



استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها

"دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام بجامعة عمر المختار"

فرحات محمد خليل^{*1}

قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة عمر المختار

Doi: <https://doi.org/10.54172/gn01zh22>

المستخلص: تبحث الدراسة في طبيعة ودوافع استخدام طلبة قسم الإعلام لوسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على تحديد الاشباع المتحققة من هذا الاستخدام، وتحديد الشبكات الاجتماعية الأكثر استخدامًا. استندت الدراسة إلى منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة الاستبانة كوسيلة للتحقق من المعلومات. تم تنفيذ الدراسة على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة عمر المختار- البيضاء، مشمولين في الدراسة الطلبة من السنة الأولى حتى السنة الرابعة. تم اعتماد أسلوب الحصر الشامل في جمع البيانات، حيث بلغ عدد الطلبة المشاركين في الدراسة 107 طلبة، توزعوا على السنوات الدراسية الأربعة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، طلبة، دوافع، استخدامات

The uses of social media networks and the satisfactions derived from them

“A field study on students of the Mass Communication Department at

Omar Al-Mukhtar University”

Farhat Muhammad Khalil

Department of Mass Communication, College of Arts, Omar Al-Mukhtar University

Abstract: The study aimed to understand the nature and motivations of media students' use of social media, as well as identify the satisfactions derived from this usage. Additionally, the study aimed to highlight the most commonly used social networks. The research adopted the media survey method using a questionnaire tool. It was conducted among media students at the Faculty of Arts at Omar Al-Mukhtar University in El-Beida, covering students from the first to the fourth year. The comprehensive survey method was employed, with a total of 107 participating students distributed across the four academic years.

Keywords: Social networks, students, motivations, utilization

المبحث الأول الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة الدراسة

من تأثيرات التسارع لأشكال الاتصال الدولي وتقنياته التدفق الحر للمعلومات، وظهور الفضائيات وعصر الفضاء المفتوح، وهذا أدى إلى تقريب المسافات واختصار الوقت، فأصبح العالم قرية كونية ألزمت سكانه بقبول ما استجد من تقنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال، بل والاستفادة منها في حياتهم وتوظيفها لتحقيق مصالح حياتهم اليومية.

وقد شهد منتصف التسعينيات من القرن المنصرم نقلة نوعية في عالم الاتصال مع انتشار الشبكة العنكبوتية واستخدامها في الحياة المدنية، بعد أن ارتبط ظهورها بالنواحي العسكرية فقط، فاستفاد منها سكان المعمورة في الاتصال وتبادل الرسائل عبر المواقع الإلكترونية المختلفة، وبمرور الوقت وتنوع حاجات الناس تطورت خدمات الإنترنت وظهرت تطبيقات وبرامج متنوعة ليبدأ بذلك عصر جديد من الإعلام الحديث أو (الإعلام البديل) تجسد في شبكات التواصل الاجتماعي التي مهّدت الطريق أمام الفرد في التواصل، وبناء علاقات اجتماعية، والتدفق الحر للمعلومات، وتقريب الرؤى ووجهات النظر مع الآخرين، بل كسر احتكار الحكومات للمعلومات وعجزها عن حجبها عن شعوبها أو فرض الرقابة عليها، بفضل ما توفره تلك التكنولوجيا لمستخدميها من خدمات تسهل وصولهم للمعلومات، وهذا خلق تعددية فكرية وإعلامية أدت في الآونة الأخيرة إلى تحريك الهيئات الجماهيرية وخلق الرأي العام على الصعيدين المحلي والعالمي، فزاد تبعًا لذلك أعداد مستخدميها ليصلوا للملايين على اختلاف فئاتهم العمرية ومستواهم التعليمي والاجتماعي وتوزيعهم الجغرافي ليخلقوا لهم عالمًا افتراضيًا خاصًا بهم يعيشون فيه بطريقتهم الخاصة على الرغم من كل الأصوات التي تعالت - وما زالت - منادية بضرورة تقنين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وفرض الرقابة على محتواها، وتشريع القوانين المعلوماتية لحماية الفرد من تبعات الاستخدام السيئ لبعض مستخدميها بوصفها سلاحًا ذو حدين.

مشكلة الدراسة :

تعد شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارًا على شبكة الإنترنت؛ لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، شجعت متصفح الإنترنت أنحاء العالم كافة وعلى اختلاف فئاتهم العمرية على الإقبال المتزايد عليها رغم الانتقادات اللاذعة التي تطالها دومًا؛ انطلاقًا من تأثيراتها السلبية على المجتمعات الأسرية، وما تسببه من ضعف الروابط الأسرية وانعزال الأفراد عن واقعهم الأسري والاجتماعي، إلا أن أعداد مستخدميها في ازدياد مطرد من الشرائح الاجتماعية كافة وعلى اختلاف مستوياتهم التعليمية، لا سيّما طلبة الجامعات الذين باتوا ينظرون لها على أنها نافذتهم الوحيدة للعالم الخارجي، فيمضون في تصفحها ساعات طويلة؛ بحثًا عن مبتغاهم.

ومن هنا تتبلور مشكلة البحث في التساؤل الآتي:

ما استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وما الاشباع المتحققة منها؟

وسوف تكون الإجابة عن هذا السؤال داخل إطار تطبيقه على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة عمر المختار.

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في الآتي:

- تعد هذه الدراسة إضافة علمية حديثة إلى المكتبة الإعلامية الليبية، وستفتح المجال أمام الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، والمهتمين بشبكات التواصل الاجتماعي.

- تقدم نتائج الدراسة معلومات مهمة تفتح المجال أمام دراسات تسلط الضوء أكثر على استخدامات جديدة لمواقع التواصل الاجتماعي مع التطورات التكنولوجية المستمرة.

أهداف الدراسة :

لدراسة أهداف تتمثل فيما يأتي:

1- الكشف عن دوافع استخدام المفردات المتعلقة بمجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي.

2- تحديد الاشباع المتحققة للمبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

3- تحديد أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا من المبحوثين.

4- تحديد الوعاء الزمني والمواد الإعلامية الأكثر متابعة على شبكات التواصل الاجتماعي من المبحوثين.

الدراسات السابقة :

إن الدراسات السابقة لأي بحث تعد من الأسس العلمية التي يجب على الباحث التوقف عندها من أجل الاستفادة منها في كل خطوات دراسته، ومن هذا المنطلق اطلعنا على عدد من الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة .

وقد روعي في انتقائها ارتباطها بموضوع الدراسة ، وحادثة انجازها، وتباين المجتمعات التي أجريت فيها، وثراء ما توصلت إليه من نتائج، وفيما يأتي عرضها مرتبة ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم .

الدراسات العلمية (الماجستير والدكتوراه)

دراسة حنان الشهري (2014)⁽¹⁾

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع للاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، وكشف الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطُبقت على عينة طبقية قوامها 150 مبحوثاً من الطالبات النظاميات باستخدام أداة الاستبانة .

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- تشكل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتعبير عن الآراء والتوجهات الفكرية بحرية بنسبة (76%)، فضلاً عن كونها وسيلة ناجحة للتواصل مع القطاعات الخدمية بنسبة (56%)، والقضاء على الملل وشغل وقت الفراغ بنسبة (77%).
- التعرف على عادات الشعوب الأخرى، والتعرف على أشخاص من خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة بنسبة (76%)، فضلاً عن استخدامها في الأغراض الدراسية بنسبة (52%).
- اتضح عدم تأثير استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي سلبياً على العلاقات الأسرية والاندماج في المجتمع بنسبة بلغت (78%).

دراسة جراح العتيبي (2008)⁽²⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الفيس بوك والاشباعات المتحققة من استخدامه، واعتمد الباحث على منهج المسح باستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات، وطبقت على طلاب وطالبات السنة التحضيرية في ثلاث جامعات سعودية هي: (جامعة الملك سعود، وجامعة الملك فيصل، وجامعة الملك عبد العزيز) وتوصلت الدراسة إلى:

- انتشار استخدام الفيس بوك بين طلاب وطالبات الجامعات السعودية بنسبة 77%، ويظهر تأثير الأهل والأصدقاء في التعرف عليه.
- كان دافع الفضول والمشاركة الأول لاستخدام الفيس بوك، وكذلك الأول في الاشباعات المتحققة من استخدامه.
- أكدت العينة تحقيق الفيس بوك النسبة الأعلى في تأثيره على الشخصية قياساً بما تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى، وكذلك تأثير استخدام الفيس بوك على استخدامهم الوسائل الإعلامية الأخرى .

تساؤلات الدراسة

تتحدد تساؤلات الدراسة فيما يأتي .

- 1- ما دوافع استخدام الطلبة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما الاشباعات المتحققة للطلبة المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من الطلبة المبحوثين ؟
- 4- ما المواد الإعلامية الأكثر متابعة من الطلبة المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي؟

مفاهيم الدراسة :

من المهم توضيح المقصود بالمصطلحات المستخدمة في الدراسة؛ حتى لا يساء فهمها، أو تفهم بدلالة غير الدلالة المقصودة بالدراسة، ولذلك لا بد من توضيح المعاني وتحديدها بحيث تتفق مع أهداف الدراسة وإجراءاتها .

وعليه أوردنا بيانًا بالمفاهيم التي تحتاج إلى تعريف إجرائي يبين مضمونها ويحدد مجال استخدامها والغرض منها، وهي على النحو الآتي:

- شبكات التواصل الاجتماعي :

هي مصطلح يُطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت؛ تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية تجمعهم اهتمامات مشتركة، عن طريق خدمات التواصل المباشر، وتبادل النصوص والمعلومات.

- الاشباع:

ما يتحقق للفرد من تعرضه لوسائل الإعلام وما تحمله من مواد إعلامية، سواء كانت ترفيهية، أو تعليمية، أو لقضاء وقت الفراغ، أو لبناء علاقات اجتماعية مع الآخرين، والاطلاع على ثقافات الشعوب الأخرى.

- الاستخدامات:

الاستعمال المتكرر للأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي والذي يندمج في ممارسات وعادات الفرد بحيث يتحول من نشاط اجتماعي إلى نشاط عادي في المجتمع بفعل التكرار؛ لإشباع حاجاتهم اليومية على اختلاف أشكالها.

الإجراءات المنهجية للدراسة :

نوع الدراسة ومنهجها :

أ. نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة، من خلال تحديد ظروفها وأبعادها، وتوصيف العلاقات بينها؛ بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها⁽³⁾، فالدراسة الحالية عُنيت بوصف البيانات التي تم جمعها من صحف الاستبانة وتحليلها وتفسيرها واستخلاص المعلومات والآراء منها حول طبيعة استخدامات طلبة قسم الإعلام بجامعة عمر المختار لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة لديهم منها.

ب . منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في إجراء هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، عبر جمع البيانات من أعداد كبيرة من المبحوثين، وذلك عبر الاتصال بمفردات مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة قسم الإعلام بجامعة عمر المختار، عن طريق استبانة الاستبانة؛

لمعرفة دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها عليهم؛ وذلك لوصف الظاهرة وتحليلها.

حدود ومجالات الدراسة :

أ. **المجال البشري:** طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة عمر المختار
 ب. **الحدود المكانية :** تم تطبيق الدراسة الميدانية داخل جامعة عمر المختار

ت. **الحدود الزمنية:** تم ربط المجال الزمني للدراسة بالإجراءات التطبيقية على مجتمع الدراسة وكانت خلال العام الدراسي 2016-2017 .

المدخل النظري للدراسة :

يُعنى مدخل الاستخدامات والاشباع في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة يسعى إلى تحقيقها وإشباعها من خلال ما يُعرض عليه، وكلما كان المضمون قادرًا على تلبية احتياجاته زادت نسبة اختيارهم له.

ويقوم مدخل الاستخدامات والاشباع على مجموعة من الفرضيات التي تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والاشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:⁽⁴⁾

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبّر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية .
- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وتتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات .
- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات .
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.

دوافع الاستخدامات⁽⁵⁾:

إن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض والاستخدام إلى فئتين هما :

دوافع منفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعليم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

دوافع طقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات والأفلام وبرامج الترفيه المختلفة.

الاشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام⁽⁶⁾

1- اشباع المحتوى: وتمثل الاشباع التي تتحقق من التعرض لمضمون وسائل الإعلام، فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة، وتنقسم إلى نوعين هما: الاشباع التوجيهية المتمثلة في إشباع الحاجة إلى زيادة المعلومات والمعارف، وتنمية المهارات الشخصية، وتأكيد الذات واكتشاف الواقع، وهذا ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث إنها تشبع رغبات مستخدميها من خلال إبداء آرائهم أو حرياتهم التي يشعرون أنهم غير قادرين على إيصالها، والاستفادة من تجارب الآخرين، وعمل علاقات مع أصحاب الخبرة، أما النوع الثاني فهو الاشباع الاجتماعية، وتتمثل في إشباع الحاجة إلى التواصل مع الآخرين والتحدث معهم، وذلك عبر الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الاتصال وشبكة علاقاته الاجتماعية .

2- اشباع عملية الاتصال: وتحدث نتيجة لعملية الاتصال واختيار الفرد لوسيلة معينة، فهي تتعلق بالوسيلة أكثر من المضمون، وتنقسم إلى نوعين هما: الاشباع شبه التوجيهية، وهي اشباع مكملّة للاشباع التوجيهية، وتتعلق بإشباع الحاجة إلى الراحة والاسترخاء والمتعة والدفاع عن الذات، والاشباع شبه الاجتماعية، وهي اشباع مكملّة للاشباع الاجتماعية، وتتعلق بإشباع الحاجة إلى التخلص من العزلة والإحساس بالضيق والملل وعدم الشعور بالوحدة.

توظيف مدخل الاستخدام والاشباع

بناءً على ما سبق فإن مدخل الاستخدام والاشباع يطرح مجموعة من المفاهيم التي تفسر سلوك الأفراد الاتصالي مع وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال طرح توجهاتهم وأفكارهم، وتوظيف مضامين الرسائل الإعلامية المدونة على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، وعليه فإن :

- 1- المتلقي عنصر فعّال في عملية استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، وإن استخدامه يأتي استجابة للحاجات المتوقع إشباعها، كالبحث عن المعلومات، أو التسلية ومتابعة آخر الأخبار والتفاعل مع أحداث معينة .
- 2- اختيار الوسيلة لإشباع حاجات الجمهور يرتبط بالفرد نفسه، وبحسب هذا المدخل فإن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرًا مهمًا لإشباع حاجات الجمهور .
- 3- تتنافس وسائل الاتصال الجماهيري لإشباع حاجات الناس، والأمر ذاته ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي بطبيعة خدماتها المتنوعة وتطبيقاتها المتطورة باستمرار، ولعل ارتفاع أعداد مستخدميها يمثل انعكاسًا لحالة المنافسة .

مجتمع وعينة الدراسة :

تمثل مجتمع الدراسة في طلبة قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة عمر المختار- البيضاء من السنة الأولى حتى السنة الرابعة؛ بوصفهم الأكثر قربًا من هذه المواقع

بحكم تخصصهم في مجال الإعلام، ومتابعتهم لكل ما يُتداول من مواد إعلامية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وضرورة تعبيرهم عن آرائهم عبر هذه المواقع واستخدامها بشكل فعال، وقد استخدم البحث أسلوب الحصر الشامل؛ وذلك لقلة عددهم الذي بلغ (107) طالبًا موزعين على السنوات الدراسية الأربعة.

أدوات جمع المعلومات والبيانات :

1- استمارة الاستبانة :

وهي الأداة الرئيسة لجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، عن طريق استمارة معينة تحوي عددًا من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب⁽⁷⁾.

إجراءات تصميم استمارة الاستبانة :

في ضوء مشكلة الدراسة وضعت جملة من المحاور الرئيسة لإعداد الاستمارة فكانت كما يأتي:

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين .

المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا ومعدل تصفحها اليومي.

المحور الثالث: طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودوافعها.

المحور الرابع: المواد الإعلامية الأكثر متابعة على وسائل التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها.

المحور الخامس: أسباب عدم متابعة بعض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي خلال حياتهم اليومية.

وبناء على ذلك صيغت أسئلة الاستبانة بحيث تغطي المحاور السابقة جميعًا، وقد بلغت 10 أسئلة، منها ما اشتمل على بديل واحد، وتضمن بعضها الآخر أكثر من بديل، ولقياس ثبات البيانات أجريت اختبارات الصدق الآتية:

اختبارات الصدق

أجرى الباحثان الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة الاستبانة على مجموعة من أساتذة الإعلام الليبيين^(1*) والذين أشاروا باختصار بعض الأسئلة وتعديل بعضها، بحيث تكون الاستمارة صالحة لقياس ما أعدت من أجله.

أساليب تحليل البيانات :

1 (*) د. سعيد شناني، عضو هيئة تدريس - قسم الإعلام - جامعة عمر المختار
د. خالد اسبيبة، أستاذ العلاقات العامة بجامعة بنغازي .
د. عبد الله حمدينة المرضي، أستاذ العلاقات العامة. كلية الإعلام. جامعة بنغازي

استعان الباحثان بمتخصص إحصائي للقيام بتحليل بيانات الدراسة إحصائيًا، واستخلاص النتائج بواسطة برنامج (spss) وذلك لإجراء المعالجات الإحصائية التي اقتضت على التكرارات والنسب المئوية.

المبحث الثاني

الإطار النظري

شبكات التواصل الاجتماعي (مفهومها ونشأتها وخصائصها)

منذ عقدين تقريبًا، وتحديداً في أواخر تسعينيات القرن الماضي ظهرت نواة مواقع التواصل الاجتماعي وإن كانت على شكل خدمات منفردة وغير ظاهرة للجميع، إلا أنها وتحديداً في عام 2001 بدأت موجة شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور، حتى وصلت إلى مرحلة باتت فيها جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد على اختلاف مشاربهم، وحلقة الوصل بين الحكومات وشعوبها، بل أصبحت من المتطلبات الرئيسة لأي مواطن؛ لتسيير شؤونه اليومية في التجارة والأعمال وتبادل المعرفة والمعلومات.

ويمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: خدمات تعتمد على الإنترنت وتسمح للأفراد بما يأتي⁽⁸⁾:

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد .
 - إظهار لائحة المستخدمين الذين يتشاركون مع بعضهم .
 - عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل النظام نفسه .
- وتأسيسًا على ما تقدم يمكننا تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية متنوعة الأهداف ووفقًا لحاجات مستخدميها، ومتاحة بأشكال وتطبيقات مختلفة وبإمكانيات متطورة ومتجددة باستمرار ووفقًا لتطورات العصر، كما أنها زهيدة الثمن وفي متناول الجميع، بحيث طوت المسافات، واختصرت الوقت بين سكان المعمورة، وسهّلت تدفق المعلومات لتكوين علاقات اجتماعية بين الأجناس والأديان على اختلافها، كما أسهمت في تشكيل رأي عام دولي حول قضايا عدة .

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

يعد موقع sixdigress.com أول موقع سمح لمستخدميه بإنشاء ملفاتهم الشخصية وإضافة أصدقائهم عام 1997، ثم إمكانية تصفح ملفات الأصدقاء عام 1998.

أما عام 2001 فقد كان المرحلة الثانية من ولادة مواقع التواصل الاجتماعي عندما أطلق موقع RYZE.COM لمساعدة الناس على توسيع أعمالهم، وفي عام 2002 تم إطلاق موقع Friendster للتعارف بين الأصدقاء، لكن سرعان ما أغلق؛ نظرًا لمشكلات فنية، ومع بداية عام 2004 ظهر موقع Face book وكان مخصصًا لطلبة

جامعة هارفرد، ثم بدأ بالتوسع في الجامعات الأخرى في الولايات المتحدة، ومع نهاية 2005 فتح الباب لطلبة الثانوية ثم أصبح الموقع للجميع .

وفي أوائل عام 2006 ظهر موقع تويتر كمشروع تطوير بحث أجرته شركة (Odeo) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، ثم بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007، من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة (Odeo) (بقفل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم (Twitter).

وفي أكتوبر عام 2010 أطلق انستغرام (Instagram) وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضاً تتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية⁽⁹⁾.

وقد تطورت شبكات التواصل الاجتماعي على مرحلتين أساسيتين

المرحلة الأولى: تمثلت في مرحلة الجيل الأول للويب (web1.0) وتشير إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جداً من المستخدمين وتتكون من صفحات ويب ثابتة تتيح مجالاً صغيراً للتفاعل، ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية .

أما المرحلة الثانية فهي الجيل الثاني للإنترنت (web2.0) ولقد ظهرت أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية خلال هذه المرحلة، وتشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها) واهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على التفاعل والاندماج والتعاون، ومعتمدة على تطور خدمات شبكة الإنترنت، وتعد هذه المرحلة مرحلة (اكتمال الشبكات الاجتماعية)⁽¹⁰⁾.

خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي

تلتقي جميع وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاته في نقطة واحدة رئيسية وهي تمكين البشر من التواصل والاندماج، مختصرة بذلك الحدود الجغرافية والزمانية، والقدرة على تبادل المحتويات سواءً النصية أو المرئية، لا سيما مع توفر شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة الذكية والكمبيوترات اللوحية وغيرها الكثير من الوسائل التكنولوجية الحديثة.

ومن أبرز خصائص شبكات التواصل الاجتماعي ما يأتي⁽¹¹⁾

1. إمكانية إنشاء ملفات شخصية.
2. خاصية الصور عبر إعداد ألبوم خاص بها وتبادلها مع الأصدقاء.
3. خاصية مقاطع الفيديو عبر تحميل الفيديوهات المتاحة وتنزيلها.

4. خاصية المجموعات على أساس العمل الجماعي وإعداد مجموعات لها اهتمامات مشتركة.
5. خاصية الأحداث المهمة عبر الإعلان عن الأحداث الجارية فور حدوثها.
6. خاصية الإعلان والتسويق لمنتج ما .
7. خاصية المدونات عبر التدوين وإعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته.
8. خاصية خدمات المحمول، حيث تقدم شبكات التواصل الاجتماعي خدماتها للمستهفيد على هاتفه المحمول من خلال ذكر رقم هاتفه عند التسجيل في البرنامج
9. خاصية الملخص المكثف للمواقع RSS وهي خدمات مميزة تستخدمها شبكات التواصل من خلال عمل ملخص للموقع، بحيث يسهل وصول المستخدم للمعلومات المطلوبة .

ومن مميزات شبكات التواصل الاجتماعي⁽¹²⁾

- المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي؛ فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمام والمصلحة، ويستطيع الفرد أن يتواصل مع غيره عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات ومجموعات الأخبار وغيرها من الوسائط الإلكترونية، في سيارته أو بيته أو مكتبه، في أي وقت، طالما توافر له حاسوب آلي، أو هاتف محمول، أو حاسب محمول وخدمة إنترنت.
- لا تقوم على الجبر أو الإلزام، بل تقوم في مجملها على الاختيار؛ فليس هناك ما يرغم أحداً على قبول صداقة شخصٍ ما، ولا على الرد على رسالة إلكترونية، أو التعليق على مداخلة أو تدوينة.
- توافر وسائل التنظيم والتحكم والقواعد؛ لضمان الخصوصية والسرية، وفيها درجات من المنع والحجب لما يعتقد القائمون على تنظيم هذه المجتمعات أنه خروج عن الأخلاق وانتهاك لخصوصيات الآخرين.
- سهولة الاستخدام، فهي مطورة بحيث تكون سهلة الاستخدام تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل تحقيق التواصل ونشره.

إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وسلبياتها⁽¹³⁾

تعد شبكات التواصل الاجتماعي نافذة الشباب للعالم الخارجي؛ فمن خلالها يتواصلون مع غيرهم، ويطرحون أفكارهم ومشاريعهم ورؤاهم، ويحققون من خلالها طموحاتهم.

ومن أبرز إيجابيات تلك المواقع ما يأتي:

- إلغاء حاجز الزمان والمكان، ومن ثم سرعة التأثير والانتشار.
- إلغاء إمكانية التعتيم على الوقائع، وتفعيل مبدأ الحق في الاطلاع وتداول المعلومات .

- إلغاء إمكانية تكميم الأفواه، ومن ثم تحقيق مناخ من حرية التعبير، والتشجيع على إبداء الرأي دون خوف أو عقاب، وهذا يشكل حافزًا على الإبداع والاجتهاد والتجديد.
- تفعيل آلية الضبط الاجتماعي، من خلال تقويم أي انحراف في الرأي أو خلل في الرؤية أو تقصير في الفعل.

أما سلبيات تلك الشبكات فتتلخص في الآتي:

- إضاعة الوقت، حيث تهدر الكثير من وقت الشباب، فهناك 16% من طلاب الجامعات يقضون أكثر من 3 ساعات في تصفح الفيس بوك يوميًا؛ لقضاء وقت الفراغ.
- الإدمان وإضعاف مهارات التواصل، والانعزال عن الواقع الأسري وعن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع .
- ظهور لغة جديدة بين الشباب يستخدمونها في رسائل الجوال أو محادثات الإنترنت، وهي لغة ليست بالعربية ولا بالإنجليزية، بل تجمع حروف اللغتين، فضلًا عن رموز أو أرقام لا يفهمها سوى الشباب، وهذا الأمر يشكل تهديدًا على اللغة العربية.
- انعدام الخصوصية يشكل أضرارًا نفسية ومعنوية على الشباب قد تصل في بعض الأحيان إلى أضرار مادية؛ فملف المستخدم يحتوي على جميع معلوماته الشخصية، إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير .
- نشر الأفكار الضالة، مثل ترويح العنف والتورط فيه، والتعرض للجرائم الإلكترونية والملفات الخبيثة، والخداع من أشخاص يسوّقون لمنتجات معينة .
- فتور الحس الأخلاقي نظرًا إلى كمية المعلومات المليئة بالدمار والعنف.
- الرصد المبتور للأحداث والوقائع يؤدي إلى الخلل في فهمها أو الفهم الخاطئ لها.
- نشر الشائعات والأكاذيب والمعلومات المغلوطة والافتقار إلى بعض القيم مثل الصدق والشرف.
- وجود الملف الشخصي للمستخدم على مواقع الشبكة الاجتماعية يجعل بياناته منتشرة على الإنترنت ويصعب التخلص منها أو حذفها.

استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁴⁾

لشبكات التواصل الاجتماعي استخدامات مختلفة باختلاف حاجات مستخدميه، وتتمثل فيما يأتي:

أولاً: الاستخدامات الاتصالية الشخصية :

وهو الاستخدام الأكثر شيوعًا؛ فهي تتيح فرصةً لتبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبًا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

ثانيًا: الاستخدامات التعليمية :

تؤدي الشبكات الاجتماعية دورًا بارزًا في تعزيز العملية التعليمية، من خلال تطوير التعليم الإلكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب، وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

كما أن استخدام الشبكات الاجتماعية يزيد من فرص التواصل والاتصال التعليمي خارج وقت الدراسة بشكل فردي أو جماعي مع المعلم .

ثالثًا: الاستخدامات الإخبارية

أتاحت الشبكات الاجتماعية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية، وبصياغة المرسل نفسه، بعيدًا عن الرقابة وهذا يجعلها أحيانًا ضعيفة المصدقية؛ لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه، بغرض التأثير على الرأي العام .

رابعًا: الاستخدامات الدعوية

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وأنشأت الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم، حيث تتميز الدعوة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الوقت والجهد .

المبحث الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم (1)

يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
39%	42	ذكور
61%	65	إناث
100%	107	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (1) نوع مفردات مجتمع الدراسة، حيث جاءت النسبة الأعلى لصالح الإناث، وذلك بنسبة مقدارها (61%) وبتكرار (65)، أما الذكور فقد كانت نسبتهم (39%) وبتكرار (42)، ويرجع ذلك إلى زيادة عدد الطالبات الإناث مقارنة بالذكور في قسم الإعلام بجامعة عمر المختار.

الجدول رقم (2)

يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب السنة الدراسية

النسبة المئوية	التكرار	السنة الدراسية
35%	37	الأولى
23%	25	الثانية
21%	23	الثالثة
10%	22	الرابعة
100%	107	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (2) توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب السنة الدراسية، حيث جاءت النسبة الأعلى لطلبة السنة الأولى وبلغت (35%) وبتكرار (37)، تلاهم طلبة السنة الثانية والثالثة بنسب متقاربة مقدارها (23%) و(21%)، أما طلبة السنة الرابعة فقد بلغت النسبة (10%) ويعزى ذلك إلى أن عدد طلبة السنة الأولى في الإعلام أكثر من أعداد الطلبة في السنوات الدراسية التي تليها.

الجدول رقم (3)

يوضح معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من مفردات مجتمع الدراسة

النسبة	التكرار	استخدام المواقع
92%	98	نعم
08%	9	لا
100%	107	المجموع

تظهر البيانات الواردة في الجدول رقم (3) مدى استخدام مفردات مجتمع الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث جاءت النسبة الأكبر لصالح من يستخدمونها بمقدار (92%) وبتكرار (98) وهذا يدل على الطلبة باتوا أكثر وعيًا

وانفتاحًا في التعامل مع الإنترنت، خصوصًا وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت لغة العصر في المجتمع المعلوماتي المعاصر .

الجدول رقم(4)

يوضح شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا من مفردات مجتمع الدراسة .

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
فيس بوك	77	24%
تويتر	20	06%
يوتيوب	39	12%
فايبر	43	13%
ماسنجر	45	14%
واتس أب	68	21%
انستقرام	31	10%
المجموع	323	100%

توضح البيانات الواردة في الجدول رقم (4) وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا من مفردات مجتمع الدراسة، حيث جاءت النسبة الأعلى لصالح (فيس بوك) بنسبة بلغت (24%) وبتكرار (77) تلاه (واتس أب) بنسبة بلغت (21%) وبتكرار (68) ويليهما بفارق كبير (تويتر وانستقرام) بنسب بلغت (06%) و(10%) ومن ذلك نستنتج أن الفيس بوك الأكثر استخدامًا، فهو نظام حياة شامل، فيه الجد والمرح والفيديو والتجمعات وغيرها من الخصائص التي يفضلها طلبة الجامعات، وهذه النتيجة تتفق مع مدخل الاستخدامات والاشباع من ناحية وجود انتقائية في اختيار الجمهور لوسيلة اتصالية معينة والتعرض لمضمون معين، كما تتفق مع دراسة (حنان الشهري 2014) عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية بتفضيل طالبات جامعة الملك عبد العزيز لموقع فيس بوك أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

جدول رقم(5)

يبين عدد ساعات استخدام مفردات مجتمع الدراسة اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	34	35%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	16	16%
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	31	32%
من ثلاث ساعات فما فوق	17	17%
المجموع	98	100%

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (5) إلى عدد ساعات استخدام مفردات مجتمع الدراسة اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث إن أعلى نسبة من الطلبة يستخدمون (فيس بوك) و(واتس أب) يوميًا لأقل من ساعة بنسبة (35%) وبتكرار (

(34) يليه من يستخدمونها بشكل يومي من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة (32%) وبتكرار (31) وتتفق هذه النتيجة مع أحد فروض نظرية الاستخدامات والاشباع بأن الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.

الجدول رقم (6)

يوضح دوافع استخدام مفردات مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	دوافع الاستخدام
22%	55	الحصول على الأخبار والمعلومات عن المجتمع المحلي والخارجي.
27%	68	التواصل مع الأصدقاء وبناء علاقات اجتماعية جديدة.
25%	61	الهروب من المشاكل والروتين اليومي وضغوط الحياة اليومية .
13%	32	البحث عن عالم المتعة والتسلية والراحة والخيال الخصب.
8%	21	الهروب من الاضطرابات النفسية والعاطفية .
5%	13	اكتساب الخبرات والمعارف والنصائح على الصعيد الشخصي .
100%	250	المجموع

تفيد البيانات الواردة في الجدول رقم (7) دوافع استخدام مفردات مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء التواصل مع الأصدقاء وبناء علاقات اجتماعية جديدة في مقدمة دوافع الاستخدام، وبنسبة بلغت (27%) وبتكرار (68) تلاها مباشرة الهروب من المشاكل والروتين اليومي وضغوط الحياة بنسبة (25%) وبتكرار (61)، أما الحصول على الأخبار والمعلومات عن المجتمع المحلي والخارجي فقد جاء بالمرتبة الثالثة بنسبة (22%) وبتكرار (55) يليها البحث عن عالم المتعة والتسلية والراحة بنسبة مقدارها (13%) وبتكرار (32) وتتفق هذه النتيجة مع دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بحسب مدخل الاستخدامات والاشباع والتمثلة في الدوافع الطقوسية التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة.

الجدول رقم (7)

يبين المواد الإعلامية المفضلة لدى مفردات مجتمع الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	المادة
21%	45	السياسية
27%	59	الرياضية
23%	50	الثقافية
15%	32	الفنية
14%	31	الاجتماعية
100%	217	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (8) المواد الإعلامية المفضلة لدى مفردات مجتمع الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة المواد الرياضية (27%)، تلاها كل من المواد الثقافية والسياسية بنسب متقاربة بلغت (23%) و (21%) أما المواد الفنية والاجتماعية فجاءت في المراتب الأخيرة .

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في جدول رقم (1) والذي يوضح توزيع مفردات مجتمع الدراسة حسب النوع، حيث جاءت نسبة الذكور (39%) وبتكرار (42) أي أكثر من نصف حجم مفردات مجتمع الدراسة والذي يميل بطبعه إلى الأخبار الرياضية.

أما المواد الثقافية والسياسية والتي جاءت في المرتبة الثانية فيعزى ذلك إلى طبيعة تخصص طلبة الإعلام ومتابعتهم للمستجدات السياسية والثقافية بحكم تخصصهم.

الجدول رقم (8)

يوضح الاشباغات المتحققة لدى مفردات مجتمع الدراسة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الاشباغات المتحققة
21%	44	زيادة التفاعل مع الأصدقاء
21%	45	زيادة المعلومات في شتى المجالات
14%	31	التخلص من التوتر وملء وقت الفراغ
17%	36	معرفة ما يجري على الساحة الليبية والعربية والدولية من أحداث
10%	21	المساعدة في تكوين رأي تجاه كافة القضايا
09%	19	معرفة وجهات النظر الأخرى حول ما يحدث محلياً ودولياً
08%	18	الثقافة والحصول على المعلومات من خلال النقاش مع الآخرين
100%	214	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (9) الاشباغات المتحققة لدى مفردات مجتمع الدراسة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث جاءت كل من: زيادة المعلومات في شتى المجالات وزيادة التفاعل مع الأصدقاء بنسبة (21%) تلاها معرفة ما يجري على الساحة الليبية والعربية والدولية من أحداث بنسبة (17%) وتتفق هذه النتيجة مع مدخل الاستخدامات والاشباغات؛ حيث إن لوسائل الإعلام اشباغات هي اشباغات المحتوى، وتضم اشباغات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات ومعارف منها، كما تضم اشباغات اجتماعية عبر ربط الفرد ما يحصل عليه من معلومات بشبكة علاقاته الاجتماعية.

الجدول رقم (9)

يوضح أسباب عدم استخدام مفردات مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
13%	04	نشر الشائعات
19%	06	المبالغة في نقل الأحداث
13%	04	تبتعد النقاشات فيها عن الاحترام المتبادل وتقبل الرأي الآخر
06%	02	إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات دون فائدة
09%	03	عزل الشباب عن واقعهم الأسري
03%	01	عزل الشباب عن المشاركة في الفعاليات المحلية والدولية
09%	03	ظهور واستخدام لغة جديدة بين الشباب علي صفحات التواصل من شأنها إضعاف اللغة العربية وإضاعة هويتها
28%	09	انعدام الخصوصية الفردية وهذا يؤدي إلى أضرار نفسية ومادية على صعيد الفرد والأسرة
100%	32	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (10) عدم استخدام بعض مفردات مجتمع الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت النسبة الأعلى لانعدام الخصوصية الفردية وهذا يؤدي إلى أضرار نفسية ومادية على صعيد الفرد والأسرة بنسبة قدرها (28%) تلاها المبالغة في نقل الأحداث بنسبة بلغت (19%) ثم جاء كلٌّ من: نشر الشائعات والابتعاد في النقاشات عن الاحترام المتبادل وتقبل الرأي الآخر في المرتبة الثالثة بنسبة (13%) وتتفق هذه النتائج مع الانتقادات الموجهة لآثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي .

نتائج الدراسة :

- اتضح أن تمثيل الإناث في مجتمع الدراسة كان الأعلى بنسبة مقدارها (61%) .
- تبين أن السنة الدراسية الأولى جاءت بالمرتبة الأولى في توزيع مفردات مجتمع حسب السنة الدراسية بنسبة بلغت (35%) .

- دلت النتائج على أن النسبة الأكبر من طلبة قسم الإعلام بجامعة عمر المختار يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة مقدارها (92%) .
- أفادت النتائج بأن الفيس بوك هو الأكثر شيوعًا واستخدامًا من طلبة قسم الإعلام بجامعة عمر المختار بنسبة بلغت (24%) .
- أشارت النتائج إلى أن مفردات مجتمع الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة يوميًا بنسبة (35%) .
- جاء التواصل مع الأصدقاء وبناء علاقات اجتماعية جديدة في مقدمة دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فضلًا عن الهروب من المشاكل والروتين اليومي.
- تصدرت المواد الرياضية قائمة المواد الإعلامية المفضلة لدى مفردات مجتمع الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي، فضلًا عن المواد الثقافية والسياسية بنسب متقاربة.
- كانت زيادة المعلومات في شتى المجالات وزيادة التفاعل مع الأصدقاء من أكثر الاشياء المتحققة لدى مفردات مجتمع الدراسة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي .
- تبين أن عدم استخدام بعض مفردات مجتمع الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي جاء بالدرجة الأولى لانعدام الخصوصية وإلحاق الأضرار النفسية والمادية على صعيد الفرد والمجتمع .

الهوامش

- (1) حنان الشمري: أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، 2014.
- (2) جراح العتيبي: تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض، 2008.
- (3) مصطفى محمود أبو بكر، أحمد عبد الله اللحج، مناهج البحث العلمي (أسس علمية_ حالات تطبيقية) الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، 2007، ص 51.
- (4) سناء محمد الجبور: الإعلام والرأي العام العربي والعالم، ط1 (عمان، دار أسامة، 2010) ص 154.
- (5) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط9 (الدار المصرية اللبنانية، 2010) ص ص 248، 249.
- (6) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص ص 246، 247.
- (7) ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي، ط1 (عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004) ص 76.
- (8) حسن السوداني، محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، 2015، ص 104، 105.
- (9) منى سعود عبد العزيز القطان: شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الدراسات العليا للتربية، 2015، ص 57.
- (10) فتحي شمس الدين: شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، القاهرة، دار النهضة العربية، 2013، ص 32، 33.
- (11) منى سعود عبد العزيز القطان: شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت، مرجع سبق ذكره، ص 66.
- (12) جبريل بن حسن العريش، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤى تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، 2015، ص 64-66.
- (13) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 69.
- (14) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص ص 68، 96.

قائمة المراجع

1. جراح العتيبي: تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض، 2008.
2. جبريل بن حسن العريش، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤى تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، 2015.
3. حسن السوداني، محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي 2015.

4. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط9 (الدار المصرية اللبنانية، 2010).
5. حنان الشمري: أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، 2014.
6. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم : أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العملي ، ط1 (عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع ،2004).
7. سناء محمد الجبور : الإعلام والرأي العام العربي والعالم، ط1(عمان ، دار أسامة، 2010).
8. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
9. فتحي شمس الدين : شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، القاهرة ، دار النهضة العربية، 2013.
10. مصطفى محمود أبو بكر ، أحمد عبد الله اللحج، مناهج البحث العلمي (أسس علمية_ حالات تطبيقية) الإسكندرية ، الدار الجامعية للنشر، 2007.
11. منى سعود عبد العزيز القطان :شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت، مرجع سبق ذكره، ص 66.
12. القطان، منى سعود عبد العزيز: شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الدراسات العليا للتربية، 2015.