



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الإعلام والاتصال



مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي
التطبيقات والإشكالات المنهجية

في

الفترة من ١٩ - ٢٠ / ٥ / ١٤٣٦ هـ

١٠ - ١١ / ٣ / ٢٠١٥ م

بحث

التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي

د. رضا إبراهيم محمد الأشرم

أستاذ مساعد بقسم تطوير الذات، السنة التحضيرية، جامعة الملك سعود

التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي

Social impact of social network sites in university youth

د. رضا إبراهيم محمد الأشرم*

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى فهم العوامل التي تحفز الشباب الجامعي على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم، والكشف عن التأثير الاجتماعي جراء هذه الرغبات، وكذلك الأساليب المستخدمة من قبل الأعضاء لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم. وقد بلغ عدد المشاركين (٥٠) طالباً وطالبة بجامعة المنصورة بجمهورية مصر العربية، وتم استخدام منهج الوصفي المسحي لجمع البيانات. ومما أسفرت عنه نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً لدى الشباب الجامعي الفيسبوك ويوتيوب ثم تويتر، وأن جميع المشاركين يستخدمون الفيسبوك مرة واحدة على الأقل في الأسبوع، والأنشطة الثلاثة الأكثر شيوعاً في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك بين المشاركين في هذه الدراسة استعراض ومشاهدة الصور، والتواصل مع الآخرين من خلال الرسائل الخاصة أو الدردشة، والتحري لمعرفة ماهية الشخص الذي يتواصل معهم. وأن الأنشطة الثلاثة الأقل شيوعاً في الفيسبوك وضع علامات ونشر الفيديو، وإنشاء ونشر الأحداث السياسية/ الاجتماعية، واللعب. واتفق غالبية المشاركين أنهم استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك كأداة للتعرف على أشخاص جُدد واستكشاف علاقات جديدة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك أصبحت جزءاً مما يقرب من ٧٥% من الحياة اليومية للمشاركين، واعترف ٨٤,٢% من المشاركين أن وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك جزءاً من نشاطهم اليومي، وشعر أكثر من نصف المشاركين بالضيق عندما لم يدخل إلى الفيسبوك لفترة من الوقت. كما أظهرت نتائج الدراسة أن ما يقرب من ٨٠% من المشاركين يشعرون بالفخر في إخبار الآخرين أن لهم حساب في الفيسبوك أو أحد وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. وأن ما يقرب من ٨٠% من المشاركين سيحزن إذا تم إغلاق وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؛ ومع ذلك، رأى أقل من نصف المشاركين أنهم جزء من مجتمع الفيسبوك. وأكثر من ثلث المشاركين كان لديهم أكثر من (٤٠٠) صديق على الفيسبوك. بالإضافة إلى ذلك كان أكثر من ٦٨% من المشاركين أكثر شعوراً بالارتياح عند التواصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بدلا من الأماكن وجهاً لوجه، وما يقارب ٧٥% من المشاركين يشعرون بالأمان. ويوصي الباحث بأهمية اهتمام وسائل الإعلام بظاهرة إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وبث برامج توعية تساعد على حل مشاكل هذه الظاهرة. الكلمات الأساسية: وسائل التواصل الاجتماعي، الشباب الجامعي.

* أستاذ مساعد بقسم تطوير الذات، السنة التحضيرية، جامعة الملك سعود.

مقدمة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من الأدوات الهامة التي أولع الشباب بها ودخل عالمهم الخاص، عالم الفيس بوك والتويتر واليوتيوب وغيرها، فاعتبرت وسيلة للتعبير عن النفس وتبادل الآراء والأفكار، حيث كسرت مواقع الاتصال القيود والحدود الجغرافية وتقارب الأفكار والأخبار وامت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغاتهم وبيئاتهم.

منذ بدء العمل بها، قد اجتذبت وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر، الفيسبوك، ماي سبيس، الملايين من المستخدمين، وكثير منهم دمجوا هذه المواقع في ممارساتهم اليومية. فهناك مئات من مواقع التواصل الاجتماعي، مع مختلف إمكانيات الفعل التكنولوجية، وتدعم مجموعة واسعة من الاهتمامات والممارسات. في حين أن المزايا التكنولوجية الرئيسية تتفق إلى حد ما، تتنوع الثقافات التي تظهر حول مواقع التواصل الاجتماعي (boyd & Ellison, 2008, 210).

ولا تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مجرد أدوات تكنولوجية لتبادل الرسائل فقط، بل وسيلة معاصرة للتواصل والتفاعل والمشاركة العالمية. ولا يمكن إنكار أن نتائجها قد أدت إلى تغيير كبير جداً في التواصل بين الشعوب.

وقد اجتذبت وسائل التواصل الاجتماعي هذه الملايين من الأعضاء الذين ينسجمون مع الآخرين على شبكة الإنترنت بما في ذلك وكلاء يملكون محل أولياء التنشئة الاجتماعية التقليديين (الأسرة، المدرسة، مجموعات الأقران والبيئة) في بعض الأحيان (Urista, et al., 2009, 217). يمكن ماي سبيس والفيسبوك الأفراد من القيام بدور نشط في عملية التنشئة الاجتماعية وبناء هويتهم الخاصة. وأشار داي (Dye 2007) إلى أن هذه الوسيلة الجديدة قد خلقت جيل جديد من الأفراد الذين يتم تحديد هوياتهم من خلال الاتصالات والمحتوى الذي تنجه على الإنترنت.

وقد وجدت شبكات التواصل الاجتماعي إقبالاً كبيراً من جميع فئات المجتمع خاصة الشباب، فهي خدمات تسمح لهم بتبادل الآراء والأفكار مع الآخرين و أيضاً لمناقشة القضايا الاجتماعية، وتسمح للأفراد بالتعامل مع الآخرين وهذه المزايا لا يمكن توفيرها من خلال وسائط الاتصال التقليدية (Jain, et al., 2012, 37).

فقد نتج عن التزاوج بين تكنولوجيا الإعلام والاتصالات ظهور ما يسمى بالإعلام الإلكتروني الذي أحدث ثورة في عملية الاتصالات، حيث إن الفرد في المجتمع أصبح باستطاعته أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية وبسرعة فائقة أتاحت الفرصة للمستخدم لإنتاج المضمون والرسائل والبيانات باستخدام أشكال تعبيرية مختلفة كالمدونات Blogs ، واليوتيوب Youtype ،

والفيسبوك Facebook ، وغيرها من الأشكال الاجتماعية على شبكة الإنترنت التي أتاحت مساحة كبيرة للتعبير عن الرأي (رضوان، ورمضان، وعبد الوهاب، ٢٠١٠، ٢٩٧).

تدعم معظم مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بين الأفراد داخل المجتمع الواحد، وتساعد الغرباء يتواصلون على أساس الاهتمامات المشتركة، وجهات النظر السياسية، أو الأنشطة، وتلي بعض المواقع احتياجات مختلف الشرائح المستهدفة، في حين تجذب وسائل تواصل أخرى الناس على أساس اللغة المشتركة أو الهويات العرقية والجنسية والدينية، أو بناءً على الجنسية المشتركة، كما تختلف المواقع أيضا في مدى قدرتها على دمج معلومات وأدوات تواصل جديدة، مثل التواصل عبر الجوال، والمدونات، ومشاركة الفيديو/ الصورة (boyd & Ellison, 2008, 210).

وقد درس العلماء في المجالات المختلفة وسائل التواصل الاجتماعي من أجل فهم الممارسات والنتائج، والثقافة، ومعنى وسائل التواصل الاجتماعي، فضلا عن اشتراك المستخدمين فيها. وهدفنا في هذه الدراسة عرض التأثير الاجتماعي لهذه الوسائل لدى الشباب الجامعي بجمهورية مصر العربية.

مشكلة الدراسة:

نتيجة للتغيرات المتسارعة التي يعيشها العالم، وقع شبابنا في تشتت واضح في الأهداف والغايات، حيث أدت التغيرات العالمية المتسارعة إلى عدم مقدرة الشباب على التمييز الواضح بين ما هو صواب وما هو خطأ، مما أدى إلى حدوث أزمة فكرية، كان لها أثراً كبيراً في دفع الشباب للتمرد والثورة على قيم المجتمع، واغترابهم شبه التام عن القيم التي جاءت بها الثورة العلمية والتكنولوجية (إبراهيم وموسى، ٢٠٠٣، ٥٢) وذلك لأن معطيات التقنيات الحديثة كثيرة ومجالاتها متعددة ضربت جذورها في أعماق المجتمع فأخذت تغير في سلوك الفرد والتغير في السلوك لا بد أن يواكبه شيء من الحذر (الشاعر، ٢٠٠٦، ٢٧٤). ومع ذلك، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أيضا تسهيل انتشار رسائل لم يتم التحقق منها بما في ذلك تلك التي نكتشف في وقت لاحق أنها كاذبة، حيث تضيف الرسائل غير الدقيقة تشويش لوسائل التواصل الاجتماعي، والتشويش بين الناس، يمكن أن يؤدي إلى المعتقدات الخاطئة التي يصعب تغييرها (Li & Sakamoto, 2014, 278).

ونظراً لأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أدوات رئيسة للحوار بين الأفراد والشعوب لذا تأتي هذه الدراسة للتعرف على الأثر الاجتماعي من حيث التواصل مع الأسرة والأقرباء والأصدقاء لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي في جمهورية مصر العربية وذلك من منظور نفسي-اجتماعي. وبناءً على ذلك تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما مستويات مشاركة الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟

٢. هل توفر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك مساحة آمنة للشباب الجامعي للتعبير عن آرائهم السياسية والاجتماعية؟
٣. ما مستويات ارتباط الشباب الجامعي بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
٤. ما أنواع الأنشطة التي يستخدمها الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
٥. ما استراتيجيات الاتصال التي يستخدمها الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى فهم العوامل التي تحفز الشباب على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم، وتسعى للكشف عن التأثير الاجتماعي جراء هذه الرغبات، وكذلك الأساليب المستخدمة من قبل الأعضاء لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم.

أهمية الدراسة:

لقد أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي يمكن أن تلعب دوراً إيجابياً في المجتمع، من خلال تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد (Beaudoin, 2008)، كما أن مواقع الشبكة الاجتماعية تجمع بين الشباب الذين لديهم اهتمامات وأنشطة مشتركة أو الذين يرغبون في استكشاف مصالح وأنشطة أخرى (Zarella, 2010). ولا تعدّ وسائل التواصل الاجتماعي مجرد شبكة اتصالات فقط بل ظاهرة حقيقية تعادل العناصر الرئيسة في النسيج الاجتماعي، والتفاعل مع الإنترنت يسعى إلى تخريب الروابط الاجتماعية لأنه يغير في طبيعة العلاقات الإنسانية بتشجيعها بشكل من الاتصال دون الاحتكاك (الأسطل، ٢٠١١، ١٨).

تتجلى أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

١. تتناول هذه الدراسة ظاهرة هامة من ظواهر العصر الحديث وهي وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. تسلط الضوء على التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي.
٣. تتناول بالبحث فئة لها أهمية خاصة في الإنتاج والتطور والمستقبل وهي فئة الشباب التي يجب إعدادها لمواجهة الثورة العلمية المعرفية.
٤. تحليل واقع ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية المترتبة عن استخدام على فئة الشباب الجامعي من وجهة نظر عينة من الباحثين.

مصطلحات الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي social network sites

يتم تعريف مواقع التواصل الاجتماعية من قبل بويد وإليسون (٢٠٠٨) Boyd and Ellison بالخدمات على شبكة الإنترنت التي تسمح للأفراد: (١) بناء ملف شخصي عام أو شبه عام في إطار نظام محدد، (٢) إظهار قائمة المستخدمين الآخرين الذين يشاركون في التواصل، (٣) مشاهدة وتحويل قائمتهم من الاتصالات وتلك المصنوعة من قبل الآخرين داخل النظام (p. 211).

ويُعرف راضي (٢٠٠٣، ٢٣) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفييس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة (الفييس بوك)".

الشباب الجامعي

يستخدم هذا المصطلح لوصف الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٢، وهذا هو العمر المستهدف في الدراسة الحالية. ويعرف باسكو (٢٠٠٧) Pascoe الشباب "بالوقت الذي يعمل فيه المراهقين لخلق الهوية والانتقال من مرحلة الطفولة إلى مرحلة البلوغ. هو تركيب أيضا بوقت مضطرب نفسيا، بيولوجيا واجتماعيا" (P. 16).

الشباب الجامعي: يقصد بهم طلبة المرحلة الجامعية في جامعة المنصورة للعام الجامعي ٢٠١٤/٢٠١٥م.

الإطار النظري للدراسة:

استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي:

وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباع، يتم تحديد استخدام وسائل الإعلام بمجموعة من العناصر الرئيسية بما في ذلك "احتياجات ودوافع الناس للتواصل، والبيئة النفسية والاجتماعية، ووسائل الإعلام، والبدائل الوظيفية لاستخدام وسائل الإعلام، وسلوك الاتصالات، والآثار المترتبة على مثل هذا السلوك (Rubin, 1994, p. 419). ويعرف كاز، وبلومير وجوريفيتش (١٩٧٤) منظور الاستخدامات والإشباع بالتركيز على "الأصول الاجتماعية والنفسية للاحتياجات، التي تولد توقعات ووسائل الإعلام

أو المصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الاعلام مما أدى إلى إشباع الحاجة والنتائج الأخرى" (IN: Rubin, 1994, p. 419).

وركزت أبحاث الاستخدامات والإشباع عادة على كيفية استخدام وسائل الاعلام لتلبية الاحتياجات المعرفية والوجدانية التي تنطوي على الاحتياجات الشخصية واحتياجات الترفيه (Rubin, 530, 2002). وتشمل هذه: الحاجة إلى الهوية الشخصية، والهروب، وتقديم الذات. وحددت ستافورد وجونير (Stafford and Gonier, 2004) عدة إشباعات من استخدام الإنترنت التي تحفز سلوك المستخدمين، وتشمل: البحث على شبكة الإنترنت، والحصول على المعلومات، والقدرة على الاندماج في التواصل بين الأشخاص، والتنشئة الاجتماعية (P. 108).

وتقترح نظرية الاستخدامات أن الأعضاء يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتجربة الاتصال الانتقائي والفعال والفوري مع الآخرين لإشباع التواصل بين الأشخاص، وباعتباره وسيلة مستمرة للحصول على موافقة ودعم الأشخاص الآخرين. وتسمح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدم أن يكون انتقائياً في اختيار من يرى ومن لن يرى مشاركاته ومعلومات الموقع الأخرى. ونتيجة لذلك، يواجه العديد من المستخدمين سلوك الادمان على وسائل التواصل الاجتماعي.

ويذكر أوريستا وزملاؤه (Urista, et al., 2009, 217) عدة وظائف لوسائل التواصل الاجتماعي جعلتها جذابة بشكل خاص للمستخدمين، وهي: الحواظ، والتغريدات، والنشرات، والملفات الشخصية، والبومات الصور.

وقد أظهرت الأبحاث أن طلاب الجامعات يقضون ١٠٠ دقيقة على الأقل يومياً على الإنترنت (Anderson, 2001, 21). و "تخدم الإنترنت الوظائف ذات المنفعة الشخصية (مثل بناء العلاقات، واستمرار العلاقات الاجتماعية، والمعرفة الاجتماعية) بقدر فائدة الترفيه والمعلومات" (Leung, 2007, p. 205). وقد ثبتت أن الدوافع لاستخدام الإنترنت في المقام الأول سببها الرغبات لـ "الاسترخاء، والمرح، والتشجيع، والحالة"، ودراسات أخرى بشأن بناء الصورة على الإنترنت والحفاظ على العلاقة واستمرارها مماثلة "لدوافع استخدام الإنترنت مثل العلاقات الشخصية والمعلومات والترفيه" (Ho Cho, 2007, p. 341).

ويضم مقياس ولفرادت Wollfradt ودول Doll الدافع للإنترنت، ثلاثة دوافع أساسية لاستخدام الإنترنت: المعلومات، والاتصال بين الأفراد، والترفيه (Matsuba, 2006, p. 278). ووفقاً لماتسوبا (Matsuba, 2006) بعض الناس على الأرجح يستخدمون شبكة الإنترنت لإدارة المزاج (مثل الترفيه والبحث عن المعلومات) والتعويض الاجتماعي (مثل الحصول على المعرفة واستمرار العلاقة) (P. 278). كما أنهم قد يستخدمون الإنترنت لـ "التواصل والحفاظ على العلاقات الاجتماعية"، وأسفرت دراسة

أجريت عام ١٩٩٨ عن استخدام طلبة الجامعات للإنترنت في ست فئات تحفيزية: التسلية، والتفاعل الاجتماعي، وتمرير الوقت، والهروب، والمعلومات، وتفضيل موقع ويب (Kaye, 1998, p. 34).

وأشار أوريستا وزملاؤه (Urista, et al., 2009, 219) إلى أن الاشباع يعني أن إلتقاء الناس كأعضاء في المجتمعات الافتراضية يرجع إلى حقيقة أنهم يمكن أن يولدوا محتوهم الخاص ويستخدمونه لتلبية رغباتهم، حتى ملاحظة سلوك الآخرين يمكن أن يسفر عن إشباع المشاهدين (Eastin, 2002). باختصار، سيكون دافع الفرد لاستخدام الإنترنت إذا كان يعتقد أنها سوف تساعد على خدمة أهدافه للاختلاط مع أشخاص آخرين.

كما أنه يزيد من رأس المال الاجتماعي المتاح للأفراد لأنها تزيد من شبكتهم من المعارف من خلال الترابط ومد جسور التواصل (Ellison et. al., 2007). وافترض دوناث وبويد (٢٠٠٤) Donath & Boyd أن مواقع الشبكات الاجتماعية لديها القدرة على زيادة الروابط الضعيفة كثيراً داخل المجتمع لأن التكنولوجيا تفضي إلى الحفاظ على هذه العلاقات بثمن بخس وسهل (P. 71).

وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة ومريحة للأعضاء للتواصل مع العائلة والأصدقاء، وغيرهم. بالإضافة إلى ذلك، احتياجات المستخدمين الفردية يمكن أن تتحقق باستمرار وبشكل فوري. وما يجعل مواقع التواصل الاجتماعي فريدة من نوعها ليس أنها تسمح للأفراد بمقابلة الغرباء، بل أنها تمكن المستخدمين من وضع وجعل شبكاتهم الاجتماعية مرئية (Urista, et al., 2009, 217).

كما يساهم الناس بآرائهم وخبراتهم على تويتر، والفيسبوك، ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. على سبيل المثال، فإنهم قد ينشرون نصيحة صحية تعلموها، وميولهم تجاه هذه النصيحة، هذه المعلومات الناتجة عن الحشود يمكن أن تكون مفيدة لاكتساب معارف جديدة واتخاذ قرارات مستنيرة؛ ونتيجة لذلك، يستخدم الناس وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط للترفيه؛ ولكن أيضاً للتعليم، والأعمال التجارية، والإرشاد (Park, et al., 2014, 10).

نخلص إلى أن الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم؛ ونظراً لطبيعة فضول الأفراد والرغبة في بناء وتطوير العلاقات، يتمتع مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي بالارتياح والفعالية والشهرة لاستخدام وسيلة قوية لنقل الرسائل والبحث عن الإجابات. وتجدر الإشارة إلى أن الفورية تدفع الشباب إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى مستوى أكثر تجريدًا، يستخدم الشباب وسائل التواصل الاجتماعي لتلبية الإشباع المحدد الذي يسعون إليه.

ومن الواضح أن الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي حيث يتمتعون بالحرية، ولتلبية كل من الرغبات الشخصية والبيئشخصية، وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين القدرة

لإنتاج المحتوى بطريقة تخدم مصالحهم واهتماماتهم طويلاً، وهذا يشمل خلق شخصية جذابة للإعجاب الشخصي أو إعجاب الآخرين. ويشمل أيضاً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعزيز والحفاظ على العلاقات مع الآخرين من خلال إنشاء المحتوى والحديث اللذان يصاغان على الإنترنت.

التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي:

تغير وسائل التواصل الاجتماعي طريقة الشباب في إجراء تفاعلاتهم الاجتماعية، والحفاظ على حياتهم الاجتماعية، وبناء هويتهم. وتشرح تاركول (Turkle، ٢٠١١) كيف أن هاجس وسائل التواصل الاجتماعي مقلق لأن الشباب لا يفهمون كيف يكون التفاعل والحديث وجهاً لوجه، وأنهم يفضلون المحادثات التي تجري من خلال التكنولوجيا لأن لديهم سيطرة على الموقف، وتصنع التكنولوجيا واجهة من التعاطف والاهتمام، ووهم الصداقة، وفكرة ألا نكون أبداً لوحدنا (Turkle, 2011).

ولا تعدّ وسائل التواصل الاجتماعي مجرد شبكة اتصالات فقط بل ظاهرة حقيقية تعادل العناصر الرئيسة في النسيج الاجتماعي، والتفاعل مع الإنترنت يسعى إلى تخريب الروابط الاجتماعية لأنه يغير في طبيعة العلاقات الإنسانية بتشجيعها بشكل من الاتصال دون الاحتكاك (الأسطل، ٢٠١١، ١٨)، وقد لاحظ الباحث أن المشكلات الاجتماعية والنفسية التي نجمت عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كثيرة منها ما يتعلق بالأسرة، ومنها ما يتصل بعلاقة الفرد مع مجتمعه ومنها: «المشكلات الأسرية، وإخفاء الشخصية، والإدمان، والعزلة الاجتماعية».

وعلى الرغم من التأثيرات الإيجابية التي تتركها الإنترنت على الشباب، إلا أنها في الوقت نفسه تركت بعض التأثيرات السلبية التي تمثلت في بداية ظهور بعض أعراض الإدمان لديهم على الإنترنت، وتسببت أيضاً في خلق بعض الصدمات العاطفية لبعض مستخدميها من العزب والمتزوجين، انعكست سلباً على علاقاتهم الأسرية والعائلية والزوجية، وساهمت في بروز بعض مظاهر الاغتراب النفسي والاجتماعي لدى بعضهم، تجسدت في تمنيمهم العيش خارج مجتمعهم المحلي (ساري، ٢٠٠٨، ٣٣٠).

وتشير بويد (boyd، ٢٠٠٧) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمتلك أربع خصائص عكس الحياة العامة وجهاً لوجه: المثابرة، وإمكانية البحث، والتكرار، والجماهير غير المرئية. وتقول بويد أيضاً "هذه الخصائص تغير جذرياً الديناميات الاجتماعية، وتُعدّ الطرق التي يتعامل بها الناس" (p. 2). وعلى خاصية المثابرة، تقول بويد (boyd، ٢٠٠٧) أنه على عكس الاتصال وجهاً لوجه، وسائل التواصل الاجتماعي "تمدد فترة وجود أي فعل كلامي" لأنه مكتوب ومؤرشف (p. 9).

وأدى استخدام شبكة التواصل الاجتماعي إلى التخفيف من القيود والحدود التي كانت تقوم بعملية ضبط السلوك المعلوماتي، وأصبح من الممكن تجاوز القيم والمعايير والضوابط الاجتماعية

(الأسطل، ٢٠١١، ١٩)، فهناك مواقع إباحية تعمل على تدمير القيم والأخلاق، وتنمي الرذيلة، وتبعد الإنسان عن دينه وعاداته وتقاليده، وتدفعه لارتكاب الجرائم وفعل المحرمات، وبالرغم من بعض الحلول التكنولوجية لمنع العثور على تلك المواقع (الفترة) إلا أن الكثير من متصفح الإنترنت قادرين على الوصول إليها (قنيطة، ٢٠١١، ٢٢).

ويمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي قد فتحت مجالاً للاتصال لم يكن موجوداً أمام الشباب في الماضي خاصة فيما يسمى بالمحادثة وهذا أدى إلى بناء علاقات مع أفراد من خارج المجتمع المحلي والوطن وأدى في بعض الحالات إلى إمكانية إيجاد وظيفة أو حتى الزواج، هذا بالنسبة للشباب إما بشكل عام فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للمعلومات والمصادر المعرفية إلى جانب استخدامها في تشكيل اتجاهات وقيم الأفراد مما يعطي بعض الدول إمكانية فرض ثقافتها على أفراد المجتمعات الأخرى.

كما أن أهم سلبيات استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تغذية الأزمات السياسية وهيئة الفرصة لعمليات الاستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات، أما أهم الإيجابيات فقد تمثلت في تعريف المستخدمين بموضوعات تساعدهم على النقاش مع الآخرين (المصري، ٢٠١١).

وقد توصلت دراسة حسن (٢٠٠٩) إلى أن هناك ارتباطاً سلبياً بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، كما أن هناك ارتباطاً سلبياً أيضاً بين معدل الاستخدام وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى أفراد العينة، وأن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة معدل الاستخدام واتجاه الباحثين نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة وليست عابرة، وأنه كلما شعر الأفراد بالخصوصية باستخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، بعكس أقرانهم الذين يستخدمون الكمبيوتر في مكان لا يتمتع بالخصوصية ويستطيع المحيطون بالفرد الوصول إليه أو على الأقل مشاهدته، كما توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك واليوتيوب والماسييس احتلت مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقاءهم يعدون المرجع الأول في حالة حدوث مشكلة لهم.

وذكر ساري (٢٠٠٨) أن الإنترنت أحدثت تغيراً ملموساً في طبيعة التواصل الأسري والعائلي، تبدى ذلك في تراجع مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في الجلوس والتفاعل مع أسرهم من جهة، وفي تراجع عدد الزيارات التي ألفوا القيام بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الإنترنت من جهة أخرى (ص ٢٩٦).

وقد أظهرت نتائج دراسة ليلي جرار (٢٠١١) أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في الفيسبوك تبلغ (٧٤,٤%) من مجمل الشباب الأردني، وأن نسبة الذكور المشتركين في الموقع (٥٦%) وهي أكبر من نسبة مشاركة الإناث (٤٤%)، وأن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد الموقع يومياً (٧٣,٨%)، وأن أكثر من نصف الشباب المشترك في الموقع (٥٧,٤%) يعتقدون أن اشتراكهم قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، ورأى (٤٥,٦%) من المشتركين أن اشتراكهم في الموقع أثر على حياتهم إيجابياً، و(١٤,٢%) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان اشتراكهم في الموقع أثر أو لم يؤثر على حياتهم.

نخلص إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل العديد من الشباب أصبح من الظواهر التي يرى الإنسان العادي انعكاساتها مع كل من يتعامل مع هذه الشريحة، فاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح بديلاً للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق والأقارب، وأصبح هم الفرد قضاء الساعات الطويلة في استكشاف مواقع وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة مما يعني تغييراً في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصراً هاماً في ثقافتنا.

دراسات سابقة ذات صلة:

لقد أجريت عدة دراسات حول استخدام الشباب وطلبة الجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي على المستوى المحلي، والعربي، والعالمي، وسيتم تناول أهم الدراسات السابقة المتصلة بموضوع هذه الدراسة، وما انتهت إليه من أهم النتائج:

استهدفت دراسة أبو خطوة والياز (٢٠١٤) معرفة انعكاسات شبكة التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي واستبانة تم تطبيقها على عينة قوامها (١٠٤) طالب وطالبة في الجامعة الخليجية بمملكة البحرين، وأظهرت نتائج الدراسة أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى الطلبة بصفة عامة بدرجة متوسط مما يؤكد ضرورة العمل على توعية الطلبة في المراحل التعليمية المختلفة باستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على تنمية التفكير الناقد لديهم ليتمكنوا من فرز ما يعرض عليهم من أفكار و آراء، وعدم الانسياق وراء الدعوات الهدامة التي تضر باستقرار و أمن المجتمع.

واختبرت دراسة إريك وزملائه Erik, et al. (٢٠١٤) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيسبوك في إدارة الأزمة في إحدى الجامعات. ومن أبرز نتائج الدراسة: وجود تأثيرات مصدر الاتصالات (الجامعة أو العمادة) ومعلومات الأزمة (تعليمات أو التكيف) على التواصل الثانوي من قبل الطلاب (على سبيل المثال، مشاركة وتبادل الرسالة وترك رد الفعل). ودور العمادة كمصدر

للمعلومات وحث الطلاب على العمل. كما وجدت الدراسة بعض التأثيرات غير المتوقعة، ولاسيما فيما يتعلق بنوع معلومات الأزمة التي ترسل في الفيسبوك أو تويتر، من قبل العمادة أو الجامعة.

وقامت دراسة جاليرا وزملائها (Galera, et al. (٢٠١٤) بتحليل الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في التعبئة الاجتماعية المدنية والتضامن لدى الشباب الإسباني، وما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي هي المسؤولة عن الارتباط بالنشاط الاجتماعي في الوقت الحالي، أو إذا كانت مجرد تكثيف ميل حالي أو سابق نحو المشاركة الاجتماعية. وأجريت الدراسة من خلال استبيان على الإنترنت حيث شملت أكثر من ١,٣٠٠ شاب. وأظهرت النتائج نسبة كبيرة من المشاركة الحصرية على الإنترنت رغم وجود أكثر من ٨٠٪ من الشباب، بطريقة أو بأخرى، شاركوا في الأعمال التي تم دعوتهم إليها من قبل وسائل التواصل الاجتماعي. كما حللت الدراسة أشكال المشاركة في أعمال التضامن وتأثير عوامل مثل القرب الجغرافي أو الاجتماعي أو العاطفي والأسباب على درجة عدم التواصل والمشاركة على الإنترنت. وتظهر النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي قد غيرت معنى المشاركة، وأنها تشجع الشباب الذين تم حشدتهم فقط في وسائل التواصل الاجتماعي، لاتباع الإجراءات اللازمة، وتوصي الدراسة بالحاجة إلى التغلب على الانقسام الذي يعارض النشاط على الإنترنت وعدم التواصل والسلبية.

واستهدفت دراسة سوريانو أيلالا وجونزلز جيمينز (Soriano-Ayala, & González- Jiménez (٢٠١٤) معرفة استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وما إذا كان هناك اختلافات بين الجنسين. وقامت الدراسة على مسح من ١٦٨٠ طالباً في أسبانيا. ومن نتائج الدراسة، أنه عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يقع الشباب في السلوكيات ذات المخاطر العالية مثل استمرار اللقاءات الأولى والاتصال مع الغرباء.

وتناولت دراسة الشارخ (Alsharkh (٢٠١٢) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (SMN) على المجتمع السعودي من وجهة نظر الشباب، وركزت الدراسة على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب مع أسرهم وتقاليدهم. وشارك في مسح الدراسة ما مجموعه ٦١٧ طالباً من جامعة الدمام، تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٤. وأظهرت نتائج المسح أنه على الرغم من بعض التأثير المحتمل لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب وعلاقتهم مع أسرهم، هي أيضاً مرنة في كثير من الجوانب. ومع ذلك، فإن نتائج المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي واضحة على جوانب أخرى أيضاً، مثل القدرة المكتسبة لعملية اتخاذ القرار الذاتي والقدرة على تقبل الرأي والرأي الآخر. وعلاوة على ذلك، فإن نتائج البحوث الخاصة بالمرأة تشير إلى أنها أكثر نشاطاً في وسائل التواصل الاجتماعي. وتظهر النتائج أيضاً أن

النساء استزدن معرفة بحقوقهن واكتسبن حرية التعبير. وأخيراً، أدت النتائج إلى استنتاج أن هناك تغيير اجتماعي محتمل في المجتمع السعودي، على الرغم من أن بنية الأسرة لا تتغير بشكل كبير.

وقّمت دراسة إنجليزية (٢٠١٢) English القدرة على إشراك الشباب في المشاركة السياسية وخاصة الحملات الانتخابية من خلال تنفيذ استراتيجية الاتصالات الرقمية. وأسفرت الدراسة عن أن وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة حلت مكان الاتصالات الرقمية، بما في ذلك مشاركة المعلومات وجمع التبرعات، مع مستويات متزايدة من النجاح. وقد أدى هذا التحدي التاريخي إلى إشراك الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٣٠ في النشاط المدني ومعدلات اعتماد عالية الصدق بين الشباب من وسائل الاتصال الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية والويب ٢,٠ الفرص لإشراك الشباب عن طريق دخول البيئات الرقمية.

واهتمت دراسة جانكو (٢٠١٢) Junco بدراسة العلاقة بين تواتر استخدام الفيسبوك، والمشاركة في أنشطة الفيسبوك، ومشاركة الطلاب. وتكونت عينة الدراسة (N ¼ 2368) طالباً جامعياً وتم قياس مشاركة الطلاب بثلاث طرق: مقياس من ١٩ بنداً على أساس المسح الوطني لمشاركة الطالب، والوقت الذي يقضيه استعداداً للدراسة، والوقت الذي يقضيه في الأنشطة المصاحبة للمناهج الدراسية. وأشارت النتائج إلى أن استخدام الفيسبوك بشكل ملحوظ متنبأ سلبياً لدرجة مقياس المشاركة، ومتنبأ إيجابياً للوقت الذي يقضيه في الأنشطة المصاحبة للمناهج الدراسية. بالإضافة إلى أن بعض أنشطة الفيسبوك متنبأ إيجابياً للمتغيرات التابعة، بينما كانت الأخرى متنبأ سلبياً.

وحاولت دراسة أوريستا وزملائه (2009) Urista, et al. استكشاف لماذا يستخدم الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية (ماي سبيس والفيسبوك). ووجدت الدراسة أن الشباب يعتمد بشكل كبير على شبكة الإنترنت للترفيه والمعلومات، وأن الأفراد يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية لتجربة اتصال انتقائية وفعالة وفورية مع الآخرين، كما أنهم يشعرون بالرضا من خلال التواصل بين الأشخاص.

دراسة فالنزولا وزملائه (2009) Valenzuela, et al. والتي استهدفت التعرف على أثر الفيسبوك كأحد مواقع الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية بين طلبة الجامعات في الولايات المتحدة على الاتجاهات والسلوكيات التي تحسن العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وتم تطبيق استبانة عبر شبكة الإنترنت على مجموعة من طلاب الجامعات في مختلف أنحاء ولاية تكساس عددهم (٦٠٣)، وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين عدد مرات استخدام الفيسبوك ورضا الطلبة عن الحياة.

دراسة حلمي ساري (٢٠٠٨) بعنوان "ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي"، وتمتاز هذه الدراسة بشموليتها وتوسعها في المجال المعرفي، بما يخص تكنولوجيا المعلومات، سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية، وتناولت الآثار الإيجابية والسلبية على حد سواء، حيث أجريت على عينة من شباب قطر - مدينة الدوحة من كلا الجنسين بلغ حجمها (٤٧١). ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة،

والتي تخص موضوع هذه الدراسة، هو مشكلة العزلة النفسية والاجتماعية الناجمة عن الإدمان على استخدام شبكة الإنترنت، ومن أهم أعراضها: أولاً: انتشار القلق والتوتر والإحباط، وثانياً: تدمير أسر الشباب بسبب انشغال أبنائهم بالإنترنت، وثالثاً: خلخلة علاقات الشباب الاجتماعية بعائلاتهم من حيث تدمير الشباب من زيارات الأقارب.

تعليق على الدراسات السابقة:

تبين من مراجعة الدراسات السابقة عدم وجود اتفاق وانسجام في نتائجها حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وآثارها الاجتماعية، حيث أغفلت هذه الدراسات، دراسة التأثير الاجتماعي المباشر لهذه التقنية على فئة الشباب، وهم الأكثر تعرضاً وتأثراً بالتقنيات الحديثة، وما تحدثه من تأثيرات اجتماعية وثقافية، سواء أكان إيجابياً أم سلباً. فالدراسات المحلية على وجه الخصوص لم تتطرق إلى التأثير والارتباط المباشر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات الفرد، وعلاقاته الاجتماعية، ولم تقم بقياس مدى علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ببعض الأنشطة الاجتماعية على مستوى الأسرة، والأقرباء، والأصدقاء، والتي تحاول هذه الدراسة الإجابة عليه.

كذلك أفادت الدراسات السابقة الباحث في:

بناء الإطار النظري.

بناء أداة جمع البيانات.

الإفادة في تحليل النتائج من الدراسات ذات العلاقة.

إجراءات الدراسة:

١- منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي وتم استخدام أسلوب المسح لجمع البيانات؛ وذلك لتحقيق هدف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها التي سبق الإشارة إليها، وذلك للوصول إلى مؤشرات تعكس لنا التأثير الاجتماعي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين طلبة جامعة المنصورة بجمهورية مصر العربية.

وقد استعان الباحث بعدد من أدوات جمع البيانات ومنها:

- مراجعة الإنتاج الفكري المنشور في موضوع الدراسة.
- تفحص وتحليل المواقع الإلكترونية التي تفيد الموضوع.
- إضافة إلى المسح الذي تم الإشارة إليه سابقاً.

•لقد استفاد الباحث خلال تدريسه مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة مع الطلاب

والطالبات.

٢- المشاركون

شارك في الدراسة الحالية (٥٠) طالباً من جامعة المنصورة (٢٩) ذكراً، و (٢١) أنثى في الفصل الأول من العام الدراسي ٢٠١٤ / ٢٠١٥م، وقد تم اختيار هؤلاء المشاركون بناءً على: أن يكونوا إما أعضاء في الفيسبوك أو تويتر أو مايستيس، ولديهم الرغبة في تبادل ومشاركة الأفكار والخبرات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع الطلاب الآخرين. وبعد ذلك قام فريق متخصص من الباحثين التربويين بإشراف الباحث بجمع البيانات والمعلومات من المشاركين عن طريق تطبيق أداة الدراسة.

٣- أداة الدراسة

اشتملت أداة الدراسة على:

١- استبانة جمع البيانات من إعداد الباحث وتتألف من (٦) فئات:

- الديموغرافية مثل (العمر، والنوع)
 - القدرة على الاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي: وقد اشتملت على (٤ أسئلة).
 - تكرار النشاط: وقد اشتملت على أربعة مقاييس فرعية و (١٤ عبارة).
 - استراتيجيات الاتصال: وقد اشتملت على مقياسين فرعيين و (٥ عبارات).
 - التعلق بوسائل التواصل الاجتماعي: وقد اشتملت على (٧ عبارات).
 - حرية التعبير على وسائل التواصل الاجتماعي: وقد اشتملت على (٤ عبارات).
- وقد درجت استجابات الشباب على هذه الأسئلة/ الفقرات على سلم تقدير تكون من أربع فئات هي: لا أوافق بشدة، لا أوافق إلى حد ما، موافق، موافق بشدة.

صدق أداة جمع البيانات وثباتها:

قام الباحث بعرض الاستبانة بعد إعدادها بشكل مبدئي على مجموعة من المحكمين من تخصصات أكاديمية مختلفة؛ للتأكد من السلامة العلمية من حيث المضمون والصياغة وتحقيقها للغرض الذي صممت من أجله، وإبداء ما يروونه من ملحوظات تتعلق بالتعديل أو الحذف أو الإضافة، ثم قام الباحث بتعديل المسح في ضوء المقترحات، وللتحقق من ثبات المسح تم تطبيقه على عينة استطلاعية تكونت من "٣٢" طالباً وطالبة في جامعة المنصورة، واستخدم الباحث معامل "ألفا كرونباخ" الذي بلغ (٠.٨٤). وهذه إشارة إلى ارتفاع ثبات الاستبانة وإمكانية تحقيقها للهدف الموضوعية من أجله.

الأساليب الإحصائية:

حللت البيانات باستخدام التحليل الإحصائي (SPSS)، ومن خلاله تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي كاستخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري.

نتائج الدراسة:

تجيب الدراسة عن السؤال الأول كما يلي:

ما مستويات مشاركة الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي؟ وللإجابة على هذا السؤال تم طرح الأسئلة التالية كما يتضح في جدول (١):

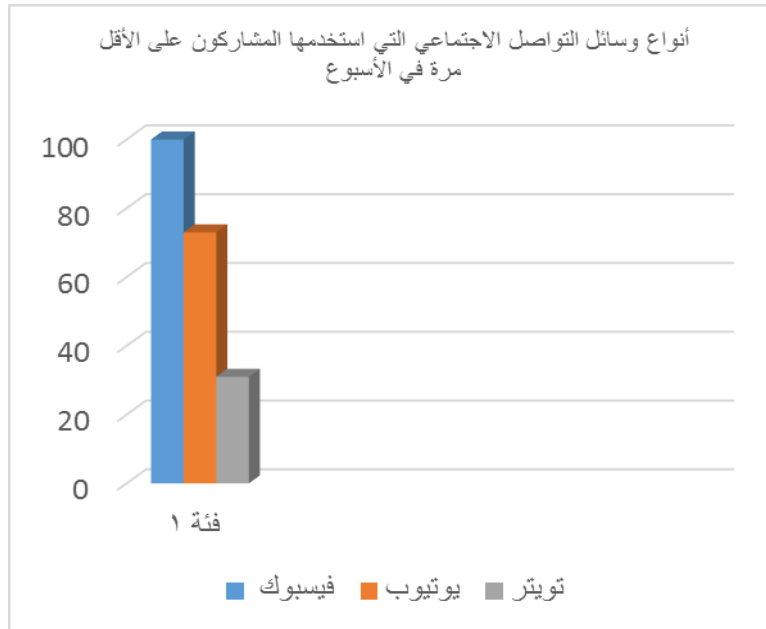
جدول (١) الاشتراك في وسائل التواصل الاجتماعي

السؤال	نعم والتكرار (%)	لا والتكرار (%)
هل لديك جهاز كمبيوتر للاستخدام الشخصي؟	44 (89.5%)	6 (10.5%)
هل لديك هاتف ذكي، مثل آي فون، أندرويد أو بلاك بيري؟	24 (47.4%)	26 (52.6%)
هل تملك جهاز لوحي، مثل آي باد، أو غيره؟	21 (42.1%)	29 (57.9%)
هل استخدمت مواقع وسائل التواصل الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر أو يوتيوب في الأسبوعين الماضيين؟	50 (100%)	0 (0%)

وتشير النتائج إلى أن المشاركين لهم طرق وأساليب خاصة للدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي. وعلاوة على ذلك، استخدم ١٠٠٪ من المشاركين موقع أو أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوعين الأخيرين قبل إجراء الدراسة. ورغم أن هذه نسبة عالية، فإنها ليس مفاجئة؛ لأنه تم إجراء هذه الدراسة على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

وكانت إجابة المشاركين على سؤال: أي من وسائل التواصل الاجتماعي التالية تستخدمها مرة واحدة على الأقل في الأسبوع؟ (الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، أو إنستاجرام)

من حيث أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي يدخلها الشباب المشاركون، والرسم البياني أدناه (الشكل ١) يعرض وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المشاركون مرة واحدة على الأقل في الأسبوع.



شكل (١) أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمها المشاركون على الأقل مرة كل أسبوع

يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً وشهرة بين المشاركين في هذه الدراسة هي الفيسبوك، حيث ذكر ١٠٠٪ من المشاركين أنهم استخدموه مرة واحدة في الأسبوع على الأقل. وكان موقع يوتيوب ووسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً التالي بين المشاركين، ويستخدم من قبل

ما يقرب من ثلاثة أرباع المشاركين. وأقل من ثلث المشاركين تستخدم تويتر مرة واحدة في الأسبوع. وهذا ليس مستغرباً بالنظر للتغير السريع والناشئ في مجال التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي الجديدة.

وتجيب الدراسة عن السؤال الثاني كما يلي:

هل توفر وسائل التواصل الاجتماعي مساحة آمنة للشباب الجامعي للتعبير عن آرائهم السياسية والاجتماعية؟ وتوضح النتائج في جدول (٢):

تم إعداد مقياس الارتياح والحرية على وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد مستوى المشاركين من الشعور بالارتياح في التعبير عن أنفسهم واستكشاف القضايا المتعلقة بآرائهم السياسية أو الاجتماعية في وسائل التواصل الاجتماعي. ويتكون المقياس من ثلاثة بنود وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ كانت معاملات الثبات ٠,٧٥، وتشير إلى الثبات الداخلي لهذه البنود الثلاثة. وتراوح متوسط البنود الفردية ٢,٤٧-٣,٠٠. وكان متوسط الذكور ٢,٨٦ وانحراف معياري (SD = 0.72) على مقياس الراحة على وسائل التواصل الاجتماعي، ومتوسط الإناث ٢,٧٢ وانحراف معياري (SD = 0.81). وكان المتوسط العام للمقياس ٨,٣٢ وانحراف معياري (SD = 2.29) مما يدل على أن المشاركين كان لديهم درجة متوسطة من الارتياح عندما يكونوا على وسائل التواصل الاجتماعي فيما يخص التعبير عن القضايا السياسية والاجتماعية. ويوجد المتوسط والانحراف المعياري لبنود مقياس الارتياح عبر وسائل التواصل الاجتماعي لجميع المشاركين في الجدول (٢) أدناه.

جدول (٢) المتوسط والانحراف المعياري لمقياس الارتياح على وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط	العبرة
.898	2.84	عندما أقارن التفاعلات خارج الشبكة بالتفاعلات وجهًا لوجه، أشعر أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح لي الفرصة للتعبير عن آرائي السياسية والاجتماعية.
.841	2.47	أشعر بالارتياح عندما أكتشف عن وجهة نظري الشخصية من خلال مواقع وسائل التواصل الاجتماعي.
1.054	3.00	أشعر بالارتياح عند الاتصال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي من أنا في الأماكن وجهًا لوجه.

ملاحظة: تم عرض هذه البنود على سلم تقدير من أربع فئات كالتالي: (١) لا أوافق بشدة، لا أوافق إلى حد ما (٢)، أوافق إلى حد ما، (٣)، أوافق بشدة (٤).

على الرغم من أن بعض المشاركين كان متردد حول كشف معلومات عن توجهاته السياسية والاجتماعية من خلال مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، شعروا بمزيد من الارتياح في التواصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي من الأماكن وجهًا لوجه. ويساعد تعليق أحد المشاركين على فهم لماذا التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر راحة من التواصل خارج وسائل التواصل الاجتماعي؟ "أنا لست جيدًا في التعبير عن توجهاتي السياسية والاجتماعية مع الناس وجهًا لوجه، وأعتقد أنني يمكن أن أعبر عن نفسي بوضوح أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي". وقال "إن المحادثات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تجربة إيجابية أكثر بكثير من المحادثات وجهًا لوجه". ويوضح

مشارك آخر "عندما أرى الناس وجهًا لوجه أحيانًا لا تكون لدي الفرصة لأشعر بالأمان والتمتع بالحرية لأنني أشعر بالرهبة". وتابع مشارك ثالث ما يلي: "على الفيسبوك، غالبًا أجد المساندة".

وأوضح مشارك آخر "عند مناقشة موضوع مزعج، أفضل الحديث عبر وسائل التواصل الاجتماعي لأن لديك وقت مفتوح للرد بدون أن تظهر كالساذج". وعندما سئل أين تشعر بالارتياح والمساندة أكثر في المحادثات، قال أحد المشاركين ما يلي "على وسائل التواصل الاجتماعي، يمكنني التحدث بحرية"، وذكر شخص آخر "أفضل محادثات الفيسبوك". وتوضح تاركيل (2011) أن التواصل في العالم الافتراضي يسمح لنا بضبط مواقف الضعف، ليس فقط يمكن أن نقرر متى وأين نريد التواصل، ولكن يمكننا أيضًا أن نقرر كم من الوقت نريد أن نكرس للقيام باتصالنا بعناية (p. 190).

وتجيب الدراسة عن السؤال الثالث كما يلي:

ما مستويات ارتباط الشباب الجامعي بوسائل التواصل الاجتماعي؟ وتوضح النتائج في جدول (3):

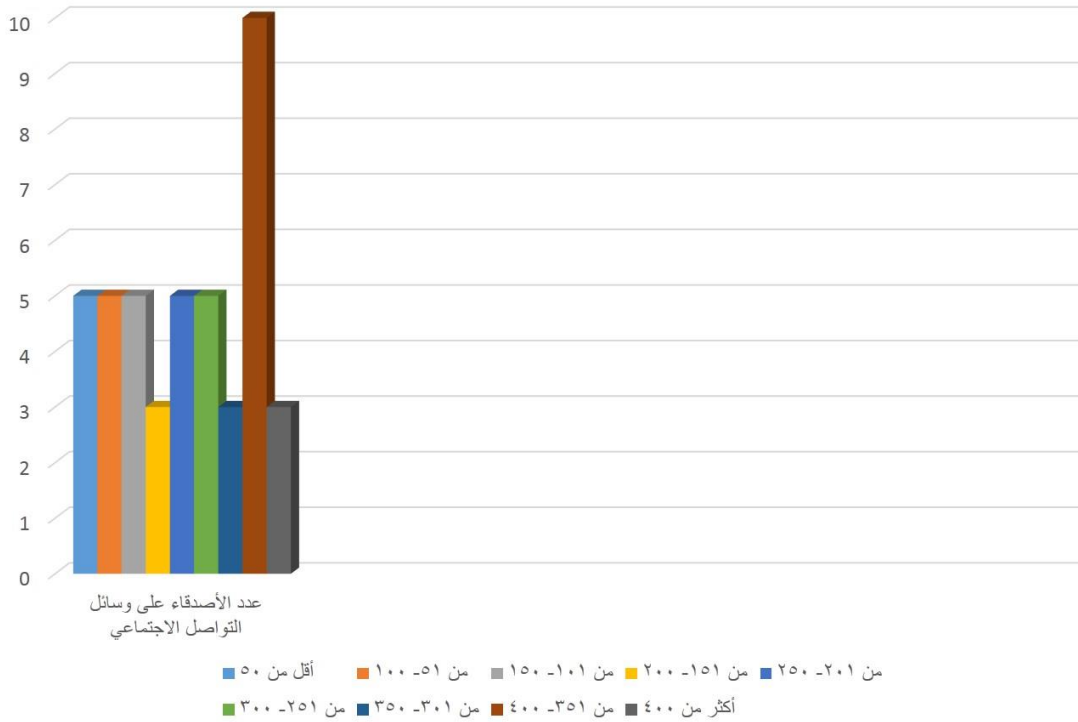
تكون مقياس الارتباط المستخدم من ستة بنود لقياس أنواع المشاركين ومستويات الارتباط والتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي، وتم استخدامه لفهم دمج وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك في حياة المشاركين اليومية. وكانت نسبة الثبات باستخدام ألفا كرونباخ 0,88، وتراوح متوسط البنود الفردية بين 2,37-3,26، بمتوسط عام على المقياس الكلي 11,17 وانحراف معياري (SD = 4.47). وأظهر الشباب الذكور والإناث استجابات مماثلة على مقياس الارتباط/التعلق، وكان متوسط الذكور 2,95 وانحراف معياري (SD = .33)، ومتوسط الإناث 2,79 وانحراف معياري (SD = .92). المتوسط والانحراف المعياري لعبارات مقياس الارتباط/التعلق لجميع المشاركين في جدول (3) أدناه.

جدول (3) المتوسط والانحراف المعياري لمقياس الارتباط

الانحراف المعياري	المتوسط	العبرة
.733	3.26	أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك جزءاً من نشاطي اليومي.
.737	2.89	أفتخر بأن أقول للناس أن لي حساب في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.
1.000	3.00	أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك جزءاً من روتيني اليومي.
1.116	2.63	أشعر بأن شيء ينقصني عندما لا أدخل إلى وسائل التواصل الاجتماعي - خاصة الفيسبوك - لفترة من الوقت.
.955	2.37	أشعر أنني جزء من مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.
1.026	2.95	سأحزن إذا تم إغلاق وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.
ملاحظة: تم عرض هذه البنود على سلم تقدير من أربع فئات كالتالي: (1) لا أوافق بشدة، لا أوافق إلى حد ما (2)، أوافق إلى حد ما (3)، أوافق بشدة (4).		

بوجه عام أشارت استجابات المشاركين أن لديهم درجة متوسطة من الارتباط/ التعلق بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة بالفيسبوك. على الرغم من أن معظم المشاركين أشاروا أنهم متفقون على أن الفيسبوك أصبح جزءاً من نشاطهم اليومي والروتين اليومي، لا يتفق جميع المشاركين أنهم يشعرون بأنهم جزء من مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك. وبالمثل لم يتفق جميع المشاركين أنهم يشعرون بشيء ينقصهم عندما لا يدخلون إلى وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- لفترة من الوقت كما أنهم لن يحزنوا إذا تم إغلاق وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك. هذا يشير إلى أن المشاركين لم يكن لديهم مستوى عالٍ أو مستوى منخفض من الارتباط/ التعلق بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.

وعلى الرغم من الاعتقاد العام للمشاركين أنهم جزء من مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك بدرجة متوسطة، ذكر أكثر من نصف المشاركين أن لديهم أكثر من ٢٥٠ صديق على الفيسبوك. والحد الأقصى لعدد أصدقاء وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك للفرد يزيد عن ٤٠٠. ولم يكن هناك بيانات متاحة عن متوسط عدد أصدقاء الفيسبوك لدى الشباب المشاركين. ومع ذلك، ذكرت باكستروم (٢٠١١) Backstrom أن ٥٠% من جميع المستخدمين النشطين للفيسبوك لديهم أكثر من ١٠٠ صديق على الفيسبوك وفي المتوسط حوالي ١٩٠ صديق على الفيسبوك. ويعرض الرسم البياني في الشكل (٢) عدد أصدقاء وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك لدى المشاركين في هذه الدراسة حسب قولهم.



شكل (٢) عدد أصدقاء المشاركين على وسائل التواصل الاجتماعي

تشير هذه النتائج إلى أن عدد أصدقاء وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك للفرد لا تتعلق مباشرة بالإحساس بالانتماء للمجتمع ولا التعلق بالفيسبوك، ولكن قد تشير لماذا يقضي المشاركون جزءاً من حياتهم اليومية أمام وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك ولماذا سيحزنون إذا أغلقت وسائل التواصل الاجتماعي هذه خاصة الفيسبوك.

وتجيب الدراسة عن السؤال الرابع كما يلي:

ما أنواع الأنشطة التي يستخدمها الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي؟ وتوضح الإجابة في جدول (٤):

لفهم أنواع الأنشطة التي يمارسها المشاركون في مواقع وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، تم استخدام أسئلة من مسح تردد وسائل التواصل الاجتماعي، وتم اختبار الثبات باستخدام ألفا كرونباخ لتقدير الاتساق الداخلي لمسح تردد وسائل التواصل الاجتماعي (١٤ عبارة) لقياس نشاط المشاركين على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك. وكان معامل ألفا كرونباخ للمقياس ٠,٨٧، مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين بنود المقياس. وتراوح متوسطات البنود الفردية بين ٢,٤٢-٤,٤٧، بمتوسط على المقياس الكلي ٣,٤٧، وانحراف معياري (SD = 0.60). وبمقارنة الشباب الذكور بالإناث لم يكن هناك اختلاف جوهري في هذا المقياس. وكان متوسط مقاييس تردد النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك للذكور ٣,٥٥ وانحراف معياري (SD = 0.55) مقارنة بمتوسط الإناث ٣,٣٣ وانحراف معياري (SD = 0.71). ويتضح المتوسط والانحراف المعياري لبنود مقياس تردد النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك لجميع المشاركين في جدول (٤) أدناه.

جدول (٤) المتوسط والانحراف المعياري لمقياس تردد النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط	العبارة
905	4.47	كم مرة تقوم بلعب الألعاب -مثل (كاندي كراش، المزرعة السعيدة، إلخ)- عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
.961	3.42	كم مرة تقوم بنشر تحديثات عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.121	3.42	كم مرة تشارك الروابط عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.195	2.74	كم مرة ترسل رسائل خاصة عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.026	2.95	كم مرة تعلق على (الحالات، منشورات الحائط، والصور، وغيرها) عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.134	2.79	كم مرة تقوم بالرددشة عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.119	2.84	كم مرة تقوم بالبحث والتدقيق عن أشخاص يتواصلون معك عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
.855	4.21	كم مرة تقوم بنشر للأحداث السياسية/ الاجتماعية عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟

895.	3.37	كم مرة تقوم بنشر الصور عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
898.	3.84	كم مرة تقوم بوضع علامات على الصور عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.071	2.42	كم مرة تقوم بمشاهدة واستعراض الصور عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
820.	4.32	كم مرة تقوم بنشر الفيديوهات عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
769.	4.42	كم مرة تقوم بوضع علامات على الفيديوهات عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
1.165	3.37	كم مرة تقوم بمشاهدة واستعراض الفيديوهات عندما تكون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك؟
ملاحظة: تم عرض هذه البنود على سلم تقدير من خمس فئات كالتالي: كثيرا جدا- ١٠٠٪ من الوقت (١)، إلى حد ما في كثير من الأحيان- ٧٥٪ من الوقت (٢)، في بعض الأحيان ٥٠٪ من الوقت (٣)، ونادرا ٢٥٪ من الوقت (٤)، وأبدا ٠٪ من الوقت (٥).		

تشير هذه النتائج إلى أن الأنشطة الثلاثة الأكثر شيوعاً في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك بين المشاركين في هذه الدراسة مشاهدة واستعراض الصور، والتواصل مع الآخرين من خلال الرسائل أو الدردشة الخاصة، والتدقيق والبحث لمعرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم. من ناحية أخرى، شملت الأنشطة التي كان يستخدمها القليل جداً من المشاركين وضع العلامات ونشر الفيديو، ونشر للأحداث السياسية/ الاجتماعية، ولعب الألعاب. وجد جانكو (٢٠١٢) Junco أن الأنشطة الثلاثة الأكثر شهرة بين المشاركين مشاهدة الصور، والتعليق على المحتوى، والتدقيق والبحث لمعرفة ما يقوم به الشخص الذي يتواصل معهم. ووجد أيضاً أن الأنشطة الأقل شيوعاً بين المشاركين كانت لعب الألعاب، ووضع علامات ونشر الفيديو، ونشر الأحداث السياسية/ الاجتماعية. فهناك تشابهاً قوياً بين نتائج دراسة جانكو (٢٠١٢) Junco واستنتاجات الدراسة الحالية في درجات تردد المشاركين للنشاط داخل وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، وهذا يدل على أن هناك تشابهاً قوياً بين عينة جانكو وعينة الدراسة الحالية فيما يخص أنشطتهم داخل وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.

وتجيب الدراسة عن السؤال الخامس كما يلي:

ما استراتيجيات الاتصال التي يستخدمها الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي؟

وتتضح النتائج في جدول (٥):

وللإجابة على هذا السؤال تم إعداد مقياسين فرعيين هما "مقياس التعرف على أشخاص جدد، ومقياس استكشاف علاقات جديدة".

تم إعداد مقياس التعرف على أشخاص جدد، لفهم كم مرة تستخدم أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك لمعرفة أشخاص جدد. ويتكون المقياس من ثلاثة بنود وكان الثبات الداخلي باستخدام ألفا كرونباخ ٠،٧٩، وتراوح متوسط البنود الفردية بين ١،٦٧-٤،٠٠، بمتوسط على

مجموع المقياس الفرعي ٨,٤٧ وانحراف معياري ($SD = 2.01$)، مما يشير إلى أن المشاركين اتفقوا إلى حد ما في أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك لمعرفة أشخاص جدد. وكان متوسط الذكور على هذا المقياس ٣,٠٠ وانحراف معياري ($SD = .27$) ومتوسط الإناث ٢,٧٢ وانحراف معياري ($SD = 0.81$). ويتضح المتوسط والانحراف المعياري لبنود مقياس معرفة أشخاص جدد لجميع المشاركين في جدول (٥) أدناه.

جدول (٥) المتوسط والانحراف المعياري لمقياس التعرف على أشخاص جدد

الانحراف المعياري	المتوسط	العبرة
.713	3.21	إلى أي مدى تتفق أو تختلف مع العبارات التالية. أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- للتحري عن الأشخاص الذين التقيتهم في الحياة الواقعية
.765	2.84	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- لمعرفة المزيد عن زملائي في الدراسة
.902	2.42	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- لمعرفة المزيد عن الأشخاص الذين يعيشون بالقرب مني

ملاحظة: تم عرض هذه البنود على سلم تقدير من أربع فئات كالتالي: (١) لا أوافق بشدة، لا أوافق إلى حد ما (٢)، أتفق إلى حد ما (٣)، أتفق بشدة (٤).

تشير هذه النتائج إلى أن معظم المشاركين يتفقون على أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- كأداة للتعرف على أشخاص جدد، وكان الأكثر شيوعاً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- للتحقق من أشخاص قد التقاهم المشاركون في المجتمع.

وتم إعداد مقياس استكشاف علاقات جديدة الذي يتكون من عبارتين اثنتين، لفهم إذا كان المشاركون قد استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- للقاء أشخاص جدد واستكشاف صداقات أو علاقات مع أشخاص يشعرون أنهم يمكن أن يتواصلوا معهم.

وقد تم قياس الثبات الداخلي لهذا المقياس باستخدام معادلة ألفا كرونباخ وكان معامل الثبات ٠,٧٥، وتراوح متوسط البنود الفردية بين ٢,٤٧-٢,٩٠، بمتوسط على مجموع المقياس الفرعي ٥,٣٧ وانحراف معياري ($SD = 1.54$). وكان متوسط الذكور ٢,٧٧ وانحراف معياري ($SD = 0.94$) وكان متوسط الإناث ٢,٧١ وانحراف معياري ($SD = .39$). وبناءً على استجابات المشاركين العامة، تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- لاستكشاف علاقات جديدة. ويتضح المتوسط والانحراف المعياري لعبارتي مقياس استكشاف علاقات جديدة لجميع المشاركين في جدول (٦) أدناه.

جدول (٦) المتوسط والانحراف المعياري لمقياس استكشاف علاقات جديدة

الانحراف المعياري	المتوسط	العبرة
.964	2.47	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- للالتقاء بأشخاص جدد
.737	2.89	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- للمساعدة

	في استكشاف الصداقات والعلاقات مع الأشخاص الذين أشعر أنني يمكن أن أتواصل معهم.
ملاحظة: تم عرض هذه البنود على سلم تقدير من أربع فئات كالتالي: (١) لا أوافق بشدة، أوافق إلى حد ما (٢)، أوافق إلى حد ما (٣)، أوافق بشدة (٤).	

يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- لا تستخدم عادة للالتقاء بأشخاص جدد، كما هو الحال للمساعدة في استكشاف الصداقات والعلاقات مع الناس. وعلى الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي -خاصة الفيسبوك- يمكن أن تستخدم كأداة للالتقاء بأشخاص جدد، تشير لامب وزملاؤها (Lampe, et al. ٢٠٠٦) إلى أن الناس في الغالب يستخدمون الفيسبوك للبحث عن الناس الذين يشعرون بأنهم يتواصلون معهم خارج الشبكة أكثر من استخدامهم الفيسبوك كأداة للقاء الغرباء.

مناقشة النتائج وتفسيرها:

توفر وسائل التواصل الاجتماعي مساحة آمنة للشباب للتعبير عن آرائهم في القضايا السياسية والاجتماعية، حيث تشير النتائج إلى أن حوالي ٧٥% من جميع المشاركين لديهم الحرية في التعبير عن توجهاتهم السياسية وآرائهم في القضايا المجتمعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وتشير هذه النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت الفضاء الأكثر أماناً للشباب، وأن جميع المشاركين يمتلكون درجة متوسطة من الارتياح في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن أنفسهم.

وتشير بيانات الدراسة إلى أن جميع المشاركين على درجة متوسطة من الارتباط والتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي، وهي جزء من نشاطهم وروتينهم اليومي. وأن معظم المشاركين لديهم أكثر من ٤٠٠ صديق على الفيسبوك، ويتصفحون صفحتهم على الفيسبوك أكثر من مرة في اليوم. وعلى وجه التحديد متوسط الذكور على مقياس الارتباط ٢,٧٩ وانحراف معياري (SD = .92)، ومتوسط الإناث ٢,٩٥ وانحراف معياري (SD = .33).

ومن أكثر الأنشطة التي يمارسها المشاركون على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، مشاهدة واستعراض الصور (٧٥% - ١٠٠% من وقتهم في الفيسبوك). والأنشطة التي يمارسونها في معظم الأحيان (٧٥% - ٥٠% من وقتهم في الفيسبوك): نشر الصور، والتحقق لمعرفة الشخص الذي يتواصل معهم، والرد في الفيسبوك، والتعليق على (الحالات، ومنشورات الحائط والصور وغيرها)، وإرسال رسائل خاصة، ومشاركة الروابط، ونشر تحديثات الحالة. وأفاد المشاركون أنهم نادراً ما قضا وقتهم في الفيسبوك في: وضع علامات على الفيديو، ونشر الفيديو، ووضع علامات على الصور، وإنشاء ونشر الأحداث السياسية/ الاجتماعية، واللعب.

وقد استخدم المشاركون وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك كأداة لاستكشاف الصداقات والعلاقات مع الأشخاص الذين يشعرون بأنهم يمكن الاتصال معهم، كما تستخدم كأداة للقاء أشخاص جدد، كما أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك كأداة اتصال مع الأشخاص الذين يعرفونهم بالفعل.

التوصيات:

١- يجب أن تفحص دراسات جديدة الأصالة وحميمية العلاقات على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالموجودة في العالم الحقيقي.

- ٢- يجب على الباحثين أيضا دراسة الثقافة الفرعية الناشئة وجمع البيانات حول كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك العضو سواء متصل بالإنترنت أو غير متصل.
- ٣- ينبغي البحث في اتجاهات الأعضاء نحو الخصوصية وإمكانية الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٤- ينبغي أن تبحث الدراسات المستقبلية تأثير الأقران سواء عبر الإنترنت أو غير المتصلين بها على تقديم الذات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

المراجع

إبراهيم، محمد عبد الرازق وموسى، هاني محمد يونس (٢٠٠٣). القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين، مجلة التربية المعاصرة، رابطة التربية الحديثة، ٦٤، ص ص: ٤٥ - ١٢١.

أبو خطوة، السيد عبد المولى السيد & الباز، أحمد نصحي أنيس الشريبي (٢٠١٤). شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، ٧ (١٥)، ص ص ١٨٧ - ٢٢٥.

الأسطل، يعقوب يونس خليل (٢٠١١). المشكلات النفس اجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز الإنترنت بمحافظة خان يونس، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.

الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم (٢٠٠٦). الأمن الفكري في مواجهة العولمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص ص: ٢٩٢ - ٢٦٢.

المصري، نعيم (٢٠١١). استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الاعلام الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية. ورقة بحثية قدمت إلى مؤتمر كلية الاعلام بجامعة اليرموك، وعنوانه "الإعلام والتحول المجتمعية في الوطن العربي" والذي عُقد في الفترة ما بين ٢٣-٢٥/ تشرين الثاني/ ٢٠١١م، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

جرار، ليلي أحمد (٢٠١١). المشاركة بموقع الفيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

حسن، أشرف جلال (٢٠٠٩). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. مقدمة إلى أعمال مؤتمر كلية

- الإعلام، جامعة القاهرة وهو بعنوان: "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، والذي عقد في الفترة ما بين ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩م.
- راضي، زاهر (٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، عمان، ١٥، ص ٢٣.
- رضوان، حنان أحمد ورمضان، صلاح السيد عبده وعبد الوهاب، إيمان جمعه محمد (٢٠١٠). دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية حرية التعبير عن الرأي لدى طلاب الجامعة في ضوء مجتمع ما بعد الحداثة، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول لقسم أصول التربية، التربية في مجتمع ما بعد الحداثة، ٢١-٢٢ يولييه، كلية التربية، جامعة بنها، ص ص ٢٣٠ - ٢٩٥ .
- ساري، حلمي خضر (٢٠٠٨). تأثير الاتصال بالإنترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري). مجلة جامعة دمشق، ٢٤ (١، ٢)، ص ص ٢٩٥-٣٥١.
- ساري، حلمي خضر (٢٠٠٩). ثقافة الإنترنت ... دراسة في التواصل الاجتماعي. عمان، الأردن: منشورات وزارة الثقافة.
- قنيطرة، أحمد أحمد بكر (٢٠١١). الآثار السلبية لاستخدام الإنترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة الإسلامية بغزة ودور التربية الإسلامية في علاجها، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.
- Alsharkh, Y, (2012). *The Social Media Effect on the Families of the Saudi Society from the Perspective of the Youth*. Master Thesis, ARIZONA STATE UNIVERSITY.
- Anderson, K. (2001, July). Internet use among college students: An exploratory study. *Journal of American College Health*, 50(1), 21. Retrieved October 13, 2014, from Academic Search Premier Database.
- Backstrom, L. (2011). *Anatomy of Facebook*. Facebook Data Science (Notes). Retrieved from: <http://www.facebook.com/notes/facebook-data-team/anatomy-offacebook/10150388519243859>.
- Beaudoin, C. E. (2008). Explaining the Relationship between Internet Use and Interpersonal Trust: Taking into Account Motivation and Information Overload. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (3): 550- 568.

- boyd, d. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In Buckingham, D. (Ed.) *Youth, identity, and digital media*.
- boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 210–230.
- Donath, J. & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71.
- Dye, J. (2007, May). Meet Generation C: Creatively connecting through content. *EContent*. Retrieved November. 20. 2014, from EBSCO Host Database.
- Eastin, M. (2002). *From Internet use to the unique Internet user: Assessing information, entertainment and social cognitive models of Internet use*. Paper presented to the National Communication Association, New Orleans, LA.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Exploring the relationship between college students' use of online social networks and social capital. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (3), article 1. Retrieved October 30, 2014 from <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- English, D. E. (2012). *Youth civic engagement through digital mediums: In what ways do Social Networks sustain youth civic interest, activity and participation?*. MASTER thesis, Nonprofit Mount Royal University, ROYAL ROADS UNIVERSITY.
- Erik, M. S., Poels, K., & Nicolay, C. (2014). university crisis: The impact of social media type, source, and information on student responses toward a university crisis. *Social Science Computer Review*, 32(5), 647. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1609311448?accountid=44936>
- GALERA, M. G., HURTADO, M. H., & MUÑOZ, C. F. (2014). Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. *Media Education Reseachr Journal* ISSN: 1134-3478 • e-ISSN: 1988-3293 • Pages 35-43.
- Ho Cho, S. (2006). Effects of motivations and gender on adolescents' self-disclosure in Online Chatting. *Cyber Psychology & Behavior*, 10 (3), 339-455.
- Jain, M., Gupta ,P.,& Anand, N (2012).Impact of Social Networking Sites In the Changing Mindset of Youth on Social Issues A Study of

- Delhi-Ncr Youth, *Journal of Arts, Science & Commerce*, 2(2), 36-43.
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers in Education*, 58, 162-171.
- Kaye, B. K. (1998). Uses and gratifications of the World Wide Web: From couch potato to Web potato. *The New Jersey Journal of Communication*, 6(1), 21-40.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C., (2006). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work (pp. 167-170)*. New York: ACM Press.
- Leung, L. (2007). Stressful life events, motives for Internet use, and social support Among Digital Kids. *Cyber Psychology & Behavior*, 10(2), 204-211.
- Li, H. & Sakamoto, Y. (2014). Social impacts in social media: An examination of perceived truthfulness and sharing of information. *Computers in Human Behavior*, 41, 278-287.
- Matsuba, K. (2006). Searching for self and relationships online. *CyberPsychology & Behavior*, 9(3), 275-284.
- Park, J. H., Gu, B., Leung, A. C. M., & Konana, P. (2014). An investigation of information sharing and seeking behaviors in online investment communities. *Computers in Human Behavior*, 31, 1-12.
- Pascoe, C. (2007). *Dude you're a fag: Masculinity and sexuality in high school*. Los Angeles, CA: University of California Press.
- Rubin, A. (1994). Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 417- 436). Hillsdale, N J: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Rubin, A. (2002). The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 525- 548). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Soriano-Ayala, E. & González-Jiménez, A. J. (2014). Spanish and Moroccan youths on social networks: A quantitative study in Spain. 6th International Conference on Intercultural Education

-
- “Education and Health: From a transcultural perspective”,
Procedia - Social and Behavioral Sciences, 132, 32 – 36.
- Stafford, T., & Gonier, D. (2004). What Americans like about being online.
Communications of the ACM, 47(11), 107-112.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Urista, M. A., Dong, Q. & Day, K. D. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory. Human Communication. A Publication of the Pacific and Asian Communication Association, 12 (2), pp.215 - 229.
- Valenzuela, s., Park, N. & Kee, K. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students’ Life Satisfaction, Trust, and Participation . *Journal of Computer-Mediated Communication* 14, 875–901.
- Zarella, D. (2010). *The Social media marketing*. O’Reilly Media.