمركز كلها حول مدينة نيروبي.

توصلت الباحثة من خلال الدراسة إلى النتائج التالية:

¹ Rita Njorge: **Impact of social media among the youth on behavior change- A case study of university students in selected universities in Nairobi-Kenya**, master thesis in communication, studies of the school of journalism and mass communication, university of Nairobi, 2013, p-p 1-71.

يستخدم الشباب في كينيا وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير ويقضون وقتنا أطول في الاستخدام ما بين 2-5 ساعات يوميا.

يتصدر موقع فايسبوك قائمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما يليها الواتس آب ثم تويتر. يستخدم الشباب في كينيا مواقع التواصل الاجتماعي من هواتفهم المحمولة ويفضلون نشاط الدردشة والرسائل النصية أكثر من غيرها.

يفضل الشباب الجامعي في كينيا وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية بالعودة إلى ميزة هذه المواقع في إرسال وتلقي الرسائل في الوقت الفعلي لها وشكل أسرع وفوري، إضافة إلى شعور الاستقلالية الذي تضفيه مواقع التواصل الاجتماعي بعيد عن الرقابة خاصة الأبوية منها، كما تعطيه هذه المواقع مكانة اجتماعية بين أصدقائهم ومعارفهم.

كشفت الدراسة عن وجود تأثيرات مختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب حيث وافق أغلب الباحثين على أن هذه الوسائل ساعدتهم في الحفاظ على التواصل مع أصدقائهم القدامى وجعلت التفاعل أسهل من خلال إرسال الرسائل واستقبالها، إضافة إلى إمكانية مشاركة الأصدقاء الأخبار والنشر على صفحات بعضهم البعض خاصة عبر موقع فايسبوك.

كما أظهرت النتائج أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تجعل الشباب يشعرون بالكسل والخمول وإضاعة الوقت الذي من الممكن استهلاكه في القيام بأمر أكثر فائدة كالقراءة مثلا. يرى الباحثون من الشباب الجامعي في كينيا أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ضروري وأنه لا يمكنهم الاستغناء عنها.

الدراسة الرابعة للباحث **Georges Funny** بعنوان سيميوطيقا التمثلات الذاتية في الوسائط

التفاعلية - التواجد الرقمي، 2007.¹

ركزت الباحثة في إشكالية دراستها على موضوع الهوية الافتراضية التي أطلقت عليها مسمى التواجد الرقمي المرتبط أساسا بالتطور التكنولوجي والتحويلات الاجتماعية للويب 2.0 وقد حددت الباحثة ثلاث مكونات أساسية للتواجد الرقمي نذكرها كما يلي:

المكون الأول يعبر عن الهوية التصريحية والتي تعني المعلومات التي يصرح بها المستخدم فور ولوجه لمواقع التواصل الاجتماعي.

¹ Georges Funny: **sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs – Lexis Numérique**, L'linguistiques, Université Panthéon, Sorbonne , Paris, 2007.

المكون الثاني يعبر عن الهوية الفعالة أو النشطة والتي تظهر من تفاعلات المستخدم مع المحتوى من جهة ومع غيره من المستخدمين من جهة أخرى من خلال النشر، التعليق، المشاركة ...

المكون الثالث ويعبر عن الهوية المنتجة التي تعكسها البيانات الكمية والكيفية المسجلة في الإعدادات الرقمية للحسابات المنتجة.

تنظر الباحثة من خلال هذه الدراسة للتواجد الرقمي في علاقته مع الذات أن الفرد يبني تمثلات تفاعلية على شبكة الانترنت خلقت حضورا وتواجدا للجسد الثاني والذات الأخرى الممثلة في الكائن الافتراضي على منصات التواصل الاجتماعي.

استحدثت الباحثة في دراستها مقارنة مفاهيمية اجتماعية وتقنية للهوية الرقمية من خلال التمثلات الذاتية التي تجسدت في بعد اجتماعي أفرزته شبكات التواصل الاجتماعي وجعلت منه عالما موازيا للعالم الحقيقي يسمح للمستخدم بالعيش فيه حياة ثانية مستعارة يعبر عنها برموز وصور تمثله إلى حد ما وتكون ممتدة لمؤهلاته الثقافية والمعرفية.

أجرت الباحثة من خلا هذه الدراسة مقارنة للتمثلات الذاتية للتواجد الرقمي بين كل من موقعي فايسبوك و ماي سبيس عبر دراسة بيانات وملفات مستخدمي الموقعين وأثبتت أن التواجد الرقمي يقوم على التصريح بالهوية أولا يليه التفاعل والنشاط مع مستخدمين آخري ثم الإنتاجية الرقمية، كما تعرفت على الآثار الثقافية للتواجد الرقمي على الموقعين وأطلقت نموذجا أسمته النموذج السيميوطيقي المقارن والإحصائي للهوية الرقمية.

الدراسة الخامسة للباحثين **Jacque.P, Christian- Marie P , Luck.G** بعنوان الشباب

والانترنت - دراسة في التمثل، الاستخدام، التملك، 2002.¹

أجريت هذه الدراسة في كل من جامعتي (Montréal -Sherbrooke) على عينة من الشباب خلال موسم 2001-2002 وهي دراسة ممتدة عن دراسة سابقة حول المراهقين والانترنت.

تسعى هذه الدراسة للكشف عن علاقة الشباب بالانترنت انطلاقا من ثلاث أبعاد أساسية هي:

بعد التمثل **Représentation** الذي ينعكس فيما يحمله الشباب من تصورات (صور) حول

الانترنت والكيفية التي يتعاملون بها مع المحتويات ومع الوسيلة سواء بالتعود عليها أم لا.

¹ Jacque Piette, Christian- Marie Pons, Luck Guirro: **Les jeunes et internet-représentation, utilisation, appropriation**, rapport final de l'enquête menée au Québec dans le cadre du projet de recherche international, département de communication, université de Montréal, Ministère de la culture et des communications, Gouvernement de Québec, février 2001.

بعد الاستخدام Utilisation ونسعى من خلاله إلى فهم السياق الحقيقي وظروف الشباب في استخدام الانترنت من خلال تحديد طبيعة الاستخدام -مكانا وزمانا- وطرائق الاستخدام.

بعد التملك Appropriation ويعني هذا البعد درجة اندماج الشباب مع الانترنت وحضورها في حياتهم اليومية ودورها.

تم تحديد مجال الدراسة بالاعتماد على قياس مدى تفاعل الشباب مع الانترنت في كل من البيت، الجامعة، الأماكن العمومية.. على اعتبار أن كل مجال يفرض نمط استخدام معين للانترنت.

استخدم الباحثون استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة مكونة من 2500 مفردة موزعة على 6 دول بلجيكا، فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، البرتغال، كيبك.

توصلت الدراسة إلى نتائج كثيرة نلخص أهمها:

يحمل أغلب الباحثين تمثلات إيجابية حول الانترنت ويعتبرونها ثورة في مجال الاتصال لما لها من ميزات متعددة كسهولة الاستخدام والوصول للمعلومات كما توفر عامل التسلية والترفيه من خلال الألعاب والمحدثات، كما نال استحسان الباحثين قدرة الانترنت على الاتصال بالآخرين وربط علاقات الأفراد بعضهم ببعض.

يعتبر الشباب أن المعلومات المتاحة عبر الانترنت تتميز بقدر من المصداقية بالرغم من أنهم لا يعتمدون كثيرا بمصداقية المعلومات غير تلك التي تنشر عبر الصفحات الخاصة ومساحات التعبير الشخصية التي يرونها ذاتية وتعكس الأشخاص بذواتهم.

لا يعتبر الباحثون أن الانترنت تشكل خطرا على الهوية الثقافية ويرون أن استخدام اللغة الإنجليزية أمر مستحسن ولا يهدد لغتهم الأصلية فالانترنت حسبهم تتيح التواصل الحر بمختلف اللغات على عكس وسائل الإعلام الأخرى.

يفضل الشباب استخدام الانترنت من حواسيبهم الخاصة وبمفردهم باستثناء جلسات الأصدقاء، كما لا ينظرون للانترنت على أنها سبب في العزلة بل يعتبرونها وسيطا فعالا للبقاء على تواصل مع الآخرين.

تسمح الانترنت للشباب مشاهدة وتحميل مختلف المحتويات أفلام، موسيقى، ألعاب... وإجراء المحادثات دون رقابة خاصة المتعلقة بالأولياء إلا فيما يتعلق بفترات الجلوس أمام الحاسوب.

يستخدم الشباب الانترنت عادة لإجراء المحادثات مع الأصدقاء أو لإيجاد أصدقاء جدد أو لربط علاقات صداقة قديمة .

تساعد الانترنت الشباب للقيام بأداء مهامهم إذ لا يعتبرونها وسيلة ترفيه فقط، كما أن وجود الانترنت في حياتهم مرتبط بمدى توافر خط ربط بالشبكة، هذا ما يجعلهم يفضلون استخدامها بشكل دائم في المنزل لأنه يتيح

لهم الحرية في الاستخدام وبقما يشاءون أكثر من المدرسة والجامعة والفضاءات العمومية الأخرى، كما يفضل الشباب جماعات الأصدقاء بحيث يوجد هناك تماثل مشترك بينهم في عادات وأنماط الاستخدام وتبدو الحواجز بينهم ضعيفة جدا لاستهلاك المحتوى الواحد معا دون رقابة أو حرج أو خوف.

4.6. التعليق على الدراسات السابقة:

توصلت الباحثة بعد إجراء مسح لعدد كبير من الدراسات السابقة أو المشاهدة إلى وجود كم معتبر من الأبحاث ذات الصلة بموضوع الدراسة وبدا واضحا صعوبة إدراجها جميعها أو حتى الجزء الأكبر منها لاعتبارات البحث العلمي ومحاولة تجاوز ثغرة تغليب الكم على النوع، لكن لا ننكر أن هذه الدراسات شكلت حجر الأساس لبحثنا هذا، ابتداء من تلك المتعلقة بوسائل الإعلام والانترنت و إفرازاتها وعلاقتها بسلوكيات الشباب وقيمهم، مروراً بمواقع التواصل الاجتماعي التي تنوعت موضوعاتها ومناهجها ومقارباتها النظرية، وكذا مقارنة التمثيلات التي لم تتضح كثيراً في الدراسات الإعلامية والاتصالية كون المفهوم حديث نسبياً على التخصص بالرغم من أهمية البحث فيه انطلاقاً من وجود فضاء افتراضي يوازي الفضاء العمومي الواقعي الذي خلق أجساد افتراضية بهويات ثقافية وبدائل وممارسات تتماثل مع الحقيقة إلى حد كبير، ما يعني بناء تمثيلات جديدة للذات الافتراضية وممارساتها تنطبق أو لا تنطبق مع ما يحمله المستخدم من تمثيلات عن واقعه الحقيقي.

إضافة إلى موضوع القيم الذي لا يغيب عن الدارسين في شتى المجالات والاختصاصات لأهميتها من جهة وللإختراق الذي تتعرض له من جهة أخرى بين كل طفرة تطور تكنولوجي وتحول اجتماعي خاصة ما تفرزه اليوم مواقع التواصل الاجتماعي.

على هذا الأساس إن الدراسات السابقة - التي ذكرناها سالفاً، أو التي لم نذكرها والبعض منها اعتمدها في مراحل مختلفة من البحث - بما فيهم دراستنا كلها تتموقع في مجال التراكمات العلمية التي هي تنمة لبحوث أو إشكالات سابقة.

قد اعتمدنا في اختيارنا لهذه الدراسات على معايير منطقية ممثلة فيما يلي:

معيار التنوع الزمني، المكاني لحصر الدراسات الأنسب لبناء أوجه المقارنة في التحليل باختلاف الزمان والمكان والقيم والعادات... وكذا فهم امتداد تأثير الوسائل الاتصالية الحديثة على سلوك الشباب وقيمهم.

معيار الاقتراب من متغيرات الدراسة منها التمثيل، الشباب، القيم، مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) ظاهرياً في العنوان أو حتى في مراحل البحث دون بروزها في العنوان.

معيار الضبط المنهجي ووضوح الأهداف فمن الضروري اختيار الدراسات التي تتضح إجراءاتها المنهجية للاستفادة من الطروحات السابقة.

وعلى هذا الأساس جاءت استفادتنا من الدراسات السابقة على النحو التالي:

بالنسبة للدراسات المحلية ذات البيئة المشتركة ومجتمع الدراسة الواحد الممثل في الشباب فقد استفدنا منها - جملة دون تخصيص - في الجانب المنهجي من تحديد الإشكالية وصياغة التساؤلات والفرضيات إلى تصميم أداة الدراسة وتحديد طريقة اختيار عينة البحث بحكم مجتمع الدراسة ضخـم ويصعب الوصول أو التحكم فيه، إضافة إلى الاستفادة العينية في الجانب التوثيقي من فصول تعالج متغيرات الدراسة.

من الناحية النظرية بالرغم من تنوع المقاربات المستخدمة في كل دراسة ودراسة لكن الدعم الحقيقي الذي استفدناه من دراسة الباحثة وهيبة بشريف التي تبنت منظور الحتمية القيمية في الإعلام وهو نفس المنظور المتبنى في هذه الدراسة خاصة أن هذه النظرية تتعرض - إن لم نقل تعاني - من محاولة تهميشها أو تغييبها وعدم الاعتراف بها على الساحة الأكاديمية بمبررات لا ترقى أغلبها للواقعية العلمية مع ذلك اهتمام الباحثين بها يتزايد في كل مرحلة.

بالنسبة للدراسات العربية استفدنا على وجه الخصوص من دراسة الباحث نصر الدين لعياضي خاصة فيما يتعلق بعنصر التمثلات على غرار الدراسات العربية الأخرى التي عنونت بالتمثل، لكن حيثيات ونتائج البحث كانت تصب أكثر في دراسة الاستخدام والإشباع أكثر منه التمثلات، إضافة إلى التحليل المعمق للباحث فيما يتعلق بعلاقة الفيسبوك بالتمثلات الذاتية للشباب أين اعتمدنا على ذلك في تحليل النتائج، في حين الدراسات العربية الأخرى فقد كانت داعما لتصوراتنا المنهجية حول الموضوع وضبط الإشكالية وما لفت انتباهنا هو المحاولة الجادة لإسقاط نظرية الاستخدامات والاشباع على البيئة الافتراضية ممارسة وسلوكا ونمطا في الاستخدام.

بالنسبة للدراسات الأجنبية برغم اختلاف سياقات البحث جغرافيا، زمنيا، قيما، ثقافيا... إلا أنها كانت الأوضح في نظرنا دراسة للتمثل، واعتبرت مصدر مهم للتعلم في المفهوم وكذا تأثير الفيسبوك على الشباب، كما نشير أنها لم تقتصر فقط على الشباب بل امتدت لفئة المراهقين، وكانت الدراسات أغلبها مكونة من مجموعة باحثين من جنسيات مختلفة وما زاد هذه الدراسات قيمة علمية هو تغطيتها عدة دول وبينة تفوق 2000 مفردة.

تميزت هذه الدراسات الأجنبية بالتنوع المنهجي ما بين المناهج الكمية والمناهج الكيفية هذا ما جعل تصورنا لبحثنا يتضح أكثر في أنسب منهج للبحث به.

وقعت هذه الدراسات الأجنبية كما العربية في الخلط ما بين دراسة التملك للوسيلة أو الاستخدام فكانت حيثيات الدراسة تصب أكثر في أنماط الاستخدام دون التملك.

الدراسات الأجنبية وجهتنا بشكل أو بآخر عبر قائمة المراجع إلى مصادر ومراجع أخرى من شأنها أن

تدعم بحثنا معرفيا

7. فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا يختلف استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك من حيث عادات وأنماط الاستخدام، باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي).

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية الثانية: لا تختلف طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفاييسبوكية

وتمثلاتهم للقيم المتضمنة فيها باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي)

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير النوع.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير النوع.

4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

5. توجد علاقة ارتباطية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفاييسبوكية.

الفرضية الثالثة: لا تختلف آثار الكتابات الجدارية الفاييسبوكية على الشباب الجزائري باختلاف

المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع ، المستوى التعليمي).

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير النوع.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير المستوى التعليمي.

3. يوجد أثر لتمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية وطبيعة سلوكياتهم؟

II. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة المعنونة بـ: تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايبريكية وأثرها على سلوكياتهم - دراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الفايبريكيوك - إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والقيم والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة وفق النظم والمؤسسات الإعلامية، وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر مع غيرها في إطار فرضية يمكن اختبارها.¹

فالدراسات الوصفية لا تقف عند حدود جمع المعلومات والبيانات فقط بل تحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة المدروسة.² على هذا الأساس فإن دراستنا هذه - في إطار الدراسات الوصفية - تهدف إلى وصف التمثل للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايبريكية وعلاقتها بالآثار المحتملة التي تحدثها في سلوك الشباب الجزائري مستخدمي الفايبريكيوك من منظور قيمي يحدد أبعاد هذه القيم من جهة وأنماط استخدام الوسيلة إلى الآثار الإيجابية والسلبية من جهة أخرى.

كما تنتمي الدراسة إلى الدراسات الكمية التي تعد أكثر البحوث شيوعاً من قبل الباحثين وتعرف بأنها تلك البحوث التي تستخدم الأرقام في تحليل بياناتها وتخضع لشروط الصدق والثبات وتعالج البيانات إحصائياً، ويمكن تعميم نتائجها على المجتمع الأصلي وهي تعتمد في الأساس على البحوث المسحية التي تعنى بجمع البيانات من خلال أدوات قياس كمية، فالهدف من البحوث الكمية هو التأكد من صدق الظاهرة ودراسة المجتمع الأصلي للعينات ودراسة السلوك وملاحظة الظواهر التي يمكن ملاحظتها.³ وهذا ما سيظهر تفصيلاً في منهج دراستنا وأدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المعتمدة.

2. منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه تلك الطريقة العلمية التي ينتهجها أي دارس أو باحث في دراسته وتحليله لظاهرة معينة أو لمعالجته مسألة معينة وفق خطوات بحث محددة من أجل الوصول إلى المعرفة اليقينية بشأن موضوع الدراسة والتحليل.⁴

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص13.

² سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص- ص 131-132.

³ منال هلال المراهرة: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان- الأردن، 2014، ص 154.

⁴ عبد الناصر جندلي: تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.س.ط)، ص14.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي التحليلي والذي يعرف على أنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكياتهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها ما يوفر جانباً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية.¹ من خلال هذا المنهج نسعى للكشف عن التمثلات للقيم ضمن الكتابات الجدارية الفاييسبوكية وتحليل هذه التمثلات، إضافة عادات وأنماط الاستخدام للوسيلة وهذا كوضع حالي قيد الدراسة، والأثر الإيجابي والسلبي على سلوك الشباب، إضافة إلى تحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية وفق المتغيرات السوسيو ديمغرافية "الجنس، الحالة المدنية، المستوى التعليمي" وتحديد العلاقة الارتباطية وشدتها بين المتغيرات - موجودة أو غير موجودة - كعلاقة تمثل الشباب للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية وطبيعة سلوكياتهم.

3. أداة جمع البيانات:

تمثل أدوات جمع البيانات نقطة التلاقي بين البناء المفهومي لمشكلة البحث والواقع المراد دراسته من جهة أخرى، فهذه الأدوات تستمد وجودها من كونها تسمح للباحث بالتوجه نحو الواقع لجمع المعلومات الضرورية للإجابة عن مشكلة بحثه.²

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان والتي تستخدم لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المركبة بأسلوب منطقي، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.³

كما تعرف على أنها: "أداة يستخدمها الباحث على نطاق واسع للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، إضافة إلى استخدامها في البحوث التي تقيس الاتجاهات والآراء والخبرات السابقة وربطها بالسلوك الحالي، ومن خلال الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده وتقنيته ويقوم المحيّب بملئه بنفسه، ويسلم لعينة كبيرة نسبياً من أفراد مجتمع البحث، ويجب أن تكون ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائه."⁴

وإن اعتمدنا على هذه الأداة يعود للأسباب التالية:

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 158.
² مويرس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 234.
³ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2000، ص82.
⁴ فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة دار الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص 116.

- تتناسب الاستبانة مع موضوع الدراسة ونوعها والأهداف المراد الوصول إليها وكذا نوع المنهج.
- ضخامة وتشتت الجمهور المستهدف (الشباب الجزائري مستخدمي الفايسبوك) وقدرة أداة الاستبيان على تغطية أكبر قدر ممكن من هذا المجتمع الموزع عبر مناطق جغرافية متباعدة في الجزائر (شرق، غرب، شمال، جنوب)
- حاجة الدراسة إلى الكثير من الحقائق الوصفية التي توفرها استمارة الاستبيان وبدقة أكبر من غيرها من الأدوات الأخرى، كحقائق متعلقة بعادات وأمط استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك والكتابات الجدارية فيه، والتمثل للقيم، وطبيعة الأثر(سليبي أو إيجابي)، إضافة إلى نوع القيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية.
- أتاحت لنا تقنية الاستمارة توظيف المقياس المناسب لجمع البيانات كمقياس "ASN" لقياس القيم الذي تقترحه " نظرية الحتمية القيمية في الإعلام " ومقياس الاتجاه "Likert" لتحديد بعض المواقف للشباب الجزائري حول القيم والتمثلات والآثار المحتملة للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكياتهم.
- تساعدنا استمارة الاستبيان من خلال ميزة "التقنين" على توفير التجانس بشكل كبير سهّل عملية تصنيف وتبويب البيانات المتحصل عليها واستخلاص النتائج.

1.3. تصميم استمارة الاستبيان: قمنا بتصميم الأداة بالاعتماد على مقياسين أساسيين هما:

1.1.3. مقياس (ASN) أو (ع س ن):

هو أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين، وهو مقياس خاص بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام، يدرس "القيمة" حضورا وفعالية في المحتوى أو المتلقي "السلوك"، أخذ بعين الاعتبار خصوصية كل مجتمع عند تطبيقه، إذ ينظر إليه على أنه أشمل وأكثر عالمية انطلاقا من الأبعاد الاثني عشر المقترحة والتي تتناغم مع نظرة الإنسان وتسعى إلى الأرقى ولا تنحدر إلى الغرائز والأهواء.

يمكن اعتماد مقياس (ASN) أو (ع س ن) في دراسة عدة مجالات من البحث الإعلامي كدراسة الجمهور، تحليل المحتوى، المقابلة الحوارية التأويلية... أو أي عنصر من عناصر العملية الإعلامية والاتصالية.

تسميته مقياس (ASN) أو (ع س ن) هو اختصار لأسماء الباحثين الثلاث الذين طوروا وحكموا الأداة.

ع - عبد الرحمن عزي A-Abderahmen Azzi

س - السعيد بومعيزة S-Said Boumaiza

ن - نصير بوعلي N- Nacir Bouali

تم اقتراح اثني عشرة بعدا للقيم في هذا المقياس " بعد إيماني، زمني، مكاني، اتصالي، لساني، نفسي، اجتماعي، اقتصادي، تربوي، سياسي، جمالي، إنساني " وكل بعد يحمل مجموعة قيم يرى صاحب النظرية أنها ليست ثابتة إذ يمكن للباحث أن يضيف أو يحذف أي قيمة بما يتوافق مع أهداف بحثه وتصميم أدواته¹.

اعتمدنا على المقياس في تصميم استمارة الاستبيان حيث قمنا بتوظيف سلم القيم كما تضمنها المقياس باختيار أبعاد معينة نخدم موضوعنا تمثلت في " القيم الإيمانية، الإنسانية، الاجتماعية، الجمالية، النفسية، التربوية، السياسية، الاقتصادية " وكل بعد تضمن مجموعة قيم. تتم الإجابة عن مدى حضورها وفعاليتها باعتماد مقياس "ليكرت" ثلاثي الأبعاد، إضافة إلى تحديد مؤشرات الآثار الإيجابية والسلبية كما تقترحها نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وترجمت في مقياس (ASN) أو (ع س ن) مع تبسيط لغتها ومفاهيمها بما يتوافق مع أهداف ومجتمع الدراسة وكذا اعتماد مقياس "ليكرت" ثلاثي الأبعاد للإجابة عن هذه المؤشرات.

2.1.3. مقياس التقديرات "Likert" "ليكرت" :

يتسم هذا المقياس بالبساطة والوضوح في إعداده وتطبيقه بخلاف مقاييس الاتجاهات الأخرى، فتقدير وزن كل عبارة منه تعود للمبحوث ذاته وليس المحكمين، ويتم بناءه واستخراج درجاته على النحو التالي:

- اقتراح سلسلة كافية من العبارات الخاصة بالاتجاه المراد قياسه، ثم إخضاع تلك الاقتراحات للتجربة على عينة من المبحوثين لحذف ما هو غير ملائم منها، يتم بعدها تنقيط الإجابات من 5 إلى 1: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.
- نقوم بتحليل شكل استجابة المبحوثين لكل عبارة أو اقتراح، ثم تحكيمه واختبار الصدق والثبات وبعدها استخراج درجات الاتجاه بتحديد الإجابة عن كل فقرة أو اقتراح في المقياس بخمس مستويات، تأتي عكسية في حالة العبارات السلبية أي عبارة ايجابية (موافق بشد 5، موافق 4، محايد 3، غير موافق 2، غير موافق بشدة 1) وعبارة سلبية (موافق بشدة 1، موافق 2، محايد 3، غير موافق 4، غير موافق بشدة 5).
- قد يكفي في المقياس بثلاث مستويات أو تقديرات (موافق، محايد، غير موافق) وهذا بالعودة للمستوى الثقافي والتعليمي للمبحوثين نظرا لصعوبة تمييزهم بين التقديرات الخمسة، وكذلك الأمر في حالة العبارة الايجابية (موافق 3، محايد 2، غير موافق 1) والعبارة السلبية (موافق 1، محايد 2، غير موافق 3).²

اعتمدنا في هذه الدراسة على عبارات مقياس "ليكرت" ثلاثي الأبعاد (موافق، محايد، معارض) نظرا لتباين المستوى الثقافي والتعليمي للفئة المبحوثة.

¹ عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013، ص-ص 82-90.

² فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص-ص 243-247.

2.3. محاور استمارة الاستبيان:

حاولنا عند تصميم الاستبانة وإعداد الأسئلة العمل على موافقتها لغرض الدراسة وأهدافها، لتصبح قابلة للإجابة على تساؤلات البحث، حيث بدت الرؤية الشخصية للباحثة واضحة انطلاقاً مما طرحه نظرية الحتمية القيمية من افتراضات حول الآثار الإيجابية والسلبية، وكذا ما يطرحه مقياس القيم (ASN)؛ من أبعاد وقيم اعتمدها في تصميم الأداة، حيث كانت محكمة نظرياً، وتم صياغة الأسئلة بما يتوافق مع كل شروط صياغتها من الوضوح، الدقة، بساطة التعبير ليفهمها المبحوثين وتتم الإجابة عليها، ثم عرض الاستمارة الأولية على الأستاذ المشرف الذي عدّل فيها من حيث الأسئلة، صياغتها، هيكلتها وترتيبها، وتضمنت المحاور التالية:

المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية للشباب الجزائري عينة الدراسة.

يحتوي هذا المحور على البيانات الشخصية للمبحوثين كالنوع، المستوى التعليمي، الحالة المدنية، الوظيفة.

المحور الثاني: طبيعة استخدام الشباب الجزائري موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

يحتوي هذا المحور على تسعة أسئلة تتعلق بعادات وأنماط استخدام الموقع والفترة الزمنية التي يقضيها المبحوث مع الوسيلة، إضافة إلى السياق المكاني للاستخدام والنشاط الأكثر تفضيلاً للمبحوث ودوافع الاستخدام.

المحور الثالث: تمثيلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفيسبوكية.

يحتوي المحور على تسعة أسئلة لها علاقة بالكتابات الجدارية الفيسبوكية كنوع الموضوعات المفضلة للمبحوث وطبيعة ما ينشره المبحوث وكذا الشكل الذي ينشر به وطريقة التفاعل مع الكتابات الجدارية الفيسبوكية، إضافة إلى نوع القيم التي تنقلها الكتابات الجدارية الفيسبوكية بحيث تم اعتماد ثمانية أبعاد للقيم "قيم إيمانية، إنسانية، اجتماعية، جمالية، تربوية، نفسية، سياسية، اقتصادية" وكل بعد تضمن خمسة قيم وكلها من المقياس المعتمد في الدراسة مقياس ASN، ثم سؤال عن تمثيلات الشباب عينة الدراسة للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفيسبوكية واحتوى هذا الجزء على 11 مؤشر أو عبارة تتم الإجابة عنهم وفق خيارات مقياس ليكرت ثلاثي الأبعاد (موافق، محايد، معارض)

المحور الرابع: الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفيسبوكية على سلوك الشباب

الجزائري

يحتوي المحور على 19 عبارة تخص سؤال الآثار الإيجابية، و17 عبارة تخص سؤال الآثار السلبية للكتابات الجدارية على سلوك الشباب الجزائري وهي مأخوذة من مقياس ASN الخاص بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام ويهتم بدراسة القيم والأثر، تتم الإجابة عن هذه العبارات بخيارات من مقياس ليكرت ثلاثي الأبعاد (موافق، محايد، معارض).

3.3. إجراءات الصدق والثبات:

1.3.3. الصدق الظاهري (صدق المحكمين): تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين

من ذوي الخبرة عبر جامعات مختلفة وطنيا وعربيا* وكذا تزويدهم بمشكلة البحث وأهدافه وفرضياته وعينة الدراسة ليتضح التصور العام للموضوع عندهم وتقييم الأسئلة بكل موضوعية ، والكشف عن القصور أو التأكيد من مدى سلامة بناء الاستبيان، والذين بدورهم أفادونا بالعديد من الملاحظات والتوجيهات المعرفية، والمنهجية، واللغوية، وقد أخذنا بعين الاعتبار كل الملاحظات التي قدمها الأساتذة المحكمين، وقمنا بما يلزم من تعديلات في ضوء مقترحاتهم و توصياتهم، ليخرج الاستبيان في صورته النهائية و الموضحة في الملحق و التي تم تطبيقها على عينة الدراسة.

وللتأكد من نسبة صدق المحتوى والمحكمين واتفاقهم على السؤال أو العبارة إن كانت ضرورية في قياس المجال الذي تنتمي إليه، استخدمنا طريقة "لاوشي Lawshe" بالاعتماد على معادلة "CVR" ترجمتها "Content Validity Ratio" والتي تعني:

$$CVR = \frac{ne - N/2}{N/2}$$

تعني معادلة صدق المحتوى
N تعني العدد الكلي للمحكمين
Ne تعني عدد المحكمين الذين اتفقوا على السؤال

جدول رقم (01) يبين نسبة اتفاق المحكمين على أسئلة وعبارات محاور الاستبيان.

المحاور	تقيس	لا تقيس	نسبة اتفاق المحكمين
المحور الأول من السؤال 5- 13	09	01	0.8
المحور الثاني من السؤال 14- 24	09	01	0.8
المحور الثالث السؤال 25- 26	10	00	01

* تشكر الباحثة الأساتذة المحكمين على ملاحظاتهم وتوجيهاتهم

- أ.د السعيد بومعيرة: أستاذ الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.
أ.د فضيل دليو: أستاذ الإعلام والاتصال جامعة صالح بوندير، قسنطينة 3.
أ.د علي قسايسية: أستاذ الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.
أ.د وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الإعلام والاتصال جامعة عين شمس، القاهرة، مصر
أ.د أحمد عبدلي: أستاذ الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر.
أ.د بدر الدين زواقة: أستاذ الدعوة والإعلام ، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر.
د. أشرف الزغبي: أستاذ الإعلام والاتصال، جامعة الزرقاء، الأردن.
د. محمد الفاتح حمدي: أستاذ الإعلام والاتصال، جامعة قطر.
د. خالد منصر: أستاذ الإعلام والاتصال، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر.
د. يعقوب بن الصغير: أستاذ الإعلام والاتصال، جامعة صالح بوندير، جامعة قسنطينة3، الجزائر.

أظهرت نتائج اعتماد هذه المعادلة على أسئلة وعبارات المحاور أن درجة الاتفاق بين المحكمين ونسبة صدق المحتوى واتفاق المحكمين قد تراوحت ما بين 0.8-0.1 وهي نسبة قبول جيدة، كما تم التفصيل في باقي العبارات والأسئلة ضمن كل محور حصلنا على ذات النسب.

كما طبقت المعادلة على قياس مدى قبول المحكمين للأداة وجاءت بنسبة 100%، على اعتبار أن عدد المحكمين 10، والذين وافقوا على الأداة عددهم 10.

ولتحديد مدى مطابقة أداة جمع البيانات للغرض الذي صممت لأجله والتأكد من الثبات والصدق قمنا بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها 60 مفردة من الشباب الجزائري مستخدمين موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك بولاية باتنة بطريقة قصدية، وبناء على النتائج المتحصل عليها قمنا بقياس صدق وثبات الأداة.

يقصد بثبات أداة القياس "Reliability" أن تعطي نفس الدرجة حينما نقوم بتكرار عملية القياس، وهناك عدد من الطرق الإحصائية لقياس الثبات، أكثرها شيوعاً "ألفا كرونباخ" التي تعتمد على ثبات الاتساق الداخلي وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع البعض، وذلك بغية تقدير ثبات أداة الدراسة، حيث يأخذ هذا العامل قيمة تتراوح بين الصفر و الواحد، وكلما اقترب الواحد الصحيح فهذا يعني ثباتاً أكبر للدراسة، ويقصد بالصدق "Validity" أن تقيس الأداة ما وضعت لقياسه.¹

2.3.3. الثبات:

توصلنا من خلال تطبيق معامل "ألفا كرونباخ" للتأكد من ثبات الأداة عند كل محور إلى النتائج التالية:

جدول رقم (02) يبين معامل الثبات في أبعاد القيم وفق طريقة الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ

أبعاد القيم	عدد العناصر	قيمة الثبات ألفا كرونباخ
بعد القيم الإيمانية	05	0.806
بعد القيم الإنسانية	05	0.714
بعد القيم الاجتماعية	05	0.820
بعد القيم الجمالية	05	0.798
بعد القيم النفسية	05	0.711
بعد القيم التربوية	05	0.755
بعد القيم السياسية	05	0.755
بعد القيم الاقتصادية	05	0.740

¹ عز عبد الفتاح: مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة - المملكة العربية السعودية، 2008، ص 536.

بالعودة إلى مخرجات **Spss** يتضح لنا أن قيمة الثبات ألف كرونباخ تتراوح ما بين 0.714- 0.820 وهي قيمة عالية تؤكد الاتساق الداخلي لأبعاد القيم بحيث يمكن استخدامها في الدراسة وكذا الاعتماد عليها في دراسات أخرى، كما تجر الإشارة أن معامل ألف كرونباخ لا يجب أن يقل عن 0.6، وعليه هي أبعاد صالحة للبحث، كما تم التحقق من الاتساق الداخلي لكل بعد من خلال دراسة درجات الفقرات مع الدرجة الكلية لكل بعد فأظهرت النتائج ارتباط قوي بين فقرات البعد والدرجة الكلية وهذا ما يفسر مدى تماسك الأبعاد مع العناصر من أجل قياس ما وضع لقياسه .

جدول رقم (03) يبين معامل الثبات في التمثل للقيم وفق طريقة الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ

التمثل للقيم	عدد العبارات	قيمة الثبات ألفا كرونباخ
	11	0.877

من خلال الجدول أعلاه نجد أن معامل كرونباخ ألفا لمحور التمثل للقيم يقدر ب 0.877 لعدد العبارات المقدر ب 11 عبارة وهي قيمة عالية جدا تؤكد الاتساق الداخلي لكل عبارات المحور وهذا يؤكد إمكانية استخدامها في الدراسة كما تم التحقق من الاتساق الداخلي من خلال دراسة درجات الفقرات مع الدرجة الكلية للبعد ، فأظهرت النتائج أن هناك ارتباط قوي بين عبارات المحور والدرجة الكلية وهذا ما يفسر مدى تماسك العبارات من أجل قياس ما وضعت لقياسه .

جدول رقم (04) يبين معامل الثبات في الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية

وفق طريق الاتساق الداخلي ألف كرونباخ

الآثار الإيجابية والسلبية	عدد العبارات	قيمة الثبات ألفا كرونباخ
	36	0.799

من خلال الجدول أعلاه نجد أن معامل كرونباخ ألفا للآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية يقدر ب 0.799 لعدد العبارات المقدر ب 36 عبارة وهي قيمة عالية جدا تؤكد الاتساق الداخلي لكل عبارات المحور وهذا ما يؤكد لنا إمكانية استخدامها في الدراسة، كما تم التحقق من الاتساق الداخلي من خلال دراسة درجات الفقرات مع الدرجة الكلية، فأظهرت النتائج أن هناك ارتباط قوي بين الفقرات والدرجة الكلية وهذا ما يفسر مدى تماسك الفقرات من أجل قياس ما وضعت لقياسه .

تم التحقق من صلاحية استمارة الاستبيان (الصدق والثبات) بطرق مختلفة، حيث قمنا بتطبيق طريقة معامل "ألفا كرونباخ" للتحقق من الثبات فكانت قيمة معامل الثبات مع كل الأبعاد أكبر من 0.7 وهي قيمة تعبر عن درجة عالية للثبات، و أيضا طريقة الاتساق الداخلي من خلال دراسة الارتباط بين الفقرات وأيضا بين الفقرات ودرجة البعد الذي تنتمي إليه لمعرفة مدى تماسك وارتباط درجات الفقرات مع درجة البعد ، بالإضافة إلى

كل هذا تم عرض الأداة على محكمين (خبراء) لإبداء الملاحظات بخصوص المظهر الخارجي للاستمارة والبناء اللغوي وأيضاً مدى قدرة العبارات لقياس ما وضعت لقياسه، أي مدى صدق محتوى العبارات، إضافة إلى تطبيق معادلة "CVR" لتحديد صدق المحكمين واتفاقهم حول المحاور والاستمارة، وفي النهاية كانت مؤشرات النتائج كلها جيدة كما سبق شرحها ، وبالتالي أداة جمع البيانات التي استخدمت في هذه الدراسة صالحة وقابلة للتطبيق.

4. مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة المستهدف في الشباب الجزائري الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-34 سنة، في حين أن المجتمع المتاح لدينا هم الشباب الجزائري مستخدمى فايسبوك في أربع ولايات سيتم اختيارها من الجهات الأربع شمال، جنوب، شرق، غرب في الجزائر من أصل 58 ولاية.

ونظراً لضخامة مجتمع الدراسة - الشباب الجزائري - الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 34 سنة قدر عددهم حسب إحصائيات 2021 لموقع ديجيتال 28 مليون شاب أي نسبة 65% من إجمالي عدد سكان الجزائر¹ يعني ذلك صعوبة دراسة هذا العدد من الشباب، لهذا لجأنا لأسلوب العينة التي تعرف على أنها "جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي جزء من الكل، بمعنى تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث"²

وتحمل كلمة عينة معنى دقيق يشير حصراً إلى نتيجة محاولة جمع أي جزء من كل محدد تحديداً جيداً، أو اختيار عدد قليل من الوحدات من مجتمع حدوده معلومة، كما تحمل كلمة عينة معنى واسع يشير إلى نتيجة أي عملية تستهدف تشكيل عينة امبريقية للبحث، أي اختيار وحدات دراسية بغض النظر عن مدى تمثيلها للمجتمع الكلي، بمعنى ترتبط فكرة العينة هنا ارتباطاً وثيقاً بفكرة قابلية تفعيل المعرفة (الاستفادة منها) والتي سيتم إنتاجها عن طريق البحث وليس بفكرة تمثيل العينة لمجتمع البحث الكلي، ويشمل هذا المعنى أكثر الدراسات المسحية بالاستبيان، أو المتعلقة بفرد واحد.³

انطلاقاً من المعنى الواسع للعينة وعدم القدرة على تمثيل هذا المجتمع المدروس كلياً فقد لجأنا لاعتماد نوع العينة العارضة أو المتاحة وتعرف هذه العينة على أنها " العينة التي يسحبها الباحث من الأفراد الذين يصادفهم أو المتوفر لديه من المجتمع الأصلي"⁴

تتكون هذه العينة من أفراد يتواجدون بالصدفة في مكان ووقت يحدده الباحث كالمارة في الشارع، الطلبة في الساحات... ولا يوجد دليل على أن هذه العينة قد تمثل إطار العينة المرغوب في تعميم النتائج عليه، لهذا النوع من العينات غير الاحتمالية عدة مسميات "عرضية أو مريحة" "Accidental or Convenience sampling"

¹ لتفاصيل أكثر يمكن العودة إلى موقع ديجيتال على الرابط

<http://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria.02/2021>.

² رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص334.

³ فضيل دليو: تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص- ص 15-16.

⁴ العربي بلقاسم فرحاتي : البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011، ص268.

كما تسمى أيضا عينة "متاحة" "Available" أو "ظرفية" "Opportunity" أو "صدفية" "Haphazard" ويكون سحب مفردات هذه العينة من الجزء الأقرب من متناول اليد في مجتمع الدراسة.¹

انطلاقا من خصائص هذه العينة وقع اختيارنا للشباب الجزائري بكل من ولاية وهران غرب الجزائر، ولاية الجزائر العاصمة شمال الجزائر، ولاية باتنة شرق الجزائر، ولاية ورقلة جنوب الجزائر.

تم توزيع 420 استمارة استبيان وفق ما هو متاح من مجتمع البحث وفي حدود إمكانات الباحثة، استرجعت منها 400 استمارة جاء توزيع مفرداتها وفق البيانات السوسيو ديمغرافية كالتالي:

جدول رقم (05) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المنطقة الجغرافية (الولاية)

النسبة المئوية %	التكرار	المنطقة الجغرافية
22.5	90	ولاية وهران
21.25	85	ولاية الجزائر العاصمة
37.5	155	ولاية باتنة
17.5	70	ولاية ورقلة
100	400	المجموع

جدول رقم (06) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير النوع

النسبة المئوية %	التكرار	النوع
34.75	139	إناث
65.25	261	ذكور
100	400	المجموع

جدول رقم (07) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
8.5	34	ابتدائي
9.25	37	متوسط
8.25	33	ثانوي
74	296	جامعي
100	400	المجموع

جدول رقم (08) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة المدنية.

¹ فضيل دليو: تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص85.

الحالة المدنية	التكرار	النسبة المئوية %
عازب/ة	40	10
متزوج/ة	321	80.25
أرمل/ة	00	00
مطلق/ة	39	9.75
المجموع	400	100

جدول رقم (09) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الوظيفة.

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية %
طالب/ة	43	10.75
عامل/ة حر/ة	55	13.75
موظف/ة	33	8.25
عاطل/ة عن العمل	269	67.25
المجموع	400	100

5. مجالات الدراسة

المجال المكاني: أجريت الدراسة الميدانية بأربع ولايات بالجزائر

✓ ولاية الجزائر العاصمة: هي عاصمة الجمهورية الجزائرية وأكبر مدنها من حيث المساحة وعدد السكان، تقع في شمال وسط الجزائر، تطل على الجانب الغربي لخليج البحر الأبيض المتوسط يبلغ عدد سكانها ما يفوق 5.3 مليون نسمة.¹

✓ ولاية وهران: تعد ثاني أكبر مدن الجزائر وعاصمة الغرب تقع على ساحل البحر الأبيض المتوسط في أقصى غرب الجزائر ويبلغ ارتفاعها عن البحر حوالي 60مترا، تتميز بمناخ متوسطي جاف صيف ومعتدل شتاء، يبلغ عدد سكانها ما يفوق مليون نسمة.²

✓ ولاية باتنة: تقع في منطقة الشرق الجزائري بين الدرجتين 7،4 من خط الطول الشرقي و 36،35 درجة من خط العرض الشمالي، تقدر مساحتها بـ 1219217 كم²، يقدر عدد سكانها ما يفوق مليون نسمة.³

¹ <http://www.aljazeera.net/encychlopedia/citiesandregions>. (01.09.2022)

² <http://dcworan.dz>. (01.09.2022)

³ Wilaya-batna.gov.dz (01.09.2022)

✓ ولاية ورقلة: تقع في الجنوب الشرقي للجزائر، يتحدد موقعها بين خط طول 5.33 درجة وخط عرض 31.95 درجة، ترتفع عن مستوى البحر بمسافة 138 مترا يقدر عدد سكانها بـ 558.558 نسمة تضم 10 دوائر و 21 بلدية، تتميز بالمناخ الصحراوي الجاف، تصل درجة الحرارة فيها صيفا أكثر من 41.0¹. من الناحية الأكاديمية تنتمي هذه الدراسة في مجالها المكاني إلى جامعة باتنة 01 - الحاج لخضر - هي جامعة حكومية نشأت عام 1977، هي القسم الثاني من الجامعة حسب إعادة الهيكلة التي جرت في 2015-2016 وقسمت إلى جامعتين جامعة باتنة 1، جامعة باتنة 2، ودراستنا تنتمي لجامعة باتنة 01، التي تضم 06 كليات ومعهدين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية علوم المادة، كلية العلوم الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية اللغة والأدب العربي والفنون، معهد البيطرة والعلوم الفلاحية، معهد الهندسة المعمارية والعمران.

المجال الزمني: امتدت هذه الدراسة زمنيا منذ أول تسجيل إداري بجامعة باتنة 1 بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، عام 2015/2014 وتمرحلت حسب مداها الزمني على النحو التالي:

- استغرق منا جمع المادة العلمية والتوثيقية من مراجع وكتب عربية وأجنبية ودراسات سابقة قرابة العامين من البحث والتصنيف والتبويب في بطاقات بحثية لتحضير المادة النظرية (الفصول النظرية)
- في المرحلة الثانية حدث الانقطاع عنها بسبب الظروف الصحية التي مرت بها الطالبة إلى غاية 2018 أين تم البدء في الفصول النظرية وتحريرها وضبطها.
- في المرحلة الثالثة من البحث كانت بالعمل على الفصل المنهجي بدء بتحديد إشكالية الدراسة إلى غاية المداخل النظرية المناسبة للتفسير.
- في المرحلة الرابعة خلال موسم 2020-2021 بدأنا العمل على الجانب التطبيقي بتصميم الاستمارة وتحكيمها وقياس صدقها وثباتها وتوزيعها على مجتمع الدراسة المتواجد عبر أربع ولايات من الجزائر ثم تفرغ الاستبانة واستخدام برنامج Spss لاختبار الفرضيات، ثم قراءة النتائج وتحليلها إلى غاية شهر جويلية 2022.

المجال البشري: الشباب الجزائري الذين تتراوح أعمارهم من 18-35 مستخدمو الفيسبوك عبر أربع ولايات من الجزائر "الجزائر العاصمة، وهران، باتنة، ورقلة"، يحتل الشباب إجماليا ما نسبته 28.7 مليون نسمة.

6. الأساليب الإحصائية المعتمدة

اعتمدنا على برنامج الإحصاء SPSS من خلال حساب:

- ✓ التكرارات والنسب المئوية: للإجابة عن الأسئلة الوصفية في الاستبانة.
- ✓ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لقياس متوسطات المدة الزمنية أو مقياس ليكرت ثلاثي الأبعاد وغيرها من الأسئلة التي تتطلب استخدام هذا الأسلوب من الإحصاء.

¹ www.mtp.gov.dz (01.09.2022)

✓ اختبار التباين الأحادي: "One Way Anova" لاختبار الفروق بين الفئات الأربع أو المستويات التعليمية الأربع (ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي) في علاقتها بالتمثلات للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وكذا في طبيعة استخدام موقع فايسبوك، والآثار المترتبة عن الكتابات الجدارية الفايسبوكية.

✓ اختبار "ت" "T.Test": يستخدم هذا الأسلوب لهدف الكشف عن دلالة الفروق الإحصائية لعينتين مستقلتين بين الذكور والإناث فيما يتعلق بكل أسئلة محاور الاستبانة.

✓ معامل الارتباط بيرسون "Person Correlation": بنوعيه الخطي والمتعدد، يستخدم معامل الارتباط بيرسون لقياس وتحليل درجة العلاقة بين متغيرين أو أكثر، حيث اعتمدنا على هذا المقياس للكشف عن العلاقة الإحصائية بين التمثل للقيم من جهة، وبين طبيعة الكتابات الجدارية الفايسبوكية من جهة أخرى.

✓ معامل الانحدار الخطي البسيط "Simple Linear Regression": يقصد به دراسة علاقة الأثر بين المتغيرين بحيث تكون هذه العلاقة خطية في اتجاه واحد، ويستخدم هذا الأسلوب الإحصائي لتقدير قيمة متغير بالتزامن مع متغير آخر أي أثر متغير في متغير آخر، وقد اعتمدنا عليه لقياس أثر التمثلات للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري.

الفصل الرابع

الإطار الميداني/ عرض وتحليل النتائج واختبار

الفرضيات

- I. طبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك
عرض وتحليل نتائج المحور الأول/ اختبار الفرضية الأولى
- II. تمثل الشباب للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية.
عرض وتحليل نتائج المحور الثاني/ اختبار الفرضية الثانية
- III. أثر الكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب الجزائري
عرض وتحليل نتائج المحور الثالث/ اختبار الفرضية الثالثة

اختبار الفرضية الأولى:

لا يختلف استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك من حيث عادات وأنماط الاستخدام، باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع ، المستوى التعليمي).

أولا / الاختبار حسب النوع (ذكر ، أنثى).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "ت" " Independent sample T-Test" لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي

جدول رقم (22) يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول عادات وأنماط استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار "ت" T- Test	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	70.31	3.15	-1.42	3	0.155	لا توجد فروق
أنثى	139	70.73	2.05				

يتضح من خلال الجدول أعلاه تبين لنا: أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= -1.42) وقيمة

(Sig)=0.155 وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05

ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع "ذكر / أنثى" وهذا ما ثبت أيضا في قيمتي المتوسط الحسابي للذكور والإناث تقريبا متساويتين ولا يوجد اختلاف حقيقي بين القيمتين.

_____ النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة _____

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي- جامعي).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه "One Way Anova" وكانت النتائج

كالتالي:

جدول رقم (23) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب

الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
بين المجموعات	2739.563	3	913.188	2.587	.053	غير دالة إحصائيا
داخل المجموعات	139774.414	739	352.966			
المجموع	142513.977	400				

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت ($F_{cal}=2.587$) وقيمة ($Sig=0.053$) وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 .

ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي- جامعي) وهذا ما نلاحظه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (24) يبين المتوسطات الحسابية بين مستويات التعليم الأربعة

المتوسط الحسابي	الفترة/ المستوى التعليمي
63.0882	ابتدائي
70.1622	متوسط
71.4242	ثانوي
64.0372	جامعي

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق كبيرة بين المتوسطات الحسابية لفئات/ مستويات

التعليم الأربعة وعليه: _____ النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة _____

اختبار الفرضية الثانية:

لا تختلف طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفاييسوكية وتمثلاتهم للقيم المتضمنة فيها باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي) أولاً / الاختبار حسب النوع (ذكر ، أنثى).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسوكية ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسوكية ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "ت" "Independent sample T-Test" لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (43) يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول طبيعة استخدام الشباب

الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسوكية

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار "ت" T- Test	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	55.02	12.76	1.579	3	0.002	يوجد اختلاف "فروق"
أنثى	139	53.15	7.699				

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= 1.579) وقيمة (Sig=0.002) وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة 0.05.

ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفاييسوكية ومتغير النوع (ذكر ، أنثى)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي أكبر كما هو موضح في الجدول.

_____ النتيجة: رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة _____

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه "One Way Anova" وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (44) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
بين المجموعات	150.482	3	50.161	1.312	270.	غير دالة احصائيا
داخل المجموعات	50693.515	397	128.014			
المجموع	50843.998	400				

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=1.312) وقيمة (Sig=0.270) وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 .

ومنه نستنتج أنه : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

_____ النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة _____

نص الفرضية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية والمتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي) أولاً / الاختبار حسب النوع (ذكر ، أنثى).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "ت" "Independent sample T-Test" لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (45) يبين نتائج اختبار الفروق حول تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير النوع.

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار "ت" T- Test	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	27.628	4.676	2.627	3	0.00	توجد اختلاف "فروق"
أنثى	139	26.1727	6.553				

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= 2.627) وقيمة (Sig=0.00) وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة 0.05.

ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ومتغير النوع (ذكر ، أنثى)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي أكبر كما هو موضح في الجدول.

_____ النتيجة: رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة _____

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي - جامعي).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة -

للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة -

للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه "One Way Anova" وكانت النتائج

كالتالي:

جدول رقم (46) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري -

عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي .

النتيجة	Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة احصائيا	.936	.139	3.961	3	11.884	بين المجموعات
			28.452	397	11267.113	داخل المجموعات
				400	11278.998	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=0.139) وقيمة (Sig=0.936)

وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 .

ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم

المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي - جامعي).

_____ النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة _____

نص الفرضية:

توجد علاقة ارتباطيه بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفاييسوكية.

لاختبار الفرضية سنقوم بتطبيق "معامل الارتباط بيرسون Pearson" وجاءت النتائج حسب مخرجات برنامج Spss كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (47) يبين قيمة معامل الارتباط بيرسون بين تمثلات الشباب الجزائري للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفاييسوكية.

العلاقة بين المتغيرين	عدد أفراد العينة	معامل الارتباط بيرسون R	Sig عند مستوى 0.01	النتيجة
التمثلات للقيم	400	0.521	0.000	توجد علاقة
طبيعة الكتابات الجدارية الفاييسوكية				ارتباطية طردية بين المتغيرين

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بتحديد قيمة معامل الارتباط بيرسون بين تمثلات الشباب الجزائري للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفاييسوكية، حيث قدرت قيمة $R = 0.521$ كما بلغت القيمة الاحتمالية لاختبار معامل بيرسون $Sig = 0.000$ وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة 0.05 ، ومنه القيمة المحسوبة لمعامل الارتباط بيرسون بين المتغيرين "التمثلات للقيم" و "طبيعة الكتابات الجدارية الفاييسوكية" دالة إحصائيا عند مستوى 0.01 .

ومنه نستنتج انه توجد علاقة معنوية بين التمثلات للقيم عند الشباب الجزائري وطبيعة الكتابات الجدارية الفاييسوكية، وأن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية أي (موجبة) وهي علاقة متوسطة

اختبار الفرضية الثالثة:

لا تختلف آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع ، المستوى التعليمي).

أولا / الاختبار حسب النوع (ذكر ، أنثى).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "ت" "Independent Sample T-Test" لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي

جدول رقم (84) يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري حسب متغير النوع

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار "ت" T- Test	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	90.05	12.18	3.50	3	0.00	يوجد اختلاف "فروق"
أنثى	139	84.51	19.40				

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= 3.50) وقيمة (Sig=0.00) وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة 0.05.

ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير النوع (ذكر ، أنثى)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي أكبر كما هو موضح في الجدول.

_____ النتيجة: رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة _____

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه "One Way Anova" وكانت النتائج

كالتالي:

جدول رقم (85) يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات

الجدارية الفايسبوكية على سلوكات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير المستوى التعليمي

النتيجة	Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة إحصائيا	.905	187.	44.077	3	132.230	بين المجموعات
			235.354	397	93200.268	داخل المجموعات
				400	93332.498	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=0.187) وقيمة (Sig=0.905)

وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 .

ومنه نستنتج أنه : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة

الدراسة - للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

_____ النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة _____

نص الفرضية: يوجد أثر لتمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسوكية وطبيعة سلوكياتهم؟

ومن أجل اختبار هذه الفرضية قمنا بالاعتماد على برنامج Spss بتحليل التباين أحادي الاتجاه " One Way Anova " وقد جاءت مخرجات البرنامج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (86) يبين تحديد أثر تمثلات الشباب الجزائري عينة الدراسة للقيم المتضمنة في

الكتابات الجدارية الفاييسوكية على طبيعة سلوكياتهم

المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	قيمة الارتباط	قيمة نسبة التفسير R	النتيجة
التمثل للقيمة	1.593	3	1.593	0.56	0.43	0.624	0.389	دالة إحصائية
طبيعة السلوك	11277.404	397	28.335					
المجموع	11278.998	400						

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بتحديد أثر تمثلات الشباب الجزائري عينة الدراسة للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسوكية وطبيعة سلوكياتهم دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن قيمة (Sig=0.043) أصغر من مستوى الدلالة 0.05 ما يعني أن العلاقة السببية بين تمثلات الشباب للقيم وطبيعة سلوكياتهم دالة إحصائية، كما أظهرت نتائج الجدول من خلال قيمة التفسير R أن التمثلات للقيم تفسر بنسبة 38.9% من سلوكيات أفراد العينة.

كما قمنا بدراسته أثر متغير على آخر (التمثل للقيمة وطبيعة السلوك) بتطبيق معادلة تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(87) يبين تطبيق معادلة الانحدار البسيط لتحديد الأثر بين التمثل والسلوك

العلاقة بين المتغيرين	معامل الانحدار B	معامل الانحدار بيتا Beta	معامل التجديد	قيمة T	Sig
التمثل للقيمة	26.905	.00	.956	28.137	.000
طبيعة السلوك	.120	.122	.114	.237	.813

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه المتعلق بتطبيق معادلة الانحدار البسيط أن قيمة التمثلات قدرت بـ 26.905 وقيمة طبيعة السلوك قدرت بـ 0.120 ما يعني أنه كلما تزداد قيمة التمثلات بوحدة واحدة تزداد معها طبيعة السلوكات بزيادة قدرها 0.120.

النتيجة: يوجد أثر لتمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسوكية على طبيعة سلوكاتهم بنسبة 38.9%.

النتائج النهائية للدراسة

النتائج النهائية للدراسة:

تأتي خاتمة هذه الدراسة على شكل مجموعة من النتائج النهائية نوردها كما يلي:

1. نتائج متعلقة بطبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك يعد وعاء افتراضي يحمل تمثلات الشباب الجزائري بدءا بعادات وأنماط الاستخدام حيث توصلنا إلى أن عينة الدراسة يستخدمون موقع فايسبوك من 9 إلى 6 سنوات عند النوعين وكذا مختلف المستويات التعليمية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الموقع عند أفراد العينة يكون بصفة دائمة أولا أو حسب الأحداث الحاصلة ثانيا.

يفضل الشباب فترة الليل أكثر من غيرها لاستخدام موقع فايسبوك ولا يشكل لهم السياق المكاني إشكالا في الاستخدام لأنهم يستخدمون الهاتف الذكي أكثر من غيره من الوسائل بالتالي يصبح أي فضاء عام مكان مناسب للولوج إلى الموقع.

تتباين إجابات النوعين ذكورا وإناثا فيما يتعلق بنوع الهوية التي يفضلون بها استخدام الموقع فأجاب الذكور أن الولوج للموقع بالهوية الحقيقية لا يشكل عندهم أي عائق بل يشعرون بحرية وحضور أكثر جرأة كما في الواقع على العكس من الإناث اللواتي يفضلن التستر خلف هوية مستعارة لأسباب عديدة.

بالنسبة لتفضيلات الشباب المتعلقة باختيار الأصدقاء على موقع فايسبوك فإن التباين في الإجابات بين النوعين بدا واضحا حيث أن الشباب لا يحددون معيارا محددًا لاختيار أصدقائهم الافتراضيين في حين نجد الإناث أكثر حذرا وحرصا على إضافة الأصدقاء في حدود ما يتوافق مع محيطهم وحاجاتهم وحتى مخاوفهم من التقييد في الفضاء الافتراضي.

بالنسبة للنشاط المفضل عند الشباب عينة الدراسة أثناء استخدام موقع فايسبوك فقد تنوعت الإجابات بين الإعجاب بالمنشورات، التعليق عليها، الدردشة، تصفح جداريات الأصدقاء، الكتابة على الجدار الخاص وهذا التنوع في النشاط يعكس فعليا تنوع ميزات وخدمات موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

توصلنا أيضا إلى أن أهم دافع عند الشباب عينة الدراسة لاستخدام موقع فايسبوك كان التسلية والترفيه ويليهما الدوافع الأخرى بنسب متقاربة، ما أثار عند الباحثة إشكال متعلق بنوع هذا الترفيه وموضوعاته والتي تستقطب الشباب كأهم دافع، ربما يصبح هذا الإشكال موضوع دراسة أو بحث في المحتوى لفهم مكامن الجذب الترفيهي دون غيره من دوافع الاستخدام.

2. نتائج متعلقة بتمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية.

انطلاقا من آخر نتيجة توصلنا إليها في المحور الأول والمتعلقة بدوافع استخدام فايسبوك والتي كانت الترفيه والتسلية أكثر يتأكد لنا هذا الأمر من خلال نتائج ترتيب الموضوعات المفضلة عند الشباب عينة الدراسة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية لنجد أن الموضوعات الترفيهية تحتل الرتبة الأولى في التفضيل والاهتمام، تليها الموضوعات الشخصية المتعلقة بحياة الأشخاص وإفشاء الذات والخصوصية، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات الدينية.

بالنسبة للنشر على الجدار الفايسبوكي فقد اتفقت إجابات الباحثين على أنهم ينشرون بشكل دائم موضوعات مختلفة تباينت في إجاباتهم بين موضوعات المشاعر والأحاسيس والموضوعات المتعلقة بالمناسبات الخاصة إضافة إلى اليوميات وكذا النكت والترفيه في حين أن الموضوعات التي من شأنها أن تدعم الثقافة القيم لم تكن تستهوي الشباب كثيرا فأظهرتها نتائج الإجابات بنسب ضئيلة جدا.

ولأن الشكل الذي ينشر به الشباب عبر جدارهم الفايسبوكي مهم جدا لأنه يدعم الفكرة أو الموضوع فإن استعمال الصور جاء في أول الاهتمام ويليه التنوع باستخدام عدة أشكال نشر مع بعضها البعض كالصورة مع الكلمة، الفيديو مع الكتابة المحررة، النشر باستعمال "الإيموجي" أو "الأفتار"...

يتيح الشباب الجزائري عينة الدراسة كتاباتهم في تباين بين النوعين بالنسبة للذكور يفضلون أكثر إتاحتها للعامية في حين تفضل الإناث نوعا من الخصوصية في إتاحة كتابتهن الجدارية الفايسبوكية للأصدقاء فقط؛ الذين ثبت من خلال الدراسة أنها تختارهم بعناية وحذر أكثر من الذكور.

بالنسبة للغة المفضلة عند الشباب الجزائري لنشر كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية ظهرت أكثر اللهجة العامية عند الشباب في مستويات تعليمية ابتدائية، متوسط، ثانوي، في حين ظهر التنوع أكثر عند الشباب من مستوى جامعي بين اللغات واللهجة العامية في حين أن اللغة الأمازيغية كانت النتيجة معدومة عند الشباب في استعمالها. أما التفاعل مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية فقد أظهرت نتائج الدراسة أن الشباب يتفاعلون دائما مع جداريات أصدقائهم وهذا التفاعل يكون بالإعجاب والتعليق وكذا استعمال عدة أشكال تفاعل بدجها مثلا التعليق مع الإعجاب مع المشاركة... بالنسبة للذين لا يتفاعلون مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية وكانت إجاباتهم أبدا فقد برروا إجابتهم بعدم التفاعل يعود لعدة أسباب أنها كتابات جدارية لا تعجبهم، بعيدة عن اهتماماتهم، مصطنعة ولا تعكس شخصية أصحابها، غير مفهومة - وهذه الأخيرة - ظهرت أكثر عند الشباب من مستوى تعليمي ابتدائي.

بالعودة إلى إجابات الشباب فيما يتعلق بالقيم الإيمانية التي تنقلها لهم الكتابات الجدارية الفايسبوكية فقد وافق الشباب على كل من قيمة "أداء العبادات"، قيمة "الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر"، قيمة "بر الوالدين" قيمة "العمل الصالح" وأخيرا قيمة "التفقه في الدين"

أما القيم الإنسانية فقد وافق الشباب عينة الدراسة على كل من قيمة "احترام حقوق الإنسان" وقيمة "الرفق بالحيوان" في حين عارض الشباب على قيمة "احترام المرأة" وقيمة "احترام الأديان الأخرى"، "قيمة احترام التنوع العرقي والثقافي واللساني" على اعتبار أنها قيم لا تنقلها لهم الكتابات الجدارية الفايسبوكية.

بالنسبة للقيم الاجتماعية يعارض الشباب على كل من قيمة "المشاركة والتفاعل داخل الأسرة" قيمة "حسن التواصل مع الناس" قيمة "زيارة الأهل والأقارب" على اعتبار أنها قيم لا تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية في حين وافقوا على وجود قيمة "مساعدة الآخرين" والتزموا الحياد بخصوص قيمة "حسن الحوار".

للقيم الجمالية أيضا نصيب من الحضور حيث أجاب الشباب عينة الدراسة بالموافقة على كل من قيمة "النظافة الشخصية"، قيمة "نظافة المحيط الداخلي (المنزل)"، قيمة "الاهتمام بالمظهر الخارجي"، قيمة "تنمية الذوق الرفيع" وأجابوا بمعارض فقط على "قيمة الحفاظ على البيئة".

كما تباينت الإجابات فيما يتعلق بالقيم النفسية حيث يعارض الشباب على أن الكتابات الجدارية الفايسبوكية تنقل لهم قيمة "تقدير الذات" وقيمة "ضبط النفس" إضافة إلى قيمة "الحياء" في حين نجدهم يوافقون على كل من قيمة "الصبر"، قيمة "التواضع".

بالنسبة للقيم التربوية يوافق الشباب على أن الكتابات الجدارية الفايسبوكية تنقل لهم قيمة "تبادل العلوم والمعارف" فقط أما القيم الأخرى كقيمة "تقدير العلماء"، قيمة "الأمانة العلمية" أجابوا عنها بمعارض والتزموا الحياد فيما يخص كل من قيمة "السعي لطلب العلم واحترامه"، قيمة "تشجيع الإبداع والمبدعين".

أما القيم السياسية التي وافق الشباب على أن الكتابات الجدارية الفايسبوكية تنقلها لهم هي قيمة "حب الوطن"، قيمة "حرية الرأي والتعبير"، قيمة "احترام القانون السيادة الوطنية" في حين يعارضون على قيمة "العدل" وقيمة "نشر قيم الديمقراطية".

وأخيرا بعد القيم الاقتصادية بما يحتويه من قيم وافق الشباب على أن الكتابات الجدارية الفايسبوكية تنقل لهم قيمة "الكسب الحلال"، في حين يعارضون على قيمة "التنافس الشريف"، قيمة "الاعتدال في الإنفاق"، قيمة "الصدق في المعاملات التجارية" والتزموا الحياد في قيمة "حب العمل واتقانه".

أظهرت النتائج المتعلقة بتمثيلات الشباب للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية أن الشباب يوافقون على:

وجود تطابق (تمثال) بين قيمهم والقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية والموافقة على هذه العبارة تبدو متناقضة مع ما أجاب به الشباب حول وجود تناقض بين قيمهم وقيم الآخرين حولهم من خلال كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية، في ذات السياق ليس لديهم رغبة ويعارضون على وجود قيم دخيلة على مجتمعهم أو حتى تقبل أو تبني قيم جديدة ويناقشون حسب إجاباتهم الآخرين لإثبات قيمهم وهو ما يتأتى بمحاولة تصحيح التصورات الخاطئة عندهم حول قيمهم، كما أن الإجابات بالموافقة امتدت إلى عدم الاكتفاء بنشر القيم فقط عبر الكتابات الجدارية الفايسبوكية بل التأكيد على العمل بها وتحسيدها في سلوك اجتماعي واقعي، كما أن المبحوثين يجمعون بالموافقة أن نشر القيم فقط والتحدث بها دون تفعيلها في سلوك واقعي ما هو إلى تمظهرها للقبول الاجتماعي لا غير، خاصة وأن تصورهم لهذه القيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية حسب إجاباتهم تتفق مع المحيط الاجتماعي والديني والثقافي وهو يدعم لديهم الشعور بالتقدير الإيجابي لانتمائهم القيمي.

3. نتائج متعلقة بالآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب الجزائري.

أظهرت النتائج المتعلقة بالآثار الايجابية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب الجزائري أن حضور القيم واقتراحها بهذه الكتابات جعل الشباب يوافقون على أنهم يقومون ببعض السلوكيات الايجابية الناتجة عن فعل التأثير بها - حضور القيم الكتابات الجدارية الفاييسبوكية - وهذه السلوكيات هي:

تعزيز القيم والحفاظ عليها بنسبة 53.75%، مساعد الناس بنسبة 67.5%، الحصول على المعلومات في مجالات معرفية مختلفة بنسبة 73.25%، الارتباط والمشاركة في القضايا الإنسانية بنسبة 55%، الاستفادة من الثقافات الأخرى بنسبة 57.75%، التسلية والترفيه بنسبة 58.75%، المعرفة أكثر بمستجدات العالم الخارجي بنسبة 55%، أكثر حرية في التعبير عن الآراء والأفكار بنسبة 55.75%، الاعتزاز بالهوية والانتماء الثقافي بنسبة 62.5%، احترام آراء الآخرين بنسبة 50%، احترام الديانات الأخرى بنسبة 67.75%، الاعتزاز باستخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة 60.75%، احترام التنوع اللغوي في المجتمع بنسبة 51.25%، تقدير العلم والعلماء بنسبة 65%.

كما لا يوافقون على أنهم أصبحوا أكثر تواصلًا مع الأهل والأصدقاء بنسبة 59.75%، الاهتمام بنظافة البيئة والمحيط من حولهم بنسبة 50%،

التزموا بحياد فيما يخص النظر إلى الذات والقيم والمجتمع بصورة إيجابية بنسبة 62.25%، واحترام خصوصيات الآخرين 63%، تأدية الواجبات الدينية في وقتها بنسبة 63%،

أظهرت النتائج المتعلقة بالآثار السلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب الجزائري أن غياب القيم وعدم اقتراحها بهذه الكتابات جعل الشباب يوافقون على أنهم يقومون ببعض السلوكيات السلبية الناتجة عن فعل التأثير بها - غياب القيم الكتابات الجدارية الفاييسبوكية - وهذه السلوكيات هي:

أقل تواصلًا مع عائلاتهم وأصدقائهم بنسبة 65.75%، أكثر تأثرًا بحياة النجوم والفنانين والمؤثرين الافتراضيين بنسبة 66.25%، متأثرين بالثقافة الغربية وقيمها بنسبة 61.5%، الرغبة في العيش خارج الوطن بنسبة 69%، أقل حساسية تجاه الممنوعات الثقافية المنشورة عبر فاييسبوك بنسبة 60.75%، يصدقون الحياة الافتراضية وينظرون لها على أنها حياة حقيقية بنسبة 62.5%، أكثر استهلاكًا للمنتجات والسلع والخدمات بنسبة 58.75%، الشعور بالإحباط والخوف والقلق بنسبة 50.75%، الشعور بالخمول والكسل بنسبة 65.25%، أقل تقديرًا لذاتهم ومجتمعهم بنسبة 60%، أقل احترامًا لخصوصيات الآخرين بنسبة 65%.

كما لا يوافقون على أنهم محايدون تجاه قيمهم بنسبة 63.5%، سطحيين في معلوماتهم وثقافتهم بنسبة 57.75%، لا يشاركون في القضايا الإنسانية المختلفة بنسبة 60.75%، تأجيل أداء الصلاة في وقتها بنسبة 36.75%، التعصب وعدم تقبل آراء الآخرين بنسبة 53.25%.

التزموا بحياد فيما يخص التمر على صور وقصص الأشخاص من حولهم بنسبة 38.75%.

بالنسبة للنتائج على ضوء فرضيات الدراسة فقد توصلنا إلى ما يلي:

الفرضية الأولى متعلقة بطبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك

لا تختلف طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية وتمثلاتهم للقيم

المتضمنة فيها باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي)

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة

الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع.

قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة ما يعني صحة فرضية الدراسة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - لموقع الشبكة

الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي.

قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة ما يعني صحة فرضية الدراسة.

الفرضية الثانية متعلقة بتمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية.

لا تختلف طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية وتمثلاتهم للقيم

المتضمنة فيها باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي)

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات الجدارية

الفايسبوكية ومتغير النوع.

قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية ما يعني عدم صحة فرضية الدراسة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للكتابات

الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة ما يعني صحة فرضية الدراسة.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في

الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية ما يعني عدم صحة فرضية الدراسة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في

الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة ما يعني صحة فرضية الدراسة.

توجد علاقة معنوية بين التمثلات للقيم عند الشباب الجزائري وطبيعة الكتابات الجدارية الفايسبوكية، وأن

اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية أي (موجبة) وهي علاقة متوسطة.

قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية الدراسة.

الفرضية الثالثة متعلقة بآثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري

لا تختلف آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع ، المستوى التعليمي).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير النوع.

قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية ما يعني عدم صحة فرضية الدراسة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - ومتغير المستوى التعليمي.

قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة ما يعني صحة فرضية الدراسة.

يوجد أثر لتمثلات الشباب الجزائري - عينة الدراسة - للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية على

طبيعة سلوكياتهم بنسبة 38.9.

قبول وصحة فرضية الدراسة.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر

1. القرآن الكريم

المراجع باللغة العربية

المعاجم والقواميس

2. الفيروز أبادي، محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، دار إحياء التراث، العربي، بيروت - لبنان، 1991.
3. إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، (د.ط)، الهيئة المصرية العامة، مصر، 1975.
4. ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، المجلد الأول، ج9، القاهرة.
5. أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات للعلوم الاجتماعية، ط 1، مكتبة لبنان، 1978.
6. إسماعيل بن حماد الجوهري: الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، ط 2، ج 5، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 1999.
7. جمال الدين بن منظور: لسان العرب، ج 12، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، (د.س).
8. جميل صليبا: المعجم الفلسفي، ج 1، دار الكتاب اللبناني، بيروت-لبنان، 1992
9. خضير شعبان: اللسان العربي - مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط 1، اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 1422هـ.
10. سيلا مينوريير: المعجم الموسوعي في علم النفس، ترجمة وجيه اسعد، ج 03، مطابع وزارة الثقافة، دمشق-سوريا، 2001.
11. مجد الدين بن يعقوب الفيروز آبادي: القاموس المحيط، ط 8، مؤسسة الرسالة، لبنان، 2005.
12. محمد الصالح: الشامل - قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية - انجليزي - عربي، ط 1، دار عالم الكتب، للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1999.
13. محمد بن بكر الرازي: مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت - لبنان، 1988.
14. محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.
15. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1997.
16. مرتضى الزبيدي: تاج العروس، ج 9، دار صادر، بيروت لبنان، 1996.
17. المنجد في اللغة والإعلام، ط 39، دار المشرق: بيروت - لبنان ، 2002.

الكتب

18. إحسان محمد الحسن: تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، ط 1، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض 1998.
19. أحمد محمد عبد الحليم عطية: القيمة في الواقعية الجديدة، دار الثقافة العربية، القاهرة، 2008.
20. أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص، رؤية إنسانية، ط 1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.

21. أحمد مصطفى خاطر: تنمية المجتمعات المحلية- نموذج للمشاركة في إطار ثقافة المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، 1990.
22. أحمد يحيى الزق: علم النفس، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2006.
23. أسامة ظافر كبارة: برامج التلفزيون والتنشئة التربوية الاجتماعية للأطفال، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، 2003.
24. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، ط 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016.
25. بشير الحلاق: تويتر 140 حرفا تغير العالم، الدليل السريع لاحتراف تويتر ملحق أسرار وتكتيكات تويتر، ط رقمية، اصدار 102، 2011.
26. بوبكر بوخريس: المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، (د.ط)، منشورات جامعة باجي مختار- عنابة-الجزائر، 2006.
27. جابر قمحة: المدخل إلى القيم الإسلامية، ط 1، دار الكتب الإسلامية، القاهرة، 1984.
28. جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، دار الهدى للنشر والتوزيع، عين مليلة - الجزائر، 2006.
29. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط 1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
30. جلال سعد: المرجع في علم النفس، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
31. جليل وديع الشكور: أبحاث في علم النفس الاجتماعي ودينامية الجماعة، ط 1، دار الشمال، بيروت، 1989.
32. جواد فطائر: الإدمان، أنواعه، مراحل، علاجه، ط 1، دار الشروق - القاهرة، 2001.
33. جودت بني جابر: علم النفس الاجتماعي، ط 1، مكتبة الدار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2004.
34. جوستين ليفي: التسويق عبر فيسبوك-تعلم كيف تصمم حملتك التسويقية القادمة، ط 1، الدار العربية للعلوم ناشرون، لبنان، 2011.
35. حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، ط 6، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
36. حسن عبد المعطي وآخرون: تعديل السلوك - دليل علمي وعملي للآباء والمربين والعاملين مع الأشخاص العاديين وذوي الاحتياجات الخاصة، دار البازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013.
37. حسنين شفيق: الاعلام الجديد-الاعلام البديل-تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط 1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، (د.د)، 2010.
38. حسين حسن سلمان: السلوك الإنساني والبيئة الاجتماعية بين النظرية والتطبيق، ط 1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2005.
39. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
40. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصر، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
41. حلمي المليحي: علم النفس المعاصر، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2000.
42. حليلة قادري: التواصل الاجتماعي، ط 1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

43. خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013.
44. خالد منصر: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2017.
45. ديفيد ميرمان سكوت: القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة-استخدام التقنيات الحديثة والمدونات الالكترونية والاعلام الالكتروني للوصول الى المشتريين مباشرة، ترجمة ديب القيس، دار الكتاب العربي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، بيروت-لبنان، 2009.
46. رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2000.
47. الربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقة، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980.
48. رشاد علي عبد العزيز: علم النفس الديني، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
49. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
50. رضوان زيادة، كيفن جيه أوتول: صراع القيم بين الإسلام والغرب، دار الفكر، دمشق، 2010.
51. زكي ماجد الجلاد: تعلم القيم وتعليمها- تصور نظري لطرائق واستراتيجيات تدريسية القيم، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2007.
52. زهير حطب، عباس مكي: السلطة الأبوية والشباب، ط1، معهد الإنماء العربي، بيروت - لبنان، 1981.
53. سامية الساعاتي: شباننا آملنا، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
54. سعاد جبر سعيد: القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني، ط1، جدار الكتاب العالمي، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2008.
55. سعد جلال: علم النفس الاجتماعي، ط2، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1984.
56. سماح عبد الرزاق الشهاوي، فاطمة الزهراء عبد الفتاح: دراسات في الصحافة الالكترونية والإعلام الجديد، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016.
57. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
58. صبحي السيد: الإنسان وسلوكه الحضاري، منشورات جامعة عين شمس، القاهرة، 1976..
59. صلاح قنصوة: نظرية القيمة في الفكر المعاصر، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1987.
60. صونية عبديش: الشباب الجزائري والقيس بوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، (د.ط)، دار طاكسيج. كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016.
61. صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباغات المتحققة - دراسة ميدانية - ط1، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، 2016.
62. عامر إبراهيم القندلجي: الاعلام والمعلومات والانترنت، (د.ط) دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 2013.

63. عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق-عملن-الأردن، 2008.
64. عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، (د.ط) المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2009.
65. عبد الحميد سيد أحمد وآخرون: علم النفس التربوي، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 2004.
66. عبد الحميد محمد الهاشمي: المرشد إلى علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الشروق، جدة- المملكة العربية السعودية، 1404 هـ.
67. عبد الرحمن بن براهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
68. عبد الرحمن عزي وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
69. عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، ع28، بيروت- لبنان، 2003.
70. عبد الرحمن عزي: علم الاجتماع الإعلامي، سلسلة دعوة إلى فهم، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010.
71. عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013.
72. عبد الرحمن عزي: حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، مالك بن نبي - النورسي - الورثياني - صن تسو، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011.
73. عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2011.
74. عبد الرحمن عزي: الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2009.
75. عبد الرحمن عيسوي: معالم علم النفس، دار النهضة العربية للنشر، بيروت- لبنان، 1984.
76. عبد العزيز محمد: القيم الفلسفية الكبرى - الخير - الجمال، ط1، مؤسسة الثقافة الجامعية، 2008.
77. عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم - دراسة نفسية، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ع160، الكويت، 1992.
78. عبد الناصر جندلي: تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.س.ط).
79. عثمان سيد أحمد محمد خليل: الشباب وأوقات الفراغ، دور التربية ووسائل الإعلام من المنظورين الإسلامي والوطني، ط1، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2001.
80. العربي بلقاسم فرحاتي: البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
81. عز عبد الفتاح: مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة - المملكة العربية السعودية، 2008.

82. عقيل حسين عقيل: خماسيتحليل القيم، قراءة جديدة في تحليل العلائق القيمية الاجتماعية والإنسانية، ط 1، دار الشباب الجديدة المتحدة، بيروت - لبنان، 2004.
83. علي الحوات، الهجرة غير الشرعية إلى أوروبا عبر بلدان المغرب العربي، ط 1، منشورات الجامعة العربية، طرابلس، 2007.
84. علي خليل شقرة: الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014.
85. علي خليل مصطفى أبو العينين: القيم الإسلامية والتربية، دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها، ط 1، مكتبة إبراهيم حلي، المدينة المنورة، 1988.
86. علي عبد الرزاق جبلي: دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 1984.
87. علي محمود أبو ليلة: الاعلام والمجتمع-تشكيل الثقافة وبناء المجتمع الافتراضي، ط 1، قرطبة للنشر والتوزيع، الرياض، 2014.
88. غسان خالد: الهايتوس الغربي - قراءة سوسيو معرفية في القيم والمفاهيم، ط 1، منتدى المعارف، بيروت - لبنان، 2015.
89. غرت حجازي، الشباب العربي والمشكلات التي يواجهها، ط 1، المجلس الوطني للثقافة، سلسلة عالم المعرفة، ع ن، الكويت، 1998.
90. فاروق عبده فليح، السيد محمد عبد المجيد: السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط 2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان - الأردن، 2009.
91. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط 1، مكتبة ومطبعة دار الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
92. فائزة أنور شكري: القيم الأخلاقية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة- الإسكندرية، 2008.
93. فضيل دليو: تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
94. فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
95. فؤاد شعبان، عبيدة صبطي: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، ط 1، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2012.
96. فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1980.
97. فيصل غرايبي، العمل الاجتماعي في مجال رعاية الشباب، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009.
98. كامل محمد عويضة: علم النفس الاجتماعي، دار الكتب العربية، بيروت، 1996.
99. كمال التابعي: الاتجاهات المعاصرة في دراسة القيم والتنمية، دار المعارف، القاهرة، 1985.
100. كمال دسوقي: علم الاجتماع ودراسة المجتمع، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2000.
101. ليلي أحمد جزار، الفيسبوك والشباب العربي، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
102. مأمون طرية: السلوك الطائفي - الانجذاب والنفور تجاه الآخر - لبنان أنموذجا، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 2004.
103. ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، 2006.

104. ماجد زكي الجلاّد، تعلم القيم وتعليمها - تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط 1، دار المسيرة، عمان الأردن.
105. محسن جلوب جبر الكنائسي: الإعلام الفضائي والجنس، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011.
106. محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطية- الإسكندرية، 2004.
107. محمد الدريج: التدريس الهادف، قصر الكتاب، جامعة محمد الخامس، الرباط، 2000.
108. محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة-الاستخدام والتأثير، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
109. محمد الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين-الفييس بوك نموذجاً، (د.ط)، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، فلسطين، 2011.
110. محمد بن صالح العثيمين: من مشكلات الشباب، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1429هـ.
111. محمد سلامة غباري، التنمية ورعاية الشباب، (د.ط)، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 2011.
112. محمد سيد فهمي، العولمة والشباب في منظور اجتماعي، ط 1، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
113. محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
114. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
115. محمد علاء الدين عبد القادر: دور الشباب في التنمية، ط 1، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1998.
116. محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 1985.
117. محمد منير حجاب: الموسوعة العلمية، م 4، دار الفجر للنشر والتوزيع الجزائر، 2003.
118. محمد نصر مهنا: الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، (د.ط)، مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2005.
119. محمود علم الدين: الإعلام الرقمي الجديد-البيئة والوسائل، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2014.
120. محمود محمد فلندر، محمد بابكر عوض: اتجاهات البحث في عالم الاتصال، ط 1، دار الفكر، دمشق، 2009.
121. مرعي توفيق، أحمد بلقيس: الميسر في علم النفس الاجتماعي، ج 2، دار الفرقان، الأردن، 1404 هـ.
122. مرعي توفيق، أحمد بلقيس، الميسر في علم النفس الاجتماعي، ط 1، دار الفرقان للنشر والتوزيع، الأردن، 1984.
123. مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني-الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع-عمان-الأردن، 2015.
124. مساعد بن عبد الله الحيا: القيم في المسلسلات التلفزيونية، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفزيونية العربية، ط 1، دار العاصمة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 1414 هـ.
125. مصطفى غالب: السلوك، منشورات دار ومكتبة الهلال، بيروت، 1991.
126. مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، ط 1، مكتبة مصر، القاهرة.
127. مصطفى محمد زيدان، النمو النفسي للطفل والمراهق، ونظريات الشخصية، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، 1990.

128. مصعب حسام الدين قتلوني: ثورات الفاييسوك. مستقبل وسائل الاتصال الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت-بيروت-لبنان، 2014، (بتصرف).
129. منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2014.
130. منى كشيح: القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، (د. د)، 2003.
131. المهدي أحمد جحيدر: القيم الخلقية والمجتمع المثالي- دراسة تحليلية مقارنة، جمهورية أفلاطون والمدينة الفاضلة للغزال، ط1، منشورات الدار الأكاديمية للطباعة والنشر والترجمة.
132. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية، ط2، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
133. موسى معيرش: فلسفة القيم - ماهيتها وطبيعتها، ط1، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2016.
134. مؤيد نصيف حاسم السعدي: فلسفة التواصل في موقع الفاييسوك، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2016.
135. نصير بوعلي: الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عزي عبد الرحمن، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2002.
136. نصير بوعلي: الإعلام والبعث الحضاري، دراسات في الإعلام والقيم، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر، الجزائر، 2007.
137. نورهان حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الأزرابية، 1999.
138. هشام المكي: الاتصال الجماهيري وسؤال القيم - دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2016.
139. هناء حسني محمد النابلسي: دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، ط1، دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010.
140. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط2، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، 2012.
- المجالات العلمية**
141. إبراهيم قائد أحمد: استخدامات الطلبة اليمنيين للفيسوك والشبكات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد26، السنة التاسعة، مارس 2017.
142. حسين مشطر: استخدام تقنية شبكة التداعيات الترابطية في قياس التصورات الاجتماعية، بناء استبيان الوظيفة الاجتماعية للمدرسة أنموذجا، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد1، جمادى الثانية/رجب 1438، مارس 2017.
143. حنان بوطورة، سميرة منصور: تمثيلات الأستاذ الجامعي لأسباب اللامعيارية لدى الشباب الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع79، جامعة سكيكدة-الجزائر.
144. خالد بن سلمان معتوق: اتجاهات استخدام طلاب قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية-دراسة تحليلية، مجلة اعلم، ع12، أبريل 2013.
145. عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2011.

146. ممدوح منيزل فليح الشرعة: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد 44، ع4، ملحق 8، الجامعة الأردنية، 2017.
147. نصر الدين لعياضي: الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية - مقارنة للتمثيلات والاستخدامات، مجلة أفكار وآفاق، العدد 2، جامعة الجزائر 2، جويلية - ديسمبر 2011.
148. نصير بوعلي: مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام - مقارنة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، السنة الأولى، ع2، الجزائر، 2009.
149. نادين بكداش، عيبر سقسوس: الجرافيتي في الثورات العربية - المصالحة مع الجدران، مجلة الدراسات الفلسطينية، قسم تحقيقات، ع89، شتاء 2012.
- الرسائل الجامعية**
150. إبراهيم السيد أحمد السيد: البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الاندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية، أطروحة الدكتوراه، معهد البحوث والدراسات الآسيوية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الزقايق، 2005.
151. أحمد جمال حسن: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، رسالة ماجستير مناقشة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنية، 2015.
152. أحمد عبد الصمد الشنقيطي: الأساليب النبوية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة، رسالة ماجستير مناقشة، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1428 هـ - 1429 هـ.
153. أمينة نبيح: اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي - دراسة ميدانية لمستخدمي Facebook في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص مجتمع المعلومات، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012-2013.
154. بسمة ترغيني: اتجاهات الشباب نحو رسالة الإعلام الإسلامي المرئي "قناة اقرأ نموذجاً"، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر - بسكرة، رسالة ماجستير مناقشة، تخصص علم الاجتماع والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، 2012.
155. باي بوعلام: هوية الطالب الجامعي من خلال الكتابات الجرافيتية - جامعة تلمسان أنموذجاً، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد. تلمسان، الجزائر، 2012-2013.
156. حسين عبد الله حسين نبيلة: بعض القيم التربوية المستنبطة من خطب المصطفى صلى الله عليه وسلم، رسالة ماجستير مناقشة، كلية التربية قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1408 هـ.
157. دنيا جمال المصري: استخدام لعب الأدوار في اكتساب القيم الاجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع الأساسي في محافظة غزة، كلية التربية، قسم المناهج وأساليب التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010.

158. رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفايبروك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة1، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص إعلام واتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2017-2018.
159. سارة بوعيفي: علاقة التصورات الاجتماعية باستخدامات المرأة للأترنت- دراسة استكشافية وصفية لعينة من المراهقات بولاية سوق أهراس، رسالة دكتوراه LMD مناقشة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، 2016-2017.
160. السعيد بومعيرة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.
161. سهيلة بوضياف: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايبروك، أطروحة الدكتوراه علوم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام وعلم المكتبات، تخصص علوم الاعلام وعلم المكتبات، تخصص علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر-باتنة1، 2017-2018.
162. سومار عبد القادر: المخيال الاجتماعي والتمثيلات الاجتماعية (الفكرة-الملغى-المفهوم)، أطروحة دكتوراه علوم في الفلسفة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيلالي ليايس-سيدي بلعباس-الجزائر، 2015-2016.
163. شهيناز بن ملوكة: التمثيلات الاجتماعية للمعرفة المدرسي لدى التلاميذ الذين تظهر لديهم أعراض الانقطاع عن الدراسة-دراسة ميدانية لتلاميذ السنة الثانية ثانوي ولايتي وهران - مستغانم نموذجا، أطروحة دكتوراه علم النفس المدرسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس والأرطوفونيا، جامعة وهران 2، 2014-2015.
164. شينار سامية: النسق القيمي وعلاقته بالعمليات المعرفية - دراسة مقارنة بين الأحداث الجانحين وغير الجانحين، أطروحة دكتوراه علوم في علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، جامعة باتنة 1، 2016 - 2017.
165. صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة - دراسة ميدانية - ط1، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، 2016.
166. صونية عبديش: الشبكات الاجتماعية على الأترنت-دراسة مسحية لمستخدمي الفايبروك من طلبة جامعات الجزائر (3.2.1)، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014-2015.
167. عبد القادر بهتان: سيكولوجية تمثل الذات لدى المراهق، دراسة ميدانية في بعض ثانويات مدينة قالمة، دكتوراه علوم في علم النفس العيادي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، جامعة باتنة 1، 2015-2016.
168. عبد الكريم العجمي الزباني: استخدامات وتمثيلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها - الفيس بوك أنموذجا - دراسة ميدانية لعينة من طلاب قسم الإعلام بجامعة الفاتح وناصر الأممية في ليبيا، كلية الفنون والإعلام، جامعة الفاتح، ليبيا، مارس 2010.

169. عبد الوهاب بوخنوفة: المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدام، دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر-يوسف بن خدة، 2006-2007.
170. عزى الحسين: الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة - دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ السنة الخامسة ابتدائي بمدينة بوسعادة، رسالة ماجستير مناقشة، تخصص علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري، تيزي-وزو، الجزائر، 2013 - 2014.
171. علي بن مسعود بن أحمد العيسى: تنمية القيم الأخلاقية لدى طلاب المرحلة المتوسطة من وجهة نظر معلمي التربية الإسلامية لمحافظة القنفذة، رسالة ماجستير مناقشة، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1429/1430 هـ.
172. فايز بن عبد الله بن مبارك الحارثي: قيم التربية الإسلامية المتضمنة في برامج الشباب بقناة المجد الفضائية في الفترة من 1.1.1427 إلى 1.5.1427 هـ، رسالة ماجستير مناقشة، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1427 هـ - 1428.
173. مجموعة مؤلفين: أثر وسائل الإعلام الجديدة على التنشئة الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من طلاب المدارس في سلطنة عمان، مشروع بحث من 2011-2014، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، عمان-الأردن، 2015.
174. محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية-العربية أنموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012.
175. مراد زعيبي: النظرية العلم الاجتماعية - رؤية إسلامية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 1997 ص - ص 187-188.
176. معمري جميلة: التمثلات السوسيو لغوية في الجزائر بين الانتماء الاجتماعي والثقافي وتأثير وسائل الاتصال والإعلام الحديثة-دراسة ميدانية للممارسات التخاطبية لدى الطالبات الجامعيات، جامعتي الجزائر والبلدية نموذجاً، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، تخصص علم الاجتماع الثقافي، -جامعة الجزائر 2- أبو القاسم سعد الله، 2014-2015.
177. نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني على الشباب الجزائري: دراسة تحليلية وميدانية، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر، 2002-2003.
178. نورة عامر: التصورات الاجتماعية للعنف الرمزي من خلال الكتابات الجدارية، رسالة ماجستير مناقشة، تخصص علم النفس الاجتماعي-كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة قسنطينة 2، 2005-2006.
179. هالة دغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم -العلاقة بين الواقعي والافتراضي-دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييبوك، أطروحة دكتوراه LMD، تخصص دراسات الجمهور، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، 2016-2017.
180. وحيدة بوقدح: القيم في الرسوم المتحركة بالتلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير مناقشة، كلية أصول الدين والشريعة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، 2005 - 2006.

181. وسام طایل البشاشبة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها - فيس بوك، تويتر - دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجاً، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013.
182. اليمين بن منصور: دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية، دراسة ميدانية حول الميزابين المقيمين بمدينة باتنة، رسالة ماجستير مناقشة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، تخصص ديني، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2009 - 2010.
183. وهيبة بشريف: تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية - دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2018-2019.
- النظارات العلمية (ملتقيات، ندوات، مؤتمرات)**
184. رضا قيسومة: مهام تنظيم مكاتب التشغيل من خلال معايير العمل العربية والدولية، ورقة بحثية مقدمة في إطار الندوة الإقليمية حول التوجيه والإرشاد المهني في تشغيل الشباب، طرابلس، 11-13/07/2005، منظمة العمل العربية، مكتب العمل العربي، القاهرة.
185. زينة سعد نوشي، بريق حسين جمعة الربيعي: شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي، المؤتمر الدولي السنوي الـ 21 للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال - الأخلاق والتواصل وحقوق الإنسان، أكتوبر 2016، المغرب.
- النصوص القانونية**
186. الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية.
187. قانون رقم 14-01 ماضي في 04 فبراير 2014، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، عدد 07، المؤرخة في 16 فبراير 2014، ص 04، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ، الموافق لـ 08 يونيو 1966.
188. قانون رقم 15-12 المؤرخ في 28 رمضان 1436 الموافق لـ 15 يوليو 2015 المتعلق بحماية الطفل، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 39.
189. القانون العضوي رقم 16/10 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 هـ، الموافق لـ 25 غشت 2016 المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية، العدد 50.
- المواقع الإلكترونية**
190. <http://kse-org/almohanadbsoom/issue/113/article/365>.
191. <http://napoleoncat.com/states/Facebook-wers-in-algeria2021>.
192. <http://sites.google.com/sites/valuemediadeterminismtheory/Bentaba-elbachir>.
193. <http://valuemediadtheory.wordpress.com>
194. <http://www.socialbakers.com/statistics/Facebook/page/total/algeria>.

195. إسماعيل عزام: فاييسوك وبناء الثقة مع وسائل الاعلام، معهد الجزيرة للإعلام،
http://institute-aljazeera.net
196. بشير كردوسي: حفريات ابستمولوجية لنظرية الحتمية القيمة في الإعلام للدكتور عبد الرحمن عزي:
http://sitesgoogle.com/sites/value media determinism theory/Bachir1
197. التقرير الرقمي السنوي:
http://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria.
198. تقرير مركز التسويق المؤثر - الأمريكي،
influence marketing hub.com
199. www.statista.com
200. http://mapedoncat.com/start
201. جريدة العرب: فاييسوك يفجر عالم السياسة،
http://alarab.co.uk
202. عبد العزيز الغازي، مشاكل الشباب في العالم الإسلامي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة.
http://www.isesco.orgma
203. فاييسوك الفضاء الأزرق، متاح على الرابط (18.03.2019) http://www.aljazeera.net
204. قاسم محمد محمود خزعلي: التصوير الإسلامي للقيم في الفلسفات، مجلة العلوم الإنسانية، السنة السادسة، ع 41، 2006، ص 12، متاح على الرابط www.ulum.ne
205. محمد البشير بن طبه: نظرية الحتمية القيمة في الإعلام: قراءة في سؤال المشروعية،
206. محمد الحنفي: أثر اهتمامات الشباب على الأفراد والمجتمعات، مجلة دنيا pulpitalwatanvoice.com
207. www.abhatoo.net.ma.
208. مقال في جريدة النهار الإلكترونية: رفع سن الرشد إلى 19 سنة في القانون
http://www.ennaharonline.com
209. :http://www.pramgNet.com
210. جريدة الخبر الإلكترونية: ارتفاع نسبة البطالة في الجزائر، .elkhabar.com
211. هند بنت مصطفى الشريفي: خصائص النمو العقلي والانفعالي عند طالبات المرحلة الثانوية، مقالات شبكة الألوكة، 2014 متاح على الرابط: www.alukah.net/culture

المراجع باللغة الأجنبية:

المعاجم والكتب

192. A – Farah, R.N. Karim :The Dictionary -Arabic – English, 2nd Edition, Dar AL- kotobAlimyah, Beysouth- Lebanon, 2005.

193. Ahmed Slimane, Bernard Lamizet: **Dictionnaire Encyclopédique de sciences de l'information et de la communication**, Ellipse, Paris, 1997.
194. Claude flament, Michel louis roquette: **anatomie des idées ordinaires- comment étudier les représentations sociales**, Armand colin, paris, 2003.
195. Coon – D, mitterer : j : **introduction phycologygoteways to mind and behavior**, united states – wordworth, 2007.
196. Daniel Reg: **Dictionnaire Larousse:ARABE – FRANÇAIS**, librairie Larousse, paris, 1999.
197. Denise Jodlet : **les représentations sociales, phénomènes, concept et théorie**.in **S.Moscovici**, psychologie sociale, PUF, paris, 1984.
198. Dictionnaire de français : **Larousse**, imprimé en français, mai 2004.
199. **Dictionnaire Hachette**, Imprimé En Italie par STIGE, relié en France par SIRC Collection N 1, Paris, 2005.
200. Gilles Ferréol: **Dictionnaire de sociologie**, 2eme Ed, Armand Collin, paris, 1995.
201. Emile Durkheim : **représentations individuelles et représentations collectives**, **Revue de métaphysique et de morale**, Tom 6, Numéro De mai 1898.
202. Emmanuel Kant: **critique of pure reas on**, translated by kemp smith, Mac Millan, London, 1961.
203. Franty-Samy khôl: **les représentations sociales de la schizophrénie**, congres de la psychiatrie, et de neurologie de langue française, Masson, paris, 2006.
204. Galland Olivier, **sociologie de la jeunesse**, 5 e Armand Colin – Masson, Paris, 1997.
205. Georges Funny:**sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs -Lexis Numérique**, L'linguistiques, Université Panthéon, Sorbonne, Paris, 2007.
206. Gustave Lebon:**Les opinions et les croyances**, Flammarion, paris.
207. Hama.S.noor, Al-Deen, Jhon Allen Hendricks: **Social Media usage and impact**, E1, Lexington books, USA, 2013.
208. Insaflezzar : **les comment de Facebook, apprenez à utiliser Facebook !**, ed1, les éditions al oulfiyatalita. Oran, Algérie, 2012.
209. Ivana markova: **Dialogicité et représentations sociales**, psychologie sociale, PUF, paris, 2007.
210. JeanClaude Abric : **pratique sociale et représentation**, PUF, Paris, 1994.
211. Jhon Locke: **Am essay concerning Human understanding, electronic classics**, first published 1960, state university the Pennsylvania, 1999.
212. Karl Jaspors : **Les Grands Philosophes**, u.g.e, paris, 1967.

213. Mirille Moura : **La Psychologie Social- Travaux Dirigés** , Eyrolles, paris, 1990.
214. Pascal Moliner : **image et représentations sociales**, presses universitaire de Grenoble, paris, 1996.
215. Peter beroer, thomas huckman : **la construction sociale**, 2eme édition, armanalcollin, 1996.
216. Pierre bourdieu, question de sociologie, les editions de minuit, paris, 1984.
217. Sherry kinkoph.G: **Sams teach yourself Facebook in 10minutes**, 1^{er} edition, Sams, uas, 2009.
218. Vander veer E.A: **Facebook. The missing manual**, 2 nd edition oreilly, printed in the United States of America, 2010.

المجلات العلمية

219. Abhijit Paul:**Impact of Facebook on urban youth-a study on Kolkata metropolitan**, International journal of research in social sciences, V7, Issue7, U.S.A, July 2017.
220. Boym ,N.k, Zhang, y.b,Kunkel,A,lin,M.C:**relational Quality and media in inter personal relationships**, New media and society,2007
221. Brian Winston: **media technology and society-a histoire from the telegraph to the internet**, E 1 Routledge, British library, London and New York -2003.
222. Burke, M,kraut,R&Marlow.C:**Social capital on facebook** , Differentiating uses and usersIm proceedings of the (SIAGHI) conference on human factors in computing systems. ACM, May 2011
223. Carolyn .M. Shaw: **using Facebook as an educational resource in the classroom**, international studies association and ox ford university press, USA, 2017.
224. Edith sales- wuillemin : **psychologie sociale expérimentale de l'usage du langage- représentation sociales**, catégorisation et attitudes : perspectives. Nouvelle l'harmattan. Paris, 2005.
225. Frantez-samykhd : **les représentations sociales de la schizophrénie**, congres de psychiatrie et de neurologie de la langue française massan, paris, 2006.
226. Haewoomkwak, Changhun Lee and others: **what is twitter, a social network or a new media**, raleugh-nc-usa, April, 2010.
227. Hartman Nicholai :**Moral Phenomena (ethics)**, vol 1, route ledge British, 2002.
228. Henry Boyer : **de l'autre côté du discours-recherche sur les représentations communautaires**, l'harmattin, paris, 2003.
229. Hua Hu, Ding Ling: **feature analysis of social media**, international work chop on computer in sports, IWCSS 2013, published by at Landis press.2013.

230. Jean pierre astolfi, Michel Develay : **la didactique des sciences**, presses universitaire de France, PUF, paris, 1989.
231. Jean-Claude abric : **pratique sociale et représentations**, PUF, paris, 1994.
232. Jennifer P.Pitts, Lei li: **does it really matter? Using virtual office hours to enhance student- faculty interaction**, journal of information systems education, volum 20, number 2, 2009.
233. Kumar Pradeep, Michelle Hsio, Barry Chui: **Generations of consumers and the consumers and generated**, journal of integrated marketing communications 2009
234. Lisa.m-Given :**the sage encyclopedia of qualitative research methods**, volumes 1&2 SAGE publications INC, London, 2008.
235. Menlo Park: **Facebook reportes fourth quarter and full year 2020**.Calif, Jan, 27.2021.
236. My Field Antony: **what is social media? An E-book from I crossing**, v1.4 up dated, United Kingdom ,
237. Nicholas walliman: **social research methods**, 2 nd Ed, sage, London.2016,
238. PritKalas: **top15most popular social networking sites and apps 2020**, dream grow, April 2020.
239. Racha Mortada, Farid Salem: **Facebook Usage-factors and analyses, Arab media report**, vol 1, N=1, january2011.
240. Serge moscovisi : **psychologie sociales des relations à autrui**, Nathan, paris, 1994.
241. T.M.Joo, C.E.Teng: **Impacts of social media (Facebook) on Human communication and relationships: a view on behavioral change and social unity**, International journal of Knowledge content development and technology, vol7, N0.4, December 2017.
242. UsulaOberst&others:**Genderstereotupes 2.0- Self representation of adolescents on facebook**, Media Education Research Journal, Communicar,N48,V XXIV,2016

الرسائل الجامعية

243. Jacque Piette, Christian- Marie Pons, Luck Guirro:**Les jeunes et internet-représentation, utilisation, appropriation**, rapport final de l'enquête menée au Québec dans le cadre du projet de recherche international, département de communication, université de Montréal, Ministère de la culture et des communications, Gouvernement de Québec, février 2001.
244. Mica Paige, Graybil.B.A: **exploring the use of Facebook as communication tool in agricultural communication**, submitted of graduate faculty of Texas in fulfillment of the requirements of the degree of Master of Science, 2010.

245. Rita Njorge: **Impact of social media among the youth on behavior change- A case study of university students in selected universities in Nairobi-Kenya**, master thesis in communication, studies of the school of journalism and mass communication, university of Nairobi, 2013.

المواقع الإلكترونية:

246. <http://napoleoncat.com/stats/Facebook-users-in-algeria>.

247. Iam Paul: **ease of use –not looks– focus of face book’s home page ridi sign**, 8 th, 2010, available on: <http://www.itbusiness.ca>

248. Statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-Facebook-users/.

249. Socialbakers.com/Statista.com/Facebook.com

250. Mathiew.F: **whats Facebook? How is uself? Gools**. New media, manager, naco national association of counties <http://www.maco.org>

251. NirajanMala: **13 Advantages and disadvantages of social networking sites**, <http://honestproscons.com/>

252. Influencer Marketing hub: **75+social media sites you need to know in 2020**, available on: [influence marketing hub.com/social media-sites](http://influencemarketinghub.com/social-media-sites) .

253. www.linkedin.com/help/answer/111685/-linkedin-?/ang=a

254. Shivani Sood: **15 most popular social media networks that will rule 2020**, available on: www.appypie.com

255. Alfred Lua: **21 top social media sites to consider for your brand, buffer library**, 2019.available on :buffer.com/library/social-media-sites/

256. Boyd Danah, Nicole Ellison: **Social network sites– definition history and scholarship**, journal of computer-mediated communication, v.13.i01, October 2007. Retrieved from <http://academic.oup.com>.

257. **ANielsenReport on social networking, New global footprint, global faced and net worked places**, March 2009,Retrieved from <http://blog.nielson.com>.

258. Medagliya.R ,Rose. Jand& others: **characteristics of social networking services**, conference paper, January 2009, available on <http://www.reserchgate.net>



259. David. E, Ana. V: **community and virtual community**, article in annual review of information science technology, September 2005 available on: <http://www.researchgate.net/publication/37146887>.
260. <http://www.investor.fb.com>.
261. <http://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>.
262. www.websitehostingrating.com/ar/Facebook-statistics.
263. <http://www.Facebook.com/legal/terms> .(18.03.2021)

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة 1 -
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



استمارة استبيان تحت عنوان:

تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وأثرها على سلوكياتهم

دراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الفايسبوك

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف
أ.د كمال بوقرة

إعداد الطالبة:
شهرياد سوفي

ملاحظة:

إن استمارة الاستبيان التي بين أيديكم خاصة بإعداد بحث أكاديمي، نرجو منكم المساهمة في الإجابة عنها بكل صدق، ونعلمكم أن المعلومات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي ونشكر لكم حسن تعاونكم معنا.
يرجى التأكد من الإجابة عن كل سؤال، ووضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2021 / 2022

البيانات الشخصية:

1. النوع: ذكر أنثى
2. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
3. الحالة المدنية: عازب/ة متزوج/ة مطلق/ة أرمل/ة
4. الوظيفة: طالب عامل حر موظف عاطل عن العمل

I. طبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك

5. منذ متى تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

- أكثر من 10 سنوات
- من 9 إلى 6 سنوات
- أقل من 5 سنوات

6. هل تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

- بصفة دائمة
- بصفة منقطعة
- حسب الأحداث المهمة الحاصلة

7. ما هي الفترات المفضلة لديك لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

- في الصباح
- في المساء
- في الليل
- لا ألتزم بفترة محددة

8. هل تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك -عادة- من وسيلة؟

- الهاتف الذكي
- اللوحة الالكترونية
- الحاسوب المكتبي
- الحاسوب المحمول
- حاسوب مقهى الانترنت
- استخدام مختلط حسب الظروف

9. ما هو المكان المفضل لديك لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

- المنزل
- الجامعة
- مكان العمل
- أي فضاء عام
- ليس لدى مكان محدد

10. هل تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

- بهويتك الحقيقية (الاسم والصورة الشخصية)
- باسمك فقط
- بصورتك الشخصية فقط
- بهوية مستعارة
- بأسلوب آخر أذكره.....

11. ما لذي تفضله من المؤشرات التالية عند استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

الخيارات			المؤشرات
معارض	محايد	موافق	
			- عدد كبير من الأصدقاء الافتراضيين
			- أصدقاء من كلا الجنسين - ذكورا / إناثا -
			- أصدقاء من جنسيات مختلفة
			- أصدقاء من ديانات مختلفة
			- أصدقاء من فئات اجتماعية مختلفة
			- أصدقاء من محيط العمل أو الدراسة
			- أصدقاء من محيط العائلة والجيران
			- أصدقاء من مستويات معرفية وثقافية مختلفة
			- أصدقاء تجمعك بهم اهتمامات مشتركة
			- أصدقاء يتحدثون نفس لغتك
			- أصدقاء بهويات حقيقية
			- أصدقاء بهويات مستعارة

12. ما هو النشاط الذي تفضل القيام به عند استخدامك موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك؟

- الإطلاع على آخر الأخبار
- التعليق على المنشورات
- مشاهدة الفيديوهات
- تصفح جداريات الأصدقاء
- الدردشة مع الأصدقاء
- الإعجاب بالصفحات والمنشورات
- ممارسة الألعاب
- مشاركة الصور والفيديوهات والروابط
- الكتابة على الجدار الفايسبوكي الخاص
- أخرى أذكرها

13. ما الذي يدفعك لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة

- للتسلية والترفيه
- لتمضية وقت الفراغ
- لسهولة استخدام الموقع
- لتنوع الخيارات الوسائطية فيه من صوت وصورة وفيديو...
- لبناء علاقات اجتماعية جديدة
- للدردشة والتواصل مع الأصدقاء
- للحصول على المعلومات المختلفة
- لمواكبة الأحداث الجديدة في مختلف المجالات
- لنشر الآراء والأفكار الخاصة
- للتثقيف
- أخرى أذكرها

II. تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية:

14. رتب حسب الأهمية من 1 إلى 14 نوع الموضوعات التي تفضلها في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية

موضوعات سياسية	موضوعات ثقافية
موضوعات اجتماعية	موضوعات رياضية
موضوعات اقتصادية	موضوعات دينية
موضوعات أدبية	موضوعات فنية
موضوعات علمية	موضوعات حول الموضة والتجميل
موضوعات صحية	موضوعات ترفيهية
موضوعات شخصية(حياة الأشخاص من حولك)	إعلانات تجارية

15. هل تنشر على جدارك الفاييسبوكي الخاص ؟

- دائما أحيانا أبدا

16. ما طبيعة الموضوعات التي تنشرها على جدارك الفاييسبوكي؟

- مشاعر وأحاسيس تتعلق بمواقف خاصة
- صورك الشخصية
- يومياتك ومناسباتك الخاصة
- آراءك وأفكارك حول قضايا معينة
- موضوعات تدعم بها ثقافتك وقيمك
- موضوعات تواكب الأحداث المهمة على الساحة
- نكت وترفيه
- تهاني / تعازي / أدعية....
- أخرى أذكرها

17. ما هو الشكل الذي تنشر به على جدارك الفايسبوكي؟

- صور
- فيديوهات
- روابط
- بث مباشر
- كتابات محررة
- إشارة للأصدقاء أو الصفحات
- Emotions & activités (مشاعر ونشاطات)
- Avatars (صور رمزية)
- أستعمل عدة أشكال نشر مع بعضها البعض
- أخرى أذكرها

18. لمن تتيح الاطلاع على كتاباتك الجدارية الفايسبوكية؟

- للعامة
- للأصدقاء فقط
- للأصدقاء المقربين
- لكل الأصدقاء ما عدا البعض
- لك أنت فقط
- أعدل الخصوصية حسب طبيعة ما أنشر

19. ما هي اللغة/ اللهجة التي تفضل أن - تنشر أو تتصفح - بها الكتابات الجدارية الفايسبوكية؟

- اللغة العربية
- اللغة الفرنسية
- اللغة الانجليزية
- اللغة الأمازيغية
- اللهجة العامية
- أمزج بين عدة لغات/لهجات

20. هل تتفاعل مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية للأصدقاء من حولك؟

- دائما أحيانا أبدا

21. إذا كانت إجابتك (دائما) أو (أحيانا) فما هو شكل هذا التفاعل؟

- التعليق على الكتابات الجدارية الفايسبوكية
- مشاركة الكتابات الجدارية الفايسبوكية
- الإعجاب بالكتابات الجدارية الفايسبوكية
- المشاهدة في حالة البث المباشر أو الفيديو

- قراءة الكتابات الجدارية الفايسبوكية دون تفاعل
- التفاعل بهذه الأشكال جميعها

22. إذا كانت إجابتك (أبدا) فلماذا؟

- كتابات جدارية لا تعجبني
- كتابات جدارية بعيدة عن القيم
- كتابات جدارية بعيدة عن اهتماماتي
- كتابات جدارية لا تعكس شخصية أصحابها (مصطنعة)
- كتابات جدارية غير مفهومة
- كتابات جدارية محبطة
- أفضل سلوك القراءة دون تفاعل
- أخرى أذكرها

23. هل ترى أن الكتابات الجدارية الفايسبوكية تنقل لك القيم (الإيمانية، الإنسانية، الاجتماعية،

الجمالية، النفسية، التربوية، السياسية، الاقتصادية) التالية:

معارض	محايد	موافق	القيم	أبعاد القيم
			- أداء العبادات	القيم الإيمانية
			- الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	
			- بر الوالدين	
			- العمل الصالح	
			- التفقه في الدين	
			- احترام حقوق الإنسان	القيم الإنسانية
			- احترام التنوع الثقافي والعرقي واللغوي	
			- احترام الأديان الأخرى	
			- الرفق بالحيوان	
			- احترام المرأة	
			- حسن الحوار	القيم الاجتماعية
			- المشاركة والتفاعل داخل الأسرة	
			- حسن التواصل مع الناس	
			- مساعدة الآخرين	
			- زيارة الأهل والأقارب	
			- النظافة الشخصية	القيم الجمالية

			- الحفاظ على البيئة	
			- نظافة المحيط الداخلي (المنزل)	
			- الاهتمام بالمظهر الخارجي	
			- الذوق الرفيع	
			- تقدير الذات	القيم النفسية
			- ضبط النفس	
			- الصبر	
			- الحياء	
			- التواضع	
			- السعي لطلب العلم واحترامه	القيم التربوية
			- تقدير العلماء	
			- تشجيع الإبداع والمبدعين	
			- الأمانة العلمية	
			- تبادل العلوم والمعارف	
			- حب الوطن	القيم السياسية
			- العدل	
			- نشر قيم الديمقراطية	
			- حرية الرأي والتعبير	
			- احترام القانون والسيادة الوطنية	
			- حب العمل واثقانه	القيم الاقتصادية
			- الكسب الحلال	
			- التنافس الشريف	
			- الاعتدال في الإنفاق	
			- الصدق في المعاملات التجارية	

24. كيف تنظر للقيم في الكتابات الجدارية الفايسبوكية؟

معارض	محايد	موافق	المؤشرات
			- وجود تماثل (تطابق) بين القيم التي نشأت عليها والقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية
			- وجود قيم دخيلة على مجتمعك ولا تتقبلها
			- تعتقد أن هناك اغتراب بين قيمك وقيم الآخرين حولك من خلال كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية
			- يمكنك تقبل وتبني قيم جديدة
			- تناقش الآخرين في قيمهم لإثبات قيمك
			- تسعى لتصحيح التصورات الخاطئة للآخرين حول قيمك
			- تكتفي بنشر قيمك من خلال كتاباتك الجدارية الفايسبوكية فقط
			- تؤكد على العمل بهذه القيم وتجسدها في سلوك اجتماعي واقعي.
			- تتفق تصوراتك للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية مع محيطك ونظامك الاجتماعي، الديني، الثقافي
			- ترى أن من حولك يتحدثون بالقيم في كتاباتهم كمظهر للقبول الاجتماعي أكثر منه سلوك في واقعهم.
			- تشعر بالتقدير الإيجابي لانتمائك القيمي.

III. الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب الجزائري

25. هل تعتقد أن حضور القيم في مضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية قد جعلك تقوم بالسلوكات

الإيجابية التالية؟

معارض	محايد	موافق	العبارة
			- تعزز قيمك أكثر وتحافظ عليها
			- أكثر تواصلًا مع الأهل والأصدقاء
			- تساعد الناس من حولك
			- تحصل على كثير من المعلومات في مجالات معرفية متعددة
			- أكثر ارتباطًا ومشاركة في القضايا الإنسانية
			- تستفيد من الثقافات الأخرى
			- تشعر بالترفيه والتسلية
			- أكثر معرفة بمستجدات العالم الخارجي
			- تنظر لذاتك وقيمك ومجتمعك بصورة إيجابية
			- تحترم خصوصيات الآخرين
			- تؤدي واجباتك الدينية في وقتها

			- أكثر حرية في التعبير عن آراءك وأفكارك
			- تعزز بهويتك وانتماءك الثقافي
			- تهتم بنظافة البيئة والمحيط من حولك
			- تحترم آراء الآخرين من حولك
			- تحترم الديانات الأخرى
			- تعزز باستخدام اللغة العربية الفصحى
			- تحترم التنوع اللغوي في مجتمعك
			- تحترم العلم وتقدر العلماء

26. هل تعتقد أن غياب القيم في مضمون الكتابات الجدارية الفيسبوكية قد جعلك تقوم بالسلوكات السلبية التالية؟

معارض	محايد	موافق	العبارة
			- محايدا تجاه قيمك و غير متمسك بها
			- سطحيا في معلوماتك وثقافاتك
			- أقل تواصلًا مع عائلتك وأصدقائك
			- أكثر تأثراً بحياة النجوم والفنانين والمؤثرين الافتراضيين
			- متأثراً بالثقافة الغربية وقيمها
			- ترغب في العيش خارج وطنك
			- أقل حساسية تجاه الممنوعات الثقافية المنشورة عبر فايسبوك
			- تصدق الحياة الافتراضية وتنظر لها على أنها حياة حقيقية
			- أكثر استهلاكاً للمنتجات والسلع والخدمات
			- تشعر بالإحباط والخوف والقلق
			- تشعر بالخمول والكسل
			- بعيد عن المشاركة في القضايا الإنسانية المختلفة
			- تؤجل أداء الصلاة في وقتها
			- أقل تقديراً لذاتك ومجتمعك
			- أقل احتراماً لخصوصيات الآخرين
			- متعصب ولا تتقبل آراء الآخرين
			- تنمر على صور وقصص الأصدقاء

~ شكراً لتعاونكم ~